

تدوین برنامه راهبردی توسعه گردشگری روستایی ایران

علی حاجی نژاد^۱، ابوذری پایدار^۲، فاطمه باقری^۳، ناصر عبدی^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۹/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۲/۱۷

چکیده

امروزه گردشگری روستایی به یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی در بسیاری از کشورهای جهان تبدیل شده است و دولت‌ها سیاست‌های مختلفی را به منظور توسعه گردشگری روستایی در مقیاس‌های گوناگون، از سطوح محلی تا سطح ملی به کار گرفته‌اند. در دهه‌های گذشته به ویژه از دهه ۱۹۹۰، به دلیل رکود بخش کشاورزی و مشکلات فراروی جوامع روستایی، همواره متخصصان و برنامه‌ریزان بر اهمیت توسعه گردشگری روستایی تأکید کرده‌اند. در این راستا کشور ایران با برخورداری از جاذبه‌های فراوان در مناطق روستایی می‌تواند از این پتانسیل عظیم در راستای بهبود وضع اقتصادی خود بهره برد. به همین منظور در مقاله حاضر با استفاده از انجام مراحل کیفی و کمی (QSPM) در تکنیک SWOT به تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود برای توسعه گردشگری روستایی ایران و به طور خاص در روستای دلفارد پرداخته شد. روش مورد استفاده در این پژوهش، روش پیمایش و مطالعات میدانی (نمونه ۱۳۰ نفری از جامعه آماری گردشگران و ساکنین روستا) است. این پژوهش قادر است راهبردهای مطلوبی در جهت توسعه گردشگری منطقه دلفارد ارائه دهد و از آنجا که بسیاری از روستاها در سطح کشور از لحاظ ویژگی‌های طبیعی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی شباهت بسیاری با این منطقه دارند، می‌توان نتایج آن را به سایر روستاهای کشور تعمیم داد. نتایج حاکی از آن است که نقاط قوت این منطقه بیش از نقاط ضعف آن بوده که با به‌کارگیری راهبرد ارائه شده، می‌توان به توسعه گردشگری منطقه امیدوار بود. راهبرد کلان مطلوب پیشنهاد شده توسط تحقیق، راهبرد رقابتی است (با جمع امتیاز عوامل داخلی و خارجی ۲/۳۶ و ۲/۵۱). همچنین نتیجه ماتریس کمی نیز، راهبرد فرعی سوم (با امتیاز ۷/۵۵) است که بر ترکیبی از حضور فعال دولت برای تقویت حضور بخش‌های خصوصی و NGOها تأکید دارد.

کلیدواژه‌گان: استراتژی توسعه گردشگری، گردشگری روستایی ایران، مدل SWOT، ماتریس کمی (QSPM).

۱. دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه سیستان و بلوچستان Email:ahajinejad@pgs.usb.ac.ir

۲. استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه سیستان و بلوچستان

Email: abozarpaidar@pgs.usb.ac.ir

۳. دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علامه طباطبایی Email:fatemeh_bagheri69@yahoo.com

۴. کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، دانشگاه سیستان و بلوچستان (نویسنده مسئول)

Email: naser_abdi1368@yahoo.com

مقدمه

در شرایطی که قرن بیستم به پایان رسیده، هنوز توسعه روستایی با مسائل و چالش‌های متعددی مواجه است؛ چراکه راهبردهای گذشته در زمینه توسعه روستایی، موفقیت‌آمیز نبوده و نتوانسته مسائلی همچون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و پایداری محیط‌زیست را تأمین کند. این مسئله باعث شده است که در سال‌های اخیر بار دیگر توسعه روستایی مورد توجه قرار گرفته و نظریه‌پردازان، برنامه‌ریزان و مجریان حکومتی درصدد برآیند تا با ارائه راهکارها و استراتژی‌های جدید، از معضلات و مسائلی که این نواحی گریبانگیر آن می‌باشند، بکاهند (Perale, 2002: 4). از طرفی اقتصاد روستایی کشور از شکنندگی بالایی رنج می‌برد، چراکه تکیه بیش از حد بر فعالیت‌های صرفاً کشاورزی در برنامه‌ها و استراتژی‌های توسعه روستایی، نتایج منفی زیادی در پی داشته که تهدیدی برای پایداری اقتصاد این مناطق و منابع زیست-محیطی نواحی روستایی است (شریف‌زاده و مرادی‌نژاد، ۱۳۸۱: ۵۳). در این راستا توسعه گردشگری در نواحی روستایی که از پتانسیل‌های طبیعی، زیبایی‌شناختی و موقعیتی برخوردارند به‌طور قطع می‌تواند تقویت‌کننده اقتصاد روستاها و عامل توسعه اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی باشد. در سال‌های اخیر، بسیاری از برنامه‌ریزان اقتصادی-اجتماعی در تمام کشورهای جهان اعم از توسعه یافته و توسعه نیافته، گردشگری را روشی مطمئن با چشم‌اندازی بسیار روشن برای توسعه روستاها، به‌ویژه محروم‌ترین آن‌ها معرفی کرده‌اند. مطالعات انجام‌شده در کشورهای فرانسه، اتریش، سوئیس، انگلستان، ایرلند، تایلند و ژاپن نشان می‌دهد که گردشگری روستایی به‌سرعت در اقتصاد روستایی، رشد کرده و مکمل فعالیت‌های کشاورزی شده است (رکن‌الدین‌افتخاری و قادری، ۱۳۸۱: ۷). در واقع گردشگری روستایی به‌عنوان فرایندی در توسعه مناطق روستایی در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند در قالب سیاست‌های توسعه منطقه‌ای و محلی، امکان توزیع عادلانه خدمات و تسهیلات عمومی در مناطق روستایی را ایجاد کند که بهبود کیفیت زندگی، کاهش مهاجرت و برخورداری روستاییان از معیشت پایدار را به همراه دارد (پورجعفر و همکاران، ۱۳۸۷: ۹). بر این اساس در رویکردهای جدید توسعه روستاها، بر جایگاه گردشگری روستایی تأکید می‌شود، که در این میان نوع و چارچوب رویکرد توسعه گردشگری، می‌تواند در چگونگی نوع و میزان مداخله در مناطق روستایی تأثیرگذار باشد و اثرات مثبت و تبعات منفی را در این نواحی به همراه داشته باشد (knowd, 2001: 14).

حال، با توجه به اینکه سرزمین ایران از ظرفیت‌های گوناگون فرهنگی-هنری، محیطی و روستاهای متنوع و جذاب، برخوردار است، گسترش گردشگری بعنوان یک راهبرد جدید در زمینه توسعه پایدار، می‌تواند نقش مهمی در متنوع‌سازی اقتصاد کشور ایفا کند و زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌های جدیدی در نواحی روستایی کشور باشد و از آن‌جا که شواهد نشان می‌دهد در بسیاری از مقصدهای گردشگری کشور، پایداری در سطح پایینی قرار دارد و چنین فرایندی اساس توسعه پایدار جوامع محلی این روستاها را به خطر خواهد انداخت (امیریان: ۱۳۸۷: ۱۷). یکی از ویژگی‌های روستاهای ایران شباهت آنها از لحاظ طبیعی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی است که این ویژگی باعث تسهیل برنامه‌ریزی برای این مناطق می‌شود. یکی از این روستاهایی که می‌تواند به روستای هدف گردشگری تبدیل شود روستای دلفار است.

روستای دلفارد در حوزه آبخیز رود شور و هلیل رود، در ۳۰ کیلومتری شهرستان جیرفت (استان کرمان) واقع شده و دره‌ای زیبا است که جاده جیرفت-کرمان از وسط آن عبور می‌کند. پتانسیل بالای این منطقه روستایی ایجاب می‌کند که در چارچوب یک الگو مناسب و سازگار با شرایط منطقه، به تدوین سیاست‌ها و برنامه‌هایی منطقی و واقع‌گرا توأم با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح گردشگری، در چارچوب فرایند توسعه یکپارچه و پایدار، به توسعه گردشگری روستایی پرداخت. در این مقاله با در نظر گرفتن موارد فوق و درک این مطلب که شناخت پتانسیل‌ها و محدودیت‌های گردشگری روستایی ایران می‌تواند تأثیرسازنده‌ای بر برنامه‌ریزی مناسب در این مناطق روستایی و رفع مسائل و مشکلات آنها داشته باشد، سعی شده به این سوالات پاسخ داده شود که پتانسیل‌ها و محدودیت‌های گردشگری در روستاهای ایران و به طور خاص روستای دلفارد کدام است؟ و چه راهبردها و راهکارهایی جهت توسعه گردشگری که منجر به توسعه روستایی و ملی شود، وجود دارد؟ در ادامه به بررسی مبانی نظری و پیشینه تحقیق و همچنین تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از دیدگاه مشارکت‌کنندگان و افراد ذینفع در جهت توسعه گردشگری روستایی پرداخته شده و در نهایت با توجه به این دیدگاه‌ها، راهبردها و راهکارهای مناسب به کمک روش SWOT و ماتریس کمی QSPM به منظور بهره‌گیری بهینه و هدفمند از نقاط قوت و فرصت‌ها و تضعیف و یا از بین بردن نقاط ضعف و تهدیدها در جهت دستیابی به توسعه گردشگری و توسعه روستایی در سطح کشور و روستای مورد نظر ارائه خواهد شد.

۱. مبانی نظری

در قرن بیست و یکم صنعت خدماتی گردشگری، به ابزاری اصلی برای کیفیت بالای زندگی (ضرغام بروجنی و شالیافیان، ۱۳۹۲: ۱۱۵) و به یکی از نیروهای شکل‌دهنده جهان امروز تبدیل شده است (Higgins-desbiolles, 2004: 6) و با سهم ۹ درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP) و ۸ درصد از کل اشتغال دنیا در سال ۲۰۱۰ یکی از بزرگ‌ترین صنایع دنیاست (Hanandeh, 2013: 8). صنعت گردشگری به‌ویژه زمانی که سود سایر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش باشد، جایگزین مناسبی برای آن‌ها و راهبردی برای توسعه است؛ یعنی به‌عنوان یک فعالیت اقتصادی جایگزین در اقتصاد تک‌محصولی می‌تواند روند توسعه را با تنوع‌بخشی به اقتصاد ملی تسریع نماید (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۸۲).

در مقیاس جهانی گردشگری روستایی یکی از اشکال رو به‌رشد بخش گردشگری به شمار می‌آید که ارابه تعریفی جهان شمول و یکسان از آن امکان‌پذیر نیست؛ این مساله تا حدود زیادی به دلیل ویژگیهای گوناگون نواحی روستایی در کشورهای مختلف و غلبه الگوهای خاصی از گردشگری در نواحی مختلف و تعاریف گوناگون از روستا و روستا نشینی است (گارتنر، 2006: 168). به طور مثال در کشورهای عضو اتحادیه اروپا ارابه تعاریف مختلف از گردشگری روستایی با گوناگونی جاذبه‌ها، توانمندی‌ها، تنوع فعالیت‌های تفریحی و مهمتر از همه تعاریف مختلف از روستا و زندگی روستایی پیوند می‌خورد (رابرتس و هال، 2001: 5). این اصطلاح در فنلاند، معمولاً به معنی اجاره دادن خانه‌های روستایی به گردشگران و تدارک مواد غذایی برای آن‌ها در روستا است. در اسلونی، بخش مهمی از گردشگری روستایی با خانواده

مزرعه‌داران تشکیل می‌شود که در آن گردشگران در کنار خانواده کشاورزان یا در یک اتاق مجزا اقامت می‌نمایند. در هلند، گردشگری روستایی به معنی چادر زدن در مزرعه است، که در مسیر مزارع و شامل فعالیت‌هایی نظیر قایق‌سواری، پیاده‌روی یا اسب‌سواری است (Murdoch & Miele, 1999: 9). به منظور غلبه بر برداشتهای گوناگون از تعریف گردشگری روستایی لین (1994) تعریفی کلی ارائه می‌دهد و به طور ساده می‌گوید: گردشگری روستایی نوعی از گردشگری است که در حومه رخ می‌دهد (لین، 1994: 7-8). در همین راستا سازمان بین‌المللی همکاری اقتصادی و توسعه (1994: 15)، گردشگری روستایی را فعالیتی چند وجهی و پیچیده تعریف می‌کند که مواردی چون: گذران تعطیلات در مزرعه، طبیعت گردی، پیاده‌روی و کوهنوردی، سوارکاری، ماجراجویی، بهداشت و سلامت، شکار و ماهیگیری، سفرهای آموزشی و پژوهشی، فرهنگ و هنر، میراث تاریخی و در پاره‌ای از نواحی گردشگری بازدید از جوامع قومی و نژادی را در بر می‌گیرد. لین در سال ۲۰۰۹ در یک بازنگری کلی می‌گوید پیش زمینه‌های بسط گردشگری روستایی نشان از مفهومی پیچیده و چند وجهی دارد. این مفهوم در آغاز بیشتر در ارتباط با گردشگری مزرعه و گردشگری کشاورزی به کار می‌رفت اما بعدها اشکال متنوعی از گردشگری روستایی ظهور یافت؛ به طوری که می‌توان گفت گردشگری روستایی به مانند چتری است که الگوهای گوناگونی از گردشگری در نواحی روستایی را در بر می‌گیرد، مانند: اکوتوریسم، گردشگری مبتنی بر طبیعت، گردشگری مزرعه، گردشگری کشاورزی، گردشگری ماجراجویی، گردشگری ورزشی، گردشگری سوارکاری/اسب سواری، گردشگری فرهنگی و میراث تاریخی، گردشگری غذا خوری (لین، ۲۰۰۹: ۳۵۹-۳۵۶). لازم به ذکر است که گردشگری خانه‌های دوم و گردشگری جشنواره‌ها ۱ نیز از جمله اشکال مهم و شناخته شده در بخش گردشگری در نواحی روستایی به شمار می‌آیند (کاستر و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۴۸) (تیموتی، ۲۰۰۵: ۵۲-۴۶)، که لین در اینجا اشاره‌ای به آن‌ها نمی‌کند. سرانجام، از آنجایی که همه‌ی اشکال گردشگری که نواحی روستایی رخ می‌دهند را الزاماً نمی‌توان در زیر مجموعه‌ی گردشگری روستایی دسته‌بندی کرد (بیتون، ۲۰۰۶: ۱۴۲)، تعریف کلی گردشگری روستایی مبنی بر شکلی از گردشگری که در حومه رخ می‌دهد نیز با مشکل روبه‌رو می‌شود و می‌بایست توجه داشت که اشکال گوناگون گردشگری از قبیل موارد ذکر شده در بالا زمانی در چارچوب گردشگری روستایی تعریف می‌شوند که از نظر ویژگی‌های مکانی و مقیاس‌های گوناگون در قلمرو نواحی روستایی جای گیرند، با مردم روستایی یا جوامع محلی در ارتباط باشند، ویژگی‌های پیچیده و گوناگون نواحی روستایی از قبیل ویژگی‌های محیط طبیعی، تاریخ، فرهنگ، اجتماع، اقتصاد و موقعیت مکانی دلالت داشته باشند و مهم‌تر از همه اینکه در اقتصاد و معیشت جامعه‌ی محلی نقش داشته باشند (هال و پیچ، 2006: 285-245). در یک نگاه کلی می‌توان انواع گردشگری روستایی به صورت زیر نشان داد:

1. Festival Tourism

جدول ۱- گونه‌شناسی گردشگری روستایی (منبع: اشتری مهرجردی، ۱۳۸۳: ۹)

گردشگری طبیعی	Natural Tourism	به‌طور عمده در تعامل با جاذبه‌های طبیعی قرار دارد
گردشگری فرهنگی	Cultural Tourism	مرتبط با فرهنگ، تاریخ، میراث فرهنگی و باستان-شناسی روستا
اکوتوریسم	Eco-Tourism	علاوه بر بازدید از جاذبه‌های طبیعی با زندگی و هنجارهای زندگی اجتماعی مردم نیز در تعامل است.
گردشگری دهکده‌ای	Village Tourism	گردشگران در خانه‌های روستا یا دهکده مدتی کوتاه سکونت کرده و در فعالیت‌های روستاییان مشارکت می‌کند.
گردشگری کشاورزی	Agro-Tourism	گردشگران بدون ایجاد پیامدهای منفی روی اکوسیستم مناطق میزبان با فعالیت کشاورزی سنتی، از آن‌ها بازدید نموده و در فعلت کشاورزی مشارکت دارند.

به‌طور کلی گردشگری روستایی از دو جنبه دارای اهمیت است: یکی به‌عنوان فعالیت گسترده جهانی و دیگری به خاطر نقش آن در توسعه سیاست‌های منطقه‌ای و محلی (رحیمی، ۱۳۸۱: ۱۱). در مورد توسعه گردشگری روستایی دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد. بعضی آن را بخشی از بازار گردشگری می‌شناسند و معتقدند می‌توان آن را با اشکال دیگر بازار گردشگری، مانند گردشگری در آفتاب، گردشگری در کنار دریا، گردشگری در کنار سواحل ماسه‌ای مقایسه کرد (Sharpley, 1997: 7-8). از جنبه دیگر گردشگری روستایی به‌عنوان فلسفه‌ای برای توسعه روستایی مطرح گردیده است که این دیدگاه مهم، مدنظر اکثریت است. از این نظر گردشگری به‌عنوان راهبردی برای توسعه روستایی است که انعکاس‌دهنده ویژگی محیط این مناطق است. در مواردی نیز گردشگری را به‌عنوان ابزار و سیاستی برای بازساخت اقتصاد روستایی می‌شناسند (Kim, 2005: 14).

با توجه به آنچه گفته شد، هدف از توسعه گردشگری روستایی را می‌توان در دو بعد مورد توجه قرار داد که هدف نهایی هر دو نوع نگرش، بایستی حل معضلات و مشکلات سکونتگاه‌های روستایی باشد. الف) پاسخگویی به تقاضای روزافزون جمعیت شهری؛ برای گذراندن اوقات فراغت و تفریح در سکونتگاه‌های روستایی، (این بعد در حومه‌های بیلابقی و روستاهای هم‌جوار با شهرهای بزرگ بیشتر مصداق پیدا می‌کند).

ب) توسعه خود سکونتگاه‌های روستایی.

در دیدگاهی دیگر به گردشگری روستایی، این نوع گردشگری دو استراتژی را دنبال می‌کند (خاتون‌آبادی و راست قلم، ۱۳۹۰: ۷)

۱. گردشگری روستایی به‌عنوان مکمل فعالیت‌های روستایی و

۲. متحول‌سازی نواحی روستایی کمتر توسعه‌یافته.

به هر حال با عنایت به مطالب پیش گفته می‌توان چنین نتیجه گرفت که توسعه این فعالیت بدون داشتن الگوی برنامه‌ریزی راهبردی با رهیافت برنامه‌ریزی فضایی (آمایشی)، موجب تمرکز شدید آن در یک منطقه و همچنین توزیع غیرآمایشی آن در مناطق و بهره‌برداری بیش از حد منابع و امکانات شده که برآیند آن آثار زیان‌بخش و نامطلوبی در فضاهای سکونتگاهی و فعالیت‌های فضایی می‌باشد. از این‌رو با توجه به این مطلب که گردشگری فعالیتی بسیار پیچیده است و با بخش‌های دیگر جامعه و اقتصاد وجوه مشترکی دارد، دارای آثار و پیامدهای مختلفی است که می‌بایست در فرایند برنامه‌ریزی، تمامی جوانب آن مورد ملاحظه قرار بگیرد. در این زمینه نگرش یکپارچه برای توسعه کل‌گرای (ساختار) گردشگری و مدیریت راهبردی با کارکردهای مربوطه ضروری است، به شکلی که با بافت طبیعی و محیط فرهنگی - اجتماعی عرصه کارکرد صنعت گردشگری، سازگار باشد.

۲. پیشینه پژوهش

در سطح جهان به دلیل اهمیت جنبه‌های مختلف فعالیت گردشگری، مطالعات زیادی در این زمینه صورت گرفته است که گردشگری روستایی از این امر مستثنی نیست. در جدول (۲) به تعدادی از این پژوهش‌ها و مختصر نتایج آنها اشاره می‌شود.

جدول ۲- پیشینه تحقیق

محقق	سال	نتایج
کیم ^۱	۲۰۰۵	در پژوهشی نقش گردشگری به‌عنوان محرکی برای از بین بردن مشکلات اقتصادی در جامعه روستایی کره را مورد بررسی قرار داده و به این نتیجه می‌رسد که دولت و بازار نقش مهمی در مشارکت برنامه‌های توسعه گردشگری در روستاهای این کشور دارند.
ژانگ ^۲	۲۰۱۲	در پژوهشی با عنوان "استراتژی‌های توسعه گردشگری روستایی" با استفاده از مدل SWOT به اتخاذ استراتژی‌های توسعه گردشگری روستای سوژو ^۳ در کشور چین پرداخته است. در این پژوهش با تأکید بر ترکیب منابع داخلی و خارجی و مزایا و نقطه ضعف‌های روستای سوژو، استراتژی توسعه پایدار گردشگری این روستا تدوین شده است.
دلانورا ^۴ و همکاران	۲۰۱۲	در پژوهش "گردشگری روستایی به‌عنوان گزینه‌ای برای توسعه مناطق روستایی و اشتغال‌زایی" به بررسی روند توسعه گردشگری روستایی در اسپانیا و یافتن

1. Kim
2. Zhang
3. Suzhou
4. De la Torre



مدل پیش‌بینی تقاضای گردشگران روستایی در کوتاه‌مدت و میان‌مدت (با استفاده از مدل باکس جنکینز ^۱) می‌پردازند و براساس آن مدل اشتغال‌زایی گردشگری روستایی از این پژوهش استخراج می‌شود.		
در پژوهش "گردشگری خانه‌های دوم وتأثیرات آن بر نواحی روستایی فرصت یا تهدید" در مورد نواحی روستایی شمال تهران (بخش لواسان و رودبار قصران) نشان دادند که به دلیل فقدان برنامه‌ریزی و ضعف مدیریتی، از فرصت‌های موجود در زمینه گردشگری برای تأمین نیازهای فراغتی شهروندان تهران از یک‌سو و تجدید اقتصادی و اجتماعی روستایی از سوی دیگر، به‌درستی استفاده شده است. در مقابل، تهدیدهای مرتبط با گردشگری موجب پیامدهای نامطلوبی مانند آلودگی آب، تخریب چشم‌اندازهای طبیعی، تخریب و تغییر کاربری اراضی کشاورزی و باغ‌ها، افزایش مهاجرت، رکود فعالیت‌های کشاورزی و دوگانگی اجتماعی شده است.	۱۳۸۴	رضوانی و صفایی
راهکارهای توسعه گردشگری روستایی دهستان لواسان کوچک را با استفاده از مدل سوات بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که آستانه آسیب‌پذیری نقاط روستایی به علت گردشگرپذیر بودن بسیار بالاست و نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌ها مناسب در جهت رفع محدودیت‌ها و استفاده از مزیت‌های نسبی موجود است.	۱۳۸۵	افتخاری و مهدوی
توان‌های محیطی گردشگری روستایی فرومد شاهرود را بررسی و تحلیل کرده و به این نتیجه رسیده است که روستای فرومد شاهرود به علت قرارگیری در مسیر تهران مشهد با داشتن جاذبه‌های طبیعی، می‌تواند گردشگران زیادی را جذب کند.	۱۳۸۶	رجبی
در مقاله ای با عنوان " بررسی مزیت‌ها ومحدودیت‌های توسعه کانون‌های گردشگری با استفاده از تحلیل سوات (مطالعه موردی :کانون‌های گردشگری شهرستان شهرکرد) "، به این نتیجه رسیده‌اند که کانون‌های گردشگری هم اثرات مثبت وهم اثرات منفی بر فرایند توسعه منطقه میزبان دارد . لذا پایش مداوم وفعالانه دولت و سازمان‌های مرتبط برای هدایت صحیح آن لازم و ضروری است . دراین جا استفاده از برنامه ریزی نظام مند و آگاهانه به شکل منطبق با شرایط جامعه و محیط میزبان ، متضمن موفقیت در توسعه کانون های گردشگری به عنوان فعالیت مکمل فعالیت‌های مناطق میزبان خواهد بود.	۱۳۸۸	راست قلم و همکاران
در پژوهشی با استفاده از روش تاپسیس خاکستری به رتبه‌بندی زمینه‌های توسعه گردشگری در نواحی روستایی شهرستان ورزقان پرداخته و به این نتیجه رسیدند که جنگل‌های ارسباران به‌عنوان بهترین گزینه بین سایر جاذبه‌ها برای سرمایه‌گذاری است.	۱۳۹۱	فرجی‌سیکبار و همکاران

۳. روش تحقیق

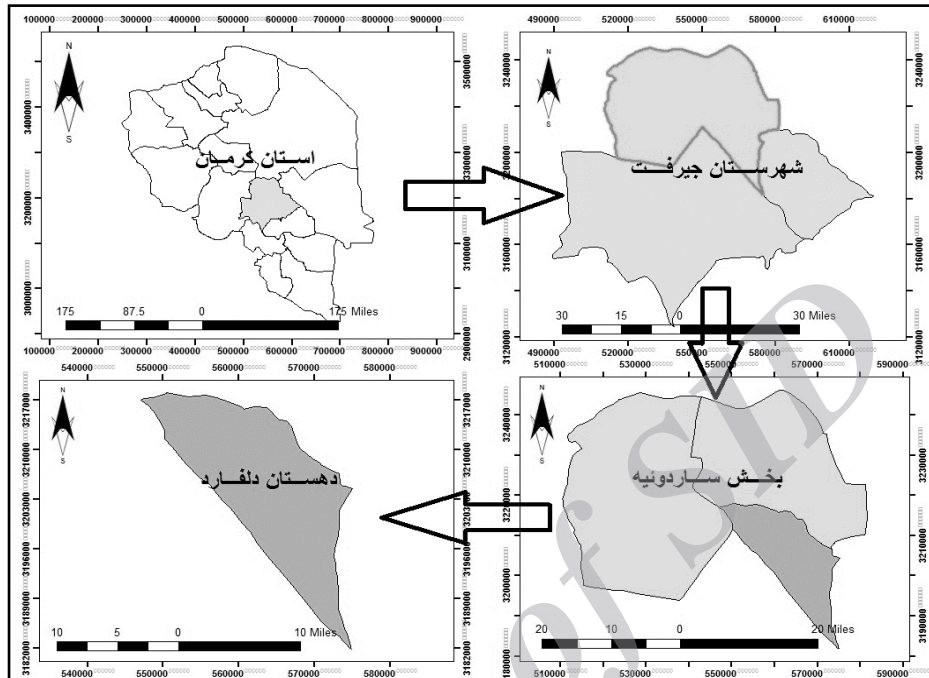
پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و روش بررسی تحقیق، توصیفی و تحلیلی است. در ابتدا به بررسی و شناخت جاذبه‌ها، امکانات و خدمات گردشگری و آثار آن در توسعه جامعه پرداخته شده است. در ادامه جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارائه استراتژی و راهبرد توسعه گردشگری روستایی از روش تحلیلی SWOT استفاده شده است. طبق مدل SWOT، ابتدا به بررسی و شناخت محیط داخلی و خارجی ناحیه پرداخته و فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها مورد شناسایی قرار گرفت. سپس از مردم ناحیه و گردشگران در مورد جذابیت‌ها، اثرات، و وضعیت گردشگری در منطقه نظرسنجی صورت گرفت و به هرکدام از این مسائل وزن داده شد و پس از آن محاسبات و تحلیل‌ها انجام گرفت و در نهایت راهبرد کلان توسعه روستا مشخص گردید (مرحله کیفی). در گام دوم ماتریس کمی (QSPM) تهیه شد و به هرکدام از نقاط ضعف، تهدیدها، نقاط قوت و فرصت‌های موجود به راهبردهای سه‌گانه که در چارچوب راهبرد کلان ارائه شده‌اند امتیاز داده شد و راهبرد اولویت تعیین گردید. جامعه آماری مطالعه شده در این تحقیق شامل دو گروه خانوارهای ساکن منطقه و گردشگران است. حجم جامعه نمونه با استفاده از روش نمونه-گیری کوکران ۱۳۰ نفر تعیین شد. بدین صورت که از میان سرپرست‌های خانوار (۸۰ نفر) و از میان گردشگران (۵۰ نفر)، به‌عنوان نمونه انتخاب شده‌اند.

۴. معرفی منطقه مورد مطالعه

منطقه مورد مطالعه در این پژوهش شامل کلیه روستاهای سطح کشور می‌شود که از لحاظ ویژگی‌های طبیعی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی شباهت بسیاری با دهستان دلفارد دارند. دهستان دلفارد از توابع بخش ساردوئیه و در فاصله ۳۰ کیلومتری شهر جیرفت، در مسیر جاده جیرفت- کرمان و در مدار ۵۷ درجه و ۷۳ دقیقه طول شرقی و ۲۸ درجه و ۷۵ دقیقه عرض شمالی واقع شده است. این دهستان در دامنه کوه‌های جبال بارز واقع شده که در سرشماری سال ۱۳۹۰، ۴۳۹۱ نفر در قالب ۹۵۶ خانوار جمعیت داشته است. این منطقه دارای چشمه‌های آب‌معدنی، غارها، رودخانه و دیگر اشکال ژئومورفولوژی است و در فصول گرم سال که جیرفت دمای ۵۰ درجه را تجربه می‌کند این منطقه خوش آب‌وهوا در نزدیکی شهر جیرفت می‌تواند مکان مناسبی جهت جذب گردشگران بومی و غیربومی است.

جدول ۳- ویژگی‌های جمعیتی و آمار گردشگران دهستان دلفارد (منبع: آمار خانه بهداشت و شورای اسلامی روستای مرکزی دلفارد، ۱۳۹۳)

تعداد روستاها	جمعیت ۱۳۹۰	تعداد خانوار	تعداد گردشگران ورودی		
			۱۳۸۵	۱۳۹۰	۱۳۹۲
۸	۴۳۹۱	۹۵۶	۲۳۷۸	۴۷۸۰	۶۷۷۰



شکل ۱- موقعیت جغرافیایی روستای دلفارد (ترسیم: نویسندگان)

۱-۴. نقاط قوت و ضعف داخلی

هدف این مرحله سنجش محیط داخلی ناحیه دلفارد جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت آن (یعنی جنبه‌ها و مواردی که در راه دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی و اجرای آن تأثیر مساعد یا بازدارنده دارند) در راستای توسعه گردشگری است. این نقاط ضعف و قوت در چارچوب ابعاد توسعه پایدار روستایی (اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، نهادی و اکولوژیکی) مطرح شده است. نقاط قوت و ضعف داخلی ۱ در زمره فعالیت‌های قابل کنترل در محیط داخلی است که مجموعه آن‌ها را به شیوه‌ای عالی یا ضعیف انجام می‌دهد (جدول ۴).



جدول ۴- ماتریس عوامل مؤثر داخلی بر گردشگری روستایی (منبع: یافته‌های تحقیق)

نقاط قوت	نقاط ضعف
<p>* مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی توریسم جهت استفاده از منابع طبیعی و انسانی منطقه و معرفی دلفارد به‌عنوان قطب گردشگری در سطح استان کرمان و اطراف جیرفت</p> <p>* تنوع محصولات کشاورزی (محصولات سردسیری و گرمسیری)</p> <p>* وجود بازار مناسب فروش محصولات کشاورزی و دامی به گردشگران</p>	<p>* عدم تمایل روستائیان به سرمایه‌گذاری در این زمینه به علت هزینه‌بر بودن این صنعت</p> <p>* عدم آشنایی مردم به صنعت توریسم</p> <p>* عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در این زمینه</p>
<p>* سطح بالای آگاهی و سواد روستائیان و بالا بودن حس مشارکت و همکاری در بین روستائیان</p> <p>* وجود آداب و رسوم فرهنگی سنتی بومی و موسیقی بومی منطقه</p> <p>* مهمان‌نوازی و گرم بودن مردم منطقه با غریبه‌ها</p>	<p>* توزیع نامناسب گردشگران در فصول سال (تراکم زیاد در تابستان)</p> <p>* تفاوت فرهنگی گردشگران و مردم روستا</p> <p>* عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده</p> <p>* نامناسب بودن خدمات‌رسانی و اطلاع‌رسانی به گردشگران</p>
<p>* وجود چشم‌انداز زیبا و منحصربه‌فرد در منطقه و حتی استان</p> <p>* نزدیکی به مراکز جمعیتی از جمله جیرفت و بم</p> <p>* وجود ارتفاعات و قله‌های زیبا جهت کوهنوردی و فعالیت‌های ورزشی</p> <p>* وجود رودخانه و چشمه‌های آبگرم و غارها و حیات وحشی بدیل</p> <p>* محیط آرام و بدون آلودگی و آب‌وهوای مناسب جهت استراحت شهروندان خصوصاً در فصل گرم سال</p> <p>* وجود امکانات تفریحی مانند تله‌کابین و ...</p>	<p>* نامناسب بودن تجهیزات و تأسیسات تفریحی و ...</p> <p>* عدم ایمنی مسیرهای رفت و آمد</p> <p>* گردشگران در هنگام کوهنوردی و ...</p> <p>* نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (فاضلاب و سرپناه در هنگام وقوع باران و سیلاب)</p>
<p>* اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی به‌وسیله گسترش توریسم به‌عنوان ابزار توسعه روستایی</p>	<p>* عدم آشنایی روستائیان با گردشگران و عدم آموزش آن‌ها در نحوه‌ی برخورد با گردشگران</p>

۴-۲. فرصت‌ها و تهدیدات خارجی

مقصود از فرصت‌ها و تهدیدات خارجی (رویدادها و روندهای اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، بوم‌شناسی، محیطی، سیاسی، قانونی، دولتی، فناوری و رقابتی است که خارج از کنترل هستند، از این‌رو از واژه خارجی استفاده می‌کنند. فن‌آوری زیستی (بیوتکنولوژی)، جابجایی جمعیت، تغییر در نگرش‌ها، تورم و ارزش‌های کار نمونه‌هایی از فرصت‌ها و تهدیداتی است که ممکن است برای اجرای هر طرحی به وجود آید. چنانچه ذکر شد هدف این مطالعات بر این اصل استوار است که با شناسایی فرصت‌ها و تهدیدات بازار، توصیه‌های اساسی ارائه شود تا با بهره‌جستن از فرصت‌های خارجی و پرهیز از اثرات ناشی از تهدیدات خارجی یا کاهش دادن آن‌ها طرح مورد نظر مثمرتر واقع شود. در این مرحله به شناسایی آثار محیط خارجی در ناحیه دلفارد جهت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی که در ارتباط با گسترش گردشگری در این منطقه وجود دارد می‌پردازیم که در چارچوب ابعاد توسعه پایدار روستایی مطرح‌شده است (جدول ۵).

جدول ۵- ماتریس عوامل مؤثر خارجی بر گردشگری روستایی (منبع: یافته‌های تحقیق)

تهدیدها	فرصت‌ها	
<ul style="list-style-type: none"> - بالا رفتن قیمت زمین و بورس بازی و بالا رفتن هزینه‌های مالی جهت تجهیزات و تسهیلات گردشگری و مقرون به صرفه نبودن آن‌ها - ضریب ریسک‌پذیری بالای سرمایه‌گذاری در منطقه. 	<ul style="list-style-type: none"> - سرمایه‌گذاری دولت در زمینه گردشگری ناحیه - انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری گردشگری - هم‌جواری با بازارهای مهم گردشگری - افزایش زمینه‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی به‌عنوان مکمل بخش دولتی و تنوع‌بخشی به اشتغال. - بهره‌های اقتصادی ناشی از حضور مسافران بین‌راهی 	اقتصادی
<ul style="list-style-type: none"> * از بین رفتن فرهنگ سنتی و بومی منطقه (زبان، پوشاک، معماری و مسکن * بروز تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران در منطقه * بی‌توجهی به نیروهای جوان بومی * کم‌رنگ شدن سنت‌ها و آیین‌های گذشته به دلیل گذار جامعه از وضع سنتی به صنعتی که این امر می‌تواند در کم‌رنگ شدن پتانسیل‌های خاص هر منطقه در جهت تقویت گردشگری مؤثر باشد. * عدم همگرایی نهادها و سازمان‌های دولتی در تصمیم‌گیری برای توسعه گردشگری. 	<ul style="list-style-type: none"> * فراهم شدن زمینه‌های تقویت فرهنگ بومی - محلی از طریق برقراری تعامل با گردشگران. * توجه به بخش فرهنگی از طرف سازمان‌ها و دستگاه‌های مرتبط با فعالیت‌های گردشگری. * بالا بودن فعالیت‌های فرهنگی در بین مردم به خصوص جوانان. * افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری و حومه * نزدیکی به مراکز جمعیتی بزرگ مانند جیرفت و بم 	اجتماعی - فرهنگی
<ul style="list-style-type: none"> - از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار تخریبی آن همانند افزایش سیل، تخریب زمین‌های کشاورزی روستاها * آلودگی منابع آب‌و خاک و اقلیم منطقه نسبت به نواحی رقیب مانند دهبکری 	<ul style="list-style-type: none"> - اقدام دهبکری جهت دفع آلاینده‌های محدودده - مجاورت با منطقه گردشگری دهبکری * گرمای زیاد منطقه جیرفت باعث می‌شود که در فصل گرما اکثریت مردم به این منطقه روی آورند. 	اکولوژیکی
<ul style="list-style-type: none"> * عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری در این نواحی 	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش توجه و حمایت مسئولان کشور از توسعه روستایی با رویکرد اشتغال‌زایی و کسب درآمد. - وجود نیروهای متخصص و باتجربه 	نهادی



۳-۴. تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

همان‌طوری که در جداول ۴،۵، نشان داده شد در منطقه مطالعه شده تعداد ۱۳ قوت داخلی در برابر ۱۱ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۱۵ فرصت خارجی در برابر ۱۰ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده است. به این ترتیب در مجموع ۲۸ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و ۲۱ نقطه ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای پیش‌روی این منطقه جهت گسترش گردشگری قابل‌شناسایی است. با توجه به موارد مذکور باید گفت که برای توسعه گردشگری در این منطقه و بهبود آن روش‌هایی بکار گرفته و به طریقی برنامه‌ریزی شود که این ضعف‌ها را تقلیل داده و با استفاده مناسب از نقاط قوت و فرصت‌های پیش رو بتوان این منطقه را به‌عنوان منطقه گردشگری حتی در کشور مطرح نمود.

همچنین از طریق پرسشنامه، مزیت‌ها و محدودیت‌های عمده روستا، جهت اولویت‌بندی گزینه‌ها از دیدگاه مردم و گردشگران ارزیابی شده است. در جدول ۷ اولویت‌بندی و ضریب اهمیت هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها و همچنین رتبه و نمره نهایی هر یک از آن‌ها نیز نشان داده شده است. منظور از ضریب اهمیت میزان اهمیت و حساسیت هر عامل در مقایسه با سایر عوامل است:

رتبه ۱: ضعف بحرانی رتبه ۲: ضعف معمولی رتبه ۳: قوت معمولی رتبه ۴: قوت عالی

جدول ۶- ماتریس SWOT (عوامل اصلی تأثیرگذار بر گردشگری روستایی) (منبع: یافته‌های تحقیق)

داخلی	بیرونی
قوت‌ها(S)	فرصت‌ها(O)
<p>S1- مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی توریسم جهت استفاده از منابع طبیعی و انسانی منطقه</p> <p>S2- تنوع محصولات کشاورزی و هم‌جواری محصولات سردسیری و گرمسیری</p> <p>S3- فروش محصولات کشاورزی و دامی به گردشگران</p> <p>S4- بالا بودن سطح آگاهی و سواد روستائیان و بالا بودن حس مشارکت و همکاری در بین روستائیان</p> <p>S5- آداب‌ورسوم فرهنگی سنتی بومی و موسیقی بومی منطقه</p> <p>S6- سیمان‌نوازی و گرم بودن مردم منطقه با غریبه‌ها</p> <p>S7- وجود چشم‌انداز زیبا و منحصر به فرد در منطقه و حتی استان</p> <p>S8- نزدیکی به مراکز جمعیتی از جمله جیرفت و بم</p> <p>S9- وجود ارتفاعات و قله‌های زیبا جهت کوهنوردی و فعالیت‌های ورزشی</p> <p>S10- وجود رودخانه و چشمه‌ها و وجود چشمه‌های آبگرم و غارها و حیات وحش بی‌بدیل</p> <p>S11- محیط آرام و بدون آلودگی و آب‌وهوای مناسب جهت استراحت شهروندان خصوصاً در فصل گرم سال</p> <p>S12- وجود امکانات تفریحی مانند تله‌کابین و ...</p> <p>S13- اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی توریسم (توسعه اقتصادی)</p>	<p>O1- توجه و سرمایه‌گذاری دولت در زمینه گردشگری ناحیه</p> <p>O2- انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در این زمینه</p> <p>O3- هم‌جواری با بازارهای سهم گردشگری (ده بکری و راین).</p> <p>O4- افزایش زمینه‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی به‌عنوان مکمل بخش دولتی و تنوع‌بخشی به اشتغال.</p> <p>O5- بهره‌های اقتصادی ناشی از حضور مسافران بین‌راهی</p> <p>O6- فراهم شدن زمینه‌های تقویت فرهنگ بومی - محلی از طریق برقراری تعامل با گردشگران.</p> <p>O7- نزدیکی به بخش فرهنگی از طرف سازمان‌ها و دستگاه‌های مرتبط با فعالیت‌های گردشگری.</p> <p>O8- بالا بودن فعالیت فرهنگی در بین مردم به‌ویژه جوانان.</p> <p>O9- افزایش انگیزه مسافرت و تفریح در بین مردم شهری</p> <p>O10- نزدیکی به مراکز جمعیتی بزرگ مانند جیرفت و بم</p> <p>O11- اقدام دهیاری جهت دفع آلاینده‌های محیط‌زیست دلفارود</p> <p>O12- مجاورت با منطقه ده بکری که باعث می‌شود گردشگران برای رفتن به آن از این مسیر عبور کنند.</p> <p>O13- گرمای زیاد منطقه جیرفت باعث می‌شود که در فصل گرما اکثریت مردم به این منطقه روی آورند.</p> <p>O14- افزایش توجه و حمایت مسئولان کشور از توسعه روستایی با رویکرد اشتغال‌زایی و کسب درآمد.</p> <p>O15- وجود نیروی متخصص در مجاورت این منطقه (جیرفت)</p>
ضعف‌ها(W)	تهدیدها(T)
<p>W1- عدم تمایل روستائیان به سرمایه‌گذاری در این زمینه به علت هزینه‌بر بودن این صنعت</p> <p>W2- عدم آشنایی مردم به صنعت توریسم</p> <p>W3- عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در این زمینه</p> <p>W4- توزیع نامناسب گردشگران در فصل (تراکم زیاد در تابستان)</p> <p>W5- تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا</p> <p>W6- کمبود نیروهای متخصص و آموزش‌دیده در این نواحی</p> <p>W7- نامناسب بودن خدمات‌رسانی و اطلاع‌رسانی به گردشگران</p> <p>W8- نامناسب بودن تجهیزات و تأسیسات تفریحی و ...</p> <p>W9- عدم ایمنی مسیرهای رفت‌وآمد گردشگران در هنگام کوهنوردی و ...</p> <p>W10- نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (فاضلاب و سرپناه در هنگام وقوع باران و سیلاب)</p> <p>W11- عدم آشنایی روستائیان با گردشگران و عدم آموزش آن‌ها در نحوه برخورد با گردشگران</p>	<p>T1- بالا رفتن قیمت زمین و بورس‌بازی و بالا رفتن هزینه‌های مالی جهت تجهیزات و تسهیلات گردشگری و مقرون‌به‌صرفه نبودن آن‌ها</p> <p>T2- ضریب ریسک‌پذیری بالای سرمایه‌گذاری در منطقه</p> <p>T3- از بین رفتن فرهنگ سنتی و بومی منطقه (زبان، پوشاک، معماری و مسکن)</p> <p>T4- ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران در منطقه نسبت به قبل</p> <p>T5- عدم توجه به نیروهای جوان منطقه در زمینه اجتماعی، فرهنگی.</p> <p>T6- کم‌رنگ شدن سنت‌ها و آیین‌های گذشته به دلیل گذار جامعه از وضع سنتی به صنعتی که این امر می‌تواند در کم‌رنگ شدن پتانسیل‌های خاص هر منطقه در جهت تقویت گردشگری مؤثر باشد.</p> <p>T7- عدم همگرایی و انسجام در تصمیم‌گیری نهادها و سازمان‌های دولتی در راستای توسعه گردشگری.</p> <p>T8- از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار تخریبی آن همانند افزایش سیل، تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی</p> <p>T9- آلودگی منابع آب‌وخاک و اقلیم منطقه نسبت به نواحی رقیب مانند ده بکری.</p> <p>T10- عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری در این نواحی</p>

همان‌طور که جدول ۷ نشان می‌دهد مستعدبودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری جهت استفاده از منابع طبیعی و انسانی منطقه و معرفی دلفارد به عنوان قطب گردشگری در سطح استان کرمان و اطراف جیرفت، محیط آرام و بدون آلودگی و آب‌وهوای مناسب جهت استراحت شهروندان خصوصاً در فصل گرم سال و تنوع محصولات کشاورزی و هم‌جواری محصولات سردسیری و گرمسیری مهم‌ترین نقاط قوت جهت توسعه گردشگری در منطقه ذکر شده‌اند. عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در این زمینه، عدم تمایل روستائیان به سرمایه‌گذاری در این زمینه به علت هزینه‌بر بودن این صنعت و نامناسب بودن تجهیزات و تأسیسات تفریحی و ... مهم‌ترین نقاط ضعف جهت توسعه گردشگری در این منطقه بوده‌اند.

جدول ۷- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) - روستا دلفارد (منبع: یافته‌های تحقیق)

ردیف	عوامل داخلی	ضریب اهمیت (۱)	رتبه (۱-۴)	نمره
۱	مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی توریسم جهت استفاده از منابع طبیعی و انسانی منطقه	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
۲	تنوع محصولات کشاورزی (محصولات سردسیری و گرمسیری در کنار)	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
۳	بازار مناسب جهت فروش محصولات کشاورزی و دامی به گردشگران	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۴	بالا بودن سطح آگاهی و سواد روستائیان و بالا بودن حس مشارکت و همکاری در بین روستائیان	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۵	وجود آداب و رسوم فرهنگی سنتی بومی و موسیقی بومی منطقه	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۶	مهمان‌نوازی و گرم بودن مردم منطقه با غریبه‌ها	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۷	وجود چشم‌انداز زیبا و منحصر به فرد در منطقه و حتی استان	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
۸	نزدیکی به مراکز جمعیتی از جمله جیرفت و بم	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۹	وجود ارتفاعات و قله‌های زیبا جهت کوهنوردی و فعالیت‌های ورزشی	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
۱۰	وجود رودخانه، چشمه‌های آبگرم، غارها و حیات وحش	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
۱۱	محیط آرام و بدون آلودگی و آب‌وهوای مناسب جهت استراحت شهروندان خصوصاً در فصل گرم سال	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
۱۲	وجود امکانات تفریحی مانند تله‌کابین و ...	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
۱۳	اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی توریسم (توسعه اقتصاد روستایی)	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
	جمع	۰/۵	-	۱/۶۶
۱	عدم تمایل روستائیان به سرمایه‌گذاری در این زمینه به علت هزینه‌بر بودن آن	۰/۰۶	۱	۰/۰۶
۲	عدم آشنایی مردم به صنعت توریسم	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
۳	عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در این زمینه	۰/۰۷	۱	۰/۰۷

۰/۰۵	۱	۰/۰۵	توزیع نامناسب گردشگران در فصول سال (تراکم زیاد در تابستان)	۴
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا	۵
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده در این نواحی	۶
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	نامناسب بودن خدمات رسانی و اطلاع رسانی به گردشگران	۷
۰/۰۶	۱	۰/۰۶	نامناسب بودن تجهیزات و تأسیسات تفریحی و ...	۸
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	عدم ایمنی مسیرهای رفت و آمد گردشگران در هنگام کوهنوردی و ...	۹
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	نامناسب بودن زیرساخت های محیطی و کالبدی (فاضلاب و سرپناه در هنگام وقوع باران و سیلاب)	۱۰
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	ناآشنایی روستائیان با گردشگران و عدم آموزش نحوه برخورد آن ها با گردشگران	۱۱
۰/۷	-	۰/۵	جمع	
۲/۳۶		۱	جمع قوت ها و ضعف ها	

فصلنامه سیاست های ابردی و کلان / سال دوم، شماره هشتم زمستان ۱۳۹۳

جدول ۸- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) - روستای دلفارد (منبع: یافته های تحقیق)

نمره	رتبه (۴-)	ضریب اهمیت	عوامل خارجی	رتبه
۰/۳۴	۴	۰/۰۶	توجه و سرمایه گذاری دولت در زمینه گردشگری	۱
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	انگیزه افراد و بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در این زمینه	۲
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	قرار گرفتن در حدفاصل بازارهای مهم گردشگری (ده بکری و راین).	۳
۰/۰۲	۴	۰/۰۵	افزایش زمینه های سرمایه گذاری بخش خصوصی به عنوان مکمل بخش دولتی و تنوع بخشی به اشتغال.	۴
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	بهره مندی از منافع اقتصادی ناشی از حضور مسافران بین راهی	۵
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	فراهم شدن زمینه تقویت فرهنگ بومی - محلی از طریق برقراریتعامل با گردشگران.	۶
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	توجه به بخش فرهنگ و تفریح از طرف سازمان ها و دستگاه های مرتبط	۷
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	بالا بودن فعالیت های فرهنگی در بین مردم به خصوص جوانان.	۸
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری	۹
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	نزدیکی به مراکز جمعیتی بزرگ مانند جیرفت و بم	۱۰
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	اقدام دهیاری جهت دفع عوامل آلاینده محیط زیست محدوده	۱۱
۰/۰۹	۳	۰/۰۲	قرارگیری منطقه ده بکری در نزدیکی این منطقه که باعث می شود گردشگران برای رفتن به آن از این مسیر عبور کنند.	۱۲
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	گرمای زیاد منطقه جیرفت باعث می شود در فصل گرما مردم به این منطقه روی آورند.	۱۳
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	افزایش توجه مسئولان کشور به توسعه روستایی با رویکرد اشتغال زایی و کسب درآمد.	۱۴

۰/۰۶	۳	۰/۰۲	وجود نیروهای متخصص و باتجربه در مجاورت منطقه	۱۵
۱/۷۴	-	۰/۵	جمع	
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	بالا رفتن قیمت زمین و بورس‌بازی و بالا رفتن هزینه‌های مالی جهت تجهیزات و تسهیلات گردشگری و مقرون‌به‌صرفه نبودن آن‌ها	۱
۰/۰۵	۲	۰/۰۳	ضریب ریسک‌پذیری بالای سرمایه‌گذاری در منطقه	۲
۰/۰۷	۱	۰/۰۷	ازبین رفتن فرهنگ سنتی و بومی منطقه(زبان، پوشاک، معماری و مسکن	۳
۰/۰۷	۱	۰/۰۷	ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران در منطقه نسبت به قبل	۴
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	عدم توجه به نیروهای جوان منطقه در زمینه اجتماعی، فرهنگی.	۵
۰/۰۶	۱	۰/۰۶	کمرنگ شدن سنت‌ها و آیین‌های گذشته به دلیل گذار جامعه از وضع سنتی به صنعتی که این امر می‌تواند در کمرنگ شدن پتانسیل‌های خاص هر منطقه در جهت تقویت گردشگری مؤثر باشد.	۶
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	عدم همگرایی و انسجام در تصمیم‌گیری نهادهای سازمان‌های دولتی در راستای توسعه گردشگری.	۷
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار تخریبی آن همانند افزایش سیل، تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی	۸
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	آلودگی منابع آب‌و خاک و اقلیم منطقه نسبت به نواحی رقیب مانند دهبکری.	۹
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری در این نواحی	۱۰
۰/۷۷	-	۰/۵	جمع	
۲/۵	۱		جمع فرصت‌ها و تهدیدها	

رتبه ۱: تهدید جدی رتبه ۲: تهدید عادی رتبه ۳: فرصت عادی رتبه ۴: فرصت استثنایی

با توجه به جدول (۸)، توجه و سرمایه‌گذاری دولت در زمینه گردشگری در روستای دلفارد، افزایش زمینه‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی به‌عنوان مکمل بخش دولتی، تنوع‌بخشی به اشتغال و انگیزه‌بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری، مهم‌ترین فرصت‌ها بوده‌اند. از بین رفتن فرهنگ سنتی و بومی منطقه(زبان، پوشاک، معماری و مسکن، درختان و پوشش گیاهی و طبیعت منطقه)، ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران در منطقه نسبت به قبل و بالا رفتن قیمت زمین و بورس‌بازی و بالا رفتن هزینه‌های مالی جهت تجهیزات و تسهیلات گردشگری و مقرون به صرفه نبودن آن‌ها، به‌عنوان مهم‌ترین تهدیدهای پیش روی گردشگری دلفارد ذکر شده‌اند.

۴. ماتریس چهار نقطه‌ای داخلی و خارجی (IE)

برای تجزیه و تحلیل هم‌زمان عوامل داخلی و خارجی از ابزاری به نام ماتریس داخلی و خارجی ۱ استفاده می‌شود. این ماتریس برای تعیین موقعیت سازمان مورد مطالعه(در این تحقیق روستای دلفارد) به کار می‌رود. به‌عبارت‌دیگر یک سازمان می‌تواند با استفاده از این ماتریس، وضعیت موجود خود را تعیین کند.

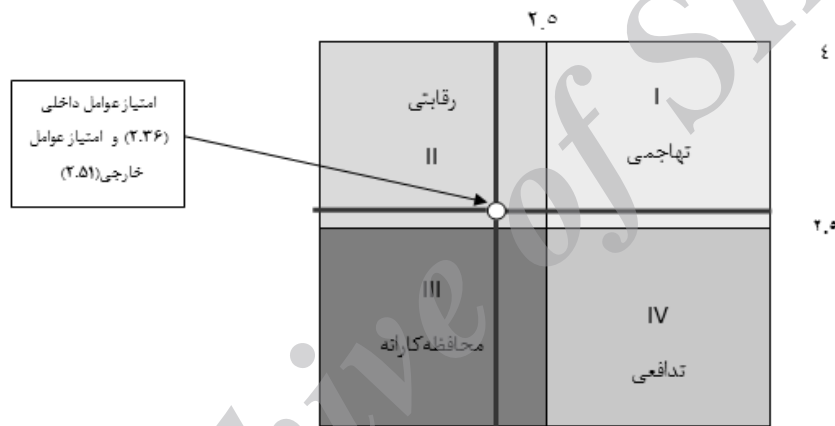
1. Internal & External (IE) matrix



برای تشکیل این ماتریس، سازمان بایستی نمرات حاصل ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی و خارجی را در ابعاد افقی و عمودی این ماتریس قرار دهد تا جایگاه سازمان یا کسب و کار در خانه‌های این ماتریس مشخص گردد و بتوان استراتژی مناسبی را برای آن اتخاذ نمود.

ماتریس مورد مطالعه در این تحقیق، از نوع چهارخانه‌ای است. در ماتریس چهارخانه‌ای این نمرات در یک طیف دو بخشی ضعیف (۱ الی ۲/۵) و قوی (۲/۵ الی ۴) تعیین می‌شوند.

همان‌طور که در نمودار نشان داده شده است، اگر موقعیت سازمان (روستای دلفارد) از حیث نمرات عوامل خارجی و داخلی در خانه I باشد، استراتژی تهاجمی (رشد و توسعه)، اگر در خانه II باشد، استراتژی رقابتی (نگهداری و حمایت بیرونی)، چنانچه در خانه III باشد استراتژی محافظه کارانه (نگهداری و حمایت درونی)، و بالاخره اگر در خانه IV باشد استراتژی تدافعی (برداشت، واگذاری، کاهش، انحلال) توصیه می‌شود.



شکل ۲- نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (منبع: یافته‌های تحقیق)

۴-۱. شناسایی استراتژی‌های ممکن

با عنایت به چهار دسته استراتژی احصا شده در ماتریس SWOT (شامل استراتژی‌های ST, WO, WT, SW) و با توجه به منطقه قرار گرفتن سازمان در ماتریس داخلی و خارجی، آن دسته از استراتژی‌ها را جهت ارزیابی و انتخاب در ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی برمی‌گزینیم که مربوط به منطقه تعیین شده در ماتریس داخلی و خارجی باشند. بدیهی است که بدین منظور ابتدا استراتژی‌هایی در نظر گرفته می‌شوند که با خانه مربوط به نقطه اصلی جایگاه سازمان در ماتریس داخلی و خارجی مطابقت داشته باشند، سپس مهم‌ترین استراتژی‌ها از خانه‌های مجاور (خانه‌های احتمالی مربوط به نقاط فرعی حاصل از لحاظ نمودن انحراف معیار نقطه اصلی) در نظر گرفته می‌شوند. به عبارتی دیگر، چون نقطه اصلی جایگاه سازمان در ماتریس داخلی و خارجی، در خانه II است و نقاط فرعی حاصل از لحاظ نمودن انحراف

معیار آن نیز تا حدودی در خانه‌های I و III قرار گیرند؛ این سازمان بایستی استراتژی‌های رقابتی و تهاجمی (یعنی استراتژی‌های دسته SO از استراتژی‌های SWOT) را در اولویت قرار دهد. همان‌طور که شکل (۲) نشان می‌دهد استراتژی اصلی برای توسعه گردشگری در این منطقه استراتژی رقابتی است (قدرت درونی، فرصت بیرونی) و به معنی نگهداری و حمایت بیرونی است.

۵. ارائه راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری روستایی

۵-۱. راهبردهای رقابتی (راهبرد مطلوب)

از آن‌جا که طبق نتایج مراحل قبل، راهبرد رقابتی بایستی به عنوان راهبرد اصلی توسعه گردشگری در این منطقه در نظر گرفته شود، ۳ راهبرد زیر جهت بهره‌برداری از فرصت‌ها به منظور توسعه گردشگری در منطقه دلفارذ ارائه می‌شود:

راهبرد اول

زمینه‌سازی برای حضور سرمایه‌گذاران خصوصی جهت سرمایه‌گذاری توسعه صنعت گردشگری منطقه (دولت بایستی خدمات مشاوره‌ای و زیربنایی مانند خدمات علمی، راه‌سازی و توسعه ارتباطات، بیمه، و مانند آن ارائه دهد و نقش تسهیل‌گری داشته باشد).

راهبرد دوم

زمینه‌سازی برای حضور فعال NGOها یا سازمان‌های غیردولتی مردمی. در اینجا نقش دولت حمایت از سازمان‌دهی و ایجاد این تشکل‌های مردمی می‌نماید. در واقع دولت با ارائه حمایت‌های مادی و معنوی از سازمان‌هایی که برخلاف سرمایه‌گذاران خصوصی، به دنبال سود زیاد نیستند نقش تسهیل‌گری و حمایت را به بهترین نحو انجام می‌دهد. مزیت این سازمان‌ها نسبت به بخش خصوصی در این است که سودهای اقتصادی کلان مدنظر آن‌ها نیست. از این رو نوعی تضمین اکولوژیکی (کاهش فشار بر منابع و سودجویی) و اجتماعی (عدم بروز نابرابری) ایجاد می‌شود.

راهبرد سوم

از آنجا که دولت نسبت به سازمان‌های خصوصی و غیرانتفاعی (NGO) اعتماد دارد، می‌تواند علاوه بر این که نوعی نقش تسهیل‌گری برای حضور این دو بخش ایفا نماید، مستقیماً برخی از امور مربوط به گردشگری منطقه را نیز بر عهده گیرد؛ که این اقدام موجب کم‌رنگ‌تر شدن نقش بخش خصوصی می‌شود. در این راهبرد هدف دولت به عنوان یک عامل بیرونی، سرمایه‌گذاری کلان در راستای استفاده بهینه از فرصت‌های بیرونی و قوت‌های داخلی است. دولت برای اینکه از بروز تمرکزگرایی جلوگیری نماید همواره سعی می‌کند در صورت تقویت بخش خصوصی و NGOها، نقش خود را کمتر نموده و زمینه استقلال و عدم تمرکز را ایجاد نماید.



۵-۲. تحلیل به کمک تکنیک SWOT (تهیه ماتریس کمی یا QSPM):

اکنون که مرحله کیفی تدوین راهبرد مطلوب برای توسعه گردشگری منطقه دلفارد به کمک تکنیک سوات به پایان رسید بایستی مرحله دوم (کمی) آن نیز انجام شود. این مرحله در راستای اولویت‌بندی راهبردها انجام می‌شود. در این تحقیق در راستای اولویت‌بندی راهبردهای ۳ گانه که در چارچوب استراتژی کلان رقابتی (و کمک گرفتن از استراتژی‌های تهاجمی) می‌باشند، بدین ترتیب عمل شد که، ابتدا هر کدام از عوامل درونی و بیرونی و به هر کدام از راهبردها نمره‌ای از ۱ تا ۵ اختصاص داده شد. این نمره سپس در وزن آن عامل ضرب شد و در نهایت امتیازی برای آن راهبرد تعیین گردید. مجموع امتیازاتی که عوامل درونی و بیرونی به هر کدام از راهبردها دادند معیار پژوهش، برای انتخاب راهبرد اولویت است. نتیجه این فرآیند نشان داد که امتیاز راهبرد اول (۴/۷۲)، امتیاز راهبرد دوم (۵/۶۰) و امتیاز راهبرد سوم (۷/۵۵) است. بنابراین راهبرد سوم جهت تقویت قوت‌ها و تضعیف ضعف‌های داخلی، بهره‌گیری از فرصت‌ها و در نهایت به حداقل رساندن تهدیدهای بیرونی بیشترین قابلیت را دارد.

جدول ۹- ماتریس کمی (QSPM) (منبع: یافته‌های تحقیق)

عوامل داخلی	وزن	نمره جذابیت به راهبرد اول	نمره جذابیت به راهبرد دوم	نمره جذابیت به راهبرد سوم
S ₁	۰/۰۶	۰/۱۲	۰/۱۸	۰/۲۴
S ₂	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۱	۰/۰۵
S ₃	۰/۰۳	۰/۰۶	۰/۱۲	۰/۰۶
S ₄	۰/۰۳	۰/۰۹	۰/۱۵	۰/۰۹
S ₅	۰/۰۳	۰/۰۶	۰/۰۹	۰/۱۲
S ₆	۰/۰۳	۰/۰۳	۰/۰۹	۰/۱۵
S ₇	۰/۰۴	۰/۰۸	۰/۰۸	۰/۱۲
S ₈	۰/۰۳	۰/۰۶	۰/۱۵	۰/۱۵
S ₉	۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۱۲
S ₁₀	۰/۰۴	۰/۰۸	۰/۱۲	۰/۱۶
S ₁₁	۰/۰۵	۰/۱	۰/۱	۰/۲
S ₁₂	۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۰۸
S ₁₃	۰/۰۳	۰/۰۶	۰/۰۹	۰/۰۹
W ₁	۰/۰۶	۰/۳	۰/۱۸	۰/۳
W ₂	۰/۰۴	۰/۰۸	۰/۱۶	۰/۱۲
W ₃	۰/۰۷	۰/۳۵	۰/۲۱	۰/۲۸
W ₄	۰/۰۵	۰/۱	۰/۲	۰/۲۵
W ₅	۰/۰۴	۰/۰۸	۰/۱۲	۰/۲

۰/۱۶	۰/۱۲	۰/۰۸	۰/۰۴	W۶
۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۰۳	W۷
۰/۱۸	۰/۱۲	۰/۰۶	۰/۰۶	W۸
۰/۱۵	۰/۰۹	۰/۰۶	۰/۰۳	W۹
۰/۲	۰/۱۶	۰/۰۸	۰/۰۴	W۱۰
۰/۱۵	۰/۱۲	۰/۰۶	۰/۰۳	W۱۱
۳/۶۸	۲/۸۹	۲/۷۲		امتیاز عوامل داخلی به هر راهبرد
۰/۳	۰/۱۸	۰/۱۲	۰/۰۶	O۱
۰/۰۹	۰/۱	۰/۲۵	۰/۰۵	O۲
۰/۱۸	۰/۱۲	۰/۰۹	۰/۰۳	O۳
۰/۲	۰/۱	۰/۲۵	۰/۰۵	O۴
۰/۱۶	۰/۰۸	۰/۰۴	۰/۰۴	O۵
۰/۱۶	۰/۰۸	۰/۰۸	۰/۰۴	O۶
۰/۱۵	۰/۰۹	۰/۰۳	۰/۰۳	O۷
۰/۰۸	۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۰۲	O۸
۰/۱	۰/۰۹	۰/۰۶	۰/۰۲	O۹
۰/۱۵	۰/۱۲	۰/۰۶	۰/۰۳	O۱۰
۰/۱۲	۰/۰۹	۰/۰۳	۰/۰۳	O۱۱
۰/۱	۰/۰۸	۰/۰۶	۰/۰۲	O۱۲
۰/۱۲	۰/۰۹	۰/۰۳	۰/۰۳	O۱۳
۰/۱۵	۰/۱۲	۰/۰۶	۰/۰۳	O۱۴
۰/۱	۰/۱	۰/۰۶	۰/۰۲	O۱۵
۰/۲۵	۰/۱	۰/۰۵	۰/۰۵	T۱
۰/۱۵	۰/۱۲	۰/۰۶	۰/۰۳	T۲
۰/۱۴	۰/۱۴	۰/۱۴	۰/۰۷	T۳
۰/۲۸	۰/۲۱	۰/۰۷	۰/۰۷	T۴
۰/۱۶	۰/۱۶	۰/۰۸	۰/۰۴	T۵
۰/۱۸	۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۰۶	T۶
۰/۱۲	۰/۰۸	۰/۰۴	۰/۰۴	T۷
۰/۱۵	۰/۱	۰/۱	۰/۰۵	T۸
۰/۲	۰/۱۶	۰/۰۸	۰/۰۴	T۹
۰/۰۸	۰/۰۸	۰/۰۴	۰/۰۴	T۱۰
۳/۸۵	۲/۷۱	۲		امتیاز عوامل خارجی به هر راهبرد
۷/۵۵	۵/۶۰	۴/۷۲		جمع کل

۶. نتیجه‌گیری

در چند دهه‌ی گذشته و به ویژه در دو دهه‌ی اخیر گردشگری به عنوان ابزاری برای کمک به توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی مورد توجه بسیاری از متخصصان توسعه‌ی روستایی و دولت‌ها قرار گرفته است. در شرایطی که بخش کشاورزی و معیشت سنتی بیشتر نواحی روستایی با رکود مواجه شده، متنوع سازی اقتصاد نواحی روستایی از طریق گسترش انواع فعالیت‌ها از جمله توسعه‌ی هدفمند و برنامه ریزی شده گردشگری می‌تواند با ایجاد روندهای مثبت در ابعاد مختلف زمینه بازساخت مطلوب نواحی روستایی در جهت توسعه‌ی پایدار را فراهم سازد. در ایران نیز طی سال‌های اخیر به ویژه در دهه‌ی ۱۳۸۰ شمسی، گردشگری روستایی از موضوع‌هایی به شمار می‌آید که روند رو به رشدی از نظر کمی و کیفی در پژوهش‌های علمی - آکادمیک متخصصان توسعه‌ی روستایی یافته است. به نظر می‌رسد این وضعیت بیشتر از رشد ادبیات علمی جهان در زمینه اشکال مختلف توسعه‌ی گردشگری در نواحی روستایی تأثیر پذیرفته است؛ که خود مورد نقد برخی از منتقدان و صاحب‌نظران در زمینه توسعه‌ی روستایی است. زیرا به نظر می‌رسد حجم مطالعات انجام شده و یا در حال انجام با عینیت‌های موجود در زمینه گردشگری روستایی در نواحی روستایی ایران همخوانی چندانی ندارد، زیرا هنوز گردشگری بخش قابل توجهی در ساختار بخش اقتصاد روستایی ایران شناخته نمی‌شود. با وجود همه این بحث‌ها و انتقادات، درباره‌ی آنچه که به روشنی در این زمینه آشکار است می‌توان گفت: پیش زمینه‌های ذهنی این پدیده در حال شکل گیری است و قلمرو متنوع جغرافیای روستایی ایران از ظرفیت‌ها و توان‌های مناسبی در این زمینه برخوردار است. بنابراین، پذیرش و اختصاص جایگاه مناسب به موضوع گردشگری روستایی در سطوح برنامه‌ریزی‌های کلان ملی، منطقه‌ای و محلی همگام با دیگر برنامه‌های توسعه‌ی پایدار روستایی، می‌تواند به‌عنوان بخشی اثرگذار، به‌ویژه از نظر اقتصادی، پیامدهای عینی و قابل توجهی در بازساخت بهینه جغرافیای روستایی کشور به بار آورد. با توجه به مقیاس‌ها و سطوح برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری لازم است برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری روستایی نیز در سه سطح شامل برنامه‌های ملی (کلان)، برنامه‌های منطقه‌ای و برنامه‌های محلی مورد توجه قرار گیرد. البته هر مقیاس و سطح برنامه‌ریزی وظیفه و جایگاه خاص خود را خواهد داشت. در سطح ملی تدوین سیاست‌های کلان توسعه‌ی گردشگری روستایی با رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی وظیفه‌ی برنامه‌ی ملی است. این سیاست‌ها می‌تواند راهنمای برنامه‌ها و طرح‌های منطقه‌ای و محلی در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری روستایی باشد. در سطح منطقه‌ای در چارچوب برنامه‌های توسعه‌ی استان‌ها، برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری با رویکرد ساختاری تهیه شود؛ با در نظر گرفتن این موضوع که برنامه‌ها و نیز طرح‌های منطقه‌ای در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری روستایی بر اساس سیاست‌های کلان ملی توسعه‌ی گردشگری روستایی هدایت‌گر برنامه و طرح‌های محلی در این زمینه باشند. یکی از ویژگی‌های روستاهای ایران شباهت آنها از لحاظ طبیعی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی است که این ویژگی باعث تسهیل برنامه‌ریزی برای این مناطق می‌شود زیرا با برنامه‌ریزی برای یکی از روستاها می‌توان نتایج آن را به کلیه روستاهای مشابه آن در سطح کشور تعمیم داد. یکی از مناطق روستایی که نیازی مبرم به برنامه‌ریزی گردشگری دارد روستای دلفارد است. منطقه دلفارد از

دره‌های زیبای کوهستانی تشکیل شده است که جاده کرمان-جیرفت از آن می‌گذرد، به‌ویژه در فصل بهار و تابستان که هوای مناطق اطراف بسیار گرم می‌شود، دلفارد هوای بسیار خنک و دلپذیری دارد، رودخانه‌ها و آبشارهای زیبا دارد. در مجموع استعدادهای این منطقه به لحاظ قابلیت‌های گردشگری بسیار بالاست.

در بین نقاط قوت در منطقه، عوامل محیطی مانند چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه باغات، فضای سبز، چشمه‌های معدنی و تنوع محصولات به‌عنوان مهم‌ترین مزیت این نواحی جهت توسعه گردشگری به حساب می‌آید. به منظور استفاده بهینه از این عوامل، بایستی تأکید بر برنامه‌های توسعه گردشگری طبیعی، اکوتوریسم و ژئوتوریسم باشد. همچنین با توجه به نتایج بدست آمده، عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در این منطقه، نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی و گردشگری و عدم تمایل روستائیان این منطقه جهت سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری به دلیل هزینه‌بر بودن این صنعت، نقاط ضعف اصلی پیش روی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در منطقه هستند. توجه دولت به توسعه گردشگری منطقه و تمایل بخش خصوصی و سازمان‌های تعاونی و غیرانتفاعی (به‌عنوان مکمل بخش دولتی) به سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری منطقه مهم‌ترین فرصت‌های بیرونی می‌باشند. از بین تهدیدهای خارجی نیز از بین رفتن فرهنگ سنتی و بومی منطقه (زبان، پوشاک، معماری و مسکن)، تخریب زمین‌های کشاورزی، مزارع روستایی، از بین بردن محیط‌زیست روستائیان توسط گردشگران و افزایش تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران به منطقه به‌عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی قلمداد می‌شود.

به‌طور خلاصه نتایج تحلیلی تحقیق نشان داد متناسب با وضعیت عوامل داخلی و خارجی در منطقه، راهبرد کلان مطلوب، راهبرد رقابتی با نگاه به راهبرد تهاجمی است. نتایج ماتریس کمی (QSPM) نیز نشان داد راهبرد سوم بیشترین قابلیت را دارد تا قوت‌های داخلی را به بهترین وجه تقویت کند، فرصت‌های بیرونی را مورد استفاده قرار دهد، ضعف‌ها را کاهش دهد و تأثیر تهدیدها را به حداقل ممکن برساند. طبق این راهبرد، دولت به سازمان‌های خصوصی و غیرانتفاعی (NGO) اعتماد زیادی دارد و خود علاوه بر این که نقش تسهیل‌گری برای حضور این دو بخش انجام می‌دهد مستقیماً خیلی از امور مربوط به گردشگری منطقه را برعهده می‌گیرد و نقش بخش خصوصی را کاهش می‌دهد. دولت برای اینکه از بروز تمرکزگرایی جلوگیری نماید همواره سعی می‌کند در صورت تقویت دو بخش خصوصی و NGOها، نقش خود را کمتر نموده و زمینه استقلال و عدم تمرکز را ایجاد نماید.

با توجه به موارد گفته شده در مجموع می‌توان نتیجه گرفت، اگر هدف از توسعه گردشگری روستایی، پایداری و ایفای نقش مثبت در زندگی مردم روستا است، نیازمند تعیین و توسعه راهکارهای بومی و خاص با توجه به مدیریت محیط‌زیست، توسعه مشارکت محلی، قوانین صریح و محکم، بازاریابی پایدار و برنامه‌ریزی واقع‌بینانه است. دولت بایستی این منطقه را در عمل، تبدیل به یک منطقه نمونه گردشگری کند، نقش تسهیل‌گری داشته باشد و به‌ویژه از طریق توسعه زیرساخت‌ها و ارائه خدمات علمی و مشاوره‌ای، در سطح بالایی به حمایت مادی، اجتماعی-انتظامی و معنوی بپردازد. مشکل اصلی که در

حال حاضر وجود دارد این است که در برنامه‌ها و طرح‌های ملی و منطقه‌ای جایگاه گردشگری روستایی بسیار ضعیف و نارساست و فقدان سیاست‌های راهبردی و ساختاری در آن‌ها برای راهبری برنامه‌ها و طرح‌های توسعه‌ی گردشگری در سطح محلی کاملاً مشهود است. از طرف دیگر طرح‌ها و پروژه‌هایی که در سطح محلی برای توسعه‌ی گردشگری روستایی تهیه و اجرا می‌شوند، از وجود سیاست‌های راهبردی و ساختاری محرومند. بنابراین، ارتباط مناسب بین برنامه‌ها و طرح‌های ملی و منطقه‌ای و محلی در زمینه توسعه‌ی گردشگری روستایی با رویکرد برنامه‌ریزی از پایین به بالا و مشارکتی ضروری است. موضوع مهم دیگر ایجاد ساختار و تشکیلات مناسب برای توسعه‌ی گردشگری روستایی در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی است که لازمه‌ی آن تقسیم کار و هماهنگی مناسب میان همه‌ی سطوح برنامه‌ریزی است. همچنین با توجه به ماهیت بین بخشی و چند بخشی برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری، نگرش یکپارچه و جامع در این زمینه ضروری است.

در ادامه با توجه به نتایج این مقاله سیاست‌های راهبردی زیر جهت توسعه پایدار گردشگری در مناطق روستایی و توسعه پایدار روستایی در افق برنامه ششم توسعه ارائه می‌گردد:

- استراتژی توسعه، تکمیل و متنوع سازی فعالیت‌ها و خدمات گردشگری جهت افزایش جذب گردشگران تازه وارد
- توسعه کسب و کارهای محلی گردشگری و جلوگیری از نشستی سرمایه‌ها به بیرون از روستا
- حفاظت و صیانت از منابع محیطی، فرهنگی و جاذبه‌ها (دستیابی به پایداری منابع)
- توانمندسازی جوامع مقصد گردشگری (دستیابی به پایداری انسانی)
- توسعه و ساماندهی زیرساخت‌ها، خدمات، و تجهیزات مورد نیاز گردشگری
- بازنگری در قوانین و مقررات جهت کنترل ساخت و سازهای غیراصولی در زمینه‌های کشاورزی و حریم رودخانه و استفاده بهینه از جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب، آلودگی و از بین رفتن این منابع
- تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در جهت توسعه زیرساخت‌ها و متنوع سازی جاذبه‌ها و خدمات گردشگری.

منابع

- اشتری مهرجردی، اباذر (۱۳۸۳)، *اکوگردشگری و پایداری: تعاریف، جنبه‌ها و ویژگی‌های آن، ماهنامه اجتماعی اقتصادی جهاد، دوره ۵، شماره ۳.*
- امیریان، سعید (۱۳۸۷)، *قوانین ومقررات تسهیل کننده سرمایه گذاری در بخش گردشگری ایران، چاپ اول. تهران: انتشارات نورعلم.*
- پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۵)، *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*، تهران: سمت.
- پورجعفر، محمدرضا، محمودی نژاد، هادی، ایلاک، شاهین و عاقبت‌بخیر، حامد (۱۳۹۱)، *فراتحلیلی از ارزیابی رویکردهای توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر تحلیل عوامل راهبردی سوات، علوم و تکنولوژی محیط‌زیست، دوره ۱۴، ش ۲، ۶۱-۷۹.*
- خاتون‌آبادی، سید احمد و راست‌قلم، مهدی (۱۳۹۰)، *سنجش ارکان چهارگانه گردشگری روستایی با استفاده از تکنیک سوات، اقتصاد و توسعه کشاورزی، جلد ۲۵، ش ۳، ۳۳۸-۳۳۰.*
- خانه بهداشت و شورای اسلامی روستای مرکزی دلفار، ۱۳۹۳.
- راست قلم، مهدی. خلیل مقدم، بیژن و حیدری، رسول (۱۳۸۸) *بررسی مزیت‌ها و محدودیت‌های توسعه کانون‌های گردشگری با تحلیل سوات. فصلنامه مطالعات جهانگردی. شماره ۱۱ و ۱۲.*
- رجبی، آریتا (۱۳۸۶)، *بررسی و تحلیل توان‌های محیطی گردشگری روستای فرومد شاهرود، آمایش سرزمین، شماره ۲.*
- رحیمی، حسین (۱۳۸۱)، *جهانگردی روستایی و قلمرو آن: ماهنامه سیاسی-اقتصادی، ش ۱۸۶-۱۸۵.*
- رضوانی، محمدرضا و صفایی، جواد (۱۳۸۴)، *گردشگری و تأثیر آن بر خانه‌های دوم در مناطق روستایی: تهدید یا فرصت، پژوهش‌های جغرافیایی، ش ۵۴، ۱۲۱-۱۰۹.*
- رکن‌الدین‌افتخاری، عبدالرضا، قادری، اسماعیل (۱۳۸۱)، *نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی، مجله مدرس، دوره ۶، شماره ۲.*
- رکن‌الدین‌افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، داوود (۱۳۸۵)، *راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک، مجله مدرس، دوره ۱۰، شماره ۲.*
- رکن‌الدین‌افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، داوود (۱۳۸۳)، *مفاهیم برنامه‌ریزی در ایران با تأکید بر برنامه‌ریزی روستایی، مجموعه مقالات سمینار جامعه‌شناسی و توسعه، ج دوم، تهران: سمت ۵۱-۴۷.*
- سبکبار، حسنعلی فرجی، مطیعی لنگرودی و یداللهی فارسی، جهانگیر (۱۳۹۱)، *رتبه‌بندی زمینه‌های توسعه گردشگری در نواحی روستایی، پژوهش‌های روستایی، سال ۳، ش ۱، ۲۶-۱.*
- ضرغام بروجنی، حمیدرضا و شالبلیان، علی اصغر (۱۳۹۲)، *سیاست‌های گردشگری کشورها (مطالعه تطبیقی)*، تهران: مهکامه.

Beeton, S. (2006). *Community Development through Tourism*, Landlinks Press.



- Gartner, W. C. (2006). **Planning and Management of Lake Destination Development: Lake Gateways in Minnesota**, In: Colin Michael Hall and Tuija Härkönen, *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View Publications.
- Hall, C. M. and Page, S. J. (2002). **The geography of tourism and recreation: environment, place and space**, Third edition, Routledge.
- De la Torre, M. Genoveva Millán Vázquez, Trechera Herreros, Jose Luis & Morales Fernández , Emilio. (2012), **Rural Tourism as an Alternative to the Development for Rural Areas and the Creation of Employment**, *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 2 No. 20, 162-175.
- El Hanandeh, ali (2013), **Quantifying the Carbon footprint of religious tourism: the case of Hajj**, *Journal of cleaner production*, vol. 3, No. 5, Pp. 1-8.
- Higgins-Desbiolles, Freya (2008), **more than an industry: the forgotten power of tourism as a social force**, School of management, university of south Ausralian, Vol.27, PP. 1192-1208.
- Kim, MJ-Kyund. (۲۰۰۵), **Determinants of Rural Tourism and Modeling Rural Tourism Demand in Korea**, , *Journal of cleaner production*, vol. 3, No. 9, Pp. 1-11.
- Knowd, Ian (2001), **Rural Tourism: Panacea And Paradox, Lecturer in Tourism Studies**, School of Environment and Agriculture, University of Western Sydney.
- Koster, R. L., Harvey, L. and Agnew, K. (2010). **Frolicking in the Fringe: An Assessment of the State of Exurban Tourism in Canada**. In: Kenneth B. Beesley, *The Rural-Urban Fringe in Canada: Conflict and Controversy*, Rural Development Institute, Political Science.
- Lane, B. (1994). **What is rural tourism**, *Journal of Sustainable Tourism*, 2: 721.
- Lane, B. (2009). **Rural tourism: An overview**, In: Tazim Jamal, Mike Robinson, *The Sage Handbook of Tourism Studies*, SAGE Publications Ltd.
- Murdoch, J., & Miele, M., (1999), **Back to Nature: Changing Worlds of Production in The Food Sector**. *Sociologia Ruralis*, 36, 465-483.
- Roberts, L. and Hall, D. (2001). **Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice**, CABI.
- Sharpley, J.R. (1997), **Rural tourism: an introduction**, ITP, LONDON,
- Sharply, R. (2002), **Rural tourism and challenge of tourism diversification: the case of Cyprus**, *tourism management*, vol23(3), 233-244.
- Timothy, D. J. (2005). **Rural Tourism Business: A North American Overview**. In: Derek Hall, Irene Kirkpatrick, and Morag Mitchell, *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View Publications.

Projection of the Strategic planning of Iran rural tourism development

Ali Hajinejad¹, Aboozar Paidar², Fatemeh Bagheri³, Naser Abdi⁴

Received: 11 November 2014

Accepted: 16 February 2015

Today, tourism has become one of the most important economic sectors in many countries and governments have used various policies to develop tourism and its subsectors at different scales from local to national level. In the past decades especially since 1990s, experts and planners continuously have focused on the importance of rural tourism development due to the recession of agriculture sector and problems facing to the rural societies. In this regard, Iran With the plenty of attractions in rural areas can exploit from this great potential to improve itself economic situation. Therefore, this paper pays the general situation of rural tourism in Iran, and in particular with using of the quality and quantity steps (QSPM) in SWOT technique to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats for rural tourism development of Iran especially for Dalfard. The method used in this research is survey and field studies method (130 samples from the tourists and residents population). This research able to present the appropriate strategies for Dalfard tourism development and because many villages in Iran are similar Dalfard in view of natural, cultural, social and economic features, we can generalize its results to others. The results indicate that the strength points of this region are over the weaknesses, so we hope to develop tourism in this region by application of the proposed approach. Favorable macro strategy proposed by this research is competitive strategy (with a total score of internal and external factors: 36/2 and 51/2). Also the result of quantity matrix is the third sub-strategy (with a score of 55/7) that focus on combining of the active participation of government to strengthen the private sector and NGOs.

Key words: *tourism development strategy, Iran rural tourism, SWOT model, quantity Matrix(QSPM).*

¹ - Associate professor of Department of Geography, School of Geography and Environmental Planning, University of Sistan and Baluchestan

² - Ph.D. in Geography and Rural Development, Lecturer of Geography Department, School of Geography and Environmental Planning of Sistan and Baluchestan University

³ - Ph.D. Student in Tourism Management, University of Allameh Tabatabai

⁴ - M.A. Tourism Planning, University of Sistan and Baluchestan