

The Investigating of Factors on Rural Tourism Management Strategy by Using SWOT Technique and QSPM Matrix in Kermanshah Province

ABDOLMOTALEB REZAEI^{1*} AND SARA JLILIAN²

1, Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agricultural Economics and Development, University of Tehran, Karaj, Iran

2, PhD. Student, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agricultural Economics and Development, University of Tehran, Karaj, Iran

(Received: Jan. 21, 2018- Accepted: Mar. 12, 2019)

ABSTRACT

The present paper was done by using of survey method, field studies and determining strengths, weaknesses, opportunities and threats method (SWOT) to provide strategies for sustainable development of tourism in rural areas of Kermanshah province. For this purpose, at the first, the internal and external factors affecting on rural tourism management in Kermanshah province were identified and in the next step, the QSPM matrix was analyzed and formulated. The validity of the research tool was confirmed by the experts and its reliability was calculated by the Cronbach's alpha coefficient. The survey population included 50 persons of experts and managers of the Cultural Heritage and Tourism Organization of the Kermanshah province, that 17 person of them were purposely selected. Findings of the research showed that among the four strategies in order to develop rural tourism from the point of view of statistical population, offensive strategies are the most appropriate strategy. According to the results of the quantitative strategic matrix, we can consider the following strategies in order to manage the more effective rural tourism. The priority order of strategies is based on the overall weight and weight of those in modification and motion toward sustainable development. For example, "review for optimal and objective use of tourism benefits" strategy has a high appeal in terms of implementation of sustainable rural tourism management. Also, the results showed that according to the managers and experts views, the central strategy is a revision strategy with 3.61 score (WO).

Keywords: Rural Tourism, SWOT, Sustainable Tourism, Kermanshah province

بررسی عوامل راهبردی مدیریت گردشگری روستایی با استفاده از تکنیک SWOT و تشکیل ماتریس QSPM در استان کرمانشاه

عبدالمطلب رضایی^{۱*} و سارا جلیلیان^۲

۱، استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران
 ۲، دانشجوی دکتری گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران
 (تاریخ دریافت: ۹۶/۱۱/۱ - تاریخ تصویب: ۹۷/۱۲/۲۱)

چکیده

مقاله حاضر با استفاده از روش پیمایش، مطالعات میدانی و تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به شیوه SWOT به ارائه راهبرد در جهت توسعه پایدار گردشگری در مناطق روستایی کرمانشاه پرداخته است. به این منظور ابتدا نسبت به شناسایی عوامل درونی و بیرونی تاثیرگذار بر مدیریت گردشگری روستایی استان کرمانشاه اقدام و در مرحله‌ی بعد به تجزیه و تحلیل و تدوین راهبرد موردنظر با استفاده از ماتریس QSPM پرداخته شد. رویی ابزار تحقیق با استفاده از نظر کارشناسان تایید و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. جامعه مورد بررسی شامل کارشناسان و مدیران سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان به تعداد ۵۰ نفر بود که ۱۷ نفر از آنان به طور هدفمند انتخاب گردیدند. یافته‌های تحقیق نشان داد از میان راهبردهای چهارگانه برای توسعه‌ی گردشگری روستایی از نظر جامعه آماری مورد مطالعه راهبردهای تهاجمی مناسب‌ترین راهبرد می‌باشد. با توجه به نتایج ماتریس کمی راهبردی می‌توان راهبردهای ذیل را به منظور مدیریت هرچه موثرتر گردشگری روستایی در نظر گرفت. ترتیب اولویت راهبردها براساس میزان و وزن کلی آنها در اصلاح و حرکت به سمت توسعه‌ی پایدار است. برای نمونه راهبرد "بازنگری جهت استفاده بهینه و هدفمند از منافع گردشگری"، جذابیت بالایی به لحاظ اجرای مدیریت گردشگری پایدار روستایی دارد. همچنین نتایج نشان داد که بنابر نظر مدیران و کارشناسان، راهبرد اصلی شناسایی شده، راهبرد بازنگری (WO) با نمره ۳/۶۱ می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری روستایی، SWOT، گردشگری پایدار، استان کرمانشاه.

مقدمه

توسعه و محرومیت‌زدایی به شمار می‌رود (جاهدی، ۱۳۸۶: ۳)، گردشگری یکی از امیدبخش‌ترین فعالیت‌هایی است که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد می‌شود.

گردشگری جایگاه خاصی را در اقتصاد کشورها داشته، نقش فعال و موثری در ارتقای ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها به خصوص کشورهای در

امروزه گردشگری به عنوان بخشی از کسب و کار روستایی، ابزاری برای ارتقای کیفیت زندگی حیات اقتصادی جوامع روستایی به شمار می‌رود (Somoni- Qutb Abadi et al, 2017). در چارچوب طرح‌های آمایشی یا کالبدی، اعم از ملی، منطقه‌ای یا محلی؛ گردشگری به عنوان یکی از ابزارها و مولفه‌های مهم

تعامل با جاذبه‌های طبیعی فوق می‌باشند، در ارتباط می‌باشد؛ ۴- گردشگری دهکده‌آبی: در این نوع گردشگری، گردشگران در خانوارهای دهکده زندگی کرده و در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی روستا مشارکت می‌کنند؛ ۵- گردشگری کشاورزی: در این نوع گردشگری، گردشگران بدون ایجاد پیامدهای منفی روی اکوسیستم مناطق میزبان یا فعالیت‌های سنتی کشاورزی در تعامل می‌باشند و یا در آن مشارکت می‌کنند (Rokn al-Din Eftekhari, AS. R And Mahdavi, 2006:5). در جهان پرتلاطم کنونی، روستاها به کانون تردد انسان‌هایی بدل شده‌اند که برای فرار از زندگی پرهیاهوی شهری و زندگی ماشینی، به روستاها سفر می‌کنند. امروزه، با توجه به دامنه تقاضا و نیازهای محیط روستایی، گردشگری روستایی رو به توسعه گذاشته است و روز به روز بر اهمیت و جاذبه خاص آن افزوده می‌شود (Heidari Sarban, 2015).

اکثر کشورهای جهان گردشگری روستایی را به عنوان راهبردی نوین برای توسعه اجتماعی-اقتصادی، احیا و بازسازی نواحی روستایی مدنظر قرار داده‌اند (Su, 2011). این امر به ویژه در کشورها و مناطقی که گزینه‌های محدودی برای توسعه دارند، مورد توجه قرار گرفته است. در اقتصاد ایران نیز گردشگری روستایی می‌تواند با توجه به گوناگونی محیطی و مزیت‌های نسبی موجود در آن به عنوان یکی از عرصه‌های تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی مد نظر قرار گیرد. در شرایطی که بسیاری از فعالیت‌های اقتصاد روستایی و سطح درآمد کشاورزی، طی دهه‌های اخیر دچار افول شدید شده و افزایش نرخ بیکاری و در نتیجه خروج نسل جوان و تحصیل‌کرده از جامعه روستایی، توسعه روستاها را با مخاطره انداخته است، اگر توسعه گردشگری به طور کامل در نواحی روستایی طرح‌ریزی شود، می‌توان تا حدودی این مناطق را از رکود و انزوا خارج کرد و موجب گسترش توسعه روستایی و کشاورزی باشد (Motaie Langroudi and Heidari, 2013).

بنابراین یکی از ضرورت‌های مورد توجه در توسعه روستایی تضمین استمرار معیشت، ایجاد اشتغال و افزایش درآمد در جوامع روستایی از طریق اتخاذ

حال توسعه باز می‌کند (محمدی، ۱۳۸۴؛ ۲۵). توسعه گردشگری می‌تواند از تک محصولی بودن کشور جلوگیری کرده و کمک بزرگی به توسعه اقتصادی به دنبال آن توسعه پایدار کشور کند. مهم‌ترین هدف گردشگری توسعه اقتصادی و اجتماعی نواحی مقصد است (Pourahmad et al, 2015).

به تعبیر اغلب محققین حوزه گردشگری، این صنعت در میان سایر صنایع بعد از نفت، دومین صنعت و در عین حال سریع‌ترین نرخ رشد را دارد و از این رو تنوع محصولات و مقاصد گردشگری، از نتایج این فرایند محسوب می‌شود (Imanty Fshlaq, SA. And Hashemi, 2009). از سوی دیگر، امروزه گردشگری به عنوان یکی از متنوع‌ترین صنایع دنیا مطرح و رشد سریع آن تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی فراوانی را به دنبال داشته است و به همین دلیل نیز به یک حوزه مهم مطالعاتی بین پژوهشگران مبدل شده است. گردشگری نقش مهمی در ترغیب سرمایه‌گذاری در ایجاد زیرساخت‌ها، درآمدزایی برای دولت و اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم در سراسر دنیا داشته است (Taghavi and Pour Soleimani, 2009) و یکی از بزرگترین صنایع در جهان است و همچنین مهم‌ترین منبع درآمد، اشتغال و ثروت در بسیاری از کشورهاست، اما برای این که بتواند به این رشد سریع و نقش مؤثر خود در زمینه تولید درآمد و اشتغال ادامه دهد و به نیازهای متنوع بازار پاسخ مناسب دهد، نیازمند تلفیق با نوآوری و کارآفرینی است (Lordkipanidze et al., 2005).

تفاوت رویکردها نسبت به گردشگری ریشه در نظریات کارشناسان رشته‌های متفاوت از مفهوم گردشگری دارد. با توجه به اهداف و انگیزه گردشگران از مسافرت، گردشگری روستایی به پنج دسته تقسیم می‌شود؛ ۱- گردشگری طبیعی؛ به‌طور عمده در تعامل با جاذبه‌های اکولوژیکی قرار دارد؛ ۲- گردشگری فرهنگی: مرتبط با فرهنگ، تاریخ، میراث فرهنگی و باستانی مردم روستایی است؛ ۳- گردشگری بومی: نوعی از گردشگری است که علاوه بر تعامل با جاذبه‌های طبیعی (همانند رودخانه، کوهستان‌ها و مانند آن) بازندگی و هنجارهای اجتماعی مردم که خود نیز در

پایداری محیط زیست، اجتماع و اقتصاد نواحی روستایی مطرح شد (Sharpley and Vass, 2006) که می‌تواند نقش مهمی در پایداری اقتصادی از طریق کاهش فقر روستایی، توزیع درآمد، ثروت و منابع اقتصادی و معیشت پایدار ساکنان محلی، پایداری محیطی با معیارهایی مانند مشارکت در حفظ طبیعت و پایداری اجتماعی- فرهنگی از طریق توانمندسازی و مشارکت فعالانه مردم در توسعه داشته باشد.

استان کرمانشاه بر روی کمربند زاگرس مرتفع واقع شده است که بیش از ۸۲ درصد مساحت آن کوهستانی و کوهپایه‌ای است. به واسطه چنین شرایطی ۷۵ درصد سکونت‌گاه‌های روستایی استان در مناطق کوهستانی و کوهپایه‌ای قرار دارند. این ویژگی طبیعی استان کرمانشاه را نسبت به سایر استان‌های کشور از نظر چشم‌انداز طبیعی متمایز ساخته است. وجود آب و هوای مطلوب استان زمینه جذب گردشگران را از سایر استان‌ها فراهم کرده است. اگر گردشگری روستایی به نحوی مناسب و برنامه‌ریزی شده و منطبق با معیارهای زیست محیطی مدیریت گردد، می‌تواند محرکی در فرایند توسعه یافتگی و حصول به پایداری توسعه در نواحی روستایی و نیز پایداری جوامع محلی در کلیه بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و همچنین خود فعالیت گردشگری باشد (Bahrami, 2010).

موقعیت جغرافیایی شهرستان کرمانشاه از جهات گوناگون می‌تواند باعث ایجاد مساعدتهایی برای توسعه و رشد آن شود. استقرار آن در یک موقعیت مرزی، که دروازه‌ی غرب ایران با سرزمین حاصلخیز بین‌النهرین محسوب می‌شود، اما تنها واقع شدن در یک استان مرزی نمی‌تواند دلیل اهمیت و توسعه فیزیکی آن باشد، بلکه همراهی و همگامی سایر عوامل می‌تواند موجب توسعه‌ی استان شود. از این عوامل همراهی‌کننده می‌توان به قدمت تاریخی که به علت دارا بودن شرایط مساعد اقلیمی و زیست‌محیطی از دوران پیش از تاریخ به عنوان یکی از استقرارگاه‌های بشری مورد توجه بوده که نتیجه حاصل از کاوش‌های باستان‌شناسی در این مکان حاکی از این مطلب است. در استان کرمانشاه

راهبردی در چابوب الگوهای توسعه پایدار با هدف متنوع‌سازی فعالیت‌های اقتصادی، پایداری معیشت و امنیت اقتصادی و افزایش بهره‌وری و کارایی از ظرفیت‌های بالقوه در نواحی روستایی می‌باشد (Kremen and Miles, 2012).

تجربه نشان داده است که هرکجا گردشگری بدون برنامه‌ریزی و راهبرد مشخص توسعه‌یابد مشکلات، از فواید آن بیشتر است. بنابراین با برنامه‌ریزی و نظارت بیشتر بر گردشگری روستایی و با رویکرد توانمندسازی روستایی جهت برخورداری از معیشت پایدار و بهبود کیفیت زندگی می‌توان فرصت‌هایی جهت توسعه روستایی خلق نمود (Bomanian and Mahmoudinejad, 2009).

بررسی‌ها و مطالعات نشان داده، اگر در سطح کلان جامعه به این مقوله بها داده شود و بسیاری از امکانات رفاهی و خدماتی فراهم آمده برای شهرنشینان در اختیار روستاییان نیز قرار گیرد، روستاها نیز مانند شهرها در امر توسعه خود موفق خواهند شد (Izadi and Ataei, 2013). بدون شک در فرایند جهانی شدن که با شتاب بسیاری در حال حرکت است و هم‌چنین برای رهایی از اقتصاد تک محصولی و رسیدن به توسعه پایدار، گردشگری روستایی یکی از مهم‌ترین محورهای رشد و توسعه اقتصادی کشورها است (Amiri et al, 2016).

از سوی دیگر بر اساس برآوردهای موجود کشور ایران، از نظر پتانسیل‌های گردشگری طبیعی و تاریخی جزء ۱۰ کشور اول دنیا و از نظر تنوع گردشگری جزو ۵ کشور اول جهان و از نظر تنوع صنایع دستی جزو ۲ کشور اول جهان محسوب می‌شود (Varesi et al, 2015). موارد ذکر شده اهمیت برنامه‌ریزی در حوزه گردشگری روستایی را گوشزد می‌کن.

با توجه به ظرفیت بالای روستایی استان کردستان در بخش گردشگری از قبیل داشتن گونه‌های منحصر به فرد گیاهی و جانوری، داشتن جنگل‌ها، کوه‌ها، رودخانه‌ها و... و با توجه به اینکه پس از کنفرانس ریو در سال ۱۹۹۲ و در طی موج سوم توسعه گردشگری روستایی به عنوان راهبردی قابل دوام برای توسعه مناطق روستایی و پیاده‌سازی الزامات توسعه پایدار و

زیرساختی و ضعف سرمایه‌گذاری در این بخش برای استفاده از آثار مثبت گردشگری روستایی در پیشبرد توسعه روستایی حکایت دارد.

نتایج تحلیل SWOT رضایی و همکاران (Zarabi et al, 2011) نشان داد که در شهرستان ممسنی آستانه آسیب‌پذیری در زمینه انواع مختلف گردشگری بسیار بالا بوده و نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب برای رفع ضعف‌ها و تهدیدها با استفاده از نقاط قوت و فرصت‌هاست. امکان‌سنجی گردشگری روستایی در شهرستان پاوه توسط سقایی و علیزاده (Sagjay and Alizadeh, 2010) نشان‌دهنده قابلیت بالای منطقه در جذب گردشگر دارد اما نبود امکانات، عدم سرمایه‌گذاری در این فعالیت اقتصادی ضعف گردشگری را در این منطقه سبب گردیده است. رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران (Rokn al-Din Eftekhari et al, 2013) نشان دادند سطح آسیب‌پذیری اغلب روستاها، به دلیل توسعه‌ی گردشگری بسیار بالاست و توزیع و تخصیص مجدد منابع در سطح نواحی مورد مطالعه با توجه به محدود بودن فرصت‌ها و بالا بودن نقاط ضعف، امری الزامی است. می‌یان (Meiyan, 2009) در چین، در تحقیق خود به بررسی توسعه گردشگری روستایی به کمک SWOT پرداخته و نتایج نشان داد توسعه گردشگری باعث ارتقاء گردشگری روستایی می‌شود اما به‌تنهایی کافی نیست. از نظر او گردش در زمین روستایی شامل محیط‌زیست، میراث‌ها و زیبایی‌شناسی‌های زمین است. (در جدول ۱، خلاصه‌ای از مطالعات و نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای استخراج شده در پژوهش‌های قبلی جهت تدوین تحقیق ارائه شده است).

تاکنون ۳۶۰۰ اثر تاریخی شناسایی شده است که از این تعداد تا کنون ۱۹۳۶ اثر در فهرست آثار ملی و مجموعه‌ی تاریخی بیستون در آثار جهانی به ثبت رسیده است. علاوه بر جاذبه‌های تاریخی، تاکنون یکصد اثر به عنوان آثاری که قابلیت ثبت در فهرست آثار طبیعی ملی کشور را دارد شناسایی شده است و از این تعداد تاکنون ۴۰ اثر ثبت ملی شده است که این رقم قابل توجه است (Pourahmad et al, 2015).

استان کرمانشاه به لحاظ جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و زیبایی ظرفیت قابل‌توجهی در جذب گردشگر را داراست. از نظر افراد مسئول، چشم‌انداز گردشگری روستایی و محصولات لبنیاتی و نیز سهولت دسترسی و جاده‌ای مهم‌ترین نقاط قوت آن بوده و بر اساس مصاحبه با کارشناسان و مسئولان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان کرمانشاه، در فصول مختلف نیز دارای گردشگر است. علی‌رغم وجود توانایی‌های فراوان گردشگری استان و نقش چشمگیری که گردشگری در اشتغال‌زایی و توسعه دارد؛ با حجم بالای بیکاری مواجه است.

پژوهش‌های زیادی از جنبه‌های مختلف در زمینه‌ی گردشگری صورت گرفته که به برخی از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود:

نتایج حاجی‌نژاد و همکاران (Haji Nejad et al, 2013) نشان داد تدوین برنامه گردشگری در روستای هجیج می‌تواند راه‌گشایی برای اصلاح و بهبود وضعیت گردشگری این منطقه باشد. بررسی نتایج تولایی و همکاران (Tavlee et al, 2013) نشان داد که افزایش آسیب‌زیست‌محیطی، به دلیل نامناسب بودن عوامل

جدول ۱ - خلاصه‌ای از پژوهش‌ها در زمینه: نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدید در توسعه توریسم روستایی

فرصت	قوت
<p>Badri et al., (2016); Azami and Hashemi amin (2012); Khatoon Abadi and Rast Ghalam (2011); Karami and Sharifi (2013); Hejazi Zadeh et al (2013); Aazami et al., (2015); Turkmeneniya et al. (2011); Ghodami et al. (2010); Kadivar and Mousavi (2012); Nouri et al. (2012); Noahgahar et al. (2008)</p> <p>- وجود منابع طبیعی غنی و پتانسیل فعالیت‌های مختلف زراعی و دامی - مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری در منابع طبیعی - تعامل مناسب روستاییان با مردم خارج از فرهنگ روستایی - توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری</p>	<p>Badri et al., (2016); Aazami et al., (2015); Hejazi Zadeh et al. (2013); Aazami and Hashemi amin (2012); Khatoon Abadi and Rast Ghalam (2011); Turkmeneniya et al. (2011); Movahed et al. (2012); Ghodami et al. (2010); Karami and Sharifi (2013); Kadivar and Mousavi (2012); Nouri et al. (2012)</p> <p>- آداب و رسوم محلی - ایجاد فعالیت‌های غیرزراعی، اشتغال‌زایی - پرورش محصولات محلی - چشم انداز طبیعی روستا - حس مهمان‌نوازی مردم روستا - برانگیختن دلبستگی و تقویت پایبندی روستاییان به آداب و رسوم محلی - حفظ بافت و معماری روستا</p>
تهدید	ضعف
<p>Badri et al., (2016); Aazami et al., (2015); Karami and Sharifi (2013); Kadivar and Mousavi (2012); Khatoon Abadi and Rast Ghalam (2011); Hejazi Zadeh et al (2013); Turkmeneniya et al. (2011); Najafi Kani et al. (2008)</p> <p>- از بین رفتن فرهنگ سنتی روستائیان با ورود ماهواره و - گسترش روابط شهر و روستا - ضعف اطلاع‌رسانی در چگونگی کسب درآمد و بازاریابی محصولات - بهره‌برداری ناپایدار از جاذبه‌های گردشگری روستا و منابع طبیعی روستا - اختلافات خانوادگی بخاطر تغییر فرهنگ روستا</p>	<p>Karami and Sharifi (2013); Kadivar and Mousavi (2012); Badri et al., (2016); Khatoon Abadi and Rast Ghalam (2011); Hejazi Zadeh et al (2013); Ghodami et al. (2010); Noahgahar et al. (2008)</p> <p>- پایین بودن سطح سواد افراد بومی - محدود بودن آگاهی مردم از جاذبه‌های روستا - جایگزینی اقتصاد و اشتغال مبتنی بر گردشگری روستا - نامناسب بودن زیرساخت‌های کالبدی و امکانات اقامتی، رفاهی و ورزشی روستا - عدم خویشتن باورری و فقدان اعتماد به نفس روستائیان</p>

ها و عوامل کندکننده و همچنین نیروهای شتاب‌دهنده و فرصت‌ها را مورد بررسی قرار داده سپس به تدوین برنامه‌های عملی اقدام کرد (Abedinzadeh et al, 2011). روش‌ها و روش‌های آماری مورد استفاده در این تحقیق مشتمل بر انواع روش‌های توصیفی و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید (SWOT¹) انجام شد.

SWOT نوعی برنامه‌ریزی راهبردی و ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت‌های موجود در محیط خارجی یک سیستم و بازشناسی ضعف‌ها و قوت‌های داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبرد برای هدایت و کنترل آن سیستم است (Azkia, 2008: 182). این فن در واقع ابزاری برای تحلیل وضعیت و تدوین راهبرد از این طریق، بازشناسی و طبقه‌بندی قوت‌ها و ضعف‌های درونی سیستم؛ بازشناسی و طبقه‌بندی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در محیط خارج سیستم؛ تکمیل ماتریس سوات، و تدوین راهبردهای گوناگون برای هدایت سیستم در آینده است. برای ساختن ماتریس سوات باید این مراحل طی شوند: فهرستی از فرصت‌های

بنابر اهمیت و ضرورت تحقیق، پژوهش حاضر سعی دارد ابتدا با استفاده از مدل SWOT موانع و چالش‌های گردشگری روستایی استان را مشخص نموده و سپس با استفاده از مدل SWOT به ارائه راهبردها و در نهایت از طریق ماتریس QSPM به اولویت‌بندی راهبردهای بهینه در زمینه‌ی گردشگری به منظور توسعه‌ی مدیریت گردشگری استان پیشنهادها و استراتژی‌های مناسب ارائه دهد.

اهداف موردبررسی در پژوهش حاضر عبارتست از:

۱) شناسایی نقاط قوت و ضعف گردشگری روستایی،

۲) شناسایی نقاط فرصت و تهدید جاذبه‌های گردشگری؛

۳) ارائه مدل SWOT، و راهبردهای اساسی جهت رفع نمودن مشکلات، نقاط ضعف و تهدیدهای گردشگری روستایی منطقه مورد مطالعه.

روش تحقیق

با توجه به اهمیت گردشگری روستایی در استان کرمانشاه برای رسیدن به مدیریت پایدار آن باید چالش-

1. Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats,

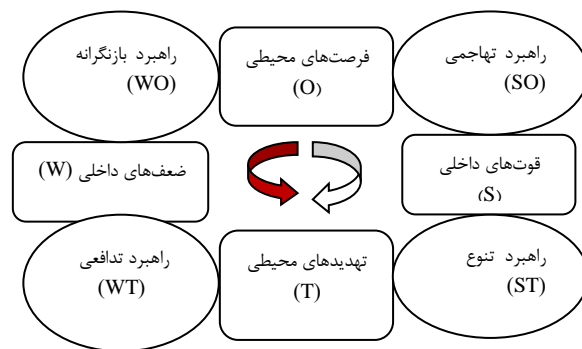
عوامل داخلی ۸/۲۴ و در ماتریس عوامل خارجی ۸/۸۳ است. در مرحله‌ی بعد به هر عامل یک ضریب وزنی بین صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیارمهم) اختصاص می‌دهیم که در این‌جا از نرمالیزه کردن برای وزن‌دهی استفاده شده است. ضریب‌داده شده به هر عامل بیانگر اهمیت نسبی آن در موفقیت است صرف‌نظر از این‌که آیا عامل موردنظر به عنوان یک نقطه قوت و ضعف داخلی سازمان به حساب آید باید به عاملی که دارای بیشترین اثر در عملکرد سازمان است بالاترین ضریب را داد. سپس وضع موجود هر عامل را با امتیازی بین ۱ تا ۴ (=۱ ضعیف، ۲=متوسط، ۳=بالاتر از متوسط، ۴=بسیارخوب) تعیین کرده که به آن "امتیاز وضع موجود" گفته می‌شود (Abedinzadeh et al, 2011).

بنابراین امتیاز موزون یا وزن‌دار هر عامل را محاسبه کرده که بدین منظور امتیاز هر ردیف از عوامل درونی و بیرونی سازمان را در وزن نرمالیزه شده ضرب در یک ستون جدید درج می‌شود Zarabi And Mahbobfar, (2013). در مرحله‌ی بعد با تحلیل نتایج حاصل از ماتریس‌های ارزیابی عوامل درونی و بیرونی و با ایجاد راهبردهای مطروحه، برای برآورد امتیازات هریک از راهبردها و اولویت‌بندی آن‌ها از ماتریس QSPM صرفاً برای راهبردی که در اولویت اول قرار گیرد اسفاده شده است.

در این روش ابتدا فرصت‌ها و تهدیدهای عمده‌ی خارجی، نقاط قوت و ضعف داخلی در ستون سمت راست ماتریس برنامه‌ریزی کمی نوشته شده، سپس به هریک از این عوامل داخلی و خارجی که در موفقیت گردشگری در راهبردی که نشان دهنده قرارگیری سازمان در آن وضعیت است و نقش عمده دارند، وزن یا ضریب داده می‌شود. این ضریب درست همانند ضریب‌های ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی هستند در ردیف بالای ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی، راهبردهای تعیین شده از ماتریس SWOT نوشته می‌شود.

در مرحله بعد نمره‌های جذابیت تعیین می‌شود. برای تعیین می‌شود. برای تعیین نمره‌ی جذابیت باید عوامل داخلی و خارجی را که در موفقیت گردشگری نقش عمده دارند، بررسی کرد و سپس در مورد هریک از آن‌ها این پرسش را مطرح کرد که آیا این عامل در

عمده‌ی موجود در محیط خارجی سازمان؛ شناسایی تهدیدات عمده موجود در محیط خارج سازمان؛ مشخص کردن نقاط داخلی و عمده سازمان؛ شناخت نقاط ضعف عمده داخلی سازمان؛ مقایسه‌ی نقاط قوت داخلی و فرصت‌های خارجی باهم، و قرار دادن نتیجه‌ی آن در خانه‌ی مربوط به گروه راهبرد SO (تهاجمی)؛ راهبرد WO (بازنگری)؛ راهبرد ST (تنوع) و راهبرد WT (دفاعی) (Hanger and Violin, 2005: 364- 366). چارچوب تحلیل SWOT در شکل (۱) ارائه شده است.



شکل ۱- چارچوب SWOT

در این پژوهش ابتدا به بررسی و شناسایی عوامل محیطی داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل محیطی خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) پرداخته می‌شود. به این منظور ابتدا باید به متغیرهای موجود در محیط‌های داخلی و خارجی مدیریت گردشگری روستایی شناسایی شود و کلیه‌ی عوامل راهبردی مورد ارزیابی قرار گرفته، عوامل مهم و کم‌اهمیت تشخیص داده شده و اولویت‌بندی شود. برای ارزیابی عوامل راهبردی درونی و بیرونی از ماتریس‌های ارزیابی عوامل درونی^۱ و ارزیابی عوامل بیرونی^۲ استفاده شده است.

پس از شناسایی عوامل داخلی و خارجی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای مدیریت گردشگری روستایی را مشخص کرده و در ماتریس‌های عوامل درونی و خارجی برای هریک از این عوامل امتیازی برحسب اهمیتی که هریک از این عوامل در مدیریت گردشگری پایدار روستایی استان کرمانشاه دارند در نظر گرفته می‌شود. به نحوی که بالاترین امتیاز در ماتریس

1 . Internal Factors Evaluation (IFE)
2 . External Factors Evaluation (EFE)

در این مرحله ابتدا با اولویتبندی راهبردهای قابل قبول به دست آمده در مرحله قبل، راهبردهای نهایی را انتخاب کرده و در صورتی که در این ارزیابی یک راهبرد شرایط درونی و بیرونی بهینه برای ساماندهی مدیریت گردشگری پایدار روستایی را نداشته باشد، باید از فهرست راهبردهای قابل اولویتبندی خارج شود (Hosseini et al, 2013 به نقل از David et al, 2009).

یافته‌ها

یافته‌های حاصل از تحلیل ماتریس SWOT گردشگری روستایی استان کرمانشاه در جداول (۱) تا (۵) ارائه شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، نتایج حاکی از آن است که میانگین نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی بیشتر از ۲/۵ محاسبه (۳/۴۷) شده است (جدول، ۱). این موضوع بیانگر این است که مدیریت گردشگری پایدار روستایی فعلی استان کرمانشاه در بعد عوامل داخلی خوب عمل می‌کنند. همچنین میانگین نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی ۳/۶۱ محاسبه شد (جدول، ۲). بر این اساس می‌توان بیان کرد که مدیریت گردشگری روستایی استان در خصوص استفاده از فرصت‌ها و مقابله با تهدیدها نیز از عملکرد قابل قبولی برخوردار می‌باشد.

گزينش راهبردها نقش عمده دارد؟ اگر پاسخ به این پرسش "بله" باشد، آنگاه باید با توجه به این عامل کلیدی راهبردها را با هم مقایسه کرد به طوری که اهمیت نسبی یک راهبرد نسبت به سایر راهبردها مشخص شود. نمره‌ی جذابیت به این شکل است: $1 =$ بدون جذابیت، $2 =$ تاحدی جذاب، $3 =$ دارای جذابیت معقول و $4 =$ بسیار جذاب.

اگر پاسخ به پرسش بالا "خیر" است، نشان‌دهنده‌ی این است که در فرآیند انتخاب راهبردها این عامل هیچ نقش مهمی (از نظر موقعیت راهبرد) ندارد که در آن صورت نباید به این عامل نمره‌ی جذابیت داده شود.

در مرحله‌ی بعدی جمع نمره‌های جذابیت محاسبه می‌شود، به این صورت که ضریب در نمره‌های جذابیت ضرب می‌شود. جمع نمره‌های جذابیت نشان‌دهنده جذابیت نسبی هریک از راهبردها است که تنها با توجه به اثر عوامل داخلی و خارجی مربوطه بدست می‌آید. هر قدر جمع نمره‌های جذابیت بیشتر باشد، راهبرد مورد بحث دارای جذابیت بیشتری خواهد بود. در نهایت مجموع نمره‌های جذابیت هریک از ستون‌های ماتریس کمی محاسبه می‌شود. با این روش به صورت همزمان راهبردهای مختلف مورد بررسی قرار گرفته و اولویت‌بندی می‌شوند. نمره‌های بالا نشان‌دهنده‌ی جذابیت بیشتر راهبردهاست.

جدول ۲- ماتریس ارزیابی نقاط قوت و ضعف ناشی از عوامل داخلی

نقاط قوت (۱/۷۲)	وزن	وزن نرمال شده	امتیاز وضع موجود	امتیاز وزن دار
S1- آداب و رسوم محلی (از لحاظ ارزش‌های اصیل فرهنگی)	۶/۸۲	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
S2 - ایجاد فعالیت‌های غیرزراعی، اشتغال‌زایی و متنوع سازی اقتصاد روستایی	۶/۴۱	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
S3 - پرورش زنبور عسل، گیاهان دارویی و محصولات محلی	۵/۰۰	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
S4 - محیط آرام و آب و هوای پاک برای گردشگران جهت استراحت و تفریح	۵/۴۷	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
S5 - وجود جاذبه‌ی زیارتی- تاریخی در روستا	۶/۸۸	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
S6 - چشم انداز طبیعی روستا	۷/۸۲	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
S7 - حس مهمان‌نوازی مردم روستا	۷/۰۶	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
S8 - انتخاب به عنوان روستای هدف گردشگری در طرح جامع گردشگری استان	۶/۸۳	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
S9 - دارای مردم بی‌تکلف و معرفی روستا در میزان جرم پایین	۶/۲۴	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
S10 - صنایع دستی محلی از قبیل گیوه بافی، گلیم بافی	۵/۳۰	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
S11 - بر انگیختن دلبستگی و تقویت پایبندی روستاییان به آداب و رسوم محلی	۸/۴۲	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
S12 - زیرساختها و امکانات رفاهی نظیر سرویس‌های بهداشتی و تسهیلات لازم	۶/۰۶	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
S13 - حفظ بافت و معماری روستا	۷/۵۹	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
نقاط ضعف (۱/۷۵)				
W1 - پایین بودن سطح سواد افراد بومی	۷/۴۲	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
W2 - تفاوتها و تعارضهای فرهنگی بین ساکنان بومی و گردشگران	۵/۴۷	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
W3 - محدود بودن آگاهی مردم از جاذبه‌های روستا	۷/۳۰	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
W4 - درآمد پایین مردم برای سرمایه گذاری در بخش گردشگری	۴/۴۲	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
W5 - جایگزینی اقتصاد و اشتغال مبتنی بر گردشگری با فعالیتهای بومی روستا	۵/۸۳	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
W6 - عدم وجود مردم محلی متخصص در زمینه‌ی گردشگری	۶/۷۷	۰/۰۴	۴	۰/۱۶
W7 - نامناسب بودن زیرساخت‌های کالبدی و امکانات اقامتی، رفاهی و ورزشی روستا	۶/۱۸	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
W8 - عدم اشتغال مردم روستا به کشاورزی و باغداری و دامداری	۶/۸۳	۰/۰۴	۱	۰/۰۴
W9 - باورهای سنتی مردم محلی نسبت به گردشگری	۶/۳۰	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
W10 - بافت فرسوده و غیر استاندارد برخی از مساکن	۷/۰۶	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
W11 - عدم آگاهی لازم برای مشارکت بخش خصوصی در سرمایه گذاری بخش گردشگری روستا	۷/۷۱	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
W12 - فقدان نگرش علمی روستاییان به گردشگری	۸/۲۴	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
W13 - فقر اقتصادی و توسعه نیافتگی روستا	۷/۱۸	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
W14 - عدم خویشتن باورری و فقدان اعتماد به نفس روستائیان	۵/۱۸	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
جمع	۱۷۷/۷۹	۱		۳/۴۷

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵)

جدول ۳- ماتریس ارزیابی نقاط فرصت و تهدید ناشی از عوامل خارجی

نقاط فرصت (۱/۸۶)			
وزن	وزن نرمال شده	امتیاز وضع موجود	امتیاز وزن دار
۷/۹۵	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۸/۱۲	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۶/۹۵	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۷/۳۵	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
۷/۳۶	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۷/۵۳	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
۷/۳۰	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۷/۶۵	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۸/۰۰	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۸/۳۶	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۸/۳۰	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
۶/۸۳	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
۷/۵۹	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۷/۵۳	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۸/۱۲	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۸/۸۳	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۸/۵۳	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۸/۴۲	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۷/۷۷	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۷/۲۴	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
۷/۷۱	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
نقاط تهدید (۱/۷۵)			
۸/۴۷	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۷/۹۵	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۷/۸۳	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۷/۹۴	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
۵/۷۷	۰/۰۲	۲	۰/۰۴
۶/۳۰	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۷/۱۲	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
۶/۰۰	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۷/۵۹	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
۷/۱۸	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۷/۴۲	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۷/۲۴	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۷/۳۶	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۵/۵۹	۰/۰۲	۲	۰/۰۴
۶/۰۰	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۶/۱۸	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۵/۸۲	۰/۰۲	۴	۰/۰۸
۶/۰۶	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۷/۳۶	۰/۰۳	۴	۰/۱۲
۲۹۵/۱۶	۱		۳/۶۱

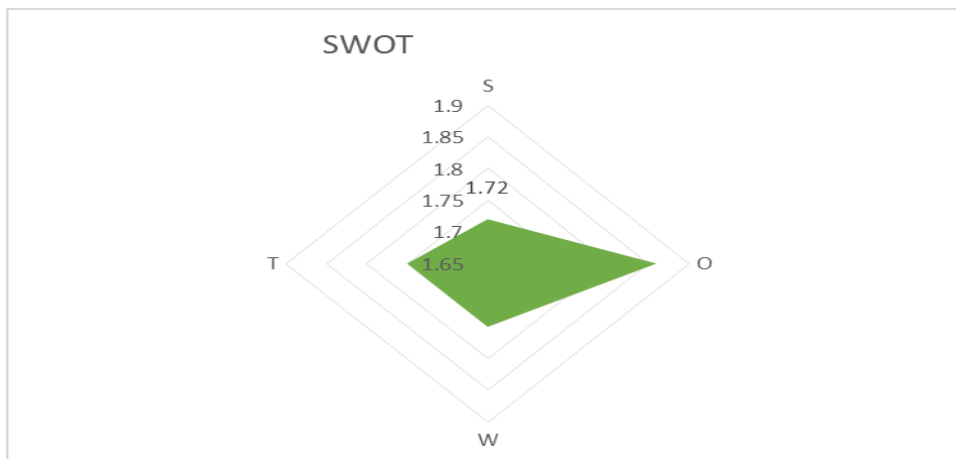
دامنه وزن: ۱-۰

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵)

جدول ۴- ماتریس TWOS گردشگری پایدار روستایی

ماتریس نقاط قوت، نقاط قوت - S	نقاط ضعف - W
<p>ماتریس نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در زمینه گردشگری روستایی</p> <p>فرصت‌ها - O</p> <p>راهبردهای تهاجمی (SO)</p> <p>راهبردهای بازنگری (WO)</p> <p>۱- ایجاد هماهنگی بین نهادها، دولت و روستایان کارآفرین به منظور یکپارچه‌سازی کارکردهای گردشگری SO₁</p> <p>۲- طراحی سازوکارهای جلب مشارکت جهت سرمایه‌گذاری در گردشگری پایدار روستایی SO₂</p> <p>۳- تدارک برنامه‌هایی در زمینه توسعه گردشگری با رویکرد اشتغال‌زایی SO₃</p>	<p>۱- بازنگری جهت استفاده بهینه و هدفمند از منافع گردشگری WO₁</p> <p>۲- توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها، تجهیزات و تسهیلات مختلف گردشگری WO₂</p> <p>۳- استفاده از بافت سنتی و قدیمی روستا به منظور توسعه گردشگری روستایی و فروش محصولات زراعی و .. WO₃</p> <p>۴- آموزش و آگاهی‌دادن به مردم در خصوص نحوه برخورد با گردشگر به منظور جلوگیری از تعارض بین آن‌ها WO₄</p>
<p>تهدیدها - T</p> <p>راهبردهای تنوع (ST)</p> <p>راهبردهای تدافعی (WT)</p> <p>۱- بهره‌گیری از توانمندی روستاییان و گردشگران جهت حفاظت از منابع طبیعی و محیط‌زیست ST₁</p> <p>۲- معرفی روستاهای دارای جاذبه‌های گردشگری با استفاده از برنامه‌های تبلیغاتی و .. ST₂</p> <p>۱- تشکیل و ایجاد تسهیلاتی جهت توسعه سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی WT₁</p> <p>۲- تدوین و اجرای قوانین و مقرراتی جهت جلوگیری از تغییر کاربری اراضی و تخریب زمین‌های زراعی WT₂</p>	

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵)



شکل ۱- ماتریس راهبردهای توسعه گردشگری روستایی استان کرمانشاه

روستایی برای بهبود وضعیت معیشتی روستاییان وجود ندارد. بنابراین نیاز است تا اقدامات جدی صورت گیرد. تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک: ماتریس خلاصه‌ی تحلیل عوامل استراتژیک، با استفاده از تحلیل عوامل داخلی، خارجی و ترکیب آن‌ها مهم‌ترین عوامل استراتژیک در وضعیت گردشگری روستایی ارائه گردیده است. بنابر ضرایب عوامل مرکب مدیران و کارشناسان، راهبرداکانونی، استراتژی بازنگری (WO) می‌باشد.

ارائه‌ی راهکارهای توسعه‌ی گردشگری روستایی: گسترش گردشگری روستایی در کرمانشاه تغییرات معیشتی عمده‌ای در آن به وجود آورده است. به‌گونه‌ای که مردم روستایی از معیشتی سنتی (دامداری، کشاورزی و باغداری) برخوردار می‌باشند. در حال حاضر با توجه به شرایط فعلی روستاهای دارای پتانسیل گردشگری عملاً گزینه‌ای بهتر از توسعه گردشگری

در سطح روستا و بهره‌مندی از منافع آن (۶/۹۵) و وجود معادن سنگ در اطراف روستا (۷/۲۴) می‌باشد. پوشش گیاهی و آلودگی منابع آب و خاک (۷/۹۴) از نظر کارشناسان مهم‌ترین نقاط تهدید بوده و افزایش تکدی و درخواست کمک از گردشگران/عدم‌خویشتن باوری (۵/۵۹)، توسعه بیماری‌های واگیر از طریق انتقال آن توسط گردشگران (۵/۷۷) و ناکافی بودن تسهیلات و تجهیزات رفاهی و فقدان اقامتگاه‌های موقت (۵/۸۲) کم‌اهمیت‌ترین تهدیدات پیش روی گردشگری روستایی استان کرمانشاه است. د- نقاط تهدید گردشگری از دیدگاه افراد موردبررسی: گسترش فرهنگ مصرف‌گرایی در اثر روابط با فرهنگ غیرروستایی (۸/۴۷)، از بین رفتن فرهنگ سنتی روستائیان با ورود ماهواره و گسترش روابط شهر و روستا (۷/۹۵) و تخریب و از بین رفتن در این مرحله از تحقیق راهبردهای تعیین شده از طریق بررسی عوامل داخلی و خارجی، مدیریت گردشگری روستایی، دسته‌بندی شده و به صورت ۱۱ راهبرد ارائه شده‌اند تا در ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی برای جذابیت، اولویت‌بندی شوند، که با توجه به قرار گیری وضعیت استراتژیک مدیریت گردشگری استان کرمانشاه در وضعیت بازنگری، این استراتژی‌ها مورد تحلیل و رتبه‌بندی قرار گرفت.

نتایج ماتریس‌های برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM) نشان می‌دهد از بین راهبردهای تدوین شده بالاترین جذابیت مربوط به بازنگری جهت استفاده بهینه و هدفمند از منافع گردشگری با نمره ۳/۶۶ است و پایین‌ترین جذابیت به راهبرد توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها، تجهیزات و تسهیلات مختلف گردشگری با نمره ۱/۸۱ تعلق دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به تبعات ناشی از ضعف مدیریت گردشگری پایدار روستایی در استان کرمانشاه، لزوم تدوین راهبرد در این بخش توجه ویژه‌ای را می‌طلبد. در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (ضعف و قوت)، جمع نمره‌های نهایی، ۳/۴۷ محاسبه شده که این امر نشان می‌دهد نقاط قوت بیشتری دارد. این بدین معناست مدیریت گردشگری پایدار روستایی استان کرمانشاه از نظر عوامل درونی دارای قوت است. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی

جدول ۵- مجموع ضرایب عوامل مرکب مدیران و کارشناسان

SWOT		نقاط ضعف (W)	نقاط قوت (S)
فرصت (O)	WO	۳/۶۱	SO
تهدید (T)	WT	۳/۵۰	ST

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵)

الف. نقاط قوت گردشگری از دیدگاه افراد موردبررسی (جدول ۵ و ۲). از دیدگاه کارشناسان مهم‌ترین نقاط قوت، برانگیختن دلبستگی و تقویت پایبندی روستائیان به آداب و رسوم محلی (۸/۴۲)، چشم انداز طبیعی روستا (۷/۸۲) و حفظ بافت و معماری روستا (۷/۵۹) هستند و پرورش‌زنبورعسل، گیاهان دارویی و محصولات محلی (۵/۰۰)، محیط آرام و آب و هوای پاک برای گردشگران جهت استراحت و تفریح (۵/۳۰) و صنایع دستی محلی از قبیل گیوه بافی، گلیم بافی (۵/۴۷) کم‌اهمیت‌ترین نقاط قوت است.

ب- نقاط ضعف گردشگری از دیدگاه افراد مورد بررسی (جدول ۵ و ۲) تفاوت‌ها و تعارض‌های فرهنگی بین ساکنان بومی و گردشگران (۸/۲۴)، عدم آگاهی لازم برای مشارکت بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری بخش گردشگری روستا (۷/۷۱) و فقدان نگرش علمی روستائیان به گردشگری (۵/۴۷) به عنوان مهم‌ترین نقاط ضعف هستند و کمترین اهمیت مربوط به جایگزینی اقتصاد و اشتغال مبتنی بر گردشگری با فعالیتهای بومی روستا (۵/۱۸)، نامناسب بودن زیرساخت‌های کالبدی و امکانات اقامتی، رفاهی و ورزشی روستا (۵/۸۳) و عدم خویشتن باورری و فقدان اعتماد به نفس روستائیان (۶/۱۸) است. این نتایج در جدول (۴) ارائه شده است.

ج- نقاط فرصت گردشگری از دیدگاه افراد موردبررسی (جدول ۵ و ۲): از دیدگاه کارشناسان مهم‌ترین فرصت، موقعیت جغرافیایی مناسب روستا (۸/۸۳)، مکان توسعه خدمات زیربنایی در سطح منطقه (۸/۵۳) و برخورداری روستائیان از سرمایه‌های اجتماعی (نظیر روحیه مشارکت) (۸/۴۲) بوده و کم‌اهمیت‌ترین سرمایه‌گذاری مناسب برای فعالیت‌های طبیعت‌گردی (۶/۸۳)، مکان گسترش رسانه‌های جمعی

فرصت و قوت- تهدید، ضعف- تهدید کاربرد خواهد داشت.

با توجه به نتایج ماتریس کمی راهبردی می‌توان راهبردهای ذیل را به منظور مدیریت هرچه موثرتر گردشگری روستایی در نظر گرفت. ترتیب اولویت راهبردها براساس میزان و وزن کلی آن‌ها در اصلاح و حرکت به سمت توسعه پایدار است. برای نمونه " بازنگری جهت استفاده بهینه و هدفمند از منافع گردشگری"، "جذابیت بالایی به لحاظ اجرای مدیریت گردشگری پایدار روستایی دارد.

(تهدید و فرصت) با مجموع امتیاز ۳/۶۱ نشان‌دهنده‌ی آن است که در وضعیت موجود، مدیریت گردشگری روستایی استان کرمانشاه می‌تواند با تقویت فرصت‌ها در مقابل تهدیدها به خوبی عمل کند. همان‌طور که ماتریس QSPM نشان می‌دهد، بسیاری از گزینه‌های انتخابی به عنوان راهبرد پایدار لازم را ندارند، چرا که جذابیتی برای تدوین راهبرد آن وجود ندارد یا میزان جذابیت پایین است. میزان جذابیت هریک از عوامل راهبردی اعم از فرصت‌ها، تهدیدها، قوت‌ها و ضعف‌های موجود در مدیریت گردشگری روستایی برای تدوین راهبردی با رویکردهای قوت- فرصت و همچنین ضعف-

جدول ۶- اتریس کمی مدیریت گردشگری روستایی پایدار

WO ₄	WO ₃	WO ₂	WO ₁	عوامل اصلی موفقیت
۰/۱۶	۰/۱۶			S1- آداب و رسوم محلی (از لحاظ ارزش‌های اصیل فرهنگی)
		۰/۱۶	۰/۱۶	S2- ایجاد فعالیت‌های غیر زراعی، اشتغال‌زایی و متنوع‌سازی اقتصاد روستایی
			۰/۰۹	S3- پرورش زنبور عسل، گیاهان دارویی و محصولات محلی
				S4- محیط آرام و آب و هوای پاک برای گردشگران جهت استراحت و تفریح
	۰/۱۶		۰/۱۶	S5- وجود جاذبه‌ی زیارتی- تاریخی در روستا
	۰/۱۵		۰/۱۵	S6- چشم انداز طبیعی روستا
۰/۱۶				S7- حس مهمان‌نوازی مردم روستا
		۰/۰۸	۰/۰۸	S8- انتخاب به عنوان روستای هدف گردشگری در طرح جامع گردشگری استان
۰/۰۸				S9- دارای مردم بی‌تکلف و معرفی روستا در میزان جرم پایین
	۰/۰۶		۰/۰۶	S10- صنایع دستی محلی از قبیل گیوه بافی، گلیم بافی
۰/۱۵	۰/۱۵		۰/۱۵	S11- همدلی بین مردم و پایبندی آنها به آداب و رسوم محلی
		۰/۱۶	۰/۱۶	S12- زیرساختها و امکانات رفاهی نظیر سرویس‌های بهداشتی و تسهیلات لازم
	۰/۱۵	۰/۱۵	۰/۱۵	S13- حفظ بافت و معماری روستا
۰/۵۵	۰/۸۳	۰/۵۵	۱/۱۶	جمع
۰/۱۰				W1- پایین بودن سطح سواد افراد بومی
۰/۱۶			۰/۱۶	W2- تفاوتها و تعارض‌های فرهنگی بین ساکنان بومی و گردشگران
۰/۲۰			۰/۲۰	W3- محدود بودن آگاهی مردم از جاذبه‌های روستا
				W4- درآمد پایین مردم برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
			۰/۱۲	W5- جایگزینی اقتصاد و اشتغال مبتنی بر گردشگری با فعالیت‌های بومی روستا
۰/۱۶	۰/۱۶		۰/۱۶	W6- عدم وجود مردم محلی متخصص در زمینه‌ی گردشگری
		۰/۱۲	۰/۱۲	W7- نامناسب بودن زیرساخت‌های کالبدی و امکانات اقامتی، رفاهی و ورزشی روستا
	۰/۰۴		۰/۰۴	W8- اشتغال مردم روستا به کشاورزی و باغداری و دامداری
۰/۰۸	۰/۰۸			W9- باورهای سنتی مردم محلی نسبت به گردشگری
	۰/۱۲	۰/۱۲		W10- بافت فرسوده و غیر استاندارد برخی از مساکن
۰/۱۰			۰/۱۰	W11- عدم آگاهی لازم برای مشارکت بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری بخش گردشگری روستا
۰/۲۰				W12- فقدان نگرش علمی روستاییان به گردشگری
			۰/۲۰	W13- فقر اقتصادی و توسعه نیافتگی روستا
				W14- عدم خویشتن‌باوری و فقدان اعتماد به نفس روستائیان
۱/۰۰	۰/۴۰	۰/۲۴	۱/۱۰	جمع

WO ₄	WO ₃	WO ₂	WO ₁	عوامل اصلی موفقیت
	۰/۰۹		۰/۰۹	O ₁ - وجود منابع طبیعی غنی و پتانسیل فعالیت‌های مختلف زراعی و دامی
	۰/۱۲	۰/۱۲	۰/۱۲	O ₂ -مستعدبودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری در استفاده از منابع طبیعی
		۰/۰۹	۰/۰۹	O ₃ -سرمایه گذاری مناسب برای فعالیت‌های طبیعت‌گردی
	۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۰۶	O ₄ -پتانسیل جهت ایجاد فعالیت‌های رفاهی (پیست اسکی، تله‌کابین، کوهنوردی، دوچرخه‌سواری و ..)
		۰/۰۹	۰/۰۹	O ₅ -توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری
۰/۰۶				O ₆ -تعامل مناسب روستاییان با مردم خارج از فرهنگ‌روستایی
		۰/۱۲	۰/۱۲	O ₇ -افزایش روزافزون گردشگران و توسعه‌ی مؤسسات مربوط به تورهای روستایی
	۰/۰۹		۰/۰۹	O ₈ -وجود پتانسیل‌های لازم جهت گسترش صنایع کوچک روستایی
۰/۰۹			۰/۰۹	O ₉ -وجود نیروی انسانی متخصص و تحصیل کرده جهت استفاده از فن‌آوری‌های پیشرفته
		۰/۱۲		O ₁₀ -بهره‌گیری از نقش شوراهای روستایی برای توسعه گردشگری
			۰/۰۳	O ₁₁ -تمایل بالای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی (به علت پایین بودن مالیات‌ها)
۰/۰۶			۰/۰۶	O ₁₂ -امکان گسترش رسانه‌های جمعی در سطح روستا و بهره‌مندی از منافع آن
۰/۰۹				O ₁₃ -الزام به انجام مطالعات و برنامه‌ی نظارتی و حفاظتی و حمایت‌های زیست محیطی
				O ₁₄ -جمعیت بالای روستا
		۰/۰۹		O ₁₅ -شبکه ارتباطی مناسب (جاده‌آسفالت)
				O ₁₆ -موقعیت جغرافیایی مناسب روستا
		۰/۰۹		O ₁₇ -امکان توسعه خدمات زیربنایی در سطح منطقه
				O ₁₈ -برخورداری روستاییان از سرمایه‌های اجتماعی (نظیر روحیه مشارکت)
	۰/۰۹		۰/۰۹	O ₁₉ -وجود فضای سبز و باغات و میوه‌های سردسیری و امکان توسعه‌ی باغداری
				O ₂₀ -وجود معادن سنگ در اطراف روستا
	۰/۰۹	۰/۰۹	۰/۰۹	O ₂₁ -علاقه‌مندی مدیران محلی و باور مسئولین به‌دستیابی به‌محتوی توسعه با مهیاسازی قابلیت‌های گردشگری
	۰/۳۰	۰/۵۴	۱/۰۲	جمع
۰/۱۲	۰/۱۲			T ₁ -گسترش فرهنگ مصرف‌گرایی در اثر روابط با فرهنگ غیرروستایی
۰/۱۲	۰/۱۲			T ₂ -از بین رفتن فرهنگ سنتی روستائیان با ورود ماهواره و گسترش روابط شهر و روستا
			۰/۰۹	T ₃ -افزایش قیمت خدمات و زمین در روستا
				T ₄ -تخریب و از بین رفتن پوشش گیاهی و آلودگی منابع آب و خاک
				T ₅ -افزایش تکدی و درخواست کمک از گردشگران / عدم خویشتن باوری
	۰/۰۹			T ₆ -بوجود آمدن مراکز گردشگر پذیر در مجاورت روستا و تغییر بافت سنتی روستا
				T ₇ -توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف و اشتغال فصلی و کاذب
				T ₈ -آلودگی منابع طبیعی نظیر آب و خاک
		۰/۰۶		T ₉ -تضعیف خدمات‌رسانی وسایل نقلیه برای مسافری در مقاصد مختلف
۰/۱۲				T ₁₀ -ضعف اطلاع‌رسانی در چگونگی کسب درآمد و بازاریابی محصولات
				T ₁₁ -افزایش تخلفات اجتماعی و بزهکاری با ورود گردشگران
			۰/۱۲	T ₁₂ -وضع مقررات دست و پاگیر جهت سرمایه‌گذاری در گردشگری
			۰/۱۲	T ₁₃ -بهره‌برداری ناپایدار از جاذبه‌های گردشگری روستا و منابع طبیعی روستا
				T ₁₄ -توسعه بیماری‌های واگیر از طریق انتقال آن توسط گردشگران
				T ₁₅ -اختلافات خانوادگی بخاطر تغییر فرهنگ روستا
				T ₁₆ -کاهش روابط سنتی و اعتماد مردم به همدیگر (سرمایه اجتماعی)
		۰/۰۹		T ₁₇ - ناکافی بودن تسهیلات و تجهیزات رفاهی و فقدان اقامتگاه‌های موقت
				T ₁₈ - عدم امکان تغییر کاربری اراضی کشاورزی و باغات به اراضی مسکونی
۰/۱۲				T ₁₉ -عدم تبلیغات مناسب و معرفی روستا بعنوان مرکز گردشگری
۰/۴۸	۰/۱۱	۰/۱۵	۰/۳۳	جمع
۲/۳۳	۱/۸۸	۱/۸۱	۳/۶۱	مجموع نمره جذابیت راهبردها

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵)

عنوان رایج‌ترین وسایل اشاعه پیام تبلیغاتی؛ می‌توان به توسعه منابع طبیعی و گردشگری و همچنین منابع انسانی محلی که از فرصت‌های پیشروی توسعه گردشگری است پرداخت.

همچنین با مشارکت دادن روستاییان و آموزش آن‌ها در فعالیت‌ها و خدمات گردشگری، و به علاوه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ایجاد زیرساخت‌ها و در چارچوب برنامه‌ریزی محلی با نظارت دولت و در نهایت ایجاد فعالیت‌های جدید در کنار جاذبه‌های اصلی برای حفظ جذابیت گردشگری روستایی از فاکتورهای مهم و اصلی توسعه موفقیت آمیز مدیریت گردشگری روستایی می‌باشد.

بر اساس یافته‌های تحقیق پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

۱. تدوین سازوکارهایی جهت استفاده بهینه از جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب منابع طبیعی، آلودگی و آسیب‌های زیست‌محیطی؛
۲. ایجاد نهادها و تشکلهایی در زمینه اشتغال‌زایی به منظور تقویت کارکردهای گردشگری پایدار روستایی؛
۳. آموزش و توانمندسازی مردم روستایی از طریق ایجاد بازارهای محلی به منظور فروش محصولات خانگی (دامی، کشاورزی و ..) و همچنین آشنا شدن گردشگران با فرهنگ و کار مردم روستایی؛

براساس نتایج بدست‌آمده از ماتریس QSPM راهبردهای پیشنهادی به ترتیب اولویت عبارتند از:

۱- بازنگری جهت استفاده بهینه و هدفمند از منابع گردشگری (WO1)

۲- آموزش و آگاهی‌دادن به مردم در خصوص نحوه برخورد با گردشگر به منظور جلوگیری از تعارض بین (WO4)

۳- استفاده از بافت سنتی و قدیمی روستا به منظور توسعه گردشگری روستایی و فروش محصولات زراعی (WO3)

۴- توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها، تجهیزات و تسهیلات مختلف گردشگری (WO2)

به طور کلی این دسته از راهبردها با بهره‌گیری از فرصت‌های موجود در محیط خارجی می‌کوشند نقاط ضعف داخلی را بهبود بخشند.

با توجه به شرایط استان گزینه‌ای بهتر از توسعه و بهبود مدیریت گردشگری روستایی به منظور ارتقاء وضعیت جاذبه‌های گردشگری و معیشت روستاییان وجود ندارد. از این رو، لازم است تا تمهیداتی جدی صورت گیرد و هنوز بهره‌مندی از مزایای گردشگری روستایی به‌عنوان مکملی در روستا برای فراخوانی محتوی توسعه به مناطق روستایی استان فراهم نیست. بر این اساس با استفاده از رسانه‌های جمعی و انبوهی به

REFERENCES

1. Aazami, Moses, Hashemi-amin, Nahid (2012). Tourism Impacts on Rural Sustainable Livelihoods (Case Study: Volhmand Dareh and Torkin Abad Villages in Hamedan). Journal: Geographic Quarterly of Tourism Space: Summer 2012, Volume 6, Number 23; From page 99 to page 114. (In Farsi)
2. Aazami, Moses; Hashemiamin, Nahid; Soroushmehr, Homa (2013). Strategic Compilation of Zaydar Village Tourism Using Swot Technique (Case Study: Noor Village in Sanandaj). Volume 5, Issue 17, Winter 2013, Page 83-108. (In Farsi)
3. Abedinzadeh, N., Abedinzadeh, F. And Abedi, T., (2011). Study of Strategic Factors of Waste Management in Rasht Using SWOT and QSPM Matrix Formation. Ecology, Thirty-seventh year, No. 57, Spring 90, pp. 93-104. (In Farsi)
4. Amiri, Saba, Ehsanifar, Tahmineh, Naderi, Nader and Rostami, Farahnaz (2016). A conceptual model for assessing the impact of agricultural tourism on rural entrepreneurship development. Entrepreneurship in Agriculture. Volume 3, Issue 1, Spring 2016. <http://jead.gau.ac.ir> (In Farsi)
5. Azkia, M., Zare, A., Imani, A. (2008) Approaches and methods of qualitative research in rural development, First edition, Tehran, Iran. (In Farsi)
6. Badri, Seyed Ali; Rezvani, Mohammad Reza; Torabi; Zabihollah; Malakan, Ahmad (2016); Metasut, An Instrument for Sustainable Tourism Planning (Case Study: Mighan Village). Journal of Planning and Development. Year 4, No. 13, Summer 1394. Pages 50- 29. (In Farsi)
7. Bahrami, R. (2010). Evaluation function and bottlenecks in rural tourism development in Kurdistan: 4th International Congress of The Islamic World Gograers ICIWG. Iran, University Sistan and Baluchestan.

8. Bomanian, M. and Mahmoudinejad, H. (2009). The Basics of Horrizi Program and Development of Rural Tourism, Tehran, Hale Publishing: Tahan. (In Farsi)
9. Brelik, A. (2011). Agri-tourism activity as example of diversification of agriculture, *Oeconomia*, 10(2): 19-27.
10. Ghodami, Simin, Fatemi, Seyyed Mohammad Mehdi (2010). Strategic Evaluation of Tourism Development Capabilities: A Case Study of Fereydunkenar City. *Journal of Applied Research of Geographic Sciences*, Vol. 16, No. 19, Winter 2010. (In Farsi)
11. Hadipour M., Lasmipour, R. And Ismaili, A. (2015), participatory management of rural tourism and its role in sustainable development. Place of publication: Third National Conference on Tourism, Geography and Sustainable Environment Accessibility: http://www.civilica.com/Paper-TGES03-TGES03_078.html.(In Farsi)
12. Haji Nejad, A., Rahimi, D. And Taghizadeh Z. (2013) Development of a Strategic Tourism Development Program in Sample Rural Tourism Types (Case Study: Hajij Village Typical Village in Paveh), *Aims of the Land*, Fifth, First Issue, Spring, Summer, 2013, p. 78-51. (In Farsi)
13. Hanger, J. and Violin, T. (2005). Basics of Strategic Management, Translation: Seyed Mohammad Arabi and Davoud Izadi, Cultural Research Center, Tehran.(In Farsi)
14. Hawaii Sunni, M. K (2014) The second-best and best attraction to attract tourists to the country Available at: 2872 <http://mizanonline.ir/fa/content/>. Retrieved 13 March 2014. (In Farsi)
15. Heidari Sarban, V. (2015) Investigating the Impact of Tourism on Promoting Social and Psychological Abilities of Villagers (Case Study: Meshgin Shahr), *Tourism Planning and Development*, No. 16: 165-163. (In Farsi)
16. Hejazi Zadeh, Zahra; Rajaei Razi, Mohammad Ali; Hosseini Amini, Hassan (۲۰۱۳). Understanding the strengths and weaknesses of rural tourism development, Case study of rural ecosystems Abyaneh - Isfahan, *Journal of Planning and Development of Tourism*; Year 2, No. 5, Summer 2013; pp. 50-76 (In Farsi)
17. Heneghan, M., (2002). Structures and processes in Rural Tourism, Athenry: Rural Development Centre, 2002.
18. Hosseini, A., Pourahmad, A., Hatami Nejad, H. And Rezaei Nia, h. (2013), Strategies for organizing the texture of Ghetariye neighborhood erosion using QSPM method. ten years/ No 24/ 2013/ Presentation of texture management strategies for Ghateiryah neighborhood using 79 / QSPM method.(In Farsi)
19. Imanty Fshlaq, S. And Hashemi, S. (2009) The Role of Entrepreneurship in the Sustainable Development of Tourism, *Work and Society*, Issue 106 and 107: 94-105.(In Farsi)
20. Izadi, N., Ataei, P. .2013. Rural Entrepreneurship and the Role of Agricultural Promotion and Education in its Development. *Agricultural Engineering and Natural Resources Engineering System*, 34-30. (40) 11. (In Farsi)
21. Jahedi, Fatemeh (2007), The role of tourism in the development of Gorgan region, senior lecturer at Tehran University, Tehran. (In Farsi)
22. Johnson, G., K., shcoles, R.W., sixty. E. (1986). Exploring strategic management. Scarborough, prentice-Hall, Ontario, pp.345.
23. Kadivar, Ali Asghar, Mousavi, Mohammad (2012). Investigating the capabilities and bottlenecks of the mountainous mountains for sustainable development using the SWOT model (Case: Kardeh valley north of Mashhad), *Geography and Development*, No. 28, Autumn 2012, pp. 67-78. (In Farsi)
24. Karami, Fariba, Sharifi, Roghiye (2013). Rural Tourism Evaluation Using SWOT Model Case Study: Villages in Maragheh Central District. *Journal of Geochemistry and Geography and Planning*, Year 17, No. 446, Winter 2013, pages 196- 173. (In Farsi)
25. Khatoon Abadi, S. A. And the Rast Qalam, M., (2011). Measurement of Four Rural Tourism Pillars Using SWOT (Case Study: Tourism Target Villages in Chaharmahal va Bakhtiari Province), *Journal of Agricultural Economics and Development (Agricultural Sciences and Technology)*, Volume 25, Issue 3, Autumn 2011, Pages. 338-330. (In Farsi)
26. Kobayashi, H. and Akhmad, A. (2011), Rural Tourism and Sustainable Development in Hokkaido, Division of Urban and Environmental Engineering.
27. Kremen, C., and A. Miles. 2012. Ecosystem services in biologically diversified versus conventional farming systems: benefits, externalities, and trade-offs *Ecology and Society* 7(4): 40. <http://dx.doi.org/10.5751/ES-05035-170440>
28. Lane, B. (2009). Rural tourism: an overview. In T. Jamal, & M. Robinson (Eds.), *The AGE handbook of tourism studies*. London: Sage Publications.
29. Lordkipanidze, M., Brezet, H., and Backman, M. 2005. The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development. *Journal of Cleaner Production*, 13(8): 787-98.

30. Lotfi, h. Hemmati, R. Pourali, R. An Effective Pattern for Sustainable Development of Rural Tourism:(A Case Study: Kandovan). Iranian Journal of Tourism & Hospitality. Islamic Azad University, Garmsar Branch Vol 1, No 1, Summer 2010.
31. Mahmoudi, B., Haghsetan, A. & Maleki, R. (2011). Investigation of obstacles and strategies of rural tourism development using SWOT matrix. Journal of Sustainable Development, 4(2), 136-141.
32. Mei, yan (2009) "Research on Rural Tourism Development Based on the New policy of Land Circulation". Collage of Earth Sciences, Changdu university of Technology, Chengdu 610059, china.
33. Mohammadi, Saadi (2005), The role of tourism in rural development Case Study of Zaribar Marivan Village. Master thesis of Tehran University, Tehran. (In Farsi)
34. Motaei Langroudi Seyed Hassan, Heidari Zahra (2013). Explaining Agricultural Tourism Abilities Based on Tourists' Viewpoints (Case Study: Baladeh County, Tonekabon County), Quarterly Journal, Programming and Development of Tourism, No. 3, 2013. (In Farsi)
35. Movahedi, M. M., Abūi Mehrizi, M. H And Hosseini, AS. M. (2012), as a Tool for SWOT Planning in Strategic Strategic QSPM Analysis (Case Study: SAIPA Automotive Division). Management Quarterly, Ninth Year, No. 28, Winter 2012.(In Farsi)
36. Najafi Kani, Ali Akbar, Motiee Langroudi, Hassan; Najafi, Kobra (2008), "Feasibility of Ecotourism Development in Rural Areas Using the SWOT Analytical Model (Amol City), Geography and Development Magazine, Sixth Year, No. 19 & 18, p. 137 -121. (In Farsi)
37. Noahgahar, Ahmad; Hosseinzadeh, Mohammad Mahdi, Persia, Asma (2008), "Evaluation of Qeshm Island Authenticity Capabilities Using the SWOT Strategy Model", Geography and Development Magazine, No. 15, Zahedan University, Pages 172-151. (In Farsi)
38. Nouri, Gholamreza; Taghizadeh, Zahra; Shirani, Ziba (2012). The Role of Iran in the Therapeutic Tourism of the Islamic World with Emphasis on Nature Therapy (Functions, Challenges and Solutions). Quarterly Journal of Geographical Space Tourism, Summer 2012, Volume 1, Issue 3, Pages 1- 19. (In Farsi)
39. OECD (2001), the Well-Being of Nations: the Role of Human and Social Capital, Paris.
40. Pourahmad, Ahmad, Behdost, Frank, Forehudi, Rahmatullah (2015), Investigating the Role of Tourism in Urban Development in Kermanshah. Geography and urbanization-region, No. 15. Summer of 1394. (In Farsi)
41. Rohn al-Din Eftekhari, A., Mahdavi, D., Akbari Samani, N. (2013). Presentation of Strategic Planning Pattern for Sustainable Rural Tourism Development (Case Study: Small Lavasan Village), Human Geography Research, 45 (1). (In Farsi)
42. Rohn al-Din Eftekhari, AS. R And Mahdavi, d. (2006) Rural Tourism Development Strategies Using SWOT Model (Lavasani Village Small), Quarterly Journal of Humanities, Vol. 10, No. 2, Summer 2006.(In Farsi)
43. Sagjay, M., Alizadeh, D. (2010). An Investigation of Rural Tourism Product in Pave County, Geographic Space Science and Research Quarterly, (41) 1. (In Farsi)
44. Sharpley and Vass,(2006).Tourism, farming and diversification: An attitudinal study. Tourism Management. Volume 27, Issue 5, October 2006, Pages 1040-1052
45. Somoni-Qutb Abadi, Sahar, Torabi-Farsansani, Neda, Shafiei, Zahed, Bazrafshan, Morteza and Ghaffari, Sidraiman (2017). Identification of Agricultural Tourism Capacity in Jahrom County Using the Toze Model. Journal of Entrepreneurship in Agriculture, Vol. 4, No. 2, Summer 2017. (In Farsi)
46. Srivastava, P. K., .2005. singh, stakhobler- based swot a hahgsistor successful municipal solid waste management in lucknow , India waste management 25,PP. 34-38.
47. Su, B. (2011). Rural tourism in China, Tourism Management, 32: 1438-1441.
48. Su, B. 2011. Rural Tourism in China. Tourism Management, 32(6): 1438-41.
49. Taghavi, M., Pour Soleimani, AS. 2009 Factors Affecting the Growth of the Tourism Industry in Iran. Economic Research. 9 (3): 157-172. (In Farsi)
50. Tavlaee, S., Riahi, and. , Afrakhteh, h (2013) Investigating the Capabilities and Strategies for Rural Tourism Development in the Qak District of Qom Province, Human Geography Research, Volume 45, Number 4, Winter 2013, Pages 103-118. (In Farsi)
51. Turkaman Nia, N. Bahrami, S. And Azizi, p. (2011) Tourism Assessment of the Kang Village Using the SWOT Model, Tourism Quarterly and Future Outlook, 2010, No. 1, Winter 2011, pp. 105-89. (In Farsi)
52. Varesi, Hamid Reza;Taghvaei, Masoud, Sharifi, Nasrin; (2015). Spatial Analysis and Optimal Locating of Urban Green Spaces (Case Study: Najaf Abad City, Journal of Urban Planning and Research, Summer 2015- No. 21, pp. 51-72. (In Farsi)
53. World Tourism Organization (WTO). (2004). Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook. World Tourism Organization, Spain.
54. World. Torism Organization ,(2009). Tourism Highlight editions.

55. Zarabi, A., Mahbobfar, M. R., (2013). Application of the SWOT-QSPM Model in the Development of Tourism Development Strategy of Kashan. *Journal of Space Planning (Geography)*. Third year, number four, successive 11, winter 2013. (In Farsi)
56. Zarabi, A., Mohammadi, M. A.S. J., Firoozi, M. G., (2011). Planning Tourism Development Using SWOT Model (Case Study: Noorabad Mamsani Town), *Scientific Journal of Spatial Planning*, Vol. 1, No. 2, Autumn 2011, pp. 1-24. (In Farsi)
57. Movahed, Ali; but Nepour, Saeed; Zarei, Reza (2012). Evaluation of tourist resorts around metropolitan cities by combining the AHP and SWO model; Case study of the tourist resort of Malaqah, *Urban and Regional Studies and Research*, Fourth Year, No. 15, Winter 2013, pp. 74-53. (In Farsi)