

## شناسایی عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT (مطالعه موردی: روستای یاسه چای)

سلیمه جمشیدیان<sup>۱</sup> ایمان چقاجردی<sup>۲\*</sup>

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد
۲. دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد

### چکیده

صنعت گردشگری در قرن حاضر به عنوان یکی از پر رونق‌ترین صنایع و نیرو محرکه توسعه اقتصاد جهانی شناخته می‌شود. این صنعت نو ظهور توانسته با تأثیرگذاری خود روی دیگر صنایع نظر بسیاری از دست‌اندرکاران صنایع را به خود جلب کند. توسعه گردشگری در مناطق روستایی یکی از راههای نجات روستاها از فقر قلمداد می‌شود. اولین گام در توسعه گردشگری روستایی، شناسایی موانع و چالشهای آن است. هدف از این پژوهش شناسایی عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری روستای یاسه چای می‌باشد و از مدل SWOT برای تحلیل آن استفاده شده است. روش این پژوهش بر اساس هدف، کاربردی می‌باشد و بر اساس ماهیت، توصیفی موردی است. جهت جمع‌آوری اطلاعات از مصاحبه و پرسشنامه استفاده شده است. نتایج حاصله از این پژوهش نشان داد عدم وجود تبلیغات، نبودن امکانات مناسب دسترسی، عدم وجود مراکز خدمات بهداشتی و عدم اختصاص بودجه برای توسعه گردشگری مهمترین عواملی می‌باشند که در ضعف گردشگری روستایی یاسه چایی نقش دارند. در پایان نیز سعی شده است راهکارهایی به منظور استفاده بهینه از قابلیت‌ها و امکانات موجود در صنعت گردشگری روستایی یاسه چای ارائه گردد.

**واژه های کلیدی:** گردشگری، گردشگری روستایی، روستای یاسه چای، SWOT

---

\* نویسنده رابط: Ichaghajerdi@gmail.com

## ۱- مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان مهمترین صنعت جهان در دهه‌های اخیر رشد سریعی در توسعه اقتصادی جهان داشته است (رضوانی ۱۳۸۷، ۱). گردشگری می‌تواند باعث تحولاتی از لحاظ اقتصادی، اجتماعی در یک جامعه شود. یکی از راهبردهایی که اخیراً در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته و حتی در برخی از این کشورها به اجرا درآمده و نتایج مثبتی به همراه داشته، توسعه و گسترش توریسم در نواحی روستایی است که دارای پتانسیلهای لازم برای گسترش گردشگری است. سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان به گردشگری به عنوان صنعتی که ثبات اقتصادی و جمعیتی را برای جوامع روستایی به دنبال دارد، می‌نگرند و بسیاری نیز می‌پندارند که توسعه گردشگری راه حل بسیاری از مشکلاتی است که مناطق روستایی گرفتار آنها می‌باشند (افتخاری و مهدوی ۱۳۸۵، ۲). گردشگری روستایی به عنوان فرآیندی در توسعه روستایی قلمداد می‌شود که با ایجاد فعالیت‌های مکمل کشاورزی، می‌تواند توسعه اقتصادی و زیست محیطی روستا را در زمینه افزایش درآمد، اشتغال‌زایی و معیشت پایدار فراهم کند. از آنجا که نواحی روستایی منبعی آسیب‌پذیر و مستعد تغییرات زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی است؛ تجربه نشان داده است که هر جا گردشگری به طور خودجوش و اتفاقی و بدون برنامه‌ریزی و مدیریت مؤثر، گسترش یافته، پیامدهای نامطلوبی به بار آورده و در دراز مدت مشکلات آن بیشتر از فواید آن بوده است (کریمی طهماسبی ۱۳۹۲). کشور ما نیز با قدمت تاریخی چندین هزار ساله و منابع فراوان و غنی جذب گردشگری می‌تواند در رقابت جهانی گردشگری شرکت کند و از این منبع سرشار، سهمی شایسته و درخور داشته باشد. همچنین با توجه به این مطلب که در کشور ما ۳۰ درصد جمعیت در مناطق روستایی زندگی می‌کنند، کشاورزی به تنهایی نمی‌تواند اشتغال و درآمد کافی را برای جمعیت روستایی فراهم آورد. بنابراین گسترش گردشگری به عنوان یک راهبرد جدید در زمینه توسعه روستایی در ایران می‌تواند نقش مهمی در متنوع‌سازی اقتصاد و جوامع روستایی ایفا نماید و زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌های جدیدی در اشتغال و درآمد شود (غلامیان، ۱۳۸۹، ۱). گردشگری روستایی از آن رو اهمیت دارد که می‌توان با بهره‌گیری مناسب از منابع طبیعی و انسانی، علاوه بر امکان رشد و توسعه اقتصادی به ترویج بخش کشاورزی و تولید صنایع دستی محلی پرداخت و گامی مؤثر در مسیر بهبود شرایط زیست محیطی و پاسداشت میراث فرهنگی، بومی و آداب و رسوم محلی برداشت (شهیدی و همکاران ۱۳۸۸، ۱۰۰). گردشگری روستای می‌تواند به احیا و زنده نگه داشتن این آداب در این محیط‌های اجتماعی - تاریخی کمک شایان توجهی بکند (جوادی ملک‌ان و همکاران ۱۳۹۱، ۳). در خصوص موضوع تحقیق در ایران و جهان مطالعات پراکنده‌ای صورت گرفته است. مکدونالد و جولیف (۲۰۰۳) در مقاله‌ای به بررسی صنعت گردشگری در مقایسه با صنایع دستی روستایی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که گردشگری می‌تواند به عنوان یک ابزار پیشرفت برای بسیاری از روستاها و مکمل صنایع دستی روستاها عمل کند. باکلی (۲۰۰۸) طی مقاله‌ای در یکی از مناطق مکزیکو که به دلیل جاذبه‌های طبیعی تعداد زیادی از افراد را به سوی خود جلب کرده است به شیوه پیمایشی و استفاده از پرسشنامه به بررسی اثر

حضور گردشگر در این منطقه پرداخت. او به این نتیجه رسید که حضور گردشگر برای ایجاد فرهنگ و الگوهای نو در منطقه تأثیرگذار بوده است. همچنین با وجود درآمدی که از گردشگرها به وجود می‌آید، اشتغال چندانی برای منطقه به وجود نیامده و متأسفانه امنیت غذایی و تنوع زیستی در این منطقه مورد تهدید واقع شده است. رکن الدین افتخاری و مهدوی (۱۳۸۵) در مقاله‌ای با استفاده از روش پیمایشی، مطالعات میدانی و تعیین قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به شیوه SWOT به ارائه راهبردی در جهت توسعه گردشگری در مناطق روستایی لواسان پرداخته‌اند. افتخاری و مهدوی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای منطقه مورد نظرشان را در چهار مبحث جداگانه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، اکولوژیکی و نهادی مورد مطالعه قرار داده‌اند. پور قاسمیان (۱۳۸۷) در پژوهشی به بررسی فضاهای ناشناخته شهری و روستایی در صنعت گردشگری شهرستان اصفهان در مورد قلعه‌ها، برج‌ها و مناره‌ها با ترکیبی از روش‌های کتابخانه‌ای، اسنادی، پیمایشی و همچنین استفاده از مدل SWOT پرداخته و در انتها شناخت این مناطق را به صورت الگو و مدل برای توسعه گردشگری سایر مناطق استان ارائه کرده است.

## ۲- بیان مسأله

با توجه به افزایش روزافزون نیازهای تفرجی، نیاز به مکان‌های مناسب برای فعالیت‌های تفرجی انکارناپذیر به نظر می‌رسد. بنابراین مقوله‌ی فضا و مکان، چارچوب و زیربنایی اساسی است که برای کنش‌های مربوط به بخش گردشگری بسیار شایان اهمیت است، پس تعیین چنین مکان‌هایی، مستلزم ارزیابی دقیق منابع مختلفی است که احتمال می‌رود بتواند به مانند یک منبع تفرجی مورد استفاده قرار گیرند. روستای یاسه چای نیز با برخورداری از شرایط متنوع آب و هوایی و جاذبه‌های فرهنگی، طبیعی و اقلیمی و گسترش آداب و رسوم محلی این توانمندی را دارد تا با شناسایی و ارزیابی جایگاه گردشگری فرصت توسعه‌ی گردشگری روستایی را فراهم کند؛ اما متأسفانه گردشگری در روستای یاسه چای به دلایل مختلفی همچون نبود امکانات و منابع مالی هرگز نتوانسته پیشرفتی در این زمینه داشته باشد که این مشکلات ذهن نگارندگان را بر آن داشت تا به بررسی این موضوع بپردازند.

## ۳- روش پژوهش

روش پژوهش بر اساس هدف کاربردی و بر اساس ماهیت توصیفی - تحلیلی می‌باشد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات به صورت میدانی بوده و از پرسش‌نامه به عنوان ابزار گردآوری استفاده شده است. تعداد حجم نمونه ۲۵ نفر بوده که از این تعداد ۵ نفر زن و ۲۰ نفر مرد می‌باشد پرسش‌نامه طراحی شده مشتمل بر یک بخش مربوط به گردشگری روستایی یاسه چای و توسعه گردشگری می‌باشد و با سؤال در

برگیرنده متغیرهای پژوهش بود. در این پژوهش پرسش نامه را شخصاً و حضوری به اعضای نمونه پژوهش ارائه شده است.

#### ۴- مبانی نظری

گردشگری عبارت است از حرکت اشخاصی که به مکانهایی غیر از مکان معمولی زندگی یشان مسافرت می‌کنند؛ به شرطی که این مسافرت بیش از یک سال نباشد و به منظور گذران اوقات فراغت، تجارت و یا سایر اهداف صورت گیرد (مرادمند، ۱۳۹۲: ۲۹). در نیمه دوم قرن ۱۸ میلادی با گسترش شهرنشینی، ارتقاء وسایل حمل و نقل و به ویژه گسترش خطوط راه آهن، تغییرات اجتماعی و افزایش طبقه میانی اجتماع، اوقات فراغت بیشتر و... گسترش یافت (راسق قزلباش ۱۳۸۸، ۱۰۰). گردشگری را می‌توان رفتار مشترک گروه‌های انسانی دانست که از ابعاد جغرافیایی و فضایی برخوردار بوده و بازتاب‌های این رفتار نیز فضا و ویژگی‌های محیط جغرافیایی را متأثر می‌سازد (تقدیسی و دانشور ۱۳۸۶، ۱۸۱). و یا می‌توان گردشگری را به مفهوم دقیق کلمه مسافرت اشخاص که به طور موقت از محل مسکونی خود دور می‌شوند تا نیازهای حیاتی فرهنگی و شخصی خود را به شکل مصرف‌کننده کالاهای اقتصادی و فرهنگی برآورند (شهبان ۱۳۸۴، ۲۳). صنعت گردشگری می‌تواند زمینه مناسبی برای سرمایه‌گذاری به حساب آید و با اتکای کمتر به منابع فرصتی را در اختیار کشورهای کمتر توسعه یافته برای تحریک رشد اقتصادی در جهت تولید درآمد و اشتغال قرار دهد. توجه به موضوع گردشگری روستایی از دهه‌های ۱۹۵۰ م. به بعد گسترش یافت و در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ م بیشتر در زمینه اقتصاد گردشگری روستایی برای کشاورزان و جوامع محلی مورد توجه قرار گرفت و تا به حال برنامه‌ریزان و صاحب‌نظران در کشورهای مختلف با ارائه راهبردها و راهکارهای گوناگون، فعالیت‌ها و اقدامات گسترده‌ای در فراهم کردن زمینه جذب توریسم و گسترش فعالیت‌های توریستی انجام داده‌اند. به طور کلی گردشگری روستایی از دو جنبه دارای اهمیت است: یکی به عنوان فعالیت گسترده جهانی و دیگری نقش آن در توسعه سیاست‌های منطقه‌ای و محلی (قادری و افتخاری ۱۳۸۱، ۲۷). بنابراین تعریف گردشگری روستایی کار آسانی نیست و توافقی درباره آن وجود ندارد، این مسئله چند دلیل دارد: ابتدا تعریف نواحی روستایی که گردشگری روستایی انجام می‌شود با دشواری همراه است؛ چرا که معیارهای مورد استفاده توسط کشورهای مختلف با یکدیگر تفاوت دارد. دوم همه انواع گردشگری که در نواحی روستایی صورت می‌گیرد اساساً روستایی نیست؛ زیرا می‌تواند ماهیت شهری داشته باشد. با این وجود می‌توان گردشگری روستایی را در برگیرنده دامنه‌ای از فعالیت‌ها و خدمات مربوط به تفریح و آرامش گردشگران دانست که به وسیله کشاورزان و مردم روستایی برای جذب گردشگران به مناطق خود و به منظور کسب درآمد صورت می‌گیرد (رضوانی ۱۳۸۷، ۵۵).

#### ۴-۱ ماتریس SWOT

ماتریس سوات در مراحل گوناگون فرایند برنامه‌ریزی راهبردی از مرحله تحلیل وضعیت تا تدوین راهبرد موضوعیت دارد. برای تحلیل وضعیت شیوه‌های گوناگونی موجود است. یکی از این شیوه‌ها آغاز کار با بازشناسی مسائل مهم است: شیوه دیگر آغاز کار با تعیین اهداف و مقاصد سازمان است، شیوه سوم تمرکز کردن بر فرصت‌ها است و... در واقع هیچ پاسخ منحصر به فردی برای چگونگی آغاز تدوین راهبرد وجود ندارد. یعنی می‌توان از بررسی محیط خارجی و یا محیط داخلی آغاز نمود که از این رو بعضاً به جای SWOT از لفظ TOWS استفاده کرده‌اند. بنابراین فرایندی که در این نوشتار مورد بحث قرار می‌گیرد صرفاً یکی از حالت‌های ممکن را بیان می‌دارد.

نمودار ۱: راهبردهای چهارگانه بر اساس مدل SWOT

محیط داخلی		ماتریس SWOT	
نقاط ضعف	نقاط قوت	فرصت‌ها	تهدیدات
<b>WO</b> راهبرد انطباقی یا بازنگری (حداکثر - حداقل)	<b>SO</b> راهبرد تهاجمی (حداکثر - حداکثر)	محیط بیرونی	تهدیدات
<b>WT</b> راهبرد تدافعی (حداقل - حداقل)	<b>ST</b> راهبرد اقتضایی یا تنوع (حداقل - حداکثر)		

منبع: یافته‌های نگارندگان

#### ۴-۲ قلمرو مکانی تحقیق

روستای تاریخی و بدون کوچه «یاسه چای» (یاسه چای) با مختصات  $32^{\circ} 37' 32''$  شمالی و  $58^{\circ} 05' 50''$  شرقی از توابع شهرستان سامان در استان چهارمحال و بختیاری است که در حاشیه رودخانه زاینده‌رود و در محدوده کوهستانی شمال این شهرستان قرار دارد. این روستا در فاصله ۳۸ کیلومتری شهر سامان و ۵۰ کیلومتری شهرکرد (مرکز استان چهارمحال و بختیاری) واقع شده است. روستای «یاسه چای» (یاسه چاه) در حال حاضر، بیش از ۸۰۰ نفر جمعیت دارد که مسلمان و شیعه هستند (ویکی‌پدیا).

#### ۴-۲-۱ وجه تسمیه

وجه تسمیه این روستا هم به موقعیت جغرافیایی آن برمی گردد. «یاسه چای» کلمه مرکب ترکی و به معنای جایی است که پهنای رودخانه زیاد می شود. «یاسو» به معنی «پهن» و «چای» به معنی «رودخانه» است. مردم روستای «یاسه چای» به زبان ترکی سخن می گویند (میراث فرهنگی استان چهارمحال بختیاری).

#### ۴-۲-۲ معماری روستای یاسه چای

روستای «یاسه چای» (یاسه چاه) در نگاه نخست، فاقد هر گونه خیابان و معبر به چشم می آید، بنابراین «روستای بدون کوچه ایران» هم گفته می شود. این آبادی، دارای کوچه های سرپوشیده و دالان های قدیمی و بافت معماری خاص است که آن را به یک روستای هدف گردشگری تبدیل کرده و سالانه هزاران گردشگر به این روستا سفر می کنند. مردم این روستا از طریق چهار دالان سرپوشیده که درب همه خانه های روستا به داخل آنها باز می شود، رفت و آمد می کنند. آنها در گذشته برای پوشش امنیتی، کوچه های روستای «یاسه چای» (یاسه چاه) را سرپوشیده و به صورت دالان هایی ساخته اند که این دالان های تونل شکل خشت و گلی که از ابتدا تا انتهای روستا احداث شده، با گذشت حدود یک قرن، همچنان پا برجا و دیدنی است. مسیر اصلی این دالان به طول ۴۰۰ متر، شمال و جنوب روستای «یاسه چای» را به هم متصل کرده و ۵ دالان فرعی، راه های ارتباطی خانه های بافت قدیم را به هم وصل می کند. دو دروازه اصلی هم در روستا وجود دارد که در زمان حمله و هجوم اقوام بیگانه در ادوار گذشته، توسط اهالی بسته می شده است. خانه های این روستا، به دلیل استقرار آبادی در اقلیم سرد و کوهستانی، کمبود زمین برای ساخت مسکن و ناامنی در گذشته، در دامنه کوه در کنار هم و به طور پلکانی ساخته شده و برخی خانواده ها، از پشت بام دیگری برای محوطه حیاط استفاده می کنند.



شکل ۱: دالان روستای یاسه چای

منبع: یافته های نگارندگان

محدوده تاریخی روستای «یاسه چای» (یاسه چاه)، به وسعت سه و چهار دهم هکتار، با گونه مسکونی و معابر سرپوشیده خشتی، در فهرست آثار ملی ایران ثبت شده است. مصالح به کار رفته در خانه های بافت تاریخی و قدیمی روستای «یاسه چای» (یاسه چاه)، خشت، گل، چوب و سنگ است. طاق های ضربی و چشمه ای، دالان های تاریخی اصلی و فرعی، فضای کالبدی و معماری خاص منازل به عنوان ویژگی منحصر به فرد در «یاسه چای» خودنمایی می کند. روستای «یاسه چای» از دو قسمت بافت تاریخی و قدیمی، و بافت جدید (از آجر، گچ، آهن، سنگ و سیمان) تشکیل شده که در شیب دامنه کوه در کنار هم به صورت پلکانی و با دید مشرف به مناظر طبیعی روستا و زاینده رود ساخته شده اند. اصلی ترین مزیت گردشگری روستای «یاسه چای» (یاسه چاه) در کنار بافت تاریخی، به جاذبه های طبیعی اختصاص دارد. روستای «یاسه چای» (یاسه چاه) در گذرگاه کمربند سبز حاشیه رودخانه زاینده رود با طول تقریبی ۵۰ کیلومتر جاده ای در امتداد رودخانه (که پل زمانخان را به سد زاینده رود متصل می کند) قرار گرفته است. (میراث فرهنگی استان چهارمحال بختیاری)

## ۵- یافته ها

جدول ۲: ماتریس SWOT گردشگری روستایی یاسه چای

نقاط قوت (S)	فرصت ها (O)
S1-بکر بودن	O1- وجود زمینه برگزاری جشنواره های بومی - محلی
S2-سابقه تاریخی مربوط به عصر صفویه	O2-نشر اصول فلسفه روستایی
S3-هوای پاک	O3-ارتباط نزدیک با روستاها همسایه
S4-داشتن رودخانه	O4-اتحاد و شکل گیری هویت و عرق مردم روستا
S5-بافت قدیمی و سبک خاص خانه های روستایی	O5-بهره گیری از تجربیات سایر روستاها
S6-قرار داشتن در دامنه و یا فضای باز پایین کوه	O6-پایین بودن هزینه های خدمات و نیروی انسانی
S7-محیط سرسبز	O7-جلب سرمایه های خارج از روستا از طریق توسعه گردشگری
S8-وجود درختان میوه از جمله گردو، بادام و هلو	O8-فرهنگ پذیرش توسعه گردشگری روستایی
S19-گویش و آداب و رسوم خاص اهالی روستا	O10-رونق اشتغال در بخش های مختلف
S10-داشتن مرکز بهداشت	O11-توسعه بازارهای اقتصادی از طریق پویایی این صنعت
S11-وجود راه ارتباطی آسفالتی جهت دسترسی تا ورودی روستا	O12-وضعیت و جایگاه مطلوب این روستا در استان
	O13-پتانسیل ایجاد مراکز آموزشی و پژوهشی
	O14-اعتماد و اطمینان گردشگران به پویایی این صنعت

نقاط ضعف (W)	تهدیدها (T)
W1- عدم وجود تبلیغات	T1- نبود امنیت جهت سرمایه گذاری بخش خصوصی
W2- عدم وجود امنیت در جاده	T2- عدم احساس اعتماد در مسئولین نسبت به توسعه و بهره‌وری این صنعت
W3- نبود امکانات کافی برای اسکان گردشگران	T3- تهاجم تبلیغات فرهنگی به شهر
عدم وجود مراکز خدمات بهداشتی	T4- عدم وجود سیاست‌ها و آیین‌نامه‌های مدون و مشخص
W4- عدم اختصاص بودجه برای توسعه گردشگری روستایی از طرف سازمان‌های مربوطه	T5- از بین رفتن فضای اطراف رودخانه‌ها
W5- عدم رغبت بخش خصوصی به سرمایه گذاری	T6- نبود انسجام و هماهنگی میان سازمان‌های مختلف
W6- نبود سیستم‌های محرک جهت فعالیت‌های پژوهشگران	
W7- نپرداختن به گردشگری روستایی در شبکه استانی چهارمحال و بختیاری	
W8- عدم مساعدت رسانه‌های جمعی و مطبوعات	
W9- عدم وجود بودجه و منابع مالی ناکافی در خدمت‌دهداری	
W10- عدم وجود بازارچه عرضه محصولات روستا	

منبع: یافته‌های نگارندگان

جدول ۳: عوامل داخلی و خارجی گردشگری روستایی یاسه چای

وزن	رتبه	امتیاز	O,T	وزن	رتبه	امتیاز	S,W
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	O1	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	S1
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	O2	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	S2
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	O3	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	S3
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	O4	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	S4
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	O5	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	S5
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	O6	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	S6
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	O7	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	S7
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	O8	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	S8



۰/۱۸	۳	۰/۰۶	O9	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	S9
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	O10	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	S10
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	O11	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	S11
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	O12	۰/۰۸	۲	۰/۰۴	W1
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	O13	۰/۰۸	۲	۰/۰۴	W2
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	O14	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	W3
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	T1	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	W4
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	T2	۰/۰۲	۱	۰/۰۳	W5
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	T3	۰/۰۲	۱	۰/۰۲	W6
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	T4	۰/۰۲	۱	۰/۰۲	W7
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	T5	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	W8
۰/۰۱	۱	۰/۰۱	T6	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	W9
				۰/۰۲	۱	۰/۰۲	W10
۳/۳۲				۲/۸۷			مجموع

منبع : یافته های نگارندگان

## ۵-۱ استخراج استراتژی های SO

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول عوامل داخلی و خارجی روستایی یاسه چای استراتژی های SO (تهاجمی) دارای بیشترین وزن می باشد. این استراتژی ها به منظور حداکثر نمود نقاط قوت های داخلی برای حداکثر نمودن فرصت های خارجی می باشد. بنابراین روستای یاسه چای دارای توانمندی برای توسعه گردشگری روستایی می باشد.

## ۶- بحث و نتیجه گیری

روستاهای ایران از نظر گردشگری از قابلیت ها و پتانسیل های بیشماری برخوردار است و در صورت شناخت این قابلیت ها و استفاده در مسیر صحیح می تواند در زمینه جذب گردشگر داخلی و حتی خارجی مؤثر واقع شود. روستای یاسه چای نیز با داشتن جاذبه های طبیعی و تاریخی و چشم اندازهای زیبا موقعیت ممتازی برای پیشبرد اهداف گردشگری محسوب می شود؛ اما متأسفانه گردشگری روستایی یاسه چای در زمینه مورد گردشگری دچار پاره ای از نقایص و کاستی ها می باشد. نتایج حاصله از این پژوهش نشان داد

عدم وجود تبلیغات نبودن امکانات مناسب دسترسی عدم وجود مراکز خدمات بهداشتی عدم اختصاص بودجه برای توسعه گردشگری مهمترین عواملی می‌باشند که در ضعف گردشگری روستایی یاسه چایی نقش دارند. در نهایت به نظر می‌رسد با توجه به اهمیت موضوع گردشگری روستایی و ضرورت بهره‌گیری از منافع مختلف فردی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ثابت شده در تحقیقات مختلف، وقت آن رسیده است تا مدیران و مسئولان برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در امور گردشگری روستایی بیش از پیش به این حوزه توجه و اهتمام نمایند و با همکاری سازمان‌ها، ادارات و دستگاه‌های ذیربط و تأثیرگذاری همچون دهداری، سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی گردشگری و منابع طبیعی در شهرکرد، به شناخت و توسعه جذابیت‌های فرهنگی و تفریحی و ارتقای زیرساخت‌های لازم در شهر مختلف بپردازند و گسترش این صنعت را با مدیریت بخشی و منطقه‌ای آن، آغاز نمایند. لازمه این کار آشنایی بیشتر مدیران و مسئولان، روستا با این مقوله و درک اهمیت جذب گردشگران روستایی در توسعه همه جانبه مناطق خود می‌باشد. در این راستا با توجه به این که یاسه چای قابلیت‌ها و پتانسیل‌های مختلف گردشگری روستایی را به صورت طبیعی داراست، مدیران و برنامه‌ریزان بخش گردشگری روستایی و همچنین پژوهشگران و محققان بایستی اهتمام لازم را در جهت شکل‌گیری و توسعه این صنعت با برنامه‌ریزی و ایجاد استراتژی‌های مناسب از خود نشان دهند تا انشاءالله در آینده نزدیک شاهد توسعه این صنعت پاک و بهره‌مندی از منابع مختلف آن برای روستای یاسه چای باشیم.

## ۷- پیشنهادها و راهکارها

در این بخش، سعی شده است تا با مطالعه منابع مختلف موجود و استفاده از تجربیات روستاهای مختلف در زمینه گردشگری روستای و در نهایت با بهره‌گیری از نتایج حاصل از تحلیل SWOT راهکارهایی برای توسعه این صنعت تهیه و تدوین گردد. لازم به ذکر است که این مطالب بر اساس نظراتی است که توسط متخصصان و مدیران در حوزه گردشگری روستای در ایران گردآوری شده است. از این رو، امید است مدیران و مسئولان دست‌اندرکار در امور گردشگری روستای استان از مطالب و مباحث عنوان شده در جهت توسعه صنعت گردشگری روستای یاسه چای بهره‌برداری نمایند.

- انجام تبلیغات بسیار وسیع و ساخت بروشورهای رنگی برای گردشگران
- استفاده از افراد متخصص در زمینه گردشگری روستای
- ساخت هتل‌های مناسب در نزدیکی روستا
- بالا بردن سطح آگاهی مردم در رابطه با گردشگری روستای
- آموزش مردم روستا جهت استفاده از پتانسیل‌های موجود
- سهم کردن مردم روستا در درآمدهای حاصل از گردشگری

- ایجاد زیرساخت های مورد نظر در زمینه گردشگری از جمله ایجاد مهمانسرا، فعال سازی مرکز بهداشت، بهبود وضعیت جاده‌ای
- آموزش لیدر برای راهنمای گردشگران
- ارائه بسته های سفر در قالب گردشگری روستای
- راهنمایی و تشویق آژانس های گردشگری در جهت ایجاد بسته های گردشگری روستای مناسب
- بهره گیری مناسب از منابع مختلف اطلاع رسانی و تبلیغاتی و رسانه ها
- وجود برنامه های جامع بازاریابی گردشگری روستای
- معرفی فرهنگ، آداب و رسوم روستا
- توجه به ایمنی و بهداشت در کلیه اماکن اقامتی و تفریحی
- توسعه کمی و کیفی اماکن و تأسیسات ورزشی چند منظوره با رعایت استانداردها
- توجه و بهره گیری از قابلیت چهارفصل بودن ایران و فصل بندی فعالیت های گردشگری ورزشی
- انجام پژوهش برای شناخت راهبردهای توسعه گردشگری روستایی
- ایجاد زمینه برای پذیرش گردشگر از سوی جامعه و برخورد مناسب و استقبال شایسته از آنان

**منابع و مأخذ:**

- ۱- افتخاری، ع، مهدوی، د. ۱۳۸۵. راهکارهای توسعه گردشگری روستای با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک، فصلنامه مدرس، شماره ۲.
- ۲- پورقاسمیان، ن. ۱۳۸۷. بررسی فضاهای ناشناخته شهری و روستای در صنعت گردشگری شهرستان اصفهان مورد: قلعه ها، برج ها، مناره ها، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشکده ادبیات دانشگاه نجف آباد.
- ۳- تقدیسی، س، دانشور، ف. ۱۳۸۶. توریسم روستای، تصویر مجازی یل الگوی حقیقی در برنامه ریزی روستایی، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه ای، شماره ۸.
- ۴- راسق قزلباش، س. ۱۳۸۸. گردشگری روستای و لزوم توجه به آن در برنامه ریزی توسعه روستاها، مسکن و محیط روستا.
- ۵- رضوانی، م. ۱۳۸۷. گردشگری پایدار روستایی، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۶- سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان چهارمحال بختیاری.
- ۷- شهبان، پ. ۱۳۸۴. چستی و چرای گردشگری روستایی، فصلنامه مسکن و انقلاب، شماره ۱۱.
- ۸- شهیدی، م. ۱۳۸۸. بررسی تأثیرات توریسم در برنامه ریزی نواحی روستایی، پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ۶۷.
- ۹- غلامیان، س. ۱۳۸۹. آسیب شناسی توسعه گردشگری روستایی، همایش منطقه ای توسعه توریسم
- ۱۰- قادری، ز. ۱۳۸۳. اصول برنامه ریزی توسعه پایدار گردشگری، انتشارات سازمان شهرداریها و دهیاریها.
- ۱۱- کریمی طهماسبی، پ. ۱۳۹۲. اثرات توریسم بر ساختار کشاورزی نواحی توریست پذیر روستایی، اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار.
- ۱۲- مرادمند، سعیده، ۱۳۹۱، بررسی روند تغییرات اقلیم آسایش گردشگری استان چهارمحال بختیاری با استفاده از شاخص های PET و PMV، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد.
- ۱۳- ویکی پدیا

14-Buckly,R,2008,environmentalinputs and outputs and in ecotourism:geotourism with a positiretrilpe bottom line,journ l 22-24

15-Macdonald,R,Joliffe,L,2003,cultural rural tourism:evidence from Canada,journal of the annals of tourism research,vol30,nov2,pp(307-322)

16-Malekan,javad,1390,www.blogfa.com