

روستا و توسعه، سال ۲۳، شماره ۹۱، پاییز ۱۳۹۹

DOI: 10.30490/RVT.2020.283047.1049

تحلیل راهبردی توسعه گردشگری روستایی در شهرستان سرباز

ابوبکر ریسی^۱، مهیم شیهکی تاش^۲، حبیب‌الله سالارزهی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۸/۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۹/۴

چکیده

تحقیق حاضر، با روش توصیفی-پیمایشی، با هدف تحلیل راهبردی توسعه گردشگری روستایی در شهرستان سرباز انجام شد. جامعه آماری پژوهش کارشناسان و فعالان ادارات مرتبط با حوزه گردشگری این شهرستان به تعداد دویست نفر (کارشناسان ادارات بخشداری، فرمانداری، کمیته امداد، میراث فرهنگی، اداره کار و شهرداری) بودند که از آن میان، با استفاده از جدول کرجسی- مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، ۱۳۰ نفر به‌عنوان

۱- مدرس کارآفرینی، دانشگاه علمی کاربردی استان سیستان و بلوچستان، زاهدان ایران.

(aboobakrma@gmail.com)

۲- نویسنده مسئول و استادیار اقتصاد توسعه، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

(mohimtash@entp.usb.ac.ir)

(salarzehi@mgmt.usb.ac.ir)

۳- دانشیار مدیریت دولتی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

نمونه انتخاب شدند. گردآوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز به روش بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی صورت گرفت و برای تحلیل اطلاعات، با بهره‌گیری از شیوه (SWOT)، نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری تجزیه و تحلیل و راهبردهای ممکن برای توسعه گردشگری منطقه تدوین شد. بر اساس نتایج پژوهش، از بین نقاط قوت، وجود جاذبه‌های طبیعی با وزن نسبی ۰/۲۴۸ و از بین فرصت‌ها، اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی از طریق توسعه گردشگری با وزن نسبی ۰/۲۳۸ در اولویت اول قرار گرفتند؛ همچنین، مهم‌ترین راهبرد کاربردی برای توسعه گردشگری روستایی در شهرستان سرپاز راهبرد SO با وزن نسبی ۰/۳۳۲ ارزیابی شد. بنابراین، بهره‌گیری از توسعه بازارها و نمایشگاه‌های فصلی در روستاها و شهرهای اطراف و عرضه محصولات گرمسیری، تأسیس پارک میوه‌های گرمسیری، ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی حاشیه رودخانه سرپاز و تأکید بر حمایت مسئولان دولتی از اشتغال‌زایی در روستاهای دارای جاذبه‌های گردشگری از کاربردی‌ترین راهبردهای مناسب SO به‌شمار می‌روند.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، گردشگری روستایی، سوات (SWOT)، سرپاز (شهرستان).

مقدمه

مناطق روستایی با چالش‌های متعددی همچون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و مسائل زیست‌محیطی مواجه‌اند (Ghobadi et al, 2012). این مسئله سبب شده است که متخصصان و کارشناسان به دنبال راهبردهایی برای کاهش و رفع مسائل و مشکلات روستاها باشند؛ از راهکارهایی که بسیاری از کشورها برای نیل به توسعه روستایی در پیش گرفته‌اند، گردشگری روستایی است که اغلب کشورها به‌ویژه کشورهای کم‌توسعه‌تری که به لحاظ موقعیت مکانی از توانمندی‌های بالا برای جذب گردشگر روستایی برخوردارند، آن را در برنامه‌های توسعه ملی خود گنجانیده‌اند تا از این رهگذر، بتوانند فرآیند توسعه روستایی خود را شتاب بخشند (Imani, 2009).

گردشگری روستایی نوعی گردشگری مبتنی بر طبیعت است که زندگی روستایی، فرهنگ، هنر و میراث موجود در مناطق روستایی را شامل می‌شود؛ همچنین، توسعه اقتصادی و اجتماعی در مناطق روستایی (Mili, 2012) و تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی روستاها (Ghorbani et al, 2014) از اهداف مهم گردشگری روستایی است. گردشگری را می‌توان گزینه‌ای مهم برای توسعه اقتصاد جوامع روستایی بهره‌مند از جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی چشمگیر دانست. با حمایت مستمر دولت و با برنامه‌ریزی‌های راهبردی، می‌توان به ارزیابی توان اصلی بخش گردشگری جامعه پرداخت. از این‌رو، نقش راهبردی دولت با ایجاد آموزش لازم در جامعه می‌تواند ظرفیت‌های گردشگری را بالا ببرد (Ghanian et al, 2014). به باور فونس و همکاران (Fons et al, 2011)، گردشگری روستایی به‌مثابه نوعی جایگزین گردشگری با اهداف پایداری است. به‌زعم ژو (Zhou, 2014)، گردشگری روستایی تأثیر محلی دارد و فعالیت کوچک مقیاس محسوب می‌شود. به اعتقاد ماسرو (Musarò, 2014)، گردشگری روستایی، به‌علت تطبیق پذیری بالا، نقش موتور محرکه توسعه اقتصادی پایدار را در مناطق روستایی بازی می‌کند.

گردشگری روستایی، همچنین، فرصت‌هایی را برای گردشگری سبز یا پایدار و نیز گردشگری کشاورزی شامل تورهای آموزشی، موزه‌های مرتبط با کشاورزی، جشنواره‌های محصولات، حیات وحش، اسکان، پذیرایی، امکانات سرگرمی و تفریح، برپایی جشن و مراسم محلی، تولید و فروش صنایع دستی و محصولات کشاورزی فراهم می‌آورد، که همگی را می‌توان فرصت‌هایی دانست که مصرف‌کنندگان و کشاورزان بتوانند ایجاد ارزش کنند (Privitera, 2009). بنابراین، افزایش فرصت‌های توسعه روستایی می‌تواند از رشد مهاجرت روستایی بکاهد و به جوامع روستایی اجازه دهد که در محل‌های مناسب زندگی و قابل رشد روستایی باقی بمانند (Ghasemi et al., 2006)؛ و از این‌رو، مطالعه توان و ظرفیت‌های بالقوه منطقه در گردشگری روستایی و شرایط بهره‌گیری از آنها در بهبود شاخص‌های رفاه اجتماعی از جمله ایجاد اشتغال و کاهش بیکاری ضروری به‌نظر می‌رسد.

در همین راستا، مطالعاتی در داخل و خارج از ایران انجام شده است. به عنوان نمونه،

اکبریان رونیزی و رضوانی (Akbarian Ronizi and Rezvani, 2015) در مطالعه‌ای با عنوان «تحلیل و تبیین پایداری توسعه گردشگری در مناطق روستایی (مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان دماوند)»، بدین نتیجه رسیدند که میزان پایداری گردشگری روستاها با معیارهای فاصله از کلان‌شهر تهران، میزان جمعیت و تعداد گردشگران، رابطه مستقیم و معنی‌دار دارد. سپهوند و همکاران (Sepahvand et al., 2018)، در پژوهشی با عنوان «برنامه‌ریزی راهبردی توسعه اکوتوریسم روستایی از دیدگاه مردم، مسئولین و گردشگران (مطالعه موردی: روستای ایستگاه بیشه)»، نشان دادند که از دیدگاه هر سه گروه، راهبردهای بازنگری، تدوین قوانین و مقررات ویژه، استفاده بهینه از جاذبه‌ها و جلوگیری از تخریب، آلودگی و از بین رفتن این منابع در روستا با هدف جذب هرچه بیشتر گردشگران و جلوگیری از نابودی محیط طبیعی به‌عنوان بهترین راهبردها به‌شمار می‌روند. دوی (Dewi, 2014)، با مدل‌سازی روابط عوامل پایدار گردشگری در روستای سنتی پانکاساری (در بالی اندونزی)، مهم‌ترین اثرات گردشگری در منطقه را کاربری اراضی در حد وسیع و کاهش کیفیت محیط دانسته است. بارکاوسکاس (Barkauskas et al., 2015)، در تحقیقی با عنوان «تحلیل عوامل محیطی کلان مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی: مطالعه موردی لیتوانی»، نشان دادند که عوامل محیطی کلان اقتصادی، طبیعی و زیست‌محیطی، سیاسی، حقوقی و فنی و اجتماعی- فرهنگی بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه دارند. کامپون- سررو و همکاران (Campón-Cerro et al., 2017)، در پژوهشی با عنوان «بهبود رقابت پایدار در مقصدهای گردشگری روستایی: تلاش برای وفاداری به گردشگری در اسپانیا»، نتیجه گرفتند که ویژگی‌های تصویر و شکل منطقه و نیز کیفیت و رضایت از مقصد تأثیر مستقیم بر وفاداری گردشگران به مقصدهای گردشگری روستایی دارند.

شهرستان سرباز یکی از شهرستان‌های استان سیستان و بلوچستان است که با وجود توان‌های فراوان در بخش گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی، نتوانسته است از این ظرفیت‌ها به‌درستی بهره‌مند شود، که تلاش هرچه بیشتر در راه توسعه این صنعت در سطح شهرستان را می‌طلبد. این شهرستان از مناطق بکر کشور و مملو از جاذبه‌های بی‌نظیر و کم‌نظیر

تحلیل راهبردی توسعه گردشگری روستایی در.....

طبیعی و تاریخی است. با توجه به موقعیت اقلیمی و جاذبه‌های گردشگری شهرستان سرپاز، حفظ منابع طبیعی و استفاده بهینه از آن با اولویت محافظت از این جاذبه‌های بکر مهم‌ترین اصل گردشگری به‌شمار می‌رود؛ و در کنار تاریخ کهن و فرهنگ این شهرستان، می‌توان نهایت بهره‌را از آن برد. شهرستان سرپاز، با توجه به شرایط آب‌وهوایی مطلوب، دارای زمینه‌ای مساعد برای کاشت انواع محصولات گرمسیری مانند خربزه درختی، چیکو و موز است، به‌گونه‌ای که بیشترین میزان کاشت میوه پایا در کشور متعلق به این شهرستان است. هم‌زیستی انسان و جانور در سرپاز مشهود است؛ این موضوع به‌ویژه درباره گاندو صدق می‌کند که بزرگ‌ترین خزنده و تنها تمساح موجود در ایران بوده و زیستگاه اصلی آن رودخانه سرپاز است. همچنین، با قرار گرفتن شهرستان سرپاز در محور مواصلاتی ایرانشهر به چابهار و بازارچه مرزی پیشین، می‌توان آن را یکی از مهم‌ترین مناطق گردشگری استان در برنامه‌ریزی‌های کلان مد نظر قرار داد، به‌گونه‌ای که در تعطیلات به‌ویژه تعطیلات عید نوروز، به‌دلیل سفر گردشگران به سواحل جنوبی کشور (چابهار)، چندین هزار مسافر نوروزی بتوانند از این شهرستان بازدید کنند؛ این بهترین فرصت برای شناسایی و معرفی ظرفیت‌های گردشگری منطقه و به‌دنبال آن، کسب درآمد و ایجاد اشتغال برای ساکنان محلی است.

جدول ۱- جاذبه‌های گردشگری روستاهای هدف گردشگری

| روستا | جاذبه‌های گردشگری |
|-----------|--|
| فیروزآباد | بافت تاریخی و بارزش سنتی با تزئینات خاص، قلعه فیروزآباد و قبرستان قدیمی، سوبنگ کوه فیروزآباد، وجود تمساح پوزه کوتاه تالابی (گاندو)، انواع میوه‌های گرمسیری پایا، موز، چیکو و... |
| پتان | گور- زیارت، غار کلنگ، بافت تاریخی، وجود چشمه (چمگ)های گوناگون، معماری کاملاً سنگی، منبت کاری |
| پشامگ | قلعه‌های قدیمی پشامگ و بهمن، مسجد جامع پشامگ، گورستان پشامگ (مدفن اشکانیان)، معماری خشتی و گلی منازل، طبیعت بکر و دست‌نخورده (رویش انواع گیاهان دارویی کرک، ایشرک و...) |
| گورناگان | چشمه آب گرم، زیستگاه پرندگان (شاهین، لک لک، لک)، سدهای خاکی، قنات، نخلستان خرما، داروهای گیاهی (آدامس کوهی، پتروک و ...)، باغ‌های انار و لیمو، معماری منحصربه‌فرد (استفاده از تنه درختان برای سقف خانه‌ها) |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

از این رو، با توجه به مطالب پیش گفته و توانایی بالقوه روستاهای شهرستان سرپاز در گردشگری روستایی، این پرسش مطرح است که: «چگونه می توان به توسعه گردشگری روستایی شهرستان سرپاز دست یافت؟»؛ بنابراین، پژوهش حاضر به ارائه تحلیلی بر فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری روستایی در شهرستان سرپاز می پردازد.

مبانی نظری

گردشگری روستایی نوعی تنوع درآمد برای خانوارهای روستایی به منظور مقابله با فشارهای روانی فراهم می کند. در سال های گذشته، گردشگری روستایی همانند یک عامل اقتصادی عمده و بسیار مؤثر مورد توجه قرار گرفته است، عاملی که گسترش آن می تواند فعالیت های اقتصادی و مشاغل گوناگون را در مناطق روستایی به وجود آورد. در واقع، افزایش تولیدات صنایع دستی و فروش آنها، گسترش خدمات هتل داری و حمل و نقل، افزایش تقاضای گردشگران برای کالاها و خدمات، ایجاد فروشگاه های عرضه مایحتاج عمومی و... باعث ایجاد مشاغل جدید می شود که در پی آن، نرخ بیکاری و تعداد مهاجرت از روستا به شهر کاهش و درآمد خانوارهای روستایی افزایش می یابد (Dadvarkhani et al, 2011).

با توجه به تعاریف گردشگری روستایی، باید این نوع گردشگری دارای ویژگی هایی بدین شرح باشد: (۱) باید فعالیت های گردشگری در محیط روستایی رخ دهد، (۲) باید فعالیت های گردشگران مرتبط با زندگی روستایی باشد، (۳) باید علائق گردشگران مبتنی بر تولیدات کشاورزی مانند سبک زندگی کشاورزان، زندگی روستاییان و آداب و رسوم سنتی اقوام باشد، (۴) گردشگری روستایی باید به شیوه های پایدار توسعه یابد. بنابراین، اساس توسعه گردشگری روستایی در نظر داشتن رابطه میان سه عنصر محیط زیست گردشگری است؛ این سه جزء عبارتند از: گردشگران، مقصد و جامعه میزبان. این رابطه می تواند سنجیده، پویا و سازنده و یا مخرب باشد؛ از یک سو، گردشگری می تواند با مشارکت در اشتغال زایی و ایجاد درآمد، اقتصاد جوامع محلی را احیا کند و در تقویت فرهنگ محلی و حفظ و یا بازسازی

محیط زیست سهیم باشد و از سوی دیگر، قادر است کیفیت زندگی و محیط زیست جوامع محلی را پایین بیاورد؛ بنابراین، هدف گردشگری روستایی این است که با حفظ منابع طبیعی درازمدت بین این سه جزء اعتدال برقرار کند (Ghanein et al, 2012).

الف) عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستایی

گردشگری روستایی همانند یک سامانه از اجزا و ارکان به هم پیوسته تشکیل شده است. این اجزا به جز روابطی که با سایر اجزای سامانه دارند، از یک مجموعه عوامل دیگر هم تأثیر می‌پذیرند که شناسایی دقیق این عوامل به تسهیل فرآیند توسعه گردشگری روستایی بسیار کمک می‌کند. در پی، پاره‌ای از عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستایی یادآوری می‌شود.

- توسعه تسهیلات زیربنایی و خدماتی و تفریحی

بی‌شک، توسعه گردشگری روستایی بدون تسهیلات زیربنایی مانند آب، گاز، تلفن و تسهیلات خدماتی مانند امکانات درمانی و بهداشتی، رستوران، سفره‌خانه‌ها و مراکز اقامتی میسر نخواهد بود. در شرایط کمبود و ضعف این تسهیلات، جریان گردشگری به کندی توسعه می‌یابد. از بین عوامل یادشده، مهم‌ترین عامل در توسعه گردشگری روستایی حمل‌ونقل و جریان‌های دسترسی به روستاهاست. اغلب صنعت گردشگری در مناطقی توسعه پیدا می‌کند که شبکه‌های وسیع حمل‌ونقل در آنها وجود داشته باشد (Cooper et al, 2001).

- توجه به عامل فرهنگ در توسعه گردشگری روستایی

در گردشگری، به‌عنوان یک فعالیت اقتصادی، بیشترین تبادلات فرهنگی انجام می‌گیرد. در واقع، داشته‌های ما به‌عنوان جاذبه‌های انسانی و طبیعی در روستاها تا حد زیادی نماد فرهنگ حاکم بر روستاهاست؛ توجه بدین فرهنگ برای تمامی گردشگرانی که قصد سفر به مقصدی را دارند، از اهمیت ویژه برخوردار است، زیرا اولین چیزی که یک گردشگر از خود می‌پرسد، این است که محل مورد بازدید او در کجای دنیا واقع است و مردم آن در چه سطح فرهنگی قرار دارند. آنچه بیش از همه در خاطره و اذهان گردشگران باقی می‌ماند، برخوردهای جامعه میزبان با میهمانان است، خاطره‌ای که در واقع، از سطح فرهنگ جامعه شکل می‌گیرد (Karroubi, 2003).

- توسعه فعالیت تعاونی‌های گردشگری

تعاونی‌ها برای اهداف مختلف ایجاد می‌شوند و از آن جمله، برای ایجاد محصولات و خدمات جدید، دستیابی به سطوح بالاتر خودکفایی و صرفه‌جویی مقیاس، و گشایش بازارها. تعاونی‌های گردشگری به‌عنوان رابط دولت و مردم و یا به دیگر سخن، به‌عنوان حلقه ارتباطی توده مردم و دولتمردان، مجریان و دست‌اندرکاران عمل می‌کنند. در واقع، تعاونی‌های گردشگری جایگاه و بستری مناسب برای پیوند این دو (دولت و مردم) با هم به‌شمار می‌روند و با اجرای برنامه‌ها و انسجام فعالیت‌های تأمین‌کننده منافع هر دو طرف و زمینه‌ساز مشارکت آنها، به‌خوبی می‌توانند این مهم را تحقق بخشند (Farzini, 2005).

- توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در بخش گردشگری روستا

فناوری اطلاعات و ارتباطات یک مزیت برای مقاصد گردشگری حاشیه‌ای و دورافتاده محسوب می‌شود، زیرا سطح نظارت و کنترل آنها را ارتقا می‌بخشد و در نتیجه، تصویر ذهنی مقاصد گردشگری نزد گردشگران به‌نفع این مقاصد تغییر یافته، مشتریانی جدید را به‌دست می‌آورند. به‌طور کلی، استفاده علمی و کاربردی از روش‌های فناوری اطلاعات از جنبه‌های گوناگون بر صنعت گردشگری تأثیر می‌گذارد؛ این اثرگذاری بر ارائه خدمات بسیار شایان توجه است، زیرا اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب در گردشگری از نخستین ضروریات توسعه این صنعت است. گردشگری که در یک مکان معین، مدت کوتاهی اقامت می‌کند، باید به‌سرعت درباره جاذبه‌های منطقه مورد بازدید، محل اسکان و خریدهای احتمالی خود اطلاعات لازم را کسب کرده، تصمیم بگیرد (Gharekhlou, 2007).

- مشارکت روستاییان در گردشگری روستایی

در فرآیند برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری روستایی، مشارکت و تصمیم‌گیری مردم محلی اجتناب‌ناپذیر است و این تصمیم باید در راستای حفظ منافع اقتصادی-اجتماعی و زیست‌محیطی مردم منطقه صورت گیرد، چراکه در غیر این صورت، مردم گردشگران را افرادی سربار می‌پندارند که منابع آنها را مصرف می‌کنند و سود آن نصیب افراد غیربومی می‌شود. این طرز تفکر ممکن است بین جوامع میزبان و میهمان اصطکاک ایجاد کند؛ بنابراین،

تحلیل راهبردی توسعه گردشگری روستایی در.....

مشارکت مردم محلی در برنامه‌ریزی و توسعه و همچنین، در فعالیت‌های گردشگری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است (Qaderi, 2004).

- تقویت نقش مدیریت روستایی در توسعه گردشگری روستایی

مدیریت روستایی را می‌توان تلفیق و تنظیم عوامل مختلف طبیعی، انسانی و اقتصادی در جامعه روستایی دانست (Afrakhteh, 2009). گردشگری بدون مدیریت و نظارت همه‌جانبه در محیط روستایی راه به جایی نخواهد برد و اگرچه این صنعت می‌تواند یکی از ابزارهای مهم در پیشبرد اهداف مدیریت و برنامه‌ریزی روستایی باشد، اما خود این صنعت نیز نیازمند توجه و شناسایی جایگاه مناسب آن در ساختار مدیریت روستایی است؛ در غیر این صورت، گردشگری اتفاقی و بدون برنامه و مدیریت با مشکلات اجتماعی و زیست‌محیطی فراوان برای مناطق روستایی و کل کشور همراه خواهد بود که در درازمدت، زیان‌ها و مشکلات این گونه گردشگری بیش از فواید آن خواهد بود (Imani and Ebrahimi, 2012).

- نقش آموزش در توسعه گردشگری روستایی

به تجربه، معلوم شده است که فعالیت نوپای گردشگری در ایران تنها از طریق استفاده از تخصص و خدمات افراد کارآموده در این فعالیت و رسانیدن این خدمات به سطح یک استاندارد بین‌المللی، از یک سو و تعمیم یک نحوه برخورد مطلوب با گردشگران، از سوی دیگر، می‌تواند به صورت یک برنامه مترقی و پیشرو در سرتاسر کشور درآید. از این رو، برای دستیابی به اهداف یادشده، باید مراکز آموزشی ویژه تربیت افراد ورزیده در زمینه گردشگری روستایی به وجود آید؛ افزون بر این، باید مراکز آموزشی به منظور آماده‌سازی همگانی روستاییان برای پذیرش گردشگر تدارک دیده شود، زیرا تا روستاییان از ابعاد فرهنگی و اجتماعی آمادگی پذیرش گردشگر را نداشته باشند، فرآیند برنامه‌ریزی توسعه گردشگری روستایی با مشکل روبه‌رو می‌شود (Motiei Langroudi and Imani, 2006).

(ب) پیامدهای گردشگری روستایی

صنعت گردشگری مانند هر پدیده دیگری دارای ابعاد مثبت و منفی است که آگاهی از پیامدهای مثبت و منفی آن به‌ویژه در روستاها به برنامه‌ریزان این صنعت کمک می‌کند تا با

شناخت بیشتری به قضاوت و تصمیم‌گیری بپردازند. در پی، پاره‌ای از پیامدهای گردشگری یادآوری می‌شود.

- پیامدهای اجتماعی- فرهنگی

مقصود از اثرات اجتماعی تغییراتی است که در زندگی مردم جامعه میزبان گردشگر رخ می‌دهد و این تغییر بیشتر بر اثر تماس مستقیم ساکنان آن دیار و گردشگران پدید می‌آید (Liu, 2003). ورود گردشگران به مناطق روستایی باعث ارتباطات مردم بومی با این افراد و تأثیراتی چشمگیر در رشد و ارتقای فرهنگی، اجتماعی و نیز سطح سواد، ایجاد مراکز و مراقبت‌های بهداشتی و افزایش روابط اجتماعی در جوامع دورافتاده می‌شود. مقصود از اثرات فرهنگی تغییراتی است که در هنر و آداب و رسوم و معماری ساکنان جامعه میزبان رخ می‌دهد. این تغییرات بلندمدت است و از این رو، باعث رشد و شکوفایی صنعت گردشگری می‌شود (Zarafshani et al., 2013).

- پیامدهای اقتصادی

گردشگری یک عامل اقتصادی مهم و بسیار مؤثر است که در سال‌های اخیر، مورد توجه قرار گرفته و از این رو، تلاش‌ها بر این است که تا جای ممکن، از عوامل مؤثر در کاهش جریان گردشگری جلوگیری به عمل آورند و امکانات لازم برای رشد و توسعه آن فراهم شود. در کشورهای صنعتی، توسعه صنعت گردشگری موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می‌شود و در کشورهای در حال توسعه نیز توسعه این صنعت فرصتی برای ایجاد صادرات فراهم می‌آورد که نرخ رشد آن از اشکال سنتی صادرات بیشتر است. در واقع، گردشگران، هنگام اقامت در روستا و یا اطراف آن، به مکانی برای استراحت و خورد و خوراک نیاز دارند؛ پذیرایی از آنها از طریق ایجاد مهمانخانه، رستوران، قهوه‌خانه و فروشگاه می‌تواند درآمد خوبی برای روستاییان به همراه بیاورد و همچنین، خرید محصولات کشاورزی یا دامی و صنایع دستی روستاییان در افزایش درآمد آنها تأثیر خواهد داشت. دومین فایده حضور گردشگران در روستاها افزایش فرصت اشتغال است (Sanaei, 2007).

- پیامدهای نهادی (سازمانی) گردشگری روستایی

عوامل نهادی به عملکرد سازمان‌ها و نهادهای مستقر در جامعه مربوط می‌شود. معمولاً عملکرد این سازمان‌ها و نوع برداشت آنها از گردشگری بر وضعیت گردشگری منطقه تأثیرگذار خواهد بود (Abdolmanafi and Azkia, 2011).

بخش‌های عمومی در سازمان‌های دولتی تمایل دارند که صنعت گردشگری حالت خودتنظیمی داشته باشد، اما هیچ دلیلی وجود ندارد که صنعت گردشگری در مورد اثرات زیست‌محیطی و اجتماعی ناشی از فعالیت‌های خود از هر صنعت دیگری بیشتر احساس مسئولیت کند. بخش دولتی، همچنین، به منظور تعدیل رفتار گردشگران در ارتباط با اثرات بالقوه و بالفعل گردشگری، به آموزش آنها اکتفا می‌کند. همچنین، تلاش‌هایی داوطلبانه نیز صورت می‌گیرد که اغلب شامل ارائه منشورهای اخلاقی به گردشگران و یا بخش‌های مختلف صنعت گردشگری برای قانونمندسازی رفتار آنهاست؛ این بخش‌ها می‌توانند به گونه‌ای پویا عمل کنند و نقشی مثبت در مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری داشته باشند (Ghadiri-Masoum, 2007).

- پیامدهای زیست‌محیطی و کالبدی

گردشگری و محیط زیست به همدیگر وابسته‌اند، چون محیط طبیعی بستر جاذبه‌های گردشگری است و توسعه گردشگری نیز می‌تواند هم اثرات مثبت و هم اثرات منفی ایجاد کند. بنابراین، توسعه و مدیریت گردشگری روستایی در صورتی که با محیط سازگار باشد و بدان آسیب وارد نکند یا کمترین اثرات منفی را داشته باشد، عاملی مهم در توسعه پایدار خواهد بود. امروزه، کاملاً بدیهی است که تخریب و آلودگی محیط زیست می‌تواند پایداری مناطق روستایی را به مخاطره بیندازد و زمینه را برای نابودی این سرمایه طبیعی فراهم آورد؛ بنابراین، اگرچه توسعه گردشگری بدون برنامه‌ریزی‌های قبلی (در راستای حفظ و حمایت محیط زیست) می‌تواند در کوتاه‌مدت، منافع اقتصادی بسیاری برای جامعه میزبان به همراه داشته باشد، اما در بلندمدت می‌تواند خسارت‌هایی سنگین را به روستا و منابع طبیعی آن وارد سازد (Zarafshani et al., 2013). در جدول ۲، خلاصه‌ای از اثرات و پیامدهای گردشگری روستایی آمده است.

جدول ۲- پیامدهای مثبت و منفی گردشگری روستایی

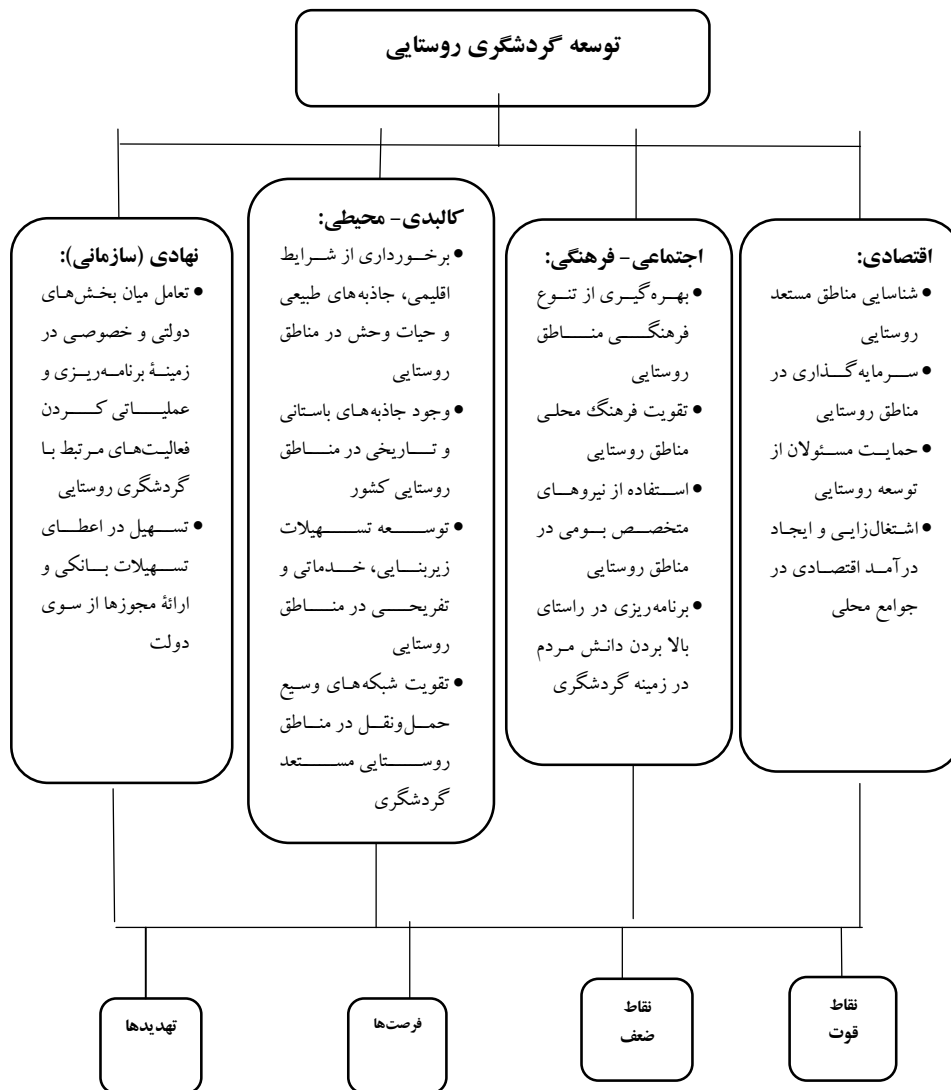
| منبع | پیامدهای منفی | پیامدهای مثبت | ابعاد |
|--|---|---|------------------------|
| مولایی هاشجین و همکاران (Molae Hashjin et al, 2011) | تخریب مبانی اعتقادی و ارزشی، تحمیل تغییرات فرهنگی بدون آمادگی جامعه میزبان، امکان از بین رفتن اصالت کارهای هنری و صنایع دستی، امکان گسترش آلودگی‌ها، افزایش ترافیک و مشکلات عصبی و روانی | ایجاد امکان مبادلات فرهنگی و تعاملات اجتماعی، محافظت از میراث فرهنگی و تاریخی، امکان استفاده از تسهیلات تفریحی و فرهنگی برای مردم، غنی شدن تجارب فرهنگی افراد جامعه، امکان آشنایی مردم با نحوه زندگی سایر نواحی | فرهنگی و اجتماعی |
| | از بین رفتن گونه‌های گیاهی، آلودگی منابع آب، تراکم و انباشتگی زباله و آشغال، کاهش و از بین رفتن جنگل‌ها و درختان | محافظت از چشم‌اندازها و حیات وحش، افزایش درک روستاییان از منافع حاصل از حفاظت چشم‌اندازها و حیات وحش پیرامون محل سکونت خود، بهبود زیرساخت‌های ارتباطی سکونتگاه‌های روستایی به منظور توسعه این نواحی | زیست محیطی و کالبدی |
| قنبری و همکاران (Ghanbari et al, 2013) | نبود آموزش در زمینه برخورد مردم بومی با گردشگران، جا نیفتادن مزایای گردشگری در بین دولتمردان، عدم ارائه مجوز از سوی دولت برای گسترش خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری | اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی از طریق گسترش گردشگری، وجود نیروهای متخصص بومی برای معرفی توان‌های منطقه، افزایش توجه و حمایت مسئولان کشور از توسعه روستایی با رویکرد اشتغال‌زایی و کسب درآمد | نهادی |
| | مشاغل فصلی، افزایش هزینه زندگی ساکنان منطقه گردشگرپذیر (برای نمونه، افزایش ارزش زمین، خانه، غذا و خدمات)، اثرات منفی و آسیب‌های گردشگری بر آثار فرهنگی و طبیعی، نشت درآمدها به خارج از منطقه و افزایش وابستگی به کالاها و خدمات وارداتی، وابستگی شدید به گردشگری و یک‌بعدی شدن اقتصاد، تغییر مالکان از بومی به غیربومی | افزایش درآمد و ارتقای سطح زندگی، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، مطرح شدن جامعه و در نتیجه، ایجاد فرصت‌های بیشتر برای توسعه و پیشرفت، افزایش منابع مالی به منظور حفظ آثار فرهنگی و طبیعی، توسعه صنایع دستی، بومی و محلی، تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی، افزایش تقاضا برای خدمات و کالاها محلی و ایجاد بازارهای جدید برای تولیدات محلی، بهبود حمل و نقل | اقتصادی |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

ج) عوامل راهبردی و تدوین راهبردها

منظور از تدوین راهبردها تعیین متغیرهای راهبردی و سپس، مدل سازی موضوع مورد نظر در قالب یک ماتریس و یا مدل تصمیم گیری است که به اتخاذ تصمیم یا راهبردی معین برای تعیین ماهیت راهبرد اصلی نظام منجر می شود (Ali-Ahmadi et al., 2004). اصل اساسی مدیریت راهبردی این است که سازمان‌ها باید برای بهره جستن از فرصت‌های خارجی و پرهیز از اثرات ناشی از تهدیدات خارجی یا کاهش آنها، راهبردهایی مناسب تدوین کنند. همچنین، از دیگر فعالیت‌های ضروری مدیریت راهبردی شناسایی و ارزیابی نقاط قوت و ضعف سازمان است؛ بدین ترتیب، با شناسایی و ارزیابی عوامل راهبردی خارجی و داخلی، می توان موفقیت سازمان را تضمین کرد (Hanger and Wheelen, 2007). تحلیل راهبردی عبارت است از «تدوین» و «انتخاب» راهبرد، که دو مؤلفه مهم و اصلی در فرآیند مدیریت راهبردی به‌شمار می‌روند. مدیریت راهبردی نیازمند شناسایی و تحلیل قوت‌ها و ضعف‌های درونی و فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی است. شیوه‌های بسیاری را می‌توان برای تحلیل نکات راهبردی به کار برد که از آن میان، ماتریس سوات (SWOT) از شهرت بسیاری برخوردار است (Khorshid and Ranjbar, 2009).

در مطالعه حاضر، با بررسی ادبیات و پیشینه پژوهش، مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل ۱ طراحی شده است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش تحقیق

پژوهش حاضر، بر اساس هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است. هدف تحقیق کاربردی، به کار بستن یافته‌های پژوهش برای حل مشکلات خاص و متداول است (Danaeifard and Mozaffari, 2008). همچنین، پژوهش حاضر، از نظر ماهیت، توصیفی است. تحقیق توصیفی شامل مجموعه روش‌هایی است که هدف آن توصیف شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی است. با انجام تحقیق توصیفی، می‌توان به شناخت بیشتری از شرایط موجود رسید و به فرآیند تصمیم‌گیری یاری رساند (Balooch Mahdiabadi et al., 2015). از نظر نحوه اجرا نیز پژوهش حاضر پیمایشی است. همچنین، برای شناسایی و تعیین نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدهای محدوده مطالعاتی، ابتدا به کمک مصاحبه و پرسش از ساکنان روستاهای هدف گردشگری، اطلاعات مورد نیاز درباره انتخاب گویه‌های پرسشنامه جمع‌آوری شد. سپس، با در نظر گرفتن پاسخ‌های اهالی روستاهای هدف گردشگری و اخذ اطلاعات تکمیلی از طریق مصاحبه با کارشناسان، نسبت به تعیین مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار درونی و بیرونی بر توسعه گردشگری محدوده مورد مطالعه اقدام شد و پرسشنامه در اختیار جامعه آماری قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل کارشناسان و فعالان ادارات مرتبط با حوزه گردشگری شهرستان سرباز در سال ۱۳۹۶ به تعداد دویست نفر بودند که از آن میان، با استفاده از جدول کرجسی - مورگان، ۱۳۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند (جدول ۳).

جدول ۳- تعداد نمونه آماری به تفکیک ادارات

| تعداد نمونه آماری | ادارات |
|-------------------|--------------|
| ۱۷ | بخشداری |
| ۲۴ | فرمانداری |
| ۳۹ | کمیته امداد |
| ۱۵ | میراث فرهنگی |
| ۹ | اداره کار |
| ۲۶ | شهرداری |
| ۱۳۰ | مجموع |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

همچنین، با توجه به موضوع مورد مطالعه، با بررسی پیشینه تحقیق و مطالعات انجام شده

در زمینه ارزیابی آثار و پیامدهای گردشگری روستایی و بررسی‌های مقدماتی محدوده مورد مطالعه، شاخص‌ها و متغیرهای پژوهش در چهار بعد، اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، محیطی- کالبدی و نهادی طراحی و ارائه شدند.

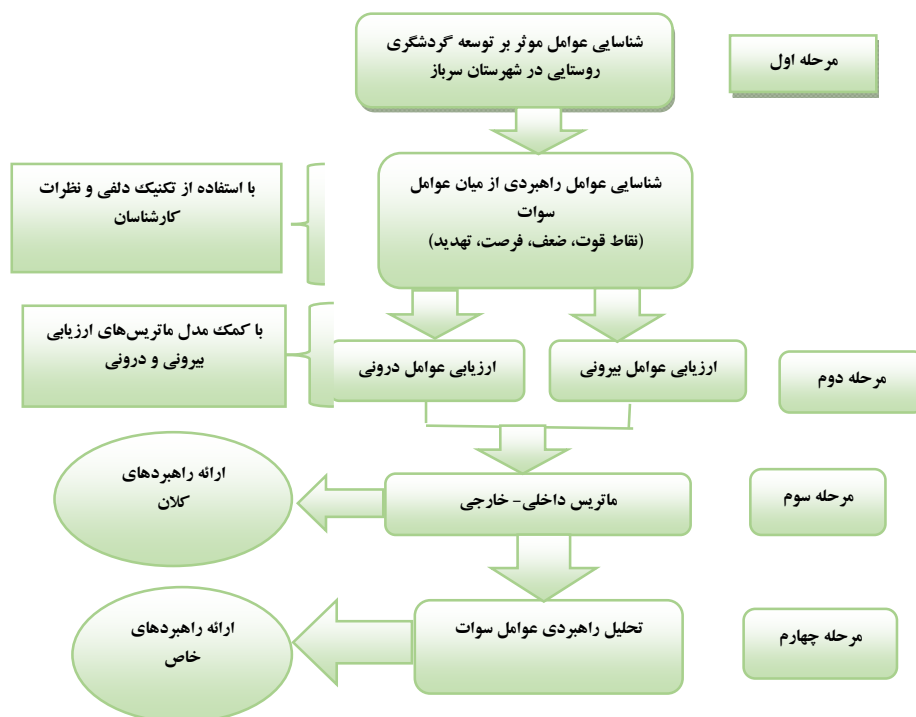
جدول ۴- ابعاد و گویه‌های پرسشنامه

| ابعاد | شاخص‌ها |
|-----------------|--|
| اجتماعی- فرهنگی | وجود آداب و رسوم، فرهنگ محلی و سنتی (عروسی، تولد و ...)، فراهم شدن زمینه‌های تقویت فرهنگ بومی- محلی از طریق برقراری تعامل با گردشگران، پایین بودن سطح دانش گردشگری، تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا، نبود آموزش در زمینه برخورد مردم بومی با گردشگران، وجود نیروهای متخصص بومی برای معرفی این توان‌ها در منطقه، از بین رفتن فرهنگ محلی و سنتی (از طریق تقلید از افراد گردشگر)، تغییر سبک زندگی به دلیل مرادده با گردشگران و مقایسه زندگی خود با آنها، وجود مشاغل کاذب |
| اقتصادی | افزایش توجه و حمایت مسئولان کشور از توسعه روستایی با رویکرد اشتغال‌زایی، اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی از طریق گسترش گردشگری، مستعد و آماده بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه گردشگری، افزایش انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری صاحبان کسب و کار موفق در گردشگری منطقه |
| محیطی- کالبدی | وجود محصولات کشاورزی و صنایع دستی (خرما، حبصیر و ...)، وجود جاذبه‌های طبیعی (جنگل، رودخانه، پرندگان)، وجود شرایط اقلیمی و طبیعی مناسب به منظور سرمایه‌گذاری در بوم‌گردی، وجود جاذبه‌های تاریخی مانند قلعه، سنگ‌نگاره، وجود انواع میوه‌های گرمسیری، وجود حیات وحش متنوع به ویژه تمساح ایرانی، موقعیت جغرافیایی مناسب روستاهای شهرستان سرپاز به دلیل هم‌جواری با چابهار، نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی، کوهستانی و صعب‌العبور بودن منطقه |
| نهادی | ناکافی بودن تسهیلات بانکی برای گسترش گردشگری، عدم ارائه مجوز از سوی دولت برای گسترش خدمات، تجهیزات و تأسیسات، احتمال بی‌توجهی به تخریب آثار و ابنیه تاریخی و باستانی، عدم ارائه مجوز از سوی دولت برای گسترش خدمات، تجهیزات و تأسیسات، انتخاب سال گردشگری برای استان، وجود تعامل بین بخش‌های دولتی و خصوصی در گردشگری، عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در زمینه گردشگری شهرستان سرپاز، فقدان کارگزاری‌های گردشگری در منطقه |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

پس از مشخص شدن گویه‌ها، با استفاده از رویکرد سوات (SWOT)، عوامل راهبردی در چهار گروه نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها طبقه‌بندی شدند. سرانجام، دوازده نقطه

قوت و نه نقطه ضعف داخلی و پنج فرصت و پنج تهدید خارجی در قالب ۳۱ سؤال در پرسشنامه (به لحاظ اهمیت، در قالب طیف پنج گانه لیکرت (۱=خیلی کم، ۲=کم، ۳=متوسط، ۴=زیاد، ۵=خیلی زیاد)، به عنوان شاخص ها و معیارهای مورد نظر در منطقه انتخاب شدند؛ سپس، با نظرخواهی و پرسش از کارشناسان و فعالان حوزه گردشگری، ماتریس تحلیل عوامل داخلی و خارجی اولویت بندی و امتیازدهی شد؛ و در نهایت، با استفاده از ماتریس سوات (تحلیل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدها، که از مناسب ترین فنون برنامه ریزی و تحلیل راهبردی است)، با تلفیق عوامل راهبردی کلیدی حاصل از مراحل پیشین و مقایسه آنها با یکدیگر، راهبردهای ویژه توسعه گردشگری روستایی در شهرستان سرپاز تدوین شدند. بنابراین، دلیل استفاده از رویکرد سوات در تحقیق حاضر گسترده گامی قلمرو ماتریس سوات بوده است. در واقع، ماتریس سوات یک چارچوب مفهومی برای تحلیل های سیستمی محسوب می شود که امکان بررسی عوامل و مقایسه تنگناها، تهدیدات، جنبه های آسیب زنده، فرصت ها، تقاضاها و موقعیت های محیط بیرونی را همراه با بررسی نقاط قوت و ضعف راهبرد به وجود می آورد. از این رو، در برنامه ریزی راهبردی، لازم است برای تدوین راهبرد نهایی، همه عوامل به مثابه بخشی از روند برنامه ریزی راهبردی در چارچوب روش تحلیل سوات در نظر گرفته شود و برنامه های راهبردی یکی از راه های مهم حمایتی برای تصمیم گیری و استفاده های مشترک در تحلیل عوامل داخلی و خارجی محیط به شمار می آید؛ و با تعریف نقاط ضعف، نقاط قوت، فرصت ها و تهدیدهای سازمان می توان به تدوین راهبردهایی پرداخت که مبنای آن استفاده از فرصت ها، رفع نقاط ضعف و مقابله با تهدیدهاست (Yüksel and Dagdeviren, 2007). همچنین، برای تحلیل داده ها، از نرم افزارهای SPSS و EXCEL استفاده شده است. در جامعه آماری پژوهش، با بهره گیری از مشورت و نظرات خبرگان، روایی محتوایی پرسشنامه تأیید شد.



شکل ۲- نمودار پیاده‌سازی ماتریس‌های داخلی و خارجی

- قلمرو تحقیق

شهرستان سرپاز، با وسعت ۸۵۹۴ کیلومتر مربع، در جنوب استان سیستان و بلوچستان واقع است که از شمال به سراوان و ایرانشهر، از شرق با حدود ۱۲۰ کیلومتر خشکی به کشور پاکستان، از جنوب به شهرستان چابهار و از غرب به نیک‌شهر محدود می‌شود. این شهرستان از سه شهر (راسک، سرپاز و پیشین) و چهار بخش (مرکزی، سرپاز، پیشین و پارود) به مرکزیت راسک تشکیل شده، که بیش از ۱۹۶۵۵۷ نفر جمعیت را در خود جای داده است و به دلیل کوهستانی بودن، بیش از ۸۵ درصد از جمعیت آن در نقاط روستایی زندگی می‌کنند. شهرستان سرپاز، متأثر از دریای عمان، دارای تابستان گرم و مرطوب و زمستان معتدل و مناسب است. شکل ۳ موقعیت شهرستان سرپاز را نشان می‌دهد.

قوت شهرستان سرباز در مقابل نه عامل نقاط ضعف قرار دارد و پنج عامل بیرونی تأثیرگذار بر توسعه گردشگری روستایی به منزله فرصت در برابر پنج تهدید قرار دارد (جدول ۵). در مجموع، محدودیت‌ها و تنگناهای پیش روی گردشگری روستایی شهرستان مورد مطالعه برای توسعه فعالیت‌های گردشگری شامل هفده نقطه قوت و فرصت و چهارده نقطه ضعف و تهدید است.

جدول ۵- ماتریس سوات برای تحلیل راهبردی توسعه گردشگری روستایی شهرستان سرباز

| عوامل داخلی | عوامل خارجی |
|---|--|
| قوت‌ها (S) | فرصت‌ها (O) |
| S _۱ : مستعد و آماده بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه گردشگری | O _۱ : انتخاب «سال گردشگری» برای استان |
| S _۲ : وجود محصولات کشاورزی و صنایع دستی (خرما، حصیر و ...) | O _۲ : فراهم شدن زمینه‌های تقویت فرهنگ بومی - محلی از طریق برقراری تعامل با گردشگران |
| S _۳ : وجود آداب و رسوم، فرهنگ محلی و سنتی (عروسی، تولد و ...) | O _۳ : امکان اطلاع‌رسانی و معرفی روستاها توسط سازمان میراث فرهنگی |
| S _۴ : وجود جاذبه‌های طبیعی (جنگل، رودخانه، پرندگان) | O _۴ : افزایش توجه و حمایت مسئولان کشور از توسعه روستایی با رویکرد اشتغال‌زایی |
| S _۵ : وجود جاذبه‌های تاریخی مانند قلعه، سنگ‌نگاره | O _۵ : اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی از طریق گسترش گردشگری |
| S _۶ : وجود انواع میوه‌های گرمسیری | |
| S _۷ : وجود حیات وحش متنوع به‌ویژه تمساح ایرانی | |
| S _۸ : وجود تعامل بین بخش‌های دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری | |
| S _۹ : موقعیت جغرافیایی مناسب روستاهای شهرستان سرباز به دلیل هم‌جواری با چابهار | |
| S _{۱۰} : افزایش انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری صاحبان کسب‌وکار موفق در گردشگری منطقه | |
| S _{۱۱} : وجود شرایط اقلیمی و طبیعی مناسب به‌منظور سرمایه‌گذاری در بوم‌گردی | |
| S _{۱۲} : وجود نیروهای متخصص بومی برای معرفی این توان‌ها در منطقه | |
| ضعف‌ها (W) | تهدیدها (T) |
| W _۱ : وجود مشاغل کاذب | T _۱ : احتمال از بین رفتن فرهنگ محلی و سنتی (از طریق تقلید از افراد گردشگر) |
| W _۲ : عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در زمینه گردشگری شهرستان سرباز | T _۲ : امکان تغییر سبک زندگی به دلیل مرادده با گردشگران و مقایسه زندگی |
| W _۳ : بهره‌برداری نیروهای غیربومی از منافع اقتصادی در روستاها به دلیل عدم | |

تحلیل راهبردی توسعه گردشگری روستایی در.....

| عوامل داخلی | عوامل خارجی |
|---|--|
| توجه جوانان بومی به ظرفیت‌های گردشگری منطقه | خود با آنها |
| W_4 : پایین بودن سطح دانش گردشگری در میان مردم بومی منطقه | T_3 : احتمال بی‌توجهی به تخریب آثار و ابنیه تاریخی و باستانی |
| W_5 : تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا | T_4 : ناکافی بودن تسهیلات بانکی برای گسترش گردشگری |
| W_6 : فقدان کارگزاری‌های گردشگری در منطقه | T_5 : عدم ارائه مجوز از سوی دولت برای گسترش خدمات، تجهیزات و تأسیسات |
| W_7 : نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی | |
| W_8 : کوهستانی و صعب‌العبور بودن منطقه | |
| W_9 : نبود آموزش در زمینه برخورد مردم بومی با گردشگران | |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

پس از تشکیل ماتریس عوامل درونی و بیرونی توسعه گردشگری روستایی شهرستان سرریز، به‌منظور کمی ساختن و عملیاتی کردن نتایج، از طریق نظرخواهی از کارشناسان و فعالان گردشگری در قالب پرسشنامه‌ای حاوی پرسش‌های طراحی شده به‌صورت طیفی، به اولویت‌بندی اهمیت هر کدام از عوامل برای توسعه گردشگری روستایی شهرستان سرریز پرداخته شد (جدول ۶، ۷، ۸ و ۹).

جدول ۶- نتایج تحلیل نقاط قوت

| رتبه | وزن نسبی | میانگین وزن‌ها | مجموع وزن‌ها | نقاط قوت |
|------|----------|----------------|--------------|--|
| ۵ | ۰/۲۳۹ | ۴/۱۴ | ۵۳۹ | S_1 : مستعد و آماده بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه گردشگری |
| ۸ | ۰/۲۰۸ | ۴/۰۴ | ۵۲۶ | S_2 : وجود محصولات کشاورزی و صنایع دستی (خرما، حصیر و ...) |
| ۱۰ | ۰/۲۰۱ | ۳/۹۶ | ۵۱۵ | S_3 : وجود آداب‌ورسوم، فرهنگ محلی و سنتی (عروسی، تولد و ...) |
| ۱ | ۰/۲۴۸ | ۴/۳۷ | ۵۶۲ | S_4 : وجود جاذبه‌های طبیعی (جنگل، رودخانه، پرندگان) |
| ۱۲ | ۰/۱۷۵ | ۳/۸۹ | ۵۰۶ | S_5 : وجود جاذبه‌های تاریخی مانند قلعه، سنگ‌نگاره |
| ۹ | ۰/۲۰۶ | ۴/۰۷ | ۵۳۰ | S_6 : وجود انواع میوه‌های گرمسیری |
| ۷ | ۰/۲۱۰ | ۳/۹۹ | ۵۱۹ | S_7 : وجود حیات وحش متنوع به‌ویژه تماسح ایرانی |
| ۶ | ۰/۲۱۳ | ۴/۱۱ | ۵۳۵ | S_8 : وجود تعامل بین بخش‌های دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری |
| ۴ | ۰/۲۴۱ | ۴/۱۹ | ۵۴۵ | S_9 : موقعیت جغرافیایی مناسب روستاهای شهرستان سرریز به‌دلیل هم‌جواری با چابهار |
| ۲ | ۰/۲۴۴ | ۴/۳۲ | ۵۶۹ | S_{10} : افزایش انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری صاحبان کسب‌وکار موفق در گردشگری منطقه |
| ۱۱ | ۰/۲۰۰ | ۳/۸۳ | ۴۹۸ | S_{11} : وجود شرایط اقلیمی و طبیعی مناسب به‌منظور سرمایه‌گذاری در بوم‌گردی |
| ۳ | ۰/۲۴۲ | ۴/۲۰ | ۵۴۷ | S_{12} : وجود نیروهای متخصص بومی برای معرفی این توان‌ها در منطقه |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

همان گونه که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، از بین دوازده نقطه قوت شهرستان سرپاز، مؤلفه‌های وجود جاذبه‌های طبیعی (جنگل، رودخانه، پرندگان) با میانگین وزنی $۴/۳۷$ و وزن نسبی $۰/۲۴۸$ ، افزایش انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری صاحبان کسب‌وکار موفق در گردشگری منطقه با میانگین وزنی $۴/۳۲$ و وزن نسبی $۰/۲۴۴$ ، وجود شرایط اقلیمی و طبیعی مناسب به‌منظور سرمایه‌گذاری در بوم‌گردی با میانگین وزنی $۴/۲۰$ و وزن نسبی $۰/۲۰۰$ ، موقعیت جغرافیایی مناسب روستاهای شهرستان سرپاز به‌دلیل هم‌جواری با چابهار با میانگین وزنی $۴/۱۹$ و وزن نسبی $۰/۲۴۱$ و مستعد و آماده بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی با میانگین وزنی $۴/۱۴$ و وزن نسبی $۰/۲۳۹$ ، به‌ترتیب، مهم‌ترین نقاط قوت درونی با بیشترین میانگین وزنی و وزن نسبی به‌شمار می‌روند؛ در مقابل، وجود تعامل بین بخش‌های دولتی و خصوصی در گردشگری با میانگین وزنی $۴/۱۱$ و وزن نسبی $۰/۲۱۳$ ، وجود حیات وحش متنوع به‌ویژه تمساح ایرانی با میانگین وزنی $۳/۹۹$ و وزن نسبی $۰/۲۱۰$ ، وجود محصولات کشاورزی و صنایع دستی با میانگین وزنی $۴/۰۴$ و وزن نسبی $۰/۲۰۸$ ، وجود انواع میوه‌های گرمسیری با میانگین وزنی $۴/۰۷$ و وزن نسبی $۰/۲۰۶$ ، وجود آداب‌ورسوم، فرهنگ محلی و سنتی با میانگین وزنی $۳/۹۶$ و وزن نسبی $۰/۲۰۱$ و وجود جاذبه‌های تاریخی مانند قلعه و سنگ‌نگاره با میانگین وزنی $۳/۸۹$ و وزن نسبی $۰/۱۷۵$ ، به‌ترتیب، کمترین اهمیت را نزد پاسخ‌گویان داشتند.

جدول ۷- نتایج تحلیل نقاط ضعف

| رتبه | وزن نسبی | میانگین وزن‌ها | مجموع وزن‌ها | نقاط ضعف |
|------|----------|----------------|--------------|--|
| ۳ | $۰/۲۴۱$ | $۴/۲۶$ | ۵۵۴ | W_1 : وجود مشاغل کاذب |
| ۱ | $۰/۲۴۸$ | $۴/۳۴$ | ۵۶۵ | W_2 : عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در زمینه گردشگری شهرستان سرپاز |
| ۸ | $۰/۱۸۰$ | $۳/۹۸$ | ۵۱۸ | W_3 : بهره‌برداری نیروهی غیربومی از منافع اقتصادی در روستاها به‌دلیل عدم توجه جوانان بومی به ظرفیت‌های گردشگری منطقه |
| ۲ | $۰/۲۴۶$ | $۴/۳۳$ | ۵۶۳ | W_4 : پایین بودن سطح دانش گردشگری در میان مردم بومی منطقه |
| ۶ | $۰/۱۹۴$ | $۴/۱۷$ | ۵۴۳ | W_5 : تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا |
| ۵ | $۰/۱۹۵$ | $۴/۲۵$ | ۵۵۳ | W_6 : فقدان کارگزاری‌های گردشگری در منطقه |
| ۴ | $۰/۲۰۹$ | $۴/۲۵$ | ۵۵۱ | W_7 : نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی |
| ۹ | $۰/۱۷۶$ | $۳/۹۱$ | ۵۰۹ | W_8 : کوهستانی و صعب‌العبور بودن منطقه |
| ۷ | $۰/۱۸۸$ | $۴/۱۴$ | ۵۲۹ | W_9 : نبود آموزش در زمینه برخورد مردم بومی با گردشگران |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

تحلیل راهبردی توسعه گردشگری روستایی در.....

بر اساس داده‌های جدول ۷، عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در زمینه گردشگری با میانگین وزنی ۴/۳۴ و وزن نسبی ۰/۲۴۸، پایین بودن سطح دانش گردشگری در میان مردم بومی منطقه با میانگین وزنی ۴/۳۳ و وزن نسبی ۰/۲۴۶، وجود مشاغل کاذب با میانگین وزنی ۴/۲۶ و وزن نسبی ۰/۲۴۱، نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی با میانگین وزنی ۴/۲۶ و وزن نسبی ۰/۲۰۹ و فقدان کارگزاری‌های گردشگری در منطقه با میانگین وزنی ۴/۲۵ و وزن نسبی ۰/۱۹۵، به ترتیب، از مهم‌ترین نقاط ضعف درونی به‌شمار می‌روند؛ و در مقابل، مؤلفه‌های کوهستانی و صعب‌العبور بودن منطقه با میانگین وزنی ۳/۹۱ و وزن نسبی ۰/۱۷۶، بهره‌برداری نیروهای غیربومی از منافع اقتصادی در روستاها با میانگین وزنی ۳/۹۸ و وزن نسبی ۰/۱۸۰، نبود آموزش در زمینه برخورد مردم بومی با گردشگران با میانگین وزنی ۴/۱۴ و وزن نسبی ۰/۱۸۸ و تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا با میانگین وزنی ۴/۱۷ و وزن نسبی ۰/۱۹۴ از کم‌اهمیت‌ترین نقاط ضعف در منطقه به‌شمار می‌روند.

جدول ۸- نتایج تحلیل فرصت‌ها

| رتبه | وزن نسبی | میانگین وزن‌ها | مجموع وزن‌ها | فرصت‌ها |
|------|----------|----------------|--------------|--|
| ۳ | ۰/۲۲۲ | ۴/۱۰ | ۵۲۵ | O _۱ : انتخاب «سال گردشگری» برای استان |
| ۵ | ۰/۲۰۲ | ۳/۹۲ | ۵۱۰ | O _۲ : فراهم شدن زمینه‌های تقویت فرهنگ بومی-محلی از طریق برقراری تعامل با گردشگران |
| ۲ | ۰/۲۲۵ | ۴/۱۲ | ۵۳۳ | O _۳ : امکان اطلاع‌رسانی و معرفی روستاها توسط سازمان میراث فرهنگی |
| ۴ | ۰/۲۱۰ | ۴/۰۱ | ۵۲۲ | O _۴ : افزایش توجه و حمایت مسئولان کشور از توسعه روستایی با رویکرد اشتغال‌زایی |
| ۱ | ۰/۲۳۸ | ۴/۱۳ | ۵۳۸ | O _۵ : اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی از طریق گسترش گردشگری |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

یافته‌های جدول ۸ نشان می‌دهد که از بین پنج فرصت بیرونی، مؤلفه‌های اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی از طریق گسترش گردشگری با میانگین وزنی ۴/۱۳ و وزن نسبی ۰/۲۳۸، امکان اطلاع‌رسانی و معرفی روستاها توسط سازمان میراث فرهنگی با میانگین وزنی ۴/۱۲ و وزن نسبی ۰/۲۲۵، به ترتیب، از بیشترین اهمیت برخوردارند؛ در مقابل، مؤلفه‌های انتخاب سال گردشگری

برای استان با میانگین وزنی ۴/۱۰ و وزن نسبی ۰/۲۲۲، افزایش توجه و حمایت مسئولان کشور از توسعه روستایی با رویکرد اشتغال زایی و کسب درآمد با میانگین وزنی ۴/۰۱ و وزن نسبی ۰/۲۱۰ و فراهم شدن زمینه‌های تقویت فرهنگ بومی - محلی از طریق برقراری تعامل با گردشگران با میانگین وزنی ۳/۹۲ و وزن نسبی ۰/۲۰۲، به ترتیب، کم‌اهمیت‌ترین فرصت‌ها در منطقه محسوب می‌شوند.

جدول ۹- نتایج تحلیل تهدیدها

| رتبه | وزن نسبی | میانگین وزن‌ها | مجموع وزن‌ها | تهدیدها |
|------|----------|----------------|--------------|--|
| ۲ | ۰/۲۲۳ | ۴/۱۴ | ۵۳۹ | T _۱ : احتمال از بین رفتن فرهنگ محلی و سنتی (از طریق تقلید از افراد گردشگر) |
| ۴ | ۰/۲۱۵ | ۴/۰۵ | ۵۲۷ | T _۲ : امکان تغییر سبک زندگی به دلیل مرادده با گردشگران و مقایسه زندگی خود با آنها |
| ۱ | ۰/۲۳۴ | ۴/۱۹ | ۵۴۵ | T _۳ : احتمال بی‌توجهی به تخریب آثار و ابنیه تاریخی و باستانی |
| ۳ | ۰/۲۲۲ | ۴/۱۲ | ۵۳۶ | T _۴ : ناکافی بودن تسهیلات بانکی برای گسترش گردشگری |
| ۵ | ۰/۲۱۲ | ۳/۹۰ | ۵۰۸ | T _۵ : عدم ارائه مجوز از سوی دولت برای گسترش خدمات، تجهیزات و تأسیسات |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

در نهایت، همان‌گونه که در جدول ۹ مشاهده می‌شود، احتمال بی‌توجهی به تخریب آثار و ابنیه تاریخی و باستانی با میانگین وزنی ۴/۱۹ و وزن نسبی ۰/۲۳۴، احتمال از بین رفتن فرهنگ محلی و سنتی (از طریق تقلید از افراد گردشگر) با میانگین وزنی ۴/۱۴ و وزن نسبی ۰/۲۲۳ و ناکافی بودن تسهیلات بانکی برای گسترش گردشگری با میانگین وزنی ۴/۱۲ و وزن نسبی ۰/۲۲۲، به ترتیب، از مهم‌ترین تهدیدهای بیرونی برای گردشگری منطقه محسوب می‌شوند؛ در مقابل، عدم ارائه مجوز از سوی دولت برای گسترش خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری در منطقه با میانگین وزنی ۳/۹۰ و وزن نسبی ۰/۲۱۲ و امکان تغییر سبک زندگی به دلیل مرادده با گردشگران و مقایسه زندگی خود با آنها با میانگین وزنی ۴/۰۵ و وزن نسبی ۰/۲۱۵، به ترتیب، از کم‌اهمیت‌ترین تهدیدهای بیرونی برای توسعه گردشگری قلمداد شده‌اند.

- تدوین راهبردهای توسعه گردشگری روستایی شهرستان سرپاز

الف) راهبردهای رقابتی- تهاجمی (SO): در این راهبردها، تمرکز بر حداکثر- حداکثرسازی نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است و هر پدیده‌ای برای

تحلیل راهبردی توسعه گردشگری روستایی در.....

بهره‌مندی هرچه بیشتر از فرصت‌های محیط بیرونی در تلاش است که از نقاط قوت خود حداکثر بهره را ببرد. این راهبردها در جدول ۱۱ نشان داده شده است.

ب) راهبردهای تنوع (ST): این راهبردها بر حداکثر - حداقل سازی در تنوع بخشی به نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکزند و بر پایه بهره‌گیری از نقاط قوت درونی برای مقابله با تهدیدهای بیرونی تدوین می‌شوند.

ج) راهبردهای بازنگری (WO): در این راهبردها، حداقل - حداکثر سازی برای کاستن از ضعف‌ها و استفاده از فرصت‌ها مورد نظر است.

د) راهبردهای تدافعی (WT): این راهبردها بر مبنای حداقل - حداقل سازی با هدف کاهش ضعف‌ها برای کاهش تهدیدها استوار است.

در تحقیق حاضر، با توجه به ارتباط میان «وجود جاذبه‌های طبیعی (جنگل، رودخانه، پرندگان)» (S_۴) و «اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی از طریق گسترش گردشگری» (O_۵)، بالاترین رتبه مربوط به راهبرد تهاجمی (SO) با وزن ۰/۳۳۲ است؛ بنابراین، در اجرای راهبردهای SO، می‌توان با استفاده از نقاط قوت درونی، از فرصت‌های بیرونی حداکثر بهره‌برداری را کرد. همچنین، راهبردهای بازنگری (WO) در رتبه دوم و به ترتیب، راهبردهای تنوع (ST) و تدافعی (WT) در رده‌های بعدی قرار می‌گیرند؛ و از آنجا که راهبردهای استخراج‌شده در تحقیق حاضر بسیار زیاد بود، برای ارائه راهبردهای مناسب، از نظرات کارشناسان و فعالان گردشگری روستایی در قالب بحث‌های گروهی استفاده شد (جدول ۱۰).

جدول ۱۰- اولویت‌بندی راهبردها

| اولویت‌ها | اوزان | راهبردها |
|--------------|-------|--------------|
| اولویت اول | ۰/۳۳۲ | تهاجمی (SO) |
| اولویت دوم | ۰/۲۰۸ | بازنگری (WO) |
| اولویت سوم | ۰/۱۸۵ | تنوع (ST) |
| اولویت چهارم | ۰/۱۵۱ | تدافعی (WT) |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول ۱۱- تشکیل ماتریس سوات در راستای توسعه گردشگری روستایی شهرستان سرباز

| عوامل درونی | | عوامل بیرونی | |
|---|--|---|---|
| <p>W_۱: وجود مشاغل کاذب</p> <p>W_۲: عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در زمینه گردشگری شهرستان سرباز</p> <p>W_۳: بهره‌برداری نبروهای غیربومی از منافع اقتصادی در روستاها به دلیل عدم توجه جوانان بومی به ظرفیت‌های گردشگری منطقه</p> <p>W_۴: پایین بودن سطح دانش گردشگری در میان مردم بومی منطقه</p> <p>W_۵: تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا</p> <p>W_۶: فقدان کارگزارهای گردشگری در منطقه</p> <p>W_۷: نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی</p> <p>W_۸: کوهستانی و صعب‌العبور بودن منطقه</p> <p>W_۹: نبود آموزش در زمینه برخورد مردم بومی با گردشگران</p> | <p>S_۱: مستعد و آماده بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه گردشگری</p> <p>S_۲: وجود محصولات کشاورزی و صنایع دستی (خرما، حبصیر و ...)</p> <p>S_۳: وجود آداب و رسوم، فرهنگ محلی و سنتی (عروسی، تولد و ...)</p> <p>S_۴: وجود جاذبه‌های طبیعی (جنگل، رودخانه، پرندگان)</p> <p>S_۵: وجود جاذبه‌های تاریخی مانند قلعه، سنگ‌نگاره</p> <p>S_۶: وجود انواع میوه‌های گرمسیری</p> <p>S_۷: وجود حیات وحش متنوع به‌ویژه تمساح ایرانی</p> <p>S_۸: وجود تعامل بین بخش‌های دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری</p> <p>S_۹: موقعیت جغرافیایی مناسب روستاهای شهرستان سرباز به دلیل هم‌جواری با چابهار</p> <p>S_{۱۰}: افزایش انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری صاحبان کسب و کار موفق در گردشگری منطقه</p> <p>S_{۱۱}: وجود شرایط اقلیمی و طبیعی مناسب به‌منظور سرمایه‌گذاری در بوم‌گردی</p> <p>S_{۱۲}: وجود نیروهای متخصص بومی برای معرفی این توان‌ها در منطقه</p> | <p>W_۱: بازنگری و دوره‌های آموزشی مرتبط با اهمیت گردشگری روستایی و کسب و کارهای مرتبط با آن؛ ۲- بازننگری و توجه ویژه به روستاهای هدف گردشگری در برنامه‌ها و طرح‌های سازمان میراث فرهنگی و سایر سازمان‌های مربوط؛ ۳- بازننگری و ایجاد تغییرات لازم و ترغیب بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری از طریق اعطای وام‌های بلندمدت و کم‌بهره و اطمینان‌بخشی به سرمایه‌گذاران در زمینه سودآوری گردشگری روستایی؛ ۴- بهره‌مندی از کسارگزارهای و تورهای مسافرتی (تورهای یک‌روزه بازدید از روستاها) با بهره‌گیری از نیروی انسانی متخصص و باتجربه در بخش گردشگری روستایی به منظور افزایش ضریب موفقیت؛ و ۵- تقویت ارائه امکانات در مجاورت جاذبه‌های گردشگری در روستاها از طریق سرمایه‌گذاری مناسب بخش خصوصی برای بهبود امکانات و ارائه خدمات رفاهی و اقامتی مناسب</p> | <p>W_۱: بازنگری و دوره‌های آموزشی مرتبط با اهمیت گردشگری روستایی و کسب و کارهای مرتبط با آن؛ ۲- بازننگری و توجه ویژه به روستاهای هدف گردشگری در برنامه‌ها و طرح‌های سازمان میراث فرهنگی و سایر سازمان‌های مربوط؛ ۳- بازننگری و ایجاد تغییرات لازم و ترغیب بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری از طریق اعطای وام‌های بلندمدت و کم‌بهره و اطمینان‌بخشی به سرمایه‌گذاران در زمینه سودآوری گردشگری روستایی؛ ۴- بهره‌مندی از کسارگزارهای و تورهای مسافرتی (تورهای یک‌روزه بازدید از روستاها) با بهره‌گیری از نیروی انسانی متخصص و باتجربه در بخش گردشگری روستایی به منظور افزایش ضریب موفقیت؛ و ۵- تقویت ارائه امکانات در مجاورت جاذبه‌های گردشگری در روستاها از طریق سرمایه‌گذاری مناسب بخش خصوصی برای بهبود امکانات و ارائه خدمات رفاهی و اقامتی مناسب</p> |
| <p>راهبرد</p> <p>بازنگری (WO)</p> | <p>راهبرد</p> <p>تهداچی (SO)</p> | <p>O_۱: انتخاب «سال گردشگری» برای استان</p> <p>O_۲: فراهم‌شدن زمینه‌های تقویت فرهنگ بومی -محلی از طریق برقراری تعامل با گردشگران</p> <p>O_۳: امکان اطلاع‌رسانی و معرفی روستاها توسط سازمان میراث فرهنگی</p> <p>O_۴: افزایش توجه و حمایت مسئولان کشور از توسعه روستایی با رویکرد اشتغال‌زایی</p> <p>O_۵: اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی از طریق گسترش گردشگری</p> | <p>O_۱: انتخاب «سال گردشگری» برای استان</p> <p>O_۲: فراهم‌شدن زمینه‌های تقویت فرهنگ بومی -محلی از طریق برقراری تعامل با گردشگران</p> <p>O_۳: امکان اطلاع‌رسانی و معرفی روستاها توسط سازمان میراث فرهنگی</p> <p>O_۴: افزایش توجه و حمایت مسئولان کشور از توسعه روستایی با رویکرد اشتغال‌زایی</p> <p>O_۵: اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی از طریق گسترش گردشگری</p> |

تحلیل راهبردی توسعه گردشگری روستایی در.....

| راهبرد تدافعی (WT) | راهبرد تنوع (ST) | T ₁ : احتمال از بین رفتن فرهنگ محلی و سنتی (از طریق تقلید از افراد گردشگر) T ₂ : امکان تغییر سبک زندگی به دلیل مرادده با گردشگران و مقایسه زندگی خود با آنها T ₃ : احتمال بی توجهی به تخریب آثار و ابنیه تاریخی و باستانی T ₄ : ناکافی بودن تسهیلات بانکی برای گسترش گردشگری T ₅ : عدم ارائه مجوز از سوی دولت برای گسترش خدمات، تجهیزات و تأسیسات |
|---|---|--|
| ۱- ارائه تسهیلات و تشویق کارآفرینان در زمینه تهیه محصولات گردشگری قابل ارائه به بازار؛ ۲- احداث بازارچه‌ها و نمایشگاه‌های سنتی برای حفظ آداب و رسوم سنتی و بومی مردمان منطقه و ایجاد فرصت‌های شغلی؛ ۳- آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم درباره نحوه برخورد با گردشگر و گردشگری در روستاهای شهرستان سرباز؛ ۴- بالا بردن سطح آگاهی گردشگران برای جلوگیری از تخریب محیط زیست روستاهای شهرستان سرباز؛ ۵- تشویق و ترغیب روستائیان دارای سرمایه‌گذاری در خارج از روستا به سرمایه‌گذاری در داخل روستا؛ ۶- اصلاح دید افراد مناطق اطراف با سیاست‌گذاری‌ها و تجدیدنظر از طریق بزرگان و مسئولان | ۱- بهره‌برداری بیشتر از جاذبه‌های طبیعی در جذب گردشگر در مناطق روستایی با حفظ آثار و جلوگیری از تخریب جاذبه‌ها؛ ۲- تنوع‌بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های گردشگری روستایی شهرستان سرباز؛ ۳- رواج فرهنگ صحیح گردشگری در بین گردشگران برای کاهش ورود عناصر فرهنگی بیگانه به روستا و در معرض خطر قرار گرفتن فرهنگ سنتی و مذهبی روستائیان؛ ۴- افزایش بودجه تخصیصی برای توسعه جاذبه‌های گردشگری روستا و ایجاد مدیریت شفاف و واحد برای اجرایی شدن و تحقق توسعه گردشگری روستایی؛ و ۵- ارائه تسهیلات مالی و برنامه‌های توسعه در مناطق روستایی مستعد از سوی دولت | |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر اساس یافته‌های پژوهش، شهرستان سرباز از جاذبه‌های گوناگون برای گسترش گردشگری روستایی برخوردار است. هرچند، شهرستان سرباز در جنوبی‌ترین نواحی کشور واقع شده، اما جاذبه‌های گردشگری به همراه فرهنگ غنی و سنتی این شهرستان نشان‌دهنده توانایی بالای روستاهای آن در زمینه گردشگری روستایی است. بنابراین، ضرورت تدوین راهبرد و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری روستایی در این شهرستان احساس می‌شود، که پژوهش حاضر نیز در پی ارائه این برنامه بوده است. نتایج پژوهش نشان داد که توسعه گردشگری روستایی شهرستان سرباز دارای دوازده نقطه قوت، نه نقطه ضعف، پنج فرصت و پنج تهدید است، که این نتایج با یافته‌های پورانجنار و همکاران (Pouranjnar et al., 2016)، شمس‌الدینی و همکاران (Shamsoddini et al., 2015) و قنبری و همکاران (Ghanbari et al., 2016) همخوانی دارد. از این رو، با توجه به مدل سوات مورد بررسی در

پژوهش حاضر، در راستای توسعه گردشگری روستایی شهرستان سرباز، پیشنهادهایی بدین شرح ارائه می‌شود:

- سرمایه‌گذاری در بحث طبیعت‌گردی: وجود جاذبه‌های طبیعی در بین نقاط قوت از بیشترین اهمیت برخوردار شده و شهرستان سرباز نیز دارای جاذبه‌های طبیعی منحصر به فرد همچون آبشارها، رودخانه‌ها، پرندگان و چشمه‌های بی‌نظیر است. در همین راستا، به‌منظور استفاده بهینه از این عوامل، تأکید بر توسعه گردشگری طبیعی و بوم‌گردی ضروری می‌نماید.
- بهبود زیرساخت‌های محیطی و کالبدی: با توجه به اهمیت زیرساخت‌های مناسب مناطق گردشگری‌پذیر در جذب گردشگران، سرمایه‌گذاری در این زیرساخت‌ها و استفاده از توان‌های بالقوه منطقه‌ای به‌منظور توسعه گردشگری روستایی نیز بسیار اهمیت دارد. متأسفانه در اکثر روستاهای شهرستان سرباز، زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (مانند جاده‌ها و فاضلاب) ضعیف است و تأثیر زیادی در تصویر ذهنی گردشگران ورودی به مناطق روستایی این شهرستان دارد؛ از این‌رو، شایسته است سازمان‌های ذی‌ربط مانند شهرداری، دهیاری‌ها و شوراهای شهر و روستاها به بهبود این زیرساخت‌ها بپردازند.
- توسعه و تدوین راهبرد جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی: جذابیت گردشگری به سوددهی بالا و مخاطره‌پایین آن برمی‌گردد که تمایل سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در این بخش را در پی دارد. برنامه‌ریزی کارآفرینان در راستای جذب این سرمایه‌گذاری‌ها می‌تواند به توسعه این صنعت و ورود فناوری‌های برتر در این زمینه بسیار کمک کند.
- ایجاد تارنمای ویژه معرفی جاذبه‌ها و مناطق گردشگری شهرستان سرباز: یکی از عالی‌ترین زمینه‌های اطلاع‌رسانی توان گردشگری یک کشور یا یک منطقه استفاده از تارنمای اختصاصی است. با بهره‌گیری از شبکه اینترنت و فناوری اطلاعات و ارتباطات، گردشگران می‌توانند از وضعیت مقاصد گردشگری و وضعیت بازار گردشگری آگاهی یابند. در این میان، کارگزاری‌های مسافرتی می‌توانند با استفاده از اینترنت در عرصه‌های تخصصی گردشگری و در چارچوب شناخت زمان تعطیلات به‌همراه پاسخ‌گویی نیازهای

گردشگران، مبادرت به بازاریابی گردشگری در مقاصد مختلف کنند. از این رو، به دلیل اهمیت بالای فناوری اطلاعات و ارتباطات و نقش گسترده اینترنت در توسعه گردشگری، لازم است یک بانک اطلاعاتی ویژه گردشگری شهرستان سرباز ایجاد شود که با استفاده از این بانک، امکان شناخت جاذبه‌های گردشگری و سازمان‌های مرتبط با گردشگری این شهرستان فراهم آید.

- آگاهی مردم نسبت به مزایای گردشگری: برای آشنایی مردم با صنعت گردشگری، نکاتی به شرح زیر شایسته توجه و پیگیری است:

(۱) توزیع دفترچه‌های راهنما در زمینه مزایای مختلف گردشگری در میان خانواده‌های ساکن شهرستان سرباز؛

(۲) توزیع کتابچه‌های تصویری از جاذبه‌های تاریخی و طبیعی استان سیستان و بلوچستان و به ویژه شهرستان سرباز در میان خانواده‌های ساکن این شهرستان؛ و

(۳) تهیه، تولید و پخش برنامه‌های جذاب درباره تأثیرات و مزایای مختلف صنعت گردشگری در شبکه استانی صداوسیما.

- انجام فعالیت‌های کارآفرینانه: در راستای شناساندن طبیعت بکر روستایی شهرستان سرباز به منظور جذب گردشگران و توسعه گردشگری روستایی در این شهرستان، باید با استفاده از تحقیقات گردشگری و بازاریابی در این زمینه، جنبه‌های مختلف و جاذبه‌های گوناگون روستاهای منطقه به دقت شناسایی شوند تا از رهگذر آگاهی در بازارهای هدف، مورد بهره‌برداری قرار گیرند.

در نهایت، به نظر می‌رسد با توجه به اهمیت موضوع گردشگری و ضرورت بهره‌مندی از منافع مختلف فردی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ثابت شده در تحقیقات مختلف، وقت آن رسیده است تا مدیران و مسئولان برنامه‌ریز و سیاست‌گذار در امور گردشگری کشور و استان‌های مختلف به ویژه سیستان و بلوچستان بیش از پیش بدین حوزه توجه و اهتمام داشته باشند؛ و با همکاری استانداری‌ها، بخشداری‌ها، شهرداری‌ها، فرمانداری، کمیته امداد، میراث فرهنگی و

ادارات منابع طبیعی (که در تحقیق حاضر هم جزو جامعه آماری بودند)، در مناطق مختلف کشور، به شناخت و توسعه جذابیت‌های محیطی، فرهنگی، تاریخی و تفریحی و همچنین، ارتقای زیرساخت‌های لازم در استان‌ها و شهرستان‌های مختلف پردازند و صنعت گردشگری را با مدیریت بخشی و منطقه‌ای گسترش دهند؛ لازمه این کار آشنایی بیشتر مدیران و مسئولان استان‌ها و شهرستان‌های کشور با مقوله گردشگری و درک اهمیت جذب سرمایه‌گذاران و گردشگران در توسعه مناطق مستعد (مانند شهرستان سرپاز) است. در این راستا، شایسته است پژوهشگران با برنامه‌ریزی و ایجاد راهبردهای مناسب در راستای شکل‌گیری و توسعه گردشگری اهتمام ورزند تا در آینده نزدیک، شاهد توسعه این صنعت ارزشمند برای کشور، بر اساس برنامه‌های سند چشم‌انداز ملی ۱۴۰۴ باشیم. از این رو، به پژوهشگران این حوزه پیشنهاد می‌شود که برای انجام تحقیقات آتی، در راستای معرفی بیشتر مناطق کم‌بازدید و اما مستعد و توانمند، به استفاده از روش‌های ترکیبی مختلف در استان‌های محروم همچون سیستان و بلوچستان پردازند.

منابع

1. Abdolmanafi, T. and Azkia, M. (2011). Factors affecting tourism industry in Kelardasht village. *Journal of Agricultural Extension and Education Researches*, 4(1): 100-113. (Persian)
2. Afrakhteh, H. (2009). Rural management with emphasis on Iran. Tehran: Ganj-e Honar Publication. (Persian)
3. Akbarian Ronizi, S.R. and Rezvani, M.R. (2015). Analyzing the sustainability of tourism development in rural areas (case study: central district of Damavand County). *Human Resource Research*, 47(1): 81-95. (Persian)
4. Ali-Ahmadi, A., Malekan, H.S. and Ebrahimi, M. (2004). Strategic planning of information and communication technology. Tehran: Production of Knowledge Publishing. (Persian)
5. Balooch Mahdiabadi, F., Salarzahi, H., Tabavar, A.A. and Imani, A. (2015). Identification and prioritization of urban entrepreneurship strategies in the municipality with analytical hierarchy process (AHP) approach. Master's Thesis, Entrepreneurship Management, Faculty of Management, Sistan and Baluchestan University. (Persian)

6. Barkauskas, V., Barkauskienė, K. and Jasinskas, E. (2015). Analysis of macro environmental factors influencing the development of rural tourism: Lithuanian case. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213: 167-172.
7. Campón-Cerro, A.M., Hernández-Mogollón, J.M. and Alves, H. (2017). Sustainable improvement of competitiveness in rural tourism destinations: the quest for tourist loyalty in Spain. *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(3): 252-266.
8. Cooper, K., Fletcher, J., Gilbert, D. and Hill, A.V. (2001). Principles and tourism trends. Translated by A. Ghamiran. Tehran: Faradam Publication. (Persian)
9. Dadvarkhani, F., Rezvani, M., Gheshlagh, S.I. and Khadijeh, B. (2011). Analysis of the role of tourism in development of entrepreneurial characteristics and entrepreneurial tendency among rural youth (case study: Kandovan and Skandan villages of Osku). *Quarterly Journal of Human Geography*, 44(78): 169-195. (Persian)
10. Danaeifard, H. and Mozaffari, Z. (2008). Improvement of validity and reliability in qualitative management research; a comprehensive approach to research audit strategies. *Journal Management Research*, 1(1): 131-162. (Persian)
11. Dewi, L.K.Y. (2014). Modeling the relationships between tourism sustainable factors in traditional village of Pancasari. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 135: 57-63.
12. Farzini, M. (2005). Understanding the place and basis of activity of tourism cooperatives in the world and Iran. *Journal of Tourism Studies*, 8: 1-21. (Persian)
13. Fons, M.V.S., Fierro, J.A.M. and Patiño, M.G.Y. (2011). Rural tourism: a sustainable alternative. *Applied Energy*, 88(2): 551-557.
14. Ghadiri-Masoum, M., Mahdavi, M., Salmani, M. and Barghi, H. (2007). Investigating the relationship between geographic foundations and distribution of rural areas in dry areas (case study: villages of Khor and Biabanak County of Naevin). *Research Journal of Isfahan University*, 3(24): 110-124. (Persian)
15. Ghanbari, S., Dehghan, M.H. and Anari, M.H.M. (2016). Factors influencing entrepreneurship development in rural tourism in the central villages of Anar County. *Journal of Tourism Management Studies*, 10(32): 1-20. (Persian)
16. Ghanbari, S., Ghasemi, M. and Pourjapari, M. (2013). Investigating the impacts of tourism on rural development from the perspective of the host community (case study: Mahan district of Kerman). *Journal of Geographical Planning of Space*, 3(9): 19-46. (Persian)

17. Ghanein, M., Dadvarkhani, F. and Baqae, L. (2012). Evaluation of entrepreneurial environment in rural tourism (case study: Oraman region). *Rural Research*, 2(3): 123-199. (Persian)
18. Ghanian, M., Omid, M. and Ghoochani, J. (2014). An application of European Performance Satisfaction Index towards rural tourism: the case of western Iran. *Tourism Management Perspectives*, 12: 82-77. (Persian)
19. Gharekhloo, M. (2007). Geography of tourism and leisure planning. Tehran: Iranian Student Book Agency (ISBA). (Persian)
20. Ghasemi, M., Javan, J. and Pasandideh, M. (2006). Rural tourism (Ahmadabad district of Mashhad). Sabzevar: Ajand. (Persian)
21. Ghobadi, P., Papzan, A., Zarafshani, K. and Geravandi, S. (2012). Study of rural tourism status in Khaneghah village from the viewpoint of rural people using the basic theory. *Quarterly Journal of Housing and Rural Environment*, 137(37): 71-82. (Persian)
22. Ghorbani, R., Zadvali, F. and Zadvali-Khajah, S. (2014). Assessment of negative impacts of tourism development on tourist-attracting villages (case study: Kandovan village, Osku County). *Journal of Regional Planning*, 4(15): 103-118. (Persian)
23. Hanger, J.D. and Wheelen, T.L. (2007). Essentials of strategic management. Translated by S.M. Erabi and D. Izadi. Tehran: Office of Cultural Research. (Persian)
24. Imani, B. (2009). Tourism impacts in rural development (case study: Sarayan Ardabil Spa Village). Master's Degree in Geography and Rural Planning, Faculty of Geography, University of Tehran. (Persian)
25. Imani, B. and Ebrahimi, E. (2012). An introduction to development of rural tourism (a case study of Sarein district in Ardabil province). Islamic Azad University: Printing and Publishing Organization in Cooperation with Germi Unit. (Persian)
26. Karroubi, M. (2003). Culture and tourism. *Quarterly Journal of Tourism Studies*, 2: 23-47. (Persian)
27. Khorshid, S. and Ranjbar, R. (2009). Strategic analysis: SWOT matrix strategy formulation and fuzzy multi decomposition decision making techniques. *Industrial Management Journal of Islamic Azad University*, 5(12): 19-39. (Persian)
28. Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6): 459-475.
29. Mili, N. (2012). Rural tourism development: an overview of tourism in the Tipam Phakey village of Naharkatia in Dibrugarh district, Assam (India). *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(12): 1-3.

30. Molaee Hashjin, N., Donlin, K. and Hassannejad, M. (2011). Analysis of tourism outcomes in the uncertainty of rural settlements (case study: Baladeh Kojour village, Nowshahr County). *Regional Planning Quarterly*, 2(1): 1-14. (Persian)
31. Motiei Langroudi, S.H. and Imani, B. (2006). The role of tourism in Iran's rural economy. *Journal of Geographic Sciences*, 3: 2-20. (Persian)
32. Musarò, P. (2014). Responsible tourism as an agent of sustainable and socially-conscious development: reflections from the Italian case. *Recerca Revista de pensament i anàlisi*, 15(15): 93-107. Available at <https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.6035%2FRecerca.15.5>
33. Pouranjnar, G., Salarzahi, H. and Tabavar, A. (2016). Identification and ranking of entrepreneurial development strategies of rural tourism in Golestan province with a combined SWOT-AHP Approach. *Village and Development Quarterly*, 19(2): 107-129. (Persian)
34. Privitera, D. (2009). Factors of development of competitiveness: the case of organic-agritourism. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/46472629>.
35. Qaderi, Z. (2004). Principles for sustainable development of rural tourism. Tehran: Organization of Iran's Municipalities and Village Administrators. (Persian)
36. Sanaei, M. (2007). The role and function of tourism in sustainable development of rural areas, case study: Kelardasht village. Master's Thesis, Faculty of Geography, Tehran University. (Persian)
37. Sepahvand, R., Jafari, M., Sepahvand, L. and Ahmadi, A. (2018). Strategic planning for development of rural ecotourism in the viewpoint of people (case study: village of Istgah Bisheh). *Quarterly Journal of Human Geography*, 5(2): 260-276. (Persian)
38. Shamsoddini, A., Amini, Z., Piroozi, E. and Rezaei, M. (2015). An analysis on strategic planning of tourism development in Kazeroon County (using the techniques of SWOT and Butler). *Geographical Planning of Space*, 6(22): 25-42. (Persian)
39. Yüksel, İ. and Dagdeviren, M. (2007). Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis- case study for a textile firm. *Information Sciences*, 177(16): 3364-3382.
40. Zarafshani, K., Sharafi, L., Gravandi, S. and Ghobadi, P. (2013). Investigating the impacts of tourism development on promoting socio-economic indicators of rural areas: a case study of Rijab tourism area in Kermanshah province. *Journal of Space Economics and Rural Development*,

- 2(3): 119-134. (Persian)
41. Zhou, L. (2014). Online rural destination images: tourism and rurality. *Journal of Destination Marketing and Management*, 3(4): 227-240.