

برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری روستایی

(مطالعه موردی: مناطق روستایی استان کردستان)

Strategic Planning for Rural Tourism Development

(Case Study: Rural Region in the Kurdistan Province in Iran)

Rahmatollah Bahrami¹, Kiomars Habibi²,
Reza Ghaderi³

Accepted: 05/11/2011 Received: 12/04/2010

رحمت‌الله بهرامی^۱، کیومرث حبیبی^۲، رضا قادری^۳

پذیرش: ۹۰/۲/۲۱

دریافت: ۸۹/۹/۱۳

چکیده:

Abstract:

Nowadays, tourism is one of the major sources of production, income, employment and infrastructure to achieve sustainable development. Rural Tourism is a new trend which has been introduced from 50's to the present. Today, rural tourism industry - as a strategy with systematic planning and identifying thadvantages and limitations of rural tourism- has an effective role in development and diversification of regional economy. The present article aims at recognition of potentials and limitations of the development of rural tourism and resources providing strategies to develop tourism in rural areas of Kurdistan (Marivan, Sanandaj and SarvAbad).

Descriptive ° analytical research method of survey and library resourses have been used. To determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats, SWOT has been used. Research is done in a community of 11 villages with apopulation over 10,500 people. The sample size has been determined using the formula 265 Cochran, in three groups of 124 local residents, 21 of officials and 120 of tourists. The research findings show the threshold of vulnerability in rural areas is extremely high and needs reviewing and providing suitable policies to eliminate restrictions and apply relative advantages.

در حال حاضر، صنعت گردشگری یکی از منابع مهم تولید، درآمد، اشتغال و ایجاد زیر ساخت‌ها برای نیل به توسعه پایدار بشمار می‌آید. گردشگری روستایی گرایش نوین در صنعت گردشگری است، که از دهه ۵۰ به بعد مطرح گردید. امروزه صنعت گردشگری روستایی به عنوان یک راهبرد می‌تواند با برنامه‌ریزی اصولی و شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری روستایی، نقش موثری در توسعه و تنوع بخشی به اقتصاد منطقه‌ای برعهده داشته باشد. مقاله حاضر با هدف شناسایی پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری روستایی و راهبردها و راهکارهایی جهت توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان کردستان (سنندج، سروآباد و مریوان) که منجر به توسعه روستایی می‌گردد ارائه نماید. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی از نوع پیمایشی و مطالعات کتابخانه‌ای است. برای تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدها از مدل SWOT استفاده شده است. جامعه آماری را ۱۱ آبادی با جمعیت بالغ بر ۱۰۵۰۰ نفر است. همچنین حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۶۵ در سه گروه ۱۲۴ نفر ساکنین محلی، ۲۱ نفر از مسئولان و ۱۲۰ نفر گردشگر مشخص گردید. نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد که آستانه آسیب‌پذیری مناطق روستایی مناطق مذکور بسیار بالاست و نیازمند بازنگری و ارایه سیاست‌های مناسب در جهت رفع محدودیت‌ها و استفاده از مزیت‌های نسبی موجود می‌باشد.

Keywords: development of tourism, rural tourism, SWOT, Kurdistan.

کلید واژگان: توسعه گردشگری، توریسم روستایی، SWOT، کردستان.

1-Assistant Professor , Department of Geography, Payame Noor University. r_b1342@yahoo.com

2-Assistant, Department of urban planning, Kordestan University . habibi_ki@yahoo.co.uk

3-Teacher of Pyamenoor University. rezaghaderi04@gmail.com

۱. استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول).

r_b1342@yahoo.com

۲. استادیار گروه شهرسازی، دانشگاه کردستان.

habibi_ki@yahoo.co.uk

۳. مدرس دانشگاه پیام نور

rezaghaderi04@gmail.com

مقدمه

قرن بیست یکم، سده بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری ارزشمند در بخش خدماتی به ویژه گردشگری است. فعالیت گردشگری امروزه به عنوان یکی از مهمترین و پویاترین فعالیت‌ها در جهان مطرح است. در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح جهانی، ملی و منطقه‌ای مورد توجه برنامه ریزان دولتی، شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. بسیاری از کشورها به این حقیقت پی برده‌اند که برای بهبود وضعیت زندگی اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برآیند (لطفی، ۱۳۸۴: ۵). به عبارتی توسعه صنعت گردشگری، به ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند، از اهمیت فراوانی برخوردار است (صباغ کرمانی، امیریان، ۱۳۷۹: ۱۱). آگاهی جوامع از این که گردشگری منبع درآمدی ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه‌ای در اختیار یک کشور قرار می‌دهد، باعث شده است که گردشگری مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... پیدا کند و به عنوان یک صنعت تلقی شود (طهماسبی پاشا و مجیدی، ۱۳۸۴: ۶۵). با وجود اهمیت بی‌بدیل صنعت گردشگری در توسعه و شکوفایی اقتصادی، سیاست‌گذاری‌های مناسبی در خصوص ارتقاء آن در کشورمان صورت نپذیرفته و عمده تلاش‌های مربوط به توسعه صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر، معطوف به رهیافتهای تشویقی و تبلیغاتی و یا به عبارتی تقاضا محور بوده‌اند. در این راستا بیشتر هدف‌گذاریها و وضع دستورالعملها یا جرایم عطف به خصوصی‌سازی واحدهای اقامتی، تبلیغات جهانگردی، آموزش نیروی انسانی، سیاستهای تشویقی ساخت تأسیسات ایرانگردی و جهانگردی، تخفیف‌های مالیاتی و ... بوده که بیشتر جذب تقاضا را مد نظر قرار داده است، در حالی که چالشهای پیشروی این صنعت، نه تنها استحکام و تداوم بیشتر سیاست‌های جانب تقاضا را طلب میکند، بلکه سیاستگذاری ابعاد عرضه و سازماندهی ساختار فعالیت بنگاهها را نیز می‌طلبد (نوبخت، ۱۳۸۷: ۵۹). درحالی که بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی

درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند (ابراهیمی، خسرویان، ۱۳۸۴: ۳۲). از این رو باید توسعه گردشگری به عنوان یک استراتژی از جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، اکولوژیک و نهادی مورد بررسی قرار گیرد.

اصولاً توسعه روستایی در کشورهای در حال توسعه با چالش‌های متعددی طی دهه‌های اخیر مواجه بوده است زیرا راهبردهای گذشته در زمینه توسعه روستایی موفقیت‌آمیز نبوده است. مسائلی همچون فقر، اشتغال، امنیت غذایی و پایداری محیط زیست را تأمین کند. این مسئله باعث شده است که در سال‌های اخیر بار دیگر توسعه روستایی مورد توجه قرار گرفته و نظریه پردازان، برنامه‌ریزان و مجریان حکومتی درصدد برآیند تا با ارائه راهکارها و استراتژی‌های جدید، از معضلات و مسائلی که این نواحی گریبانگیر آن می‌باشند، بکاهند (افتخاری، و مهدوی، ۱۳۸۵: ۲). یکی از راهبردهایی که اخیراً مورد توجه و به مورد اجرا گذاشته شده و نتایج مثبتی هم به همراه بوده است، توسعه گردشگری برای نواحی روستایی که دارای توان‌های بالقوه برای گسترش این صنعت دارا می‌باشند مناسب بنظر می‌رسد. ازطرفی اگر گردشگری روستایی به نحوی مناسب و برنامه‌ریزی شده و منطبق با معیارهای زیست محیطی مدیریت گردند، می‌تواند محرکی در فرایند توسعه یافتگی و حصول به پایداری توسعه در نواحی روستایی و نیز پایداری جوامع محلی در کلیه زیر شاخه‌های اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و همچنین خود فعالیت گردشگری باشد (رضوانی، ۱۳۸۴: ۵۴). با این وجود گردشگری روستایی فعالیت بسیار پیچیده‌ای است که با بخش‌های دیگر جامعه و اقتصاد وجوه مشترکی دارد. در نتیجه دارای آثار و پیامدهای مختلفی می‌باشد که می‌باید در فرآیند برنامه‌ریزی تمامی جوانب آن مورد ملاحظه قرار داد تا از عوامل منفی جلوگیری شود و تأثیرات مثبت عوامل اقتصادی، اجتماعی و محیطی مرتبط با آن افزایش پیدا کند (Pearce, 1999). بنابراین گسترش صنعت جهانگردی به عنوان صنعتی که با حوزه‌های مختلفی نظیر اقتصاد، کشاورزی، فرهنگ، محیط‌زیست و خدمات در تعامل است، دارای اهمیت فراوانی

روستایی پرداخته و آن را در دو قالب تصویری مجازی یا الگویی حقیقی مورد بحث و استنتاج قرار داده‌اند (زنجانی و دانشور، ۱۳۷۹: ۱۷۹-۱۹۰). علی قلی‌زاده و همکاران در پژوهشی میدانی با ارزیابی نگرش جامعه میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان نوشهر را بررسی نموده‌اند (علی‌قلی‌زاده، ۱۳۸۸: ۹۹-۱۱۳). رضوانی، در پژوهشی با عنوان "تحلیل روند ایجاد و گسترش خانه‌های دوم در نواحی روستایی" به ارزیابی اثرات این نوع توسعه در کلانشهر تهران پرداخته و مزایا و معایب آن را ذکر نموده است (رضوانی، ۱۳۸۲: ۵۹ - ۷۳)

متدولوژی و روش تحقیق

روشهای تحقیق براساس معیارها و شاخصه‌های مختلفی طبقه‌بندی می‌شود که بر مبنای اهداف تحقیق به تحقیقات بنیادی، کاربردی و توسعه‌ای بر مبنای ماهیت داده‌ها به تحقیق کمی یا کیفی و بر مبنای معیارهای ترکیبی به آزمایشی، پیمایشی، میدانی و اسنادی قابل طبقه‌بندی است. این تحقیق را می‌توان یک نوع تحقیق کاربردی^۵ توسعه‌ای دانست. جمع‌آوری اطلاعات از طریق اسنادی کتابخانه‌ای، مطالعات میدانی بوده تا با تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدها حوزه گردشگری روستایی استان با رویکرد SWOT به ارایه استراتژی و راهبرد در جهت توسعه گردشگری پرداخته شود. جامعه آماری تحقیق را ۱۱ آبادی با جمعیت بالغ بر ۱۰۵۰۰ نفر شامل می‌گردد. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران تعداد ۲۶۵ نفر محاسبه گردید.

$$N = \frac{T^2 S^2}{d^2} \div \frac{T^2 S^2}{1 + 1N(\frac{T^2 S^2}{d^2} - 1)} = 265$$

این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال است که پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری روستایی در این مناطق کدام است؟

و چه راهبردها و راهکارهایی جهت توسعه گردشگری یکه منجر به توسعه روستایی می‌گردد؟

به منظور پاسخ به چنین سوالاتی از روش SWOT به منظور بهره‌گیری از نقاط قوت و فرصت‌ها و یا از بین بردن نقاط ضعف و تهدیدها در جهت دستیابی به توسعه گردشگری در راستای توسعه روستایی استفاده شده است.

بنابراین گردشگری روستایی می‌تواند به عنوان یکی از ابزارهای اصلی توسعه در استان کردستان مورد توجه قرارگیرد.

در این راستا به تأثیرات اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی آن اشاره می‌شود. در شکل ۱، محدوده استان کردستان در کشور و همچنین محدوده مورد مطالعه مشخص شده است.

ادبیات موضوع

پیر در مقاله‌ای با عنوان "یک تحلیل مفهومی" اشتغال منتج از توریسم را به عنوان یکی از پایدارترین مشاغل و کاهنده نرخ بیکاری در جوامع شهری ذکر کرده است (Leiper, 1999). درباره اثرات گردشگری بر ساختارهای اقتصادی- اجتماعی محیط روستایی تحقیقات زیادی در ایران انجام گرفته به عنوان مثال، مافی و سقایی با تحقیق در زمینه کاربرد مدل MS-SWOT در تحلیل مدیریت گردشگری مطالعه را در مورد شهر مشهد انجام داده‌اند (مافی و سقایی، ۱۳۸۸: ۲۷ - ۵۰). افتخاری و مهدوی، رویکرد استراتژیک را جهت توسعه گردشگری در دهستان لوسان کوچک به گرفته و در راستای پایداری منطقه با توجه به توانهای محیطی و مصنوع، راهکارهایی را ارائه داده‌اند (افتخاری، ۱۳۸۶: ۱-۳۰). مهدوی و همکارانش با نظر سنتی از روستائیان دره کن و سولقان میزان اثر گذاری توسعه گردشگری بر توسعه روستایی را سنجیده و آن را یکی از مهمترین راهکارهای توسعه می‌دانند (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۵: ۳۹-۶۰). زنجانی و دانشور، در یک تحلیل مفهومی با رویکرد تئوریک به ارزیابی توریسم

سوی برنامه ریزان صنعت گردشگری استان شناسایی شده است از این میان بیشترین آنها با بیش از ۱۶۰ چشم اندازهای طبیعی، ۱۲۲ آثار تاریخی، ۴۰ آثار مذهبی می باشد. این محدوده در فصل بهار و اوائل تابستان محل تفرجگاه گردشگران داخلی و خارج از استان است. وجود بازارچه پیله وری در مریوان از یک طرف و چشم اندازهای متنوع طبیعی، تاریخی، مذهبی و فرهنگی در این محدوده موجب جلب و جذب گردشگران شده است (معاونت گردشگری استان: ۱۳۸۹).

حجم نمونه بر حسب گروه های مرتبط

گروه ها	تعداد	درصد
مردم محلی	۱۲۴	۴۶/۸
مستولان	۲۱	۷/۹
گردشگر	۱۲۰	۴۵/۳
جمع کل	۲۶۵	۱۰۰

جاذبه های استان کردستان

استان کردستان بیش از ۱۵۵۰ آثار طبیعی، تاریخی، مذهبی از



نمودار ۱. طبقه بندی اماکن گردشگری استان کردستان

ی که در آن مسافرتی به مقصدی انجام گرفته و سپس بازگشتی به محل سکونت را دربر دارد، اطلاق می گردد (Webster, 1973: 1218). در فرهنگ لغت لانگمن توریسم به معنای مسافرت و تفریح برای سرگرمی معنا شده است (Longman, 1988: 1712). در فرهنگ لاروس توریسم به معنای مسافرت برای تفریح [لذت یا رضایت] می باشد (Larousse, 1991: 3046). اولین تعریف گردشگری در سال ۱۹۴۸ اقتصاد دان آلمانی بنام "هنریک"

بحث و تجزیه و تحلیل مفهوم شناسی گردشگری روستایی لغت توریسم (Tourism) از کلمه تور (Tour) به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین Tourms به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدا و مقصد و چرخش دارد که از یونانی به اسپانیا، فرانسه و در نهایت به انگلیس راه یافته است (Oxford, 1970: 189). در فرهنگ لغات مختلف در برابر توریسم معنایی با مضامین مختلف به کار رفته است. به گونه ای که در فرهنگ و بستر، توریسم به سفر

به شرح ذیل مطرح نمود: مجموع مناسبات و پدیده‌های ناشی از سفر و اقامت در محل و مکان اشخاص معینی که برای مسافر بیگانه هستند و اقامت در آن محل تشکیل دهنده هیچ‌گونه تاسیسات وابسته به هیچ یک از فعالیت‌های پرسود نباشد به آن گردشگری گویند (فرید، ۱۳۸۱: ۱۵). گردشگری و گذران اوقات فراغت به شیوه‌ای جدید، پدیده‌ای پیامدی و همزمان جزء جدایی ناپذیر جامعه صنعتی و حلقه‌ای مهم در باز تولید آن است (مومنی، ۸۶: ۱۵). و واژه گردشگری روستایی، از دهه ۱۹۵۰ به بعد گسترش یافت و در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ بیشتر در زمینه اقتصاد گردشگری روستایی برای کشاورزان و جوامع محلی مورد توجه قرار گرفت، و تا به حال برنامه ریزان و صاحب نظران با ارائه راهبردها و راهکارهای مختلف، فعالیت‌ها و اقدامات گسترده‌ای در فراهم کردن جذب توریسم، توسعه و گسترش فعالیت‌های توریستی انجام داده‌اند (افتخاری، ۱۳۸۵: ۸۴).

نهایتاً می‌توان گفت که "گردشگری روستایی" فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های مختلف روستایی و پیرامون آنها که در بردارنده آثاری (مثبت / منفی) برای محیط زیست (انسان/طبیعت) روستا می‌باشد (سقای، ۱۳۸۲: ۴۳). بدیهی است این چنین برداشتی از گردشگری روستایی می‌تواند زمینه‌های مختلف فعالیت‌های گردشگری چون سکونتگاهها رویدادها، جشنواره‌ها، ورزش‌ها و تفریحات گوناگون را در برگیرد که در محیط روستا شکل می‌گیرند (sharply, 1997: 61).

گردشگری راهبردی برای توسعه روستایی

اصولاً گردشگری روستایی راه حل کلی برای همه روستاها نیست، بلکه یکی از شیوه‌هایی است که ممکن است آثار اقتصادی مهمی داشته باشد و به نوعی می‌تواند به کند شدن روند تخلیه سکونتگاه‌ها روستایی و کاهش مهاجرت جمعیت روستای کمک نماید. توسعه گردشگری به عنوان راهبردی نوین که از دهه ۵۰ آغاز و زمینه‌های فکری متفاوتی در آن مطرح گردید. عده‌ای بر این باورند گردشگری زمانی از حرکت باز می‌ماند که تاثیرات زیان‌آوری بر ارزش‌های

فرهنگی و اجتماعی داشته باشد. دیدگاه دیگر با این پیش زمینه فکری وجود دارد که گردشگری راه حل و علاج قطعی اقتصادی برای توسعه نواحی روستایی است. از طرف دیگر یک دیدگاه محتاطانه‌تر گردشگری را به عنوان فرآیند برنامه‌ریزی یکپارچه که فرصت‌هایی را برای به حداقل رساندن منافع توسعه است معرفی می‌کند. دریک نگرش دیگر گردشگری روستایی به عنوان موتور محرکه توسعه روستایی معرفی شده است (افتخاری، قادری به نقل از Greffe, 1993: 23). سیاست‌گذاران محلی در جوامع روستایی به اهمیت این راهبرد پی برده‌اند، اما تجربه کافی برای اجرای آن نداشتند. امروزه با توجه به رونق و پیامدهای این صنعت پویا در تمامی مناطق، ممالک و نواحی شهری و روستایی در دنیا، راهبرد گردشگری پایدار مطرح گردیده است. "گردشگری پایدار" سعی در تنظیم روابط بین جامعه میزبان، مکان گردشگری و گردشگران دارد، چرا که این رابطه می‌تواند پویا و سازنده و یا مخرب باشد و به دنبال تعدیل فشار و بحران است که آسیب‌های محیطی و فرهنگی به حداقل می‌رسند و رضایت بازدیدکنندگان را فراهم می‌آورد و به رشد اقتصادی ناحیه کمک می‌کند. گردشگری می‌تواند با مشارکت در اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد، اقتصاد جوامع محلی را احیاء کند و نیز می‌تواند در تقویت فرهنگ محلی مؤثر و همچنین در حفظ محیط‌زیست یا بازسازی محیط‌زیست طبیعی و انسان ساخت تغییر ایجاد کند. از طرف دیگر گردشگری قادر است اقتصاد جوامع محلی را تضعیف کند و کیفیت زندگی را کاهش دهد (رضوانی، ۱۳۸۴: ۵۵). بنابر این توسعه پایدار گردشگری توسعه‌ای است که در آن توازن و تعادل، حفظ ارزشها و کیفیت اخلاقیات و اصول اقتصادی و نیز مزیت‌های اقتصادی همه به همراه هم دیده شده و کوشش می‌شود تا توسعه‌ای متعالی و متعادل و همه جانبه جایگزین توسعه صرفاً اقتصادی گردد. در این دیدگاه توسعه گردشگری با استفاده از منابع موجود به گونه‌ای است که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ضوابط قانونی جامعه و انتظارات گردشگران بتوان وحدت و یکپارچگی، هویت فرهنگی، سلامت محیط‌زیست، تعادل اقتصادی و رفاه مردم

میتواند موجب کاهش فقر و افزایش درآمد گردد. در این زمینه سه دیدگاه مطرح است. دیدگاه اول گردشگری را به عنوان راهبردی برای توسعه روستایی بکار می‌گیرد. در این دیدگاه با توجه به روند روزافزون تخریب روستاها و افول کشاورزی سعی در ارائه راهبردهای جدیدی برای احیاء نواحی روستایی از طریق ایجاد فعالیتهای مکمل و یا متحول نمودن این نواحی با توجه به منابع طبیعی و انسانی آنها دارند و تنها راه احیاء مجدد این روستاها را ارائه برنامه‌هایی می‌دانند که بتوانند هم از منابع طبیعی و انسانی آنها بهره ببرند و هم باعث ایجاد درآمد و افزایش رفاه ساکنان نواحی روستایی گردند. در دیدگاه دوم، گردشگری به عنوان سیاستی برای بازساخت سکونتگاههای روستایی مورد توجه قرار می‌گیرد طرفداران این دیدگاه معتقدند که میتوان از اتکاء بیش از حد تولیدکنندگان روستایی به کشاورزی کاست و آنها را در فرصتهای اقتصادی جدیدی مشارکت داد. در کشورهای اروپای شرقی براین دیدگاه یعنی توسعه گردشگری به عنوان ابزاری برای بازسازی مجدد روستاها پس از فروپاشی کشاورزی تأکید شده است. در دیدگاه سوم، گردشگری روستایی به عنوان ابزاری برای توسعه پایدار و حفاظت از منابع طبیعی مطرح است. این دیدگاه خواهان رشد بلند مدت گردشگری بدون اثرات مخرب بر زیست‌بومهای طبیعی است (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱: ۳۲). در دهه پایانی قرن بیستم بسیاری از برنامه‌ریزان اجتماعی- اقتصادی در کشورهای اروپائی گردشگری را روش مطمئن با چشم‌اندازی بسیار روشن برای توسعه روستاها به ویژه در محرومترین آنها معرفی کرده‌اند (همان منبع). مطالعات انجام شده در کشورهای مطالعات انجام شده در کشورهای فرانسه، اتریش، سوئیس، انگلستان، ایرلند، تایلند و ژاپن نشان میدهد که گردشگری روستایی به سرعت در اقتصاد روستایی رشد کرده و مکمل فعالیتهای کشاورزی شده است. ماهیت صنعت گردشگری ایجاد اشتغال و درآمد، متنوع‌سازی اقتصاد، مشارکت اجتماعی و استفاده از منابع محلی است. از آنجا که بخش اعظم مشکلات عقب‌ماندگی و توسعه نیافتگی روستایی نیز به فقدان این صنعت برمی‌گردد، گردشگری روستایی با

محلی را تأمین کرد (الوانی ۱۳۷۲: ۱۰). با توجه به دیدگاهها و نظریات مختلف در زمینه گردشگری روستایی میتوان ابراز داشت که گردشگری روستایی از یک سو با فراهم آوردن فرصتهای جدید برای بسیاری از روستاها به عنوان وسیله‌ای است که به جوامع روستایی حیات دوباره می‌دهد و موجب توسعه این نواحی می‌شود و این سکونتگاهها را پابرجا نگه‌میدارد، از سوی دیگر توسعه بدون برنامه‌ریزی شده آن سبب آسیبهای اجتماعی و زیست‌محیطی در سکونتگاههای روستایی می‌شود (رضوانی، ۱۳۸۴: ۵۶). بنابراین در توسعه روستایی، رویکردها و راهبردهای مختلفی نظیر رویکردهای اقتصادی، اجتماعی، کالبدی- فضایی و جامع مطرح است. راهبرد توسعه روستایی همه جانبه یا یکپارچه روستایی و راهبرد توسعه پایدار از جمله راهبردهایی هستند که رویکردی جامع نسبت به برنامه‌ریزی توسعه روستایی دارند (رضوانی، ۱۳۸۳: ۹۳). وقتی سخن از توسعه همه جانبه روستایی مطرح می‌گردد شامل سه بخش کشاورزی، صنعت و خدمات است، که ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فضایی و سازماندهی فرایند توسعه را شامل می‌شود (پاپلی و ابراهیمی، ۱۳۵۸: ۵۸). بنابراین گردشگری روستایی می‌تواند راهبردی برای توسعه همه جانبه دولت‌ها از نظر اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی باشد. از نظر اقتصادی گردشگری می‌تواند اثرات اقتصادی مهمی را برای نواحی روستایی در بر داشته باشد. گردشگران روستایی برای اقامت، خرید کالاهای محلی و خدمات، پول پرداخت می‌کنند. این پولها در فعالیتهای محلی جریان می‌یابد و موجب تحرک مناطق روستایی در برآورده کردن هر چه بهتر و بیشتر نیازهای بازدیدکنندگان می‌شود و اثرات مهم اقتصادی آن به کند شدن روند تخلیه سکونتگاه های روستایی منتهی می‌شود (جوان و سقایی، ۱۳۸۳: ۱۱۳). در بعد اجتماعی نیز اعتقاد بر این است که ورود گردشگران به مناطق روستایی باعث ارتباطات مردم بومی با این افراد و تأثیراتی قابل ملاحظه در رشد و ارتقای فرهنگی و اجتماعی، بالا رفتن سطح سواد، و افزایش سطح مشارکت می‌شود. همچنین گردشگری روستایی به عنوان یک ابزار برای تولید اشتغال و توسعه اقتصادی در سطح منطقه،

حل مسائل و مشکلات فوق می‌تواند به توسعه روستایی کمک نماید (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۳۲). بنابراین توسعه گردشگری در نواحی روستایی می‌تواند نقش مهمی در متنوع‌سازی اقتصاد جوامع روستایی داشته و زمینه‌ساز توسعه پایدار روستایی باشد، از طرف دیگر وسیله ای برای تحریک رشد اقتصاد ملی از طریق غلبه بر انگاره‌های توسعه نیافتگی و بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی بحساب آید (شریف‌زاده و مرادی‌نژاد، ۱۳۸۱: ۵۳).

شناخت عوامل موثر بر توسعه گردشگری روستایی

حوزه بررسی‌های میدانی و کتابخانه‌ای نشان می‌دهد عوامل داخلی موثر بر توسعه گردشگری ناحیه را می‌توان از ۴ منظر اقتصادی، اجتماعی، اکولوژیک و نهادی مورد بررسی قرار داد و نقاط ضعف و قوت آن را شناخت. مهمترین نقاط قوت (S) از منظر اقتصادی شامل "محیطی بکر برای سرمایه گذاری توریسم، وجود صنایع دستی، جایگاه مناسب برای پرورش ماهیگیری، محلی مناسب برای توسعه زنبورداری، امکان توسعه باغداری، امکان بهره برداری از پوشش گیاهی در بخش‌های مختلف اقتصادی، تنوع بخشیدن به مشاغل خدماتی در مراکز روستایی، افزایش توان مالی روستائیان" از منظر اجتماعی شامل "وجود حس مشارکت مردم در طرح‌های توریسم روستایی، وجود آداب و رسوم سنتی و لباس‌های زیبا و جذاب، وجود موسیقی سنتی، وجود مکانهای زیارتی، وجود حس مهمان‌نوازی مردم منطقه، ترکیب قومی یکسان، پیشینه تاریخی زیاد، بافت سنتی و قدیمی روستاها، وجود ابنیه‌های تاریخی و مذهبی، پایداری جمعیت و جلوگیری از مهاجرت" از منظر اکولوژیکی شامل "وجود دریاچه‌ها طبیعی و مصنوعی، امکان فضایی مناسب و آرام برای استراحت و گذران اوقات فراغت، وجود پوشش جنگلی مناسب، برخورداری از منابع آب سالم و معدنی، قابلیت استفاده از ایجاد سایت اسکی، آب و هوای معتدل مدیترانه‌ای با میانگین بارش +۵۰۰ میلی‌متر، محصولات کوهی و جنگلی، بافت قدیمی و پلکانی (خشکه چین) روستاهای مناطق غربی استان، وجود منابع آب سطح الارضی (رودخانه ها دائمی،

فصلی، چشمه‌ها)" و نهایتاً از منظر نهادی "باور مسئولین به صنعت توریسم روستایی، وجود بازارچه مرزی" است. مهمترین نقاط ضعف (W) نیز از منظر اقتصادی شامل "عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه گذاری در بخش توریسم روستایی، عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری مطالعاتی، کمبود امکانات مالی، افزایش شدید قیمت زمین و مسکن روستایی و شهرهای اطراف" از منظر اجتماعی شامل "نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و درمانی ناکافی و نامناسب بودن اماکن تفریحی، اقامتی و زیارتی، تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران با مردم محلی، نبود تورهای سیاحتی و توریستی، نبود کمپهای گردشگری بین راهی مناسب برای گردشگران، نبود نقشه مکانهای تفریحی، تاریخی و فرهنگی" از منظر اکولوژیکی شامل "نامناسب بودن تاسیسات و تجهیزات ارتباطی و زیر ساختی، پائین بودن سطح سواد روستائیان، ناشناخته ماندن بسیاری از جاذبه‌های گردشگری شهرستان برای گردشگران داخلی" و از منظر نهادی نیز شامل "عدم آشنایی روستائیان و عدم آموزش آنها در نحوه ارتباط با توریسم" می‌باشد.

مهمترین نقاط فرصت (O) از منظر اقتصادی شامل "افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری، افزایش توجه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در توریسم روستایی، ایجاد انگیزه کاری در میان روستائیان به منظور جلب توریسم" از منظر اجتماعی شامل "افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح، افزایش توان فرهنگی مردم منطقه، توسعه گسترده شهر و روستا در ابعاد مختلف، استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه در کادر اداری و پژوهشی توریسم، امکان توسعه بنگاه‌ها و موسسات خدماتی مربوط به تورهای روستایی، افزایش روزافزون گردشگران، علاقه گردشگران به بازدید از موارث فرهنگی، مذهبی و تاریخی، خیزش تفکرات زیست محیطی و فرهنگ‌گرایی، افزایش ارتباط ملل و مباحث گفتگوی تمدن‌ها و فرهنگها" از منظر اکولوژیکی شامل "امکان پرورش ماهیگیری در کنار رودخانه‌ها و دریاچه‌ها و محیط‌های پرورش ماهی، امکان پرورش زنبور عسل، امکان بهره برداری از پوشش گیاهی در

راهبرد بهینه است. در این مقاله فرصت ها و تهدیدات کلید خارجی به طور سیستماتیک با ضعف و قوت های داخلی در یک رویکرد ساختاری شده مقایسه شده، زیرا هدف از این مقایسه شناسایی یکی از چهار الگوی خاص برای سازگاری موقعیت داخلی و خارجی است.

الف) قوت و فرصت (SO): ناحیه یک، بهترین موقعیت است، سیستم با چند فرصت محیطی روبروست و قوت های بسیاری دارد که استفاده از فرصت ها را ترغیب می نماید. این وضعیت استراتژی های رشد را توصیه می نماید.

ب) قوت و تهدید (ST): در ناحیه دوم، سیستم دارای قوت های کلیدی است لیکن با محیطی تهدیدزا مواجه می باشد. در این وضعیت، استراتژی ها از قوت های موجود برای ساختن فرصت های بلند مدت در سایر موارد استفاده می کنند.

ج) ضعف و فرصت (WO): در ناحیه سوم، سیستم با یک فرصت خوبی روبروست، لیکن از چند ضعف داخلی رنج می برد.

د) ضعف و تهدید (WT): در ناحیه چهارم، سیستم نه با فرصت و نه با قوت محیط داخلی مواجه می باشد بلکه از بعد داخلی با ضعف و از نظر بعد خارجی با تهدیدات متعددی مواجه می باشند. در این حالت بهترین استراتژی، استراتژی کاهشی خواهد بود. (موسوی، ۱۳۸۵).

صنایع دارویی، امکان بهره برداری پوشش نباتی در بخش های مختلف خوراکی، تزئینی، عطریات و علوفه دامی " و نهایتا از منظر نهادی " افزایش توجه و حمایت مسئولین کشور از طرح توسعه توریسم روستایی با رویکرد اشتغالزایی و کسب درآمد " است. مهمترین نقاط تهدید (T) نیز از منظر اقتصادی شامل " همجواری یا عراق و ورود کالاهای قاچاق که به دلیل سودآوری زیاد ممکن است جایگزین فعالیت های گردشگری شوند، " از منظر اجتماعی شامل " از بین رفتن فرهنگ سنتی روستائیان با ورود ماهوار و گسترش روابط شهر و روستا، ازدیاد آسیب های اجتماعی در محیط روستا با توجه به موقعیت مرزی، گسترش اعتیاد در محیط روستا. بالا بودن نرخ مهاجرت روستایی "، از منظر اکولوژیکی شامل " آلودگی منابع آب در اثر ریختن زباله ها، غیر بهداشتی بودن فضای مسکونی به دلیل عدم شبکه فاضلاب " و از منظر نهادی نیز شامل " بوروکراسی اداری، کم اهمیت شمردن خواسته های روستائیان در بخش گردشگری " می باشد. در مدل استراتژیک نقاط قوت و ضعف و فرصت ها و تهدیدها در چهار حالت کلی WO، ST، WT، SO، پیوند داده می شوند و گزینه های استراتژی از بین آنها انتخاب می شوند. رایج ترین کاربرد آن فراهم کردن یک چهارچوب منطقی برای هدایت نظام مند بحث های سیستم، راهبردهای مختلف و در نهایت انتخاب

جدول ۱. ماتریس SWOT و نحوه تعیین استراتژی ها.

W	S	ماتریس SWOT
نقاط ضعف	نقاط قوت	
WO	SO	فرصت ها
استراتژی های	استراتژی های	
WT	ST	تهدید ها
استراتژی های	استراتژی های	

مأخذ: (موسوی، ۱۳۸۵)

تعیین استراتژی های کوتاه مدت و بلند مدت توسعه

جدول ۲. ماتریس تهدیدات، فرصت ها، نقاط ضعف و نقاط قوت

استراتژی رشد خارجی	استراتژی رشد داخلی
WO	SO
WT	ST
راهبرد دفاعی و کاهشی	راهبرد تنوع توصیه می گردد

جدول ۳. عوامل اصلی تأثیرگذار بر توریسم روستایی در ناحیه مطالعه شده

بیرونی	داخلی
فرصت‌ها (O)	قوت‌ها (S)
<p>- افزایش توجه دولت سرمایه گذاری</p> <p>- افزایش توجه بخش خصوصی برای سرمایه گذاری</p> <p>افزایش نیروی کار با انگیزه در میان روستائیان</p> <p>O4 = توسعه استغال زایی در بخش مختلف</p> <p>O5 = امکان بهره برداری از منابع اکولوژیکی در بخش های مختلف صنعتی، خوراکی، تزیینی و..</p> <p>O6 = وجود نیروهای متخصص و با تجربه</p> <p>O7 = وجود بازار پبله وری (مرزی)</p>	<p>S1- چشم اندازهای زیبا و منحصر به فرد</p> <p>S2- تنوع بخشیدن به مشاغل خدماتی در مراکز روستایی</p> <p>S3- محیطی بکر برای سرمایه گذاری توریسم</p> <p>S4 - داشتن محیط آرام و بدون سر و صدا</p> <p>S5- جاذبه های ورزشی و تفریحی این نواحی</p> <p>S6- محصولات جنگلی و درختی</p> <p>S7- بافت پلکانی (خشکچه چین) روستاها</p> <p>S8- وجود ابنیه های تاریخی و مذهبی</p> <p>S9- وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی</p>
تهدیدها (T)	ضعف‌ها (W)
<p>T1 = آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این نواحی</p> <p>T2- ورود قاچاق به کشور</p> <p>T3- از بین رفتن فرهنگ سنتی روستائیان</p> <p>T4- بوروکراسی اداری، کم اهمیت شمردن خواسته های روستائیان در بخش گردشگری</p> <p>T5- تخریب زمینهای کشاورزی و مازین بردن جنگل.</p> <p>T6 - گسترش آسیب های اجتماعی (مواد مخدر و...)</p>	<p>W1- کمبود و نامناسب بودن امکانات اقامتی.</p> <p>W2- نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و درمانی ناکافی و نامناسب بودن اماکن تفریحی، اقامتی و زیارتی</p> <p>W3- عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری مالی</p> <p>W4- نامناسب بودن زیر ساخت های ارتباطی.</p> <p>W5- پائین بودن سطح آگاهی های عمومی مردم. تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران با مردم محلی</p> <p>W6- نبود کمپ های گردشگری بین راهی مناسب برای گردشگران</p> <p>W7- نبود نقشه مکانهای تفریحی، تاریخی و فرهنگی</p>

جدول ۴. ماتریس تحلیل SWOT رتبه بندی و اولویت سنجی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدات

رتبه	گردشگران			مسئولان			مردم			تحلیل سوات		
	وزن نسبی	میانگین وزن ها	مجموع وزن ها	رتبه	وزن نسبی	میانگین وزن ها	مجموع وزن ها	رتبه	وزن نسبی		میانگین وزن ها	مجموع وزن ها
قوت‌ها												
1	۰/۴۷	۴/۴۰	۵۳۵	۱	۰/۴۷	۴/۸۸	۱۱۵	۱	۰/۴۸	۴/۳۰	۶۵۰	S1
۴	۰/۴۲	۴/۰۸	۴۶۰	۴	۰/۴۱	۴/۰۴	۱۱۰	۲	۰/۴۵	۴/۱۴	۵۷۰	S2
۵	۰/۳۸	۳/۸۸	۴۴۷	۵	۰/۳۹	۳/۸۷	۱۰۸	۳	۰/۴۴	۴/۰۱	۵۸۵	S3
۶	۰/۳۶	۳/۸۰	۵۱۵	۶	۰/۳۵	۳/۷۵	۹۵	۴	۰/۳۹	۳/۸	۶۱۰	S4
۷	۰/۳۳	۳/۵۶	۵۲۵	۵	۰/۳۹	۳/۳۳	۸۷	۵	۰/۳۷	۳/۵	۶۱۲	S5
۸	۰/۲۹	۳/۲۲	۵۲۲	۶	۰/۲۸	۳/۰۱	۷۲	۲	۰/۴۵	۳/۲	۵۹۴	S6
۲	۰/۴۶	۲/۷۵	۴۷۷	۷	۰/۲۵	۲/۵۶	۶۵	۶	۰/۳۳	۲/۹	۵۴۲	S7
۲	۰/۴۶	۲/۴۵	۵۶۱	۳	۰/۴۲	۲/۵۴	۶۱	۷	۰/۳۰	۲/۵	۶۲۲	S7
۳	۰/۴۵	۲/۱۶	۴۸۴	۳	۰/۴۳	۲/۳۴	۵۸	۸	۰/۲۴	۲/۰۶	۵۴۲	S8
ضعفها												
1	۰/۴۲	۳/۸۸	۵۴۳	۴	۰/۳۷	۴/۴۴	۱۲۷	۱	۰/۳۷	۳/۸۸	۶۷۰	W1
۲	۰/۴۰	۳/۸۱	۵۰۳	۵	۰/۳۵	۳/۸۴	۱۲۰	۵	۰/۳۱	۳/۶۹	۶۲۳	W2
۳	۰/۳۸	۳/۸۰	۵۰۰	۳	۰/۳۹	۳/۵۵	۱۱۱	۳	۰/۳۸	۳/۵۶	۶۱۱	W2
۴	۰/۳۵	۳/۴۶	۴۷۸	۱	۰/۴۱	۳/۲۱	۱۰۴	۴	۰/۳۳	۳/۳۴	۵۸۲	W3
۵	۰/۳۲	۳/۳۲	۴۴۹	۲	۰/۴۰	۳/۰۱	۹۶	۲	۰/۳۶	۳/۰۲	۵۴۵	W4
۶	۰/۲۹	۳/۳۵	۴۳۳	۶	۰/۲۹	۲/۵۴	۸۸	۶	۰/۲۹	۲/۸۸	۵۲۱	W5
۲	۰/۴۰	۲/۴۷	۴۱۱	۷	۰/۲۵	۲/۵۰	۷۶	۷	۰/۲۶	۲/۵۸	۴۸۷	W6
فرصتها												
1	۰/۴۱	۳/۸۸	۳۹۴	۱	۰/۳۶	۴/۴۰	۱۶۶	۱	۰/۳۶	۳/۸۰	۵۶۰	O1
۳	۰/۳۸	۳/۷۱	۴۰۶	۳	۰/۳۰	۳/۹۷	۱۴۸	۳	۰/۳۴	۳/۷۶	۵۵۴	O2
۲	۰/۴۰	۳/۶۹	۳۵۸	۲	۰/۳۵	۳/۹۸	۱۴۴	۴	۰/۳۲	۳/۶۶	۵۰۲	O3
۴	۰/۳۷	۳/۴۶	۳۴۴	۱	۰/۳۶	۳/۸۴	۱۴۲	۵	۰/۳۰	۳/۶۱	۴۸۶	O3
۵	۰/۳۲	۳/۳۴	۳۱۶	۴	۰/۲۸	۳/۶۴	۱۳۶	۲	۰/۳۵	۳/۶۵	۴۵۲	O4
۶	۰/۲۷	۳/۳۲	۲۹۸	۵	۰/۲۵	۳/۵۲	۱۳۲	۶	۰/۲۹	۳/۳۴	۴۳۰	O5
۳	۰/۳۸	۲/۴۷	۲۹۴	۲	۰/۳۵	۳/۴۶	۱۲۸	۷	۰/۲۶	۳/۳۱	۴۲۲	O6
تهدیدها												
1	۰/۴۱	۳/۸۰	۳۰۲	۱	۰/۳۶	۴/۳۸	۱۸۶	۱	۰/۳۶	۳/۸۲	۴۸۸	T1
۳	۰/۳۸	۳/۷۷	۲۹۲	۲	۰/۳۵	۴/۲۷	۱۶۴	۳	۰/۳۴	۳/۷۷	۴۵۶	T1
۲	۰/۴۰	۳/۶۹	۲۸۰	۳	۰/۳۲	۳/۹۸	۱۵۵	۴	۰/۳۳	۳/۷۲	۴۳۵	T2
۴	۰/۳۴	۳/۴۸	۲۷۱	۴	۰/۳۱	۳/۸۴	۱۵۰	۵	۰/۳۲	۳/۶۵	۴۲۱	T3
۵	۰/۳۳	۳/۴۴	۲۵۸	۵	۰/۲۸	۳/۴۴	۱۴۴	۶	۰/۳۴	۳/۶۳	۴۰۲	T4
۶	۰/۳۱	۳/۳۸	۲۵۳	۶	۰/۲۴	۳/۳۲	۱۴۲	۲	۰/۳۵	۳/۳۴	۳۹۵	T5

تحلیل یافته ها براساس مدل SWOT

ساختار گردشگری هر مکان به نوبه خود از یک طرف متأثر از اهمیت، اعتبار، ماهیت، تنوع، نقش و کارکرد (مذهبی، فرهنگی، تفریحی، تجاری و...) جاذبه های مکانی خود و از طرف دیگر متأثر از ویژگیهای اجتماعی، فرهنگی (باورهای اعتقادی) و اقتصادی ساکنین محلی و گردشگران نیز است (Law, 2002, 73). در این منطقه تعداد ۹ نکات قوت داخلی در برابر ۷ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۷ فرصت خارجی در برابر ۶ تهدید خارجی شناسایی شده است. به این ترتیب در مجموع تعداد ۱۶ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت و ۱۳ ضعف و تهدید به عنوان محدودیتها و تنگنایهای پیش روی این ناحیه جهت گسترش گردشگری قابل شناسایی است. بنابراین آستانه آسیب پذیری این نواحی بالا بوده و نیازمند بازنگری و ارائه سیاستهای مناسب در جهت رفع ضعفها و تهدیدها با استفاده از نقاط قوت و فرصتها می باشد. بررسی و تحلیل هر یک از نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدیدها از نقطه نظر سه گروه مورد نظر مشارکت کننده عبارت است از:

گروه اول مسئولان: در این بخش دیدگاه مسئولان بر آن است که نقاط قوت و مؤلفه های اولویت دار به ترتیب عبارت خواهند بود چشم اندازه های زیبا با ضریب وزنی ۰/۴۷ و همچنین اماکن تاریخی و مذهبی و فرهنگ و آداب و رسوم مردم منطقه به ترتیب با ضرایب وزنی ۰/۴۳ و ۰/۴۲. مورد توجه بوده اند. در بحث نقاط بیرونی و فرصتها مسئولان مهمترین عاملها را به ترتیب وزنی افزایش سرمایه گذاری دولت، وجود بازارچه پیله وری و توسعه اشتغالزایی با ضریب وزنی ۰/۳۶ و ۰/۳۵. بر شمردند. و همچنین تهدیدات را در تخریب محیط زیست با ضریب وزنی ۰/۳۶ و ورود کالای قاچاق را با ضریب وزنی ۰/۳۵. به عنوان مهمترین تهدید تلقی نمودند. در بخش ضعفها دو عامل ضعف زیر ساخت های ارتباطی و پائین بودن سطح آگاهی های مردم مهمترین ضعف موجود در توسعه توریسم بر شمردند.

گروه دوم: دیدگاه مردم در این زمینه نشان می دهد که چشم اندازه های طبیعی، تنوع اشتغال و محصولات جنگلی و طبیعی به ترتیب دارای ضریب وزنی ۰/۴۸ و ۰/۴۵ می باشند. در بخش

فرصتها مهمترین عاملها را به ترتیب در افزایش سرمایه گذاری دولت و همچنین امکان بهره برداری از منابع اکولوژیکی را به ترتیب با ضریب وزنی ۰/۳۶ و ۰/۳۵. مهم بر شمردند. در بخش ضعفها نیز نامناسب بودن اقامتگاهها و پائین بودن سطح سواد مردم مهم تلقی و هر یک با ضریب وزنی ۰/۳۷ و ۰/۳۶ می باشند. در بخش تهدیدات نیز اکثریت بر این باورند که تخریب محیط زیست و گسترش آسیب های اجتماعی با ضریب وزنی ۰/۳۶ و ۰/۳۵. مهم بر شمردند. در گروه سوم که گردشگران می باشند مهمترین نقاط قوت منطقه را در چشم اندازهای طبیعی، بافت پلکانی مناطق روستایی، آداب و رسوم و ابنیه تاریخی و مذهبی مردم منطقه را مهمترین عامل قوت منطقه گردشگری استان بر شمردند که به ترتیب دارای ضریب وزنی ۰/۴۷، ۰/۴۶ و ۰/۴۵ می باشند. مهمترین نقاط ضعف منطقه را در کمبود اماکن استراحتگاهی، نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و درمانی ناکافی و نبود نقشه اماکن تفریحی و.. مهم تلقی کردند. که ضریب وزنی هر یک ۰/۴۲ و ۰/۴۰ می باشند. در بخش نقاط مهمترین تهدیدات را تخریب محیط زیست و از بین رفتن فرهنگ سنتی مردم منطقه بر شمردند و ضریب وزنی هر یک برابر با ۰/۴۱ و ۰/۴۰ می باشد. و مهمترین فرصت های پیش روی توسعه گردشگری را در افزایش سرمایه گذاری دولت در این بخش، وجود نیروی کار زیاد و با انگیزه و همچنین وجود بازارچه مرزی را با ضریب وزنی ۰/۴۱، ۰/۴۰ و ۰/۳۸. مهم می دانستند. با توجه به نتایج به دست آمده از ماتریس تحلیل SWOT می توان موارد زیر را به عنوان استراتژی در ۴ بخش مورد بررسی انتخاب کرد:

الف) استراتژی های (Maxi-Max) SO

مدیران در این وضعیت با بهرمندی از فرصتها و نقاط قوت می توانند شرایط را به شکل مدیریتی اداره نمایند. در این بخش می توان به استراتژی های این بخش اشاره داشت:

* شناسایی و بهره گیری از جاذبه ها و فرآورده ها و مزیتها توریست در استان کردستان.

* بهره گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه در بین طبقه شهرنشین و نیز تبلیغات گسترده در این راستا.

- برگزاری نشستها و سمینارهای توسعه سرمایه گذاری در صنعت گردشگری.
 - آموزش و اطلاع رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگر به منظور جلوگیری از تعارض بین گردشگران و مردم منطقه.
 - زمینه سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه زیر ساختها و تجهیزات و تسهیلات توریستی به منظور افزایش درآمد آنها.
 - ترغیب و تشویق مردم برای مسافرت به این منطقه از طریق معرفی جنبه های مختلف و جاذبه های گوناگون.
 - فراهم ساختن امکانات جهت رونق توریسم درمانی با توجه به وجود چشمه های همچون کانیهای موجود در سقز، گیاهان دارویی.
 - توسعه گردشگری روستایی در سطح شهرستان با توجه به بافت سنتی و قدیمی روستاها و پلکانی بودن آنها به تبعیت از مورفولوژی منطقه.
 - فراهم ساختن امکانات جهت توسعه اکوتوریسم با توجه به وجود جنگلهای بلوط، وجود چشمه های آب معدنی و آبشارهای زیبا، میانگین بالای بارندگی و ...
 - فراهم ساختن امکانات جهت توسعه توریسم فرهنگی و تاریخی با توجه به وجود تپه باستانی مانند زیویه و..
 - آسان کردن ورود و خروج گردشگران از مبادی ورودی شهرستانهای بانه، صلوت آباد و مریوان.
- د) استراتژی های (Mini-Min) WT**
- تهیه نقشه مسیر دسترسی به جاذبه های توریستی و انتشار آنها در سطح کشور، استان و شهرستان.
 - ایجاد مراکز استراحتگاهی بین راهی.
 - جذب دانش آموختگان مدیریت گردشگری و توریسم.
 - تسطیح و آسفالت کردن مسیرهای دسترسی به جاذبه های توریستی.

- استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه به منظور ترویج و آموزش گردشگری از طریق نشستها و جلسات متعدد.
- زمینه سازی و بهره برداری از حمایت های بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در صنعت گردشگری.

ب) استراتژی های ST

در راهبردهای تنوع بخشی که بر نقاط درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است راهکارهای زیر به منظور تامین پاره ای از نیازمندیها و رفع تهدیدات ارائه می گردد:

- تنوع بخشیدن به امکانات و خدمات و فعالیت های توریستی به منظور جلب رضایت گردشگران.
- تامین امنیت و تجهیز مسیرهای توریستی و تهیه بروشورهای راهنما برای گردشگران.
- تهیه محل خاص برای اقامت های شبانه گردشگرانی که در خارج از فضای هتل و مسافرخانه ها اقامت دارند (ایجاد کمپ هایی در فضای آزاد با شرایط امنیتی).
- جذب گردشگران و از بین بردن ذهنیت عدم امنیت در استان کردستان.
- تلاش مسئولان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری جهت نگهداری اشیاء مکشوفه از سایت های باستان شناسی و تامین امنیت آنها جهت راه اندازی موزه آثار تاریخی در شهرستان های استان.
- تهیه فیلم های مستند از جاذبه های طبیعی، انسانی، تاریخی و ... پخش آنها در بین گردشگران، سازمانهای میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان و کشور و تورگردانان داخلی و بین المللی جهت معرفی جاذبه های استان.
- طراحی وبسایت اینترنتی جهت معرفی شهرستان و جاذبه های توریستی آن.

ج) استراتژی های (Mini-Max) wo

در این راهبرد ضمن تاکید بر رفع آسیب پذیری ناحیه مطالعه شده راهکارهای زیر ارائه می گردد:

نتیجه گیری و ارائه راهکارها

صنعت توریسم بعنوان یک صنعت فرابخشی، فعالیت های مختلفی را در بر گرفته و با کلیه بخشهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بطور مستقیم و غیر مستقیم تعامل دارد. بنابراین یکی از عوامل اساسی در ایجاد تحول و دگرگونی در بخش توریسم کشور، مطالعه همه جانبه آثار و تبعات مثبت و منفی و نگاه منطقه ای به توسعه آن می باشد. یعنی اینکه در قالب فرآیند سیستمی جهت توسعه و رونقدهی به آن باید برنامه ریزی کرد. مهمترین منابع جهانگردی استان کردستان، فرهنگ سنتی کردی است که شامل آداب و سنن قدیمی، شیوه زندگی سنتی، هنر و صنایع دستی، غذای سنتی، موسیقی و رقص و آوازهای محلی به همراه محیط زیست طبیعی و جلگه ها و کوههای زیباست. بررسی نقش گردشگری روستایی در توسعه جوامع محلی روستایی در استان کردستان موجب خودکفایی و تقویت اقتصاد منطقه. رونق صنایع دستی محلی، افزایش کیفیت زندگی و حل معضل بیکاری از مهمترین نقش های رونق گردشگری است. هرچند در کنار نقش های مثبت گردشگری روستایی، با پیامدهای منفی همچون تخریب پوشش گیاهی، افزایش قیمت زمین و مسکن و پیدایش قیمت های کاذب و بورس بازی زمین در مناطق روستایی که دارای توان گردشگری بوده و یا در امتداد مسیر گردشگری می باشند، روبرو بوده است و یا تضاد اجتماعی بین جامعه میزبان و جامعه میهمان قابل تامل است. هرچند که در آینده تضادهای فرهنگی منجر به تعاملات فرهنگی می گردد و در نهایت به رفاه و رفاقت منتهی می گردد. در مجموع این یافته با مطالعات رضوانی و صفائی، افتخاری پشتیبانی می شود. تحلیل اثرات و پیامدهای گردشگری در نواحی شهری و روستایی استان کردستان نشان می دهد

جوانب مثبت مرتبط با گردشگری در این ناحیه اثرات خود را نشان داده و پیامدهای مطلوبی به دنبال داشته است که از آن جمله می توان به مناطق روستایی شهرستان های مریوان و بانه اشاره داشت که با افزایش سطح درآمد روستائیان رونق باغداری زود و سود بازده، ارتقاء سطح فرهنگی (آشنایی با فرهنگ دیگران و احترام به سایر اقوام بازدید کننده و همینطور تقویت روحیه مهمان نوازی آنها)، گسترش خدماتی جانبی و ایجاد اشتغال، کاهش مهاجرت های روستا/شهری. رونق صنایع دستی مانند گیوه بافی، اهتمام بیشتر به فرهنگ سنتی در برگزاری مراسمات و اعیادهای ملی، مذهبی و.. در مقابل محدودیت های پیش روی در توسعه این صنعت را می توان به عدم توجه مدیران استانی به نقش درآمدزایی پایدار این صنعت، کمبود بودجه در بخش توسعه این صنعت، ضعف زیر ساخت ها چه در زمینه خدمات اقامتی و چه در زمینه شبکه های ارتباطی.

در زمینه راهکارهای توسعه در این بخش که می تواند نقش مؤثری در توسعه پایدار گردشگری داشته باشد:

- با توجه به جاذبه های تاریخی، طبیعی، فرهنگی و موقعیت جغرافیایی بسیار مساعد منطقه در زمینه گردشگری روستایی توصیه می شود، گردشگری روستایی به عنوان محور توسعه اقتصادی^۱ اجتماعی منطقه در اولویت برنامه ها مورد توجه قرار بگیرد.

- تهیه طرح جامع گردشگری و اجرایی نمودن آن توسط مدیریت کارا و توانمند.

- ایجاد بستر لازم برای توسعه خدمات گردشگری با استفاده از سرمایه گذاری های خصوصی و مشارکت های محلی.

References

1. Ahangaran, Mohamad esmayil(2003), Fundamentals of strategic planning, First Printing, The Zohd publishing and cultural institutions.
2. Alvani, Seyed Mahdi(1993), Develop mechanisms for Sustainable Development of Tourism, Selected

Proceedings of the Second Conference of of Tourism Development, Ministry of Culture and Islamic Guidance, Tehran.

3. Ebrahimi,Alireza, Khosravian, Mohamadreza (2005), Factors affecting the growth and development of tourism province of

- Mazandaran, Proceedings of the First National Congress of the tourism industry in the province of Tehran, Publication of Rasanash.
4. Eftekhari, Roknodin(2002), The role of rural tourism in rural development, Journal of Teacher (Humanities) Vol.6, No.2, TMU, Tehran.
 5. Eftekhari, Roknodin, Mahdavi, Davood(2006), Strategies for rural tourism development model using: SWOT Lavasan small villages, Instructor Journal of Human Sciences, Vol.10, No.2, Tehran.
 6. Farid, Yadollah(2002), Need for a special focus on tourism and tourism manufacture in the city Arasbaran and the need for training programs with the fundamental principles of geography, tourism geography, Journal of Geographical Space, Vol. 2, No. 8, Islamic Azad University of Ahar.
 7. Gholizade, Ali, firozjani, Naser, Badri, Seyed Ali, Faraji Sabokbar, Hasan Ali(2006),) Attitude of the host community, economic and environmental impacts of tourism in rural areas(Case study of the central city Noushahr , Village & Development, No 10, Tehran.
 8. Javan. Jafar, Saghaei, Mahdi(2004) Management with emphasis on the role of regional development rural tourism, rural development and regional geography Magazine, No 2, Mashhad.
 9. Law, Christopher(2002), Urban tourism, Continuum.
 10. Leiper, Neil(1999), A Conceptual analysis of tourism ° supported employment which reduces the incidence of exaggerated, misleading statistics about jobs, Tourism Management, No. 20.
 11. Management and Planning Organization of Kurdistan (2005), Report of the Economic and Social Kurdistan, Sanandaj.
 12. Pearce, D. (1999), tourist development, Longman, Harlow.
 13. Pierz, Jan, E. w Rechar, Rabinson(2004), Strategic management, implementation and control, Publication of Samt, Tehran.
 14. Ranjbarian, b, Zahedi, m(2000), National and regional tourism planning, Isfahan University of Technology.
 15. Rezvani, Mohammadreza(1995), Development of rural tourism, sustainable tourism approach, Publication of Tehran University.
 16. Rezvani, Mohammadreza(2003), The analysis and development of second homes in rural areas, geographical research Summer (2003).
 17. Sabag kermani, Majid, Amirian(2000), Economic Effects of Tourism in Iran Using input-output analysis), Journal of Business, Autumn No. 29, Tehran.
 18. Sharifzade, Abolghasem, Moradi, Homayun(2002), Sustainable development of rural tourism, Monthly Social - Economic Jihad. Tehran.
 19. Sharpli Jolia, Richard(2001), Rural tourism, translate by Monshizade, Rahmatollah, Nasiri, Fateme, Publication of Monshi.
 20. Sharply, J. and Richard(1997): "An Introduction Rural Tourism" India.
 21. Taghdisi Zanjani, Daneshvar, Simin, Anbaran, Fateme(2000), Rural tourism, a model of real or virtual image of rural planning, geography and regional development Spring & Summer (2007).
 22. Tahmasebi pasha, Jamali, Majidi, Rofsia(2005), Tourism landscape on the southern coast of the Caspian Sea and its effects on the development of towns and villages in the region (Case Study: Tonkabon), Proceedings of the First National Congress of the tourism development Mazandaran, Tehran, Publication of Rasanash.
 23. Ziari, keramatollah(2004), The school, theories Vmdlhay Regional Program Planning, Publication of Yazd University, first edition, Yazd.