

طراحی راهبردهای توسعه پایدار گردشگری روستاهای تاریخی - فرهنگی ایران

داوود مهدوی*^۱

عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری^۲

حمدالله سجاسی قیداری^۳

چکیده

در دهه‌های اخیر گردشگری به‌ویژه در مناطق روستایی از اهمیت قابل توجهی در زمینه تنوع بخشی اقتصادی، حفظ میراث طبیعی و تاریخی- فرهنگی پیدا کرده است. در این میان اهمیت آثار تاریخی- فرهنگی موجود در روستاها به‌عنوان میراث تمدنی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده و سبب جذب گردشگران زیادی به مقصدهای دارای چنین پتانسیل‌هایی می‌شود. لذا بهره‌گیری از این پتانسیل‌ها نیازمند طراحی، راهبردهای مناسب و ویژه این نواحی از سوی برنامه‌ریزان و مدیران گردشگری است. لذا این پژوهش با هدف تدوین راهبرد مناسب برای توسعه پایدار گردشگری در روستاهای مورد مطالعه در پی پاسخگویی به این سؤال اساسی است که راهبرد مناسب برای توسعه پایدار گردشگری در روستاهای تاریخی- فرهنگی کشور کدام است؟ بر این اساس، پژوهش حاضر با روش توصیفی- تحلیلی و شیوه پیمایشی و مدل تحلیلی SWOC و ماتریس ارزیابی QSPM به ارائه راهبردهای مناسب در قالب سه گروه مشارکت‌کننده مردم، گردشگران و مسئولان در ۷ روستای تاریخی- فرهنگی ایران پرداخته است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه راهبرد مطلوب توسعه گردشگری روستایی، از روش تحلیلی سواک استفاده شده است. با توجه به نتایج به‌دست آمده از نظرات جامعه‌های نمونه راهبرد تدافعی به‌عنوان راهبرد کانونی برای توسعه گردشگری روستایی در روستاهای مورد مطالعه می‌باشد.

واژگان کلیدی: برنامه‌ریزی راهبردی، توسعه پایدار، گردشگری روستایی، روستاهای تاریخی- فرهنگی، مدل SWOC، ایران.

Email:dmahdavi@pnu.ac.ir

۱- استادیار گروه جغرافیای دانشگاه پیام نور، تهران *

۲- دانشیار گروه علوم جغرافیایی و سنجش از دور دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

۳- استادیار گروه جغرافیای دانشگاه فردوسی مشهد.

مقدمه

گردشگری به‌مثابه گسترده‌ترین صنعت خدماتی دنیا در عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جایگاهی ویژه را به‌خود اختصاص داده است (فقیهی و کاظمی، ۱۳۸۲: ۱۴۲). گردشگری پدیده قرن است و نمی‌توان آن را نادیده گرفت، بلکه باید بدان به‌مثابه پدیده‌ای نگریند که (خوب یا بد) وجود داشته (Kuban, 1983: 84) و در برگیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و سرزمین با ظرفیت‌های گردشگری و فراغت و کنش متقابل میان آنهاست که در فضاهای جغرافیایی آثار مختلفی برجای می‌نهد (Briedenhann, 2004: 7). بر این اساس، بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه از صنعت گردشگری بعنوان یکی از ارکان اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند و بر این باورند که گردشگری، به‌عنوان موضوعی چند ارزشی (Bodewes, 1981: 43) از راهکارهای مهم نیل به توسعه پایدار بشمار می‌رود. به‌رحال، اگر گردشگری روستایی بتواند نقش‌های محوله توسعه پایدار را به‌خوبی ایفا کند، می‌تواند خالق و محرک حصول به‌پایداری توسعه در نواحی روستایی - پایداری جوامع محلی - در تمام زیرشاخه‌های اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و اکولوژیکی و همچنین خود صنعت گردشگری باشد (شریف‌زاده و مرادی‌نژاد، ۱۳۸۱: ۵۳). با وجود این، توسعه این فعالیت بدون داشتن الگوی برنامه‌ریزی راهبردی با رهیافت برنامه‌ریزی فضایی (امایشی)، موجب تمرکز شدید آن در یک منطقه و همچنین توزیع غیرامایشی آن در مناطق و بهره‌برداری بیش از حد منابع و امکانات شده که برآیند آن آثار زیان‌بخش و نامطلوبی در فضاهای سکونت و فعالیت‌های فضایی می‌باشد. از این‌رو با توجه به این مطلب که گردشگری فعالیت بسیار پیچیده است و با بخش‌های دیگر جامعه و اقتصاد وجوه مشترکی دارد، دارای آثار و پیامدهای مختلفی است که می‌بایست در فرایند برنامه‌ریزی، تمامی جوانب آن مورد ملاحظه قرار بگیرد. در این زمینه نگرش یکپارچه برای توسعه کل‌گرای (ساختار) گردشگری و مدیریت راهبردی با کارکردهای مربوطه ضروری است، به شکلی که با بافت طبیعی و محیط فرهنگی - اجتماعی عرصه کارکرد صنعت گردشگری، سازگار باشد. در این صورت است که صنعت گردشگری، می‌تواند نقش راهبردی را در کاهش پیامدهای منفی

ناشی از فشار بر منابع طبیعی، در راستای پایدارسازی اقتصاد جوامع مختلف ایفا کند (Crouch, 1994: 5). این امر مستلزم وجود الگو و راهبرد مشخص برای نیل به این هدف است. همچنین، برنامه‌ریزی راهبردی و بلندمدت برای توسعه گردشگری در تمام ابعاد برای دستیابی به توسعه و مدیریت موفق آن، امری اساسی است؛ چراکه در بلندمدت روش برنامه‌ریزی شده برای توسعه گردشگری، می‌تواند علاوه بر ایجاد منافع و حفظ رضایت گردشگران و مردم مناطق گردشگرپذیر، از تهدیدها و زیان‌های احتمالی آن جلوگیری کند. حال، با توجه به اینکه سرزمین ایران از جنبه‌ی ظرفیت‌های گوناگون فرهنگی - هنری و محیطی و دارا بودن روستاهای متنوع و جذاب، برخوردار است، گسترش گردشگری به‌عنوان یک راهبرد جدید در زمینه توسعه پایدار، می‌تواند نقش مهمی در متنوع‌سازی اقتصاد کشور ایفا کند و زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌های جدیدی در نواحی روستایی کشور و از جمله روستاهای تاریخی - فرهنگی مورد مطالعه در سطح کشور باشد. زیرا شواهد نشان می‌دهد در بسیاری از مقصدهای گردشگری کشور، پایداری در سطح پایینی قرار دارد و چنین فرایندی اساس توسعه پایدار جوامع محلی این روستاها را به خطر خواهد انداخت. در این میان، از مهم‌ترین مقصدهای گردشگری می‌توان به روستاهای تاریخی - فرهنگی اشاره کرد که دارای ارزش بالایی به‌لحاظ میراث فرهنگی دارد. با این وجود ضعف آینده‌نگری در برنامه‌ریزی سبب حرکت این مقصدها به سمت ناپایداری در ابعاد مختلف شده است. از میان هفت روستای مهم تاریخی - فرهنگی کشور (ماسوله، کندوان، اورامان تخت، ایبانه، میمند، انبوه و لافت) برخی به جهت هجوم انبوه گردشگران بدون توجه به ظرفیت تحمل محیطی و برخی دیگر به دلیل کم‌توجهی و انزوای جغرافیایی دچار ناپایداری شده‌اند. با توجه به آنچه که بیان شد، هدف اصلی مقاله فراهم کردن زمینه توسعه پایدار گردشگری روستایی، در روستاهای تاریخی - فرهنگی و ایجاد ارتباط بین جاذبه‌های گردشگری، فعالیت‌ها، امکانات، خدمات و بازارهای گردشگری از یک‌سو و بسترسازی برای توسعه پایدار روستایی همه‌جانبه است. بر اساس آنچه که بیان شد می‌توان سوال کلیدی مقاله را بدین صورت شکل‌بندی کرد که: توسعه پایدار گردشگری در روستاهای تاریخی - فرهنگی کشور منوط به اتخاذ کدام راهبرد است؟ بنابراین برای پاسخگویی به سوال تحقیق می‌بایست شناخت راهبردی از عوامل

تأثیرگذار درونی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل مؤثر بیرونی (فرصت‌ها و محدودیت یا تهدید) در قالب مدل SWOC به‌دست آورد تا بتوان با ارائه راهبردها و راهکارها، چشم‌انداز و جایگاه گردشگری را در روستاهای مورد مطالعه مشخص کرد.

چارچوب نظری

رشد گردشگری به‌عنوان راهبردی برای توسعه پایدار روستایی، نسبتاً تفکر جدیدی است که سیاستگذاران محلی در جوامع روستایی به اهمیت این راهبرد پی برده‌اند، اما تجربه کافی برای اجرای آن را ندارد. برخی برنامه ریزان نیز بر تأثیر گردشگری روی ارزش‌های فرهنگی و تأمین اجتماعی کار کرده‌اند. از منظر این دیدگاه، گردشگری یکی از راه‌حل‌های راهبردی اقتصادی برای توسعه پایدار روستایی است. در برداشتی جدید، با نگرش محتاطانه‌تر برخی از محققان گردشگری را به‌عنوان فرایند برنامه‌ریزی یکپارچه که فرصت‌هایی را برای به حداقل رساندن مضرات و به حداکثر رساندن منافع توسعه است، معرفی می‌کند. در یک نگرش دیگر، گردشگری پایدار روستایی به‌عنوان موتور محرکه توسعه پایدار روستایی معرفی شده و دلایلی به‌شرح زیر برای آن ارائه گردیده است (Lima, 2006: 23) به نقل از مهدوی، ۱۳۸۲: ۴۳).

مانند هر فعالیت صادراتی، گردشگری نیز منبع شغل و درآمد است. زنجیره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی و خدماتی را به‌وجود می‌آورد. نواحی روستایی یا پدیده‌ای طبیعی را که ارزش اسنادی ندارند، مورد بهره‌برداری قرار می‌دهد.

افزایش تقاضا برای صنایع دستی و هنرهای بومی

بنابراین، از آنجائی که گردشگری در جهان کنونی، صنعتی پاک و سومین پدیده اقتصادی پویا، پر رونق و رو به توسعه است که پس از صنایع نفت و خودروسازی گوی سبقت را از دیگر صنایع جهانی ربوده است (غفاری و ترکی هرچگانی، ۱۳۸۸: ۱۱۴). آثار مستقیم حاصل از گردشگری، با احتساب حدود ۶ درصد از تولید ناخالص جهانی در این

صنعت، نماینگر تخصیص یک شغل از هر ۱۵ شغل به این صنعت در آینده نزدیک بوده و در صورتی که آثار و منافع غیرمستقیم نیز در نظر گرفته شود، حدود ۱۰ درصد از تولید ناخالص جهانی و یک شغل به ازای هر ۹ شغل در این صنعت خواهد بود (قادری و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۸). امروزه توسعه این صنعت، تحولات عظیمی در اقتصاد کشورها ایجاد کرده است، از این رو کارشناسان اقتصادی نقش آن را در پویایی اقتصاد بسیار مهم دانسته و می‌کوشند تا راه‌های توسعه را در این افق بررسی کنند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۶۴). بر اساس تمرکز بر صنعت گردشگری، در ادبیات علمی تحولات رویکردی متعددی در گردشگری شکل گرفته است. به اعتقاد گنز برنامه‌ریزی گردشگری بایستی پنج رویکرد اصلی را در خود مورد توجه قرار دهد که این رویکردها تقویت‌گرایی، رویکرد اقتصادی صنعتی‌مدار، رویکرد فیزیکی-فضایی، رویکرد اجتماعی‌مدار و رویکرد توسعه پایدار می‌باشد (جدول ۱).

جدول (۱) رویکردهای برنامه‌ریزی در صنعت گردشگری

| روشن برنامه‌ریزی | مفروضات و ایده‌های مربوطه | مثال‌هایی از روش‌های مربوطه | چند مثال از مدل‌های مربوطه |
|---------------------|---|--|--|
| رویکرد تقویت‌گرا | - توریسم ذاتاً خوب است - توریسم باید توسعه یابد | - تشویق - گسترش روابط اجتماعی | - مدل‌های پیش‌بینی کننده تقاضا |
| | - منابع طبیعی و فرهنگی بایستی مورد استفاده قرار گیرد - تعریف توسعه صنعت توریسم در تجارت و کار جمعی | - تبلیغ و ترویج - گسترش اهداف رشد و توسعه | |
| رویکرد اقتصادی | - توریسم برابر با سایر صنایع است - استفاده از توریسم برای اشتغال و درآمد و فائق آمدن بر تفاوت‌های منطقه‌ای - تعریف توسعه در توریسم به وسیله روش‌های اقتصادی | - آنالیز عرضه و تقاضا - آنالیز هزینه و فایده - همخوانی بازار تولید - محرک‌های توسعه و تقسیم بازار | - برنامه‌ریزی پیشرفته توریسم - انگیزش - آثار اقتصادی - ضریب اقتصادی |
| رویکرد فیزیکی-فضایی | - توریسم به‌عنوان مصرف‌کننده منابع - توریسم پایه و اساس اکولوژیکی برای | - ارزیابی آثار محیطی - مطالعات اکولوژیکی | - روند و الگوهای فضایی - تأثیرات فیزیکی |

| | | | |
|--|---|--|----------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - ریخت‌شناسی مناطق تفریحی - چشم‌اندازهای توسعه توریسم - کاهش آثار مخرب محیطی | <ul style="list-style-type: none"> - برنامه‌ریزی منطقه‌ای - مطالعات ادراکی | <p>توسعه</p> <ul style="list-style-type: none"> - توریسم به‌عنوان یک پدیده فضایی - تعریف توسعه توریسم در شرایط محیطی - حفظ گونه‌های ژنتیکی | |
| <ul style="list-style-type: none"> - دیدگاه اکولوژیکی از جامعه - ظرفیت‌های اجتماعی موجود - تغییرات رفتاری - افزایش‌دهنده اجتماعی | <ul style="list-style-type: none"> - توسعه اجتماعی - آگاهی و آموزش - مطالعات رفتاری - بررسی تأثیر اجتماعی | <ul style="list-style-type: none"> - حمایت از کنترل محلی - بررسی توسعه متعادل - بررسی جانشین برای توسعه توریسم - انبوه - تعریف توسعه در شرایط فرهنگی - اجتماعی | <p>رویکرد جامعه‌مدار</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> - مدل‌های سیستمی در کنار مدل‌های پایدار - منابع به‌صورت شکل یافته فرهنگی - اکولوژی تجاری متوازن - درک و استنباط سازمانی | <ul style="list-style-type: none"> - تبعیت از برنامه‌ریزی استراتژیک - افزایش آگاهی‌های تولیدکننده و مصرف‌کننده - تحلیل سیستم‌ها و اقتصاد سیاسی منعطف - تحلیل انگیزه و حساسیتی محیطی | <ul style="list-style-type: none"> - یکپارچگی تمام حوزه‌های تأثیرگذار در صنعت توریسم - یکپارچگی توریسم با فرایند برنامه‌ریزی - محافظت از میراث‌های بشری و تاریخی - حفاظت از منابع اکولوژیکی - وجود برنامه‌ریزی پایدار و همه‌جانبه‌نگر | <p>رویکرد توسعه پایدار</p> |

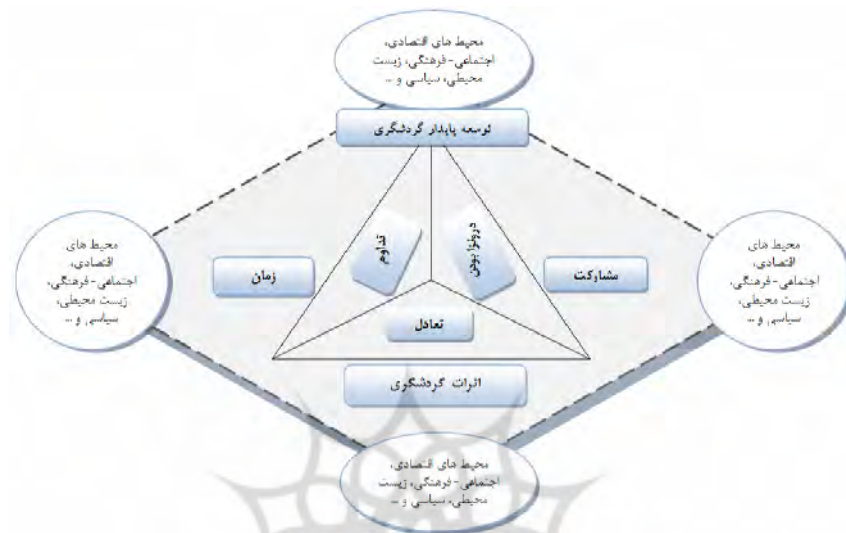
منبع: (استعلاجی و الله‌قلی‌نژاد، ۱۳۹۰: ۱۳۶)

راهبرد توسعه پایدار گردشگری

امروزه پایداری به‌نحو گسترده‌ای به‌عنوان رویکردی بنیادین، برای هر نوع توسعه از جمله توسعه پایدار گردشگری پذیرفته و در مباحث سیاسی و محیطی، گردشگری به‌عنوان مفهومی نو، برای مقابله با آثار مخرب توسعه گردشگری مطرح شده است. به این ترتیب مفهوم توسعه پایدار گردشگری، ابعاد اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی را در بر می‌گیرد، اما همواره بر مفهوم محیط زیست تأکید می‌شود (رضوانی، ۱۳۸۷: ۱۱۸). از جانب برخی این نوع گردشگری به‌عنوان نقطه مقابل گردشگری انبوه مطرح شده است. این مفهوم اشاره به این امر دارد که توسعه گردشگری به شکل متعارف برای محیط‌های طبیعی، اجتماعی و

اقتصادی آثار منفی در بر دارد و ادامه رویه های نا درست، آسیب های جدی به محیط وارد می آورد. بنابراین، اجتناب از توسعه متعارف و یکجانبه گردشگری از راه اصول پایداری الزامی است (میرکاظمی، ۱۳۸۵: ۱۵۸). در ادبیات توسعه پایدار گردشگری، موضوعات اصلی پایداری اقتصادی شامل منافع اقتصادی، متنوع سازی اقتصاد محلی، رشد اقتصادی کنترل شده، بهبود روابط محلی و منطقه ای و توزیع عادلانه منافع اقتصادی در اقتصاد محلی است هم چنین بعد اقتصادی گردشگری پایدار، بر درآمد مناسب، ثبات قیمت کالاها و خدمات و برابری فرصت های شغلی در جامعه دلالت دارد. بعد محیطی پایداری به ترکیب عوامل محیطی با منابع گردشگری و اثرات متقابل آنها، که نباید تحت تاثیر تغییرات اساسی آسیب ببیند، دلالت دارد. در توسعه پایدار گردشگری، پایداری اجتماعی و فرهنگی بر توجه به هویت اجتماعی و سرمایه اجتماعی و توجه به فرهنگ جامعه و امتیازات آن و توجه به تقویت انسجام اجتماعی و عزت نفس که به ساکنان اجازه خواهد داد تا زندگی خود را کنترل کنند، دلالت دارد. برای موفقیت توسعه پایدار گردشگری، روابط متقابل بین این سه جنبه باید شناخته شود. اکثر تحقیقات انجام شده تنها بر جنبه های محیطی و اقتصادی توسعه پایدار گردشگری پرداخته اند (Chris, 2012: 341). در این راستا، سازمان جهانی گردشگری، توسعه پایدار گردشگری را شامل کیفیت زندگی برای جامعه میزبان، رضایت گردشگران، حفظ محیط زیست و منابع انسانی و اجتماعی مورد استفاده در فرایند گردشگری می داند.

به هر حال توسعه پایدار گردشگری گردشگری، سطح استانداردهای زندگی جوامع را بهبود بخشیده، در پی ارتقای کیفیت تجربه گردشگران است و حفظ محیط زیست را که جامعه میزبان و گردشگران به آن وابسته اند، می باشد. مورد تأکید قرار می دهد. و در این راستا، نه تنها رویکرد گردشگری پایدار، بلکه رویکرد توسعه پایدار گردشگری و به صورت توانمان یکی از کارآمدترین رویکردهای جایگزین برای توسعه توسعه پایدار گردشگری گردشگری در دنیای امروز می باشد، که توان بالقوه ای در کاهش آثار منفی حاصل از گردشگری انبوه دارد (Archer and et.al, 2005) (شکل ۱).



شکل (۱) اصول سه‌گانه دستیابی توسعه پایدار در مقصدهای گردشگری (غلامی، ۱۳۸۹)

بر این اساس، یکی از شیوه‌های برنامه‌ریزی در حوزه گردشگری، توجه محیط‌های درونی و بیرونی با نگاه آینده‌نگر در قالب برنامه‌ریزی راهبردی می‌باشد تا از این طریق بتوان اهداف توسعه پایدار را نیز دنبال کرد. در این صورت، اگر برنامه‌ریزی راهبردی را فرآیند نظام‌مند تعریف شود که شامل: بررسی محیطی (خارجی - داخلی)، تدوین راهبرد، اجرای راهبرد، ارزیابی و کنترل آن است (مصلائی، ۱۳۸۶: ۳۴). بر این اساس در برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری اصل اساسی بر این است که به بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در محیط گردشگری و پرهیز از تهدیدهای بیرونی گردشگری به قوت‌های محیط درونی گردشگری تمرکز داشته و از ضعف‌ها کاسته شود (هانگر و ویلن، ۱۳۸۴). در رابطه با گردشگری پایدار نیز توجه به اصول پایدار و برنامه‌ریزی برای دستیابی به اهداف گردشگری پایدار و راهبردهای اجرایی تحقق آن برای برنامه‌ریزان بسیار مهم می‌باشد. بنابراین باید تاکید کرد که، راهبردهای توسعه صنعت گردشگری مبنای توسعه و مدیریت این صنعت و عنصری اساسی از برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای گردشگری محسوب می‌شود (Kwaku,)

329: 2012). برخی از موضوعات اساسی که در تدوین راهبردها باید به آن‌ها توجه نمود، به قرار زیر است:

- تعیین سیاست‌ها و اهداف توسعه به‌عنوان نهادهای اولیه برای تدوین استراتژی
- تعیین نوع، موقعیت و ویژگی‌های عمده جاذبه‌های گردشگری در هر منطقه
- تعیین میزان پایداری گردشگری بر اساس ارزیابی راهبردی
- تعیین نوع و موقعیت محل‌های اقامت موجود و محل‌های اقامت پیش‌بینی شده و سایر تسهیلات

- بررسی وضعیت و امکانات حمل و نقل و سایر تأسیسات زیربنایی، نظیر شبکه‌های آب، برق، تلفن، بهداشت و... در حال و آینده.

در برنامه‌ریزی راهبردی توسعه پایدار گردشگری، هرگونه برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری در آینده با رویکرد توسعه پایدار انجام شده و توجه اساسی آن به حفظ محیط زیست در کنار سود اقتصادی و حفظ محیط اجتماعی می‌باشد (Tao & Wall, 2009: 93). اما باید توجه داشت که در هر قلمرو جغرافیایی بر اساس شرایط محیط درونی و بیرونی باید توجه داشته که کدام راهبرد در کوتاه‌مدت، کدام راهبرد در میان‌مدت و کدام راهبرد در بلندمدت امکان هدایت جامعه میزبان و مقصدهای گردشگری را به سمت توسعه پایدار دارد. بدین منظور در این مطالعه به دنبال تعیین راهبرد مناسب برای توسعه پایدار گردشگری روستاهای تاریخی- فرهنگی ایران می‌باشد که از طریق مدل برنامه‌ریزی راهبردی دنبال شده است.

معرفی قلمرو مورد مطالعه

قلمرو مورد مطالعه شامل کل ایران و روستاهای نمونه مورد مطالعه شامل ۷ روستای تاریخی- فرهنگی کشور (ماسوله در استان گیلان، کندوان در استان آذربایجان غربی، اورامان تخت در استان کردستان، ایبانه در استان اصفهان، میمند در استان کرمان، انبوه در استان گیلان و لافت در استان هرمزگان) می‌باشد که این روستاها با توجه شاخص‌ها و عوامل تعیین‌کننده عملکرد گردشگری، همانند دارا بودن آثار ثبت شده ملی و جهانی، دارا

طوری که هم‌اکنون ایبانه و میمند به نمایشگاه توریستی تبدیل شده‌اند که تنها برای افرادی که به آنجا می‌آیند زنده هستند و کندوان درحال تبدیل شدن به یک منطقه غیرمسکونی است و ساکنان این روستاها از یک‌سو با فشار سازمان‌های متولی گردشگری کشور برای باقی ماندن در همان شکل سنتی خود و از سوی دیگر با تأمین نیازهای معیشتی خود روبرو هستند که با امکانات زندگی مدرن امروزی با سهولت بیش‌تری مرتفع می‌شود. علاوه بر این روستاهای تاریخی - فرهنگی کشور با چالش‌های دیگری از قبیل تخریب آثار تاریخی و بافت کهن روستاها، از بین رفتن آداب و رسوم، مهاجرت ساکنان و متروک شدن تعدادی از خانه‌ها، احداث بناهایی جدید با معماری غیرمتعارف بومی و محلی، توجه، آلودگی، از بین رفتن حیات جانوری و ... روبرو هستند که ضرورت شناخت و ارزیابی این روستاها به‌منظور یافتن راهبردهایی برای پایدار کردن توسعه و حفاظت از آنها را دو چندان می‌نماید.

مواد و روش‌ها

برنامه‌ریزی برای حل مشکل ناپایداری در روستاهای گردشگری از طریق روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و پیمایشی دنبال شده است. لذا به منظور تدوین راهبرد توسعه پایدار گردشگری روستایی در روستاهای تاریخی - فرهنگی مورد مطالعه، در یک چهارچوب سه مرحله‌ای به شرح ذیل قرار اقدام شده است (شکل ۳): مرحله اول که آن را مرحله ورودی^۴ می‌نامند، چهارچوب تدوین استراتژی‌های شامل شناخت عوامل محیطی (عوامل داخلی و خارجی) می‌باشد در این مرحله به شیوه اکتشافی با روش دلفی از طریق نظرخواهی از ۶۰ نفر از خبرگان حوزه گردشگری شناخت عوامل محیط داخلی و خارجی حاصل شد و در ادامه مزیت‌ها و محدودیت‌ها با استفاده از پرسشنامه در قالب طیف لیکرت ارزیابی شد. مرحله دوم که آن را مرحله مقایسه^۵ می‌نامند، به انواع استراتژی‌های امکان‌پذیر توجه می‌شود و به همین منظور بین عوامل اصلی داخلی و خارجی روستاهای تاریخی - فرهنگی، از طریق

4- Input stage

5- Matching stage

مقایسه دودویی نوعی توازن و تعادل برقرار گردید و ماتریس SWOC^۶ تشکیل شد. لازم به ذکر است برای تعیین رتبه عوامل از روش تحلیل خوشه‌ای بر اساس ضرایب اهمیت به دست آمده استفاده شد. در مرحله سوم که آن را مرحله تصمیم‌گیری گویند، یک روش منحصر به فرد یعنی ماتریس کمی برنامه‌ریزی استراتژیک (QSPM)^۷ مورد استفاده قرار می‌گیرد. در ماتریس مذکور از اطلاعات ارائه شده در مراحل قبلی استفاده می‌شود، تا بتوان انواع استراتژی‌های قابل اجرا را که در مرحله دوم شناسایی شده‌اند را به شیوه عینی و بدون اعمال نظر شخصی اولویت‌بندی کرد. این ماتریس جذابیت نسبی انواع استراتژی‌ها را مشخص کرده و توسط آن استراتژی‌های گردشگری در روستاهای تاریخی - فرهنگی مورد مطالعه اولویت‌بندی می‌گردند.



شکل (۳) الگوریتم جامع تدوین راهبردهای پایداری توسعه گردشگری روستایی در روستاهای تاریخی-فرهنگی

۶- تکنیک SWOT یا SWOC از جمله تکنیک‌های برنامه‌ریزی استراتژیک می‌باشند. در این مطالعه به جهت در نظر گرفتن عوامل منفی بیرونی به‌عنوان موانع و چالش‌ها (Challenges or Constraints) به‌جای تهدید (Threats) از عنوان SWOC استفاده شده است که در آن حرف S به‌عنوان Strengths یا قوت‌ها، حرف W به‌عنوان Weaknesses یا ضعف‌ها، حرف O به‌عنوان Opportunities یا فرصت‌ها، و حرف C به‌عنوان Challenges or Constraints یا چالش‌ها و موانع مد نظر می‌باشد.

7- Quantitative Strategic Planning Matrix

در خصوص انتخاب روستاهای مورد مطالعه ابتدا با توجه به بررسی‌های به‌عمل آمده از سازمان‌های متولی گردشگری روستایی، تعداد ۷ روستای تاریخی- فرهنگی کشور (ماسوله، ایبانه، کندوان، انبوه، میمند، اورامان تخت، لافت) به‌عنوان روستاهای نمونه انتخاب شدند. هم‌چنین برای تعیین حجم نمونه از مردم تعداد خانوار سال ۱۳۸۵ آماری به تعداد ۲۲۷۶ خانوار در روستاها بود که با فرمول کوکران در خطای ۰/۰۵ تعداد ۳۸۷ نفر از سرپرستان خانوار انتخاب و مورد پرسش قرار گرفتند، و برای انتخاب نمونه از گردشگران طبق برآوردی که از مسئولان گردشگری به‌عمل آمد میانگین ماهیانه گردشگر حدود ۱۰۰۰۰ نفر بود که از طریق فرمول کوکران تعداد ۳۳۷ نفر از گردشگران انتخاب شد و برای مسئولان تعداد نیز تعداد ۳۵ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب گردید. به‌منظور نیل به توسعه پایداری گردشگری در روستاهای تاریخی- فرهنگی کشور می‌بایست راهبرد مناسب در جهت نیل به پایداری اتخاذ گردد. لذا عوامل از طریق طراحی یک پرسشنامه دقیق بر مبنای تکنیک دلفی، از نظرات مردم، مسئولان و گردشگران استخراج گردید. سپس این عوامل به‌عنوان مهم‌ترین عوامل محدود کننده یا مساعد توسعه پایدار گردشگری پس از تعدیل‌های لازم، با استفاده از چهار چوب تحلیلی تدوین استراتژی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و در نهایت به تدوین راهبردها و اولویت‌بندی آن‌ها برای پایدارسازی توسعه پایدار گردشگری روستایی پرداخته شده است.

یافته‌ها و بحث

به‌منظور ارایه راهبرد مناسب برای پایداری روستاهای تاریخی- فرهنگی مورد مطالعه با توجه به ادبیات تحقیق از تکنیک SWOC استفاده شده است. لذا در ادامه با توجه به مطالعات و بررسی‌های انجام شده در منطقه مورد مطالعه که در بخش روش‌شناسی تحقیق بیان شده و هم‌چنین با توجه به سؤالات طرح شده در پرسشنامه‌ها و مطابق با چارچوب جامع تدوین استراتژی و مراحل آن به تدوین راهبرد مناسب برای نیل به توسعه پایدار گردشگری در روستاهای نمونه پرداخته شد:

مرحله اول: تعیین مأموریت و چشم‌انداز روستاهای تاریخی- فرهنگی نمونه: بیان مأموریت به‌عنوان دستورالعملی برای تدوین استراتژی قرار می‌گیرد. شایان ذکر است که

ماموریت و چشم‌انداز با توجه به ترسیم وضعیت موجود و ایده‌آل روستاهای نمونه و شکاف بین آنها و با مشارکت ذینفعان به شکل زیر تنظیم شده است:

"توسعه پایدار گردشگری در روستاهای تاریخی فرهنگی کشور به نحوی که علاوه بر بالا بردن کیفیت و استانداردهای جامعه میزبان حداکثر رضایتمندی گردشگران را فراهم کرده و از تخریب منابع و جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی این روستاها جلوگیری نماید و این روستاها در افق بلندمدت به‌عنوان یک مقصد گردشگری مطلوب به‌منظور افزایش درآمد، افزایش اشتغال و.. زمینه‌ساز توسعه پایدار گردشگری در روستاهای کشور گردند."

مرحله دوم: مرحله ورودی (شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و موانع): هدف این مرحله شناخت عوامل چهارگانه SWOC از طریق سنجش محیط داخلی روستاهای مورد مطالعه جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت، و همچنین کندوکاو آثار محیط خارجی در روستاها بمنظور شناسایی فرصت‌ها و موانعی است که روستاهای مورد مطالعه در ارتباط با پایداری گردشگری با آن مواجه است می‌باشد. لازم به ذکر است که در این قسمت سه مقوله استراتژی‌های موجود، عملکردها و منابع گردشگری روستاها در چهارچوب ابعاد توسعه پایدار روستایی مورد توجه بوده است. نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که در روستاهای مورد مطالعه تعداد ۱۴ قوت داخلی در برابر ۱۴ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۱۲ فرصت خارجی در برابر ۱۰ مانع خارجی مورد شناسایی و بررسی قرار گرفته است. بدین ترتیب در مجموع تعداد ۲۶ نقطه قوت و فرصت به‌عنوان مزیت‌ها و ۲۴ ضعف و مانع به‌عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای پیش روی روستاها جهت پایداری توسعه گردشگری قابل شناسایی است (جدول ۵).

مجموعه عوامل SWOC به‌عنوان مزیت‌ها و محدودیت‌های عمده روستاها جهت تعیین اولویت‌بندی راهبردها از طریق پرسشنامه‌ها طراحی شده در بین سه گروه مردم، مسئولان و گردشگران، وزن‌دهی شده و سپس اطلاعات و داده‌های گردآوری شده در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) و ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) آورده شد و برحسب مجموع وزن‌های به‌دست آمده و میانگین رتبه‌ای این وزن‌ها، ضریب اهمیت آن‌ها محاسبه گردید و ضریب اهمیت هر عامل در رتبه‌های آنها ضرب شده و امتیاز نهایی این عوامل محاسبه

گردید و در نهایت مجموع این رتبه ها برای این عوامل به دست آمد و از طریق این رتبه نهایی نوع راهبرد پیشنهادی برای روستاها به کار گرفته شد.

جدول (۵) ماتریس شناسایی عوامل داخلی (IFE) و عوامل خارجی (EFE)

| فرصت‌ها | قوت‌ها |
|--|---|
| افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری | S1 انتخاب روستا به‌عنوان روستای هدف گردشگری |
| تغییر نگاه‌ها به سوی حفظ محیط زیست و اهمیت حفاظت از منابع و جاذبه‌ها | S2 برخورداري از چشم‌اندازهای و آثار فرهنگی - تاریخی با ارزش و اعتبار تاریخی، معماری و هنری |
| سیاست دولت در توجه به حفاظت از منابع طبیعی و جلوگیری از تخریب محیط زیست | S3 کیفیت بالای زندگی مردم به همراه خدمات و زیرساخت‌های محلی مناسب |
| افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در روستا های تاریخی و فرهنگی کشور | S4 مشارکت و همکاری فعالانه مردم محلی در توسعه گردشگری |
| شناسایی روستاهای هدف گردشگری و تهیه طرح برای توسعه آن‌ها توسط سازمان میراث فرهنگی | S5 وجود نظام مدیریت محلی مناسب |
| روند رو به افزایش علاقه‌مندان به بازدید از روستا چه در داخل کشور و چه در نظام گردشگری جهان | S6 تنوع تولیدات صنایع دستی (قالی‌بافی، جاجیم بافی، نمد بافی، لباس، صنایع چوبی و خراطی و...) |
| افزایش نیروهای متخصص و با تجربه در بخش گردشگری کشور | S7 برخورداري از چشم‌اندازهای زیبا و بدیع طبیعی (کوه‌ها، طبیعت و جنگل و پوشش گیاهی و...) |
| تلاش سازمان میراث برای به‌سازی، مرمت آثار و ابنیه‌های تاریخی و فرهنگی مهم در کشور | S8 وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی در روستا |
| افزایش تبلیغات و بازاریابی گردشگری توسط آژانس‌های مسافرتی و تورگردان‌ها | S9 وجود راه ارتباطی مناسب به همراه دسترسی به وسایل حمل و نقل و جابجایی |
| افزایش نهاد ها و سازمانهای غیر دولتی در زمینه گردشگری | S10 حمایت و حفاظت مناسب و کافی از جاذبه‌های طبیعی |
| وجود رقابت برای ارائه خدمات مطلوب‌تر به گردشگران در مناطق تفریحی رقیب | S11 تمایل گسترده جوانان و اهالی روستا به ارتقاء و حفظ ارزش ها و نمادهای فرهنگی و اجتماعی خود |
| وجود قوانین و مقررات لازم برای گسترش گردشگری روستایی | S12 وجود خدمات، تأسیسات و تجهیزات اقامتی و رفاهی مناسب (هتل، مهمانسرا، اقامتگاه و...) |
| | S13 برخورداري مردم از روحیه مهمان‌نوازی و داشتن |

| محدودیت‌ها یا موانع | | ضعف‌ها | |
|--|-----|--|-----|
| | | علاقه زیاد به گردشگران | |
| | | داشتن امنیت و ایمنی زیاد در روستا | S14 |
| | | از بین رفتن و تخریب آثار تاریخی و فرهنگی روستا | W1 |
| دوری و فاصله زیاد مراکز و کانون‌های گردشگر فرست کشور به این روستا | T1 | استفاده بیش از حد از منابع طبیعی و جاذبه‌های طبیعی روستا | W2 |
| فقدان مدیریتی توانمند، کارا و هماهنگ در استان و | T2 | نامناسب بودن تسهیلات و خدمات اقامتی، رفاهی مناسب | W3 |
| وجود تبلیغات منفی در مورد رفتار مردم روستایی با گردشگران | T3 | نامناسب بودن زیرساخت‌های فیزیکی و کالبدی (همانند معابر و شبکه فاضلاب و...) | W4 |
| برنامه و طرح‌ریزی بیرون از روستا و عدم توجه به نیازها و واقعیت‌های اصلی روستا | T4 | کیفیت پایین امکانات و خدمات پذیرایی (رستوران، اغذیه فروشی، فست فود و...) | W5 |
| تخریب پوشش گیاهی و حیات جانوری | T5 | عدم مشارکت مردم اصلی روستا در برنامه‌ریزی، اجرا و بهره‌برداری از طرح‌های گردشگری | W6 |
| افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی رقیب در مقایسه با این روستا | T6 | عدم وجود نیروهای متخصص، آگاه و آموزش دیده گردشگری در این روستا | W7 |
| آلودگی هوا و گرمایش زمین | T7 | فقدان مراکز و فضاهای عمومی برای اقامت و اطراق موقت گردشگران و بازدیدکنندگان | W8 |
| عدم ارتباط نسبی فضایی - مکانی روستا با فضای جریانات مسافری اصلی و شریان‌های قدرتمند کشور | T8 | آلودگی منابع آبی، مناظر و چشم‌اندازهای روستا با ریختن زباله و ضایعات توسط گردشگران | W9 |
| افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی نزدیک | T9 | از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی روستا (همانند: زبان، آداب و رسوم محل و...) | W10 |
| تبلیغات منفی جهانی بر ضد ایران و تأثیرات منفی تخریم‌ها بر ورود گردشگر خارجی به ایران | T10 | عدم آموزش روستاییان و عدم آشنایی آن‌ها در نحوه برخورد با گردشگران | W11 |
| | | تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی در اثر گسترش گردشگری | W12 |
| | | سالخورده و پیری جمعیت ساکن در روستا | W13 |
| | | عدم توزیع عادلانه منافع ناشی از گردشگری در بین ساکنان روستا | W14 |
| | | ضعف اطلاع‌رسانی و فعالیت‌های تبلیغاتی | W15 |

مرحله سوم: مرحله تطبیق و مقایسه عوامل چهارگانه و ارایه راهبردهای پایداری گردشگری

الف) ماتریس تطبیقی سواک (SWOC): ماتریس تطبیقی SWOC متشکل از یک جدول مختصات دو بعدی است، که هر یک از چهار نواحی آن نشانگر یک دسته استراتژی می‌باشد این استراتژی‌ها عبارتند از: استراتژی‌های تهاجمی (SO) استراتژی‌های محافظه‌کارانه (WO):

استراتژی‌های رقابتی (SC): استراتژی‌های تدافعی (WC). در ادامه با توجه به مطالب فوق و با توجه به نتایج حاصله از ماتریس تحلیل SWOC و نتایج ارائه شده در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) و ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)، اقدام به تشکیل ماتریس تطبیقی سواک (SWOC) گردید، که این ماتریس بیانگر راهبردهای ممکن از طریق مقایسه زوجی هر کدام از عوامل داخلی و خارجی با همدیگر می‌باشد. لازم به ذکر است که در ماتریس زیر به منظور ارایه استراتژی‌ها در هر یک از نواحی چهارگانه ماتریس تطبیقی SWOC انتخاب شده است (جدول ۶).

جدول (۶) ماتریس تطبیقی و راهبردهای ترکیبی SWOC

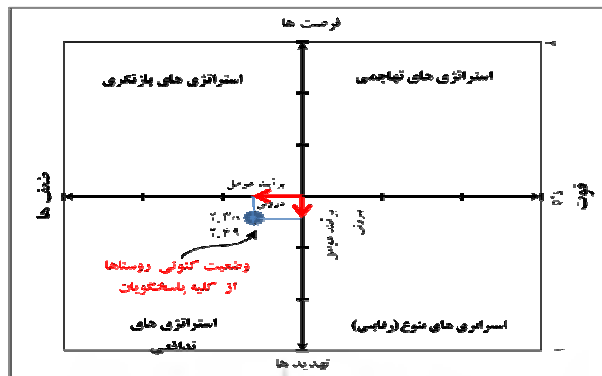
| نقاط ضعف (W) | نقاط قوت (S) | |
|--|---|-------------|
| <p>راهبردهای محافظه‌کارانه (WO):</p> <p>WO ۱: استراتژی بهبود امکانات، خدمات، تسهیلات و تجهیزات صنعت گردشگری روستاها (O11,O4,O1-W14,W8,W5,W4,W3)</p> <p>WO ۲: استراتژی تمرکز بر روی محصولات و فرآورده‌های خاص گردشگری با توجه به مکان و نفوذ در بازار (O12,O7,O6,O5,O3 - W13,W12,W9,W2,W1)</p> <p>WO ۳: استراتژی افزایش اختیار و مشارکت مردم در صنعت گردشگری (O10,O9,O8,O2 - W15,W11,W7,W6)</p> | <p>راهبردهای تهاجمی (SO):</p> <p>SO: استراتژی توسعه جاذبه‌ها، فرآورده‌ها و محصولات تولیدی گردشگری و توسعه بازار</p> <p>(O11,O8,O7,O5,O4,O1-S8,S7,S6,S4,S2,S1)</p> <p>SO ۲: استراتژی توسعه در سطح بین المللی و ورود به بازارهای منطقه و جهان (O12,O10,O9,O8,O6,O3, O2-S14,S13-S10,S9,S8,S3,S5)</p> | فرصت‌ها (O) |
| <p>راهبردهای تدافعی (WC):</p> <p>WC ۱: استراتژی توانمندسازی جوامع مقصد گردشگری</p> | <p>راهبردهای (SC):</p> <p>SC ۱: استراتژی متنوع‌سازی همگرا در</p> | موانع (C) |

| | |
|--|---|
| <p>(T4,T3,T2 – W13,W11 , W7) ۲WC: استراتژی حفاظت و صیانت از منابع محیطی، فرهنگی و جاذبه‌ها (T7,T5 – W12,W9,W2,W1) ۳WC: استراتژی توسعه و ساماندهی زیرساخت‌ها، خدمات، و تجهیزات مورد نیاز گردشگری (T9,T8,T1 – W8,W4,W3) ۴WC: توسعه کسب و کارهای محلی گردشگری و جلوگیری از نشتی سرمایه‌ها به بیرو از روستا (T10,T6 – W5,W4) ۵WC: استراتژی توسعه مشارکتی - نهادی و واگذاری مدیریت و کنترل توسعه گردشگری و اثرات آن به مردم و مسئولان محلی (T4,T3,T2 – W6,W1)</p> | <p>منابع و جاذبه‌ها – (T6,T2,T1). (S12,S3,S5) ۲ SC: استراتژی بهینه‌سازی محیط و منابع گردشگری و کاهش آثار تخریب گردشگری بر منابع و جاذبه‌ها و محصولات (T7,T5,T4,T3 – S12,S5,S3) ۳ SC: استراتژی افزایش جذب گردشگران تازه وارد به وسیله تولیدات جدید و متنوع گردشگری (T10,T9,T8,T6,T3 –) (S14,S13,S10,S9,S3)</p> |
|--|---|

ب) ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک: در این مرحله با جمع‌بندی نتایج حاصل از ماتریس‌های ارزیابی عوامل استراتژیک داخلی و خارجی، موقعیت استراتژیک روستاهای مورد مطالعه در مسیر پایداری گردشگری روستایی در این روستاها، ارائه شده است، تعیین و اقدام استراتژیک متناسب با آن، پیشنهاد گردید. نتایج حاصل از ماتریس‌های ارزیابی عوامل استراتژیک داخلی و خارجی (جدول ۷) بیانگر این مطلب است که با توجه به میانگین امتیازات نهایی به‌دست آمده برای عوامل داخلی با امتیاز برابر با ۲/۳۸ و برای عوامل خارجی با امتیاز برابر با ۲/۴۸ است، امتیازهای به‌دست آمده در موقیت ربع چهارم ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک می‌افتد، از این‌رو راهبرد استراتژیک روستاهای مورد مطالعه راهبردی تدافعی می‌باشد (شکل ۴).

جدول (۷) امتیازات نهایی به‌دست آمده برای عوامل داخلی و خارجی

| میانگین کل | گردشگران | مسئولان | مردم | |
|------------|----------|---------|-------|--------------------------------------|
| ۲/۴۸ | ۲/۴۸ | ۲/۴۸ | ۲/۴۶ | جمع کل عوامل خارجی (فرصت‌ها و موانع) |
| ۲/۳۸ | ۲/۳۴۸ | ۲/۳۷۸ | ۲/۴۰۲ | جمع کل عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) |

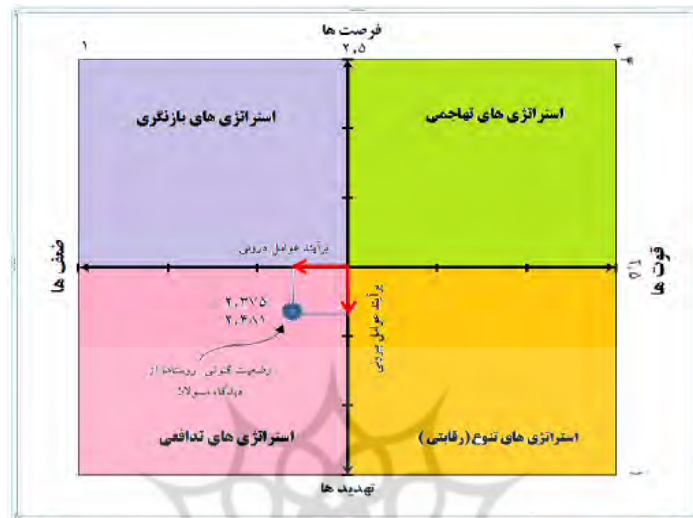


شکل (۴) ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک روستاهای تاریخی- فرهنگی مورد مطالعه از دیدگاه کلیه پاسخگویان بر اساس نمودار SWOC

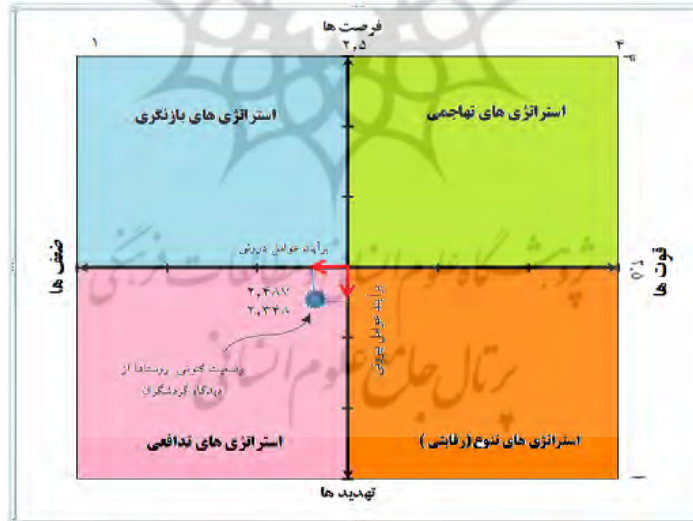
علاوه بر این، همان‌گونه که در اشکال ۵ تا ۷ به تصویر در آمده است، از دیدگاه سرپرستان خانوار (مردم)، مسئولان و گردشگران نیز روستاهای مورد مطالعه در راستای پایداری گردشگری روستایی در این روستاها، در «موقعیت شماره ۴» قرار گرفته‌اند که می‌بایست به‌منظور به حداقل رساندن زیان‌های ناشی از موانع و نقاط ضعف از راهبردهای تدافعی (WC) بهره جست.



شکل (۵) ماتریس ارزیابی موقعیت روستاهای مورد مطالعه از دیدگاه سرپرستان خانوار (مردم)



شکل (۶) ماتریس ارزیابی موقعیت روستاهای تاریخی - فرهنگی مورد مطالعه از دیدگاه مسؤلان



شکل (۷) ماتریس ارزیابی موقعیت استراتژیک روستاهای تاریخی - فرهنگی مورد مطالعه از دیدگاه گردشگران

در نهایت با توجه به نتایج به دست آمده از ماتریس عوامل داخلی و خارجی و همچنین ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک، برای روستاهای تاریخی- فرهنگی مورد مطالعه استراتژی‌های تدافعی انتخاب شدند که عبارتند از:

WC ۱: استراتژی توانمندسازی جوامع مقصد گردشگری؛

WC ۲: استراتژی حفاظت و صیانت از منابع محیطی، فرهنگی و جاذبه‌ها (دستیابی به پایداری منابع)؛

WC ۳: استراتژی توسعه و ساماندهی زیرساخت‌ها، خدمات، و تجهیزات مورد نیاز گردشگری؛

WC ۴: توسعه کسب و کارهای محلی گردشگری و جلوگیری از نشت سرمایه‌ها به بیرون از روستا؛

WC ۵: استراتژی توسعه مشارکتی و نهادی و واگذاری مدیریت و کنترل گردشگری و اثرات آن به مردم و مسئولان محلی.

مرحله چهارم: اولویت‌بندی راهبردهای پیشنهادی توسعه پایدار گردشگری روستایی

به منظور اولویت‌بندی راهبردهای پیشنهادی اقدام به تهیه ماتریس استراتژیک کمی (QSPM) روستاهای مورد مطالعه شد، که نتایج آن در ماتریس‌های استراتژیک زیر آورده شده است و در آن پنج استراتژی تدافعی پیشنهاد شده مورد تحلیل قرار گرفته است.

با جمع بندی ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی (عوامل خارجی و عوامل داخلی و اعمال ضرایب مربوطه و محاسبه انجام شده، اقدام به تشکیل جدول اولویت‌بندی نهایی (جدول ۸) گردید. بر اساس ارزیابی میانگین نمرات استراتژی‌های تدافعی در ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی، استراتژی حفاظت و صیانت از منابع محیطی، فرهنگی و جاذبه‌ها (دستیابی به پایداری منابع) به عنوان مهم‌ترین استراتژی برای پایداری توسعه گردشگری در روستاهای تاریخی فرهنگی مورد مطالعه انتخاب گردید.

جدول (۸) میزان جذابیت و اولویت‌بندی استراتژی‌ها نسبت به عوامل خارجی و داخلی

| رتبه نهایی | میانگین نمرات | نمره جذابیت عوامل خارجی | نمره جذابیت عوامل داخلی | اولویت‌بندی استراتژی‌ها |
|------------|---------------|-------------------------|-------------------------|--|
| ۳ | ۲/۷۱ | ۲/۸۹ | ۲/۵۳ | ۱: استراتژی توانمندسازی جوامع مقصد گردشگری (دستیابی به پایداری انسانی) |
| ۱ | ۳/۲۴ | ۳/۳۳ | ۳/۱۵ | ۲: استراتژی حفاظت و صیانت از منابع تاریخی، فرهنگی و جاذبه‌های محیطی (دستیابی به پایداری منابع) |
| ۴ | ۲/۷۰ | ۲/۹۳۸ | ۲/۴۸۱ | ۳: استراتژی توسعه و ساماندهی زیرساخت‌ها، خدمات، و تجهیزات مورد نیاز گردشگری |
| ۵ | ۲/۶۳۵ | ۲/۷۵ | ۲/۵۲ | ۴: توسعه کسب و کارهای محلی گردشگری و جلوگیری از نشستی سرمایه‌ها به بیرو از روستا |
| ۲ | ۲/۷۹ | ۳/۱ | ۲/۴۸ | ۵: استراتژی توسعه مشارکتی و نهادی و واگذاری مدیریت و کنترل توسعه گردشگری و اثرات آن به مردم و مسئولان محلی |

نتیجه‌گیری

با توجه به ادبیات تحقیق برنامه ریزی پایدار در پاسخ به نگرانی فزاینده بین‌المللی درباره کاهش و تخریب منابع و تنوع زیاد تأثیرات اجتماعی و محیط زیستی مورد تجربه در مقاصد دارای برنامه‌ریزی ضعیف به‌وجود آمده است. دید پایدار در یک مقصد گردشگری اهمیت زیادی دارد و در بر گیرنده موارد زیر است: به حداقل رساندن تأثیرات اکولوژیک، گسترش بازگشت مالی در سراسر جامعه، سرمایه‌گذاری در برنامه‌های زیست محیطی بهترین عملکرد، اطمینان از این که فعالیت گردشگری پاسخگو و منعکس‌کننده ارزش‌های جامعه می‌باشد، و اطمینان از این که در گردشگری فرهنگ محلی منعکس شده و به‌خوبی معرفی گردد. بر این مبنا یکی از روش‌های اصلی برای دستیابی به برنامه‌ریزی پایدار و تدوین راهبردهای مناسب پایداری با استفاده از تکنیک SWOC است. بر این اساس و با توجه به بررسی مقتضیات و شرایط روستاهای مورد مطالعه در جهت تبیین راهبرد مطلوب و مناسب پایداری به منظور نیل به پایداری توسعه گردشگری در روستاهای تاریخی- فرهنگی کشور اقدام به گردآوری و تحلیل اطلاعات در این خصوص گردید که نتایج حاصل با توجه به ماتریس تحلیل

SWOC و ماتریس ارزیابی عوامل خرجی (EFE) و ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و ماتریس تطبیقی ارائه شد.

نتایج میدانی حاصله بیانگر این مطلب است که راهبرد استراتژیک و مطلوب توسعه پایداری گردشگری روستاهای مورد مطالعه با توجه به میانگین امتیازات نهایی به دست آمده برای عوامل داخلی با امتیاز برابر با $2/38$ و برای عوامل خارجی با امتیاز برابر با $2/48$ - (که در موقیت ربع چهارم ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک قرار گرفته است) راهبردی تدافعی است. بنابراین روستاهای تاریخی- فرهنگی مورد مطالعه در «موقعیت شماره ۴» یعنی وضعیت غلبه موانع و نقاط ضعف، قرار گرفته‌اند که می‌بایست به منظور به حداقل رساندن زیان‌های ناشی از موانع (تهدیدها) و نقاط ضعف از راهبردهای تدافعی (WC) بهره جست.

لذا با توجه به نتایج حاصل از تحقیق و مطالعات وضع موجود روستاهای مورد مطالعه سیاست‌های راهبردی زیر برای هر یک از ابعاد سه‌گانه محیطی، اقتصادی و اجتماعی و در قالب استراتژی‌های انتخاب شده در مرحله قبل به‌منظور رسیدن به وضعیت مطلوب پایداری در روند توسعه پایدار گردشگری در روستاهای تاریخی و فرهنگی ارائه می‌گردد:

سیاست‌های راهبردی محیطی: (حفاظت و صیانت از منابع و جاذبه‌های گردشگری) به حداقل رساندن آسیب‌های فعالیت‌های گردشگری به محیط طبیعی با تعریف ظرفیت تحمل محیطی و سامانمند کردن کاربرد این منابع در حد نیازها
حفظ تنوع بیولوژیکی و حیات وحش و تدوین برنامه‌هایی برای احیای گونه‌های در حال انقراض گیاهی و جانوری به‌منظور افزایش پایداری اکولوژیکی
تحدید حدود، حفاظت و ساماندهی حریم پدیده‌های و جاذبه‌های میراث طبیعی و تاریخی و فرهنگی مادی
سیاست‌های راهبردی نهادی: (استراتژی توسعه مشارکتی و نهادی و واگذاری مدیریت و کنترل توسعه گردشگری و اثرات آن به مردم و مسئولان محلی)

واگذاری اداره امور فعالیت‌های بخش گردشگری با ساکنان محلی روستاها و افزایش روحیه مشارکت‌پذیری و مردم‌سالاری محلی از طریق گسترش نهادهای جامعه مدنی نظیر انجمن‌ها و NGOهای گردشگری و غیره

جذب، به‌کارگیری و آموزش نیروی انسانی آموزش دیده و مجرب محلی برای فعالیت و مدیریت بخش‌های مختلف میهمان‌داری و پذیرایی در سطح روستا

سیاست‌های راهبردی اجتماعی: (استراتژی توانمندسازی جوامع مقصد)

افزایش رفاه اجتماعی و کیفیت زندگی روستاییان از طریق توسعه خدمات بهداشتی، درمانی، آموزشی، ارتباطی و خدمات حمایتی نظیر انواع بیمه‌های و غیره؛

افزایش توانمندی اجتماعی با تأکید بر دانش و آگاهی، آموزش و اطلاع‌رسانی، افزایش مشارکت زنان و جوانان و... به‌منظور افزایش خوداتکایی در اداره امور محلی گردشگری.

سیاست‌های راهبردی اقتصادی: (توسعه کسب و کارهای محلی گردشگری و جلوگیری از نشتی سرمایه‌ها به بیرون از روستا)

تنوع بخشی و بهبود ساختار اشتغال و فعالیت‌های اقتصادی روستاییان از طریق توسعه و ترویج کسب و کارهای کوچک و فعالیت‌های اقتصادی سودآور در بخش گردشگری روستایی

ایجاد تعاونی‌های تولید و مدیریت و بازاریابی محصولات متنوع گردشگری؛

کاهش مالکیت خارجی‌ها و تشویق افراد محلی به سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های گردشگری؛

سیاست‌های راهبردی کالبدی: (استراتژی توسعه و ساماندهی زیرساخت‌ها، خدمات، و تجهیزات مورد نیاز گردشگری)

ساماندهی و توسعه خوشه‌ای مجموعه‌های پذیرایی و مراکز رفاهی و پذیرایی، فروشگاه‌ها و مراکز اقامتی در درون و پیرامون روستاهای تاریخی و فرهنگی

بهبود و گسترش زیرساخت‌ها و راه‌های ارتباطی و حمل و نقل و دسترسی‌ها روستایی.

ساماندهی و احیاء بافت کالبدی روستاها با توجه به اصالت معماری فراموش شده.

منابع

- استعلاجی، علیرضا و اللهقلی نژاد، مهناز (۱۳۹۰)، «برنامه‌ریزی توسعه پایدار با تأکید بر گردشگری مطالعه موردی سرعین و روستاهای اطراف»، *فصلنامه جغرافیا*، شماره ۳۰، صص ۱۲۹-۱۴۴.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی (۱۳۸۵)، «گردشگری (ماهیت و مفاهیم)»، انتشارات سمت، تهران.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷)، «توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار»، انتشارات دانشگاه تهران.
- غفاری، سیدرامین و معصومه ترکی هرچگانی (۱۳۸۸)، «نقش گردشگری در توسعه اجتماعی- اقتصادی نواحی روستایی استان چهارمحال و بختیاری مورد: بخش سامان»، *فصلنامه روستا و توسعه*، سال ۱۲، شماره ۲، تهران.
- غلامی، مانا (۱۳۸۹)، «بررسی دیدگاه جامعه میزبان جهت پذیرش گردشگران نواحی روستایی (مطالعه موردی: دره قاهان)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم؛ دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران.
- قادری، رضا؛ هادیانی، زهره؛ محمدی، کاوه و طاهر ابوبکری (۱۳۹۰)، «استراتژی‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای گردشگری با استفاده از تکنیک SWOT، مطالعه موردی: شهرستان پیرانشهر»، *فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، سال اول، شماره اول.
- مصالایی محمدرضا (۱۳۸۶)، «برنامه‌ریزی استراتژیک رهیافتی به‌سوی تعالی سازمانی؛ نشریه مدیریت، شماره ۳۹».
- مهدوی، داوود (۱۳۸۲)، «نقش توریسم در توسعه نواحی روستایی پیرامون شهرها و ارائه مدل استراتژیک (نمونه موردی: روستای لواسان کوچک)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- میرکاظمی، محمد (۱۳۸۵)، «فرهنگ، زیربنای جهانگردی پایدار ایران»، *ویژه‌نامه اقتصاد و مدیریت*، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

- هانگر، جی دیوید. و ویلن، توماس الن (۱۳۸۴)، «همانی مدیریت استراتژیک»؛ ترجمه دکتر سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
- Archer, Brian, Cooper, Chris and Ruhanen, Lisa (2005), "The positive and negative impacts of tourism", *Global Tourism* (Third Edition), Pages 79-102.
- Briedenhann, Jenny and Eugenia Wickens (2004), "Tourism routes as a tool for the Economic development of rural areas-vibrant hope or imposible dream?", *Tourism Management*, Vol.25.
- Chris Ryan (2012), "Assisting the poor in China through tourism development: A eview of research", *Tourism Management*, Volume 33, Issue 2, April, pp. 239-248.
- Kuban, D. (1983), "Conservation of the historical environment for cultural survival", In: Holod, R. and Rastorfer, D.(eds.) *Architecture and Community*, NewYork: Aperture
- Kwaku Adutwum Boakye (2012), "Tourists' views on safety and vulnerability", A study of some selected towns in Ghana, *Tourism Management*, Volume 33, Issue 2, April 2012, pp. 327-333.
- Tao, T.C.H. & Wall, G., (2009), "Tourism as a Sustainable Livelihood Strategy", *Tourism Management Journal*, 30(1), PP. 90-98