

فصلنامه جهان نوین

No 2, 2020, P 20-33

سال سوم، شماره نهم، بهار ۱۳۹۹، صص ۲۰-۳۳

(ISSN) : 2645 - 3479

شماره شاپا: (۳۴۷۹ - ۲۶۴۵)

بررسی راههای جذب توریسم روستایی بر اساس مدل SWOT و اثرات گردشگری بر توسعه پایدار روستایی

(مطالعه موردی روستاهای داش دیبی و شوئون شهرستان گرمی)

سمیه صائب نیا<sup>۱</sup>، فاطمه مقرب<sup>۲</sup>

چکیده

بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه گردشگری را یکی از ارکان اصلی توسعه ذکر می‌کنند که گردشگری روستایی هم جزئی از آن محسوب می‌شود. توسعه گردشگری روستایی امکان افزایش درآمد خانوارهای روستایی، اشتغال‌زایی و جلوگیری از مهاجرت‌های روستایی را در بستر بهبود کیفیت زندگی و توزیع متعادل خدمات و تسهیلات رفاهی در مناطق روستایی فراهم می‌کند. در این راستا از جمله روستاهای داش دیبی و شاوون در شهرستان گرمی، منابع و پتانسیل‌های سنتی، فرهنگی - اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی فرصت بزرگی در توسعه گردشگری روستایی در شهرستان گرمی به شمار می‌رود که شناخت جاذبه و پتانسیل‌های گردشگری، امکانات، انتظارات گردشگران و برنامه‌ریزی متناسب با شرایط اجتماعی و فرهنگی ضرورت دارد. مقاله حاضر، پژوهشی به‌منظور تدوین راهبردهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از SWOT است که روش تحقیق توصیفی و تحلیلی بوده و اطلاعات موردنیاز به دو روش اسنادی - کتابخانه‌ای و میدانی گردآوری شده است و با استفاده از این مدل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در قالب ۴ جدول تدوین شد. جامعه آماری تحقیق را سرپرستان خانوار محدوده روستاهای داش دیبی و شوئون و مسئولان ذی‌ربط و گردشگران است.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، توسعه پایدار، راهبردهای توسعه، تکنیک SWOT، شهرستان گرمی، روستای

داش دیبی و شوئون.

۱- گروه مدیریت موسسه آموزش عالی نوین، اردبیل، ایران (نویسنده مسئول): S.Saebniya@gmail.com

۲- گروه مدیریت موسسه آموزش عالی نوین، اردبیل، ایران

## ۱- مقدمه

گردشگری سومین اقتصاد جهان است این صنعت با توجه به فعالیت‌های خود از لحاظ اقتصادی مهم است. از این رو فرصت‌های شغلی را به طور مستقیم و غیرمستقیم افزایش می‌دهد (زارع اشکزی و همکاران، ۱۳۹۴). علاوه بر این تنوع بخشی به اقتصاد، بالا بردن شاخص‌های توسعه انسانی، مشکلات ناشی از صنعتی شدن و آلودگی شهرها، مهاجرت‌های روستایی، افزایش بهره‌وری و کارآمدی نیروی انسانی، اشتغال‌زایی، تعامل فرهنگ‌ها و گفتمان‌ها، حفظ محیط‌زیست و در مجموع توسعه پایدار از دغدغه‌هایی است که جهان امروز با آن روبه‌رو است هر یک از کشورها در هر سطحی از توسعه در تلاش‌اند که پاسخ لازم به دغدغه‌های مذکور را بیابند و در این راستا جستجوی شناخت راه‌های آن یا خلق راه‌های و روش‌های جدیدند که یکی از این روش‌ها گردشگری است (افتخاری و قادری، ۱۳۸۸). گردشگری (توریسم) یکی از پدیده‌های جهانی است که به خوبی ترکیب امور اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی را نشان می‌دهد (هولوژاک<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳) و گردشگر کسی است که حداقل یک‌شب در اقامتگاه. عمومی یا خصوصی در محل مورد بازدید به سر برد (هی<sup>۴</sup>، ۱۹۹۷).

گردشگری روستایی یکی از بخش‌های اکوتوریسم در جهان است که همچون دیگر بخش‌های اکوتوریسم در کشور ما پنهان مانده است و به نظر می‌رسد که در برنامه‌ریزی‌های کلان توجه بیشتری نمود. برای ایجاد توسعه پایدار در یک کشور و جایگزینی منابع جدید به جای ذخایر نفتی که در آینده‌ای نه‌چندان دور از دسترس خارج یا محدود خواهد شد، نیاز به توسعه همه‌جانبه در تمامی جهات و استفاده از امکانات و قابلیت‌های دیگری بیش‌ازپیش نمود پیدا کرده است که یکی از این منابع استفاده از صنعت توریسم با داشتن جاذبه‌های گردشگری و تنوع اقلیمی منحصربه‌فرد در جهان است. به همین سبب هدایت، برنامه‌ریزی و توسعه صنعت گردشگری منبع بسیار مهمی برای کسب درآمد و ایجاد اشتغال است که دارای تأثیرات فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی بسیار زیادی است که به‌عنوان یک نیاز مطرح شده است که هدایت این فرآیند، با شناخت علمی قابلیت‌ها و تنگناهای حاضر می‌توان مرتفع نمود. فرگوسن<sup>۵</sup> نظریه پرداز آمریکایی عقیده دارد که رویکرد غالب در برنامه‌های توسعه گردشگری روستایی بایستی مبتنی بر تبلیغ و بازاریابی، افزایش عرضه و تقاضا، جذب حداکثری گردشگر، استفاده بهینه از منابع گردشگری، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، بهره‌وری اقتصاد و مالکیت زمین‌ها و منابع جذب گردشگر باشد (فرگوسن<sup>۶</sup>، ۲۰۱۱).

<sup>۳</sup> Holjevac  
<sup>۴</sup> Gee  
<sup>۵</sup> Ferguson  
<sup>۶</sup> Ferguson

قلمروهای روستاهای گرمی با جاذبه‌های طبیعی شرایط اقلیمی منحصربه‌فرد می‌تواند مکان مناسبی برای جذب گردشگران تبدیل گردد، اما در هر صورت شهرستان گرمی و روستاهای مدنظر با وجود دارا بودن جاذبه‌های گوناگون و فراوان و وجود جنگل و هم‌مرز بودن محدوده داش دیبی با کشور آذربایجان، آب‌وهوایی بیلاقی، غار طبیعی اینی سفلی، جنگل‌های سینه و اوچه وهم مرز بودن محدوده با کشور آذربایجان، داشتن مناظر زیبای طبیعی در ارتفاعات علاوه بر جاذبه‌های طبیعی از پتانسیل‌های اجتماعی و فرهنگی خوبی نیز برخوردار است. ولی با توجه به همه این همچنان برای گردشگران ناآشنا مانده است و این سؤال به ذهن محقق می‌آید که چرا این شهرستان با داشتن این همه نعمت‌های خدادادی نمی‌تواند از مزایای گوناگون صنعت گردشگری بهره‌مند گردد؟ و از چه روشی می‌توان این صنعت نو پا و سودآور را در این شهرستان توسعه داد؟

با این اوصاف هدف تحقیق حاضر به‌عنوان یک تحقیق توصیفی و تحلیلی بررسی روستاهای گردشگری به‌عنوان نمونه مورد مطالعه جهت ارزیابی گردشگری روستایی است. برای این منظور بررسی پیامدهای مثبت و منفی توسعه گردشگری روستایی و عوامل تأثیرگذار بر آثار آن با استفاده از SWOT به انجام می‌رسد.

## ۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در دنیای امروز صنعت گردشگری به سمت تعطیلات هدفمند و مسافرتی که نیازهای استراحتی و ذهنی را با هم داشته باشد، حرکت می‌نماید (ابوالحسنی و همکاران، ۱۳۹۱). در این میان توجه به گردشگری روستایی نیز امر ضروری به نظر می‌رسد؛ و با توجه به چندوجهی و میان‌رشته‌ای بودن گردشگری، از دیدگاه‌های مختلفی اعم از اقتصادی، جامعه‌شناختی، جغرافیایی و مدیریتی می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد. شاید به همین دلیل است که تاکنون تعاریف متعددی از گردشگری با توجه به دیدگاه رشته‌های مختلف صورت گرفته است (مارکز و سانتوس، ۲۰۱۵). سازمان توریسم جهانی تعریف ذیل را در مورد گردشگری ارائه کرده است گردشگری مجموعه کارهایی است که فرد در مسافرت و در مکانی خارج از محیط محصول خود انجام می‌دهد، این مسافرت بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف آن تفریح، تجارت یا فعالیت‌های دیگر است (پاموار و همکاران، ۲۰۱۵<sup>۷</sup>). گردشگری روستایی نیز عبارت است از فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های مختلف روستایی و محیط‌های پیرامون آن‌ها که در بردارند آثار مثبت و منفی برای محیط‌زیست روستا است. (نیر و همکاران، ۲۰۱۵<sup>۸</sup>).

<sup>۷</sup> Pamuear et al

<sup>۸</sup> Nair et al

## معرفی مکان گردشگری

شهرستان گرمی یکی از شهرستان‌های استان اردبیل در ایران است. این شهرستان در شمال غربی کشور و شمال استان اردبیل بین ۳۸ درجه و ۵۰ دقیقه تا ۳۹ درجه و ۱۰ دقیقه عرض شمالی از خط استوا و ۴۷ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۴۸ درجه و ۱۲ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ واقع شده است. گرمی از سال ۱۳۵۵ با جدایی شهرستان مغان از شهرستان مشکین‌شهر به مرکز شهرستان تبدیل شد. سپس در سال ۱۳۷۰ دو شهرستان بيله سوار و پارس‌آباد از آن جدا شده و تبدیل به شهرستان شدند.

مساحت شهرستان گرمی ۱۷۲۵۰۲ کیلومتر مربع است که معادل بیست درصد مساحت کل مغان و ۹/۶ درصد مساحت استان اردبیل است. گرمی آب‌وهوایی مطبوع و خنک در تابستان و زمستان‌هایی سرد دارد. وجود کوه‌های سرسبز، چشمه‌ساران متعدد از جاذبه‌های دیدنی آن است. یکی از این مناطق دیدنی و جذاب روستای داش دیبی است که این روستا به دلیل زیبایی طبیعی آن، به‌عنوان یکی از منطقه‌های نمونه گردشگری به شمار می‌رود و با توجه به شرایط آب‌وهوایی مناسب در سالیان اخیر، مورد توجه گردشگران قرار گرفته است. از یک طرف مشرف به کوه‌هایی است که پوشیده از جنگل‌های انبوه است و از سوی مشرف به دره‌ای نه‌چندان عمیق که از میان آن رودبهارود عبور می‌کند این رود تعیین‌کننده مرز ایران و کشور آذربایجان است. این منطقه در بیشتر زمان‌ها در زیر پوششی از مه قرار دارد و از نظر طبیعی دره‌ها و کوهپایه‌های آن، پوشیده از گل‌ها و گیاهان جنگلی و مرتعی هستند. نصف جنگل‌ها و مراتع آن متعلق به ایران و نیم دیگر در کشور جمهوری آذربایجان قرار دارد. اصلی‌ترین موضوعی که گلایه‌مندی گردشگران را سبب شده است وضعیت نامناسب راه ارتباطی این منطقه گردشگری است که با رفع این کاستی‌ها و نواقص زمینه حضور هرچه بیشتر گردشگران در این منطقه را فراهم می‌کند.

اقامتگاه بوم‌گردی شوئون در روستای شوئون علیا، شهر گرمی استان اردبیل واقع شده است. از نکات دل‌چسب اطراف این اقامتگاه بارندگی‌های فراوان در بیشتر روزهای فصول سرد سال در این منطقه و وجود جنگل‌های انبوه هیرکانی است. گردشگران می‌توانند همراه تورهای گردشگری و طبیعت‌گردی و به کمک لیدرهای مجرب به این جنگل‌های سرسبز و انبوه بروید و نهایت لذت را از بودن در طبیعت به دور از زندگی ماشینی و شهری ببرند و سپس برای اقامت و استراحت اقامتگاه بوم‌گردی شوئون رو انتخاب کنند.

در تکمیل مطالب فوق شایان‌ذکر است که محققان بسیاری به بحث توسعه گردشگری روستایی پرداخته‌اند از جمله حیدری ساریان و حاجی حیدری (۱۳۹۶) در میان روستاییان ساکن در روستای موئیل شهرستان مشکین‌شهر به تحلیل

عوامل مؤثر بر موفقیت گردشگری روستایی پرداختند. نتایج نشان داد شش عامل طبیعی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و کالبدی و نهادی تأثیر زیادی بر موفقیت توسعه گردشگری روستایی دارند، به طوری که تمامی فرضیات تحقیق در سطح معنی داری ۰.۰۵ به تأیید رسید. همچنین نتایج نشان دهنده وضعیت نامطلوب دو عامل کالبدی و نهادی و مطلوب بودن دو عامل طبیعی و فرهنگی برای جذب گردشگر و موفقیت توسعه گردشگری روستایی بودند. قنبری و همکاران (۱۳۹۳) به منظور تدوین راهبردهای توسعه گردشگری عشایر با استفاده از SWOT حقیقی را آغاز نمود با استفاده از این مدل، نقاط قوت و نقاط ضعف ۶، فرصت‌ها و تهدیدها در قالب ۴ جدول تدوین گردید.

ضرابی و همکاران (۱۳۹۰) با استفاده از مدل SWOT به بررسی راههای جذب گردشگر در شهرستان نورآباد نمودند که نتایج نشان داد رابطه مستقیم و معناداری بین کمبود امکانات زیر بنایی و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری وجود دارد. همچنین نقاط قوت این شهرستان در جذب گردشگر آستانه آسیب پذیری بود که بایستی با توجه به وضع موجود در جهت کاستن ضعف‌های موجود انجام پذیرد. بلیچ و همکاران (۲۰۱۶) امکانات زیر بنایی، اعطای یارانه به سرمایه‌گذاران، توجه به بهداشت آبگرم‌های معدنی و ظرفیت ورزشی و کوهنوردی از متغیرهای تأثیرگذار بر موفقیت گردشگری روستایی می‌داند. گارا (۲۰۱۵) در تحقیقی به بررسی عوامل مختلف در گردشگری روستایی پرداخت و به این نتیجه رسید که پس‌انداز و سرمایه‌گذاری، آموزش مردم بومی، دسترسی به خدمات اجتماعی و فضای انگیزه برای سرمایه‌گذاری بخش دولتی عوامل موفقیت گردشگری در مناطق روستایی هستند. نیلسین و اسپنسی (۲۰۱۵) به این نتیجه رسیدند که متغیرهای تأثیرگذار بر موفقیت گردشگری روستایی عامل ایجاد امکانات تحصیلی و بهداشتی در روستا، سطح آگاهی مردم از آثار گردشگری و دسترسی به امکانات و خدمات رفاهی روستایی هستند.

### ۳- روش تحقیق:

این تحقیق توصیفی و تحلیلی و برای بررسی راههای جذب توریسم روستایی بر اساس مدل SWOT و اثرات گردشگری بر توسعه پایدار روستایی در روستاهای داش دیبی و شوئون شهرستان گرمی، از تکنیک SWOT استفاده شده است. این تکنیک از جمله روش‌های برنامه‌ریزی راهبردی برای رسیدن به هدف‌های بلندمدت در تحلیل مدیریت گردشگری است؛ که هم‌زمان محیط خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) و داخلی (نقاط قوت و ضعف) یک سیستم یا برنامه را مورد ارزیابی قرار می‌دهند (کجانوس، ۲۰۰۰). در واقع تحلیل SWOT ابزاری کارآمد برای شناسایی شرایط محیطی و توانایی‌های درون‌سازمانی است. اساس و پایه این ابزار کارآمد در مدیریت استراتژیک و همین‌طور بازاریابی، شناخت محیط پیرامونی سازمان است. حروف SWOT که آن را به شکل‌های دیگر مثل TOWS هم می‌نویسند، ابتدای

کلمات Strength به معنای قوت، Weakness به معنای ضعف، Opportunity به معنای فرصت و Threat به معنای تهدید است.

#### ۴- تدوین راهبردها

ماتریس سوات امکان تدوین چهار انتخاب یا راهبرد متفاوت را فراهم می‌آورد. البته در جریان عمل، برخی از راهبردها با یکدیگر هم‌پوشانی داشته، یا به طور هم‌زمان هماهنگ با یکدیگر به اجرا درمی‌آیند. در واقع، برحسب وضعیت سیستم، چهار دسته راهبرد را که از نظر درجه کنشگری متفاوت هستند، می‌توان تدوین کرد (جدول شماره ۱).

جدول (۱): ماتریس SWOT

فهرست قوت‌ها (S)	فهرست ضعف‌ها (W)	
ناحیه ۱ (SO) - استراتژی‌های تهاجمی	ناحیه ۳ (WO) - استراتژی‌های محافظه‌کارانه	فهرست فرصت‌ها (O)
ناحیه ۲ (ST) - استراتژی‌های رقابتی	ناحیه ۴ (WT) - استراتژی‌های تدافعی	فهرست تهدیدها (T)

منبع: (الماسی و دورفرد، ۱۳۹۰: ۱۰۴).

**راهبرد دفاعی:** هدف کلی راهبرد دفاعی یا حداقل - حداقل که می‌توان آن را «راهبرد بقا» نیز نامید، کاهش ضعف‌های سیستم برای کاستن و خنثی‌سازی تهدیدها است.

**راهبرد انطباقی:** راهبرد انطباقی یا راهبرد حداقل - حداکثر، تلاش دارد با کاستن از ضعف‌ها، حداکثر استفاده را از فرصت‌های موجود ببرد. یک سازمان ممکن است در محیط خارجی خود متوجه وجود فرصت‌هایی شود، ولی به واسطه ضعف‌های سازمانی خود قادر به بهره‌برداری از آن نباشد؛ در چنین شرایطی، اتخاذ راهبرد انطباقی می‌تواند امکان استفاده از فرصت را فراهم آورد.

**راهبرد اقتضایی (حداکثر - حداقل):** این راهبرد بر پایه بهره گرفتن از قوت‌های سیستم برای مقابله با تهدیدات تدوین می‌شود و هدف آن به حداکثر رساندن نقاط قوت و به حداقل رساندن تهدیدات است. با وجود این، از آنجاکه تجارب گذشته نشان داده است که کاربرد نابجای قدرت می‌تواند نتایج نامطلوبی به بار آورد، هیچ سازمانی نباید به طور نسنجیده از قدرت خود برای رفع تهدیدات استفاده کند.

**راهبرد تهاجمی (حداکثر - حداکثر):** تمام سیستم‌ها خواهان وضعیتی هستند که قادر باشند هم‌زمان قوت و فرصت‌های خود را به حداکثر برسانند. برخلاف راهبرد دفاعی که یک راه‌حل واکنشی است، راهبرد تهاجمی یک راه‌حل

کنشگر است؛ در چنین وضعیتی سازمان با استفاده از نقاط قوت خویش برای گسترش بازار تولیدات و خدمات خود گام برمی‌دارد (گلکار، ۱۳۸۴: ۵۳).

#### ۵- بحث و یافته‌های تحقیق:

تحلیل امکانات و محدودیت‌ها در قالب SWOT و شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها و نقاط قوت و ضعف که از ارکان اساسی برنامه‌ریزی نخستین گام جهت تدوین راهبردها است برای مناطق مرد نظر گردشگری روستایی در جدول ذیل آورده شده است.

جدول (۲) تحلیل امکانات و محدودیت‌های مناطق گردشگری روستایی

بیرونی	درونی
<p><b>فرصت‌ها</b></p> <p>۱. افزایش توجه طبیعت‌گرایان به اکوتوریسم روستایی</p> <p>۲. تأمین زیرساخت‌ها و خدمات رفاهی گسترده در سطح روستاهای گردشگر پذیر</p> <p>۳. افزایش سرمایه‌گذاری در روستا</p> <p>۴. توسعه فعالیت‌ها و مشاغل غیر کشاورزی</p> <p>۵. ایجاد و تقویت تعاونی روستایی</p> <p>۶. ارتقای کیفیت بصری جاذبه‌های طبیعی</p> <p>۷. کاهش آثار منفی بحران اقتصادی و زیست‌محیطی در روستاهای گردشگری</p> <p>۸. ایجاد رویکرد اصلاحی در ابعاد اجتماعی و روان‌شناختی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری روستایی</p>	<p><b>قوت‌ها</b></p> <p>۱. وجود امنیت کافی و خدمات رفاهی در سطح روستاهای گردشگر پذیر</p> <p>۲. پاسخ‌دهی مناسب به نیازهای ذی‌نفعان محلی</p> <p>۳. هماهنگی جوامع روستایی با تغییرات مدرن</p> <p>۴. افزایش قدرت خرید و پس‌انداز روستایان و کاهش فقر روستایی</p> <p>۵. توزیع مواد غذایی مطابق باسلیقه گردشگران</p> <p>۶. چشم‌اندازهای طبیعی روستایی</p> <p>۷. داشتن زیبایی‌های ظاهری روستایی معماری سنتی و بومی</p>
<p><b>تهدیدها</b></p> <p>۱. افزایش تراکم جمعیت و شلوغی روستاها</p> <p>۲. کم‌رنگ شدن فرهنگ سنتی و بومی و تغییر در آداب و رسوم سنتی روستاها</p> <p>۳. احتمال ایجاد تضاد و مانع توسط سنت‌های بومی روستایی در برابر انتشار فناوری جدید گردشگری</p> <p>۴. آلودگی منابع آب، خاک و پوشش محل گردشگری</p>	<p><b>ضعف‌ها</b></p> <p>۱. نامناسب بودن و محدودیت منابع و امکانات بهداشتی و خدماتی و اقامتی</p> <p>۲. نداشتن آموزش و تقویت مهارت‌های ویژه گردشگری برای روستاییان</p> <p>۳. عدم وجود برنامه‌ریزی برای سرمایه‌گذاری هدفمند در بخش گردشگری روستایی</p>

۴. کمبود پژوهش‌های توسعه گردشگری روستایی مخصوصاً در مورد روستاهای مورد مطالعه	۵. افزایش احتمال ناامنی و ناهنجاری در منطقه گردشگری
۵. ناشناخته ماندن جاذبه‌های طبیعی روستا و عدم برندسازی روستاهای گردشگری	
۶. نبود نیروی متخصص بومی در امر گردشگری روستایی	
۷. وضعیت نامناسب راه‌های روستایی و مسیرهای ارتباطی	

همان طوری که در جدول (۲) نشان داده شد، در این مناطق تعداد ۷ نقطه قوت داخلی در برابر ۷ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۸ فرصت خارجی در برابر ۵ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده است. در این قسمت سعی شد تا به وسیله پرسش‌نامه مزیت و محدودیت‌های عمده منطقه جهت اولویت‌بندی ارزیابی شود. بنا بر نظرات ارائه شده و محاسبات انجام شده، اولویت‌بندی‌ها در جداول شماره ۳ و ۴ و ۵ و ۶ آمده است. این جداول بیانگر مجموع وزن‌های داده شده، میانگین رتبه‌ای، وزن نسبی، رتبه و درنهایت وزن نرمال شده برای هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید است.

جدول (۳): رتبه‌بندی و اولویت‌سنجی قوت‌های توسعه پایدار گردشگری روستایی

شماره قوت	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	وزن نسبی	وزن نرمال شده	رتبه	کد
۱	۵۵۸	۴/۲۵	۰/۳۹	۰/۱۸	۱	S۱
۲	۴۸۵	۳/۷۳	۰/۳۰	۰/۱۲	۵	S۵
۳	۴۳۴	۳/۳۱	۰/۳۰	۰/۰۸	۶	S۶
۴	۵۱۰	۳/۹۲	۰/۳۵	۰/۱۴	۴	S۴
۵	۵۳۴	۴/۱	۰/۳۷	۰/۱۵	۳	S۳
۶	۵۴۹	۴/۹	۰/۳۸	۰/۱۷	۲	S۲
۷	۴۰۰	۳/۰۷	۰/۲۸	۰/۰۶	۷	S۷

با توجه به جدول شماره (۳) وجود امنیت کافی و خدمات رفاهی در سطح روستاهای گردشگر پذیر با کد (S۱) و میانگین وزنی (۴/۲۵) به عنوان مهم‌ترین نقطه قوت داخلی و چشم‌اندازهای طبیعی روستایی با کد (S۲) و میانگین وزنی (۴/۹) به عنوان دومین نقطه قوت داخلی و نهایتاً توزیع مواد غذایی مطابق با سلیقه گردشگران با کد (S۳) و میانگین (۴/۱) به عنوان سومین نقطه قوت داخلی است.



جدول ( ۴): رتبه‌بندی و اولویت‌سنجی ضعف‌های توسعه پایدار گردشگری روستایی

شماره قوت	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	وزن نسبی	وزن نرمال شده	رتبه	کد
۱	۴۸۶	۳/۷۳	۰/۴۱	۰/۱۳	۲	W۲
۲	۴۹۷	۳/۸۲	۰/۴۲	۰/۱۶	۱	W۱
۳	۳۷۵	۲/۸۸	۰/۳۲	۰/۰۳	۶	W۶
۴	۳۲۰	۲/۵۱	۰/۲۹	۰/۰۴	۷	W۷
۵	۴۶۶	۳/۵۹	۰/۴۱	۰/۱۲	۳	W۳
۶	۴۳۰	۳/۲۷	۰/۳۵	۰/۰۲	۴	W۴
۷	۴۲۵	۳/۲۴	۰/۳۴	۰/۰۷	۵	W۵

با توجه به جدول شماره (۴) نداشتن آموزش و تقویت مهارت‌های ویژه گردشگری برای روستاییان با کد (W۱) و میانگین وزنی (۳/۸۲) به‌عنوان مهم‌ترین نقطه‌ضعف داخلی و نامناسب بودن و محدودیت منابع و امکانات بهداشتی و خدماتی و اقامتی (W۲) و میانگین وزنی (۳/۷۳) به‌عنوان دومین نقطه‌ضعف داخلی و نهایتاً ناشناخته ماندن جاذبه‌های طبیعی روستا و عدم برندسازی روستاهای گردشگری با کد (W۳) و میانگین (۳/۵۹) به‌عنوان سومین نقطه‌ضعف داخلی است.

جدول (۵): رتبه‌بندی و اولویت‌سنجی قوت‌های توسعه پایدار گردشگری روستایی

شماره قوت	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	وزن نسبی	وزن نرمال شده	رتبه	کد
۱	۴۳۷	۳/۳۵	۰/۳۸	۰/۱۷	۴	Q۴
۲	۵۱۰	۳/۹۲	۰/۳۹	۰/۱۸	۱	Q۱
۳	۳۷۹	۲/۹۰	۰/۲۸	۰/۰۵	۷	Q۷
۴	۴۱۶	۳/۱۹	۰/۳۳	۰/۰۹	۵	Q۵
۵	۳۷۰	۲/۸۶	۰/۲۸	۰/۰۷	۸	Q۸
۶	۴۰۱	۳/۰۸	۰/۳۲	۰/۰۶	۶	Q۶
۷	۴۵۸	۳/۷۴	۰/۳۸	۰/۱۶	۳	Q۳
۸	۴۶۲	۳/۵۲	۰/۳۶	۰/۱۴	۲	Q۲

با توجه به جدول شماره (۵) تأمین زیرساخت‌ها و خدمات رفاهی گسترده در سطح روستاهای گردشگر پذیر با کد (Q۱) و میانگین وزنی (۳/۹۲) به‌عنوان مهم‌ترین فرصت بیرونی و ایجاد رویکرد اصلاحی در ابعاد اجتماعی و

روان‌شناختی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری روستایی (Q2) و میانگین وزنی (3/52) به‌عنوان دومین فرصت بیرونی و نهایتاً کاهش آثار منفی بحران اقتصادی و زیست‌محیطی در روستاهای گردشگری با کد (Q3) و میانگین (3/74) به‌عنوان سومین فرصت بیرونی است.

جدول (6): رتبه‌بندی و اولویت‌سنجی تهدیدهای توسعه پایدار گردشگری روستایی

شماره قوت	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	وزن نسبی	وزن نرمال شده	رتبه	کد
۱	۴۶۱	۳/۶۵	۰/۴۵	۰/۱۴	۳	T3
۲	۴۲۳	۳/۲۴	۰/۴۱	۰/۰۸	۴	T4
۳	۳۸۷	۲/۹۵	۰/۳۸	۰/۰۳	۵	T5
۴	۵۰۲	۳/۹۲	۰/۴۷	۰/۰۲	۱	T1
۵	۴۹۱	۳/۷۳	۰/۴۵	۰/۱۶	۲	T2

با توجه به جدول شماره (6) آلودگی منابع آب، خاک و پوشش محل گردشگری با کد (T1) و میانگین وزنی (3/92) به‌عنوان مهم‌ترین تهدید بیرونی و افزایش احتمال ناامنی و ناهنجاری در منطقه گردشگری (T2) و میانگین وزنی (3/73) به‌عنوان دومین تهدید بیرونی و نهایتاً افزایش تراکم جمعیت و شلوغی روستاها با کد (T3) و میانگین (3/65) به‌عنوان سومین تهدید بیرونی است.

#### 6- ارائه راهبردها

با مقایسه عوامل اصلی داخلی و خارجی در ماتریس SWOT حدود 10 راهبرد در چهار سطح راهبردهای عمده تهاجمی (SO)، تدافعی (WT)، اقتضائی (WO) و انطباقی (ST)، استخراج می‌شود. در راهبرد SO با استفاده از امکانات و نقاط قوت طبیعی و فرهنگی داخل چهارچوب روستای داش دیبی و شوئون شهرستان گرمی، تلاش شد تا از فرصت‌های توسعه گردشگری خارج از این چهارچوب در سطح ملی بهره‌برداری شود. در راهبردهای WO تلاش گردید با بهره‌برداری از فرصت‌های توسعه گردشگری در خارج از چهارچوب منطقه، نقاط ضعف منطقه‌ای بهبودیافته و پوشش داده شود. در راهبردهای ST تلاش شد با استفاده از نقاط قوت منطقه‌ای اثرات ناشی از تهدیدات محیط خارج از منطقه کاهش یابد یا از بین بروند و در راهبردهای WT به راهبردهای حداقلی در توسعه گردشگری با جنبه عمدتاً تدافعی و باهدف کاهش نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی پرداخته شد. این راهبردها به ترتیب در جداول (7؛ 8؛ 9 و 10) قابل مشاهده است.

جدول (۷): راهبردهای تهاجمی توسعه پایدار گردشگری روستایی

کد راهبرد	عوامل سازنده	شرح راهبرد
SQ1	S4, Q5, 4	افزایش قدرت خرید و پس انداز روستاییان و کاهش فقر با توسعه فعالیتها و مشاغل غیر کشاورزی
SQ2	S2, Q4, 6, 1	برنامه ریزی در راستای افزایش چشم اندازهای طبیعی روستایی با در نظر گرفتن اکوتوریسم روستایی
SQ3	S1, Q1, 1, 2	ایجاد امنیت کافی و خدمات رفاهی با تأمین زیرساختها و خدمات رفاهی در سطح روستاهای گردش پذیر

جدول (۸): راهبردهای اقتضائی توسعه پایدار گردشگری روستایی

کد راهبرد	عوامل سازنده	شرح راهبرد
ST1	T3, S1, 1	برنامه ریزی برای توزیع گردشگری روستایی در فصول مختلف برای جلوگیری از تراکم جمعیت، شلوغی و بالا بردن امنیت و خدمات رفاهی
ST2	S7, T4, 7, 2	برگزاری جشنوارههایی با فرهنگ سنتی و بومی

جدول (۹): راهبردهای انطباقی توسعه پایدار گردشگری روستایی

کد راهبرد	عوامل سازنده	شرح راهبرد
WQ1	Q6, W1, 6, 2	برنامه ریزی برای سرمایه گذاری هدفمند با ارتقاء کیفیت بصری جاذبههای طبیعی
WQ2	Q8, W1, 5, 2	برگزاری سمینارها در راستای باز شناخت سنتهای فرهنگی بومی
WQ3	Q3, W1, 7, 4	ارائه برنامههای آموزشی برای مسافران و گردشگران جهت پرهیز از آلودگی و پوشش محل گردشگری

جدول (۱۰): راهبردهای تدافعی توسعه پایدار گردشگری روستایی

کد راهبرد	عوامل سازنده	شرح راهبرد
WT1	W2, T1, 4, 1	برنامه ریزی در جهت افزایش امکانات بهداشتی، خدماتی و اقامتی
WT2	W4, T4, 6, 2	بهره گیری از نیروهای متخصص در راستای معرفی روستا به گردشگران

۷- نتیجه گیری

این تحقیق راههای جذب توریسم روستایی بر اساس مدل SWOT و اثرات گردشگری بر توسعه پایدار روستایی در روستاهای داش دیبی و شوئون شهرستان گرمی را مورد بررسی قرار داد. همانطور که پیش تر نیز گفته شد در این تحقیق

برای بررسی راه‌های جذب توریسم روستایی و اثرات آن بر توسعه پایدار، از تکنیک SWOT استفاده شده است. ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت‌های موجود در محیط خارجی یک سیستم و بازشناسی ضعف‌ها و قوت‌های داخلی آن به‌منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبرد برای هدایت و کنترل آن سیستم است. مقایسه عوامل اصلی داخلی و خارجی در ماتریس SWOT حدود ۱۰ راهبرد در چهار سطح راهبردهای عمده تهاجمی (SO)، تدافعی (WT)، اقتضائی (WO) و انطباقی (ST)، استخراج شد.

در راهبرد تهاجمی افزایش قدرت خرید و پس‌انداز روستاییان و کاهش فقر با توسعه فعالیت‌ها و مشاغل غیر کشاورزی، برنامه‌ریزی در راستای افزایش چشم‌اندازهای طبیعی روستایی با درنظرگرفتن اکوتوریسم روستایی و ایجاد امنیت کافی و خدمات رفاهی با تأمین زیرساخت‌ها و خدمات رفاهی در سطح روستاهای گردش پذیر تشریح گردید و در راهبرد اقتضایی دو راهبرد، برنامه‌ریزی برای توزیع گردشگری روستایی در فصول مختلف برای جلوگیری از تراکم جمعیت، شلوغی و بالا بردن امنیت و خدمات رفاهی و همچنین برگزاری جشنواره‌هایی با فرهنگ سنتی و بومی تشریح گردید و در راهبرد انطباقی، برنامه‌ریزی برای سرمایه‌گذاری هدفمند با ارتقاء کیفیت بصری جاذبه‌های طبیعی، برگزاری سمینارها در راستای بازشناخت سنت‌های فرهنگی بومی و ارائه برنامه‌های آموزشی برای مسافران و گردشگران جهت پرهیز از آلودگی و پوشش محل گردشگری تشریح گردید و نهایتاً در راهبرد تدافعی دو راهبرد برنامه‌ریزی در جهت افزایش امکانات بهداشتی، خدماتی و اقامتی و بهره‌گیری از نیروهای متخصص در راستای معرفی روستا به گردشگران در جهت توسعه پایدار گردشگری روستایی تشریح گردید.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
 رتال جامع علوم انسانی

## ۸- منابع و مأخذ

- افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین- قادری، اسماعیل، نقض گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چارچوب‌های نظریه‌ای)، مجله مدرس، دوره ۶، شماره ۲ صص ۲۳-۴۰.
- الماسی، حسن؛ سادات دور فرد، مرجان؛ تدوین استراتژی گردشگری کشور بر اساس تحلیل ماتریس SWOT مورد مطالعه: سازمان میراث و گردشگری استان تهران، فصلنامه گردشگری و توسعه، شماره اول، تهران.
- حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۰) تحلیل موانع مؤثر بر توسعه گردشگری دهستان سردابه، شهرستان اردبیل، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، دوره ۱، شماره ۱ صص ۹۵-۱۰۷
- زارع اشکذری، سید محمد؛ سقایی، محسن؛ موسوی، میر نجف؛ مختاری ملک‌آبادی، رضا، (۱۳۹۴)، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی با رویکرد جذب گردشگران خارجی در ایران مرکزی مورد شناسی: شهر یزد. مجله جغرافیا و آمایش شهری، شماره ۱۷، ۲۰۸-۱۸۹.
- گلکار، کوروش، ۱۳۸۴، مناسب‌سازی تکنیک (SWOT) برای کاربرد طراحی شهری، مجله صفحه، شماره ۴۱، سال پانزدهم، پاییز و زمستان، تهران.
- ضرابی اصغر، محمدی جمال، فیروزی محمدعلی، گودرزی مجید (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی توسعه گردشگری با استفاده از مدل SWOT مطالعه موردی شهرستان نورآباد، برنامه‌ریزی فضایی، دوره ۱ شماره ۲ صص ۱-۲۴
- قنبری سیروس، رضایی سمیه، منصوری دانشور محمدرضا (۱۳۹۳) بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری عشایر با استفاده از مدل SWOT (مطالعه موردی ایل بختیاری) جغرافیای فضای گردشگری دوره ۳ شماره ۱۰ صص ۱۰۵-۱۱۹.
- Belij,M;veljkovic,J. AND pavlovic,S(2016)Role of local community in tourism development: case study village zabriga.Glasnik srpskog Geografskig drustva9(4):1-14
- Garau,C.(2015) Perspectives on cultural akd sustainable rural tourism in a smart region: the case study of marmilla in Sardinia (Italy). Journal of Sustainability 7(5):12-25.
- Gee,C.1997.International Tourism: A Global Perspective. World Tourism Organizan. Indiana University.406P.
- Holjevac,I.2003.A vision of tourism and the hotel industry in the 21st century. International Journal of Hospitality Management,22(2):129-134.
- Kajanus,M.2000.A model for creating innovative strategies for an enterprise and its application to a rural enterprise. Management Decision,38(10):711-722. 2

Nielsen, H. and Spenseley, A. (2015) the success of tourism in Rwanda-Gorillas and more. *Journal of Tourism Management* 18(2):125-165

Marques, J., and N. Santos (2016) developing business tourism beyond major urban centres: the perspectives of local stakeholders. *Tourism and Hospitality Management* 22(1):1-15

Nair, V. U. T., Munikrishnan S. D., Rajaratnam and N. King (2015) Redefining rural tourism in Malaysia: a conceptual perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 20(3):314-337

Pamuear, D. G., Cirovice and D. Sekulovic (2015). Development of an integrated transport system in distribution centres: A FAWOT analysis. *Technical Gazette* 22(3):649-658

Phillips, W. J. et al. (2013). Tourist word of mouth and revisit intentions to rural tourism destinations: A case of North Dakota, USA. *International Journal of Tourism Research* 15(1):93-104.

Ferguson, L. (2011) Tourism consumption and inequality in central America. *New Political Economy* 16(3):347-371.

