

تدوین راهبردهای توسعه گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستای شیدان، شهرستان بوانات، استان فارس)

محمد حسام پور - دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

یوسف قنبری - عضو هیات علمی گروه جغرافیا، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

محسن شایان^۱ - دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۹/۲۵

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۲/۲۱

چکیده

گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال حاضر، در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. افزون بر این بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاستگذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند. در این راستا گردشگری روستایی نیز جزئی از صنعت گردشگری به حساب می‌آید که می‌تواند با برنامه‌ریزی اصولی و مناسب و شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری روستایی، نقش مؤثری در توسعه این مناطق و در نتیجه توسعه ملی و تنوع بخشی به اقتصاد ملی بر عهده داشته باشد. جهت تدوین راهبردهای مناسب توسعه گردشگری در این روستا، ابتدا با استفاده از مدل‌های SWOT و EFE و IFE، مهم‌ترین عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری روستای شیدان شناسایی شدند، سپس با استفاده از روش ماتریس داخلی و خارجی (IEM)، موقعیت منطقه مورد مطالعه، جهت انتخاب و تدوین راهبردها مشخص شده و در مرحله آخر، با استفاده از مدل روش تحلیل سلسله مراتبی AHP، بهترین راهبرد توسعه گردشگری در این روستا انتخاب گردید و نتایج بدست آمده نشان داد که: با توجه به پتانسیل‌ها و محدودیت‌های روستای شیدان در زمینه گردشگری، در بین چهار راهبرد اصلی، راهبرد AWT با امتیاز ۰.۳۴۲ به عنوان بهترین راهبرد انتخاب شده است. راهبرد ST4- توسعه زیرساخت‌ها و امور زیربنایی و تجهیزات خدمات رفاهی و زمینه‌سازی جذب سرمایه‌گذاران به فعالیت در بخش گردشگری با امتیاز ۰.۴۶۸ در بین ۱۶ راهبرد مطرح شده، بهترین و مؤثرترین راهبرد می‌باشد.

واژه‌گان کلیدی: راهبرد، توسعه گردشگری، روستای شیدان، SWOT، AHP

۱. مقدمه

سیر و سیاحت، طبق یافته‌های باستانی و داده‌های تاریخی پدیده‌ای دیر پا و قدیمی است و عمری به قدمت تاریخ و تمدن بشری دارد (لی، ۱۳۸۷: ۲). بر همین اساس، یکی از راهبرد هایی که اخیراً در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته، توسعه و گسترش توریسم در نواحی محروم و دارای پتانسیل‌های لازم می‌باشد (قادری، ۱۳۸۳: ۳۶). به هرحال، گردشگری پدیده‌ای است چند وجهی که برنامه‌ریزی آن نیز مستلزم ملاحظه ابعاد گوناگون آن است. از جمله مهمترین رویکردها در مباحث گردشگری، رویکرد برنامه‌ریزی استراتژیک است که در کامل‌ترین مفاهیم خود، مبتکر، پاسخ‌گو به احتیاجات جامعه، با مشاهده‌ی هم‌زمان برنامه‌ریزی و عمل، به عنوان قسمتی از یک فرآیند مشترک رو به پیشرفت است (Long, 1990: 123). در این رابطه استراتژی ابزاری برای نیل به آمال نهایی مثل اهداف مشخص شده برای مدیریت منابع گردشگری است (Chaffee, 1985: 87).

همان‌گونه ریچاردسون اظهار کرد: اگر تحلیل‌های استراتژیکی به صورت مؤثر اجرا گردند، می‌توانند اطلاعات زیادی (به ویژه برای مصرف کنندگان بار اول) در فاکتورهایی که اساسا علت شکست یا پیروزی و تغییرات ارگانیکی هستند را ارائه دهند که این امر منجر به درک بهتر جهت پیش بینی آینده می‌شود (Richardson and Richardson, 1989, 89). برای رسیدن به بهترین استراتژی در امر گردشگری، همکاری لازم در بخش‌های تحقیقاتی، اطلاع رسانی، توسعه محصول، منابع انسانی، بازاریابی و نظارت بر اجرای قوانین لازم است (شاهنده، ۱۳۸۷: ۴۷). علی‌رغم این موضوع، گردشگری روستایی فعالیتی بسیار پیچیده‌ای است که با بخش‌های دیگر جامعه و اقتصاد وجوه مشترکی دارد؛ در نتیجه دارای آثار آن و پیامدهای مختلفی می‌باشد که می‌باید در فرآیند برنامه‌ریزی تمامی جوانب آن مورد ملاحظه قرار بگیرد تا از عوامل منفی جلوگیری شود و تأثیرات مثبت عوامل اقتصادی، اجتماعی و محیطی مرتبط با آن افزایش پیدا کند (Reinholde, 2000: 8). این درحالی است که اگرچه بیشتر از یک قرن، گردشگری در بسیاری از مناطق روستایی وجود داشته و در بسیاری از مناطق منبع اصلی درآمد و اشتغال زایی بوده است، اما همواره خلا وجود استراتژی‌ها و برنامه‌ریزی‌های کارآمد در سیاست‌های توسعه روستا برای فراهم‌آوری و یکپارچه‌سازی کارکردهای گردشگری با توسعه‌ی روستایی احساس شده است (منشی‌زاده، ۱۳۸۰: ۱۰۹).

در سال‌های اخیر ملاحظات اکولوژیکی و زیست محیطی موجب گردید تا گردشگری مورد توجه قرار گیرد. در واقع گردشگری جهت ارتقای پیشرفت اقتصادی هر کشور، مردم بومی منطقه و حفظ ارزش‌های طبیعی، زیست محیطی و فرهنگی مناطق گردشگری مناسب تشخیص داده شده است. از اینرو توسعه این بخش جزء اهداف اصلی برنامه‌ریزاندر نظر گرفته می‌شود (حسینی، ۱۳۸۴: ۱۰۴). توسعه فعالیت‌های گردشگری می‌تواند مشاغل متعددی را در بازار کار عرضه کند و با اشتغال مستقیم و غیرمستقیم موجب تولید زنجیره‌ای از فعالیت‌ها شود (مختاری، ۱۳۸۲: ۷). با توجه به وابستگی شدید ایران به درآمدهای حاصل از نفت، پایان پذیر بودن این منبع لزوم تغییر در برنامه در جهت استفاده و به‌کارگیری منابع جایگزین به منظور رهایی از اقتصاد تک محصولی، بیش از پیش در کشور احساس می‌شود. در این راستا با توجه به تبدیل شدن صنعت گردشگری به یکی از صنایع برتر دنیا و توانایی بالقوه کشور در این زمینه که از لحاظ جاذبه‌های تاریخی در رتبه ۱۰ و از لحاظ جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی در بین ۵ کشور دنیا قرار دارد (نعمتی، ۱۳۸۴: ۱۰۷). همچنین از نظر تنوع صنایع دستی ایران جزء ۳ کشور برتر دنیا به حساب می‌آید. بر این اساس می‌توان از گردشگری به عنوان یکی از بهترین گزینه‌های ممکن برای جایگزینی درآمدهای حاصل از نفت، کاهش وابستگی شدید به اقتصاد تک محصولی و حرکت به سمت توسعه مطلوب، نام برد (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱).

نویسندگان پژوهش حاضر، سعی دارند با استفاده از تحلیل عوامل راهبردی، استراتژی‌های کاربردی را برای توسعه گردشگری روستایی در روستای شیدان از توابع شهرستان بوانات ارائه دهند. و سعی شده است تا نقاط قوت، ضعف،

فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در روستا، در جهت توسعه گردشگری شناسایی و با ارائه استراتژی‌های کاربردی و با استفاده از ابزارهای مناسب در جهت استفاده مطلوب از قوت‌ها و فرصت‌ها و غلبه بر ضعف‌ها و تهدیدها، اقدام شود.

۲. مروری بر ادبیات موضوع

گردشگری فعالیتی است که در ایام فراغت انجام می‌شود و نقش حیاتی در اقتصاد جهانی ایفا می‌کند (گتی و مزلو، ۱۳۷۵: ۸). این فعالیت در کشورهای در حال توسعه به عنوان یکی از محورهای ویژه، جهت نیل به توسعه اقتصادی، مورد توجه مدیران شهری قرار گرفته است (شیخ‌کاظم، ۱۳۸۶: ۲۶۳). سرمایه عامل تأثیر گذار در روند ممتد گردشگری در پارامترهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است (Tribe, 1998: 32). توریسم یکی از رشد یافته‌ترین صنایع نیمه دوم قرن بیستم بود و اغلب به عنوان یک کلید برای رشد اقتصادی هم در کشورهای توسعه‌یافته و هم در حال توسعه استفاده شده است (Font and Ahjem, 1999: 63).

با این وجود، اگر گردشگری روستایی به نحوی مناسب برنامه‌ریزی و مدیریت شود، می‌تواند خالق یا محرک یک فرآیند توسعه یافته برای حصول به پایداری توسعه در نواحی روستایی و نیز پایداری جوامع محلی در کلیه زیرشاخه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، و همچنین خود صنعت گردشگری باشد (Briedenhann, 2004: 53). بنابراین، توریسم باید بخشی از محیط طبیعی، فرهنگی و انسانی باشد تا تعادل بین آن‌ها را حفظ کند (Altinay and Husain, 2005: 274). این صنعت، نیاز مبرم به سرمایه‌گذاری انسانی دارد و تنوعی از مشاغل را با نتایج متنوع در انواع و مقادیر گوناگون ارائه می‌دهد (Abbyliu and geoffreywil, 2006: 159-170)، هرچند، هیچ شکی نیست که توریسم نقش مهمی را در احیاء و متنوع‌سازی اقتصادی جوامع ایفا می‌کند، اما در عین حال می‌تواند باعث ایجاد تغییراتی در محیط اجتماعی، اقتصادی و فضای زیستی نواحی بشود (Sharply and Richard, 1997: 12). بنابراین باید توسعه گردشگری به عنوان یک استراتژی از جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، اکولوژیک و نهادی مورد بررسی قرار گیرد و استراتژی‌های توسعه صنعت گردشگری، مبنای توسعه و مدیریت این صنعت و عنصری اساسی از برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای توریسم محسوب شود. برخی از فاکتورهای اساسی که در تدوین استراتژی‌های توسعه توریسم، باید به آن‌ها توجه نمود، به قرار زیر می‌باشد:

- تعیین سیاست‌ها و اهداف توسعه به عنوان نهادهای اولیه، برای تدوین استراتژی.
- تعیین نوع، موقعیت و ویژگی‌های عمده جاذبه‌های توریسم در هر کشور یا منطقه.
- تعیین نوع و موقعیت محل‌های اقامت موجود و محل‌های اقامت پیش بینی شده و سایر تسهیلات توریسم.
- تعیین وضعیت و امکانات حمل و نقل و سایر تأسیسات زیربنایی، نظیر شبکه‌های آب، برق، تلفن، بهداشت و ... در حال و آینده.

۳. روش شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، توسعه‌ای و کاربردی است و از نظر روش، نوع توصیفی - تحلیلی می‌باشد. برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز از بررسی‌های کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده شده است. در مرحله اول برای کسب دیدی جامع و مبتنی بر واقعیت، با استفاده از روش دلفی و نظر خواهی از متخصصان امر، مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستا مورد مطالعه را تهیه کرده و سپس با استفاده از ماتریس عوامل داخلی (IFE)^۱ و ماتریس عوامل

خارجی^۱ (EFE) آن‌ها را رتبه بندی کرده‌ایم و در ماتریس^۲ SWOT، به صورت نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید، لیست کرده‌ایم و با استفاده از روش ماتریس داخلی و خارجی^۳ (IEM)، موقعیت روستای مورد مطالعه را جهت تدوین استراتژی‌ها تعیین کردیم. سپس با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی فازی^۴ (AHP)، اقدام به رتبه بندی و اولویت بندی استراتژی‌های توسعه گردشگری در روستای شیدان کرده‌ایم.

۴. محدوده مورد مطالعه

۴-۱. موقعیت جغرافیایی شهرستان بوانات

شهرستان بوانات در شمال شرقی استان فارس در ۲۴۰ کیلومتری شهر شیراز قرار دارد. مساحت آن ۴۹۹۲/۲ کیلومتر مربع می‌باشد که از شمال به استان یزد و شهرستان آباد و جنوب به شهرستان نیریز و از غرب به شهرستان‌های خرمبید و مرودشت و از شرق به استان یزد منتهی می‌گردد. این شهرستان بین ۵۲ درجه و ۴۱ دقیقه طول شرقی و ۴۰ درجه و ۵۲ دقیقه عرض شمالی واقع شده است، که ارتفاع آن از سطح دریا در پست‌ترین نقطه ۱۵۰۵ متر و در مرتفع‌ترین نقطه قله زیبای ختابون به ارتفاع ۳۳۶۲ متر می‌باشد (فرمانداری شهرستان بوانات، ۱۳۹۰).

۴-۲. معرفی روستای شیدان به لحاظ موقعیت جغرافیایی

روستای شیدان یکی از آبادی‌های دهستان سروستان از بخش مزایجان (بوانات) می‌باشد و از نظر وضع طبیعی یک آبادی جلگه‌ای است که در ارتفاع ۲۰۱۰ متری از سطح دریا واقع شده است. روستای مورد نظر در کنار جاده آسفالت منج-سوربان در ۱۴ کیلومتری شرق شهر سوربان واقع است (فرمانداری شهرستان بوانات، ۱۳۹۰).

۴-۳. محدوده‌ی روستا

از طرف شمال به ارتفاعات اشکفت، از طرف شرق به تل قلعه، از طرف جنوب شرق به روستای امامزاده بزم، از طرف غرب به رودخانه فصلی شیدان متصل می‌باشد.

– شناخت و بررسی علل پیدایش و عوامل مؤثر در شکل‌گیری روستا

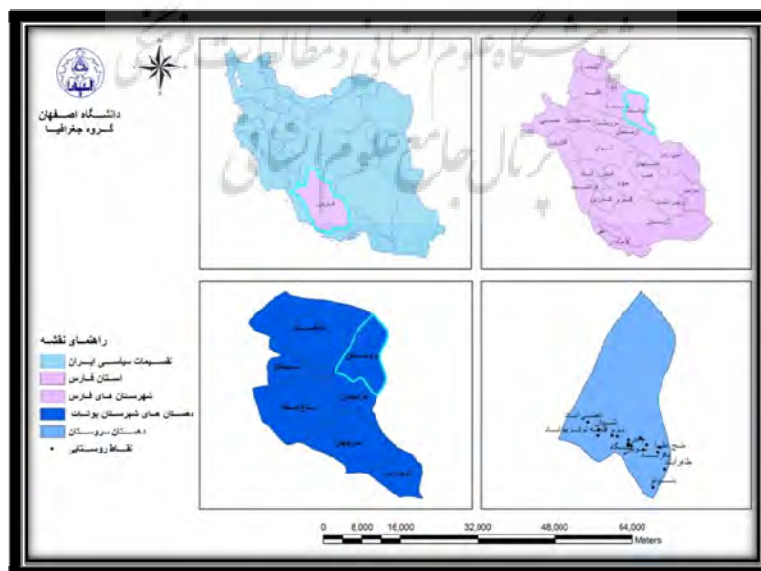
منابع آبی، اراضی کشاورزی مناسب، و شیب زمین از عوامل مؤثر در شکل‌گیری روستا می‌باشند. قرارگیری روستا در منطقه سوربان و وجود اراضی در اطراف آن، خود به عنوان یک عامل تولیدی و اقتصادی بر روی توسعه روستا تأثیر زیادی داشته است، و این اراضی به عنوان یک عامل درآمدزا، سبب شده، که توسعه‌ی روستا را متراکم نموده، و از پراکنش‌سازی جلوگیری نماید، و بدین علت نمی‌توان اراضی بایر و رها شده زیادی در بافت روستا مشاهده نمود. شیب زمین از عواملی است که بر روی عامل اول یعنی جهت جریان آب و نهایتاً بر چگونگی گسترش روستا تأثیر گذاشته است. مجموعه عوامل فوق باعث شکل‌گیری روستا به شکل شاخه‌ای شده است، به طوری که روستا دارای یک معبر اصلی و چندین معبر فرعی کوتاه که از آن منشعب می‌شوند، می‌باشد و این نشان از خطی بودن بافت روستا حول یک محور است (فرمانداری شهرستان بوانات، ۱۳۹۰).

1. External Factors Evaluation
2. Strength, Weakness, Opportunities, Threats
3. Internal- External Matrix
4. Analytical Hierarchy Process

جدول ۱. مهمترین جاذبه‌های دیدنی روستای شیدان

مولفه‌ها	نوع جاذبه‌های گردشگری
طبیعی	غار اشکفت
	رودخانه اعظم
	کوه مشرف به روستا (خالشت)
	گونه‌های گیاهان طبیعی در روستا و ارتفاعات مشرف به آن
	باغات و مزارع موجود در روستا
	وجود گونه‌های مختلف جانوری
	غروب و طلوع زیبای خورشید
	آسمان صاف و زیبای روستا در شب و رویت ستارگان و ماه
	هوای پاکیزه و تمیز بدون از هرگونه آلودگی و سر و صدا
تاریخی	مسجد جامع شیدان
	حمام تاریخی شیدان
	قنات واقع در روستا
	قلعه شیدان
	قبرستان قدیمی شیدان
	سنگ آسیاب
	بنای امامزاده عون و جعفر
	مدرسه قدیمی
	یافت سنتی خانه‌های روستایی
فرهنگی و اجتماعی	مراسم شب یلدا
	رقص و ساز محلی
	مراسم عزاداری محرم
	پوشش ساده مردمان روستا
	مراسم عروسی
	غذاهای سنتی و محلی
	گویش محلی
	بازی‌های محلی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی روستای شیدان

۵. یافته‌های تحقیق

۱-۵. تدوین استراتژی‌های توسعه توریسم برای روستای شیدان

جهت ارزیابی شرایط روستای شیدان و ارائه استراتژی‌های مناسب توسعه گردشگری روستایی به این ترتیب عمل شده است که در قدم اول، ابتدا با استفاده از ماتریس عوامل داخلی (IFE) و ماتریس عوامل خارجی (EFE)، مهم ترین عوامل مؤثر بر گردشگری روستایی را رتبه بندی می‌کنیم. به طوری که، ابتدا مهم ترین عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر گردشگری روستا را در ماتریس‌هایی لیست می‌کنیم و سپس با توجه به اثر احتمالی هر عامل بر آینده و موقعیت آتی آن در روستای شیدان، وزنی از صفر تا یک داده‌ایم، به طوری که حاصل جمع آن‌ها نباید بیشتر از یک باشد. در ستون دیگر نیز (ستون رتبه بندی) با توجه به اهمیت و موقعیت هر عامل در توسعه گردشگری، امتیازی از یک تا پنج داده شده است و در ستون آخر ماتریس‌ها، رتبه نهایی عوامل را از ضرب وزن عوامل در رتبه آن به دست می‌آوریم.

جدول ۲. ماتریس بررسی عوامل خارجی (EFE)

نمره نهایی	رتبه بندی	وزن	عوامل خارجی
			فرصت‌ها (O)
۰/۶۰	۴	۰/۱۵	* ایجاد محیطی امن و آرام جهت سرمایه گذاری بخش خصوصی در مناطق گردشگری روستای شیدان.
۰/۵۶	۴	۰/۱۴	* جایگاه مناسب روستا جهت بازدهی هر نوع سرمایه گذاری در صنعت گردشگری
۰/۳	۵	۰/۰۶	* افزایش انگیزه برای مسافرت و تفریح در روستای مورد مطالعه
۰/۲۴	۳	۰/۰۸	* وجود شهرهای پرجمعیت و بزرگ در نزدیکی این روستا از جمله شیراز، صفا شهر، هرات، آباده، بواناتو...
۰/۲	۲	۰/۱	* بهسازی و نوسازی توان‌های جغرافیایی منطقه بوانات
۰/۳	۳	۰/۱	* افزایش توجه در زمینه برنامه‌ریزی توسعه پایدار کشور جهت حفاظت از منابع طبیعی و گردشگری روستایی
۰/۸۰	۵		تهدیدها (T)
		۰/۱۶	* عدم آگاهی مسئولین از روش‌های مختلفی که می‌تواند در بخش توریسم به خصوص برای افراد کم درآمد، ایجاد درآمد کند.
۰/۳۳	۳	۰/۱۱	* بی توجهی به فرهنگ سنتی و محلی به عنوان میراث گرانبها، با افزایش گردشگران
۰/۳	۳	۰/۱	* ایجاد ناهنجاری‌های اجتماعی در مناطق گردشگری شهرستان توسط گردشگران
۳/۶۳	-	۱	مجموع

جدول ۳. ماتریس عوامل داخلی (IFE)

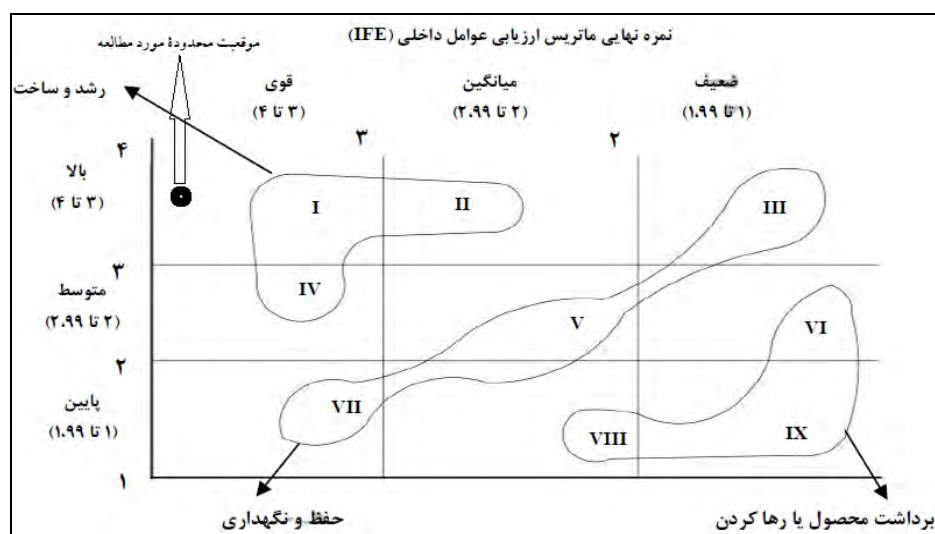
نمره نهایی	رتبه بندی	وزن	عوامل داخلی
			قوت‌ها (S)
۰/۴۵	۵		* استعداد بالای منطقه جهت سرمایه گذاری و برنامه‌ریزی توریسم به عنوان قطب مهم گردشگری در استان
۰/۴	۴	-/۰۹	* وجود فضاهای دلنشین و خالی از سر و صدا به خصوص برای شهرنشینان
۰/۲۱	۳	۰/۰۷	* اشتغالزایی بوسیله گسترش گردشگری در جهت فقر زدایی و رفع بیکاری در منطقه
۰/۱	۲	۰/۰۵	* صنایع دستی روستای شیدان
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	* آداب و رسوم، فرهنگ محلی و سنت‌های خاص مردم روستا.
۰/۷	۵	۰/۱۴	* وجود چشم اندازهای زیبا و منحصر به فرد در روستا.
۰/۴	۴	۱	ضعف‌ها (W)
۰/۵	۵	۰/۰۷	* حضور نداشتن سرمایه گذاران در بخش صنعت گردشگری بخصوص بخش خصوصی و مردمی
۰/۰۷	۱	-/۰۸	* نبود نیروهای متخصص و آموزش دیده در زمینه گردشگری
۰/۳۲	۴	-/۰۹	* عدم برنامه‌ریزی برای فرهنگ سازی گردشگران در راستای حفاظت از محیط زیست
۰/۲۵	۵	-/۰۷	* نبود تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی در روستای شیدان.
۰/۲۸	۴		* عدم برنامه‌ریزی در راستای توسعه پایدار جاذبه‌های گردشگری منطقه
			* عدم تبلیغات لازم جهت معرفی پتانسیل‌های گردشگری شهرستان
۳/۲۹	-	۱	مجموع

در قدم دوم، با استفاده از روش ماتریسی SWOT، مهم ترین عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)، مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی در روستای شیدان را لیست کرده و متناسب با این عوامل استراتژی‌هایی ارائه کرده ایم. ماتریس SWOT، در جدول (۳)، ارائه شده است.

جدول ۴. ماتریس SWOT

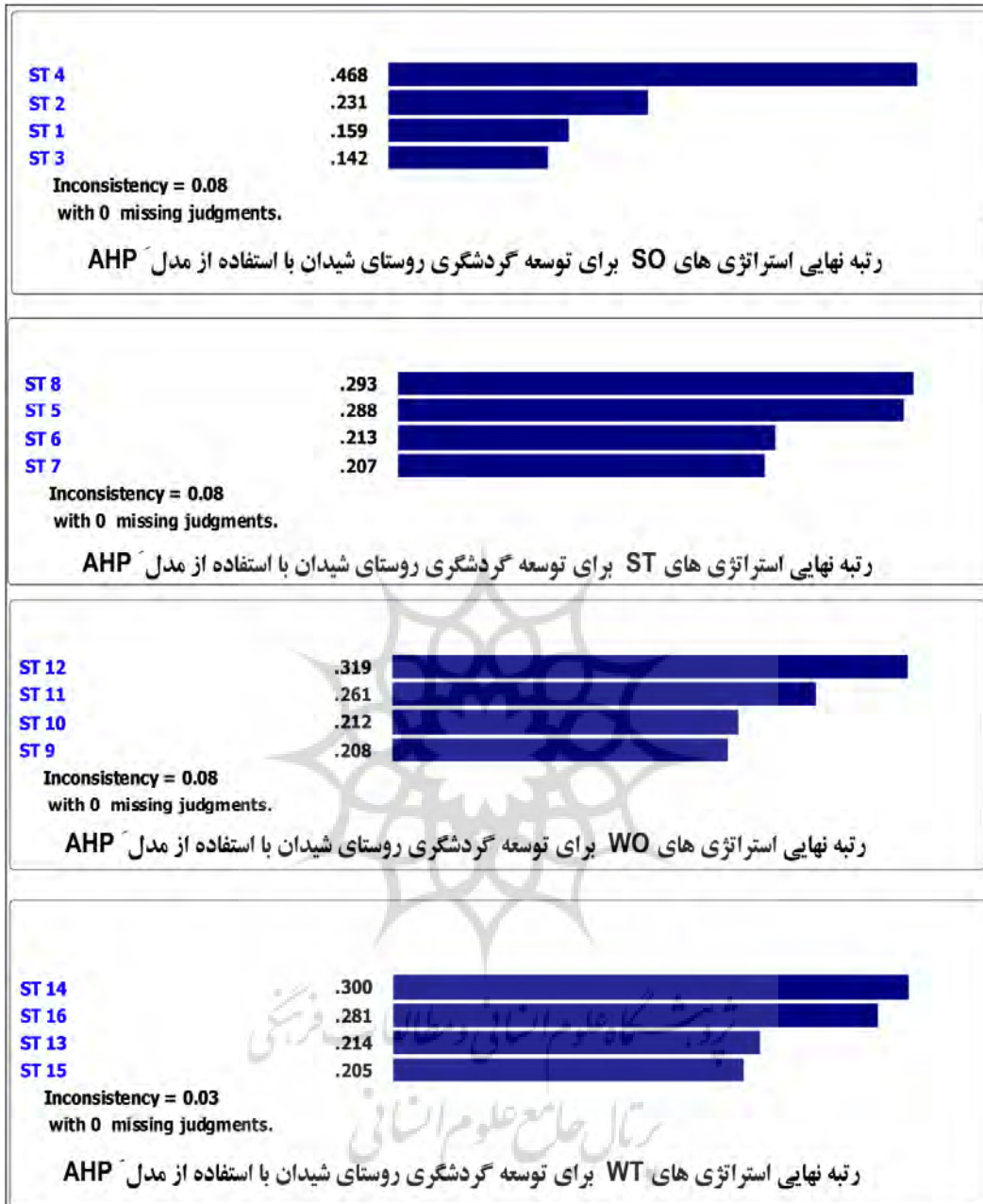
عوامل داخلی	نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)
عوامل خارجی	<p>S1. وجود چشم اندازهای زیبا و منحصر به فرد در روستای شیدان</p> <p>S2. استعداد بالای منطقه جهت سرمایه گذاری و برنامه‌ریزی توریسم به عنوان قطب مهم گردشگری در استان</p> <p>S3. وجود فضاهای دلنشین و خالی از سر و صدا به خصوص برای شهرنشینان</p> <p>S4. اشتغالزایی بوسیله گسترش گردشگری در جهت فقر زدائی و رفع بیکاری در منطقه</p> <p>S5. صنایع دستی روستای شیدان</p> <p>S6. آداب و رسوم، فرهنگ محلی و سنت‌های خاص مردم منطقه</p>	<p>W1. نبود نیروهای متخصص و آموزش دیده در زمینه گردشگری روستایی.</p> <p>W2. عدم برنامه‌ریزی در راستای توسعه پایدار جاذبه‌های گردشگری منطقه</p> <p>W3. حضور نداشتن سرمایه گذاران در بخش صنعت گردشگری بخصوص بخش خصوصی و مردمی</p> <p>W4. نبود تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی در روستا.</p> <p>W5. عدم تبلیغات لازم جهت معرفی پتانسیل‌های گردشگری روستایی.</p> <p>W6. عدم برنامه‌ریزی برای فرهنگ سازی گردشگران در راستای حفاظت از محیط زیست</p>
فرصت‌ها (O)	<p>استراتژی‌های SO</p> <p>ST1. توسعه گردشگری بومیو تاریخی و مذهبی و صنایع دستی روستای شیدان</p> <p>ST2. افزایش توان گردشگری روستایی از طریق سرمایه گذاری در صنایع دستی روستا</p> <p>ST3. تحقق مدیریت یکپارچه گردشگری از طریق تشکیل شورای مدیریت گردشگری روستایی</p> <p>ST4. توسعه زیرساخت ها و امور زیر بنایی و تجهیزات خدمات رفاهی و زمینه سازی جذب سرمایه گذاران به فعالیت در بخش گردشگری</p>	<p>استراتژی‌های WO</p> <p>ST9. بازنگری به نوع و نحوه بهره‌گیری از مشارکت‌های مردمی در توسعه و تهیه و اجرای طرح‌ها و تجهیز مناطق</p> <p>ST10. جلب سرمایه گذاری‌های خصوصی و مردمی برای توسعه زیر ساخت‌های گردشگری روستایی</p> <p>ST11. آموزش و اطلاع رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگر به منظور جلوگیری از تعارض بین گردشگران و مردم منطقه</p> <p>ST12. جلب و جذب سرمایه خارجی در ایجاد هتل و تأسیسات توریستی</p>
تهدیدها (T)	<p>استراتژی‌های ST</p> <p>ST5. تهیه کتابچه‌های توریستی و تقسیم آنها بین گردشگران برای آشنایی آنها با فرهنگ بومی روستا</p> <p>ST6. استفاده صحیح از محیط‌های طبیعی و عدم سوء استفاده از این محیط‌ها در جهت حفظ این منابع</p> <p>ST7. تأمین امنیت و تجهیز مسیرهای توریستیو تهیه بروشورهای راهنما برای گردشگران.</p> <p>ST8. نگاه اقتصادی به صنعت توریسم و جهت ایجاد درآمد و اشتغال و توسعه منطقه</p>	<p>استراتژی‌های WT</p> <p>ST13. برگزاری نشست‌ها و سمینارهای توسعه سرمایه گذاری در صنعت گردشگری برای جذب گردشگران و تشویق آنان</p> <p>ST14. ترغیب و تشویق مردم برای مسافرت به این منطقه از طریق معرفی جنبه‌های مختلف و جاذبه‌های گوناگون</p> <p>ST15. انجام اقداماتی جدی از طرف نیروهای متخصص و نهادهای مختلف در جهت احیا و توسعه گردشگری این منطقه</p> <p>T16. قرار دادن نیروهای امنیتی در مناطق گردشگری برای جلوگیری از ناهنجاریهای اجتماعی که ممکن است برای مردم منطقه اتفاق بیافتد و نیز تأمین امنیت گردشگران</p>

در گام سوم، با استفاده از روش عوامل داخلی و خارجی (IEM)، موقعیت روستا را تعیین می‌کنیم. به طوری که مجموع امتیازات عوامل داخلی را در ستون افقی دیاگرام و مجموع امتیازات عوامل خارجی را ستون عمودی علامت می‌زنیم و نقطه‌ای که از اتصال این دو نقطه به دست می‌آید، موقعیت منطقه را جهت تعیین استراتژی‌های توسعه، نشان می‌دهد.



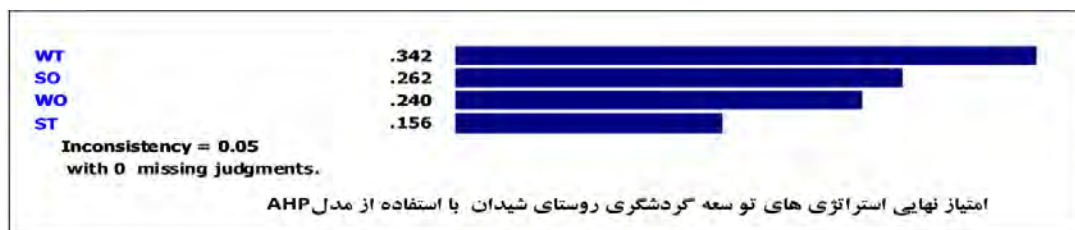
شکل ۲. موقعیت محدوده مورد مطالعه بر روی دیاگرام IEM.

در گام چهارم با استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی به اولویت بندی استراتژی‌های توسعه گردشگری می‌پردازیم. پس از تعیین اولویت هر کدام از چهار استراتژی، جهت اولویت بندی نهایی استراتژی‌های مطرح شده در ماتریس SWOT، از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی استفاده می‌کنیم و اولویت نهایی استراتژی‌ها را تعیین می‌کنیم. نتایج نشان می‌دهد در استراتژی‌های SO بیشترین امتیاز AHP به ST4 داده شده است. در استراتژی‌های ST بیشترین وزن به ST8 با امتیاز وزنی ۰/۲۹۳ بیشترین وزن را به خود اختصاص داده است. استراتژی WO استراتژی ST12 با امتیاز وزنی ۰/۳۱۹ بیشترین سطح را به خود اختصاص داده است. و استراتژی WT استراتژی ST14 وزن نهایی ۰/۳۰۰ بیشترین وزن را به خود اختصاص داده است. نتایج محاسبات در شکل (۳) نشان داده شده است.



شکل ۳. رتبه بندی استراتژی های توسعه گردشگری روستای شیدان

در رتبه بندی کلی استراتژی های توسعه نشان می دهد که مجموع استراتژی های WT با بیشترین امتیاز ۰/۳۴۲- بیشترین وزن نهایی را در مدل AHP به خود اختصاص داده است. بنابراین بیشتر تاکید برنامه ریزان باید بر روی این نوع استراتژی ها باشد.



شکل ۴. رتبه بندی کلی استراتژی‌های توسعه گردشگری روستای شیدان

۶. بحث و نتیجه گیری

ضرورت برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری، با توجه به روند روبه افزایش فناوری‌ها و کشفیات جدید که انسان‌ها را به شهرها- محورهای توسعه- وابسته می‌کند، به شدت احساس می‌شود. بنابراین، گردشگری باید از طریق روش‌های یکپارچه و مبتنی بر برنامه‌ریزی سالم، مدیریت شود، تا این صنعت سودهای قابل توجه اقتصادی را بدون به وجود آوردن مشکلات اکولوژیکی و اجتماعی، در پی داشته باشد. در این پژوهش، جهت تدوین استراتژی‌های توسعه گردشگری روستای شیدان، ابتدا با استفاده از روش‌های ماتریسی EFE و IFE، مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توریسم این روستا را رتبه بندی کرده و در ماتریس SWOT، به صورت عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)، لیست کرده‌ایم. سپس با استفاده از روش IEM، موقعیت روستا را جهت ارائه استراتژی‌هایی توسعه، مشخص کرده‌ایم و در گام آخر نیز با استفاده فرآیند تحلیل سلسله مراتبی به اولویت‌بندی استراتژی‌های مطرح شده پرداخته‌ایم. با توجه به نقاط قوت (۶ مورد)، ضعف (۶ مورد)، فرصت‌ها (۶ مورد) و تهدیدهای آن (۳ مورد) که برای محدوده مورد نظر شناسایی شده‌اند، استراتژی‌های دقیق اجرایی ارائه شده است (۱۶ استراتژی)، به طوری که بر شالوده نقاط قوت بنا شده و بر نقاط ضعف غلبه کند. علاوه بر این از فرصت‌ها استفاده نموده، تهدیدهای خارجی را تقلیل کند. به عبارتی استراتژی‌هایی ارائه می‌شود که هر چهار جنبه موضوع مورد نظر را پاسخگو باشد. پس از انجام محاسبات، استراتژی ST4- توسعه زیرساخت‌ها و امور زیربنایی و تجهیزیات خدمات رفاهی و زمینه‌سازی جذب سرمایه گذاران به فعالیت در بخش گردشگری با امتیاز ۰/۴۶۸ به عنوان بهترین استراتژی انتخاب شده است. البته برای انتخاب استراتژی‌ها، معیارهایی چند نیز وجود داشت که اهم این معیارها، عبارتند از:

- با توجه به وضعیت منطقه، سریع تر از بقیه قابل پیاده سازی باشد.
- امکان پیاده سازی و اجرای آن، به زمان و هزینه کمتری نیاز داشته باشد.
- اثر بخشی و کارایی لازم را بر اساس اهداف تعیین شده، داشته باشد.
- پیش نیازهای آن تکمیل شده باشند یا در مرحله تکمیل شدن باشند.
- پیگیری و اجرای آن، اهداف بیشتری را تحقق بخشد.
- مشکلات عمده ای را با اجرای آن استراتژی بتوان حل نمود.
- اجرای استراتژی، باعث بروز مشکل در دیگر سیستم‌ها و بخش‌ها نشود.

۷. منابع

۱. حسینی هوشیار، عطاء الله، ۱۳۸۴، طرح بهینه شبکه جاده‌های جنگلی مبتنی بر فعالیت گردشگری، مجموعه مقالات نقش صنعت گردشگری در توسعه مازندران، انتشارات رسانش.
۲. شاهنده، بهرام، ۱۳۷۸، نظام مدیریت زیست محیطی و توسعه پایدار در حوزه آزاد قشم، وزارت معادن و فلزات.

۳. شیخ کاظم، محمدرضا، ۱۳۸۶، بررسی تأثیرات متقابل گردشگری شهری بر زمینه‌های توسعه پایدار اقتصادی اجتماعی در شهرها، مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای جغرافیا، گردشگری و توسعه پایدار، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر، تهران.
۴. فرمانداری شهرستان بوانات، ۱۳۹۰، بخش آمار و اطلاعات.
۵. قادری، اسماعیل، ۱۳۸۳، آشنایی با صنعت جهانگردی، ماهنامه کجا، شماره ۱.
۶. کاظمی، مهدی، ۱۳۸۵، مدیریت گردشگری، چاپ اول، انتشارات سمت، تهران.
۷. گتی، ویتالیا و مزلو لوچانو، ۱۳۷۵، علوم جهانگردی، مترجم محمد دباغ، انتشارات مؤسسه فرهنگی ثامن‌الائمه، تهران.
۸. لی. جان، ۱۳۷۸، گردشگری و توسعه جهان سوم، مترجمین: رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا صالحی امین و معصومه سادات، شرکت چاپ و نشر بازرگانی وابسته به موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۹. مختاری، رضا، ۱۳۸۲، تحلیل پتانسیل‌های گردشگری منطقه باغ بهادران و برنامه‌ریزی توسعه آن، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشگاه اصفهان.
۱۰. منشی‌زاده، نصیری، ۱۳۸۰، گردشگری روستایی، ترجمه ج شاربلی ریچارد، نشر منشی، تهران.
۱۱. نعمتی، نسربین، ۱۳۸۴، راهکارهای توسعه گردشگری در ایران، مجموعه مقالات ظرفیت‌های اقتصادی ایران با تاکید بر وضعیت گردشگری ایران در بستر جهانی شدن، دانشگاه آزاد واحد فیروزکوه.
12. Abby liu, Geoffrey Wall, 2006, **planning tourism employment, a developing country perspective**, Tourism management, www.Elsevier.com/locat/tourman.
13. Altinay Mehmet, HussainKashif., 2005, **Sustainable tourismdevelopment: a case study of North Cyprus**, International Journal of Contemporary HospitalityManagement, Volume : 17, Issue:3 pp:272 - 280
18. Briedenhanen J.,Wickens E., 2004, **Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas – vibrant hopes or imposible dream? tourism management**, www.Elesver .com/cate/tourman .p1.
19. Sharpley. J. and Richard., 1997, **Rural Tourism: An Introduction**, PN. 4.
20. Chaffee.E.E., 1985, **three models of strategy**, academy ofmanagement review, 10 (1):89-96.
21. Font Xavier and Ahjem Tor E., 1999, **Searching for a balance in tourism development strategies, international journal of contemporary hospitality management**, Volume: 11; Issue: 2/3,pp 73-77
22. Long, P.T., R.R. Perdue and L. Allen., 1990, **Rural Resident tourismPerceptions and Attitudes by Community Level of Tourism**, Journalof Travel research, 28(3).
23. Richardson,B and Richardson,R., 1989, **Business Planning: AnApproach to Strategic Management**, Pitman, London.
24. Reinholde TK., Diara, A., 2000,**The role of tourism in development planning** ,Department of Business managemen.
25. Tribe,John., 1997, **Corporate Strategy for Tourism**, Thomson.