



Assessment of Optimal Tourism Development Strategy in Rural Areas by SWOT Model with Emphasis on Lyzangan Village

ARTICLE INFO

Article Type

Descriptive Study

Authors

Rabiee H.* PhD,
Firoozi M.¹ MA

How to cite this article

Rabiee H, Firoozi M. Assessment of Optimal Tourism Development Strategy in Rural Areas by SWOT Model with Emphasis on Lyzangan Village. Political Spatial Planning. 2019;1(1):59-67.

ABSTRACT

Aims Rural tourism is a process in rural development that can provide the basis for rural economic and environmental development in terms of income growth, employment generation, and sustainable rural livelihoods. The aim of the present study was to investigate the optimal tourism development strategy in rural areas by SWOT model with emphasis on Lyzangan village.

Instrument & Methods This research was carried out in 2016 and using the SWOT model as well as using descriptive-analytical method and field survey and the IEA analysis method, the strategic assessment of the tourism development potentialities of this village was performed; appropriate strategies were suggested by weighting and prioritizing these factors.

Findings Thirteen internal strengths and 10 internal weaknesses as well as 10 external opportunities and 8 external threats were examined. Totally, 23 strengths and opportunities were identified as advantages and 18 weaknesses and threats were recognized as limitations in the tourism of Layzangan.

Conclusion The suitable climate in warm seasons and the quiet and noiseless environment of the region are considered the most important advantages of tourism development of the region, respectively. Lack of culture of accepting tourism among the host community and lack of informing and advertising for the village are the most important weaknesses in tourism development of the region, respectively. Introducing cultural attractions of the region such as handicrafts, traditions, etc. as well as the high potentialities of the region to expand ecotourism are the most important opportunities of the region. Damage to the environment and the residential context of the village as well as the elimination of the wildlife generation as a result of predation by hunters are considered the most important external threats in the region.

Keywords Rural Tourism; Strategic Assessment; Lyzangan Village

CITATION LINKS

[1] The role of ecotourism in environmental protection [2] Rural planning with emphasis on Iran [3] Rural tourism-an overview [4] Rural tourism development (sustainable tourism approach) [5] Pre-poor tourism strategies: Marking tourism work for the poor; a review of experience [6] Rural tourism development tools using the SWOT model: Lavasan-e Koochak village [7] Sustainable tourism and ecotourism (environmental perspective) [8] Social impacts of tourism: Host perception [9] Tourism planning: Concepts, basics and cases [10] A meta analysis of rural tourism development evaluation with an emphasis on strategic factors (SWOT) [11] Geography and tourism [12] The role of rural tourism in rural development [13] Sustainable development and rural tourism [14] Physical-spatial analysis of Karaj city development with emphasis on urban intelligence growth indicators [15] Research and advice on strategic environmental assessment [16] Sustainable tourism in Iran: Functions, challenges and solutions [17] Analysis of internal tourism market of Isfahan [18] Factors affecting investment attraction in Chabahar free zone and prioritizing them using AHP math technique [19] An analysis of the location of Beheshti International Airport using a strategic model (SWOT) [20] Tourism impacts on rural development by polling the villagers in Kan and Sulaghan [21] Development of tourism development strategy of Lorestan province based on SWOT analysis and network analysis process (ANP)

*Political Geography Department,
Geographical Science Faculty,
Kharazmi University, Tehran, Iran

¹Rural Geography Department, Geo-
graphical Science Faculty, Kharazmi
University, Tehran, Iran

Correspondence

Address: -

Phone: +98 (21) 86070786

Fax: +98 (21) 86070786

hosseinrabiei@hotmail.com

Article History

Received: October 12, 2017

Accepted: February 14, 2018

ePublished: March 3, 2019

ارزیابی استراتژی بهینه توسعه گردشگری در مناطق روستایی با استفاده از مدل SWOT با تاکید بر روستای لایزنگان

حسین ربیعی* PhD

گروه جغرافیای سیاسی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

معصومه فیروزی MA

گروه جغرافیای روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

چکیده

اهداف: گردشگری روستایی فرآیندی در توسعه روستایی است که می‌تواند زمینه توسعه اقتصادی و زیست‌محیطی روستایی را در زمینه افزایش درآمد، اشتغال‌زایی و معیشت پایدار روستایی فراهم کند. هدف مقاله حاضر ارزیابی استراتژی مناسب توسعه گردشگری با استفاده از مدل SWOT در روستای لایزنگان بود.

ابزار و روش‌ها: این پژوهش در سال ۱۳۹۵ انجام شد و با استفاده از مدل SWOT و با روش توصیفی-تحلیلی و پیمایش میدانی و روش تجزیه و تحلیل IEA به ارزیابی استراتژیک قابلیت‌های توسعه گردشگری این روستا پرداخت و با وزن‌دهی و اولویت‌بندی عوامل مذکور، استراتژی‌های مناسب پیشنهاد شد.

یافته‌ها: تعداد ۱۳ نقطه قوت داخلی در برابر ۱۰ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۱۰ فرصت خارجی در برابر ۸ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شد. در مجموع ۲۳ نقطه قوت و فرصت به‌عنوان مزیت‌ها و ۱۸ ضعف و تهدید به‌عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای گردشگری روستای لایزنگان شناسایی شد.

نتیجه‌گیری: اقلیم مناسب در فصول گرم سال و محیط آرام و بدون سروصدای منطقه، به‌ترتیب به‌عنوان مهم‌ترین مزایای توسعه گردشگری محدوده مورد مطالعه به حساب می‌آیند. فقدان فرهنگ گردشگری در بین جامعه میزبان و عدم اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب برای روستا به‌ترتیب مهم‌ترین نقاط ضعف توسعه گردشگری محدوده مورد مطالعه هستند. معرفی جاذبه‌های فرهنگی منطقه از قبیل صنایع دستی، آداب و رسوم و غیره و وجود پتانسیل‌های بالای منطقه برای گسترش اکوتوریسم مهم‌ترین فرصت‌های منطقه محسوب می‌شوند. آسیب‌رساندن به محیط زیست و بافت مسکونی روستا و از بین رفتن نسل حیات وحش بر اثر شکار توسط شکارچیان به‌عنوان مهم‌ترین تهدیدهای خارجی منطقه قلمداد می‌شوند.

کلیدواژه‌ها: گردشگری روستایی، ارزیابی استراتژیک، روستای لایزنگان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۸/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۲۵

*نویسنده مسئول: hosseinrabiei@hotmail.com

مقدمه

یکی از اهداف مهم توسعه روستایی، کاهش بیکاری و ایجاد و افزایش فرصت‌های شغلی است. بیکاری و کمبود فرصت‌های شغلی که نتیجه عدم تعادل بین عرضه و تقاضای نیروی کار در روستاهاست، از جمله مشکلات اصلی نواحی روستایی کشور به شمار می‌آید. از سوی دیگر، کاهش اشتغال در بخش کشاورزی این واقعیت را نشان می‌دهد که در آینده، افزایش اشتغال در نواحی روستایی بیشتر در گرو توسعه بخش‌های صنعت و خدمات خواهد بود^[۱]. به همین دلیل بیشتر صاحب‌نظران در استراتژی‌های توسعه روستایی به متنوع‌سازی اقتصاد روستایی و کارا نمودن آن از طریق ایجاد انواع فعالیت‌های اقتصادی تاکید می‌کنند^[۲]. گردشگری یکی از مهم‌ترین منابع کسب درآمد برای کشورهای دنیاست، به‌طوری که این منبع درآمد آن‌قدر مهم و ارزشمند شده که به‌عنوان یک صنعت شناخته می‌شود.

گردشگری روستایی دربرگیرنده دامنه وسیعی از فعالیت‌ها، جاذبه‌های طبیعی و انسان‌ساخت، مواد غذایی و تسهیلات، حمل‌ونقل و سیستم‌های اطلاعات و بازاریابی است. این نوع

گردشگری تنها دربرگیرنده گردشگری مزرعه نیست بلکه علاوه بر گردشگری مزرعه شامل نوع خاصی از فعالیت‌ها از قبیل اکوتوریسم، پیاده‌روی، کوهنوردی، صخره‌نوردی، گردشگری ماجراجویی، گردشگری ورزشی، گردشگری سلامت، شکار، سفرهای آموزشی، گردشگری میراث و هنرهای دستی و در برخی مناطق گردشگری قومی نیز می‌شود که فرصتی را برای بازدیدکنندگان فراهم می‌کند تا به‌طور مستقیم محیط‌های طبیعی و کشاورزی را تجربه کنند^[۳].

این صنعت تلفیقی از فعالیت‌ها، خدمات و صنایع مختلف است و به دو دسته کلی منابع جهانگردی و زیرساخت‌ها تقسیم می‌شود. منابع جهانگردی شامل منابع طبیعی، فرهنگی و انسان‌ساخت و زیرساخت‌ها دربرگیرنده تمامی ساخت‌وسازهای زیربنایی و روبنایی یک کشور هستند^[۴].

توسعه گردشگری در نواحی روستایی و استفاده از جاذبه‌های متعدد طبیعی و فرهنگی روستا به‌عنوان منبع درآمد و معیشت مردم روستا و درعین‌حال کمک به حفظ سرمایه‌ها و جاذبه‌های منحصره‌فرد طبیعی و فرهنگی روستا یکی از راهبردهایی است که در بسیاری از کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته است^[۵].

توجه به موضوع گردشگری روستایی، از دهه ۱۹۵۰ میلادی 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 برنامه‌ریزان و صاحب‌نظران در کشورهای مختلف با ارایه راهبردها و راهکارهای گوناگون، فعالیت‌ها و اقدامات گسترده‌ای در فراهم‌کردن زمینه جذب گردشگر، توسعه و گسترش فعالیت‌های گردشگری انجام داده‌اند^[۶]. از رویکردهای ارایه‌شده در زمینه گردشگری روستایی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

رویکرد سیستمی: یکی از مکاتبی که امروزه در اغلب حوزه‌های علمی مقبولیت یافته است و بررسی‌ها و تجزیه و تحلیل‌های علمی بر مبنای آن انجام می‌گیرد، دیدگاه و تفکر مکتب سیستمی است. ویژگی مثبت این دیدگاه، پرهیز از تفکر تک‌بعدی و یک‌سونگر است. فردی که جهان‌بینی و نحوه تفکر خود را بر نگرش سیستمی استوار می‌کند، با پرهیز از یک‌سونگری می‌کوشد با بررسی درباره کلیت یک موضوع و با در نظر گرفتن کلیه ارتباطات ممکن (البته در حد امکان) به شناخت کامل‌تری از آن موضوع دست یابد و در موقعیت شناخته‌شده‌تری به فعالیت خود در آن زمینه ادامه دهد^[۷]. اگر سیستم، مجموعه‌ای از عناصر مرتبط و پیوسته دانسته شود که یک کل واحد را تشکیل می‌دهد و هدفی خاص را دنبال می‌کند^[۸] آنگاه درک گردشگری به‌مثابه یک سیستم، رویکرد جامعی برای شناخت این پدیده خواهد بود؛ پدیده‌ای که متشکل از موسسات تجاری، گردشگران، جامعه و محیط است. به عقیده گان، گردشگری باید به‌مثابه یک سیستم تحلیل و تفسیر شود و هر بخش آن مرتبط با سایر بخش‌ها است و هیچ مدیر یا مالکی در سیستم گردشگری، کنترل کامل بر سرنوشت کاری خود ندارد. اصولاً مزیت رویکرد سیستمی این است که اجازه می‌دهد وضع پیچیده زندگی واقعی در مدل‌های ساده‌ای دیده شود که نشان‌دهنده پیوندهای مختلف بین عناصر درون سیستم است^[۹].

رویکرد بازساخت در گردشگری روستایی: در این رویکرد، گردشگری روستایی به‌عنوان سیاستی برای بازسازی ساختار نواحی سکونتی روستایی در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند از اتکای بیش از حد تولیدکنندگان روستایی به کشاورزی بکاهد. در این رویکرد تلاش می‌شود از گردشگری به‌عنوان ابزاری برای بازسازی مناطق روستایی در فرآیندهای اجتماعی و اقتصادی استفاده شود. این رویکرد از

بنابراین می‌توان با توجه به اهداف گردشگران، گردشگری روستایی را به شرح زیر تقسیم نمود:

۱- **گردشگری طبیعی:** که بیشتر در تعامل با جاذبه‌های اکولوژیکی قرار دارد؛

۲- **گردشگری فرهنگی:** که با فرهنگ، تاریخ و میراث فرهنگی و باستانی مردم روستایی مرتبط است؛

۳- **اکوتوریسم:** نوعی گردشگری است که علاوه بر تعامل با جاذبه‌های طبیعی (مانند رودخانه، دریاچه فصلی، کوهستان‌ها و غیره) با زندگی و هنجارهای اجتماعی مردم محلی که خود نیز در تعامل با جاذبه‌های طبیعی است، ارتباط دارد؛

۴- **گردشگری دهکده:** در این نوع گردشگری، گردشگران در مساکن دهکده‌ها اقامت کرده و در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی دهکده مشارکت می‌کنند؛

۵- **گردشگری کشاورزی:** در این نوع گردشگری، گردشگران بدون ایجاد پیامدهای منفی بر اکوسیستم مناطق میزبان، با فعالیت‌های سنتی کشاورزی در تعامل‌اند یا در آن مشارکت می‌کنند. به عبارت دیگر، گردشگری کشاورزی نوعی گردشگری است که با انواع فعالیت‌های کشاورزی ارتباط دارد، بنابراین گردشگری مبتنی بر مزرعه یکی از اجزای گردشگری کشاورزی است. گردشگری کشاورزی مفهومی گسترده‌تر دارد که جشن‌ها، موزه‌ها، ارایه محصولات و سایر جاذبه‌ها و رویدادهای فرهنگی را نیز شامل می‌شود؛

۶- **گردشگری مزرعه:** در این نوع گردشگری، اقامتگاه و سکونتگاهی در مزارع روستایی برای گردشگران در نظر گرفته می‌شود، چنان‌که با اقامت در مزارع، علاوه بر شرکت در فعالیت‌های اقتصادی و کشاورزی مربوط به مزرعه، می‌توانند از تمامی جاذبه‌های طبیعی و فعالیت‌های تفریحی در مناطق روستایی، برخوردار شوند؛

۷- **گردشگری سبز:** با وجود تداخل معنایی اصطلاح گردشگری سبز با گردشگری روستایی، نوعی از گردشگری در مناطق سرسبز را گردشگری سبز می‌دانند که از رویکرد توسعه پایدار در صنعت توریسم روستایی به وجود می‌آید. از آنجا که گردشگری سبز، بهترین رویکرد برای توسعه ارتباط همزیستی بین محیط زیست طبیعی و اجتماعی برآورد می‌شود، تحت عنوان نام‌هایی مانند گردشگری مسئول، گردشگری انعطاف‌پذیر و گردشگری سودمند قرار می‌گیرد که با توجه به اثرات زیانباری که برخی از گردشگران در نواحی روستایی ایجاد می‌کنند، کارآمدترین و بهینه‌ترین رویکرد گردشگری طبیعت‌گرای روستایی را شامل می‌شود^[11].

به‌طورکلی، گردشگری روستایی، گردشگری مزرعه و کشاورزی را نیز در بر می‌گیرد و به‌تبع آن ارایه خدماتی نظیر اسکان، پذیرایی، امکانات و وسایل سرگرمی و تفرج، برپایی جشن‌ها و مراسم محلی، تولید و فروش صنایع دستی، محصولات کشاورزی و غیره به گردشگران را نیز شامل خواهد شد^[13].

برنامه‌ریزی استراتژیک در گردشگری: از جمله مهم‌ترین رویکردها در مباحث گردشگری، رویکرد برنامه‌ریزی استراتژیک است. در برنامه‌ریزی استراتژیک اصل اساسی این است که از یک‌سو، با بهره جستن از فرصت‌های خارجی و پرهیز از تأثیرات ناشی از تهدیدات خارجی و کاهش دادن آنها، به تدوین راهبرد پرداخت و از سوی دیگر، در تدوین این استراتژی‌ها، هدف این نیست که بهترین استراتژی مشخص شود بلکه هدف در واقع تعیین استراتژی‌های قابل اجرا است^[14].

یکی از ابزارهای بسیار مهم در فرآیند تدوین راهبرد، تکنیک SWOT است که به‌وسیله آن اطلاعات مقایسه می‌شود. اساساً SWOT یک برنامه‌ریزی راهبردی است که امروزه به‌عنوان ابزاری

طریق توریسم روستایی به‌مثابه سیاست بازساخت، بازسازی در برابر افول کشاورزی و توسعه فرآورده‌ها و محصولات گردشگری دنبال می‌شود.

بر این اساس، رویکرد ساختاری بر اثر تغییرات حاصل از دگرگونی سیاست‌های کشاورزی نواحی روستایی یا گسترش حوزه عمل و خدمات‌دهی صنعت گردشگری به ساختار اقتصادی و اجتماعی سکونتگاه‌های روستایی معطوف می‌شود. از آنجا که به نظر می‌رسد گردشگری به‌عنوان فرآیند کارآفرینی متمرکز می‌تواند پاسخ مشکل نیروی کار اضافی روستایی باشد و از سویی، با استفاده از مکانیزم‌های اجتماعی و اقتصادی و برنامه‌های اجرایی شامل تولید غذاهای محلی و بازاریابی صنایع روستایی منجر به فعالیت قانونی برای بازساخت روستایی شود، این رویکرد بازساخت اقتصاد روستایی را در بستر بهبود و امکان‌دهی فرصت‌های شغلی برای روستاییان، مورد توجه قرار می‌دهد.

رویکرد کارکردی در گردشگری روستایی: رویکرد کارکردی، شیوه‌ای تحلیلی در تقسیم فرآیند سفر است که ۳ بخش اساسی را شامل می‌شود. مرحله اول مرحله‌ای پویا است که حرکت به مقصد سفر و بازگشت به مبدأ را در برمی‌گیرد؛ مرحله دوم که مرحله‌ای ایستا است، شامل اقامت در روستا می‌شود و مرحله سوم عنصری تبعی است که تأثیرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و فیزیکی-کالبدی بر محیط روستایی را نشان می‌دهد. این رویکرد به‌وسیله آلپیستر ماتیسون و جعفری و وال، در نگاهی به گردشگری به‌مثابه مجموعه‌ای از بخش‌های مرتبط که دارای پیوندها و روابط بازخوردی ویژه‌ای هستند، ارایه شده است^[10]. این رویکرد، به نابرابری‌های موجود در صنعت گردشگری جهان سوم توجه نمی‌کند و تنها به توصیف گردشگران، مقاصد سفر و تأثیرات تبعی آن در نواحی روستایی نظر دارد.

گردشگری روستایی: کنفرانس جهانی گردشگری روستایی، گردشگری روستایی را شامل انواع گردشگری با برخورداری از تسهیلات و خدمات رفاهی در نواحی روستایی می‌داند که امکان بهره‌مندی از منابع طبیعی و جاذبه‌های طبیعت را همراه با شرکت در زندگی روستایی (کار در مزرعه و کشاورزی) فراهم می‌آورد. علاوه بر این باید پذیرفت که ویژگی متمایزی مانند فعالیت‌ها و موقعیت روستایی، گردشگری روستایی را از دیگر اشکال گردشگری جدا می‌کند، دوت گردشگری روستایی را رهایی از زندگی کسالت‌بار شهری برای بهره‌گیری از مواهب طبیعی و برخورداری از جاذبه‌های طبیعی (مانند جنگل‌ها، مراتع، رودخانه و غیره) می‌داند که در محیط روستایی با ارایه تسهیلات رفاهی و خدماتی (خوراک، اقامتگاه و فعالیت‌های تفریحی و ورزشی) وجود دارد^[10] از دیدگاهی وسیع‌تر می‌توان گردشگری روستایی را دربرگیرنده دامنه‌ای از فعالیت‌ها و خدمات مربوط به تفریح و آرامش گردشگران دانست که به‌وسیله کشاورزان و مردم روستایی برای جذب گردشگران به مناطق خود و به‌منظور کسب درآمد صورت می‌گیرد^[11].

براساس تعریف کمیسیون اروپایی (۱۹۸۶)^[12]، گردشگری روستایی تنها شامل گردشگری کشاورزی نمی‌شود، بلکه همه فعالیت‌هایی که گردشگران در مناطق روستایی انجام می‌دهند را در برمی‌گیرد. از این رو می‌توان گفت که افراد به دلایل مختلف و انگیزه‌های متفاوت از نواحی روستایی بازدید می‌کنند و در بسیاری از فعالیت‌های گردشگری نیز شرکت خواهند کرد؛ به همین دلیل نیز انواع خاصی از گردشگری در نواحی روستایی وجود دارد که به شخص مسافر، ویژگی‌های مقصد و انگیزه سفر بستگی دارد.

نوبن برای تحلیل عملکردها و وضعیت شکاف، مورد استفاده طراحان و ارزیابان راهبرد قرار می‌گیرد^[15].

توسعه صنعت گردشگری در یک منطقه نیازمند ایجاد و توسعه زیرساخت‌های گردشگری از قبیل امکانات خدماتی- رفاهی و اقامتی مناسب، امنیت کافی برای گردشگران، وجود جاده‌ها و راه‌های مواصلاتی مناسب، وجود خدمات بهداشتی در مراکز اقامتی و بین‌راهی، وجود قوانین مناسب برای ورود و خروج گردشگران، تبلیغات و رفتارهای فرهنگی مناسب است^[16].

هرکدام از کشورها سعی می‌کنند با ایجاد و توسعه زیرساخت‌های مناسب گردشگری و نیز تبلیغ جاذبه‌های منحصر به فرد خود، باعث جذب بیشتر مسافر و به تبع آن ورود ارز بیشتر به کشورشان شوند. این کار امروزه تا آنجا پیش رفته که حتی کشورهایی که تاریخ و تمدن زیادی نداشته‌اند هم به فکر افتاده‌اند تا با ایجاد زیرساخت‌های مناسب از قبیل مراکز تفریحی، مراکز خرید و سایر تسهیلات و خدمات توریستی و البته تبلیغات موثر، به جذب گردشگر از سایر نقاط دنیا بپردازند. اما وضعیت این صنعت در کشور ما به گونه دیگری است. ایران سرزمینی چهار فصل و با تمدنی چند هزار ساله است که از جاذبه‌های متنوع و منحصر به فرد تاریخی، مذهبی، فرهنگی، طبیعی و غیره برخوردار است، اما با این وجود هنوز نتوانسته است جایگاه واقعی خود را در دنیا به دست آورد و کمترین بهره را از ورود مسافران خارجی دارد^[17]. به عقیده برخی از فعالان صنعت گردشگری، مهم‌ترین اشکال در صنعت گردشگری ایران نبود زیرساخت‌های لازم مانند عدم تبلیغات توسط سفارت‌خانه‌های ایران در سایر کشورها، نبود هتل‌ها و مراکز اقامتی مطابق سلیقه مسافران خارجی و همچنین نبود نیروی متخصص و آموزش‌دیده برای فعالیت در این عرصه است^[18].

روستای لایزنگان به‌عنوان روستای هدف گردشگری در شرق شهرستان داراب و جنوب شرقی استان فارس واقع شده است که به دلیل دارا بودن فضاهای روستایی و طبیعت بکر، غارها، چشمه‌ها، سبک معماری و پلکانی بودن خانه‌های آن و نیز داشتن کوهستان‌ها و باغ‌های انگور، گردو، بادام و از همه مهم‌تر باغ‌های گل محمدی که از گلاب آن برای شست‌وشوی کعبه استفاده می‌شود، دارای پتانسیلی است که می‌تواند در زمینه جذب گردشگر به اوج خود برسد ولی آن‌چنان که شایسته است از پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های آن استفاده چندانی نشده است.

فراهم آوردن خدمات و تسهیلات به‌عنوان یکی از الزامات توسعه گردشگری در محدوده مورد مطالعه، باعث شناخته‌تر شدن منطقه و افزایش تعداد گردشگران و طول مدت اقامت آنها در آنجا شده و زمینه‌های توسعه گردشگری روستای لایزنگان را فراهم می‌کند. در زمینه استراتژی‌های توسعه گردشگری در داخل و خارج از کشور تحقیقات زیادی انجام شده که در این مقاله به اختصار به تعدادی از آنها اشاره شده است (جدول ۱).

در مکان‌های مختلف، استراتژی‌های توسعه گردشگری روستایی بسته به محیط جغرافیایی، پتانسیل‌ها و امکانات و نیز محدودیت‌های موجود، وضعیت‌های مخصوص به خود دارد و باید برای تعیین اولویت‌ها و سیاست‌های توسعه گردشگری روستایی، در هر نقطه مبتنی بر ویژگی‌های همان نقطه اقدام کرد. از این رو تحلیل ویژگی‌ها و ظرفیت‌های گردشگری روستای لایزنگان ضروری می‌نماید.

هدف مقاله حاضر بررسی و ارزیابی استراتژی بهینه توسعه گردشگری در مناطق روستایی با استفاده از مدل راهبردی SWOT با تاکید بر روستای لایزنگان بود.

جدول ۱) پیشینه برخی تحقیقات انجام شده در حوزه گردشگری روستایی

تحقیقات خارجی

کیم و همکاران با استفاده از داده‌های آماری سال‌های ۲۰۰۳-۱۹۸۰ رابطه گردشگری و رشد اقتصادی را در تایوان بررسی کرده‌اند. نتایج آنها نشان می‌دهد گردشگری و رشد اقتصادی در تایوان یکدیگر را تقویت می‌کنند [Kim et al., 2006: 925-33].

کوبایاشی و همکاران با استفاده از ابعاد توسعه پایدار و بررسی قوت‌های درون‌سازمانی و حمایت سیاست‌گزاران برون‌سازمانی به‌عنوان فرصت‌های منطقه به رفع مشکلات اقتصادی روستاهای هوکایدو پرداخته‌اند [Kobayashi et al., 2001].

دریستاکیس اثر گردشگری بر رشد اقتصادی بلندمدت یونان را با استفاده از روش علت گرنجر بررسی کرده و مشخص کرد یک رابطه علی قوی دوطرفه بین درآمد‌های حاصل از گردشگری بین‌المللی و رشد اقتصادی در کشور یونان مشاهده می‌شود [Dritsakis, 2004: 305-16].

تحقیقات داخلی

رکن‌الدین افتخاری و مهدوی در پژوهشی تحت عنوان راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لوانسان کوچک؛ به این نتیجه می‌رسند که آستانه آسیب‌پذیری نقاط روستایی به‌علت گردشگری‌پذیر بودن بسیار بالا است و نیازمند بازنگری، ارایه سیاست‌های مناسب در جهت رفع محدودیت‌ها و استفاده از مزیت‌های نسبی موجود است [Roknodin, Eftekhari & Mahdavi, 2006: 1-30].

پورجعفر و همکاران در مقاله فراتحلیلی از ارزیابی رویکردهای توسعه گردشگری روستایی با تاکید بر تحلیل عوامل راهبردی (SWOT)، به این نتیجه رسیده‌اند که رویکرد راهبردی در رویه تحلیل عوامل راهبردی (SWOT)، می‌تواند با برخورداری از نگاه همه‌جانبه و انعطاف‌پذیر به متغیرها و مولفه‌های گردشگری روستایی، بیشینه کارآمدی در حوزه برنامه‌ریزی، طرح‌ریزی و اجرا در توسعه گردشگری روستایی را فراهم آورد که می‌بایستی در ساختار فعلی اجتماعی، اقتصادی، زیست محیطی و سیاستی ایران مورد ارزیابی قرار گیرد [Pourjaafar et al., 2012: 61-72].

رضوانی و مرادی در پژوهشی به بررسی امکان‌سنجی توسعه گردشگری با رویکرد سیستمی در روستاهای حاشیه کویر میقان اراک پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که با برنامه‌ریزی و مدیریت یکپارچه فعالیت‌های گردشگری از جمله تبلیغات و بازاریابی و توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری، می‌توان تقاضا برای توسعه گردشگری در سطح روستاهای منطقه را افزایش داد و از نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی برای توسعه گردشگری استفاده کافی به عمل آورد [Rezvani & Moradi, 2013: 15-40].

شماعی و همکاران در مقاله ارزیابی استراتژیک قابلیت‌های توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر جوانرود)، به این نتیجه می‌رسند که شهرستان جوانرود، به‌علت تعدد ضعف‌ها و تهدیدها و عدم بهره‌گیری درخور از معدود فرصت‌های ایجاد شده، فاصله زیادی با شرایط مطلوب یک حوزه گردشگری دارد. به‌منظور تاکید بر رفع آسیب‌پذیری ناحیه مطالعه شده، استراتژی تدافعی باید در اولویت برنامه‌های توسعه گردشگری قرار گیرد [Shamaei et al., 2016: 33-52].

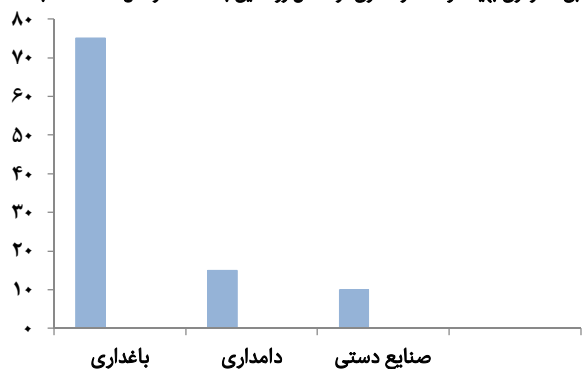
امیراحمدی و همکاران در مقاله راهبردهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT (مطالعه موردی: روستای حصار)، نتایج تحقیق نشان می‌دهند که روستای مورد مطالعه نیازمند بازنگری و ارایه سیاست‌های مناسب برای رفع محدودیت‌ها و استفاده از مزیت‌های نسبی موجود است [Amirahmadi et al., 2013].

ترسیم: (نگارندگان)

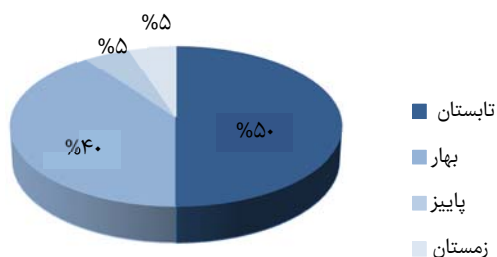
ابزار و روش‌ها

مقاله حاضر ماهیتی توصیفی- تحلیلی و پیمایشی دارد و در زمره مطالعات تحلیلی از نوع راهبردی قرار می‌گیرد. برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از روش‌های اسنادی، کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد.

در سال ۱۳۹۵ در راستای اهداف تحقیق و براساس استراتژی توسعه گردشگری روستایی از مدل گفته شده به‌منظور شناسایی، طبقه‌بندی و تحلیل عوامل استراتژیک محیط درونی و بیرونی استفاده شد. بدین منظور محیط داخلی (نقاط قوت و ضعف) و محیط خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) مشخص شد. ابتدا به هریک از عوامل با توجه به اهمیت آن از صفر تا ۱ امتیاز داده شد. سپس مجدداً به



نمودار ۱) درصد فعالیت مردم روستای لایزنگان



نمودار ۲) فصول اوج گردشگری روستای لایزنگان

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل SWOT بهره گرفته شد. دیدگاه این مدل انتخاب راهبرد مناسبی است که قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. به عبارتی چهار بعد تجزیه و تحلیل SWOT به شرح زیر قابل تعریف می‌شوند:

الف- نقاط قوت: بخش‌هایی از عملیات که نقش قابل توجهی در موفقیت بخش گردشگری دارند. ب- نقاط ضعف: آن دسته از مشخصات بخش گردشگری که کیفیت محصول را پایین می‌آورند. ج- فرصت‌ها: فرصت‌هایی که منتهی به بهبود و گسترش قابل توجه و همچنین، توسعه تقاضای جدید و عمده می‌شوند. د- تهدیدها: هرگونه روند، رویداد یا عاملی هستند که می‌توانند آینده گردشگری را به شکل منفی و ناخوشایند تحت تاثیر قرار دهند. این چهار حالت با همدیگر پیوند داده می‌شوند و گزینه‌های راهبردی از بین آنها انتخاب می‌شوند [19].

۱- استراتژی‌های SO: به عنوان استراتژی‌های تهاجمی (تلفیق قوت با فرصت) شناخته می‌شوند؛
 ۲- استراتژی‌های WO: به عنوان استراتژی‌های رقابتی (تلفیق ضعف با فرصت) شناخته می‌شوند؛
 ۳- استراتژی‌های ST: به عنوان استراتژی‌های محافظه کارانه (تلفیق قوت و تهدیدات) شناسایی می‌شوند؛
 ۴- استراتژی‌های WT: به عنوان استراتژی‌های تدافعی (تلفیق ضعف و تهدیدات) شناخته می‌شوند [20, 21] (شکل ۲).
 در راستای تعیین موقعیت و تصمیم‌گیری استراتژیک و نتایج SWOT، تجزیه و تحلیل با استفاده از ابزار آنالیز درونی و بیرونی (IEA) انجام شد (جدول ۲).

هریک از عوامل با توجه به میزان اثرگذاری و جذابیت در راستای هدف پژوهش، امتیازی از ۱ تا ۴ داده شد. حاصل ضرب دو ستون امتیاز و وزن عوامل در ستونی به نام وزن نهایی آمد. با نظرسنجی از ۲۰ نفر اعم از افراد بومی و کارشناسان گردشگری که با قابلیت‌های گردشگری منطقه آشنا و از آنجا بازدید کرده بودند برای ارایه طرح راهبردهای تهاجمی، رقابتی، محافظه کارانه و تدافعی در این قسمت به فهرست نمودن مهم‌ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای روستای لایزنگان پرداخته شد. سپس در مورد نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌های گردشگری منطقه لایزنگان، ضریب (میزان اهمیت این عوامل در صنعت گردشگری که از صفر "اهمیت ندارد" تا ۱ "بسیار مهم است") و رتبه (به میزان اهمیت این عوامل در گردشگری لایزنگان نمره ۱ بیانگر ضعف اساسی، نمره ۲ بیانگر ضعف کم، نمره ۳ بیانگر نقطه قوت و نمره ۴ نشان‌دهنده قوت بسیار بالا) اختصاص داده شد. سپس امتیاز نهایی آنها از ضرب ضریب در رتبه به دست آمد و در نهایت مجموع امتیاز نهایی آنها محاسبه و ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی استخراج شد.

محدوده مورد مطالعه: محدوده مکانی این پژوهش روستای لایزنگان از توابع شهرستان داراب، واقع در استان فارس است که بین رشته کوه‌های جنوبی زاگرس قرار دارد. این روستا از نظر مختصات جغرافیایی در ۵۴ درجه و ۵۵ دقیقه طول شرقی و ۲۸ درجه و ۴۰ دقیقه عرض شمالی قرار دارد و جمعیت آن بالغ بر ۲۰۰۰ نفر است. لایزنگان روستایی کوهستانی با ارتفاع ۲۰۰۰ متر از سطح دریا، شرایط و اوضاع جوی و اقلیمی یک منطقه میان کوهی را دارا است و از نقاط سردسیر شهرستان محسوب می‌شود، به گونه‌ای که آب و هوا در این روستا در فصل زمستان بارانی و برفی و در فصل تابستان نسبتاً خنک است (شکل ۱).

سرماي آن در سردترین روزهای زمستان به ۲°C تا ۳°C- می‌رسد و در گرم‌ترین روزهای تابستان از ۳۵°C تا ۳۷°C بالاتر نمی‌رود و از این لحاظ دارای آب و هوای معتدل کوهستانی است و متوسط بارندگی آن در سال‌های پرباران معادل ۸۰۰ میلی‌متر است. از نظر ژئومورفولوژی روستا حالتی دشت‌مانند دارد که دورتادور آن را کوه فراگرفته است. شغل بیشتر مردم روستا کشاورزی است و حداکثر درآمد خود را از این طریق تأمین می‌کنند. انجام فعالیت‌های مربوط به تولید صنایع دستی نیز بین زنان روستا رواج دارد و زنان علاوه بر همکاری در فعالیت‌های کشاورزی، در زمان بیکاری به بافتن قالی، جاجیم، گلیم و انواع وسایل تزئینی دیگر مشغول‌اند. در این روستا مکان‌های دیدنی، غارها و چشمه‌های بسیار زیادی وجود دارد که گردشگران بسیاری را به خصوص در فصول بهار و تابستان به سمت خود جذب می‌کند (نمودار ۱ و ۲).



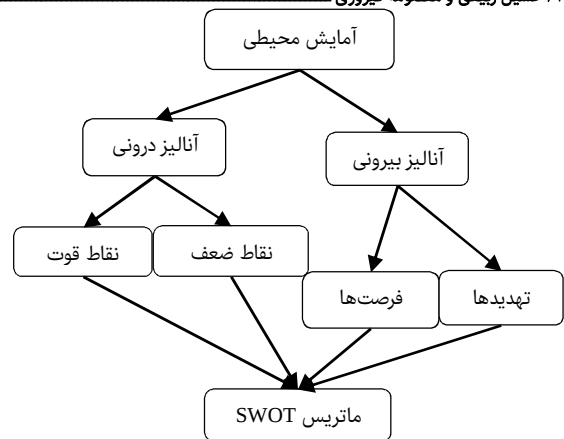
شکل ۱) نقشه موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه: ترسیم: (نگارنگان)

پتانسیل‌های بالای منطقه برای گسترش اکوتوریسم با ضریب اهمیت ۰/۰۵۸ و امتیاز ۴ و وزن نهایی ۰/۲۳۲ به‌عنوان مولفه دوم فرصت‌های منطقه لایزنگان بیان شد. این در حالی است که مولفه قرارگیری در مسیر جاده عبوری به سمت استان هرمزگان با ضریب اهمیت ۰/۰۵۲ و امتیاز ۳ و وزن نهایی ۰/۱۵۶ به‌عنوان کم‌اهمیت‌ترین فرصت بیرونی جهت توسعه گردشگری این منطقه محسوب شد (جدول شماره ۴).

جدول ۳) میانگین وزن نهایی عوامل درونی موثر بر توسعه گردشگری لایزنگان

عوامل درونی	ضریب رتبه	امتیاز نهایی
نقاط قوت		
1S اقلیم مناسب منطقه در فصول گرم سال	۴	۰/۰۴۸
2S وجود مسکن و خانه‌هایی با بافت قدیمی و پلکانی در منطقه	۳	۰/۰۴۲
3S وجود ظرفیت‌های طبیعی و اکولوژیکی بالا	۳	۰/۰۴۳
4S قرارگیری منطقه لایزنگان در یک دره سرسبز و پوشیده	۳	۰/۰۴۶
5S محیط آرام و بدون سروصدای منطقه لایزنگان	۴	۰/۰۴۴
6S آداب‌ورسوم و فرهنگ محلی و سنتی	۳	۰/۰۳۷
7S وجود نیروی انسانی جوان و کارآمد	۳	۰/۰۳۹
8S وجود ارتفاعات برای فعالیتهایی از قبیل کوهنوردی، راهپیمایی و غیره	۳	۰/۰۳۸
9S وجود چشمه‌ها، غارها و حیات وحش زیبا	۳	۰/۰۴۷
10S موسیقی سنتی روستا	۳	۰/۰۳۶
11S مهمان‌نوازی مردم منطقه	۳	۰/۰۴۶
12S تنوع گونه‌های زیستی و جانوری	۳	۰/۰۴۲
13S وجود پوشش گیاهی متنوع به‌خصوص درختان انگور و گل محمدی	۳	۰/۰۴۳
امتیاز نهایی کل	-	۱/۷۴۵
نقاط ضعف		
1W عدم توجه، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بخش‌های دولتی در منطقه	۱	۰/۰۵۱
2W فقدان فرهنگ گردشگری‌پذیری در بین جامعه میزبان	۲	۰/۰۴۷
3W نبود اقامتگاه‌ها یا مکان‌های سکونت برای اقامت شبانه گردشگران	۱	۰/۰۵
4W عدم وجود نیروی متخصص برای اطلاع‌رسانی به گردشگران	۱	۰/۰۴۶
5W عدم حفاظت از جاذبه‌های گردشگری و تخریب آنها	۲	۰/۰۴۲
6W عدم دسترسی آسان به کلیه جاذبه‌های منطقه	۲	۰/۰۳۷
7W عدم اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب برای روستا	۲	۰/۰۴۶
8W نبود تابلوهای راهنما برای پتانسیل‌های گردشگری	۱	۰/۰۴۶
9W وابستگی بیشتر مردم منطقه به فعالیتهای کشاورزی	۲	۰/۰۴
10W نامناسب بودن زیرساخت‌های گردشگری (جاده‌ها، سرویس‌های بهداشتی و غیره)	۲	۰/۰۴۴
امتیاز نهایی کل	-	۰/۷۰۵
مجموع کل امتیاز عوامل درونی	-	۲/۴۵

تهدیدها: از مجموع ۸ تهدید عنوان‌شده، مولفه آسیب‌رساندن به محیط زیست و بافت مسکونی روستا با ضریب اهمیت ۰/۰۶۳ و امتیاز ۲ و وزن نهایی ۰/۱۲۶ به‌عنوان مهم‌ترین تهدید توسعه گردشگری منطقه شناخته شد. از بین رفتن نسل حیات وحش بر اثر شکار توسط شکارچیان با ضریب اهمیت ۰/۰۵۹ و امتیاز ۲ و وزن نهایی ۰/۱۱۸ به‌عنوان مولفه دوم تهدیدهای توسعه گردشگری منطقه بیان شد. مولفه افزایش انحرافات اجتماعی با ضریب



منبع: (محمدی ده چشمه وزنگی‌آبادی، ۱۳۸۷: ۳)

شکل ۲) چارچوب تحلیلی SWOT

جدول ۲) الگوی ارزیابی و انتخاب استراتژیک براساس SWOT

ماتریس SWOT	نقاط قوت S	نقاط ضعف W
فرصت‌ها O	استراتژی‌ها SO	استراتژی‌ها WO
تهدیدها T	استراتژی‌ها ST	استراتژی‌ها WT

یافته‌ها

در منطقه مورد مطالعه، تعداد ۱۳ نقطه قوت داخلی در برابر ۱۰ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۱۰ فرصت خارجی در برابر ۸ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شد (جدول ۳ و ۴). در مجموع ۲۳ نقطه قوت و فرصت به‌عنوان مزیت‌ها و ۱۸ ضعف و تهدید به‌عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای پیش روی گردشگری روستای لایزنگان شناسایی شد:

نقاط قوت: از مجموع ۱۳ نقطه قوت عنوان‌شده، مولفه اقلیم مناسب منطقه در فصول گرم سال با ضریب اهمیت ۰/۰۴۸ و امتیاز ۴ و وزن نهایی ۰/۱۹۲ به‌عنوان مهم‌ترین مولفه از نقاط قوت گردشگری روستای مورد مطالعه شناخته شد. پس از آن محیط آرام و بدون سروصدای منطقه لایزنگان با ضریب اهمیت ۰/۰۴۴ و امتیاز ۴ و وزن نهایی ۰/۱۷۶ در جایگاه بعدی نقاط قوت قرار گرفت. در مقابل موسیقی سنتی روستا با ضریب اهمیت ۰/۰۳۶ و امتیاز ۳ و وزن نهایی ۰/۱۰۸ کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت توسعه گردشگری در این منطقه بود (جدول شماره ۳).

نقاط ضعف: از مجموع ۱۰ نقطه ضعف عنوان‌شده، مولفه فقدان فرهنگ گردشگری‌پذیری در جامعه میزبان با ضریب اهمیت ۰/۰۴۷ و امتیاز ۲ و وزن نهایی ۰/۰۹۴ به‌عنوان مهم‌ترین مولفه از نقاط ضعف شناخته شد؛ و پس از آن مولفه عدم اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب برای روستا با ضریب اهمیت ۰/۰۴۶ و امتیاز ۲ و وزن نهایی ۰/۰۹۲ به‌عنوان مولفه دوم ضعف‌ها بیان شد. مولفه عدم وجود نیروی متخصص برای اطلاع‌رسانی به گردشگران و نبود تابلوهای راهنما برای پتانسیل‌های گردشگری هر کدام با ضریب اهمیت ۰/۰۴۶ امتیاز ۱ و وزن نهایی ۰/۰۴۶ کمترین اولویت را در میان نقاط ضعف داشتند (جدول شماره ۳).

فرصت‌ها: در مجموع ۱۰ فرصت برای توسعه گردشگری روستای لایزنگان عنوان شد که مولفه معرفی جاذبه‌های فرهنگی منطقه از قبیل صنایع دستی، آداب‌ورسوم و غیره با ضریب اهمیت ۰/۰۶۱ و امتیاز ۴ و وزن نهایی ۰/۲۴۴ به‌عنوان مهم‌ترین مولفه فرصت گردشگری منطقه شناخته شد. در پی این مولفه، وجود

ارزیابی استراتژی بهینه توسعه گردشگری در مناطق روستایی با استفاده از مدل SWOT با... ۶۵
 با توجه به مجموع وزن نهایی هریک از عوامل درونی (۲/۴۵) و بیرونی (۲/۵۷)، استراتژی‌های تهاجمی (SO) در اولویت استراتژی حوزه مورد مطالعه قرار گرفت (نمودار ۳).

اهمیت ۰/۰۳۹ و امتیاز ۱ و وزن نهایی ۰/۰۳۹ به‌عنوان کم‌اهمیت‌ترین عامل تهدیدها برای توسعه گردشگری منطقه شناخته شد (جدول ۴، ۵، ۶).

جدول ۴) میانگین وزن نهایی عوامل بیرونی موثر بر توسعه گردشگری لایزنگان

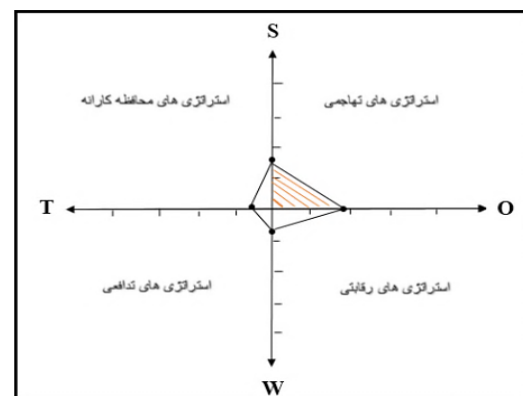
عوامل بیرونی	ضریب	رتبه	امتیاز نهایی
فرصت‌ها			
O1 توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در زمینه توسعه گردشگری	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
O2 انگیزه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زمینه توسعه گردشگری	۰/۰۵۵	۳	۰/۱۶۵
O3 اشتغال‌زایی	۰/۰۶۱	۳	۰/۱۸۳
O4 سرمایه‌گذاری روی منابع طبیعی موجود در منطقه	۰/۰۷۱	۳	۰/۲۱۳
O5 وجود پتانسیل‌های بالای منطقه برای گسترش اکوتوریسم	۰/۰۵۸	۴	۰/۲۳۲
O6 وجود قابلیت طبیعت‌گردی در تمام منطقه به‌ویژه از نوع کوهنوردی	۰/۰۵۷	۳	۰/۱۷۱
O7 امکان تلفیق گردشگری طبیعی منطقه با جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی	۰/۰۶۴	۳	۰/۱۹۲
O8 قرارگیری در مسیر جاده عبوری به سمت استان هرمزگان	۰/۰۵۲	۳	۰/۱۵۶
O9 معرفی جاذبه‌های فرهنگی منطقه از قبیل صنایع دستی، آداب‌ورسوم و غیره	۰/۰۶۱	۴	۰/۲۴۴
O10 افزایش انگیزه مردم بومی برای مشارکت در توسعه گردشگری منطقه	۰/۰۶۱	۳	۰/۱۸۳
امتیاز نهایی کل	-	-	۱/۹۱۹
تهدیدها			
T1 از بین بردن فرهنگ و آداب‌ورسوم سنتی روستا	۰/۰۴۹	۲	۰/۰۹۸
T2 آسیب‌رساندن به محیط زیست و بافت مسکونی روستا	۰/۰۶۳	۲	۰/۱۲۶
T3 از بین رفتن نسل حیات وحش بر اثر شکار توسط شکارچیان	۰/۰۵۹	۲	۰/۱۱۸
T4 تخریب و آسیب‌رساندن به آثار تاریخی روستا	۰/۰۵۹	۱	۰/۰۵۹
T5 عدم اختصاص بودجه برای توسعه گردشگری	۰/۰۴۷	۲	۰/۰۹۴
T6 افزایش انحرافات اجتماعی	۰/۰۳۹	۱	۰/۰۳۹
T7 فصلی‌بودن صنعت گردشگری و افزایش میزان بیکاری مردم بومی	۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳
T8 افزایش شلوغی و تراکم جمعیت	۰/۰۴۱	۲	۰/۰۸۲
امتیاز نهایی کل	-	-	۰/۶۵۹
مجموع کل امتیاز عوامل بیرونی	۱	-	۲/۵۷

جدول ۵) اولویت‌بندی عوامل درونی تاثیرگذار استراتژیک بر توسعه گردشگری روستای لایزنگان

عوامل درونی
اولویت‌بندی نقاط قوت (S)
S1 اقلیم مناسب منطقه در فصول گرم سال
S2 محیط آرام و بدون سروصدای منطقه لایزنگان
S3 وجود چشمه‌ها، غارها و حیات وحش زیبا
S4 مهمان‌نوازی مردم منطقه
S5 قرارگیری منطقه لایزنگان در یک دره سرسبز و پوشیده
S6 وجود ظرفیت‌های طبیعی و اکولوژیکی بالا
S7 وجود پوشش گیاهی متنوع به‌خصوص درختان انگور و گل محمدی
S8 وجود مسکن و خانه‌هایی با بافت قدیمی و پلکانی در منطقه
S9 تنوع گونه‌های زیستی و جانوری
S10 سرمایه‌گذاری بر روی منابع طبیعی موجود در منطقه
S11 وجود ارتفاعات برای فعالیتهایی از قبیل کوهنوردی، راهپیمایی و غیره
S12 آداب‌ورسوم و فرهنگ محلی و سنتی
S13 موسیقی سنتی روستا
اولویت‌بندی نقاط ضعف (W)
W1 فقدان فرهنگ گردشگری‌پذیری در بین جامعه میزبان
W2 عدم اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب برای روستا
W3 نامناسب‌بودن زیرساخت‌های گردشگری (جاده‌ها، سرویس‌های بهداشتی و غیره)
W4 عدم حفاظت از جاذبه‌های گردشگری و تخریب آنها
W5 وابستگی بیشتر مردم منطقه به فعالیت‌های کشاورزی
W6 عدم دسترسی آسان به کلیه جاذبه‌های منطقه
W7 عدم توجه، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بخش‌های دولتی در منطقه
W8 نبود اقامتگاه‌ها یا مکان‌های سکونتی برای اقامت شبانه گردشگران
W9 عدم وجود نیروی متخصص برای اطلاع‌رسانی به گردشگران
W10 نبود تابلوهای راهنما برای پتانسیل‌های گردشگری

جدول ۱) اولویت‌بندی عوامل بیرونی تاثیرگذار استراتژیک بر توسعه گردشگری روستای لایزنگان

عوامل بیرونی
اولویت‌بندی فرصت‌ها (O)
O1 معرفی جاذبه‌های فرهنگی منطقه از قبیل صنایع دستی، آداب و رسوم و غیره
O2 وجود پتانسیل‌های بالای منطقه برای گسترش اکوتوریسم
O3 افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح
O4 امکان تلفیق گردشگری طبیعی منطقه با جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی
O5 افزایش انگیزه مردم بومی برای مشارکت در توسعه گردشگری منطقه
O6 اشتغال‌زایی
O7 توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در زمینه توسعه گردشگری
O8 وجود قابلیت طبیعت‌گردی در تمام منطقه به‌ویژه از نوع کوهنوردی
O9 انگیزه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زمینه توسعه گردشگری
O10 قرارگیری در مسیر جاده عبوری به سمت استان هرمزگان
اولویت‌بندی تهدیدها (T)
T1 آسیب‌رساندن به محیط زیست و بافت مسکونی روستا
T2 از بین رفتن نسل حیات وحش بر اثر شکار توسط شکارچیان
T3 از بین بردن فرهنگ و آداب و رسوم سنتی روستا
T4 عدم اختصاص بودجه برای توسعه گردشگری
T5 افزایش شلوغی و تراکم جمعیت
T6 تخریب و آسیب‌رساندن به آثار تاریخی روستا
T7 فصلی‌بودن صنعت گردشگری و افزایش میزان بیکاری مردم بومی
T8 افزایش انحرافات اجتماعی



نمودار ۳) تعیین اولویت استراتژی در روستای لایزنگان با روش IEA

بحث

امروزه گردشگری به‌عنوان یکی از ارکان اساسی در توسعه پایدار مناطق، به‌ویژه مناطق روستایی مطرح است که با برنامه‌ریزی دقیق و اصولی و شناسایی قابلیت‌ها و محدودیت‌های پیش روی آن، می‌توان جایگاه آن را در سطوح گوناگون توسعه داد. با توجه به منابع نظری تحقیق و مطالعات میدانی به‌عمل‌آمده، به‌منظور آرایه راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری روستایی، به‌وسیله تکنیک SWOT، ظرفیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری در منطقه مورد مطالعه مشخص و پاسخ‌های عملی و راهکارهایی برای توسعه گردشگری ارائه شد.

با بررسی هریک از عوامل داخلی و خارجی، به اولویت‌بندی عوامل تاثیرگذار (نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید) بر توسعه گردشگری روستای لایزنگان و با استفاده از روش IEA به تعیین استراتژی‌ها پرداخته شد. در این روش با توجه به ماتریس ارزیابی عوامل اولویت‌دار داخلی و خارجی و نمره‌های به‌دست‌آمده در ابعاد افقی-عمودی یک ماتریس چهاروجهی قرار گرفت و با توجه به نمره نهایی ماتریس ارزیابی داخلی و خارجی، موقعیت نقطه‌ای راهبردی تعیین شد.

براساس نتایج آنالیز IEA مبتنی بر اهمیت عوامل درونی و بیرونی موثر بر فرآیند توسعه گردشگری لایزنگان، استراتژی‌های تهاجمی (SO) می‌بایست در اولویت برنامه‌های توسعه گردشگری منطقه مورد مطالعه قرار گیرد.

این استراتژی، مطلوب‌ترین و مناسب‌ترین وضعیت یک پدیده را نشان می‌دهد و به این معناست که می‌توان با استفاده از توانایی‌ها و نقاط قوت و نیز با استفاده از فرصت‌های مناسب پیش رو، حداکثر بهره‌برداری از پدیده را مدنظر داشت و توسعه آن را پیگیری کرد. از جمله مهم‌ترین استراتژی‌های تهاجمی عبارت‌اند از:

۱- تشویق‌کردن بخش‌های خصوصی به سرمایه‌گذاری در ایجاد تسهیلات گردشگری در روستای لایزنگان؛

۲- ایجاد زمینه مشارکت افراد بومی به‌خصوص نیروی کار فعال در برنامه‌ریزی گردشگری منطقه و فعالیت در مشاغل مرتبط با گردشگری و ایجاد اشتغال‌زایی در منطقه؛

۳- سرمایه‌گذاری بخش‌های دولتی و خصوصی روی منابع طبیعی منطقه برای توسعه توره‌های کوهنوردی، غارنوردی و دیگر فعالیت‌های اکوتوریستی.

با بهره‌گیری از فرصت‌ها و نقاط قوت موجود در منطقه می‌توان بر تهدیدها و نقاط ضعف موجود غلبه کرد. از طرفی با مدیریت کارآمد و ایجاد تسهیلات و اماکن گردشگری و اقامتی و دیگر الزامات گردشگری مورد نیاز در منطقه می‌توان زمینه‌ای را برای جذب بیشتر گردشگر به منطقه فراهم آورد و به توسعه روستا کمک کرد.

برتری‌ها و مزیت‌های این روستا عمدتاً محدود به جاذبه‌های طبیعی است. همچنین نیازمندی‌ها و کمبود امکانات تاسیساتی و تجهیزاتی به لحاظ گردشگری در روستا فراوان است.

پیشنهاد می‌شود به‌منظور استفاده بهینه از عوامل مهمی مانند اقلیم مناسب در فصول گرم سال و محیط آرام و بدون سروصدای منطقه، بر توسعه تبلیغات و اطلاع‌رسانی برای جذب گردشگران تاکید شود. همچنین با فرهنگ‌سازی جامعه محلی در رابطه با اهمیت و منافع حاصل از گردشگری و مشارکت آنها در برنامه‌های توسعه گردشگری منطقه می‌توان فقدان فرهنگ گردشگری‌پذیری در جامعه میزبان و عدم اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب برای روستا را برطرف کرد. ضمن اینکه با برگزاری انواع توره‌های گردشگری نیز می‌توان جاذبه‌های فرهنگی منطقه و همچنین پتانسیل‌های بالای منطقه برای گسترش اکوتوریسم را به‌شکل مطلوب معرفی نمود. باید توجه داشت که از بین بردن خطر آسیب‌رساندن به محیط زیست و بافت مسکونی روستا و جلوگیری از نابودی نسل حیات وحش بر اثر شکار توسط شکارچیان نیازمند مدیریت و برنامه‌ریزی موثر است.

نتیجه‌گیری

اقلیم مناسب در فصول گرم سال و محیط آرام و بدون سروصدای منطقه، به‌ترتیب به‌عنوان مهم‌ترین مزایای توسعه گردشگری محدوده مورد مطالعه به حساب می‌آیند. فقدان فرهنگ گردشگری‌پذیری در جامعه میزبان و عدم اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب برای روستا به‌ترتیب مهم‌ترین نقاط ضعف توسعه گردشگری محدوده مورد مطالعه هستند. معرفی جاذبه‌های فرهنگی منطقه از قبیل صنایع دستی، آداب و رسوم و غیره و در پی این مولفه، وجود پتانسیل‌های بالای منطقه برای گسترش اکوتوریسم مهم‌ترین فرصت‌های منطقه محسوب می‌شوند. آسیب‌رساندن به محیط زیست و بافت مسکونی روستا و

از بین رفتن نسل حیات وحش بر اثر شکار توسط شکارچیان به عنوان مهم ترین تهدیدهای خارجی منطقه قلمداد می شوند.

تشکر و قدردانی: نویسندگان بر خود لازم می دانند از حمایت های دانشگاه خوارزمی برای به نتیجه رسیدن پژوهش قدردانی کنند.

تأییدیه اخلاقی: موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

تعارض منافع: موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

سهم نویسندگان: حسین ربیعی (نویسنده اول)، نگارنده مقدمه/روش شناس/پژوهشگر اصلی/نگارنده بحث (۵۰٪)؛ معصومه فیروزی (نویسنده دوم)، نگارنده مقدمه/تحلیلگر آماری/پژوهشگر اصلی (۵۰٪)

منابع مالی: موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

منابع

1- Rezvani AA. The role of ecotourism in environmental protection. J Environ Stud. 2003;29(31):115-22. [Persian]

2- Moteeiy Langeroodi H. Rural planning with emphasis on Iran. 1st Edition. Mashhad: Academic Center for Education, Culture and Research; 2003. [Persian]

3- Irshad H. Rural tourism-an overview [Internet]. Alberta: Government of Alberta, Agriculture and Rural Development [updated 2011 Jan 26; cited 2016 Apr 3]. 2010. Available from:

<http://www1.agric.gov.ab.ca/%24Department/deptdocs.nsf/all/csi13476/%24FILE/Rural-Tourism.pdf>.

4- Rezvani M. Rural tourism development (sustainable tourism approach). Tehran: Tehran University Press; 2015. [Persian]

5- Ashely C, Roe D, Goodwin H. Pre-poor tourism strategies: Marking tourism work for the poor, a review of experience. Nottingham: Russell Press; 2001. Available from:

<https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/3246.pdf>.

6- Roknodin Eftekhari A, Mahdavi D. Rural tourism development tools using the SWOT model: Lavasan-e Koochak village. Modarres Hum Sci. 2006;10(2):1-30. [Persian]

7- Zahedi Sh. Sustainable tourism and ecotourism (environmental perspective). Tehran: Allameh Tabataba'i University; 2006. [Persian]

8- King B, Pizam A, Milman A. Social impacts of tourism: