

شناسایی و تحلیل پتانسیل‌ها و چالش‌های توسعه گردشگری منطقه ساردوئیه

رحمت‌اله منشی‌زاده^۱، یعقوب مزارزهی^{۲*}، سیدرضا حسینی کهنوج^۲، لایین رضانی^۱

۱- گروه جغرافیای انسانی و آمایش، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
۲- گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱/۲۲

تأیید نهایی مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۱۱

چکیده

با توجه به اینکه راهبردهای گذشته در زمینه توسعه نواحی نتوانسته‌اند در حل مسائل و معضلات موجود در نواحی روستایی موفقیت آمیز عمل کنند. یکی از راهبردهای که اخیراً مورد توجه قرار گرفته، بحث توسعه گردشگری در نواحی محروم و دارای پتانسیل‌های لازم می‌باشد که به عنوان رویکردی نوین و باصرفه می‌تواند در جهت رفع این معضلات و تجدید حیات روستاها نقش مهمی ایفا نماید و در کاهش شکاف منطقه‌ای و بهبود شاخص‌های توسعه بسیار تأثیرگذار باشد. این پژوهش با هدف تعیین راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری منطقه ساردوئیه از توابع شهرستان جیرفت تدوین شده است و در پی پاسخ به این سؤالات می‌باشد که پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری روستایی این منطقه کدام است؟ و چه راهبردها و راهکارهایی برای توسعه این نوع گردشگری می‌توان ارائه داد؟ روش به کار رفته، توصیفی-تحلیلی که با استفاده از اطلاعات پیمایشی و اسنادی و بهره‌گیری از مدل استراتژیک سوات به شناسایی نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها و ارائه راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری منطقه ساردوئیه پرداخته شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد منطقه مورد مطالعه علی‌الرغم برخورداری از پتانسیل‌های بالا در زمینه توسعه گردشگری، با تهدیدها و چالش‌های جدی و اساسی مواجه است. لذا برنامه‌ریزی مناسب و اولویت دهی به توسعه گردشگری با استفاده از توانمندی‌های موجود، می‌تواند تهدیدها و ضعف‌های توسعه گردشگری این منطقه را برطرف نماید و نهایتاً به عنوان گام مهمی برای توسعه پایدار روستایی این منطقه عمل نماید.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، گردشگری روستایی، توسعه روستایی، منطقه ساردوئیه، مدل SWOT.

مقدمه

گردشگری یکی از فعالیت‌های مهمی است که در دهه‌های اخیر از جایگاه ویژه‌ای در توسعه فعالیت‌های انسانی برخوردار بوده است. آن‌چنان که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی می‌نامند. در واقع امروزه گردشگری به عنوان یک صنعت مطرح می‌شود (میرکتولی و مصدق، ۱۳۸۹). به طوری که با وجود فن‌آوری مدرن و دگرگونی‌های همه‌جانبه و پیشرفت‌های حاصل شده در زمینه حمل و نقل، زندگی انسانی (به ویژه در جوامع شهری) با مشکلات زیادی از جمله مسائل روانی مواجه است. لذا مسافرت و تغییر مکان موقت جهت تجدید قوای جسمی و روحی به عنوان یکی از نیازهای اساسی مطرح است (رضوانی، ۱۳۸۵). علاوه بر اینکه به عنوان راه‌حلی جهت حل معضلات روحی و روانی مطرح است، این صنعت به عنوان صنعتی پویا و دارای ویژگی‌های بارز و منحصر بفرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و تولیدی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را نیز به خود اختصاص داده است (UNWTO, 2007) و دربردارنده تمامی پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه کنندگان و فروشندگان محصولات صنعت گردشگری، دولت‌ها و جوامع میزبان، در فرایند جذب و پذیرایی از گردشگران می‌باشد (Mcintosh et al, 1995). از جمله نتایج و دستاوردهای عمده‌ای آن می‌توان به جنبه اشتغال‌زایی و تأثیر آن بر توسعه، تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در فعالیت‌های اقتصادی، صادرات نامرئی، تولید ارز و اشتغال اشاره کرد (Holjevac, 2003). بر این مبنای گردشگری به مثابه یکی از بزرگترین و سریع‌ترین صنعت گسترش یافته در جهان، باعث پایداری و توسعه اکولوژیکی، اقتصادی، اجتماعی و... سکونتگاه‌های

مسیر و مقصد می‌گردد (شفیعی ثابت و همکاران، ۱۳۹۸). بنابراین ارائه روش‌های ارزیابی جامع در ابعاد گردشگری ضروری به نظر می‌رسد چرا که در کشور ایران به رغم وجود منابع گردشگری متنوع، خلاء یک روند پایدار و نظام‌مند همواره احساس می‌گردد (یمانی و همکاران، ۱۳۹۱). ایران در زمینه گردشگری توانمندی‌های بسیاری دارد و غنای جاذبه‌های گوناگون و تنوع جاذبه‌ها در ایران به حدی زیاد است که اگر متناسب با اهداف اجتماعی و اقتصادی گسترش یابد منجر به رفاه کل جامعه شده و به عنوان صنعتی مسلط در خواهد آمد (بیاتی خطیبی و همکاران، ۱۳۸۹). اما با توجه به وابستگی ایران به درآمدهای حاصل از نفت، پایان پذیر بودن این منبع و نوسان‌های شدید آن طی چند سال گذشته، لزوم تغییر در برنامه‌ها در جهت استفاده و بکارگیری منابع جایگزین به منظور رهایی از اقتصاد تک محصولی، بیش از پیش در کشور احساس می‌شود. ایران به لحاظ طبیعی و انسانی دارای پتانسیل‌های بسیار بالایی جهت گردشگری می‌باشد و برنامه‌های اصولی جهت توسعه گردشگری، می‌تواند در توسعه اقتصادی کشور نقش کلیدی ایفا کند (الوانی، ۱۳۸۵). با توجه به اهمیت این مسئله، یکی از صنایع راهبردی که در چشم‌انداز توسعه ایران در سال ۱۴۰۴ در نظر گرفته شده، صنعت گردشگری است. بر همین اساس این سند چشم‌انداز، سازمان‌های ذی‌ربط را مکلف کرده که تا سال ۱۴۰۴ باید امکانی فراهم کنند که ۲۰ میلیون گردشگر از ایران بازدید کنند. این در حالی است که بررسی‌های به عمل آمده توسط محققین مختلف نشان می‌دهد که وضعیت توریسم روستایی در کشور چندان مطلوب نبوده و در حال حاضر با مشکلات و چالش‌های گوناگونی از جمله،

مسافتی دوباره به مکان اولیه خود برمی‌گردد. این کلمه برای نخستین بار در سال ۱۸۰۰ میلادی در «فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد»^۱ چاپ گردید و به معنای کسی بود که برای تفریح یا آموختن و یا برای رسیدن به اهداف شخصی خود از چندین مکان دیدن می‌کرد (Tribe, 2009). از دیدگاه وسیع‌تر گردشگر کسی است که قصد تفریح، تجارت و دیدار خویشان به‌طور موقت نه به قصد اقامت دائم در زمانی که کمتر از یک روز و نه بیش از یک سال به مکانی خارج از حوزه زندگی و کاری خود سفر می‌کند (عبدالله زاده و همکاران، ۱۳۹۲). واژه توریسم یا گردشگری نخستین بار در سال ۱۸۱۱، در مجله انگلیسی به نام اسپورتینگ مگزین^۲ مطرح شد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت، به کار می‌رفت (محلاتی، ۱۳۸۰).

گردشگری و توسعه

رشد و گسترش گردشگری به شیوه متداول امروزی از جمله پدیده‌های مهم اواخر قرن بیستم است و نواحی روستایی و کوهستانی از مهم‌ترین عرصه‌هایی هستند که در زمینه گردشگری و فعالیت‌های وابسته به آن مورد توجه قرار گرفته‌اند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۷). امروزه استفاده از ظرفیت‌های نهفته در مناطق و نواحی روستایی با هدف کمک به اعتلا و توسعه این نواحی و تسریع روند توسعه درونزای مناطق از ابزارهای اساسی برای تحقق توسعه روستایی به شمار می‌رود. مقوله گردشگری روستایی نیز در شمار اولویت‌های اساسی‌ای است که در این فرآیند مدنظر صاحب نظران و متولیان امر توسعه نواحی روستایی قرار دارد و متأسفانه در کشور ما تاکنون در اندازه‌ای که باید مورد توجه و مدنظر قرار

ضعف سیستم بانکی و عدم تکافوی تسهیلات اعطایی بانک‌ها به بخش گردشگری، پائین بودن درآمد حاصل از فعالیت‌های گردشگری برای روستائیان (طالب و میرزائی، ۱۳۸۹)، پراکنده بودن جاذبه‌های طبیعی (دادورخانی و نیک سیرت، ۱۳۹۰)، نامناسب بودن و ناکافی بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی (شهیدی و دیگران، ۱۳۸۸)، کوتاه بودن فصل گردشگری در منطقه مورد مطالعه و آشنا نبودن روستائیان با تسهیلات گردشگری (دانش مهر و دیگران، ۱۳۹۱) مواجه می‌باشد. شهرستان جیرفت واقع در استان کرمان از این امر مستثنی نیست و دارای توان‌های بالقوه و جاذبه‌های متعدد طبیعی است. صنعت گردشگری برای توسعه این شهرستان می‌تواند بسیار راهگشا باشد. اما دستیابی به این مزایا و مطلوبیت‌ها زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که برنامه‌ریزی‌ها اصولی و بسترهای مناسب آن فراهم شده باشد. جهت برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری شهرستان جیرفت، نخستین گام شناخت توانمندی‌ها و تنگناهاست. در این راستا پژوهش حاضر با هدف بررسی و تحلیل مهم‌ترین فرصت‌ها و چالش‌های توسعه اکوتوریسم منطقه ساردوئیه در شهرستان جیرفت تدوین گردیده تا بکارگیری فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک، گامی مهم و اساسی برای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری و متعاقباً توسعه پایدار منطقه و ملی منتج از آن برداشته شود.

مبانی نظری پژوهش

معنا و مفهوم لغوی اصطلاح گردشگری

کلمه "Tour" از واژه لاتین "Tornus" گرفته شده که به معنای حرکتی دایره‌واری است که در آن فرد از یک نقطه حرکت می‌کند و بعد از طی

کالبدی قابل توجهی را نیز برای آنها به همراه داشته است در حال حاضر دست‌اندرکاران صنعت گردشگری با چالشی جدی در قالب انتظارات متضاد و ناهمگون مواجه هستند که از یک طرف، آنها تشویق شده تا موجبات گسترش گردشگری و خلق فرصت‌های کارآفرینی را در جهت کسب درآمد و سودآوری بیشتر فراهم آورند اما هم‌زمان پیامدهای آن بر محیط طبیعی، نارضایتی و گاهاً اعتراض جامعه میزبان و فعالان اجتماعی را در پی داشته و یک دید و نگرش منفی را ایجاد کرده است (عبدالله زاده و همکاران، ۱۳۹۲).

اثرات گردشگری

اثرات گردشگری بر گروه‌های انسانی است که هم شامل ساکنین مناطق گردشگری و هم خود گردشگران می‌باشد. ماهیت گردشگران و جامعه میزبان نیز در ارتباط با اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. تعامل این دو گروه در تأثیرگذاری بر انواع اثرات موضوع مهمی است. طبق گفته برنز^۳ و هلدن^۴ زمانی که اختلاف زیادی بین فرهنگ جامعه میزبان و جامعه مبدأ وجود داشته باشد احتمال بیشتر شدن اثرات بیشتر خواهد شد. گردشگری بر خود گردشگران نیز اثراتی دارد. این اثرات را می‌توان در رفتار آنها در مقصدهای گردشگری ملاحظه نمود. همچنین ممکن است این اثرات در هنگام بازگشت گردشگر از سفر خود مراجعت نموده را مشاهده کرد. برای مثال امکان دارد تجربیات گردشگران بر تصمیم آینده آنها در بازدید از مقصد اثر بگذارد. در این صورت برخی از تجربیات در خود مقصد کسب می‌شوند اگرچه تفکر در برخوردها و اثراشان در انتخاب گردشگری آن می‌تواند در انتخاب محل دیگر صوت بگیرد (ترا بیان، ۱۳۸۷). عوامل عمده مؤثر بر اثرات گردشگری عبارتند از:

نگرفته است. این سیاستگذاران و برنامه‌ریزان برای گردشگری به چشم "صنعتی که ثبات اقتصادی و جمعیتی" را برای جوامع روستایی بدنبال دارد، می‌نگرد و بسیاری نیز می‌پندارند که توسعه گردشگری راه‌حل بسیاری از مشکلاتی است که مناطق روستایی گرفتار آنها می‌باشند. پس گردشگری را عنصر لازم برای حرکت به سوی اصلاح اجتماعی و بحث ثبات جمعیتی مناطق روستایی می‌دانند (رکن الدین افتخاری و همکار، ۱۳۸۴). به هر حال آنچه مسلم بوده، این است که از نظر مخالفان و موافقان توسعه، گردشگری روستایی به‌طور فزاینده‌ای به صورت یک نوشدارو در جهت بالابردن قابلیت زیست در نواحی دورافتاده، محرک تجدید حیات سکونتگاه‌ها و نیز بهبود دهنده شرایط زندگی جوامع روستایی به حساب می‌آیند. با این وجود، اگر گردشگری روستایی به نحوی مناسب برنامه‌ریزی و مدیریت شود، می‌تواند خالق یا محرک برای حصول به پایداری توسعه در نواحی روستایی و نیز پایداری جوامع محلی در کلیه زیرساخت‌های اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، کالبدی- فیزیکی و همچنین خود صنعت گردشگری می‌باشد (شهیدی و همکاران، ۱۳۸۸). علی‌رغم این موضوع، گردشگری روستایی فعالیت 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 فرایند برنامه‌ریزی، تمامی جوانب آن مورد ملاحظه قرار گیرد تا از علل وقوع عوامل منفی جلوگیری شود و تاثیرات مثبت عوامل اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و کالبدی-- فیزیکی مرتبط با آن افزایش پیدا کند (رکن الدین افتخاری و همکار، ۱۳۹۴). به هر حال پدیده گردشگری، هزینه‌های اجتماعی، اقتصادی و

جدید با ایجاد درآمد است. با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، بیکاری کاهش می‌یابد. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های جدید و ارتباطات و امکانات حمل و نقل افزایش تقاضا برای گردشگری را تشویق می‌کند. با این حال، اگر کنترل قیمت کالاها و خدمات به خوبی ممکن برنامه‌ریزی شده است، گردشگری منجر به کاهش اثرات منفی یا ایجاد اثر مثبت با افزایش تقاضا می‌شود (Husbands, 1989). ذکر این نکته ضروری است که گرچه توسعه گردشگری جوامع مهم است ولی تنها توجه به ایجاد اشتغال و درآمد، باعث بروز اثرات منفی گردشگری در جامعه می‌شود. لذا باید در نظر داشت گردشگری جامعه محور یک تجارت گردشگری ساده با اهداف افزایش سود سرمایه‌گذاران نیست بلکه تاکید آن بر اثرات گردشگری بر جامعه و منابع طبیعی است. بنابراین امروزه دولت‌ها علاوه بر مسئولیت‌های گذشته، مسئولیت جدیدی در ارتباط با گردشگری یاد می‌شود (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین گردشگری ممکن است باعث یک تغییر تدریجی در ارزش‌ها، اعتقادات جامعه و فرهنگی تأثیر این شیوه را ساکنان محلی به شدت احساس می‌کنند. با رعایت گردشگران، مردم محلی ممکن است سبک زندگی خود را تغییر دهد (لباس پوشیدن، غذا خوردن، سرگرمی‌ها و فعالیت‌های تفریحی، و غیره). در حالی که این تأثیر مثبت ممکن است به عنوان یک افزایش استاندارد زندگی، تفسیر آن را نیز ممکن است به عنوان نشانه‌ای از فرهنگ منفی در نظر گرفته شود (Beigi and Pakzad, 2010). گردشگری می‌تواند به تجدید حیات هنر، صنایع دستی و فرهنگ‌های محلی و کمک به تحقق هویت فرهنگی و میراث به منظور جذب گردشگران بیشتر، در ترمیم و محافظت سایت‌های

۱- گردشگری در کجا صورت می‌گیرد؟
 ۲- گردشگری در چه میزان و مقیاسی شکل گرفته است؟
 ۳- گردشگران چه کسانی هستند؟
 ۴- گردشگران در چه نوعی از فعالیت‌ها شرکت می‌کنند؟
 ۵- چه زیرساخت‌هایی برای گردشگری وجود دارد؟
 ۶- چه مدت از عمر گردشگری می‌گذرد؟
 طبق گفته مک کرچر (Mc Kercher, 1993) اگرچه اثرات به خوبی مستند گشته‌اند اما تحقیقات اندکی در مورد اینکه چرا این اثرات اجتناب ناپذیرند صورت گرفته است. به ادعای وی تعدادی از واقعیاتی که از آن‌ها به عنوان واقعیتهای ساختاری یاد می‌شود وجود دارند که توضیح می‌دهند که چرا اثرات گوناگون به ویژه اثرات منفی گردشگری صرف نظر از نوع فعالیت گردشگری ایجاد می‌شوند. می‌توان حقایق بنیادین را به عنوان عوامل عمده موثر بر اثرات گردشگری در نظر گرفت. در اوایل کار اثرات درک شده از گردشگری، که قدمت آن به سال دهه ۱۹۶۰ تمایل به تمرکز بر اثرات مثبت اقتصادی و گردشگری بود (ترابیان، ۱۳۸۷). با این حال، در دهه ۱۹۷۰، عواقب ناشی از گردشگری انتقادی بیشتر توسط انسان‌شناسان و جامعه‌شناسان که اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی تاکید کردند مورد بررسی قرار گرفت. دهه ۱۹۸۰ و دهه ۱۹۹۰ توسط یک چشم‌انداز متعادل‌تر اخیراً به نام گردشگری پایدار مشخص شده‌اند که در آن اثرات مثبت و منفی با هم مورد بحث قرار می‌گیرند (Allen, 1998). اثرات اقتصادی گردشگری معمولاً توسط ساکنان مثبت درک شده است. اول از همه، اعمال گردشگری به عنوان یک صنعت صادرات

این منطقه توانمندی‌های بسیار متنوعی در زمینه توسعه ژئوتوریسم دارد ولی ژئوتوریسم در سراسر این منطقه با تهدیدهای جدی مواجه است. محمدی ده چشمه و زنگی آبادی (۱۳۸۷) در پژوهش خود با عنوان امکان سنجی توانمندی‌های اکوتوریسم استان چهارمحال و بختیاری، با بهره‌گیری از تکنیک SWOT به ارائه راهبردهایی برای توسعه اکوتوریسم در استان چهارمحال و بختیاری پرداخته‌اند. نتایج آن‌ها نشان داد؛ این استان توانمندی‌ها و فرصت‌های بسیاری دارد که رشد و شکوفایی آنها نیاز به برنامه‌ریزی جامع و گسترده دارد. فاضل نیا و هدایتی (۱۳۸۹) در پژوهشی با روش پیمایشی و میدانی و تعیین نقاط ضعف، نقاط قوت، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری و بهره‌گیری از مدل SWOT به ارائه استراتژی‌ها و راهبردهای توسعه گردشگری دریاچه زریوار پرداخته‌اند. نتایج پژوهش آنان نشان داد، آستانه آسیب‌پذیری این دریاچه به خاطر گردشگری بودن بسیار بالاست و نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب و همچنین مدیریت واحد جهت رفع محدودیت‌ها و قابلیت‌ها و توانمندی‌های آن می‌باشد. مقصودی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان؛ تحلیل و ارزیابی پتانسیل‌ها و راهبردهای توسعه اکوتوریسم در منطقه مرنجاب به این نتیجه رسیدند که شاخص‌هایی از جمله؛ احداث و بهبود وضعیت واحدهای اقامتی خدماتی، ارائه تبلیغات گسترده، حفاظت از جاذبه‌های گردشگری، ارتقای شبکه حمل و نقل منطقه، تربیت نیروی متخصص با بهره‌گیری از مراکز آموزش گردشگری کاشان و آشنا کردن مردم بومی با فرهنگ گردشگری توسط مراکز آموزشی کاشان با هزینه دولتی و یا سرمایه‌گذاران، بیشترین اولویت جهت توسعه

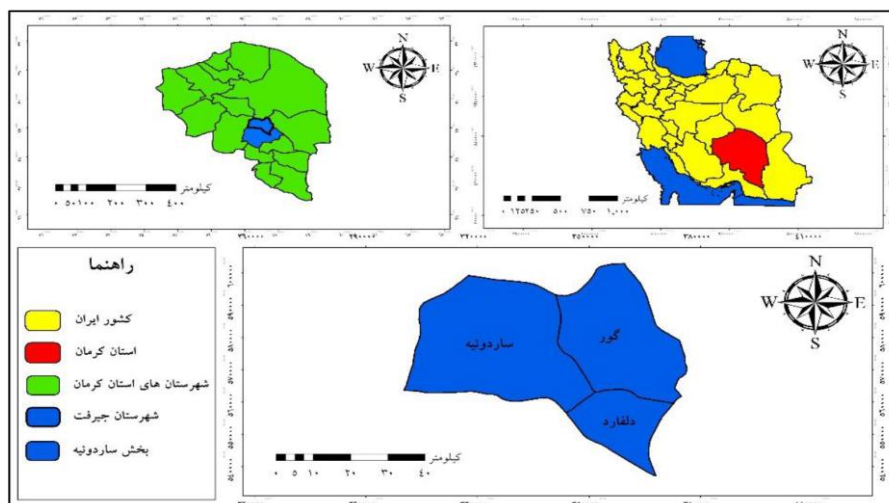
معماری و تاریخی موثر می‌شود علاوه بر این، بسیاری از مردم از فرهنگ‌های مختلف با تسهیل تبادل فرهنگ هم با استفاده از گردشگری می‌آیند. علاوه بر اثرات فرهنگی آن، گردشگری برای کمک به تغییر در سیستم‌های ارزشی، رفتار فردی، روابط خانوادگی، شیوه زندگی جمعی، رفتار اخلاقی و سازمان‌های اجتماعی تصور می‌گردد که این نوع از تأثیرهای اجتماعی مثبت یا منفی است. با توسعه گردشگری در منطقه، ممکن است تغییرات در ساختار اجتماعی جامعه وجود خواهد داشت (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۸). گرچه در این پژوهش با دیدگاهی نسبتاً متفاوت و به صورت سیستماتیک به بررسی موضوع مورد مطالعه پرداخته شده ولی از مهم‌ترین مطالعاتی که مشابه موضوع این پژوهش انجام گرفته می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: شارپلی (Sharply, 2002)، در نتایج تحقیقات خود به این نتیجه رسیده است که عدم حمایت مالی و عمرانی در درازمدت نقش مؤثری در عدم توسعه گردشگری نواحی روستایی ایفا می‌کند. نیلسون (Nilsson, 2002)، در مطالعه خود در پارک ملی آمریکا با استفاده از مدل سوات، چارچوبی مفهومی را برای تحلیل سیستمی منطقه مورد مطالعه خود فراهم نمود و از این طریق، کلیه نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در پارک را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. بیگی و پاک زاد (Beigi and Pakzad, 2010) در تحقیقی با عنوان «قابلیت‌های ژئوتوریسمی تالاب گاو خونی با استفاده از مدل SWOT» و تحقیقات میدانی مهم‌ترین قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری تالاب گاو خونی را مورد بررسی قرار دادند و به ارائه استراتژی برای توسعه ژئوتوریسم این منطقه پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که گرچه

کشوری و نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن، دارای ۴۰۳ آبادی دارای سکنه و مشتمل بر چهار بخش شامل بخش‌های مرکزی، اسماعیلی، جبال بارز و ساردوئیه و سه شهر شامل شهرهای جیرفت، جبال بارز و درب بهشت است (سایت مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). بخش ساردوئیه یکی از قدیمی‌ترین بخش‌های شهرستان جیرفت بوده و در شمال غربی این شهرستان قرار دارد و مرکز آن شهر درب بهشت بوده و شامل سه دهستان دلفارد، ساردوئیه و گور می‌باشد (شکل ۱).

اکوتوریسم را دارا می‌باشند. درخشان زاده و دادرس (۱۳۹۷) در پژوهش خود با عنوان؛ واکاوری چالش‌های توسعه گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد به این نتیجه رسیدند که عوامل زیرساختی بیشتر از عوامل مدیریتی در عدم توسعه گردشگری این استان نقش داشته است.

منطقه مورد مطالعه

شهرستان جیرفت در فاصله ۲۵۰ کیلومتری مرکز استان قرار دارد و براساس آخرین تقسیمات



شکل ۱: موقعیت بخش ساردوئیه در شهرستان جیرفت

استراتژیک SWOT به شناسایی نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها پرداخته شده و در نهایت با استفاده از مدل QSPM مهم‌ترین راهبردها در زمینه توسعه گردشگری منطقه ساردوئیه ارائه شده است. جامعه آماری این پژوهش شهرستان جیرفت و جامعه نمونه شامل ۲۵ نفر از کارشناسان و متخصصان مرتبط با گردشگری در شهرستان جیرفت است. یکی از روش‌های مهم در فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک، مدل سوات است (Lee, et al, 2009) که ابزاری بسیار مهم برای

مواد و روش‌ها

این پژوهش که با هدف تعیین راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری منطقه ساردوئیه واقع در شهرستان جیرفت تدوین شده در پی پاسخ به این سوالات است که پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری منطقه کدام است؟ و چه راهبردها و راهکارهایی برای توسعه این نوع گردشگری در این منطقه می‌توان تعیین نمود؟ در این تحقیق با روش توصیفی-تحلیلی و استفاده از اطلاعات میدانی و اسنادی و بهره‌گیری از مدل

قوت و به تهدیدها به عنوان نیروی تبدیل به فرصت نگریسته شود و همچنین استراتژی‌ها در بعضی مواقع باید دستیابی به چشم انداز را رها کنند تا بتوانند با محیط درحال تغییر هماهنگ شوند. سلسله فرایند بکارگیری این مدل شامل سه مرحله اساسی می‌باشد که عبارتند از: الف) تهیه فهرست فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و نقاط ضعف حتی المقدور به صورت کمی، ب) محاسبات کمی و وزندهی به شاخص‌ها، ج) تهیه ماتریسی (به صورتی که در شکل ۱ آمده) که در آن شاخص‌های چهارگانه اولیه به صورت دو به دو ترکیب می‌شوند.

تحلیل سیستماتیک عوامل داخلی و خارجی یک سازمان می‌باشد (Yukseil, 2007). از طریق این مدل سعی می‌شود ضعف‌ها به قوت‌ها تبدیل شود و با به حداقل رساندن ضعف‌های داخلی و تهدید-های خارجی، از فرصت‌ها حداکثر استفاده به عمل آید (Arslan and Deha, 2008). این مدل به لحاظ توالی زمانی آخرین مدل مطرح شده در تدوین برنامه‌ریزی استراتژیک است که در میان مدل‌های کیفی از کارآمدترین مدل است. در فرآیند اجرایی تحلیل مدل سوات، اجتناب از ضعف‌ها و تهدیدها تا حد ممکن ضروری است، می‌بایست به ضعف‌ها به عنوان پتانسیل تبدیل به

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

شکل ۲: ماتریس SWOT و نحوه تعیین استراتژی‌ها

اهمیت زیاد در توسعه گردشگری منطقه می‌باشد. سپس داده‌های گردآوری شده بر حسب مجموع وزن، وزن نسبی و امتیاز وزنی آن‌ها محاسبه شده و مجموع امتیاز نهایی هر یک از شاخص‌های چهارگانه به منظور شناسایی وضعیت هر یک از آن‌ها ارائه شده است. در نهایت با مجموع امتیازات شاخص‌های چهارگانه به وضعیت موجود از نظر عوامل داخلی و خارجی پی برده شده است. از بررسی جدول ۲. می‌توان دریافت که: مجموع امتیازهای نقاط قوت و ضعف (۲/۳۷) و پایین‌تر از میانگین عددی (۲/۵۰) است و این نشان می‌دهد، موقعیت و چشم‌انداز بخش گردشگری ساردوئیه از لحاظ محیط درونی در موقعیت نسبتاً مناسبی

نتایج

بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اکوتوریسم منطقه ساردوئیه پس از تهیه فهرست شاخص‌ها و پالایش و طبقه‌بندی آن‌ها، مجموعه این شاخص‌ها در چهار دسته موضوعی اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، محیطی و نهادی در جدول‌های ۱ و ۲ در دو گروه عوامل درونی و بیرونی مجزا شده‌اند. معیار سنجش و درجه‌بندی هر یک از شاخص‌ها بدین صورت بوده که برای هر شاخص در دامنه‌ای از (۱) تا (۵) امتیازدهی شده که (۱) به معنای داشتن اهمیت خیلی کم، (۲) به معنای اهمیت کم، (۳) به معنای اهمیت متوسط، (۴) به معنای

داشته است و نتوانسته در موقعیتی خوب قرار گیرد. امتیاز نهایی ارزیابی حاصل از عوامل موثر خارجی بر امر بازاریابی (۲/۵۷) به دست آمده است که از میانگین (۲/۵۰) بالاتر است که این نشان می‌دهد که چشم‌انداز گردشگری ساردوئیه نسبت به عوامل خارجی نیز دارای موقعیت نسبتاً برتری است و می‌شود از فرصت‌های قابل توجهی که دارد برای رفع تهدیدات استفاده کرده و با کاهش ضعف‌ها، از این فرصت‌ها بهره بهتری ببرد. پس از تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی، به منظور تبیین وضعیت کلی فرصت‌ها و چالش‌های توسعه گردشگری منطقه ساردوئیه، به صورت سیستماتیک و جامع به بررسی تطبیقی این عوامل پرداخته شده است. شکل ۳ نشان می‌دهد کشیدگی نمودار به سمت موقعیت محافظه کارانه است. از طرفی دیگر توسعه گردشگری منطقه با تهدیدهای نسبتاً زیادی نیز روبرو می‌باشد. بنابراین بالا بودن امتیاز ضعف‌ها و تهدیدها، زنگ خطر جدی برای توسعه اکوتوریسم این منطقه به شمار می‌رود.

برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)

در مرحله بعد از تعیین استراتژی‌های قابل اجرا (در مورد محدوده مورد مطالعه، تهاجمی)، یک روش تحلیلی دیگر هم وجود دارد که بدان وسیله جذابیت نسبی استراتژی‌ها را مشخص می‌کند. این روش را ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی می‌نامند. برای تشکیل این ماتریس باید از همان سوات اولیه استفاده کرد. هدف از این ماتریس تعیین جذابیت استراتژی‌ها می‌باشد که اولویت‌ها را تعیین می‌کند. یعنی تعیین میزانی که یک استراتژی می‌تواند از عوامل سرنوشت ساز داخلی و خارجی به صورت موفقیت‌آمیز استفاده کند. در این ماتریس باید برای انتخاب عوامل داخلی و

خارجی جهت بررسی در ماتریس موردنظر، در مورد هر یک از آنها باید این پرسش را مطرح کرد "آیا این عامل در فرایند انتخاب یا گزینش استراتژی‌ها نقشی عمده دارد" اگر پاسخ به این پرسش آری باشد بدین معنی است که عامل برای بررسی و ارزیابی استراتژی‌های ممکن و انتخاب استراتژی‌های قابل اجرا مهم و کلیدی است و اگر پاسخ نه باشد مبین این است که این عامل نقش مهمی در گزینش استراتژی ندارد و لزومی به بررسی آن در این ماتریس نیست. در مرحله بعد به عوامل طبق جدول ۳. با توجه به اهمیت، وزن یا ضریب می‌دهند. این ضریب‌ها همچون ضریب ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی است که نسبت به استراتژی‌هایی که در قسمت بالای جدول است، به عوامل داده می‌شود. در قسمت بعد نمره جذابیت مشخص می‌شود. نمره جذابیت مقدار عددی است که جذابیت هر استراتژی را در یک مجموعه نشان می‌دهند. این نمره قابلیت استراتژی در برخورد مناسب با عوامل داخلی و خارجی یا بهره‌گیری از آنها را نشان می‌دهد. این نمره بدین شکل داده می‌شود. ۱- بدون جذابیت، ۲- تا حدودی جذاب، ۳- دارای جذابیت معقول، ۴- بسیار جذاب. در ستون دیگر حاصل ضرب ضریب در نمره‌های جذابیت بیان می‌شود. در پایین ستون مدنظر، حاصل جمع مجموع حاصل ضرب‌ها داده می‌شود. در پایان با مقایسه جمع نمره‌های بین استراتژی‌ها، نمره‌ها نشان دهنده‌ی اولویت این استراتژی‌ها می‌باشد با توجه به نتایج حاصل از ماتریس ارزیابی کمی می‌توان ترتیب جذابیت استراتژی‌ها را به صورت زیر نشان داد. این رتبه بندی به معنی این امر است که در راستای چشم انداز مدنظر برای پتانسیل‌های گردشگری بخش ساردوئیه، برای تحقق موقعیت محافظه کارانه،

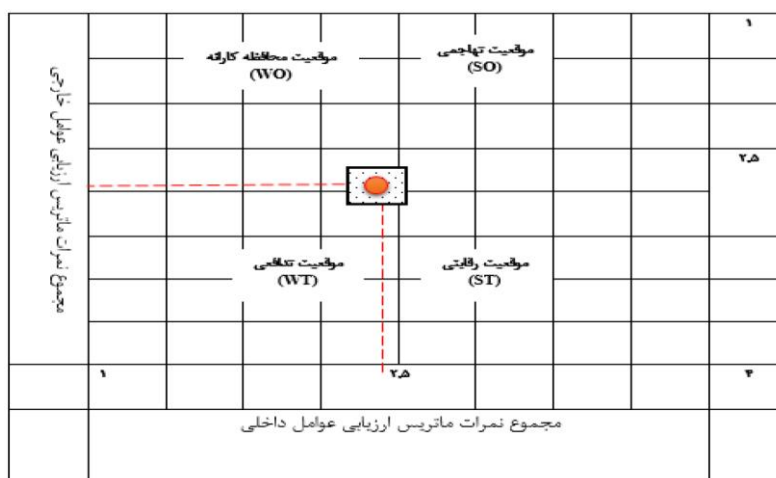
اولویت استراتژی‌ها به صورت زیر می باشد. براساس تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته استراتژی‌های محافظه کارانه ارائه شده در ۴ مورد گنجانده شده که اولویت اول «بکارگیری روش‌های مناسب مدیریتی در راستای جذب سرمایه‌های خصوصی و دولتی» می‌باشد که براساس ماتریس QSPM بالاترین امتیاز یعنی ۷/۳۰ را کسب نموده است (جدول ۴).

جدول ۱: ارزیابی موقعیت داخلی (Internal Factor Evaluation: IFE)

عوامل داخلی						
شاخص	قوت‌ها	وزن نسبی	درجه بندی	امتیاز وزنی	ضعف‌ها	وزن نسبی
اقتصادی	۱- توانایی منطقه ساردوئیه جهت ایجاد نمایشگاه و فروش صنایع دستی	۰/۱۲	۴	۰/۴۸	۱- عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه گذاری دولتی جهت توسعه گردشگری	۰/۰۳۸
	۲- ایجاد تنوع در فعالیت‌های اقتصادی	۰/۰۵۱	۲	۰/۱۰۲	۲- عدم استقبال سرمایه گذاران جهت سرمایه‌گذاری در زمینه توسعه گردشگری	۰/۰۲۲
	۳- افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی مردم بومی	۰/۰۱۴	۱	۰/۰۱۴		
	۴- کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال	۰/۰۲۲	۱	۰/۰۲۲		
اجتماعی فرهنگی	۵- احیای سنت‌های محلی	۰/۰۱۲	۴	۰/۰۴۸	۳- عدم آشنایی گردشگر با فرهنگ و آیین اعتقاد مردمی	۰/۰۱۵
	۶- ایجاد امکان آشنایی مردم بومی با نحوه زندگی مردمان دیگر	۰/۰۱۹	۲	۰/۰۳۸		
	۷- ایجاد وسعت نظر و بسط حوزه دید مردم	۰/۰۲۸	۲	۰/۰۵۶		
محیطی	۸- قابلیت‌های منطقه ساردوئیه برای جذب گردشگر	۰/۱۹	۳	۰/۵۷	۴- نامناسب بودن زیر ساخت‌ها	۰/۰۱۶
	۹- استقبال گردشگران از جاذبه اکوتوریستی شهرستان جیرفت	۰/۰۱۱	۱	۰/۰۱		
	۱۰- وجود جاذبه‌های طبیعی و چشم اندازهای زیبا	۰/۰۸۹	۳	۰/۲۶۷		
	۱۱- تأثیر وجود بارگاه امام زاده سیداحمد(ع) در جذب گردشگر	۰/۰۹۹	۳	۰/۲۹۷		
نهادهی	۱۲- ارائه خدمات اطلاعات گردشگری	۰/۰۱۷	۲	۰/۰۳۴	۵- امکانات تبلیغ جاذبه‌های گردشگری شهرستان	۰/۰۲۳
	۱۳- تعداد و کیفیت مکان‌های فروش مواد غذایی	۰/۰۱۵	۱	۰/۰۱۵		
	۱۴- تأثیر سازمان‌های خصوصی در توسعه اکوتوریسم	۰/۰۱۷	۳	۰/۰۳۴	۶- نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی(همانندجاده‌ها و فاضلاب و...)	۰/۰۴۷
مجموع	وزن نسبی عوامل داخلی: ۱					
امتیازها	امتیاز وزنی عوامل خارجی: ۲/۳۶۷					

جدول ۲: ارزیابی موقعیت خارجی (External Factor Evaluation: EFE)

عوامل داخلی						
شاخص	فرصت‌ها	وزن نسبی	درجه بندی	امتیاز وزنی	تهدیدها	وزن نسبی
اقتصادی	۱- غرفه‌های عرضه و فروش صنایع دستی و محصولات محلی برای گردشگران	۰/۰۷۴	۲	۰/۱۴۸	۱- عدم تمایل مردم و بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	۰/۰۵۹
	۲- ایجاد امکان آشنائی مردم بومی با نحوه زندگی مردمان دیگر	۰/۱۵	۴	۰/۶	۲- انتقال ناهنجاری‌های فرهنگی (بی‌حجابی و ...) به مردم بومی	۰/۰۳۲
اجتماعی فرهنگی	۳- ایجاد وسعت نظر و بسط حوزه دید مردم	۰/۰۵۳	۲	۰/۱۰۶		
	۴- امکان انتقال ارزش‌های فرهنگی مثبت به سایر مردمان	۰/۳۱	۳	۰/۶۲		
	۵- توسعه تسهیلات فرهنگی در شهرستان	۰/۲۲	۳	۰/۶۶		
محیطی	۶- بهبود زیر ساخت‌ها و امکانات در منطقه ساردوئیه	۰/۱۲	۳	۰/۳۶	۳- شلوغی و تراکم جمعیت و آسیب رساندن به مناطق اکوتوریستی	۰/۰۱۲
	نهادی	۷- استقبال سرمایه‌داران از جاذبه‌های شهرستان جهت سرمایه‌گذاری در زمینه ارائه خدمات به توریسم	۰/۰۲۱	۱	۰/۰۲۱	۴- از بین رفتن پوشش گیاهی و فرسایش خاک در اثر تراکم گردشگران
۰/۰۴۱			۲	۰/۰۸۲	۵- نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی	۰/۰۳۸
مجموع	وزن نسبی عوامل داخلی: ۱					
امتیازها	امتیاز وزنی عوامل خارجی: ۲/۵۷۷					



شکل ۳: موقعیت استراتژیک منطقه مورد مطالعه

جدول ۳: ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی براساس مدل محافظه کارانه (QSPM)

عوامل اصلی تعیین کننده موفقیت	ضریب اهمیت	انتقال ارزش‌های فرهنگی از طریق امکانات و تبلیغات در زمینه گردشگری		اخذ تصمیمات مدیریتی مناسب جهت حل معضلات زیرساختی و کالبدی		احداث غرفه‌های محلی و سالن‌های نمایش جهت آشنایی با آیین و فرهنگ منطقه		بکارگیری روش‌های مناسب مدیریتی در راستای جذب سرمایه‌های خصوصی و دولتی	
		نمره جذابیت	امتیاز	نمره جذابیت	امتیاز	نمره جذابیت	امتیاز	نمره جذابیت	امتیاز
قوت‌ها									
S1	۰/۱۲	۲	۰/۲۴	۲	۰/۲۴	۴	۰/۴۸	۲	۰/۹۶
S2	۰/۵۱	۳	۰/۱۵۳	۳	۰/۱۵۳	۲	۰/۱۰۲	۳	۰/۳۰۶
S3	۰/۱۴	۱	۰/۱۴	۲	۰/۲۸	۳	۰/۴۲	۱	۰/۴۲
S4	۰/۲۲	۲	۰/۴۴	۱	۰/۲۲	۲	۰/۴۴	۲	۰/۸۸
S5	۰/۱۲	۳	۰/۳۶	۲	۰/۲۴	۱	۰/۱۲	۴	۰/۴۸
S6	۰/۱۹	۱	۰/۱۹	۳	۰/۵۷	۲	۰/۳۸	۳	۰/۷۶
S7	۰/۲۸	۴	۰/۱۱۲	۲	۰/۵۶	۳	۰/۸۴	۱	۰/۸۴
S8	۰/۱۹	۲	۰/۳۸	۱	۰/۱۹	۲	۰/۳۸	۲	۰/۷۶
S9	۰/۱۱	۳	۰/۳۳	۲	۰/۲۲	۱	۰/۱۱	۳	۰/۳۳
S10	۰/۸۹	۲	۰/۱۷۸	۳	۰/۲۶۷	۴	۰/۳۵۶	۲	۰/۷۱۲
S11	۰/۹۹	۱	۰/۹۹	۴	۰/۳۹۶	۲	۰/۱۹۸	۱	۰/۱۹۸
S12	۰/۱۷	۲	۰/۳۴	۲	۰/۳۴	۳	۰/۵۱	۲	۰/۱۰۲
S13	۰/۱۵	۳	۰/۴۵	۳	۰/۴۵	۲	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
S14	۰/۱۷	۲	۰/۳۴	۲	۰/۳۴	۱	۰/۱۷	۲	۰/۳۴
ضعف‌ها									
W1	۰/۳۸	۱	۰/۳۸	۱	۰/۳۸	۳	۰/۱۱۴	۱	۰/۱۱۴
W2	۰/۲۲	۲	۰/۴۴	۲	۰/۴۴	۲	۰/۴۴	۲	۰/۸۸
W3	۰/۱۵	۳	۰/۴۵	۱	۰/۱۵	۱	۰/۱۵	۳	۰/۴۵
W4	۰/۱۶	۱	۰/۱۶	۲	۰/۳۲	۲	۰/۳۲	۲	۰/۶۴
W5	۰/۲۳	۲	۰/۴۶	۳	۰/۶۹	۴	۰/۹۲	۱	۰/۹۲
W6	۰/۴۷	۳	۰/۱۴۱	۴	۰/۱۸۸	۱	۰/۴۷	۲	۰/۹۴
جمع	۱								
فرصت‌ها									
Q1	۰/۷۴	۲	۰/۱۴۸	۳	۰/۲۲۲	۲	۰/۱۴۸	۲	۰/۱۴۸
O2	۰/۱۵	۳	۰/۴۵	۲	۰/۰۳	۳	۰/۴۵	۳	۰/۴۵
O3	۰/۵۳	۱	۰/۵۳	۱	۰/۵۳	۲	۰/۱۰۶	۲	۰/۱۰۶
O4	۰/۳۱	۲	۰/۶۲	۲	۰/۶۲	۱	۰/۳۱	۳	۰/۹۳
O5	۰/۲۲	۱	۰/۲۲	۳	۰/۶۶	۲	۰/۴۴	۲	۰/۴۴
O6	۰/۱۲	۳	۰/۳۶	۲	۰/۲۴	۳	۰/۳۶	۳	۰/۳۶
O7	۰/۲۱	۴	۰/۸۴	۱	۰/۲۱	۴	۰/۸۴	۲	۰/۴۲
O8	۰/۰۷	۲	۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۴	۰/۲۸	۱	۰/۰۷
تهدیدها									
T1	۰/۵۹	۱	۰/۵۹	۳	۰/۱۷۷	۲	۰/۱۱۸	۳	۰/۱۱۸
T2	۰/۳۳	۳	۰/۹۹	۲	۰/۰۶۴	۱	۰/۳۳	۳	۰/۹۹
T3	۰/۱۲	۲	۰/۲۴	۱	۰/۱۲	۳	۰/۳۶	۲	۰/۲۴
T4	۰/۰۷	۳	۰/۲۱	۲	۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۱	۰/۰۷
T5	۰/۴۱	۴	۰/۱۶۴	۳	۰/۱۲۳	۴	۰/۱۶۴	۳	۰/۱۲۳
T6	۰/۳۸	۲	۰/۷۶	۱	۰/۳۸	۲	۰/۷۶	۴	۰/۷۶
جمع	۱								
جمع امتیازات			۴/۵۰		۴/۱۳		۵/۳۱		۷/۳۰

جدول ۴: اولویت استراتژی‌های محافظه کارانه در زمینه شناسایی و تحلیل پتانسیل‌ها و چالش‌های توسعه گردشگری

منطقه ساردوئییه

اولویت	استراتژی	نمره نهایی جذابیت استراتژی
۱	بکارگیری روش‌های مناسب مدیریتی در راستای جذب سرمایه‌های خصوصی و دولتی	۷/۳۰
۲	احداث غرفه‌های محلی و سالن‌های نمایش جهت آشنایی با آیین و فرهنگ منطقه	۵/۳۱
۳	انتقال ارزش‌های فرهنگی از طریق امکانات و تبلیغات در زمینه گردشگری	۴/۵۰
۴	اخذ تصمیمات مدیریتی مناسب جهت حل معضلات زیرساختی و کالبدی	۴/۱۳

نتیجه‌گیری

گردشگری، امروزه یکی از مسائل مهم و موثر اقتصادی و یکی از عوامل برجسته‌ی ارتباط اجتماعی و فرهنگی است. امروزه صنعت توریسم به عنوان یک مقوله مهم و تاثیرگذار در اقتصاد جهانی پذیرفته شده و کشورهای مختلف دنیا برای رسیدن به توسعه‌ای پایدار، در این راستا تلاش می‌نمایند. توجه به مقوله‌ی گردشگری زمانی مهم‌تر جلوه می‌کند که براساس آمارهای موجود، امروزه این صنعت به عنوان دومین منبع درآمد بیش از ۴۹ کشور در حال توسعه به حساب می‌آید و از آن به عنوان راهبردی برای افزایش درآمد و فقرزدایی این کشورها یاد می‌شود. با وجود رشد صنعت توریسم و اکوتوریسم در جهان، این صنعت در سطح کل کشور توسعه لازم را نداشته است. بررسی‌ها نشان داد که با وجود قابلیت‌های فراوان بخش ساردوئیه، برنامه‌ریزی‌های مناسبی جهت توسعه اکوتوریسم منطقه صورت نگرفته است. بررسی عوامل داخلی و خارجی با استفاده از مدل SWOT نشان داد که گرچه منطقه مورد مطالعه دارای پتانسیل‌های بالایی است ولی صنعت گردشگری در این منطقه با چالش‌ها و تهدیدهای جدی مواجه می‌باشد.

پانوشت

1-The Shorter Oxford English Dictionary
2-Sporting Magazine

3-Bernaz
4-Hollden

منابع

فضای جغرافیایی، سال ۱۰، شماره ۲۹، ص ۲۷-۵۰.
-پاپلی یزدی، م.ح. و مهدی، س.، ۱۳۸۶.
گردشگری (ماهیت و مفهوم)، چاپ اول، انتشارات سمت، تهران، ۹۶ ص.

-بیاتی خطیبی، م.، شهابی، م. و قادری زاده، ۱۳۹۸. ژئوتوریسم رویکردی نو در بهره‌گیری از جاذبه‌های ژئومورفولوژیکی (مطالعه موردی؛ غار کرفتکو استان کردستان)، مجله

- ترابیان، پ.، ۱۳۸۷. پایان‌نامه کارشناسی - ارشد؛ سنجش سطح قابل قبول اثرات اجتماعی منفی دیدار کنندگان بر جامعه محلی در ایران؛ سکونت‌گاه‌های روستایی تالاب پریشان، دانشکده‌ی مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی.
- دانش مهر، ح.، صفری، و. و کریمی، ع.، ۱۳۹۱. بررسی نقش طبیعت‌گردی و آثار آن در توسعه مناطق روستایی با استفاده از مدل تحلیلی SWOT (مطالعه موردی روستای اورامان تخت)، مجله پژوهش‌های روستایی، دوره ۳، شماره ۱۱، ص ۲۰۹-۲۳۴.
- درخشان زاده، م. و دادرس، ب.، ۱۳۹۷. واکاوی چالش‌های توسعه گردشگری در استان کهگیلویه و بویر احمد، جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۱، شماره ۲، ص ۸۲-۱۰۰.
- رضوانی، ع.ا.، ۱۳۸۵. جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران، ۶۸ ص.
- رکن‌الدین افتخاری، ع.، محمودی، س.، غفاری، غ. و پورطاهری، م.، ۱۳۹۴. تبیین الگوی فضایی سرمایه اجتماعی در توسعه پایدار روستایی، سال ۴، شماره ۱، پیاپی ۱۱، ص ۸۷-۱۰۷.
- سجاسی قیداری، ح.، رکن‌الدین قیداری، ع. و پورطاهری، م.، ۱۳۹۳. تدوین و اعتبارسنجی شاخص‌های توسعه‌کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی، چشم انداز جغرافیایی در مطالعات انسانی، شماره ۲۶، ص ۴۵-۷۰.
- شفیعی ثابت، ن.، قربانی، ج. و بهمنی، ر.، ۱۳۹۸. ظرفیت‌های گردشگری تاریخی و
- تأثیر آن در توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی: سکونتگاه‌های روستایی ناحیه سلطانیه استان زنجان)، مجله پژوهش‌های دانش زمین، دوره ۱۰، شماره ۱، ص ۹۴-۱۰۸.
- شهیدی، م.ش.، اردستانی، ز.س. و گودرزی، س.، ۱۳۸۸. بررسی تأثیرات توریسم در برنامه‌ریزی نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان لواسان)، مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۲، شماره ۶۷، ص ۹۹-۱۱۳.
- طالب، م. و میرزائی، ح.، ۱۳۸۹. برنامه‌ریزی تعاملی گردشگری روستایی با رهیافت ارزیابی مشارکتی روستایی، مورد مطالعه روستای وکیل آباد «سردابه»، مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۲، شماره ۷۱، ص ۱۹-۳۴.
- عبدالله‌زاده، ح.، شریف‌زاده، ا. و عربیون، ا.، ۱۳۹۲. بررسی پیامدهای گسترش گردشگری در نواحی روستایی: مطالعه موردی روستای زیارت در استان گلستان، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۴، شماره ۴، ص ۱۵-۳۲.
- فاضل‌نیا، غ. و همدایت، ص.، ۱۳۸۹. راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زریبار، فصلنامه جغرافیا و توسعه، دوره ۸، شماره ۱۹، ص ۱۷۰-۱۴۵.
- محلاتی، ص.، ۱۳۸۰. درآمدی بر جهانگردی، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ۹۲ ص.
- محمدی ده چشمه، م. و زنگی آبادی، ع.، ۱۳۸۷. امکان‌سنجی توانمندی‌های اکوتوریسم استان چهارمحال و بختیاری به

- رونق صنایع دستی مورد دهستان استرآباد جنوبی، شهرستان گرگان، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، دوره ۲، شماره ۷، ص ۱۳۷-۱۵۴.
- یمانی، م.، مرادی، ا.، برزکار، م. و عباسی، م.، ۱۳۹۱. ژئومورفوتوریسم و توان سنجی ژئومورفوسایت‌های شهرستان سردشت با مقایسه روش‌های کامنسکو و رینارد، مجله پژوهش‌های دانش زمین، دوره ۳، شماره ۴، ص ۶۸-۸۲.
- Allen, L.R., Hafer, H.R., Long, P.T. and Perdue, R.R., 1993. Rural residents' attitudes toward recreation and tourism development, *Journal of travel research*, v. 31(4), p. 27-33.
- Arslan, O. and Deha Er, I., 2008. SWOT analysis for safer carriage of bulk liquid chemicals in tankers, *Journal of Hazardous Materials*, v. 154, p. 901-913.
- Beigi, H. and Pakzad, P., 2010. Investigating geotourism capabilities of the Gavkhoni Wetland according to the SWOT model, *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, v. 139, p. 169-179.
- Holjevac, I.A., 2003. A vision of tourism and the hotel industry in the 21st century, *International Journal of Hospitality Management*, v. 22(2), p. 129-134.
- روش SWOT، مجله محیط‌شناسی، سال ۳۴، شماره ۴۷، ص ۱-۱۰.
- مقصودی، م.، شمسی پور، ا.، نوربخش، ف. و یزدان پناه اسرمی، م.، ۱۳۹۱. تحلیل و ارزیابی پتانسیل‌ها و راهبردهای توسعه‌ی اکوتوریسم در منطقه‌ی مرنجاب، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال ۲، شماره ۷، ص ۲۵-۴۱.
- میرکتولی، ج. و مصدق، ر.، ۱۳۸۹. بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در
- Lee, K., Chih Huang, W. and Yuan Teng, J., 2009. Locating the competitive relation of global logistics hub using quantitative SWOT analytical method, *Qual Quant* (2009) v. 43, p. 87-107.
- Nilsson, M., 2004. Research and advice on strategic environmental assessment, *Stockholm Environment in Stitute Publications*.
- Sharply, R., 2002. Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: the Case of Cyprus, *Journal of Tourism Management*, v. 23, p. 233-244.
- Tribe, J., 2009. Philosophical issues in tourism, *Channel view publications*, 428 p.
- Yüksel, İ. and Dagdeviren, M., 2007. Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis—A case study for a textile firm, *Information Sciences*, v. 177(16), p. 3364-3382.