

تدوین راهبردهای توسعه گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان آذربایجان شرقی)

بهرام ایمانی^۱، خدیجه ابراهیمی^۲

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 برنامه ریزان و سیاستگذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می کنند. در این راستا گردشگری روستایی نیز جزئی از صنعت گردشگری به حساب می آید که می تواند با برنامه ریزی اصولی و مناسب و شناسایی مزیتها و محدودیتهای گردشگری روستایی، نقش مؤثری در توسعه این مناطق داشته باشد، در واقع صنعت گردشگری در فضاهای روستایی به عنوان رویکرد و فعالیتی مکمل، قادر است برای ارتقای کیفیت زندگی ساکنان نواحی روستایی، تجدید حیات روستاها و در نهایت توسعه پایدار روستایی نقش اساسی ایفا کند. از این رو شناسایی و تبیین قابلیتها و محدودیت های گردشگری در سکونتگاه های روستایی مستعد این صنعت و الویت بندی آن ها اهمیت ویژه دارد. در این پژوهش روش تحقیق، توصیفی - تحلیلی می باشد که هدف پژوهش حاضر، بررسی توانمندی ها، ضعف ها و محدودیت های گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه و ارائه راهکارهایی به منظور حل مسائل موجود پیش رو و تقویت نقاط قوت و شناسایی فرصت های موجود از دیدگاه جامعه محلی و گردشگران در منطقه مورد مطالعه می باشد. به این منظور مقاله حاضر با استفاده از روش پیمایش، مطالعات میدانی و با استفاده از روش SWOT به ارائه راهکارهایی در جهت توسعه گردشگری منطقه مورد مطالعه پرداخته است و در این خصوص راهکاری چون افزایش همکاری مردم برای گسترش گردشگری در منطقه - وجود قوانین و مقررات برای جلوگیری از تخریب زمین های کشاورزی و مزارع روستایی - بهبود وسایل حمل و نقل دسترسی به روستا بوسیله بازاریابی

^۱ - استادیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

Email: bahram_imani@yahoo.com

شماره تماس: ۰۹۱۴۱۵۴۰۶۲۹

^۲ - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل

گردشگری آژانس های مسافرت-بهبود امکانات، خدمات، تسهیلات و تجهیزات صنعت گردشگری روستا-افزایش انگیزه بخش خصوصی برای انجام زیر ساخت های فیزیکی و کالبدی ... ارائه گردید و نتایج حاصل نشانگر اتخاذ راهبردهای تهاجمی می باشد.

کلید واژه ها: گردشگری روستایی، توسعه روستایی، راهکار، مدل SWOT

مقدمه

بسیاری از برنامه ریزان و سیاستگذاران توسعه از فعالیتهای گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد میکنند. زمانی که شرایط ملی یا بین المللی اجازه گسترش و توسعه ی گردشگری بین المللی را ندهد، توسعه ی داخلی به ویژه در مناطق توسعه نیافته و محروم میتواند نقش مهمی در توسعه ی این مناطق داشته باشد (انوری و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۳). از طرفی 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 پایدار مناطق روستایی به شمار می رود. مقوله گردشگری روستایی نیز در شمار اولویتهای اساسی ای است که در این فرآیند مدنظر صاحب نظران و متولیان توسعه نواحی روستایی قرار دارد (پناب، ۱۳۹۱، ص ۲). این در حالی است که اگر چه بیشتر از یک قرن گردشگری در بسیاری از مناطق روستایی وجود داشته و در بسیاری از مناطق منبع اصلی درآمد و اشتغالزایی بوده است اما همواره خلا وجود استراتژیها و برنامه ریزی های کارآمد در سیاستهای توسعه روستا برای فراهم آوری و یکپارچه سازی کارکردهای گردشگری با توسعه روستایی احساس شده است.

از دیگر سو با نیم نگاهی به روند گردشگری پایدار و آمار مربوط به آن در ایران، به این واقعیت پی می بریم که، هر چند کشور ایران از لحاظ ابنیه و آثار تاریخی در میان ۹ کشور برتر دنیا قرار میگیرد (با ۱۲ هزار ابنیه تاریخی ثبت شده و یک میلیون ۲۰۰ هزار ابنیه که قابلیت ثبت شدن را دارند اما هنوز آنها به ثبت نرسیده اند)، و حتی از نظر جاذبه های اکوتوریستی نیز

جزو ۱۰ کشور برتر دنیا می باشد اما از نظر درآمد کسب شده در این زمینه بسیار کمتر از سایر کشورها است، تا جایی که، ایران جایگاهی بهتر از رتبه ۹۲ را به خود اختصاص نداده است ایران از نظر اندازه، در رتبه ۲۸، نسبت به اقتصاد جهانی، در رتبه ۹۹ و از لحاظ رشد، در رتبه ۱۰۰ قرار خواهد گرفت، که نشانگر رشد منفی است و نیازمند برنامه ریزی اصولی و مدیریت بهتر و بیشتر این منابع می باشد (نورآقایی، ۱۳۸۸، ص ۲). در این مقاله با در نظر گرفتن موارد فوق و درک این مطلب که شناخت پتانسیلها و محدودیتهای توریستی روستاهای مورد مطالعه می تواند تأثیر سازنده ای بر برنامه ریزی مناسب گردشگری در این مناطق و رفع مشکلات و مسائل آنها داشته باشد، به بررسی و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدها از دیدگاه جوامع محلی و گردشگران در جهت توسعه گردشگری روستایی پرداخته و در نهایت با توجه به این نظرات و دیدگاه ها راهبردها و راهکارهای مناسب به منظور بهره گیری بهینه و هدفمند از نقاط قوت و فرصتها و تقویت یا از بین نقاط ضعف و تهدیدها در جهت دستیابی به توسعه گردشگری و توسعه روستایی با روش SWOT ارائه شود. بر اساس مسائل فوق سوالات زیر در منطقه مورد مطالعه مطرح می شود:

- ۱- نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای موجود در ارتباط با گسترش فعالیتهای گردشگری در سطح روستاهای مورد مطالعه کدامند؟
- ۲- چه راهبردهایی جهت توسعه گردشگری که منجر به توسعه روستایی و توسعه مناطق روستایی هدف گردشگری بشود، وجود دارد؟

مبانی نظری

در دنیای امروزی گردشگری پایدار را توریسمی می دانند که از نظر اکولوژیکی و بوم شناختی بی خطر، از نظر اقتصادی قابل اجرا و ممکن و از نظر اجتماعی قابل پذیرش باشد (قرخلو و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۲). از دیگر سو

جریان گردشگری در مناطق روستایی را می توان زمینه اطلاق به گردشگرانی دانست که در یک روستا یا در نزدیکی آن اقامت کرده و در مورد زندگی و محیط محلی آن آگاهی کسب نمایند؛ را به عنوان گردشگرانی روستایی برشمرد (حاجیان و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۳). بسیاری از صاحب نظران بر این باورند که گردشگری روستایی می تواند نقش بسیار مهمی در متنوع سازی اقتصاد روستایی بهبود زیرساختها و افزایش امکان جمعیت پذیری سکونتگاهها داشته، همچنین فرصتهایی برای پیشرفت اجتماع محل و بقای فرهنگ نیز ارائه میدهد (انوری، ۱۳۹۱، ص ۳). و اکنون شکلی نوین از گردشگری می باشد که با هدف توسعه پایدار جوامع محلی در نواحی روستایی و به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی و یکی از مهم ترین مشاغل مدرن در مناطق روستایی ارتقا یافته است (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۵). در مورد توسعه گردشگری روستایی دیدگاه های متفاوتی وجود دارد بعضی آن را بازار گردشگری می دانند و از جنبه دیگر گردشگری روستایی به عنوان فلسفه ای برای توسعه روستایی مطرح گردیده است که این دیدگاه مهم مد نظر اکثریت است از این نظر گردشگری راهبردی برای توسعه روستایی است (حاجی نژاد و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۶). رشد گردشگری به عنوان راهبردی برای توسعه پایدار روستایی تفکر نسبتا جدیدی است که سیاستگذاران محلی در جوامع روستایی به اهمیت این راهبرد پی برده اند. در برداشتی جدید با نگرش محتاطانه تر برخی از محققان گردشگری را به عنوان فرایند برنامه ریزی یکپارچه که فرصت هایی را برای به حداقل رساندن مضرات و به حداکثر رساندن منافع توسعه است معرفی می کند. (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۴).

روش تحقیق

جهت دستیابی به اهداف تحقیق در این مقاله از روش تحقیق توصیفی و تحلیلی استفاده شده است که ابتدا با توجه به اطلاعات موجود به بررسی جاذبه ها، امکانات و خدمات توریستی و وضعیت گردشگری و آثار آن در توسعه جامعه مطالعه شده پرداخته شده و سپس در مراحل بعدی تحقیق جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه استراتژی و راهبرد توسعه گردشگری روستایی از روش تحلیلی SWOT استفاده شده است. که در ابتدا با توجه به بررسیهای صورت گرفته و نظر خواهی از جامعه محلی و گردشگران روی محیط داخلی و محیط خارجی ناحیه، فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها مورد شناسایی قرار گرفت و پس از محاسبه و تحلیل آنها، اولویتها مشخص گردید و در نهایت جهت برطرف کردن یا تقلیل نقاط ضعف و تهدیدها و تقویت و بهبود نقاط قوت و فرصتهای موجود در ارتباط با گسترش گردشگری در نواحی روستایی مطالعه شده، استراتژیهای مناسبی ارائه شده است. در واقع هدف کلی تجزیه و تحلیل SWOT شناسایی آن دسته از عوامل درونی و بیرونی است که در دستیابی به اهداف، اهمیت دارند (Wilson: ۲۰۰۱: ۱). در مرحله بعد، در فرایند تدوین سیاستها و راهبرد توسعه، با لحاظ کردن جهات قبلی و با توجه به نوع واکنش، ونحوه تعامل هر عامل داخلی و خارجی، میتوان ماتریسی را ترسیم کرد که دارای چهار منطقه با چهار نوع راهبرد متفاوت است. بنابراین، ماتریس ناحیه باید بتواند قوتها و فرصت های موجود را حفظ، و نقاط ضعف و تهدیدها را حذف و تبدیل به نقاط قوت و فرصت کند، یا دست کم، اثرات منفی و مخرب آنها را بر سازمان کاهش دهد. این راهبردها عبارت اند از:

- راهبردهای SO یا راهبردهای تهاجمی، راهبردهای WO یا راهبردهای بازنگری،
راهبردهای ST یا راهبردهای تنوع و راهبردهای WT یا راهبردهای تدافعی.

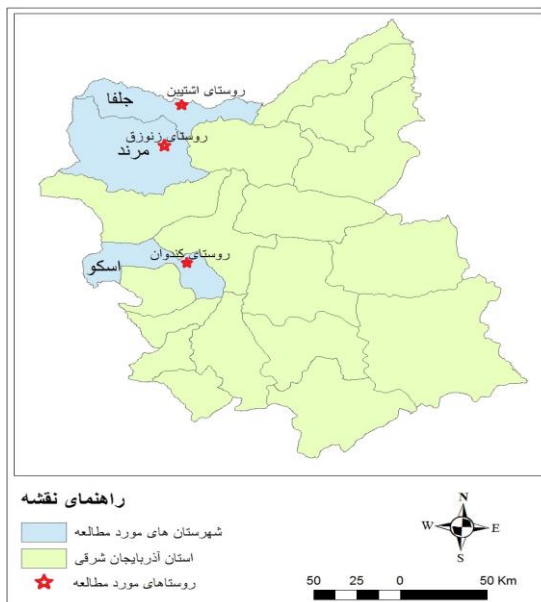


معرفی محدوده مورد مطالعه

استان آذربایجان شرقی سال ۱۳۹۰ با جمعیتی بالغ بر ۳،۷۲۴،۶۲۰ نفر بوده که نزدیک ۵ درصد از جمعیت کل ایران را به خود اختصاص داده است و یکی از مهم ترین مناطق گردشگری در ایران می باشند. روستاهای هدف گردشگری استان خشکتاب به عنوان زادگاه استاد شهریار، لیقوان، روستاهای عنصرود و گنبرف در اسکو، چراغیل آذرشهر، روستای اسب فروشان سراب، روستای توته خانه بناب، چکان، کاسین و... روستاهای پر بازدید استان می باشند. که از این میان روستاهای هدف گردشگری کندوان، زنوزق، اشتبین انتخاب شده اند. در این بین روستای کندوان به دلیل شرایط منحصر به فردش جزو سه روستای صخره ای جهان به عنوان آثار ثبت جهانی مطرح است و نسبت به روستاهای هم تایش در کاپادوکیای ترکیه و داکوتای ایالات متحده یک مزیت و برجستگی دارد و آن هم جریان زندگی در آن است. (جدول ۱).

جدول ۱: ویژگی های عمومی و ساختار جمعیتی مقاصد گردشگری مورد مطالعه (ماخذ: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰)

نام روستا	شهرستان	موقعیت نسبی	خانوار	جمعیت
کندوان	اسکو	در ۲۲ کیلومتری جنوب اسکو در دامنه ی سر سبز کوه سلطان داغی و ۶۲ کیلومتری جنوب غربی تبریز	۲۰۸	۵۸۹
زنوزق	مرند	در کنار شهر زنوز در ۳۰ کیلومتری شمال غربی شهرستان مرند واقع است.	۵۶۰	۱۲۸۷
اشتبین	جلفا	در طول ۴۶ درجه و ۲۹ دقیقه شرقی و عرض ۳۸ درجه و ۵۱ دقیقه شمالی قرار دارد و از توابع بخش سیه رود و دهستان نوجه مهر شهرستان جلفا	۱۵۰	۶۰۳



شکل ۱: موقعیت روستاهای هدف گردشگری اذربایجان شرقی

مساجد تاریخی، تپه‌های باستانی، گورستان‌های مشاهیر و بقعه‌های مقدس و تاریخی، مکان‌های طبیعی، از دیدنی‌های روستاهای مورد مطالعه هستند.

یافته ها

بمنظور شناسایی و بررسی عوامل موثر درونی (نقاط قوت و نقاط ضعف) و عوامل تاثیر گذار بیرونی ناحیه (فرصت‌ها و تهدیدات) بر گردشگری در ناحیه مورد مطالعه، ابتدا با سنجش محیط داخلی و محیط خارجی ناحیه فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات مورد شناسایی قرار می‌گیرد و سپس بوسیله نظر خواهی از مردم و گردشگران و وزن دهی به هر کدام از این مسائل و سپس محاسبه و تحلیل آنها، اولویت‌ها را مشخص کرده و جهت برطرف نمودن یا تقلیل نقاط ضعف و تهدیدها و تقویت و بهبود نقاط قوت فرصت‌های موجود در ارتباط با گسترش گردشگری در نواحی روستایی مورد مطالعه، استراتژی‌های مناسبی ارائه گردد.



ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

پس از بررسی عوامل داخلی، مهمترین عوامل فهرست می شوند که این عوامل باید در برگیرنده مهمترین نقاط قوت و ضعف محیط مورد نظر باشند. ابتدا با بررسی پرسشنامه تکمیل شده توسط گردشگران روستاهای هدف گردشگری استان آذربایجان شرقی به بررسی ماتریس عوامل داخلی تحقیق (IFE) مطابق جداول زیر پرداخته می شود.

جدول (۲) ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) موثر بر گردشگری روستایی استان آذربایجان شرقی (گردشگران)

رتبه	ارزش نهایی	ضریب اهمیت	میانگین ارزش	مجموع ارزش	مولفه ها
S1	۴,۰۰	۰,۲۰	۴,۶۷	۱۱۴	انتخاب روستا به عنوان روستای هدف گردشگری
S2	۳,۳۳	۰,۱۱	۳,۲۰	۸۸	برخورداری از چشم اندازهای و آثار فرهنگی - تاریخی با ارزش و اعتبار تاریخی، معماری و هنری
S3	۳,۰۰	۰,۰۹	۲,۷۳	۶۵	کیفیت بالای زندگی مردم به همراه خدمات و زیر ساخت های محلی مناسب
S4	۳,۰۰	۰,۰۸	۲,۵۶	۶۹	مشارکت و همکاری فعالانه مردم محلی در توسعه گردشگری
S5	۳,۰۰	۰,۰۹	۲,۶۹	۶۹	وجود نظام مدیریت محلی مناسب
S6	۳,۶۷	۰,۱۵	۳,۷۶	۹۵	تنوع تولیدات صنایع دستی (قالی بافی، جاجیم بافی، نمد بافی، لباس، صنایع چوبی و خراطی و ...)
S7	۴,۰۰	۰,۱۹	۴,۵۶	۱۰۳	برخورداری از چشم اندازهای زیبا و بدیع طبیعی (کوهها، طبیعت و جنگل و پوشش گیاهی و...)
S8	۳,۳۳	۰,۱۲	۳,۳۶	۸۳	وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی در روستا
S9	۳,۰۰	۰,۰۹	۲,۷۱	۷۰	وجود راه ارتباطی مناسب به همراه دسترسی به وسایل حمل و نقل و جابجایی
S10	۳,۳۳	۰,۱۳	۳,۷۳	۸۸	حمایت و حفاظت مناسب و کافی از جاذبه های طبیعی
S11	۳,۰۰	۰,۰۸	۲,۶۴	۶۳	تمایل گسترده جوانان و اهالی روستا به ارتقاء و حفظ ارزش ها و نمادهای فرهنگی و اجتماعی خود
S12	۳,۶۷	۰,۱۲	۳,۰۰	۷۹	وجود خدمات، تاسیسات و تجهیزات اقامتی و رفاهی مناسب (هتل، مهمانسرا، اقامتگاه و...)
S13	۳,۳۳	۰,۱۳	۳,۶۲	۸۷	برخورداری مردم از روحیه مهمان نوازی و داشتن علاقه زیاد به گردشگران
S14	۳,۶۷	۰,۱۵	۳,۷۳	۹۴	داشتن امنیت و ایمنی زیاد در روستا
W1	۱,۳۳	۰,۰۴	۳,۱۶	۷۸	از بین رفتن و تخریب آثار تاریخی و فرهنگی روستا
W2	۱,۳۳	۰,۰۳	۲,۴۷	۷۱	استفاده بیش از حد از منابع طبیعی و جاذبه های طبیعی روستا
W3	۱,۳۳	۰,۰۴	۳,۱۱	۷۶	نامناسب بودن تسهیلات و خدمات اقامتی، رفاهی مناسب
W4	۱,۳۳	۰,۰۴	۳,۱۶	۷۸	نامناسب بودن زیر ساخت های فیزیکی و کالبدی (همانند معابر و شبکه فاضلاب و...)
W5	۱,۶۷	۰,۰۵	۳,۰۷	۶۶	کیفیت پایین امکانات و خدمات پذیرایی (رستوران، اغذیه فروشی، فست فود و...)
W6	۲,۰۰	۰,۰۷	۳,۴۷	۹۰	عدم مشارکت مردم اصلی روستا در برنامه ریزی، اجرا و بهره برداری از طرح های گردشگری
W7	۲,۰۰	۰,۰۷	۳,۴۹	۸۷	عدم وجود نیروهای متخصص، آگاه و آموزش دیده گردشگری در این روستا
W8	۱,۳۳	۰,۰۴	۲,۹۸	۷۲	فقدان مراکز و فضاهای عمومی برای اقامت و اطراق موقت گردشگران و بازدید کنندگان
W9	۲,۰۰	۰,۰۷	۳,۴۰	۸۵	آلودگی منابع آبی، مناظر و چشم اندازهای روستا با ریختن زباله و ضایعات توسط گردشگران
W10	۱,۰۰	۰,۰۳	۲,۵۶	۶۱	از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی روستا (همانند: زبان، آداب و رسوم محل و...).
W11	۱,۶۷	۰,۰۶	۳,۵۶	۸۴	عدم آموزش روستاییان و عدم آشنایی آنها در نحوه برخورد با گردشگران
W12	۱,۳۳	۰,۰۴	۳,۰۹	۸۱	تخریب زمین های کشاورزی و مزارع روستایی در اثر گسترش گردشگری
W13	۱,۳۳	۰,۰۴	۳,۰۰	۸۳	سالخورده و پیری جمعیت ساکن در روستا
W14	۱,۶۷	۰,۰۶	۳,۲۴	۸۲	عدم توزیع عادلانه منافع ناشی از گردشگری در بین ساکنان روستا
W15	۱,۶۷	۰,۰۶	۳,۴۹	۸۳	ضعف اطلاع رسانی و فعالیت های تبلیغاتی
		۲,۵۰	۹۴,۱۸		مجموع امتیاز

بر اساس جدول (۲) از میان مجموعه نقاط قوت موثر بر گردشگری روستاهای هدف گردشگری مورد مطالعه انتخاب روستا به عنوان روستای هدف گردشگری با ارزش نهایی ۰,۲۰، مهمترین نقطه قوت قابل اتکای توسعه گردشگری است. همچنین بر اساس ماتریس ارزیابی عوامل داخلی، عدم مشارکت مردم اصلی روستا در برنامه ریزی، اجرا و بهره بردای از طرح های گردشگری با ارزش نهایی ۰,۰۷، نقطه ضعف مهم منطقه مورد مطالعه محسوب می شود.

جدول (۳) ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (EFE) موثر بر گردشگری روستایی استان آذربایجان شرقی (گردشگران)

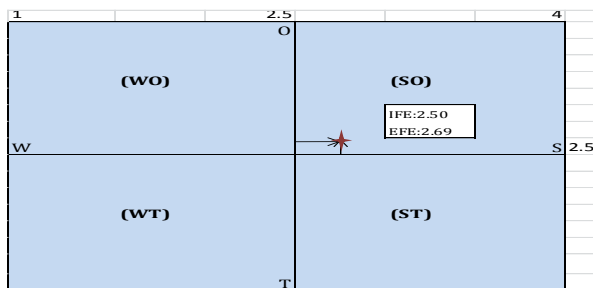
رتبه	ارزش نهایی	ضریب اهمیت	میانگین ارزش	مجموع ارزش	مولفه ها
۰۱	۰,۱۹	۰,۰۵	۳,۷۳	۸۸	افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری
۰۲	۰,۱۱	۰,۰۴	۲,۷۱	۷۲	تغییر نگاه ها به سوی حفظ محیط زیست و اهمیت حفاظت از منابع و جاذبه ها
۰۳	۰,۱۵	۰,۰۴	۳,۲۴	۸۴	سیاست دولت در توجه به حفاظت از منابع طبیعی و جلوگیری از تخریب محیط زیست
۰۴	۰,۲۲	۰,۰۶	۴,۳۱	۹۶	افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری در روستا های تاریخی و فرهنگی کشور
۰۵	۰,۲۲	۰,۰۵	۳,۹۸	۹۵	شناسایی روستاهای هدف گردشگری و تهیه طرح برای توسعه آنها توسط سازمان میراث فرهنگی
۰۶	۰,۱۴	۰,۰۴	۳,۰۰	۷۹	روند رو به افزایش علاقه مندان به بازدید از روستا (گردشگران فرهنگی و تاریخی) ...
۰۷	۰,۱۷	۰,۰۵	۳,۴۷	۸۸	افزایش نیروهای متخصص و با تجربه در بخش گردشگری کشور
۰۸	۰,۲۲	۰,۰۵	۳,۹۶	۹۶	عدم مشارکت مردم اصلی روستا در برنامه ریزی، اجرا و بهره بردای از طرح های گردشگری
۰۹	۰,۱۱	۰,۰۴	۲,۵۸	۶۴	افزایش تبلیغات و بازاریابی گردشگری توسط آژانس های مسافرتی و تورگردان ها
۰۱۰	۰,۱۳	۰,۰۴	۳,۰۹	۷۹	افزایش نهاد ها و سازمانهای غیر دولتی در زمینه گردشگری
۰۱۱	۰,۱۹	۰,۰۵	۳,۸۴	۹۵	وجود رقابت برای ارائه خدمات مطلوبتر به گردشگران در مناطق تفریحی رقیب
۰۱۲	۰,۱۱	۰,۰۳	۲,۳۸	۷۵	وجود قوانین و مقررات لازم برای گسترش گردشگری روستایی
T۱	۰,۱۱	۰,۰۶	۴,۰۲	۹۳	دوری و فاصله زیاد مراکز و کانونهای گردشگر فرست کشور به این روستا
T۲	۰,۱۰	۰,۰۵	۳,۸۰	۹۱	فقدان مدیریتی توانمند، کارا و هماهنگ در استان و منطقه
T۳	۰,۰۳	۰,۰۳	۲,۲۷	۶۲	وجود تبلیغات منفی در مورد رفتار مردم روستایی با گردشگران
T۴	۰,۰۴	۰,۰۴	۲,۵۸	۶۶	برنامه و طرح ریزی بیرون از روستا و عدم توجه به نیازها و واقعیت های اصلی روستا
T۵	۰,۱۰	۰,۰۵	۳,۶۹	۸۶	تخریب و از بین رفتن پوشش گیاهی و حیات جانوری
T۶	۰,۰۵	۰,۰۴	۲,۸۹	۷۰	افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی رقیب در مقایسه با این روستا
T۷	۰,۰۳	۰,۰۳	۲,۲۴	۵۷	آلودگی هوا و گرمایش زمین
T۸	۰,۰۸	۰,۰۵	۳,۳۶	۷۹	عدم ارتباط نسبی فضایی - مکانی روستا با فضای جریانات مسافری اصلی و شریانهای قدرتمند کشور
T۹	۰,۰۷	۰,۰۴	۳,۲۷	۷۵	افزایش تماایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی نزدیک
T۱۰	۰,۱۲	۰,۰۶	۴,۲۹	۱۰۱	تبلیغات منفی جهانی بر ضد ایران و تاثیرات منفی تحریم ها بر ورود گردشگر خارجی به ایران
	۲,۶۹	۱,۰۰	۷۲,۶۹		مجموع امتیاز

بر اساس جدول (۳) محاسبات ماتریس ارزیابی عوامل خارجی موثر بر توسعه گردشگری روستاهای مورد مطالعه از میان فرصت های پیش رو، مولفه ی

عدم مشارکت مردم اصلی روستا در برنامه ریزی، اجرا و بهره بردای از طرح های گردشگری با ارزش نهایی ۰,۲۲ و شناسایی روستاهای هدف گردشگری و تهیه طرح برای توسعه آنها توسط سازمان میراث فرهنگی با ارزش نهایی ۰,۲۲ مهمترین نقاط فرصت در راستای توسعه گردشگری در روستاهای هدف گردشگری این استان می باشد و از مجموع مولفه های تهدیدی، تبلیغات منفی جهانی بر ضد ایران و تاثیرات منفی تحریم ها بر ورود گردشگر خارجی به ایران با ارزش نهایی ۰,۱۲، مهمترین تهدید پیش روی توسعه گردشگری روستایی است.

تحلیل امتیازات و ارزشهای عوامل داخلی و خارجی

امتیازات نهایی حاصل از عوامل داخلی (۲/۵۰) و عوامل خارجی (۲/۶۹) گردشگران روستاهای مورد مطالعه آذربایجان شرقی را نشان می دهد.



شکل (۲) موقعیت سناریو مدل SWOT، استان آذربایجان شرقی

در شکل (۲) امتیاز نزدیک به یک به عوامل مانع و منفی، یعنی ضعف و تهدید، تاثیر عمیق آنها را نشان می دهد و امتیاز نزدیک به چهار به عوامل مثبت، یعنی فرصت و قوت، تاثیر جدی آنها را نشان می دهد. اگر جمع ستون در هر یک از عوامل کمتر از ۲,۵ باشد، نشان دهنده ی تاثیر گذاری شدیدتر عوامل مانع و منفی و محدودیت های حوزه در راستای اهداف تحقیق است که تقاطع امتیازهای هر کدام از عوامل داخلی و خارجی، در نمودار مربوطه نوع استراتژی را نشان می دهد.

ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

جدول (۴) ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) موثر بر گردشگری روستایی استان آذربایجان شرقی (خانوار)

رتبه	ارزش نهایی	ضرب اهمیت	میانگین ارزش	مجموع ارزش	مولفه ها
۳,۳۳	۰,۱۲	۰,۰۴	۲,۹۱	۱۵۷	S1 انتخاب روستا به عنوان روستای هدف گردشگری
۳,۶۷	۰,۱۴	۰,۰۴	۳,۲۷	۱۸۸	S2 برخورداری از چشم اندازهای و آثار فرهنگی- تاریخی با ارزش و اعتبار تاریخی، معماری و هنری
۳,۶۷	۰,۱۲	۰,۰۳	۲,۷۹	۱۵۴	S3 کیفیت بالای زندگی مردم به همراه خدمات و زیر ساخت های محلی مناسب
۳,۳۳	۰,۱۰	۰,۰۳	۲,۴۵	۱۲۸	S4 مشارکت و همکاری فعالانه مردم محلی در توسعه گردشگری
۳,۶۷	۰,۱۲	۰,۰۳	۲,۸۰	۱۵۰	S5 وجود نظام مدیریت محلی مناسب
۳,۳۳	۰,۱۰	۰,۰۳	۲,۵۶	۱۲۵	S6 تنوع تولیدات صنایع دستی (قالی بافی، جاجیم بافی، نمذ بافی، لباس، صنایع چوبی و خراطی و ...)
۴,۰۰	۰,۱۷	۰,۰۴	۳,۴۶	۱۸۱	S7 برخورداری از چشم اندازهای زیبا و بدیع طبیعی (کوهها، طبیعت و جنگل و پوشش گیاهی و...)
۳,۶۷	۰,۱۲	۰,۰۳	۲,۸۱	۱۵۲	S8 وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی در روستا
۴,۰۰	۰,۱۶	۰,۰۴	۳,۲۴	۱۷۸	S9 وجود راه ارتباطی مناسب به همراه دسترسی به وسایل حمل و نقل و جابجایی
۳,۶۷	۰,۱۳	۰,۰۳	۲,۸۳	۱۵۶	S10 حمایت و حفاظت مناسب و کافی از جاذبه های طبیعی
۳,۶۷	۰,۱۳	۰,۰۳	۲,۸۶	۱۵۲	S11 تمایل گسترده جوانان و اهالی روستا به ارتقاء و حفظ ارزش ها و نمادهای فرهنگی و اجتماعی خود
۳,۶۷	۰,۱۳	۰,۰۴	۲,۹۴	۱۷۲	S12 وجود خدمات، تاسیسات و تجهیزات اقامتی و رفاهی مناسب (هتل، مهمانسرا، اقامتگاه و...)
۳,۳۳	۰,۱۱	۰,۰۳	۲,۷۱	۱۴۶	S13 برخورداری مردم از روحیه مهمان نوازی و داشتن علاقه زیاد به گردشگران
۳,۶۹	۰,۱۴	۰,۰۴	۳,۱۳	۱۷۲	S14 داشتن امنیت و ایمنی زیاد در روستا
۳,۷۰	۰,۰۷	۰,۰۴	۲,۹۹	۱۵۵	W1 از بین رفتن و تخریب آثار تاریخی و فرهنگی روستا
۳,۷۱	۰,۰۷	۰,۰۴	۳,۰۶	۱۷۳	W2 استفاده بیش از حد از منابع طبیعی و جاذبه های طبیعی روستا
۳,۷۳	۰,۰۷	۰,۰۳	۲,۸۶	۱۵۴	W3 نامناسب بودن تسهیلات و خدمات اقامتی، رفاهی مناسب
۳,۷۴	۰,۰۶	۰,۰۳	۲,۸۳	۱۶۳	W4 نامناسب بودن زیر ساختهای فیزیکی و کالبدی (همانند معابر و شبکه فاضلاب و...)
۳,۷۵	۰,۰۴	۰,۰۳	۲,۷۸	۱۴۲	W5 کیفیت پایین امکانات و خدمات پذیرایی (رستوران ، اغذیه فروشی ، فست فود و...)
۳,۷۶	۰,۰۴	۰,۰۳	۲,۵۸	۱۴۵	W6 عدم مشارکت مردم اصلی روستا در برنامه ریزی ، اجرا و بهره برداری از طرح های گردشگری
۳,۷۷	۰,۰۸	۰,۰۴	۳,۱۲	۱۷۳	W7 عدم وجود نیروهای متخصص، آگاه و آموزش دیده گردشگری در این روستا
۳,۷۸	۰,۰۶	۰,۰۳	۲,۸۴	۱۴۸	W8 فقدان مراکز و فضاهای عمومی برای اقامت و اطراق موقت گردشگران و بازدید کنندگان
۳,۷۹	۰,۰۶	۰,۰۳	۲,۷۴	۱۴۳	W9 آلودگی منابع آبی، مناظر و چشم اندازهای روستا با ریختن زباله و ضایعات توسط گردشگران
۳,۸۰	۰,۰۵	۰,۰۳	۲,۵۴	۱۳۹	W10 از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی روستا (همانند: زبان ، آداب و رسوم محل و...) .
۳,۸۱	۰,۰۴	۰,۰۳	۲,۶۷	۱۳۵	W11 عدم آموزش روستاییان و عدم آشنایی آنها در نحوه برخورد با گردشگران
۳,۸۲	۰,۰۴	۰,۰۳	۲,۲۵	۱۲۳	W12 تخریب زمین های کشاورزی و مزارع روستایی در اثر گسترش گردشگری
۳,۸۴	۰,۰۴	۰,۰۳	۲,۴۱	۱۳۷	W13 سالخورده و پیری جمعیت ساکن در روستا
۳,۸۵	۰,۰۸	۰,۰۴	۳,۳۶	۱۷۵	W14 عدم توزیع عادلانه منافع ناشی از گردشگری در بین ساکنان روستا



۳,۸۶	۰,۰۷	۰,۰۴	۳,۳۲	۱۹۲	ضعف اطلاع رسانی و فعالیت های تبلیغاتی	W15
	۲,۶۵	۱,۰۰	۸۲,۹۰		مجموع امتیاز	

همچنین براساس جدول (۴) از میان مجموعه نقاط قوت موثر بر گردشگری روستاهای هدف گردشگری مورد مطالعه استان آذربایجان شرقی (ازبین پاسخگویان سرپرست خانوار) برخورداری از چشم اندازهای زیبا و بدیع طبیعی (کوهها، طبیعت و جنگل و پوشش گیاهی و....) با ارزش نهایی ۰,۱۷، مهمترین نقطه قوت قابل اتکای توسعه گردشگری است. همچنین بر اساس این ماتریس ارزیابی عوامل داخلی، عدم وجود نیروهای متخصص، آگاه و آموزش دیده گردشگری در این روستا با ارزش نهایی ۰,۰۸، نقطه ضعف مهم منطقه مورد مطالعه محسوب می شود.

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

جدول (۵) ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (EFE) موثر بر گردشگری روستایی استان آذربایجان شرقی (خانوار)

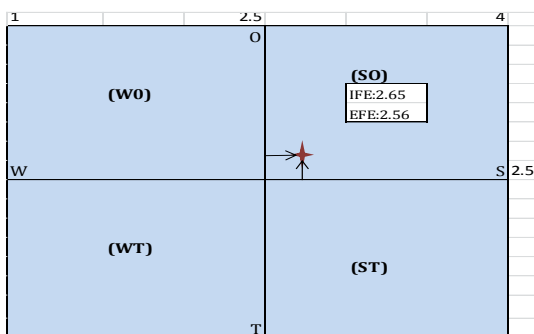
رتبه	ارزش نهایی	ضریب اهمیت	میانگین ارزش	مجموع ارزش	مولفه ها
۳,۶۷	۰,۱۵	۰,۰۴	۲,۵۹	۸۱	افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری
۴,۰۰	۰,۲۰	۰,۰۵	۳,۱۲	۱۰۳	تغییر نگاه ها به سوی حفظ محیط زیست و اهمیت حفاظت از منابع و جاذبه ها
۳,۳۳	۰,۱۴	۰,۰۴	۲,۵۷	۸۴	سیاست دولت در توجه به حفاظت از منابع طبیعی و جلوگیری از تخریب محیط زیست
۳,۳۳	۰,۱۳	۰,۰۴	۲,۵۳	۸۶	افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری در روستا های تاریخی و فرهنگی کشور
۳,۳۳	۰,۱۳	۰,۰۴	۲,۴۲	۷۹	شناسایی روستاهای هدف گردشگری و تهیه طرح برای توسعه آنها توسط سازمان میراث فرهنگی
۳,۳۳	۰,۱۵	۰,۰۴	۲,۸۳	۹۹	روند رو به افزایش علاقه مندان به بازدید از روستا (گردشگران فرهنگی و تاریخی، ...)
۳,۶۷	۰,۱۷	۰,۰۵	۲,۸۹	۹۳	افزایش نیروهای متخصص و باتجربه در بخش گردشگری کشور
۳,۰۰	۰,۱۱	۰,۰۴	۲,۲۳	۷۱	تلاش سازمان میراث برای بهسازی، مرمت آثار و ابنیه های تاریخی و فرهنگی مهم در کشور
۳,۶۷	۰,۱۷	۰,۰۵	۲,۹۴	۱۰۰	افزایش تبلیغات و بازاریابی گردشگری توسط آژانس های مسافرتی و تورگردان ها
۴,۰۰	۰,۱۹	۰,۰۵	۳,۰۴	۹۹	افزایش نهاد ها و سازمانهای غیر دولتی در زمینه گردشگری
۳,۳۳	۰,۱۳	۰,۰۴	۲,۵۴	۸۵	وجود رقابت برای ارائه خدمات مطلوبتر به گردشگران در مناطق تفریحی رقیب
۳,۳۳	۰,۱۲	۰,۰۴	۲,۳۵	۷۶	وجود قوانین و مقررات لازم برای گسترش گردشگری روستایی
۱,۶۷	۰,۰۹	۰,۰۵	۳,۳۰	۱۰۷	دوری و فاصله زیاد مراکز و کانونهای گردشگر فرست کشور به این روستا
۱,۳۳	۰,۰۶	۰,۰۴	۲,۶۵	۹۰	فقدان مدیریتی توانمند، کارا و هماهنگ در استان و منطقه
۱,۳۳	۰,۰۶	۰,۰۵	۲,۹۱	۹۴	وجود تبلیغات منفی در مورد رفتار مردم روستایی با گردشگران
۱,۳۳	۰,۰۶	۰,۰۵	۲,۹۴	۹۴	برنامه و طرح ریزی بیرون از روستا و عدم توجه به نیازها و واقعیت های اصلی روستا
۱,۶۷	۰,۰۸	۰,۰۵	۳,۰۰	۱۰۰	تخریب و از بین رفتن پوشش گیاهی و حیات جانوری
۱,۶۷	۰,۰۸	۰,۰۵	۳,۱۵	۱۰۵	افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی رقیب در مقایسه با این روستا

۱,۳۳	۰,۰۷	۰,۰۵	۳,۱۷	۱۰۴	آلودگي هوا و گرمایش زمین	T۷
۱,۳۳	۰,۰۶	۰,۰۵	۲,۸۸	۹۷	عدم ارتباط نسبی فضایی -مکانی روستا با فضای جریانات مسافری اصلی و شریانهای قدرتمند کشور	T۸
۱,۳۳	۰,۰۶	۰,۰۴	۲,۸۲	۹۴	افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی نزدیک	T۹
۱,۶۷	۰,۱۰	۰,۰۶	۳,۹۳	۱۲۳	تبلیغات منفی جهانی بر ضد ایران و تاثیرات منفی تحریم ها بر ورود گردشگر خارجی به ایران	T۱۰
	۲,۵۲	۱,۰۰	۶۲,۷۹		مجموع امتیاز	

بر اساس جدول (۵) محاسبات ماتریس ارزیابی عوامل خارجی موثر بر توسعه گردشگری روستاهای مورد مطالعه از میان فرصت های پیش رو، مولفه ی تغییر نگاه ها به سوی حفظ محیط زیست و اهمیت حفاظت از منابع و جاذبه ها با ارزش نهایی ۰,۲۰ مهمترین نقاط فرصت در راستای توسعه گردشگری در روستاهای هدف گردشگری این استان می باشد و از مجموع مولفه های تهدیدی، تبلیغات منفی جهانی بر ضد ایران و تاثیرات منفی تحریم ها بر ورود گردشگر خارجی به ایران با ارزش نهایی ۱۰,۰۰ مهمترین تهدید پیش روی توسعه گردشگری روستایی است.

تحلیل امتیازات و ارزشهای عوامل داخلی و خارجی

طبق یافته ها، مجموع امتیاز عوامل داخلی پاسخگویان خانوار ۲,۶۵ و مجموع امتیاز عوامل خارجی برابر ۲,۵۶ می باشد.



شکل (۳) موقعیت سناریو مدل SWOT، استان آذربایجان شرقی

در شکل (۳) امتیاز نزدیک به یک به عوامل مانع و منفی، یعنی ضعف و تهدید، تاثیر عمیق آنها را نشان می دهد و امتیاز نزدیک به چهار به عوامل مثبت، یعنی فرصت و قوت، تاثیر جدی آنها را نشان می دهد. اگر جمع ستون ستون در هر یک از عوامل کمتر از ۲,۵ باشد، نشان دهنده ی تاثیر گذاری شدیدتر عوامل مانع و منفی و محدودیت های حوزه در راستای اهداف تحقیق است که تقاطع امتیازهای هر کدام از عوامل داخلی و خارجی، در نمودار مربوطه نوع استراتژی را نشان می دهد.

در جدول (۶) مختصاتی دوبعدی است که هر یک از چهار ناحیه ی آن معرف یک دسته استراتژی است، که بیانگر موقعیت سناریو تعیین شده برای توسعه ی گردشگری در استان آذربایجان شرقی می باشد.

جدول ۶: ماتریس SWOT، استراتژی های انتخاب شده، استان آذربایجان شرقی

عوامل	قوت ها (S)	ضعف ها (w)
فرصت ها (O)	استراتژی تهاجمی (SO) ۱- توسعه جاذبه ها، فرآورده ها و محصولات تولیدی گردشگری ۲- توسعه گردشگری در سطح محلی و منطقه ای ۳- ایجاد نظام مدیریت یکپارچه گردشگری در سطح منطقه	استراتژی بازنگری-تغییر جهت دهنده (WO)
تهدیدها (T)	استراتژی محافظه کارانه-تنوع (ST)	استراتژی تدافعی (WT)

بر اساس نتایج ارزیابی عوامل درونی و بیرونی و نقطه تقاطع اثر گذاری عوامل بیرونی و درونی (جدول ۶)، مناسب ترین نوع استراتژیهای توسعه گردشگری در استان آذربایجان شرقی باید از نوع استراتژیهای SO یا تهاجمی باشد. در استراتژیهای SO یا تهاجمی (نگهداری، حمایت درونی) تلاش اصلی تصمیم گیرندگان در جهت استفاده ی حداکثری از نقاط قوت و بهره برداری از فرصت های محیطی است.

ماتریس SWOT

این ماتریس ابزاری تحلیلی از عوامل داخلی و خارجی برای ایجاد استراتژی‌هایی است که مورد توجه هستند. با استفاده از این ابزار ضعف‌ها و قوت‌های داخلی با فرصت‌ها و تهدیدات کلیدی خارجی مقایسه می‌شود، در واقع ماتریس SWOT پیوندی بین عوامل داخلی و خارجی است با توجه به تأیید استراتژی‌های SO به عنوان استراتژی مناسب در راستای اهداف تحقیق و با در نظر داشتن مجموعه قوت‌ها و فرصت‌های متعدد محیطی در راستای توسعه گردشگری در محدوده مورد مطالعه مجموعه استراتژی SO به شرح جداول ۶) است. و اینکه به منظور اولویت بندی استراتژی‌های پیشنهادی اقدام به تهیه ماتریس استراتژیک کمی (QSPM) و محاسبه نمره جذابیت هر استراتژی شد، که نتایج آن در ماتریس زیر برای این روستاها آورده شده است.

جدول (۷) ارزیابی استراتژی (استان آذربایجان شرقی)

محیط	سوالات	ضرب اهمیت	استراتژی اول		استراتژی دوم		استراتژی سوم	
			ارزش نهایی	ضرب جذابیت	ارزش نهایی	ضرب جذابیت	ارزش نهایی	ضرب جذابیت
محیط داخلی	S1	۰.۰۵	۰.۲۰	۴	۰.۱۸	۴	۰.۱۸	۴
	S2	۰.۰۳	۰.۱۱	۳	۰.۱۱	۳	۰.۱۱	۳
	S3	۰.۰۳	۰.۰۹	۳	۰.۰۹	۳	۰.۰۹	۳
	S4	۰.۰۳	۰.۰۸	۳	۰.۰۸	۳	۰.۰۸	۳
	S5	۰.۰۳	۰.۰۹	۳	۰.۰۹	۳	۰.۰۹	۳
	S6	۰.۰۴	۰.۱۵	۴	۰.۱۵	۴	۰.۱۵	۳
	S7	۰.۰۵	۰.۱۸	۴	۰.۱۸	۴	۰.۱۸	۴
	S8	۰.۰۴	۰.۱۳	۴	۰.۱۳	۴	۰.۱۳	۴
	S9	۰.۰۳	۰.۱۰	۳	۰.۱۰	۳	۰.۰۹	۳
	S10	۰.۰۴	۰.۱۶	۴	۰.۱۶	۴	۰.۱۶	۴
	S11	۰.۰۳	۰.۰۸	۳	۰.۰۸	۳	۰.۰۸	۳
	S12	۰.۰۳	۰.۱۲	۴	۰.۱۲	۴	۰.۱۲	۴
	S13	۰.۰۴	۰.۱۵	۴	۰.۱۵	۴	۰.۱۵	۴
	S14	۰.۰۴	۰.۱۵	۴	۰.۱۵	۴	۰.۱۵	۴
	W1	۰.۰۳	۰.۰۶	۲	۰.۰۶	۲	۰.۰۶	۲
	W2	۰.۰۳	۰.۰۴	۱	۰.۰۴	۱	۰.۰۴	۱
	W3	۰.۰۳	۰.۰۴	۱	۰.۰۴	۲	۰.۰۵	۱
	W4	۰.۰۳	۰.۰۷	۲	۰.۰۷	۲	۰.۰۶	۲
	W5	۰.۰۳	۰.۰۴	۱	۰.۰۴	۲	۰.۰۵	۲
W6	۰.۰۴	۰.۰۶	۲	۰.۰۶	۲	۰.۰۷	۲	
W7	۰.۰۴	۰.۰۷	۲	۰.۰۷	۲	۰.۰۷	۲	
W8	۰.۰۳	۰.۰۴	۱	۰.۰۴	۲	۰.۰۴	۲	
W9	۰.۰۴	۰.۰۷	۲	۰.۰۷	۲	۰.۰۷	۲	

۰,۰۳	۱	۰,۰۳	۱	۰,۰۳	۱	۰,۰۳	W1۰
۰,۰۸	۲	۰,۰۸	۲	۰,۰۶	۲	۰,۰۴	W1۱
۰,۰۴	۱	۰,۰۵	۲	۰,۰۵	۲	۰,۰۳	W1۲
۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۳	W1۳
۰,۰۶	۲	۰,۰۶	۲	۰,۰۷	۲	۰,۰۳	W1۴
۰,۰۷	۲	۰,۰۷	۲	۰,۰۷	۲	۰,۰۴	W1۵
۲,۵۶		۲,۶۲		۲,۶۰		۱,۰۰	مجموع
۰,۲۱	۴	۰,۲۱	۴	۰,۱۹	۴	۰,۰۵	O1
۰,۱۲	۳	۰,۱۱	۳	۰,۱۱	۳	۰,۰۴	O۲
۰,۱۵	۳	۰,۱۶	۴	۰,۱۶	۴	۰,۰۴	O۳
۰,۲۲	۴	۰,۲۴	۴	۰,۲۲	۴	۰,۰۶	O۴
۰,۲۲	۴	۰,۲۲	۴	۰,۲۲	۴	۰,۰۵	O۵
۰,۱۴	۳	۰,۱۵	۴	۰,۱۵	۴	۰,۰۴	O۶
۰,۱۸	۴	۰,۱۸	۴	۰,۱۹	۴	۰,۰۵	O۷
۰,۲۲	۴	۰,۲۲	۴	۰,۲۲	۴	۰,۰۵	O۸
۰,۱۲	۳	۰,۱۱	۳	۰,۱۱	۳	۰,۰۴	O۹
۰,۱۴	۳	۰,۱۴	۳	۰,۱۳	۳	۰,۰۴	O1۰
۰,۱۹	۴	۰,۲۱	۴	۰,۲۱	۴	۰,۰۵	O1۱
۰,۱۱	۳	۰,۱۱	۳	۰,۱۱	۳	۰,۰۳	O1۲
۰,۱۱	۲	۰,۱۱	۲	۰,۱۱	۲	۰,۰۶	T1
۰,۱۰	۲	۰,۱۰	۲	۰,۱۰	۲	۰,۰۵	T۲
۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۳	T۳
۰,۰۵	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	T۴
۰,۱۰	۲	۰,۱۰	۲	۰,۱۰	۲	۰,۰۵	T۵
۰,۰۷	۲	۰,۰۵	۱	۰,۰۵	۱	۰,۰۴	T۶
۰,۰۴	۱	۰,۰۳	۱	۰,۰۳	۱	۰,۰۳	T۷
۰,۰۹	۲	۰,۰۹	۲	۰,۰۹	۲	۰,۰۵	T۸
۰,۰۷	۲	۰,۰۷	۲	۰,۰۷	۲	۰,۰۴	T۹
۰,۱۲	۲	۰,۱۲	۲	۰,۱۲	۲	۰,۰۶	T1۰
۲,۸۱		۲,۸۱		۲,۷۸		۱,۰۰	مجموع
۵,۳۷		۵,۴۴		۲,۷۸			جمع استراتژیهای عوامل داخلی و خارجی
۲,۶۸		۲,۷۲		۲,۶۹			میانگین استراتژیهای عوامل

طبق جدول (۷) بر اساس محاسبات پرسشنامه های گردشگران روستاهای هدف گردشگری استان آذربایجان شرقی مجموع عوامل داخلی و عوامل خارجی استراتژی اول (توسعه جاذبه ها و فرآورده ها و محصولات تولیدی گردشگری و توسعه پایدار) در روستاهای مورد مطالعه برابر با ۲,۷۸ می باشد و مجموع امتیاز عوامل داخلی و خارجی استراتژی دوم و سوم به ترتیب برابر ۵,۴۴ و ۵,۳۷ می باشد.

جدول (۸) ارزیابی استراتژی (استان آذربایجان شرقی)

استراتژی سوم		استراتژی دوم		استراتژی اول		ضریب اهمیت	سوالات	محیط
ارزش نهایی	ضریب جذابیت	ارزش نهایی	ضریب جذابیت	ارزش نهایی	ضریب جذابیت			
۰٫۱۳	۴	۰٫۱۳	۴	۰٫۱۳	۴	۰٫۰۳	S۱	محیط داخلی
۰٫۱۵	۴	۰٫۱۵	۴	۰٫۱۶	۴	۰٫۰۴	S۲	
۰٫۱۲	۴	۰٫۱۲	۴	۰٫۱۲	۴	۰٫۰۳	S۳	
۰٫۱۰	۳	۰٫۱۰	۳	۰٫۱۰	۳	۰٫۰۳	S۴	
۰٫۱۱	۳	۰٫۱۱	۳	۰٫۱۱	۳	۰٫۰۳	S۵	
۰٫۱۰	۳	۰٫۱۰	۳	۰٫۱۰	۳	۰٫۰۳	S۶	
۰٫۱۷	۴	۰٫۱۷	۴	۰٫۱۷	۴	۰٫۰۴	S۷	
۰٫۱۱	۳	۰٫۱۲	۴	۰٫۱۱	۳	۰٫۰۳	S۸	
۰٫۱۶	۴	۰٫۱۶	۴	۰٫۱۶	۴	۰٫۰۴	S۹	
۰٫۱۳	۴	۰٫۱۳	۴	۰٫۱۴	۴	۰٫۰۳	S۱۰	
۰٫۱۲	۳	۰٫۱۲	۳	۰٫۱۲	۳	۰٫۰۴	S۱۱	
۰٫۱۲	۳	۰٫۱۲	۳	۰٫۱۲	۳	۰٫۰۴	S۱۲	
۰٫۱۱	۳	۰٫۱۱	۳	۰٫۱۱	۳	۰٫۰۳	S۱۳	
۰٫۱۴	۴	۰٫۱۴	۴	۰٫۱۵	۴	۰٫۰۴	S۱۴	
۰٫۰۶	۲	۰٫۰۶	۲	۰٫۰۶	۲	۰٫۰۴	W۱	
۰٫۰۷	۲	۰٫۰۷	۲	۰٫۰۷	۲	۰٫۰۴	W۲	
۰٫۰۷	۲	۰٫۰۶	۲	۰٫۰۶	۲	۰٫۰۳	W۳	
۰٫۰۶	۲	۰٫۰۶	۲	۰٫۰۶	۲	۰٫۰۳	W۴	
۰٫۰۵	۱	۰٫۰۶	۲	۰٫۰۶	۲	۰٫۰۳	W۵	
۰٫۰۴	۱	۰٫۰۴	۱	۰٫۰۵	۲	۰٫۰۳	W۶	
۰٫۰۸	۲	۰٫۰۸	۲	۰٫۰۸	۲	۰٫۰۴	W۷	
۰٫۰۶	۲	۰٫۰۶	۲	۰٫۰۶	۲	۰٫۰۳	W۸	
۰٫۰۵	۲	۰٫۰۵	۲	۰٫۰۵	۲	۰٫۰۳	W۹	
۰٫۰۴	۱	۰٫۰۴	۱	۰٫۰۴	۱	۰٫۰۳	W۱۰	
۰٫۰۳	۱	۰٫۰۳	۱	۰٫۰۳	۱	۰٫۰۳	W۱۱	
۰٫۰۳	۱	۰٫۰۳	۱	۰٫۰۳	۱	۰٫۰۳	W۱۲	
۰٫۰۴	۱	۰٫۰۴	۱	۰٫۰۵	۲	۰٫۰۳	W۱۳	
۰٫۰۸	۲	۰٫۰۸	۲	۰٫۰۸	۲	۰٫۰۴	W۱۴	
۰٫۰۷	۲	۰٫۰۷	۲	۰٫۰۷	۲	۰٫۰۴	W۱۵	
۲٫۵۹		۲٫۶۰		۲٫۶۴		۱٫۰۰	مجموع	
۰٫۱۸	۴	۰٫۱۶	۳	۰٫۱۸	۴	۰٫۰۵	O۱	
۰٫۱۷	۴	۰٫۱۷	۴	۰٫۱۷	۴	۰٫۰۵	O۲	
۰٫۱۷	۴	۰٫۱۷	۴	۰٫۱۷	۴	۰٫۰۵	O۳	
۰٫۱۶	۳	۰٫۱۹	۴	۰٫۱۷	۴	۰٫۰۵	O۴	
۰٫۱۸	۳	۰٫۱۹	۴	۰٫۲۱	۴	۰٫۰۵	O۵	
۰٫۲۰	۴	۰٫۲۰	۴	۰٫۲۰	۴	۰٫۰۵	O۶	
۰٫۱۸	۴	۰٫۱۸	۴	۰٫۱۸	۴	۰٫۰۵	O۷	
۰٫۲۰	۴	۰٫۲۲	۴	۰٫۲۲	۴	۰٫۰۵	O۸	
۰٫۱۹	۴	۰٫۲۰	۴	۰٫۲۰	۴	۰٫۰۵	O۹	
۰٫۱۱	۳	۰٫۱۱	۳	۰٫۱۱	۳	۰٫۰۴	O۱۰	
۰٫۱۵	۳	۰٫۱۶	۴	۰٫۱۵	۳	۰٫۰۴	O۱۱	
۰٫۱۸	۴	۰٫۲۰	۴	۰٫۲۰	۴	۰٫۰۵	O۱۲	
۰٫۰۷	۲	۰٫۰۷	۲	۰٫۰۷	۲	۰٫۰۴	T۱	
۰٫۱۰	۲	۰٫۱۰	۲	۰٫۱۰	۲	۰٫۰۵	T۲	



۰,۰۵	۱	۰,۰۵	۱	۰,۰۷	۲	۰,۰۴	T۳
۰,۰۷	۲	۰,۰۷	۲	۰,۰۷	۲	۰,۰۴	T۴
۰,۰۹	۲	۰,۰۹	۲	۰,۰۹	۲	۰,۰۵	T۵
۰,۰۵	۱	۰,۰۸	۲	۰,۰۷	۲	۰,۰۴	T۶
۰,۰۳	۱	۰,۰۵	۱	۰,۰۵	۱	۰,۰۳	T۷
۰,۰۹	۲	۰,۰۹	۲	۰,۰۹	۲	۰,۰۴	T۸
۰,۰۶	۱	۰,۰۶	۱	۰,۰۶	۱	۰,۰۴	T۹
۰,۰۵	۱	۰,۰۵	۱	۰,۰۵	۱	۰,۰۴	T۱۰
۲,۷۲		۲,۸۶		۲,۸۷		۱,۰۰	مجموع
۵,۳۱		۵,۴۶		۵,۵۱			جمع استراتژیهای عوامل
۲,۶۵		۲,۷۳		۲,۷۵			میانگین استراتژیهای

طبق جدول (۸) بر اساس محاسبات پرسشنامه های خانوار روستاهای هدف گردشگری استان آذربایجان شرقی مجموع عوامل داخلی و عوامل خارجی استراتژی اول (توسعه جاذبه ها و فرآورده ها و محصولات تولیدی گردشگری و توسعه پایدار) در روستاهای مورد مطالعه برابر با ۵,۵۱ می باشد و مجموع امتیاز عوامل داخلی و خارجی استراتژی دوم و سوم به ترتیب برابر ۵,۴۶ و ۵,۳۱ می باشد.

جدول (۹) اولویت بندی استراتژیها در استان آذربایجان شرقی

نام استراتژی	توسعه جاذبه ها، فرآورده ها و محصولات تولیدی گردشگری و توسعه پایدار	توسعه گردشگری در سطح بین المللی و منطقه ای	ایجاد نظام مدیریت یکپارچه گردشگری در سطح منطقه
ارزش نهایی	۳,۷۱	۳,۷۴	۲,۷۵
اولویت	سوم	دوم	اول

این جدول (۹) مشخص می کند که کدامیک از استراتژی ها از اولویت بیشتری برخوردارند براین اساس توسعه جاذبه ها و فرآورده ها و محصولات تولیدی گردشگری و توسعه پایدار از اولویت بیشتری برخوردار است.

نتیجه گیری و راهبردها

گلشیری اصفهانی و سرایی در تحقیقی با عنوان برنامه ریزی راهبردی نظام زیست محیطی روستا با تجزیه و تحلیل SWOT مطالعه موردی: بخش گندمان شهرستان بروجن به این نتیجه رسیدند که با در نظر داشتن نقاط قوت و ضعف و همچنین فرصت ها و تهدیدها

،الگوی تهاجمی به عنوان الگوی اثر بخش برای نظام زیست محیطی اتخاذ و راهبرد ها و اهداف کمی الویت دار با توجه به این الگو شناخته شود و بین آنها پیوستگی برقرار شد. در تحقیقی دیگر که توسط یاری و همکاران تحت عنوان امکان سنجی توسعه توریسم و تدوین راهبردهای توسعه توریسم مطالعه موردی: روستای حیدر آباد انجام گرفت با مقایسه عوامل داخلی و خارجی، استراتژی تهاجمی به عنوان مناسب ترین استراتژی توسعه اکوتوریسم در روستای حیدر آباد انتخاب شد همچنین برای تعیین میزان جذابیت نسبی و اثربخشی و اولویت بندی استراتژی های انتخابی، ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی (QSPM) مورد استفاده قرار گرفت. در این پژوهش نیز که در راستای توسعه گردشگری روستایی در استان آذربایجان شرقی انجام گرفته است. نتایج بدست آمده بیانگر وضعیت مطلوب در محیط داخلی و خارجی، جهت توسعه گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه می باشد. بعنوان مهمترین نقاط ضعف داخلی عدم مشارکت مردم اصلی روستا در برنامه ریزی، اجرا و بهره بردای از طرح های گردشگری، عدم وجود نیروهای متخصص، آگاه و آموزش دیده گردشگری در این روستاها، از بین رفتن و تخریب آثار تاریخی و فرهنگی روستا، استفاده بیش از حد از منابع طبیعی و جاذبه های طبیعی روستا نامناسب بودن تسهیلات و خدمات اقامتی، رفاهی مناسب و بعنوان تبلیغات منفی جهانی بر ضد ایران و تاثیرات منفی تحریم ها بر ورود گردشگر خارجی به ایران مهمترین تهدیدات محیط خارجی در راستای اهداف توسعه گردشگری شناخته شده اند. و با تعیین موقعیت سناریو مورد نظر در جهت انتخاب استراتژی مناسب، استراتژی تهاجمی انتخاب شد. که در مجموع ۳ راهبرد تهاجمی پیشنهاد و ارزش گذاری شد تا اولویت راهبرد ها مشخص شود. که از بین راهبرد های پیشنهادی راهبرد ایجاد نظام مدیریت یکپارچه گردشگری در سطح منطقه با ارزش نهایی ۲,۷۵ دارای اولویت اول و راهبرد توسعه گردشگری در سطح بین المللی و منطقه با ارزش نهایی ۲,۷۴ دارای اولویت دوم و راهبرد توسعه جاذبه ها و فرآورده های و محصولات تولیدی گردشگری و توسعه پایدار با ارزش نهایی ۲,۷۱ دارای اولویت سوم میباشد. نتیجه ای که ما در این تحقیق گرفتیم به هیچ عنوان نتایج تحقیقات قبل

را رد نمی کند. چرا که رویکرد مذکور این است که راهبرد تاثیر گذار باید قوت ها و فرصت های هر مجموعه را حداکثر سازیم و ضعف ها و تهدید ها را به کمترین میزان رساند. چرا که برنامه ریزان و مدیران را در شناسایی بدیل های واقعی را که از میان آنها می توان استراتژی های مناسب را برگزینند یاری می رسانند.

در پایان با توجه به وضعیت موجود محدوده ی مورد مطالعه راهبرد هایی به شرح زیر پیشنهاد می گردد:

- افزایش همکاری مردم برای گسترش گردشگری در منطقه
- وجود قوانین ومقررات برای جلوگیری از تخریب زمینهای کشاورزی و مزارع روستایی
- بهبود وسایل حمل ونقل دسترسی به روستا بوسیله بازاریابی گردشگری آژانس های مسافرت
- بهبود امکانات،خدمات،تسهیلات و تجهیزات صنعت گردشگری روستا
- افزایش انگیزه بخش خصوصی برای انجام زیر ساخت های فیزیکی و کالبدی
- افزایش اختیار و مشارکت مردم در صنعت گردشگری
- بهبود امکانات،خدمات،تسهیلات و تجهیزات صنعت گردشگری روستا
- افزایش همکاری مردم برای گسترش گردشگری در منطقه

منابع و ماخذ

- ۱-انوری، محمدرضا، بلوچی عثمان، هاشمزی، ابراهیم(۱۳۹۱) نقش محوری گردشگری روستایی مطالعه موردی :روستاهای ناحیه تفتان، شهرستان خاش در توسعه نواحی، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک،سال سوم، شماره نهم و دهم، پاییز زمستان، صص ۸۶-۶۷۱
- ۲-افتخاری، عبدالرضا، مهدوی، داوود، اکبری سامانی، ناهید، ۱۳۹۰، ارائه الگوهای برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار روستایی مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک)، پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ۴۵، شماره
- ۳- افتخاری، عبدالرضا، مهدوی، داوود، ۱۳۹۰، ارزیابی پایداری گردشگری در روستاهای تاریخی فرهنگی ایران با تأکید بر پارادایم توسعه پایدار گردشگری، فصلنامه مطالعات گردشگری شماره ۱۴

۴- پناد، عبدالصمد، فاضلی، مصطفی (۱۳۹۱) گردشگری روستایی راهبردی اساسی برای توسعه روستایی مورد: روستای تیس (ناحیه چابهار) اولین همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران- ۲۸ لغایت ۳۰ بهمن ۱۳۹۱.

۵- حاجی نژاد، علی، پایدار، ابوذری، باقری، فاطمه، عبدی، ناصر (۱۳۹۳) تدوین راهبردی توسعه گردشگری

ایران، فصلنامه راهبردی سیاست های راهبردی و کلان، سال دوم، شماره هشتم، صفحات ۱۱۱-۱۳۵

۶- قرحلونه، مهدی، فاطمه سالاروندیان و مریم جعفری مهربادی (۱۳۸۸) گردشگری پایدار راهکاری مناسب جهت کاهش آلودگی های زیست محیطی خلیج فارس، پنجمین همایش ملی خلیج فارس، کیش، ۱۰ اردیبهشت.

۷- مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰، نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن، تهران، ۱۹۰-

۸- مهدوی، داوود، افتخاری، عبدالرضا، سجاسی قیداری، حمدالله (۱۳۹۳) طراحی راهبردی توسعه پایدار

گردشگری روستاهای تاریخی- فرهنگی ایران، نشریه علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی، سال ۲۰، شماره ۵۶، تابستان ۱۳۹۵، صفحات ۳۰۰-۲۷۵

۹- نورآقایی، آرش (۱۳۸۸) گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری درباره ایران، نقل شده

در سایت: <http://nooraghayee.com/?p=181>

۱۰- Policastro, M. L. (۲۰۰۱), Introduction to Strategic Planning. London:

Routledge.

۱۱- Wilson, R. F. (۲۰۰۰), *Doing a SWOT Analysis for Your Internet Marketing Plan*. London: Routledge.

Strategy of development of rural tourism (Case Study: Target Tourism Rural East Azerbaijan Province)

Abstract

Tourism and tourism economy now, is becoming one of the main pillars of the world trade economy, In addition, many planners and policymakers in the development of tourism Refer as the main pillar of sustainable development. In this regard, rural tourism is also part of the tourism industry ledgers, That can planning and proper identify the advantages and limitations of rural tourism, have an important role in the development of these areas, In fact, the tourism industry in rural areas as complementary approaches and activities, is able to improve life quality in rural areas, the revitalization of villages and ultimately sustainable rural development play a key role. Hence, identifying and explaining the capabilities and limitations of tourism in rural area prone to this industry and it is important to prioritize. The research methodology is descriptive – analytic, The purpose of this

study is to investigate capabilities, weaknesses and limitations of rural tourism in the area and offering solutions to solve the problems ahead and strengths and identify opportunities from the perspective of the local community and tourists in the study area is . The research questions are as follows: Strengths, weaknesses, opportunities and threats associated with the expansion of tourism activities in the study area are there? What are the potential development of rural tourism in villages and how strategies for tourism development leading to the development of rural tourism and rural development aim to be there? In this paper, using surveys, field studies and using the SWOT method to provide a strategy to develop the region's tourism And the results are indicative of aggressive strategies.

Key words: rural tourism, rural development, strategy, SWOT,rural