

ارزیابی پتانسیل گردشگری روستایی:
آنالیز SWOT در دهستان‌های شهرستان سپیدان فارس

سید محمد جواد سبحانی^۱، امید جمشیدی^۲، دکتر علی اسدی^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج کشاورزی دانشگاه تهران

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه روستایی دانشگاه تهران

۳- دانشیار گروه مدیریت و توسعه روستایی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران

چکیده:

گردشگری روستایی یک فعالیت پایه با ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی است که بر خلاف کوچک بودن ابعاد آن، روندی رو به رشد دارد، به طوری که حتی به عنوان توریسم جایگزین نیز معرفی شده است. ایران کشوری است که به لحاظ جاذبه های گردشگری در ردیف ۱۰ کشور نخست جهان می باشد ولی نام آن حتی در فهرست ۸۰ کشور گردش پذیر جهان از نظر ورودی ها و درآمد قرار ندارد. سهم گردشگری در تولید ناخالص ملی در حدود ۰/۰۷ درصد بوده که این رقم در مقابل پتانسیل موجود، حاکی از ضعف برنامه ریزی و سیاستگذاری توسعه صنعت گردشگری می باشد. شهرستان سپیدان در استان فارس واقع می باشد و دارای جاذبه های گردشگری فراوان از جمله آبشار مارگون، پیست اسکی پولادکف و امکانات ورزشی و اقامتی زمستانه و ... است و مناظر طبیعی زیبا، چشمه های آب معدنی، رودخانه ها، باغ ها و مراتع و جنگل های این منطقه به نوبه خود نظر هر بیننده ای را جلب می نمایند. روش پژوهش در تحقیق حاضر، تلفیقی از مرور سیستماتیک منابع پژوهشی جهت شناسایی قابلیت ها و استعداد های بالقوه گردشگری و عملیات میدانی بمنظور جمع آوری اطلاعات از ساکنان محلی بود. پس از تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها به شیوه SWOT به ارائه استراتژی و راهبردهایی در جهت توسعه گردشگری در مناطق روستایی شهرستان سپیدان پرداخته شد. تجزیه و تحلیل های تجربی در منطقه مطالعه شده نشان می دهد که توسعه گردشگری روستایی نیازمند حمایت های دولتی، دعوت به همکاری از سرمایه گذاران و بخش خصوصی و استفاده از دانش بومی و افراد تحصیل کرده در راستای ارتقای ترویج فرهنگ گردشگری در راستای توسعه پایدار روستایی است.

واژه های کلیدی: گردشگری روستایی، آنالیز SWOT، توسعه پایدار

Email: javadsobhani708@yahoo.com

امروزه با پیشرفت بسیار سریع در وسایل ارتباط جمعی از یک طرف و وسایل حمل و نقل از طرف دیگر به نظر می‌رسد که فاصله‌ها بیش از پیش بهم نزدیکتر شده‌اند. این امر موجب نزدیک‌تر شدن مردمان و بالتبع آن فرهنگ‌های مختلف شده است. گردشگری یکی از نمودهای این ارتباطات می‌باشد که بدلیل کارکردها و پتانسیل‌های مختلفی که در درون خود دارد توانسته است بعنوان یک استراتژی کاربردی در مباحث توسعه اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و حتی سیاسی مطرح شود. صنعت گردشگری در طی دهه‌های اخیر دارای رشد شتابانی بوده است و کشورهای درحال توسعه و توسعه یافته زیادی از آن بعنوان یک منبع درآمد قابل ملاحظه بهره جسته‌اند. اگرچه در حال حاضر نقش این صنعت به عنوان ابزاری برای توسعه منطقه‌ای غیرقابل انکار می‌باشد اما متأسفانه کشور ما سهم ناچیزی از این سفره گسترده داشته است (رنجبریان ۱۳۸۵).

صنعت گردشگری حاوی گونه‌های متفاوت و متعددی از گردشگری می‌باشد که هر کدام از آنها مشخصات منحصر بفرد خود را دارا می‌باشند و از اینرو در مواجهه با فرصتها و تهدیدهای متفاوتی قرار دارند. گردشگری روستایی یکی از این گونه‌ها می‌باشد که در طی چندسال اخیر بعنوان گزیدار مناسبی در مباحث توسعه پایدار مطرح شده است و توجه ویژه‌ای را به خود معطوف داشته است. گردشگری روستایی یکی از راهبردهای مبحث توسعه پایدار روستایی است که در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته است و نتایج مثبتی نیز در پی داشته است (یگانه و رستمی ۱۳۸۶). در کشور ما نیز تعداد قابل توجهی از روستاها به لحاظ شرایط و موقعیت مکانی و داشتن عناصر مهمی که در جذب گردشگر لازم می‌باشد، مانند آثار باستانی، تنوع آب‌وهوایی، مناظر طبیعی، آداب و سنن اجتماعی، صنایع دستی و بافت خاص روستایی، امکان استفاده از این بازو را برای توانمندسازی مردمان محلی بطور خاص و توسعه کشور به طور عام دارد. علی‌رغم این موضوع این مهم به اندازه کافی مورد توجه قرار نگرفته است و شناخت اندکی از ظرفیت‌های موجود و مسایل و مشکلات پیش‌رو توسعه آن در دسترس می‌باشد. مطالعه این راهبرد در کشور ما سابقه چندانی نداشته است و تنها در چند سال اخیر مورد توجه قرار گرفته است، لذا توسعه گردشگری روستایی در مقایسه با سایر فعالیتهای اقتصادی محیط روستا، پدیده‌ای نوین (cartner, 2005) و یک راهکار اساسی برای ایجاد درآمد برای روستاییان و ماندن آنها در روستا و خارج کردن نمودن روستاها از حالت انزوا می‌باشد (مصطفی‌نژادیان و خسروی پور ۱۳۸۶). کارتنر بیان می‌دارد که مطالعه و بررسی گردشگری در آمریکا و اروپا به دهه ۱۹۷۰ برمی‌گردد، جایی که صنعت گردشگری صنعتی پاکتر برای محیط زیست مطرح گردید و در همین راستا مدل‌هایی برای توسعه آن نیز مطرح شد. با توجه به مطالب بالا می‌توان بیان کرد که بطور کلی با تقویت گردشگری می‌توان با ایجاد اشتغال و درآمد، استفاده از منابع محل، تنوع‌سازی اقتصادی و مشارکت اجتماعی در رفع مشکلات فراروی روستاها تاثیر بسزایی داشت و یکی از فرصتهای شکل‌گیری توسعه همه جانبه روستایی محسوب می‌شود و به کند شدن روند تخلیه سکونت گاههای روستایی و جریان مهاجرت جمعیت روستایی کمک می‌کند (حفاری و حیاتی ۱۳۸۸).

گردشگری در علوم معاصر جهان، به صورت یک علم سودآور و اشتغال‌زا در جوامع مختلف مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. اغلب مقصود از واژه‌های همچون گردشگر و گردشگری، بیان زمینه‌های تفریحی است، این در حالی است که همگام با سیر تطور علوم مختلف، گردشگری نیز به مرور زمان تکامل یافته و امروزه یک مبحث بسیار مهم در جهان به شمار می‌رود. بنابراین طی چند دهه اخیر رشد چشمگیری در کشورهای دنیا داشته است.

همانطور که ذکر شد صنعت توریسم در دهه‌های اخیر به شکل گسترده‌ای در حال رشد است بطوری که تبدیل به نخستین صنعت پردرآمد دنیا گشته است و هنوز این روند ادامه دارد. ولیکن رشد گسترده این صنعت همانند صنایع دیگر در اختیار کشورهای صنعتی اروپایی و آمریکا می‌باشد. «تقریباً ۵۰ درصد از درآمد ۴۰۰ میلیارد دلاری صنعت توریسم در جهان را تنها ۵ کشور اروپایی و آمریکایی بهره می‌برند کشورهایمانند آمریکا، فرانسه، اسپانیا، ایتالیا، انگلیس و آلمان در صدر کشورهای هستند که توانسته‌اند بیشترین سهم را از آن خود کنند. در این میان فرانسه با جذب سالانه ۷۶ میلیون نفر در مقام نخست و آمریکا با گردشگرانی در حدود ۶۰ میلیون نفر گردشگر در مقام دوم و کشورهای ایتالیا، انگلیس و آلمان نیز در مقام‌های بعدی قرار دارند». این صنعت نوپا با وجود رشد شتابنده خود در کشورهای یاد شده و حتی کشورهای دیگر، در ایران با وجود میراث‌های گرانبها و بزرگ تاریخی، وجود طبیعت بکر و متنوع و همچنین وجود روستاهای بیشمار و طبیعت‌های روستایی سهم ناچیزی در این صنعت را داراست. به گونه‌ای که سهم ایران در گردشگران ورودی کمتر از ۱/۵ میلیون نفر و سهم این بخش در درآمدهای صنعتی ۴ دهم درصد می‌باشد. توجه به توریسم روستایی در ایران می‌تواند سهم این بخش را در اقتصاد ملی افزایش دهد و باعث رونق و توسعه روستاها و محیط‌های روستایی شود (رستم‌زاده ۱۳۸۶).

تحقیقی نشان داده است که ۷۰ درصد گردشگران آمریکایی، جزء گردشگر میراث فرهنگی هستند، همچنین دو سوم گردشگرانی که به انگلیس سفر می‌کنند به عنوان بخشی از سفر در جستجوی میراث فرهنگی هستند و بالاخره حدود نیمی از آمریکایی‌هایی که در سال ۱۹۹۶ به صورت محلی سفر کرده بوده‌اند به دنبال جنبه‌های فرهنگی از جمله بازدید از موزه، گالری‌های هنری و دیگر موارد فرهنگی بوده‌اند (Crain, 1998).

در این میان جای بسی تأسف است که با وجود جاذبه‌های فرهنگی بیشمار در کشور ما، صنعت گردشگری نتوانسته است مخاطبان قابل توجهی برای خویش بیابد. سهم ایران از برنامه جهانی گردشگری در افق سال ۱۴۰۴، جذب ۵/۱ درصد گردشگر بین‌المللی یعنی حداقل ۲۰ میلیون نفر است که درآمد ناشی از گردشگری در سطح جهانی برای ایران، حدود ۲۵ میلیارد دلار پیش‌بینی شده که برای رسیدن به این سهم باید تمامی دستگاه‌های اجرایی در توسعه صنعت گردشگری، همکاری‌های لازم را داشته باشند و نقش آفرینی کنند. طبق آخرین آمار و اطلاعات کمیته توریسم عشایری و روستایی، تعداد روستاهای هدف گردشگری کشور در سال ۱۳۸۶ تعداد ۳۷۵ روستا بوده و اکنون این کمیته در صدد است که شناسنامه‌هایی برای این روستاها را تهیه کند. امکانات روستاهای گردشگری، جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، تسهیلات موجود در روستاها، نقشه و سایر

اطلاعات موجود برای هر گردشگر از مواردی است که در اینگونه شناسنامه ها باید گنجانده شود تا در اختیار گردشگران داخلی و خارجی قرار گیرد (نمازی، ۱۳۸۴).

اهمیت گردشگری

در زمینه اهمیت گردشگری از دو عامل اساسی می توان نام برد. اول افزایش درآمد برای قشر میزبان، به عبارت دیگر وقتی گردشگران به منطقه ای وارد می شوند الزاماً باید هزینه هایی را در آن محل پردازند؛ مثل هزینه غذا و هزینه محل اقامت و هتل و مهمانخانه، هزینه های تفریحات، حمل و نقل، گشت ها، تورها و همچنین پولی که بابت خرید سوغاتی و کالای بومی منطقه میزبان می پردازند و هزینه ورود به موزه یا مکان دیدنی. این هزینه ها از طریق ارزی که وارد کشور میزبان می کنند باعث رونق اقتصادی کشور میزبان می شوند لذا به جهانگردان عوامل صادرات نامرئی هم می گویند. دومین اهمیت ایجاد شغل است که با توسعه فعالیتهای جهانگردی و گردشگری زمینه برای ایجاد اشتغال فراهم می شود و این امر برای کشورهای با جمعیت جوان و متقاضی روبه رو هستند بسیار مفید است. برخی از صاحب نظران معتقدند به ازای هر ۱۰ نفر توریست که وارد کشور میزبان می شود یک فرصت شغلی ایجاد می گردد. گردشگری یک فعالیت پایه با ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی وسیع است. تولید خدمات در گردشگری یکی از پنج تولید محوری در بیش از سه چهارم کشورها و اصلی ترین عامل ارز آوری در بیش از یک سوم کشورهای جهان است. در این میان کشورها و مناطقی که بتوانند بسترهای لازم را برای تامین تقاضای توریسم را فراهم کنند، می توانند بهره مند شوند (حاجی نژاد، ۱۳۸۷).

انواع گردشگری

گردشگری گونه های مختلفی از جمله گردشگری تفریحی به عنوان رایجترین نوع گردشگری، گردشگری درمانی، گردشگری مذهبی، گردشگری بازاری یا تجاری، بومگردی (اکوتوریسم)، گردشگری ورزشی دارد. گونه نوینی از گردشگری، گردشگری الکترونیک یا همان e-Tourism که در بر گیرنده اطلاعات و انجام بخش اعظم سفر به صورت مجازی می باشد. در این میان گردشگری روستایی یا به عبارتی صنعت توریسم روستایی، شاخه ای از علم گردشگری را به خود اختصاص داده که انواع توریسم کشاورزی، مزرعه ای و نرم را در بطن خود دارد، بر خلاف کوچک بودن ابعاد آن، روندی رو به رشد دارد به طوری که حتی به عنوان توریسم جایگزین معرفی شده است. افتخاری (۱۳۸۴)، به نقل از اشتیری مهرجردی انواع گردشگری روستایی را به صورت زیر طبقه بندی نموده است:

گردشگری طبیعی ^۱	به طور عمده در تعامل با جاذبه های اکولوژیکی قرار دارد.
گردشگری	مرتبط با فرهنگ، میراث فرهنگی و باستانی مردم روستایی است.

^۱. Natural tourism

	فرهنگی ^۱
نوعی گردشگری است که علاوه بر تعامل با جاذبه‌های طبیعی (همانند رودخانه، کوهستان‌ها و ...) با زندگی و هنجارهای اجتماعی مردم که خود نیز در تعامل با جاذبه‌های طبیعی فوق می‌باشند، در ارتباط می‌باشند.	گردشگری بومی ^۲
در این نوع گردشگری، گردشگران در خانوارهای دهکده زندگی کرده و در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی روستا مشارکت می‌کنند.	گردشگری دهکده‌ای ^۳
در این نوع گردشگری، گردشگران بدون ایجاد پیامدهای منفی بر روی اکوسیستم مناطق میزبان یا فعالیت‌های سنتی کشاورزی در تعامل می‌باشند و یا مشارکت می‌کنند.	گردشگری کشاورزی ^۴

توریسم روستایی

از انواع مهم و در حال رشد توریسم، توریسمی است که مربوط به روستا و مناطق روستایی می‌باشد. توریسم وابسته به روستا در کشورهایی که دارای صنعت توریسم رشد یافته‌ای هستند به شدت در حال گسترش و رشد می‌باشد. کشورهای نظیر آمریکا، اتریش و... از زمره این کشورها می‌باشند. این نوع توریسم که مربوط به روستا و محیط روستایی و طبیعی است نقش مهمی در توسعه پایدار روستایی دارد. چرا که توسعه پایدار روستایی عبارتست از وحدت میان ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و زیست محیطی به منظور بالا بردن سطح معیشت و رفاه مردم روستایی است. در توسعه پایدار روستایی توجه به عوامل زیست محیطی از اهمیت بسیاری برخوردار می‌باشد. کانون توجه اکوتوریسم، توریسم کشاورزی، توریسم روستایی و ... به طبیعت و تنوع زیست محیطی روستا و استواری برپایه محیط و تولیدات روستایی است. این نوع توریسم باعث رونق همه جانبه روستا است چرا که در زمینه توسعه کالبدی روستا و زیرساخت‌ها، ایجاد زیر ساخت‌ها و مکان‌های اقامتی، تفریحی و ... در محیط‌های روستایی برای گردشگران، در نهایت به نفع خود مردم روستایی است. شکل زیر نشان دهنده حیطه‌های گردشگری روستایی، کشاورزی و مزرعه‌ای می‌باشد.



شکل ۱ - حیطه توریسم روستایی، توریسم کشاورزی و توریسم مزرعه. (Bojnec 2006)

توریسم روستایی، اکوتوریسم و توریسم کشاورزی به دلیل در هم تنیدگی با تنوع زیست محیطی و طبیعت و همچنین بستگی به محیط‌های زیبای روستایی که بدور از محیط‌های پرتنش شهری

¹. Cultural tourism

². Eco tourism

³. Village tourism

⁴. Agro tourism

می‌باشد در درون خود توجه و لذت بردن از طبیعت و مناطق بکر خارج از محیط شهری را دارد. حفظ محیط زیست و گردش مسئولانه در طبیعت در ذات این نوع توریسم نهفته است.

مزایای توریسم روستایی

از مزیت‌های مهم صنعت گردشگری می‌توان توزیع اشتغال در روستا را نام برد. یکی از مزایا و منافع عمده اقتصادی فعالیت‌های گردشگری ایجاد درآمد اضافی، مکمل و توسعه و گسترش فرصت‌های شغلی در مناطق روستایی و در زمینه کشاورزی است که به دنبال آن نقش عمده ای در فقرزدایی داشته و موجب رفاه و رونق روستاها می‌شود. همچنین بازار جدیدی برای فروش محصولات کشاورزی و تولیدی به وجود می‌آورد.

جدای از مزایای اقتصادی و اجتماعی، گردشگری روستایی مزایای فرهنگی و زیست محیطی نیز دارد. در صورتی که گردشگری روستایی توسعه پیدا کند مردم محلی از هر فرصت و جاذبه ای برای جلب توجه گردشگران و آرایه خدمات به آنان استفاده می‌کنند. بدین صورت است که آداب و رسوم قدیمی، سنن، آیین‌ها و سایر الگوهای زندگی که فراموش شده دوباره احیا می‌شوند و با اجرای این مراسم و حفظ ویژگی‌های سنتی محلی جاذبه ای فرهنگی برای گردشگران به وجود می‌آورند. افزایش آگاهی فرهنگی و اجتماعی جنبه دیگری از اثرات مثبت فرهنگی گردشگری روستایی است.

در کنار مزایای توریسم روستایی در میان اهداف بیشمار در زمینه گسترش گردشگری روستایی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- تنوع اقتصاد روستایی در کنار دیگر بخش‌های اقتصادی
- ۲- بالا بردن سطوح درآمدی خانوارهای روستایی
- ۳- ایجاد نوعی احساس غرور و افتخار در بین مردم محلی نسبت به فرهنگ و تمدن خود
- ۴- افزایش مصرف کنندگان جدید محصولات کشاورزی
- ۵- کمک به احیا و توسعه سنتها، هنرها و صنایع محلی
- ۶- بهبود فرهنگ، ارتباط و درک درون منطقه ای
- ۷- افزایش پایداری در طولانی مدت برای تجارت کشاورزی
- ۸- درک و توجه بیشتر به اهمیت نگهداری زمینهای مورد استفاده

مواد و روش‌ها

روش پژوهش در تحقیق حاضر، تلفیقی از مرور سیستماتیک منابع پژوهشی، روش مشاهده و مصاحبه با مسئولان و صاحب‌نظران و همچنین مردم محلی بود. ابتدا جهت شناسایی قابلیت‌ها و استعداد‌های بالقوه گردشگری و امکانات رفاهی توریسم موجود در منطقه، منابع ثانویه، مدارک در دسترس و پژوهش‌های مشابه پیشین مورد مطالعه قرار گرفته است. در این مرحله نقش رشد توریسم و گردشگری روستایی در فرآیند توسعه روستایی مورد بررسی قرار داده شده و در مراحل بعدی انجام پژوهش اطلاعات لازم از طریق مشاهده و مصاحبه به صورت پیمایشی بدست آمده است. جامعه آماری مورد مطالعه شامل افراد ساکن در دهستان‌های توابع بخش‌های مرکزی، بیضاء

و همایجان شهرستان سپیدان فارس بوده‌اند. با توجه به اطلاعات حاصله از بررسی‌های به عمل آمده، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل راهبردی SWOT انجام گرفت. مجموعه نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از نظرخواهی‌های انجام شده استخراج شده و سپس با ترسیم ماتریس SWOT و انجام تجزیه و تحلیل‌های راهبردی مربوطه، فهرستی از راهبردهای WO,ST,SO,WT فراهم گردیده است.

استراتژی‌های WO	استراتژی‌های SO
با بهره‌جستن از فرصت‌ها نقاط ضعف را از بین ببرید.	با بهره‌جستن از نقاط قوت در صدد بهره‌برداری از فرصت‌ها برآیید.
استراتژی‌های WT	استراتژی‌های ST
نقاط ضعف را کاهش دهید و از تهدیدها بپرهیزید.	برای احتراز از تهدیدها از نقاط قوت استفاده کنید.

- جدول تعیین راهبردهای WO,ST,SO,WT با استفاده از ماتریس SWOT

در مرحله بعد با استفاده از اطلاعات ماتریس، به ارزیابی موقعیت و طراحی اقدام استراتژیک و بهینه‌سازی راهبردهای طراحی شده پرداخته شده است و در نهایت اولویت‌بندی این راهبردها و انتخاب جذاب‌ترین و بهترین راهبردها برای توسعه گردشگری روستایی در منطقه ارائه داده شده است. مراحل تهیه ماتریس SWOT در نمودار زیر آورده شده است:



نمودار (۱) مراحل تهیه ماتریس SWOT

کلیاتی در مورد محدوده مورد مطالعه:

شهرستان سپیدان، به مرکزیت شهر اردکان، در ۱۰۰ کیلومتری شمال غربی شهر شیراز واقع است که از شمال و شمال شرق به شهرستان‌های اقلید و مرودشت، از غرب به شهرستان نورآباد ممسنی و از شمال غرب به کهگیلویه و بویراحمد محدود است. این شهرستان دارای ۲۶۴۹ کیلومتر مربع وسعت و برطبق سرشماری عمومی کشوری نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵ دارای ۶۸۳۲۴ نفر جمعیت روستایی است که ۳۴۷۰۸ نفر از آن را مردان و ۳۳۶۱۶ نفر دیگر را زنان تشکیل می‌دهند. این جمعیت ۴,۱۴ درصد از کل جمعیت روستانشین استان فارس و ۰,۳۱ درصد روستاییان کل کشور را شامل می‌شود. شهرستان سپیدان دارای ۳ بخش مرکزی، بیضاء و

همایجان و همچنین ۱۴ روستا با جمعیت بالای ۱۰۰۰ نفر است. روستاهای این شهرستان دارای جاذبه‌های گردشگری فراوان از جمله دو پیست اسکی کاملاً مجهز به امکانات ورزشی و اقامتی با نام‌های تربیت بدنی و پولادکف می‌باشد که میعادگاه دوستداران ورزش‌های زمستانی است. از مناظر طبیعی شهرستان می‌توان به آبشار مارگون، چشمه شش‌پیر و تفرجگاه‌های تنگ‌تیزاب، برم فیروز و چله‌گاه اشاره نمود. رودخانه‌ها، باغ‌ها و مراتع و جنگل‌های این منطقه به نوبه خود نظر هر بیننده‌ای را به سوی خود جلب می‌نمایند و از صنایع دستی این شهرستان نیز می‌توان گلیم‌بافی و گبه‌بافی را ذکر نمود.

یافته‌های تحقیق

ماتریس (SWOT) قوت‌ها - ضعف‌ها و فرصت‌ها - تهدیدها:

در تحقیق مذکور با ترسیم ماتریس (SWOT) و انجام تجزیه و تحلیل‌های راهبردی مربوط، فهرستی از راهبردهای WO, ST, SO, WT و راهکارهای در جهت توسعه گردشگری در منطقه ارائه شده است. از طرفی با نتیجه‌گیری از آنالیز SWOT، نقاط ضعف می‌بایست تحت کنترل بوده تا تبدیل به نقاط قوت شوند و همچنین سعی شود تا نقاط قوت خود با فرصت‌های بیرونی همسو شود و تهدیدها می‌بایست تبدیل به فرصت‌ها شوند.

نقاط قوت Strength	نقاط ضعف Weakness	
<p>جاذبه‌های طبیعی گردشگری (جنگل‌ها و آبشارها و رودخانه‌ها ...)</p> <p>وجود زمین‌های حاصلخیز کشاورزی و محصولات متنوع زراعی و باغی</p> <p>وجود اماکن زیارتی</p> <p>وجود مراسم فرهنگی_ مذهبی محلی</p> <p>امکانات ورزش‌های زمستانی</p> <p>توزیع یکنواخت حضور گردشگران به دلیل جاذبه‌های ۴ فصل منطقه</p> <p>نزدیکی جغرافیایی به مرکز استان، مهیا بودن جاده‌های ارتباطی و وسایل نقلیه عمومی</p> <p>تمایل مشارکت روستاییان منطقه در برنامه‌ریزی‌های توسعه گردشگری روستایی</p> <p>وجود امکانات تحصیلی و افراد تحصیل کرده در روستاها آرامش مناطق کوهستانی و ارتفاعات</p>	<p>افزایش هزینه زندگی در روستا</p> <p>عدم بهره‌مندی تمام روستاییان از منافع گردشگری</p> <p>عدم تمایل روستاییان در سرمایه‌گذاری گردشگری نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی، اجتماعی</p> <p>تفاوت‌های فرهنگی بومیان روستا و گردشگران</p> <p>کمبود امکانات رفاهی از قبیل هتل، مسافرخانه، حمام‌های عمومی و...</p> <p>تشدید اختلافات طبقاتی در روستا</p> <p>افزایش مهاجرت روستاییان بدلیل فروش اراضی زراعی</p>	<p>پژوهش‌های</p>
فرصت‌ها Opportunity	تهدیدها Threats	۵

<p>از بین رفتن آداب و رسوم محلی افزایش آلودگی و تخریب محیط زیست افزایش قیمت زمین و تبدیل واحدهای کشاورزی کارآمد به اراضی مسکونی و تجاری تغییر هنجارهای اجتماعی در روستا در اثر حضور گردشگران ایجاد مشکلات فرهنگی حضور گردشگران شهرنشین در ایام پرکاری روستاییان فقدان ساختار نظام مند در امر توسعه گردشگری روستایی فقدان راهکارهای خودکفایی روستاها و نیاز به کمک‌های مستمر دولتی عدم وجود یک تصویر روشن از گردشگری روستایی در اذهان</p>	<p>توجه و حمایت بیشتر ادارات و دستگاه‌های دولتی از مسائل گردشگری روستایی رشد سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زمینه گردشگری افزایش توجه مسئولان به شاخص‌های توسعه و زندگی روستایی افزایش انگیزه برای گردشگری روستایی در گردشگران ترویج فرهنگ گردشگری در راستای توسعه پایدار روستایی افزایش تولید و تقاضا محصولات روستایی در بازار امکان ایجاد بازارهای فروش محصولات روستایی در داخل و خارج از منطقه گردشگری روستایی به‌عنوان ابزاری جهت معرفی روستا و محصولات محلی و سنتی افزایش امنیت عمومی امکان احداث پروژه‌های باغ شهری جهت جلب و اسکان گردشگران افزایش سطح نسبی امکانات عمومی در اثر حضور گردشگران افزایش سطح درآمد خانوارهای روستایی افزایش کیفیت زندگی روستاییان امکان ایجاد فرصت‌های شغلی برای روستاییان بویژه زنان و جوانان</p>
--	---

تجزیه و تحلیل ماتریس SWOT

جیمز برایان نظریه پرداز مدیریت استراتژی را اینگونه بیان می‌کند: استراتژی عبارت است از الگو یا طرحی جامع که هدف‌ها، سیاستها و زنجیره‌های عملیاتی یک سازمان را در قالب یک کل به هم پیوسته، با یکدیگر ترکیب می‌کند. مطالعات توسعه بخش توریسم نشان داده که فرآیند توسعه بدون برنامه‌ریزی دارای تاثیرات منفی بیشتری بر کشاورزی پایدار و زندگی طبیعی نسبت به اثرات مثبت آن است (Ozen, 2007).

استراتژی‌های صنعت گردشگری با توجه به موقعیت منطقه و سبک مدیریت توریسم روستایی در طی فرآیند تکنیکی انجام پروژه مهیا می‌گردند (Baranets, 2004). در طی سال‌های اخیر پیشرفت‌های چشمگیری در زمینه سیاست‌ها و استراتژی‌های گردشگری روستایی ایجاد شده است. مسئولان این امر توجه ویژه‌ای نسبت به اهمیت بازاریابی گردشگری روستایی و تاثیر آن در توسعه و عمران منطقه‌ای نشان داده‌اند. کارآفرینی و اشتغال‌زایی بخش خصوصی نیز از مقاصد اصلی توسعه گردشگری بشمار می‌آید (Bojnec, 2006). با توجه به مفاهیم بالا در برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری روستایی ارایه استراتژی‌های کاربردی و اثربخش لازم می‌باشد. استراتژی‌های ارایه شده در زیر در چهار بخش رقابتی-تهاجمی، تنوع، بازنگری و تدافعی طبقه‌بندی گردیده‌اند.

الف. راهبردهای قوت - فرصت (رقابتی-تهاجمی SO):

در راهبردهای قوت - فرصت تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است. در همین راستا راهکارهایی جهت بهره‌جستن از قابلیت‌های موجود به منظور ارتقا سطح گردشگری در منطقه ارایه شده است.

- بواسطه وجود جاذبه‌های طبیعی گردشگری (جنگل‌ها و آبشارها و رودخانه‌ها) توجه و حمایت بیشتری توسط سازمانهای ذی‌ربط برای توسعه گردشگری متکی بر طبیعت به عمل آید.
- رشد سرمایه‌گذاری بخش خصوصی با تشویق و حمایت‌های نهادی برای ایجاد زیرساختهای مورد نیاز گردشگری در منطقه توسط خود مردم.
- ترویج فرهنگ گردشگری در راستای توسعه پایدار روستایی در بین مردم منطقه و هویدا ساختن مزیت‌های نهفته در توسعه گردشگری با توجه به وجود افراد تحصیل کرده.
- استفاده از تمایل مشارکت روستاییان منطقه در برنامه‌ریزی‌های توسعه گردشگری روستایی برای اجرای برنامه‌ها. تمایل به مشارکت مردم منطقه بنحوی می‌تواند تضمین کننده طراحی و اجرای درست برنامه‌های مربوطه شود.
- استفاده از اماکن زیارتی و همچنین وجود مراسم مذهبی و فرهنگی سنتی که علاوه بر جاذبه‌های طبیعی در منطقه وجود دارد. این امر موجب تنوع بخشی به امر گردشگری و ارتقا آن خواهد شد
- بررسی و شناسایی جاذبه‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی گردشگری در منطقه جهت رقابت با سایر مناطق تفریحی رقیب
- بهره‌گیری هرچه بیشتر از جاذبه‌های گردشگری در فصول گردشگر پذیر و استفاده از مزیت وجود جاذبه‌های چهار فصل در منطقه
- زمینه سازی استفاده از وجود امکانات ورزشی زمستانی و تقویت زیرساخت‌های موجود در این بخش با استفاد از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در کنار وجود حمایت‌های دولتی
- تقویت بازارهای فروش محصولات محلی در داخل و خارج منطقه در ضمن ارایه برنامه‌های برای فرآوری و بسته‌بندی محصولات کشاورزی و ارتقای کیفیت مطلوب و بازارپسندی محصولات تولیدی.
- بهره‌برداری از فرصت نزدیکی منطقه جغرافیایی سپیدان به مرکز استان، مهیا بودن جاده‌های ارتباطی و وسایل نقلیه عمومی در جهت توسعه گردشگری روستایی
- گردشگری روستایی یک فعالیت چندوجهی است که یکی از آنها فعالیت اقتصادی است و مانند هر فعالیت اقتصادی دیگر نیازمند بازاریابی بوده. از اینرو بایستی از اصول علمی آن پیروی نمود و با پیاده سازی آن در منطقه مورد نظر موجبات پیشرفت و توسعه را فراهم نمود..
- سازماندهی گروهها و کمیته‌های محلی و استفاده از آنها در زمینه اجرای برنامه‌ها از طرفی و همچنین تسهیل ارتباطات مردمی با سازمانها و مراجع تصمیم‌گیری در مورد اجرای برنامه‌ها ذیربط.

ب. راهبردهای قوت - تهدید (تنوع ST):

در این راهبردها باید با بهره‌برداری از نقاط قوت خود سعی شود تهدیدها را کنترل نمود و اثر آنها را خنثی کرد. در راهبردهای تنوع‌بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، راهکارهای زیر به منظور تامین پاره‌ای نیازمندی‌های نواحی روستایی در جهت رفع تهدیدها ارائه می‌شود:

- ایجاد سازوکارهای جهت آشنایی روستاییان با ارزش‌های فضای اطراف خود و افزایش بار احساسی مکانی و تعلق شدید به فرهنگ و سنن خودی و جلوگیری از غلبه فرهنگ بیرونی.
 - شناسایی ظرفیت و حد مجاز بهره‌برداری از منابع گردشگری موجود برای جلوگیری از استفاده بیش از حد از این موانع که غالباً سبب فرسایش و از بین رفتن آنها می‌شود.
 - تعیین محدوده فضاهای توریستی در مقابل زمین‌های زراعی و تعیین حد و مرزهای ساخت و ساز توسط نهادهای سازمانهای مربوطه برای جلوگیری از تغییر کاربری اراضی و تبدیل واحدهای کشاورزی کارآمد به اراضی مسکونی و تجاری.
 - ارائه آگاهی‌های لازم در مورد حفظ و صیانت از محیط زیست و منابع طبیعی به گردشگران در کنار استفاده از توان تشکیلاتی، قوانین و مقررات در جهت کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی.
 - تاکید بر گردشگری کشاورزی به منظور بهره‌برداری شایسته از مناظر مزارع و باغات روستایی منطقه جهت توسعه صنعت گردشگری از یک طرف و حفظ فعالیت‌های کشاورزی از طرف دیگر جهت افزایش درآمد ساکنان منطقه.
 - تنوع بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی که نشان دهنده جاذبه‌های طبیعی و انسانی، خصوصیات بارز فرهنگی، معماری و آداب و رسوم روستایی این منطقه در کنار برگذاری فعالانه جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و سمینارها.
 - تاسیس و توسعه نمایشگاه‌هایی هنرهای دستی و مردمی و همچنین امکان‌سنجی ایجاد یک موزه مردم‌شناسی جهت شناساندن هرچه بهتر فرهنگ بومی منطقه و جلوگیری از هجوم فرهنگ‌های بیرونی.
 - ارائه آموزش‌های لازم جهت افزایش آگاهی مردم محلی در رابطه با گردشگری روستایی و همچنین نشان دادن یک تصویر روشن از آن در اذهان مردم محلی و ترسیم قابلیت این صنعت در بهبود شرایط زندگی از طریق برگزاری کلاس‌های آموزشی و سایر برنامه‌های ترویجی.
 - ارتقای بینش خودیاری و همیاری اعضای جامعه روستایی مذکور از طریق توانمندسازی آنها
 - تامین امنیت مکان‌های توریستی منطقه جهت جلوگیری از بروز تخلفات اجتماعی و سایر تخلفات
- ج. راهبردهای ضعف - فرصت (بازنگری WO):
- در راهبردهای بازنگری ضمن تاکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف فراروی نواحی روستایی می‌باشد (افتخاری و مهدوی ۱۳۸۴). به این منظور راهکارهای زیر ارائه می‌شود.
- استفاده از توجهات و حمایت‌های ادارات و دستگاه‌های دولتی از مسایل گردشگری روستایی برای تواناسازی روستاییان در مقابل افزایش هزینه‌های زندگی

- تشویق و ایجاد انگیزه در بین تمام مردم محلی برای کاهش عدم تمایل روستاییان در سرمایه‌گذاری برای این بخش تا همه روستاییان از منافع گردشگری بهره‌مند شوند.
- بازنگری نحوه توزیع امکانات و حمایتها و اولویت دهی تخصیص این منابع در جهت توسعه و تجهیز زیرساختها، تسهیلات و تجهیزات مرتبط با گردشگری در نواحی روستایی دارای ظرفیتهای بالقوه مانند دهستان‌های شهرستان سپیدان.
- بازنگری و توسعه نهادها و سازمان‌های مرتبط در منطقه مطالعه شده برای آموزش مردم و گردشگران به منظور بهره‌گیری بهینه و هدفمند از منافع و آثار مثبت گردشگری (همان منبع).
- افزایش خدمات و امکانات رفاهی از سوی دولت در منطقه جهت گسترش صنعت گردشگری با توجه به ظرفیتهای و قابلیت‌های طبیعی و انسانی موجود.
- افزایش کیفیت زندگی روستاییان بوسیله ایجاد فرصت‌های شغلی بویژه برای جوانان و حتی زنان. این امر موجب کاهش مهاجرت به شهرها و تغییر کاربری اراضی در اثر فروش خواهد شد.
- توسعه محصولات گردشگری و تنوع‌بخشی آن با هدف ارتقاء کیفیت نحوه گذران اوقات فراغت گردشگران و افزایش میزان ماندگاری گردشگر در منطقه
- توجه به امر برنامه‌ریزی در اجرای پروژه‌های مرتبط، دارا بودن چارچوب مشخص، استفاده از مشارکتهای مردمی، برقراری انسجام و هماهنگی در اجرا
- توجه به بازاریابی و کارکردهای آن بمنظور پیدا کردن بازارهای فروش محصولات روستایی در داخل و خارج از منطقه و در نتیجه درآمدزایی برای مردم
- د. راهبردهای ضعف - تهدید (تدافعی WT):
- در این راهبردها می‌بایست نسبت به توانمندسازی اقدام نمود و هم‌چنین از تهدیدات محیط خارجی پرهیز کرد.
- این استراتژی‌ها به نوع خود دشوارترین نوع استراتژی‌ها هم از نظر تدوین و هم از نظر اجرا می‌باشند. از بین رفتن آداب و رسوم محلی در نتیجه حضور گردشگران و انتقال فرهنگ بیگانه آنها به محیط روستایی منطقه از جمله حادترین تهدیدها می‌باشد. افزایش ساخت و سازها و همچنین ایجاد زیرساختهای لازم برای توسعه گردشگری و استفاده از آنها ممکن است ایجاد کننده آلودگی و تخریب محیط زیست خواهد شد. از طرف دیگر ضعیف ساختن کشاورزی منطقه در اثر افزایش قیمت زمین و افزایش روند تبدیل واحدهای کشاورزی کارآمد به اراضی مسکونی و تجاری موجب کاهش تولیدات کشاورزی خواهد شد که این امر از تهدیدهای مهم توسعه گردشگری در منطقه می‌باشد.
- از این جهت برطرف کردن نقاط ضعف منطقه در برابر تهدیدهای موجود باید در راس برنامه‌ها و اقدامات مسئولان منطقه قرار گیرد. راهبردهای زیر در این جهت ارایه شده‌اند. در این راهبردها بر رفع آسیب‌پذیری ناحیه مطالعه شده تاکید شده است:
- آموزش و آگاه‌سازی مردم در چگونگی برخورد با گردشگران در روستاها برای اینکه از تعارضات احتمالی بین مردم و گردشگران در نتیجه تفاوت‌های فرهنگی موجود، جلوگیری به عمل آید.

- بهره‌مندی جوامع روستایی از خدمات زیربنایی لازم تولید و اشتغال بخاطر وارد شدن پول به چرخه و بازار و ایجاد انگیزه بیشتر در جهت سرمایه‌گذاری بیشتر توسط بخش خصوصی مخصوصا خود روستاییان منطقه چراکه ارایه این خدمات زیربنایی و تولید اشتغال برای همه موجب خواهد شد که شرایط بهره‌مندی همه مردم روستا از امکانات و اشتغال فراهم آید تا زمینه ساز کاهش فاصله طبقاتی گردد.
- ارائه آموزش‌های لازم جهت افزایش آگاهی‌های مردم در رابطه با مزایای گردشگری از طریق برگزاری کلاس‌های آموزش و سایر برنامه‌های آموزشی ترویجی بمنظور ترسیم یک تصویر واضح از گردشگری و مزایای آن در اذهان مردم روستا.
- رشد خلاقیت در اقتصاد جوامع روستایی و استفاده از استعدادها و کشف منابع بالقوه درآمدی در زمینه گردشگری روستایی در منطقه برای کاهش وابستگی روستاییان به کمک‌های مستمر دولتی بعنوان یک راهکار در جهت خودکفایی.
- تدوین قوانین مربوط به صنعت گردشگری در مناطق روستایی و مشخص کردن سازمانها و نهادهای متولی امر در این زمینه برای ایجاد یک ساختار نظام‌مند در امر توسعه گردشگری روستایی. در این رابطه توصیه می‌شود که یک کمیته مشترک بین وزارتخانه‌های مربوطه ایجاد گردد تا مرجع تصمیم‌گیری واحد و مشخص گردد.
- با استفاده از تحقیقات در زمینه گردشگری و تحقیقات بازاریابی، جنبه‌های مختلف و جاذبه‌های گوناگون این منطقه شناسایی و با استفاده از تبلیغات مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

ماتریس خلاصه راهکارها و راهبردهای لازم برای توسعه گردشگری در ناحیه مطالعه شده

تهدیدها (T)	فرصتها (O)	
استراتژی‌های تنوع (ST)	استراتژی‌های رقابتی-تهاجمی (SO)	
<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد سازوکارهای جهت آشنایی روستاییان با ارزش‌های فضای اطراف خود و جلوگیری از غلبه فرهنگ بیرونی. - شناسایی ظرفیت و حد مجاز بهره‌برداری از منابع گردشگری موجود برای جلوگیری از استفاده بیش از حد از این منابع - تعیین محدوده فضاهای توریستی در مقابل زمین‌های زراعی و تعیین حدود مرزهای ساخت و ساز توسط نهادها و سازمانهای مربوطه - آرایه آگاهی‌های لازم در مورد حفظ و صیانت از محیط زیست و منابع طبیعی به گردشگران. - تاکید بر گردشگری کشاورزی به منظور بهره‌برداری شایسته از مناظر مزارع و باغات روستایی. - تنوع بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی - تاسیس و توسعه نمایشگاه‌هایی هنرهای دستی و مردمی و همچنین امکان‌سنجی ایجاد یک موزه مردم - آرایه آموزش‌های لازم جهت افزایش آگاهی مردم محلی در رابطه با گردشگری روستایی - رشد بینش خودیاری و همیاری اعضای جامعه روستایی مذکور از طریق توانمندسازی آنها 	<ul style="list-style-type: none"> - توسعه گردشگری متکی بر طبیعت - رشد سرمایه‌گذاری بخش خصوصی با تشویق و حمایت‌های نهادی برای ایجاد زیرساختهای مورد نیاز - ترویج فرهنگ گردشگری در راستای توسعه پایدار روستایی - استفاده از تمایل مشارکت روستاییان منطقه در - استفاده از اماکن زیارتی و همچنین وجود مراسم مذهبی و فرهنگی - بررسی و شناسایی جاذبه‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی گردشگری در منطقه جهت رقابت با سایر مناطق تفریحی رقیب - بهره‌گیری هر چه بیشتر از جاذبه‌های گردشگری در فصول گردشگر پذیر و استفاده از مزیت وجود جاذبه‌های - زمینه سازی استفاده از وجود امکانات ورزشی زمستانی و تقویت زیرساختها موجود در این - تقویت سازی بازارهای فروش محصولات - بهره‌برداری از فرصت نزدیکی جغرافیایی به مرکز استان - توجه به بازار یابی محصولات تولیدی منطقه - سازماندهی گروهها و کمیته‌های محلی و استفاده از آنها در زمینه اجرا برنامه‌ها از طرفی و همچنین تسهیل ارتباطات مردمی با سازمانها و مراجع تصمیم گیری در مورد اجرای برنامه‌ها ذیربط. 	<p>تهدیدها (T)</p>
- استراتژی‌های تدافعی (WT)	استراتژی‌های بازنگری (WO)	

- استفاده از توجهات و حمایت‌های ادارات و دستگاه‌های دولتی
- تشویق و ایجاد انگیزه سرمایه‌گذاری در بین تمام مردم محلی
- بازنگری نحوه توزیع امکانات و حمایتها و اولویت دهی تخصیص این منابع در جهت توسعه و تجهیز زیرساختها
- بازنگری و توسعه نهادها و سازمانهای مرتبط در منطقه
- افزایش خدمات و امکانات رفاهی از سوی دولت
- افزایش کیفیت زندگی روستاییان بوسیله ایجاد فرصتهای شغلی بویژه برای جوانان و حتی زنان.
- توسعه و تنوع بخشی محصولات گردشگری
- توجه به امر برنامه‌ریزی در اجرای پروژه‌های مرتبط، دارا بودن چارچوب مشخص، استفاده از مشارکتهای مردمی، برقراری انسجام و هماهنگی در اجرا
- توجه به بازاریابی و کارکردهای آن بمنظور پیدا کردن بازارهای فروش محصولات روستایی در داخل و خارج از منطقه و در نتیجه درآمدزایی برای مردم

- آموزش و آگاه‌سازی مردم در چگونگی برخورد با گردشگران
- بهره‌مندی جوامع روستایی از خدمات زیربنایی لازم برای تولید و اشتغال همه
- ارائه آموزش‌های لازم جهت افزایش آگاهی‌های مردم در رابطه با مزایای گردشگری
- رشد خلاقیت در اقتصاد جوامع روستایی و استفاده از استعدادها و کشف منابع بالقوه
- درآمدی در زمینه گردشگری روستایی در منطقه برای کاهش وابستگی روستاییان به کمک‌های مستمر دولتی بعنوان یک راهکار در جهت خودکفایی.
- تدوین قوانین مربوط به صنعت گردشگری و مشخص کردن سازمانها و نهادهای متولی امر در این زمینه . در این رابطه توصیه می‌شود که یک کمیته مشترک بین وزارخانه‌های مربوطه ایجاد گردد تا مرجع تصمیم‌گیری واحد و مشخص گردد.
- با استفاده از تحقیقات در زمینه گردشگری و تحقیقات بازاریابی، جنبه‌های مختلف و جاذبه‌های گوناگون این منطقه شناسایی و با استفاده از تبلیغات مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

بحث و نتیجه‌گیری:

انسان‌هایی که به هر نحو در فعالیت‌های اجتماعی خویش درگیر مسائل ناشی از شهرنشینی و زندگی ماشینی قرن بیست و یکم هستند، همواره به دنبال پناهگاهی می‌گردند تا اوقات فراغت خویش را به دور از این مصائب سپری کنند. از یک‌سو شناسایی مناطق مستعد جهت ارضای نیازهای روانی قشر شهری و از سوی دیگر ایجاد موقعیت‌های مناسب اشتغال و رفاه ساکنین بومی منطقه، ضرورت مطالعه در زمینه گردشگری روستایی را نمایان می‌سازد بعلاوه:

- گردشگری بواسطه عملکرد خود زمینه ساز توسعه و رشد اقتصادی روستا می‌گردد و بستر مالی مناسبی جهت توسعه و عمران روستایی به طور عام و توسعه گردشگری در مفهوم خاص فراهم می‌آورد.

- استقرار صنعت مذکور در منطقه موجب جذب نیروی کار ساده و نیمه ماهر در مقیاس وسیع خواهد شد و پاسخگوی معضل بیکاری جمع کثیری از جمعیت فعال جویای کار خواهد شد. لازم به ذکر است که به استناد آمار سازمان بین‌المللی کار ایجاد هر فرصت شغلی در بخش گردشگری باعث ایجاد ۱/۵ فرصت مستقیم شغلی در سایر بخش‌ها می‌گردد.

- افزایش درآمد سرانه و بالارفتن سطح رفاه عمومی روستانشینان منطقه بواسطه انتشار متوازن درآمد حاصل از این بخش در بین اقشار مختلف مردم منطقه که این امر بنوبه خود کاهش دهنده شکاف طبقاتی خواهد شد.

- افزایش درآمد مراکز و واحدهای خدماتی - بازرگانی و صنعتی که به طور مستقیم یا غیرمستقیم با گردشگری در ارتباط می‌باشند زمینه ساز افزایش مالیات و درآمد هم برای دولت خواهد شد.

- افزایش منابع مالی به منظور حفظ مواریث فرهنگی و طبیعی منطقه

- طبق بررسی‌های انجام شده مشخص شد که گردشگری می‌تواند سبب احیاء و توسعه صنایع دستی، بومی و محلی شود چرا که رابطه گردشگر با تولیدکننده رابطه‌ای مستقیم و بدون واسطه خواهد شد.

گردشگری که با هدف دیدن و بهره‌مندن شدن از طبیعت، زیبایی‌ها و دیگر جاذبه‌های روستا انجام می‌گیرد می‌تواند به عنوان یک ابزاری برای توسعه روستایی در روستاهای هدف گردشگری مورد استفاده قرار گیرد به شرط اینکه از روی برنامه‌ریزی و مشارکت مردم و مدنظر قرار دادن اثرات مثبت و منفی آن و در نظر گرفتن جوانب دیگر کار باشد؛ چون رابطه توریسم با کشاورزی یک رابطه متقابل و دو سویه است یعنی اعتبار فقط به فعالیت‌های توریستی داده نشود بلکه در آن کمک‌های حمایتی نیز از کشاورزی بعمل آورده شود. همچنین در رابطه با فرهنگ روستا؛ ورود توریسم به روستا باعث بعضی از اختلالات فرهنگی می‌شود و باعث جایگزینی فرهنگ شهری در محیط روستایی که تناسب کاملی با آن ندارد می‌شود. با همه این مسایل باید توجه داشت که توسعه گردشگری روستایی و عشایری، عامل مهمی در نجات روستاها، اشتغال و کارآفرینی، ایجاد

شغل مکمل در کنار بیکاری های فصلی روستائیان، شناساندن میراث ملی در مناطق روستایی و عشایری است. همانطور که ملک زاده (۱۳۸۷) نیز آورده است: «سرفصل توسعه گردشگری، نگاه ملی به گردشگری روستایی و عشایری است». در ایران با در نظر گرفتن کاهش جمعیت روستایی و حجم وسیع مهاجرت روستائیان به سمت شهرها، جهت پیشرفت و توسعه روستایی نیاز فراوانی به برنامه ریزی بویژه در روستاهای با جاذبه های توریستی احساس می شود. بنابراین روند برنامه ریزی گردشگری روستایی بایستی بوسیله ارائه راهکارهای برنامه ریزی مدیریتی با هدف جلوگیری از پدید آمدن مشکلات زیست محیطی، فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی اجرا شود (Hashempoor, 2006).

این موارد و موارد دیگر نشان دهنده اهمیت گردشگری بطور عام و گردشگری روستایی بطور خاص می باشد که در مقال حاضر به آن پرداخته شد. اینک طبق بررسی های انجام شده و در راستای توسعه گردشگری در شهرستان سپیدان راهکارهای زیر ارائه می گردد. توجه به این راهکارها و گنجاندن آنها در برنامه ریزی های مربوطه سبب بهبود و شکوفایی این بخش اقتصادی در منطقه مورد نظر خواهد شد.

- شناخت و ارزیابی توان های بالقوه و بالفعل گردشگری، به منظور استفاده از آن ها در امر برنامه ریزی صنعت طبیعت گردی و گردشگری شهرستان سپیدان.

- شناسایی پتانسیل اکوتوریسم در شهرستان سپیدان به منظور فراهم کردن فرصت های شغلی (اشتغال زایی) و افزایش درآمد ساکنین بویژه در نواحی روستایی.

- شناخت مشکلات و تنگناهای گردشگری در شهرستان سپیدان، تا با رفع آن ها زمینه برای توسعه صنعت گردشگری فراهم شود.

- در رابطه با آگهی و تبلیغات خدمات توریسمی روستایی، اینترنت با دستیابی جهانی و قابلیت توانایی چند رسانه ای یکی از ابزارهای بسیار مهم برای ترفیع و توزیع خدمات توریسمی به شمار می رود (Walle, 1998).

- توجه و تلاش برای دستیابی به راهکارهای بهینه جهت توسعه پایدار اکوتوریسم منطقه. تنها باید به خاطر داشته باشیم که ما باید، با احترام به ارزش های قومی و منطقه ای اقوام مختلف، زیرساخت های لازم برای جذب و جلب گردشگر را فراهم سازیم و با تبلیغات متنوع در عرصه های ملی و بین المللی، این عامل بالقوه را به ایرانیان و جهانیان معرفی نماییم، چرا که صنایع دستی و گردشگری، در روستاها و مناطق عشایری، سنت ها، آئین ها و همچنین آداب و رسوم، درخشان تر از مناطق دیگر است و در این جاست که ابعاد عظمت فرهنگی ایران، جلوه گر می شود. در رابطه با گردشگری روستایی سخن های زیادی به میان آمده و تحقیقات فراوانی صورت گرفته است، اما آنچه هیچگاه نباید از نظرها دور بماند اهمیت ارائه بازخورد این تحقیقات در سیاستگذاری و اجرای عمل است.

منابع:

۱. حاجی نژاد، علی. ۱۳۸۷. همایش توسعه سرمایه گذاری، مرکز خبری امید. <http://www.omidnews.ir>
۲. حفاری، فاطمه و حیاتی، د. ۱۳۸۸. گزیدار سرمایه گذاری در توسعه گردشگری روستایی با نظری به جاذبه‌های گردشگری روستای هنجن شهرستان نطنز. نخستین همایش توسعه پایدار روستایی کرمانشاه. ایران. اردیبهشت ۱۳۸۸
۳. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، د. ۱۳۸۴. راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک
۴. رنجبریان، بهرام. ۱۳۸۵. وجه استنباط شده از ایران به عنوان یک مقصد گردشگری. مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان. جلد ۲۱. شماره ۲. سال ۱۳۸۵. صص ۸۰-۶۹
۵. سلطانی، زهرا. ۱۳۸۷. ارزیابی توان اکوتوریسم و برنامه ریزی توسعه پایدار گردشگری طبیعت در شهرستان خوانسار. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده ادبیات و علوم انسانی. رشته جغرافیای انسانی. گرایش برنامه ریزی روستایی
۶. طالبی زاده، سارا. ۱۳۸۷. توریسم روستایی و عشایری. روزنامه ایران ۱۱ اردیبهشت ۱۳۸۶

۷. غفاری، سید رامین. ۱۳۸۴. گردشگری و توسعه پایدار شهری. گردشگری و توسعه پایدار شهری همایش ملی فرهنگ و اشتغال زایی در صنعت گردشگری تهران - موزه دوران اسلامی اسفند ۱۳۸۴. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

۸. غفاریان، وفا و کیانی، غ. ۱۳۸۶. برگرفته از کتاب استراتژی چیست؟. ماهنامه راهبرد سال اول شماره سوم

۹. محمدی یگانه، بهروز و رستمی، ی. ۱۳۸۸. گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه پایدار. مطالعه موردی روستایی اورامان تخت. نخستین همایش توسعه پایدار روستایی کرمانشاه. ایران. اردیبهشت ۱۳۸۸

۱۰. نیازی، علی محمد. ۱۳۸۶. گردشگری روستایی و بایستگی های آن در مناطق روستایی / یادداشت. خبرگزاری کشاورزی ایران، سرویس فرهنگ و هنر. قابل دسترسی در <http://www.iana.ir/index.aspx>

11. Baranets, G & et all., Tacis Project "Country of Lakes" - management and marketing of rural tourism" Strategy of rural tourism development in Euroregion April 2004
12. Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image, *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
13. Bojnec, S. 2006. Tourism Development in Rural Areas. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 20 (2) 2006 .pp:1-13.
14. Gadery, Z ,(2004), Sustainable Tourism Development Planning Principles in Rural Areas.
15. Inskeep, E, (1991), *Tourism Planning : An Integrated Approach to Sustainable*
16. *Development*, New York, USA.
17. Hashempoor, Parisa. 2006. Development of rural sustainable tourism case study :Oshobin village. GEOTOUR .Košice, 5.-7. October 2006
18. Lesley, R; Hall, D;(2001),*Rural tourism & Recreation: Principles To Practice*, World
19. *Tourism Organization*, Spain
20. Ozen.H.20007.Investinayion of Sustainable Tourism Concept for Uzungol. *International Tourism Biennial*.pp:112-120
21. Vengrauskas,P.V. *Tourism Development Strategy*. 2009
22. Walle, A. H. (1996). Tourism and the Internet: Opportunities for direct marketing. *Travel Research*, 35: 72-77.

Evaluation of Rural Tourism Potential: A SWOT Analysis in Sepidan Villages of Fars Province

Abstract:

Rural tourism is a basic economic activity with wide economic, social, cultural, and environmental dimensions. Despite the small dimensions, rural tourism is increasingly growing. And, even in some cases it has been considered as alternative tourism. Iran is among the world's first 10 countries in tourist attractions aspects, but in terms of entrances and income its name is not even in the list of top 80 touristy countries. Contribution of tourism industry in GDP is about .07%, indicating inappropriate planning and tourism development policy. Sepidan city is located in Fars province and has abundant tourist attractions such as Margoon waterfall, Poladkaf Ski Resort, winter sporty and residential facilities, etc. In this area, beautiful landscape, mineral water spring, rivers, gardens, pastures, and forests attract any visitors to themselves. This research is conducted based on combination of review of current literature and gathering information from local people to identify capabilities and potential to attract tourists. After determining the strengths, weaknesses, opportunities and threats using SWOT method, strategies to develop rural tourism in rural areas in Sepidan city were presented. Empirical analysis of studied area show that expanding the area's potential to attract tourists requires government supports, cooperation with investors and private sector, and using indigenous knowledge and educated people to enhance tourism for sustainable rural development.

Keywords: Rural tourism, SWOT Analysis, Sustainable Development