

تدوین استراتژی گردشگری روستایی پایدار با استفاده از تکنیک SWOT (مطالعه موردی: روستای نوره شهرستان سنندج)

موسی اعظمی^۱ ناهیدهاشمی امین^{۲*} هما سروش مهر^۳

- ۱- استادیار گروه توسعه روستایی دانشگاه بوعلی سینا همدان
- ۲- کارشناس ارشد توسعه روستایی دانشگاه بوعلی سینا همدان
- ۳- دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان

چکیده

گردشگری روستایی از جمله زمینه‌های مؤثر در توسعه‌ی روستا و پایداری معیشت مناطق روستایی بوده و در برنامه‌ریزی‌های برخی از کشورها منابع قابل توجهی از بودجه را به خود اختصاص می‌دهد. روستای نوره واقع در شهرستان سنندج با داشتن توان بالای جغرافیایی و اکولوژیکی از موقعیت مناسبی در جذب گردشگر برخوردار است. پژوهش حاضر با روش توصیفی-تحلیلی و با استفاده از مدل SWOT، راهبردهای مناسب را در زمینه توسعه پایدار گردشگری روستایی ارائه می‌نماید. روایی ابزار تحقیق با استفاده از نظر کارشناسان تأیید و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید ($\alpha=0/92$). جامعه مورد بررسی شامل سرپرستان خانوار روستا و از کارشناسان و مدیران مرتبط انتخاب گردیدند. یافته‌های تحقیق نشان داد از میان استراتژی‌های چهارگانه برای توسعه‌ی گردشگری روستای نوره از نظر دو گروه جامعه آماری استراتژی‌های رقابتی مناسب‌ترین استراتژی می‌باشد. استفاده از بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این روستا، بهره‌مندی از نیروی انسانی، توجه به صنایع دستی، اشتغال و مشارکت زنان از طریق سرمایه‌گذاری آموزشی و طراحی ساز و کارهای جلب مشارکت آنان از جمله برخی از راهبردهای شناسایی شده است.

کلیدواژه‌ها: گردشگری روستایی، توسعه پایدار روستایی، مدل SWOT، روستای نوره، شهرستان سنندج.

* نویسنده مسئول : nahid_h25@yahoo.com

مقدمه

سازمان جهانی جهانگردی، مجموعه کارهایی که یک فرد در مکانی غیر از محیط عادی خود کمتر از یک سال انجام می‌دهد و هدف آن گذراندن اوقات فراغت، استراحت، خرید و فعالیت‌هایی از این قبیل باشد گردشگری می‌نامد (سازمان جهانی گردشگری^۱، ۲۰۰۹). گردشگری به‌عنوان یکی از پردرآمدترین فعالیت‌ها در جهان مطرح بوده و اقتصاد گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است (همان). این صنعت به‌عنوان سومین صنعت برتر دنیا بعد از نفت و ماشین‌سازی شناخته شده و یکی از بزرگ‌ترین فعالیت‌های خدماتی دنیا در عصر حاضر می‌باشد (کوئلرون^۲، ۲۰۰۲: ۳). چشم‌انداز صنعت گردشگری در آینده بسیار امیدوارکننده است؛ به‌طوری‌که در سال ۲۰۰۹ حدود ۸۸۰ میلیون بازدیدکننده در سطوح بین‌المللی به گردشگری پرداخته‌اند (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۰: ۱). مطالعه سازمان جهانی گردشگری نشان می‌دهد که یک دلار درآمد مستقیم گردشگری ۳/۴ نسبت به صنعت، ارزش افزوده پیدا خواهد کرد. اشتغالی که به‌وسیله گردشگری افزایش یافته منجر به افزایش پنج فرصت شغلی خواهد شد (بین^۳ و همکاران، ۲۰۰۸: ۸۴). به عبارت دیگر از هر ۱۴ نفر شاغل ۱ نفر در صنعت گردشگری و ۱۲٪ از تولید ناخالص جهانی مربوط به فعالیت‌های گردشگری است. توسعه صنعت گردشگری در کشورهای صنعتی، موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می‌گردد و در کشورهای در حال توسعه فرصتی برای صادرات، تولید ارز و ایجاد اشتغال است (هال و همکاران^۴، ۲۰۰۴). برآورد می‌شود تا سال ۲۰۲۰ میانگین نرخ رشد سالانه گردشگری حدود ۲/۴ درصد خواهد بود، از این میان ۱/۶ میلیارد نفر/سفر در سطح بین‌المللی و ۴۳۸ میلیون نیز در آسیا و اقیانوسیه است که نتیجه‌ی آن ایجاد ۲ تریلیون دلار درآمد جهانی می‌باشد (سازمان جهانی ملل متحد گردشگری^۵، ۲۰۱۱؛ داسویل^۶، ۲۰۰۵: ۷۷).

گردشگری ارتباط مستقیم با توسعه‌ی پایدار روستایی دارد؛ زیرا متأثر از اجتماعات روستایی، اقتصاد روستا و طبیعت است که ارکان پایداری محسوب می‌شوند. بنابراین فعالیت‌های گردشگری باید از لحاظ زیست‌محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پایدار باشد تا بتواند به‌عنوان یک برنامه یا راهبرد مثبت در توسعه تلقی گردد (سلیمانی‌هارونی، ۱۳۸۸). بنابراین بنا بر اعتقاد سیاست‌گذاران توسعه، صنعت گردشگری به‌عنوان رکن اصلی توسعه پایدار است که می‌تواند با برنامه‌ریزی اصولی و مناسب، شناسایی فرصت‌ها و محدودیت‌های گردشگری، توسعه ملی و تنوع بخشی اقتصاد ملی را بر عهده داشته باشد (مشکینی و حیدری، ۱۳۹۰).

^۱ World Tourism Organization (WTO)

^۲ Quilron

^۳ Bin

^۴ Hall et al

^۵ UNWTO

^۶ Doswill

ایران جزو ده کشور نخست جهان به لحاظ جاذبه‌های گردشگری است (نوسام^۱، ۲۰۰۴) و در منطقه جنوب آسیا رتبه دوم جذب بیشترین گردشگر و درآمدهای حاصل از گردشگری بعد از هند را به خود اختصاص داده است (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۰: ۱۱) و گردشگری داخلی آن ۱۰ برابر حال حاضر رشد خواهد داشت (صالحی، ۱۳۹۱: ۱۲۲). گردشگری روستایی به‌عنوان یک پتانسیل جهت توسعه اجتماعی، اقتصادی، احیاء مناطق روستایی و به‌ویژه مناطق کم تولید در نظر گرفته می‌شود. از این رو، تقویت گردشگری روستایی تبدیل به یک سیاست مشترک در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه شده و با سیاست‌های کشاورزی در جهت حمایت از محیط زیست و فرهنگ روستایی ادغام شده است (بریدنهان و ویکنس^۲، ۲۰۰۴؛ کینسلی^۳، ۲۰۰۰). بنابراین گردشگری می‌تواند به شکوفایی اقتصاد روستایی و راهی برای عرضه تولیدات محلی و ایجاد ارزش افزوده کمک کند (آگوستین^۴، ۱۹۹۸). توسعه گردشگری و توسعه روستایی دو عامل مرتبط با یکدیگرند که توسعه هر یک تأثیری مثبت بر دیگری دارد (آرنتزن^۵ و همکاران، ۲۰۰۶). روستای نوره یکی از روستاهای شهرستان سنندج واقع در استان کردستان است. این منطقه به لحاظ جاذبه‌های طبیعی و تاریخی و زیبایی ظرفیت قابل توجهی در جذب گردشگر را داراست. این پژوهش سعی دارد با استفاده از مدل SWOT موانع و چالش‌های گردشگری روستای نوره را مشخص نموده و پیشنهادها و استراتژی‌های مناسب را در زمینه توسعه گردشگری روستایی ارائه دهد. اهداف مورد بررسی در پژوهش حاضر عبارتست از (۱) شناسایی نقاط قوت و فرصت‌های گردشگری در روستای نوره، (۲) بررسی نقاط ضعف و تهدیدهای جاذبه‌های گردشگری آن و (۳) ارائه مدل SWOT راهبردهای اساسی جهت رفع نمودن مشکلات و نقاط ضعف گردشگری منطقه می‌باشد.

مبانی نظری تحقیق

توجه به موضوع گردشگری روستایی، از دهه‌های ۱۹۵۰ به بعد گسترش یافت (قادری، ۱۳۸۲: ۱۲۶). به‌طوری‌که در حال حاضر، صنعت گردشگری کلید توسعه اقتصادی بسیاری از کشورها، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه و جهان سوم است (کفاشی^۶، ۲۰۰۹). با توجه به اهداف و انگیزه گردشگران از مسافرت، گردشگری روستایی به پنج دسته تقسیم می‌شود؛ ۱- گردشگری طبیعی؛ به‌طور عمده در تعامل با جاذبه‌های اکولوژیکی قرار دارد؛ ۲- گردشگری فرهنگی؛ مرتبط با فرهنگ، تاریخ، میراث فرهنگی و باستانی مردم روستایی است؛ ۳- گردشگری بومی؛ نوعی از گردشگری است که علاوه بر تعامل با جاذبه‌های طبیعی

¹ Newsome

² Briedenhann and Wickens

³ Kinsley

⁴ Augustin

⁵ Arntzen

⁶ Kaffashi

(همانند رودخانه، کوهستان‌ها و مانند آن) با زندگی و هنجارهای اجتماعی مردم که خود نیز در تعامل با جاذبه‌های طبیعی فوق می‌باشند، در ارتباط می‌باشد؛ ۴- گردشگری دهکده‌ایی: در این نوع گردشگری، گردشگران در خانوارهای دهکده زندگی کرده و در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی روستا مشارکت می‌کنند؛ ۵- گردشگری کشاورزی: در این نوع گردشگری، گردشگران بدون ایجاد پیامدهای منفی روی اکوسیستم مناطق میزبان یا فعالیت‌های سنتی کشاورزی در تعامل می‌باشند و یا در آن مشارکت می‌کنند (افتخاری و مهدوی ۱۳۸۵: ۵). به‌طور تاریخی تاکنون چهار رویکرد عمده: ۱- دیدگاه رشدگرا؛ ۲- رویکرد فیزیکی- فضائی؛ ۳- دیدگاه اجتماعی و ۴- رویکرد پایدار در مورد برنامه‌ریزی بخش گردشگری وجود داشته است (هال و روبرتو^۱، ۲۰۰۱: ۳۳). توسعه گردشگری می‌تواند زمینه‌ساز رشد اقتصادی، متنوع سازی اقتصاد روستایی، ایجاد اشتغال و درآمد، کاهش مهاجرت و امکان جمعیت‌پذیری، بهبود زیرساخت‌ها و موارد دیگر در مناطق روستایی شود (هالند^۲ و همکاران، ۲۰۰۳). بنابراین کارکردهای گردشگری روستایی نقش مؤثری در ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش مبادلات خارجی، افزایش قیمت زمین، افزایش هزینه مسکن، تقاضا برای کالا و خدمات و همچنین بهبود خدمات عمومی دارد (سفه و اوبونو^۳، ۲۰۱۳). گردشگری ارتباط مستقیم با توسعه پایدار روستایی دارد؛ در واقع دستیابی به توسعه پایدار روستایی در گرو توجه به ارکان اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی در یک جامعه است و گردشگری به‌عنوان فعالیتی اثرگذار بر تمامی ارکان توسعه، بیش از گذشته نیازمند مطالعه است (رکن‌الدین افتخاری، ۱۳۸۱). بنابراین با برنامه‌ریزی و نظارت بیشتر بر گردشگری روستایی و با رویکرد توانمندسازی روستایی جهت برخورداری از معیشت پایدار و بهبود کیفیت زندگی می‌توان فرصت‌هایی جهت توسعه روستایی خلق نمود (بمانیان و محمودی‌نژاد، ۱۳۸۸: ۱۱۱). جدول شماره‌ی (۱) و (۲) مهم‌ترین شاخص‌های توسعه‌ی پایدار در روستا را بیان می‌کند.

¹ Hall & Roberta

² Holland

³ Tsephe & Eyono Obono

مبانی نظری تحقیق

توجه به موضوع گردشگری روستایی، از دهه‌های ۱۹۵۰ به بعد گسترش یافت (قادری، ۱۳۸۲: ۱۲۶). به طوری که در حال حاضر، صنعت گردشگری کلید توسعه اقتصادی بسیاری از کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه و جهان سوم است (کفاشی^۱، ۲۰۰۹). با توجه به اهداف و انگیزه گردشگران از مسافرت، گردشگری روستایی به پنج دسته تقسیم می‌شود؛ ۱- گردشگری طبیعی؛ به طور عمده در تعامل با جاذبه‌های اکولوژیکی قرار دارد؛ ۲- گردشگری فرهنگی: مرتبط با فرهنگ، تاریخ، میراث فرهنگی و باستانی مردم روستایی است؛ ۳- گردشگری بومی: نوعی از گردشگری است که علاوه بر تعامل با جاذبه‌های طبیعی (همانند رودخانه، کوهستان‌ها و مانند آن) با زندگی و هنجارهای اجتماعی مردم که خود نیز در تعامل با جاذبه‌های طبیعی فوق می‌باشند، در ارتباط می‌باشد؛ ۴- گردشگری دهکده‌ای: در این نوع گردشگری، گردشگران در خانوارهای دهکده زندگی کرده و در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی روستا مشارکت می‌کنند؛ ۵- گردشگری کشاورزی: در این نوع گردشگری، گردشگران بدون ایجاد پیامدهای منفی روی اکوسیستم مناطق میزبان یا فعالیت‌های سنتی کشاورزی در تعامل می‌باشند و یا در آن مشارکت می‌کنند (افتخاری و مهدوی ۱۳۸۵: ۵). به طور تاریخی ناکتون چهار رویکرد عمده: ۱- دیدگاه رشدگرا؛ ۲- رویکرد فیزیکی- فضائی؛ ۳- دیدگاه اجتماعی و ۴- رویکرد پایدار در مورد برنامه‌ریزی بخش گردشگری وجود داشته است (هال و روبرتا^۲، ۲۰۰۱: ۳۳). توسعه گردشگری می‌تواند زمینه‌ساز رشد اقتصادی، متنوع سازی اقتصاد روستایی، ایجاد اشتغال و درآمد، کاهش مهاجرت و امکان جمعیت‌پذیری، بهبود زیرساخت‌ها و موارد دیگر در مناطق روستایی شود (هالند^۳ و همکاران، ۲۰۰۳). بنابراین کارکردهای گردشگری روستایی نقش مؤثری در ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش مبادلات خارجی، افزایش قیمت زمین، افزایش هزینه مسکن، تقاضا برای کالا و خدمات و همچنین بهبود خدمات عمومی دارد (سفه و اوبونو^۴، ۲۰۱۳). گردشگری ارتباط مستقیم با توسعه پایدار روستایی دارد؛ در واقع دستیابی به توسعه پایدار روستایی در گرو توجه به ارکان اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی در یک جامعه است و گردشگری به عنوان فعالیتی اثرگذار بر تمامی ارکان توسعه، بیش از گذشته نیازمند مطالعه است (رکن‌الدین افتخاری، ۱۳۸۱). بنابراین با برنامه‌ریزی و نظارت بیشتر بر گردشگری روستایی و با رویکرد توانمندسازی روستایی جهت برخورداری از معیشت پایدار و بهبود کیفیت زندگی می‌توان فرصت‌هایی جهت توسعه روستایی خلق نمود (بمانیان و محمودی‌نژاد، ۱۳۸۸: ۱۱۱). جدول شماره‌ی (۱) و (۲) مهم‌ترین شاخص‌های توسعه پایدار در روستا را بیان می‌کند.

^۱ Kaffashi

^۲ Hall & Roberta

^۳ Holland

^۴ Tsephe & Eyono Obono

جدول (۱) - شاخص‌های توسعه‌ی پایدار در روستا

تأثیرات بر مؤلفه‌های پایداری اقتصادی	تأثیرات بر مؤلفه‌های پایداری اجتماعی فرهنگی	تأثیرات بر مؤلفه‌های پایداری زیست محیط
اشتغال‌زایی برای مردم روستا	برانگیختن دلبستگی و تقویت پایبندی روستاییان به آداب و رسوم محلی	حفظ بیشتر محیط‌زیست از طرف روستاییان
بهبود کمی و کیفی صنایع دستی	جلوگیری از مهاجرت‌های روستایی	دفع بهداشتی زباله و جلوگیری از ورود فاضلاب‌های خانگی به معابر
تولید و فروش صنایع دستی	امکان تعامل روستاییان با مردم خارج از گروه فرهنگ روستایی	افزایش ادراک روستاییان از التزام نگهداشت
فروش محصولات کشاورزی	افزایش تعلق خاطر اهالی به روستا	حفاظت از محیط‌زیست و حیات‌وحش
افزایش میزان درآمد خانوارهای روستایی	بهبود وضعیت بهداشت فردی و عمومی در روستا	بهبود زیرساخت‌های روستایی و محورهای ارتباطی با پاسداشت محیط

مأخذ: سلیمانی‌هارونی (۱۳۶:۱۳۸۸)

جدول (۲) - شاخص‌های توسعه‌ی پایدار در روستا

تأثیرات بر مؤلفه‌های پایداری اقتصادی	تأثیرات بر مؤلفه‌های پایداری اجتماعی فرهنگی	تأثیرات بر مؤلفه‌های پایداری زیست محیط
کاهش فاصله‌های طبقاتی	بهبود وضعیت آموزش و ایجاد انگیزه برای سوادآموزی	بهبود وضعیت معابر داخلی و راه‌های ارتباطی روستا با دیگر نقاط
تشکیل و توزیع متعادل سرمایه‌های عمومی	ایجاد زمینه‌های اشتغال و مشارکت زنان و احساس استقلال در زنان روستایی	گسترش خدمات زیربنایی (آب ، برق ، مخابرات و...) در روستا
بهبود توسعه‌ی پروژه‌های روستایی	تأسیس و تقویت مؤسسات اداری و مدیریتی در روستا	افزایش ادراک روستاییان از التزام نگهداشت
بهبود وضعیت خیابان، جاده و خدمات	تجدید حیات نقش بزرگان محلی برای انتقال فرهنگ سنتی به نسل‌های بعدی	

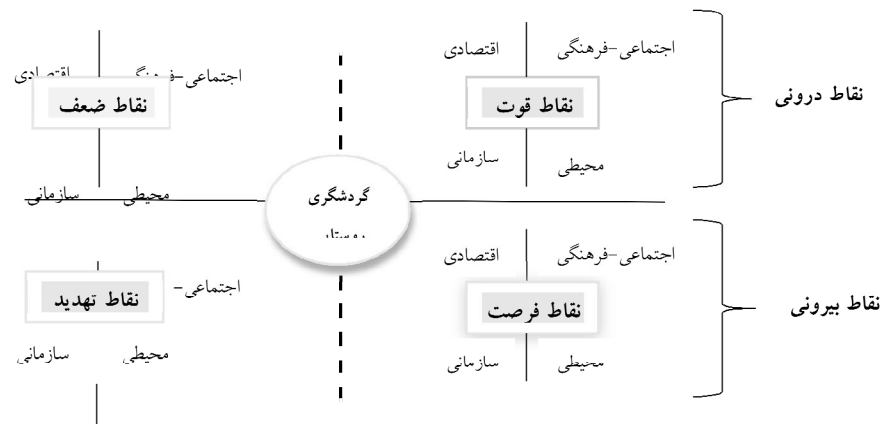
مأخذ: حفاری (۱۳۸۸: ۱۵)

مطالعات زیادی از جنبه‌های مختلف فعالیت گردشگری در سطح جهان و ایران صورت گرفته است که به برخی از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود: حجازی زاده و همکاران (۱۳۹۲) با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و مدل SWOT به بررسی آثار گردشگری روستایی با شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بوم‌شناختی و توسعه‌ی مکانی به‌عنوان ابعاد توسعه‌ی پایدار روستایی می‌پردازد. نتایج حاجی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۲) با استفاده از تکنیک SWOT نشان داد که تدوین برنامه گردشگری در روستای هجیج می‌تواند رهگشایی برای اصلاح و بهبود وضعیت گردشگری این منطقه باشد. در مطالعه بلوچی و خراسانی (۱۳۹۲) با استفاده از تکنیک دلفی و SWOT به این نتیجه رسیدند که وجود جاذبه‌ها و فرصت‌های متنوع و فراوان، نقش اساسی و سازنده‌ای در توسعه روستایی به‌ویژه توسعه اقتصادی و اجتماعی روستاهای منطقه ایفا خواهد کرد. نتایج مطالعه رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۲) با استفاده از تکنیک SWOT نشان دادند سطح آسیب‌پذیری اغلب روستاها، به دلیل توسعه‌ی گردشگری بسیار بالاست و توزیع و تخصیص مجدد منابع در سطح نواحی مورد مطالعه با توجه به محدود بودن فرصت‌ها و بالا بودن نقاط ضعف، امری الزامی است.

نادری مهدی و همکاران (۱۳۹۲)، به واکاوی اثرات گردشگری روستای ابیانه با استفاده از تکنیک SWOT پرداخته است و نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید را در مباحث جداگانه اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، زیست‌محیطی مورد مطالعه قرار داده‌اند و در انتها راهبردها و پیشنهادهای ارائه داده که می‌تواند مورد استفاده برنامه‌ریزان و سازمان‌های اجرایی مرتبط با گردشگری روستایی قرار گیرد. مطالعه خاتون‌آبادی و راست‌قلم (۱۳۹۰) به سنجش ارکان چهارگانه SWOT در گردشگری روستایی با چهار بعد شامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، زیست‌محیطی و سازمانی می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهد میزان محدودیت‌ها (شامل نقاط ضعف و تهدید) در سطح بالاتری نسبت به میزان مزیت‌ها (شامل نقاط قوت و فرصت) می‌باشد. امکان‌سنجی گردشگری روستایی در شهرستان پاپوه با استفاده از مدل SWOT توسط سقایی و علیزاده (۱۳۸۹) نشان‌دهنده‌ی قابلیت بالای منطقه در جذب گردشگر را دارد اما نبود امکانات، عدم سرمایه‌گذاری در این فعالیت اقتصادی ضعف گردشگری را در این منطقه سبب گردیده است. رکن‌الدین افتخاری و مهدوی (۱۳۸۵)، با استفاده از روش پیمایشی، مطالعات میدانی و به شیوه SWOT به ارائه راهبردی در جهت توسعه گردشگری در مناطق روستایی لواسان پرداخته‌اند و نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید منطقه مورد نظرشان را در چهار مبحث جداگانه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، اکولوژیکی و نهادی مورد مطالعه قرار داده‌اند. تقوی (۱۳۸۵)، در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به بررسی گردشگری در کهگیلویه و نقش آن در توسعه منطقه‌ای با استفاده از مدل SWOT پرداخته و هر یک از عوامل قوت، ضعف، فرصت و تهدید را در چهار مبحث جداگانه اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، بوم‌شناختی و نهادی مورد مطالعه قرار داده‌اند. کویا‌پاشی و عبداللوی^۱ (۲۰۱۱) گردشگری روستایی و توسعه پایدار با استفاده از مدل SWOT در هوکایدوی ژاپن به این نتیجه رسیدند که با استفاده از ابعاد توسعه پایدار و بررسی قوت‌های درون‌سازمانی و

^۱ - Kobayashi & Abdullaev

حمایت سیاست‌گذاران برون‌سازمانی به‌عنوان فرصت‌های منطقه به رفع مشکلات اقتصادی روستای هوکایدو پرداخته شده است.



شکل (۱) - چارچوب نظری تحقیق

معرفی منطقه مورد مطالعه

منطقه مورد مطالعه روستای نوره که در ۱۸ کیلومتری غرب شهرستان سنندج می‌باشد. این روستا دارای بافتی متراکم بوده و در شیب منتهی به دره استقرار یافته و دارای ۳۳۰ خانوار و جمعیت ۹۸۰ نفر با توجه به سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰ می‌باشد. فعالیت‌های زراعی روستا شامل کشت گندم و جو است؛ ولی باغداری رونق بیشتری دارد و انواع میوه‌ها مانند گلابی، گردو، زردآلو، انگور، توت‌فرنگی و سیب، محصولات باغی روستا را تشکیل داده و انواع فرآورده‌های لبنی از شهرت برخوردار است. انواع گیاهان دارویی نظیر گاوزبان، کاسنی، شاتره و گون نیز از رستنی‌های طبیعی این روستا هستند. رودخانه نوره که در غرب روستا جریان دارد، سبب تلطیف هوای روستای نوره می‌شود و حواشی رودخانه به‌ویژه در بهار و تابستان، از جمله مکان‌های مناسب برای گذران اوقات فراغت گردشگران است. پوشاک مردم روستای نوره را لباس محلی و بومی کردی تشکیل می‌دهد. رایج‌ترین غذاهای محلی روستای نوره نیز عبارت است از انواع نان‌های محلی، کره، کلانه و کشک است.



شکل ۲. نقشه جغرافیایی منطقه مورد مطالعه (روستای نوره)

روش‌شناسی تحقیق

بر پایه روش‌های مطالعات افتخاری و مهدوی (۱۳۸۵)؛ عبدالوی (۲۰۰۰)؛ باردولت و شلدون (۲۰۰۸) در مرحله اول این مقاله، از روش‌های پیمایش میدانی و مطالعات اسنادی برای تعیین وضعیت گردشگری در روستای هدف استفاده شد. در مرحله دوم، با تعدادی از کارشناسان و مسئولین مرتبط با مسائل گردشگری استان مصاحبه نیمه ساختاریافته و نظرات استادان و متخصصان مربوطه در رشته‌های توسعه روستایی و جغرافیاگرایش برنامه‌ریزی روستایی مبنی بر تعیین عوامل SWOT به تفکیک هر رکن، انجام شد. شایان‌ذکر است طراحی پرسشنامه بر اساس اطلاعات اسنادی مرحله اول و نتایج مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته صورت گرفت و برای پایایی ابزار تحقیق از پیش‌آزمون استفاده شد، به طوری که بعد از حذف و اصلاح متغیرها، آلفای کرونباخ (۰/۹۲) محاسبه شد. در مرحله سوم با استفاده از پرسشنامه، نسبت به تعیین SWOT وزن هر عامل در هر رکن توسط جامعه مورد بررسی که شامل: گروه اول ۳۳۰ نفر سرپرست خانوار ساکن در روستای نوره که بر اساس فرمول کوکران تعداد ۱۲۰ نفر سرپرست خانوار به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند و گروه دوم شامل ۳۰ نفر از مدیران و کارشناسان گردشگری و صنایع‌دستی به پرسشنامه پاسخ دادند.

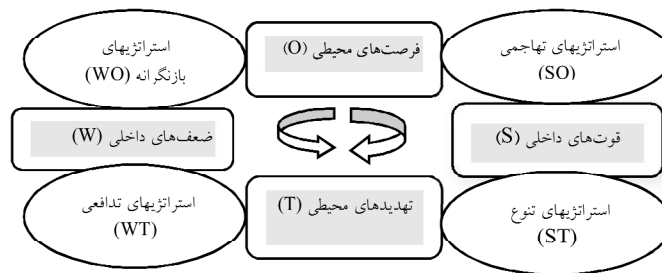
جدول ۳- آلفای کرونباخ

میانگین کلی	عوامل خارجی		عوامل داخلی	
	تهدیدها	فرصت‌ها	ضعف‌ها	قوت‌ها
۰/۹۲	۷۵ ۰/	۰/۸۵	۰/۷۳	۸۱ ۰/

مأخذ: یافته‌های پژوهش (۱۳۹۴)

¹ Bardolet & Sheldon

روش‌ها و تکنیک‌های آماری مورد استفاده در این تحقیق مشتمل بر انواع روش‌های توصیفی و تحلیل مؤلفه‌های اصلی بود که در قالب نرم افزار آماری SPSS و تکنیک SWOT انجام شد. در تجزیه و تحلیل داده‌ها، علاوه بر توصیف داده‌ها به وزن دهی متغیرها پرداخته شد. به منظور تعیین و تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل مؤلفه اصلی برای وزن دهی مؤلفه‌ها، از آزمون کیسر و آزمون بارتلت استفاده گردید. میزان آماره KMO در پرسشنامه ۰/۷۲۷ می‌باشد که بیانگر این واقعیت است که وزن دهی مؤلفه‌ها با استفاده از تحلیل مؤلفه اصلی قابل قبول بوده است و نتیجه آزمون بارتلت نیز معنی‌دار شده است. به‌طور کلی چارچوب تحلیل SWOT در این پژوهش به صورت زیر است (شکل ۲).



شکل ۲. چارچوب تحلیل SWOT

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در دو بخش توصیف متغیرهای فردی و تحلیل در چارچوب سوات بیان شده، که به ترتیب آورده شده است.

یافته‌های توصیفی

سن جامعه مورد مطالعه بین ۲۰ تا ۷۰ سال متغیر بوده و اکثریت آن‌ها (۳۳/۱ درصد) در رده سنی ۲۵ تا ۳۵ سال (میانگین سنی آن‌ها ۳۹/۷۸ با انحراف معیار ۹/۶۰ سال) می‌باشد. سطح تحصیلات نمونه مورد مطالعه ابتدایی و راهنمایی (۴۱/۷ درصد) و کمتر از ۹/۳ درصد افراد مورد مطالعه در حد خواندن و نوشتن بودند. همچنین ۲۳/۲ درصد دارای شغل دولتی، ۴۱/۱ درصد آزاد و ۱۷/۹ کشاورزی و تنها ۲/۰ درصد خانه‌دار بوده و ۱۵/۹ درصد از افراد مورد بررسی دارای شغل دوم می‌باشند.

تحلیل SWOT

تکنیک یا ماتریس سوات نوعی برنامه‌ریزی استراتژیک و ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت‌های موجود در محیط خارجی یک سیستم و بازشناسی ضعف‌ها و قوت‌های داخلی آن به منظور سنجش وضعیت

و تدوین راهبرد برای هدایت و کنترل آن سیستم است (ازکیا و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۸۲). جهت تحلیل SWOT نیاز به تدوین سه مدل می‌باشد که بر اساس آن‌ها ماتریس راهبردهای توسعه گردشگری مشخص می‌گردد. این مدل‌ها عبارت‌اند از: مدل خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل داخلی^۱، مدل خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل خارجی^۲، مدل خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک^۳ (هانگر و ویلن، ۱۳۸۴). به منظور استخراج مدل عوامل مختلف لازم است برای هر عامل وزن مناسب انتخاب شود که برای همین منظور روش‌های مختلف وزندهی وجود دارد که در این تحقیق از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی استفاده شد که مختصات تحلیل مورد استفاده و وزن‌های استخراج شده به شرح جدول (۴) می‌باشد.

جدول (۴) آماره کیسر و سطح معنی‌داری آزمون بارتلت مربوط به مناسبت داده‌ها برای تحلیل مؤلفه‌های اصلی

آزمون کیسر		۰/۷۲۷
۲۷۰۲/۹۷۷	کای اسکور	آزمون بارتلت
۱۳۲۶	درجه آزادی	
۰/۰۰۰	سطح معناداری	

مأخذ: یافته‌های پژوهش (۱۳۹۴)

نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (قوت و ضعف) توسعه گردشگری

از دیدگاه مردم محلی، مؤلفه «روحیه بالای مهمان‌نوازی مردم با وزن نسبی» (۰/۳۱۳۰) به‌عنوان مهم‌ترین نقطه قوت داخلی و پس از آن مؤلفه «وجود جاذبه‌ی زیارتی - تاریخی، خانه و مقبره‌ی آیت‌اله مردوخ در روستا» با وزن نسبی (۰/۲۹۶۹) در اهمیت بعدی در توسعه گردشگری روستایی قرار دارد، در مقابل «رونق در بخش‌های کشاورزی و باغداری» با وزن نسبی (۰/۲۴۶۹) کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت داخلی در توسعه و گسترش گردشگری در این نواحی می‌باشد. از نظر کارشناسان و مدیران «روحیه بالای مهمان‌نوازی مردم» با وزن نسبی (۰/۳۳۶۱) «وجود طبیعت بکر و چشم‌اندازهای زیبا» با وزن نسبی (۰/۳۳۳۰) مهم‌ترین نقاط قوت و «ایجاد فعالیت‌های غیرزراعی (صنایع دستی، پرورش زنبور عسل، گیاهان دارویی)» با وزن نسبی (۰/۲۷۱۵) کمترین اهمیت نقاط قوت هستند. در جدول (۵)، نتایج تجزیه و تحلیل نقاط قوت گردشگری در روستایی نوره از دیدگاه مردم محلی و کارشناسان و مدیران ارائه شده است.

¹ Internal Factors Analysis Summary (IFAS)

² External Factors Analysis Summary (EFAS)

³ Startegic Factors Analysis Summary (SFAS)

جدول ۵- ماتریس ارزیابی نقاط قوت ناشی از عوامل داخلی

کارشناسان و مدیران			مردم محلی (سرپرست خانوار)			نقاط قوت
رتبه	وزن نسبی	میانگین وزن‌ها	رتبه	وزن نسبی	میانگین وزن‌ها	
۱۰	۰/۳۰۰۰	۳/۹۰	۱۳	۰/۲۴۶۹	۳/۲۱	S1- رونق در بخش‌های کشاورزی و باغداری
۴	۰/۳۲۳۰	۴/۲۰	۳	۰/۲۹۵۳	۳/۸۴	S2- نیاز به سرمایه محدود برای فعالیت‌های طبیعت‌گردی
۱۳	۰/۲۷۱۵	۳/۵۳	۹	۰/۲۶۵۳	۳/۴۵	S3- ایجاد فعالیت‌های غیرزراعی (صنایع دستی، پرورش زنبور عسل، گیاهان دارویی)
۱	۰/۳۳۶۱	۴/۳۷	۱	۰/۳۱۳۰	۴/۰۷	S4- روحیه بالای مهمان‌نوازی مردم
۷	۰/۳۱۵۳	۴/۱۰	۵	۰/۲۸۹۲	۳/۷۶	S5- داشتن آداب و رسوم و فرهنگ بومی و محلی
۱۱	۰/۲۹۷۶	۳/۸۷	۴	۰/۲۹۲۳	۳/۸۰	S6- مشارکت‌پذیری جامعه محلی
۳	۰/۳۲۸۴	۴/۲۷	۲	۰/۲۹۶۹	۳/۸۶	S7- وجود جاذبه‌ی زیارتی- تاریخی، خانه و مقبره‌ی آیت‌اله مردوخ در روستا
۲	۰/۳۳۳۰	۴/۳۳	۶	۰/۲۸۳۰	۳/۶۸	S8- وجود طبیعت بکر و چشم اندازهای زیبا
۱۲	۰/۲۹۴۶	۳/۸۳	۱۱	۰/۲۶۳۸	۳/۴۳	S9- حفظ بافت و معماری روستا
۶	۰/۳۱۷۶	۴/۱۳	۱۲	۰/۲۶۰۰	۳/۳۸	S10- وجود ارتفاعات و قله مرتفع جهت انجام ورزش‌ها و تفریحاتی از قبیل کوه‌نوردی و اسکی
۵	۰/۳۲۰۷	۴/۱۷	۷	۰/۲۷۶۱	۳/۵۹	S11- محیط آرام و بدون سر و صدا
۸	۰/۳۱۳۰	۴/۰۷	۸	۰/۲۷۳۰	۳/۵۵	S12- بهره‌گیری از نقش

اقتصادی

اجتماعی- فرهنگی

تفریحی

سایر

۹	۰/۳۰۷۶	۴/۰۰	۱۲۰	۱۰	۰/۲۶۴۶	۳/۴۴	۴۱۳	شوراهای روستایی برای توسعه گردشگری S13- اعتقاد مسئولان به اشتغال ایی به وسیله گردشگری به عنوان یکی از مهم ترین ساز و کارهای مناسب در جهت توسعه روستا
مجموع				۳/۶۱۹۴				۴/۰۵۸۴

مقیاس: خیلی کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴، خیلی زیاد=۵ مأخذ: یافته های پژوهش (۱۳۹۴)

از نظر مردم محلی مؤلفه «ناپایداری درآمد مردم روستا از فعالیت گردشگری» با وزن نسبی (۰/۲۶۶۱) به- عنوان مهم ترین نقاط ضعف انتخاب شد. در حالی که مؤلفه «کوتاه بودن فصل گردشگری» با وزن نسبی (۰/۲۳۰۰) کم اهمیت ترین نقاط ضعف است. از نظر کارشناسان و مدیران مؤلفه «درآمد پایین مردم برای سرمایه گذاری در گردشگری» با وزن نسبی (۰/۳۰۵۳) به عنوان مهم ترین نقاط ضعف و در مقابل مؤلفه «نبود تورهای سیاحتی و گردشگری» با وزن نسبی (۰/۲۲۰۷) کم اهمیت ترین است. این نتایج در جدول (۶) ارائه شده است.

جدول ۶- ماتریس ارزیابی نقاط ضعف ناشی از عوامل داخلی

کارشناسان و مدیران				مردم محلی (سرپرست خانوار)				نقاط ضعف
رتبه	وزن نسبی	میانگین ن وزن ها	مجموع وزن ها	رتبه نسبی	میانگین وزن ها	مجموع وزن ها	وزن نسبی	
۶	۰/۲۷۱۵	۳/۵۳	۱۰۶	۱	۰/۲۶۶۱	۳/۴۶	۴۱۵	W1- ناپایداری درآمد مردم روستا از فعالیت گردشگری
۱	۰/۳۰۵۳	۳/۹۷	۱۱۹	۳	۰/۲۵۶۱	۳/۳۳	۳۹۹	W2- درآمد پایین مردم برای سرمایه گذاری در گردشگری
۱۱	۰/۲۴۶۱	۳/۲۰	۹۶	۶	۰/۲۵۳۸	۳/۳۰	۳۹۶	W3- ناکافی بودن فعالیت های صورت گرفته در زمینه شناسایی بیشتر منطقه به عنوان قطب مهم اکوتوریستی در استان و کشور
۳	۰/۲۹۲۳	۳/۸۰	۱۱۴	۴	۰/۲۵۵۳	۳/۳۲	۳۹۸	W4- فقدان نهادهای آموزشی برای

							ارتقاء سطح آگاهی افراد محلی	
۲	۰/۳۰۲۳	۳/۹۳	۱۱۸	۲	۰/۲۶۰۰	۳/۳۸	۴۰۵	W5- فقدان نیروهای متخصص و آموزش دیده در روستا
۱۰	۰/۲۴۸۴	۳/۲۳	۹۷	۱۳	۰/۲۳۰۰	۲/۹۹	۳۵۹	W6- کوتاه بودن فصل گردشگری
۵	۰/۲۷۴۶	۳/۵۷	۱۰۷	۷	۰/۲۵۰۷	۳/۲۶	۳۹۱	W7- پایین بودن سطح سواد افراد بومی
۹	۰/۲۵۶۱	۳/۳۳	۱۰۰	۱۱	۰/۲۴۳۸	۳/۱۷	۳۸۰	W8- نامناسب بودن زیرساختها و امکانات موجود در روستا
۴	۰/۲۸۴۶	۳/۷۰	۱۱۱	۹	۰/۲۴۵۳	۳/۱۹	۳۸۳	W9- کمبود آب، به خصوص در فصل تابستان
۸	۰/۲۵۹۲	۳/۳۷	۱۰۱	۸	۰/۲۴۹۲	۳/۲۴	۳۸۹	W10- عدم جمع آوری زباله از روستا
۱۳	۰/۲۲۰۷	۲/۸۷	۸۶	۱۲	۰/۲۳۳۸	۳/۰۴	۳۶۵	W11- نبود تورهای سیاحتی و گردشگری
۷	۰/۲۶۶۹	۳/۴۷	۱۰۴	۱۰	۰/۲۴۴۶	۳/۱۸	۳۸۲	W12- بی توجهی و فعالیت کم رسانه‌ها، مطبوعات و...
۱۲	۰/۲۴۰۷	۳/۱۳	۹۴	۵	۰/۲۵۴۶	۳/۳۱	۳۹۷	W13- ضعف برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولت
	۳/۴۶۸۷				۳/۲۴۳۳			مجموع

مقیاس: خیلی کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴، خیلی زیاد=۵ مأخذ: یافته‌های پژوهش (۱۳۹۴)

نتایج تحلیل عوامل خارجی (فرصت و تهدید) توسعه گردشگری

در مورد فرصت‌های بیرونی مردم بر این عقیده بودند که مؤلفه «نزدیکی به مرکز استان (۱۸ کیلومتری سنندج)» با وزن نسبی (۰/۳۱۹۲) به عنوان مهم‌ترین فرصت بیرونی قرار دارد؛ در مقابل مؤلفه «وجود پتانسیل‌های لازم جهت گسترش صنایع کوچک روستایی» با وزن نسبی (۰/۲۵۹۲) کم‌اهمیت‌ترین فرصت بیرونی پیش روی توسعه گردشگری روستایی می‌باشد. از دیدگاه کارشناسان و مدیران مهم‌ترین فرصت، مؤلفه «ایجاد و افزایش انگیزه برای مسافرت به منطقه» با وزن نسبی (۰/۳۳۳۰) به عنوان مهم‌ترین فرصت خارجی جهت گسترش و توسعه گردشگری مطرح است. این نتایج در جدول (۷) ارائه شده است.

جدول ۷- ماتریس ارزیابی نقاط فرصت ناشی از عوامل خارجی

کارشناسان و مدیران			مردم محلی (سرپرست خانوار)			نقاط فرصت			
رتبه	وزن نسبی	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها	وزن رتبه نسبی	میانگین وزن‌ها			مجموع وزن‌ها	
۱۲	۰/۲۹۴۶	۳/۸۳	۱۱۵	۳	۰/۳۰۳۰	۳/۹۴	۴۷۳	اقتصادی	
O1- مستعد بودن روستا برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی									
۲	۰/۳۲۵۳	۴/۲۳	۱۲۷	۷	۰/۲۸۶۹	۳/۷۳	۴۴۸		O2- افزایش انگیزه‌بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در روستا
۸	۰/۳۱۰۰	۴/۰۳	۱۲۱	۵	۰/۲۹۴۶	۳/۸۳	۴۶۰		O3- وجود بازار مناسب برای محصولات باغی روستا
۱۳	۰/۲۹۲۳	۳/۸۰	۱۱۴	۱۳	۰/۲۵۹۲	۳/۳۷	۴۰۴	O4- وجود پتانسیل‌های لازم جهت گسترش صنایع کوچک روستایی	
۱۱	۰/۳۰۲۳	۳/۹۳	۱۱۸	۹	۰/۲۸۰۷	۳/۶۵	۴۳۸	اجتماعی- فرهنگی	
O5- رشد تقاضای صنایع دستی امکان افزایش مشارکت زنان روستایی									
۱	۰/۳۳۳۰	۴/۳۳	۱۳۰	۱۰	۰/۲۷۸۴	۳/۶۲	۴۳۴		O6- ایجاد و افزایش انگیزه برای مسافرت به منطقه
۶	۰/۳۱۵۳	۴/۱۰	۱۲۳	۱۲	۰/۲۷۱۵	۳/۵۳	۴۲۴		O7- تعامل مناسب روستائیان با مردم غیربومی
۳	۰/۳۲۳۰	۴/۲۰	۱۲۶	۲	۰/۳۰۹۲	۴/۰۲	۴۸۲		O8- وجود نیروی انسانی متخصص و تحصیل کرده در منطقه
۹	۰/۳۰۷۶	۴/۰۰	۱۲۰	۸	۰/۲۸۲۳	۳/۶۷	۴۴۰	O9- امکان گسترش رسانه‌های جمعی و بهره‌مندی از منافع آن	
۵	۰/۳۱۷۶	۴/۱۳	۱۲۴	۴	۰/۲۹۸۴	۳/۸۸	۴۶۵	محلی	
O10- شبکه ارتباطی مناسب (جاده آسفالت)									
۴	۰/۳۲۰۷	۴/۱۷	۱۲۵	۱	۰/۳۱۹۲	۴/۱۵	۴۹۸	O11- نزدیکی به مرکز استان (۱۸ کیلومتری سنندج)	

۱۰	۰/۳۰۵۳	۳/۹۷	۱۱۹	۶	۰/۲۸۹۲	۳/۷۶	۴۵۱	O12- چشم انداز طبیعی مناطق و باغات و میوه‌های سردسیری	سازمانی
۷	۰/۳۱۳۰	۴/۰۷	۱۲۲	۱۱	۰/۲۷۶۱	۳/۵۹	۴۳۱	O13- حمایت نهادها و سازمان‌های دولتی و غیردولتی و ارائه تسهیلات و خدمات به روستا	
۴/۰۶۰۰				۳/۷۴۸۷				مجموع	

مقیاس: خیلی کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴، خیلی زیاد=۵ مأخذ: یافته‌های پژوهش (۱۳۹۴)

در مورد تهدیدهای خارجی از دیدگاه مردم مؤلفه «از بین رفتن پوشش گیاهی و باغ‌ها و مراتع» با وزن نسبی (۰/۲۸۳۰) مهم‌ترین نقاط تهدید و در مقابل مؤلفه «ازدیاد تخلفات و ناهنجاری‌ها با ورود گردشگران» با وزن نسبی (۰/۲۲۰۰) کم‌اهمیت‌ترین نقاط تهدید است. از دیدگاه مدیران کارشناسان مؤلفه «وارد آوردن خسارت به باغات و مزارع توسط گردشگران» با وزن نسبی (۰/۳۱۵۳) مهم‌ترین نقاط تهدید پیش روی توسعه گردشگری روستای نوره می‌باشد.

جدول ۸- ماتریس ارزیابی نقاط تهدیدها ناشی از عوامل خارجی

کارشناسان و مدیران				مردم محلی (سرپرست خانوار)			نقاط تهدید		
رتبه	وزن نسبی	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها	رتبه	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها			
۱۰	۰/۲۷۹۲	۳/۶۳	۱۰۹	۵	۰/۲۵۶۱	۳/۳۳	۴۰۰	T1- عدم وجود سرمایه‌گذاری دولتی در روستا	اقتصادی
۵	۰/۳۰۰۰	۳/۹۰	۱۱۷	۴	۰/۲۶۳۸	۳/۴۳	۴۱۱	T2- افزایش سودآوری و خرید و فروش زمین	
۱	۰/۳۱۵۳	۴/۱۰	۱۲۳	۲	۰/۲۷۳۸	۳/۵۶	۴۲۷	T3- وارد آوردن خسارت به باغات و مزارع توسط گردشگران	
۲	۰/۳۱۰۰	۴/۰۳	۱۲۱	۷	۰/۲۴۸۴	۳/۲۳	۳۸۷	T4- توسعه شکاف طبقاتی درآمدی در منطقه	
۸	۰/۲۸۴۶	۳/۷۰	۱۱۱	۱۳	۰/۲۲۰۰	۲/۸۶	۳۳۳	T5- ازدیاد تخلفات و ناهنجاری‌ها با ورود گردشگران	اجتماعی- فرهنگی
۱۲	۰/۲۶۳۸	۳/۴۳	۱۰۳	۸	۰/۲۴۶۱	۳/۲۰	۳۸۴	T6- افزایش تمایل و انگیزه	

							گردشگری به مسافرت به دیگر مناطق تفریحی نزدیک
۷	۰/۲۹۰۰	۳/۷۷	۱۱۳	۱۱	۰/۲۳۶۹	۳/۰۸	T7- از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی
۶	۰/۲۹۲۳	۳/۸۰	۱۱۴	۹	۰/۲۴۴۶	۳/۱۸	T8- افزایش تکدی‌گری و درخواست کمک از گردشگران
۱۱	۰/۲۷۶۹	۳/۶۰	۱۰۸	۳	۰/۲۶۹۲	۳/۵۰	T9- آلودگی منابع طبیعی نظیر آب و خاک
۴	۰/۳۰۵۳	۳/۹۷	۱۱۹	۱۰	۰/۲۳۸۴	۳/۱۰	T10- خشکسالی و تهدید منابع آب
۳	۰/۳۰۷۶	۴/۰۰	۱۲۰	۱	۰/۲۸۳۰	۳/۶۸	T11- از بین رفتن پوشش گیاهی و باغ‌ها و مراتع
۹	۰/۲۸۲۳	۳/۶۷	۱۱۰	۱۲	۰/۲۳۵۳	۳/۰۶	T12- فقدان مدیریت آگاه به مقوله‌های اکوتوریستی
۴	۰/۳۰۵۳	۳/۹۷	۱۱۹	۶	۰/۲۵۲۳	۳/۲۸	T13- وضع مقررات دست و پاگیر جهت سرمایه‌گذاری در گردشگری
۳/۸۱۲۶				۳/۲۶۷۹			مجموع

مقیاس: خیلی کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴، خیلی زیاد=۵ مأخذ: یافته‌های پژوهش (۱۳۹۴)

جمع‌بندی دیدگاه‌ها و اولویت‌بندی نهایی

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از ماتریس تحلیل SWOT، و نتایج ارائه شده، اقدام به تشکیل جدول (۹)، گردیده؛ این جدول رتبه‌بندی هر یک از شاخص‌ها از دیدگاه‌های هر دو گروه مشارکت‌کننده و همچنین بیانگر دیدگاه‌های مشترک آن‌ها است. تحقیقات پیشین برای اولویت‌بندی نهایی ضرایب اهمیتی بین صفر تا یک با استفاده از دیدگاه‌های کارشناسان و استادان دانشگاه به دست آورده‌اند؛ از جمله داورخانی و نیک-سیرت (۱۳۸۹) برای روستاییان ضریب ۰/۵، مسئولان ضریب ۰/۳۰، و گردشگران ضریب ۰/۲ و رکن‌الدین افتخاری و مهدوی (۱۳۸۵) برای روستاییان ضریب ۰/۳، مسئولان ضریب ۰/۵، گردشگران ۰/۲ در نظر گرفته‌اند. در این تحقیق بر اساس دیدگاه‌های کارشناسان و استادان دانشگاه ضریبی بین صفر تا یک در نظر گرفته شد که برای روستاییان ۰/۴ و برای مسئولان ضریب ۰/۶ در نظر گرفته شد و اولویت‌بندی نهایی انجام گرفت.

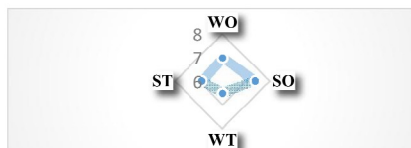
جدول ۹- اولویت‌بندی نهایی (نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها) توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه دو گروه (مردم و مدیران و کارشناسان)

اولویت	نقاط قوت (S)	امتیاز نهایی	نقاط ضعف (W)	امتیاز نهایی	نقاط فرصت (O)	امتیاز نهایی	نقاط تهدید (T)	امتیاز نهایی
۱	S ₄	۰/۳۲۶۸	W ₂	۰/۲۸۵۶	O ₁₁	۰/۳۲۰۱	T ₃	۰/۲۹۸۷
۲	S ₇	۰/۳۱۵۸	W ₅	۰/۲۸۵۳	O ₈	۰/۳۱۷۴	T ₁₁	۰/۲۹۷۷
۳	S ₈	۰/۳۱۳۰	W ₄	۰/۲۷۷۵	O ₆	۰/۳۱۱۱	T ₂	۰/۲۸۵۵
۴	S ₂	۰/۳۱۱۹	W ₁	۰/۲۶۹۳	O ₂	۰/۳۰۹۹	T ₄	۰/۲۸۵۳
۵	S ₅	۰/۳۰۴۸	W ₉	۰/۲۶۸۸	O ₁₀	۰/۳۰۹۹	T ₁₃	۰/۲۸۴۱
۶	S ₁₁	۰/۳۰۲۸	W ₇	۰/۲۶۵۰	O ₃	۰/۳۰۳۸	T ₁₀	۰/۲۷۸۵
۷	S ₁₂	۰/۲۹۷۰	W ₁₂	۰/۲۵۷۹	O ₁₂	۰/۲۹۸۸	T ₉	۰/۲۷۳۸
۸	S ₆	۰/۲۹۵۴۸	W ₁₀	۰/۲۵۵۲	O ₁₃	۰/۲۹۸۲	T ₈	۰/۲۷۳۲
۹	S ₁₀	۰/۲۹۵۴۶	W ₈	۰/۲۵۱۱	O ₁	۰/۲۹۷۹	T ₁	۰/۲۶۹۹
۱۰	S ₁₃	۰/۲۹۰۴	W ₃	۰/۲۴۹۱	O ₇	۰/۲۹۷۷	T ₇	۰/۲۶۸۷
۱۱	S ₉	۰/۲۸۲۲	W ₁₃	۰/۲۴۶۲	O ₉	۰/۲۹۷۴	T ₁₂	۰/۲۶۳۵
۱۲	S ₁	۰/۲۷۸۷	W ₆	۰/۲۴۱۰	O ₅	۰/۲۹۳۶	T ₅	۰/۲۵۸۷
۱۳	S ₃	۰/۲۶۹۰	W ₁₁	۰/۲۲۵۹	O ₄	۰/۲۷۹۰	T ₆	۰/۲۵۶۷

مأخذ: یافته‌های پژوهش (۱۳۹۴)

تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک

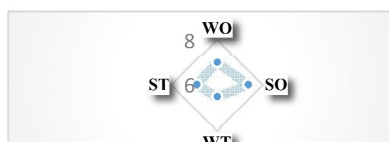
ماتریس خلاصه‌ی تحلیل عوامل استراتژیک، با استفاده از تحلیل عوامل داخلی، خارجی و ترکیب آن‌ها مهم‌ترین عوامل استراتژیک با ترکیب نقاط قوت (S) و فرصت (O) راهبردهای "SO"، با ترکیب نقاط ضعف (W) و فرصت‌ها (O) راهبردهای "WO"، با ترکیب نقاط قوت (S) و تهدیدها (T) راهبردهای "ST" و با ترکیب نقاط ضعف (W) و تهدیدها (T) راهبردهای "WT" در وضعیت روستای نوره تدوین و ارائه گردیده است. بنابر ضرایب عوامل مرکب سرپرستان خانوار، راهبرد کانونی، استراتژی رقابتی (SO) بوده و نیز ضرایب عوامل مرکب مدیران و کارشناسان، راهبرد کانونی، استراتژی (SO) می‌باشد.



ماتریس راهبردهای توسعه گردشگری در نوره
(مدیران و کارشناسان) خانوار

نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)	
SO	WO	فرصت (O)
۸/۱۱۸۴	۷/۵۲۸۷	
ST	WT	تهدید (T)
۷/۸۷۱	۷/۲۸۱۳	

جدول (۱۰) - مجموع ضرایب عوامل مرکب مدیران و کارشناسان ، مأخذ: یافته‌های پژوهش (۱۳۹۴)



ماتریس راهبردهای توسعه گردشگری در نوره (مردم محلی یا سرپرستان) خانوار) خانوار

نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)	
SO	WO	فرصت (O)
۷/۳۶۸۱	۶/۹۹۲	
ST	WT	تهدید (T)
۶/۸۸۷۳	۶/۵۱۱۲	

جدول (۱۱) - نمودار ضرایب عوامل مرکب مردم محلی ، مأخذ: یافته‌های پژوهش (۱۳۹۴)

ارائه‌ی راهکارهای توسعه‌ی گردشگری روستای نوره

تحلیل SWOT به‌عنوان علم و هنر صورت‌بندی، تصمیم‌گیری عقلانی و خردمندانه و اجرای تصمیم به‌منظور تحقق اهداف توسعه روستایی است. در تحلیل سیستماتیک عوامل داخلی و خارجی بخش روستایی به‌شمار می‌آید. تحلیل SWOT نشان می‌دهد استراتژی رقابتی از نظر مدیران و کارشناسان و نیز از نظر مردم محلی به‌عنوان راهبرد قانونی انتخاب شده است. به‌صورت کلی ماتریس SWOT امکان تدوین چهار راهبرد متفاوت را فراهم می‌آورد. این نوع تحلیل امکان تدوین چهار راهبرد متفاوت دفاعی، انطباقی (بازنگری)، اقتضایی (تنوع) و تهاجمی - رقابتی را فراهم می‌آورد.

راهکارهای رقابتی / تهاجمی (SO)

در راهبردهای تهاجمی که تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است، راهبردهای زیر به منظور بهره‌برداری از برتری‌های موجود به منظور توسعه گردشگری ارائه می‌شود.

- تأکید بر توسعه گردشگری طبیعی به دلیل وجود مزیت‌های نسبی برای توسعه این نوع گردشگری در روستای نوره.

- بهره‌مندی از نیروی انسانی محیط روستای میزبان جهت تشکیل نهادهای مردمی به منظور افزایش ضریب موفقیت در جذب گردشگران

- تشویق بخش خصوصی و افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی در راستای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری

- توجه به صنایع دستی، اشتغال و مشارکت زنان از طریق سرمایه‌گذاری آموزشی و طراحی ساز و کارهای جلب مشارکت.

راهکارهای بازنگری (WO)

این دسته از استراتژی‌ها با بهره‌گیری از فرصت‌های موجود در محیط خارجی می‌کوشند نقاط ضعف داخلی را بهبود بخشند.

- بازنگری جهت ایجاد استفاده بهینه و هدفمند از منافع و آثار مثبت گردشگری

- تقویت زیرساخت‌های محیطی-کالبدی و فراهم‌سازی امکانات و تجهیزات اقامتی در روستا.

- آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگر به منظور جلوگیری از تعارض بین گردشگران و مردم منطقه.

راهکارهای تنوع (ST)

باکمک این استراتژی می‌توان با استفاده از نقاط ضعف داخلی از تهدیدهای محیطی اجتناب کرد. راهبردهای زیر به منظور پاره‌ای از نیازمندی‌های مردم نوره در مسیر رفع تهدید ارائه می‌شود.

- اجرای برنامه‌های تبلیغاتی در مراکز گردشگر فرست عمده در راستای معرفی جاذبه‌ها

- توسعه و گسترش گردشگری کشاورزی و افزایش توان مالی روستائیان جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستایی

- بهره‌گیری از توان مردم محلی و گردشگران ورودی جهت جلوگیری از خسارات زیست‌محیطی.

راهکارهای تدافعی (WT)

این دسته از استراتژی‌های حالت تدافعی دارد و هدف آن کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدهای خارجی است.

- تشکیل کارگروه توسعه سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی با مسئولان مرتبط و کارآفرینان، دعوت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و ایجاد تسهیلات و امتیازهای ویژه سرمایه‌گذاری

- تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب، آلودگی و از بین رفتن این منابع در این نواحی

- تدوین قوانین و مقررات جهت جلوگیری از بورس‌بازی زمین و تخریب زمین‌های زراعی

نتایج و پیشنهادات

گردشگری روستایی مقوله جدیدی در متون توسعه روستایی می‌باشد که همچون توسعه، دارای ابعاد و آثار گوناگونی است (کاندلاارس و لوتز^۱، ۱۹۹۷). در مقایسه مباحث بیان شده در ادبیات موضوع با نتایج حاصله از این مطالعه مشخص می‌گردد با گسترش گردشگری در روستای نوره تغییرات معیشتی عمده‌ای در آن به وجود آورده شده و مردم از معیشتی سنتی (دامداری، کشاورزی و باغداری) برخوردار بوده و تحت تأثیر گردشگری نیز قرار دارند. در حال حاضر با توجه به شرایط فعلی روستا عملاً گزینه‌ای بهتر از توسعه گردشگری روستا برای بهبود وضعیت معیشتی روستاییان وجود ندارد. گرچه وضعیت فعلی گردشگری در روستا نیاز دارد تا اقدامات جدی صورت گیرد و هنوز بهره‌مندی از مزایای گردشگری روستایی به‌عنوان مکمل کارکرد اصلی روستا برای فراخوانی محتوی توسعه به مناطق روستایی میزبان محقق نیست. استفاده از رسانه‌های جمعی، مانند: رادیو، تلویزیون، شبکه‌های ماهواره‌ای، سینما از رایج‌ترین وسایل اشاعه پیام‌های تبلیغاتی است. از محاسن عمده این وسایل، انبوه بودن، دسترسی عمومی و شنیداری و دیداری بودن همزمان آن‌هاست. توسعه منابع انسانی محلی یکی از فرصت‌های پیشروی توسعه گردشگری است. توسعه منابع انسانی، رویکردی است برای اینکه افرادی مناسب در زمانی مناسب در سمت‌های مناسب قرار گیرند. مشارکت و آموزش مستمر جامعه میزبان در اجرا و ارائه فعالیت‌ها و خدمات گردشگری، هدایت سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی در ایجاد زیرساخت‌ها در چارچوب برنامه‌ریزی منطقه‌ای و محلی همراه با نظارت دولت و در نهایت ایجاد جاذبه و فعالیت‌های جدید در کنار جاذبه‌های اصلی برای حفظ جذابیت روستای هدف گردشگری از فاکتورهای توسعه موفقیت‌آمیز گردشگری روستایی می‌باشد.

^۱ - Kandelaars and Lutz

منابع و مآخذ

۱. ازکیا، م.، زارع، ع.، ایمانی، ع. (۱۳۸۷). رهیافت‌ها و روش‌های تحقیق کیفی در توسعه روستایی، چاپ اول، نشر نی، تهران.
۲. بلوچی، ع.، خراسانی، م. (۱۳۹۲). تحلیل نقش گردشگری در توسعه نواحی روستایی، مطالعه موردی: ناحیه گرگان، شهرستان نیک شهر، فصلنامه علمی-پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی
۳. بمانیان، م.، محمودی نژاد، ه. (۱۳۸۸). مبانی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری روستایی، تهران، انتشارات هله: طحان.
۴. تقوی، ر. (۱۳۸۵). توریسم در کهگیلویه و نقش آن در توسعه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم اجتماعی. تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۵. حاجی نژاد، ع.، رحیمی، د.، تقی زاده، ز. (۱۳۹۲). تدوین برنامه استراتژیک توسعه گردشگری در مناطق نمونه گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستای نمونه گردشگری هجیج در شهرستان پاوه)، فصل‌نامه علمی-پژوهشی آمایش سرزمین
۶. حجازی زاده، ز.، رجائی ریزی، م.، حسینی امینی، ح. (۱۳۹۲). شناخت نقاط قوت و ضعف توسعه گردشگری روستایی، مطالعه موردی اکو موزه روستایی ایبانه - اصفهان، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری؛ ۲(۵)
۷. حفاری، فرهاد. (۱۳۸۸). بررسی اثرات زیست‌محیطی گردشگری روستایی مطالعه موردی: روستای ایبانه، اولین همایش ملی دانشجویی ترویج و آموزش کشاورزی، تهران.
۸. خاتون‌آبادی، ا.، راست قلم، م. (۱۳۹۰). سنجش ارکان چهارگانه گردشگری روستایی با استفاده تکنیک SWOT (مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان چهارمحال و بختیاری)، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم و صنایع کشاورزی)، ۲۵(۳)
۹. دادورخانی، ف.، نیک‌سیرت، م. (۱۳۸۹). برنامه‌ریزی راهبردی طبیعت‌گردی در روستاهای نواحی بیابانی (مطالعه موردی: روستای خراتق-شهرستان اردکان، استان یزد، پژوهش‌های روستایی)، ۴(۴): ۴۳-۷۲.
۱۰. رکن‌الدین افتخاری، ع.، قادری، ا. (۱۳۸۱). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی، فصلنامه مدرس، ۶(۲).
۱۱. رکن‌الدین افتخاری، ع.، مهدوی، د.، اکبری سامانی، ن. (۱۳۹۲). ارائه الگوی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴۵(۱)
۱۲. رکن‌الدین افتخاری، ع.، مهدوی، د. (۱۳۸۵). راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT (دهستان لواسان کوچک)، فصلنامه مدرس علوم انسانی، ۱۰(۲)

۱۳. صالحی، ص. (۱۳۹۱). نگرشی کاربردی به برنامه‌ریزی و بازاریابی گردشگری. انتشارات: دانشگاه مازندران.
۱۴. سقایی، م.، علیزاده، د. (۱۳۸۹). امکان‌سنجی محصول گردشگری روستایی در شهرستان پاوه، فصلنامه علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی، ۱۳ (۴۱)
۱۵. سلیمانی هارونی، خ. (۱۳۸۸). تبیین انتظارات ساکنان مناطق گردشگری استان خوزستان نسبت به توسعه گردشگری روستایی. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان.
۱۶. قادری، ا. (۱۳۸۲). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی پایدار، رساله دکتری دانشگاه تربیت مدرس.
۱۷. مشکینی، ا.، حیدری، ت. ۳۹۰. ارزیابی توسعه گردشگری شهر زنجان با استفاده از مدل SWOT (نمونه موردی: منطقه زنجان رود). فضای جغرافیایی، سال ۱۱ (۳۵)
۱۸. نادری مهدی، ک.، اذانی، م.، یعقوبی فرانی، ا.، روستایی، م. (۱۳۹۲). واکاوی اثرات گردشگری در روستای ایبانه با استفاده از تکنیک SWOT. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، ۲۸ (۴)
۱۹. هانگر، ج.، ویلن، ت. (۱۳۸۴). مبانی مدیریت استراتژیک، ترجمه: سید محمد اعرابی و داود ایزدی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.

20. Abdullaev A. (2000). Rural Tourism and Sustainable Development in Hokkaido. Urban and Environmental Engineering department. Thesis of Master science, Tokio University.
21. Arntzen, J.; Setlhogile, T.; Barnes, J. (2006). Rural Livelihoods, Poverty Reduction and Food Security in Southern Africa: Is CBNRM the Answer? Washington, DC: International Resources Group. Tourism alternatives
22. Augustin, M (1998). National Strategies for rural Tourism development and sustainability, the experience Journal of sustainable tourism
23. Bin, I.; Soucheng, D.; Mei, X. (2008). Ecotourism Model and Benefits of periphery Region in Western Sichuan Province, Chinese Journal of Poulation, Resource and Environment, 6 (2)
24. Briedenhann, J.; Wickens, E. (2004). Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Areas-Vibrant Hope or Impossible Dream? Tourism Management, Vol. 25, No. 1
25. Bardolet E.; Sheldon P. J. (2008). Tourism in Archipelagos Hawai'i and the Balearics. Annals of Tourism Research, 35 (4)
26. Doswill, R. (2005). Tourism Management (Fundamentals, Strategies and Impacts), Translated by Arabi, S.M., and Izadi, D., Cultural Research Bureau, Third Edition.
27. Hall, D; Roberts, L; Mitchell, M. (2004). New Directions in Rural Tourism. Ashgate, UK.
28. Holland, j.; Burian, M.; Dixey, L. (2003). Tourism in poor Rural Areas, Diversifying the Product and Expanding the Benefits in Rural, Areas. London PSA publications.

29. Kaffashi, M. (2009). The Role of Education in Tourism Industry Boom and Tourist Satisfaction in Iran, the Journal of Modern Thoughts in Education, 4(4)
30. Kandelaars P.; Lutz, W. (1997). A Dynamic Simulation Model of Tourism and Environment in the Yucatán Peninsula. Interim Reports on work of the International Institute for Applied Systems Analysis. IIASA 18/April.
31. Kinsley, M. (2000). Economic renewal guide: A collaborative process for sustainable community development. Snowmass. Colorado: Rock Mountain Institute
32. Kobayashi, H.; Akhmad, A. (2011), Rural Tourism and Sustainable Development in Hokkaido, Division of Urban and Environmental Engineering.
33. Newsome, D. (2004), Wildlife Tourism, British Library Cataloguing in Publication Data.
34. Quattrone, G. (2002). Urban Development Strategies: The Tourism City Network Institute di Pianificazione e Gestione Del Territorio, Turin, 2002.
35. Roberts, L.; Hall, D. (2001), Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice. Wallingford: CABI Publishing, , Oxfordshire
36. Tsephe, N. P.; Eyono Obono, S. D. (2013), A Theoretical Framework for Rural Tourism Motivation Factors, International Journal of Social, Education, Economics and Management Engineering (7)1.
37. UNWTO (2011). World Tourism Performance 2011 and Outlook 2012. IPK 19th .World Travel Monitor Forum, Pisa, Italy 3-4 November.
38. World Tourism Organization. (2009). Tourism Highlight editions.
WTO. (2010). UNWTO, world tourism barometer