

## ارزیابی توانمندی های توریسم روستایی و نقش آن در توسعه روستایی نمونه موردی: بخش لاشار در استان سیستان و بلوچستان

داود حاتمی<sup>۱\*</sup> وحید رحیمی<sup>۲</sup> سید مهدی موسی پور<sup>۳</sup>

- ۱- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.
- ۲- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.
- ۳- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

### چکیده

صنعت گردشگری روستایی در حال حاضر یک از منابع مهم تولید، درآمد، اشتغال و ایجاد زیرساخت‌ها برای رسیدن به توسعه پایدار روستایی است. گردشگری روستایی در دنیای امروز یکی از بخش‌های مهم فعالیت‌های اقتصادی محسوب می‌شود و آن را سیاستی برای توسعه متعادل سرزمینی و آمایش بهینه سرزمین قلمداد می‌کنند. بخش لاشار در شهرستان نیکشهر به دلیل وجود جاذبه‌های فراوان گردشگری، قدمت دیرینه و دارای آثار تاریخی، جاذبه‌های طبیعی یکی از قطب‌های گردشگری شهرستان و استان می‌باشد. در این تحقیق با روش توصیفی - تحلیلی و با استفاده از مدل S.W.O.T پتانسیل‌ها، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه توریسم روستایی در روستای بخش لاشار مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. داده‌های استفاده شده در این تحقیق براساس اطلاعات و آمار مرکز آمار ایران و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و همچنین نظریات کارشناسان امر جمع‌آوری شده است. نتایج بررسی و تحلیل‌ها نشان می‌دهند منطقه لاشار با ۱۰۰ جاذبه گردشگری، می‌تواند یکی از محورهای مهم گردشگری استان باشد و نقش مهمی در توسعه منطقه داشته باشد و آمایش بهینه و متعادل سرزمین را در بلوچستان در پی داشته باشد. با توجه به بررسی وضعیت موجود و شناسایی نقاط قوت و فرصت‌های توسعه توریسم در منطقه و از طرفی، نقاط ضعف و تهدیدهایی که در فرایند توسعه گردشگری این منطقه وجود دارد، رهیافت‌های مؤثر بر این فرایند با توجه به مدل SWOT، بیانگر آن است که ضعف در مدیریت گردشگری در استان و شهرستان و نبود سیاست مشخص برای توسعه گردشگری روستایی، تبلیغات ضعیف و کم در زمینه معرفی پتانسیل‌های گردشگری منطقه، کمبود تأسیسات زیربنایی، عدم توجه مسئولین محلی به مقوله گردشگری از علل اصلی توسعه نیافتگی گردشگری در منطقه لاشار هستند. بنابر نتایج این پژوهش راهبردهای آمایش سرزمین در زمینه گردشگری در منطقه لاشار به راهبردهای تهاجمی (SO) نزدیک‌تر می‌باشد و برنامه‌ریزی‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها باید در زمینه نقاط قوت و فرصت‌ها باشد.

**واژه‌های کلیدی:** توریسم روستایی، توسعه روستایی، استان سیستان و بلوچستان، بخش لاشار.

## ۱- مقدمه

طی نیم قرن گذشته فعالیت‌های گردشگری ابعاد گسترده‌ای به خود گرفته است و هر سال بر تعداد مسافرانی که با انگیزه‌های مختلف سفر می‌کنند افزوده می‌شود. در این میان گردشگری روستایی نیز به عنوان عاملی مهم در تحول و توسعه نواحی روستایی مورد توجه قرار گرفته است (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰: ۲). از گردشگری روستایی به عنوان کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی یاد شده به طوری که طی سالهای اخیر در سراسر اروپا برای رفع چالش‌های اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی حاشیه‌ای و یا روستاهایی که با کاهش فعالیت‌های کشاورزی سنتی روبه‌رو شده‌اند، گردشگری در کانون توجه قرار دارد (علیقلی زاده فیروز جایی و همکاران ۱۳۸۶: ۲۵). بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی روستایی طی دهه‌های اخیر دچار افول شدید شده و سطح درآمد و اشتغال در فعالیت‌های کشاورزی سنتی، به ویژه درآمد سرانه‌ی روستائیان، تا کمتر از میزان متوسط درآمد سرانه کشور کاهش یافته است. از سوی دیگر، افزایش نرخ بیکاری و در نتیجه خروج نسل جوان و افراد دارای تحصیلات بالاتر از اجتماعات روستایی، بافت و ساختار نواحی روستایی را به خطر انداخته است. بنابراین گردشگری، نه تنها به عنوان یک ابزار بالقوه برای تغییر این وضعیت است، بلکه یکی از عناصر جدایی ناپذیر راهبرد توسعه روستایی شده است (Sharpley and Richard 2002: 23). به گونه‌ای که امروزه در بسیاری از نواحی روستایی، گردشگری از حالت انفعالی به عاملی پویا و مؤثر بر تغییرات و کنترل چشم‌انداز اجتماعات روستایی تبدیل شده است. ماهیت و اهمیت این تغییرات، توجه فزاینده‌ای را به کارکرد گردشگری و فراغتی در نواحی روستایی معطوف داشته است، به گونه‌ای که در برخی موارد حتی به پیش‌بینی اثرات احتمالی منجر شده است تا اندازه‌ای که بعضی معتقدند گردشگری روستایی، نواحی روستایی اروپا را نجات می‌دهد (Butler, Richard and others 1998: 58).

گردشگری به عنوان یکی از صنایع، از بخش‌های اقتصادی با رشد بسیار بالا در جهان، به خصوص در کشورهای در حال توسعه است. همچنین یکی از استراتژیهای ویژه توسعه روستایی برای ورود ارز و ایجاد شغل و حمایت از رشد همه جانبه می‌باشد (سلیمانی‌هارونی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۱۴). توسعه روستایی فرایندی است که منجر به ارتقاء توانایی روستائیان برای کنترل محیطشان بشود؛ بنابراین توسعه توریسم در نواحی روستایی از یک طرف می‌تواند نقش مهمی در متنوع‌سازی اقتصاد جوامع روستایی و بستر و زمینه‌ساز توسعه پایدار روستایی باشد و از طرف دیگر وسیله‌ای برای تحریک رشد اقتصاد ملی به حساب آید (هاشمی و حسین پور، ۱۳۸۹: ۲۰۸).

امروزه صنعت گردشگری در جهان توسعه فراوانی یافته است و بسیاری از این کشورها از این رهیافت توانسته‌اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشیده و بسیاری از مشکلات خود از قبیل بیکاری، پائین بودن سطح درآمد، سرانه و کمبود درآمد ارزی را کاهش دهند. ایران از نظر منابع طبیعی جزو ۱۰ کشور برتر دنیا می‌باشد که می‌تواند از اثرات حاصل از گردشگری در کاهش مشکلات بیکاری و درآمد اقتصادی بهره مند شود، اما با توجه به آمارهای موجود ایران از این فرصت بهره کافی را نبرده است، به صورتی که تنها در میان کشورهای اسلامی رتبه دهم را دارا می‌باشد (اکبر پور سراسکانرود و نوربخش، ۸۹

۶۲). با توجه به ساختار اقتصادی ایران بعد از اکتشاف و بهره‌برداری نفت به شدت متکی به صادرات نفت و درآمد ارزی حاصل از آن بوده است و تلاش‌های صورت گرفته برای خروج از این وضعیت و اتخاذ سیاست‌های اقتصادی غیر نفتی نتیجه چندانی در بر نداشته است، باید برای رونق توسعه اقتصادی همه جانبه بایستی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی مانند توریسم مورد توجه قرار گیرد (ابراهیم زاده و آقاسی زاده، ۱۳۸۸ : ۱۰۹).

بنابراین باتوجه به مسائلی مانند مهاجرت، بیکاری و سطح اشتغال پائین برای رسیدن آمایش بهینه سرزمین در نواحی روستایی می‌توان با به فعلیت درآوردن جاذبه‌های گردشگری طبیعی، تاریخی و فرهنگی ضمن کاهش آثار زیان‌بار عوامل فوق موجب شکوفایی اقتصاد روستایی شد. استان سیستان و بلوچستان پهناورترین استان کشور با مساحتی بالغ بر ۱۸۷ هزار کیلومتر، معادل ۱۱ درصد از مساحت کل کشور را در بر می‌گیرد. این استان یکی از استان‌های غنی کشور به لحاظ داشته‌های فرهنگی، باستانی، صنایع دستی و گردشگری است. علاوه بر این تنوع قومی و مذهبی تعامل فرهنگی بسیار زیادی را خلق کرده است که خود گواهی بر تمدن و فرهنگ قومی در این استان می‌باشد.

مناطق روستایی شهرستان نیکشهر به خصوص منطقه لاشار هم به لحاظ داشتن جاذبه‌های فرهنگی، قومیتی و هم جاذبه‌های طبیعی از توانمندی‌ها و پتانسیل‌های بسیار بالایی برای جذب گردشگر و شکوفایی اقتصاد روستایی این منطقه دارد. این منطقه با داشتن جاذبه فرهنگی مانند قلعه‌های باستانی، لهجه‌های مختلف، نوع پوشش و لباس مردم، صنایع دستی و جاذبه‌های طبیعی مانند آبشارها، دره‌های سرسبز، و آب‌های گرم معدنی می‌تواند درآمد سرشاری به مردم این منطقه سبب شود. در این مقاله سعی بر آن است پتانسیل‌های گردشگری روستایی این منطقه شناسایی شود و از طریق مدل SWOT ظرفیت‌ها و نقاط ضعف و قوت را مشخص نموده و بهترین راهبردها برای توسعه گردشگری انتخاب نمود.

## ۲- پیشینه تحقیق

- رکن الدین افتخاری و قادری (۱۳۸۲)، در مقاله ای تحت عنوان نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چهارچوبهای نظریه ای)، به این نتیجه رسیده‌اند که ماهیت صنعت گردشگری ایجاد اشتغال و درآمد، متنوع سازی اقتصاد، مشارکت اجتماعی و استفاده از منابع محلی است. از آنجا که بخش اعظم مشکلات عقب ماندگی و توسعه نیافتگی روستایی نیز به فقدان این صنعت برمی گردد، گردشگری روستایی با حل مسائل و مشکلات فوق می‌تواند به توسعه روستایی کمک نماید.
- مرادی مسیحی و قاسمی (۱۳۹۳)، در تحقیقی با عنوان نقش گردشگری در توسعه اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی شهرستان بهشهر، به این نتیجه رسیده‌اند که برنامه‌ریزی گردشگری می‌تواند در این ناحیه موجب تنوع اقتصاد محلی و رونق فعالیت‌های اقتصادی به صورت سازمان یافته در حوزه گردشگری شده و زمینه توسعه پایدار روستایی را فراهم آورد.
- اعظمی و همکاران (۱۳۹۴)، در مقاله‌ای تحت عنوان تدوین استراتژی گردشگری روستایی پایدار با استفاده از تکنیک SWOT (مطالعه موردی: روستای نوره شهرستان سندرگ)، به این نتیجه رسیده‌اند

که 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 سازوکارهای جلب مشارکت آنان از جمله برخی از راهبردهای شناسایی شده است.

- دزکی (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای تحت عنوان نقش گردشگری در اقتصاد روستایی با تأکید بر نظرات روستاییان مطالعه موردی: روستای چنشت استان خراسان جنوبی، به این نتیجه رسیده‌اند که فعالیت‌های گردشگری اثرات مثبتی مانند: افزایش اشتغال، افزایش درآمد و بالا رفتن قدرت خرید مردم را در محدوده مورد مطالعه داشته است.
- حسینی و طالبی (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای تحت عنوان نگرش ساکنان مناطق گردشگری روستایی نسبت به پیامدهای اقتصادی گردشگری مطالعه موردی: روستای کنگ استان خراسان رضوی، به این نتیجه رسیده‌اند که بین ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، کاهش مهاجرت ساکنین و گردشگری، رابطه معناداری وجود دارد و گسترش گردشگری در منطقه، منجر به ایجاد اشتغال، افزایش قیمت اراضی، کاهش مهاجرت، بالا رفتن قیمت خدمات و کالاهای مصرفی، گسترش ساخت وساز و تغییر کاربری اراضی شده است
- نجفی و همکاران (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای تحت عنوان بررسی آثار توسعه گردشگری بر بهبود جوامع روستایی (مطالعه موردی شهرستان چناران)، به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه گردشگری در شاخص‌های مورد ارزیابی تحقیق (ارتقاء سلامت و امنیت اجتماعی و بهبود آگاهی و آموزش روستاییان)، در منطقه مورد مطالعه تأثیر اندکی داشته است.

## ۲- مبانی نظری

گردشگری عبارتست از هرآنچه به گردشگران و خدمات مرتبط با آنان مربوط می‌شود؛ و بین سازمان‌های مسافرتی، دولت‌های مبدأ، دولت‌های میزبان و مردم محلی برقرار می‌شود. گردشگری روستایی یکی از انواع مختلف گردشگری است و شامل فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های روستایی و پیرامون آنها می‌شود. نیز در بردارنده ارزش‌ها و آثار متفاوتی برای محیط زیست روستا اعم از طبیعی و انسانی است. گردشگری روستایی می‌تواند به کلیه فعالیت‌ها و خدماتی گفته می‌شود که به وسیله «کشاورزان، مردن و دولت‌ها برای تفریح، استراحت و جذب گردشگران و نیز فعالیت‌هایی که به وسیله گردشگران در نواحی روستایی صورت می‌گیرد گفته می‌شود (حیدری مکرر و شوقی ۱۳۹۰: ۳). بنابراین یکی از راهبردهای تأثیرگذار در توسعه روستایی، گردشگری روستایی می‌باشد. گردشگری از یک طرف می‌تواند نقش مهمی را در متنوع سازی اقتصاد جوامع روستایی در قالب صنعت گردشگری ایفا نماید و از طرف دیگر می‌تواند وسیله‌ای برای تحریک رشد اقتصاد ملی، از طریق غلبه بر انگاره‌های توسعه نیافتگی و بهبود استاندارد زندگی مردم محلی به حساب آید (عنا بستانی و درویشی، ۱۳۹۰: ۳). همچنین گردشگری

روستایی عامل مهمی در توزیع عادلانه درآمد جامعه محسوب می‌شود و زمینه را برای توسعه ملی و منطقه‌ای فراهم می‌کند. از اهداف مهم گردشگری روستایی، ایجاد و تقویت توسعه مشارکتی است. مشارکت شامل دخالت مردم در فرآیندهای تصمیم‌گیری و اجرای طرح‌ها است.

صنعت توریسم، یکی از مهمترین بخش‌های اقتصادی جهان است که در سال‌های اخیر رشد فزاینده‌ای یافته است. این صنعت با بیش از ۷۶۰ میلیون گردشگر و حدود ۶۲۲ میلیارد درآمد در سال ۲۰۰۴ و بیش از ۷۰۰ میلیارد دلار درآمد در سال ۲۰۰۶ حدود ۱۰ درصد تولید ناخالص جهان را به خود اختصاص داده است. بر اساس پیش‌بینی سازمان جهانی توریسم، تا سال ۲۰۲۰ میلادی جمعیت توریسم در جهان به یک میلیارد نفر و درآمد حاصله به ۱,۶ میلیارد دلار بالغ خواهد گردید (سبحانی، ۱۳۸۹: ۱۱۴).

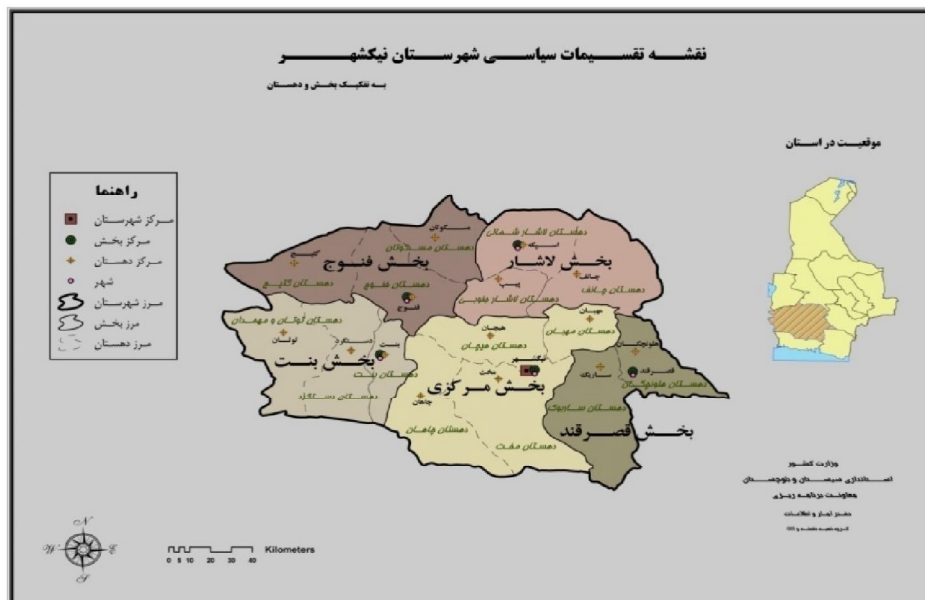
جریان گردشگری روستایی را می‌توان از دو جهت مورد توجه قرار داد از یک جهت برای محیط‌های روستایی و پیرامون آنها این فرصت را پیدا می‌کنند تا گردشگران فارغ از هیاهوی شهری و تکنولوژی در بطن سنتی روستا زمانی را به فراغت بگذرانند و از دیگر سو در کنار آن اقتصاد روستایی وابسته به زمین می‌تواند راه‌های تنفس دیگری را تجربه کند. گردشگری روستایی با توجه به این که صنعت کشاورزی اهمیت خود را به عنوان محور اصلی توسعه روستایی از دست داده است، رو به توسعه دارد؛ زیرا رشد فزاینده جمعیت، افزایش بهره‌برداری‌ها و کاهش منابع طبیعی و در نتیجه‌ی آن تهدید محیط زیست انسانی جوامع روستایی را برای ادامه حیات و تداوم رشد خود به منابع درآمد دیگری وا داشته است دولت‌ها و برنامه‌ریزان نیز سعی دارند تا از عرضه کنندگان بخواهند جریان گردشگری روستایی را به نواحی مختلف سوق دهند تا از این طریق علاوه بر رشد اقتصاد محلی وضعیت خانواده‌های کشاورزان نیز بهبود یابد (خدا پناه و نوری اوغور آباد، ۱۳۹۰: ۲).

بدین ترتیب کاهش فعالیت اقتصادی، کم توجهی به بازسازی بخش کشاورزی، کاهش روستاهای صنعتی و مهاجرت جوانان تحصیل کرده باعث شده بسیاری از دولت‌های غربی گردشگری را به عنوان استراتژی برای بازسازی اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی قلمداد کنند. هرچند که همانند هر پدیده‌ی دیگر دارای آثار مثبت و منفی است ولی با مدیریت اصولی و راهبردی و با رویکرد پایداری می‌توان کاستی‌ها و نقاط منفی را به طرف ضعف تمایل داد و بر قوت‌ها و جنبه‌های مثبت آن افزود (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۶).

مفهوم آمایش سرزمین، ایجاد تعادل بین سه عنصر انسان، فضا و فعالیت تعریف شده است که در ارتباط با انسان مقوله مدیریت مطرح است و در رابطه با فضا بحث اقلیم مطرح است و در رابطه با فعالیت مقوله برنامه و برنامه‌ریزی برجسته می‌شود، یعنی مفهوم آمایش تلفیقی از سه علم مدیریت و اقتصاد، جغرافیا و جامعه‌شناسی است (خنیفر، ۱۳۸۹: ۷). این واژه کلمه نوین فارسی است که از ریشه فعل «آمدن» و «آمودن» به معنی آراستن، آمیختن، به رشته درآوردن و آماده کردن است که از واژه Amenager در زبان فرانسه اقتباس شده است (قورچیان، ۱۳۸۵: ۲).

### ۳- منطقه مورد مطالعه

بخش لاشار در قسمت شمالی شهرستان نیکشهر به عنوان یکی از بخشهای پنج گانه این شهرستان به مرکزیت شهر اسپکه قرار دارد. بخش لاشار دارای سه دهستان تحت عنوان لاشار شمالی به مرکزیت شهر اسپکه، لاشار جنوبی به مرکزیت روستای پپ و دهستان چانف به مرکزیت روستای چانف است. مساحت بخش لاشار ۴۵۸۰ کیلومتر مربع مساحت دارد و جمعیت آن حدود ۵۰۰۰۰ نفر است. ارتفاع این بخش از سطح دریا نیز حدود ۷۸۶ متر است. بخش لاشار از نظر آب و هوایی گرم و خشک بوده و دارای درجه حرارت متوسط ۴۱ درجه بالای صفر است. این بخش از طرف شمال به شهرستان ایرانشهر، از طرف جنوب به نیکشهر و از طرف شرق به بخش مرکزی شهرستان سرباز و از طرف غرب به بخش فنوج محدود است. مرکز بخش لاشار شهر اسپکه که از نظر موقعیت جغرافیایی در ۶۰ درجه و ۱۰ دقیقه طول شرقی و ۲۶ درجه و ۵۰ دقیقه عرض شمالی قرار دارد. فاصله زمینی آن تا مرکز استان ۴۴۰ کیلومتر و تا مرکز شهرستان ۱۱۰ کیلومتر است. بخش لاشار از نظر تقسیمات کشوری دارای سه دهستان لاشار شمالی، لاشار جنوبی و چانف و ۱۶۲ روستا و دارای ۲۴ دهیاری است. آب و هوای بخش لاشار در تابستان گرم و خشک و در زمستان معتدل است و بادهای باران آور موسمی در فصل تابستان و بادهای باران آور غربی (مدیترانه‌ای) در فصل زمستان موجب ریزش پراکنده باران می‌شوند (بخشداری لاشار، ۱۳۹۰: ۵).



شکل شماره (۲). موقعیت بخش لاشار در شهرستان نیکشهر،

منبع: معاونت برنامه‌ریزی استانداری سیستان و بلوچستان

### ۳-۱-۱- جاذبه‌های گردشگری بخش لاشار

#### ۳-۱-۱-۱- تاریخی و فرهنگی:

بخش لاشار از لحاظ آثار تاریخی و فرهنگی شامل چندین اثر تاریخی و فرهنگی از دوران‌های مختلف بوده که از مجموع این آثار چهار اثر (قلعه اسپکه، قلعه چانف، سرمیچ و هریدوک) در فهرست آثار ملی ایران به ثبت رسیده است. این قلعه‌ها به عنوان مرکز شهر در دوران اسلامی ساخته شده‌اند و تا اواسط حکومت پهلوی خوانین منطقه در آنها سکونت داشته‌اند و بیشتر به صورت بناهای سه طبقه و دو طبقه ساخته شده‌اند و دارای مسجد خارج از حیاط اصلی قلعه بوده‌اند. بیشتر تزیینات این بناها، تزیینات دندان موشی و مثلث‌های زیگزاگی و برجسته کاری در اتاق‌های حاکم نشین بوده‌اند. مصالح بکار رفته در این بناها بیشتر گل و خشت خام است (بخشداری لاشار، ۱۳۹۰: ۵).

#### ۳-۱-۲- جاذبه‌های طبیعی:

چندگانگی طبیعت بخش لاشار که تحت تأثیر توپوگرافی خاص و آب و هوای گرمسیری و نیمه گرمسیری و همچنین تنوع زیستی گیاهی و جانوری چشمگیری را بوجود آورده است که برای اکوتوریست‌ها و گردشگران طبیعت همواره جذاب می‌باشد. از جمله پتانسل‌های طبیعی برای گردشگری لاشار می‌توان به آبشارها و حوضچه‌های طبیعی موجود در سطح بخش، در اوگینک با ارتفاع ۹۰ متر، گلپک، گواتامیچ، ندگروک؛ رشته کوه‌های عظیم مکران با طبیعت و اقلیم خاص خود و کوه آزاباغ با ارتفاع حدود ۱۰۰۰ متری، آب گرم شیرآباد و آب معدنی کاشکان علی آباد و چشم‌اندازهای زیبای روستاهای بغداد و کس مزور، نخلستان‌های بزرگ پیپ، هریدوک، وچانف اشاره به کرد (همان، ۱۳۹۰: ۵).

#### ۳-۱-۳- صنایع دستی:

صنایع دستی به طور سنتی در بخش لاشار و در کل استان بیشتر توسط زنان انجام می‌شود؛ که دارای طرح‌ها و نقش‌های متنوعی می‌باشد. مهمترین صنایع دستی رایج در لاشار عبارتند از: قالی بافی، گلیم بافی، حصیر بافی، پرده بافی، چادر بافی، خراطی و سوزن دوزی، سکه دوزی و آینه دوزی، پریوار دوزی، توردوزی، خامه دوزی و سیاه دوزی (همان، ۱۳۹۰: ۵).

### ۴- مواد و روش تحقیق

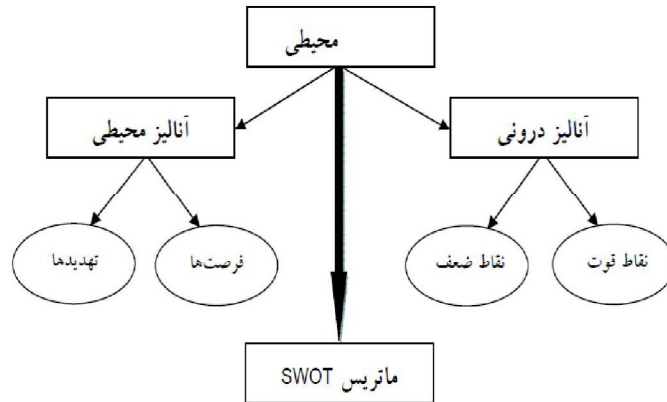
روش تحقیق مورد نظر در این مقاله پیمایشی و توصیفی - تحلیلی است. اطلاعات و داده‌های در این تحقیق با استفاده از روش کتابخانه‌ای و میدانی گردآوری شده‌اند. در این پژوهش سعی بر آن است که بر اساس داده‌های به دست آمده از پرسشنامه و تکمیل آن توسط مردم و مسئولان محلی با استفاده از مدل تحلیلی SWOT ضمن بررسی جاذبه‌های توریستی و وضعیت گردشگری بخش لاشار، نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدات گردشگری این بخش شناسایی گردیده استراتژی‌های مناسبی ارائه می‌گردد.

تکنیک یا ماتریس SWOT که گاهی TOWS، نیز نامیده می‌شود، 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 نتیجه مستقیم مدل (SWOT) آن سیستم است. این روش دانشکده تجاری هاروارد است. در واقع، این روش بهترین استراتژی برای سازمان‌هاست (مرادی مسیحی، ۱۳۸۱: ۴). به طور اجمالی می‌توان گفت که این تکنیک ابزاری برای تحلیل وضعیت و تدوین راهبرد است و این امور از طریق: بازشناسی و طبقه‌بندی قوت‌ها و ضعف‌های درونی سیستم؛ بازشناسی و طبقه‌بندی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در محیط خارج سیستم؛ تکمیل ماتریس سوات؛ و تدوین راهبردهای گوناگون برای هدایت سیستم در آینده صورت می‌گیرد (گلکار، ۱۳۸۴: ۴۹).

به عبارت دیگر، مدل SWOT یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سیستمی با فرصت‌ها و تهدیدات برون سیستمی است. مدل SWOT تحلیلی سیستماتیک را برای شناسایی این عوامل و انتخاب استراتژی که بهترین تطابق بین آنها را ایجاد می‌نماید، ارائه می‌دهد. از دیدگاه این مدل، یک استراتژی مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این منظور، نقاط قوت و ضعف و ST، WO، SO فرصت‌ها و تهدیدها در چهار حالت کلی پیوند داده می‌شوند و گزینه‌های استراتژی از بین WT و آنها انتخاب می‌شوند (هریسون و کارون، ۱۳۸۲: ۹۶). برای ساختن ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط ضعف، نقاط قوت باید هشت مرحله را طی کرد:

- فهرستی از فرصت‌های عمده‌ای که در محیط خارجی سازمان وجود دارد،
- فهرستی از تهدیدات عمده موجود در محیط خارج سازمان؛
- فهرستی از نقاط قوت داخلی و عمده سازمان؛
- فهرستی از نقاط ضعف داخلی سازمان؛
- نقاط قوت داخلی و فرصت‌های خارجی را با هم مقایسه کنید و نتیجه در خانه مربوط در گروه قرار دهید؛
- SO استراتژی‌های -نقاط ضعف داخلی را با فرصت‌های موجود در خارج مقایسه کنید و نتیجه را در گروه استراتژی‌های قرار دهید؛ -WO نقاط قوت داخلی را با تهدیدات خارجی مقایسه قرار دهید؛ ST گردد، نتیجه را در گروه استراتژی‌های -نقاط ضعف داخلی را با تهدیدات خارجی مقایسه قرار دهید WT نموده، نتیجه را در گروه استراتژی‌های قرار دهید (دیوید، ۱۳۸۴: ۳۶۴-۳۶۶).





شکل شماره (۱). تحلیل چارچوب SWOT آبادی، زنگی و چشمه ده محمدی (۱۳۸۷: ۳)

## ۵- یافته‌های تحقیق

در این تحقیق با توجه به نتایج که از پرسشنامه‌ها به دست آمد و با توجه به پتانسیل‌ها و مزایای متعدد و همچنین برخی محدودیت‌ها، می‌توان با برنامه‌ریزی و توسعه مکان‌های اقامتی و رفاهی، مراکز بین راهی، مراکز درمانی بهداشتی، مراکز اطلاعات برای گردشگران، و تجهیز مسیرهای توریستی روستایی دست به اقدامات مؤثری در زمینه توسعه توریسم زد. از این رو با شیوه تجزیه و تحلیل SWOT با شناسایی قوت‌ها، فرصت‌ها، ضعف‌ها و تهدیدها، می‌توان موضوعات و مسائلی را که برای آینده اولویت و اهمیت بیشتری دارد، و اهداف نهایی و راهبردهای مناسب توسعه توریسم را براساس آنها استنتاج کرد که در ادامه به تبیین آنها پرداخته می‌شود.

### ۵-۱- تدوین راهبردها

ماتریس سوات امکان تدوین چهار انتخاب یا راهبرد متفاوت را فراهم می‌کند. البته، در جریان عمل برخی از راهبردها با یکدیگر هم‌پوشانی داشته، یا به طور هم‌زمان و هماهنگ با یکدیگر به اجرا در می‌آیند. در واقع، بر حسب وضعیت سیستم، چهار دسته راهبرد را که از نظر درجه‌ی کنشگری متفاوت هستند، می‌توان تدوین کرد:

۱- راهبرد دفاعی: هدف کلی راهبرد دفاعی یا (حداقل حداقل)، که می‌تواند آن را (راهبرد بقا) نیز نامید، کاهش ضعف‌های سیستم برای کاستن و خنثی سازی تهدیدهاست.

۲- راهبرد انطباقی: راهبرد انطباقی یا راهبرد (حداقل حداکثر)، تلاش دارد با کاستن از ضعف‌ها حداکثر استفاده را از فرصت‌های موجود ببرد. یک سازمان ممکن است در محیط خارجی خود متوجه وجود فرصت‌هایی شود، ولی به واسطه‌ی ضعف‌های سازمانی خود قادر به بهره‌برداری از آن نباشد در چنین شرایطی، اتخاذ راهبرد انطباقی می‌تواند امکان استفاده از فرصت را فراهم آورد.

۳- راهبرد اقتضایی (حداکثر:حداقل) این راهبرد بر پایه بهره گرفتن از قوت‌های سیستم برای مقابله با تهدیدات تدوین می‌شود و هدف آن به حداکثر رساندن نقاط قوت و به حداقل رساندن تهدیدات است. با

وجود این، از آنجا که تجارب گذشته نشان داده است که کاربرد نابجای قدرت می‌تواند نتایج نامطلوبی به بار آورد، هیچ سازمانی نباید به طور نسنجیده از قدرت خود برای رفع تهدیدات استفاده کند.

۴- راهبرد تهاجمی (حداکثر: حداکثر) تمام سیستم‌ها خواهان وضعیتی هستند که قادر باشند همزمان قوت و فرصت‌های خود را به حداکثر برسانند. بر خلاف راهبرد دفاعی که یک راه حل واکنشی است راهبرد تهاجمی یک راه حل کنشگر است، در چنین وضعیتی سازمان با استفاده از نقاط قوت خویش برای گسترش بازار تولیدات و خدمات خود گام بر می‌دارد (ابراهیم زاده، آقاسی زاده، ۱۳۸۸: ۱۰).

جدول شماره (۱). ماتریس SWOT

تهدیدها (T)	فرصتها (O)	
راهبردهای (ST)	راهبردهای SO	نقاط قوت (S)
برای احتراز از تهدیدها از نقاط قوت استفاده کنید.	با بهره‌گیری از نقاط قوت درصد بهره برداری از فرصت‌ها برآید	
راهبردهای (WT)	راهبردهای (WO)	نقاط ضعف (W)
نقاط ضعف را کاهش دهید و از تهدیدات پرهیز کنید.	با بهره جستن از فرصت‌ها نقاط ضعف را از بین ببرید.	

منبع: نگارندگان ۱۳۹۳

جدول شماره (۲). نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (نقاط قوت)

ضریب نهایی	رتبه	وزن	نقاط قوت درونی یا Strengths
۰,۳۳	۳	۰,۱۱	۱- دره های توریستی و چشمه ها و آبهای گرم معدنی
۰,۳۶	۳	۰,۱۲	۲- قلعه ها و بناهای تاریخی
۰,۲	۲	۰,۱۰	۳- غنای فرهنگی منطقه
۰,۲	۱	۰,۲۰	۴- تنوع گونه های زیستی ( گیاهی - جانوری )
۰,۳۶	۲	۰,۱۸	۵- آب و هوای مناسب در طول سال
۰,۲	۲	۰,۱۰	۶- تنوع محیط های طبیعی بکر، باغات و نخلستان ها
۰,۲	۴	۰,۰۵	۷- قرار گرفتن در مسیر جاده ترانزیتی چابهار - میلک
۰,۳	۳	۰,۱۰	۸- مستعد بودن منطقه برای سرمایه گذاری در زمینه گردشگری
۰,۸	۴	۰,۰۲	۹- موقعیت جغرافیایی مناسب (قرار گرفتن در میسر ارتباطی اصلی استان )
۰,۶	۳	۰,۰۲	۱۰- تنوع صنایع دستی
۳,۵۵		۱	جمع

منبع: یافته های نگارندگان، ۱۳۹۳

جدول شماره (۳). نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (نقاط ضعف)

ضریب نهایی	رتبه	وزن	نقاط ضعف درونی یا Weaknesses
۰,۵۶	۴	۰,۱۴	۱- کمبود تأسیسات زیربنایی
۰,۳۶	۳	۰,۱۲	۲- کمبود اقامتگاهها یا مکانهای سکونتی برای گردشگران
۰,۱	۱	۰,۱۰	۳- شرایط نامناسب راههای ارتباطی در درون منطقه
۰,۲۴	۲	۰,۱۲	۴- نبود مدیریت مستقل در رابطه با گردشگری روستایی
۰,۳۲	۴	۰,۰۸	۵- عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه گذاری در بخش توریسم روستایی
۰,۲	۲	۰,۱۰	۶- عدم وجود برنامه ریزی و کمبود مطالعات گردشگری منطقه
۰,۳	۲	۰,۱۵	۷- عدم آشنایی روستائیان با توریسم روستایی
۰,۱	۱	۰,۱۰	۸- پائین بودن سطح سواد روستائیان
۰,۱۸	۳	۰,۰۶	۹- تبلیغات نامناسب و کم در زمینه معرفی پتانسیل های گردشگری منطقه
۰,۰۹	۳	۰,۰۳	۱۰- عدم آگاهی ساکنان منطقه از گردشگری برای کسب درآمد
۳,۲۶		۱	جمع

منبع: یافته های نگارندگان، ۱۳۹۳

جدول شماره (۴). نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (فرصت‌ها)

ضریب نهایی	رتبه	وزن	نقاط فرصت بیرونی یا Opportunities
۰,۰۹	۱	۰,۰۹	۱- افزایش آگاهی‌های زیست محیطی مردم بومی شهرستان و استان
۰,۱۶	۲	۰,۰۸	۲- سرمایه‌گذاری شرکتها و مؤسسات خصوصی از مناطق همجوار
۰,۰۴	۴	۰,۱۰	۳- تنوع بخشیدن به محصولات گردشگری جهت جذب گردشگران
۰,۲۴	۳	۰,۰۸	۴- افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در منطقه
۰,۰۲	۲	۰,۱۰	۵- ایجاد و توسعه مؤسسات گردشگری
۰,۳۶	۳	۰,۱۲	۶- قابلیت تبدیل به قطب گردشگری استان
۰,۲۴	۲	۰,۱۲	۷- نزدیکی به مراکز شهری
۰,۰۲	۲	۰,۱۰	۸- اشتغال زایی و ایجاد درآمد برای منطقه
۰,۴۸	۳	۰,۱۶	۹- جذب سرمایه‌گذاران داخلی (استان و کشور)
۱,۰۵	۳	۰,۰۵	۱۰- افزایش انگیزه و علاقه به مسافرت و تفریح
۳,۸۷		۱	جمع

منبع: یافته‌های نگارندگان، ۱۳۹۳

جدول شماره (۵). نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (تهدیدها)

ضریب نهایی	رتبه	وزن	نقاط تهدید بیرونی یا Threats
۰,۱۵	۱	۰,۱۵	۱- تخریب آثار تاریخی و باستانی در اثر ورود بیش از حد گردشگران
۰,۲۴	۲	۰,۱۲	۲- در معرض خطر قرار گرفتن محیط زیست و گونه‌های زیستی
۰,۱۲	۳	۰,۰۴	۳- آلودگی منابع آب و خاک
۰,۰۶	۴	۰,۱۵	۴- خشکسالی و کمبود منابع آب و خسارت به محیط طبیعی منطقه
۰,۰۳	۲	۰,۱۴	۵- عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی به علت عدم همکاری مسئولین و مردم
۰,۰۸	۲	۰,۰۴	۶- تاثیر پذیرفتن فرهنگ مردم منطقه از رفتار و فرهنگ گردشگران
۰,۰۶	۱	۰,۰۶	۷- پائین بودن میزان امنیتی در نقاط تفریحی
۰,۰۳	۳	۰,۱۰	۸- فصلی بودن گردشگری در منطقه
۰,۲۴	۳	۰,۰۸	۹- عدم وجود تحقیقات و ارزیابی رضایت مندی از گردشگران منطقه
۰,۴۸	۴	۰,۱۲	۱۰- افزایش تمایل گردشگران به مسافرت به سایر مناطق نزدیک و رقیب
۳,۲۹			جمع

منبع: یافته‌های نگارندگان، ۱۳۹۳

## ۵-۲- تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر گردشگری بخش لاشار

مهمترین نقاط قوت بخش لاشار در زمینه توسعه توریسم از دیدگاه پرسش شوندگان عبارتند از قلعه‌ها و بناهای تاریخی با امتیاز وزنی ۰/۳۶ در ردیف اول، دره‌های توریستی و چشمه‌ها و آبهای گرم معدنی با امتیاز وزنی ۰/۳۳ در رده‌ی دوم، غنای فرهنگی منطقه با امتیاز وزنی ۰/۲ در رده‌ی سوم، و تنوع گونه‌های زیستی با امتیاز وزنی ۰/۲ در رده‌ی چهارم قرار می‌گیرد. همچنین می‌توان گفت از نظر پرسش شوندگان عواملی مانند کمبود تأسیسات زیربنایی و فقدان مدیریت مستقل کمبود اقامتگاه و شرایط نامناسب راه‌های ارتباطی با امتیاز وزنی ۰/۱۱ به عنوان مهم‌ترین نقاط ضعف شناخته شده‌اند.

## ۵-۲-۱- تدوین راهبردها

با توجه عوامل درونی و بیرونی که در جداول فوق به دست آمد، انواع راهبردها چهارگانه برای منطقه لاشار در جهت توسعه گردشگری و آمایش متوازن سرزمینی تعیین گردید:

### راهبردهای حداکثر - حداکثر SO (نقاط قوت و فرصتها):

در این بخش باید با استفاده از نقاط قوت موجود، از فرصتها، بهره برداری لازم را انجام داد.

۱- جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی (استان و کشور) برای سرمایه‌گذاری در منطقه و تبدیل به قطب گردشگری استان

۲- افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی از طریق سازمان‌ها و سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری در منطقه برای جذب گردشگران

۳- سرمایه‌گذاری شرکتها و مؤسسات خصوصی در زمینه محصولات بومی و صنایع دستی جهت جذب گردشگران

۴- ایجاد و توسعه مؤسسات گردشگری برای اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد برای مردم بومی منطقه

۵- افزایش آگاهی‌های زیست محیطی مردم و ایجاد انگیزه و علاقه به مسافرت و تفریح

۶- چاپ و انتشار کتاب و برگزاری اردوهای علمی برای دانش آموزان برای بازدید از بناهای تاریخی و قلعه‌های دهستان‌های چانف، هریدوک و شهر اسپکه جهت افزایش آگاهی‌های علمی و تاریخی گردشگران و مردم بومی از هویت منطقه

۷- ایجاد یک مجتمع توریستی در روستای تنگ سرحه که گردشگران ورودی از شهرستان‌های همجوار و سایر شهرهای استان را جذب کند

۸- ایجاد یک راه ارتباطی کوهستانی و احداث تأسیسات استراحتگاهی، بهداشتی (حمام و سرویس‌های بهداشتی) برای بازدید و استفاده از دره‌های توریستی و چشمه‌ها و آب گرم‌های روستای شیر آباد

۹- ایجاد یک محدوده زیست محیطی و حفاظت شده در کوه آزاباغ جهت حفظ تنوع گونه‌های تنوع گونه‌های زیستی (گیاهی - جانوری)

۱۰- داشتن آب و هوای مناسب در طول سال و قابلیت استفاده از آبشارها، دره‌های تفریحی باغات و نخلستان‌ها در دهستان پیپ

### راهبردهای حداقل - حداکثر WO (نقاط ضعف و فرصتها):

در این بخش باید با استفاده از فرصتها، نقاط ضعف را کاهش یا از بین ببرد.

- ۱- جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی (استان و کشور) جهت سرمایه‌گذاری در بخش توریسم روستایی
- ۲- افزایش توجه دولت از طریق سازمانهایی مثل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری به برنامه‌ریزی و ایجاد مدیریت مستقل در رابطه با گردشگری روستایی
- ۳- سرمایه‌گذاری شرکتها و مؤسسات خصوصی خدمات گردشگری در زمینه تأسیسات زیربنایی و رفاهی و اقامتگاهها سکونتی برای جذب گردشگران
- ۴- اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد در زمینه توریسم روستایی از طریق آگاهی ساکنان منطقه برای انواع شیوه‌های کسب درآمد از گردشگری
- ۵- افزایش سطح سواد روستائیان از طریق آگاه کردن مردم نسبت به ارزش‌های زیست محیطی و فرهنگی -تاریخی منطقه در جهت جلوگیری از تخریب آنها
- ۶- ایجاد و توسعه مؤسسات گردشگری و آشنا کردن روستائیان با توریسم روستایی
- ۷- معرفی پتانسیل‌های گردشگری منطقه از طریق تبلیغات در شبکه‌های و روزنامه‌های استانی و کشوری و ایجاد کردن انگیزه و علاقه به مسافرت و تفریح در مردم و دیدن کردن از منطقه
- ۸- برنامه‌ریزی و افزایش مطالعات در زمینه پتانسیل‌های گردشگری منطقه
- ۹- توجه دولت به راههای روستایی و بهبود شرایط نامناسب راههای ارتباطی در درون منطقه

### راهبردهای حداکثر - حداقل ST (تهدیدها و نقاط قوت):

در این بخش باید برای دوری از تهدیدها، نقاط قوت را افزایش داد.

- ۱- افزایش آگاهی‌های زیست محیطی مردم بومی و گردشگران برای جلوگیری از تخریب محیط زیست و گونه‌های زیستی
- ۲- شناسایی گونه‌های زیستی (گیاهی - جانوری) منطقه و برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در زمینه جذب گردشگر
- ۳- سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی به منظور ایجاد خدمات و تسهیلات گردشگری در جهت جذب گردشگران داخلی و خارجی
- ۴- تأمین امنیت مسیرهای گردشگری و تهیه راهنما برای مسیرهای گردشگری
- ۵- شناساندن فرهنگ مردم به گردشگران از طریق ابزارهای تبلیغاتی (رادیو، تلویزیون، کتاب و بروشور) به گردشگران
- ۶- توانمند سازی مراکز جذب گردشگر و ایجاد خدمات بهداشتی، سکونتی در محل مورد نظر
- ۷- جهت‌دهی گردشگران به سمت جاذبه‌های زمین شناختی و طبیعی برای جلوگیری از تجمع بیش از حد و تخریب آثار فرهنگی و تاریخی

- ۸- ایجاد شرکتها و مؤسسات تعاونی در روستاهای منطقه برای تولید صنایع دستی بومی مثل سوزن دوزی، حصیر بافی و غیره در جهت ارائه هنر و صنایع دستی و فرهنگی برای جذب گردشگران
- ۹- قرار گرفتن در مسیر جاده ترانزیتی چابهار - میلک و تبدیل آن به فرصت برای ایجاد رستوران، استراحتگاه و محل های فروش صنایع دستی به صورت بازارچه های کوچک در کنار مسیر

### راهبردهای حداقل - حداقل WT (تهدیدها و نقاط ضعف):

- در این بخش هدف از تعیین راهبرد، کاهش نقاط ضعف و دوری از هر گونه تهدید می باشد.
- ۱- جلوگیری از تخریب آثار تاریخی و باستانی در اثر ورود بیش از حد گردشگران و هدایت گردشگران به سمت جاذبه های طبیعی
- ۲- واگذاری مدیریت گردشگری روستایی به دست مردم بومی
- ۳- تشویق مردم منطقه جهت سرمایه گذاری در بخش توریسم روستایی و جذب مردم بومی برای اشتغال در صنعت توریسم
- ۴- آموزش مردم بومی در نحوه برخورد با گردشگران برای کاهش تعارضات بین مردم و گردشگران
- ۵- برگزاری کلاس های آموزشی و دوره های کوتاه مدت برای مدیران بخش گردشگری منطقه
- ۶- جلب مشارکت مردم بومی برای جلوگیری از تخریب و محافظت از محیط زیست و گونه های زیستی
- ۷- برگزاری همایش های توسعه گردشگری روستایی در منطقه برای شناسایی پتانسیل ها و مشکلات توریسم روستایی
- ۸- تبلیغات در زمینه معرفی پتانسیل های گردشگری منطقه
- ۹- سرمایه گذاری بخش خصوصی و رفع کمبودهای رفاهی و خدماتی توریستی

پس از تعیین راهبردهای مختلف برای منطقه لاسار در مرحله آخر مشخص می شود که چه نوع راهبردی برای منطقه لاسار مناسب بوده و سمت و سوی راهبردهای ما به کدام سو است. در یک محور این مرحله را انجام می دهیم. در مجموع چهار نوع راهبرد تعیین می شود:

- ۱- راهبردهای تهاجمی ۲- راهبردهای تدافعی ۳- راهبردهای رقابتی ۴- راهبردهای محافظه کارانه

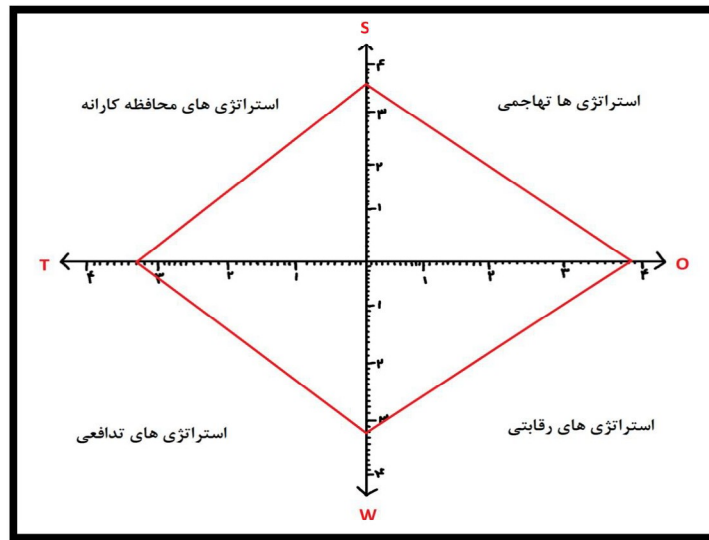
برای تعیین وضعیت کلی راهبردهای منطقه از ضریب نهایی هر بخش (SWOT) استفاده می کنیم. هر بخش ضریبی دارد که از مجموع ضرایب نهایی هر عامل به دست آمده است که در جداول فوق ذکر شده بود. این محور شبیه دستگاه مختصات می باشد. ضریب هر بخش در محور مربوطه پیدا می کنیم و به هم دیگر وصل می کنیم. شکلی ترسیم می شود که به هر طرف که کشیده تر و متمایل تر بود، نشان دهنده وضعیت راهبردهای آن منطقه است. بر طبق نتیجه به دست آمده، راهبردهای گردشگری منطقه لاسار به راهبردهای تهاجمی نزدیک می باشد و مسئولین و سرمایه گذاران باید سعی کنند از نقاط قوت و فرصت نهایت استفاده را برده و به سمت این راهبردها گام بردارند.

ضرایب نهایی به دست آمده به صورت زیر است :

فرصتها: O ۳,۸۷ تهدیدها: T ۳,۲۹

نقاط ضعف: W ۳,۲۶

نقاط قوت: S ۳,۵۵



شکل شماره (۳). استراتژی‌های SWOT

## ۶- نتیجه گیری

با توجه به یافته‌های این پژوهش، منطقه لاسار از آب و هوای مناسبی در تمامی طول سال برخوردار است و دارای جاذبه‌های متنوع طبیعی، زیست محیطی، تاریخی و فرهنگی است. بر اساس پتانسیل‌های فوق به همراه فرهنگ غن سنتی و قدمت تاریخی این منطقه یکی از بهترین جاذبه‌های گردشگری را در بلوچستان به وجود آورده و نشان دهنده توانایی بالای این منطقه برای تبدیل شدن به منطقه نمونه گردشگری در سطح کشور و منطقه است. نتایج بررسی و تحلیل‌ها نشان می‌دهند منطقه لاسار با ۱۰۰ جاذبه گردشگری، می‌تواند یکی از محورهای مهم گردشگری استان باشد و نقش مهمی در توسعه منطقه داشته باشد و آمایش بهینه و متعادل سرزمین را در بلوچستان در پی داشته باشد. با توجه به بررسی وضعیت موجود و شناسایی نقاط قوت و فرصت‌های توسعه توریسم در منطقه و از طرفی، نقاط ضعف و تهدیدهایی که در فرایند توسعه گردشگری این منطقه وجود دارد، رهیافت‌های مؤثر بر این فرایند با توجه به مدل SWOT، بیانگر آن است که ضعف در مدیریت گردشگری در استان و شهرستان و نبود سیاست مشخص برای توسعه گردشگری روستایی، تبلیغات ضعیف و کم در زمینه معرفی پتانسیل‌های گردشگری منطقه، کمبود تأسیسات زیربنایی، عدم توجه مسئولین محلی به مقوله گردشگری از علل اصلی توسعه نیافتگی گردشگری در منطقه لاسار هستند.

بنابراین جهت رفع مشکلات و توسعه گردشگری در بخش لاسار راهکارهای زیر مطرح می‌شود:

- ۱- جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی ( استان و کشور ) برای سرمایه‌گذاری در منطقه و تبدیل به قطب گردشگری استان



- ۲- ایجاد شرکت‌ها و مؤسسات توسعه گردشگری در بخش لاشار و انجام فعالیتهای هدفمند در جهت بازاریابی گردشگری، اشتغال مردم محلی و توسعه تبلیغات.
- ۳- ایجاد مجتمع‌های توریستی و تفریحی در روستاهای هدف گردشگری مانند تنگ سرحه، پیپ، هریدوک، شیرآباد، اسپکه و چانف.
- ۴- ایجاد شرکتها و مؤسسات تعاونی در روستاهای منطقه برای تولید صنایع دستی بومی مثل سوزن دوزی، حصیر بافی و غیره در جهت اشتغال و ارائه هنرهای زیبای دستی و فرهنگی برای جذب گردشگران
- ۵- جلب مشارکت مردم بومی و آگاه سازی آنها برای حافظت از پتانسیل‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب گونه‌های زیستی (گیاهی و جانوری) و فرهنگی - تاریخی (بناهای تاریخی).
- ۶- برگزاری همایش‌های توسعه گردشگری روستایی در منطقه برای شناسایی پتانسیل‌ها و مشکلات توریسم روستایی و دعوت از اندیشمندان و سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی.

**منابع و مآخذ:**

- ۱۴- ابراهیم زاده، عیسی، آقاسی زاده، عبد الله (۱۳۸۸)، تحلیلی عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWot. مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال اول، شماره اول، تابستان.
- ۲- افتخاری، عبدالرضا و همکاران (۱۳۹۰)، اولویت بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستایی شهرستان نیر، جغرافیا و توسعه، شماره ۲۴، پائیز.
- ۳- اکبر پور سراسکانرود، محمد، نوربخش، فاطمه (۱۳۸۹)، نقش اکوتوریسم در توسعه پایدار شهری و روستایی نمونه موردی: جزیره قشم، مسکن و محیط روستا، شماره ۱۳۲، زمستان.
- ۵- اعظمی، موسی و ناهیدهاشمی امین و هما سروش مهر (۱۳۹۴)، تدوین استراتژی گردشگری روستایی پایدار با استفاده از تکنیک SWOT (مطالعه موردی: روستای نوره شهرستان سنندج)، فصلنامه فضای گردشگری سال پنجم، شماره ۱۷.
- ۵-بخشداری لاشار (۱۳۹۰)، کتابچه معرفی بخش لاشار.
- ۶- حسینی، معصومه و هاشم طالبی، ۱۳۹۵، نگرش ساکنان مناطق گردشگری روستایی نسبت به پیامدهای اقتصادی گردشگری مطالعه موردی: روستای کنگ استان خراسان رضوی، همایش بین المللی اقتصاد شهری، تهران، انجمن علمی اقتصاد شهری ایران.
- ۷- حیدری مکرر، حیدر، شوقی، مرضیه (۱۳۹۰)، بررسی قابلیت‌ها و تنگناهای توسعه گردشگری روستایی در شهرستان دشتی، مجموعه مقالات اولین همایش ملی جغرافیا و برنامه ریزی توسعه روستایی.
- ۸- خدا پناه، کیومرث، نوری اوغور آباد، حبیبه (۱۳۹۰)، توسعه و گسترش گردشگری روستایی مجموعه تفریحی و توریستی تالاب قوریگل: آذربایجان شرقی، مجموعه مقالات اولین همایش ملی جغرافیا و برنامه ریزی توسعه روستایی.
- ۹- خنیفر، حسین (۱۳۸۹)، درآمدی بر مفهوم آمایش سرزمین و کاربردهای آن در ایران، آمایش سرزمین، سال دوم، شماره دوم، تابستان.
- ۱۰- دزگی، عالی، ۱۳۹۵، نقش گردشگری در اقتصاد روستایی با تأکید بر نظرات روستاییان مطالعه موردی: روستای چنشت استان خراسان جنوبی، همایش بین المللی اقتصاد شهری، تهران، انجمن علمی اقتصاد شهری ایران.
- ۱۱- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و اسماعیل قادری (۱۳۸۱)، نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چهارچوب‌های نظریه‌ای)، مدرس علوم انسانی، دوره ۶، شماره ۲، تابستان.
- ۱۲- سبجانی، بهروز (۱۳۸۹)، شناخت پتانسیل‌های گردشگری منطقه آبگرم سردابه در استان اردبیل با روش SWot مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال اول، شماره چهارم، بهار.
- ۱۳- سلیمانی‌هارونی، خدیجه و همکاران (۱۳۸۹)، نگرش ساکنان مناطق گردشگری روستایی نسبت به پیامدهای گردشگری روستایی، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران شماره ۲.

- ۱۴ - علیقلی زاده فیروز جایی، ناصر، و همکاران (۱۳۸۶)، نگرش جامعه میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی، نمونه موردی: بخش مرکزی شهرستان نوشهر، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۰، شماره ۱، بهار.
- ۱۵ - عنا بستانی، علی اکبر، درویشی حسن (۱۳۹۰)، امکان سنجی توسعه گردشگری در منطقه دشت ارژن فارس، مجموعه مقالات اولین همایش ملی جغرافیا و برنامه ریزی توسعه روستایی.
- ۱۶ - فرد آر دیوید، (۱۳۸۰)، مدیریت استراتژیک، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران، چاپ دوم.
- ۱۷ - قورچیان، نادرقلی، و همکاران (۱۳۸۵)، از آمایش سرزمین تا برنامه ریزی درسی، تهران، انتشارات فراشناختی اندیشه.
- ۱۸ - گلکار، کورش (۱۳۸۴)، مناسب سازی تکنیک برای کاربرد در طراحی شهری؛ (SOWT) تحلیلی سوات مجله صفا، شماره ۴۱، سال پازدهم، پائیز و زمستان.
- ۱۹ - مرادی مسیحی، وراز (۱۳۸۱)، برنامه ریزی استراتژیک در کلان شهرها، انتشارات پردازش و برنامه ریزی شهری، تهران، چاپ اول.
- ۲۰ - نجفی، سعید و جواد میکائیلی و فاطمه خواجه ای (۱۳۹۵)، بررسی آثار توسعه گردشگری بر بهبود جوامع روستایی (مطالعه موردی شهرستان چناران)، فصلنامه فضای گردشگری، سال ششم، شماره ۲۱.
- ۲۱ - وراز مرادی مسیحی و علی قاسمی (۱۳۹۳)، نقش گردشگری در توسعه اقتصادی سکونتگاههای روستایی شهرستان بهشهر، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال سوم، شماره ۲، تابستان. ۱۳۹۳.
- ۲۲ - هاشمی، سید مناف، حسین پور، سید (۱۳۸۹)، باز بینی و بررسی اثرات گردشگری پذیر مناطق روستایی در رویکرد فرا تحلیل با تأکید بر زمینه های گسترش صنعت گردشگری، مدیریت شهری، شماره ۲۶، پائیز و زمستان.
- ۲۳ - هریسون، جفری و جان کارون، (۱۳۸۲)، مدیریت استراتژیک، ترجمه بهروز قاسمی، انتشارات هیات، چاپ اول، تهران.

24-sharpley , Richard (2002), Rural tourism and the challenge of tourism diversification : the case of Cyprus. tourism management.

25-Butler , Richard.Hall , c.Meachael & Jenkins Jhon,(1998) Tourism and recreation in rural areas , Jhon Wiley and Sons Ltd.