

برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری با استفاده از مدل SWOT

مطالعه موردی: شهر سوخته

زهرا شریفی نیا، محمدرضا نورا، حمیرا مهدی بیگی

استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد زابل، E-mail: sharifinia63@yahoo.com

استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد زابل،

کارشناس ارشد واحد املاک و حقوقی سازمان مسکن و شهرسازی استان تهران، E-mail: Afsharalihosseini@yahoo.com

چکیده

هدف از انجام این تحقیق، بررسی وضعیت گردشگری و نقش آن در توسعه ملی است، که در شهر سوخته در استان سیستان و بلوچستان انجام شد. روش تحقیق، روش ترکیبی (پیمایش - توصیفی و تحلیلی) است. جامعه آماری پژوهش را دو گروه تشکیل می دهد که با استفاده از روش نمونه گیری کوکران تعداد ۱۴۰ نفر برای گردشگران و تعداد ۲۵ نفر برای مسئولان به عنوان نمونه انتخاب شده است. و با استفاده از تحلیل SWOT به ارائه استراتژی و راهبرد جهت توسعه گردشگری در شهر سوخته پرداخته است. نتایج و تحلیل های تجربی نشان می دهد که منطقه مورد مطالعه به علت بالا بودن پتانسیل و جاذبه گردشگری از آستانه آسیب پذیری بالاتری برخوردار است. از این رو بازنگری در سیاست های موجود، به منظور رفع محدودیت ها و استفاده از مزیت های نسبی ضرورتی اجتناب ناپذیر است.

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

مقدمه

کشور موجب درآمدزایی و ایجاد فرصت های اقتصادی جدید می شود که از این طریق سطح فعالیت های اقتصادی در بخش های مختلف فعال می شود (مداح، ۱۳۸۶، ۱۴). این صنعت علاوه بر درآمدزایی، ارزآوری، اشتغال زایی و تبادل فرهنگ ها، سهمی را در بین فعالیت های اقتصادی جهان، از جمله صادرات به خود اختصاص داده است. ایران به سبب وجود جاذبه های فراوان طبیعی، تاریخی و فرهنگی در زمره مستعدترین کشورهای جهان محسوب می شود، لیکن وابستگی شدید درآمد ارزی به صادرات فرآورده های نفت و گاز، موجب کم توجهی به این فعالیت شده است. از این روست که تاکنون و به رغم پتانسیل بالای این فعالیت، فعالیت گردشگری سهم ناچیزی را در اقتصاد کشور به خود اختصاص داده است (میرکتولی و مصدق، ۱۳۸۹، ۱۳۸). اکنون تجربه نشان داده است که هر کجا گردشگری به طور اتفاقی و بدون وجود برنامه ریزی و استراتژی مشخص توسعه یابد، مشکلات زیست محیطی و اجتماعی متعددی ظهور پیدا کرده و در درازمدت مشکلات گردشگری بیش تر از فوائد آن می شود (رکن الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵، ۳). در عرصه نوین جهانی، تنوع بخشیدن به اقتصاد و افزایش شاخص های توسعه انسانی و در مجموع توسعه پایدار از دغدغه هایی است که جهان امروز با آن روبروست، در این میان کشورهایی که به تنوع بخشی اقتصادی روی آورده اند و می خواهند خود را از اقتصاد تک پایه ای برهانند و در جستجوی شناخت ظرفیت ها یا خلق مزیت های نوین توسعه هستند، بسیار موفق تر از جوامع دیگر بوده اند. یکی از این مؤلفه ها گسترش صنعت گردشگری است که اغلب کشورهایی که به لحاظ موقعیت مکانی از این مزیت ها بهره مند هستند، آن را در برنامه توسعه

صنعت گردشگری به عنوان بزرگ ترین و متنوع ترین صنعت در دنیا به حساب می آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می دانند (پارساییان و اعرابی، ۱۳۸۲، ۷۳). گردشگری یکی از مطمئن ترین و ارزان ترین منابع کسب درآمد ارزی است (رضوانی، ۱۳۸۲، ۱۶). رشد و توسعه صنعت توریسم ارتباط بسیار نزدیک و ناگسستنی با شمار زیادی از سازمان ها و تشکیلات دولتی و غیر دولتی کشور دارد. بنابراین هرگونه هدف گذاری، تعیین استراتژی ها، خط مشی ها و سایر برنامه های مرتبط با بایستی با هماهنگی دیگر سازمان ها و تشکیلات انجام شود (آقاجانی و علیزاده، ۱۳۸۴، ۲۳). گردشگری را باید به صورت یک سیستم، مدیریت نمود چرا که بدون نگرش سیستمی تمامی ابعاد آن مورد توجه قرار نمی گیرد. نهاده ها و ستاده های بخش گردشگری در ارتباط متقابل با یکدیگر و نهایتا تاثیرات آن ها بر جامعه مقصد نشان داده خواهد شد (لطفی، ۱۳۸۴، ۴۶). یک نیاز ضروری برای ایجاد تداوم در ساختارسازی و توسعه برنامه ها وجود دارد و صنعت توریسم بیش از هر صنعت دیگری می تواند پایه های مداوم و موثری را برای برنامه های توسعه تحقیقاتی مهیا سازد (Briedenhann & Wickens, 2004, 6). امروزه اهمیت گردشگری و جهانگردی و لزوم بررسی و تحقیق در مورد آن با توجه به نقش های مهم اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر هیچ کسی پوشیده نیست. این فعالیت در دنیای کنونی به صورت یکی از مهم ترین عوامل تولید ثروت، کار، ایجاد پویایی، جابجایی انسان ها و ثروت ملت ها درآمد است (مشبکی و ملک اخلاق، ۱۳۸۲). ورود گردشگران به هر

ملی خود گنجانیده اند تا از این طریق بتوانند فرایند توسعه ملی خود را تسریع ببخشند (شمس الدینی، ۱۳۸۹، ۹۶).

صنعت گردشگری را امروزه باید یکی از بزرگ ترین منابع درآمد برای کشورها به حساب آورد. آمارهای منتشره شده توسط سازمان جهانی توریسم (WTO) نشان می دهد که تعداد گردشگران از رقم ۶۲۵ میلیون نفر در سال ۲۰۰۰ به ۱/۶ میلیارد نفر در سال ۲۰۲۰ و نیز درآمد این صنعت از ۴۴۵ میلیارد دلار به بیش از ۲ تریلیون دلار خواهد رسید (موسوی، ۱۳۸۳، ۶۴). بدین منوال و در چارچوب طرح های آمایشی اعم از ملی، منطقه ای و محلی گردشگری و صنعت توریسم به عنوان یکی از ابزار و مؤلفه های مهم توسعه و محرومیت زدایی در میان سکونتگاه های انسانی (شهر و روستا) به شمار می رود. به عبارت دیگر جهت گیری فعالیت های اقتصادی در صنعت توریسم جریان بهینه سازی است که در آن گروه های مختلف سعی در حداکثر کردن منافع خود و رسیدن به اهداف مربوطه را دارند (صباح کرمانی، ۱۳۸۰، ۳۰۰). این مقاله با درک این مطلب که شناخت پتانسیل ها و م حدودیت های توریستی شهر سوخته می تواند تاثیر سازنده ای بر برنامه ریزی مناسب گردشگری و رفع مسائل و مشکلات آن داشته باشد، به این سوال ها پاسخ می دهد که پتانسیل ها و محدودیت های توسعه گردشگری روستایی کدام است؟ و راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری که منجر به توسعه روستایی و ملی می شود چیست؟

روش تحقیق

این تحقیق به روش ترکیبی (پیمایش - توصیفی و تحلیلی) انجام شده است. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه استراتژی ها و راهبرد توسعه گردشگری روستایی از روش تحلیلی SWOT استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش را دو گروه تشکیل می دهد که با استفاده از روش نمونه گیری کوکران تعداد ۱۴۰ نفر برای گردشگران و تعداد ۲۵ نفر برای مسئولان به عنوان نمونه انتخاب شده است.

معرفی محدوده مورد مطالعه

شهر سوخته در ۵۶ کیلومتری زابل، جاده زابل - زاهدان قرار گرفته است. این شهر بزرگ با ۵۲۰۰ سال قدمت و ۱۵۱ هکتار وسعت، شناسنامه پرافتخار سیستانی می باشد. اولین و بزرگ ترین استقرار شهرنشینی در شرق فلات ایران که با توجه به بررسی های به عمل آمده کمتر ابزار جنگ در آن کشف شده است و در صلح و آرامش زندگی می کردند. گورستان شهر سوخته با ۲۵ هکتار وسعت و ۴۰۰۰۰ گور به عنوان یکی از وسیع ترین گورستان های قبل از تاریخ کمک زیادی به پژوهش در روند شکل گیری تمدن حاشیه هیرمند و نوع اعتقادات ساکنان آن می کند. وجه تسمیه شهر سوخته علیرغم چند مورد آتش سوزی رخ داده در آن به دلیل تغییر مصب رودخانه هیرمند و خشکسالی های ممتد در آن بوده است (کشبان، ۱۳۸۹، ۱۱).

بحث و یافته ها

۱- تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها

همان طوری که در جدول ۳ نشان داده شده است، در ناحیه مطالعه شده تعداد ۵ قوت داخلی در برابر ۸ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۵ فرصت خارجی در برابر ۴ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده است. به این ترتیب در مجموع تعداد ۱۰ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت ها و ۱۲ ضعف و تهدید به عنوان محدودیت ها و تنگناهای پیش روی این ناحیه جهت گسترش گردشگری قابل شناسایی است. لذا در یک جمع بندی و تحلیل ساده می توان گفت که آستانه آسیب پذیری این ناحیه بالا بوده و تیزمند بازنگری و ارائه سیاست های مناسب در جهت رفع ضعف ها و تهدیدها با استفاده از نقاط قوت و فرصت ها می باشد. حال با توجه به جدول ۴ به بررسی و تحلیل هریک از نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها از نقطه نظر دو گروه مشارکت کننده در این تحقیق پرداخته می شود:

الف- مسؤولان

تحلیل SWOT نشان می دهد که از نظر مسؤولان مؤلفه دسترسی آسان و مناسب به این ناحیه برای گردشگران با میانگین رتبه ای ۴/۲۴ و وزن نسبی ۰/۴۷ به عنوان مهم ترین نقطه قوت داخلی بالاترین اهمیت را در توسعه گردشگری شهر سوخته دارد، در مقابل داشتن محیط آرام و بدون سروصدا برای گردشگران با میانگین رتبه ای ۲/۸۱ و وزن نسبی ۰/۳۱ به عنوان کم اهمیت ترین نقطه قوت داخلی در توسعه و گسترش گردشگری در این ناحیه می باشد. همچنین از نظر مسؤولان مؤلفه افزایش انگیزه بیش تر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری و روستایی با میانگین رتبه ای ۴/۴۰ و وزن نسبی ۰/۶۳ به عنوان مهم ترین فرصت بیرونی قرار دارد، در حالی که مؤلفه وجود نهادهای مختلف دولتی و غیر دولتی در زابل و زاهدان جهت ارائه تسهیلات و خدمات به شهر سوخته با میانگین رتبه ای ۳/۰۴ و وزن نسبی ۰/۴۳ به عنوان کم اهمیت ترین فرصت بیرونی در جهت توسعه گردشگری می باشد. در مورد نقاط ضعف داخلی مسؤولان بر این عقیده بودند که مؤلفه عدم حضور مستمر کارشناسان فرهنگی در مجموعه شهر سوخته با میانگین رتبه ای ۴/۰۴ و وزن نسبی ۰/۳۷ به عنوان مهم ترین نقطه ضعف داخلی قرار دارد، و مؤلفه آموزش ضعیف گارد حفاظتی در نحوه برخورد با گردشگران با میانگین رتبه ای ۱/۹۲ و وزن نسبی ۰/۱۷ کمترین اولویت را در میان نقاط ضعف جهت توسعه گردشگری دارد.

از این دیدگاه، افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی رقیب مانند کوه خواج، روستای قلعه نو و ... در مقایسه با این منطقه در آینده با میانگین رتبه ای ۳/۵۶ مهم ترین تهدید خارجی جهت گسترش و توسعه گردشگری مطرح است.

ب- گردشگران

* استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه به منظور ترویج و آموزش گردشگری از طریق برگزاری جلسه های مختلف با مردم ناحیه

* حمایت از بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در صنعت گردشگری در شهر سوخته از طریق تسهیلات بانکی و شفاف سازی سیاست های دولتی و ...

۲-۲- راهبردهای تنوع (ST)

در راهبردهای تنوع بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدید های بیرونی متمرکز است، راهکارهای ذیل به منظور تامین پاره ای از نیازمندی های شهر سوخته در جهت رفع تهدیدها ارائه می شود:

* تنوع بخشی به امکانات و خدمات توریستی به منظور جلب رضایت گردشگران و افزایش تعداد گردشگران در شهر سوخته

* ظرفیت پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در بازدید از مواد فرهنگی و آثار تاریخی شهر سوخته به منظور حفظ و جلوگیری از تخریب آن ها.

* توسعه و تنوع بخشی برنامه های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه ها، خصوصیات بارز فرهنگی، معماری و ... شهر سوخته و شرکت در جشنواره ها، نمایشگاه ها و سمینارها به طور فعالانه.

۲-۳- راهبردهای بازنگری (WO)

در راهبردهای بازنگری ضمن تاکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره گیری از فرصت های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف فراروی ناحیه توریستی می باشد.

* بهره گیری منطقی از نهادها، قوانین و مقررات حمایتی در جهت توسعه و تجهیز زیرساخت ها، تسهیلات و تجهیزات مختلف توریستی در شهر سوخته همسو و همگام با بازنگری به نوع و نحوه برنامه ریزی و حمایت دولتی از نواحی توریستی

* انجام اقدام های جدی از سوی نیروهای متخصص و نهاد های مختلف در جهت احیا و توسعه ناحیه مطالعه شده همگام و همسو با بازنگری به نوع و نحوه مشارکت های مردمی در توسعه و تجهیز شهر سوخته.

۲-۴- راهبردهای تدافعی (WT)

در این راهبرد ضمن تاکید بر رفع آسیب پذیری ناحیه مطالعه شده، راهکارهای ذیل ارائه می شود:

* آموزش و اطلاع رسانی به کارشناسان فرهنگی و گارد حفاظتی شهر سوخته در نحوه برخورد با گردشگران به منظور جلوگیری از تعارض با آن ها.

* بکارگیری تحقیقات در زمینه گردشگری و تحقیقات بازاریابی و شناسایی جنبه های مختلف و جاذبه های گوناگون شهر سوخته در بازارهای هدف تبلیغ به منظور ترغیب و تشویق مردم برای مسافرت و توسعه گردشگری شهر سوخته.

تحلیل SWOT نشان می دهد که از نظر گردشگران نیز مؤلفه دسترسی آسان و مناسب به این ناحیه برای گردشگران با میانگین رتبه ای ۴/۲۳ و وزن نسبی ۰/۴۷ به عنوان مهم ترین نقطه قوت داخلی بالاترین اهمیت را در توسعه گردشگری شهر سوخته دارد، در مقابل وجود مواد فرهنگی متعدد و دیدنی با ارزش باستانی با میانگین رتبه ای ۳/۵۷ و وزن نسبی ۰/۴۰ به عنوان کم اهمیت ترین نقطه قوت داخلی در توسعه و گسترش گردشگری در این ناحیه می باشد.

همچنین از نظر گردشگران نیز مؤلفه وجود قطب بزرگ جمعیتی سیستان در نزدیکی این ناحیه (شهر زابل) و وجود سایر مراکز شهری و روستایی اطراف با میانگین رتبه ای ۳/۸۶ و وزن نسبی ۰/۵۵ به عنوان مهم ترین فرصت بیرونی قرار دارد، در حالی که مؤلفه افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری با میانگین رتبه ای ۲/۸۹ و وزن نسبی ۰/۴۱ به عنوان کم اهمیت ترین فرصت بیرونی در جهت توسعه گردشگری می باشد. در مورد نقاط ضعف داخلی گردشگران بر این عقیده بودند که مؤلفه عدم وجود تجهیزات اقامتی و رفاهی مناسب با میانگین رتبه ای ۴/۱۷ و وزن نسبی ۰/۳۸ به عنوان مهم ترین نقطه ضعف داخلی قرار دارد، و مؤلفه عدم تمایل مردم ناحیه جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری شهر سوخته به علت عدم آشنایی با صنعت توریسم با میانگین رتبه ای ۳/۲۱ و وزن نسبی ۰/۲۹ کمترین اولویت را در میان نقاط ضعف جهت توسعه گردشگری دارد.

از این دیدگاه، افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی و رقیب مانند کوه خواجه، روستای قلعه نو و ... با میانگین رتبه ای ۳/۶۷ و وزن نسبی ۰/۴۱ مهم ترین تهدید خارجی جهت گسترش و توسعه گردشگری مطرح است.

۲- ارائه راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری

۲-۱- راهبردهای رقابتی / تهاجمی (SO)

در راهبردهای تهاجمی که تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت های بیرونی استوار است، راهکارهای ذیل جهت بهره برداری از برتری های موجود به منظور توسعه گردشگری در شهر سوخته ارائه می شود:

* تاکید بر توسعه گردشگری بومی به دلیل وجود مزیت های نسبی برای توسعه این نوع گردشگری در شهر سوخته.

* شناسایی و بهره گیری از جاذبه ها (به عنوان بزرگ ترین منطقه شهری و آثار باستانی با قدمت ۵۰۰۰ ساله) و دیگر مزیت های نسبی توریستی (دارای آثار و بقایای باستانی متعدد) این ناحیه جهت رقابت با سایر مناطق تفریحی رقیب.

* استفاده از مشارکت بخش خصوصی در زمینه هایی که مردم نمی توانند مشارکت یا سرمایه گذاری کنند.

* افزایش امکانات و خدمات تفریحی و ایجاد پوشش گیاهی مناسب با اقلیم ناحیه در مجاورت آن.

* تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه ها و فرآورده های گردشگری و جلوگیری از تخریب و از بین رفتن آن ها.

نتیجه گیری

با توجه به منابع نظری تحقیق و مطالعات میدانی به عمل آمده، به منظور ارائه راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری، با استفاده از تکنیک SWOT ظرفیت ها و محدودیت های توریستی در منطقه مطالعه شده مشخص و پاسخ های عملی و راهکارهایی جهت توسعه گردشگری ارائه شد. با این توصیف می توان نتایج به دست آمده را در دو جنبه کیفی و کمی ارائه کرد:

۱- نتایج جنبه های کیفی هر یک از عوامل مؤثر داخلی و خارج شناسایی شده، بیانگر این مطلب است که:

الف: سطح آسیب پذیری ناحیه مطالعه شده به لحاظ توسعه گردشگری بالاست.

ب: برتری ها و مزیت های ناحیه مطالعه شده به لحاظ امکانات و تسهیلات گردشگری محدود است.

ج: نیازمندی های این ناحیه به لحاظ توریستی بودن، با توجه به میزان تهدیدها و محدود بودن فرصت ها بالاست.

د: توزیع و تخصیص مجدد منابع در سطح شهر سوخته با توجه به محدود بودن فرصت ها و بالا بودن نقاط ضعف امری الزامی است.

۲- بررسی نتایج کمی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها (با توجه به جدول ۴ الویت سنجی و رتبه بندی عوامل مؤثر داخلی و خارجی از نظر پاسخ دهندگان) نشان می دهد که:

الف: در بین نقاط قوت در ناحیه مطالعه شده مؤلفه دسترسی آسان و مناسب به این ناحیه برای گردشگران به عنوان مهم ترین مزیت جهت توسعه گردشگری به حساب می آید که به منظور استفاده بهینه از این مؤلفه بر حفظ کیفیت و استانداردسازی آن تاکید می شود.

ب: در بین نقاط ضعف عدم حضور مستمر کارشناسان فرهنگی در مجموعه شهر سوخته و عدم وجود تجهیزات اقامتی و رفاهی مناسب در اولویت بوده که در این زمینه با مشارکت محلی و بخش های دولتی و خصوصی این موارد به عنوان موانع توسعه گردشگری باید برطرف شده، بهبود و ارتقا یابند.

ج: از بین فرصت های بیرونی، مؤلفه های افزایش انگیزه بیش تر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری و روستایی و وجود قطب بزرگ جمعیتی سیستان در نزدیکی این ناحیه (شهر زابل) و وجود سایر مراکز شهری و روستایی اطراف در اولویت بوده و می توان حداکثر استفاده از این موارد را در جهت توسعه گردشگری به عمل آورد.

د: از بین تهدید های خارجی، مؤلفه های افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی رقیب مانند کوه خواجه، روستای قلعه نو و ... در مقایسه با این منطقه در آینده، عدم وجود پوشش گیاهی و درختان انبو ه و متراکم در ناحیه و افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به

سایر مناطق تفریحی و رقیب مانند کوه خواجه، روستای قلعه نو به عنوان مهم ترین تهدید خارجی قلمداد می شود. که به منظور کاهش این آثار راهکارهای تدافعی ارائه شده است.

با توجه به مطالب گفته شده در م جموع می توان گفت که اگر گردشگری می خواهد به پایداری برسد و نقش مثبتی در توسعه ناحیه مطالعه شده ایفا کند، نیازمندی تعیین و توسعه راهکارهای مشخص، توسعه مشارکت محلی، قوانین صریح و محکم، بازاریابی پایدار و برنامه ریزی واقع بینانه است.

جدول ۱ - ماتریس عوامل موثر داخلی بر گردشگری ناحیه مطالعه شده

نقاط قوت ۱	نقاط ضعف ۲
<p>اقتصادی</p> <p>* مستعد بودن ناحیه جهت سرمایه گذاری و معرفی آن به عنوان قطب مهم گردشگری سیستان</p> <p>* وجود قهوه خانه سنتی برای سرویس دهی به مسافران و گردشگران</p>	<p>* عدم تمایل مردم ناحیه جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری شهر سوخته به علت عدم آشنایی با صنعت توریسم</p> <p>* عدم وجود برنامه ریزی جامع و سرمایه گذاری دولتی در مقیاس وسیع در این ناحیه</p>
<p>اجتماعی فرهنگی</p> <p>* وجود مواد فرهنگی متعدد و دیدنی با ارزش باستانی</p> <p>* وجود کارشناسان فرهنگی جهت معرفی مجموعه شهر سوخته و مواد فرهنگی آن به گردشگران</p> <p>* وجود گارد حفاظتی جهت حفاظت از مجموعه شهر سوخته و مواد فرهنگی و آثار باستانی آن</p>	<p>* نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی و خدماتی</p> <p>* عدم وجود تجهیزات اقامتی و رفاهی مناسب</p> <p>* توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال</p>
<p>اکولوژیکی</p> <p>* مجاورت و نزدیکی به مراکز جمعیتی از جمله شهر زابل و محمد آباد و سایر روستاهای پیرامونی</p> <p>* دسترسی آسان و مناسب به این ناحیه برای گردشگران</p> <p>* داشتن محیط آرام و بدون سروصدا برای گردشگران</p>	<p>* نامناسب بودن و ناکافی بودن تجهیزات تفریحی و رفاهی</p>
<p>نهادی</p> <p>* اعتقاد مسئولان به اشتغال زایی از طریق گسترش توریسم به عنوان یکی از ساز و کارهای مناسب در جهت توسعه شهر سوخته</p>	<p>* آموزش ضعیف گارد حفاظتی در نحوه برخورد با گردشگران</p> <p>* عدم حضور مستمر کارشناسان فرهنگی در مجموعه شهر سوخته</p>

جدول ۲ - ماتریس عوامل موثر خارجی بر گردشگری ناحیه مطالعه شده

تهدیدها ۲	فرصت ها ۱	
* عدم اختصاص زمین به بخش خصوصی جهت ایجاد تجهیزات و تسهیلات گردشگری	* افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری * افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این ناحیه	اقتصادی
* افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی و رقیب مانند کوه خواجه، روستای قلعه نو و ... * افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی رقیب مانند کوه خواجه، روستای قلعه نو و ... در مقایسه با این منطقه در آینده	* وجود قطب بزرگ جمعیتی سیستان در نزدیکی این ناحیه (شهر زابل) و وجود سایر مراکز شهری و روستایی اطراف * افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری و روستایی	اجتماعی فرهنگی
* عدم وجود پوشش گیاهی و درختان انبوه و متراکم در ناحیه * نامناسب بودن اقلیم این منطقه نسبت به نواحی رقیب به دلیل باز بودن فضای پیرامونی	-----	اکولوژیکی
* عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری در این ناحیه	* افزایش توجه و حمایت مسئولان کشور از توسعه شهر سوخته با رویکرد کسب درآمد * وجود نهادهای مختلف دولتی و غیر دولتی در زابل و زاهدان جهت ارائه تسهیلات و خدمات به شهر سوخته	نهادی

جدول ۳ ماتریس SWOT (عوامل اصلی تاثیرگذار بر توریسم روستایی در ناحیه مطالعه شده)

داخلی	بیرونی
<p>قوت ها (S)</p> <p>S۱ = دسترسی آسان و مناسب به این ناحیه ...</p> <p>S۲ = مجاورت و نزدیکی به مراکز جمعیتی ...</p> <p>S۳ = داشتن محیط آرام و بدون سروصدا ...</p> <p>S۴ = وجود مواد فرهنگی متعدد و دیدنی ...</p> <p>S۵ = وجود کارشناسان فرهنگی جهت معرفی ...</p>	<p>فرصت ها (O)</p> <p>O۱ = افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در ...</p> <p>O۲ = وجود قطب بزرگ جمعیتی سیستان در نزدیکی ...</p> <p>O۳ = افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و ...</p> <p>O۴ = افزایش انگیزه بخش خصوصی به ...</p> <p>O۵ = وجود نهادهای مختلف دولتی و غیر دولتی ...</p>
<p>ضعف ها (W)</p> <p>W۱ = عدم وجود تجهیزات اقامتی ...</p> <p>W۲ = نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی ...</p> <p>W۳ = عدم تمایل مردم ناحیه جهت سرمایه گذاری در ...</p> <p>W۴ = نامناسب بودن و ناکافی بودن تجهیزات تفریحی ...</p> <p>W۵ = آموزش ضعیف گارد حفاظتی در ...</p> <p>W۶ = حضور مستمر کارشناسان فرهنگی در ...</p> <p>W۷ = توزیع نامناسب گردشگران در فصول ...</p> <p>W۸ = عدم وجود برنامه ریزی جامع و ...</p>	<p>تهدیدها (T)</p> <p>T۱ = افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی ...</p> <p>T۲ = عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت ...</p> <p>T۳ = افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت ...</p> <p>T۴ = عدم وجود پوشش گیاهی و درختان ...</p>

جدول ۴- ماتریس تحلیل SWOT (رتبه بندی و الویت سنجی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها) (از دید مسؤلان و گردشگران)

گردشگران				مسؤلان				تحلیل SWOT
رتبه	وزن نسبی	میانگین وزن ها	مجموع وزن ها	رتبه	وزن نسبی	میانگین وزن ها	مجموع وزن ها	
								قوت ها
۱	۰/۴۷	۴/۲۳	۵۸۰	۱	۰/۴۷	۴/۲۴	۱۰۶	S۱ = دسترسی آسان و مناسب به این ناحیه ...
۳	۰/۴۱	۳/۶۷	۵۰۶	۲	۰/۴۵	۴/۰۸	۱۰۲	S۲ = مجاورت و نزدیکی به مراکز جمعیتی ...
۴	۰/۴۱	۳/۶۵	۵۰۴	۵	۰/۳۱	۲/۸۱	۸۹	S۳ = داشتن محیط آرام و بدون سروصدا ...
۵	۰/۴۰	۳/۵۷	۴۹۲	۴	۰/۳۲	۲/۹۱	۶۷	S۴ = وجود مواد فرهنگی متعدد و دیدنی ...
۲	۰/۴۵	۴/۰۷	۵۶۱	۳	۰/۴۵	۴/۰۴	۱۰۱	S۵ = وجود کارشناسان فرهنگی جهت معرفی ...
								ضعف ها
۱	۰/۳۸	۴/۱۷	۵۷۵	۲	۰/۳۵	۴/۰۹	۹۴	W۱ = عدم وجود تجهیزات اقامتی ...
۴	۰/۳۲	۳/۴۸	۴۸۰	۵	۰/۲۶	۲/۸۸	۷۲	W۲ = نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی ...
۸	۰/۲۹	۳/۲۱	۴۴۳	۶	۰/۲۵	۲/۷۱	۶۵	W۳ = عدم تمایل مردم ناحیه جهت سرمایه گذاری در ...
۵	۰/۳۱	۳/۴۲	۴۷۲	۳	۰/۲۷	۲/۹۶	۶۸	W۴ = نامناسب بودن و ناکافی بودن تجهیزات تفریحی ...
۷	۰/۳۰	۳/۳۳	۴۵۹	۸	۰/۱۷	۱/۹۲	۴۸	W۵ = آموزش ضعیف گارد حفاظتی در ...
۶	۰/۳۱	۳/۴۰	۴۶۹	۱	۰/۳۷	۴/۰۴	۹۷	W۶ = عدم حضور مستمر کارشناسان فرهنگی در ...
۳	۰/۳۲	۳/۴۹	۴۸۲	۷	۰/۲۳	۲/۵۰	۶۰	W۷ = توزیع نامناسب گردشگران در فصول ...
۲	۰/۳۳	۳/۵۸	۴۹۴	۴	۰/۲۶	۲/۸۸	۷۲	W۸ = عدم وجود برنامه ریزی جامع و ...

ادامه جدول ۴- ماتریس تحلیل SWOT (رتبه بندی و الویت سنجی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها) (از دید مسؤلان و گردشگران)

گردشگران				مسؤلان				تحلیل SWOT
رتبه	وزن نسبی	میانگین وزن ها	مجموع وزن ها	رتبه	وزن نسبی	میانگین وزن ها	مجموع وزن ها	
								فرصت ها
۲	۰/۵۵	۳/۸۲	۵۲۷	۱	۰/۶۳	۴/۴۰	۱۱۰	O۱ = افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در...
۱	۰/۵۵	۳/۸۶	۵۳۲	۳	۰/۵۰	۳/۴۸	۸۷	O۲ = وجود قطب بزرگ جمعیتی سیستان در نزدیکی...
۵	۰/۴۱	۲/۸۹	۳۹۹	۴	۰/۴۵	۳/۱۶	۷۹	O۳ = افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و...
۳	۰/۵۳	۳/۶۸	۵۰۸	۲	۰/۵۲	۳/۶۴	۹۱	O۴ = افزایش انگیزه بخش خصوصی به...
۴	۰/۴۲	۲/۹۲	۴۰۳	۵	۰/۴۳	۳/۰۴	۷۶	O۵ = وجود نهادهای مختلف دولتی و غیر دولتی ...
								تهدیدها
۲	۰/۴۱	۳/۵۷	۴۹۲	۱	۰/۴۰	۳/۵۶	۸۹	T۱ = افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی ...
۳	۰/۴۰	۳/۵۶	۴۹۱	۳	۰/۳۹	۳/۵۲	۸۸	T۲ = عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت ...
۱	۰/۴۱	۳/۶۷	۵۰۷	۴	۰/۳۴	۳/۰۸	۷۷	T۳ = افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت...
۴	۰/۳۹	۳/۴۸	۴۸۰	۲	۰/۳۹	۳/۵۴	۸۵	T۴ = عدم وجود پوشش گیاهی و درختان ...

منابع

- آقاجانی، حسنعلی، علیزاده، رمضان، ارایه مدلی به منظور ایجاد همکاری بین سازمانی میان سازمان های متولی و مرتبط با صنعت توریسم، مجموعه مقالات همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه، دانشگاه مازندران، ۱۳۸۴. پارساییان، علی، اعرابی، سید محمد، جهانگردی در چشم اندازی جامع، نشر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۸۲.
- رضوانی، علی اصغر، جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور، ۱۳۸۲.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، مهدوی، داوود، راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT دهستان لواسان کوچک، فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۵.
- لطفی، صدیقه، نگرش سیستمی لازمه پایداری گردشگری، مجموعه مقالات همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه، دانشگاه مازندران، ۱۳۸۴. مداح، مجید، صنعت گردشگری و تولید منطقه ای با تاکید بر محدودیت های استان سمنان، مجموعه مقالات همایش ملی توانمندیها، موانع و راهکارهای توسعه گردشگری استان سمنان، ۱۳۸۶.
- میرکتولی، جعفر و مصدق، راضیه، بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی مورد دهستان استرآباد جنوبی، شهرستان گرگان، مجله مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، سال دوم، شماره هفتم، زمستان ۱۳۸۹.
- صباغ کرمانی، مجید، اقتصاد منطقه ای «تئوری ها و مدل ها»، انتشارات سمت، تهران ۱۳۸۰.
- شمس الدینی، علی، گردشگری روستایی راهکارهای سازنده بر ای توسعه روستایی نمونه موردی: روستای فهلیان، مسکن و محیط روستا، شماره ۱۳۱، پاییز ۱۳۸۹.
- کشیان، گیتی، سیستان و بلوچستان سفر به طبیعتی ناشناخته، تاریخی کهن، انتشارات اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان سیستان و بلوچستان، چاپ اول، زمستان ۱۳۸۹.
- موسوی، مینا، ۱۳۸۳، نقش اکوتوریسم در توسعه روستایی، ماهنامه جهاد، شماره ۲۶۵.
- Briedenhann, J. Wickens, E., rural tourism-meeting the challenges of the new south Africa. International journal of tourism research, 2004.