

بررسی و تعیین قابلیت‌های گردشگری مناطق گذرگاهی و بین راهی (نمونه: خراسان جنوبی)

رستم صابری فر*

دانشیار دانشگاه پیام نور ایران، صندوق پستی ۴۶۹۷-۱۹۳۹۵، تهران، ایران

چکیده

مطابق ادعای مسئولین گردشگری استان خراسان جنوبی، سالانه بیش از ۱۲ میلیون مسافر از این استان به سمت شمال و جنوب کشور عبور می‌کنند، اما بهره استان از این پتانسیل، بسیار اندک و در واقع هیچ است. بسیاری، این مشکل را در عدم وجود قابلیت‌های فرهنگی، تاریخی، زیارتی و طبیعی استان می‌دانند. این در حالی است که علاوه بر وجود قابلیت‌های اساسی در این زمینه، همین شرایط ترانزیتی می‌تواند بهترین امکان برای بهره‌مندی از پیامدهای مثبت گردشگری تلقی گردد. در این بررسی، سعی اصلی بر آن است تا شرایط استان خراسان جنوبی به عنوان مهم‌ترین منزلگاهی که مسافران مرکز، جنوب و جنوب شرق کشور را به مشهد می‌رساند، مورد بحث و بررسی قرار گیرد. به این منظور، از روش توصیفی و تحلیلی بهره‌برداری شده است و داده‌های گردآوری شده از طریق پرسشنامه‌های محقق ساخته از ۳۰۰ نفر نمونه انتخابی، با نرم‌افزار SPSS و ابزار تحلیلی SWOT مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج نشانگر آن است که ضعف‌های موجود در ارتباط با عدم بهره‌گیری از قابلیت گردشگران عبوری به طور عمده به سیاست‌های اجرایی و عدم اتخاذ استراتژی‌های مناسب مربوط می‌باشد. به طوری که راهبردهای تعیین شده در این بررسی به طور عمده در بخش تهاجمی می‌باشد، حال آن که مسئولین راهبردهای دیگری را مد نظر قرار داده‌اند.

واژه های کلیدی: قابلیت توریسم، مناطق بین‌راهی، خراسان جنوبی، ماتریس ارزیابی، مدل SWOT

مقدمه

گردشگری به عنوان یک صنعت پاک و مقرون به صرفه، مورد توجه اغلب کشورها و مناطق بوده و به عنوان یکی از اصلی‌ترین جایگزین‌هایی تلقی می‌گردد که می‌تواند به جای صنایعی مورد توجه قرار گیرد که از منابع غیر قابل تجدید بهره‌برداری می‌کنند (برای اطلاع نگاه کنید به ثروتی و کزازی، ۱۳۸۵، ۱). به همین دلیل، گردشگری در حیطه عملکردی از گسترش قابل توجهی برخوردار گشته و در شاخه‌های اعتباری متنوعی توسعه یافته است (WTO, 2016, 113). امتیازات متعددی برای این صنعت بر می‌شمارند که از آن میان می‌توان به توسعه اقتصادی در شاخص‌های اشتغال و درآمدزایی، تعامل اجتماعی و فرهنگی و تجربه چگونگی پایداری هنجارهای آن و ... اشاره نمود. با این تنوع، فعالیت‌های گردشگری در عرصه‌های متفاوتی حضور پیدا کرده و از محدوده‌های بسته آثار تاریخی و فرهنگی خارج گردیده و در میادین زیستی و اکولوژیکی گوناگونی وارد شده است (رحمانی، ۱۳۸۵، ۸۴). این تنوعات میدانی، سبب پیدایش تخصص‌های مکانی در زمینه گردشگری گردیده و آمارهای گردشگر را در آمد و شد و دید و بازدیدها افزایش داده است (Fennell, 2017, 186). با این وجود، برخی اعتقاد دارند که مناطقی می‌توانند از این صنعت بهره‌برداری نمایند که از قابلیت‌های طبیعی، فرهنگی، تاریخی و ... برخوردار باشند.

استان خراسان جنوبی به عنوان استانی با اقلیم خشک و نیمه کویری، با تنگناهای متعددی در ارتباط با تأمین معاش ساکنین خود مواجه می‌باشد. به همین دلیل، یافتن شیوه‌های معاش متناسب با شرایط طبیعی و اقلیمی برای آن، بسیار ضروری است. یکی از این بخش‌ها، فعالیت‌های مربوط به گردشگری است. مسئولین این استان اعتقاد دارند که سالانه بیش از ۱۲ میلیون مسافر از این استان به سمت جنوب و یا شمال کشور در حرکت هستند (سازمان میراث فرهنگی استان خراسان جنوبی، ۱۳۹۶، ۵۴). اما در عمل خراسان جنوبی از این قابلیت عظیم، بهره‌چندانی به دست نیاورده است. این در حالی است که این استان ضمن برخورداری از قابلیت اولیه صنعت گردشگری، مزیت‌های دیگری نیز در ارتباط با جذب گردشگر دارد که تاکنون چندان مورد توجه قرار نگرفته و در واقع، صنعت گردشگری بیش از آن که در بعد قابلیت‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی دچار مشکل باشد، از ضعف‌های مدیریتی و سیاست‌گذاری رنج می‌برد (صابری‌فر، ۱۳۸۹، ۶۷). بر این اساس، باید دید که آیا می‌توان ناکامی‌های موجود را به عدم وجود قابلیت‌های طبیعی و فرهنگی نسبت داد و یا خیر؟ به همین منظور، این بررسی سعی دارد، بخشی از این قابلیت‌ها را در این استان مورد بحث و بررسی قرار دهد. به طوری که با توجه به مطالعات قبلی، این امکان فراهم آید که ضمن توجه به بخش‌های سیاست‌گذاری و مدیریتی، ضعف‌های مربوط به قابلیت‌هایی که مستقیماً در جذب گردشگری موثر هستند نیز بر طرف گردد.

روش تحقیق

برای تعیین قابلیت‌های گردشگری خراسان جنوبی به عنوان یک استان بین‌راهی، از روش توصیفی - تحلیلی بهره‌برداری شده است. برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز، ضمن بهره‌برداری از اسناد و مدارک کتابخانه‌ای، اطلاعات اضافه از طریق بررسی‌های میدانی به خصوص پرسشگری از متخصصان حوزه گردشگری به دست آمده است. به این منظور، به دلیل نبود بانک اطلاعات کامل در ارتباط با متخصصان و اندیشمندان این حوزه، نمونه مشخصی بر اساس نمونه‌گیری از جمعیت‌های پنهان (صابری‌فر، ۱۳۹۰، ۱۱۱)

در حد ۳۰۰ نفر انتخاب شده و پرسشنامه‌های مورد نظر از این طریق تکمیل گردید. برای سنجش روایی و کارایی پرسشنامه‌ها، ابتدا نظر متخصصان حوزه‌های مربوطه، برای تصحیح شکلی و محتوایی پرسشنامه اخذ شد و بعد از اصلاحات مورد نظر، بر اساس نمونه‌ای به حجم ۱۰ درصد از نمونه واقعی، قابلیت پرسشنامه‌ها برای تهیه اطلاعات دقیق و همه جانبه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت که چون ضریب مورد نظر در حد ۸۱ درصد تعیین شد، ابزار گردآوری اطلاعات مناسب تشخیص داده شده و در عمل مورد استفاده قرار گرفت.

داده‌های گردآوری شده به شیوه فوق با روش‌های متعددی مورد ارزیابی و آزمون قرار گرفت که با توجه به اهداف این مطالعه و تأکید محققان این عرصه (Yukse et al., 2007, 123)، ابزار تحلیلی SWOT برای تشخیص قابلیت‌ها و ارائه راهکارهای اجرایی، مناسب تشخیص داده شد (زیاری، ۱۳۸۳، ۷۶). نتایج حاصل از این بررسی‌ها، با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل درونی و ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی انجام گرفت. در نهایت با سایر ابزارهای تکمیلی، وزن‌دهی به انجام رسید و امتیازات نهایی محاسبه گردید و بر این اساس، قابلیت‌های موجود تشخیص و رهنمودهای لازم مطرح گردید.

لازم به یادآوری است که ابزار تحلیلی سوات در ایران در تحقیقات و بررسی‌های متعددی مورد استفاده قرار گرفته و با توجه به این که مقاله حاضر برای متخصصان و یا حداقل کسانی نوشته می‌شود که اطلاعات اولیه را در این ارتباط دارا می‌باشند، از توضیح و تشریح این ابزار خودداری شده و خوانندگان علاقمند را دعوت می‌کند به منابع مختلفی که در این ارتباط به رشته تحریر درآمده‌است، مراجعه نمایند. برخی از این منابع عبارتند از پیرز و رایبسون (۱۳۹۳)، هریسون و جان (۱۳۸۲)، زمانی و خداوردی-لو (۱۳۸۸)، دیوید (۱۳۸۴)، سلطانی و قاضی‌نوری (۱۳۸۴)، مهدوی (۱۳۸۲)، مافی (۱۳۸۸)، اعرابی (۱۳۸۷)، زیویار و رجبی (۱۳۸۷)، ترشیزیان (۱۳۹۶) و ...

موقعیت منطقه مورد پژوهش

استان خراسان جنوبی با جمعیتی معادل ۷۳۲۱۹۲ نفر (۱۳۹۵)، به مرکزیت شهر بیرجند دارای ۱۵۰۸۰۰ کیلومتر مربع مساحت است. این استان از شمال به استان خراسان رضوی و از شرق به طول ۳۳۱ کیلومتر دارای مرز مشترک با کشور افغانستان بوده و از غرب به استان‌های یزد، اصفهان و سمنان و از جنوب به استان‌های کرمان و سیستان و بلوچستان محدود می‌باشد (استانداری خراسان جنوبی، ۱۳۹۶، ۱۶). ارتفاعات خراسان جنوبی امتداد شرقی - جنوبی دارند. بلندترین نقطه‌ی استان قله‌ی باقران در ارتفاع ۳۶۱۵ متری و پست‌ترین نقاط استان در دشت کویر با ارتفاع ۶۵۰ متر از سطح دریا واقع شده‌است. آب و هوای استان از نوع نیمه‌صحرائی ملایم تا آب و هوای گرم صحرائی متغیر می‌باشد. بر اساس تقسیمات کشوری، استان خراسان جنوبی در سال ۸۳ با مصوبه‌ی هیأت دولت و مجلس شورای اسلامی در قالب ۴ شهرستان منتزع از خراسان بزرگ تشکیل گرفت. هم‌اکنون این استان دارای ۱۱ شهرستان به نام‌های بیرجند، قاینات، فردوس، طبس، نهبندان، بشرویه، سرایان، سربیشه، درمیان، خوسف و زیرکوه می‌باشد. همچنین در حال حاضر استان دارای ۲۵ بخش، ۶۱ دهستان و ۲۸ شهر است (شکل شماره ۱).

اما در ادامه این روند و هنگامی که فعالیت‌های گردشگری به چنان سطحی از توسعه رسید که تقریباً همه افراد و حتی دور افتاده‌ترین مناطق، به این عرصه توجه نشان دادند (فیض‌بخش، ۱۳۷۹: ۱۲)، بررسی‌های مربوط به تعیین قابلیت همه مناطق و تمامی ابعاد گردشگری آغاز شد (Murphy, 2015, 115). به هر حال و با توجه به شرایط فوق، گردشگری که از قرن نوزدهم وارد ادبیات علمی جهان شده بود (رضوانی، ۱۳۸۸، ۱۵) همچنان به روند رو به رشد خود ادامه داده و با تحقیقات جدید ضریب نفوذ خود در زندگی و معیشت بشر را بیشتر و بیشتر می‌کرد و به همین دلیل، محققان هم به آن توجه نشان می‌دادند (صابری‌فر، ۱۳۸۹، ۶۱). به طوری که در این ارتباط کتب و مقالات متعددی منتشر گردید (پارسایی، ۱۳۹۴، ۵). این تحقیقات که ابتدا در حوزه‌های شناختی و معرفی مکان‌ها متمرکز بود، بعدها به بخش تأثیرات گردشگری و تعیین جایگاه و اهمیت رشته‌های فرعی گردشگری (شماعی و همکار، ۱۳۹۰، ۴) گسترش پیدا نمود.

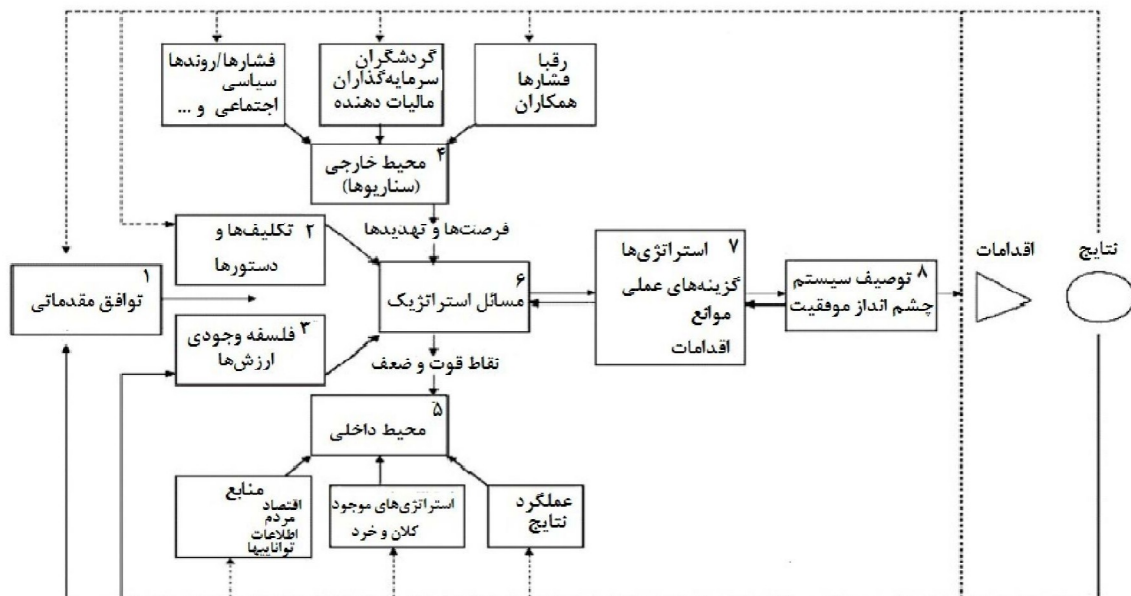
با این وجود، تحقیقات مربوط به تعیین قابلیت مناطق فرعی چندان جدی نبوده و اغلب تحقیقات همچنان بر مناطق اصلی و انانی که ویژگی منحصر به فردی داشتند، محدود می‌شد که از آن جمله می‌توان به کارهای نوروزی و نوری (۱۳۸۳)، فرج‌زاده (۱۳۸۴)، افتخاری (۱۳۸۵)، زنگی‌آبادی (۱۳۸۷)، حیدری (۱۳۸۷)، سبحانی (۱۳۸۹)، تقوایی و صفراآبادی (۱۳۹۰)، سقایی و همکاران (۱۳۹۱)، سلطانی و همکاران (۱۳۹۲) و... اشاره نمود. در واقع، جایگاه مناطق فرعی تر به خصوص آن‌هایی که به ظاهر فاقد قابلیت‌های اساسی و ظاهری بودند، جدی گرفته نمی‌شد (Tiago and Carla, 2015, 134). به خصوص این مورد در ارتباط با قابلیت‌های خاص مثل شرایط ترانزیتی و بین‌راهی بسیار کمتر مد نظر بود که در سال‌های اخیر شرایط به گونه‌ای تغییر پیدا نمود که این گروه هم نه تنها مد نظر قرار گرفت، بلکه بیش از مناطق اولیه مورد تأکید واقع شد. در این مرحله، روش‌های متعددی مورد توجه بود که از آن میان ابزار تحلیلی SWOT (متشکل از حروف اول چهار کلمه انگلیسی)^۱ (جدول شماره ۱). به دلیل آن که تمام شرایط را به صورت یک‌جا مد نظر قرار می‌داد (زیاری، ۱۳۸۳، ۲۳۸)، بیش از سایر موارد، بهره‌برداری شد. در این ابزار، ضمن توجه به توان و قابلیت داخلی، آثار و پیامدهای عوامل خارجی نیز در تحلیل نهایی مور توجه قرار می‌گیرد (پیرز و رابینسون، ۱۳۹۳، ۱۵۵). در واقع، در تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های اجرایی، جمیع شرایط وارد می‌شود (هریسون و جان، ۱۳۸۲، ۱۹۲). نکته بسیار مهم دیگر آن است که در این ابزار تحلیلی، ابتدا عوامل دو به دو با هم مقایسه شده (دیوید، ۱۳۸۴، ۹۹) و از این طریق راهبردهای مختلف به دست می‌آید که در نهایت، آن راهبردهایی در عمل به کار گرفته می‌شود که با توجه به امکانات موجود، قابلیت اجرایی داشته باشند (قیصاری، ۱۳۸۹، ۱۳۷).

جدول شماره ۱، ارتباط متقابل ضعف‌ها، قدرت‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها

شرح	ضعف‌ها	قدرت‌ها
فرصت‌ها	استراتژی‌های W-O	استراتژی‌های S-O
تهدیدها	استراتژی‌های W-T	استراتژی‌های S-T

^۱. Strength, Weakness, Opportunity and Threats

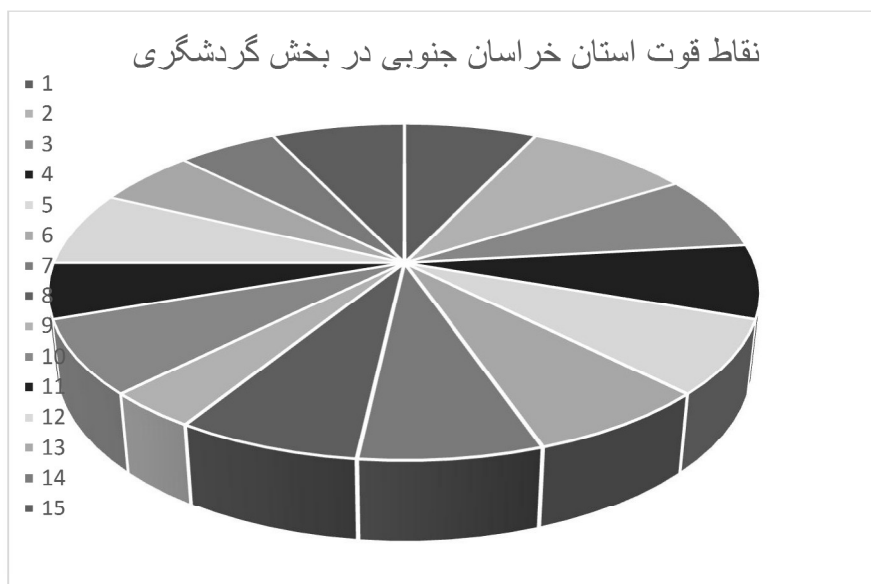
به همین دلیل، تحقیق حاضر بر مبنای مدل نظری پیشنهادی (شکل شماره ۲)، برای رفع این تنگناها و توسعه مبانی نظری و به خصوص کاربردهای عملی در این ارتباط و در استان خراسان جنوبی به عنوان یکی از مهم‌ترین مناطق عبوری و میان‌راهی که سالیانه میلیون‌ها زائر و مسافر را از مناطق مرکزی، جنوبی و جنوب شرقی به سمت مشهد و بالعکس عبور می‌دهد، به انجام رسیده‌است.



شکل شماره ۲، مدل نظری تحقیق (بر اساس مبانی نظری و بهزادفر و زمانیان، ۱۳۸۷)

تحلیل اطلاعات

افراد مورد پرسش در این تحقیق همگی دارای تحصیلاتی بالاتر از دیپلم بوده و به جز ۳۵ نفر (۱۲ درصد) و ۷۵ نفر (۲۵ درصد) که به ترتیب دارای مدرک فوق دیپلم و لیسانس بوده‌اند، بقیه تحصیلاتی در حد کارشناسی ارشد و دکتری داشته‌اند. این افراد اغلب (۶۹ درصد) در حوزه‌های دانشگاهی و بقیه در ادارات مرتبط با حوزه‌های گردشگری و آژانس‌های مسافرتی مشغول به کار بوده‌اند. نقطه نظرات این گروه ابتدا در حوزه قابلیت‌ها و تنگناهای مختلف استان و همچنین اولویت‌بندی و رتبه هر یک از آنها گردآوری شد تا از این طریق امکان ارزیابی محیط بیرونی و درونی فراهم‌آید و از آن طریق امکان تدوین اهداف و راهبردها (Mandal, 1989, 57) برای برنامه‌ریزان به‌دست‌آید. بر این اساس، شرایط استان خراسان جنوبی در دو بخش درونی و بیرونی مورد بررسی قرار گرفت. مطابق بررسی‌های انجام شده، شرایط درونی استان در دو بخش نقاط قوت و ضعف مطرح شد. در اولین مرحله، نقاط قوت بررسی گردید که این اطلاعات در جدول شماره ۲ ارائه شده است. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود، مجموعاً ۱۵ عامل به عنوان نقاط قوت برای استان بر شمرده شد که در این میان، بالاترین رتبه به قابلیت ترانزیتی یعنی وجود محور ترانزیتی شرق کشور به عنوان مهم‌ترین محور حمل کالا و مسافر و پایین‌ترین مرتبه به برنامه‌ریزی‌های مشارکتی و مردم-محور در فعالیتهای گردشگری اختصاص یافته‌است (شکل شماره ۳).



شکل شماره ۳، سهم هر یک از عوامل پانزده‌گانه در نقاط قوت استان خراسان جنوبی در بخش گردشگری

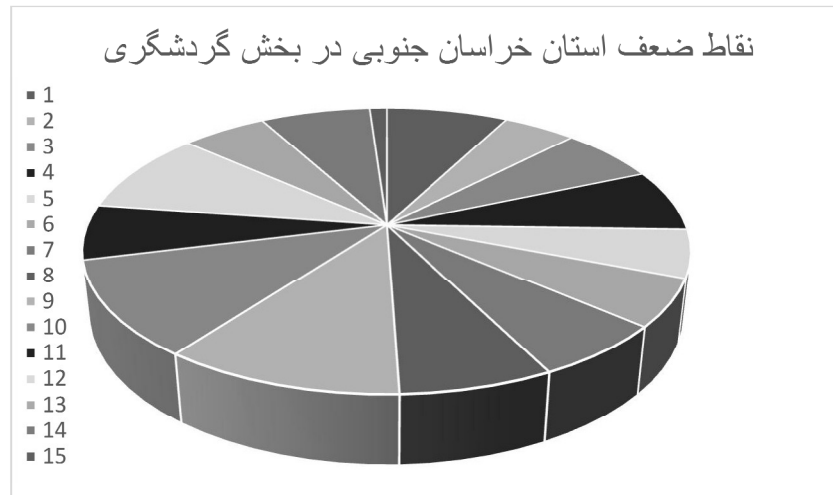
جدول شماره ۲: نظرات گروه نمونه در ارتباط با نقاط قوت استان خراسان جنوبی

ردیف	نقاط قوت	ضریب	رتبه	ضریب نهایی
۱	روستاهایی با آداب و رسوم و مردمی با شکل و شمایل ویژه	۰,۰۹	۴	۰,۳۶
۲	محور ترانزیتی شرق کشور به عنوان مهم‌ترین محور حمل کالا و مسافر	۰,۱۰	۵	۰,۵۰
۳	نگرش تخصصی برنامه‌ریزان به امر توسعه گردشگری	۰,۰۵	۴	۰,۲۰
۴	تنوع گیاهی و اقلیمی	۰,۰۵	۴	۰,۲۰
۵	جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی و گردشگری	۰,۰۸	۴	۰,۳۲
۶	مهمان‌نوازی و استقبال از مسافران و گردشگران	۰,۰۶	۴	۰,۲۴
۷	آداب و رسوم مردم	۰,۰۴	۴	۰,۱۶
۸	وجود امکانات و تجهیزات در اماکن بین‌راهی	۰,۰۹	۴	۰,۳۶
۹	برنامه‌ریزی‌های مشارکتی و مردم‌محور در فعالیت‌های گردشگری	۰,۰۵	۲	۰,۱۰
۱۰	وجود امکان مذهبی و زیارتی (در طبس، فردوس و ...)	۰,۰۹	۴	۰,۳۶
۱۱	نگاهی تخصصی و فنی به مقوله گردشگری	۰,۰۵	۳	۰,۱۵
۱۲	تنوع امکانات و مناطق گردشگری	۰,۰۹	۴	۰,۳۶
۱۳	مراکز ارائه تسهیلات و خدمات فنی به وسایل نقلیه عبوری	۰,۰۷	۳	۰,۲۱
۱۴	فراهم بودن شرایط امنیتی و انتظامی	۰,۰۴	۳	۰,۱۲
۱۵	ارزانی و تنوع خدمات	۰,۰۵	۴	۰,۲۰
	جمع کل	۱		۳,۸۴

منبع: نگارنده، ۱۳۹۶

نقاط ضعف تعیین شده نیز در جدول شماره ۲ ارائه شده‌است. بر اساس داده‌های گردآوری شده و نقطه نظرات نمونه مورد پرسش، مجموعاً ۱۵ نقطه ضعف اساسی در ارتباط با توسعه صنعت گردشگری در

استان مطرح می‌باشد که در این بین، اساسی‌ترین و مهم‌ترین نقطه ضعف مربوط به دو بخش اصلی یعنی شناخت اندک و ناکافی مردم از قابلیت‌های بخش گردشگری و تأکید بر بخش خاصی از قابلیت‌های موجود است که هر یک امتیاز نهایی ۰/۱۴ را به خود اختصاص داده‌اند (شکل شماره ۴).



شکل شماره ۴، سهم هر یک از عوامل پانزده‌گانه در نقاط ضعف استان خراسان جنوبی در بخش گردشگری

جدول شماره ۳- نظرات گروه نمونه در ارتباط با نقاط ضعف استان خراسان جنوبی

ردیف	نقاط ضعف	ضریب	رتبه	ضریب نهایی
۱	کمبود تأسیسات زیربنایی	۰,۰۵	۲	۰,۱۰
۲	کمبود امکانات رفاهی و اقامتی برای گردشگران	۰,۰۶	۱	۰,۰۶
۳	نبود نشانه‌های راهنما	۰,۰۴	۲	۰,۰۸
۴	فقدان بهداشت	۰,۰۹	۱	۰,۰۹
۵	عدم آگاهی بخش خصوصی از قابلیت‌های موجود	۰,۰۷	۱	۰,۰۷
۶	دسترسی مناسب به برخی از جاذبه‌ها	۰,۰۷	۱	۰,۰۷
۷	ضعف برنامه‌های تدوینی	۰,۰۸	۱	۰,۰۸
۸	کمی تعداد مؤسسات گردشگری	۰,۰۹	۱	۰,۰۹
۹	شناخت اندک و ناکافی مردم از قابلیت‌های بخش گردشگری	۰,۰۷	۲	۰,۱۴
۱۰	تأکید بر بخش خاصی از قابلیت‌های موجود	۰,۰۷	۲	۰,۱۴
۱۱	نگهداری نامناسب قابلیت‌های موجود	۰,۰۸	۱	۰,۰۸
۱۲	بهره‌گیری از افراد غیر متخصص و حرفه‌ای در برخی از موارد	۰,۰۶	۲	۰,۱۲
۱۳	رغبت اندک مردم به سرمایه‌گذاری در این صنعت	۰,۰۷	۱	۰,۰۷
۱۴	پراکندگی مراکز گردشگری و طولانی بودن مسیرهای دسترسی	۰,۰۹	۱	۰,۰۹
۱۵	تهدیدهای محیطی و اقلیمی	۰,۰۱	۲	۰,۰۲
	جمع کل	۱	-	۱,۳۱

همان‌طور که از مجموع امتیازات مشخص می‌گردد، امتیاز استان در ارزیابی عوامل داخلی بیشتر از ۳/۸۴ بوده و بنابر آنچه در مبانی تکنیک SWOT مطرح می‌باشد، عدد بیشتر از ۲/۵ بیانگر قوت داخلی موجود بوده و می‌توان با ارائه استراتژی‌های مناسب و سرمایه‌گذاری بر روی قابلیت‌های موجود، از این بخش به خوبی بهره‌برداری نمود.

در بخش عوامل بیرونی نیز دو عامل اساسی مورد توجه قرار گرفت که شامل تهدیدها و فرصت‌ها می‌باشد. ارزیابی‌های ناشی از این بخش ابتدا برای بخش تهدیدها در جدول شماره ۴، ارائه شده‌است. همان‌طور که از این جدول بر می‌آید، امتیاز نهایی این عوامل ۱/۳۸ است. در این مورد، مهم‌ترین عامل تهدیدکننده، فقدان نگاه همه‌جانبه‌نگر در بهره‌مندی از امکانات توریستی می‌باشد که ضریب نهایی ۰/۲۱ را به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۴- نظرات گروه نمونه در ارتباط با تهدیدها

ردیف	تهدیدها	ضریب	رتبه	ضریب نهایی
۱	آسیب‌پذیری مناطق هدف گردشگری	۰,۱۳	۱	۰,۱۳
۲	فقدان نگاه همه‌جانبه‌نگر در بهره‌مندی از امکانات توریستی	۰,۱۱	۲	۰,۲۱
۳	کاهش تنوع سنتی آداب و رسوم و رواج فرهنگ التقاطی	۰,۱۱	۱	۰,۱۱
۴	تخلیه روستاها و کویرزایی	۰,۰۹	۱	۰,۰۹
۵	تمایل اندک به گسترش خدمات بخش گردشگری	۰,۱۰	۲	۰,۲۰
۶	دوره‌های زمانی اندک بهره‌مندی از حضور گردشگران	۰,۱۲	۱	۰,۱۲
۷	کم‌تحرکی بخش خصوصی و حضور همه‌جانبه دولت	۰,۱۰	۲	۰,۲۰
۸	سرمایه اندک و ناچیر به ویژه در بخش خصوصی	۰,۱۰	۱	۰,۱۰
۹	پراکندگی روستاها و مراکز جمعیتی پذیرای گردشگران	۰,۰۸	۱	۰,۰۸
۱۰	تمرکز و تراکم مراکز اقامتی در بخش‌های خاص	۰,۰۸	۲	۰,۰۱۶
	جمع کل	۱	-	۱,۳۸

منبع: نگارنده، ۱۳۹۶

بر اساس نقطه نظرات نمونه شرکت‌کننده در این بررسی، در مجموع ۱۱ عامل به عنوان فرصت‌های استان در ارتباط با فعالیت‌های گردشگری مشخص شده‌است. این عوامل در مجموع امتیازی در حد ۳/۹۳ را کسب می‌کنند که در این بین، ضریب اختصاص یافته به روند رو به گسترش امکانات گردشگری به میزان ۰/۶۰ بالاترین امتیاز را کسب نموده‌است.

جدول شماره ۵- نظرات گروه نمونه در ارتباط با فرصت‌ها

ردیف	فرصتها	ضریب	رتبه	ضریب نهایی
۱	زیرساخت‌های حمل و نقلی قوی و منحصر به فرد	۰,۱۰	۴	۰,۴۰
۲	روند رو به گسترش امکانات گردشگری	۰,۱۲	۵	۰,۶۰
۳	موقعیت ترانزیتی و گذرگاهی	۰,۱۳	۴	۰,۵۱۲
۴	مجاورت با مهم‌ترین مراکز زیارتی	۰,۰۹	۵	۰,۴۵
۵	توجه ویژه دولت به منطقه در جهت محرومیت‌زدایی	۰,۱۰	۴	۰,۴۰
۶	مشوق‌های مالیاتی و مالی	۰,۰۹	۳	۰,۲۷
۷	جذب مجدد بومیان مختص و ثروتمند به منطقه	۰,۰۸	۳	۰,۲۵
۸	ایجاد بازارهای محلی و تولیدات ویژه	۰,۰۹	۴	۰,۳۶
۹	توسعه صنایع دستی	۰,۱۲	۳	۰,۳۶
۱۰	اعطای مشوق برای شناسایی و بازدید از منطقه	۰,۰۹	۴	۰,۳۶
۱۱	ایجاد شغل و حذف بیکاری	۰,۰۷	۳	۰,۲۱
	جمع کل	۱	-	۳,۹۳

منبع نگارنده، ۱۳۹۶

با توجه به اطلاعات ارائه‌شده در جداول فوق، مشخص می‌گردد که اختلاف فراتر از ۲/۵ است، بنابراین، می‌توان نتیجه‌گیری نمود که شرایط استان برای فعالیت در امر گردشگری تا حد زیادی مناسب می‌باشد. در واقع، شرایط کلی به نفع عوامل خارجی بوده و با توجه به تنگناهای محیطی و اجتماعی استان، این وضعیت نوید دهنده مساعدت‌های بیشتر دولت به این استان در جهت بهره‌برداری از قابلیت‌های موجود است. البته این شرایط می‌طلبد که با توجه به وضعیت موجود، سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها به نحوی باشد که بتوان از این امکانات به بهترین نحو بهره‌برداری نمود.

با توجه به این که در این ابزار تحلیلی، عوامل مثبت و منفی باید دو به دو با هم مد نظر قرار گرفته و در نهایت مورد ارزیابی قرار گیرند، جدول شماره ۶ تهیه و تنظیم شده‌است. در این جدول، چهار الگوی مختلف از ترکیب عوامل، ارائه شده‌است که هر یک از آنها نشانگر بخشی از شرایط و قابلیت‌های گردشگری و یا تنگناهای قابل تصور در استان خراسان جنوبی می‌باشد.

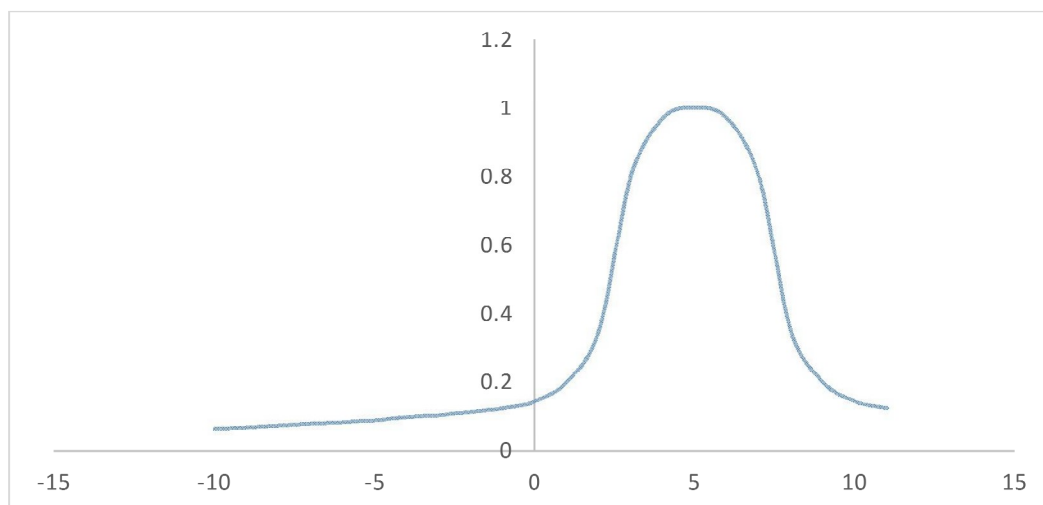
جدول شماره ۶- ترکیب عوامل داخلی و خارجی

عوامل بیرونی		عوامل درونی	
T	O	W	S
۱/۳۸	۳/۹۳	۱/۳۱	۳/۸۴
مجموع ضرایب عوامل مرکب			
WO	ST	WT	SO
۲/۶۲	۲/۴۸	۲/۶۹	۷/۷۷

منبع: نگارنده، ۱۳۹۶

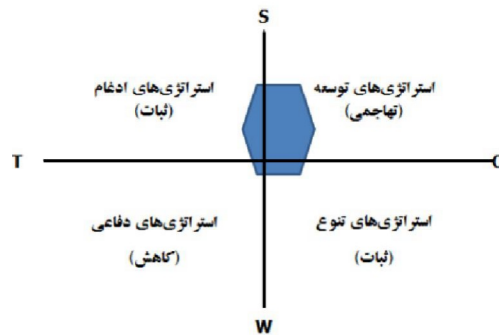
مطابق اطلاعات ارائه‌شده در جدول شماره ۵، بزرگ‌ترین عدد بدست آمده مربوط به عامل $SO = ۸$ است که شامل نقاط قوت و فرصت‌های استان خراسان جنوبی می‌باشد. این امر نشانگر آن است که زمانی می‌توان از قابلیت‌های بیرونی به درستی بهره‌برداری نمود که بتوان شرایط و فرصت‌های درونی را هماهنگ و مدیریت کرد.

به طور معمول، بهترین گزینه برای دستیابی به توسعه‌ای همه‌جانبه و مفید آن است که طوری عمل شود که نقاط ضعف در حداقل و نقاط قوت در حداکثر خود باشد (شکل شماره ۴). در این شرایط، تمامی عوامل تضعیف‌کننده با برنامه‌ریزی و به‌کارگیری اعتبارات از بین رفته و تأکید و توجه به دو یا سه عامل که بالاترین نقش را در توسعه گردشگری دارند، محدود می‌شود. اما در عمل، دسترسی به این شرایط چندان امکان‌پذیر نمی‌باشد و به همین جهت برای آن که به سیاست کلی و قابل اجرا در استان دست پیدا نماییم، باید بتوانیم تمامی این امتیازات و قابلیت‌ها را به طور هماهنگ و هم‌جهت مورد بهره‌برداری قرار دهیم.



شکل شماره ۴، وضعیت ایده‌آل برای دستیابی به نقاط قوت کامل در امر توسعه گردشگری استان

در ابزار تحلیل SWOT برای تعیین وضعیت کلی راهبردهای منطقه، ضریب نهایی هر بخش در یک محور مختصات واحد مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. به این معنا که وقتی موقعیت هر بخش از برخورد خطوط افقی و عمودی محور به دست‌آمد، محل تلاقی این محورها به هم متصل می‌گردد تا وضعیت سیاست کلی منطقه تعیین گردد. بر این اساس، هر یک از بخش‌ها که بیش‌ترین کشیدگی را به خود اختصاص دهد، وضعیت راهبرد اصلی منطقه را نشان می‌دهد. همان‌طور که در شکل شماره ۵ مشاهده می‌شود، بیش‌ترین کشیدگی در این محور مربوط به استراتژی‌های تهاجمی است. بنابراین، باید سیاست‌گذاری‌های کلی استان برای توسعه صنعت گردشگری بر این محور متمرکز می‌گردد. به عبارت دیگر، استراتژی مورد عمل در این محدوده استراتژی تهاجمی بوده که راهبردهای رشد را توصیه می‌کند. زیرا سیستم با چندین فرصت محیطی روبروست و قوت‌های بسیاری دارد که استفاده از فرصت را ترغیب می‌نماید.



شکل شماره ۵، ماتریس ارزیابی موقعیت و تدوین استراتژی مناسب

نتیجه‌گیری

اطلاعات و داده‌های به دست آمده در این تحقیق مشخص ساخت که با توجه به قابلیت‌ها و تنگناهای استان خراسان جنوبی، این استان در مجموع بر خلاف اکثر نقاطی که سعی در توسعه صنعت گردشگری دارند و بیشتر بر زمینه‌های تاریخی و فرهنگی خود تأکید می‌کنند، باید از قابلیت ترانزیتی منطقه بهره‌برداری نموده و در واقع، نمی‌تواند صرفاً به استراتژی‌هایی اتکا نماید که عوامل ظاهری و معمول توسعه گردشگری را مد نظر قرار می‌دهند. به عنوان مثال، استراتژی تنوع یا ST عمدتاً بر تنوع بخشی فعالیت‌ها و عملکردهای مختلف بخش گردشگری تأکید دارد که این استان در این زمینه از قابلیت چندانی برخوردار نیست.

در بخش استراتژی‌های بازنگری یا WO این شرایط مطرح بوده و دایره عمل بسیار محدود است و اساساً چون تاکنون فعالیت قابل ملاحظه‌ای صورت نگرفته، نمی‌توان اقدام گسترده‌ای را انجام داد. در ارتباط با استراتژی‌های تدافعی (WT) نیز می‌توان اقداماتی انجام داد، اما اثر بخشی این موارد نیز در حدی نیست که بتوان بودجه و اعتبار اندک موجود را در آن هزینه نمود.

بر اساس نتایج به دست آمده در این تحقیق، با تمرکز بر استراتژی‌های رقابتی-تهاجمی (SO) که راهبردهای رشد را توصیه می‌کنند، می‌توان از طریق ماندگاری بیشتر مسافران در استان از طریق معدود مراکز فرهنگی و تاریخی، افزایش سفرهای درون استانی توسط خود ساکنین، ایجاد و یا ارتقای برخی از شرایط موجود که در حال حاضر چندان جدی گرفته نمی‌شود و همچنین ایجاد هماهنگی در بین ادارات و نهادهای خصوصی و دولتی جهت یکپارچه‌سازی گردشگری پایدار و حمایت و تشویق بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری، مورد توجه قرار داد. با توجه به این شرایط و نظر به این که به دلیل موقعیت ترانزیتی منطقه، گروهی از مسافران به ناچار از این منطقه عبور خواهند کرد، بیشتر بحث خدمات است که می‌تواند شرایط منطقه را در ارتباط با فعالیت‌های توریستی دچار تحول نماید. این در حالی است که بررسی‌های قبلی نشانگر آن است که به دلیل ضعف‌های مدیریتی و سیاست‌گذاری، تاکنون موفقیت-چندانی به دست نیامده است (صابری‌فر، ۱۳۹۶، ۶۸). بنابراین، تأکید بیش از حد بر سایر ابعاد نمی‌تواند در کوتاه مدت نتایج چشم‌گیری به همراه داشته‌باشد.

به هر حال، در بلند مدت و برای دستیابی به یک سیاست یکپارچه و اثربخش، با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی قابل تصور در آینده نزدیک، باید از مجموع سیاست‌های مطرح در بخش گردشگری بهره‌برداری به عمل‌آورد. به عبارت دیگر، ضمن توجه به تنوع بخشی در امکانات و خدمات، ارائه برنامه‌های

تبلیغاتی و معرفی دقیق‌تر اماکن تاریخی در دستور کار قرار گیرد. در کنار آن، ایجاد بازارهای محلی به خصوص برای عرضه صنایع دستی، بازرگاری در نحوه‌ی برنامه‌ریزی‌ها، توسعه و تجهیز زیر ساخت‌ها، توزیع خدمات و امکانات و اطلاع‌رسانی و همچنین برگزاری نشست‌ها، ایجاد آژانس‌های گردشگری، امتیاز خاص به سرمایه‌گذاران در زمینه‌ی گردشگری و... توصیه می‌شود.

منابع و مآخذ:

- ۱- ارمغان، سیمین. ۱۳۸۵. توریسم و نقش آن در جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی. تهران. ۱۹۳ صفحه.
- ۲- استانداری خراسان جنوبی. ۱۳۹۶. سرمایه‌گذاری در استان. معاونت بودجه. بیرجند. ۸۶ صفحه.
- ۳- بهزادفر، مصطفی، زمانیان، روزبه. ۱۳۸۷. برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری با تکیه بر بخش محصول. علوم مهندسی، ۶: ۸۹-۱۰۳.
- ۴- پارسایی، الهام. ۱۳۹۴. امکان سنجی نواحی مستعد توسعه اکوتوریسم. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس ۱۸۶ صفحه.
- ۵- پیرز، جان، رابینسون، ریچارد. ۱۳۹۳. مدیریت راهبردی، اجرا و کنترل. انتشارات سمت، تهران. ۱۲۳ صفحه.
- ۶- ترشیزیان، پیروش. ۱۳۹۶. برنامه‌ریزی و سامان‌دهی فضاهای شهری در راستای توسعه شهری. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- ۷- تقوایی، مسعود، صفرآبادی، اعظم. ۱۳۹۰. نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری مطالعه موردی شهر کرمانشاه. مجله مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۴: ۳۵-۵۲.
- ۸- توکلی، دلبر. ۱۳۸۷. فصل جدید گردشگری در کارنامه ایران، دنیای تجارت، سال دوم، شماره ۱۲: ۱۴-۲۲.
- ۹- ثروتی، محمدرضا، کزازی، الهام. ۱۳۸۵. ژئوتوریسم فرصت‌های برنامه‌ریزی آن در استان همدان، مجله فضای جغرافیایی، شماره ۱۲: ۱-۲۰.
- ۱۰- حیدری، رحیم. ۱۳۸۷. برنامه‌ریزی صنعت گردشگری. انتشارات سمت، تهران. ۲۱۱ صفحه.
- ۱۱- دیوید، فرد آر. ۱۳۸۴. مدیریت استراتژیک. ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران. ۱۲۳ صفحه.
- ۱۲- رحمانی، محمود. ۱۳۸۵. آمایش سرزمین و توسعه پایدار روستائی با رویکرد گردشگری. مجله جمعیت، شماره ۶۱ و ۶۲: ۸۱-۸۹.
- ۱۳- رضوانی، علی‌اصغر. ۱۳۷۴. جغرافیا و صنعت توریسم، پیام‌نور، تهران. ۲۱۱ صفحه.
- ۱۴- رضوانی، علی‌اصغر. ۱۳۸۸. جغرافیا و صنعت توریسم. دانشگاه پیام‌نور، تهران. ۲۱۱ صفحه.
- ۱۵- الرفاعی، طالب. ۱۳۸۷. دومین همایش بین‌المللی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری. آریانا گردشگر، تهران.
- ۱۶- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، مهدوی، داوود. ۱۳۸۵. راهکارهای توسعه گردشگری روستایی در دهستان لواسان کوچک با استفاده از مدل SWOT. فصلنامه مدرس علوم انسانی، شماره ۲۰: ۱-۲۰.
- ۱۷- رنجبریان، بهرام، زاهدی، محمد. ۱۳۷۹. برنامه‌ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای. نشر دانش، اصفهان. ۲۱۷ صفحه.
- ۱۸- زاهدی، شمس‌السادات. ۱۳۸۵. مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار، با تاکید بر محیط زیست. انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی. تهران. ۱۹۸ صفحه.

- ۱۹- زمانی، حامد، خداوردی‌لو، سهیلا. ۱۳۸۸. راهبردهای توسعه گردشگری روستایی در شهرستان پاسارگارد با استفاده از تکنیک SWOT. دومین همایش ملی علوم جغرافیایی، ایرانگرد و جهانگردی، تهران.
- ۲۰- زنگی‌آبادی، علی، محمدی ده‌چشمه، محمد. ۱۳۸۷. امکان سنجی توانمندی‌های گردشگری طبیعی استان چهارمحال و بختیاری به روش SWOT. مجله محیط‌شناسی، ۴۷: ۲۱-۳۴.
- ۲۱- زیاری، کرامت‌اله، ۱۳۸۳. مکتب‌ها، نظریه‌ها و مدل‌های برنامه و برنامه‌ریزی منطقه‌ای. انتشارات دانشگاه یزد، یزد. ۲۸۷ صفحه.
- ۲۲- سبحانی، بهروز. ۱۳۸۹. شناخت پتانسیل‌های گردشگری منطقه آبگرم سردابه در استان اردبیل با روش SWOT. مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، شماره ۴: ۱۲-۲۲.
- ۲۳- سقایی، مهدی، جوانبخت قهفرخی، زهره، مافی، عزت‌اله. ۱۳۹۱. تحلیل نقش مراکز خرید در رابطه با گردشگری و زیارت در کلانشهرها، مطالعه موردی: کلان شهر مشهد. مجله مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، شماره ۸: ۷۷-۱۰۱.
- ۲۴- سلطانی، ناصر، موسوی، میرنجف، سلامی، هادی. ۱۳۹۲. راهبردهای توسعه گردشگری از دیدگاه ارائه‌کنندگان خدمات با استفاده از مدل‌های دلفی و فرآیند تحلیل شبکه، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، شماره ۱۲: ۱۹-۳۹.
- ۲۵- سلطانی، علی‌محمد، قاضی‌نوری، سپهر. ۱۳۸۴. بکارگیری ماتریس SWOT در استخراج استراتژی‌های ملی نانو تکنولوژی در ایران. نشریه دفتر همکاری‌های فن‌آوری. ریاست جمهوری، تهران. ۱۲۶ صفحه.
- ۲۶- صابری‌فر، رستم و حسین‌زاده، حسن، ۱۳۹۵. تاثیر صنعت گردشگری بر روستائیان فقیر. همایش توسعه روستایی، دانشگاه گیلان، رشت.
- ۲۷- صابری‌فر، رستم، ۱۳۹۶. عملکرد صنعت گردشگری در شهرهای استان خراسان جنوبی. فصلنامه علوم فرهنگی، شماره ۲: ۶۱-۷۹.
- ۲۸- صابری‌فر، رستم، ۱۳۹۱. مطالعه و بررسی جابه‌جایی سرمایه از شهرهای مرزی و پیامدهای اقتصادی و اجتماعی آن، همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت، چالش‌ها و رهیافت‌ها، زاهدان.
- ۲۹- صابری‌فر، رستم، ۱۳۸۹. مقایسه صنعت گردشگری در شهرهای استان خراسان جنوبی، مجله مدرس علوم انسانی، شماره ۲: ۶۱-۷۹.
- ۳۰- شمعی، علی، موسی‌وند، جعفر. ۱۳۹۰. سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیر ساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل AHP و topsis، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، شماره ۱۰: ۱-۱۸.
- ۳۱- فرج‌زاده اصل، منوچهر. ۱۳۸۴. سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه‌ریزی توریسم. نشر سمت، تهران. ۲۵۷ صفحه.
- ۳۲- فیض‌بخش، هوشنگ. ۱۳۷۹. صنعت جهانگردی در ایران و جهان، انتشارات مدرسه عالی خدمات جهانگردی و اطلاعات، تهران. ۱۸۹ صفحه.

- ۳۳- قادری، رضا، ابوبکری، طاهر. ۱۳۸۸. بررسی قابلیت‌ها و تنگناهای توسعه توریسم شهرستان سردشت با استفاده از تکنیک SWOT، دومین همایش ملی علوم جغرافیایی ۱۵ و ۱۶ مهرماه ۱۳۸۸ - دانشگاه پیام نور استان آذربایجان غربی، ارومیه.
- ۳۴- مافی، عزت‌اله، سقایی، مهدی، ۱۳۸۸. کاربرد مدل SWOT در تحلیل مدیریت گردشگری، مطالعه موردی: کلانشهر مشهد. فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۱۴: ۱۳-۲۵.
- ۳۵- محلاتی، صلاح‌الدین. ۱۳۸۰. درآمدی بر جهانگردی. چاپ اول، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران. ۱۴۸ صفحه.
- ۳۶- مهدوی، داوود. ۱۳۸۲. توسعه صنعت توریسم و ارائه مدل استراتژیک SWOT در دهستان لواسان کوچک. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران. ۱۸۹ صفحه.
- ۳۷- نوروزی اورگانی، اصغر، نوری، هدایت‌اله. ۱۳۸۳. ارزیابی توان محیطی برای توسعه توریسم در دهستان چغاخور، مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان، شماره ۱۴: ۲۶-۳۹.
- ۳۸- هریسون، جفری، جان، کارون. ۱۳۸۲. مدیریت استراتژیک. ترجمه بهروز تالی. انتشارات دانشگاه تهران. ۲۳۱ صفحه.
- 39-Fennell, David. 2017. Ecotourism. Rutledge. London. 321 p.
- 40-Murphy, Peter. 2015. Tourism, Community Approach. PNT. New York. 198 p.
- 41-Nepal, Sanjay. 2000. Tourism in protected areas the Nepalese Himalaya. Annals of Tourism Research, No 3: 12-20.
- 42-Perr, Allen. 1997. Tourism. Applied climatology. No. 2: 26-37.
- 43-Tiago, Neve, Carla, Campos. 2015. International Tourism and Economic Growth: A Panel Data Approach. Natural Resources Management (NRM). NOTA Dilavoro 141. 321 p.
- 44- Whelan, Thomas, Hunger, David. 1995. Strategic management and business policy (5th Ed.), Reading, MA: Addison-Wesley. 345 p.
- 45-WTO (World Tourism Organization). 2016. Basic document. WTO. Madrid. 347 p.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.