بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر احداث کمپینگ در راستای اسکان گردشگران

(مطالعه موردی: روستای گردشگری کریک، استان کهگیلویه و بویراحمد)

**چکیده**

امروزه مناطق روستايي در كشورهاي درحال‌توسعه، به‌ویژه در كشور ما با چالش­هاي متعدد اقتصادي- اجتماعي مواجه‌اند. به‌طوری‌که فعاليت‌هاي كشاورزي به‌تنهایی نمي‌تواند بقاي آن‌ها را با توجه به محدوديت‌هاي فوق‌الذكر به‌ویژه در توسعه اقتصادي از قبيل ايجاد اشتغال و درآمد براي ساكنين اين مناطق تضمين كند. از مهم‌ترین عناصر صنعت توريسم، واحدهاي اقامتي و رفاهی‌اند و کمپ­های گردشگری ازجمله مکان‌های اقامتی هستند که برای استفاده تمامی اقشار جامعه طراحی و ساخته می­شوند. روستا کریک که شباهت زیادی با ماسوله گیلان دارد، در زمره­ي استثنایی‌ترین روستاهاي ايران قرارداد که هرساله هزاران گردشگر براي بازديد از اين روستا سفر مي­کنند. يکي از ابتدایی‌ترین و درعین‌حال ضروری‌ترین نيازهاي اين روستا توسعه زیرساخت‌های گردشگري ازجمله احداث اقامتگاه­هاي کوتاه‌مدت همچون احداث کمپینگ می‌باشد. هدف پژوهش حاضر امکان‌سنجی احداث کمپینگ در روستای کر یک می­باشد. روش تحقيق به‌صورت توصيفي- تحليلي می‌باشد. نوع تحقیق کاربردی می‌باشد روش گردآوری اطلاعات به‌صورت کتاب‌خانه‌ای و میدانی (پرسشنامه و مصاحبه)، جهت تجزیه‌وتحلیل اطلاعات بعد مشخص کردن نقاط قوت، ضعف، فرصت­ها و تهدیدها از تکنیکSWOT استفاده‌شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل سه گروه با استفاده از روش نمونه‌گیری کوکران برای سرپرست خانوارها (مردم روستا) 60 نفر، گردشگران با حجم نمونه 100 و کلیه کارشناسان متخصص گردشگری در شهرستان دنا 20 نفر به‌عنوان نمونه انتخاب‌شده‌اند.نتایج حاصل از این پژوهش بیانگر این مطلب است که ایجاد کمپينگ گردشگري در روستاي کر یک می­تواند باعث جذب گردشگران، افزايش ماندگاري آن‌ها و ساماندهي نظام اسکان گردشگران در این روستا شود.

**واژه‌های کليدي:** استان کهگیلویه و بویراحمد.، ساماندهی، کمپينگ گردشگری، گردشگري روستاي.

**بیان مسئله**

مناطق روستايي در حاشيه مانده در كشورهاي درحال‌توسعه براي بقاي خود با محدوديت متعددي به‌ویژه در توسعه اقتصادي مواجه‌اند؛ زيرا كه، اشتغال و درآمدهاي حاصل از فعاليت‌هاي كشاورزي به‌تنهایی توانايي نگه داشت جمعيت در حال رشد آن‌ها را نداشته و همين امر منجر به آسيب‌پذيري و شكننده بودن شرايط اقتصادي، كيفيت پایین سطح زندگي، نارسايي‌هاي زيرساختي- خدماتي و نظاير آن مي‌شود. به همين دليل بايستي گزينه‌هاي جديدي با استفاده از منابع محلي و ظرفيت‌هاي موجود اين مناطق موردتوجه قرار گيرد (Zamora, 2011: 115). امروزه باوجود پیشرفت‌های عظيم بشري حاصل‌شده، هنوز توسعه روستايي با مسائل و چالش‌های متعددي مواجه است، زيرا که راهبردهای گذشته درزمینه‌ی توسعه روستايي موفقیت‌آمیز نبوده و نتوانسته است مسائلي همچون فقر، اشتغال، بهداشت، امنيت غذايي و پايداري محیط‌زیست را رفع کند (افتخاري،2:1385). توريسم روستايي به‌عنوان يك فعاليت چند كاركردي، شبكه‌ها و ارتباطات بين فعاليت‌هاي متعدد موجود در مناطق روستايي از قبيل كشاورزي، اوقات فراغت، صنایع‌دستی و محلي، نوآوری‌های فرهنگي و نظاير آن را تقويت مي‌كند كه اين ارتباطات مي‌تواند به متنوع سازي اقتصادي و درنهایت توسعه جوامع محلي كمك كند (Figueiredo & Raschi, 2013:1). ازاین‌رو، توريسم روستايي به‌عنوان يك فعاليت جايگزين براي دو دليل موردتوجه برنامه‌ريزان قرارگرفته است (Drăgulănescu & Druţu, 2012:196): الف) توانايي توريسم در كمك به حل مسائل و چالش‌هاي پيش روي مناطق روستايي از قبيل برنامه‌ريزي، تعادل روستا- شهري، زمينه‌سازي براي تغييرات اجتماعي و ب) زمينه‌سازي براي توسعه اقتصادي و زيرساختي و دسترسي بهتر به فرصت‌هاي اشتغال و درآمد؛ كه هردوی اين اهداف به ساكنين روستايي براي ماندگاري در روستا كمك می‌کند. از منظر توسعه پايدار، طرح‌های گردشگري روستايي بايستي احساس مسئوليت گردشگران را در حمايت از ساکنين اين نواحي و اکوسيستم آن فراهم آورد و علاوه بر آن به آداب‌ورسوم و شيوه زندگي مردم بومي احترام بگذارد (al,2009:300 (Yiping. به‌عبارت‌دیگر مشارکت جامعه محلي کليد گردشگري پايدار روستايي است (Babu singh et al,2009:404). يکي از راهبردهايي که براي تقويت نواحي محروم و داراي قابليت توسعه مطرح‌شده است، توسعه و گسترش توريسم در مناطقي است که داراي پتانسیل‌های لازم براي توسعه گردشگري می‌باشند (حيدري،34:1387). گردشگري روستايي با قدمتي بيش از يک قرن با ارائه جذابیت‌ها و ايجاد تمايل در استفاده از فضاي ویژگی‌های محيط روستايي براي گردشگران شده (Sharpley,1997) و همچنين به‌عنوان کاربردي جهت بهبود و ارتقاء شاخص‌های اقتصادي، اجتماعي، فرهنگي و زیست‌محیطی منطقه ميزبان موردتوجه بسياري واقع‌شده است (Kascak,1998:83). در حال حاضر بزرگ‌ترین معضلي که کشور ما در گردشگري و جذب گردشگر با آن مواجه است، نبود تأسيسات اقامتي و خدمات‌رسانی به گردشگران است (تقوايي واکبری،1387: 238). کمپينگ­هاي گردشگري مجموعه­اي از كاركردهايي مي­باشد كه براي ارائه خدمات اقامتي، پذيرايي، بهداشتي، اورژانسي، تفريحي و گردشگري همراه با تأسیسات و تجهيزات و خدمات بانكي و مخابرات و...موردنیاز با يك مديريت متمركز و با كنترل و نظارت‌های كافي براي گردشگران در سطوح و عملکردهای متفاوت پیش‌بینی و ساخته می‌شود (نادعلي، 1390: 3). روستای کر یک از توابع شهرستان دنا در استان کهگیلویه و بویراحمد با مرکزیت یاسوج دارای اقلیم سرد و کوهستانی که درشیب ملایم رشته‌کوه زاگرس قرارگرفته است. این روستا که شباهت زیادی با ماسوله گیلان دارد، در زمره­ي استثنایی‌ترین روستاهاي ايران قرارداد که هرساله هزاران گردشگر براي بازديد از اين روستا سفر مي­کنند. و از دیگر ویژگی‌های این روستا بافت متراکم و پلکانی آن می‌باشد که به‌صورت طولی در کنار رودخانه شکل‌گرفته است ازجمله عوامل مؤثر در شکل‌گیری معماری این روستا می‌توان به توپوگرافی زمین، اقتصاد حاصل از معیشت، عوامل اقلیمی و وضعیت اجتماعی و فرهنگی مردم اشاره کرد. این معماری پلکانی باعث شده است که سالانه نزدیک به 100هزار نفر گردشگر را پذيرا مي­باشد. ولي ازلحاظ امکانات رفاهي و تسهيلات اقامتي در وضعيت مطلوبي قرار ندارد؛ بنابراین تأسیسات و تجهيزات موردنیاز گردشگران، استقرار مکاني است، که بتواند به بهترين وجه خدمات موردنیاز گردشگران را فراهم آورد و باعث ساماندهی نظام اسکان گردشگران و افزایش ماندگاری گردشگران در آن منطقه باشد. با توجه به اينکه زیرساخت‌های گردشگري ازجمله مراکز اقامتي کوتاه‌مدت می‌تواند نقش مهمي در جذب و ماندگاري گردشگران داشته باشد، لذا هدف از این پژوهش بررسی و امکان‌سنجی احداث کمپینگ در روستای کریک می­باشد؛ که در این راستا به سؤال آیا توانمندی‌ها و پتانسیل­های گردشگری روستای کر یک، امکان احداث کمپینگ در این روستا را فراهم می‌آورد؟ جواب می‌دهد.

**مبانی نظری پژوهش**

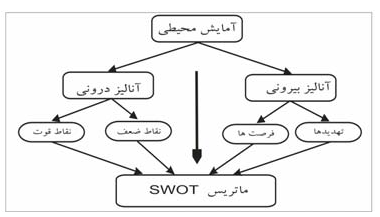
ارائه يک تعريف مشخص و دقيق براي کمپينگ مشکل است، زيرا کمپينگ­ها اقامتگاه­هاي ويژه­اي هستند که در مناطق خاص ساخته می‌شوند و شيوه ساخت، طراحي و امکانات آن بستگي به شرايط و ويژگي­ها منطقه دارد. لغت­هاي اردوگاه و محل اُتراق نيز در کشور ما رايج است که برخي هم‌معنی با کمپينگ استفاده‌شده است (دو گلاس[[1]](#footnote-1)، ۱۹۷۴: 30). واژه کمپ از واژه لاتين کام پیوس[[2]](#footnote-2) به معني زمين روباز، صحرا و ... گرفته‌شده است. ديکشنري لانگ من[[3]](#footnote-3) کمپينگ را محلي معرفي می‌کرد که يک فرد، خانواده، گروه و يا حتي يک واحد نظامي ممکن است در آنجا اقامت کنند. به‌طورمعمول کمپينگ­ها محدوده‌های نسبتاً وسيعي از سطح زمين باز را شامل می‌شوند که فضاهاي متنوعي را جهت استقرار افراد در داخل چادرها، کلبه‌ها، ساختمان‌های موقت و ...را در برمی‌گیرند (Longman,2005:190-191). طبق تعريف بین‌المللی ابرت[[4]](#footnote-4) در سال 1962 کمپينگ را محل سکونت قابل‌حمل از طرف مصرف‌کننده به مدت موقت، به‌منظور استراحت در فضاي آزاد تعريف می‌کند. بر اين اساس اقامتگاه، کمپينگ محلي است که امکان اقامت قابل‌حمل را فراهم می‌کند (محبوبه­اي، 269:1375). کمپینگ­ها امروزه نقش مهمی در توسعه فعالیت‌های گردشگری ایفاء می‌کنند. نقش کمپینگ ها در صنعت گردشگری حداقل در سه سطح،اقتصادی گردشگری، توزیع و پراکنش گردشگر در نقاط مختلف و ارائه فضاهای کالبدی مناسب به‌صورت ترکیب فضاهای سربسته و روباز که چشم‌انداز دائمی مناسبی برای گردشگر ایجاد می­نماید بروز می‌کند این ویژگی­ها و خصوصیات کمپینگ­ها بر نحوه آرایش فضایی کمپینگ­ها و استقرار ابنیه و تأسیسات اثر مستقیمی می‌گذارد (سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری،1386: 1). امروزه بسياري از خانواده‌های اروپايي ترجيح مي­دهند که ايام کوتاهي از سال را خارج از خانه‌های خود در دل طبيعت کنار جنگل‌ها و سواحل سپري کنند و اين امر هم‌اکنون به يک فرهنگ تبدیل‌شده است. در همين راستا، در اکثر کشور­هاي پيشگام در صنعت توريسم باوجود برخورداري از زنجیره‌های گسترده­اي از هتل­ها، متل­ها و ساير فضاهاي اقامتي، فضاهايي تحت عنوان کمپينگ« با تعريف مشخصي از خدمات اقامتي براي گردشگران پیش‌بینی‌شده‌اند. اهداف اساسي از پیش‌بینی چنين فضاهايي، کاهش هزینه‌های خدمات اقامتي ضمن پاسخ‌گویی به تنوع سليقه­اي افراد است (عرفاني،1:1389). مکان‌یابی کمپینگ­ها اغلب تابعی از تقاضا­ی گردشگری، وجود اراضی مناسب و کافی، دسترسی‌های مناسب به سایر نقاط ازجمله نواحی خدماتی و شهری و ... می‌باشد بااین‌حال گاهی این ویژگی­ها در کنار یک جاذبه گردشگری مشاهده می‌گردد و مکان کمپینگ هم‌جوار با یک جاذبه گردشگری انتخاب می‌گردد. (سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری،1386: 6).محل سکونت در کمپينگ­ها بسته به شرايط متفاوت است، در بعضي از کمپينگ­ها تنها محل سکونت چادر است که توسط خود مسافر آورده می‌شود يا به وي کرايه داده مي­شود. کمپينگ به‌وسیلۀ سکوهايي (معمولاً به ابعاد 6\*6 متر) امکان نسب چادر را فراهم می‌کند. در بعضی دیگر اتاقک‌های قابل‌حمل سقف دار فلزي يا از جنس فايبر گلاس که در فارسي به آن کاروان مي­گویند وجود دارد، اين اتاقک‌ها يا به‌وسیلۀ خود مسافر آورده می‌شود که در کشور ما رايج نيست و یا از طرف اقامتگاه اجاره داده می‌شود. نوع دیگر آلاچیق‌های چوبی می­باشد. (مهندسان مشاور هفت شهر، 2:1386) کمپينگ­ها بر اساس ویژگی‌های مکاني که در آن واقع هستند، انواع مختلفي دارند. ازجمله کمپينگ جنگلي، کمپينگ کوهستاني، کمپينگ ساحلي و... همچنين کمپينگ­ها را ازنظر تعداد افراد استفاده‌کننده از آن به کمپ­هاي انفرادي، خانوادگي و گروهي تقسيم می‌کنند (همان:2). کمپينگ­ها خدمات متفاوتي به مسافرين خود ارائه می‌دهند. برخي ازآن‌ها صرفاً امکانات ابتدايي نظير چادر و سرویس‌های بهداشتي معمولي را در اختيار ساکنين خود می‌گذارند، ولي برخي ديگر خدمات بيشتري نظير سرويس­هاي بهداشتي مجهز، حمام، زمین‌بازی، حتي گاهي استخر شنا و ماهيگيري، مسيرهاي طراحی‌شده پياده­روي، پيست دوچرخه­سواري و زمين­هاي بازي را نيز دارا هستند، ولي آنچه در کمپينگ­ها همواره موردتوجه خاص قرارگرفته، صرفه اقتصادي آن است به‌نحوی‌که خدمات آن‌ها به صورتی می‌باشد که هزينه چنداني به مسافرين خود تحميل نمي­کند (نادعلي،1390: 39).

**پیشینه پژوهش**

مطالعاتي که تاکنون درزمینهٔ امکان­سنجی تسهیلات و امکانات رفاهی گردشگران صورت گرفته در ابعاد گوناگوني انجام‌شده است، پاره­اي از اين تحقيقات به شرح ذيل مي­باشد: گراسان[[5]](#footnote-5) و همکاران (2010) به اين نتيجه رسيدند که براي افزايش ماندگاري توريست­ها و طولاني شدن فصل گردشگري و غنی‌سازی و تقويت کمپينگ­ها به‌وسیله تنوع برنامه‌ها و خدمات، تغيير شکل ساختار کيفي کمپينگ­­ها و تطبيق آن با استاندارد­هاي اروپا مهم است. تقوايي و همکاران (1390)­ در پژوهشي به امکان­سنجی و مکان­يابي دهکده گردشگري در ساحل درياچه کافتر شهرستان اقليد پرداخته‌اند و مکان دهکده گردشگري را در ضلع شمالي درياچه پيشنهاد داده­اند. نادعلي (1390) به مطالعه مکان­يابي کمپينگ­هاي گردشگري در شهر اصفهان با استفاده از سيستم اطلاعات جغرافیایی GIS پرداخته و چنین نتیجه می­گیرد که ايجاد کمپينگ­هاي گردشگري در شهر اصفهان مي­تواند باعث جذب گردشگران و ساماندهي فضايي و کالبدي شهر اصفهان شود. جمشيدي (1381) به بررسي مکان­هاي مناسب براي اقامت مسافران در شهر اصفهان پرداخته و به اين نتيجه رسيده است که براي توسعه صنعت گردشگري، علاوه بر وجود جاذبه‌های گردشگري وجود تأسیسات و امکانات زیرساختی نيز لازم است و همچنين امکان ساخت کمپينگ در اصفهان وجود دارد.

**روش پژوهش**

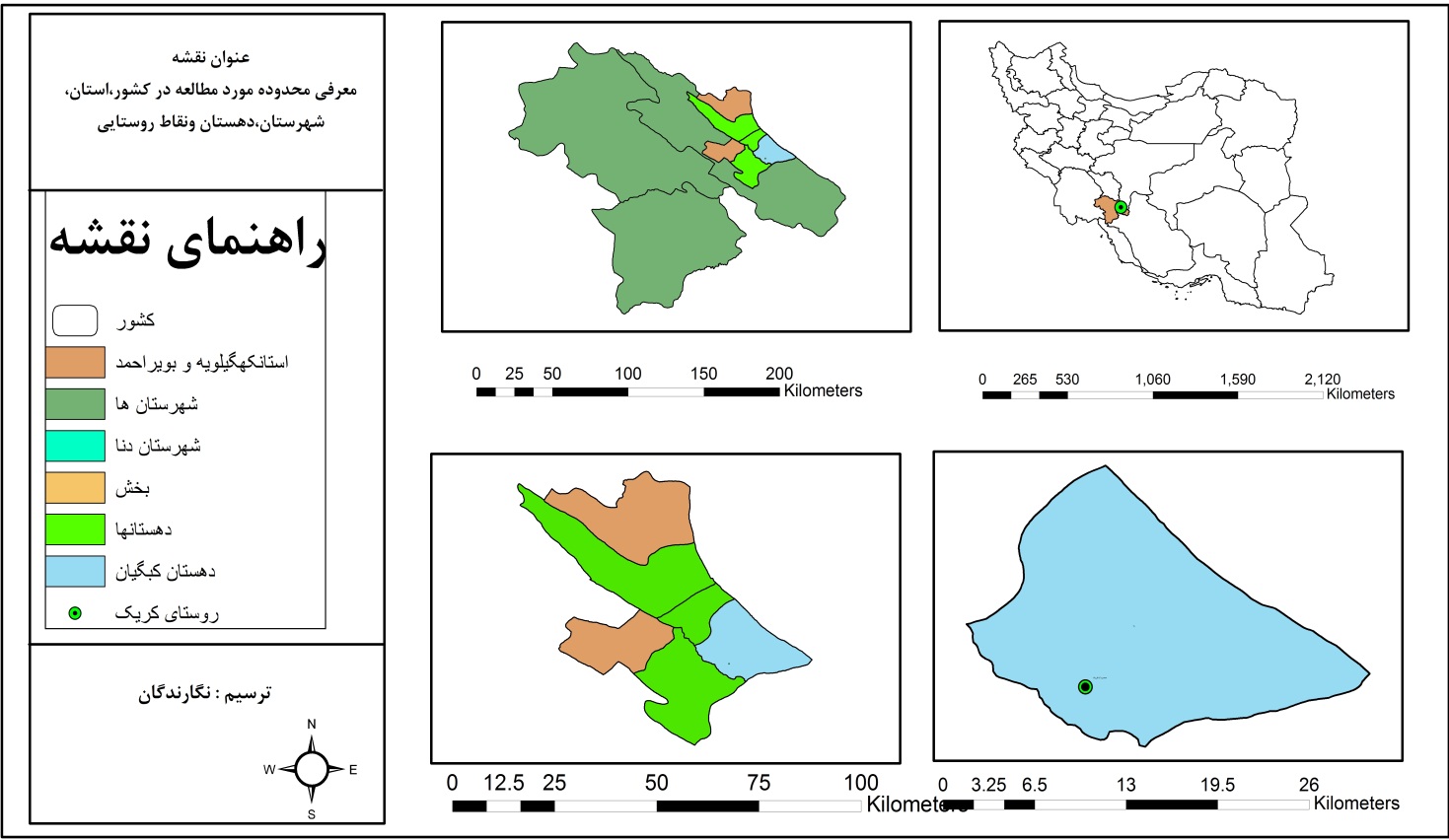
روش تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی، تحلیلی بوده و برای جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه­­­­­­­­ای و بررسی­های میدانی استفاده‌شده است. برای بررسی توان­های گردشگری منطقه مطالعات میدانی، تهیه و تنظیم و تکمیل پرسشنامه­ صورت گرفته است، سپس با استخراج و تحلیل یافته­ها با استفاده از تکنیک SWOT پرداخته‌شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل سه گروه با استفاده از روش نمونه‌گیری کوکران برای سرپرست خانوارها (مردم روستا) 60 نفر، گردشگران با حجم نمونه 100 و کلیه کارشناسان متخصص گردشگری در شهرستان دنا 20 نفر به‌عنوان نمونه انتخاب‌شده‌اند.



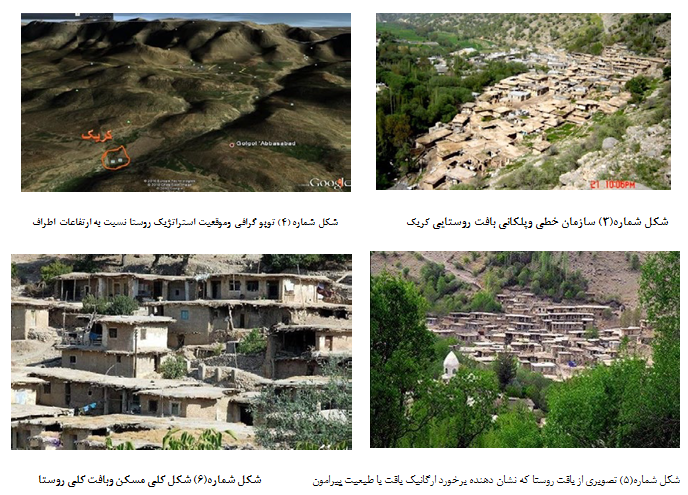
شکل شماره (1): مدل مفهومی از تکنیک سوات (SWOT)

**معرفی محدوده موردمطالعه**

شهرستان دنا با مختصات جغرافیایی 54 دقیقه و 50 درجه تا 34 دقیقه 51 درجه طول شرقی و 39 دقیقه و 30 درجه تا 18 دقیقه و 31 درجه عرض شمالی و روستای کر یک با مختصات جغرافیایی 51 درجه 25 دقیقه طول جغرافیایی و 35 درجه و 48 دقیقه عرض جغرافیایی واقع‌شده؛ و ارتفاع آن از سطح دریای آزاد 3000 متر است. روستایی کر یک از توابع بخش مرکزی شهرستان دنا در فاصله 15 کیلومتری شهر سی سخت و 25 کیلومتری مرکز استان کهگیلویه و بویراحمد (یاسوج) قرار دارد ازلحاظ موقعیت: روستای کر یک از شرق با روستای عباس‌آباد از شمال غرب با روستای دره چناری، از جنوب شرق با روستای تل گاوی، و قسمت شرقی روستا به رودخانه بشار محدود می‌شود. شهرستان دنا در سال 1390 دارای 9600 خانوار و 46217 نفر جمعیت داشته است که روستای کر یک 1250 نفر جمعیت و 350 خانوار می‌باشد. (معاونت برنامه‌ریزی استانداری کهگیلویه و بویراحمد،31:1390).

****

شکل شماره (2): معرفی محدوده موردمطالعه در سطح کشور،استان، شهرستان و نقطه روستایی





شکل شماره (7): بافت پلکانی و فشرده روستای کریک.

**یافته‌های تحقیق**

برای یافته‌های تحقیق از مدل SWOT كه حروف اول چهار كلمه انگليسي Strength ( S ) با معادل فارسي قوت، Weakness (W) ضعف، Opportunity (O) فرصت و Threat (T) تهديد است. استفاده‌شده است.

جدول شماره (1): ماتريس ارزيابي عوامل داخلي (IFE)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **رديف** | **عوامل اصلي داخلي (نقاط قوت)** | **ضريب** | **نمره** | **نمره نهايي** |
| **1** | آشنايي گردشگران منطقه با مفهوم کمپينگ و مزاياي آن | 0.05 | 3 | 0.015 |
| **2** | تجربه استفاده از کمپينگ در ميان گردشگران | 0.03 | 2 | 0.06 |
| **3** | استقبال از اقامت در کمپينگ | 0.06 | 3 | 0.18 |
| **4** | اتفاق نظر در لزوم احداث کمپينگ در منطقه | 0.04 | 1 | 0.04 |
| **5** | ماندگاري و اقامت بيشتر در منطقه در صورت وجود کمپينگ | 0.06 | 3 | 0.18 |
| **6** | افزايش سطح درآمد و رفاه مردم محلي در صورت استقرار کمپ و ماندگاري بيشتر گردشگران | 0.05 | 4 | 0.20 |
| **7** | افزايش اشتغال‌زایی در صورت استقرار کمپ و ماندگاري بيشتر گردشگران افزايش اشتغال‌زایی | 0.06 | 3 | 0.18 |
| **8** | ساماندهي بهتر گردشگران در صورت استقرار کمپينگ | 0.06 | 2 | 0.12 |
| **9** | خدمات‌رسانی مناسب و یکپارچه در صورت احداث کمپينگ | 0.05 | 3 | 0.15 |
| **10** | وجود زیرساخت‌های مناسب در محدوده (برق‌رسانی، سرويس بهداشتي و آنتن دهي مناسب و...) | 0.04 | 3 | 0.12 |
| **11** | وجود چشمه و قنات در اطراف منطقه جهت لوله‌کشی آب در منطقه | 0.05 | 4 | 0.20 |
| **12** | برخورداري از هواي سالم و مطلوب | 0.05 | 4 | 0.20 |
| **13** | مديريت بهتر جمع‌آوری زباله در منطق در صورت استقرار کمپ | 0.05 | 3 | 0.15 |
| **14** | دسترسي منطقه نمونه گردشگري به راه اصلي آسفالته شهرستان دنا | 0.05 | 3 | 0.15 |
| **مجموع** |  | 1 |  | 945/1 |
| **نقاط ضعف** | | | | |
| **1** | اقامت کم (سفرهاي یک‌روزه) گردشگران | 0.03 | 1 | 0.03 |
| **2** | استفاده از چادر شخصي جهت اقامت | 0.04 | 3 | 0.12 |
| **3** | افزايش آلودگي محيط روستا (اعم از محيط، آب، هوا و خاک) ناشي از حضور گردشگران | 0.04 | 2 | 0.08 |
| **4** | محدود شدن اجاره خانه‌های شخصي به گردشگران در صورت استقرار کمپ | 0.03 | 2 | 0.06 |
| **5** | قرارگيري اکثر مساحت منطقه در ارتفاعات بالاي 2000 متر براي انجام اقدامات عمراني درزمینهٔ گردشگري | 0.04 | 4 | 0.16 |
| **6** | حاکم بودن اقليم خشک و خشک سرد در منطقه و نبود آسايش اقليمي در 8 ماه از سال | 0.03 | 3 | 0.09 |
| **7** | ضعف امکانات بهداشتي روستا | 0.04 | 4 | 0.16 |
| **8** | ضعف امکانات اقامتي روستا | 0.03 | 3 | 0.009 |
| **9** | ضعف دسترسی‌ها و حمل‌ونقل عمومي روستا | 0.04 | 4 | 0.16 |
| **مجموع** | | 1 |  | 869/0 |

منبع: یافته‌های پژوهش،1395.

جدول شماره (2): ماتريس ارزيابي عوامل خارجي (EFE)

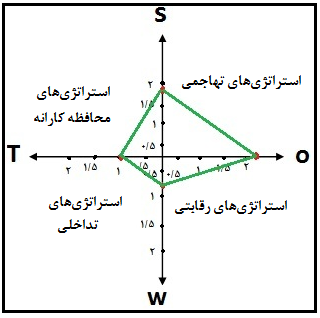
|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **رديف** | **عوامل اصلي خارجي (فرصت‌ها)** | **ضريب** | **نمره** | **نمره نهايي** |
| **1** | همسويي احساس کمبودها و نيازها (گردشگران، کارشناسان) | 0.04 | 4 | 0.16 |
| **2** | افزايش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگري | 0.04 | 4 | 0.16 |
| **3** | افزايش انگیزه‌بخش خصوصي به سرمایه‌گذاری در اين منطقه | 0.05 | 4 | 0.20 |
| **4** | افزايش سطح رفاه و درآمد مردم | 0.03 | 4 | 0.12 |
| **5** | رونق فروش محصولات کشاورزي و صنایع‌دستی | 0.04 | 3 | 0.12 |
| **6** | قرارگيري در استان کهگیلویه و بویراحمد و استفاده از جاذبه‌های آن | 0.05 | 4 | 0.20 |
| **7** | افزايش انگيزه براي مسافرت و تفريح | 0.06 | 3 | 0.18 |
| **8** | افزايش اشتغال و جلوگيري از مهاجرت جوانان | 0.03 | 2 | 0.06 |
| **9** | وجود زمينه مشارکت مردم و مسئولان براي حفظ محیط‌زیست و بافت باارزش روستا | 0.03 | 3 | 0.09 |
| **10** | امکان فرآوري گياهان دارويي در منطقه و عرضه آن به گردشگران | 0.02 | 1 | 0.02 |
| **11** | برخورداري هم‌زمان از کوه، رود و پوشش گياهي و چشم‌انداز زيبا | 0.06 | 4 | 0.24 |
| **12** | وجود ظرفيت بالاي روستا در جهت جذب گردشگر | 0.04 | 3 | 0.12 |
| **13** | بهبود و گسترش راه‌های ارتباطي به منطقه | 0.04 | 3 | 0.12 |
| **14** | بهبود زیرساخت‌ها و امکانات موجود در منطقه | 0.06 | 3 | 0.18 |
| **15** | تقويت بسترهای لازم براي گسترش خدمات رفاهي، تفريحي و اقامتي در روستا | 0.03 | 2 | 0.06 |
| **16** | بهبود ذهنيت مثبت گردشگران نسبت به روستا | 0.06 | 3 | 0.18 |
| **مجموع** |  | 1 |  | 21/2 |
| **تهديدها** | | | | |
| **1** | سفر گذري و بدون هدف اقامت | 0.03 | 2 | 0.06 |
| **2** | توجه به جاذبه‌های شيک و تجاري توسط گردشگران | 0.03 | 1 | 0.03 |
| **3** | عدم ارائه بودجه لازم از سوي دولت جهت انجام پروژه‌های گردشگري | 0.05 | 1 | 0.05 |
| **4** | تبليغات نامناسب در سطح استان جهت جذب گردشگر | 0.04 | 2 | 0.08 |
| **5** | عدم وجود نمایشگاه‌ها و غرفه جهت ارائه محصولات فرهنگي و دستي | 0.03 | 3 | 0.09 |
| **6** | تعرض گردشگران به حريم باغ‌های اطراف | 0.03 | 2 | 0.06 |
| **7** | افزايش آلودگي منابع آب‌وخاک در منطقه | 0.04 | 3 | 0.012 |
| **8** | پراکندگي زباله‌ها در اطراف محيط روستا و جاده‌های منطقه. | 0.02 | 2 | 0.06 |
| **9** | تهديد بستر طبيعي منطقه توسط سيل | 0.03 | 3 | 0.09 |
| **10** | ضعف امکانات اقامتي روستا | 0.04 | 4 | 0.016 |
| **11** | وجود ريزش سنگ در بالاي دست روستا. | 0.03 | 1 | 0.03 |
| **12** | احتمال مسدود شدن راه‌های دسترسي به منطقه در اثر بارش برف | 0.03 | 4 | 0.12 |
| **13** | عدم بهسازي راه‌ها و عرض كم جاده‌ها و کمبود پارکينگ | 0.02 | 2 | 0.04 |
| **14** | کمبود مراکز اقامتي- رفاهي و خدمات‌رسانی | 0.03 | 1 | 0.03 |
| **15** | کمبود تسهيلات و امکانات بهداشتي | 0.04 | 4 | 0.16 |
| **مجموع** | | 1 |  | 925/0 |

منبع: یافته‌های پژوهش،1395.

جدول شماره(3) وزن نهایی شاخص‌ها

|  |  |
| --- | --- |
| **شاخص** | **امتیاز نهایی** |
| قوت‌ها | 945/1 |
| ضعف‌ها | 869/0 |
| فرصت‌ها | 21/2 |
| تهديدها | 925/0 |

یافته های پژوهش 1395.



شکل شماره (8): نمودار امتيازات قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهديدات

با توجه به امتيازات داده‌شده به نقاط قوت، نقاط ضعف و فرصت‌ها و تهديدات راهبرد موردنظر براي منطقه موردمطالعه راهبرد تهاجمی می‌باشد.



نمره نهايي ماتريس ارزيابي عوامل خارجي (EFE)

شکل شماره (9): نمره نهايي ماتريس ارزيابي عوامل داخلي (IFE)

**تجزیه‌وتحلیل پژوهش**

جهت ارزيابي به این سؤال پژوهش، آیا توانمندي­ها و پتانسيل­هاي گردشگري روستاي کر یک، امکان احداث کمپينگ در اين روستا را فراهم می‌آورد؟ از مدل SWOT استفاده‌شده است به‌این‌ترتیب که ابتدا نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهديدهاي گردشگري منطقه در صورت احداث کمپينگ مورد ارزيابي قرارگرفته شد. در قالب ماتریس‌های ارزيابي عوامل داخلي و خارجي سپس با استفاده از اين ماتریس‌ها و نمره نهايي عوامل داخلي و خارجي، ماتريس داخلي و خارجي (IE) مورد ترسيم قرار گرفت. ماتريس (IE) نشان می‌دهد که روستاي کر یک‌جهت احداث کمپينگ در خويش در موقعيت تدافعي و با محوريت کاهش نقاط ضعف و پرهيز از تهديدات قرار دارد. يعني جهت استقرار کمپينگ در اين روستا ابتدا می‌بایستی زمینه‌ها و بسترهاي لازمه (از طريق کاهش نقاط ضعف و پرهيز از تهديدات) آن فراهم گردد، به‌طور مثال در اين راستا بايد نقاط ضعف مهمي چون: ضعف امکانات بهداشتي، اقامتي، رفاهي، دسترسی‌ها و حمل‌ونقل عمومي روستا برطرف گردد و به کوهستاني بودن روستا و کمبود فضاهاي باز و هموار جهت استقرار کمپ نيز توجه گردد، همچنين قوانيني در جهت عدم استقرار چادرهاي شخصي در محیط‌های طبيعي که منجر به آلودگي محيط روستا مي­گردد مقرر شود. درزمینهٔ تهديدات نيز جهت برنامه‌ریزی احداث کمپ در اين روستا می‌بایستی از تهديدات اشاره‌شده در جدول (2) پرهيز گردد. با نگاهي عميق­تر به تهديدات اشاره‌شده در اين جدول متوجه می‌شویم که قسمت اعظم اين تهديدات چون (سفر گذري و بدون هدف اقامت، تعرض گردشگران به حريم باغ‌های اطراف، افزايش آلودگي منابع آب‌وخاک در منطقه، پراکندگي زباله‌ها در اطراف محيط روستا و جاده‌های منطقه، عدم بهسازي راه‌ها و عرض كم جاده‌ها و کمبود توقفگاه، کمبود مراکز اقامتي- رفاهي و خدمات‌رسانی و تسهيلات و امکانات بهداشتي) ريشه در نقاط ضعف آن دارد که با برطرف نشدن اين نقاط ضعف به‌صورت تهديد خود را نشان داده‌اند؛ که بالطبع با کاهش نقاط ضعف اين تهديدات نيز کاسته می‌گردد. با تفاسير فوق جهت ارزيابي فرضيه مطرح‌شده می‌توانیم بگوييم: توانمندي­ها و پتانسيل­هاي گردشگري روستاي کر یک، امکان احداث کمپينگ در اين روستا را فراهم خواهد آورد به شرطي که از طريق مديريت استراتژيک ابتدا بسترها و زمینه‌های بايسته آن از طريق رويکرد تدافعي و باهدف رفع نقاط ضعف و پرهيز از تهديدات فراهم گردد. چراکه بدون بسترسازي و مهیاکردن شرايط، برنامه‌ریزی و احداث کمپينگ در اين روستا معقولانه نخواهد بود.

**راهبرد تدافعي:**

همان‌طور که اشاره شد در اين راهبرد به دنبال کاهش ضعف‌ها و خنثی‌سازی تهديدها هستيم درواقع با توجه به پتانسيل بالاي منطقه گردشگري کر یک و ناتواني در استفاده از اين منطقه به دنبال کاهش ضعف‌ها و تهديدات براي ايجاد کمپينگ هستيم، درواقع با توجه به الگو و مدلي که بر اساس روش SWOT ارائه شد بايد به دنبال ايجاد زیرساخت‌ها و خدمات در روستاي کر یک باشيم تا احداث کمپينگ در اين روستا تناسب پيدا کند،بنابراين با توجه به مطالبي که بيان شد می‌توانیم راهکارهاي زير را بيان کنيم:

* افزايش ضريب ماندگاري در منطقه، با ايجاد زیرساخت‌های لازم.
* ارائه تبليغات مناسب در مراتب مختلف استاني، ملي و حتي جهاني با توجه به پتانسيل بالاي روستاي کر یک.
* ايجاد جذابیت‌های مختلف در روستاي کر یک براي بالا بردن ضريب ماندگاري گردشگران.
* ايجاد فضاي سبز مناسب براي تغيير ميکرو کليمايي روستا و جذابيت بيشتر و سازگاري اقليمي.
* حفظ منابع طبيعي و محیط‌زیست روستا با ايجاد بسترهاي فرهنگي براي ساکنين و گردشگران.
* توسعه زیرساخت‌های منطقه‌ای مانند ايجاد راه‌های دسترسي مناسب، بهداشت و درمان.
* گسترش امکانات اقامتي در روستا.
* افزايش سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصي در منطقه.

**نتیجه‌گیری**

امروزه اهميت گردشگري ازنظر اقتصادي و اشتغال‌زایی به حدي است كه می‌توان آن را به‌عنوان نيروي محركه اقتصادي هر كشوري محسوب كرد. گردشگري مزیت‌های فراواني دارد و مي­تواند منبع مهمي براي اشتغال باشد. بنابراين به‌منظور توسعه سفرهاي ارزان‌قیمت و ارائه خدمات به طيف وسیع‌تری از گردشگران و اقامت موقت آنان باقیمت مناسب در اوقات اوج سفر لزوم ايجاد کمپينگ­هاي گردشگري ارزان‌قیمت در مکان‌های مناسب و با استانداردها و ضوابط اصولي از اهميت‌ و اقتصادي فراوانی برخوردار است. کمپينگ­ها می‌توانند با فراهم ساختن خدمات موردنیاز گردشگران در كاهش هزينه سفر مؤثر واقع شوند و منطقه را براي جذب مسافران به‌واسطه ارائه خدمات اقامتي و تفريحي، ايجاد فرصت‌های شغلي و گسترده ساختن عرضه خدمات افزايش دهند. ايجاد کمپينگ­هاي گردشگري از یک‌سو به برقراري جريان گردشگري مستمر در آن مکان کمک جدي مي­کند و در بلندمدت با شکل­گيري تقاضاي گردشگري، امکان توجه و سرمایه‌گذاری ثابت در بخش اقامت گردشگران را در مناطق فراهم می‌سازد، همچنين در برخي از قطب‌های عمده گردشگري اگرچه سرمایه‌گذاری نسبي درزمینهٔ اقامت انجام‌شده است، اما به دلیل عدم وجود گردشگران در طول سال امکان توسعه اقامتگاه­هاي دائمي فراهم نيست. ازاین‌رو در پيک گردشگري، کمپينگ­ها کمک مؤثري به بهبود جريان گردشگري در اين مناطق مي­کنند و بالأخره کمپينگ­ها، با تحرک و انعطاف‌پذیری و سطح‌بندی مناسب قابليت توسعه گردشگري در هر شرايط و اقليمي رادارند. نتایج این پژوهش بیانگر این مطلب است که روستای کر یک‌جهت احداث کمپينگ در موقعيت تدافعي و با محوريت کاهش نقاط ضعف و پرهيز از تهديدات قرار دارد، يعني جهت استقرار کمپينگ در اين روستا ابتدا می‌بایستی زمینه‌ها و بسترهاي لازمه (از طريق کاهش نقاط ضعف و پرهيز از تهديدات) آن فراهم گردد و سپس اقدام به احداث کمپینگ شود، همچنین نتایج روشنگر این واقعیت است که ایجاد کمپينگ گردشگري در روستاي کر یک می­تواند باعث جذب گردشگران، افزايش ماندگاري آن‌ها و ساماندهي نظام اسکان گردشگران در این روستا شود.

**منابع**

1. احمدی، ف. (1390): ساختار کالبدی و سیمای روستایی عوامل شکل­دهنده، آسیب­ها و راهکار­ها (مطالعه موردی روستای ابیانه)، همایش ملی بوم‌های بیابانی، گردشگری و هنرهای محیطی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد،24-23 آذر 90.
2. پاليزبان، ف. (1387) بررسي قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهديدهاي فرا روی فعالیت‌های پژوهشي در دانشگاه‌های غرب ايران (ايلام، كردستان، كرمانشاه، لرستان و همدان) از ديد اعضاي هيأت علمي و دانشجويان تحصيلات تكميلي در سال تحصيلي ١٣٨٧-٨8، پايان نامة كارشناسي ارشد برنامه‌ریزی آموزشي، دانشگاه اصفهان، اصفهان.
3. تقوایی،مسعود، اکبری م. (1387): مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری، انتشارات پیام علوی، چاپ اول، اصفهان.
4. تقوایی، م، تقی زاده، م ، کیومرثی ح. (1390)، مکان‌یابی دهکده‌های گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی و مدل SWOT (نمونه موردی: ساحل دریاچه کافتر)، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال 22، شماره پیاپی 42، شماره 2، صص 120-99.
5. جمشیدی، ن. (1381): بررسی و امکان‌سنجی (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) اقامتگاه مناسب گردشگری (مطالعه موردی: شهر اصفهان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد توسعه و برنامه‌ریزی اقتصادی، دانشگاه علامه طباطبایی.
6. حکمت ­نيا، ح، موسوي م ، (1385)، کاربرد مدل در جغرافيا با تأکيد بر برنامه‌ریزی شهري و ناحیه‌ای، چاپ اول، نشر علم نوين، يزد.
7. سازمان میراث فرهنگی صنایع‌دستی و گردشگری (1389): مجموعه دستورالعمل‌ها، قوانین و مقررات مناطق نمونه گردشگری، معاونت سرمایه‌گذاری و طرح‌ها، دفتر مناطق نمونه گردشگری
8. عرفانی، گ (1389): کمپینگ ها؛ فضاهای گمشده، مجله معماری منظر، سال سوم، شماره 62.
9. محبوبه­ای، ش (۱۳8۵): مجموعه تفريحی-توريستی بند اروميه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد معماری، دانشگاه تهران.
10. محمدي ده چشمه، م ، زنگی‌آبادی . (1386) امکان‌سنجی توانمندي­هاي اکوتوريسم استان چهارمحال بختياري، مجله محیط‌شناسی به روش SWOT، سال سي و چهارم، شماره 47. تهران.
11. مهندسان مشاور هفت شهر (1386): طرح مطالعات مکان‌یابی، امکان­سنجی و طراحی کمپینگ های اقامتی در سطح کشور، ضوابط و مقررات کمپینگ­ها، مرحله سوم، جلد 2، سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری، دفتر سرمایه‌گذاری و توسعه گردشگری.
12. نادعلی، ن. (1390): مکان‌یابی كمپينگ­هاي گردشگري در شهر اصفهان با استفاده از سيستم اطلاعات جغرافيايي (GIS) ، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، استاد راهنما: جمال محمدی،دانشگاه اصفهان.
13. Babu Singh Ram, Suraj Mal, Chandra Prakash Kala(2009), Community Responses to Mountain Tourism: a Case in Bhyundar Valley, Indian Himalaya, J. Mt. Sci 6, DOI: 10.1007/s11629-009-1054-y, pp:394-404.
14. Douglass R.W. (1975): Forest Receation. USA.
15. Drăgulănescu, I. and Druţu, M. (2012): Rural Tourism for Local Economic Development, International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences, Vol. 2, Special Issue 1, pp. 196-203.
16. Figueiredo, E. and Raschi, A. (2013): Trekking out of the crisis: is there a role for rural tourism? Working group number: 17, The rural as locus of solidarity and conflict in times of crisis, XXV ESRS Congress, Florence, Italy, 29 July- 1 August, 2013. <http://www.florenceesrs2013.com>
17. Gracan, D &Zadel, Z &Birin (2010): Camping Tourism with the Purpose of Lengthening The Tourist Season In Croation Tourism, Tourism and Hospitality management 2010. Conference proceeding,Opatija,university of Rijeka, Croatia.
18. Kascak M.1998.case study:Integral Development of Rural Areas,Tourism & Village Renovation Trebnje,Slovenia. Tourism Management, vol.19,No. 1, pp.81-86
19. Longman (2005): American Dictionary
20. Sharply, Richard and Julia, 1997, Rural Tourism: An Introduction, International Thomson Business Press,London.
21. Yiping FANG, QIN Dahe, DING Yongjian, YANG Jianping(2009), Adaptation Management of Mountain Tourism Service: The Case of the Source Regions of the Yangtze and Yellow River, DOI 10.1007/s11629-009-0202-8, pp: 299–31.
22. Zamora, O. M. (2011): Development Instruments for the Cross-Border Cooperation in Ukraine, In: Problems of tourism development on rural areas, Krystyna Krzyżanowska (ed.), Warsaw University of Life Sciences Press, Warsaw 2011, pp. 109- 121.

1. Doglas [↑](#footnote-ref-1)
2. Campus [↑](#footnote-ref-2)
3. Longman [↑](#footnote-ref-3)
4. Ebert [↑](#footnote-ref-4)
5. Gracan [↑](#footnote-ref-5)