



## ارزیابی تفرجگاه‌های گردشگری پیرامون کلان شهرها با استفاده از تلفیق

### مدل SWOT و AHP؛ مطالعه موردی تفرجگاه گردشگری مال آقا

علی موحد: دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران\*

سعید امان‌پور: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران

رضا زارعی: کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران

دریافت: ۱۳۹۰/۱/۲۸ - پذیرش: ۱۳۹۱/۱/۲۲، صص ۷۴-۵۳

#### چکیده

اهواز یکی از کلان‌شهرهای کشور است که به دلیل آلودگی‌های صنایع وابسته به نفت، آب و هوای گرم و مرطوب، طولانی بودن فصل گرما و همچنین هوای توأم با گرد و خاک، شهروندان این شهر علاقه‌مند به مسافرت به سایر مناطق خوش آب و هوا می‌شوند. بنابراین، مکانی‌یابی تفرجگاهی با موقعیت مناسب اقلیمی، در استان خوزستان به منظور استفاده شهروندان این کلان‌شهر ضروری است. پژوهش حاضر با هدف بررسی جایگاه تفرجگاهی مال آقا برای شهر اهواز تدوین شده است. روش تحقیق ترکیبی از روش توصیفی و تحلیلی با ماهیت کاربردی است. در این پژوهش سه الگوی تعیین حوزه نفوذ گردشگاهی کلان‌شهرها (الگوی حد نهایی حوزه گردشگاهی کلان‌شهرها، الگوی رابرت و الگوی مسافت استاندارد) مورد بررسی قرار گرفته و با واقعیت‌های موجود بین شهر اهواز و تفرجگاه مال آقا تطابق داده شده است. نتایج پژوهش نشان دهنده آن است که از سه مدل فوق به دلیل طولانی بودن مسیر اهواز تا مال آقا، کاربردی برای بررسی تعیین حوزه گردشگاهی شهر اهواز ندارند؛ به همین منظور استفاده از متغیر اقلیم در تعدیل مدل پیشنهاد شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که متغیر اقلیم نقش مهمی در تعیین مسافت جاذبه‌های پیرامونی شهر اهواز دارد. بنابراین، فاصله زیاد شهر تا روستای مال آقا تأثیری بر سفر شهروندان به این مکان ندارد. در نتیجه با ایجاد زیرساخت‌های گردشگری در روستای مال آقا می‌توان این منطقه را به عنوان تفرجگاهی مطمئن با امکانات مناسب برای شهر اهواز تدارک دید.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، گردشگری روستایی، تفرجگاه پیرامونی، مال آقا، اهواز

## ۱- مقدمه

## ۱-۱- طرح مسأله

توسعه چشم‌گیر شهرنشینی، همراه با افزایش جمعیت و مساحت شهرها و پدید آمدن شهرهای بزرگ باعث ایجاد بافت‌ها و ترکیب‌های مختلف شهری و عوامل ارتباطی و اقتصادی پیچیده‌ای شده است که هرچند واجد بسیاری مزایا و عوامل رفاهی است، اما مشکلات و معضلاتی را برای شهرنشینان به وجود آورده است. این مشکلات و معضلات در بسیاری از موارد به صورت مسائلی حاد جلوه‌گر شده و باعث در خطر قرار گرفتن جریان‌های زندگی شهری شده‌اند (رضوانی، ۱۳۷۴: ۴۱).

در چنین شرایطی ساکنان شهرها خسته از زندگی مدرن و ماشینی ندای بازگشت به طبیعت را سر می‌دهند چراکه جاذبه‌های محیط طبیعی پیرامون، ساکنان شهرهای بزرگ را به سوی خود جلب می‌کند. شهرهای بزرگ احتیاج به مکان‌های بکر و دست‌نخورده طبیعی برای گذراندن اوقات فراغت شهروندان خود دارند، مکان‌هایی که تأمین‌کننده نیازهای روحی شهروندان برای ادامه کار یا رفع خستگی آن‌ها از کار و زندگی است (میراب زاده، ۲۴: ۱۳۷۵). مناطق بکر طبیعی پیرامونی زمانی جلب توجه می‌کنند که هوای آلوده شهرهای بزرگ به ویژه در تابستان جمعیت ساکن را به مسافرت ناگزیر می‌سازد و به موازات استحکام زیربنای اقتصادی خانواده‌ها، حرکت در افق‌های دورتر و در سینه کوهستان‌ها و یا پهنه دریاها و آب‌ها انجام می‌گیرد (زنگی آبادی، ۱۳۸۵: ۱۸).

امروزه تقاضا برای گردشگری رو به فزونی نهاده است. پاسخ به این افزایش تقاضا، ایجاد مجتمع‌های گردشگری، برنامه‌ریزی دقیق، خط مشی‌ها و سیاست‌ها و احداث مکان‌های ییلاقی را ضروری می‌سازد (حاتمی‌نژاد، ۱۳۸۶: ۴۸).

باید دانست توجه به مهم‌ترین شرط برای تحقق موفقیت سیاست‌های توسعه گردشگری پایدار، تنسيق آمایش جاذبه‌های مناطق و ایجاد تسهیلات، امکانات و خدمات است که دسترسی به جاذبه‌ها و مناطق گردشگری پیرامونی را آسان می‌سازد (موحد، ۱۳۸۶: ۴۵).

مهم‌ترین مسأله مطرح شده توجه به اقلیم گرم شهر اهواز است. اهواز یکی از کلان‌شهرهای کشور است که دارای اقلیم گرم و مرطوب همراه با دوره طولانی گرما و شرجی شدن هوا در فصول گرم است. اقلیم خاص شهر اهواز مسافرت‌های برون‌شهری در فصول گرم سال را افزایش می‌دهد که همین موضوع برنامه‌ریزی مدون برای تعیین مکانی جهت گذران اوقات فراغت در فاصله مناسب از شهر را ضروری می‌سازد. روستای نمونه گردشگری مال‌آقا می‌تواند به عنوان حوزه نفوذ گردشگاهی کلان‌شهر اهواز مطرح شود. اهمیت بررسی این روستا به عنوان مکانی برای گردشگری بدان جهت است که دارای اقلیم کوهستانی و متفاوت از شهر اهواز است و همچنین شرایط موجود از جمله بافت روستا بر جلوه‌های گردشگری این روستا افزوده است که در مقایسه با سایر روستاهای پیرامونی نقش پررنگ‌تری دارد.

## ۲-۱- اهمیت و ضرورت

گسترش سریع شهرنشینی و تغییر بنیادهای شیوه زندگی در دنیای معاصر، برنامه‌ریزی و مدیریت گذران اوقات فراغت را به امری ضروری تبدیل ساخته و عدم اجرای آن معضلات اجتماعی، سیاسی و قضایی بسیاری پدید خواهد آورد. پاسخگویی به نیازهای وسیع فراغتی عامه شهروندان و ساماندهی فضاها و تسهیلات آن‌ها مستلزم به کارگیری دانش‌ها و روش‌های نوین در برنامه‌ریزی گردشگری است. یکی از انواع برنامه‌ریزی‌های گردشگری توجه به مناطق پیرامونی گردشگری کلان‌شهرها است. از آن جا که کلان‌شهر اهواز دارای جاذبه‌های گردشگری کمتری است و از طرفی اقلیم گرم و طولانی بودن دروه گرما مانع گذران اوقات فراغت شهروندان در این شهر می‌شود، غالباً جزء مقاصد گردشگری شهری محسوب نمی‌شود. با توجه به اینکه تفکر ایجاد مناطق نمونه گردشگری شکل گرفته و یکی از راهکارهای رشد صنعت مذکور است، شناخت تأثیرات این گونه مناطق بر کلان شهرها، دارای اهمیت و ارزش ویژه‌ای است. به طوری که این مناطق منجر به توسعه پایدار و افزایش نرخ اشتغال در این مناطق خواهد شد.

## ۳-۱- اهداف پژوهش

مهم‌ترین هدف تحقیق حاضر، شناخت ظرفیت‌های گردشگری منطقه مال‌آقا به عنوان یکی از مناطق پیرامونی کلان‌شهر اهواز است. همچنین تبیین وضعیت اقلیم کلان‌شهر اهواز و منطقه مال‌آقا جهت سنجش ظرفیت تحمل شهروندان و استفاده از مناطق طبیعی با اقلیم مناسب یکی دیگر از اهداف تحقیق است. علاوه بر آن تأثیر مؤلفه‌های حاصل از اقدامات توسعه‌ای گردشگری بر توسعه اجتماعی، اقتصادی و

فرهنگی در منطقه‌ی کمتر توسعه یافته‌ی مال‌آقا جزء اهداف این تحقیق است. برای این منظور شناخت جزئی‌تر منطقه‌ی مال‌آقا در تعیین راهبردهای گردشگری با استفاده از مدل‌های ارائه شده در تحقیق حاضر مد نظر قرار دارد.

## ۴-۱- پیشینه پژوهش

یو کیم<sup>۱</sup> در سال ۱۹۸۸ در رساله‌ی خود، سعی در ارزیابی توریسم از بُعد ساختار فضایی و تأثیرات آن بر مدل سفرهای توریستی دارد. این رساله با استفاده از «مدل کشش تباینات فضایی سفرهای توریستی» ارزیابی و روند حاصل از آن را ارائه می‌کند.

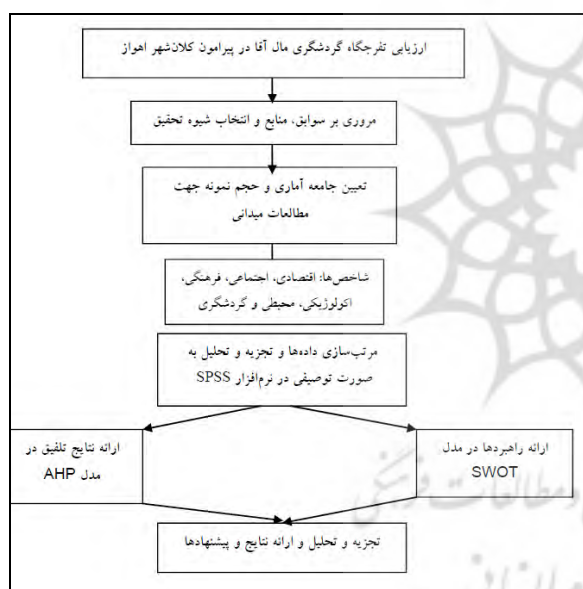
لی<sup>۲</sup> در رساله‌ی خود، رویکردهای گروه‌های مختلف توریستی را جهت ارزیابی تأثیرات اقتصادی توریسم و اوقات فراغت بر روی توره‌های مختلف مورد بررسی و تحلیل قرار داده است. این تحقیق با استفاده از نظریات مختلف بازدیدکنندگان از مناطق توریستی شکل گرفته است.

دنگ<sup>۳</sup> و همکاران در سال ۲۰۰۴ در مقاله خود به ارزیابی جاذبه‌های طبیعی توریسم (اکوتوریسم) پرداخته‌اند. در این مقاله از ساختار سلسله مراتبی برای ارزیابی مناطق طبیعی توریستی و همچنین از مدل‌هایی برای ارزیابی توریسم، استفاده شده است.

زاهدی در سال ۲۰۰۴ در مقاله خود تلاش می‌کند تا با اهمیت دادن به طبیعت و توجه توریسم به آن، رابطه و اثراتی که این دو با هم دارند را مورد بررسی قرار دهد. نتیجه این مقاله نشان دهنده آن است که بشر با سرعتی بیشتر از آنچه طبیعت بتواند تحمل کند، به محیط طبیعی آسیب می‌رساند، رفتار بشر غالباً

1. Y. Kim  
2. Lee  
3. Deng

کلان‌شهرها است. بررسی آن‌ها نشان می‌دهد که حوزه نفوذ گردشگری در کلان‌شهر مشهد حدود ۴۳ کیلومتر است و روستاهای دارای قابلیت گردشگری در این شعاع به عنوان تفرجگاه‌های پیرامون کلان‌شهر، شکل دهنده محصول گردشگری روستایی هستند. علی‌اصغر کدیور و مهدی سقایی (۱۳۸۷) در مقاله‌ای تحت عنوان ساماندهی گردشگری در تفرجگاه‌های پیرامون شهری مطالعه‌ی موردی «دره اخلمد» را مورد بررسی قرار داده‌اند. ساماندهی گردشگری در منطقه در سه وجهه «گردشگر»، «محیط» و «میزبان» انجام گرفته است.



شکل ۱- الگوی مفهومی مراحل تحقیق (نگارندگان، ۱۳۹۰)

#### ۱-۵- روش تحقیق

در این مقاله ابتدا از روش ترکیبی (روش‌های پیمایش و روش توصیفی و تحلیلی) استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه استراتژی‌ها و راهبردهای توسعه گردشگری در منطقه استفاده از دو مدل کمی و کیفی SWOT و AHP استفاده شده است. برای این منظور با نظرخواهی از ساکنان و گردشگران ورودی به منطقه، به هر کدام از

اصول پایداری را نادیده می‌گیرد و برنامه‌ها و راه‌حل‌هایی در پایان توصیه می‌کند.

دیناری (۱۳۸۵) در مقاله‌ای با عنوان مذهب و گردشگری به بررسی جایگاه گردشگری در دین اسلام پرداخته و به این نتیجه رسیده است که یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های گردشگری در جهان، مسافرت‌های مذهبی و زیارتی است؛ به ویژه اگر آن ناحیه جغرافیایی از چشم‌اندازهای طبیعی و زیبا برخوردار باشد می‌تواند اثرات بیشتری در جذب گردشگران داشته باشد. مهدی‌زاده (۱۳۸۶) در مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری در ایران به بررسی صنعت گردشگری پرداخته و راهکارهایی مانند گسترش فعالیت‌های شهرداری و دیگر سازمان‌ها را ارائه کرده و به این نتیجه رسیده است که همه مسائل مرتبط با گردشگری ایران، با همکاری سازمان‌های مربوطه مرتفع می‌شود. منشی‌زاده و مرادی (۱۳۸۶) در تأثیر گردشگران مذهبی بر روی فضاهای کالبدی شهر مشهد به بررسی این تأثیرات پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که با گسترش و رفت‌وآمد روزافزون زائران به این شهر و قدیمی بودن بافت اطراف حرم، مشکلات فراوانی برای زائران به وجود آمده است. بررسی ادبیات موضوع در زمینه تعیین حوزه نفوذ گردشگاه‌های پیرامون کلان‌شهرها نشان می‌دهد که مطالعات زیادی در داخل کشور در این خصوص ثبت نشده است و تنها می‌توان به دو مورد در این زمینه به شرح زیر اشاره کرد: عزت‌الله مافی و مهدی سقایی در سال ۱۳۸۷ در مقاله‌ای با عنوان تحلیلی بر گردشگری روستایی پیرامون کلان‌شهرها به صورت موردی کلان‌شهر مشهد را بررسی کرده‌اند. در این تحقیق مهم‌ترین مبحث، گردشگری روستایی پیرامون

تصادف در یکی از روزهای تابستان و تعطیل که منطقه حداکثر ظرفیت پذیرش گردشگر را دارد، بوده است.

#### ۶-۱- معرفی متغیرها و شاخص‌ها

متغیرهای پژوهش، شامل ابعاد قابل شناسایی در زمینه‌های محیطی، اقتصادی و اجتماعی، فرهنگی، بهداشتی، تأسیسات و زیرساخت‌های مرتبط با منطقه گردشگری مال آقا می‌باشند که مورد بررسی و تحلیل دو مدل SWOT و تحلیل سلسله مراتبی (AHP) قرار گرفته‌اند. متغیرها و شاخص‌های مورد بررسی به طور تفصیلی در سه گروه دسته‌بندی شده‌اند (جدول ۱).

نقاط ذکر شده وزنی داده شد؛ سپس این وزن‌ها مورد تحلیل قرار گرفتند و نتایج آن‌ها با مشورت با کارشناسان مربوطه در مدل AHP اولویت‌بندی شدند و در نهایت، با استفاده از مدل‌های راهبردی ذکر شده به پیشنهادات و راهبردهایی جهت توسعه گردشگری منطقه پرداخته شد (شکل شماره ۱). نمونه‌برداری از جامعه آماری مورد مطالعه (روستای مال آقا) به صورت نمونه‌برداری احتمالی ساده بوده است. تعداد پرسش‌نامه‌ها در این مرحله با استفاده از فرمول کوکران برابر ۱۶۵ پرسشنامه بود. همچنین تعداد ۱۴۰ پرسشنامه نیز بین گردشگران ورودی به منطقه مال آقا توزیع شد. شیوه انتخاب گردشگران برای توزیع پرسشنامه و تعداد پرسشنامه‌ها بر حسب

جدول ۱- معرفی متغیرها و شاخص‌های مورد بررسی در تحقیق

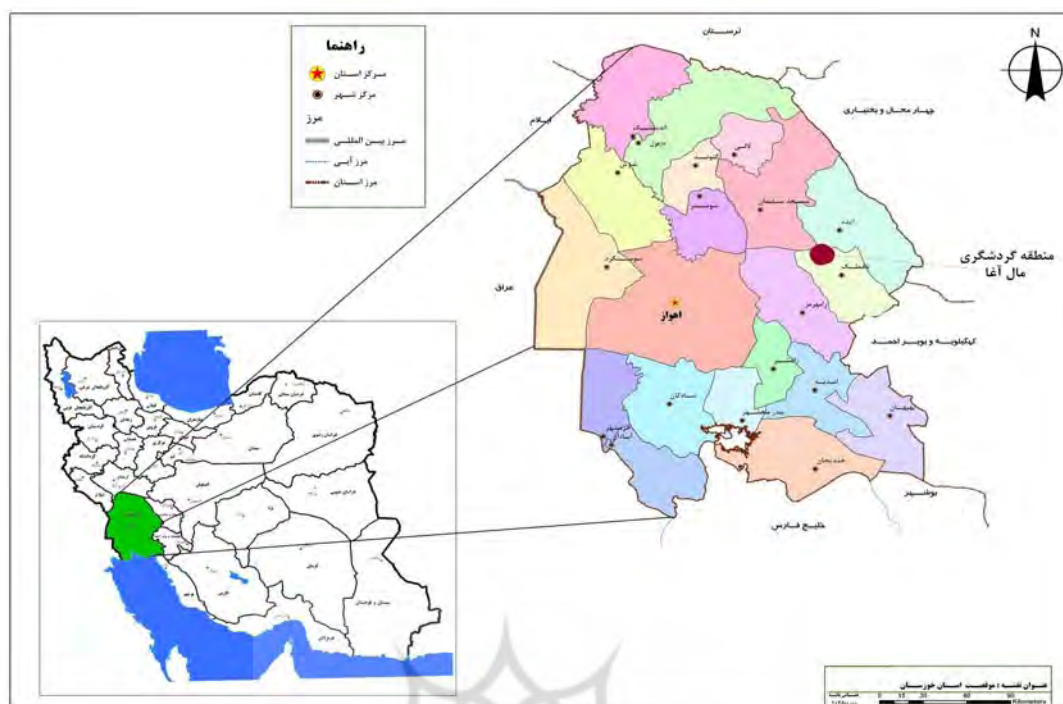
شاخص‌های اصلی	زیرشاخص‌ها
اکولوژیکی، محیطی و گردشگری	آلودگی آب و خاک - جنگل و گونه‌های متنوع گیاهی - رودخانه - وجود اقامتگاه‌های محلی - امکانات و خدمات آب، برق و ... - جاده - حمل و نقل
اجتماعی و فرهنگی	سطح رفاه زندگی - احساس امنیت - سطح سواد - سرویس‌های بهداشتی - حفاظت از منابع آبی - زیباسازی محیط
اقتصادی	درآمد و اشتغال - محصولات و صنایع دستی - بازارچه‌های روستا

منبع: تحلیل نگارندگان

ثانیه عرض شمالی و ۵۰ درجه، ۱۴ دقیقه و ۴ ثانیه طول شرقی واقع شده است. شکل (۲) دسترسی به منطقه مورد مطالعه از طریق جاده آسفالتی درجه یک ارتباطی اهواز - شهرکرد و جاده انحرافی قلعه تل مال آقا در فاصله ۲۰ کیلومتری شهر قلعه‌تل امکان‌پذیر است. (استاندارداری خوزستان، ۱۳۸۵: ۱۸).

#### ۷-۱- محدوده پژوهش

منطقه نمونه گردشگری مال آقا با مساحت ۱۰۰ هکتار در بخش مرکزی شهرستان باغملک، دهستان قلعه تل، در فاصله تقریبی ۱۷۰ کیلومتری مرکز استان و ۳۵ کیلومتری شهر باغملک (مرکز شهرستان) و ۲۰ کیلومتری شهر قلعه‌تل در ۳۱ درجه، ۳۵ دقیقه و ۴۱



شکل ۲- موقعیت منطقه گردشگری مال آقا در استان خوزستان و شهرستان باغملک

## ۲- مبانی نظری

خود را متحول کند. این تحول در گرو توجه به تفرجگاه‌های پیرامونی است که در قالب مناطق اکوتوریسمی یا روستاهای نمونه موجود هستند (اسماعیلی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۳).

تفرجگاه‌های گردشگری به عنوان مکان‌هایی جهت ارتقای تفکر توسعه شهر می‌توانند با نقش عملکردی نسبت به کلان‌شهرها و شهرها مطرح شوند؛ زیرا گردشگری امروزه در رویکرد به فضاهای جغرافیایی اثرات مختلفی بر جای می‌نهد که در پیرامون بر جای نهادن آثار مثبت و منفی در مقاصد گردشگری پردازش می‌شود (کلدیور و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۱۳). مناطق پیرامونی کلان‌شهرها به عنوان مکان‌های اصلی و تفریحی برای شهروندان و گردشگران ورودی به این کلان‌شهرها کاربرد می‌یابند. کاربرد این مناطق پیرامونی بیشتر گذران اوقات فراغت و رفع خستگی برای شهروندان کلان‌شهرها است. این مناطق پیرامونی

امروزه مفهوم شهرها بدون وجود تفرجگاه‌ها در اشکال گوناگونان دیگر قابل تصور نیست و پیامدهای توسعه شهری و پیچیدگی‌های اعضاات زیست‌محیطی، موجودیت طیفی از منابع تفرجگاهی و گسترش آن‌ها را اجتناب ناپذیر کرده است (محمودی، بیت‌الله و همکاران، ۱۳۸۴: ۲۱۲).

تفکر توسعه شهری پایدار منشاء بسیاری از جنبش‌های بازگشت به طبیعت توسط انسان شهری بوده است. این بازگشت می‌تواند در قالب گردشگری منجر به تحولات و توسعه پایدار در مناطق شود. ایجاد محورهای گردشگری در پیرامون شهرها و روستاها می‌تواند به عنوان یکی از روش‌های احیای فضاهای اجتماعی و اقتصادی مورد استفاده قرار گیرد. محورهای گردشگری در صورت دارا بودن ارزش‌ها و ویژگی‌های یاد شده می‌تواند بافت مناطق پیرامونی

موضوع برنامه‌ریزی برای گذران اوقات فراغت و توسعه و تجهیز فضاهای تفریحی - گردشگری در مقیاس درون‌شهری و برون‌شهری به ضرورتی اجتماعی تبدیل شده است. مکان‌های گردشگری از لحاظ تجانس و نحوه دسترسی به سه گروه عمده تقسیم می‌شوند: - درون شهری - حاشیه شهری - برون شهری. در جدول (۲) به بررسی و مقایسه این سه گروه عمده پرداخته شده است.

در روند جدید شهرنشینی و جهان شهری شدن می‌تواند رابطه فراموش شده انسان و طبیعت را برقرار کنند؛ زیرا هر روز بیش از پیش شاهد گسترش تمایلات شهروندان کلان‌شهرها برای مسافرت در تعطیلات آخر هفته و فرار از زندگی ماشینی و یکنواخت هستند (نهرلی، ۱۳۷۵: ۱۰۶).  
با توجه به رشد فزاینده شهرنشینی و روند گسترش تصاعدی شهرها و حاد شدن مشکلات زیست‌محیطی، اجتماعی و روانی، در حال حاضر

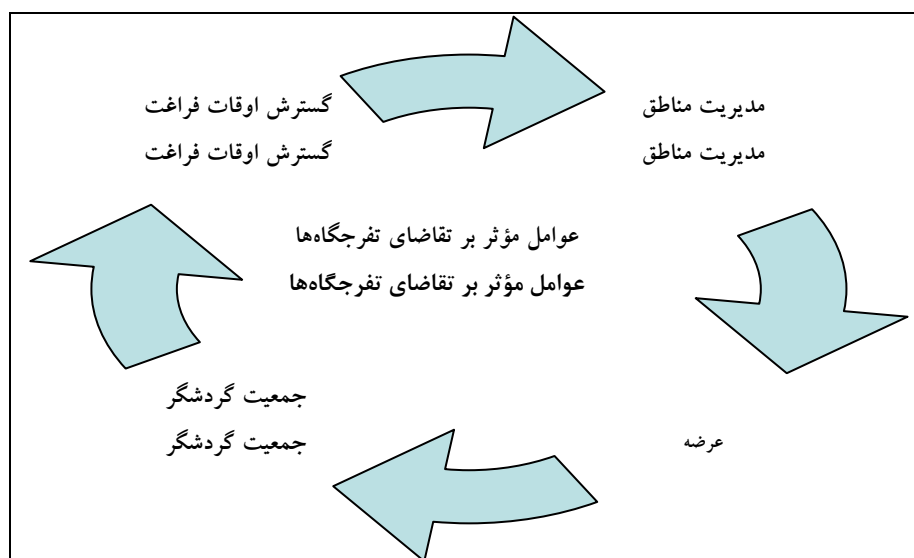
جدول ۲- تقسیم‌بندی مکان‌های گردشگری از نظر مقیاس دسترسی و نوع عملکرد

شاخص‌ها حوزه	مقیاس دسترسی	وسعت نوع	نحوه دسترسی	کارکردهای اصلی	مدت تفریح	تسهیلات مورد نیاز
حوزه گردشگاهی درون شهری	شعاع دسترسی تا ۱۲ کیلومتر زمان دسترسی تا ۹۰ دقیقه	محدوده تمرکز انسان ساخت	پساده، دوچرخه، موتورسیکلت، وسایل نقلیه عمومی شهری، وسایل نقلیه شخصی	پساده‌روی، استراحت دیدار و گفت و گو، بازی کودکان	چند ساعت	فضای سبز، خدمات اولیه، زمین بازی
حوزه گردشگری حاشیه‌ای	شعاع دسترسی ۱۵ تا ۲۰ کیلومتر زمان دسترسی ۱۲۰ تا ۱۴۰ دقیقه	وسیع، تمرکز گسترده، طبیعی انسان ساخت	دوچرخه موتورسیکلت وسایل نقلیه عمومی	راهپیمایی، بازی و ورزش، پیک نیک و سیاحت	یک روز	امکانات ارتباطی فضای بازی ورزشی فضای پیک نیک
حوزه گردشگری برون شهری	شعاع دسترسی ۲۰ تا ۸۰ کیلومتر زمان دسترسی ۹۰ تا ۱۸۰ دقیقه	خیلی وسیع گسترده طبیعی نیمه طبیعی	وسایل نقلیه شخصی، وسایل نقلیه عمومی	طبیعت گردی، سیاحت زیارت، آموزش و پژوهش	یک روز و بیشتر	امکانات ارتباطی تنوع منابع تسهیلات اقامتی خدمات اطلاع رسانی خدمات ایمنی و بهداشتی

منبع: مدهوشی و همکاران (۱۳۸۲: ۳۴)

مناطق تفرجگاهی اشاره می‌کند. در این شکل چهار عامل اصلی مدیریت مناطق، گسترش اوقات فراغت، عرضه و جمعیت گردشگر به عنوان مهم‌ترین عوامل در گسترش این مناطق در اطراف کلان‌شهرها مطرح شده‌اند (برزه‌کار، ۱۳۸۲: ۳۵).

بررسی مسایل تفرجگاهی لزوماً باید بر اساس تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر روی منحنی تقاضا صورت گیرد؛ زیرا عوامل متعددی وجود دارند که روی منحنی تقاضا اثر می‌گذارند. هر کدام از این عوامل به نوبه خود از اهمیت خاصی برخوردار است. شکل (۳) به مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر گسترش



شکل ۳- عوامل لی تأثیرگذار بر گسترش مناطق تفرجگاهی منبع: نگارندگان

### ۳- تحلیل یافته‌ها

#### ۳-۱- پهنه‌بندی اقلیم

در این مبحث با توجه به طولانی بودن مطالب هواشناسی و پارامترهای آن مانند دما، بارش، پوشش گیاهی، روزهای برفی، ابری و یخبندان و... فقط به نتیجه این پارامترها اشاره می‌شود. روی هم رفته منطقه گردشگری مال‌آقا در اقلیم کوهستانی و در همسایگی رشته کوه‌های زاگرس قرار دارد. اختلاف درجه حرارت مال‌آقا با شهر اهواز قابل توجه است، به طوری که اختلاف حداقل و حداکثر متوسط سالانه به ترتیب ۹ و ۱۳ درجه است. این اختلاف در شش ماه اول سال (دوره گردشگری) به ترتیب ۶ و ۱۴ درجه است (سالنامه آماری استان خوزستان، ۱۳۸۷: ۲۵).

#### ۳-۲- ظرفیت گردشگری منطقه

##### ۳-۲-۱- انواع خدمات گردشگری

خدمات گردشگری شامل زیرساخت‌های عمومی چون راه‌ها و جاده‌ها، سیستم بهداشتی، خدمات ارتباطی و سیستم جمع‌آوری پسماندها و غیره است. از نظر سطوح دسترسی به روستای مال‌آقا، جاده منتهی

به این روستا آسفالت مناسب اما کم‌عرض و بدون شانه است. این جاده دارای پیچ و خم‌های کوهستانی و با شیب‌های جانبی تند و در بعضی نقاط همراه با دره‌های عمیق و بدون حفاظ است. چشم‌انداز کنار جاده عموماً درختان بلوط و یا شالیزارهای برنج و مزارع گندم است که مناظر چشم‌نوازی پیش چشم مسافران و گردشگران نهاده است. راه‌های محدوده داخل روستا نیز آسفالت بوده و این روستا بافت سنتی خود را تا حد زیادی حفظ کرده است. تردد گردشگران به این روستا عموماً با وسایل نقلیه شخصی انجام می‌گیرد. به همین دلیل در روزهای تعطیل با ترافیک و ازدحام اتومبیل روبه‌رو است. در حال حاضر پارکینگ روستا در دست ساخت است.

این روستا از لحاظ زیرساخت‌های عمومی مانند آب و برق و مخابرات مشکلی ندارد؛ لیکن آنتن‌دهی تلفن همراه با مشکلاتی مواجه است. از نظر سیستم بهداشتی، روستا فاقد سرویس بهداشتی عمومی است و گردشگران باید از سرویس بهداشتی قسمت‌های خصوصی (باغ‌ها و اماکن اجاره‌ای) استفاده نمایند.



شایان ذکر است این مجموعه توسط سازمان میراث فرهنگی احداث شده و جهت بهره‌برداری به پیمانکار واجد شرایط واگذار گردیده است. در این مجموعه ۱۸ کانکس با تأسیسات کامل از جمله آب و برق نصب شده است که ظرفیت پذیرش ۳۰۰ نفر در شبانه‌روز را دارد.

۳-۲-۳- بررسی آمار گردشگران ورودی به منطقه مال‌آقا

آمار و اطلاعات نشان می‌دهد که بیش‌ترین تعداد مسافران ورودی به این منطقه، از کلانشهر اهواز بوده‌اند. همچنین آمار و اطلاعات گردشگران خروجی در فصل تابستان و فصل گرما از شهر اهواز نشان می‌دهد که نزدیک به ۴۱ درصد مسافران خروجی شهر اهواز منطقه گردشگری مال‌آقا را برای گردشگری انتخاب می‌کنند.

منطقه گردشگری مال‌آقا در سال ۱۳۸۴ به عنوان منطقه نمونه گردشگری استان خوزستان معرفی شد. در سال‌های متوالی ۱۳۸۵ تا ۱۳۸۷ در زمینه جذب گردشگر رونق بسیار یافته و قریب به ۹۰ درصد این گردشگران از داخل استان خوزستان به این منطقه وارد شده‌اند و مابقی نیز از استان‌های همجوار همچون کهگیلویه و بویر احمد و چهار محال و بختیاری در فصول بهار و تابستان وارد این منطقه شده‌اند. در سال ۱۳۸۵ نزدیک به ۳۷ هزار نفر، در سال ۱۳۸۶ نزدیک به ۵۹ هزار نفر و در سال ۱۳۸۷ نیز نزدیک به ۸۰ هزار نفر در دو فصل بهار و تابستان وارد منطقه گردشگری مال‌آقا شده‌اند. همچنین در سال ۱۳۸۸ نیز نزدیک به ۸۳ هزار نفر وارد این منطقه گردشگری شده‌اند.

متأسفانه سیستم جمع‌آوری پسماند در روستا وجود ندارد. علاوه بر پسماندهای خود روستا، پسماندهای گردشگران نیز به پسماندهای موجود روستا اضافه شده و چهره زشتی از خود بر جای گذاشته است. بخشی از پسماندهای روستا به وسیله اهالی در جهت معدوم‌سازی آن‌ها سوزانده می‌شود.

۳-۲-۲- اقامتگاه‌ها و تفریحگاه‌ها

در داخل روستا اقامتگاه تحت عنوان هتل، مهمانسرا و محل‌های اقامتی به مفهوم واقعی وجود ندارد. اما گردشگران در زمین‌های کشاورزی و باغات و یا کنار نهرها و رودهای روستا از چادر استفاده می‌کنند. در روستای مال‌آقا کناره رودخانه به وسیله اهالی فنس‌کشی شده و امکان دسترسی به کنار رودخانه بدون همکاری اهالی روستا مشکل است. اهالی روستا اقدام به برپایی چادر و گذاردن تخت درون باغات خود و کنار رودخانه نموده‌اند و گردشگر در قبال پرداخت وجه می‌تواند در این اماکن اقامت نماید.

در ارتباط با تجهیزات و تأسیسات رفاهی باید اذعان داشت که رستوران و اغذیه‌فروشی درون منطقه به صورت دوره‌ای (عید نوروز و دیگر تعطیلات) و نه همیشگی وجود دارد. در همین ایام اهالی روستائیان اقدام به فروش محصولات خود مانند ناردانه، عسل، انار و رب انار، کشک و قره قوروت و سایر محصولات دامی می‌نمایند و می‌توان گفت که به نوعی در این ایام خاص از سال بازارچه‌های روستایی درون روستا برپا است. بقالی و دکه‌های کوچک نیز در سطح روستا به منظور تأمین نیازهای گردشگران وجود دارد. وجود مجموعه گردشگری مال‌آقا امکان دیگری است که گردشگر می‌تواند برای اقامت استفاده کند.

منظور یک مرکز میانه در این کلان‌شهر انتخاب می‌شود. در این تحقیق میدان شهدا به عنوان نقطه مرکزی شهر اهواز در نظر گرفته شده و بر این اساس روستاهای گردشگری در اقلیم‌های مختلف با توجه به نقشه راه استان خوزستان برداشت شده است. جدول (۴) مسافت روستاهای گردشگری تا مرکز میانه را در کلان شهر اهواز نشان می‌دهد.

جدول ۳- بررسی مسافت روستاهای گردشگری پیرامون

#### شهر اهواز

ردیف	نام روستا	فاصله از کلان‌شهر اهواز (کیلومتر)	نوع اقلیم
۱	شیبان	۲۶	بیابانی
۲	ویس	۳۴	بیابانی
۳	ملائانی	۵۰	بیابانی
۴	حفیره	۶۵	بیابانی
۵	مریچه	۱۵	بیابانی
۶	حاج بارون	۳۲	بیابانی
۷	رود زرد	۹۸	بیابانی
۸	کوت شیخ	۱۲۴	نیمه‌بیابانی
۹	نمره ۱	۱۷۹	نیمه‌بیابانی
۱۰	گاومیشی	۲۰۱	نیمه‌بیابانی
۱۱	مال‌آقا	۱۸۶	معتدل کوهستانی
۱۲	ابوالعباس	۲۱۰	معتدل کوهستانی
۱۳	قلعه تل	۱۹۸	معتدل کوهستانی
۱۴	بادرنگان	۱۸۹	معتدل کوهستانی

منبع: سالنامه آماری استان خوزستان، ۱۳۸۷ و سالنامه آماری حمل و نقل استان

با در نظر گرفتن تعداد روستاها به عنوان  $N$  و فاصله آن‌ها از مرکز میانه در کلان‌شهر اهواز و همچنین با توجه به اقلیم منطقه مسافت استاندارد ۱۴۲ کیلومتر به دست آمد. مقایسه مسافت استاندارد روستاهای گردشگری نزدیک به شهر اهواز از لحاظ بعد مسافت نشان می‌دهد اولین نقطه گردشگری

تعداد گردشگران ورودی در فصول پاییز و زمستان کاهش دارد؛ به طوری که در سال ۱۳۸۶ نزدیک به ۱۲۰ نفر و در سال ۱۳۸۷ نیز ۲۰۰ نفر در این دو فصل وارد منطقه گردشگری مال‌آقا شده‌اند. باید توجه داشت که منطقه گردشگری مال‌آقا به دلیل کوهستانی بودن و زمستان‌های سخت عموماً در فصول سرد خالی از گردشگر است (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، ۱۳۸۵: ۹۸).

#### ۳-۳- تعیین حوزه نفوذ گردشگاهی

##### ۳-۳-۱- الگوی رابرت

حوزه نفوذ گردشگاهی در کلان‌شهر اهواز بر اساس مدل رابرت ۳۹ کیلومتر است. به نظر می‌رسد شاخص مطرح شده برای شهر اهواز قابل تعمیم به همه‌ی فصول نیست. بررسی نشان می‌دهد این استان دارای سه اقلیم متفاوت است؛ یکی بیابانی، دومی نیمه بیابانی و سومی که اقلیم مخصوص گردشگری مناسب برای فصول گرم این استان یعنی اقلیم کوهستانی است. کلان‌شهر اهواز در اقلیم بیابانی قرار دارد؛ بنابراین، باید دنبال تفرجگاهی در اقلیم کوهستانی باشد. به همین منظور منطقه مال‌آقا می‌تواند مکانی مناسب برای جذب گردشگر از شهر اهواز باشد. همچنین در فصل تابستان اولین نقطه‌ای که می‌تواند پایان محدوده‌ی گرم در استان خوزستان و کلان‌شهر اهواز باشد، محدوده شمال و شمال شرقی استان همجوار با استان چهارمحال و بختیاری است که مناسب‌ترین آن منطقه گردشگری مال‌آقا است.

##### ۳-۳-۲- الگوی مسافت استاندارد

برای تعیین حوزه نفوذ گردشگری کلان‌شهر اهواز از الگوی تعیین مسافت استفاده شده است. برای این

فصول گردشگری در منطقه مورد بررسی از سویی به انگیزه‌ها و رفتارهای گردشگران و از سوی دیگر به شرایط اقلیمی (آب و هوایی) و زمین ریخت‌شناسی (توپوگرافی، زمین‌شناسی و اشکال زمین) منطقه مربوط می‌شود.

مال‌آقا در کلیه ماه‌های سال (فصول چهارگانه) پذیرای گردشگر است؛ اما با توجه به نقش غالب شرایط آب و هوایی و دوره زمانی عمده گردشگری در منطقه مربوط به فصول بهار، تابستان و زمستان است؛ به طوری که در ایام نوروز و سیزده به در (روز طبیعت) بیش‌ترین تعداد گردشگران از منطقه بازدید به عمل می‌آورند. جدول ۴ شلوغ‌ترین ماه‌های سال به لحاظ حضور گردشگران در مال‌آقا و شهرستان باغ‌ملک را نمایش می‌دهد.

جدول ۴- فصول گردشگری در منطقه مال‌آقا

شش ماه دوم سال						شش ماه اول سال						منطقه
اسفند	بهمن	دی	آذر	آبان	مهر	شهریور	مرداد	تیر	خرداد	اردیبهشت	فروردین	
***	*	*	*	*	*	**	**	**	**	**	**	مال‌آقا
***	***	***	**	**	**	*	*	*	*	***	***	شهرستان باغ‌ملک

\* حداقل گردشگران، \*\* متوسط گردشگران، \*\*\* حداکثر گردشگران

ابوالعباس، رباط و منجیق) و زیارتگاه‌ها (امام‌زاده عبدالله، امام‌زاده امیرالمؤمنین و حضرت سلیمان) و همچنین عشایر منطقه از جمله عشایر بختیاری و زنگنه برای خرید و فروش محصولات حضور دارند.

#### ۴- تجزیه و تحلیل با استفاده از مدل SWOT

##### ۴-۱- عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری در منطقه مورد مطالعه

هدف این مرحله سنجش محیط داخلی منطقه مطالعه شده جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت است؛ به این معنا که جنبه‌هایی که در راه دستیابی به اهداف

نزدیک به مسافت استاندارد که در حوزه نفوذ کلان‌شهر اهواز جای دارد منطقه مال‌آقا است. تفاوت مسافت استاندارد به دست آمده و مسافت واقعی اهواز تا مال‌آقا ۴۴ کیلومتر است. این موضوع نشان دهنده عدم کاربرد مدل‌های مورد بررسی برای شهر اهواز است. به طور کلی و بر اساس مشاهدات میدانی صورت گرفته پیرامون کلان‌شهر اهواز و روستاهای اطراف، مسافت به دست آمده تا روستای مال‌آقا از طریق الگوی استاندارد فاصله، دارای تطبیق‌پذیری بالایی با متن فضای جغرافیایی شکل گرفته برای مجموعه کلان‌شهر اهواز است.

#### ۳-۴- بررسی دوره‌های زمانی یا فصول گردشگری

##### ۳-۴-۱- فصول و ماه‌های گردشگری در منطقه

#### ۳-۴-۲- مدت زمان گردشگری در منطقه

مدت زمان گردش و تفرج در منطقه کمتر از یک روز، روزانه و بیشتر از یک روز است. علاقه‌مندان به طبیعت‌گردی و گردشگری مذهبی شهرستان باغ‌ملک خصوصاً شهر صیدون و ساکنان روستاهای مجاور معمولاً به صورت هفتگی در ایام پنج‌شنبه و جمعه جهت استفاده از طبیعت (رودخانه ابوالعباس، کوه‌های سربه فلک کشیده منگشت و قارون، درختان جنگلی و وحشی نظیر بنه، بلوط و زالزالک، باغ‌های انار و انگور و شالیزارهای برنج)، مناظر روستا (امام‌زاده عبدالله،

برنامه‌ریزی و اجرای تکلیف‌های آن از زمینه‌های مساعد یا بازدارنده برخوردارند، مدنظر است. از این رو در این قسمت سه مقوله راهبردهای موجود، عملکردها و منابع مورد توجه قرار گرفته و تحت عنوان نقاط قوت و نقاط ضعف و در چارچوب ابعاد توسعه مناطق گردشگری (اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و اکولوژیکی) به شرح جدول (۵) تقسیم‌بندی شده‌اند.

۲-۴- عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری منطقه مورد مطالعه

هدف از این مرحله، کندوکاو آثار محیط خارجی در منطقه مطالعه شده جهت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که این منطقه در ارتباط با گسترش گردشگری با آن مواجه است. بنابراین بر اساس مطالعات انجام شده و بررسی وضعیت محیط پیرامون منطقه مال‌آقا، مجموعه فرصت‌ها و تهدیدهای موجود و مؤثر بر این ناحیه از لحاظ گردشگری در قالب ابعاد توسعه روستایی (اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، اکولوژیکی و نهادی) مورد توجه و بررسی قرار گرفت که در جدول (۶) آمده است.

جدول ۵- ماتریس عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری در منطقه مورد مطالعه

شاخص‌ها	نقاط قوت	نقاط ضعف
اقتصادی	<ul style="list-style-type: none"> <li>* مستعد بودن و آماده بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و گردشگری در جهت استفاده از منابع طبیعی و انسانی و معرفی آن به عنوان قطب مهم گردشگری در خوزستان</li> <li>* وجود میوه‌های سردسیری، محصولات کشاورزی و بازار مناسب برای فروش این محصولات به گردشگران</li> <li>* وجود صنایع دستی بومی و بازار محلی جهت فروش این صنایع</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری</li> <li>* عدم برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری‌های دولتی در این ناحیه</li> <li>* نبود انگیزه کافی برای اهالی جهت بازاریابی مناسب برای محصولات</li> </ul>
آداب و رسوم و فرهنگ	<ul style="list-style-type: none"> <li>* آگاهی و سواد بالای مردم روستا و حس همکاری و مشارکت در بین روستاییان این منطقه</li> <li>* آداب و رسوم، فرهنگ محلی و سنتی و نیز مکان‌های تاریخی و دیدنی</li> <li>* وجود عشایر بختیاری در منطقه و جنبه گردشگری عشایری در منطقه</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی و خدمات نبود نیروهای متخصص و آموزش دیده در این نواحی</li> <li>* توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال (تراکم کم در زمستان)</li> <li>* تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا</li> </ul>
اکولوژیکی	<ul style="list-style-type: none"> <li>* وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز و باغات در نواحی روستایی مطالعه شده</li> <li>* مجاورت و نزدیکی به مراکز جمعیتی و مراکز شهری از جمله شهرهای باغملک و ایذه</li> <li>* وجود ارتفاعات و قله مرتفع جهت انجام ورزش‌ها و تفریحاتی از قبیل کوهنوردی، راهپیمایی و اسکی</li> <li>* دسترسی آسان و مناسب به این نواحی برای گردشگران</li> <li>* وجود سد کارون ۳، رودخانه‌ها و چشمه‌ها در اطراف</li> <li>* محیط آرام و بدون سر و صدا به خصوص برای شهرنشینان جهت استراحت و تمدد اعصاب و تفریح</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (مانند جاده‌ها و فاضلاب)</li> <li>* نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی</li> <li>* تخریب محیط طبیعی توسط گردشگران</li> <li>* عدم نظارت سازمان منابع طبیعی بر منطقه</li> <li>* شکار بی‌رویه حیوانات بومی منطقه توسط روستاییان</li> </ul>

4. strengths
5. weaknesses

جدول ۶- ماتریس عوامل مؤثر خارجی بر گردشگری ناحیه مطالعه شده

شاخص‌ها	فرصت‌ها opportunities	تهدیدها threats
اقتصاد	* افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری * افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی	* افزایش قیمت محصولات کشاورزی و زمین و همچنین تجهیزات و تسهیلات گردشگری و مقرون به صرفه نبودن آن‌ها * مهاجرت روستاییان به شهر
فرهنگ و آداب و رسوم	* افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری و مردم حومه * وجود شهر اهواز به عنوان قطب جمعیتی در کنار منطقه گردشگری مال‌آقا * عدم ارائه خدمات و تسهیلات مطلوب به گردشگران	* افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به سایر مناطق * تراکم بیش از حد جمعیت و شلوغ شدن این منطقه * افزایش تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران در منطقه نسبت به قبل * از بین رفتن فرهنگ سنتی محلی (همانند: زبان، آداب و رسوم محلی، نوع پوشاک، معماری، مسکن و...) با افزایش گردشگران
زیرساخت‌ها	* وجود منابع طبیعی بکر و جنگل‌های بلوط زاگرس * وجود سدهای کارون ۳ و ۴ در اطراف منطقه	* از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار تخریبی آن همانند افزایش سیل، تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی * آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این منطقه

جدول ۷- ماتریس SWOT (عوامل اصلی تأثیرگذار بر گردشگری در منطقه مال‌آقا)

بیرونی	داخلی
فرصت‌ها (O)	قوت‌ها (S)
<p>O۱= افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در منطقه</p> <p>O۲= وجود قطب جمعیتی استان خوزستان در نزدیکی منطقه</p> <p>O۳= افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و گردشگری در منطقه</p> <p>O۴= افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در منطقه</p> <p>O۵= وجود نیروهای متخصص در امر گردشگری در منطقه</p> <p>O۶= ارائه خدمات و تسهیلات مطلوب در منطقه</p>	<p>S۱= چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد</p> <p>S۲= وجود ارتفاعات و قله مرتفع</p> <p>S۳= جاذبه‌های ورزشی و تفریحی</p> <p>S۴= دسترسی آسان و مناسب</p> <p>S۵= نزدیکی به شهر باغملک و ایذه</p> <p>S۶= وجود سد کارون ۳ و رودخانه کارون</p> <p>S۷= وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی بختیاری</p> <p>S۸= داشتن محیط آرام و بدون سروصدا</p> <p>S۹= وجود بازار مناسب محصولات لبنی و صنایع دستی</p>
تهدیدها (T)	ضعف‌ها (W)
<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= شلوغ شدن منطقه</p> <p>T۵= آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این نواحی</p> <p>T۶= افزایش تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران</p> <p>T۷= از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار قدیمی</p> <p>T۸= تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی</p> <p>T۹= از بین رفتن فرهنگ و سنت‌های محلی</p>	<p>W۱= نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی</p> <p>W۲= نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی</p> <p>W۳= عدم تمایل مردم جهت سرمایه‌گذاری</p> <p>W۴= نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی</p> <p>W۵= نبود نیروهای متخصص و آموزش دیده</p> <p>W۶= توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال</p> <p>W۷= نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی</p> <p>W۸= تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم منطقه</p> <p>W۹= عدم آشنایی روستاییان با گردشگری و عدم آگاهی گردشگران از نحوه تعامل با بومیان و ساکنان محلی</p>

#### ۴-۳- تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و

#### تهدیدها و امتیازبندی مدل SWOT

همان گونه که در جداول (۵) و (۶) نشان داده شده است، در نواحی روستایی مطالعه شده تعداد ۹ نقطه قوت داخلی در برابر ۹ نقطه ضعف داخلی و تعداد شش فرصت خارجی در برابر ۹ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده است. به این ترتیب در مجموع تعداد ۱۵ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و ۱۸ نقطه ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای پیش‌روی منطقه گردشگری مال‌آقا جهت گسترش گردشگری قابل شناسایی است. بنابراین، در یک جمع‌بندی و تحلیل ساده می‌توان گفت که آستانه آسیب‌پذیری این نواحی بسیار بالا بوده و نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب در جهت رفع ضعف‌ها و تهدیدها با استفاده از نقاط قوت و فرصت‌ها است.

علاوه بر آن در این قسمت سعی شد تا افزون بر نکات فوق، مزیت‌ها و محدودیت‌های عمده ناحیه جهت اولویت‌بندی گزینه‌ها از دیدگاه ساکنان محلی و گردشگران از طریق توزیع پرسشنامه ارزیابی شود تا علاوه بر مشارکتی کردن این روش بتوان نتیجه را به صورت کمی، منطقی و اصولی‌تر به دست آورد. نظرات و محاسبات انجام شده و اولویت‌بندی‌ها در جدول شماره (۸) آمده است. این جدول بیانگر مجموع وزن‌های داده شده، میانگین رتبه‌ای و وزن نسبی هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از دیدگاه دو گروه پاسخ‌دهنده است. لازم به ذکر است که در این مطالعه، موضوعات در چهار دسته عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و اکولوژیکی و با پنج درجه شدت (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم) بررسی شده و از این روند و

طرز کار درجه‌بندی در سراسر تحقیق استفاده شده است. نحوه امتیازدهی (وزن بندی) متغیرها بر اساس مطالعات قبلی پژوهشگران و نظر محققان است. حال با توجه به جدول (۸) به بررسی و تحلیل هر یک از نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها از نظر دو گروه گردشگران و ساکنان بومی منطقه پرداخته می‌شود:

#### الف- گردشگران ورودی به منطقه مال‌آقا

با توجه به جدول (۸) از دید گردشگران ورودی به منطقه، مهم‌ترین نقطه قوت چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد منطقه مال‌آقا با میانگین ۳/۲۳ و وزن ۰/۴۷ است. همچنین آداب و رسوم و فرهنگ محلی بختیاری که با میانگین ۲/۴۷ و وزن نهایی ۰/۲۷ کم اهمیت‌ترین نقطه قوت در منطقه از دید گردشگران اعلام شده است.

مهم‌ترین نقطه ضعف منطقه گردشگری مال‌آقا از دیدگاه گردشگران نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی با میانگین ۴/۳۷ و وزن نهایی ۰/۴۸ است و عدم آشنایی روستاییان با گردشگران با میانگین ۲/۹۲ و وزن نهایی ۰/۲۱ کم‌اهمیت‌ترین نقطه ضعف منطقه محسوب می‌شود.

مهم‌ترین فرصت مطرح شده از سوی گردشگران وجود قطب جمعیتی استان خوزستان در نزدیکی منطقه مال‌آقا با میانگین ۳/۸۶ و وزن نهایی ۰/۵۷ است و افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و گردشگری با میانگین ۲/۱۹ و وزن نهایی ۰/۴۲ کم‌اهمیت‌ترین فرصت مطرح شده است.

در نهایت، مهم‌ترین تهدید مطرح شده برای منطقه از دید گردشگران افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت با میانگین ۳/۳۷ و وزن نهایی ۰/۴۳ و کم‌اهمیت‌ترین تهدید نیز از بین رفتن درختان و پوشش

گیاهی و آثار قدیمی با میانگین ۲/۶۱ و وزن نهایی ۰/۲۹ مشخص شده است.

جدول ۸- ماتریس تحلیل SWOT (رتبه‌بندی و اولویت‌سنجی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از دید ساکنان و گردشگران)

گردشگران ورودی به منطقه				ساکنان بومی منطقه				تحلیل swot	
رتبه	وزن	میانگین	مجموع	رتبه	وزن	میانگین	مجموع	قوت‌ها	
۱	۰/۴۷	۴/۹۰	۴۸۰	۱	۰/۳۹	۴/۹۳	۴۵۸	S۱= چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد	
۴	۰/۴۱	۴/۶۷	۴۰۶	۳	۰/۳۴	۴/۶۴	۳۵۶	S۲= وجود ارتفاعات و قله مرتفع	
۵	۰/۴۱	۳/۶۵	۳۵۶	۴	۰/۳۳	۲/۳۶	۲۵۷	S۳= جاذبه‌های ورزشی و تفریحی	
۶	۰/۴۰	۳/۵۷	۳۹۲	۶	۰/۳۲	۴/۵۵	۴۵۷	S۴= دسترسی آسان و مناسب	
۳	۰/۴۵	۴/۰۷	۴۸۷	۲	۰/۳۰	۳/۱۴	۵۴۰	S۵= نزدیکی به شهر باغملک و ایذه	
۲	۰/۴۶	۴/۱۲	۳۹۲	۷	۰/۲۴	۲/۲۴	۳۷۵	S۶= وجود سد کارون ۳ و رودخانه کارون	
۹	۰/۲۷	۲/۴۷	۳۴۸	۸	۰/۲۱	۲/۱۱	۲۸۴	S۷= آداب و رسوم و فرهنگ محلی بختیاری	
۷	۰/۴۰	۳/۶۲	۴۹۸	۵	۰/۱۷	۴/۳۰	۵۴۷	S۸= داشتن محیط آرام و بدون سروصدا	
۸	۰/۳۵	۲/۶۹	۳۹۱	۹	۰/۱۶	۱/۱۹	۲۰۴	S۹= وجود بازار مناسب محصولات لبنی و صنایع دستی	
ضعف‌ها									
رتبه	وزن	میانگین	مجموع	رتبه	وزن	میانگین	مجموع	W۱= نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی	
۱	۰/۴۸	۴/۳۷	۴۷۵	۱	۰/۴۶	۴/۸۲	۶۱۸	W۲= نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی	
۲	۰/۴۲	۳/۲۸	۵۸۰	۲	۰/۴۳	۳/۵۵	۵۹۰	W۳= عدم تمایل مردم جهت سرمایه‌گذاری	
۳	۰/۳۹	۲/۱۱	۴۱۳	۳	۰/۳۷	۲/۱۹	۵۶۴	W۴= نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی	
۶	۰/۳۱	۳/۱۲	۴۴۲	۴	۰/۳۵	۳/۳۱	۵۴۰	W۵= نبود نیروهای متخصص و آموزش دیده	
۷	۰/۳۰	۳/۳۲	۴۵۸	۶	۰/۳۳	۳/۳۴	۵۳۸	W۶= توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال	
۸	۰/۲۹	۳/۴۱	۴۲۹	۵	۰/۳۴	۳/۳۷	۵۸۰	W۷= نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی	
۵	۰/۳۵	۳/۴۸	۳۸۲	۷	۰/۳۲	۳/۴۳	۵۶۰	W۸= تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم منطقه	
۴	۰/۳۶	۳/۴۸	۴۹۱	۸	۰/۳۱	۴/۴۸	۵۹۰	W۹= عدم آشنایی روستاییان با گردشگران و بالعکس	
فرصت‌ها									
رتبه	وزن	میانگین	مجموع	رتبه	وزن	میانگین	مجموع	O۱= افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح	
۲	۰/۵۶	۳/۷۸	۵۶۰	۱	۰/۵۹	۳/۷۱	۵۴۰	O۲= وجود قطب جمعیتی استان خوزستان در نزدیکی منطقه	
۱	۰/۵۷	۳/۸۶	۵۹۸	۲	۰/۵۴	۳/۵۶	۵۳۰	O۳= افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و گردشگری	
۶	۰/۴۲	۲/۱۹	۴۰۰	۵	۰/۴۱	۳/۲۷	۳۸۵	O۴= افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری	
۵	۰/۴۳	۳/۲۸	۵۱۱	۴	۰/۵۲	۳/۳۱	۵۶۹	O۵= وجود نیروهای متخصص در امر گردشگری در منطقه	
۴	۰/۴۵	۲/۸۷	۴۰۹	۳	۰/۵۳	۳/۳۴	۳۸۶	O۶= ارائه خدمات و تسهیلات مطلوب در منطقه	
تهدیدها									
رتبه	وزن	میانگین	مجموع	رتبه	وزن	میانگین	مجموع	T۱= افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی	
۲	۰/۴۲	۳/۱۷	۵۰۱	۵	۰/۳۹	۳/۳۳	۴۵۰	T۲= عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت	
۸	۰/۳۰	۳/۲۶	۴۸۰	۶	۰/۲۶	۲/۴۶	۴۰۲	T۳= افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به منطقه	
۱	۰/۴۳	۳/۳۷	۵۸۷	۸	۰/۲۳	۲/۷۸	۴۱۱	T۴= شلوغ شدن منطقه	
۴	۰/۳۹	۳/۴۸	۶۵۰	۲	۰/۴۴	۳/۶۸	۵۶۰	T۵= آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این نواحی	
۳	۰/۴۰	۳/۴۶	۵۳۰	۱	۰/۴۷	۳/۶۹	۶۵۴	T۶= ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران	
۵	۰/۳۷	۳/۵۰	۴۸۷	۷	۰/۳۵	۳/۴۳	۵۲۰	T۷= از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار قدیمی	
۹	۰/۲۹	۲/۶۱	۴۸۰	۳	۰/۴۲	۳/۵۹	۵۸۰	T۸= تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی	
۶	۰/۳۶	۳/۷۳	۴۸۰	۴	۰/۴۱	۳/۴۱	۵۹۰	T۹= از بین رفتن فرهنگ و سنت‌های محلی	
۷	۰/۳۴	۳/۱۹	۳۵۸	۹	۰/۲۰	۲/۳۰	۴۵۰		

## ب- ساکنان بومی منطقه

با توجه به جدول (۸) مهم‌ترین نقطه قوت از دیدگاه ساکنان بومی منطقه، چشم‌اندازهای زیبا و منحصربه‌فرد با میانگین  $4/93$  و وزن نهایی  $0/39$  مشخص شده و وجود بازار مناسب محصولات لبنی و صنایع دستی با میانگین  $1/19$  و وزن نهایی  $0/24$  به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت مطرح شده است.

مهم‌ترین نقطه ضعف مطرح شده از سوی ساکنان بومی منطقه نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی با میانگین  $4/82$  و وزن نهایی  $0/46$  است و عدم آشنایی روستاییان با گردشگران با میانگین  $2/14$  و وزن نهایی  $0/24$  به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه ضعف معرفی شده است.

در بحث مربوط به فرصت‌ها، افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح به منطقه با میانگین  $3/71$  و وزن نهایی  $0/59$  به عنوان بااهمیت‌ترین فرصت و ارائه خدمات و تسهیلات مطلوب در منطقه با میانگین  $2/25$  و وزن نهایی  $0/36$  به عنوان کم‌اهمیت‌ترین فرصت مطرح شده است.

در نهایت، آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این نواحی با میانگین  $3/69$  و وزن نهایی  $0/47$  به عنوان پراهمیت‌ترین نقطه تهدید و از بین رفتن فرهنگ سنت و محلی با میانگین  $2/30$  و وزن نهایی  $0/20$  به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه تهدید از سوی ساکنان بومی منطقه مطرح شده است.

#### ۴-۵- اولویت‌بندی نهایی با استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی (AHP)

برای اولویت‌بندی گزینه‌های مطرح شده در مدل SWOT (در مجموع ۳۳ گزینه در قالب چهار شاخص

نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها) از مدل تحلیل سلسله مراتبی استفاده شده است. در این مطالعه به دلیل جلوگیری از طولانی شدن گزارش فقط به نتایج این مدل در قالب نمودارهای تهیه شده توسط نرم‌افزار Expert Choice بسنده شده است. این نمودارها بیانگر اولویت‌بندی و رتبه‌بندی هر کدام از شاخص‌ها می‌باشند که از دیدگاه دو گروه ساکنان بومی منطقه و گردشگران ورودی به منطقه به صورت مشارکتی ارائه شده است. همچنین در مدل تحلیل سلسله مراتبی جهت وزن‌دهی هر کدام از معیارها و گزینه‌ها با توجه به جدول (۸) که با استفاده از نتایج پرسشنامه وزن‌دهی و رتبه‌بندی شده است، وزن‌های ارائه شده در جدول به صورت نرمال اصلاح شدند. شیوه اصلاح نیز با استفاده از نظرسنجی از دو طیف بوده است؛ طیف اول متخصصان امر گردشگری در سازمان میراث فرهنگی و مسئولان بنیاد مسکن منطقه مال‌آقا و طیف دوم نیز پژوهشگران طرح جامع استان خوزستان که شامل اساتید گروه‌های اقتصاد، علوم اجتماعی، شهرسازی، جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری هستند.

نتایج این وزن‌دهی به صورت نمودار در شکل‌های (۸) تا (۱۰) ارائه شده است. می‌توان گفت نتایج به دست آمده از تلفیق وزن‌های دو مدل SWOT و AHP به دست آمده که از گروه‌های ذکر شده اخذ شده است.

بررسی سازگاری در قضاوت‌ها: از آن جا که تعیین کمیت‌ها برای معیارها، زیرمعیارها و گزینه‌ها در ماتریس مقایسه‌ای بر اساس قضاوت شخصی یا گروه کارشناسی است، لازم است میزان سازگاری یا ناسازگاری در قضاوت‌های انجام شده مورد آزمون



قرار گیرد. با استفاده از رابطه شماره ۲ سازگاری به دست آمده  $CR = 0/35 < 0/1$  است. ضریب به دست آمده کوچک‌تر یا مساوی  $0/1$  است سازگاری در قضاوت‌ها مورد مورد تایید قرار می‌گیرد

$$CI = \frac{L-n}{n-1} \quad \text{رابطه (۲)}$$

جدول ۹- اولویت بندی مدل سوات براساس نتایج استخراج شده از مدل تحلیل سلسله مراتبی

رتبه	اولویت بندی نقاط قوت S	رتبه	اولویت بندی نقاط ضعف W	رتبه	اولویت بندی فرصت‌ها O	رتبه	اولویت بندی تهدیدها T
	ناسازگاری مدل: ۰/۱۴		ناسازگاری: ۰/۲۸		ناسازگاری: ۰/۰۳		ناسازگاری: ۰/۱۰
۱۹۶/۰	دسترسی آسان و مناسب	۱۳۷/۰	نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی	۲۰۴/۰	افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح	۲۹۹/۰	عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت
۱۶۶/۰	وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی بختیاری	۱۲۶/۰	نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی	۱۵۶/۰	وجود قطب جمعیتی استان خوزستان در نزدیکی	۲۵۵/۰	آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این نواحی
۱۶۴/۰	چشم‌اندازهای زیبا و منحصربه‌فرد	۱۱۷/۰	نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی	۱۴۴/۰	افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و گردشگری	۱۸۲/۰	افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی
۱۶۳/۰	وجود ارتفاعات و قله مرتفع	۱۱۴/۰	عدم تمایل مردم جهت سرمایه‌گذاری	۱۳۲/۰	افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری	۱۲۵/۰	شلوغ شدن منطقه
۱۲۵/۰	نزدیکی به شهر باغملک و ایذه	۱۱۲/۰	نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی	۱۰۹/۰	ارائه خدمات و تسهیلات مطلوب در منطقه	۰۸۳/۰	افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت
۰۷۸/۰	جاذبه‌های ورزشی و تفریحی	۱۰۹/۰	تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم منطقه	۰۸۱/۰	وجود نیروهای متخصص در امر گردشگری در منطقه	۰۵۶/۰	ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران
۰۵۳/۰	داشتن محیط آرام و بدون سروصدا	۱۰۵/۰	توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال	۰۷۶/۰			تخریب زمین‌های کشاورزی
۰۳۱/۰	وجود سدکارون ۳ و رودخانه کارون	۱۰۰/۰	عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده	۰۶۹/۰			از بین رفتن فرهنگ سنت و محلی
۰۲۵/۰	وجود بازار مناسب محصولات لبنی و صنایع دستی	۰۷۹/۰	عدم آشنایی روستاییان با گردشگران	۰۲۹/۰			از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار

## ۵- ارائه راهبردها و راهکارها در توسعه گردشگری منطقه مال‌آقا

### ۱-۵- راهبردهای رقابتی و تهاجمی (SO)

در راهبردهای رقابتی و تهاجمی بر نقاط درونی و فرصت‌ها تمرکز می‌شود. بر همین اساس راهکاری‌های زیر جهت ارزیابی منطقه گردشگری پیرامون کلان‌شهر اهواز (منطقه مال‌آقا) و توسعه گردشگری در این منطقه ارائه شده است:

- تأکید بر حفظ چهره طبیعی منطقه مال‌آقا و در صورت ایجاد تسهیلات، انجام پروژه‌های ارزیابی زیست‌محیطی برای منطقه

- بهره‌برداری بهینه از انگیزه و تمایل شهروندان کلان‌شهر اهواز جهت استفاده از منطقه مال‌آقا و معرفی این منطقه در رسانه‌های محلی

- شناسایی و معرفی جاذبه‌های منطقه مال‌آقا به حوزه‌های شهری اطراف (از جمله اهواز، یاسوج، شهرکرد و شیراز)

- راه‌اندازی تشکل‌های مردمی و استفاده از تجارب نیروهای فعال در زمینه برگزاری بازارهای منطقه

- حمایت و زمینه‌سازی جهت ورود بخش خصوصی به منطقه

- معرفی و حمایت از جاذبه‌های کشاورزی روستاییان اطراف جهت فروش محصولات و همچنین تأکید بر صنایع دستی

### ۲-۵- راهبردهای تنوع‌بخشی (ST)

در راهبردهای تنوع‌بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، راهکارهای زیر ارائه شده است:

- تنوع‌بخشی به امکانات موجود و جاذبه‌های انسان‌ساخت در منطقه

- ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت موجود جهت جلوگیری از تخریب طبیعت

- تأکید بر توسعه گردشگری کشاورزی و طبیعی در منطقه مال‌آقا جهت ایجاد بازار فروش محصولات

- تنوع‌بخشی به برنامه‌های تبلیغاتی و ایجاد انگیزه در شهروندان اهوازی جهت گذراندن تعطیلات پایان بهره‌گیری از توان مردم محلی و گردشگران ورودی جهت جلوگیری از خسارات زیست‌محیطی

### ۳-۵- راهبردهای بازنگری (WO)

در راهبردهای بازنگری ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر آن است که از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف در منطقه بهره‌گیری شود. بر این اساس راهکارهای زیر ارائه شده است:

- بازنگری در برنامه‌ریزی‌های گردشگری در کلان‌شهر اهواز و مطالعه ایجاد تسهیلات و امکانات در منطقه

- بازنگری و ایجاد تسهیلات مناسب اقامتی و تغذیه‌ای برای گردشگران ورودی به منطقه

- بازنگری در نحوه واگذاری زمین جهت ایجاد

تسهیلات و امکانات با تأکید بر رضایتمندی بومیان منطقه

- بازنگری و توجه به مشارکت‌های مردمی در برنامه‌ریزی‌های گردشگری منطقه

#### ۵-۴- راهبردهای تدافعی (WT)

راهبردهای تدافعی بر حل تهدیدها و آسیب‌های احتمالی در منطقه تأکید دارند. این راهبردها بدین قرارند:

- آشنایی شوراهای محلی و روستایی منطقه با گردشگری و گردشگران ورودی به منطقه

- تأکید بر آموزش و اطلاع‌رسانی در زمینه تبلیغات در منطقه و همچنین در زمینه نحوه تعامل با گردشگران برای بومیان منطقه

- تدوین قوانین و مقررات گردشگری طبیعی در منطقه

- بازاریابی مناسب برای محصولات گردشگری روستایی در منطقه

گردشگری در مناطق تفرجگاهی از دو منظر مورد توجه قرار می‌گیرد؛ از یک سو محیط‌های طبیعی و پیرامون آن‌ها فرصتی مهیا می‌کنند تا گردشگران فارغ از هیاهوی شهری و سیطره تکنولوژی در بطن این مناطق زمانی را به فراغت بگذرانند و از دیگر سو در کنار آن، از وابستگی اقتصاد این مناطق به کشاورزی کاسته می‌شود و رشد بازار گردشگری منجر به رونق اقتصاد این مناطق می‌گردد.

بررسی نشان داد مدل‌های الگوی حد نهایی حوزه گردشگاهی کلان‌شهرها، یعنی الگوی رابرت و مسافت استاندارد شده برای شهر اهواز در فصول گرم سال مناسب نیستند و از این مدل‌ها می‌توان برای سایر فصول بهره برد. مدل دیگری برای تعیین الگوی حد نهایی حوزه گردشگری در فصول گرم مورد استفاده قرار می‌گیرد که در اصل توجه به اقلیم منطقه است که

در نواحی جنوب غربی ایران یک متغیر اصلی محسوب می‌شود. از سوی دیگر به دلیل چهار فصل بودن اقلیم ایران، مبنای گردشگری بیشتر مسافرت‌های تفریحی و فراغتی بر اساس اختلاف اقلیمی بین نواحی و مناطق کشور است. امتیاز مثبت منطقه گردشگری مال‌آقا در آن است که شهروندان اهوازی برای خروج از منطقه گرم ناچار نیستند از استان خارج شوند چراکه اولین نقطه اقلیمی مناسب در استان خوزستان منطقه مال‌آقا است. شهر اهواز اقلیمی متفاوتی با منطقه گردشگری مال‌آقا قرار دارد. اهواز منطقه‌ای بیابانی است و بسیاری از شهروندان مشتاق طبیعت‌گردی در مناطق کوهستانی و خوش آب و هوا، منطقه مال‌آقا را برای این منظور بر می‌گزینند. به همین دلیل می‌توان نتیجه گرفت که پیمودن مسیر طولانی اهواز تا مال‌آقا (۱۸۶ کیلومتر) به واسطه اقلیم بیابانی اهواز و اقلیم کوهستانی منطقه مال‌آقا توجیه‌پذیر است. بررسی آماری نیز نشان می‌دهد شهروندان اهوازی از این منطقه به خوبی استقبال کرده و قسمتی از اوقات فراغت و استراحت خود را در این منطقه می‌گذرانند؛ اگرچه منطقه از نظر برخورداری از زیرساخت‌های گردشگری در حد مطلوبی نیست و این تفرجگاه گردشگری زمانی می‌تواند جوابگوی نیاز شهروندان به شکل مطلوب باشد که زیرساخت‌های گردشگری در این منطقه مهیا شود.

با توجه به منابع و نظریه‌های تحقیق و انجام مطالعات میدانی به منظور ارائه راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری روستایی و منطقه‌ای و ارزیابی آن‌ها به وسیله مدل SWOT و اولویت‌بندی این راهبردها در مدل AHP،

ارائه شده است که برگزاری نشست‌ها با شورای محلی و روستایی و آموزش و اطلاع‌رسانی از مهم‌ترین پیشنهادهای است.

#### منابع

اسماعیلی سار، عباس و کاویان پور، کامیار (۱۳۸۰)، ارزش‌گذاری اقتصادی (تفرجی) پارک جنگلی سی‌سنگان، مجله علوم و تکنولوژی محیط زیست، شماره ۷ و ۸.

برزه‌کار، قدرت‌الله و حسینی، سید محمد (۱۳۸۲)، بررسی نظرات و خواسته‌های گردشگران در پارک جنگلی نور، مجموعه مقالات همایش ملی مدیریت جنگل‌های شمال و توسعه پایدار- مقالات پوستری

پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۵)، گردشگری ماهیت و مفاهیم، انتشارات سمت، تهران

حاتمی‌نژاد، حسین (۱۳۸۶)، اهمیت گردشگری شهری، ماهنامه شهرداری‌ها، سال هفتم، شماره ۷۸۵- دیناری، احمد (۱۳۸۴)، گردشگری شهری در ایران، انتشارات واژگانه فرد، مشهد

رضوانی، علی‌اصغر (۱۳۷۴)، جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیا نور، تهران

زنگی آبادی، علی و محمدی، جمال و زیرک‌باش، دیبا (۱۳۸۵)، مقاله تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان، مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۸ دوره ۴ سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان خوزستان (۱۳۸۵)، طرح آماری ورودی

نتایج به دست آمده از مدل SWOT و مدل AHP راهبردهای زیر پیشنهاد می‌شوند:

الف) در بین نقاط قوت در منطقه مال‌آقا عوامل محیطی مانند چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد و وجود ارتفاعات و نزدیکی به دو شهر کوهستانی باغملک و ایذه، مهم‌ترین نقاط قوت این منطقه به حساب می‌آیند. به همین منظور در راهکارها بر راهبرد توسعه گردشگری طبیعی تأکید شده است.

ب) با توجه به نتایج به دست آمده از بین نقاط ضعف منطقه، نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و نبود سرمایه‌گذاری جهت توسعه تسهیلات و زیرساخت‌ها و همچنین تعارض میان فرهنگ بومیان و گردشگران از عمده‌ترین موانع توسعه گردشگری در این منطقه است. این نقاط ضعف با مشارکت بخش خصوصی و آگاهی، آموزش و اطلاع‌رسانی به گردشگران و ساکنان منطقه برطرف شده و ارتقاء می‌یابند.

ج) در بین فرصت‌انگیزه شهروندان برای مسافرت و تفریح به این منطقه، وجود کلان‌شهر اهواز در نزدیکی منطقه و وجود نیروهای متخصص گردشگری در استان به عنوان مهم‌ترین فرصت‌ها اعلام شده است.

د) در بین تهدیدهای ارائه شده برای منطقه گردشگری مال‌آقا، آلودگی‌های منابع آبی و رودخانه کارون، تخریب و وارد آمدن خسارت به طبیعت منطقه به دلیل افزایش جمعیت گردشگران و همچنین از بین رفتن مزارع و پوشش گیاهی و جنگل‌ها از مهم‌ترین تهدیدها است. برای این منظور راهبردهای تدافعی

مافی، عزت الله و سقایی، مهدی (۱۳۸۷) تحلیلی برگردشگری روستایی در پیرامون کلانشهرها با تاکید بر کلان‌شهر مشهد، مجله جغرافیا و توسعه‌ای ناحیه‌ی، شماره دهم، بهار و تابستان ۸۷ محمودی، بیت الله (۱۳۸۴)، ارزیابی تقاضای تفرجی پارک‌های جنگلی شوراب و مخمل کوه در شهرستان خرم آباد (طرح پژوهشی)، معاونت پژوهشی دانشگاه لرستان، ۵۷ص.

مدهوشی، مهرداد و ناصرپور، نادر. (۱۳۸۲) ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۸. پاییز

منشی زاده، رحمت الله و مرادی، اعظم (۱۳۸۴)، تأثیر گردشگران مذهبی بر روی فضاهای کالبدی شهر مشهد، نشریه دانشکده علوم زمین، شماره ۱۱.

موحد، علی (۱۳۸۶) گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران، اهواز

مهدیزاده، جواد، ۱۳۸۶، مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری در ایران، مجله مجلس و پژوهش، شماره ۴۴.

میراب زاده، پرستو (۱۳۷۵) ارزیابی پیامدهای زیست محیطی توسعه گردشگری، فصلنامه محیط زیست، شماره ۲.

نهرلی، داوود و رضای سحر (۱۳۷۵) بررسی و معرفی ظرفیت برد تفرجگاه مجله محیط شناسی شماره

۲۹ تابستان ۷۵

Deng, Jinyang, Brianking & Ithomas Bauer(2004): Evaluatig natural attractions for tourism, Annals of Tourism Research, Vol.29, Issue2: 422438

Garrod Brian and Roz Wornell, Rey youel(2006) Re- conceptualizing rural

گردشگر به استان خوزستان - سالنامه آمار حمل‌ونقل استان خوزستان (۱۳۸۸)، اداره کل راه و ترابری استان خوزستان

سالنامه آماری استان خوزستان (۱۳۸۵) استانداری استان خوزستان، معاونت برنامه‌ریزی

سقایی، مهدی (۱۳۸۲)؛ بررسی قابلیت‌های گردشگری روستایی در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.

شاهنده، بهزاد (۱۳۸۰)، اکوگردشگری تنها طبیعت‌گردی نیست، مجله موج سبز شماره ۷

غفاری سید رامین، ترکی هرچگانی معصومه (۱۳۸۸)،

نقش گردشگری در توسعه اجتماعی- اقتصادی مناطق روستایی استان چهارمحال و بختیاری:

مطالعه موردی بخش سامان، فصلنامه روستا و توسعه، شماره ۱۲ تابستان ۸۸

قاسمی، مریم (۱۳۸۵) کاهش بار گردشگری کلان شهر مشهد از طریق تقویت قابلیت‌های گردشگری حوزه نفوذ آن، پذیرفته شده در اولین کنفرانس

برنامه ریزی و مدیریت شهری، مشهد

قدسی پور، حسن (۱۳۸۴)، تحلیل فرایند سلسله مراتبی، انتشارات دانشگاه امیر کبیر، تهران

کدیور، علی اصغر و سقایی، مهدی (۱۳۸۷)، ساماندهی

گردشگری در تفرجگاه‌های پیرامون شهری مطالعه موردی: دره اخلمد، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی

شماره ۸۳

مافی عزت الله و مهدی سقایی (۱۳۸۷) تحلیلی بر

گردشگری روستایی پیرامون کلان شهرها،

فصلنامه جغرافیا و توسعه ناحیه‌ی، شماره ۱۰.

Sehofield, Peter (1996): Cinematographic Images of a City, *Tourism Management*, Vol. 17 No. 5

Zahedi, SH (2004): Ecological understanding: a prerequisite of sustainable ecotourism. Department of Managment, Allameh Tabataba, University, Iran.

resources as countryside capital: the case rural tourism, *journal of rural study*, V.22

Kim, Yog – Kwam (1988): Tourism Impact Assessment : A Test of Vested Interests Model, A Ph.D Thesis presented to Texas A & M University, Unpublished

Lee, Choong – Ki (1992) : The Ecoomic Impact of International Inbound Tourism on the South Korean Economy and its Distributional Effects on Income Classes, A





University Of Isfahan

Urban - Regional Studies and Research Journal  
4<sup>th</sup> Year – No. 15 - Winter 2013  
ISSN (online): 2252-0848  
ISSN (Print): 2008-5354  
<http://uijs.ui.ac.ir/urs>

## Assessing Tourist Resorts Surrounding Metropolitans Applying SWOT- AHP Models Case study: Malaga Resort

A. Movahed, S. Amanpoor, R. Zarei

Received: April 17, 2011/ Accepted: April 10, 2012, 17-20 P

### Extended abstract

#### 1-Introduction

Today, the urban concept is not understandable without resorts in different forms and the results of urban development and environmental problems have made the development and existence of resorts unavoidable.

Ahvaz is one of the metropolitan cities. For the reason of its pollution, oil-dependent industries, hot and humid weather, having a long hot and dusty season, the citizens have been encouraged to travel to other areas with better climate. Therefore, it is necessary to locate a place with appropriate climate in the province.

In this study, we use the descriptive combination and analytical method and this research is applied. We aim to examine three patterns: the final level pattern walkway areas of major cities, Robert pattern and standard distance pattern. Results show that, because of the long distance between Ahvaz and Malaga, the above-mentioned models could not determine Ahvaz walkway field.

#### 2- Theoretical bases

The Tourism has expressed as the specific spatial patterns. One of them is spatial patterns of urban tourism. Urban areas are important tourism places because they have historical and cultural attractions. The major cities have many diverse attractions, including museums, monuments, theaters, sports stadiums, parks, toy city, Shopping centers, and places of historical and architectural sites of important events with famous people.

---

#### Author (s)

A. Movahed (✉)  
Associate Professor of Geography and Urban Planning,  
Kharazmi University, Tehran, Iran  
e-mail: movahed@tmu.ac.ir

S. Amanpoor  
Assistant Professor of Geography and Urban Planning, Shahid  
Chamran University, Ahvaz, Iran

R. Zarei  
MA. in Geography and Urban Planning, Shahid Chamran  
University, Ahvaz, Iran

Moreover, if the tourist attractions are located in rural areas, urban movement supports the objective location.

To examine the influence of large urban parks, three methods are used that are:

A - The final model of the metropolitan park

B - Robert pattern

C - Standard distance model

### 3- Discussion

There are three different variations of climate in Khuzestan province: desert climate, semi desert climate and mountainous climate that are suitable for tourism. Ahvaz city has taken in desert climatology; therefore, there is a need for amusement places at mountainous climates. As map 2 shows there is a 200 km distance between Ahvaz and Malaga; thus, it can be a suitable place to attract tourists in Ahvaz city.

In the previous issue of the metropolitan area of the walkway in Ahvaz based on Robert, it was found to be 39 km. It seems that the proposed index for the city of Ahvaz is not generalizable to all seasons. So that, in the longest period of tourism (summer), according to the climate characteristics of the region, the index reaches to more than 100 km.

To determine the influence of travel distance, the standard model of distance is used to determine the pattern of metropolitan Ahvaz. For this purpose, a moderate center in the metropolitan area is selected.

### 4- Conclusion

We aimed to examine three patterns: the final level pattern walkway areas of major cities, Robert pattern and standard distance pattern. Results show that, because of the long distance between Ahvaz and Malaga, the above-mentioned models could not determine Ahvaz walkway field.

Because of four-season climate of Iran, more recreational and tourism travel is based on climatic differences between regions of the country. The positive point regarding Malaqa region tourism attractions is that citizens are not forced to leave the province because Malaqa is the most proper place in the province.

Ahvaz region's climate is different from Malaga; Ahvaz is a desert region and many citizens like mountain regions; so, they choose Malaqa for tourism. The far distance (186 km) is accountable. Statistical analysis show that Ahvaz citizens welcome this region and they spend part of their time in Malaqa. Tourism infrastructure is undesirable in Malaqa but this recreation place can be enough for citizens if infrastructures are provided in this region.

**Key words:** Tourism, Rural tourism, nearby resorts, Malaqa, Ahvaz

### References

- Esmailisar, A. Pour kavian, K, (2001), Economic Valuation (outing) Sysgan Forest Park, Environmental Science and Technology, 7 and 8
- Brzekar, G. and Hussaini, SM (2003), reviewing and demands of tourists in forest park light, Proceedings of the National Conference of forests and sustainable development – Webmail



- Papoly Yazdi, MH and Saghaei, M. (2006), the nature and implications of tourism, the publisher, Tehran
- Hatmynzhad, H. (2007), the importance of urban tourism, municipal Magazine, Year VII Number 785 - dinar, A. (2005) urban tourism in Iran, published a vocabulary, Mashhad
- Rezvani, AA (1995), Geography and Tourism, University Press, Pia lights, Tehran
- Zangi Abadi, A. and Mohammadi, J. and Zyrkbash, D. (2006), the paper analyzes the domestic tourism market in Isfahan, Geography and Development Journal, Volume 8, Number 4
- Cultural Heritage Tourism Crafts province (2006), Statistical design of tourists entering the province - province Transport Statistical Yearbook (2009), Department of Transportation province Province Statistical Yearbook (2006) in Khuzestan Province, Department of Planning
- Saghaei, M. (2003) investigate the potential of rural tourism in Iran, M.Sc. Thesis, Ferdowsi University of Mashhad.
- Shahande, B. (2001), Akvgrdshgry not only Tbytgrdy, Green Wave Magazine Issue 7
- Ghaffari, SR, Turki Harchgany M. (2009), the role of tourism in socio - economic development of rural areas and Bakhtiari province: the case study organization, Journal of Rural Development, No. 12, summer 2009
- Ghasemi, M. (2006) reduce the huge tourism boost from Mashhad Tourism Qablthay its sphere of influence, adopted at the first conference on urban planning and management, Mashhad
- Ghodsi Poor, H. (2005), analysis hierarchy process, Amir Kabir University, Tehran
- Kadivar, AA and Saghaei, M. (2008), about the pilgrimage city of Tourist Settlement Case Study: Valley Akhlmd, Geographical Research (2004)
- Saghaei m and M. Maffei (2008) Analysis of the surrounding rural tourism metropolis, Journal of Geography and Regional Development, No. 10.
- Mafi, E and Saghaei, M. (2008) Analytical Brgrdshgry big cities around the country emphasizing the Metropolis of Mashhad, Journal of Geography and Development District, No. I, spring summer 2008
- Mahmoudi, B. (2005), Assessing demand for forest recreational parks in the city of Khorramabad brine and Velvet Mountains (research projects), Lorestan University Research Council, 57 p.
- Senseless, M. and Naserpour rare. (2003) Assessing barriers to tourism development in the province, Journal of Business Research, No. 28. Fall
- Clerk M., Rahmatullah Vmradly, A. (2005), the impact of religious tourism on the physical spaces in Mashhad Journal of Earth Sciences, No. 11.
- Movahed, A. (2007) Urban Tourism, University of martyr Chamran
- Mehdzadeh, J., (2007), Principles and guidelines for the development of tourism in Iran, Journal of the House, No. 44.
- Mirabzadeh, P. (1997) Environmental Impact Assessment of Tourism Development, Environmental Issues, No. 2.
- Nhrly, David and pleasing Dawn (1996) and introduces the capacity range of resorts Journal of Environmental Studies No. 29 Summer 1996
- Deng, Jinyang, Brianking & Ithomas Bauer (2004): Evaluatig natural attractions for tourism, Annals of Tourism Research, Vol.29, Issue2: 422438
- Garrod Brian and Roz Wornell, Rey youel (2006) Re- conceptualizing rural

- resources as countryside capital: the case rural tourism, journal of rural study, V.22
- Kim, Yog – Kwam (1988): Tourism Impact Assessment: A Test of Vested Interests Model, A Ph.D Thesis presented to Texas A & M University, Unpublished
- Lee, Choong – Ki (1992): The Economic Impact of International Inbound Tourism on the South Korean Economy and its Distributional Effects on Income Classes, A
- Sehofield, Peter (1996): Cinematographic Images of a City, Tourism Management, and Vol. 17 No. 5
- Zahedi, SH (2004): Ecological understanding: a prerequisite of sustainable ecotourism. Department of Managmet, Allameh Tabataba, University, Iran.

