



امکان سنجی توانمندی‌های گردشگری

شهرستان نهاوند

(با استفاده از مدل 'SWOT)

علی عمرانی

کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری

اشاره

کتاب «جغرافیای گردشگری نهاوند» توسط همشهری پژوهشگر آقای علی عمرانی، کارشناس ارشد رشته‌ی جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، تألیف و از سوی انتشارات «شهرما» چاپ و منتشر شده است. علاقه‌مندان را به مطالعه‌ی این اثر پژوهشی دعوت می‌کنیم. در این جا بخش نهایی کتاب از نظرتان می‌گذرد. در این بخش که به صورت یک مقاله تنظیم شده است مطالب مهم و اساسی آن به صورت علمی بیان گردیده که مطالعه و ملاحظه‌ی آن می‌تواند مدیران و مسئولان ذی‌ربط در برنامه‌ریزی توسعه‌ی شهرستان نهاوند را یاری نماید.

«فرهنگان»

۱- (Strenghts Weaknesses Oppurtunities Treats) این مدل بر شناخت نقاط قوت، ضعف،

فرصت‌ها و تهدیدها پایه‌ریزی شده است.

چکیده

هر چند صنعت گردشگری (توریسم) با در اختیار گرفتن فناوری پیچیده و نوین در ارتباطات هر روز رونق گسترده‌تری می‌یابد، ولی توسعه‌ی پایدار آن نیازمند آگاهی و شناخت کافی از مسائل و عوامل مؤثر زیست‌محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. بدون آگاهی از امکانات موجود در هر منطقه، امکان برنامه‌ریزی و پیش‌بینی علمی و اصولی وجود نخواهد داشت. در واقع شناخت توان‌های طبیعی، اقتصادی، اجتماعی در هر منطقه به برنامه‌ریزان، این امکان را می‌دهد تا بر اساس وضع موجود و توان و قابلیت‌های منطقه، توسعه و جهت آن را شناسایی کنند.

شهرستان نهاوند به دلیل پیشینه‌ی تاریخی، شرایط اقلیمی، جاذبه‌های طبیعی، مذهبی و فرهنگی برای جذب گردشگران از توانمندی‌های زیادی برخوردار است. ولی همچنان این شهرستان با وجود دارا بودن جاذبه‌های متنوع و فراوان برای گردشگران، حتی برای گردشگران داخلی مناطق و شهرهای اطراف ناآشناست.

در این جا این سؤال مطرح می‌شود که چرا این منطقه با این همه جاذبه‌های گردشگری نمی‌تواند از مزایای گوناگون این صنعت سفید و پردرآمد استفاده نماید.

این پژوهش با استفاده از مدل «SWOT» انجام گرفته و تحلیل اطلاعات مورد نیاز بیشتر به روش اسنادی، تحلیلی، توصیفی و پیمایشی بوده است. یافته‌های تحقیق حاکی از این واقعیت است که این شهرستان به لحاظ موقعیت جغرافیایی خاص خود ظرفیت تبدیل شدن به یکی از نمونه‌های گردشگری در غرب کشور را داراست. مانع اساسی و ضعف بزرگ در راه رسیدن به این هدف، به تعدد تصمیم‌گیران، مسائل مدیریتی و ضعف در زیرساخت‌ها بازمی‌گردد. راهکارهای این پژوهش می‌تواند در بهینه‌سازی وضع موجود و ساماندهی صنعت گردشگری در این شهرستان مؤثر باشد.

کلید واژه ها: امکان سنجی، بناهای تاریخی، مدل «SWOT»، شهر نهاوند، توسعه‌ی

گردشگری

۱-مقدمه

امروز صنعت گردشگری در بسیاری از کشورها به منزله‌ی نمادی از هویت فرهنگی و از منابع مهم کسب درآمد است. به نوعی که این کشورها برای رهایی از مشکلات مربوط به محدودیت منابع و درآمد ملی در صحنه‌ی بین‌المللی به توسعه و گسترش بخش گردشگری پرداخته و سرمایه‌گذاری عظیمی را در این زمینه انجام داده‌اند.

این صنعت در نیم‌قرن‌اخیر جای پای مناسبی در روابط بین‌المللی یافته و با ایجاد پیوند و تفاهم میان کشورهای مختلف، منبع درآمدهای عظیمی برای کشورهای جهان شده است. همچنین گفت‌گو درباره‌ی پیشینه‌ی تاریخی و فرهنگی یکدیگر پیوندهای اجتماعی ملل را استحکام بخشیده و در بسط تفاهم آمیز روابط بین‌الملل تأثیر به‌سزایی داشته است.

متأسفانه در ایران مسئله‌ی گردشگری تاکنون جایگاه واقعی خود را نیافته و با وجود موقعیت مناسب و مساعد جغرافیایی بین دنیای شرق و غرب و وجود بسیاری از مواهب طبیعی، درآمد ایران از این بابت بسیار ناچیز و غیرقابل توجه است (رضوانی، ۱۳۸۶، ۱۸۸).

اما خوشبختانه در زمینه‌ی گردشگری داخلی شاهد وضعیت بهتری هستیم. در دهه‌ی اخیر مردم در تعطیلات و اوقات فراغت خود به شهرهای دیگر، که از جاذبه‌های مختلف طبیعی، فرهنگی و تاریخی برخوردارند، مسافرت می‌کنند.

انگیزه و هدف گردشگر در مسافرت، مختلف است. ممکن است تفریحی باشد یا به جهت بازدید بناها و یا آثار تاریخی صورت گیرد و یا جهت بازدید اماکن متبرکه و زیارت مکان‌های مقدس و یا جهت شرکت در کنفرانس‌های جهانی و

حضور در انجمن‌های علمی و مطالعه و تحقیق باشد. یا آن‌که ممکن است برای شرکت در مسابقات ورزشی یا تجارت و انجام دادن امور بازرگانی و دیدار خصوصی یا برای درمان و استفاده از آب‌های معدنی باشد (بدیعی، ۱۳۶۲، ۵۲۱).

با توجه به سهولتی که در بطن گردشگری داخلی وجود دارد، این نوع مسافرت در ایران از رونق بیشتری برخوردار است. عواملی که موجب گسترش گردشگری داخلی می‌شوند عبارت‌اند از کوتاهی فاصله‌ها، آشنایی با زبان رایج و محلی، نبودن مقررات عبور از مرز و گمرک و مناسب بودن هزینه‌های سفر، به خصوص حمل و نقل (رضوانی، ۱۳۸۶، ص ۱۹۳).

شهرستان نهاوند به دلیل پیشینه‌ی تاریخی، شرایط اقلیمی و جاذبه‌های طبیعی فراوان می‌تواند به مکانی مناسب جهت گردشگران داخلی و خارجی تبدیل شود ولی به‌هرحال این شهرستان با وجود دارا بودن جاذبه‌های متنوع و فراوان هم‌چنان برای گردشگران، حتی برای گردشگران داخلی مناطق اطراف و نزدیک، ناآشناست و این سؤال به اذهان متبادر می‌شود که چرا این منطقه با این همه جاذبه‌های گردشگری نمی‌تواند از مزایای گوناگون صنعت گردشگری، که در جهان به یکی از بخش‌های اقتصادی پردرآمد تبدیل شده است، استفاده کند.

برای این منظور عوامل مرتبط با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در شهرستان نهاوند، که با توجه به قابلیت‌های فراوان خود می‌تواند یکی از مهم‌ترین مناطق غرب کشور برای رشد و توسعه‌ی این صنعت باشد، تحقیق حاضر می‌تواند مورد بررسی و شناسایی قرار گیرد. این پژوهش به دنبال شناساندن تمامی مناطق دیدنی، از جمله جاذبه‌های طبیعی و بناهای تاریخی این شهرستان، امکانات و کاستی‌های این منطقه‌ی گردشگری است.

۲- بیان مسئله و ضرورت تحقیق

شهرستان نهاوند را می‌توان در زمره‌ی مناطقی برشمرد که با وجود توانمندی‌های فراوان اکولوژیکی و طبیعی و وجود آثار و بناهای تاریخی بسیار در آن، به طور شایسته به گردشگران شناسانده نشده است.

این منطقه، به دلیل داشتن آب و هوای مساعد، جاذبه‌های مختلف و چشم‌اندازهای طبیعی بسیار، مانند سراب‌ها (سراب گاماسیاب، سراب گیان، سراب فارسبان، و ...)، چشمه‌ها، رودها، کوه‌ها، تپه‌ها، تالاب‌ها، باغ‌ها و بیشه‌ها و ...، و همچنین داشتن آثار و بناهای تاریخی فراوان، مانند معبد لائودیس، حمام حاج آقا تراب، مسجد جامع، مقبره‌ی شیخ ابوالعباس نهاوندی، مقبره‌ی نعمان بن مقرن و بیش از صد و پنجاه تپه و غار تاریخی، از جمله تپه‌ی گیان، تپه‌ی جمشیدی، غار گاماسیاب (با قدمت چند هزار ساله)، از توانمندی‌های ویژه‌ی جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری برخوردار است. اما چه عواملی مانع از رونق گرفتن صنعت گردشگری در این منطقه شده است؟ و با استفاده از چه امکانات و روش‌هایی این صنعت نوپا و جدید را می‌توان در سطح این منطقه توسعه داد؟

برای رسیدن به پاسخ سؤالات فوق، شناخت جامع و کاملی از توانمندی‌های این منطقه در زمینه‌ی رونق توسعه‌ی پایدار صنعت گردشگری و زمینه‌های جدید تحقیق و مطالعه، ضروری به نظر می‌رسد.

۳- اهداف تحقیق

- شناخت تأثیرات توسعه‌ی گردشگری بر محیط فیزیکی، فرهنگی و اجتماعی شهرستان نهاوند؛

- مشخص نمودن نقش گردشگری در توسعه و شکوفایی اقتصادی شهرستان و ارتقای سطح درآمد مردم منطقه؛
- شناخت و تحلیل چگونگی توسعه‌ی پایدار گردشگری در شهرستان نهاوند به روش «SWOT»؛
- ارائه‌ی راهکارهای مناسب جهت بهبود بخشی به وضعیت گردشگری و رونق بخشی به آن در محدوده‌ی مورد مطالعه.

۴- روش تحقیق

روش کار در این تحقیق مبتنی بر روش‌های کتابخانه‌ای، اسنادی، تحلیلی، میدانی و پیمایشی ترکیبی است. همچنین برای تحلیل نقاط قوت، ضعف و فرصت‌ها و تهدیدات منطقه در جذب گردشگری از مدل «SWOT» استفاده شده است.

۵- فرضیه‌ی تحقیق

جاذبه‌های طبیعی و بناهای تاریخی شهرستان نهاوند موجب رونق صنعت گردشگری در این منطقه می‌شود.

۶- پیشینه‌ی تحقیق

در حال حاضر پژوهش و مقالاتی در این زمینه توسط محققین و اهل فن به رشته‌ی تحریر در آمده است که به طور مستقیم یا غیرمستقیم به امکان‌سنجی (مدل «SWOT») مناطق و نواحی مختلف پرداخته‌اند، از جمله:

- هادوی و دیگران (۱۳۷۳) در تحقیقی وضعیت موجود تفرجگاه‌های عمومی حاشیه‌ی جاده‌ی کرج- چالوس را از جهت ویژگی‌های اکولوژیکی، ظرفیت برد اکولوژیکی و روانی در این تفرجگاه‌ها بررسی کرده‌اند. این تحقیق که با استفاده از

تکنیک پرسش‌نامه و بررسی میدانی انجام گرفته است، به این نتیجه رسیده که میزان بهره‌برداری در این مناطق در تمام تفرجگاه‌ها بسیار بالاتر از ظرفیت برد اکولوژیکی است.

- مخدوم (۱۳۷۲)، در مقاله‌ای که در سمینار ایرانگردی مطرح شد به تعریف اکوگردشگری پرداخت. سپس با توجه به تنوع اقلیمی و فراوانی جاذبه‌های اکوتوریستی در ایران، برنامه‌ریزی بر مبنای اکوتوریسم را در زمینه‌ی گردشگری پیشنهاد کرده است.

- پارسایی (۱۳۸۴)، در تحقیقی تحت عنوان امکان سنجی نواحی مستعد توسعه‌ی اکوتوریسم در استان کهگیلویه و بویراحمد به بررسی جاذبه‌های اکوتوریستی محدوده‌ی مطالعاتی و سطح بندی منطقه بر اساس توان اکولوژیکی پرداخته است.

- رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۸۵)، در مقاله‌ای راهکارهای توسعه‌ی گردشگری روستایی را با استفاده از مدل «SWOT» با نمونه‌های موردی دهستان لواسان کوچک بررسی کرده است.

- سراقی و همکاران (۱۳۸۶)، در مقاله‌ای به بررسی و ارزیابی پتانسیل‌ها و قابلیت‌های جاذبه‌های اکوتوریستی شهرستان نهاوند، با استفاده از مدل تحلیلی «SWOT»، پرداخته‌اند و سپس راهکارهایی را برای توسعه‌ی پایدار اکوتوریسم در منطقه مطرح نموده‌اند.^۱

^۱ - فرهنگان شماره‌ی ۳۷، بهار و تابستان ۱۳۸۹

۷- موقعیت جغرافیایی محدوده‌ی مورد مطالعه

شهرستان نهاوند در جنوب غربی همدان و در دامنه‌های شمالی کوهستان گرو (گرین) در موقعیت جغرافیایی ۳۹ درجه و ۳۳ دقیقه، تا ۳۴ درجه و ۲۶ دقیقه‌ی عرض جغرافیایی و ۴۷ درجه و ۵۳ دقیقه، تا ۴۸ درجه و ۳۳ دقیقه‌ی طول جغرافیایی قرار دارد (همچنین که در موقعیت جغرافیایی ۴۸ درجه و ۲۴ دقیقه‌ی طول شرقی و ۲۳ درجه و ۱۲ دقیقه‌ی عرض شمالی از نصف النهار گرینویچ قرار دارد).

از شمال به شهرهای تویسرکان و همدان و از شرق به شهرهای ملایر و بروجرد و از جنوب به استان لرستان و از غرب به استان کرمانشاه محدود می‌شود. ارتفاع نهاوند از سطح دریا، حدود ۱۷۰۴ متر است و پست‌ترین نقطه‌ی این شهرستان، با ارتفاع ۱۴۲۰ متر در محل خروج رود خانه گاماسیاب از استان همدان واقع است، که پست‌ترین نقطه‌ی استان همدان نیز محسوب می‌گردد.

نقشه‌ی شماره‌ی ۱ موقعیت شهرستان نهاوند



مأخذ: سازمان نقشه برداری ایران

۸- مبانی نظری پژوهش

۸-۱- جهانگرد (توریست) و جهانگردی

در فرهنگ‌های مختلف فارسی، جهانگردی به سفر کردن به اقطار عالم، به منظور تفریح و سرگرمی و سیاحت و زیارت و مسافرت به مقصدی و بازگشت به محل سکونت اصلی اطلاق گردیده است و به سفرهای کوتاه و موقتی در منطقه‌ای خارج از محل کار و سکونت اصلی به منظور سیر و سیاحت تعریف نشده است (بهمن کارگر، ۱۳۸۶، ۹۹).

اما در قانون توسعه‌ی صنعت ایرانگردی و جهانگردی مصوب مهر ماه ۱۳۷۰ مجلس شورای اسلامی از ایرانگردی و جهانگردی این گونه تعریف و بیان گردیده است:

«ماده‌ی ۱- منظور از ایرانگردی و جهانگردی عبارت‌اند از هر نوع مسافرت انفرادی یا گروهی که بیش از ۲۴ ساعت بوده و به منظور کسب و کار نباشد» (مجموعه قوانین سال ۱۳۷۰، چاپ روزنامه رسمی دادگستری).

در فرهنگ‌ها و مقررات مدون کشورهای غربی، جهانگردی که به دور شدن از محل اقامت به مدت کمتر از یک سال بی آنکه در محل جدید کسب درآمد شود و نیز به سفرهای موقتی و کوتاه مدت به منطقه‌ی خارج از محل کار و سکونت اصلی به منظور سیر و سیاحت اطلاق می‌شود. کسی که محل اقامت دائمی خود را حداقل به مدت ۲۴ ساعت ترک و در کشوری دیگر اقامت کند (بهمن کارگر، ۱۳۸۶، ۹۹).

مطابق تعریف سازمان ملل و یونسکو هر شخصی که یک شب در بیرون از خانه اش بیتوته کند جهانگرد نامیده می‌شود.

سازمان جهانی جهانگردی (WTO)، به عمل فردی که به مسافرت می‌رود و در آن مکان که خارج از محیط زندگی وی است برای مدتی کمتر از یک سال جهت

تفریح، تجارت و دیگر هدف‌ها اقامت نماید، جهانگرد می‌گویند. همچنین به کسی که حداقل یک شب در یک اقامتگاه عمومی یا خصوصی در محل مورد بازدید به سر می‌برد، جهانگرد می‌گویند (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۹۹۶C، ۲۴).

۸-۲- اشکال گردشگری

همان گونه که بازدیدکنندگان (مسافران) متفاوت‌اند شکل و نوع مسافرت نیز متفاوت

سراب گیان



منبع: سایت بانک تور و گردشگری

است. این تفاوت به شخص مسافر، مقصد و انگیزه‌ی مسافرت بستگی دارد. برای مثال مسافرت‌های خارجی و داخلی، درون منطقه‌ای و برون منطقه‌ای، درون مرزی و برون مرزی (چاک، وای گی، ۱۳۸۵، ۲۳). با توجه به طول مدت مسافرت، نوع تأسیساتی که به خدمت گرفته می‌شود، فصل و چگونگی سازماندهی مسافرت، همچنین انگیزه‌های گوناگون که موجب پیدایش یک جریان توریستی می‌شوند،

می‌توان اشکال مختلفی از جهانگردی را از یکدیگر تمیز داد. در زیر اشکال مختلف گردشگری مورد بررسی قرار می‌گیرند:

۸-۲-۱- گردشگری و استفاده از تعطیلات

این نوع جهانگردی شامل افراد یا گروه‌هایی است که جهت استفاده از تعطیلات، تفریح، استراحت، استفاده از آب و هوای گرم‌تر یا خنک‌تر از محل اقامت خود به مسافرت می‌روند. میزان هزینه و مقصد غالباً از طرف سرپرست خانواده تعیین می‌شود. نیاز به مسافرت برای تفریح و استفاده از مرخصی‌های سالیانه و تعطیلات معمولاً با میزان درآمد، سطوح آموزش، میزان جمعیت، درصد شهرنشینی، طول مدت تعطیلات و اوقات فراغت در رابطه است (رضوانی، ۱۳۸۶، ۱۸).

۸-۲-۲- گردشگری اجتماعی

در این نوع جهانگردی، عمدتاً هدف‌های اجتماعی، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی و امثال آن مورد نظر است دیدار دوستان آشنایان و خویشاوندان نیز از نوع جهانگردی اجتماعی به شمار می‌آیند.

۸-۲-۳- گردشگری فرهنگی

این نوع جهانگردی برای شناخت فرهنگ و سنت‌ها و آگاهی از زبان، هنر و مذهب ملت‌ها صورت می‌گیرد.

۸-۲-۴- گردشگری مذهبی و زیارتی

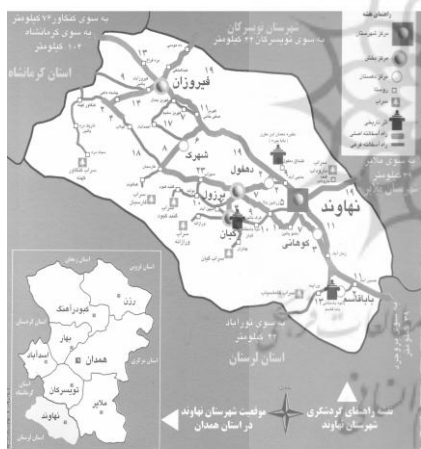
این نوع از جهانگردی یکی از رایج‌ترین اشکال جهانگردی در سراسر جهان است که برای زیارت اماکن مقدسه و عبادتگاه‌ها و دیدن جاذبه‌های مذهبی صورت می‌گیرد.

۸-۲-۵- گردشگری ورزشی

هر نوع مسافرتی که به منظور فعالیت‌های ورزشی باشد، جهانگردی ورزشی نامیده می‌شود، مانند اسکی، کوه‌پیمایی، پیاده روی، کوه‌نوردی، دوچرخه سواری، شنا، قایقرانی، شرکت در مسابقات ورزشی و تماشای مسابقات و امثال آن‌ها.

۸-۲-۶- گردشگری درمانی

امروزه تمایل مردم برای تناسب اندام، استفاده از منابع طبیعی و ویتامین‌ها، کاهش درد، تسلط بر استرس و افزایش سلامت روح و روان و جسم بسیار چشمگیر است. به همین دلیل است که در نقاط مختلف جهان روش‌های درمانی طبیعی مانند استفاده



منبع: پایگاه میراث فرهنگی و گردشگری شهر

از چشمه‌های آب گرم بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد و تمامی اقشار مردم، اعم از کم در آمد و پر درآمد، به سمت این گردشگری تمایل دارند.

۷-۲-۸- گردشگری بازرگانی

مهم‌ترین مسافرت‌هایی که تحت این عنوان صورت می‌گیرد عبارت‌اند از سفرهایی که افراد جهت حضور در بازارهای مکاره، نمایشگاه‌های کالا و صنایع یا جهت سرکشی و بازدید از تأسیسات، کارخانه‌ها و نظایر آن‌ها شرکت می‌کنند. معمولاً در مسافرت‌های بازرگانی محل اقامت اختیاری نیست و هزینه‌ی این قبیل مسافرت‌ها بر عهده شرکت‌های تجاری است.

۸-۲-۸- گردشگری سیاسی

مسافرت به منظور شرکت در اجلاس و مجامع بین‌المللی، کنگره‌ها و سمینارهای سیاسی، جشن‌های ملی و مذهبی، مراسم ویژه‌ی سیاسی مانند تدفین رهبران و شخصیت‌های سیاسی، پیروزی رهبران احزاب و به حکومت رسیدن‌شان و نظایر آن‌ها، جهانگردی سیاسی خوانده می‌شود (رضوانی، ۱۳۸۶، ۲۰).

۹- مدل تحلیلی «SWOT»

با توجه به این‌که توسعه‌ی گردشگری در هر منطقه نیازمند آگاهی و شناخت کافی از مسائل و عوامل مؤثر اقتصادی اجتماعی و فرهنگی است بدون آگاهی از امکانات موجود در هر منطقه، امکان برنامه‌ریزی و پیش‌بینی علمی اصولی وجود نخواهد داشت.

در واقع شناخت توان‌های طبیعی، اقتصادی و اجتماعی، در هر منطقه که از طریق شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها میسر می‌شود، این امکان را به برنامه‌ریز می‌دهد تا براساس وضع موجود و توان و قابلیت‌های منطقه، توسعه و جهت آن را شناسایی کند.

مدل «SWOT»، یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سیستمی با فرصت‌ها و تهدیدات برون سیستمی است. از دیدگاه این مدل یک استراتژی مناسب، قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند (مولایی و زاهد، ۱۳۸۹، ۱۳۷).

۹-۱- تحلیل عوامل داخلی مؤثر بر توسعه‌ی جاذبه‌های طبیعی و تاریخی نهاوند

در این مرحله با بررسی جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی و مذهبی به شناسایی نقاط قوت و ضعف (عوامل درونی) در منطقه پرداخته شده است. جدول شماره ۱ فاکتورهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اکولوژیکی و نهادی را برای توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری در نهاوند نشان می‌دهد.

جدول ۱- ماتریس عوامل مؤثر داخلی بر جاذبه‌های گردشگری (توریستی) شهرستان نهاوند

نقاط قوت	نقاط ضعف	
<ul style="list-style-type: none"> - وجود بستر مناسب جهت ایجاد فرصت‌های شغلی - نزدیک بودن به دو شهر بزرگ همدان و کرمانشاه که از نظر گردشگری در سطح بالایی هستند و هم مرز بودن با دو شهرستان بروجرد و ملایر - تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف گردشگری 	<ul style="list-style-type: none"> - نداشتن برنامه ریزی منسجم و سیستماتیک برای ایجاد فرصت‌های شغلی در بخش گردشگری - ناآگاهی و اطلاع کافی نداشتن بخش خصوصی از نحوه‌ی سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری - استفاده‌ی مفید و سود بخش نکردن از مکان‌ها و فضاهای گردشگری 	اقتصادی
<ul style="list-style-type: none"> - بالا بودن روحیه‌ی مشارکت مردم جهت ایجاد و گسترش توسعه‌ی گردشگری - وجود برخی از آداب رسوم منحصر به فرد در بین مردم منطقه - وجود هنر ها و صنایع دستی و غذا های محلی مختص به این منطقه - وجود شبکه‌های ارتباطی مناسب با سایر 	<ul style="list-style-type: none"> - کمبود امکانات تفریحی و ورزشی در سطح شهرستان، به ویژه مکان‌های گردشگری - ضعف و کمبود تسهیلات و تأسیسات اقامتی و رفاهی مانند هتل، مهمانسرا، و کمپینگ - نامناسب و ناکافی بودن مراکز فروش و 	اجتماعی و فرهنگی

<p>اغذیه فروشی</p> <p>- کمبود امکانات و خدمات بهداشتی در مکان‌های گردشگری</p> <p>- کمبود سرویس‌های حمل مسافر به مکان‌های گردشگری و ضعف امکانات مربوط به حمل و نقل</p> <p>- کمبود و ضعف امکانات و خدمات راهنمایی و هدایت گردشگران در مسیرها و مکان‌های گردشگری</p>	<p>مناطق گردشگری کشور</p> <p>- وجود روستاهای سنتی و تاریخی با زیبایی‌ها و جذابیت‌های خاص خود، هم از نظر طبیعی و هم از نظر آثار و بناهای تاریخی</p>	
<p>- نامناسب بودن زیر ساخت‌ها و تجهیزات رفاهی مانند: راه‌ها و جاده‌ها و ... نداشتن دسترسی آسان به مکان‌های گردشگری</p> <p>- نظیف و پاکیزه نبودن مکان‌های گردشگری از زباله‌ها و فضولات جامد</p> <p>- ضعف تبلیغات مناسب جاذبه‌های طبیعی و تاریخی گردشگری شهرستان در داخل و خارج از کشور</p>	<p>- کوهستانی بودن نه‌آوند و وجود ارتفاعات و قله و دارا بودن دره‌های متعدد با مناظر طبیعی و زیبا</p> <p>- آب و هوای خنک و معتدل در فصول مختلف سال</p> <p>- وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی منطقه</p> <p>- وجود زیر ساخت‌های مناسب جهت کوه‌نوردی، صخره‌نوردی، اسکی و ..</p> <p>- دارا بودن سراب‌های جوشان جهت استراحت و تمدد اعصاب و تفریح و تفرج</p> <p>- قرار گرفتن نه‌آوند در محور راه‌های ارتباطی غرب، جنوب غربی و شمال غربی و در مسیر زائران عتبات عالیات</p>	اکولوژیکی
<p>- ضعف مدیریت علمی نسبت به مقوله‌ی گردشگری</p> <p>- کمبود نیروی متخصص و آموزش دیده در خصوص صنعت گردشگری</p> <p>- ناآشنایی جوامع محلی نسبت به فعالیت‌های گردشگری و فقدان نهادی که آموزش این جوامع را بر عهده بگیرد.</p>	<p>- برپایی نمایشگاه‌ها و فستیوال‌ها</p> <p>- تهیه طرح جامع گردشگری</p> <p>- علاقه مندی برخی از مدیران شهرستان به فرهنگ توسعه و اشتغال از طریق گردشگری</p>	نهادی

۹-۲- تحلیل عوامل خارجی مؤثر بر توسعه‌ی جاذبه‌های گردشگری (توریستی) نهاوند

با استفاده از مدل تحلیلی «SWOT» می‌توان به شناسایی و بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای بیرونی محیط (منطقه) پرداخت. بر اساس بررسی‌های میدانی انجام شده در منطقه‌ی نهاوند، مجموعه‌ی فرصت‌ها و تهدیدی‌های مؤثر در شهرستان نهاوند در زمینه‌ی فعالیت گردشگری برای توسعه‌ی منطقه در ابعاد اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، اکولوژیکی و نهادی در جدول شماره‌ی ۲ آمده است.

جدول ۲- ماتریس عوامل مؤثر خارجی بر جاذبه‌های گردشگری شهرستان نهاوند

فرصت‌ها	تهدیدها	
<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد فرصت‌های شغلی، کاهش بیکاری و درآمدزایی برای مردم کم درآمد - بهبود زیر ساخت‌ها و امکانات موجود در شهرستان با استفاده از روش مدیریت پایدار - زمینه‌ی تشویق سرمایه‌گذاری در بخش‌های گردشگری 	<ul style="list-style-type: none"> - اجرایی نبودن برنامه‌های حمایتی دولت در خصوص برنامه‌های گردشگری (توریستی) - ناآگاهی مسئولین از روش‌های مختلفی که می‌تواند در بخش گردشگری به خصوص برای افراد کم درآمد ایجاد اشتغال و درآمد کند 	اقتصادی
<ul style="list-style-type: none"> - ارتقای سطح آگاهی و افزایش رفاه و کیفیت زندگی مردم - حفظ میراث‌های تاریخی و فرهنگی - احیای سنت‌ها، آداب و رسوم محلی - امکان افزایش فضاها و مکان‌های عمومی - امکان توسعه‌ی تسهیلات تفریحی و فرهنگی - ایجاد امکان انتقال ارزش‌های فرهنگی مثبت به سایر مردمان 	<ul style="list-style-type: none"> - تضعیف فرهنگ محلی و از بین رفتن پاره‌ای از آداب و رسوم - ایجاد مزاحمت برای گردشگران و افزایش تخلقات اجتماعی و بزهکاری با ورود گردشگران 	اجتماعی و فرهنگی
<ul style="list-style-type: none"> - نزدیک بودن به دو شهر مهم گردشگری و بزرگ در غرب یعنی همدان و کرمانشاه 	<ul style="list-style-type: none"> - آسیب رسانی به گیاهان و درختان (تخریب جنگل و مرتع) 	اکولوژیکی

<p>- تخریب و فرسودگی زیاد آثار و بناهای تاریخی</p> <p>- آلودگی مکان‌های گردشگری از طریق ریختن زباله</p> <p>- تغییر کاربری اراضی و زیست‌محیطی به سایر کار بری‌های ناسازگار</p> <p>- نزدیک بودن به دو شهر مهم و بزرگ در غرب یعنی همدان و کرمانشاه و هم مرز بودن با دو شهرستان بروجرد و ملایر</p>	<p>و هم مرز بودن با دو شهر بروجرد و ملایر</p> <p>- حفظ محیط زیست و توسعه‌ی پایدار منطقه</p> <p>- امکان جلب مشارکت و همکاری‌های بین‌المللی در جهت احیا و توسعه‌ی زیستگاه‌های حیات وحش و گونه‌های نادر جانوری در معرض انقراض</p>	
<p>- استقلال نداشتن سازمان‌ها و ادارات در سطح استان و شهرستان، به خصوص در زمینه‌ی جذب نیروی متخصص</p> <p>- صادر نشدن مجوز و تسهیلات از سوی مسئولان دولتی برای گسترش گردشگری، به خصوص اکوتوریسم در سطح شهرستان نهاوند</p> <p>- ضعف مدیریت در زمینه‌ی برنامه‌ریزی، اجرا و تبلیغات.</p>	<p>- افزایش رشته‌های تحصیلی دانشگاهی رشته‌ی گردشگری و استخدام و به‌کارگیری دانش‌آموختگان آن در امور گردشگری</p> <p>- تهیه و اجرای برنامه‌ای به منظور توسعه و تقویت توانمندی‌های مدیران گردشگری</p>	<p>نهادی</p>

۳-۹- تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

در شهرستان نهاوند بر اساس مطالعات انجام شده، دوازده مورد نقطه‌ی قوت داخلی در برابر دوازده مورد نقطه‌ی ضعف داخلی و تعداد نه مورد فرصت خارجی در برابر دوازده مورد تهدید خارجی بررسی شده است. در مجموع تعداد بیست و یک مورد نقطه‌ی قوت و فرصت (مزیت‌ها) و بیست و چهار نقطه‌ی ضعف و

تهدید (محدودیت‌ها و مشکلات) پیش‌روی توسعه‌ی گردشگری در شهرستان نهاوند) شناسایی شده است.

بنابراین می‌توان گفت که در جهت توسعه‌ی گردشگری پایدار در این شهرستان باید سیاست‌ها و راهکارهایی در جهت رفع محدودیت و مشکلات و تقویت نقاط قوت و استفاده از فرصت‌ها در پیش گرفته شود تا صنعت گردشگری به رشد چشمگیری نائل گردد.

جدول شماره ۳ ماتریس «SWOT» (عوامل اصلی تأثیر گذار بر توسعه‌ی گردشگری در شهرستان نهاوند)

داخلی (درونی)	خارجی (بیرونی)
قوت‌ها (S)	فرصت‌ها (O)
S1 وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی در منطقه	O1 ایجاد فرصت‌های شغلی کاهش بیکاری و درآمد زایی برای مردم کم درآمد.
S2 تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف گردشگری	O2 احیای سنت‌ها آداب و رسوم محلی
S3 دارا بودن سراب‌های جوشان جهت استراحت و تمدد اعصاب و تفریح و تفرج	O3 زمینه‌ی تشویق سرمایه‌گذاری در بخش‌های گردشگری
S4 کوهستانی بودن نهاوند و وجود ارتفاعات و قله و دارا بودن دره‌های متعدد با مناظر طبیعی و زیبا	O4 نزدیک بودن به دو شهر مهم گردشگری و بزرگ در غرب یعنی همدان و کرمانشاه و هم مرز بودن با دو شهرستان ملایر و بروجرد
S5 وجود هنرها و صنایع دستی و غذاهای محلی مختلف این منطقه	O5 حفظ محیط زیست و توسعه‌ی پایدار منطقه‌ای
S6 وجود زیر ساخت‌های مناسب جهت کوهنوردی، صخره نوردی، اسکی	O6 افزایش رشته‌های تحصیلی دانشگاهی رشته‌ی گردشگری و استخداام و به‌کارگیری دانش‌آموختگان آن در امور گردشگری
S7 وجود روستاهای سنتی و تاریخی، با زیبایی‌ها و جذابیت‌های خاص خود، هم از نظر	O7 ارتقای سطح آگاهی و افزایش رفاه و کیفیت سطح زندگی مردم

<p>08 بهبود زیر ساخت ها و امکانات موجود در شهرستان با استفاده از روش مدیریت پایدار</p> <p>09 تنوع بخشیدن به محصولات گردشگری جهت جلب گردشگران در تمام طول سال.</p>	<p>طبیعی و هم از نظر آثار و بناهای تاریخی</p> <p>S8 وجود بستر مناسب جهت ایجاد فرصت‌های شغلی</p> <p>S9 آب و هوای خنک و معتدل در فصول مختلف سال</p> <p>S10 قرار گرفتن نهانند در محور راه‌های ارتباطی غرب و جنوب غربی و شمال غربی و در مسیر زائران عتبات عالیات</p> <p>S11 برپایی نمایشگاه ها و فستیوال‌ها</p> <p>S12 بالا بودن روحیه‌ی مشارکت مردم جهت ایجاد و گسترش توسعه و گردشگری</p>
<p>تهدیدها (T)</p>	<p>ضعف‌ها (W)</p>
<p>T1 تضعیف فرهنگ محلی و از بین رفتن پاره‌ای از آداب و رسوم</p> <p>T2 اجرایی نبودن برنامه های حمایتی دولت در خصوص برنامه های گردشگری</p> <p>T3 ناآگاهی مسئولین از روش‌های مختلفی که می تواند در بخش گردشگری به خصوص برای افراد کم درآمد ایجاد اشتغال و درآمد کند.</p> <p>T4 آسیب رسانی به گیاهان و درختان (تخریب جنگل و مرتع)</p> <p>T5 ضعف مدیریت در زمینه‌ی برنامه‌ریزی، اجرا و تبلیغات</p> <p>T6 آلودگی مکان‌های گردشگری از طریق ریختن زباله</p> <p>T7 ایجاد مزاحمت برای گردشگران و افزایش</p>	<p>W1 کمبود نیروی متخصص و آموزش دیده با صنعت گردشگری</p> <p>W2 نامناسب بودن زیر ساخت‌ها و تجهیزات، مانند راه‌ها جاده ها و نداشتن دسترسی آسان به مکان های گردشگری</p> <p>W3 ضعف تبلیغات مناسب جاذبه های طبیعی و تاریخی گردشگری شهرستان در داخل و خارج کشور</p> <p>W4 کمبود امکانات تفریحی و ورزشی در سطح شهرستان</p> <p>W5 ضعف کمبود تسهیلات و تأسیسات اقامتی و رفاهی مانند هتل، مهمانسرا و کمپینگ و ...</p> <p>W6 نامناسب و ناکافی بودن مراکز فروش و</p>

<p>T8 نزدیک بودن به دو شهر مهم و بزرگ در غرب همدان و کرمانشاه و هم مرز بودن با دو شهرستان ملایر و بروجرد</p> <p>T9 تغییر کاربری اراضی طبیعی و زیست محیطی به سایر کاربری‌های ناسازگار</p> <p>T10 تخریب و فرسودگی بسیاری از آثار و بناهای تاریخی</p> <p>T11 استقلال نداشتن سازمانها و ادارات در سطح استان و شهرستان، به خصوص در زمینه‌ی جذب نیروی متخصص</p> <p>T12 صادر نشدن مجوز و تسهیلات از سوی مسئولان دولتی برای گسترش گردشگری به خصوص اکوتوریسم در سطح شهرستان نهاوند</p>	<p>اغذیه فروشی</p> <p>W7 نبودن برنامه ریزی منسجم و سیستماتیک برای ایجاد فرصت‌های شغلی در بخش گردشگری</p> <p>W8 ناآشنایی جوامع محلی نسبت به فعالیت‌های گردشگری و فقدان نهادی که آموزش این جوامع را بر عهده گیرد.</p> <p>W9 تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم منطقه</p> <p>W10 نظیف و پاکیزه نشدن مکان‌های گردشگری از زباله‌ها و فضولات جامد</p> <p>W11 ضعف مدیریت عملی نسبت به مقوله‌ی گردشگری</p> <p>W12 کمبود و ضعف امکانات و خدمات راهنمایی و هدایت گردشگران در مسیرها و مکان‌های گردشگری</p>
---	--

مأخذ: مطالعات نگارنده

در این پژوهش علاوه بر مطالعات میدانی، با طراحی پرسش‌نامه، مزیت‌ها و محدودیت‌های اصلی منطقه جهت اولویت‌بندی گزینه‌ها از دیدگاه مردم، مسئولان و گردشگران بررسی گردید تا علاوه بر جنبه‌های مشارکتی آن بتوان نتایج را به صورت کمی و منطقی اولویت‌بندی کرد. در جدول ۴، ۵، ۶ و ۷ مجموعه‌ی وزن‌های داده شده، میانگین رتبه‌ای و وزن نسبی هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از دیدگاه سه گروه پاسخ دهنده است.

بنابراین با توجه به جدول‌های ۴، ۵، ۶ و ۷ ذیلاً به بررسی و ارزیابی هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از دیدگاه سه گروه پاسخ دهنده در این پژوهش می‌پردازیم:

الف) مسئولان

تحلیل حاضر (با استفاده از مدل SWOT) در زمینه‌ی فعالیت‌های گردشگری در شهرستان نهاوند نشان می‌دهد که از نظر مسئولان، مؤلفه‌ی وجود بستر مناسب جهت فرصت‌شغلی با مجموع وزنی ۱۶۰ و میانگین رتبه‌ای $5/33$ و وزن نسبی ۵۳٪. مهم‌ترین نقطه‌ی قوت داخلی محسوب می‌شود و پس از آن وجود زیرساخت‌های مناسب جهت کوه‌نوردی، صخره‌نوردی و اسکی و ... با مجموع وزنی ۱۵۰ میانگین وزنی ۵ و وزن نسبی ۵٪. در رتبه‌ی دوم برای توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری در شهرستان نهاوند قرار دارد.

مؤلفه‌ی وجود هنرها و صنایع دستی و غذاهای محلی مختص این منطقه با مجموع وزنی ۴۰ میانگین وزنی $1/33$ و وزن نسبی ۱۳٪. کم‌اهمیت‌ترین نقطه‌ی قوت داخلی در توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری در شهرستان نهاوند است.

همچنین از نظر مسئولان زمینه‌ی تشویق سرمایه‌گذاری در بخش‌های گردشگری با مجموع وزنی ۱۴۰ و میانگین وزنی $4/66$ و وزن نسبی ۵۸٪. مهم‌ترین فرصت بیرونی تلقی شده است و ایجاد فرصت‌های شغلی کاهش بیکاری و درآمدزایی برای مردم کم‌درآمد با مجموع وزنی ۱۲۵ میانگین وزنی $4/16$ و وزن نسبی ۵۲٪. در رتبه‌ی دوم فرصت‌های بیرونی قرار دارد. در حالی که نزدیک بودن به دو شهر مهم گردشگری و بزرگ در غرب یعنی همدان و کرمانشاه و هم‌مرز بودن با دو شهرستان بروجرد و ملایر، با مجموع وزنی ۶۰ میانگین وزنی ۲ و وزن نسبی ۲۵٪. کم‌اهمیت‌ترین فرصت بیرونی جهت توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری در شهرستان نهاوند محسوب می‌شوند.

در خصوص نقاط ضعف، نامناسب بودن زیرساخت‌ها و تجهیزات رفاهی مانند راه‌ها، جاده‌ها و نداشتن دسترسی آسان به مکان‌های گردشگری با مجموع وزنی ۱۳۰

میانگین وزنی $3/72$ و وزن نسبی 37 ، مهم‌ترین نقطه‌ی ضعف داخلی و مؤلفه‌ی ضعف و کمبود تسهیلات و تأسیسات اقامتی و رفاهی مانند هتل مهمانسرا و کمپینگ و ... با مجموعه‌ی وزنی 500 و میانگین وزنی $2/77$ و وزن نسبی 27 ، پایین‌ترین اولویت نقاط ضعف داخلی است.

جدول ۵- ماتریس نقاط ضعف (Weakness) جاذبه‌های گردشگری شهرستان نهاوند
رتبه‌بندی و اولویت سنجی از دیدگاه مردم، مسئولان و گردشگران بر اساس مدل «SWOT»

رتبه	تحلیل (SWOT) نقاط ضعف	مردم			مدیران شهری			گردشگران					
		مجموع وزن	میانگین وزنی	وزن نسبی	رتبه	مجموع وزن	میانگین وزنی	وزن نسبی	رتبه	مجموع وزن	میانگین وزنی	وزن نسبی	رتبه
۱	کمبود نیروی متخصص...	۶۶۰	۳/۶۶	۳۶	۲	۱۰۵	۳/۵	۳۵	۳	۶۷۰	۳/۷۲	۳۷	۱
۲	نامناسب بودن زیرساخت‌ها...	۶۷۰	۳/۷۲	۳۷	۱	۱۳۰	۴/۳۳	۴۳	۱	۶۵۰	۳/۶۱	۳۶	۲
۳	ضعف تبلیغات مناسب...	۶۴۵	۳/۵۸	۳۵	۳	۱۱۵	۳/۸۳	۳۸	۳	۶۰۰	۳/۳۳	۳۳	۵
۴	کمبود امکانات تفریحی و ...	۵۱۵	۲/۸۶	۲۸	۹	۵۰	۱/۶۶	۱۶	۸	۶۳۰	۳/۵	۳۵	۳
۵	ضعف و کمبود تسهیلات و تأسیسات...	۵۰۰	۲/۷۷	۲۷	۱۰	۴۰	۱/۳۳	۱۳	۹	۶۱۵	۳/۴۱	۳۴	۴
۶	نامناسب بودن و ناکافی بودن مراکز فروش...	۶۲۰	۳/۴۴	۴۴	۴	۹۵	۳/۱۶	۱۶	۴	۵۸۵	۳/۲۵	۳۲	۶
۷	نداشتن برنامه‌ریزی...	۶۰۰	۳/۳۳	۳۳	۵	۸۰	۲/۶۶	۲۶	۵	۵۶۰	۳/۱۱	۳۱	۷
۸	ناآشنایی جوامع...	۸۵۰	۳/۲۲	۲۲	۶	۷۵	۲/۵	۲۵	۶	۴۸۰	۲/۶۶	۲۶	۱۰
۹	نظیف و پاکیزه نبودن...	۵۵۰	۳/۰۵	۳۰	۷	۶۵	۲/۱۶	۱۶	۷	۵۱۰	۲/۸۳	۲۸	۹
۱۰	ضعف مدیریت علمی...	۵۲۵	۲/۸۷	۲۹	۸	۳۰	۱/۱	۱	۱۰	۵۴۰	۳	۳	۸

مأخذ: مطالعات میدانی نگارنده

در مورد فرصت‌های بیرونی، مردم بر این عقیده بودند که ایجاد فرصت‌های شغلی، کاهش بیکاری و درآمدزایی برای مردم کم درآمد با مجموع وزنی ۶۴۰ و میانگین وزنی و رتبه‌ای ۳/۵۵ و وزن نسبی ۴۴/۴ مهم‌ترین فرصت بیرونی و در مقابل زمینه‌ی تشویق سرمایه‌گذاری در بخش‌های گردشگری با مجموع وزنی ۵۳۰ و میانگین وزنی ۲/۹۴ و وزن نسبی ۳۶/۰ کم‌اهمیت‌ترین فرصت بیرونی در جهت توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری در نهاوند است. در مورد عوامل تهدید کننده‌ی گردشگری از دیدگاه مردم در شهرستان نهاوند، آلودگی‌های مکان‌های گردشگری از طریق ریختن زباله با مجموع وزنی ۶۹۰ با میانگین وزنی رتبه‌ای ۳/۸۳ و وزن نسبی ۳۸/۰ بزرگ‌ترین تهدیدهای خارجی برای توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری در نهاوند محسوب می‌شود.

جدول ۶ - ماتریس فرصت‌ها (Opportunities) جاذبه‌های گردشگری شهرستان نهاوند

رتبه بندی و اولویت سنجی از دیدگاه مردم، مسئولان استانی و گردشگران بر اساس مدل «SWOT»

ردیف	تحلیل (SWOT) فرصت‌ها	مردم			مدیران شهری			گردشگران		
		مجموع وزن	میانگین وزن	وزن نسبی	مجموع وزن	میانگین وزن	وزن نسبی	مجموع وزن	میانگین وزن	وزن نسبی
۱	ایجاد فرصت‌های شغلی...	۶۴۰	۳/۵۵	۴۴/۴	۱۲۵	۴/۱۶	۵۲/۵	۵۹۰	۲/۲۷	۳۰/۴
۲	احیای سنت‌ها، آداب...	۶۳۱	۳/۵۰	۴۳/۳	۱۰۵	۲/۵	۴۳/۳	۶۰۰	۳/۳۳	۴۱/۴
۳	بهبود زیرساخت‌ها و امکانات...	۶۲۵	۳/۴۷	۴۳/۳	۱۱۵	۳/۸۳	۴۷/۳	۶۴۰	۲/۵۵	۴۴/۴
۴	ارتقای سطح آگاهی...	۵۹۰	۳/۲۷	۴۰/۴	۹۰	۳	۳۷/۳	۶۳۵	۳/۴۷	۴۳/۴
۵	حفاظت از محیط‌زیست...	۵۵۵	۳/۲۵	۴۰/۴	۷۰	۲/۳۳	۲۹/۲	۶۱۵	۲/۴۱	۴۲/۴
۶	افزایش رشته‌های تحصیلی...	۵۷۰	۳/۱۶	۳۹/۳	۸۰	۲/۱۶	۳۳/۳	۵۳۰	۲/۹۶	۳۶/۴
۷	نزدیک بودن به دو شهر مهم گردشگری...	۵۵۰	۳/۰۵	۳۸/۳	۶۰	۲	۲۵/۲	۵۷۰	۳/۱۶	۳۹/۴
۸	زمینه‌ی تشویق سرمایه‌گذاری...	۵۳۰	۲/۹۴	۳۶/۳	۱۴۰	۴/۱۶	۵۸/۵	۵۵۰	۳/۰۵	۳۸/۴

مأخذ: مطالعات میدانی نگارنده

ج) گردشگران

باتوجه به مطالعات انجام‌شده براساس روش تحلیل «SWOT» وجود زیرساخت‌های مناسب جهت کوه‌نوردی، صخره‌نوردی، اسکی و ... با مجموع وزنی ۶۴۰ با میانگین وزنی ۳/۵۵ و وزن نسبی ۳۵/۳۵. مهم‌ترین نقطه‌ی قوت داخلی و در مقابل، تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف گردشگری به مجموع وزنی ۵۱۰ و میانگین رتبه‌ای (وزنی) ۲/۸۴ و وزن نسبی ۲۸/۰ کم اهمیت‌ترین نقطه‌ی قوت در توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری نهاوند است. علاوه بر این از نظر گردشگران کمبود نیروی متخصص و آموزش دیده یا صنعت گردشگری با مجموع وزنی ۶۷۰ و میانگین وزنی ۳/۷۲ و وزن نسبی ۳۷/۳۷. مهم‌ترین نقطه‌ی ضعف داخلی و مؤلفه‌ی ناآشنایی جوامع محلی نسبت به فعالیت‌های گردشگری و فقدان نهادی که آموزش این جوامع را بر عهده گیرد، با مجموع وزنی ۴۸۰ و میانگین وزن ۲/۶۶ و وزن نسبی ۲۶/۲۶. پایین‌ترین اولویت در نقاط داخلی است.

در مورد فرصت‌های بیرونی گردشگران، مؤلفه‌ی بهبود زیرساخت‌ها و امکانات موجود در شهرستان با استفاده از روش پایدار را با مجموع وزن ۶۴۰ و میانگین وزن ۳/۵۵ و وزن نسبی ۴۴/۰ مهم‌ترین فرصت بیرونی انتخاب گردید. در حالی که افزایش رشته‌های تحصیلی دانشگاهی رشته‌ی گردشگری و استخدام به کارگیری دانش‌آموختگان آن در امور گردشگری با مجموع وزن ۵۳۰ و میانگین وزن ۲/۹۴ و وزن نسبی ۳۶/۳۶. کم‌اهمیت‌ترین فرصت بیرونی در جهت توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری است. در مورد عوامل تهدید کننده‌ی توسعه‌ی گردشگری از دیدگاه گردشگران در شهرستان نهاوند، ضعف مدیریت در زمینه‌ی برنامه‌ریزی، اجرا و تبلیغات با مجموع وزنی ۶۳۰ و میانگین رتبه‌ای (وزنی) ۳/۵ و وزن نسبی ۳۵/۳۵. بزرگ‌ترین تهدید خارجی برای توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری در شهرستان نهاوند است.

جدول ۷- ماتریس تهدیدها (Threats) جاذبه‌های گردشگری شهرستان نهاوند
(رتبه‌بندی و اولویت سنجی از دیدگاه مردم، مسئولان استانی و گردشگران بر اساس مدل «SWOT»)

ردیف	تحلیل «SWOT» تهدیدها	مردم			مديران شهري			گردشگران		
		مجموع وزن	میانگین وزن	وزن نسبی	مجموع وزن	میانگین وزن	وزن نسبی	مجموع وزن	میانگین وزن	وزن نسبی
۱	تضعیف فرهنگ محلی...	۶۲۰	۲/۴۴	۳/۳	۹۵	۲/۱۶	۳/۱	۵۱۵	۲/۸۶	۲/۸
۲	اجرای نمودن برنامه‌های حمایتی دولتی...	۵۴۰	۳	۳	۱۵۰	۵	۵	۵۶۰	۲/۱۱	۳/۱
۳	ناآگاهی مسئولین...	۵۶۰	۳/۱۱	۳/۱	۴۵	۱/۵	۱/۵	۵۸۰	۲/۲۲	۳/۲
۴	آسیب‌رسانی به گیاهان و درختان...	۶۵۰	۲/۶۱	۳/۶	۱۳۰	۲/۳۳	۲/۳	۵۵۰	۳/۵	۳/۳
۵	تخریب و فرسودگی...	۶۳۵	۲/۵۲	۳/۵	۱۲۰	۴	۴	۵۳۰	۲/۹۴	۲/۹
۶	آلودگی‌های مکانی...	۶۹۰	۳/۸۳	۳/۸	۱۱۰	۲/۶۶	۳/۶	۵۰۰	۲/۷۷	۲/۷
۷	تغییر کاربری...	۶۷۰	۳/۷۲	۳/۷	۸۰	۲/۶۶	۲/۶	۴۸۰	۲/۶۶	۲/۶
۸	ضعف مدیریت...	۶۱۰	۲/۴۸	۳/۳	۵۰	۱/۶۶	۱/۶	۶۳۰	۳/۵	۳/۵
۹	استقلال نداشتن سازمان‌ها...	۶۰۰	۲/۳۳/۲	۳/۳	۶۵	۲/۱۶	۲/۱	۶۱۰	۲/۳۸	۳/۳
۱۰	صادر نشدن مجوز...	۵۸۰	۲/۲۲	۳/۲	۱۰۵	۳/۵	۳/۵	۶۰۰	۲/۳۳	۲/۳

مأخذ: مطالعات میدانی نگارنده

راهبردهای توسعه‌ی نقاط قوت

- توسعه‌ی گردشگری تاریخی و فرهنگی، به دلیل وجود آثار تاریخی و فرهنگی فراوان در شهرستان؛

- توسعه‌ی گردشگری طبیعی اکوتوریستی به منزله‌ی یکی از اشکال مهم گردشگری، به دلیل وجود جاذبه‌های طبیعی مانند سراب‌ها، ارتفاعات کوهستانی و غارها و مناظر طبیعی بکر و دست نخورده؛

- افزایش ضریب امنیت در منطقه (شهرستان)، اقدامی که میزان تمایل گردشگران را برای سفر به این منطقه افزایش می‌دهد، مانند گردشگری پلیس در حواشی سراب گیان؛

- افزایش نقش صنایع دستی و هنرهای محلی در جذب گردشگر و توسعه‌ی گردشگری؛

- ایجاد بستری مناسب برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در فعالیت‌های گردشگری، به ویژه اکوتوریستی در شهر فیروزان و گیان؛

- شناسایی و حفظ و معرفی گونه‌های گیاهی و جانوری متنوع شهرستان و جذب گردشگران؛

- تقویت سازمان‌ها و نهادهایی که به نحوی در فعالیت‌های گردشگری مرتبط هستند؛

- حفظ و نگهداری آثار تاریخی و چشم اندازهای طبیعی.

راهبردهای بسط فرصت‌ها

- توسعه‌ی ارتباطات شهرستان با دیگر مناطق گردشگری و همچنین تقویت همکاری آنان در زمینه‌های توسعه‌ی گردشگری؛

- هدایت گردشگری طبیعی در جهت حفظ محیط زیست و همچنین زمین آرایبی و منظر سازی در شهرستان به منظور حفظ و بهبود محیط زیست شهرستان.

راهبردهای کاهش نقاط ضعف

- بهبود وضعیت بهداشتی مکان‌های گردشگری؛
- بهبود وضعیت دسترسی و حمل و نقل به مکان‌های گردشگری شهرستان به خصوص مکان‌های تاریخی و طبیعی؛
- توسعه و گسترش امکانات و خدمات گردشگری در تمام سطح شهرستان به خصوص ایجاد این امکانات و زیر ساخت‌ها در مکان‌های تاریخی.

راهبردهای کاهش تهدیدها

- حفاظت و مرمت آثار تاریخی با ارزش و جلوگیری از تخریب و آسیب‌رسانی به این آثار؛
- تشویق و ترویج مشارکت افراد بومی و جذب اشخاص سرمایه‌دار جهت سرمایه‌گذاری در توسعه‌ی گردشگری؛
- بهره‌برداری از توان تشکیلاتی، قوانین و مقررات در جهت کاهش مخاطرات و آلودگی‌های اکولوژیک (زیست‌محیطی) در مناطق و مکان‌های گردشگری.

۱۰ - نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر اساس مطالعات میدانی، به منظور ارائه‌ی راهبردهای توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری، با استفاده از مدل تحلیلی «SWOT»، ظرفیت‌ها و محدودیت‌های جاذبه‌های طبیعی و بناهای تاریخی در منطقه، مورد بررسی قرار گرفته و نتایج علمی و راهکارهایی جهت توسعه‌ی گردشگری ارائه شده است. بنابراین نتایج حاصل از پژوهش در دو جنبه‌ی کمی و کیفی به شرح ذیل است:

۱- وجود بناهای تاریخی (مانند حمام حاج آقا تراب، معبد لائودیسه، مسجد جامع، یکصد و پنجاه تپه و غار تاریخی و ...) و جاذبه‌های اکوتوریستی بکر و دست نخورده، نظیر تالاب‌ها، سراب‌های جوشان، رودخانه‌های پرآب، و زمینه را برای توسعه‌ی گردشگری در نهاوند فراهم نموده است.

۲- زیباسازی شهر با حفظ بافت قدیمی و بازسازی آرامگاه مشاهیر نهاوند در جلب نظر گردشگران برای سفر به این منطقه مؤثر است.

۳- برگزاری جشن‌های مختلف و فستیوال‌ها و جشنواره‌های هنری، برپایی همایش‌ها و بزرگداشت‌های ملی و استانی مشاهیر نهاوند، تهیه‌ی فیلم‌های مستند از مراسم آداب و سنن مردم نهاوند و شرکت دادن آن‌ها در جشنواره‌ها، تهیه‌ی برنامه‌های تلویزیونی از جاذبه‌های گردشگری طبیعی، تاریخی، مذهبی و فرهنگی می‌تواند در جلب گردشگر مؤثر باشد.

۴- ایجاد سایت اینترنتی پایگاه اطلاعاتی جامع در خصوص معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه و گسترش آموزش همگانی با فعالیت‌های گردشگری، زمینه را برای محافظت از جاذبه‌ها فراهم می‌نماید.

۵- برقراری تسهیلات برای دانشجویان دوره‌ی کارشناسی ارشد و دکترا در انتخاب موضوعات مربوط به نهاوند و همچنین تجدید نظر در خصوص توزیع نیروی انسانی متخصص در زمینه‌ی گردشگری در سطح شهرستان الزامی است.

۶- برخی از آثار و بناهای تاریخی و مناطق اکوتوریستی شهرستان نهاوند به سبب شناسایی نشدن و رسیدگی نکردن توسط مسئولین در حالت تخریب و آسیب‌پذیری جدی است.

۷- تلاش در جهت فراهم آوردن تسهیلات اقامتی مناسب یکی از پیش‌نیازهای جذب گردشگران داخلی و خارجی است.

بررسی نتایج جنبه‌های کمی نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها، با توجه به اولویت‌سنجی رتبه‌بندی عوامل مؤثر داخلی و خارجی از نظر پاسخ دهندگان، نشان می‌دهد:

الف) در بین نقاط قوت در منطقه‌ی مطالعه شده، مؤلفه‌های: ۱- وجود زیرساخت‌های مناسب جهت کوه‌نوردی، صخره‌نوردی و اسکی و ... ۲- وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی در منطقه در زمینه‌ی جذب گردشگران داخلی و خارجی مهم‌ترین مزیت منطقه جهت توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری به حساب می‌آید.

ب) با توجه به نتایج به دست آمده در بین نقاط ضعف، نامناسب بودن زیرساخت‌ها و تجهیزات رفاهی مانند راه‌ها، جاده‌ها و نداشتن دسترسی آسان به مکان‌های گردشگری در اولویت بوده است که در این زمینه با مشارکت سازمان‌های دولتی و جوامع محلی می‌توان نقاط ضعف را برطرف کرد.

ج) در بین فرصت‌های بیرونی مؤلفه‌ی ایجاد فرصت‌های شغلی، کاهش بیکاری و درآمدزایی برای مردم کم درآمد برای توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری در منطقه در اولویت است که با برنامه‌ریزی منسجم و پیاده کردن راهکارهای ارائه شده می‌توان به این مهم دست یافت.

د) از بین تهدیدهای خارجی، به نظر پاسخ دهندگان، مؤلفه‌ی آسیب‌رسانی به گیاهان و درختان (تخریب جنگل و مرتع) مهم‌ترین تهدید خارجی است و برای کاهش این آسیب‌ها راهکارهای تدافعی نیز ارائه شده است.

منابع و مآخذ

- ۱- بدیعی. ربیع، ۱۳۶۶، جغرافیای مفصل ایران، انتشارات اقبال
- ۲- پارسایی. اسماعیل، ۱۳۸۴، امکان سنجی نواحی مستعد توسعه اکوگردشگری در استان کهگیلویه و بویر احمد، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیای طبیعی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس
- ۳- پاپلی یزدی. محمد حسین، ۱۳۸۵، گردشگری ماهیت و مفهوم، انتشارات سمت چاپ اول
- ۴- تولایی. سیمین، مروری بر صنعت گردشگری، تهران، دانشگاه تربیت معلم
- ۵- حکمت نیا، حسن و میر نجف موسوی، ۱۳۸۵، کاربرد مدل در جغرافیا، گرایش برنامه ریزی شهری و ناحیه ای انتشارات علم و نوین،
- ۶- رضوانی، علی اصغر، ۱۳۸۶، جغرافیا و صنعت گردشگری، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ هفتم،
- ۷- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و داود مهدوی ، ۱۳۸۴، راهکار های توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل (SWOT) دهستان لواشان کوچک، مجله‌ی مدرس علوم انسانی شماره‌ی ۴۵
- ۸- رهنمایی محمد تقی، ۱۳۶۹، جغرافیایی اوقات فراغت و جهانگردی، پلی کپی گروه جغرافیا دانشگاه تهران
- ۹- زمانی، ایرج، ۱۳۶۸، نقش گردشگری در ایران، سازمان برنامه و بودجه مدیریت ارشاد و فرهنگ و هنر
- ۱۰- دریو، ماکس، ۱۳۷۱، جغرافیای انسانی، ترجمه‌ی سیروس سهامی، رایزن

- ۱۱- سراقی عیسی و همکاران، ۱۳۸۷، نقش جاذبه های اکوتوریستی در توسعه گردشگری نهاوند با تأکید بر مدل «SWOT»، فصل نامه ی علمی پژوهشی علوم جغرافیایی دانشگاه تربیت معلم شماره ی ۱۱
- ۱۲- شکویی، حسین، ۱۳۵۴، مقدمه بر جغرافیای جهانگردی، دانشگاه تبریز
- ۱۳- کارگر، بهمن، ۱۳۸۶، توسعه ی شهر نشینی و صنعت گردشگری در ایران از مفهوم تا راهکار، سازمان جغرافیای نیروهای مسلح
- ۱۴- مخدوم، مجید، ۱۳۷۲، توانمندی های طبیعی ایران برای جذب اکوتوریست، مجموعه مقالات اولین سمینار ایرانگردی و جهانگردی نشر سازمان ایرانگردی و جهانگردی
- ۱۵- مولایی، نصرالله و کبری زاهد، ۱۳۸۹، برنامه ریزی توسعه ی یکپارچه روستایی با بهره گیری از مدل تحلیلی «SWOT» در بخش خمام شهرستان رشت، فصل نامه ی جغرافیایی آمایش، ۱۵۴-۱۳۳
- ۱۶- مجموعه قوانین سال ۱۳۷۰، چاپ روزنامه ی رسمی دادگستری
- ۱۷- وای کی، چاک، ۱۳۷۷، جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه ی دکتر علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ اول
- ۱۸- هادوی بس و دیگران، ۱۳۷۳، بررسی وضعیت برد اکولوژیکی و روانی تفرجگاه های حاشیه ی جاده ی چالوس (از کرج تا ...)، پایان نامه ی کارشناسی ارشد دانشکده ی منابع طبیعی تهران.

19-Perace,D.C(1989)Tourism development,longman1989.

20-World Tourism organization.) 1996C, February/ March).

Global overview world's top tourism destinations 1995. WTO

News Newsletter,1,2