

جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، شماره ۱۸، بهار ۱۳۹۵

وصول مقاله: ۱۳۹۴/۳/۲۵

تأیید نهایی: ۱۳۹۴/۱۱/۲۰

صفحات: ۱۳۴ - ۱۱۹

برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری روستایی در نواحی روستایی شهرستان ایزه مورد شناسی: روستای شیوند

هاشم نوروزی فرد^۱، دکتر محمدامین خراسانی^۲

چکیده

گردشگری یکی از صنایع در حال رشد جهان است و کشورها در تمام مراحل مختلف توسعه، به طور فزاینده‌ای به آن وابسته‌اند. گردشگری به عنوان یک صنعت فرابخشی، فعالیت‌های مختلف را در بر می‌گیرد و با تمام بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به طور مستقیم و غیر مستقیم تعامل دارد. روستای شیوند از بخش دهدز شهرستان ایزه از توان‌های بالقوه و بالفعل گردشگری بیشماری برخوردار است. شناسایی و معرفی این قابلیت‌ها و نیز فراهم نمودن زیرساخت‌های مورد نیاز در زمینه توسعه گردشگری می‌تواند عاملی در جهت توسعه همه‌جانبه این منطقه باشد. بدین منظور تحقیق حاضر با استفاده از روش پیمایش، مطالعات میدانی و تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به روش سوات به ارائه راهبرد در جهت توسعه گردشگری در روستای شیوند پرداخته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مؤلفه چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه باغات و فضای سبز به عنوان مهم‌ترین نقطه قوت داخلی و مؤلفه نامناسب بودن تجهیزات و تسهیلات اقامتی و رفاهی، به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی در توسعه گردشگری این روستاست. همچنین از بین فرصت‌های بیرونی، مؤلفه افزایش انگیزش بیشتر برای مسافرت و تفریح به عنوان اولویت اول فرصت خارجی برای توسعه گردشگری و از بین تهدیدهای خارجی نیز مؤلفه تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی به عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که راهبردهای تهیه و اجرای برنامه‌های توسعه گردشگری با استفاده از اعتبارات دولتی، بهره‌گیری از مزیت‌های رقابتی منطقه برای جذب گردشگر، تهیه بسته‌های تسهیلات تشویقی برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی برای توسعه امکانات و تسهیلات گردشگری در منطقه و برنامه‌ریزی برای جذب گردشگران بر اساس اوقات فراغت به‌وجودآمده در جوامع شهری، به ترتیب مهم‌ترین راهبردهای منتخب برای اجرا در جهت توسعه گردشگری در روستای شیوند هستند.

کلید واژگان: گردشگری روستایی، تجزیه و تحلیل راهبردی، روستای شیوند، روش سوات.

مقدمه

توسعه گردشگری روستایی در مقایسه با سایر فعالیت‌های اقتصادی محیط روستا، پدیده‌ای نوین و راهکاری اساسی برای ایجاد درآمد برای روستاییان و ماندن آن‌ها در روستا و خارج کردن روستاها از حالت انزواست (Dyer et al., ۲۰۰۷, Tosun, ۲۰۰۰; Gursoy & Deny, ۲۰۰۳). بر اساس گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۱ در ایالات متحده آمریکا در سال ۱۹۹۲ بیش از ۷۰ درصد جمعیت از انواع تفریحات روستایی و محیط‌های کشاورزی برخوردار گردیده‌اند. این درصد در سال ۲۰۰۴ به ۷۶ رسیده است (پاپلی‌یزدی، ۱۳۸۶: ۲۰۱). توریسم (گردشگری)^۲ یکی از پایدارترین و سالم‌ترین منابع درآمدی در تجارت جهانی است. بالا رفتن سطح درآمد، افزایش ایام فراغت، تغییرات و نگرش‌های جدید به مفاهیم زندگی و ضرورت تماس‌های بین‌المللی و غیره ایجاب می‌کند که توریسم به شدت، گسترش و توسعه یابد. توریسم در دوران ما به فعالیت عظیم اقتصادی بدل گشته است و آنچه در این مقوله از اهمیت اساسی برخوردار است، آن است که توریسم با تمامی انواع و اشکالش، می‌رود تا به عنوان اولین فعالیت پیشرو اقتصاد جهانی بدل شود. توریسم روستایی به عنوان یکی از اشکال مهم توریسم، سهم برجسته‌ای را در این خصوص به خود اختصاص می‌دهد. امروزه در بسیاری از کشورهای جهان، توریسم روستایی تعداد زیادی گردشگر را جلب می‌کند و یکی از مردمی‌ترین اشکال توریسم به شمار می‌رود. توریسم روستایی امروزه با توجه به این که صنعت کشاورزی اهمیت خود را به عنوان محور اصلی توسعه روستایی از دست داده است، رو به توسعه است؛ زیرا رشد فزاینده جمعیت، افزایش بهره‌برداری‌ها و کاهش منابع طبیعی و در نتیجه آن، تهدید محیط زیست انسانی، جوامع روستایی را برای ادامه حیات و تداوم رشد خود به منابع درآمدی دیگری وا داشته است.

شهرستان ایزده با برخورداری از جاذبه‌های طبیعی فراوانی که دارد یکی از شهرستان‌های گردشگری جنوب ایران به حساب می‌آید. طبیعت زیبا، ارتفاعات و کوه‌ها، آثار باستانی، آبشارها می‌تواند این شهرستان را به عنوان محلی جهت جلب و جذب گردشگر تبدیل کند. از طرفی بسیاری از این جاذبه‌ها مانند آبشار زیبای شیوند، اشکفت سلمان، نقوش برجسته و سنگ‌نوشته‌ها، کوهستان مانگشت، مناطق حفاظت‌شده و طبیعت بکر، در محیط روستاهای تابعه قرار گرفته است که متأسفانه برنامه‌ریزی مؤثری در زمینه راه‌های گسترش گردشگری در آن صورت نگرفته است.

در روستای شیوند کاروانسرای قدیمی از دوره صفوی برجای مانده که نشانگر قدمت طولانی روستاست. البته آثار قلعه‌ای مخروطی متعلق به هزاره‌های سوم و چهارم قبل از میلاد که حاکی از تاریخ دیرینه و دوره حیات طولانی در این منطقه است نیز در این روستا به چشم می‌خورد. کاروانسرای عباسی و امامزاده محمد، سیاه‌چال قدیمی که زمانی به عنوان زندان از آن استفاده می‌شده و ۲۵ متر عمق دارد، همچنین وجود کتیبه‌های قدیمی و آثار نقش‌برجسته از جمله آثار تاریخی این منطقه است. آثار دهکده‌هایی قدیمی و دو آسیاب آبی که برای تبدیل گندم به آرد از آن‌ها استفاده می‌کرده‌اند، از دیگر آثار تاریخی روستای زیبای شیوند هستند.

از آغاز بهار تا چهارمین ماه سال می‌توان از پتانسیل‌های گردشگری منطقه از جمله آبشار مرتفع شیوند و کوهنوردی و بازدید از آثار تاریخی منطقه استفاده کرد. آب این آبشار از ارتفاع ۸۰ متری سرازیر می‌شود و در طول روستا تا دریاچه جریان دارد. روستای شیوند به لحاظ واقع شدن در انتهای دریاچه سد کارون ۳ و برخورداری از اکوسیستم طبیعی و چشم‌انداز بسیار زیبا همه‌ساله پذیرای گردشگران و علاقمندان به محیط طبیعی است.

این مقاله سعی دارد با بررسی اهمیت گردشگری روستایی با تأکید بر توسعه اقتصادی روستای شیوند از طریق شناخت محرک‌ها و موانع درونی و بیرونی به

1. OECD

2. Tourism

ارائه راهبردهایی جهت گسترش گردشگری در روستای مورد مطالعه (شیوند) پردازد.

مبانی نظری

به‌طور کلی گردشگری روستایی از دو جنبه اهمیت دارد: یکی به عنوان یک فعالیت گسترده جهانی و دیگری به عنوان یک تأکید بر توسعه سیاست‌های منطقه‌ای و محلی. از همین رو منطقی است که بپذیریم تعریف قابل قبول و عام از گردشگری روستایی وجود ندارد. (رحیمی، ۱۳۸۱: ۲۲۶). گردشگری روستایی به تمامی فعالیت‌ها و خدماتی گفته می‌شود که توسط کشاورزان، مردم و دولت‌ها برای تفریح و استراحت گردشگران و جذب آنان در نواحی روستایی صورت می‌گیرد. گردشگری روستایی می‌تواند شامل گردشگری مزرعه، کشاورزی، طبیعی و فرهنگی شود (مجتبی‌زاده، ۱۳۸۴: ۱۴).

تونیس^۱ می‌گوید: جامعه روستایی به عنوان جامعه‌ای آرمانی است که سرشار از تقدس، هماهنگی و صلح و صفاست. روث‌گلاس^۲ می‌نویسد: برای ما صفت روستایی دارای مفهوم مطبوع و مطمئن است. زیبایی، سادگی، راحتی، فراغت، منظره‌های دلگشا، آزادی، صلح و صفا و آرامش است (سقایی، ۱۳۸۲: ۵۶).

امروزه گردشگران به دنبال مکان‌های بکر و جدیدند و دوست دارند چند صبحی را در آرامش کامل و در جایی بی‌سروصدا سپری کنند. روستاهای ما نمادی از این گونه مکان‌ها به شمار می‌روند و زیست‌بومی حاوی جاذبه‌های مختلف‌اند. این نوع گردشگری به دلیل ساختار فرهنگی-اقتصادی-اجتماعی و همچنین چشم‌اندازها و جاذبه‌های طبیعی روستا، گردشگر مخصوص به خود را می‌طلبد. محیط روستایی به عنوان مکانی بی‌لایق برای جهانگردان داخلی می‌تواند به عنوان یک ویژگی قرار بگیرد و تولیدات آن‌ها مانند صنایع دستی روستایی به گردشگرهای خارجی ارائه شود. گردشگری روستایی بیشتر در فصل تابستان مورد

استقبال قرار می‌گیرد. خانه‌های روستایی و پوشش افراد روستا همه و همه می‌تواند به عنوان جاذبه‌های گردشگری به شمار بیاید و چون این نوع گردشگری بسیار بااهمیت است، باید در حفظ آن کوشید که فضای روستا به فضای شهری تبدیل نشود.

- جاذبه‌ها و قابلیت‌های مناطق روستایی برای استفاده گردشگران

سازمان جهانی گردشگری در تعریفی جاذبه‌های گردشگری را به دو نوع عوامل عرضه و عوامل تقاضا تقسیم می‌کند (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۷۹: ۱۷).

در دسته‌بندی دیگری جاذبه‌های گردشگری را می‌توان در دو سطح مورد شناسایی قرار داد:

الف) جاذبه‌های مهیا؛

ب) جاذبه‌های نامهیا؛

جاذبه‌های مهیا که شامل عوامل طبیعی از قبیل آب و هوای خوش، مناظر مطلوب، امکان ماهی‌گیری، دریانوردی، اسکی روی آب، آب‌های گرم معدنی، امکان کوهنوردی و اسکی، شکار و... است (کوشش تبار، ۱۳۸۷: ۱۲۶).

جاذبه‌های نامهیا به عواملی گفته می‌شود که به دست بشر ساخته می‌شود و از آن‌ها برای جلب گردشگران استفاده می‌کنند، مانند موزه‌ها، آثار باستانی و تاریخی، نمایشگاه‌ها، فستیوال‌ها و... (همان).

از جاذبه‌ها و قابلیت‌های مناطق روستایی برای استفاده گردشگران می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

کوهنوردی و غارنوردی؛ ماهی‌گیری در رودخانه؛ ورزش‌های زمستانی؛ طبیعت‌درمانی (آب‌گرم)؛ شکار و صید؛ صنایع دستی و حیات‌زیست؛ جشنواره صنایع دستی روستایی و عشایری؛ کوچ پرندگان؛ تخمگذاری پرندگان؛ باغ‌های میوه؛ مطالعه در طبیعت و جمع‌آوری داروهای گیاهی؛ چشم‌اندازهای طبیعی؛ پارک طبیعی؛ مسیل‌ها، چشمه‌ها و رودخانه‌ها؛ جنگل‌ها و غارها؛ حیات وحش؛ روستاگردی و مطالعه زندگی عشایر؛ آب و هوا و اقلیم؛ شنا در رودخانه؛ حمام آفتاب و گردش در طبیعت.

بسیاری از مناطق منبع اصلی درآمد و اشتغال‌زایی بوده است، اما همواره خلأ وجود استراتژی‌ها و برنامه‌ریزی‌های کارآمد در سیاست‌های توسعه برای یکپارچه‌سازی کارکردهای گردشگری با توسعه روستایی احساس می‌شود (Burns and Holden, 1995, p7).

ناحیه مورد مطالعه

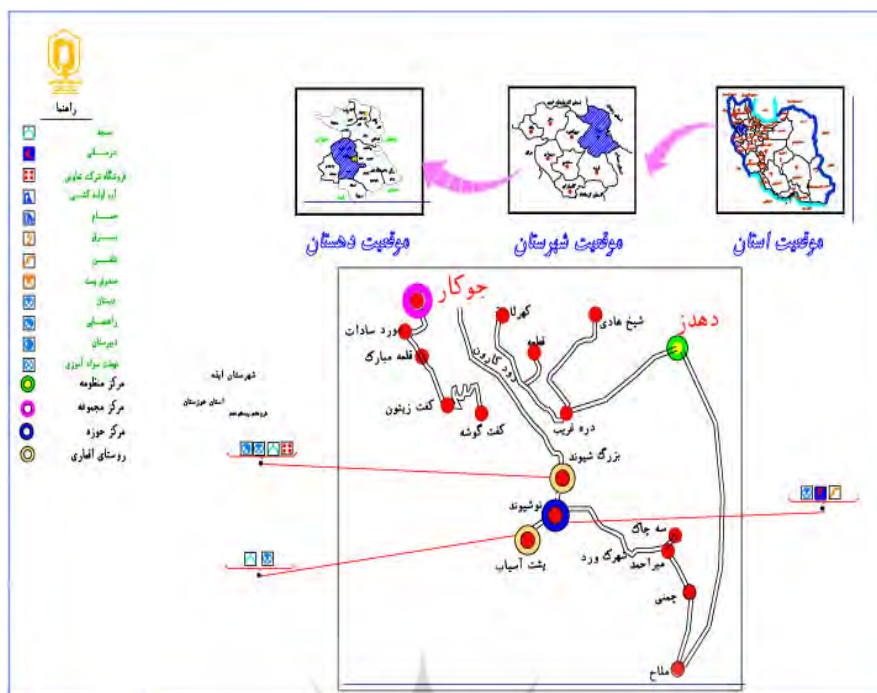
مجموعه روستایی شیوند در طول جغرافیایی $۱۲^{\circ} ۵۰'$ و عرض جغرافیایی $۳۷^{\circ} ۳۱'$ و با ارتفاع ۱۱۳۰ متر از سطح دریا واقع شده است. (سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح: ۷۷) این روستا در ۶۵ کیلومتری جنوب شرقی شهرستان ایذه، ۱۵ کیلومتری جنوب غربی بخش دهدز و ۲۵۰ کیلومتری مرکز استان خوزستان (اهواز) قرار دارد. نقشه شماره ۱ موقعیت منطقه مورد مطالعه در شهرستان و استان را نشان می‌دهد.

تجربه زندگی روستایی و عشایری: این مورد به تازگی در بعضی از کشورها رونق یافته است. بدین ترتیب که گردشگران در یک روستا چندین روز در خانه‌های اجاره‌ای مجهز به لوازم و وسایل، زندگی روستایی را تجربه و از این کار لذت می‌برند (سقای، ۱۳۸۲: ۶۰).

-گردشگری و توسعه روستایی

از آنجا که نواحی روستایی منبعی آسیب‌پذیر و مستعد تغییرات زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی است، به‌ویژه تجربه نشان داده است که همه‌جا گردشگری به طور خودجوش و اتفاقی و بدون برنامه‌ریزی و مدیریت مؤثر، گسترش یافته، پیامدهای نامطلوبی به بار آورده و در دراز مدت مشکلات آن بیشتر از فواید آن شده است (Sharply and Julia, 1997: 73). پیامدهایی چون آلودگی محیط زیست، تخریب منابع آب، وقوع سیل، فرسایش خاک و تخریب جنگل‌ها و مراتع از عوارض مشهود آن طی دو دهه اخیر بوده است. به همین دلیل در طول چند سال گذشته مفهوم گردشگری پایدار تا حدی پیشرفت کرده که بتواند پاسخگوی تهدیدات گردشگری نابسامان باشد (الوانی، ۱۳۷۲: ۱۰).

بنابراین توسعه گردشگری در نواحی روستایی از یک طرف می‌تواند نقش مهمی در متنوع‌سازی اقتصاد جوامع روستایی داشته و بستر و زمینه‌ساز توسعه پایدار روستایی باشد و از طرف دیگر وسیله‌ای برای تحریک رشد اقتصاد ملی (از طریق غلبه بر انگاره‌های توسعه‌نیافتگی و بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی) به حساب آید (شریف‌زاده و مرادی‌نژاد، ۱۳۸۱: ۵۳). به هر حال اگر گردشگری روستایی به نحوی مناسب برنامه‌ریزی و مدیریت شود، می‌تواند خالق یا محرک یک فرآیند توسعه‌یافته برای حصول به پایداری توسعه در نواحی روستایی و نیز پایداری جوامع محلی در همه زیرشاخه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و خود صنعت گردشگری باشد. در برخی از کشورها، گردشگری روستایی از طریق مالکیت (و نه اجاره) خانه‌های دوم ابزاری برای توسعه پایدار نواحی روستایی بوده است. اگر چه بیش از یک قرن گردشگری در بسیاری از مناطق وجود داشته و در



نقشه ۱. موقعیت منطقه مورد مطالعه در شهرستان و استان

منبع: مهندسین مشاور پارس ویستا و پدیده صامت، ۱۳۸۶

پیشینه تحقیق

شارپلی در تحقیق خود، تنوع اقتصاد محلی، ایجاد فرصت‌هایی برای فعالیت‌های چندگانه و بدین وسیله جلوگیری از رکود موقت را از مزایای گردشگری می‌داند (Sharply, 2006: 292). کدیور و سقایی (۱۳۸۶) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که در صورت عدم سازماندهی مناطق گردشگری نه تنها پایداری محیط با خطر مواجه می‌شود، بلکه امنیت اجتماعی مکان مربوطه دچار چالش می‌شود (کدیور و سقایی، ۱۳۸۶: ۱۳۲).

همچنین نتایج تحقیق تقدیسی و دانشور عنبرانی (۱۳۸۶) نشان داد که اگر یک منطقه از لحاظ جاذبه غنی، ولی از لحاظ امکانات رفاهی مورد توجه قرار نگیرد، در خصوص پذیرش گردشگر با شکست مواجه می‌شود (تقدیسی و دانشور عنبرانی، ۱۳۸۶: ۱۸۲). نتایج پژوهشی دیگر تعدد مراکز تصمیم‌گیری، ضعف بازاریابی، ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری و فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر را از جمله موانع صنعت گردشگری بر شمرده است (مدهوشی و

مجموعه روستای شیوند که از سه روستای بزرگ شیوند و نوشیوند و پشت آسیاب تشکیل شده، با پیوندی عمیق با طبیعت اطراف و به تبعیت از شرایط فیزیوگرافی و توپوگرافی روی یالی مسطح به وجود آمده و در تقسیمات سیاسی از توابع دهستان دنباله‌رود شمالی، بخش ده‌دز شهرستان ایذه است. این مجموعه در ارتفاع ۱۰۵۰ متری از سطح آب‌های آزاد در ۴۳ کیلومتری جنوب غرب ایذه و در دل منطقه حفاظت‌شده منگشت و شالو واقع شده که رودخانه کارون از شرق آن می‌گذرد. آبشار بلند و مرتفع روستای شیوند نیز از دل کوه فاصله‌ای حدود ۴ کیلومتر را طی می‌کند و به دریاچه می‌ریزد. همچنین سه روستای بزرگ شیوند و میانکوهی و روستاهای نوشیوند و پشت آسیاب از نوع کوهپایه‌ای هستند که به فاصله ۱ کیلومتر از یکدیگر و به شکل مثلث واقع شده‌اند، به گونه‌ای که رودخانه شیوند از میان سه روستا عبور می‌کند.

سرمایه‌گذاری مناسب و کافی در بخش‌های زیربنایی، کمبود زیرساخت‌های گردشگری، ضعف شدید تبلیغات و اطلاع‌رسانی، عدم وجود نیروهای کارآموده و مسلط به زبان‌های خارجی و عدم تابلوهای راهنمایی به زبان لاتین را جزو چالش‌های گردشگری برشمرده‌اند و موسایی در تحقیق خود عامل اصلی در عدم جذب گردشگر را احساس ناامنی برشمرده است (موسایی، ۱۳۸۳).

روش‌شناسی تحقیق

با عنایت به موضوع مورد مطالعه و هدف تحقیق، روش تحقیق به توصیفی-تحلیلی (ترکیبی از نوع کمی و کیفی) است. در شیوه‌توصیفی به مطالعه تجربیات جهانی و داخلی در خصوص ادبیات اکوتوریسم پرداخته شد و در شیوه‌تحلیلی از تکنیک SWOT استفاده شد. تکنیک SWOT، تحلیل بسیار مفیدی برای تحلیل موقعیت جاری و اتخاذ تصمیمات، ارزیابی پیامدها و گزینه‌ها برای انتخاب است و نه تنها چشم‌انداز کنونی بلکه فرصت‌ها و تهدیدات آتی را نیز ملحوظ می‌دارد. به همین جهت در این مطالعه نیز برای دستیابی به اهداف ابتدا یک پرسشنامه بر اساس چارچوب نظری و وضع موجود منطقه مورد مطالعه در قالب یک جدول SWOT برای مدل راهبردی طراحی و در اختیار نمونه‌ها قرار داده شد. سپس ماتریس راهبردی طراحی شد تا از این طریق ضعف‌ها و تهدیدها شناسایی و راهبردهای مناسب ارائه شود. بنابراین در این مطالعه مدل راهبردی نه تنها چشم‌انداز کنونی بلکه فرصت‌ها و تهدیدات آتی را در توسعه اکوتوریسم منطقه نیز ملحوظ می‌دارد. به منظور دستیابی به نتایج قابل اتکا برای انجام مطالعه میدانی سه گروه در قالب کارشناسان و مسئولان برنامه‌ریزی، گردشگران و اهالی ساکن در محدوده مورد مطالعه که به نوعی با گردشگران در ارتباط بودند، انتخاب گردید. از هر گروه نیز ۳۰ نفر برای پاسخگویی انتخاب شدند.

ناصرپور، ۱۳۸۲: ۳۴). نتایج حاصل از مطالعه‌ای دیگر حاکی از آن است که روند کنونی بهره‌برداری از طبیعت علی‌رغم برخی فعالیت‌ها و تمهیدات محدودکننده، فراتر از ظرفیت تحمل محیط بوده و بیم آسیب‌های جدی و نابودی توان‌های طبیعی و اقتصادی منطقه می‌رود (علیزاده، ۱۳۸۲: ۲۵) در تحقیقی دیگر تجلی برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری زیرساخت‌ها و تشویق بخش خصوصی را از عوامل مهم در راستای توسعه و پیشرفت گردشگری بر شمرده است (تجلی، ۱۳۷۹). مافی و سقایی یکی از عوامل بسیار مهم سفر گردشگران به مناطق متعدد علاوه بر داشتن جاذبه‌های طبیعی مناسب، وجود مسیر دسترسی و وسایل مناسب جهت حمل و نقل است (مافی و سقایی، ۱۳۸۷: ۳۱). نتایج تحقیق دهقان نشان داد که به دلیل مدیریت ضعیف و برنامه‌ریزی نادرست مسئولان به گردشگری توجه چندانی نشده و گردشگران از نظر مردم روستا افرادی غریبه‌اند که با آداب و رسوم و فرهنگ روستاییان کاملاً بیگانه‌اند (دهقان، ۱۳۸۷: ۶). ثبوتی (۱۳۸۵) در تحقیق خود تبلیغات و اطلاع‌رسانی، امکانات زیربنایی و ساختاری، آموزش مسئولان و کارگزاران و همچنین امنیت از مهم‌ترین عوامل مؤثر در امر گردشگری است (ثبوتی، ۱۳۸۵: ۹۷). Mitchell and Hall (2005) در نتایج تحقیق خود افزایش میزان آموزش نیروی انسانی، آموزش فعالیت‌های بازاریابی و همچنین فعالیت‌های اجتماعی را از عوامل مؤثر در خصوص افزایش سود بیشتر سازمان‌های گردشگری می‌دانند (Mitchell & Hall, 2005, 10)

Baum and Szivas (2008) and Hall and Jenkins (1995) نیز در نتایج پژوهش‌های خود، عدم توجه سازمان‌های مرتبط با صنعت توریسم به تحقیقات آکادمیک و دانشگاهی را به عنوان یکی از موانع اصلی در این خصوص می‌دانند (Hall & Jenkins, 1995 and Baum & Szivas, 2008, 789)

شهیدی، اردستانی و گودرزی (۱۳۸۸: ۱۰۳) در پژوهش خود بر مکمل بودن فعالیت‌های گردشگری در کنار فعالیت‌های کشاورزی تأکید داشته‌اند، همچنین توکلی و هدایتی (۱۳۸۷) در پژوهش موردی خود عدم

بحث و تجزیه و تحلیل

مسافران بوده است که حرکت بر روی آب تا مجموعه روستایی شیوند، خود عاملی در جذب گردشگر و گروه های کوهنوردی به روستاست. نتایج تحقیق در مورد اثرات گردشگری بر عمران و توسعه منطقه در جدول شماره ۱ نشان داده شده است.

با احداث دریاچه سدکارون ۳ در مجاورت روستای شیوند، پل ارتباطی این روستا و شهر دهدز به زیر آب رفته و باعث قطع ارتباط شده است. رفت و آمد روستاییان به دهدز و مراجعه گردشگران به روستای شیوند عاملی در جهت تعبیه قایق‌هایی برای انتقال

جدول ۱. نتایج حاصل از پرسشنامه در خصوص اثرات گردشگری بر منطقه

ردیف	موضوع پرسش	نتایج پرسش
۱	ورود گردشگر	۹۹٪ از ورود گردشگر به منطقه خود راضی هستند
۲	مشارکت در گردشگری	۸۵/۵٪ موافق مشارکت مردم
۳	نقش تبلیغات در معرفی جاذبه‌های روستا	۷۰٪ مفید و بیشتر می‌دانند
۴	بهترین جاذبه گردشگری در روستا	۷۶٪ مناظر دیدنی و طبیعی
۵	بیشترین مورد نقش جذب گردشگر	۲۹٪ آگاهی از طریق رسانه‌ها ملی و محلی - ۳۳٪ حمایت مالی مسئولان - ۱۰٪ جذابیت فرهنگی شهرستان
۶	بهترین راه برای ایجاد اشتغال و درآمد روستا	۵۲ درصد توسعه کشاورزی - ۲٪ توسعه دامداری
۷	تاثیر گردشگران در بهبود وضع اقتصادی مردم	۶۰٪ خرید محصولات کشاورزی، دامی و صنایع دستی - ۲۳٪ معرفی جاذبه‌های روستا به سایر گردشگران
۸	وجود خدمات واسطه‌ای در جذب گردشگر	۸۶٪ دفاتر توریستی، دفاتر تبلیغاتی، بنگاه‌های کرایه اتومبیل، راهنماها ... را در جذب گردشگر مؤثر
۹	تمایل به سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری	۸۶٪ مایل به سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری بوده‌اند
۱۰	سرمایه‌گذاری در بخش‌های صنعت گردشگری	۲۷٪ سرمایه‌گذاری در ایجاد فروشگاه و اظهار نموده‌اند
۱۱	زیرساخت‌های خدماتی و تأسیساتی موجود	۲۷/۵٪ وجود زیرساخت‌های خدماتی و تأسیساتی موجود را در جذب گردشگر کافی
۱۲	وجود تسهیلات در جذب گردشگر	۴۵٪ تسهیلات پذیرایی از میهمانان اعم از هتل‌ها، مهمان پذیرها و مراکز فروش را در جذب گردشگر و توسعه صنعت گردشگری مفید می‌دانند
۱۳	نقش سرویس‌دهی به گردشگران	۴۱/۵٪ بیشترین نقش سرویس‌دهی به گردشگران را بخش خصوصی
۱۴	اثرات منفی گردشگری در صورت عدم رعایت بر محیط زیست	۸۱/۵٪ موافق - ۱۳/۵٪ مخالف
		برای ۵٪ از اهالی این موضوع اهمیتی نداشته است

منبع نگارندگان، ۱۳۹۱

موجود می‌پردازیم. جداول شماره ۲ و ۳ ماتریس عوامل مؤثر داخلی و خارجی بر گردشگری ناحیه مطالعه شده را نشان می‌دهند.

-آنالیز داده‌ها براساس تکنیک SWOT
حال با توجه تکنیک SWOT به تبیین نقش توریسم در توسعه اقتصادی روستای شیوند در قالب جداول

جدول ۲. ماتریس عوامل مؤثر داخلی بر گردشگری ناحیه مطالعه شده

ضعف‌ها	نقاط قوت	
-عدم تمایل مردم منطقه به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری به دلایل مختلف از جمله آلوده کردن محیط زیست و جاذبه‌های طبیعی توسط گردشگران، افزایش سوداگری زمین و خرید و فروش اراضی عدم آشنایی به صنعت توریسم و... -فقدان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری‌های دولتی در این منطقه	-مستعد بودن و آماده بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی توریسم در جهت استفاده از منابع طبیعی و انسانی و معرفی آن به عنوان قطب مهم گردشگری در روستای شیوند -وجود محصولات زارعی و بازار مناسب برای فروش آن‌ها به گردشگران	اقتصادی
-نامناسب بودن و ناکافی بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی -فقدان نیروهای متخصص و آموزش‌دیده و توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال -تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا، گرایش غالب مردم به استفاده اختصاصی از فضای روستا و اطراف	-سطح بالای آگاهی و سواد در بین مردم شهرستان و حس همکاری و مشارکت در بین روستاییان -دارا بودن آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی و نیز مکان‌های تاریخی و دیدنی	اجتماعی فرهنگی
- نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی، نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی ورزشی	-وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز و باغات در نواحی روستا و اطراف آن -مجاورت و نزدیکی به مراکز جمعیتی و مراکز شهری از جمله ایذه، دهدز و شهرهای اطراف و روستاهای اطراف -وجود ارتفاعات و قله مرتفع جهت انجام ورزش‌ها و تفریحاتی از قبیل کوهنوردی، راهپیمایی -دسترسی آسان و مناسب برای گردشگران وجود سد کارون سه، رودخانه کارون، چشمه‌های گوناگون در این نواحی -برخورداری از محیطی آرام و بی‌سروصدا در این خصوص برای شهرنشینان، استراحت تفریح	اکولوژیکی
-عدم آشنایی روستاییان مجموعه شیوند و سایر روستاهای همجوار و عدم آموزش آن‌ها در نحوه برخورد با گردشگران	-اعتقاد مسئولان بر اشتغالزایی به وسیله گسترش توریسم به عنوان یکی از مهم‌ترین سازوکارهای مناسب در جهت توسعه روستای شیوند و روستاهای مجاور	نهادی

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۱

جدول ۳. ماتریس عوامل مؤثر خارجی بر گردشگری ناحیه مطالعه شده

تهدیدها	فرصت‌ها	ابعاد
-افزایش قیمت زمین و بورس بازی زمین و بالطبع افزایش بار مالی به منظور ایجاد تجهیزات و تسهیلات گردشگری و مقرون به صرفه نبودن آن‌ها	-افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری -افزایش آینده بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این مناطق	اقتصادی
-افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی نزدیک و رقیب (مثل روستای مال آقا که قرینه منطقه مورد مطالعه است). -تراکم بیش از حد جمعیتی و شلوغ شدن این منطقه در مقایسه با نواحی رقیب در آینده -ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران این منطقه نسبت به قبل -از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی (همانند زبان، آداب و رسوم محلی و نوع پوشاک، معماری و مسکن... با افزایش گردشگران).	-افزایش انگیزه برای مسافرت به تفریح در بین مردم شهری و مردم حومه -وجود مراکز بزرگ جمعیتی در نزدیکی این نواحی از جمله اهواز، ایذه، باغملک، مسجد سلیمان با توجه به ایجاد اتوبان‌های جدید و همچنین سایر شهرهای خوزستان و مراکز روستای شهری اطراف -امکان عدم ارائه خدمات و تسهیلات مطلوب به گردشگران در مناطق تفریحی رقیب همانند روستاهای شهرستان ایذه و روستاهای مشابه در سایر شهرهای استان به علت تراکم بالا در مقایسه با این منطقه در آیند	اجتماعی - فرهنگی
-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 نسبت به نواحی رقیب	-	اکولوژیکی
-عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت به منظور گسترش و توسعه خدمات تجهیزات و تأسیسات گردشگری در این نواحی	-افزایش توجه و حمایت مسئولان کشور از توسعه روستایی با رویکرد اشتغال‌زایی و کسب درآمد -وجود نهادها و سازمان‌های مختلف دولتی و غیردولتی در ایذه و روستای اطراف -وجود نیروهای متخصص و باتجربه در مجاورت با این مناطق	نهادی

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۱

فضای سبز به عنوان بهترین نقطه قوت داخلی و مؤلفه نامناسب بودن تجهیزات و تسهیلات اقامتی و رفاهی اولویت اول نقاط ضعف داخلی در توسعه گردشگری روستای شیوند است. علاوه بر این از بین فرصت‌های بیرونی مؤلفه افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح به عنوان اولویت اول فرصت خارجی برای توسعه گردشگری شناسایی شده و از بین تهدیدات خارجی نیز مؤلفه تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی به عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی است. با توجه به نتایج به دست آمده از ماتریس تحلیل SWOT نسبت به تشکیل جدول شماره ۴ اقدام گردید که این جدول بیانگر اولویت‌بندی هر کدام از شاخص‌ها از دیدگاه‌ها و نظرات سه گروه مشارکت‌کننده و همچنین بیانگر دیدگاه‌های مشترک آن‌هاست.

-تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها
همان‌طوری که در جداول شماره ۱ و ۲ نشان داده شده است، در نواحی مجموعه روستایی مطالعه‌شده تعداد ۹ قوت داخلی در برابر ۱۱ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۷ فرصت خارجی در برابر ۹ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده است. به این ترتیب در مجموع ۱۶ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و ۲۰ نقطه ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای پیش روی روستای مورد مطالعه جهت گسترش گردشگری قابل شناسایی است. لذا 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 ضعف‌های و تهدیدها با استفاده از نقاط قوت و فرصت‌هاست.

- کمی‌سازی دیدگاه‌های مسؤولان و مردم و گردشگران بر اساس طیف لیکرت و نتایج SWOT
همان‌طوری که از این تحقیق استنباط می‌شود مؤلفه چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه باغات و

جدول ۴. اولویت‌بندی نهایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستا از دیدگاه سه گروه

اولویت‌بندی نقاط قوت (S)	اولویت‌بندی نقاط ضعف (W)	اولویت‌بندی فرصت‌ها (O)	اولویت‌بندی تهدیدها (T)
۱ چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه...	۱ نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی...	۱ افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح...	۱ تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی
۲ نزدیکی به مرکز شهر ایذه	۲ گرانش غالب مردم به استفاده اختصاصی	۲ وجود مراکز جمعیتی در نزدیکی...	۲ از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار ...
۳ وجود سد کارون سه و جاذبه‌های گوناگون ...	۳ توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال	۳ افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری...	۳ آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این نواحی...
۴ وجود ارتفاعات و قله مرتفع جهت انجام ...	۴ نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی	۴ وجود نیروهای متخصص و باتجربه ...	۴ افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی
۵ داشتن محیط آرام و بدون سروصدا...	۵ عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری‌های...	۵ افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه...	۵ تراکم بیش از حد جمعیتی و شلوغ شدن ...
۶ دسترسی آسان و مناسب به این نواحی	۶ نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی	۶ وجود نهادها و سازمان‌های دولتی و غیر دولتی ...	۶ از بین رفتن فرهنگ سنت و محلی

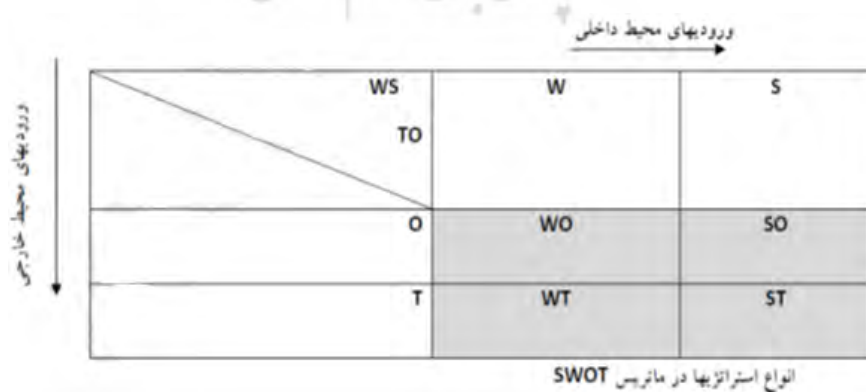
۷	ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران...	۷	عدم ارائه خدمات و تسهیلات مطلوب از طرف مناطق تفریحی رقیب	۷	نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی...	۷	جاذبه‌های ورزشی و تفریحی این نواحی
۸	عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت...			۸	عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده...	۸	وجود بازار مناسب برای فروش
۹	افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت			۹	عدم تمایل مردم جهت سرمایه‌گذار در ...	۹	وجود آداب و رسوم فرهنگ محلی...
				۱۰	عدم آشنایی روستاییان و عدم آگاهی آن‌ها		
				۱۱	تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا		

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۱

- مراحل پیاده‌سازی آنالیز SWOT

- به عبارت دیگر این کار در ۸ گام انجام می‌پذیرد:
- ۱- عوامل فرصت را از جدول EFE در سلول مربوط به فرصت‌ها وارد می‌کنیم.
 - ۲- عوامل تهدید را از جدول EFE در سلول مربوط به تهدیدها وارد می‌کنیم.
 - ۳- عوامل قوت را از جدول IFE در سلول مربوط به قوت‌ها وارد می‌کنیم.
 - ۴- عوامل ضعف را از جدول IFE در سلول مربوط به ضعف‌ها وارد می‌کنیم.
 - ۵- استراتژی‌های SO را می‌نویسیم.
 - ۶- استراتژی‌های WO را می‌نویسیم.
 - ۷- استراتژی‌های ST را می‌نویسیم.
 - ۸- استراتژی‌های WT را می‌نویسیم.

پس از شناخت و ارزیابی و طبقه‌بندی عوامل داخلی و خارجی، با استفاده از جداول EFE (ماتریس ارزیابی عوامل خارجی External Factor Evaluation) جهت شناسایی عوامل اقتصادی، تکنولوژی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و IFE (ماتریس ارزیابی عوامل داخلی Internal Factor Evaluation) جهت ارزیابی عوامل داخلی در مقایسه با رقبا، نقاط قوت و ضعف سیستم به کمک خبرگان این عوامل در حاشیه ماتریس SWOT مانند جدول شماره ۵ وارد شده و آنگاه بر اساس خبرگی، استراتژی‌های مناسب هر یک از بخش‌های ST, WO, SO, WT را پیشنهاد می‌کنیم.



ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) بر اساس جدول شماره ۶ نشان داده شده است.

جدول EFE (ماتریس ارزیابی عوامل خارجی External Factor Evaluation)

جدول ۵. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود	وزن	عوامل استراتژیک خارجی
			فرصت‌ها:
۰/۳۰۸	۴	۰/۰۷۷	۱- افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح...
۰/۲۱۶	۳	۰/۰۷۲	۲- وجود مراکز جمعیتی در نزدیکی...
۰/۲۱۶	۳	۰/۰۷۲	۳- افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری...
۰/۳۰۸	۴	۰/۰۷۷	۴- وجود نیروهای متخصص و باتجربه ...
۰/۳۰۸	۴	۰/۰۷۷	۵- افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه...
۰/۲۱۶	۳	۰/۰۷۲	۶- سازمان‌های دولتی و غیردولتی...
۰/۳۰۸	۴	۰/۰۷۷	۷- عدم ارائه خدمات و تسهیلات مطلوب از طرف مناطق تفریحی رقیب
			تهدیدها:
۰/۱۳۴	۲	۰/۰۶۷	۱- تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی
۰/۱۳۴	۲	۰/۰۶۷	۲- از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار...
۰/۱۳۴	۲	۰/۰۶۷	۳- آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این نواحی...
۰/۰۶۲	۱	۰/۰۶۲	۴- افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی
۰/۰۶۲	۱	۰/۰۶۲	۵- تراکم بیش از حد جمعیتی و شلوغ شدن ...
۰/۰۶۲	۱	۰/۰۶۲	۶- از بین رفتن فرهنگ سنت و محلی
۰/۱۳۴	۲	۰/۰۶۷	۷- ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران...
۰/۱۳۴	۲	۰/۰۶۷	۸- عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت...
۲/۷۳۶		۱	جمع

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۱

جدول IFE (ماتریس ارزیابی عوامل داخلی) (Internal Factor Evaluation):
ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) بر اساس جدول شماره ۷ نشان داده شده است.

جدول ۶. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

امتیاز وزن دار	رتبه	وزن	عوامل استراتژیک داخلی
			نقاط قوت:
۰/۲۳۶	۴	۰/۰۵۹	۱- چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه...
۰/۱۶۵	۳	۰/۰۵۵	۲- نزدیکی به مرکز شهر ایذه
۰/۱۶۵	۳	۰/۰۵۵	۳- وجود سد کارون سه و جاذبه‌های گوناگون...
۰/۱۶۵	۳	۰/۰۵۵	۴- وجود ارتفاعات و قله مرتفع جهت انجام کوهنوردی و...
۰/۱۶۵	۳	۰/۰۵۵	۵- داشتن محیط آرام و بدون سروصدا...
۰/۱۶۵	۳	۰/۰۵۵	۶- دسترسی آسان و مناسب به این نواحی
۰/۲۳۶	۴	۰/۰۵۹	۷- جاذبه‌های ورزشی و تفریحی این نواحی
۰/۲۳۶	۴	۰/۰۵۹	۸- وجود بازار مناسب برای فروش
۰/۲۳۶	۴	۰/۰۵۹	۹- وجود آداب و رسوم فرهنگ محلی...
			نقاط ضعف:
۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	۱- نامناسب بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی...
۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	۲- گرایش غالب مردم به استفاده اختصاصی
۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	۳- توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال
۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	۴- نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی
۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	۵- عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری‌های...

۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	۶- نامناسب بودن تسهیلات بهداشتی و خدماتی
۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	۷- نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی...
۰/۰۹۶	۲	۰/۰۴۸	۸- عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش‌دیده...
۰/۰۹۶	۲	۰/۰۴۸	۹- عدم تمایل مردم جهت سرمایه‌گذاری در...
۰/۰۹۶	۲	۰/۰۴۸	۱۰- عدم آشنایی روستاییان و عدم آگاهی آن‌ها
۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	۱۱- تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم روستا
۲/۴۰۱		۱	جمع

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۱

بر اساس نتایج اگر چه عوامل قوت‌ها و فرصت‌های پیش رو پنج اولویت‌های میانی ماتریس نهایی را به خود اختصاص داده‌اند، اما سهم عوامل تهدیدها از مجموع وزن نسبی بین گروهی برجسته‌تر است (شکل شماره ۴). این امر نشان‌دهنده عوامل تهدیدی منطقه مورد مطالعه است و مجموعاً شرایطی را فراهم می‌آورند که بتوان با تدوین برنامه راهبردی و بسط استراتژی‌ها، با کاهش میزان شدت تهدیدها و دامنه نقاط ضعف در راستای توسعه پایدار گردشگری گام برداشت.

نتایج حاصل از اولویت‌بندی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها و همچنین ارزیابی کارشناسان و مسئولان از عوامل SWOT در قالب روش وزن‌دهی نسبی نشان می‌دهد که در گروه نقاط قوت شماره ۱ و ۷، (با اوزان امتیاز وزن دار ۲۰) مهم‌ترین نقاط قوت محدوده مورد مطالعه است. همچنین مهم‌ترین نقاط ضعف شماره ۷ و ۸ به عنوان مهم‌ترین ضعف‌ها مشخص شد. در زمینه عوامل فرصت‌ها نیز عوامل شماره ۷، ۴ و ۱ به عنوان مهم‌ترین فرصت‌ها شناسایی شدند. در آخرین و در گروه تهدیدها، تهدیدهای شماره ۱ و ۸ بالاترین وزن‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

محافظة کارانه خانه (۲)	تهاجمی خانه (۱)
تدافعی خانه (۴)	رقابتی خانه (۳)

نمره نهایی ماتریس
ارزیابی
عوامل خارجی EFE

شکل ۳. تفسیر گرافیکی نتایج مقایسات زوجی گروه‌ها و عوامل SWOT

WT استفاده می‌کنند تا بدان جا برسند که بتوانند از راهبردهای SO استفاده نمایند. راهبردهای WO: هدف از این راهبردها این است که سازمان با بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در محیط داخل بکوشد نقاط ضعف داخلی را بهبود ببخشد. در این حالت سازمان به دلیل داشتن ضعف داخلی نمی‌تواند از این فرصت‌های به‌دست‌آمده بهره‌برداری کند.

تدوین راهبرد برای توسعه گردشگری محدوده مورد مطالعه راهبردهای SO: در قالب این راهبردها سازمان با استفاده از نقاط قوت داخلی می‌کوشد از فرصت‌های خارجی بهره‌برداری کند و با بهره‌گیری از نقاط قوت، فرصت‌ها را به حداکثر برساند. معمولاً سازمان‌ها برای رسیدن به چنین موقعیتی از راهبردهای ST، WO و

راهبردهای WT: سازمان‌هایی که این راهبرد را به کار می‌گیرند حالت تدافعی به خود می‌گیرند و هدف از این راهبرد کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است (فرد، ۱۳۸۸: ۳۶۴-۳۶۶؛ گلکار، ۱۳۸۴: ۵۳؛ هریسون و کارون، ۱۳۸۲: ۱۹۲؛ رکن‌الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵: ۹) نتایج حاصل از این راهبردها در جدول شماره ۸ ارائه شده است.

لذا راهبردهای لازم نظیر استفاده از تکنولوژی‌های جدید و... به کار گرفته می‌شود تا با از بین بردن نقاط ضعف از فرصت‌ها استفاده مناسب شود.

راهبردهای ST: سازمان‌ها با اجرای این راهبردها می‌کوشند با استفاده از نقاط قوت خود اثرات ناشی از تهدیدات موجود را کاهش داده یا آن‌ها را از بین ببرند.

جدول ۷. ماتریس SWOT و راهبردهای مناسب جهت تسهیل بخشی به توسعه پایدار گردشگری محدوده مورد مطالعه

راهبردهای WO	راهبردهای SO
<p>WO1: (W5, W7, O3) - بهره‌گیری از انگیزه‌های بخش خصوصی برای توسعه امکانات گردشگری</p> <p>WO2: (W9, W10, O1) - جذب حداکثری مشارکت مردم جهت مشارکت در طرح‌های توسعه گردشگری</p> <p>WO3: (W5, O3, O5) - استفاده از اقبال دولت و تمایل بخش خصوصی برای تهیه و اجرای برنامه زیرساختی و روساختی توسعه گردشگر در منطقه</p> <p>WO4: (W8, W9, W10, O4, O6) - برگزاری جلسات و مشاوره‌های گروهی سازمان‌های و نهادهای مسئول در زمینه توسعه گردشگری</p>	<p>SO1: (S1, S1, O7) - بهره‌گیری از مزیت‌های رقابتی منطقه برای جذب گردشگر</p> <p>SO2: (S6, S7, O1, O2) - برنامه‌ریزی برای جذب گردشگران بر اساس اوقات فراغت به‌وجودآمده در جوامع شهری</p> <p>SO3: (S7, S8, O5) - تهیه و اجرای برنامه‌های توسعه گردشگری با استفاده از اعتبارات دولتی.</p> <p>SO4: (S6, S7, S8, O3) - تهیه بسته‌های تسهیلات تشویقی برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی برای توسعه امکانات و تسهیلات گردشگری در منطقه</p>
راهبردهای WT	راهبردهای ST
<p>WT1: (W2, T4, T5, T6) - جلوگیری از تخریب زمین‌های کشاورزی و زیست‌بوم منطقه با اقدامات حفاظتی</p> <p>WT2: (T8, W5, W 6, W 7, W 8) - تقویت همکاری بین سازمانی و دست‌اندرکار توسعه گردشگری منطقه</p> <p>WT3: (W9, T3) - تقویت زیرساخت‌ها از طریق جلب مشارکت بخش خصوصی</p>	<p>ST1: (S1, S3, S5, S6, T3) - افزایش توجهات ملی و منطقه‌ای به منطقه بر اساس توانمندی‌های توسعه گردشگری</p> <p>ST2: (S7, T4) - کاهش نهادهای تصمیم‌گیر و حاشیه‌ای مرتبط با توسعه گردشگری در منطقه</p>

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۱

تعیین‌کننده میزان جذابیت راهبردهای تدوین‌شده بر اساس میزان امتیاز دریافتی و برای جلوگیری از همپوشانی استراتژی‌ها از نظر اجرایی است. نتیجه آن نیز در جدول شماره ۹ نمایش داده شده است.

بعد از مشخص شدن راهبردهای نهایی توسعه گردشگری منطقه، بار دیگر پرسشنامه‌ای در طیف لیکرت از راهبردهای استخراج‌شده، تنظیم شد تا به اولویت‌بندی این راهبردها با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی راهبردهای کمی (QSPM) پرداخته شود که

جدول ۸. ارزیابی و اولویت‌بندی راهبردهای نهایی با استفاده از ماتریس QSPM

ماتریس QSPM									
SO4		SO3		SO2		SO1		وزن ۰-۱	عوامل مهم استراتژیک
جمع نمرات	نمره جذابیت ۱-۴	جمع نمرات	نمره جذابیت ۱-۴	جمع نمرات	نمره جذابیت ۱-۴	جمع نمرات	نمره جذابیت ۱-۴		
۰/۰۹	۱	۰/۳۶	۴	۰/۱۸	۲	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	نقاط قوت
									S۱
۰/۳۲	۴	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	۱	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	S۲
۰/۱۶	۲	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	۱	۰/۲۴	۳	۰/۰۸	S۳
۰/۰۵	۱	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۱	۰/۱۰	۲	۰/۰۵	S۴
۰/۱۰	۲	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۱	۰/۱۰	۲	۰/۰۵	S۵
۰/۱۲	۱	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	S۶
۰/۰۵	۱	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۱	۰/۱۰	۲	۰/۰۵	S۷
۰/۰۷	۱	۰/۲۱	۳	۰/۰۷	۱	۰/۲۱	۳	۰/۰۷	S۸
۰/۱۸	۲	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	۱	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	S۹
									نقاط ضعف
۰/۱۲	۳	۰/۰۸	۲	۰/۱۶	۴	۰/۱۶	۴	۰/۰۴	W
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	۱	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۲	۰/۰۲	W
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۱	۰/۰۸	۲	۰/۱۶	۴	۰/۰۴	W
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۱	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	W
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	۱	۰/۱۶	۴	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	W
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۲	۱	۰/۰۲	W
۰/۱۲	۳	۰/۰۸	۲	۰/۰۸	۲	۰/۱۶	۴	۰/۰۴	W
۰/۰۶	۳	۰/۰۴	۲	۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۱	۰/۰۲	W
۰/۱۲	۳	۰/۰۸	۲	۰/۱۲	۳	۰/۱۶	۴	۰/۰۴	W
۰/۰۸	۲	۰/۰۸	۲	۰/۱۲	۴	۰/۱۶	۴	۰/۰۴	W
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	۱	۰/۱۲	۳	۰/۱۶	۴	۰/۰۴	W
									جمع=۱
									فرصت‌ها
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۲۴	۳	۰/۰۸	Q
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۱	۰/۱۰	۲	۰/۱۰	۲	۰/۰۵	Q
۰/۰۷	۱	۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۲	۰/۰۷	Q
۰/۰۳	۳	۰/۰۴	۴	۰/۰۱	۱	۰/۰۱	۱	۰/۰۱	Q
۰/۳۲	۴	۰/۳۲	۴	۰/۳۲	۴	۰/۲۴	۳	۰/۰۸	Q
۰/۰۷	۱	۰/۲۱	۳	۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۲	۰/۰۷	Q
۰/۱۶	۲	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	۱	۰/۱۶	۲	۰/۰۸	Q
									تهدیدها
۰/۰۶	۱	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	T
۰/۱۸	۳	۰/۲۴	۴	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	T
۰/۱۲	۲	۰/۲۴	۴	۰/۱۲	۲	۰/۱۲	۲	۰/۰۶	T
۰/۲۱	۳	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۱	۰/۱۴	۲	۰/۰۷	I
۰/۰۷	۱	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۱	۰/۱۴	۲	۰/۰۷	I
۰/۱۸	۳	۰/۲۴	۴	۰/۲۴	۴	۰/۱۲	۲	۰/۰۶	I
۰/۱۲	۲	۰/۲۴	۴	۰/۱۲	۲	۰/۱۲	۲	۰/۰۶	I
۰/۱۲	۲	۰/۲۴	۴	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	I
۰/۲۰	۴	۰/۱۵	۳	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	I
									جمع=۱
۴/۷۳		۵/۹۳		۳/۸۰		۵/۱۱		جمع TAS	

کارشناسان و مردم بومی و گردشگران، راهبردهای مناسبی برای توسعه گردشگری در ناحیه روستایی شیوند برگزیده شود و بر این اساس راهبردهای زیر به ترتیب اولویت انتخاب شدند:

- تهیه و اجرای برنامه‌های توسعه گردشگری با استفاده از اعتبارات دولتی
- بهره‌گیری از مزیت‌های رقابتی منطقه برای جذب گردشگر
- تهیه بسته‌های تسهیلات تشویقی برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی برای توسعه امکانات و تسهیلات گردشگری در منطقه
- برنامه‌ریزی برای جذب گردشگران بر اساس اوقات فراغت به‌وجودآمده در جوامع شهری

اولویت‌بندی استراتژی‌های مؤثر به لحاظ میزان اثربخشی مفروض در زمان تحلیل موقعیت و انتخاب استراتژی بهینه، مسیر روشن‌تر و ساده‌تری را برای اجرای پیشنهادها و انجام اقدامات مؤثر فراهم می‌سازد. از این رو در این تحقیق از ماتریس کمی‌سازی برنامه‌ریزی استراتژیک (QSPM) استفاده شده است. بر اساس ماتریس بالا نتایج اولویت‌بندی نهایی استراتژی‌های به شرح زیر است: در گروه استراتژی‌های SO استراتژی ۳ SO یعنی تهیه و اجرای برنامه‌های توسعه گردشگری با استفاده از اعتبارات دولتی با $(\Sigma=5.75)$ ، به عنوان مناسب‌ترین استراتژی توسعه‌ای پیشنهاد می‌شود.

نتیجه‌گیری

شهرستان ایذه و به‌ویژه مجموعه روستایی شیوند (منطقه مورد مطالعه) می‌تواند با دارا بودن جاذبه‌های طبیعی، قابلیت‌ها و توانمندی‌های باارزش به خصوص از نظر جاذبه‌های گردشگری در سطوح منطقه‌ای و ملی و بین‌الملل مورد توجه قرار گیرد و از جذابیت‌های ویژه خود در تمام فصول سال زمینه‌های توریسم را برای جهانگردان و ایرانگردان فراهم آورد که باعث رونق اقتصادی استان خوزستان، شهرستان ایذه، بخش دهدز و حومه شود. واقعیت این است که همه روستاهای کشور ظرفیت پذیرش و تحمل بازدیدکنندگانی را که از خارج به آن جامعه وارد می‌شوند ندارند و با توجه به تعصبات فرهنگی، اعتقادات مذهبی، سطح توسعه‌یافتگی، میزان آموزش و رابطه روستاشهری، پاسخ‌های متفاوتی به پذیرش گردشگری روستایی خواهند داد. از طرف دیگر، شرایط محیط طبیعی، فعالیت‌های اقتصادی و امکاناتی که برای توسعه گردشگری می‌توانند فراهم کنند، متفاوت است. به همین دلیل برای توسعه گردشگری روستایی در کشور با توجه به شرایط خاص هر روستا و کالای خاص گردشگری که هر روستا ارائه می‌دهد، الگوهای متفاوتی لازم است. در این مقاله سعی شد با توجه به شرایط موجود در محل و با بهره‌گیری از نگرش

منابع

- افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین؛ قادری، اسماعیل (۱۳۸۱). نقش گردشگری روستایی. فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ششم، شماره دوم، دانشگاه تربیت مدرس.
- افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین؛ مهدوی، داوود (۱۳۸۵). راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT دهستان لواسان کوچک. فصلنامه مدرس علوم انسانی، جلد ۱۰، شماره دوم، تابستان، صص ۱-۳۰.
- پاپلی‌یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۶). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). تهران: انتشارات سمت.
- تجلی، محمدحسین (۱۳۷۹). نقش توان‌های توریستی در توسعه اقتصادی شهر کرمان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران.
- تقدیسی زنجانی، سیمین؛ دانشور عنبرانی، فاطمه (۱۳۸۶). توریسم روستایی الگویی در برنامه‌ریزی روستایی، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره هشتم، صص ۱۹۲-۱۷۹.
- توکلی، مرتضی؛ هدایتی، صلاح (۱۳۸۷). چالش‌های گردشگری در مناطق مرزی. مطالعه موردی سیستان و بلوچستان، مجله علمی - پژوهشی فضای جغرافیایی، شماره ۲۳.
- ثبوتی، حجت (۱۳۸۵). بررسی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، سال ششم، شماره ۱۸، بهار ۱۳۹۵

مافی، عزت‌الله؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۷). تحلیلی بر گردشگری روستایی پیرامون کلانشهرها، مطالعه موردی کلان‌شهر مشهد. مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره دهم، ۴۰-۲۱.

مجتبی‌زاده، حسین (۱۳۸۴). بررسی تطبیقی اقتصاد گردشگری ایران و اسپانیا. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.

مدهوشی، مهرداد؛ ناصرپور، نادر (۱۳۸۲). ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری استان لرستان. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۸، ۸۸-۲۵.

مهندسین مشاور پارس ویستا و پدیده صامت (۱۳۸۶). طرح مطالعات راهبردی ساختاری گردشگری روستایی کشور (چهل روستای منتخب)، روستای شیوند استان خوزستان. دفتر طرح های توسعه و تسهیلات.

Baum, T., & Szivas, E, 2008, HRD in tourism: a role for government?. Journal of Tourism Management, 29(4), 783 - 794.

Burns, P. and Holden, A. (1995)., Tourism: A New Perspective, Hemel Hempstead: Prentice Hall International.

Dyer, P, et al., 2007, Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia; Tourism Management 28 , pp 409-422

Gursoy, D., G.R. Denney, 2003, HOST ATTITUDES TOWARD TOURISM An Improved Structural Model, Annals of Tourism Research 31:495-516.

Hall, C. M., & Jenkins, J. M, 1995, Tourism and public policy. London: Routledge

Jacobson, S.K., and R. Robles, 1998, Ecotourism, sustainable development, and conservation education: development of a tour guide training program in Tortuguero, Costa Rica. Environmental Management.

Mitchell, M., & Hall, D, 2005, Rural tourism as sustainable business: key themes and issues. In D. Hall, I. Kirkpatrick, & M. Mitchell (Eds.), Rural tourism and sustainable business (pp. 3-14). Clevedon, UK: Channel View Publications.

Sharply, Richard and Julia, (1997), Rural Tourism: An Introduction, International Thomson Business Press, London.

Tosun, C., 2002. Host perceptions of impacts: A comparative tourism study, Annals of Tourism Research, 29 (1).

جفری، هریسون؛ سنت جان کارون (۱۳۸۶). مدیریت استراتژیک، ترجمه بهروز قاسمی، چاپ اول، انتشارات هیات، تهران.

رحیمی، حسین (۱۳۸۱). جهانگردی روستایی و قلمرو آن. ماهنامه سیاسی اقتصادی، شماره ۱۸۶-۱۸۵.

رنجبریان، بهرام؛ زاهدی، محمد (۱۳۷۹). سازمان جهانی جهانگردی، برنامه‌ریزی گردشگری در سطوح ملی و منطقه‌ای. اصفهان: جهاد دانشگاهی.

سقایی، مهدی (۱۳۸۲). بررسی قابلیت‌های گردشگری روستایی در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد. شاریلی، جولیا (۱۳۸۰). گردشگری روستایی. ترجمه نصیری و منشی‌زاده، انتشارات منشی، تهران.

شریف‌زاده، ابوالقاسم؛ مرادی‌نژاد، همایون (۱۳۸۱). توسعه پایدار و گردشگری روستایی. ماهنامه اجتماعی-اقتصادی جهاد خرداد و تیر، شماره‌های ۲۵۰-۲۵۱.

شهیدی، محمدشریف؛ اردستانی و گودرزی، محمدمهدی (۱۳۸۸). بررسی تأثیرات توریسم در برنامه‌ریزی نواحی روستایی. مجله پژوهش‌های جغرافیایی، ۱۱۳-۵۹.

علیزاده، کتابون (۱۳۸۲). اثرات حضور گردشگران بر منابع زیست‌محیطی بخش طرقله شهرستان مشهد. مجله پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۴۴.

غلامی، سارا؛ مهدوی، خدیجه (۱۳۸۹). گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه اقتصادی. همایش منطقه‌ای گردشگری و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یاسوج.

فرد آر، دیوید (۱۳۸۸). مدیریت استراتژیک. ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، چاپ چهاردهم، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.

کوشش تبار، محسن (۱۳۸۷). صنعت گردشگری ابزاری برای توسعه پایدار در مدیریت شهری. تهران: انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.

کدیور، علی‌اصغر؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۶). ساماندهی گردشگری در تفرجگاه‌های پیرامون شهری، مطالعه موردی دره اخلمد. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی. شماره ۸۳، صص ۱۳۴-۱۱۱.

گلکار، کورش (۱۳۸۴). مناسب‌سازی تکنیک برای کاربرد در طراحی شهری با استفاده از تحلیلی SOWT. مجله صفا، سال ۱۵، شماره ۴۱، صص ۶۵-۴۴.