



## شناسایی مشکلات توسعه گردشگری در مناطق روستایی شهرستان بویراحمد

رحیم جاودان خرد<sup>۱</sup>

#

### چکیده:

اولین قدم جهت رسیدن به توسعه ی پایدار روستایی، شناسایی توانمندی های، موانع و چالشهای آن است. یکی از پتانسیل های موجود در سطوح محلی در مناطق روستایی کشور، ظرفیت های توسعه فعالیت های گردشگری است که از اهمیت خاصی برخوردار است. امروزه یکی از راههای نجات روستاها از فقر، مهاجرت، مشکلات اجتماعی و اقتصادی توسعه گردشگری در مناطق مستعد گردشگری روستایی می باشد. در حال حاضر، صنعت گردشگری یکی از منابع مهم تولید، درآمد، اشتغال و ایجاد زیر ساخت ها برای نیل به توسعه پایدار بشمار می آید. گردشگری روستایی گرایشی نوین در صنعت گردشگری است. مقاله حاضر با هدف شناسایی پتانسیل ها و محدودیت های توسعه گردشگری روستایی و راهبردها و راهکارهایی جهت توسعه گردشگری در مناطق روستایی مشکلات توسعه گردشگری در مناطق روستایی شهرستان بویراحمد ارائه شده است. روش تحقیق توصیفی- تحلیلی از نوع پیمایشی و مطالعات کتابخانه ای است. جامعه آماری را روستاهای دارای پتانسیل گردشگری این شهرستان تشکیل می دهند. نتایج و یافته ها تحقیق نشان می دهد که توان جذب گردشگر مناطق روستاییان شهرستان بسیار بالاست و نیازمند ارایه سیاست های مناسب از سوی سازمان های مجری در جهت رفع محدودیت ها و استفاده از پتانسیل ها و توانمندی های موجود می باشد.

**کلمات کلیدی:** صنعت گردشگری، توسعه پایدار، جاذبه های گردشگری، مناطق روستایی، شهرستان بویراحمد

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

<sup>۱</sup> رحیم جاودان خرد، دانشجو مدیریت دولتی، گرایش رشته تطبیقی و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری



## ۱- مقدمه

با توسعه روند گردشگری و مدیریت آن که پیامد این گسترش می باشد، محلی گرایی، منطقه مداری و خود مدیریتی از الگوهای می باشد که توسط کارشناسان ارائه شده است. با تشکیل شوراهای در ایران حلقه ستون های اصلی دولت محلی تکمیل گشت. در واقع در مدیریت محلی تا قبل از تشکیل شوراهای حلقه هایی تافته جدا بافته از یکدیگر بودند، ولیکن شوراهای نقطه پیوند این حلقه ها و ستون ها به یکدیگر شدند و ستون های اصلی به این توانایی دست یافتن که با ایجاد شبکه ای میان یکدیگر منابعی را در جهت برنامه ریزی، توسعه و مدیریت گردشگری فراهم نمایند ( جوانمردی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۱ ). در صنعت گردشگری مانند هر صنعت دیگری عواملی مهم وجود دارد که توجه به آن ها برای ادامه ی حیات این صنعت درآمد زا، بسیار ضروری به نظر می رسد. توجه به این عوامل مهم توسعه ی صنعت گردشگری را به دنبال دارد. میزان موفقیت در توسعه ی گردشگری نیز تحت امری از کیفیت و نحوه مداخله عوامل تاثیر گذار بسیاری است که در حقیقت ستون گردشگری محسوب می شوند (شیرازی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۲). تاثیرات گردشگری دارای ابعاد و اشکال گوناگونی است که اغلب تحت عنوان تاثیرات گردشگری بر اقتصاد، ساختار اجتماعی و محیط زیست فیزیکی مناطق مقصد مورد بحث و بررسی قرار می گیرند. بعد اقتصادی این تاثیرات در برگیرنده اشتغال و تعادل میان دستمزدها و ارزش خارجی است؛ بعد ساختار اجتماعی نیز به مقوله فرهنگ، سبک زندگی و تعاملات انسانی می پردازد و بعد محیط زیست فیزیکی بر مقوله چشم انداز طبیعی و استفاده از زمین در دو بخش موقعیت های طبیعی و مصنوعی تاکید می نماید. علی رغم آنکه این تاثیرات به ندرت به طور مجزا از یکدیگر اتفاق می افتند اما برای سهولت اندازه گیری و بررسی اغلب به سه گروه اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی تقسیم می گردند. مطالعات اولیه درباره تاثیرات گردشگری منحصر بر منافع اقتصادی متمرکز شد و عملاً بررسی هزینه/ سود زیست محیطی و اجتماعی را حذف نمود. با توجه به اینکه گردشگری یک فعالیت نسبتاً جدید و دارای قابلیت ایجاد توسعه اقتصادی بود، تاکید بر این جنبه از این صنعت به هیچ عنوان شگفت آور و عجیب نبود (دنیای دیده، ۱۳۹۸: ۳۵). گردشگری به عنوان عظیم ترین صنعت ارائه خدمات در دنیا از نظر به دست آوردن پول شناخته می شود، به طوری که پیشرفت آن، باعث پیشرفت اجتماعی و اقتصادی زیاد آن می شود. آگاهی جوامع از منبع درآمد ارزی گردشگری باعث شده که گردشگری مفهوم گسترده تری در تمام ابعاد پیدا کند و به عنوان یک صنعت تلقی شود. پیشرفت صنعت برای کشور های در حال پیشرفت که با مشکلات و بحران های زیادی از جمله بیکاری، کم بود منابع ارزی و اقتصاد متکی بر تک محصولی رو به رو هستند، از اهمیت خاصی برخوردار است. به طوری که می توان با برنامه ریزی درست و مناسب در این بخش، به زیاد شدن تولید، بالا بردن سطح زندگی، رفاه و آسایش عمومی و اشتغال بسیاری دست پیدا کرد تا معضلات جوامع تا حدودی حل شود (شیر افکن لمسو و معصوم زاده، ۱۳۹۶: ۲). در حال حاضر صنعت گردشگری در دنیا پیشرفت زیادی کرده است و خیلی از کشور ها از این را توانسته اند وضعیت خود را بهتر کرده و بسیاری از معضلات خود مثل بیکاری، کم بودن درآمد، سرانه و محدود بودن سود ارزی را جبران کنند. و به همین دلیل تاثیرات قابل توجهی در فعالیت های گردشگری در اقتصاد منطقه ی پذیرنده گردشگرانه وجود می آورد و توجه زیادی به این موضوع از این فعالیت می شود. سختی ها و دشواری های موجود در زندگی شهری تعداد قابل توجهی از مردم را متوجه طبیعت و محیط زیست می کند و در این بین، منطقه های که دارائی توانمندی های طبیعی و طبیعت خوب باشند بیشتر مورد علاقه و توجه قرار می



گیرند و به این ترتیب عوامل گردشگری به منظور استفاده از آرامش و زیبایی چشم نواز طبیعی به آن سو به وجود می آید (آلبوآلادی، ۱۳۹۷: ۲). گسترش گردشگری باعث بالا آمدن اقتصاد کشور و کاهش فرد می شود و همین طور تاثیر زیادی در

افزایش درآمد و کاهش بیکاری در بین جوانان و در آخر باعث ارتقاء کیفیت زندگی مردم آن شهر و بالا رفتن رفاه و آسایش اجتماعی می شود.

شهرستان بویراحمد با مرکزیت یاسوج در ناحیه ی سردسیری با وسعتی بیش از ۶ هزار کیلومتر مربع و با جمعیتی بالغ بر ۲۹۹،۸۸۵ نفر با ارتفاع متغیری بین ۱۸۰۰ تا ۴۱۰۰ متر از سطح دریا و تقریباً ۴۳ درصد مساحت استان را از شمال و شرق شامل می شود. در شمال شهرستان رشته کوه عظیم دنا با ارتفاع ۴۴۳۰ متر و در جنوب کوه نیل زرآورد در شرق گردنه های ماه پرویز و در غرب سقاوه و برم مورزرد زبلائی و شب لیز قرار دارند. این شهرستان بین استان های فارس، اصفهان، چهارمحال و بختیاری و شهرستان های دنا، کهگیلویه، چرام و باشت قرار دارد. شهرستان بویر احمد چهار بخش مرکزی، لوداب، مارگون و کبگیان) و یازده دهستان (دشتروم، سررود جنوبی، سررود شمالی، سپیدار و کاکان (بخش مرکزی، چین و لوداب (لوداب)، مارگون و زبلائی مارگون)، چنار و کبگیان (کبگیان) دارد (وب سایت اکو گشت).<sup>۲</sup>

مهم ترین مسئله ای که در این پژوهش با آن روبه رو هستیم، این است که با توجه به قابلیت های گردشگری موجود در منطقه ی مورد مطالعه چگونه می توان از قابلیت های روستایی در جهت خودکفایی آنان گام برداشت. جامعه مورد مطالعه، یعنی افراد روستایی دارای قابلیت های بالقوه در زمینه های مختلف می باشند. مسلماً آن ها اطلاعات بسیار زیادی از جامعه خود دارند و به مسائل، مشکلات نیازها و راه حل های آن ها وقوف بیشتری دارند، منتهی در شرایط اجتماعی- اقتصادی و فرهنگی، غالب روابط به گونه ای رقم خورده که آن ها در ارتباط با برنامه ها، پروژه ها و ... خود را منفعل می دانند. غالباً برنامه ها، طراحی پروژه ها و بدون حضور آن ها صورت می گیرد. اطلاعات بدون مشارکت آن ها تجزیه و تحلیل می شود.

با توجه به اثرات متفاوت گردشگری در نواحی مختلف در ایجاد اشتغال و کارآفرینی، پژوهش حاضر در پی این است که اثرات فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری در مناطق روستایی در شهرستان بویراحمد را بررسی و تحلیل کند.

## ۱- مبانی نظری

### ۱-۲- گردشگری روستایی:

هر گونه فعالیت توریستی که در روستا صورت می گیرد را توریسم روستایی می گویند. به عبارت دیگر گردشگری روستایی کلیه فعالیت های توریستی مرتبط با جاذبه های گردشگری طبیعی، فرهنگی، ورزشی، آموزشی، بهداشتی و درمانی، هنری و میراث فرهنگی را شامل می شود. انواع توریسم در مناطق روستایی عبارتند از: توریسم طبیعی، توریسم فرهنگی، اکوتوریسم، آگروتوریسم و سیاحت. جالب است بدانید که تعریف یا ویژگی هایی درباره ی گردشگری روستایی که در نظر همگان پذیرفته باشد، وجود ندارد. در نظر اول ممکن است تعریف گردشگری آن را چنان تعریف می کند: "فعالیت های توریستی که در

<sup>2</sup> <https://ecogasht.com>



روستا صورت می « لین . » روستایی آسان به نظر برسد گیرد "ولی حتی این عبارت ساده ابهامات زیادی در بر دارد. به طور مثال خود تعریف گردشگری متفاوت است و در مورد روستا تفاوتی که بین فعالیت های گردشگری، مثل اوقات فراغت یا ورزش وجود دارد را خدشه دار می سازد. به همین ترتیب تعریف "روستا" یا "مناطق روستایی" نیز دشوار است. بسیاری از کشورها در ارائه مفهومی واحد برای تعیین مناطق روستایی و شهری اختلاف نظر دارند. در حالیکه روستا هم می تواند

تعرفی جغرافیایی داشته باشد و هم توصیف گر ویژگی فرهنگی جوامع غیر شهری باشد. کنفرانس جهانی گردشگری، گردشگری روستایی را شامل انواع گردشگری با برخورداری از تسهیلات و خدمات رفاهی در نواحی روستایی میداند، که امکان بهره‌مندی از منابع طبیعی و جاذبه‌های طبیعت را همراه با شرکت در زندگی روستایی و کار در مزرعه و کشاورزی، فراهم می آورد (جمعه پور و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۵).

#### ۲-۲- توسعه روستایی:

توسعه روستایی، عموماً فرآیند ارتقای کیفیت زندگی و وضعیت اقتصادی مردمیست که در نواحی نسبتاً منزوی و با تراکم جمعیت کم زندگی می کنند. به طور سنتی توسعه روستایی بر بهره گیری از منابع طبیعی سرزمینی نظیر کشاورزی و جنگلداری متمرکز بوده است. افزایش گردشگری، تولیدهای خاص، و تفریحات جایگزین استخراج منابع و کشاورزی به عنوان محرک های اصلی اقتصادی شده اند. توسعه ای که در مناطق روستایی دنبال آن هستیم باید دارای خصوصیات زیر باشد:

۱. توسعه باید تغییری در جهت بهبود شرایط برای اکثریت مردم باشد.
۲. مردمی که از توسعه سود می برند باید بیش از مردمی باشد که از آن متضرر می شوند.
۳. توسعه باید دست کم مردم را نسبت به حداقل نیازهای زندگی شان مطمئن سازد.
۴. توسعه باید با نیازهای مردم هماهنگی و مطابقت داشته باشد.
۵. توسعه باید باعث تشویق خوداتکایی گردد.
۶. توسعه باید بهبود طولانی و مستمر را به ارمغان آورد.
۷. توسعه نباید باعث تخریب محیط زیست طبیعی گردد (آبتین، کمال زئی، ۱۳۹۵: ۱۷).

#### ۲-۳- راهبرد برنامه ریزی مراکز روستایی

در کشورهای جهان سوم تا پایان دهه ی ۱۹۶۰، تلاشهای توسعه بیشتر مبتنی بر یک رهیافت کاملاً بخشی بود. از این رو به طرح ریزی بعد فضایی توسعه کمتر توجه میشد. اما به مرور زمان مشخص شد که نتایج این رهیافتهای کاملاً نامطلوب بوده و نتایج نامطلوبی در عرصه های مکانی، فضایی و حتی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی به بار آورده اند (رضوانی، ۱۳۹۳: ۱۰۱). نیاز به برنامه ریزی مراکز روستایی در سی و دومین اجلاس کمیسیون اقتصادی و اجتماعی آسیا و اقیانوسیه (اسکاپ) در سال ۱۹۷۶ مورد تأکید قرار گرفت. راهبرد برنامه ریزی مراکز روستایی که به عنوان برنامه ریزی سلسله مراتبی سکونتگاهها نیز مطرح شده است، راهبردی است که چالش اساسی پیش روی جوامع بشری در نیم قرن گذشته یعنی افزایش رشد



اقتصادی، توزیع عادلانه منافع حاصل از رشد در بین مردم و کاهش تخریب محیط زیست را مورد توجه قرار داده و درصدد آمیختن آنها با یکدیگر است. موضوع اصلی راهبرد برنامه ریزی مراکز روستایی، تشکیل و تقویت سلسله مراتبی تعریف شده از سکونتگاهها و مکانهای مرکزی در نواحی روستایی است. این موضوع در چارچوب مباحث اندازه و ترتیب سکونتگاههای انسانی و دامنه ارتباطات آنها همراه با انتشار و اشاعه نوآوریها، توسط ژپیف وارد ادبیات توسعه شد و سپس توسط افرادی مانند وینینگ، چروکوپال، بری و ال شاکس تکمیل گردید. در این میان بحث این بود که بخشی از شکاف موجود بین

کشورهای توسعه نیافته و توسعه یافته را می توان با توجه به تفاوت های نظام سکونتگاهی آنها تشریح کرد، چرا که در کشورهای توسعه یافته وجود سلسله مراتب منسجم از مکانهای مرکزی موجب حرکت کشاورزی به سوی تجاری شدن و نیز تسهیل مبادله کالاها و خدمات شده است. بنابراین وجود سلسله مراتبی از سکونتگاههای روستایی و شهری که از لحاظ کارکردی یکپارچه بوده به عنوان عامل مهمی برای انتشار و پخش توسعه ی اقتصادی و اجتماعی تلقی گردید. با بررسی سوابق و سیر تحول برنامه های عمران روستایی کشور معلوم می شود که مفاهیم کلی راهبرد برنامه ریزی مراکز روستایی به شکل ایجاد و تقویت سلسله مراتبی از سکونتگاههای روستایی از برنامه ی چهارم عمرانی به بعد در برنامه ریزی توسعه ی روستایی مد نظر بوده است. چرا که در مباحث مربوط به عمران روستایی در کشور همیشه این موضوع مطرح بوده که تعداد زیاد روستاها و کم بودن جمعیت و پراکندگی آنها، مشکلات و موانعی برای عمران روستایی در کشورند و تأکید بر ایجاد و تقویت سلسله مراتب سکونتگاهی نیز به همین منظور صورت گرفت (مرکز مطالعات تکنولوژی، ۱۳۹۳: ۱۹). طبق این مدل توسعه باید بر موانع و محدودیتهای محیطی تطبیق داده شود و برنامه ریزی توسعه روستایی باید نامتمرکز و متکی بر مشارکت مردم و خصوصیات مردم محلی استوار باشد. بنابراین برنامه ریزی همانقدر که بر تکنیکهای کمی استوار است بر قضاوت های کیفی نیز متکی است (جمعه پور، ۱۳۹۲: ۱۳۲).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



#### ۲-۴- نتایج برنامه های توسعه روستایی در ایران:

با توجه به نظریات و رویکردهای اکوتوریسم لازم است که نتایج آن مورد بررسی قرار گیرد اصولاً برنامه های توسعه روستایی تاکنون نتوانسته اند ساخت اجتماعی را کاملاً بهم بزنند و در نتیجه نابرابریهای اجتماعی و اقتصادی را وسعت بخشیده اند. برنامه های توسعه و عمران روستایی به ویژه قبل از انقلاب به شیوه از بالا به پایین و متمرکز طراحی و اجرا شد در نتیجه مردم روستا در این برنامه ها جایگاهی نداشته اند این برنامه ها مسئله گرا نبوده بلکه خصلتی بیرونی داشته اند و به نوعی کار توزیع اعتبارات را انجام داده اند، عادلانه نبودن این توزیع سبب تشدید نابرابریهای اجتماعی شده است. در این دوره برنامه ریزان بیشتر با دیدی مکانیکی و فنی تا با دیدی اجتماعی با توسعه روستایی برخورد کرده اند ضمن اینکه قرار گرفتن میحث مربوط به توسعه و عمران روستایی در قالب یخس کشاورزی به خصوص در برنامه های اول، دوم و سوم موجب شده بود که رشد و توسعه روستایی در برنامه های عمرانی معادل بخش کشاورزی در نظر گرفته شود (ترنج، ۱۳۹۹: ۲۱).

الگوی توسعه اقتصادی و اجتماعی و تامین نیازهای اساسی بکار گرفته شده در دوره بعد از انقلاب نتوانسته به توسعه روستایی مناسب منجر شود زیرا در این الگو به ابعاد فیزیکی و مادی توسعه و توزیع مجدد اثرات رشد اقتصادی توجه گردیده و فرصت های توسعه نادیده گرفته شده، ثانیاً به افزایش درآمد خانوار روستایی نیز توجه نگردیده است، افزایش جمعیت روستایی و عدم امکان توسعه سایر نهاده ها و عوامل کشاورزی به همراه کاهش توان اکوسیستمی نیز منجر به کاهش درآمد و افزایش فقرای روستایی شده است و این امر مستقیماً کشاورزی را تحت تاثیر قرار داده است (همان).

با توجه به تنوع نواحی روستایی کشور و همین طور تنوع مسائل، مشکلات، نیازها و قابلیت های موجود در آن ها برنامه ریزی محلی در زمینه توسعه روستایی به این دلیل که می تواند این تنوعات را در نظر بگیرند اهمیت بسیار دارند. در فرایند برنامه ریزی توسعه روستایی، هر چند تهیه طرح های ملی و منطقه ای توسعه روستایی لازم است، ولی بار اصلی توسعه روستایی باید متکی بر برنامه ها و طرح های محلی باشد. برنامه های ملی و منطقه ای در زمینه توسعه روستایی باید ماهیت راهبردی و ساختاری داشته باشند و در آن ها اهداف ها و سیاست های کلان در زمینه توسعه روستایی طراحی شود و هماهنگی کلان ملی و منطقه ای بعمل آید، برنامه ریزی عملیاتی فقط باید در قالب برنامه ها و طرح های محلی انجام شود. در شرایط حاضر برنامه ریزی روستایی در کشور بسیار متمرکز بوده و عمدتاً در قالب برنامه ها و طرح های ملی انجام می شود، در حالیکه نارسایی چنین رویکردی کاملاً آشکار است. بنابراین گذر از برنامه های ملی و تمرکز و تقویت برنامه ها و طرح های محلی در توسعه روستایی بسیار ضروری است و می تواند نقش اساسی در فرایند توسعه روستایی کشور داشته باشد، به هر حال توجه به اهمیت تهیه و اجرای طرح های محلی در فرایند برنامه ریزی توسعه روستایی، تهیه طرح های توسعه محلی با رویکرد توسعه یکپارچه و پایدار برای هر یک از نواحی روستایی کشور با مشارکت مردم، نهادهای دولتی و سازمان های غیر دولتی و تعهد به اجرای آن ها در عمل توسط همه ذینفعان می تواند نقش موثری در توسعه روستایی کشور ایفا نماید (رضوانی، ۱۳۹۳: ۲۸). باتوجه به مطالب فوق نتیجه می گیریم که:

۱- توسعه روستاها نه تنها یک بحث حاشیه ای و ساده نیست بلکه با توجه به نظر "تودارو" که توسعه ملی هر کشوری را در گروه توسعه روستایی آن کشور می داند، یک بحث مهم و حیاتی است لذا جهت توسعه پایدار ملی، هر کشوری نیازمند توسعه روستاها و توجه به روستا و روستایی می باشد.



۲- تقریباً ۳۲ درصد جمعیت کشور در روستاها ساکن هستند و توجه به آنان و رفع مشکلات معیشتی و اجتماعی آنها یک وظیفه اصلی و شرعی برای حکومت‌ها بویژه حکومت اسلامی ایران می باشد. پس توجه به روستاهای کشور باید یک وظیفه برای دولت محسوب شده و در کنار تمامی مسائل، برنامه ریزی توسعه روستایی را نیز جزء اولویت کاری خود قرار دهد.

۳- با توجه به اینکه یکی از ابعاد مهم توسعه بعد انسانی آن است بنابراین به لحاظ انسانی، لازم است که جامعه روستایی متناسب با جامعه شهری از فرصت‌ها برخوردار گردد. و همچنین با توجه به اینکه امروزه بیش از هر زمان دیگر توجه به حقوق انسانها و محرومیت زدایی از اجتماعات انسانی در کانون توجه همگانی قرار دارد و حق توسعه و برخورداری از امکانات و فرصت‌ها، از حقوق مسلم انسانی محسوب می شود، لذا توسعه روستایی و برنامه ریزی برای تحقق آن در کشور یکی از ضرورت‌های مهم در فرایند توسعه ملی است.

۴- فقر و بیکاری از جمله مشکلات بزرگ و اساسی در روستاهای ماست و این امر باعث تشدید مهاجرت‌های روستایی می شود و همچنین با توجه به اینکه جوان و نخبه گزین بودن از ویژگی‌های بارز مهاجرت‌های روستایی است. بنابراین برای رفع فقر و بیکاری در روستاها، توسعه روستایی یک ضرورت بنظر می رسد که در این راه می توان با متنوع کردن اقتصاد روستایی و همچنین با استفاده از کارآفرینی و ایجاد بنگاه‌های کوچک و متوسط، فرصت‌های جدید شغلی خصوصاً برای فارغ التحصیلان، جوانان و زنان روستایی ایجاد کرد.

### ۳- پیشینه تحقیق

-رسول زاده اقدم و همکاران، ( ۱۳۹۵ )، در مقاله فرصت‌ها و محدودیت‌های صنعت گردشگری در ایران، بر اساس گزارش یونسکو در سال ۲۰۰۷، ایران جز پنج کشور برتر از نظر میراث فرهنگی و جز ده کشور اول در زمینه پتانسیل جذب گردشگر، در این امر به موفقیتی دست نیافته است.

-صدیقی گیلده، ( ۱۳۹۶ )، در پایان نامه کارشناسی ارشد آینده نگاری توسعه صنعت گردشگری؛ ( مطالعه موردی: استان گیلان )، امروزه گردشگری به یکی از صنایع درآمد زا و ابزاری کارآمد برای توسعه منطقه ای تبدیل شده است. پاک بودن، درگیر ساختن زنجیره وسیعی از فعالیت‌ها و به تبع آن اشتغالزایی، درآمد زایی بالا، ارتقای آموزش و شکوفا شدن ذوق و استعدادها از جمله دلایلی است که دولت‌ها تمایل به توسعه این صنعت دارند.

-لنگ و همکاران، ( ۲۰۱۴ ) در مقاله خود، خلاقیت در شهر جورج تاون را بررسی کردند. آن‌ها در مقاله به این مسئله توجه کردند که پایتخت فرهنگی تا چه حد قادر است در حکم منبع در گسترش شهر خلاق مورد استفاده واقع شده است. و همین طور مشکلات‌ها و چشم انداز‌ها یی را مورد تحقیق و بررسی قرار می دهد که جورج تاون بیان می دارد که در تلاش است برای تغییر دادن به شهر کاملاً خلاق با آن رو به رو بوده است. نتیجه این تحقیق حاکی از آن است که راه به سوی پیشرفت برای این کار تلاش هماهنگ است که در آن سازمان‌های دولتی با رهبران جامعه، جامعه کسب و کار، ارگان‌های غیر دولتی و برخی افراد دارای سود همکاری کنند. در راستای به وجود آمدن پیشنهادها و توصیه‌های برای تغییر دادن اساسی جورج تاون به یک شهر فرهنگی، برنامه‌های گسترش باید ادغام کننده پروژه‌های فرهنگی باشند که احتیاج‌های اجتماع را با قوانین برای کنترل و سنجش آثارهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی پروژه‌های فرهنگی شهر تا تامین کند.





هابنر و همکارانش (۲۰۱۴) حکمروایی خوب و توسعه گردشگری در مناطق محافظت شده را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه دست یافتند که عوامل تأثیرگذار حکومت منجر به توسعه گردشگری، رونق اقتصادی گردشگری بازار محور بدون سیاست گذاری غیر متمرکز گردشگری می شود و حکمروایی خوب، تحت تأثیر عوامل بروکراتیکی عدم ظرفیت های سازمانی، فرایندهای برنامه ریزی از بالا به پایین (عمومی) و کمبود منافع در مشارکت است و نیازمند حضور فوری ذینفعان بخش عمومی و فعالان بخش خصوصی است.

وانگ و همکاران (۲۰۱۸)، در مقاله ای با عنوان تکامل و بهینه سازی ساختار مکانی گردشگری شهری چین: چشم انداز راه آهن با سرعت بالا به بررسی ویژگی ها و تکامل الگوهای فضایی مناطق داخلی شهر قبل و بعد از شبکه HSR پرداخته است. نتایج نشان داده است که HSR روابط اقتصادی مبتنی بر گردشگری بین شهرها را تقویت کرده است، ۲- شهرهای مرکز با مقیاس گردشگری با افزایش ارتباط بین شهری بهبود یافته اند، ۳- رقابت و اختلاف مناطق داخل شهرهای مرکزی شدت گرفته است. برای این منظور یک ساختار مکانی گردشگری پیشنهاد گردیده است.

بوین و همکاران (۲۰۱۹) در مقاله ای با عنوان تجزیه و تحلیل عوامل تعیین کننده جذابیت گردشگری شهری: مورد شهر کبک و بور دو به تعیین عوامل جذابیت گردشگری در دو شهر شناخته شده گردشگری و میراثی کبک و بور دو پرداخته است. این تحقیق دربرگیرنده سه یافته بوده است، اول- گردشگران جذابیت را در چهار سطح (زمینه، کمربند توریستی، جاذبه های مکمل و هسته ای) تشخیص می دهند. دوم- عناصر مربوط به کمربند سبز مهمترین آنها تلقی می شوند، سوم- کسانی که به اینترنت و رسانه های اجتماعی دسترسی دارند به هسته های جذابیت بیشتر دسترسی دارند. از این رو ارتباطات شهری باید بر عناصر مرتبط با کمربند توریستی تاکید داشته باشد و از اینترنت و شبکه های اجتماعی برای انتقال ویژگی ها به طور موثر استفاده کنند.

#### ۴- روش تحقیق:

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و بر اساس روش توصیفی و تطبیقی می باشد. و در جمع آوری اطلاعات و داده ها از روش های اسنادی و میدانی (پرسشنامه، مشاهده و مصاحبه) استفاده خواهد شد. این تحقیق در مورد بررسی فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری در شهرستان بویراحمد صورت می گیرد و برای این کار ویژگی های کارآفرینان و همچنین فرصت های کسب و کار در منطقه مورد مطالعه به عنوان یک ناحیه گردشگری پذیر مورد بررسی قرار خواهد گرفت. در تحقیق حاضر از یک پرسشنامه که حاوی ۴۰ سؤال بوده، استفاده می شود، تعداد پنج سؤال از سؤالات پرسشنامه مربوط به اطلاعات جمعیتی از قبیل سن، جنس، میزان تحصیلات، وضعیت شغلی و نوع شغل بوده و ۳۵ سؤال دیگر، شاخص های فرصت های کسب و کار را مورد مطالعه و سنجش قرار داد این سؤالات به صورت پنج گزینه ای و در مقیاس لیکرت طراحی شد. قبل از انجام تحقیق پایایی از طریق آلفای کرونباخ برابر با هشتاد و پنج درصد محاسبه شده و همچنین روایی آن با استفاده از نظرت صاحب نظران و کارشناسان کارآفرینی و گردشگری، سنجش و تأیید قرار گرفت..





جامعه آماری این پژوهش را روستاییان و کارشناسان خبره مربوطه ساکن در شهرستان بویراحمد در حدود ۲۰۰ نفر تشکیل می‌دهد. برای جمع‌آوری داده‌ها در زمینه‌های چارچوب نظری پژوهش و پیشینه آن از کتاب‌های لاتین و فارسی، پایان‌نامه‌ها، مقالات و پایگاه‌های اطلاعاتی و سایت‌های اینترنتی استفاده خواهد شد.

برای سنجش پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. تجزیه و تحلیل توصیفی در این بخش از فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار استفاده شد. سپس استنباطی پرداخته شده است. در بخش استنباطی این تحقیق فرضیه‌های تحقیق با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون بررسی گردید. در پایان از رگرسیون خطی در بخش استنباطی استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های آماری و پرسش‌نامه از نرم‌افزارهای آماری SPSS 21 و مدل SWOT استفاده شد.

#### ۴-۱- ویژگی‌های طبیعی

##### ۴-۱-۱: موقعیت و حدود جغرافیایی

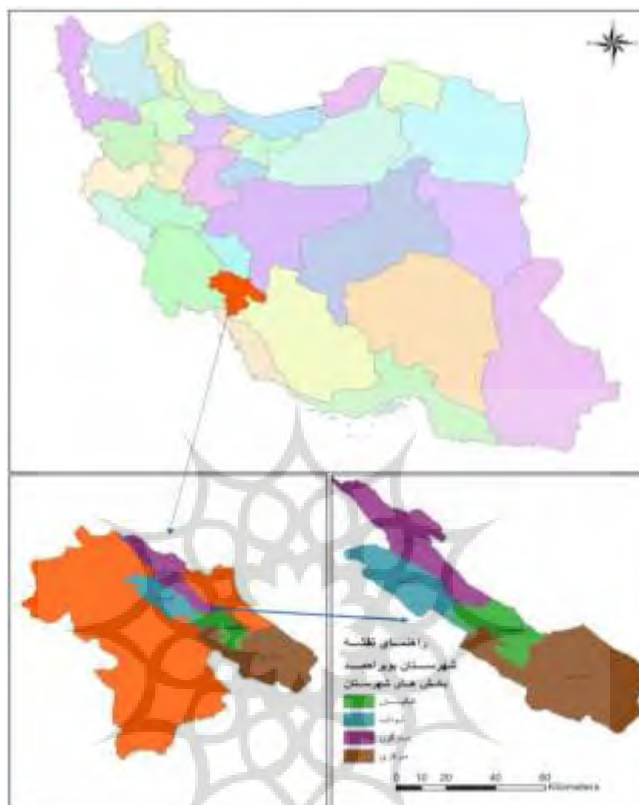
شهرستان بویراحمد بر اساس تقسیمات سال ۱۳۸۵ (با مساحت ۳۶۸۱ کیلومتر مربع) دارای ۴ بخش (دروهان، لوداب، مارگون و مرکزی است) که شامل ۳ شهر ۱۳ دهستان و ۷۷۵ آبادی دارای سکنه است. از آنجاکه محدوده جغرافیایی شهرستان بویراحمد، منطقه کوهستانی با تمرکز روستاهای پراکنده و کم جمعیت است، عمده فعالیت‌های اقتصادی این ناحیه در بخش کشاورزی و دامداری و زیر بخش‌های ساختمان، برق آب و گاز و بخش خدمات متمرکز می‌باشد، روستاهای واقع در بویراحمد را عشایر پایه گذاری کرده‌اند و شهرهای این ناحیه بخصوص یاسوج و مارگون بخش عمده‌ای از عشایر اسکان یافته را در خود جای داده‌اند. از نظر سطح بندی توسعه این منطقه یکی از مناطق محروم کشور محسوب می‌گردد. (طرح جامع یاسوج، ۱۳۷۹)

جدول ۴-۱- تقسیمات سیاسی استان کهگیلویه و بویر احمد در سال ۱۳۹۰

بویراحمد	یاسوج	مرکزی	یاسوج	دشتروم	حسین اباد	یاسوج مادوان
				سپیدار	سپیدار	
				سررود شمالی	مادوان علیا	
				سررود جنوبی	تل خسرو	
				کاکان	پاسداران (منصور خانی)	
مارگون	مارگون	مارگون	مارگون	زیلانی	ماشمی سفلی	مارگون
				مارگون	مارگون	
لوداب	گراب سفلی	لوداب	گراب سفلی	چین	ظفر تهلاتی	گراب سفلی
				لوداب	گراب سفلی	



(مآخذ:نگارنده)



شکل ۱ نقشه ی موقعیت محدوده ی مورد مطالعه در کشور (مآخذ:نگارنده)

## ۵- نتایج

فرایند برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهرستان بویر احمد با طی فرآیند چهار مرحله برنامه ریزی راهبردی و ارزیابی عوامل خارجی و داخلی در مرحله دوم ماتریس عوامل داخلی و خارجی و در مرحله سوم اولویت بندی نهایی عوامل داخلی و خارجی و در مرحله چهارم تدوین برنامه ریزی راهبردی است که راهبردهای مناسب جهت توسعه گردشگری بویر احمد تدوین و ارائه می گردد.

### ۵-۱- مرحله نخست: ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

عوامل داخلی و خارجی تاثیر گذار بر گردشگری شهر بویراحمد پس از بررسی اطلاعات مرتبط از طریق نظرات مسئولان پرسنل آژانس های مسافرتی در این رابطه شناخته شدند و در ماتریس ارزیابی قرار گرفتند تعداد عوامل داخلی ۲۲ عامل تعیین شده است از این مقدار ۱۱ عامل موجب قوت ۱۱ عامل دیگر موجب ضعف گردشگری بویر احمد است ابتدا نقاط قوت و سپس نقاط ضعف بخش گردشگری بویراحمد در این ماتریس قرار می گیرد تعداد عوامل خارجی نیز ۱۹ عامل تعیین



شده است که در برگیرنده فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری بویراحمد بوده است به طوری که در اینجا نخستین عواملی که موجب فرصت می‌شود و سپس صدها ملکه تهدید گردشگری بویراحمد هستند در ماتریس قرار داده شد ابتدا عواملی که موجب فرصت شده و سپس آنهایی که بخش گردشگری بویراحمد را تهدید می‌کنند در این ماتریس قرار می‌گیرند به علاوه در این قسمت سعی شده تا علاوه بر نکات فوق جهت اولویت بندی گزینه‌های مزیت‌ها و محدودیت‌های عمده گردشگری بویراحمد با طراحی پرسشنامه از دید مسئولان و پرسنل آژانس‌های مسافرتی نیز استفاده شود تا علاوه بر مشارکت کردن این روش بتوان نتیجه را به صورت کمی و منطقی و اصولی تر به دست آورد بنابراین با توجه به نظرات دو گروه مشارکتی و محاسبات انجام شده و اولویت‌بندی انجام شد جدول نشان دهنده وزن نسبی میانگین رتبه‌ای امتیاز وزنی و رتبه بندی هر یک از نقاط قوت و ضعف فرصت‌ها و تهدیدها از دیدگاه به گروه مختلط کنند مشارکت کننده است برای تهیه و ساخت جدول از عوامل خارجی و داخلی و چگونگی تاثیرگذاری آنها بر کارکرد گردشگری شهر بویراحمد تحلیل آنها مراحل شش گانه زیر انجام گرفته شد.

- در ستون اول مهمترین عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) فراروی سیستم تعیین گردید.

- در ستون دوم به هر یک از عوامل داخلی و خارجی بر اساس اثر احتمالی آنها بر موقعیت استراتژیکی فعلی سیستم با استفاده از تکنیک دلفی و وزنی نسبی از یک (مهمترین) تا صفر (بی اهمیت ترین) داده شد تعیین میزان وزن عوامل با بهره گیری از روش دلفی و توسط اساتید دانشگاه و کارشناسان آشنا به گردشگری بویراحمد انجام گرفته است. در واقع هر چقدر وزن نسبی بیشتر باشد تأثیر آن بر موقعیت کنونی و آینده آن سیستم بیشتر خواهد بود. جمع ستون دوم هر یک از عوامل داخلی و خارجی بدون توجه به تعداد عوامل یک است.

- در ستون اول هر یک از گروه‌های مسئولان و آژانس‌های مسافرتی به هر یک از عوامل داخلی و خارجی بر اساس اهمیت و موقعیت کنونی سیستم رتبه از ۴ (بسیار خوب) تا یک (ضعیف) داده شده است. در اینجا میزان رتبه اختصاص یافته به هر یک از عوامل در گروهها (پرسنل آژانس‌های مسافرتی و مسئولان) از مجموع نمرات به دست آمده از تکمیل پرسشنامه و تقسیم این مجموعه به تعداد پرسش شونده‌گان بدست آمده است. که در پژوهش حاضر اصطلاحاً میانگین رتبه نامیده شده است بر اساس این رتبه بندی موقعیت هر عامل توسط سیستم ارزیابی می‌گردد.

- در ستون دوم هر یک از گروه‌های پرسنل آژانس‌های مسافرتی، مسئولان، وزن نسبی هر یک از عوامل داخلی و خارجی در میانگین رتبه آن (ستون وزن نسبی  $\times$  ستون میانگین رتبه‌های هر یک از گروه‌ها) ضرب می‌گردد تا به این وسیله امتیاز وزنی آن به دست آید.



مستولان			پرستل آزنس های مسافرتی			وزن نسبی	تحلیل SWOT	
رتبه	امتیاز وزنی	پایگین رتبه ای	رتبه	امتیاز وزنی	پایگین رتبه ای			
2	0.315	3.43	2	0.319	3.47	0.092	اشتغال بعضی از شاغلین شهر در فعالیت های مرتبط با گردشگری	نقاط قوت:
5	0.140	3.43	6	0.132	2.75	0.041	وجود بازارچه های پيله وری	
1	0.319	3.71	1	0.320	3.72	0.086	وجود جاذبه ها و پتانسیل های گردشگری فراوان در سطح ملی و بین المللی	
۳	0.2	3.23	4	0.166	2.68	0.062	شهرت مردم شهر بویراحمد به مهمان نوازی و خونگرم بودن	
11	0.068	2.52	10	0.08	2.98	0.027	تنوع قومی فرهنگی و اجتماعی و آداب و رسوم ویژه	
10	0.078	2.37	11	0.079	2.39	0.033	فزایش انگیزه سفر برای گردشگران	
6	0.138	2.87	5	0.132	3.23	0.048	شهرت جاذبه های گردشگری تاریخی و فرهنگی در مجاورت و بویراحمد	
7	0.132	3.57	7	0.116	3.14	0.037	تنوع آب و هوایی، جاذبه های محیطی و چهار فصل بودن گردشگری	
8	0.119	3.41	8	0.104	2.96	0.035	حفاظت از آثار کهن تاریخی و فرهنگی و جاذبه های طبیعی در گذر زمان	
9	0.085	2.26	9	0.102	2.68	0.038	قرارگیری در مسیرهای راه های ارتباطی مهم	
4	0.018	2.62	3	0.207	2.91	0.071	اعتقاد مستولان به اشتغالزایی بیشتر به وسیله گسترش گردشگری	
1	0.213	3.43	1	0.197	3.18	0.062	کمیت و کیفیت پایین خدمات وعدم وجود زیرساخت	
4	0.109	2.95	5	0.109	2.95	0.037	کمبود سرمایه گذاری و مشارکت بخش غیر دولتی و تعاونی در گردشگری	
3	0.121	2.76	2	0.113	2.76	0.044	نبود سرویس های عمومی جهت ایاب و ذهاب سوی نقاط گردشگری	
6	0.096	2.73	7	0.09	2.58	0.035	فصلی بودن گردشگری	
11	0.061	2.04	9	0.083	2.76	0.03	عدم کفایت کافی در مدیریت پایدار بخش گردشگری	



2	0.134	2.62	4	0.109	2.13	0.051	عدم وجود تبلیغات مناسب و ضعف اطلاع رسانی در خصوص جاذبه ها
5	0.105	2.56	3	0.11	2.51	0.041	وجود ناامنی های اجتماعی برای گردشگران به ویژه در محلات قدیمی
9	0.07	2.41	10	0.077	2.67	0.029	آلودگی منابع آب و خاک در منطقه با افزایش مقوله گردشگری
7	0.092	2.37	6	0.094	2.41	0.039	سرمای زیاد زمستان
10	0.062	2.23	11	0.071	2.54	0.02	پایین بودن باور ملی و سطح آگاهی مردم از مواهب گردشگری
8	0.073	2.16	8	0.089	2.62	0.034	تاثیر منفی عدم تمیزی شهر فرسودگی و تخریب جاذبه های گردشگری
-	۲.۹۲	-	-	۲.۹۰	-	۱	مجموع امتیاز عوامل داخلی

- در ستون سوم هر یک از گروه های پرسنل آژانس های مسافرتی، مسئولان هر یک از عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و خارجی (فرصت ها و تهدیدها) بر اساس میزان امتیاز وزنی کسب شده رتبه بندی گردیده اند

- سرانجام امتیاز های وزنی موجود در ستون دوم هر یک از گروه های پرسنل آژانس های مسافرتی، مسئولان را جداگانه با یکدیگر جمع کرده تا مجموع امتیاز وزن هر یک از عوامل خارجی و داخلی محاسبه گردد.

مجموع امتیاز وزنی نشان می دهد که چگونه به عوامل و نیروهای موجود بالقوه در محیط درونی یا بیرونی است پاسخ می دهد در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی صرف نظر از عواملی که موجب و ضعف یا فرصت یا تهدید می شوند هیچ گاه مجموع امتیاز های نهایی برای سیستم به بیش از چهار و هیچگاه به کمتر از یک نمی رسد. میانگین این جمع دو و نیم می شود. چنانچه بالاتر از آن باشد اهمیت آن بیشتر و یا کمتر از آن باشد از اهمیت و تاثیرگذاری کمتری برخوردار است.

مجموع امتیاز نهایی عوامل داخلی برای گردشگری شهر بویراحمد در ماتریس عوامل داخلی در هر یک از گروه های پرسنل آژانس های مسافرتی مسئولان به ترتیب ۲.۹ و ۲.۹۲ بوده و میانگین امتیاز نهایی گروه مشارکت کننده ۲.۸۷ به دست آمده که آن هم تا حدودی به معنای قوت عوامل داخلی در حوزه گردشگری بویراحمد است.

مجموع امتیاز نهایی عوامل خارجی برای گردشگری شهر بر هم مد در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی در هر یک از گروه های پرسنل آژانس های مسافرتی مسئولان به ترتیب ۲.۶۴ و ۲.۴۴ بوده و میانگین امتیاز نهایی دو گروه مشارکت کننده ۲.۴۸ به دست آمده است این امتیاز به این معنی است که شهر نتوانسته است از عواملی که فرصت یا موقعیت ایجاد می کنند بهره برداری نمایند و یا از عواملی که موجب تهدید می گردند تا حدودی دوری کند.

اکنون با توجه به جدول به بررسی و تحلیل هر یک از نقاط قوت ضعف فرصت ها و تهدیدهای توسعه گردشگری شهر بویراحمد از نقطه نظر دو گروه مشارکت کنند در این پژوهش پرداخته می شود



مستولان			پرسنل آژنس های مسافرتی			وزن نسبی	تحلیل SWOT	
رتبه	امتیاز وزنی	پایگین رتبه ای	رتبه	امتیاز وزنی	پایگین رتبه ای			
7	0.053	2.46	0.13	5	2.27	0.12	توجه دولت به سرمایه گذاری در بخش گردشگری بویراحمد	فرصت ها
2	0.089	3.41	0.303	1	2.33	0.207	تقویت ارائه امکانات در مجاورت جاذبه های گردشگری	
3	0.074	3.11	0.23	2	2.36	0.175	لزوم استفاده دولت از ظرفیت های ناشناخته گردشگری بویراحمد	
8	0.046	2.26	0.104	8	2.42	0.111	زمینه سازی ایجاد فرصت برای سرمایه گذاری بخش خصوصی	
1	0.062	2.95	0.183	3	3.23	0.2	ایجاد تسهیلات در زمینه صدور ویزا و روادید برای گردشگران خارجی	
5	0.05	1.92	0.108	7	2.31	0.13	تبادل و ترویج متقابل فرهنگ ها	
6	0.052	2.31	0.12	6	2.75	0.143	امکان استفاده بهینه از تمام جاذبه های متنوع اکوتوریستی، تاریخی و غیره	
4	0.054	3.2	0.173	4	2.53	0.137	تلاش جهت حفظ آثار باستانی و تاریخی به عنوان هویت ملی	
9	0.044	2.05	0.09	9	2.44	0.107	وجود فرصت مناسب برای شکوفایی نظرات نیروهای متخصص و باتجربه	
3	0.129	3.06	7	0.086	2.04	0.042	ناتوانی و ناکارآمدی سازمان های متولی امر گردشگری در بالادست	تهدیدها
5	0.06	1.1	2	0.18	3.33	0.054	افزایش قیمت زمین به خاطر بورس بازی و بالطبع افزایش بار مالی گردشگری	
8	0.097	2.03	5	0.108	2.25	0.048	افزایش آمار تصادفات جاده ای منتهی جاده های منتهی به بویراحمد	



7	0.098	2.38	8	0.085	2.08	0.041	تبلیغات ضد ایرانی و تخریب اذهان عمومی در سایر کشورها
6	0.105	2.28	6	0.094	2.05	0.046	عدم ثبات سیاسی کشورهای مجاور و گسترش تروریسم در منطقه
2	0.148	2.65	3	0.15	2.67	0.056	گسترش مهاجرت و افزایش رو به رشد جمعیت و بزهکاری در منطقه
9	0.081	2.14	9	0.073	1.93	0.038	شفاف نبودن منطق برخورد سیاسی ایران در روابط با سایر کشورها
10	0.053	2.02	10	0.057	2.2	0.026	ضریب بنسبه بالای خطر وقوع زلزله در منطقه بویراحمد
4	0.126	2.42	4	0.141	2.71	0.052	توجه به نگرش صرفاً اسلامی به مقوله گردشگری منطقه
1	0.216	3.23	1	0.22	3.28	0.067	وجود بروکراسی اداری و عدم ارائه مجوز دولت جهت توسعه گردشگری
-	۲.۴۴	-	۲.۶۴	-	-	۱	مجموع امتیاز عوامل خارجی

تحلیل SWOT برای اولویت بندی نقاط قوت و ضعف فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه گردشگری شهر بویراحمد نشان می‌دهد که از نظر پرسنل آژانس های مسافرتی معرفی وجود جذب جاذبه ها و پتانسیل های گردشگری فراوان در سطح منطقه‌ای و ملی و بین‌المللی و تنوع مراکز اقامتی و تورها با میانگین رتبه ۳.۷۲ و امتیاز وزنی ۰.۳۲۰ به عنوان مهمترین نقطه قوت محسوب می شود در مقابل مولفه های افزایش انگیزه سفر برای گردشگران با میانگین ۲.۳۹ و امتیاز وزنی ۰.۰۷۹ به عنوان کم اهمیت ترین نقطه قوت در توسعه و گسترش گردشگری در بویراحمد است. همچنین از نظر پرسنل آژانس های مسافرتی مولفه تقویت ارائه امکانات در مجاورت جاذبه های گردشگری با میانگین رتبه ای ۳.۴۱ امتیاز وزنی ۰.۳۰۳ مهمترین فرصت توسعه گردشگری است.

در اولویت بندی عوامل داخلی و خارجی دخیل در توسعه گردشگری بویراحمد SWOT نشان می دهد. معرفی وجود جاذبه ها و پتانسیل های گردشگری فراوان در سطح منطقه‌ای ملی و بین‌المللی و تنوع مراکز اقامتی و تورها از نظر مسئولان با میانگین رتبه های ۰.۳۷۱ و امتیاز وزنی ۰.۳۱۹ مهمترین نقطه قوت توسعه و گسترش مقوله گردشگری در بویراحمد است. در این زمینه مولفه تنوع قومی فرهنگی و اجتماعی و آداب و رسوم ویژه با میانگین رتبه ۰.۵۲۲ و میانگین وزنی ۰.۶۸ به عنوان کم اهمیت ترین نقطه قوت در توسعه و گسترش گردشگری بویراحمد شناخته شده است. همچنین از نظر مسئولان معرفی ایجاد تسهیلات در زمینه صدور ویزا و رواید برای گردشگران خارجی با میانگین رتبه ای ۳.۲۳ و امتیاز وزنی ۰.۲ به مهمترین فرصت برای توسعه و گسترش معمولی گردشگری در بند بویراحمد تبدیل شده است. در حالی که مولفه وجود





فرصت مناسب برای شکوفایی نظرات نیروهای متخصص و باتجربه در سطح شهر با میانگین رتبه های ۲.۴۴ و امتیاز وزنی ۰.۱۰۷ از نظر مسئولان کم اهمیت ترین فرصت بیرونی جهت توسعه و گسترش گردشگری بویراحمد است.

در مورد نقاط ضعف توسعه گردشگری و بویراحمد مسئولان بر این عقیده اند که معرفی کمیت و کیفیت پایین خدمات و عدم وجود زیرساخت های مناسب به ویژه تسهیلات پذیرایی و اقامتی هتل ها با میانگین رتبه ۳.۴۳ و امتیاز وزنی ۰.۲۱۳ مهمترین نقطه ضعف و مانع در برابر توسعه گردشگری بویراحمد است. در این ارتباط مولفه عدم کفایت کافی در مدیریت پایدار بخش گردشگری با میانگین رتبه ۲.۰۴ و امتیاز وزنی ۰.۰۶۱ به عنوان کم اهمیت ترین نقطه ضعف در توسعه گردشگری بویراحمد بیان شده است. علاوه بر این ها مسئولان و دست اندرکاران مرتبط با مقوله گردشگری معتقدند که وجود بروکراسی اداری و عدم ارائه مجوز از سوی دولت جهت توسعه خط خدمات تجهیزات و تاسیسات گردشگری در منطقه با میانگین رتبه ۲.۲۳ و امتیاز وزنی ۰.۲۱۶ مهمترین تحلیل و مانع در برابر توسعه و گسترش بویراحمد بوده و مولفه ضریب بالای خطر وقوع زلزله در منطقه بویراحمد با میانگین رتبه ای ۲.۰۲ و میانگین وزنی ۰.۰۵۳ کم اهمیت ترین تهدید خارجی برای توسعه و گسترش گردشگری بویراحمد است.

#### ۶- بحث و نتیجه گیری

در چند دهه ی گذشته و به ویژه در دو دهه ی اخیر گردشگری به عنوان ابزاری برای کمک به توسعه ی اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی مورد توجه بسیاری از متخصصان توسعه ی روستایی و دولت ها قرار گرفته است. پذیرش و اختصاص جایگاه مناسب به موضوع گردشگری روستایی در سطوح برنامه ریزی های کلان ملی، منطقه ای و محلی همگام با دیگر برنامه های توسعه ی پایدار روستایی، می تواند به عنوان بخشی اثرگذار، به ویژه از نظر اقتصادی، پیامدهای عینی و قابل توجهی در بازساخت بهینه جغرافیای روستایی کشور به بار آورد. با توجه به مقیاس ها و سطوح برنامه ریزی توسعه ی گردشگری لازم است برنامه ریزی توسعه ی گردشگری روستایی نیز در سه سطح شامل برنامه های ملی (کلان)، برنامه های منطقه ای و برنامه های محلی مورد توجه قرار گیرد. البته هر مقیاس و سطح برنامه ریزی وظیفه و جایگاه خاص خود را خواهد داشت. در سطح ملی تدوین سیاست های کلان توسعه ی گردشگری روستایی با رویکرد برنامه ریزی راهبردی وظیفه ی برنامه ی ملی است. این سیاست ها می تواند راهنمای برنامه ها و طرح های منطقه ای و محلی در زمینه ی توسعه ی گردشگری روستایی باشد. در سطح منطقه ای در چارچوب برنامه های توسعه ی استان ها، برنامه ریزی توسعه ی گردشگری با رویکرد ساختاری تهیه شود؛ با در نظر گرفتن این موضوع که برنامه ها و نیز طرح های منطقه ای در زمینه ی توسعه ی گردشگری روستایی بر اساس سیاست های کلان ملی توسعه ی گردشگری روستایی هدایت گر برنامه و طرح های محلی در این زمینه باشند.

نبود آمار و اطلاعات مبنایی یکی از این موارد به شمار می رود؛ یکی از مهم ترین ابزارها در زمینه برنامه ریزی در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، وجود آمار و اطلاعات و دسترسی آسان به آنها است. آمار نه تنها وضعیت موجود را به نحو احسن نشان می دهد بلکه با روشن ساختن زوایای مختلف این موضوع، جهانگردی ما را در پیش بینی نیازهای آینده یاری می کند؛ متأسفانه دستگاه های مختلف با امر گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد، آمار و اطلاعات دقیقی از تعداد جهانگردانی که روزانه ماهانه و سالانه از جاذبه های گردشگری این منطقه بازدید می کنند، در اختیار ندارند و در مجموع به دلیل نبود آمار دقیق، بررسی آماری و روش های پیش بینی روند جهانگردی در سطح استان، نمی توان سیمای دقیقی از وضعیت موجود ارائه کرد.



در این تحقیق که بر اساس مدل تحلیل SWOT برای اولویت‌بندی نقاط قوت و ضعف فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه گردشگری شهر بویراحمد نشان داد که از نظر پرسنل آژانس‌های مسافرتی معرفی وجود جذب جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوان در سطح منطقه‌ای ملی و بین‌المللی و تنوع مراکز اقامتی و تورها به عنوان مهمترین نقطه قوت محسوب می‌شود در مقابل مولفه‌های افزایش انگیزه سفر برای گردشگران به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت در توسعه و گسترش گردشگری در بویراحمد است. همچنین از نظر پرسنل آژانس‌های مسافرتی مولفه تقویت ارائه امکانات در مجاورت جاذبه‌های گردشگری مهمترین فرصت توسعه گردشگری است.

معرفی وجود جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوان در سطح منطقه‌ای ملی و بین‌المللی و تنوع مراکز اقامتی و تورها از نظر مسئولان مهمترین نقطه قوت توسعه و گسترش مقوله گردشگری در بویراحمد است. در این زمینه مولفه تنوع قومی فرهنگی و اجتماعی و آداب و رسوم ویژه به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت در توسعه و گسترش گردشگری بویراحمد شناخته شده است. همچنین از نظر مسئولان معرفی ایجاد تسهیلات در زمینه صدور ویزا و روادید برای گردشگران خارجی به مهمترین فرصت برای توسعه و گسترش معمولی گردشگری در بویراحمد تبدیل شده است. در حالی که مولفه وجود فرصت مناسب برای شکوفایی نظرات نیروهای متخصص و باتجربه در سطح شهر از نظر مسئولان کم‌اهمیت‌ترین فرصت بیرونی جهت توسعه و گسترش گردشگری بویراحمد است.

در مورد نقاط ضعف توسعه گردشگری و بویراحمد مسئولان بر این عقیده‌اند که معرفی کمیت و کیفیت پایین خدمات و عدم وجود زیرساخت‌های مناسب به ویژه تسهیلات پذیرایی و اقامتی هتل‌ها مهمترین نقطه ضعف و مانع در برابر توسعه گردشگری بویراحمد است. در این ارتباط مولفه عدم کفایت کافی در مدیریت پایدار بخش گردشگری به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه ضعف در توسعه گردشگری بویراحمد بیان شده است. علاوه بر این‌ها مسئولان و دست‌اندرکاران مرتبط با مقوله گردشگری معتقدند که وجود بروکراسی اداری و عدم ارائه مجوز از سوی دولت جهت توسعه خط خدمات تجهیزات و تاسیسات گردشگری در مهمترین تحلیل و مانع در برابر توسعه و گسترش بویراحمد بوده و مولفه ضریب بالای خطر وقوع زلزله در منطقه بویراحمد کم‌اهمیت‌ترین تهدید خارجی برای توسعه و گسترش گردشگری بویراحمد است.

## ۷- منابع

۱. آلبوالدی، ابتسام، (۱۳۹۷)، "بررسی و نقش گردشگری در راستای توسعه پایدار شهری"، پنجمین کنفرانس ملی مهندسی عمران، معماری و توسعه شهری.
۲. آلبوالدی، ابتسام، (۱۳۹۷)، بررسی وضعیت نورپردازی و روشنایی پارک‌های شهری (نمونه موردی: منطقه ۴ اهواز)، استاد راهنما: دکتر سعید امان پور، پایان‌نامه کارشناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
۳. جوانمردی و همکاران، (۱۳۹۷)، "شناسایی استراتژی‌های توسعه پایدار صنعت گردشگری ایران با استفاده از تکنیک سوات و ارائه راهکارهای مناسب"، نشریه بررسی‌های بازرگانی.



۴. دنیا دیده، سیما، ( ۱۳۹۸ )، " نقش توان مندی ها و زیرساخت های گردشگری در توسعه گردشگری مدرن و پویایی اقتصادی با تاکید بر نقش متغیرهای سیستمی به ویژه هتل ها و اقامتگاه ها"، فصلنامه علمی پژوهشی نگرش ها نو در جغرافیای انسانی.
۵. شیرازی و همکاران، ( ۱۳۹۸ )، " شناسایی اثرات گردشگری و نقش آن در توسعه شهری کاشان، فصلنامه مطالعات شهری.
۶. شیر افکن لمسو و معصوم زاده، ( ۱۳۹۶ )، " تاثیرات توسعه گردشگری ورودی در تولید و اشتغال بخش های اقتصادی، رهیافت تحلیل مسیر ساختاری"، فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه.
۷. ترنج، حسنعلی (۱۳۹۹) جغرافیای گردشگری روستایی با رویکرد کارآفرینی، انتشارات اساتید دانشگاه، تهران

8. Deng, Jinyang, Brianking & Ithomas Bauer(2004): Evaluatig natural attractions for tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol.29, Issue2: 422438.
9. Grodach, *Grad 2(17)P* "Urban cultural policy and creative city making". *Cities*, 68, 82-91.
10. Leng, K. S. Badarulzaman, N, Samat, N. & Sheikh D, S. R (2014). "Capitalising on urban cultural resources for creative city development: A conceptual review and the way forward for Malaysia's George Town". *Malaysian Journal of Society and Space*, 10(5), 20-29.
11. Ross, David, Saxena, Gunjan, Correia, Fernando, Deutz, Pauline(2017), *Archaeological tourism: A creative approach*, *Annals of Tourism Research* 67, Pages 37.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی