

Strategic Analysis of Paths to Achieve Sustainable Development of Rural Tourism (Case Study: Boyer Ahmad County)

Seyed Eskandar Seidaiy^{1*}, Hojat Sadeghi², Eskandar Daneshzadeh³

1. Associate Professor, Department of Geography and Rural Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran
2. Assistant Professor, Faculty of Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran
3. Master of Geography and Tourism Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran

Received: 2025.03.06

Accepted: 2025.04.15

Extended Abstract

Introduction

Every region possesses unique characteristics, and this study specifically examines the distinctive features of Boyer-Ahmad County within Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad Province. This area stands out as particularly remarkable both geographically and in terms of tourism potential. Centered around Yasuj in the Sardasir district, the county spans more than 6,000 square kilometers and was home to 280,009 residents according to the 2016 census. The landscape displays dramatic elevation changes, from a low point of 952 meters to a high point of 3,922 meters above sea level, with the northern Dena mountain range soaring to 4,430 meters. The county shares geographical boundaries with four neighboring provinces: Isfahan to the northeast, Fars to the east, Khuzestan to the west, and Chaharmahal-Bakhtiari to the northwest. Despite possessing abundant cultural heritage and ecotourism resources, many of these attractions remain largely unknown to both Iranian and international visitors. The region offers an impressive array of natural wonders including Deh Sheikh Cave, Tamradi Valley Waterfall,

* Corresponding author, Email: s.seidaiy@geo.ui.ac.ir



Copyright© 2025. TMU Press. This open-access article is published under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License which permits Share (copy and redistribute the material in any medium or format) and Adapt (remix, transform, and build upon the material) under the Attribution-NonCommercial terms.

Dena National Park, and Baba Hassan Pass, along with scenic valleys like Ganja Valley and picturesque villages such as Dehno, Shahniz, and Mansurkhani Kakan. Complementing these natural attractions is the area's vibrant cultural traditions and customs, which present significant appeal for cultural tourism. This exceptional concentration of tourism resources demands careful and systematic planning for sustainable development. As an essential first step, this research focuses on identifying both the challenges and opportunities for rural tourism growth in Boyer-Ahmad County. Through comprehensive investigation, the study has mapped out the region's tourism potential, pinpointed key development opportunities and constraints, and developed appropriate strategic approaches to foster sustainable tourism in this culturally and environmentally significant area. The findings establish a crucial foundation for informed decision-making and strategic planning to realize the full tourism potential of Boyer-Ahmad County while preserving its unique cultural and natural heritage.

Methodology

This study employs a descriptive-analytical research approach, combining both survey and library research methods. The investigation focuses specifically on villages within Boyer-Ahmad County that demonstrate significant tourism potential. For the survey component, the research population comprised 30 tourism experts with specialized knowledge of Boyer-Ahmad County. Data collection was conducted using a structured questionnaire, which underwent rigorous testing to establish its validity and reliability prior to implementation.

Results and Discussion

The study reveals several critical insights about tourism development in Boyer-Ahmad County. Foremost among the region's strengths is its wealth of underpromoted tourism attractions at regional, national, and international levels. Despite this potential, Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad provinces remain largely unknown to domestic tourists, particularly regarding their ecotourism capacities. This lack of awareness has significantly hindered tourism growth in the region.

The research identifies the most substantial internal weakness as inadequate service quality and quantity, particularly in hospitality infrastructure including catering and accommodation facilities. This deficiency stems from a paradoxical situation: limited tourist numbers discourage infrastructure investment, while the absence of such infrastructure prevents tourism growth. This cyclical challenge

requires proactive intervention to break the impasse.

Regarding external opportunities, the findings highlight the crucial need to enhance facilities near tourist attractions. Currently, the region's impressive natural and cultural assets lack the supporting infrastructure necessary to sustain visitor stays. Conversely, the most pressing external threat emerges as bureaucratic obstacles, particularly restrictive government policies regarding tourism development permits. Excessive regulatory constraints have substantially hampered growth in this sector.

Based on comprehensive analysis, the study proposes six strategic interventions for rural tourism development:

The primary strategy involves upgrading facilities at nationally and internationally significant tourism sites. Complementary approaches include targeted marketing to attract regional visitors, developing recreational spaces to extend tourist stays, and training hospitality professionals in modern tourism promotion techniques. Additional recommendations encompass pursuing UNESCO recognition for notable sites and improving transportation infrastructure through railway development and enhanced local transit networks connecting tourist destinations.

These strategies collectively address the identified challenges while capitalizing on the region's considerable but underutilized tourism potential. Implementation would require coordinated efforts between government entities, private investors, and local communities to transform Boyer-Ahmad County into a thriving tourism destination while preserving its unique cultural and environmental assets.

Conclusion

The findings clearly demonstrate that Boyer-Ahmad County's rural areas possess exceptional tourism potential that remains substantially underdeveloped. To realize this potential, implementing organizations must establish comprehensive policies that simultaneously address existing limitations while strategically leveraging the region's natural advantages. Given the remarkable diversity of attractions and tourism resources - particularly in rural tourism - priority must be given to developing five key areas: service infrastructure, investment frameworks, marketing systems, attraction promotion, and regional transportation networks.

Based on the research outcomes, four primary strategic recommendations

emerge:

First, a strategy focused on developing, completing, and diversifying tourism activities and services would significantly enhance the region's ability to attract new visitor demographics. This approach should emphasize creating unique, authentic experiences that capitalize on the area's distinct cultural and environmental assets.

Second, the development of local tourism enterprises requires targeted support to stimulate endogenous rural development while preventing economic leakage from village communities. This involves creating mechanisms to retain tourism-generated revenue within local economies through capacity building and entrepreneurship programs.

Third, comprehensive protection measures must be implemented to preserve the region's environmental and cultural resources, ensuring their sustainability as the foundation for long-term tourism development. This includes establishing conservation protocols for both natural sites and intangible cultural heritage.

Fourth, empowering destination communities through skills development and participatory planning processes will achieve human sustainability in tourism development. This empowerment strategy should focus on building local ownership and management capabilities to ensure tourism benefits are equitably distributed.

Keywords: Tourism, Rural Areas, Sustainable Development, Boyer Ahmad County

تحلیل راهبردی مسیرهای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری روستایی (مطالعه موردی: شهرستان بویراحمد)

سید اسکندر صیدایی^{۱*}، حجت صادقی^۲، اسکندر دانش‌زاده^۳

۱. دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۲. استادیار دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۳. کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۱۶

پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۲۶

چکیده

مناطق روستایی شهرستان بویراحمد که دارای سابقه تاریخی، منابع توریستی و جاذبه‌های طبیعی قابل توجهی است، می‌تواند یکی از پایگاه‌های مهم گردشگری کشور محسوب شود. اولین گام جهت رسیدن به این هدف، شناخت توانمندی‌ها، موانع و چالش‌های پیش روی توسعه گردشگری روستایی در این منطقه است. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و از نوع پیمایشی و مطالعات کتابخانه‌ای است. قلمرو جغرافیایی تحقیق را روستاهای دارای پتانسیل گردشگری شهرستان بویراحمد تشکیل داده است. جامعه آماری این پژوهش را کارشناسان خبره و مرتبط با گردشگری در شهرستان بویراحمد به تعداد ۳۰ نفر تشکیل داده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه بوده که روایی و پایایی آن تأیید شده است. نتیجه نشان داد که معرفی جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوان در سطح منطقه‌ای ملی و بین‌المللی با وزن ۰/۳۱۶ به‌عنوان مهم‌ترین نقطه قوت؛ کمیت و کیفیت پایین خدمات و عدم وجود زیرساخت‌های مناسب به‌ویژه تسهیلات پذیرایی و اقامتی (هتل‌ها) با وزن ۰/۲۰۲۰ مهم‌ترین نقطه ضعف؛ تقویت ارائه امکانات در مجاورت جاذبه‌های گردشگری با وزن ۰/۲۳۰ به‌عنوان مهم‌ترین فرصت و معرفی وجود بروکراسی اداری و عدم ارائه مجوز از سوی دولت جهت توسعه خدمات تجهیزات و تأسیسات گردشگری در منطقه با وزن ۰/۱۹۱ به‌عنوان مهم‌ترین تهدید شناخته شد. درمجموع نتیجه نشان می‌دهد که توان جذب گردشگر مناطق روستایی شهرستان بویراحمد بسیار بالاست و نیازمند ارائه سیاست‌های مناسب از سوی سازمان‌های مجری است.

کلمات کلیدی: گردشگری، مناطق روستایی، توسعه پایدار، شهرستان بویراحمد.

۱. مقدمه

یکی از بخش‌های مهم و در حال رشد سریع در جهان گردشگری است که در رشد اقتصاد کشورها بسیار مؤثر است، ضمن آنکه منافع اقتصادی آن شامل جوامع محلی نیز می‌شود (Osman & Sentosa, 2013: 26). از گردشگری به عنوان محرک توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه ساکن در مقاصد گردشگری یاد شده است (Jamini et al, 2024: 220). در واقع گردشگری که از آن به عنوان صنعت پاک یاد می‌شود، از مسائل مهمی است که به دلیل تأثیرات زیادی که بر اقتصاد جوامع می‌گذارد نمی‌توان آن را نادیده گرفت (Asta, 2018: 77). گردشگری توجه دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی و فعالان اقتصادی را نیز به خود جلب کرده است، زیرا نقش مهمی در جهت‌دهی به فعالیت‌های اقتصادی و کمک به افزایش درآمد جوامع دارد (Chin et al, 2014: 36). گردشگری عرصه پیچیده و دارای اجزای بسیاری است که در محصول و تجربه گردشگری نقش دارند (Currie & Falconer, 2013: 2). در جهان امروزی صنعت گردشگری از فرمول سابق گردشگری آفتاب، ماسه و دریا که قرن ۱۸ به بعد در اروپا متداول شده، دور شده و به طرف تعطیلات هدفمند و مسافرتی که نیازهای استراحتی و ذهنی را با هم داشته باشد حرکت می‌کند (Nakoei Sadri, 2019: 10). برای اینکه صنعت توریسم در یک کشور متحول شوند و توسعه یابد، باید در راستای آن عناصر و فعالیت‌هایی متحول شده و توسعه یابند، که در پویایی آن سهیم هستند (Gay & Fayosola, 2011: 48). گردشگران در زمان حال نیز به جای اینکه تنها توسط صنعت گردشگری، مورد خدمت قرار گیرند، به دنبال تجربیات تعاملی و ارضاکنده‌تری هستند (Tang, 2014: 1647). از این رو برای گردشگران، فضاهایی مهم هستند که بتواند روح و آرامش ویژه‌ای را برای آن‌ها فراهم سازد. گردشگری روستایی که آمیخته با فرهنگ سنتی، طبیعت بکر و تلفیقی از جاذبه‌های مختلف است می‌تواند در این زمینه مؤثر واقع شود (Liu et al., 2020: 179).

یکی از انواع گردشگری، گردشگری روستایی است. سگونتگاه‌های روستایی دارای ظرفیت‌های متعدد و منحصربه‌فردی جهت توسعه گردشگری هستند (Jamini et al, 2024: 220). گردشگری روستایی با ارائه جذابیت و ایجاد تمایل در استفاده از فضا و ویژگی‌های محیط روستایی برای گردشگران (Kumar & Shekhar, 2020: 739) و همچنین کارکردی جهت بهبود و ارتقای شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی منطقه میزبان مورد توجه بسیاری واقع شده است (Wijijayanti et al, 2020: 8). لذا برنامه‌ریزان تلاش دارند تا با شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌ها، هم موجبات توفیق گردشگری روستایی را در پاسخ‌گویی به نیازهای گردشگران فراهم آورده و هم موجبات اصلاح مناطق روستایی را فراهم سازند (Podovac et al., 2019: 207). گردشگری روستایی تأثیر فراوانی در ابعاد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی می‌گذارد. گردشگری اشتغال ایجاد می‌کند، سرمایه‌های اقتصادی را به جریان می‌اندازد (Yang et al., 2021: 38)، به دنبال افزایش تقاضا برای سفر به داخل کشور، امنیت داخلی را افزایش

می‌دهد و به مشروعیت سیاسی در سطح بین‌المللی می‌انجامد (Martínez et al., 2019: 167) و امروزه سفر نه اسباب تفریح و سرگرمی که به‌تدریج به ابزار شناخت و آگاهی زندگی مردمان، تفاهم با دیگران و فراتر از آن به شناخت جهان پیرامون، حقایق آن و غنای بینش و نگرش آدمیان به مفاهیم زندگی‌شان تبدیل شده است (Jaafari et al., 2020: 153). گردشگری روستایی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین روش‌های توسعه پایدار در مناطق روستایی شناخته می‌شود (Temelkov & Guley, 2019: 75). این نوع گردشگری، با فراهم کردن فرصت‌های اشتغال، افزایش درآمد، حمایت از صنایع دستی و محصولات محلی، بهبود فرهنگ و زندگی اجتماعی روستاییان و حفظ محیط زیست، می‌تواند به توسعه پایدار و بهبود کیفیت زندگی در روستاها کمک کند (Fang & Fang, 2020: 106). توسعه پایدار گردشگری در راستای بهره‌برداری اصولی با توجه به ظرفیت‌های موجود است. لذا در این پژوهش نیز با شناخت ظرفیت‌ها و چالش‌های گردشگری روستایی، می‌توان گامی به سوی رعایت اصول توسعه پایدار گردشگری برداشت. گردشگری روستایی می‌تواند فرصتی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع محلی فراهم کند، اما در عین حال خطراتی نیز به همراه دارد. یکی از مهم‌ترین این خطرات، تخریب محیط زیست است که به دلیل افزایش تعداد گردشگران و عدم مدیریت صحیح منابع طبیعی رخ می‌دهد. تراکم بیش از حد گردشگران در مناطق روستایی می‌تواند فشار زیادی بر زیرساخت‌ها و منابع محلی وارد کند و تجربه گردشگران را کاهش دهد. همچنین، وابستگی بیش از حد به گردشگری می‌تواند باعث نشت سرمایه و عدم بهره‌مندی مناسب جوامع محلی از درآمدهای حاصل از این صنعت شود. علاوه بر این، تغییرات فرهنگی و اجتماعی به دلیل تأثیرات گردشگری می‌تواند به تهدید هویت فرهنگی جوامع محلی منجر شود. برای پیشگیری از این مشکلات، ضروری است که توسعه گردشگری روستایی با برنامه‌ریزی و رویکرد پایدار همراه باشد.

با توجه به چارچوب توسعه پایدار گردشگری و به‌ویژه گردشگری روستایی و پیامدهای توسعه‌ای آن، شناخت منابع، ظرفیت‌ها و چالش‌های گردشگری هر منطقه از موضوعات ضروری است. موضوعات و عوامل مختلفی در این زمینه مؤثر هستند. کشور ایران به دلیل گستردگی وسعت و شرایط جغرافیایی، برخورداری از گونه‌های گیاهی و جانوری، مناظر و چشم‌اندازهای خاص و آثار تاریخی، از مناطق مهم گردشگری محسوب می‌شود. اما مشخص نبودن اهداف و سیاست‌های این بخش، عدم تبلیغات مناسب، محدودش کردن نام ایران در جهان، فقدان نیروی انسانی متخصص، عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری و غیره، از جمله مسائل مهم در توسعه گردشگری محسوب می‌شوند که همواره به‌عنوان موانع کلان در زمینه توسعه گردشگری نقش بازی می‌کنند (Safari Aliakbari & Sadeghi, 2023: 127). بسیاری از این موانع در سطوح برنامه‌ریزی گردشگری در بخش منطقه‌ای و محلی نیز به خوبی قابل مشاهده است.

شناخت ظرفیت‌ها و چالش‌های گردشگری روستایی برای موفقیت این نوع گردشگری بسیار حائز اهمیت است

(Zielinski et al., 2020: 4). به عبارت دیگر شناخت دقیق ظرفیت‌ها و چالش‌های گردشگری روستایی می‌تواند به موفقیت و توسعه پایدار این نوع گردشگری کمک کند. برنامه‌ریزی در امر گردشگری از جنبه‌های مختلف ضروری و مهم است (Safari Aliakbari & Sadeghi, 2023: 126). از این رو نمی‌توان از شناخت که مهم‌ترین گام در اتخاذ رویکردهای توسعه‌ای مناسب است، چشم‌پوشی کرد. هر منطقه دارای خصوصیات و ویژگی‌های مخصوص به خود است و در این پژوهش نیز منطقه بویراحمد در استان کهگیلویه و بویراحمد مورد تأکید است که از لحاظ جغرافیایی و گردشگری، منطقه ویژه‌ای و منحصر به فردی محسوب می‌شود. شهرستان بویراحمد با مرکزیت یاسوج در ناحیه سردسیری با وسعتی بیش از ۶ هزار کیلومتر مربع و با جمعیتی بالغ بر ۲۸۰۰۰۹ نفر در سال ۱۳۹۵ و با ارتفاع بین ۹۵۲ متر به عنوان کم‌ترین ارتفاع و بلندترین نقطه دارای ۳۹۲۲ متر از سطح دریاست. در شمال شهرستان رشته‌کوه عظیم دنا با ارتفاع ۴۴۳۰ متر قرار دارند.

بررسی اهمیت و ضرورت موضوع نشان می‌دهد که در منطقه مورد مطالعه از یکسو ظرفیت‌های گردشگری متنوعی وجود دارد و از سوی دیگر با وجود منابع توسعه گردشگری، چالش‌های متنوعی نیز وجود دارد که مهم‌ترین آن‌ها می‌توان بحث زیرساخت‌های بخش گردشگری باشد. علاوه بر این تحقیقاتی در زمینه گردشگری منطقه انجام شده است (Javdan Kharad, 2021; Fazilatkhah & Nemat, 2015; Nikbakht et al., 2023)، اما این تحقیقات پراکنده و نظام‌مند نبوده است. نکته دیگر اینکه با توجه به ظرفیت‌های منطقه ضروری است که پژوهش‌های متنوع با محوریت گردشگری روستایی انجام شود که در تحقیقات گذشته کمتر مورد توجه بوده است. پژوهش حاضر سعی کرده که گپ‌های مطالعاتی موجود را به‌ویژه در زمینه گردشگری روستایی و شناخت نظام‌مند توانمندی‌ها و چالش‌های پیش روی توسعه این نوع گردشگری، مرتفع سازد. به عبارت دیگر، ضعف در تحقیقات مرتبط با گردشگری روستایی منطقه، یکپارچه نبودن تحقیقات گذشته و عدم مطالعات میدانی در حوزه شناخت ظرفیت‌ها و چالش‌های گردشگری روستایی منطقه به صورت مشترک و یکپارچه، از مهم‌ترین نکات و شکاف‌هایی است که در تحقیقات گذشته رؤیت شده است. نکته دیگر اینکه نوآوری پژوهش در این است که به بررسی فرصت‌های گردشگری روستایی در محدوده جغرافیایی یعنی شهرستان بویراحمد تأکید کرده است.

منطقه بویراحمد از لحاظ جغرافیایی با استان‌های اصفهان، فارس، خوزستان و چهارمحال و بختیاری ارتباط دارد. آنچه در زمینه گردشگری این منطقه می‌توان مطرح کرد، منابع و جاذبه‌های غنی فرهنگی و اکوتوریسمی است که برای بسیاری از گردشگران داخلی و خارجی ناشناخته است. این منطقه دارای جاذبه‌های متنوعی از جمله غار ده شیخ، آبشار دره تامرادی، پارک ملی دنا، گردنه بابا حسن، دره گنجه‌ای، روستاهای گردشگری دهنو، شهنیز و منصورخانی کاکان است. علاوه بر این از نظر فرهنگی دارای فرهنگ و آداب و رسوم غنی و ارزشمندی است که برای هر گردشگری جالب توجه و با اهمیت است. وجود این همه تنوع از جاذبه‌های و منابع توسعه گردشگری، نیازمند

برنامه‌ریزی راهبردی و عملیاتی دقیقی است. برای این موضوع شناخت چالش‌ها و فرصت‌های توسعه گردشگری روستایی منطقه بویراحمد، از اقدامات و گام‌های اولیه جهت برنامه‌ریزی اصولی است. بر همین اساس این پژوهش روی این هدف اصلی و مهم تأکید کرده است. با انجام این پژوهش، فرصت‌ها و چالش‌های توسعه گردشگری روستای منطقه شناسایی شده و در ادامه نیز راهبردهای مطلوب اتخاذ شده است.

۲. پیشینه تحقیق

علیزاده و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان تحلیلی بر وضعیت توسعه گردشگری و موانع عمده جذب گردشگر در شهرها (نمونه موردی: مهاباد) نشان دادند که موانع قانونی، اقتصادی و کالبدی، طبیعی و جغرافیایی سه مشکل جدی در توسعه گردشگری شهرستان مهاباد است. خوش حال و همکاران (۲۰۲۰) در بررسی راهکارهای توسعه صنعت گردشگری پایدار شهر تبریز مبتنی بر مؤلفه‌های منطقه‌ای نشان دادند که آمادگی همه‌جانبه شهر با توجه به معیارهای زیستی، محیطی، ارزشی، و انسانی پایدارسازی گردشگری، و فرهنگ‌سازی و ارتقای دانش و بینش شهروندی برای باورسازی توریسم از مهم‌ترین راهکارهای توسعه گردشگری است. صفری علی‌اکبری و صادقی (۲۰۲۳) در تحلیل موانع و راهبردهای توسعه گردشگری شهرستان دزپارت نشان دادند که موانع محیطی، اجتماعی - فرهنگی، مدیریتی و زیربنایی تأثیرگذاری زیادی در توسعه گردشگری منطقه دزپارت ایفا می‌کنند. موانع زیربنایی بیشترین تأثیرگذاری و موانع محیطی کم‌ترین تأثیرگذاری را در توسعه گردشگری دارند. در راستای رفع موانع، شش راهبرد برنامه‌ریزی فرهنگی، مدیریت یکپارچه، بهبود خدمات و امکانات، ظرفیت‌سنجی و عرضه محصولات، توسعه عمرانی - زیربنایی و بهبود دانش گردشگری ارائه شد. ایمانی و همکاران (۲۰۱۲) نتیجه گرفتند که مشارکت ضعیف مردم محلی در امور گردشگری، ریسک‌پذیر بودن سرمایه‌گذاری، کمبود مراکز خرید، نبود فضای مناسب برای پارک خودرو، عدم تبلیغات و اطلاع‌رسانی، نبود مراکز و فعالیت‌های آموزشی و اقامت کوتاه گردشگران به عنوان مهم‌ترین مشکلات گردشگری در این منطقه شناخته شدند.

آمیت (۲۰۱۰) در تحلیل توسعه گردشگری روستایی بر توسعه کشور نتیجه گرفت که علاوه بر عدم وجود امکانات و تأسیسات رفاهی، عدم برنامه‌ریزی مناسب در زمینه گردشگری نیز از موانع توسعه گردشگری روستایی است. نیکولا و همکاران (۲۰۱۳) در بررسی توسعه گردشگری منطقه‌ای نتیجه گرفت که کمبود امکانات، عدم تولید، عدم آموزش جامعه محلی، عدم مشارکت، نبود اطلاعات لازم و عدم درک از گردشگری به عنوان مهم‌ترین موانع شناخته شده است. لون و همکاران (۲۰۱۶) اشاره دارند که ادغام کشاورزی و گردشگری کمک زیادی به ارائه تجربیات گردشگری معتبر می‌کند. علاوه بر این، رهبری، شبکه‌های بین‌بخشی، جهت‌گیری مشترک به سمت کیفیت و همچنین ارتباطات مؤثر به نظر می‌رسد عوامل کلیدی موفقیت برای غلبه بر موانع بالقوه در توسعه گردشگری روستایی باشند. سامرس و

همکاران (2019) عوامل و موانع گردشگری به عنوان محرک رشد اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی در کوئینزلند را بررسی کرده‌اند و نشان دادند که عدم درک گردشگری، نداشتن بصیرت تجاری، کمبود منابع مالی و انسانی و عدم تمایل به همکاری در زمینه مشاغل گردشگری به عنوان موانع و حمایت دولت محلی، درک صحیح از ساختار گردشگری و ظرفیت مشارکت در بازاریابی از عوامل رشد گردشگری هستند. لاکجانوا (2019) مشکلات و روندهای توسعه گردشگری منطقه‌ای در لتونی را مورد تأکید قرار داد و نتیجه گرفت که ضعف زیرساختی و امکانات، نبود تبلیغات، ضعف در رقابت، کمبود سرمایه و نبود مشارکت از مهم‌ترین موانع و بازاریابی به عنوان مهم‌ترین راهکار شناخته شده است. خارتشولی و همکاران (2019) نتیجه گرفتند چالش‌های ساختار کنونی گردشگری، در بازاریابی آن ریشه دارد و در راستای رفع چالش‌ها، توسعه سازمان‌های مدیریت مقصد، اجرای مقررات عمومی و بازاریابی با همکاری افراد محلی را تأکید می‌کنند.

۳. روش تحقیق

روش و جمع‌آوری داده: تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و براساس روش توصیفی - تحلیلی است. گردآوری داده‌ها با روش اسنادی و پیمایشی بوده است. ابزار گردآوری داده‌های پیمایشی، پرسش‌نامه بوده است. در تحقیق حاضر از یک پرسش‌نامه در دو بخش سؤالات عمومی مرتبط با ویژگی‌های جامعه آماری و همچنین سؤالات اصلی (شناخت و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید) در چارچوب طیف لیکرت بوده است. قبل از انجام تحقیق روایی پرسش‌نامه توسط ۱۰ کارشناس تأیید شد. همچنین با تکمیل پرسش‌نامه و محاسبه آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۵، پایایی آن نیز تأیید شد.

جامعه آماری و نمونه: جامعه آماری این پژوهش را کارشناسان مرتبط با گردشگری اعم از بخش خصوصی و دولتی در شهرستان بویراحمد تشکیل داده‌اند. برای تعیین و شناسایی حجم نمونه از روش گلوله برفی استفاده شده است. براساس روش گلوله برفی، ابتدا کارشناس اول شناسایی شد و سپس کارشناسی دوم از طریق کارشناس اول معرفی و پرسشگری شد. این روند تا ۳۰ نفر ادامه پیدا کرد. در نتیجه حجم نمونه مورد پرسشگری در پژوهش، به تعداد ۳۰ نفر انتخاب و تعیین شد.

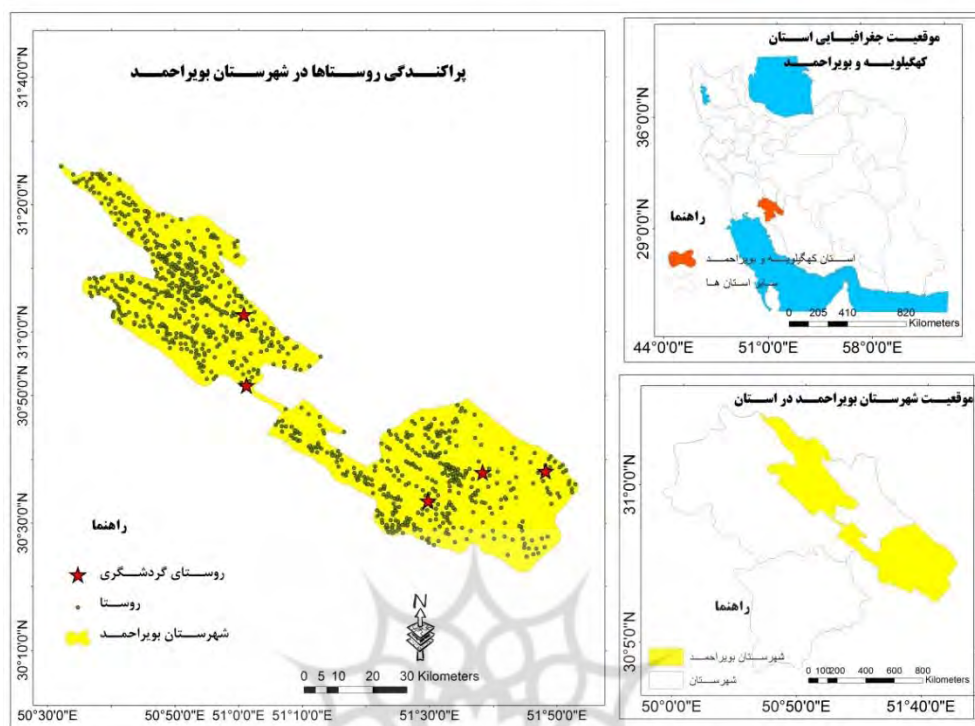
تحلیل داده‌ها: تحلیل‌ها در نرم‌افزار Excel و SPSS انجام شد. ابتدا آمار وارد نرم‌افزار شده و ویژگی‌های پاسخ‌گویان از لحاظ فراوانی و متغیرهای مرتبط محاسبه شد. سپس متغیرهای اصلی در قالب مدل سوات، تجزیه و تحلیل شدند. مدل سوات یکی از مدل‌های مهم در فرایند برنامه‌ریزی و شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید

و اتخاذ راهبردهاست. مدل SWOT^۱ مخفف واژه‌های «قوت‌ها»، «ضعف‌ها»، «فرصت‌ها» و «تهدیدها» است و ابزاری بسیار مهم برای تحلیل سیستماتیک عوامل داخلی و خارجی یک موضوع یا سازمان است. از طریق این مدل سعی می‌شود ضعف‌ها به قوت‌ها تبدیل شوند و با به حداقل رساندن ضعف‌های داخلی و تهدیدهای خارجی، از فرصت‌ها حداکثر استفاده به عمل آید. زمانی که مدل سوات در برنامه‌ریزی به صورت کامل اجرا شود می‌تواند پایه‌ای مناسب برای فرمول‌بندی سیاست‌ها و خط‌مشی ارائه دهد. در این مرحله است که راهبردها تدوین و با استفاده از روش‌های مختلف، اولویت‌بندی می‌شوند. یکی از روش‌های اولویت‌بندی راهبردهای استخراج‌شده، ماتریس یا روش QSPM^۲ است که برای اولویت‌بندی راهبردها استفاده شد. براساس این روش ابتدا، عوامل قوت، ضعف، فرصت و تهدید در یک ماتریس قرار گرفته و سپس امتیاز وزن‌دار برای هر کدام از این عوامل لحاظ می‌شود. در ادامه استراتژی‌ها ذکر و سپس امتیاز جذابیت برای هر عامل از ۱ تا ۴ مشخص می‌شود. درنهایت با عملیات ضرب و در انتها جمع تمام ستون، رتبه هر استراتژی مشخص می‌شود.

۱-۳. معرفی شهرستان بویراحمد

شهرستان بویراحمد، یکی از شهرستان‌های استان کهگیلویه و بویراحمد است. مرکز این شهرستان، شهر یاسوج است. شهرستان بویراحمد از شمال با شهرستان‌های دنا و مارگون از شمال شرقی با شهرستان‌های سمیرم استان اصفهان، از غرب با شهرستان کهگیلویه، از جنوب غربی با شهرستان چرام، از جنوب با شهرستان‌های رستم و ممسنی استان فارس و از شرق با شهرستان سپیدان استان فارس همسایه است. پست‌ترین نقطه این شهرستان دارای ۹۵۲ متر ارتفاع و بلندترین نقطه دارای ۳۹۲۲ متر ارتفاع از سطح دریاست.

1. Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats
2. Quantitative Strategic Planning Matrix



نقشه ۱: موقعیت جغرافیایی شهرستان بویراحمد

(ترسیم توسط نگارنده براساس داده‌های مکانی سازمان نقشه‌برداری کشور، ۱۴۰۲)

جمعیت این شهرستان براساس سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۲۸۰،۰۰۹ نفر بوده است. از نظر اقلیمی نیز دارای بارش سالانه ۷۰۰ میلیمتر و متوسط دمای برابر با ۲۲ درجه سانتیگراد است. بنابراین از لحاظ اقلیمی شرایط مطلوبی برای جذب گردشگری در ماه‌های مختلف سال دارد. از ظرفیت‌ها و منابع مهم توسعه گردشگری منطقه می‌توان به وجود جامعه عشایری، روستاهای با جاذبه‌های گردشگری تاریخی و طبیعی و فرهنگ و آداب و رسوم غنی اشاره کرد. از مهم‌ترین روستاهای گردشگری این منطقه نیز می‌توان به شهینیز، دهنو، مختار و منصورخانی کاکان اشاره کرد. جاذبه‌های طبیعی و روستایی بخش عمده‌ای گردشگری این منطقه را شامل می‌شود که با برنامه‌ریزی بهتر، می‌تواند تأثیرگذاری اقتصادی و اجتماعی مناسبی را به دنبال داشته باشد.

۴. یافته‌های تحقیق

نتایج به‌دست آمده در ارتباط با وضعیت گروه‌های سنی نمونه آماری نشان می‌دهد که ۱۰ درصد پاسخ‌دهندگان در گروه‌های سنی ۳۰ تا ۳۵ سال و ۱۰ درصد نیز در گروه سنی ۳۶ تا ۴۰ سال قرار گرفته‌اند. همچنین ۶۳/۳ درصد افراد

در گروه سنی ۴۱ تا ۴۵ سال و ۱۶/۷ درصد نیز بالای ۴۶ سال قرار داشته‌اند. بیشترین گروه سنی، مربوط به طبقه ۴۱ تا ۴۵ ساله به تعداد ۱۹ نفر از ۳۰ نفر است. همچنین از نظر متغیر جنس نیز ۸۶ درصد را مردان و ۱۴ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. یافته‌ها در ارتباط با وضعیت شغلی پاسخ‌گویان نشان می‌دهد، مدیران شهری با ۴۰ درصد پاسخ‌دهندگان رتبه اول را دارد و استادان دانشگاه کار کارشناسان بخش گردشگری و نیروهای امنیتی هر کدام با ۲۰ درصد نظر خود را ارائه کرد. پاسخ‌دهندگان در سطح تحصیلات متفاوت شامل کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا بودند که بیشترین نفرات پاسخ‌دهنده، دارای تحصیلات کارشناسی ارشد با ۱۹ نفر معادل ۶۳/۳ درصد بوده‌اند. ۲۰ درصد افراد کارشناسی و ۱۶/۳ درصد نیز دکتری داشته‌اند.

۴-۱. مرحله نخست: ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

فرایند برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری روستایی شهرستان بویر احمد با طی فرایند در چهار مرحله شامل ارزیابی عوامل خارجی و داخلی، تشکیل ماتریس عوامل داخلی و خارجی، اولویت‌بندی نهایی عوامل داخلی و خارجی و درنهایت تدوین برنامه‌ریزی راهبردی انجام شده است. در ادامه این مراحل تشریح شده است.

۴-۱-۱. تحلیل عوامل داخلی گردشگری روستایی (قوت و ضعف)

عوامل داخلی و خارجی تأثیرگذار بر گردشگری شهر بویراحمد پس از بررسی اطلاعات مرتبط از طریق نظرات مسئولان دولتی و پرسنل آژانس‌های مسافرتی در این رابطه شناخته شدند و در ماتریس ارزیابی قرار گرفتند تعداد عوامل داخلی ۲۲ عامل تعیین شده که از این مقدار ۱۱ عامل به‌عنوان قوت و ۱۱ عامل دیگر به‌عنوان ضعف گردشگری روستایی منطقه بویر احمد، شناخته شده است.

تحلیل عوامل قوت نشان می‌دهد که در بین نقاط قوت از دیدگاه پرسنل آژانس‌های مسافرتی، مهم‌ترین عامل، وجود جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوان در سطح ملی و بین‌المللی با وزن ۰/۳۲۰ بوده است. همچنین دو عامل اشتغال بعضی از شاغلان شهر در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری با وزن ۰/۳۱۹ و اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی بیشتر به‌وسیله گسترش گردشگری با وزن ۰/۲۰۷ در رتبه‌های دوم و سوم شناخته شده‌اند. همچنین براساس دیدگاه مسئولان، مهم‌ترین قوت گردشگری روستایی منطقه، وجود جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوان در سطح ملی و بین‌المللی با وزن نهایی ۰/۳۱۹ و سپس اشتغال بعضی از شاغلان شهر در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری با وزن نهایی ۰/۳۱۵ بوده است که با دیدگاه پرسنل آژانس‌های مسافرتی هم‌پوشانی دارد. مجموع وزن نهایی قوت‌ها نیز از دیدگاه پرسنل آژانس‌های مسافرتی برابر با ۱/۷۵۷ و از دیدگاه مسئولان برابر با ۱/۶۱۲ است.

بنابراین نقاط قوت مناسبی برای بهره‌برداری در زمینه موضوع وجود دارد.

جدول ۱: تحلیل نقاط قوت گردشگری مناطق روستایی شهرستان بویراحمد

مستولان			پرسنل آژانس‌های مسافرتی			وزن نسبی	تحلیل SWOT
رتبه	امتیاز وزنی	میانگین رتبه‌ای	رتبه	امتیاز وزنی	میانگین رتبه‌ای		
۲	۰/۳۱۵	۳/۴۳	۲	۰/۳۱۹	۳/۴۷	۰/۰۹۲	اشتغال بعضی از شاغلان شهر در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری
۵	۰/۱۴۰	۳/۴۳	۶	۰/۱۳۲	۲/۷۵	۰/۰۴۱	وجود بازارچه‌های پبله‌وری
۱	۰/۳۱۹	۳/۷۱	۱	۰/۳۲۰	۳/۷۲	۰/۰۸۶	وجود جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوان در سطح ملی و بین‌المللی
۳	۰/۲	۳/۲۳	۴	۰/۱۶۶	۲/۶۸	۰/۰۶۲	شهرت مردم شهر بویراحمد به مهمان‌نوازی و خونگرم بودن
۱۱	۰/۰۶۸	۳/۵۲	۱۰	۰/۰۸	۲/۹۸	۰/۰۲۷	تنوع قومی فرهنگی و اجتماعی و آداب‌ورسوم ویژه
۱۰	۰/۰۷۸	۲/۳۷	۱۱	۰/۰۷۹	۲/۳۹	۰/۰۳۳	افزایش انگیزه سفر برای گردشگران
۶	۰/۱۳۸	۲/۸۷	۵	۰/۱۳۲	۳/۲۳	۰/۰۴۸	شهرت جاذبه‌های گردشگری تاریخی و فرهنگی در مجاورت و بویراحمد
۷	۰/۱۳۲	۳/۵۷	۷	۰/۱۱۶	۳/۱۴	۰/۰۳۷	تنوع آب‌وهوایی، جاذبه‌های محیطی و چهار فصل بودن گردشگری
۸	۰/۱۱۹	۳/۴۱	۸	۰/۱۰۴	۲/۹۶	۰/۰۳۵	حفاظت از آثار کهن تاریخی و فرهنگی و جاذبه‌های طبیعی در گذر زمان
۹	۰/۰۸۵	۲/۲۶	۹	۰/۱۰۲	۲/۶۸	۰/۰۳۸	قرارگیری در مسیرهای راه‌های ارتباطی مهم
۴	۰/۰۱۸	۲/۶۲	۳	۰/۲۰۷	۲/۹۱	۰/۰۷۱	اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی بیشتر به‌وسیله گسترش گردشگری
-	۱/۶۱۲	-	-	۱/۷۵۷	-	۰/۵۷	مجموع امتیاز عوامل قوت

تحلیل عوامل ضعف نشان می‌دهد که در بین نقاط ضعف از دیدگاه پرسنل آژانس‌های مسافرتی، مهم‌ترین عامل، کمیت و کیفیت پایین خدمات وعدم وجود زیرساخت با وزن ۰/۱۹۷ بوده است. همچنین دو عامل نبود سرویس‌های عمومی جهت ایاب و ذهاب سوی نقاط گردشگری با وزن ۰/۱۱۳ و وجود ناامنی‌های اجتماعی برای گردشگران به‌ویژه در محلات قدیمی با وزن ۰/۱۱ در رتبه‌های دوم و سوم شناخته شده‌اند. همچنین براساس دیدگاه مسئولان، مهم‌ترین

ضعف گردشگری روستایی منطقه، کمیت و کیفیت پایین خدمات و عدم وجود زیرساخت با وزن نهایی ۰/۲۱۳ بوده است که با دیدگاه پرسنل آژانس‌های مسافرتی هم‌پوشانی دارد. عدم وجود تبلیغات مناسب و ضعف اطلاع‌رسانی درخصوص جاذبه‌ها با وزن نهایی ۰/۱۳۴ در رتبه دوم شناخته شد. مجموع وزن نهایی ضعف‌های گردشگری منطقه نیز از دیدگاه پرسنل آژانس‌های مسافرتی برابر با ۱/۱۴۲ و از دیدگاه مسئولان برابر با ۱/۱۳۶ است. بنابراین نقاط ضعف موجود نیز قابل تأمل و بررسی است.

جدول ۲: تحلیل نقاط ضعف گردشگری مناطق روستایی شهرستان بويراحمد

مستولان			پرسنل آژانس‌های مسافرتی			وزن نسبی	تحلیل SWOT
رتبه	امتیاز وزنی	میانگین رتبه‌ای	رتبه	امتیاز وزنی	میانگین رتبه‌ای		
۱	۰/۲۱۳	۳/۴۳	۱	۰/۱۹۷	۳/۱۸	۰/۰۶۲	کمیت و کیفیت پایین خدمات و عدم وجود زیرساخت
۴	۰/۱۰۹	۲/۹۵	۵	۰/۱۰۹	۲/۹۵	۰/۰۳۷	کمبود سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش غیردولتی و تعاونی در گردشگری
۳	۰/۱۲۱	۲/۷۶	۲	۰/۱۱۳	۲/۷۶	۰/۰۴۴	نبود سرویس‌های عمومی جهت ایاب و ذهاب سوی نقاط گردشگری
۶	۰/۰۹۶	۲/۷۳	۷	۰/۰۹	۲/۵۸	۰/۰۳۵	فصلی بودن گردشگری
۱۱	۰/۰۶۱	۲/۰۴	۹	۰/۰۸۳	۲/۷۶	۰/۰۳	عدم کفایت کافی در مدیریت پایدار بخش گردشگری
۲	۰/۱۳۴	۲/۶۲	۴	۰/۱۰۹	۲/۱۳	۰/۰۵۱	عدم وجود تبلیغات مناسب و ضعف اطلاع‌رسانی در خصوص جاذبه‌ها
۵	۰/۱۰۵	۲/۵۶	۳	۰/۱۱	۲/۵۱	۰/۰۴۱	وجود ناامنی‌های اجتماعی برای گردشگران به‌ویژه در محلات قدیمی
۹	۰/۰۷	۲/۴۱	۱۰	۰/۰۷۷	۲/۶۷	۰/۰۲۹	آلودگی منابع آب و خاک در منطقه با افزایش مقوله گردشگری
۷	۰/۰۹۲	۲/۳۷	۶	۰/۰۹۴	۲/۴۱	۰/۰۳۹	سرمای زیاد زمستان
۱۰	۰/۰۶۲	۲/۲۳	۱۱	۰/۰۷۱	۲/۵۴	۰/۰۲	پایین بودن باور ملی و سطح آگاهی مردم از مواهب گردشگری
۸	۰/۰۷۳	۲/۱۶	۸	۰/۰۸۹	۲/۶۲	۰/۰۳۴	تأثیر منفی عدم تمیزی شهر

تحلیل SWOT	وزن نسبی	پرسنل آژانس‌های مسافرتی			مسئولان		
		میانگین رتبه‌ای	امتیاز وزنی	رتبه	میانگین رتبه‌ای	امتیاز وزنی	رتبه
فرسودگی و تخریب جاذبه‌های گردشگری							
مجموع امتیاز عوامل ضعف	۰/۴۲۲	-	۱/۱۴۲	-	-	۱/۱۳۶	-

جدول ۳ مجموع وزن نقاط قوت و ضعف در زمینه گردشگری روستایی منطقه را نشان می‌دهد. مجموع وزن نهایی محاسبه شده برای عوامل داخلی از دیدگاه پرسنل آژانس‌های مسافرتی برابر با ۲/۹۰ و برای گروه مسئولان برابر با ۱/۷۴۸ بوده است که وزن نهایی گروه پرسنل به نسبت بهتر بوده است.

جدول ۳: مجموع امتیازات عوامل داخلی گردشگری مناطق روستایی

تحلیل SWOT	وزن نسبی	پرسنل آژانس‌های مسافرتی			مسئولان		
		میانگین رتبه‌ای	امتیاز وزنی	رتبه	میانگین رتبه‌ای	امتیاز وزنی	رتبه
مجموع امتیاز عوامل داخلی (قوت و ضعف)	۱	-	۲/۹۰	-	-	۲/۷۴۸	-

۲-۱-۴. تحلیل عوامل خارجی گردشگری روستایی (فرصت و تهدید)

عوامل خارجی تأثیرگذار بر گردشگری شهر بویراحمد پس از بررسی اطلاعات مرتبط از طریق نظرات مسئولان دولتی و پرسنل آژانس‌های مسافرتی در این رابطه شناخته شدند و در ماتریس ارزیابی قرار گرفتند تعداد عوامل خارجی ۱۹ عامل تعیین شده که از این مقدار ۹ عامل به عنوان فرصت و ۱۰ عامل دیگر به عنوان تهدید گردشگری روستایی منطقه بویراحمد، شناخته شده است.

تحلیل عوامل فرصت نشان می‌دهد که در بین نقاط ضعف از دیدگاه پرسنل آژانس‌های مسافرتی، مهم‌ترین عامل، تقویت ارائه امکانات در مجاورت جاذبه‌های گردشگری با وزن ۰/۳۰۳ بوده است. همچنین دو عامل لزوم استفاده دولت از ظرفیت‌های ناشناخته گردشگری بویراحمد با وزن ۰/۲۳ و ایجاد تسهیلات در زمینه صدور ویزا و روادید برای گردشگران خارجی با وزن ۰/۱۸۳ در رتبه‌های دوم و سوم شناخته شده‌اند. همچنین براساس دیدگاه مسئولان، مهم‌ترین ضعف گردشگری روستایی منطقه، تقویت ارائه امکانات در مجاورت جاذبه‌های گردشگری با وزن نهایی ۰/۰۸۹ بوده است. لزوم استفاده دولت از ظرفیت‌های ناشناخته گردشگری بویراحمد با وزن نهایی ۰/۰۷۴ در رتبه دوم و ایجاد تسهیلات

در زمینه صدور ویزا و روادید برای گردشگران خارجی با وزن ۰/۰۶۲ در رتبه سوم شناخته شد. هر سه عامل ذکر شده با نتایج بخش پرسنل همخوانی دارد. مجموع وزن نهایی فرصت‌های گردشگری منطقه نیز از دیدگاه پرسنل آژانس‌های مسافرتی برابر با ۱/۴۴۱ و از دیدگاه مسئولان برابر با ۰/۵۲۴ است. بنابراین نقاط فرصت قابل توجه‌ای وجود دارد.

جدول ۴: تحلیل نقاط فرصت گردشگری مناطق روستایی شهرستان بویراحمد

مستولان			پرسنل آژانس‌های مسافرتی			وزن نسبی	تحلیل SWOT
رتبه	امتیاز وزنی	میانگین رتبه‌ای	رتبه	امتیاز وزنی	میانگین رتبه‌ای		
۵	۰/۰۵۳	۲/۴۶	۵	۰/۱۳	۲/۲۷	۰/۱۲	توجه دولت به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری بویراحمد
۱	۰/۰۸۹	۳/۴۱	۱	۰/۳۰۳	۲/۳۳	۰/۲۰۷	تقویت ارائه امکانات در مجاورت جاذبه‌های گردشگری
۲	۰/۰۷۴	۳/۱۱	۲	۰/۲۳	۲/۳۶	۰/۱۷۵	لزوم استفاده دولت از ظرفیت‌های ناشناخته گردشگری بویراحمد
۸	۰/۰۴۶	۲/۲۶	۸	۰/۱۰۴	۲/۴۲	۰/۱۱۱	زمینه‌سازی ایجاد فرصت برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
۳	۰/۰۶۲	۲/۹۵	۳	۰/۱۸۳	۳/۲۳	۰/۲	ایجاد تسهیلات در زمینه صدور ویزا و روادید برای گردشگران خارجی
۵	۰/۰۵	۱/۹۲	۷	۰/۱۰۸	۲/۳۱	۰/۱۳	تبادل و ترویج متقابل فرهنگ‌ها
۶	۰/۰۵۲	۲/۳۱	۶	۰/۱۲	۲/۷۵	۰/۱۴۳	امکان استفاده بهینه از تمام جاذبه‌های متنوع اکوتوریستی، تاریخی و غیره
۴	۰/۰۵۴	۳/۲	۴	۰/۱۷۳	۲/۵۳	۰/۱۳۷	تلاش جهت حفظ آثار باستانی و تاریخی به‌عنوان هویت ملی
۹	۰/۰۴۴	۲/۰۵	۹	۰/۰۹	۲/۴۴	۰/۱۰۷	وجود فرصت مناسب برای شکوفایی نظرات نیروهای متخصص و باتجربه
-	۰/۵۲۴	-	-	۱/۴۴۱	-	۰/۵۳	مجموع امتیاز عوامل فرصت

در اولویت‌بندی عوامل داخلی و خارجی دخیل در توسعه گردشگری بویراحمد SWOT نشان می‌دهد. معرفی وجود جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوان در سطح منطقه‌ای ملی و بین‌المللی و تنوع مراکز اقامتی و تورها از نظر مسئولان با میانگین رتبه‌های ۰/۳۷۱ و امتیاز وزنی ۰/۳۱۹ مهم‌ترین نقطه قوت توسعه و گسترش مقوله گردشگری در بویراحمد است.

بخش دیگر عوامل خارجی، تهدیدات است. تحلیل عوامل تهدید مرتبط با گردشگری روستایی منطقه نشان

می‌دهد که در بین نقاط تهدید از دیدگاه پرسنل آژانس‌های مسافرتی، مهم‌ترین عامل، وجود بروکراسی اداری و عدم ارائه مجوز دولت جهت توسعه گردشگری با وزن ۰/۲۰۲ بوده است. همچنین دو عامل افزایش قیمت زمین به‌خاطر بورس بازی و بالطبع افزایش بار مالی گردشگری با وزن ۰/۱۸ و گسترش مهاجرت و افزایش رو به رشد جمعیت و بزهکاری در منطقه با وزن ۰/۱۵ در رتبه‌های دوم و سوم شناخته شده‌اند. همچنین براساس دیدگاه مسئولان، مهم‌ترین تهدید گردشگری روستایی منطقه، وجود بروکراسی اداری و عدم ارائه مجوز دولت جهت توسعه گردشگری با وزن نهایی ۰/۲۱۶ بوده است. گسترش مهاجرت و افزایش رو به رشد جمعیت و بزهکاری در منطقه با وزن نهایی ۰/۱۴۸ در رتبه دوم و ناتوانی و ناکارآمدی سازمان‌های متولی امر گردشگری در بالادست با وزن ۰/۱۲۹ در رتبه سوم شناخته شد. مجموع وزن نهایی تهدیدهای گردشگری منطقه نیز از دیدگاه پرسنل آژانس‌های مسافرتی برابر با ۱/۱۹۴ و از دیدگاه مسئولان برابر با ۱/۱۱۳ است. بنابراین نقاط تهدید قابل توجهی وجود دارد.

جدول ۵: تحلیل نقاط تهدید گردشگری مناطق روستایی شهرستان بویراحمد

تحلیل SWOT	وزن نسبی	پرسنل آژانس‌های مسافرتی			مسئولان		
		رتبه اول	وزن	رتبه دوم	وزن	رتبه سوم	وزن
ناتوانی و ناکارآمدی سازمان‌های متولی امر گردشگری در بالادست	۰/۰۴۲	۲/۰۴	۰/۰۸۶	۷	۳/۰۶	۰/۱۲۹	۳
افزایش قیمت زمین به‌خاطر بورس بازی و بالطبع افزایش بار مالی گردشگری	۰/۰۵۴	۳/۳۳	۰/۱۸	۲	۱/۱	۰/۰۶	۵
افزایش آمار تصادفات جاده‌ای منتهی جاده‌های منتهی به بویراحمد	۰/۰۴۸	۲/۲۵	۰/۱۰۸	۵	۲/۰۳	۰/۰۹۷	۸
تبلیغات ضد ایرانی و تخریب اذهان عمومی در سایر کشورها	۰/۰۴۱	۲/۰۸	۰/۰۸۵	۸	۲/۳۸	۰/۰۹۸	۷
عدم ثبات سیاسی کشورهای مجاور و گسترش تروریسم در منطقه	۰/۰۴۶	۲/۰۵	۰/۰۹۴	۶	۲/۲۸	۰/۱۰۵	۶
گسترش مهاجرت و افزایش رو به رشد جمعیت و بزهکاری در منطقه	۰/۰۵۶	۲/۶۷	۰/۱۵	۳	۲/۶۵	۰/۱۴۸	۲
شفاف نبودن منطق برخورد سیاسی ایران در روابط با سایر کشورها	۰/۰۳۸	۱/۹۳	۰/۰۷۳	۹	۲/۱۴	۰/۰۸۱	۹
ضریب بنسبه بالای خطر وقوع زلزله در منطقه بویراحمد	۰/۰۲۶	۲/۲	۰/۰۵۷	۱۰	۲/۰۲	۰/۰۵۳	۱۰
توجه به نگرش صرفاً اسلامی به مقوله گردشگری منطقه	۰/۰۵۲	۲/۷۱	۰/۱۴۱	۴	۲/۴۲	۰/۱۲۶	۴
وجود بروکراسی اداری و عدم ارائه مجوز دولت جهت توسعه گردشگری	۰/۰۶۷	۳/۲۸	۰/۲۲	۱	۳/۲۳	۰/۲۱۶	۱
مجموع امتیاز عوامل تهدید	۰/۴۷	-	۱/۱۹۴	-	-	۱/۱۱۳	-

جدول زیر مجموع وزن نقاط فرصت و تهدید در زمینه گردشگری روستایی منطقه را نشان می‌دهد. مجموع وزن نهایی محاسبه شده برای عوامل خارجی از دیدگاه پرسنل آژانس‌های مسافرتی برابر با ۲/۶۳۵ و برای گروه مسئولان برابر با ۱/۶۳۷ بوده است که وزن نهایی گروه پرسنل به نسبت بهتر بوده است.

جدول ۶: مجموع امتیازات عوامل خارجی گردشگری مناطق روستایی

مستولان			پرسنل آژانس‌های مسافرتی			وزن نسبی	تحلیل SWOT
رتبه	امتیاز وزنی	میانگین رتبه‌ای	رتبه	امتیاز وزنی	میانگین رتبه‌ای		
-	۱/۶۳۷	-	-	۲/۶۳۵	-	۱	مجموع امتیاز عوامل داخلی (فرصت و تهدید)

۴-۲. مرحله دوم: اولویت‌بندی عوامل داخلی و خارجی

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از ماتریس تحلیل اقدام به رتبه‌بندی هر یک از عوامل با اعمال دیدگاه‌ها و نظرات دو گروه مشارکت‌کننده که نشان‌دهنده دیدگاه‌های مشترک آن‌هاست، اقدام شده است. رتبه‌بندی نهایی از طریق رتبه‌های دو گروه مورد سنجش قرار گرفته است که در آن هر عاملی که میانگین وزنی بزرگ‌تری به‌دست آورد از اهمیت بیشتری برخوردار است. همان‌طور که از این جدول استنباط می‌شود معرفی جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوان در سطح منطقه‌ای ملی و بین‌المللی با میانگین وزنی ۰/۳۱۶ به‌عنوان مهم‌ترین نقطه قوت داخلی و عامل کمیت و کیفیت پایین خدمات و عدم وجود زیرساخت‌های مناسب به‌ویژه تسهیلات پذیرایی و اقامتی (هتل‌ها) و میانگین وزنی ۰/۲۰۲۰ مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی در توسعه گردشگری منطقه بویراحمد محسوب می‌شود. درعین حال از بین عوامل خارجی عامل تقویت ارائه امکانات در مجاورت جاذبه‌های گردشگری با میانگین وزنی ۰/۲۳۰ به‌عنوان مهم‌ترین فرصت خارجی و معرفی وجود بروکراسی اداری و عدم ارائه مجوز از سوی دولت جهت توسعه خدمات تجهیزات و تأسیسات گردشگری در منطقه با میانگین وزنی ۰/۱۹۱ به‌عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی مطرح است (جدول ۷).

جدول ۷: اولویت‌بندی عوامل داخلی و خارجی با تلفیق نتایج دو گروه

اولویت‌بندی عوامل داخلی توسعه گردشگری بویراحمد			اولویت‌بندی عوامل داخلی توسعه گردشگری بویراحمد		
رتبه	امتیاز وزنی	میانگین رتبه‌ای	رتبه	امتیاز وزنی	میانگین رتبه‌ای
۰/۲۳۰	1 تقویت ارائه امکانات در مجاورت جاذبه‌های گردشگری	۰/۳۱۶	۰/۳۱۶	S1 وجود جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوان در سطح ملی و بین‌المللی	۰/۱۹۱

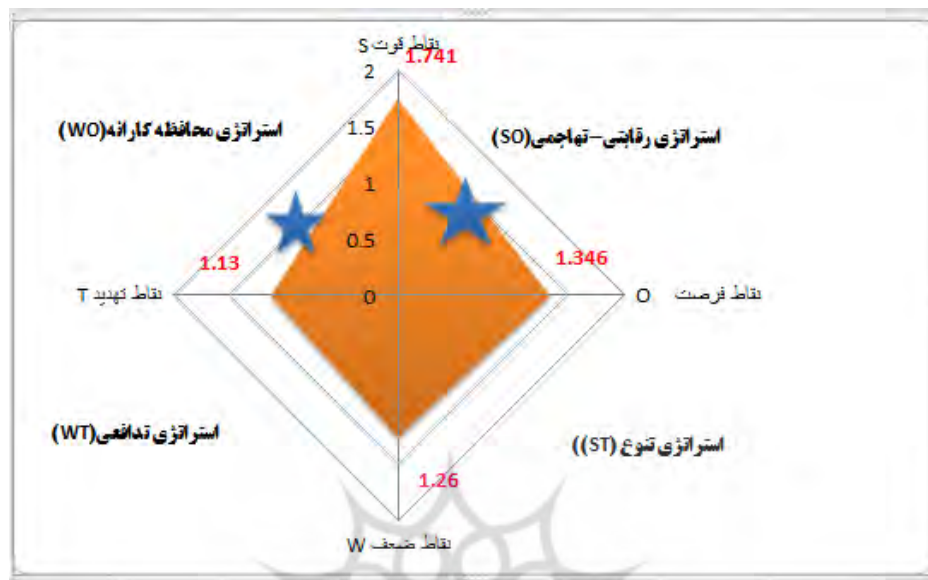
اولویت‌بندی عوامل داخلی توسعه گردشگری بوییر احمد	اولویت‌بندی عوامل خارجی توسعه گردشگری بوییر احمد	اولویت‌بندی عوامل داخلی توسعه گردشگری بوییر احمد	اولویت‌بندی عوامل خارجی توسعه گردشگری بوییر احمد
S2 اشتغال بعضی از شاغلان شهر در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری	02 لزوم استفاده دولت از ظرفیت‌های ناشناخته گردشگری	03 ایجاد تسهیلات در زمینه صدور ویزا و روادید برای گردشگران خارجی	04 امکان استفاده از تمام جاذبه‌های متنوع اکوتوریستی و غیره
S3 اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی بیشتر به وسیله گسترش گردشگری	05 تلاش جهت حفظ آثار باستانی و تاریخی به عنوان هویت ملی	06 توجه دولت به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری بوییر احمد	07 تبادل و ترویج متقابل فرهنگ‌ها
S4 شرکت مردم شهر بوییر احمد به مهمان‌نوازی و خونگرم بودن	08 زمینه‌سازی ایجاد فرصت برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	09 وجود فرصت مناسب برای شکوفایی نظرات نیروهای متخصص	T1 وجود بروکراسی اداری و عدم ارائه مجوز دولت جهت توسعه گردشگری
S5 شهرت جاذبه‌های گردشگری تاریخی و فرهنگی در مجاورت و بوییر احمد	S9 قرارگیری در مسیرهای راه‌های ارتباطی مهم	S10 افزایش انگیزه سفر برای گردشگران	S11 تنوع قومی فرهنگی و اجتماعی و آداب و رسوم ویژه
S6 وجود بازارچه‌های پبله وری	S7 تنوع آب‌وهوایی، جاذبه‌های محیطی و چهار فصل بودن گردشگری	S8 حفاظت از آثار کهن تاریخی و فرهنگی و جاذبه‌های طبیعی در گذر زمان	S9 قرارگیری در مسیرهای راه‌های ارتباطی مهم
S7 تنوع آب‌وهوایی، جاذبه‌های محیطی و چهار فصل بودن گردشگری	S8 حفاظت از آثار کهن تاریخی و فرهنگی و جاذبه‌های طبیعی در گذر زمان	S9 قرارگیری در مسیرهای راه‌های ارتباطی مهم	S10 افزایش انگیزه سفر برای گردشگران
S8 حفاظت از آثار کهن تاریخی و فرهنگی و جاذبه‌های طبیعی در گذر زمان	S9 قرارگیری در مسیرهای راه‌های ارتباطی مهم	S10 افزایش انگیزه سفر برای گردشگران	S11 تنوع قومی فرهنگی و اجتماعی و آداب و رسوم ویژه
S9 قرارگیری در مسیرهای راه‌های ارتباطی مهم	S10 افزایش انگیزه سفر برای گردشگران	S11 تنوع قومی فرهنگی و اجتماعی و آداب و رسوم ویژه	T2 گسترش مهاجرت و افزایش رو به رشد جمعیت و بزهکاری در منطقه
S10 افزایش انگیزه سفر برای گردشگران	S11 تنوع قومی فرهنگی و اجتماعی و آداب و رسوم ویژه	T3 افزایش قیمت زمین به خاطر بورس بازی و بالطبع افزایش بار مالی گردشگری	T4 توجه به نگرش صرفاً اسلامی به مقوله گردشگری منطقه
S11 تنوع قومی فرهنگی و اجتماعی و آداب و رسوم ویژه	T1 وجود بروکراسی اداری و عدم ارائه مجوز دولت جهت توسعه گردشگری	T2 گسترش مهاجرت و افزایش رو به رشد جمعیت و بزهکاری در منطقه	T3 افزایش قیمت زمین به خاطر بورس بازی و بالطبع افزایش بار مالی گردشگری
T1 وجود بروکراسی اداری و عدم ارائه مجوز دولت جهت توسعه گردشگری	T2 گسترش مهاجرت و افزایش رو به رشد جمعیت و بزهکاری در منطقه	T3 افزایش قیمت زمین به خاطر بورس بازی و بالطبع افزایش بار مالی گردشگری	T4 توجه به نگرش صرفاً اسلامی به مقوله گردشگری منطقه
T2 گسترش مهاجرت و افزایش رو به رشد جمعیت و بزهکاری در منطقه	T3 افزایش قیمت زمین به خاطر بورس بازی و بالطبع افزایش بار مالی گردشگری	T4 توجه به نگرش صرفاً اسلامی به مقوله گردشگری منطقه	T5 ناتوانی و ناکارآمدی سازمان‌های متولی امر گردشگری در بالادست
T3 افزایش قیمت زمین به خاطر بورس بازی و بالطبع افزایش بار مالی گردشگری	T4 توجه به نگرش صرفاً اسلامی به مقوله گردشگری منطقه	T5 ناتوانی و ناکارآمدی سازمان‌های متولی امر گردشگری در بالادست	T6 افزایش آمار تصادفات جاده‌ای منتهی جاده‌های منتهی به بوییر احمد
T4 توجه به نگرش صرفاً اسلامی به مقوله گردشگری منطقه	T5 ناتوانی و ناکارآمدی سازمان‌های متولی امر گردشگری در بالادست	T6 افزایش آمار تصادفات جاده‌ای منتهی جاده‌های منتهی به بوییر احمد	T7 تبلیغات ضد ایرانی و تخریب اذهان عمومی در سایر کشورها
T5 ناتوانی و ناکارآمدی سازمان‌های متولی امر گردشگری در بالادست	T6 افزایش آمار تصادفات جاده‌ای منتهی جاده‌های منتهی به بوییر احمد	T7 تبلیغات ضد ایرانی و تخریب اذهان عمومی در سایر کشورها	W1 کمیت و کیفیت پایین خدمات و عدم وجود زیرساخت
T6 افزایش آمار تصادفات جاده‌ای منتهی جاده‌های منتهی به بوییر احمد	T7 تبلیغات ضد ایرانی و تخریب اذهان عمومی در سایر کشورها	W2 عدم وجود تبلیغات مناسب و ضعف اطلاع‌رسانی در خصوص جاذبه‌ها	W3 نبود سرویس‌های عمومی جهت ایاب و ذهاب سوی نقاط گردشگری
T7 تبلیغات ضد ایرانی و تخریب اذهان عمومی در سایر کشورها	W1 کمیت و کیفیت پایین خدمات و عدم وجود زیرساخت	W2 عدم وجود تبلیغات مناسب و ضعف اطلاع‌رسانی در خصوص جاذبه‌ها	W3 نبود سرویس‌های عمومی جهت ایاب و ذهاب سوی نقاط گردشگری
W1 کمیت و کیفیت پایین خدمات و عدم وجود زیرساخت	W2 عدم وجود تبلیغات مناسب و ضعف اطلاع‌رسانی در خصوص جاذبه‌ها	W3 نبود سرویس‌های عمومی جهت ایاب و ذهاب سوی نقاط گردشگری	W4 کمبود سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش غیردولتی و تعاونی در گردشگری
W2 عدم وجود تبلیغات مناسب و ضعف اطلاع‌رسانی در خصوص جاذبه‌ها	W3 نبود سرویس‌های عمومی جهت ایاب و ذهاب سوی نقاط گردشگری	W4 کمبود سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش غیردولتی و تعاونی در گردشگری	W5 وجود ناامنی‌های اجتماعی برای گردشگران به ویژه در محلات قدیمی
W3 نبود سرویس‌های عمومی جهت ایاب و ذهاب سوی نقاط گردشگری	W4 کمبود سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش غیردولتی و تعاونی در گردشگری	W5 وجود ناامنی‌های اجتماعی برای گردشگران به ویژه در محلات قدیمی	W6 فصلی بودن گردشگری
W4 کمبود سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش غیردولتی و تعاونی در گردشگری	W5 وجود ناامنی‌های اجتماعی برای گردشگران به ویژه در محلات قدیمی	W6 فصلی بودن گردشگری	W7 سرمای زیاد زمستان
W5 وجود ناامنی‌های اجتماعی برای گردشگران به ویژه در محلات قدیمی	W6 فصلی بودن گردشگری	W7 سرمای زیاد زمستان	
W6 فصلی بودن گردشگری	W7 سرمای زیاد زمستان		
W7 سرمای زیاد زمستان			

اولویت‌بندی عوامل داخلی توسعه گردشگری بویبر احمد	اولویت‌بندی عوامل خارجی توسعه گردشگری بویبر احمد
W8 تأثیر منفی عدم تمیزی شهر فرسودگی و تخریب جاذبه‌های گردشگری	T8 عدم ثبات سیاسی کشورهای مجاور و گسترش تروریسم در منطقه
W9 آلودگی منابع آب و خاک در منطقه با افزایش مقوله گردشگری	T9 شفاف نبودن منطق برخورد سیاسی ایران در روابط با سایر کشورها
W10 عدم کفایت کافی در مدیریت پایدار بخش گردشگری	T10 ضریب بانسبه بالای خطر وقوع زلزله در بویبر احمد
W11 پایین بودن باور ملی و سطح آگاهی مردم از مواهب گردشگری	
مجموع امتیاز عوامل داخلی با تلفیق نظرات دو گروه مشارکت کننده	مجموع امتیاز عوامل خارجی با تلفیق نظرات دو گروه مشارکت کننده
۲/۸۷	۲/۴۸

۴-۲-۱. تجزیه و تحلیل ماتریس داخلی و خارجی (تعیین راهبرد)

پس از تعیین عوامل داخلی و خارجی و تعیین ارزش‌ها، حال می‌توانیم راهبردهای غالب جهت ارتقای گردشگری منطقه را تعیین کنیم. بنابراین به منظور بررسی تطبیقی مدل SWOT از وضع موجود (نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها) و نیز اتخاذ راهبرد برتر و مناسب، ضریب نهایی هر یک از بخش‌های چهارگانه (نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها)، محاسبه شد (براساس جدول‌های قبل). شاخص‌های چهارگانه نشان می‌دهد که نقاط قوت با وزن نهایی برابر با ۱/۷۴۱ نسبت به دیگر بخش‌ها برتری دارند و در رتبه بعدی نیز نقاط فرصت با وزن ۱/۳۴۶ است. با توجه به این وضعیت، بایستی بیان کرد که در بخش عوامل داخلی نقاط قوت بر ضعف، برتری دارد و در بخش عوامل خارجی نیز عوامل فرصت بر تهدید برتری دارد. با وجود این، سیستم یا پدیده موردنظر (گردشگری روستایی منطقه بویبر احمد) دارای فرصت‌ها و قوت‌های فراوانی بوده و لذا می‌توان با استفاده از این فرصت‌ها و قوت‌ها، نقاط ضعف و تهدید را کاهش داد یا حذف کرد. با توجه به این نتایج و تلفیق چهار نقطه با همدیگر و تشکیل استراتژی‌ها، براساس نمودار زیر بهترین راهبرد برای ارتقا و توسعه گردشگری روستایی منطقه دو راهبرد محافظه کارانه و راهبرد رقابتی - تهاجمی است که انتخاب و معرفی می‌شود. در راهبرد رقابتی - تهاجمی، با بهره‌گیری از نقاط قوت درصدد بهره‌برداری از فرصت‌ها هستیم. در راهبرد محافظه کارانه نیز با بهره‌جستن از فرصت‌ها، نقاط ضعف کاهش یا حذف خواهند شد.

نقاط قوت ($S=1/741$)؛ نقاط ضعف ($W=1/126$)؛ نقاط فرصت ($O=1/346$)؛ نقاط تهدید ($T=1/13$)



شکل ۱: تعیین استراتژی و اولویت‌های اجرایی SWOT

۳-۴. مرحله سوم: تطبیق و تعیین راهبردها

مرحله تعریف و تعیین راهبرد درواقع شامل دو مرحله است. ابتدا مرحله تدوین راهبردهای اولیه از طریق ماتریس SWOT انجام شده و سپس مرحله انتخاب راهبردهای قابل قبول از طریق ماتریس داخلی و خارجی به ترتیب زیر صورت گرفته است: تشکیل ماتریس SWOT (تدوین راهبردها): در چارچوب تدوین راهبردها مرحله ارزیابی برگرفته از ابزارهایی است که متکی به اطلاعات به دست آمده از مرحله ارزیابی محیط خارجی و داخلی است. بدین ترتیب که فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی را با نقاط ضعف و قوت داخلی مقایسه می‌کند و به همین منظور عوامل خارجی و داخلی در ماتریس SWOT با یکدیگر مقایسه شده‌اند تا راهبردهای امکان‌پذیر تدوین شود. برای تعیین راهبردهای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری بویراحمد عوامل داخلی شامل نقاط قوت و ضعف و سپس عوامل خارجی شامل فرصت و تهدیدها تعیین و درنهایت راهبردهای گوناگون تعیین شده است.

جدول ۸: راهبردهای ارتقا و توسعه گردشگری مناطق روستایی بویراحمد

نقاط قوت	نقاط ضعف	
SO1 تقویت و افزایش ارائه امکانات در منابع گردشگری با اهمیت ملی و بین‌المللی	WO1 راه‌اندازی راه‌آهن و افزایش سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل در بویراحمد به‌ویژه تقویت حمل‌ونقل درون‌شهری و برون‌شهری و افزایش سرویس ایاب و ذهاب به‌سوی مغازه مقاصد گردشگری	روستاهای
SO2 توسعه فضاهای تفریحی و سرگرمی از طریق توسعه جاذبه‌های توریستی به‌عنوان بستر مناسب و مکمل گردشگری برای افزایش مدت زمان اقامت گردشگران به‌ویژه گردشگران خارجی	WO2 آشنا کردن مدیران هتل‌ها و دفاتر خدمات مسافرتی با روش‌های نوین تبلیغات و بازاریابی گردشگری	
SO3 برنامه‌ریزی برای افزایش جذب گردشگر از کشورهای منطقه به افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در سایر زمینه‌ها منجر می‌گردد	WO3 تلاش برای شناسایی و ثبت جاذبه‌های گردشگری در فهرست آثار ملی و جهانی برای شناخت بیشتر مردم و شناخت جاذبه‌های اکوتوریستی و ایجاد مراکز گردشگری تفریحی با توجه به توانمندی‌های منطقه	
SO4 برنامه‌ریزی برای گسترش صنایع دستی و سایر مشاغل وابسته به‌منظور اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد پایدار	WO4 افزایش هماهنگی سازمان‌های مرتبط با گردشگری و ایجاد مدیریت واحد برای اجرای بهتر برنامه‌های توسعه گردشگری	
SO5 کم کردن محدودیت‌ها برای ورود گردشگران به کشور به‌ویژه در زمینه صدور ویزا و سایل مذهبی و افزایش مزایای اجتماعی برای گردشگران خارجی	WO5 تفکیک فرهنگ اسلامی و فرهنگ گردشگری در جامعه که به محدودیت گردشگری در کشور منجر می‌شود سایر انواع گردشگری را از بین می‌برد	
ST1 افزایش بودجه تخصیصی برای توسعه جاذبه‌های گردشگری و ایجاد مدیریت واحد شفاف برای جدایی برای اجرایی شدن و تحقیق و توسعه امر گردشگری	WT1 تلاش برای ارائه چهره سالم از کشور در جهت تصحیح ذهنیت از آن بین‌المللی نسبت به ایران	شهرها
ST2 افزایش تبلیغات و فعالیت‌های آگاه‌سازی در رسانه‌ها پیرامون مزیت‌های گردشگری در منطقه و از بین بردن ذهنیت نادرست اثرات گردشگری	WT2 افزایش مشارکت شهروندان در تشکیل سازمان‌های غیردولتی برای رسیدگی به امور شهری و جلوگیری از بروز ناامنی و ناهنجاری و بزهکاری در سطح شهر به‌ویژه محلات قدیمی	
ST3 افزایش اعتبارات برای بهسازی و گسترش راه‌ها و سرویس‌های حمل‌ونقل در جهت کاهش تصادفات جاده‌ای	WT3 به‌کارگیری مدیریت شایسته و کارآمد در برنامه‌ریزی گردشگری برای افزایش سرمایه‌گذاری در بستر گردشگری	
ST4 تقویت بافت کالبدی شهر و افزایش کیفیت بصری فضاها و جاذبه‌های گردشگری و همچنین کاهش آلودگی هوا و معابر شهری	WT4 احیا و مرمت آثار باستانی و تاریخی در برابر مخاطرات طبیعی و انسانی	

۱-۳-۴. تشکیل ماتریس داخلی و خارجی (انتخاب راهبردهای قابل قبول)

پس از تدوین راهبردهای اولیه از مقایسه عوامل داخلی و خارجی ماتریس سوات، راهبردهای قابل قبول انتخاب شد. برای انتخاب راهبرد قابل قبول برنامه‌ریزی گردشگری بویراحمد دو گام انجام شد.

گام اول: تشکیل ماتریس راهبردها و اولویت‌های اجرایی و تعیین موقعیت گردشگری شهرستان بویراحمد

راهبردها و اولویت‌های اجرایی دارای دو بُعد اصلی است. ارزیابی عوامل داخلی گردشگری منطقه بویراحمد شامل دو گروه مشارکت‌کننده (آژانس‌های مسافرتی و مسئولان) و میانگین نظرات پرسش‌شوندگان بر روی محور Xها نشان داده شد و جمع امتیاز نهایی ارزیابی عوامل خارجی بخش گردشگری منطقه بویراحمد و میانگین نظرات پرسش‌شوندگان بر روی محور Yها نوشته شده است. عوامل داخلی و خارجی بخش گردشگری منطقه بویراحمد بر روی محور Xها و Yها تعیین‌کننده موقعیت این بخش در ماتریس راهبردها و اولویت‌های اجرایی است.

گام دوم: انتخاب راهبردهای قابل قبول

موقعیت گردشگری منطقه بویراحمد در ماتریس راهبردی و اولویت‌های اجرایی تعیین‌کننده راهبردهای قابل قبول برای بهبود ضعف‌ها در بخش گردشگری منطقه بویراحمد است. راهبردهای قابل قبول در برنامه‌ریزی گردشگری بویراحمد با توجه به اوزان محاسبه‌شده، راهبردهای محافظه‌کارانه است با توجه به اینکه منابع و جاذبه‌های گردشگری منطقه بویراحمد در موقعیت مناسبی قرار گرفتند و جزء نقاط قوت در میان سایر عوامل ارزیابی شده‌اند، بنابراین می‌توان بعد از استفاده از راهبردهای محافظه‌کارانه از راهبردهای تهاجمی نیز استفاده کرد. به همین دلیل نخست از راهبردهای اولیه در بخش راهبردهای محافظه‌کارانه و سپس از راهبردهای اولیه در بخش راهبردهای رقابتی - تهاجمی استفاده شده است.

۴-۴. مرحله چهارم: تهیه جدول برنامه‌ریزی کمی راهبردی (اولویت‌بندی راهبردهای قابل قبول)

در مرحله حاضر در ارتباط با راهبردهای قابل قبول تصمیم‌گیری می‌شود. جذابیت هر راهبرد با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی کمی مشخص شده و راهبردهای دارای جذابیت بالا به‌عنوان راهبردهای مورد تأکید و اولویت‌دار در برنامه گردشگری منطقه بویراحمد تعیین می‌شود. برای کمی کردن استراتژی‌ها از ماتریس QSPM استفاده شده است. به‌گونه‌ای که براساس کمیت حاصل، استراتژی‌ها مقایسه و اولویت‌بندی شدند. درواقع این روش مشخص می‌کند که کدامیک از مؤلفه‌های استراتژیک انتخاب‌شده، امکان‌پذیر و واقعیت پیدا می‌کند. این ماتریس برای ارزیابی امکان‌پذیری و پایداری راهکارهای پیشنهادی در مواجهه با شرایط و وضع موجود است. روش کار به این صورت است که در مرحله اول فرصت‌ها و تهدیدات خارجی و قوت‌ها و ضعف‌های داخلی را در ستون راست QSPM فهرست شده است. در مرحله

دوم برای هر عامل، موفقیت امتیازی در نظر گرفته می‌شود. این امتیازات با توجه به ماتریس‌های IFE و EFE است و در ستون دوم در برابر عوامل، موفقیت قرار داده می‌شوند. در مرحله سوم با در نظر گرفتن مرحله دوم فرموله کردن، یعنی مرحله تلفیق و ترکیب، استراتژی‌های شدنی و قابل اجرا در نظر گرفته می‌شود و آن‌ها را در ردیف بالای ماتریس QSPM قرار می‌دهند. در مرحله چهارم امتیازهای جذابیت AS تعیین می‌شود و آن‌ها را به صورت مقادیر عددی که نشان‌دهنده جذابیت نسبی هر استراتژی هستند، تعریف می‌کنند. امتیاز جذابیت، با در نظر گرفتن هم‌زمان عوامل، موفقیت و طرح این سؤال حاصل می‌شود که «آیا این عامل در انتخاب استراتژی مذکور اثر می‌گذارد؟» پاسخ داده شده اگر مثبت باشد در یک کلاس بندی بین عدم جذابیت تا بسیار جذاب از امتیاز ۱ تا ۴ قرار می‌گیرد. در مرحله پنجم، جمع امتیازهای جذابیت‌ها را به دست آورده، این کار با ضرب امتیاز هر عامل در امتیاز جذابیت در هر ردیف حاصل می‌شود و نشان‌دهنده جذابیت نسبی آن استراتژی است. امتیاز بالاتر به معنای جذابیت بیشتر آن استراتژی است. جدول زیر وزن نهایی عوامل، امتیاز و مقادیر جذابیت مربوط به هر عامل را نشان می‌دهد. در این بخش ۶ راهبرد قابل قبول مورد تحلیل و اولویت‌بندی قرار گرفته‌اند که نتایج آن‌ها در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۹: برنامه‌ریزی کمی راهبردی (اولویت‌بندی راهبردهای قابل قبول)

عوامل داخلی و خارجی	امتیاز وزنی	Wo1		Wo2		Wo3		So1		So2		So3	
		جمع امتیاز جذابیت	امتیاز	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز
نقاط قوت	S1	۰/۳۱۶	۲	۰/۶۳۲	۲	۰/۶۳۲	۳	۰/۹۴۸	۳	۰/۹۴۸	۲	۰/۶۳۲	۲
	S2	۰/۳۰۵	۱	۰/۳۰۵	۲	۰/۶۱	۱	۰/۳۰۵	۳	۰/۹۱۵	۲	۰/۶۱	۱
	S3	۰/۱۹۱	۰	۰	۱	۰/۱۹۱	۱	۰/۱۹۱	۲	۰/۳۸۲	۲	۰/۳۸۲	۲
	S4	۰/۱۸۳	۱	۰/۱۸۳	۲	۰/۶۳۳	۰	۰	۱	۰/۱۸۳	۰	۰	۱
	S5	۰/۱۳۳	۲	۰/۲۶۶	۲	۰/۲۶۶	۴	۰/۵۳۳	۳	۰/۳۹۹	۱	۰/۱۳۳	۱
	S6	۰/۱۲۹	۲	۰/۲۵۸	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱
	S7	۰/۱۲۵	۱	۰/۱۲۵	۳	۰/۳۷۵	۰	۰	۱	۰/۱۲۵	۳	۰/۳۷۵	۲
	S8	۰/۱۱۲	۰	۰	۱	۰/۱۱۲	۴	۰/۴۴۸	۲	۰/۲۲۴	۳	۰/۳۳۶	۰
	S9	۰/۰۸۷	۳	۰/۲۶۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
	S10	۰/۰۸۱	۲	۰/۱۶۲	۳	۰/۲۴۳	۱	۰/۰۸۱	۲	۰/۱۶۲	۲	۰/۱۶۲	۱
	S11	۰/۰۷۶	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱
ضعف‌ها	W1	۰/۲۰۲	۲	۰/۴۰۴	۳	۰/۶۰۶	۰	۰	۴	۰/۸۰۸	۲	۰/۴۰۴	۱
	W2	۰/۱۲۷	۰	۰/۴۴	۳	۰/۳۸۱	۲	۰/۲۵۴	۰	۰	۲	۰/۲۵۴	۱
	W3	۰/۱۱۰	۴	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰/۱۱	۲	۰/۲۲۰	۰

So3		So2		So1		Wo3		Wo2		Wo1		امتیاز وزنی	عوامل داخلی و خارجی
جمع امتیاز جذابیت	امتیاز	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز		
۰	۰	۰/۱۰۷	۱	۰/۱۰۷	۱	۰	۰	۰	۰	۰/۱۰۷	۱	۰/۱۰۷	W4
۰/۱۰۴	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۱۰۴	W5
۰	۰	۰/۱۸۶	۲	۰/۰۹۳	۱	۰/۱۸۶	۲	۰/۰۹۳	۱	۰	۰	۰/۰۹۳	W6
۰	۰	۰/۱۸۶	۲	۰/۰۹۳	۱	۰	۰	۰/۰۹۳	۱	۰/۰۹۳	۱	۰/۰۹۳	W7
۰	۰	۰	۰	۰/۰۸۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۰۸۰	W8
۰/۰۷۲	۱	۰/۰۷۲	۱	۰	۰	۰/۰۷۲	۱	۰	۰	۰	۰	۰/۰۷۲	W9
۰/۱۴۲	۲	۰/۱۴۲	۲	۰/۱۴۲	۲	۰	۰	۰/۱۴۴	۲	۰	۰	۰/۰۷۲	W10
۰/۱۳۴	۲	۰/۰۶۷	۱	۰/۰۶۷	۱	۰	۰	۰/۰۶۷	۱	۰	۰	۰/۰۶۷	W11
۰/۴۶	۲	۰/۴۶	۲	۰/۹۲۰	۴	۰/۲۳۰	۱	۰	۰	۰/۴۶	۲	۰/۲۰۳	O1
۰/۳۹۶	۲	۰/۳۹۶	۲	۰/۳۹۶	۲	۰/۳۹۶	۲	۰/۰۱۹	۱	۰/۳۹۶	۲	۰/۱۹۸	O2
۰/۵۰۴	۳	۰	۰	۰	۰	۰/۵۰۴	۳	۰	۰	۰	۰	۰/۱۶۸	O3
۰/۱۵۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰/۶۰۴	۴	۰	۰	۰	۰	۰/۱۵۱	O4
۰/۲۹۸	۲	۰/۵۹۶	۴	۰/۱۴۹	۱	۰/۲۹۸	۲	۰/۱۴۹	۱	۰/۱۴۹	۱	۰/۱۴۹	O5
۰/۱۲۰	۱	۰/۱۲۰	۱	۰/۱۲۰	۱	۰/۲۴	۲	۰/۱۲۰	۱	۰/۳۶	۳	۰/۱۲۰	O6
۰/۱۱۴	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۲۲۸	۲	۰	۰	۰/۱۱۴	O7
۰/۱۰۹	۱	۰/۱۰۹	۱	۰/۱۰۹	۱	۰	۰	۰/۲۱۸	۲	۰/۱۰۹	۱	۰/۱۰۹	O8
۰/۱۰۷	۱	۰/۱۰۷	۱	۰/۱۰۷	۱	۰	۰	۰/۳۲۱	۳	۰/۱۰۷	۱	۰/۱۰۷	O9
۰/۳۸۲	۲	۰	۰	۰/۱۹۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰/۱۹۱	۱	۰/۱۹۱	T1
۰	۰	۰	۰	۰/۱۳۸	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۱۳۸	۱	۰/۱۳۸	T2
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۱۲۸	T3
۰/۲۵۴	۲	۰/۲۵۴	۲	۰/۱۲۷	۱	۰/۳۸۱	۳	۰/۲۵۴	۲	۰	۰	۰/۱۲۷	T4
۰/۲۰۲	۲	۰/۳۰۳	۲	۰/۲۰۲	۲	۰/۲۰۲	۲	۰/۳۰۳	۳	۰/۱۰۱	۱	۰/۱۰۱	T5
۰/۰۹۸	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۲۹۴	۳	۰/۰۹۷	T6
۰/۱۹۴	۲	۰	۰	۰	۰	۰/۰۹۷	۱	۰/۱۹۴	۲	۰	۰	۰/۰۹۷	T7
۰/۰۹۵	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۰۹۵	T8
۰/۰۸۹	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۰۸۹	T9
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۰۶۶	T10
۶/۵۳	-	۶/۵۱	-	۷/۳	-	۵/۹۷	-	۶/۱۶	-	۵/۵۴	-	-	جمع

براساس نتایج جدول قبل، مشخص شد که اولویت‌بندی ۶ راهبرد غالب و قابل قبول در زمینه توسعه گردشگری منطقه بویراحمد چگونه است. با توجه به نتایج جمع‌بندی‌شده، مهم‌ترین راهبرد توسعه گردشگری روستایی منطقه، راهبرد تقویت و افزایش ارائه امکانات در منابع گردشگری با اهمیت ملی و بین‌المللی با امتیاز جذابیت ۷/۳ بوده است. همچنین راهبرد برنامه‌ریزی برای افزایش جذب گردشگر از کشورهای منطقه با هدف افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در سایر زمینه‌ها با وزن ۶/۵۳ و همچنین توسعه فضاهای تفریحی و سرگرمی از طریق توسعه جاذبه‌های توریستی به‌عنوان بستر مناسب و مکمل گردشگری برای افزایش مدت زمان اقامت گردشگران به‌ویژه گردشگران خارجی با امتیاز ۳/۵۱ در رتبه‌های دوم و سوم این اولویت‌بندی شناخته شده‌اند. جدول ۱۰ اولویت‌بندی راهبردهای موثر در گردشگری روستایی منطقه بویراحمد را نشان می‌دهد.

جدول ۱۰: اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری روستایی منطقه بویراحمد

کد	عنوان راهبرد	امتیاز	اولویت
WO1	راهاندازی راه‌آهن و افزایش سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل در بویراحمد به‌ویژه تقویت حمل‌ونقل درون‌شهری و برون‌شهری و افزایش سرویس ایاب و ذهاب به‌سوی مغازه مقاصد گردشگری	۵/۵۴	۶
WO2	آشنا کردن مدیران هتل‌ها و دفاتر خدمات مسافرتی با روش‌های نوین تبلیغات و بازاریابی گردشگری	۶/۱۶	۴
WO3	تلاش برای شناسایی و ثبت جاذبه‌های گردشگری در فهرست آثار ملی و جهانی برای شناخت بیشتر مردم و شناخت جاذبه‌های اکوتوریستی و ایجاد مراکز گردشگری تفریحی با توجه به توانمندی‌های منطقه	۵/۹۷	۵
SO1	تقویت و افزایش ارائه امکانات در منابع گردشگری با اهمیت ملی و بین‌المللی	۷/۳	۱
SO2	توسعه فضاهای تفریحی و سرگرمی از طریق توسعه جاذبه‌های توریستی به‌عنوان بستر مناسب و مکمل گردشگری برای افزایش مدت زمان اقامت گردشگران به‌ویژه گردشگران خارجی	۶/۵۱	۳
SO3	برنامه‌ریزی برای افزایش جذب گردشگر از کشورهای منطقه با هدف افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در سایر زمینه‌ها	۶/۵۳	۲

۵. تجزیه و تحلیل

با توجه به پیشینه تحقیقاتی انجام‌شده در ایران و سایر کشورهای جهان، یافته‌های تحقیق حاضر درخصوص موانع

توسعه گردشگری در شهرستان بویراحمد، نه تنها مؤید چالش‌های شناخته شده در ادبیات داخلی است، بلکه با مجموعه‌ای از مطالعات بین‌المللی نیز هم‌راستا یا در مواردی متفاوت است. تحلیل تطبیقی و تبیینی این یافته‌ها با مطالعات پیشین، زمینه‌ساز شناخت دقیق‌تر از وضعیت موجود و درک بومی‌شده از پیچیدگی‌های توسعه گردشگری در این منطقه می‌شود.

یکی از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش، کمبود زیرساخت‌های اقامتی و رفاهی در شهرستان بویراحمد است. این موضوع، مشابه نتایج مطالعات علیزاده و همکاران (2015) و خوش‌حال و همکاران (2020) است که تأکید می‌کنند نبود زیرساخت‌های فیزیکی مناسب، نظیر هتل‌ها، مهمانسراها، کمپ‌های اقامتی، رستوران‌ها و راه‌های دسترسی ایمن، یکی از اصلی‌ترین موانع توسعه گردشگری در مناطق روستایی ایران است. در سطح بین‌المللی نیز، تحقیق انسکیپ (1991) و میهالیک (2000) نشان داده‌اند که کیفیت و دسترسی‌پذیری زیرساخت‌ها نقش کلیدی در رضایت گردشگران و تکرار سفر ایفا می‌کند. استدلال همخوانی در اینجا آن است که توسعه گردشگری، به‌ویژه در مناطق کم‌تر توسعه‌یافته، نیازمند سرمایه‌گذاری هدفمند و بلندمدت در حوزه زیرساخت‌هاست. در منطقه مورد مطالعه، شرایط توپوگرافی سخت، پراکندگی سکونتگاه‌ها، ضعف حمایت‌های دولتی، و کمبود سرمایه‌گذاری خصوصی موجب شده زیرساخت‌های گردشگری رشد کافی نداشته باشند. از این‌رو، همانند بسیاری از مناطق جهان، چالش زیرساختی یک عامل مشترک و ساختاری در ناتوانی جذب گردشگر محسوب می‌شود.

یافته دیگر پژوهش، ضعف مشارکت و آگاهی جامعه محلی در فرایندهای توسعه گردشگری است. این موضوع، هم‌راستا با نتایج ایمانی و همکاران (2012) در داخل کشور و همچنین تحقیقات بین‌المللی نظیر اسپچونز (1999) و تیموئی (2002) است که تأکید می‌کنند مشارکت مؤثر جوامع محلی، نه صرفاً در سطح نمادین بلکه در تصمیم‌گیری‌های واقعی، پیش‌نیاز توسعه پایدار گردشگری روستایی است. استدلال همخوانی در اینجا آن است که در نبود آموزش‌های هدفمند، ظرفیت‌سازی اجتماعی، و ایجاد نهادهای مشارکتی محلی، جوامع روستایی نمی‌توانند نقش فعالی در حفاظت از جاذبه‌ها، مدیریت منابع و ارائه خدمات ایفا کنند. در بویراحمد نیز، نگاه حاکمیتی بالا به پایین، فقدان آموزش‌های تخصصی گردشگری، و محدود بودن تجربه‌های پیشین در مدیریت گردشگری، به بی‌انگیزگی و بی‌اطلاعی مردم نسبت به منافع این صنعت منجر شده است.

همچنین، یافته‌های تحقیق در مورد دشواری‌های قانونی و اداری و پیچیدگی صدور مجوزهای لازم برای فعالیت‌های گردشگری، با نتایج صفری‌علی‌اکبری و صادقی (2012) و پژوهش‌های بین‌المللی مانند حمزه (2004) در مورد موانع بروکراتیک در کشورهای در حال توسعه همخوان است. چرایی این همخوانی را باید در ساختارهای اداری ناکارآمد، نبود سیاست‌های تشویقی، و عدم هماهنگی بین سازمان‌های متولی جست‌وجو کرد. در بویراحمد، فعالان گردشگری با تعدد نهادهای دخیل، تناقض در ضوابط، و فقدان پنجره واحد خدمات مواجه هستند که باعث

سردرگمی، افزایش هزینه‌های غیررسمی، و کاهش تمایل سرمایه‌گذاران به ورود به این حوزه شده است. بنابراین، چالش‌های اداری و نهادی نه تنها مانع رشد بخش گردشگری می‌شود، بلکه موجب می‌گردد بسیاری از ظرفیت‌های اقتصادی منطقه بلااستفاده باقی بمانند.

در بُعد بازاریابی و تبلیغات، تحقیق حاضر نشان می‌دهد که ناآگاهی فعالان حوزه گردشگری از روش‌های مدرن تبلیغات و نبود استراتژی‌های بازاریابی هدفمند، از موانع جدی رشد گردشگری در منطقه است. این یافته با مطالعات نیکولا و همکاران (2013) هم‌راستاست که تأکید دارند بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی، شبکه‌های اجتماعی و برندینگ منطقه‌ای، عامل کلیدی در جذب گردشگران بین‌المللی است. در حالی که کشورهای موفق در حوزه گردشگری از پلتفرم‌های دیجیتال، وبسایت‌های حرفه‌ای و کمپین‌های تبلیغاتی برای جذب گردشگر استفاده می‌کنند، در بویراحمد این ابزارها یا وجود ندارند یا توسط افراد متخصص اداره نمی‌شوند. علت اصلی این همخوانی را می‌توان در نبود پیوندهای مؤثر بین دانشگاه، بازار، و نهادهای اجرایی دانست که موجب شده علم روز بازاریابی به حوزه عمل راه پیدا نکند.

نکته مهم دیگر، نگاه این تحقیق به فرصت‌هایی است که از هم‌افزایی بخش کشاورزی و گردشگری ایجاد می‌شود. این دیدگاه، با یافته‌های لون و همکاران (2016) و همچنین بریبری و ماهونی (2009) که در زمینه گردشگری کشاورزی در آمریکای شمالی پژوهش کرده‌اند، هم‌راستاست. این مطالعات نشان می‌دهند که در مناطق روستایی، ترکیب فعالیت‌های کشاورزی با ارائه تجربه‌های گردشگری - مانند بازدید از مزارع، تجربه‌های بومی، و آموزش‌های سنتی - می‌تواند منبع درآمدی پایدار برای جوامع محلی باشد. در بویراحمد، پتانسیل بالای کشاورزی سنتی، منابع طبیعی بکر، و فرهنگ محلی غنی، بستر لازم برای پیاده‌سازی چنین الگوهایی را فراهم کرده است، اما نبود برنامه‌ریزی یکپارچه مانع بهره‌برداری از این فرصت‌ها شده است. تبیین چرایی این وضعیت را می‌توان در خلأ نگاه میان‌بخشی در نهادهای سیاست‌گذار و تمرکز صرف بر جنبه‌های کالبدی توسعه گردشگری دانست.

در نهایت، باید توجه داشت که یافته‌های این پژوهش در عین هم‌راستایی با بخش زیادی از ادبیات موجود، از نظر بومی‌سازی و زمینه‌مندی، ارزش افزوده خاصی به بدنه دانش علمی اضافه می‌کند. چراکه برخلاف بسیاری از مطالعات عمومی، این تحقیق براساس واقعیت‌های خاص منطقه‌ای و تحلیل‌های زمینه‌محور، تصویری دقیق از موانع و فرصت‌های توسعه گردشگری در یک ناحیه خاص (شهرستان بویراحمد) ارائه داده است. این ویژگی، نقش این تحقیق را در سیاست‌گذاری‌های محلی و طراحی مدل‌های بومی توسعه گردشگری تقویت می‌کند.

۶. نتیجه‌گیری

گردشگری از مهم‌ترین رویکردهای توسعه‌ای در هر منطقه محسوب می‌شود. بر پایه ظرفیت‌ها و منابع این رویکرد می‌تواند برخی محدودیت‌ها و معضلات اقتصادی و اجتماعی را مرتفع ساخت و بستر مطلوبی برای توسعه روستاها

فراهم کرد. در این پژوهش به بررسی و تحلیل چالش‌ها و فرصت‌های توسعه گردشگری روستایی منطقه بويراحمد پرداخته شده است. نتیجه نشان داد که دیدگاه دو گروه مسئولان مرتبط با حوزه گردشگری و همچنین پرسنل آژانس‌های مسافرتی در زمینه نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید، تقریباً با هم همپوشانی دارند. از این رو شناخت درست و جامعی از ظرفیت‌ها و چالش‌ها به دست آمده است.

درمجموع تلفیق دیدگاه‌ها و نظرات نشان داد که معرفی جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوان در سطح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی، به‌عنوان مهم‌ترین نقطه قوت داخلی شناخته می‌شود که کمتر به این موضوع و تأکید روی آن مبادرت شده است. به‌صورت کلی می‌توان این نکته را به صراحت بیان کرد که استان کهگیلویه و بویراحمد و ازجمله مناطق روستایی شهرستان بویراحمد از لحاظ منابع گردشگری و ظرفیت‌های موجود ناشناخته است. گردشگران در سطح کشور، کم‌ترین آشنایی را با ظرفیت‌های اکوتوریسمی این منطقه دارند. این شرایط در عدم رشد و توسعه گردشگری مؤثر بوده است.

نتیجه همچنین نشان داد که عامل کمیت و کیفیت پایین خدمات و عدم وجود زیرساخت‌های مناسب به‌ویژه تسهیلات پذیرایی و اقامتی (هتل‌ها)، مهم‌ترین ضعف داخلی در توسعه گردشگری منطقه بويراحمد محسوب می‌شود. درحقیقت عدم تأکید و برنامه‌ریزی در راستای توسعه گردشگری از یک سو و همچنین عدم ورود گردشگر به منطقه از سوی دیگر، باعث شده که امکانات و زیرساخت‌های گردشگری مورد تأکید قرار نگیرد که رویکردی کاملاً اشتباه است؛ چراکه با رشد و توسعه زیرساخت‌ها و امکانات، مقدمات برای ورود گردشگر و توسعه این رویکرد فراهم می‌شود. همچنین نتیجه نشان داد که تقویت امکانات در مجاورت جاذبه‌های گردشگری به‌عنوان مهم‌ترین فرصت خارجی شناخته می‌شود؛ این عامل به نوعی بحث امکانات و عدم توسعه آن‌ها را نشان می‌دهد. در کنار جاذبه‌های و منابع گردشگری، کم‌ترین زیرساخت‌ها و امکانات برای تثبیت گردشگران و ماندگاری آن‌ها انجام شده است. علاوه بر این نتیجه این تحقیق نشان می‌دهد که در راستای توسعه گردشگری روستایی منطقه، تهدیدات متنوعی وجود دارد که مهم‌ترین آن‌ها وجود بروکراسی اداری و عدم ارائه مجوز از سوی دولت جهت توسعه خدمات تجهیزات و تأسیسات گردشگری در منطقه محسوب می‌شود. سختگیری‌های نهادهای دولتی در صدور مجوزهای بخش گردشگری و همچنین بخش توسعه خدمات، از مهم‌ترین دلایل عدم رشد این بخش از اقتصاد روستایی و منطقه است. تسهیل در این زمینه و بسترسازی و همچنین حمایت لازم می‌تواند، اتفاقات قابل قبولی را رقم بزند.

این تحقیق مهم‌ترین راهبردهای توسعه گردشگری روستایی را نیز تدوین کرده است. براساس تحلیل انجام‌شده، ۶ راهبرد کلان و قابل قبول معرفی شده است که راهبرد تقویت و افزایش امکانات در منابع گردشگری با اهمیت ملی و بین‌المللی، به‌عنوان مهم‌ترین راهبرد شناخته شد. همچنین برنامه‌ریزی برای افزایش جذب گردشگر از کشورهای منطقه با هدف افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در سایر زمینه‌ها؛ توسعه فضاهای تفریحی و سرگرمی از طریق توسعه

جاذبه‌های توریستی به‌عنوان بستر مناسب و مکمل گردشگری برای افزایش مدت زمان اقامت گردشگران به‌ویژه گردشگران خارجی؛ آشنا کردن مدیران هتل‌ها و دفاتر خدمات مسافرتی با روش‌های نوین تبلیغات و بازاریابی گردشگری؛ تلاش برای شناسایی و ثبت جاذبه‌های گردشگری در فهرست آثار ملی و جهانی و همچنین راه‌اندازی راه‌آهن و افزایش سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل در بویراحمد به‌ویژه تقویت حمل‌ونقل درون‌شهری و برون‌شهری و افزایش سرویس ایاب و ذهاب به‌سوی مغازه مقاصد گردشگری از دیگر راهبردهای مطرح‌شده در این زمینه است. یافته‌های این تحقیق می‌تواند تأثیرات قابل توجهی بر توسعه گردشگری در شهرستان بویراحمد داشته باشد. از جنبه عملی، نتایج تحقیق می‌تواند به مسئولان محلی و نهادهای دولتی در شناسایی و رفع موانع موجود کمک کند. به‌ویژه، تقویت زیرساخت‌ها، بهبود خدمات اقامتی، و تسهیل در فرایند صدور مجوزهای گردشگری از مهم‌ترین نتایج قابل اجرا به‌شمار می‌روند. این تحقیق می‌تواند به مدیران و فعالان صنعت گردشگری در منطقه کمک کند تا با بهره‌گیری از پتانسیل‌های اکوتوریسم و روستایی، استراتژی‌های مؤثری برای جذب گردشگران و افزایش مدت اقامت آنان تدوین کنند.

درمجموع با توجه به تنوع جاذبه‌ها، منابع و پتانسیل‌های گردشگری منطقه به‌ویژه گردشگری روستایی، راهبردهای توسعه خدمات، سرمایه‌گذاری، بازاریابی، معرفی جاذبه‌ها و توسعه حمل و نقل منطقه از مهم‌ترین محسوب می‌شوند. در راستای نتایج پژوهش و راهبردهای بیان‌شده، پیشنهادات زیر مطرح می‌شود.

- ایجاد پکیج‌های گردشگری ترکیبی شامل بازدید از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی روستاهای منطقه؛
- ایجاد صندوق‌های حمایت از پروژه‌های گردشگری محلی با مشارکت روستاها و دولت؛
- استراتژی توسعه، تکمیل و متنوع‌سازی فعالیت‌ها و خدمات گردشگری جهت افزایش جذب گردشگران برای روستای دهنو؛
- توسعه کسب‌وکارهای محلی گردشگری و جلوگیری از نشتی سرمایه‌ها به بیرون از روستا ازجمله دهنو و منصورخانی؛
- توانمندسازی جوامع مقصد گردشگری (دستیابی به پایداری انسانی) برای روستای شهینز؛
- توسعه و ساماندهی زیرساخت‌ها، خدمات، و تجهیزات موردنیاز گردشگری برای روستای دهنو و شهینز؛
- ارتقای کیفیت مراکز اقامتی محلی و ایجاد استانداردهای جدید برای روستاهای منطقه ازجمله معماری آن‌ها.

این پژوهش نیز همانند هر پژوهشی با محدودیت‌هایی روبه‌رو بوده است که می‌توان به عدم دسترسی کافی به داده‌ها و اطلاعات روستایی و گردشگری منطقه، تعداد پایین کارشناس شرکت‌کننده در پژوهش، تخصص پایین گردشگری برخی افراد مشارکت‌کننده در پژوهش، محدودیت جغرافیایی، تغییرات زمانی و روندهای بلندمدت تأثیرگذار بر توسعه

گردشگری اشاره کرد. این محدودیت‌ها می‌توانند زمینه‌ساز تحقیقات آینده باشند که با در نظر گرفتن جنبه‌های مختلف، نتایج به‌دست‌آمده را جامع‌تر و قابل‌تعمیم‌تر کنند. جهت تکمیل این مطالعه پیشنهاد می‌شود که چند پژوهش برای مطالعات آینده مورد تأکید باشد که می‌توان به این موارد اشاره کرد: ۱. ارزیابی روستاهای گردشگری از لحاظ شاخص‌های توسعه و زیرساختی؛ ۲. راهکارهای جذب مشارکت و سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی منطقه؛ ۳. جمع‌آوری دیدگاه ذینفعان روستایی در ارتباط با گردشگری؛ ۴. راهکارهای جذب و ماندگاری گردشگر در مناطق روستایی هدف.

تشکر و قدردانی

موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است

تأییدیه اخلاقی

از لحاظ اخلاقی، هیچ گونه تضاد منافی، میان نویسندگان وجود ندارد.

سهم نویسندگان

همه نویسندگان سهم یکسان دارند.

منابع مالی/حمایت‌ها

موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است

References

- Alizade azar, K. , Ahmad tozeh, V., & Aziziyan, S. (2015). An Investigation on the barriers to the development of Mahabad tourism industry. *Urban Tourism*, 2 (3), 233 - 252. [in Persian]
- Amit, J. (2011). Impact analysis of a rural tourism on county development, *Journal of Event Management*. 9 (4), 78 - 93. <https://www.researchgate.net/publication/354412213>
- Asta, Y. (2018). Presenting an optimal spatial development model for tourism sample areas in Tehran province using the TOPSIS multi - criteria decision - making method. *Journal of Political Spatial Planning*. 1 (2), 77 - 82. [in Persian]
- Barbieri, C., & Mahoney, E. (2009). Why is diversification an attractive farm adjustment strategy? Insights from Texas farmers and ranchers. *Journal of Rural Studies*, 25 (1), 58-66.
- Charaghi, M., Gholizadeh, H., Tohidloo, S. and Alipour, H. (2022). Identifying the challenges of rural tourism development in border areas (Case study: Aras Free

- Zone). *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 9 (1), 17 - 36.
- Chin, c., Lo, M., Songan, p., Nair, V. (2014). Rural Tourism Destination Competitiveness: A study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 144 (3), 35 – 44.
 - Currie, C., Falconer, P. (2013). Maintaining Sustainable Island Destinations in Scotland: The role of the transport–tourism relationship. *Journal of Destination Marketing and Management*, 3 (3), 1 - 16.
 - Fang, W. T., & Fang, W. T. (2020). Rural tourism. Tourism in Emerging Economies: The Way We Green. *Sustainable, and Healthy*, 3 (1), 103 - 129.
 - Fazilatkhah, S., Nemati, H. (2015). Potentials and limitations of rural tourism development: a case study of villages in Landeh County, Kohgiluyeh and Boyer Ahmad Provinces. *First Scientific Research Conference on New Horizons in Geography and Planning, Architecture and Urban Development of Iran*, Tehran,
 - Gay, C; Fayosola, E. (2011). Tourism in a Comprehensive Perspective, translated by Ali Parsaian and Mohammad Arabi. Tehran: *Publication of the Cultural Research Office*. [Persian]
 - Hamzah, A. (2004). Policy and planning of the tourism industry in Malaysia. *The Malaysian Journal of Tourism*, 1 (1), 1–19.
 - Imani, B., Yari Hesar, A., Hajbani, H. (2012). Challenges Facing Rural Tourism Development, Case Study: Villages in the Central Part of Meshginshahr County. *Journal of Tourism Spatial Geography*, 43 (11), 23-36.
 - Inskeep, E. (1991). Tourism planning: An integrated and sustainable development approach. Van Nostrand Reinhold. <https://books.google.com/books?hl=fa&lr=&id>
 - Jaafari, A., Nadalipour, Z., Heydarifar, Z. and Bagheri, M. (2020). Tourism Industry Potential to Create Job Opportunities A System Dynamic Approach. *Journal of Tourism and Development*, 9 (3), 153 - 172.
 - Jamini, D., Javan, F., & Heydarian, B. (2024). Identification of Challenges and Solutions for The Development of Geotourism in Selected Rural Settlements in Kurdistan, Kermanshah and Hamedan Provinces. *Journal of Tourism Planning and Development*, 13 (51), 215 - 237.
 - Javdan Kharad, R. (2021). Identifying tourism development problems in rural areas of Boyer - Ahmad County. *Journal of Environmental Sciences and*

Geographical Knowledge. 1 (1), 1 - 18.

- Khartishvili, L., Muhar, A., Dax, T., & Khelashvili, I. (2019). Rural tourism in Georgia in transition: Challenges for regional sustainability. *Sustainability*, 11 (2), 1 - 13.
- Khoshalhan, V., hoseinzade dalir, K. and Nazmfar, H. (2020). Strategies for the development of Tabriz sustainable tourism industry based on regional components. *Geography (Regional Planning)*, 10 (40), 47 - 60. [in Persian]
- Kumar, S., & Shekhar. (2020). Technology and innovation: Changing concept of rural tourism—A systematic review. *Open Geosciences*, 12 (1), 737 - 752.
- Liu, C., Dou, X., Li, J., & Cai, L. A. (2020). Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China. *Journal of Rural Studies*, 79 (2), 177 - 188.
- Lukjanova, J. (2019). Problems and trends of regional tourism development in Latvia. *Journal of Economics Ecology Socium*, 3 (1), 1 - 11.
- Lun, L. M., Pechlaner, H., & Volgger, M. (2016). Rural tourism development in mountain regions: Identifying success factors, challenges and potentials. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 17 (4), 389 - 411.
- Lun, Y., Wang, W., & Zhang, L. (2016). Integrating agriculture and tourism: A comparative study. *Journal of Sustainable Tourism*, 24 (2), 213-233.
- Martínez, J. M. G. , Martín, J. M. M. , Fernández, J. A. S. , & Mogorrón - Guerrero, H. (2019). An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. *Journal of Business Research*, 100 (1), 165 - 174.
- Mihalič, T. (2000). Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness. *Tourism Management*, 21 (1), 1 - 23.
- Nakoei Sadri, B. (2019). Fundamentals of Geotourism, with Emphasis on Iran, Tehran: Samt Publication. [in Persian]
- Nicula, V., Spanu, S., Neagu, R. (2013). Regional tourism development. *Procedia Economics and Finance*, 6 (1), 530 - 541.
- Nikbakht, A., Bagheri, M., Shahram, F., Nikbakht, A. and Ghezel, A. (2023). Identifying The Challenges of Rural Tourism Development with A Fuzzy Cognitive Mapping Approach (Lendeh Tourism Target Villages). *Journal of Tourism and Development*, 12 (2), 165 - 182.

- Nikbakht, A., Bagheri, M., Ferdowsi, S., Nikbakht, A., Ghezel, A. (2013). Challenges of rural tourism development with a fuzzy cognitive mapping approach (case study: tourism target villages in Landeh County). *Tourism and Development*, 12(2), 165-182.
- Osman, Z. and Sentosa, I. (2013). Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural Tourism. *International Journal of Economics Business and Management Studies*, 2 (1), 25 - 37.
- Podovac, M., Đorđević, N., & Milićević, S. (2019). Rural tourism in the function of life quality improvement of rural population on Goč mountain. *Економика пољопривреде*, 66 (1), 205 - 220.
- Safari Aliakbari, M. and sadeghi, H. (2023). Analysis of obstacles and strategies for tourism development in the Dezpart County. *Journal of Geography and Planning*, 26 (82), 143 - 125.
- Summers, J., Cavaye, J., Woolcock, G. (2019). Enablers and Barriers of Tourism as a Driver of Economic and Social - cultural Growth in Remote Queensland, *Journal of Economic Papers*, 38 (2), 77094.
- Tang, Z. (2014). Focus on Cultural Creative Tourism Based on SWOT Analysis: a Case of Heilongjiang Province, China. *International Journal of Applied Environmental Sciences*, 9 (4), 1645 - 1652.
- Temelkov, Z., & Gulev, G. (2019). Role of crowdfunding platforms in rural tourism development. SocioBrains. *International scientific refereed online journal with impact factor*, 56 (1), 73 - 79.
- Wijijayanti, T., Agustina, Y., Winarno, A., Istanti, L. N., & Dharma, B. A. (2020). Rural tourism: A local economic development. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14 (1), 5 - 13.
- Yang, J. , Yang, R. , Chen, M. H. , Su, C. H. J. , Zhi, Y. , & Xi, J. (2021). Effects of rural revitalization on rural tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47 (2), 35 - 45.
- Zielinski, S., Jeong, Y., Kim, S. I., & B. Milanés, C. (2020). Why community - based tourism and rural tourism in developing and developed nations are treated differently? A review. *Sustainability*, 12 (15), 1 - 19.