

بررسی استراتژی جاذبه های گردشگری روستایی در توسعه روستاها: (نمونه موردی شهرستان ایوان)

مهدی نیک سرشت^۱، نادر شوهانی^۲

^۱ عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور

^۲ عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور

نام نویسنده مسئول:

مهدی نیک سرشت

چکیده

یکی از راهبردهایی که اخیراً مورد توجه و به مورد اجرا گذاشته شده و نتایج مثبتی را به همراه داشته است توسعه گردشگری برای نواحی روستایی که دارای توان های بالقوه برای گسترش این صنعت دارا می باشند و بسیاری از کشورها از این رهیافت توانسته اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشیده و بسیاری از مشکلات خود را از قبیل بیکاری، پایین بودن سطح درآمد سرانه و کمبود درآمد ارزی را پوشش دهند. گردشگری روستایی علاوه بر حفظ ارزش ها، باورها، رسوم باستانی با ایجاد فرصتهای برای اشتغال و کسب و درآمد برای ساکنین محلی و توسعه ساختارهای زیربنایی امکان توسعه پایدار و یک پارچه روستایی را فراهم میکند. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی و تحلیلی است که با استفاده از مدل SWOT به بررسی و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای پیشروی و وزن دهی به عوامل موثر در جهت تعیین استراتژی مناسب در امر گردشگری پرداخته و راهبردهایی برای توسعه گردشگری در شهرستان ایوان ارائه گردیده است.

با توجه به آثار تاریخی، مذهبی و فرهنگی موجود در منطقه براساس مدل SWOT و وزن دهی به هریک از عوامل موثر نشان می دهد که عوامل بیرونی مدل ۳/۳۱ در مقابل عوامل داخلی ۳/۱۵ قرار می گیرد و این اعداد در جدول ماتریسی مدل راهبرد یا استراتژی استفاده از فرصت ها با استفاده از نقاط قوت (SO) را بیان می کند که یکی از بهترین راهبردهای جاذبه های گردشگری، توسعه نواحی روستایی می باشد.

واژگان کلیدی: راهبرد، جاذبه های گردشگری، توسعه روستایی، شهرستان ایوان، SWOT

مقدمه

در شرایطی که قرن بیستم به پایان رسیده هنوز توسعه روستایی با مسائل و چالشهای متعددی مواجهه است چرا که راهبرد های گذشته در زمینه توسعه روستایی موفقیت آمیز نبوده و نتوانسته مسائلی همچون فقر، اشتغال، بهداشت و امنیت غذایی و پایداری محیط زیست را تامین کند این مسئله باعث شده است که در سالهای اخیر بار دیگر توسعه روستایی مورد توجه قرار گیرد و نظریه پردازان، برنامه ریزان و مجریان حکومتی در صدد برآیند تا با ارائه راهکارها و استراتژی های جدید از معضلات و مسائلی که روستاها گریبانگیر آن می باشند بکاهد از طرفی اقتصاد روستایی کشور از شکنندگی بالایی رنج می برد، چرا که تکیه بیش از حد بر فعالیتهای صرفاً کشاورزی در برنامه ریزی و استراتژی توسعه روستایی نتایج منفی زیادی را در پی داشته است که تهدیدی برای پایداری اقتصاد این مناطق و منابع زیست محیطی روستایی است (شریف زاده و مرادی نژاد، ۱۳۸۱، ۵۳) در این راستا توسعه گردشگری در نواحی روستایی که از پتانسیل های طبیعی، زیباشناختی و موقعیتی برخوردار هستند به طور قطع می توانند تقویت کننده ی اقتصاد روستاها و عامل توسعه اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی باشند.

گردشگری روستایی از دو جنبه دارای اهمیت می باشد: یکی به عنوان فعالیت گسترده جهانی و دیگری تاکید بر توسعه سیاست های منطقه ای و محلی. گردشگری روستایی به عنوان یک فعالیت جهانی امروزه با توجه به پوشش سه اصل ایجاد اشتغال و درآمد زایی، رضایت گردشگری و حفظ محیط زیست اهمیت دو چندان یافته است. در اکثر کشورها به خصوص کشورهای پیشرفته، ترویج گردشگری روستایی در سرفلوحه ی برنامه های دولت در زمینه ی گردشگری قرار دارند، تا علاوه بر افزایش درآمد و رشد صعودی تولید ناخالص داخلی با هدایت شهروندان برای گذران اوقات فراغت در مناطق روستایی و فضای طبیعی، پخش درآمد را نیز در سطح کشور متعادل نمایند. علاوه بر این دولت ها در پی آن هستند که به اهدافی چون ایجاد درآمد برای کشاورزان و دیگر خانواده های روستایی، آشنایی مردم شهر با تجربیات زندگی روستایی، کاهش مهاجرت از روستا به شهرها به وسیله ی تدارک فرصتهای شغلی در نواحی روستایی، تبادل فرهنگ مابین دو فرهنگ شهری و روستایی و در نتیجه دستیابی به توسعه پایدار روستایی تا حد قابل قبولی از این طریق حاصل می گردد.

در حال حاضر با توجه به اینکه سرزمین ایران از ظرفیت های گوناگون فرهنگی - هنری، محیطی و روستایی متنوع و جذاب برخوردار است، گسترش گردشگری به عنوان یک راهبرد جدید در زمینه توسعه پایدار می تواند نقش مهمی در متنوع سازی اقتصاد کشور ایفا کند و زمینه ساز ایجاد فرصتهای جدید در نواحی روستایی کشور باشد، و از آنجا که شواهد نشان می دهد یکی از ویژگی های روستایی ایران شباهت آنها از لحاظ طبیعی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است که این ویژگی ها باعث تسهیل برنامه ریزی برای این مناطق می شود.

روستاهای شهرستان ایوان از نظر زیبایی های طبیعی، فرهنگی و اجتماعی و از جمله تنوع آب و هوایی برخوردار است و آثار باستانی آن نیز حاکی از تمدن دیرینه ی تاریخ آن است که برای گردشگران جذاب هستند. پتانسیل های بالای این منطقه روستایی ایجاب می کند که در قالب یک الگوی مناسب و سازگار با شرایط، به تدوین سیاست ها و برنامه های منطقه ی واقع گرا توأم با برنامه ریزی و مدیریت صحیح گردشگری در چارچوب فرایند توسعه یکپارچه و پایدار به توسعه گردشگری روستایی پرداخت. در این پژوهش با شناسایی توان ها و محدودیت های امر گردشگری راهبردها و راهکارهای توسعه پایدار گردشگری را در منطقه مورد بررسی قرار می دهد.

مبانی نظری

لغت توریسم (Tourism) از کلمه تور (Tour) به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین Tourms به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد چرخش دارد که از یونانی به اسپانیا، فرانسه و در نهایت به انگلیس راه یافته است (۱۸۹: ۱۹۷۰، Oxford). در فرهنگ لغات مختلف در برابر توریسم معنایی با مضامین مختلف به کار رفته است. به گونه ای که در فرهنگ وبستر، توریسم سفری که در آن مسافرتی به مقصدی انجام گرفته و سپس بازگشتی به محل سکونت را در بر دارد، اطلاق می گردد (۱۹۷۳: ۱۲۱۸، Webster). در فرهنگ لغت لانگمن توریسم به معنای مسافرت و تفریح برای سرگرمی معنا شده است (۱۷۱۲: ۱۹۸۸، Longman). در فرهنگ لاروس توریسم به معنای مسافرت برای تفریح می باشد (۳۰۴۶: ۱۹۹۱، Larousse). اولین تعریف گردشگری در سال ۱۹۴۸ اقتصاد دارن آلمانی به نام هنریک به شرح ذیل تعریف کرده است: مجموع مناسبات و پدیده های ناشی از سفر و اقامت در محل و مکان اشخاص معینی که برای مسافر بیگانه هستند و اقامت در آن محل تشکیل دهنده ی هیچ گونه تأسیسات وابسته به هیچ یک از فعالیت های پر سود نباشد به آن گردشگری گویند (فرید، ۱۳۸۱، ۱۵). گردشگری و گذران اوقات فراغت به شیوه ای جدید، پدیده ای پیمادی و همزمان جزء جدایی ناپذیر جامعه ی صنعتی و حلقه ای مهم در باز تولید آن است. واژه ی گردشگری روستایی از دهه ی ۱۹۵۰ به بعد گسترش یافت و از دهه ی ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ بیشتر در زمینه ی اقتصاد گردشگری روستایی

برای کشاورزان و جوامع محلی مورد توجه قرار گرفت، و تا به حال برنامه ریزان و صاحب نظران با ارائه ی راهبردها و راهکارهای مختلف، فعالیت ها و اقدامات گسترده ای در فراهم کردن جذب توریسم، توسعه و گسترش فعالیت های توریستی انجام داده اند (افتخاری، ۱۳۸۵، ۸۴). آقای جاک وای گی هشت دسته را برای توریسم طبقه بندی کرده است.

- مسافرت به قصد تماشای
- توریسم فرهنگی
- سفر حادثه جویی
- سفرهای آموزشی
- (مهدوی، ۱۳۸۲، ۲۰)
- سفر برای درمان
- توریسم روستایی
- سفرهای عصر نوین
- سفرهای تجارتي

در مارس ۱۹۹۳، کمیسیون آمار ملل متحد، تعریف ارائه شده از جهانگردی توسط سازمان جهانی جهانگردی را پذیرفت. بر اساس این تعریف، جهانگردی عبارت است از: « مجموعه فعالیت های افرادی که به مکانهایی خارج از محل زندگی و کار خود به قصد تفریح و استراحت و انجام امور دیگر مسافرت می کنند و بیش از یک سال متوالی در آن مکان ها نمی مانند (راجر داس ویل، ۱۳۸۴، ۱).

کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه در سال ۱۹۸۷ معروف به کمیسیون برانت لند توسعه پایدار را چنین تعریف می کند توسعه پایدار توسعه ای است که نیازهای زمان حال را بدون به مخاطره انداختن قابلیت ها و ظرفیت ها برای نسل های آینده برآورده سازد (wced:1987:43). به عبارت دیگر، عمل امروز ما در توالی نسل های آینده برای تامین نیازهایشان تاثیر جدی دارد. از نظر هاتون وهانتر این تعریف از توسعه پایدار مفهومی چون برابری درون نسلی و بین نسلی و به همان نسبت آگاهی زیست محیطی را در بر می گیرد. همچنین دلالت بر آن دارد که وجود یک چهارچوب جهانی ضروری است و تاثیر فرامحدودهای نیز باید در نظر گرفته شود (Haughton & hunter: 1999:123).

از دیدگاه مرکز توسعه ی سکونتگاه های انسانی سازمان ملل متحد، توسعه پایدار عبارت از: فرایندی از تغییر که ضمن حفاظت از منابع طبیعی و انسانی مورد نیاز نسل های بعدی، کیفیت زندگی مردم را بهبود می بخشد (unchs: 2000: 43).

مفهوم توسعه پایدار را می توان با استمرار بخشی در رویکرد مفاهیم توسعه ای دانست که در بستر مالی، طبیعی و انسانی سعی دارد تا ضمن گسترش بهبود سطح اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، توسعه پایدار را نیز ممکن گرداند. بهبود در سطح اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی همگام با التفات با حقوق آیندگان و عدالت اجتماعی هدف توسعه پایدار به حساب می آید. توسعه پایدار را می توان رویکردی دانست که در ملازمه رشد اقتصادی و بهبود زیست محیطی شکل می گیرد که می بایستی در هر مکان و زمان جنبه عملی گیرد (جعفری، ۱۳۸۷، ۵۰).

از جمع بندی تعاریف گوناگونی که از توسعه پایدار شده است، می توان الزامات آن را چنین برشمرد:

۱- تعالی انسان، بهبود کیفیت زندگی انسان ۲- برخورداری از دستاوردهای توسعه به عدل ۳- حفظ محیط زیست، استفاده بهینه از منابع تجدید پذیر ۴- تعالی و توسعه برای همه نسل ها (عزیزی، ۱۳۸۲، ۱۰۶).

توسعه پایدار صنعت گردشگری رویکردی بلند مدت است که از یک سو توسعه اقتصادی منطقه ای و نیز حفظ محیط زیست و ارزش های یک جامعه را تضمین می کند و از سویی دیگر توزیع درآمد و ثروت در سطح جامعه را به همراه دارد (chauhan:2013:113).

توسعه پایدار گردشگری، فرایندی است که به کیفیت زندگی میزبان، تامین تقاضای بازدید کنندگان و به همان نسبت به حفظ منابع طبیعی و انسانی در ارتباط است. یکی از ویژگیهای گردشگری این است که موجب می شود پول و گردشگر از مراکز به پیرامون حرکت کنند، یعنی یک جریان مدام سرمایه و انسان از مرکز به پیرامون بوجود می آورد، لذا گردشگری می تواند به گسترش عدالت اجتماعی و توزیع عادلانه درآمدها در سطح جهانی کمک کند (حسینی وهمکاران، ۱۳۸۹، ۲). توسعه پایدار گردشگری، در گرو اشتراک مساعی و همکاری و همراهی بخش عمومی و خصوصی، گروههای تحقیقاتی و پژوهشی و سیاستگذاران و تصمیم گیرندگان سطوح عالی کشور است. تنها با چنین مشارکتی است که می توان از مجموعه توانایی ها و امکانات موجود برای توسعه گردشگری بهره گردشگری گرفت (رحیمی وهمکاران، ۱۳۹۳، ۶).

توسعه پایدار گردشگری دارای دو جنبه اصلی حفاظت از محیط زیست و منابع و میراث فرهنگی جوامع و یک مفهوم اساسی و کلیدی یعنی ظرفیت پذیری است. این جنبه ها، سرانجام باید در چارچوب ظرفیت پذیری و سنجش مرزهای آن در قالب خط مشی ها و برنامه ریزیهای منسجم و یکپارچه محلی به مرحله اجرا گذارده شود (کردی، ۱۳۸۱، ۳۵). مفهوم پایدار در صنعت توریسم دارای ابعاد مختلفی است:

۱- پایداری اکولوژیکی: خاطر نشان می سازد که توسعه همزاد با بقای فرایندهای اکولوژیکی، تنوع زیست محیطی و منابع بیولوژیکی است.

۲-پایداری فرهنگی: یعنی توسعه، کنترل مردم را به زندگی خویش ارتقا می بخشد و این مستلزم همسویی فرایندهای توسعه با فرهنگ و ارزشهای انسانی و تقویت جوامع محلی برای تامین نیازهای خویش از طریق مشارکت نهادینه شده توانمند ساز است.

۳-پایداری اقتصادی: توسعه به دلیل مدیریت منابع طبیعی و فرایندهای تولید و توزیع از لحاظ اقتصادی کارآمد است. بنابراین کارکردهای فعلی توسعه می توانند به عنوان حامی نسلهای آتی عمل نمایند.

۴-پایداری محلی: توسعه برای منفعت رسانی به جامعه محلی طراحی می شود. بنابراین توجه به خواسته های مردم محلی و توانمند سازی آنها می تواند به پایداری جوامع محلی کمک نماید(مقصودی وهمکاران، ۱۳۸۳).

توریسم روستایی را می توان جزئی از مجموعه گردشگری و جهانگردی به شمار آورد. برخی توریسم روستایی را توریسمی که در حومه شهر اتفاق می افتد بیان می نمایند(مهدوی، ۱۳۸۲، ۵).

گردشگری روستایی به عنوان یک ابزار برای تولید اشتغال و توسعه اقتصادی در سطح منطقه، می تواند موجب کاهش فقر و افزایش درآمد گردد. در این زمینه سه دیدگاه مطرح است:

دیدگاه اول گردشگری را به عنوان راهبردی برای توسعه روستایی به کار می گیرد. در این دیدگاه با توجه به روند روز افزون تخریب روستاها و افول کشاورزی سعی در ارائه ی راهبردهای جدید برای احیاء نواحی روستایی از طریق ایجاد فعالیت های مکمل و یا متحول نمودن این نواحی با توجه به منابع طبیعی و انسانی آنها دارد و تنها راه احیاء مجدد این روستاها را ارائه ی برنامه هایی می دانند که بتوانند از منابع طبیعی و انسانی آنها بهره ببرند و همچنین باعث ایجاد درآمد و افزایش رفاه ساکنان نواحی روستایی گردند.

در دیدگاه دوم، گردشگری به عنوان سیاستی برای بازساخت سکونتگاه های روستایی مورد توجه قرار می گیرد طرفداران این دیدگاه معتقدند که می توان از اتکاء بیش از حد تولیدکنندگان روستایی به کشاورزی کاست و آنها را در فرصت های اقتصادی جدیدی مشارکت داد. در کشورهای اروپای شرقی بر این دیدگاه یعنی توسعه گردشگری به عنوان ابزاری برای بازسازی مجدد روستاها پس از فروپاشی کشاورزی تأکید شده است. در دیدگاه سوم، گردشگری روستایی به عنوان ابزاری برای توسعه پایدار و حفاظت از منابع طبیعی مطرح است. این دیدگاه خواهان رشد بلندمدت گردشگری بدون اثرات مخرب بر زیست بوم های طبیعی است (رکن الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱: ۳۲).

توریسم روستایی کلیه فعالیتهایی و خدماتی که توسط کشاورزان مردم و دولت ها و برای تفریح و استراحت گردشگران و جذب گردشگران در نواحی روستایی صورت می گیرد، اطلاق می گردد. توریسم دهکده، توریسم کشاورزی، توریسم طبیعی، توریسم مزرعه و توریسم فرهنگی میتوانند مهمترین انواع توریسم را در نواحی روستایی تشکیل دهد.

از مهمترین جاذبه های نواحی روستایی که شرایط توریسم روستایی را فراهم می کند می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- شرایط طبیعی مورفولوژیکی روستا
- شیوه زندگی آداب و رسوم و فرهنگ روستا
- خانه ها و اماکن روستایی(مانند کلبه- خانه سنگی و کاه گلی)
- صنایع دستی و محلی
- جاذبه های بکر پیرامون روستا
- جاذبه های اقتصادی
- جاذبه های فرهنگی واجتماعی روستا
- حیوانات بومی و محلی روستا
- گیاهان خاص و کمیاب
- آثار تاریخی و باستانی روستا
- غذاهای محلی و سنتی روستا (رضوانی، ۱۳۸۷، ۵۹)

پیشینه پژوهش

براساس نتایج مطالعات میدانی غفاری و همکاران ۱۳۹۰. با عنوان بررسی موانع توسعه گردشگری مطالعه موردی روستاهایی هدف گردشگری بخش مرکزی اردبیل مهمترین موانع عمده گردشگری روستایی بی توجهی مسئولان به توسعه گردشگری روستایی و کمبود امکانات رفاهی و اقامتی در روستا می باشد.

مطالعات ویلادینو (۲۰۰۹) نشان می دهد که عدم آگاهی مردم نسبت به اثرات اقتصادی- گردشگری عدم تبلیغات اطلاع رسانی کمبود امکانات و خدمات رفاهی عدم ارتباط و هماهنگی کافی بین سازمانها و موسسات از موانع توسعه گردشگری روستایی به شمار می رود. کاپور (۲۰۱۰) در یافته های خود به این نتیجه رسید که گسترش امکانات رفاهی و زیربنائی بهبود بهداشت- بهبود خط ارتباطی از جمله فعالیت هایی است که به بهبود وضعیت گردشگری کمک می کند. ایرمن (۲۰۰۶) عدم اعتبار مسئولان به مردم محلی عدم دسترسی سهل و آسان گردشگران به جاذبه ها نبود تسهیلات رفاهی و خدماتی در مناطق روستایی و ... در مرکز را از متغیر تاثیرگذار در این ارتباط می داند. براساس یافته های میدانی لطیفی و ودادی (۱۳۹۰) موانع زیر ساخت فرهنگی برنامه ریزی و مدیریت و همچنین اطلاعاتی و تبلیغاتی از موانع اساسی در توسعه گردشگری روستایی محسوب می گردد.

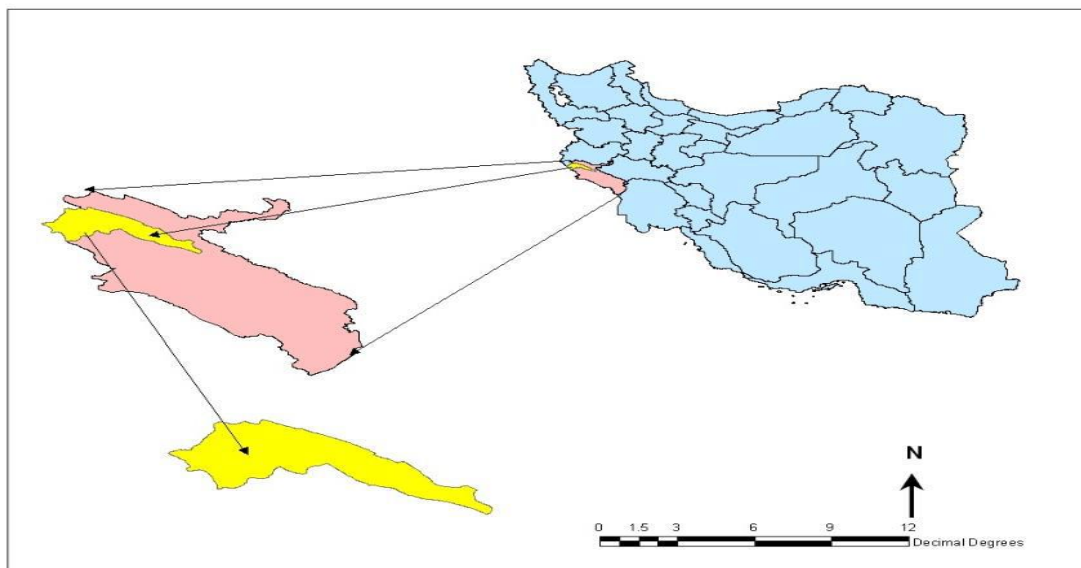
از دیگر پژوهش های که در این زمینه صورت گرفته است می توان به موارد زیر اشاره کرد:

کلرودان (cleverdon:2002) به مطالعه عملکرد صنعت توریسم در کشورهای در حال توسعه پرداخته و اثرات احتمالی مربوط به عوامل موثر در توسعه و موانع بر سر راه آن را ارزیابی نموده است. طاهر دمنه و همکاران (۱۳۹۰) به بررسی چالشهای موجود در صنعت گردشگری شهر یراز پرداخته و ارتباط آنرا با مراکز اقامتی مورد بررسی و ارزیابی قرار داده و به این نتیجه رسیده است که غلی رغم انبوه مسافر، در بسیاری از ماههای سال مراکز اقامتی زیر ظرفیت استاندارد فعالیت می کنند. ابراهیم زاده و آقاسی زاده (۱۳۸۸) در مقاله ای عوامل موثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWot را مورد تحلیل قرار داده است. احمد نوحه گر و همکاران (۱۳۸۸) با بهره گیری از مدل استراتژیک SWot قابلیت های جزیره قشم را مورد ارزیابی و بررسی قرار داده اند.

موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

شهرستان ایوان شمالی ترین شهرستان استان ایلام با مساحت کل ۹۱۳ کیلو متر مربع می باشد که ۴/۶ درصد از مساحت استان ایلام را تشکیل می دهد. موقعیت جغرافیایی آن بین ۳۳ درجه و ۵۰ دقیقه عرض شمالی و ۴۶ درجه و ۱۹ دقیقه طول شرقی واقع شده است و متوسط ارتفاع آب از سطح دریا (۱۱۷۰) متر است. موقعیت نسبی و تقسیمات کشوری شهرستان ایوان از شمال به شهرستان های چرداول و استان کرمانشاه ، از شرق به شهرستان چرداول، از غرب به استان کرمانشاه و از جنوب به شهرستان ایلام محدود شده است. آب و هوای ایوان معتدل کوهستانی است. بیشترین درجه حرارت ۳۴ درجه و کمترین درجه حرارت ۱۰- و میزان بارندگی ۶۳۵ میلی متر است. این شهرستان دارای ۲ شهر، ۲ بخش، ۴ دهستان و ۱۷۷ آبادی دارای سکنه است.

نقشه شماره (۱) محدوده مورد مطالعه



ویژگی های جمعیت شناختی جامعه نمونه

ویژگی جامعه آماری در جدول شماره (۱) مشخص شده است که مطابق آن از نظر جنسیت بیشتر پاسخ گویان را مردان تشکیل داده است. از حیث سن، عمده ترین پاسخ گویان در گروه سنی ۳۰-۴۰ سال قرار داشته اند. از نظر وضعیت شغلی، بیشتر افراد بصورت شغل آزاد فعالیت می کنند. از نظر سطح سواد، بیشتر پاسخ گویان دارای تحصیلات کارشناسی بوده اند.

جدول شماره (۱) ویژگیهای جمعیت شناختی جامعه نمونه

پاسخ گویان		ویژگیهای جمعیتی	
درصد	تعداد		
۶۵/۹	۲۴۷	مرد	جنسیت
۳۴/۱	۱۲۸	زن	
۲۶/۷	۱۰۰	۲۰-۳۰	سن
۴۱/۶	۱۵۶	۳۰-۴۰	
۲۸	۱۰۵	۴۰-۵۰	
۳/۷	۱۴	۵۰-۶۰	
۱۷/۹	۶۷	کارمند	وضعیت اشتغال
۱۸/۷	۷۰	کشاورز	
۹/۹	۳۷	دامدار	
۲۸	۱۰۵	آزاد	
۲۴	۹۳	بیکار	
۲/۴	۹	بی سواد	تحصیلات
۴	۱۵	ابتدایی	
۶/۱۱	۲۳	راهنمایی	
۳۰/۹	۱۱۶	دیپلم	
۴۰/۳	۱۵۱	کارشناسی	
۱۵/۲	۵۷	کارشناسی ارشد	
۱/۱	۴	دکتر	

منبع: یافته های تحقیق، ۱۳۹۶

جامعه آماری تحقیق ۱۴۳۲۵ نفر جمعیت روستایی در قالب ۳۴۰۳ خانوار ساکن در ۵۴ روستای شهرستان ایوان براساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ بوده است. به منظور تعیین جامعه نمونه تعداد ۳۷۵ نفر از سرپرستان خانوارهای روستایی هستند که با استفاده از فرمول کوکران تعداد نمونه ها در روستاهای مذکور انتخاب شده و سپس خانوارهای روستایی نیز به صورت نمونه گیری تصادفی ساده تعیین شدند.

جدول شماره (۲) جمعیت و تعداد خانوار روستاهای شهرستان ایوان در سال ۱۳۹۵

پاسخ گویان		ویژگیهای جمعیتی	
درصد	تعداد		
۶۵/۹	۲۴۷	مرد	جنسیت
۳۴/۱	۱۲۸	زن	
۲۶/۷	۱۰۰	۲۰-۳۰	سن
۴۱/۶	۱۵۶	۳۰-۴۰	
۲۸	۱۰۵	۴۰-۵۰	
۳/۷	۱۴	۵۰-۶۰	
۱۷/۹	۶۷	کارمند	وضعیت اشتغال
۱۸/۷	۷۰	کشاورز	
۹/۹	۳۷	دامدار	

۲۸	۱۰۵	آزاد	تحصیلات
۲۴	۹۳	بیکار	
۲/۴	۹	بی سواد	
۴	۱۵	ابتدایی	
۶/۱۱	۲۳	راهنمایی	
۳۰/۹	۱۱۶	دیپلم	
۴۰/۳	۱۵۱	کارشناسی	
۱۵/۲	۵۷	کارشناسی ارشد	
۱/۱	۴	دکتر	

منبع: بخشدار زرنه شهرستان ایوان ۱۳۹۵

شناخت جاذبه های گردشگری

یکی از راهبردهایی که اخیراً مورد توجه و به مورد اجرا گذاشته شده و نتایج مثبتی را به همراه داشته است توسعه گردشگری برای نواحی روستایی که دارای توان های بالقوه برای گسترش این صنعت دارا می باشند مناسب به نظر می رسد. از طرفی اگر گردشگری روستایی به نحوی مناسب و برنامه ریزی شده و منطبق با معیارهای زیست محیطی مدیریت گردند، می تواند محرکی در فرآیند توسعه یافتگی و حصول به پایداری توسعه در نواحی روستایی و نیز پایداری جوامع محلی در کلیه ی زیرساخت های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و همچنین خود فعالیت های گردشگری باشد (رضوانی، ۱۳۸۴، ۵۴).

با این وجود گردشگری فعالیت بسیار پیچیده ای است که با بخش های دیگر جامعه و اقتصاد وجوه مشترکی دارد در نتیجه دارای آثار و پیامدهای مختلفی می باشد که می باید در فرآیند برنامه ریزی تمامی جوانب آن مورد ملاحظه قرار داد تا از عوامل منفی جلوگیری شود و تأثیرات مثبت عوامل اقتصادی، اجتماعی و محیطی مرتبط با آن افزایش پیدا کند (pearce، ۱۹۹۹).

بنابراین گسترش صنعت جهانگردی به عنوان صنعتی که با حوزه های مختلفی نظیر اقتصاد، کشاورزی، فرهنگی، محیط زیست و خدمات در تعامل است، دارای اهمیت فراوانی است و تجربیات سایر مناطق جهان نشان داده که توسعه ی آن در هر منطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی اجتماعی آن ناحیه گردیده است (مدهوشی، ناصرپور، ۱۳۸۲، ۲۸).

جاذبه های یک مقصد مهمترین عوامل بخش عرضه گردشگری هستند این در حال است که بنگاه های ارائه دهنده خدمات گردشگری یک عوامل تسهیل هستند و علت اصلی مسافرت به شمار نمی روند. بدون وجود جاذبه ها احتیاجی به ارائه این خدمات نیست، مگر اینکه بتواند از آنها برای رفع نیازهای جوامع محلی استفاده کرد. همان طور که سواربروک (۲۰۰۰) می گویند: جاذبه ها در قلب صنعت و مقاصد گردشگری قرار دارند آنها انگیزه های هستند که باعث می شود مردم به مکانهای خاص سفر کنند. ایچادر (۲۰۰۱) بیان می کند که جاذبه ها به عنوان جذب کننده گردشگران هستند و زمینه فعالیت آنها را فراهم می کند همچنین جاذبه ها دارای دو کارکرد اصلی می باشد ۱- موجب ترغیب افراد برای انجام مسافرت می شوند ۲- موجب رضایت مندی بازدید کننده می گردند چرا که آنها هسته ای اصلی مسافرت ها را تشکیل می دهند باید گفت که جاذبه ها بستر ظهور و بروز فعالیتهای گردشگری را به وجود می آورند.

با شروع انقلاب صنعتی و گسترش شهرنشینی انگیزه مسافرت و تفریح برای تامین احتیاجات روحی انسان به امری ضروری مبدل گردیده این مهم در دهه های اخیر پدیده جهانی را بوجود آورد که اصطلاحاً "صنعت گردشگری نام گذاری شد. ورود گردشگر به یک مکان می تواند اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی مهمی در آن محیط برجای گذارد و باعث توسعه و پیشرفت منطقه شود.

امروزه صنعت گردشگری دردنیای کی از منابع مهم درآمد و در عین حال از عوامل موثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهاست و به عنوان گسترده ترین صنعت خدماتی جهان، حائز جایگاه ویژه ای است. از این رو بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین المللی می باشند (کاظمی، ۱۳۸۵، ۱).

ناپایداری توسعه جوامع بشری در دو قرن اخیر (پس از انقلاب صنعتی) و پیامدهای زیانبار آن که تابعی از متغیرهای جمعیت، سرانه و الگوی مصرف است، توجه به اصل پایداری را هر چه بیشتر مورد تاکید قرار می دهد (سرائی وزارعی، ۱۳۸۸، ۱۶).

توسعه پایدار به عنوان یکی از مهم ترین راهبردهای توسعه محسوب می شود. گسترش فزاینده صنعت گردشگری انبوه و اثرات مخرب آن بر محیط و انسانها در نقاط مختلف جهان باعث شده تا کارشناسان نسبت به رفع یا تعدیل عوامل ناپایداری در این بخش هشدار دهند (salahvhab and john j.pigam:2005:2)

بدین ترتیب در پی کاهش این ناپایداری ها مطرح شدن پارادایم توسعه پایدار، استفاده از فنون و روشهای عملی اندازه گیری و ارزیابی پیشرفت به سوی پایداری در صنعت گردشگری نیز گسترش یافت و سرمایه گذاری و منابع انسانی قابل توجه ای صرف توسعه سیاست های عملی و مدل های ارزیابی توسعه ی پایدار گردید (james:2005:2).

صنعت گردشگری امروزه در چهارچوب طرح های آمایشی اعم از ملی، منطقه ای و محلی به عنوان یکی از ابزارها و مولفه های مهم توسعه و محرومیت زدایی بشمار می رود (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵) و به بهبود شاخص های عدالت اجتماعی، ارتقاء سطح زندگی، رفاه عمومی و تعادل و توازن منطقه ای منجر می گردد (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۳، ۲).

این صنعت جایگاه ویژه ای در رونق اشتغال و درآمد داخلی هر کشور دارد (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۹۰، ۱۱۶). بررسی ها نشان می دهد که صنعت گردشگری در دنیا اکنون سومین صنعت پر درآمد بعد از نفت و خودرو است (کرمی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۰۱). پیش بینی می شود که رقم گردشگران در سراسر جهان تا سال ۲۰۲۰ به ۱/۵ میلیارد نفر برسد در عین حال همه ی کشورها سعی دارند سهم بیشتری از گردشگران را به خود اختصاص دهند تا صنعت گردشگری خود را توسعه دهند (صابری فر، ۱۳۸۹، ۶۲).

با توجه به ساختار شکننده اقتصادی ایران و تک محصولی بودن آن باید از سایر قابلیت ها و توانمندی های کشور در جهت رشد اقتصادی، رفاه اجتماعی و توسعه پایدار استفاده کرد. یکی از این ویژگی های منحصر به فرد جاذبه ها و توان های اکولوژیکی، طبیعی، تاریخی و فرهنگی در جهت جذب گردشگر است که کشور ایران از نظر دارا بودن جاذبه های گردشگری جزء ده کشور اول دنیاست، اما سهم آن از نظر درآمد گردشگری به واسطه ی ضعف مدیریتی کمتر از یک درصد است (بیک محمدی، ۱۳۷۹، ۲۴۸). بنابراین تحلیل زیرساختها و محیط های اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی، کالبدی محیط تشکیلاتی و امکانات خدماتی اهمیت زیادی دارد و تنها از طریق سنجش این محیط ها می توان بستری هموار برای دسترسی به جاذبه ها و بهره گیری اقتصادی و اجتماعی از آن فراهم آورد.

شهرستان ایوان از نظر زیبایی های طبیعی، فرهنگی و اجتماعی و از جمله تنوع آب و هوایی برخوردار است و آثار باستانی آن نیز حاکی از تمدن دیرینه ی تاریخ آن است که برای گردشگران جذاب هستند شهرستان ایوان در میان سه کوه بانکول، شره زول و مانشت قرار دارد این شهرستان بخاطر سفره های زیرزمینی فراوانش و همچنین وجود رودخانه بزرگ کنگیر و داشتن اراضی حاصل خیز دارای اهمیت و اعتبار خاصی است. و از نظر مطالعات باستان شناسی عصر برنز، عصر آهن ۱ و ۳ دارای اهمیت زیادی است. سایت های مربوط به این دوره ها بیشتر بصورت قبرستان است. آثار متعددی همچون آتشکده ی سیاهگل، طاق شیرین و فرهاد، منطقه تفریحی خوران، منطقه تفریحی دانوک و پلنگرد، امامزاده سید عبدالله، تنگه ی رنو و تنگه ی کوشک نشان از دیدنی بودن این سرزمین دارد.

بررسی استراتژی جاذبه های گردشگری شهرستان ایوان براساس مدل swot

یکی از مناسب ترین فنون برنامه ریزی و تجزیه تحلیل استراتژی، ماتریس (swot) است که امروزه به عنوان ابزاری نوین برای تحلیل عملکرد ها و وضعیت شکاف، مورد استفاده طراحان و ارزیابی استراتژی قرار می گیرد (nilsson:2004). تکنیک یا ماتریس swot که گاهی (tows) نیز نامیده می شود، ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت های موجود در محیط خارجی یک سیستم و باز شناسی ضعف ها و قوت های داخلی آن به منظور سنجش وضعیت وضعیت و تدوین راهبرد برای هدایت و کنترل آن است (ابراهیم زاده، ۱۳۸۸، ۱۱۴). تحلیل swot در نظر دارد قوت ها و فرصت ها را به حداکثر و تهدیدهای بیرونی را به حداقل برساند، ضعف ها را به قوت ها تبدیل کند و مزیت فرصت ها را به موازات به حداقل رساندن توامان ضعف های درونی و تهدیدهای بیرونی کسب کند. در این مدل سازمان می تواند به وسیله شناسایی قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدها، استراتژی هایی براساس قوت ها، حذف ضعف ها و بهره برادری از فرصت ها یا استفاده از آنها برای مقابله با تهدیدها طراحی و تدوین کند. قوت ها و ضعف ها به وسیله ارزیابی محیط درونی و فرصت ها و تهدید ها به وسیله ارزیابی محیط بیرونی شناسایی می شود (dincer:2004:390). برای این منظور نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدید ها در چارچوب کلی Wt.St.WO.SO پیوند داده می شود و گزینه های استراتژی از بین آنها انتخاب می شود (هرسیون و همکاران، ۱۳۸۲، ۱۹۲).

تحلیل عوامل درونی (IFE):

هدف این مرحله سنجش محیط درونی محدوده مورد مطالعه جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت است. یعنی جنبه های که در راه دستیابی به اهداف برنامه ریزی و اجرای تکلیف های آن زمینه های مساعد یا بازدارنده دارد مدنظر می باشد. از این رو در این قسمت منابع نظری موجود و عملکردها و اقدامات مورد توجه و بررسی قرار گرفته و تحت عنوان نقاط قوت و ضعف ارائه می گردند.

مهم ترین نقاط درونی وجود آثار تاریخی مبنی بر متمدن بودن این قوم و اماکن مذهبی، وجود چشم اندازهای منحصر به فرد طبیعی و مهم ترین نقاط ضعف کمبود تسهیلات و تجهیزات، امکانات و زیر ساخت های رفاهی خدماتی شناسایی شده است. جمع کل وزن عوامل داخلی ۳/۱۵ محاسبه گردید و با توجه به این که نمره نهایی در این ماتریس بالاتر ۲/۵ است می توان گفت که شهرستان ایوان از نظر گردشگری دارای قوت است.

جدول شماره (۳) ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

ردیف	نقاط قوت	وزن	درجه بندی	امتیاز وزنی
S1	وجود آثار تاریخی مبنی بر متمدن بودن این قوم و اماکن مذهبی	۸٪	۴	۰/۳۲
S2	وجود چشم اندازهای منحصر به فرد طبیعی غار، چشمه، رودخانه، آبشار، جنگل و باغات	۸٪	۴	۰/۳۲
S3	وجود ارتفاعات کوه شره زول، بانکول و مانشت جهت انجام ورزشها و تفریحاتی از قبیل کوهنوردی و راهپیمایی	۸٪	۴	۰/۳۲
S4	داشتن صنایع دستی متنوع و قابل توسعه از قبیل فرش، گلیم و جاجیم	۶٪	۴	۰/۲۴
S5	مجاورت و نزدیکی به مراکز جمعیتی و مراکز شهری و همچنین بازار مصرف مناسب	۵٪	۳	۰/۱۵
S6	وجود وضعیت بالای آگاهی و سواد و حس همکاری و مشکلات در بین مردم شهر	۵٪	۳	۰/۱۵
S7	رواج غذاها، بازیها و موسیقی محلی و سنتی و مهمان نوازی مردم	۴٪	۴	۰/۱۶
S8	موقعیت جغرافیایی مناسب شهر ایوان و چهار فصل بودن اقلیم این شهر	۴٪	۳	۰/۱۲
S9	تنوع حیات جانوری و پوشش گیاهی	۴٪	۳	۰/۱۲
S10	جاذبه های ورزشی و تفریحی (کوهنوردی، شنا، ماهیگیری)	۴٪	۳	۰/۱۲
جمع				
		۰/۵۶		۲/۰۲
	نقاط ضعف	وزن	درجه بندی	امتیاز وزنی
W1	کمبود تسهیلات و تجهیزات، امکانات و زیرساخت های رفاهی و خدماتی	۷٪	۳	۰/۲۱
W2	کمبود تجهیزات ورزشی و تفریحی و بهداشتی و خدماتی	۶٪	۳	۰/۱۲
W3	عدم برنامه ریزی هدفمند و سرمایه گذاری های دولتی	۵٪	۳	۰/۱۵
W4	ضعف مدیریتی و عدم هماهنگی دستگاه ها و نهادهای ذیربط و امور گردشگری	۵٪	۳	۰/۱۵
W5	عدم وجود نیروهای راهنما، متخصص و آموزش دیده	۴٪	۲	۰/۰۸
W6	کیفیت نامناسب جاده ها و راهها و کمبود وسیله نقلیه	۴٪	۲	۰/۰۸

۰/۱۲	۳	%۴	وجود کاربری های ناسازگار و چشم انداز های نامناسب پیرامون آثار	W7
۰/۱۲	۳	%۴	تبلیغات و اطلاع رسانی ضعیف در معرفی و جذب گردشگر	W8
۰/۰۶	۲	%۳	توزیع نامناسب گردشگر در فصول سال	W9
۰/۰۴	۲	%۲	نبود نمایشگاه های فرهنگی در تمام فصول سال	W10
۱/۱۳		%۴۴	جمع	
۳/۱۵		۱	جمع کل	

منبع: یافته های تحقیق

تحلیل عوامل بیرونی (EFE):

در این مرحله کندوکاو آثار محیط پیرامون محدوده مورد مطالعه جهت شناسایی فرصتها و تهدیدهای است که منطقه در ارتباط با گسترش گردشگری با آن مواجه است. در این قسمت نیز مجموعه فرصتها و تهدیدهای موجود و موثر بر این منطقه از لحاظ گردشگری تدوین شده است. مهم ترین نقاط فرصت وجود عناصر طبیعی با قابلیت های متنوع و چشم اندازهای زیبا، قرار گیری در شبکه جاذبه های گردشگری استان ایلام و مهم ترین نقاط فرصت آلودگی هوایی شدید ناشی از گرد و غبار و بی توجهی مسئولین و مدیران دولتی شناسایی شد و جمع کل وزن عوامل خارجی ۳/۳۱ محاسبه گردید و با توجه به این که نمره نهایی در این ماتریس بالاتر ۲/۵ است می توان گفت که شهرستان ایوان از نظر گردشگری دارای فرصت است.

جدول شماره (۴) ماتریس عوامل خارجی

ردیف	فرصت ها	وزن	درجه بندی	امتیاز وزنی
O1	وجود عناصر طبیعی با قابلیت متنوع و چشم اندازهای زیبا و قرارگیری در شبکه جاذبه های گردشگری استان	۸٪	۴	۳۲٪
O2	تقویت تولیدکنندگان محلی برای عرضه محصولات تولیدی و صنایع دستی خود به منظور درآمدزایی	۷٪	۴	۲۸٪
S3	شناسایی و معرفی آثار باستانی و تاریخی و جاذبه های طبیعی توسط نهاد های دولتی	۷٪	۴	۲۸٪
S4	در دست احداث بودن سد سرتنگ	۶٪	۴	۲۴٪
S5	افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در منطقه	۶٪	۳	۱۸٪
S6	افزایش توجه دولت و بخش خصوصی به سرمایه گذاری	۵٪	۳	۱۵٪
S7	وجود نیروهای جوان و تحصیلکرده و افزایش انگیزه برای توسعه گردشگری شهرستان	۵٪	۳	۱۵٪
S8	فرآهم آوردن امکانات و تسهیلات گردشگری متناسب مانند سوئیت های اقامتی	۴٪	۴	۱۶٪
S9	امکان ایجاد تورهای مسافرتی و تفریحی برای بازدید از جاذبه های گردشگری	۴٪	۳	۱۲٪
S10	استفاده از قابلیت های فضای مجازی و تبلیغاتی اینترنتی جهت ظرفیت های گردشگری شهرستان	۳٪	۲	۶٪
جمع		۵۵٪		۱۹۴
	تهدیدها	وزن	درجه بندی	امتیاز وزنی
W1	آلودگی هوای شدید ناشی از گرد و غبار و بی توجهی مسئولین و مدیران دولتی	۷٪	۴	۲۸٪
W2	وابستگی اقتصاد شهرستان به منابع بخش دولتی با بیکاری گسترده	۶٪	۴	۲۴٪
W3	نبود زیرساخت ها و امکانات اقامتی و پذیرایی	۶٪	۴	۲۴٪
W4	عدم تخصیص بودجه لازم و کافی برای حفظ و مرمت آثار تاریخی	۴٪	۳	۱۲٪
W5	ایجاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران	۴٪	۲	۸٪
W6	فقدان نظام شناسایی استعدادهای گردشگری	۴٪	۲	۸٪
W7	دایر نبودن ستاد دائمی سفر در شهرستان	۴٪	۲	۸٪
W8	نبود آموزش کافی توسط دولت جهت آگاه سازی مردم از طرح های گردشگری	۳٪	۳	۹٪
W9	از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی (همانند زبان، آداب و رسوم، نوع پوشش و ..) با افزایش گردشگری	۴٪	۳	۱۲٪
W10	ایجاد آلودگی زیست محیطی توسط گردشگران	۳٪	۲	۶٪
جمع		۴۵٪		۱۳۷
جمع کل		۱		۳۳۱

منبع: یافته های تحقیق

تعیین مهمترین راهبرد جاذبه های گردشگری

در این مرحله امتیاز وزن کل ماتریس عوامل داخلی و امتیاز وزنی کل ماتریس عوامل خارجی را استخراج کرده ماتریس داخلی و خارجی ترسیم می کنیم. بنابر جدول ارزیابی ماتریس عوامل داخلی نمره وزن کل بدست آمده برابر ۳/۱۵ و نمره وزن کل ماتریس خارجی برابر با ۳/۳۱ است. سپس آنها را در محور X و Y رسم می کنیم تا موقعیت ما را با توجه به تمامی عوامل به ما در نمودار نشان می دهد. با توجه به نمودار شماره (۱) موقعیت راهبردی جاذبه های گردشگری در ناحیه SO قرار دارد. راهبردهای حداکثر استفاده از فرصت های محیطی با به کار گیری نقاط قوت سازمان یا سیستم در اجرای استراتژیهای SO سیستم با استفاده از نقاط قوت داخلی خود می کوشد از فرصت های خارجی حداکثر بهره برداری را نماید هر سیستمی علاقه مند است. نمودار شماره (۱) بهترین راهبرد مدل SWOT بر اساس یافته های تحقیق در منطقه



ارائه راهبرد های توسعه گردشگری در محدوده مورد مطالعه

راهبرد تهاجمی (SO):

- استفاده از پتانسیل های تاریخی، فرهنگی، مذهبی و طبیعی منطقه در جهت جذب گردشگر.
 - توسعه روند سرمایه گذاری در بخش گردشگری و توسعه رشد محصولات محلی به منظور صادرات به سایر مناطق.
 - توسعه سرمایه گذاری دولت و بخش خصوصی و ارائه امکانات و تسهیلات گردشگری.
 - بهره گیری هدفمند از افزایش انگیزه مسافرت در بین منطقه شهر نشین و نزدیکی با مراکز شهری در جهت بهره مندی از جاذبه ها و فرآورده های توریستی به منظور ایجاد اشتغال و درآمد زایی.
- راهبرد محافظه کارانه (ST):
- بازنگری به نحوه تعامل و برخورد بین نهادها و سازمان های دولتی با مردم در جهت افزایش و ارتقاء همکاریها.

- تنوع بخشی و توسعه برنامه های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه های طبیعی، تاریخی و آداب و رسوم محلی.
 - ارائه خدمات آموزشی و نظارتی با هدف محیط زیست.
 - اعتبار لازم جهت مرمت و آثار تاریخی.
 - ایجاد احساس امنیت در بین گردشگران از طریق حمایت و نظارت نیروی انتظامی.
- راهبردهای تنوع (WO):
- توسعه و تجهیز زیر ساخت های حمل و نقل و جاده ها.
 - برگزاری جشنواره های فرهنگی، تاریخی و هنری در منطقه با هدف معرفی هر چه بیشتر منطقه.
 - توسعه کمی و کیفی اماکن و تاسیسات برای افزایش رفاه گردشگران.
 - استفاده از نیروهای جوان و تحصیلکرده جهت تبلیغات و آموزش افراد محلی و راهنمایی گردشگران.
- راهبردهای تدافعی (WT):
- زمینه سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه زیر ساخت ها، تجهیزات و تاسیسات مختلف گردشگری و کسب درآمد از این طریق.
 - مدیریت بهینه جاذبه های گردشگری جهت کنترل و جلوگیری از تخریب و آلوده سازی پتانسیل ها توسط مردم و گردشگران.
 - توسعه روشهای مناسب مدیریت گردشگری، همراه با تقویت همکاری با سایر بخش های مرتبط با گردشگری.
 - آموزش و اطلاع رسانی به مردم و گردشگران به منظور جلوگیری از تعارضات در زمینه فرهنگ و آداب و رسوم و مکانهای خاص.
 - با توجه به آثار تاریخی، مذهبی و فرهنگی موجود در منطقه براساس مدل SWOT و وزن دهی به هریک از عوامل موثر نشان می دهد که عوامل بیرونی مدل ۳/۳۱ در مقابل عوامل داخلی ۳/۱۵ قرار می گیرد و این اعداد در جدول ماتریسی مدل راهبرد یا استراتژی استفاده از فرصت ها با استفاده از نقاط قوت (SO) را بیان می کند که یکی از بهترین راهبردهای جاذبه های گردشگری برای توسعه نواحی روستایی می باشد.
- نتیجه گیری و پیشنهادات
- امروزه گردشگری نقش مهمی در توسعه اجتماعی، فرهنگی و بویژه اقتصادی شهرها ایفا می کند. اکثر کشورها برای بهبود وضعیت اقتصادی خود، درصدد توسعه گردشگری برآمدند. رشد گردشگری تاثیرات چندجانبه ای به دنبال داشته است که از جمله آن می توان به تنوع اقتصادی، افزایش درآمدها و ایجاد فرصتهای شغلی اشاره کرد. برنامه ریزی راهبردی به عنوان روشی نظام یافته برای اخذ تصمیمات و اجرای اقدامات سازنده جهت هدایت جریان توسعه یک سامانه کارکرد و بنیاد برنامه ریزان را در جهت نیل به اهداف برنامه ریزی گردشگری یاری می کند. برنامه ریزی راهبردی می تواند برنامه ریزان را در جهت تدوین راهبردهای کارکردی برای توسعه پایدار گردشگری کمک نماید. در این پژوهش به منظور ارائه راهبردهای مناسب جهت توسعه گردشگری شهرستان ایوان، نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدهای پیشروی امر گردشگری بوسیله روش SWOT مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت و استراتژیهای جهت بهبود توسعه گردشگری تدوین گردید. شهرستان ایوان بدلیل توان های محیطی و قدمت تاریخی از ارزش توریستی برخوردار است که با برنامه ریزی دقیق می توان به توسعه اجتماعی و اقتصادی دست یافت. یافته های این پژوهش حاکی از این است که شهرستان ایوان علی رغم دارا بودن پتانسیل بالا در امر گردشگری به دلایل متعدد نتوانسته استفاده بهینه و مطلوبی از این موهبت در جهت توسعه و پیشرفت خویش استفاده کند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد که وجود آثار تاریخی، اماکن مذهبی و وجود چشم اندازهای منحصر به فرد طبیعی به عنوان مهمترین نقاط قوت و کمبود تسهیلات و تجهیزات، امکانات وزیر ساخت های رفاهی خدماتی به عنوان مهمترین نقاط ضعف، وجود عناصر طبیعی با قابلیت متنوع و چشم اندازهای زیبا و قرارگیری در شبکه جاذبه های گردشگری استان به عنوان مهمترین فرصت پیشرو آلودگی هوای شدید ناشی از گرد و غبار و بی توجهی مسئولین و مدیران دولتی به عنوان مهمترین تهدید پیشرو شناسایی شدند. و در نتیجه نمره نهایی گردشگری شهرستان ایوان در ماتریس (IFE) 15/3 و در ماتریس (EFE) برابر با ۳/۳۱ است که نشان دهنده وضعیت خوب گردشگری نسبت به عوامل نسبت به عوامل داخلی و خارجی می باشد و سازمان در موقعیت استراتژی SO (راهبرد تهاجمی) قرار دارد و از نقاط قوت و توانمندی های داخلی در جهت بهره برداری از فرصت های خارجی استفاده نماید.
- در پایان با توجه به مطالعات منطقه ای این پژوهش و نتایج مدل SWOT در زمینه بهبود جاذبه های گردشگری موارد زیر پیشنهاد می شود:
- با توجه به جاذبه های تاریخی، طبیعی، فرهنگی و موقعیت جغرافیایی بسیار مساعد منطقه در زمینه گردشگری روستایی توصیه می شود، به عنوان محور توسعه اقتصادی- اجتماعی منطقه در اولویت برنامه ها مورد توجه قرار بگیرد.
 - ایجاد بستر لازم برای توسعه خدمات گردشگری با استفاده از سرمایه گذاری های خصوصی و مشارکت مردمی.

- توجه مسئولان امر در حفظ و مرمت جاذبه های گردشگری.
- تسطیح و توجه کردن به احیاء مسیر های دسترسی به جاذبه های گردشگری.
- تهیه طرح جامه گردشگری شهرستان و اجرای آن.
- تهیه نقشه مسیر دسترسی به جاذبه های گردشگری.
- آموزش و اطلاع رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگران به منظور جلوگیری تعارض بین گردشگران و مردم منطقه.
- تهیه محل های خاص برای اقامت شبانه گردشگران با شرایط امنیتی.
- تنوع بخشیدن به امکانات، خدمات و فعالیت های توریستی به منظور جلب رضایت گردشگران.
- تهیه بروشورهای تبلیغاتی جاذبه های گردشگری شهرستان.

منابع:

- ۱) ابراهیم زاده، عباس و همکاران (۱۳۹۰). برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تاکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر قم)، فصلنامه پژوهشهای جغرافیای انسانی، شماره ۷۶.
- ۲) ابراهیم زاده، عیسی و آقاسی زاده عبدالله (۱۳۸۸) تحلیل عوامل موثر برگسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT، نشریه مطالعات و پژوهش های شهری منطقه ای، دوره ۱، شماره ۱.
- ۳) بیگ محمدی، حسین (۱۳۷۹). نگرشی نو بر آثار اقتصادی توسعه جهانگردی با نگاه به ایران، اطلاعات سیاسی اقتصاد، شماره ۱۵۸-۱۵۷.
- ۴) حسینی، فرهاد و همکاران (۱۳۸۹). بررسی تاثیر گذاری توسعه گردشگری قومی بر موضوعات اجتماعی و فرهنگی جامعه (مورد پژوهشی: روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه)، مجله مدیریت شهری، شماره ۲۶.
- ۵) داس ویل، راجر (۱۳۸۴) مدیریت گردشگری (مبانی، راهبرد و آثار)، ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ سوم، تهران.
- ۶) رحیمی، محسن و همکاران (۱۳۹۳)، برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهر رامسر با استفاده از مدل SWOT، اولین همایش ملی افق های نوین در توانمند سازی و توسعه پایدار معماری، عمران، گردشگری، انرژی و محیط زیست شهری و روستایی، همدان، مرداد ماه.
- ۷) رضوانی، علی اصغر (۱۳۷۶) جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور
- ۸) رضوانی، محمد رضا، (۱۳۸۴) گردشگری خانه های دوم و اثرات آن بر نواحی روستایی: فرصت یا تهدید (مورد: نواحی روستایی شمال تهران شماره ۵۴)
- ۹) رضوانی، محمد رضا، (۱۳۷۸) توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۱۰) رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و قادری، اسماعیل (۱۳۸۱) نقش گردشگری روستایی در توسعه روستاها (نقد و تحلیل چارچوب نظری)، مجله مدرس، شماره ۲.
- ۱۱) رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، داوود (۱۳۸۵) راهکارهای مدل گردشگری با استفاده از مدل SWOT دهستان لواسان کوچک، نشریه مدرس علوم انسانی، شماره ۲، پیاپی ۴۵.
- ۱۲) سرایی، محمد حسین و عبدالحمید زارعی (۱۳۸۸)، جای پای بوم شناختی به عنوان شاخص سنجش پایداری اجتماعات، مجله محیط شناسی، شماره ۵۰.
- ۱۳) سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰
- ۱۴) سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵
- ۱۵) شریف زاده، ابوالقاسم و مرادی نژاد همایون (۱۳۸۱) توسعه پایدار گردشگری روستایی، ماهنامه اجتماعی و اقتصادی جهاد. شماره ۲۵۰.
- ۱۶) صابری فر، رستم (۱۳۸۹)، مقایسه صنعت گردشگری در شهرهای استان خراسان جنوبی، فصلنامه مدرس علوم انسانی، شماره ۶۷.
- ۱۷) طاهری دمنه، محسن، فرقانی، سکینه و مستوفی المالکی، رضا، (۱۳۸۹) بررسی چالشهای موجود در صنعت گردشگری شهر شیراز در ارتباط با محدودیت مراکز اقامتی، نشریه مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، شماره ۸.
- ۱۸) عزیزی، محمد مهدی (۱۳۸۲)، تراکم در شهرسازی اصول و معیارهای تعیین تراکم شهری، چاپ اول، دانشگاه تهران، تهران.
- ۱۹) فرید، یدالله (۱۳۸۱) لزوم نگاه ویژه بر گردشگری و صنعت توریسم در شهرستان اسباران و ضرورت هم سویی برنامه های آموزشی جغرافیا با مبانی جغرافیای گردشگری، مجله فضای جغرافیایی، شماره ۸.
- ۲۰) کاظمی، مهدی (۱۳۸۵)، مدیریت گردشگری، انتشارات سمت، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.
- ۲۱) کردی، محمد (۱۳۸۱)، برنامه ریزی توریسم شهری با تاکید بر توسعه پایدار، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده معماری و شهرسازی.
- ۲۲) کرمی دهکردی، مهدی و همکاران (۱۳۹۱)، تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان استان چهار محال بختیاری، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، شماره ۴۵.
- ۲۳) لطیفی، سمیه و ودادی، الهام، (۱۳۹۰) تحلیل موانع گردشگری روستایی در روستاهای هدف گردشگری شهرستان همدان، مجموعه مقالات اولین همایش ملی جغرافیا و توسعه پایدار.
- ۲۴) مقصودی، طهماسب و همکاران (۱۳۸۳)، توریسم، توسعه و روستا، نشریه جهاد، شماره ۲۶۳.

- ۲۵) نوحه گر، احمد (۱۳۸۸) ارزیابی قابلیت طبیعت گردی جزیره قشم با بهره گیری از مدل استراتژی SWot. مجله جغرافیا و توسعه پایدار، شماره ۱۵.
- ۲۶) هریسون، جفری وجان کارون (۱۳۸۲)، مدیریت استراتژیک، ترجمه بهروز قاسمی، انتشارات هیات، چاپ اول، تهران.
- ۱) Butler.R W.2000 .Ecotourism has it Achieved maturity or has the Bubble Burst, keynote address, pacific rim turism rotorua, Zealand.
- ۲) Dincer, o. (2004).Strategy management and organization policy.Beta publication, Istanbul.390 p.
- ۳) Houghton, G. and hunter, C 1999, managing sustainable urban development.Avebury studies in green research.
- ۴) John.J. pigram and salahwahab(2005) Sustainable Tourism nachanging world : thechallengot sustainability , Edited by salahwahab and johuy. Pigram , London and new York
- ۵) T.G.KO, James (2005)Assessing progress of T ourism sustainability Elsevier sciencelat.Allrights reserved , Anhals of Tourism research , Vol . 28, No.3,pp.817-820
- ۶) Nilsson, M, Research and advice on strategic environmental assessment, Stockholm environmental institute publications, 2004.
- ۷) Pearce, D. (1999), turist development, longman, harlow
- ۸) Unchs (united nations center for human settlcment). (2002) .global report on human settlement. Oxford university press oxford.
- ۹) Vinay, chauhan,(2013), sustainable development of pilgrimage tourism in jammu region: an investigation of rural residents attitude, india, university of jammu, creating a sustainable ecology using technology driven soitions, p.113.
- ۱۰) WCED (word commission of environment and development). (1987). our common future (brundt land repot). Oxford University press oxford.