

بررسی نقش طبیعت‌گردی و آثار آن در توسعه مناطق روستایی با استفاده از مدل تحلیلی SWOT (مطالعه موردی روستای اورامان تخت)

حسین دانش‌مهر* - دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی توسعه، دانشگاه تهران
علیرضا کریمی - دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی توسعه، دانشگاه تهران
وریا صفری - دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی توسعه، دانشگاه تهران

دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۱۱/۲۳ پذیرش نهایی: ۱۳۹۱/۴/۲۳

چکیده

در زمان حاضر گردشگری به عنوان یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع دنیا مطرح است و رشد سریع آن، تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی فراوانی را به دنبال داشته است. گردشگری روستایی نیز به عنوان جزئی از این صنعت، می‌تواند نقش مؤثری در توسعه ملی و به تبع آن توسعه منطقه‌ای و محلی ایفا کند. در مقاله حاضر به بررسی نقش طبیعت‌گردی و آثار آن در توسعه مناطق روستایی، با تأکید بر روستای اورامان تخت پرداخته شده است. بدین منظور، بر اساس چارچوب مفهومی و نظری و نیز مطالعات میدانی انجام‌شده، اقدام به تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق تکنیک SWOT گردید. مطالعات میدانی این تحقیق شامل مصاحبه و پرکردن پرسشنامه با سه گروه بود: خانوارهای ساکن در روستای اورامان تخت، و گردشگران و مسئولان نهادهای مرتبط با گردشگری شهرستان سروآباد. نتایج تحلیل نشان می‌دهد که در منطقه مورد مطالعه، مؤلفه چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد روستا به همراه باغ‌ها و فضاهای سبز مهم‌ترین نقطه قوت بوده است، مؤلفه فقدان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در این منطقه عمده‌ترین نقطه ضعف آن، مؤلفه توجه بیشتر مسئولان به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در منطقه مهم‌ترین فرصت بیرونی، و سرانجام مؤلفه نبود مدیریت آگاه به موضوعات اکوتوریستی عمده‌ترین تهدید خارجی بوده است. بر همین اساس مدل ساختن هر نقطه ضعف به قوت و نیز تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها می‌تواند منجر به افزایش اشتغال و درآمد به‌همراه حفظ محیط-زیست و در نهایت توسعه پایدار منطقه گردد.

کلیدواژه‌ها: طبیعت‌گردی، اورامان تخت، توسعه روستایی، استراتژی‌ها، تکنیک SWOT.

مقدمه و بیان مسئله

صنعت گردشگری تا پایان دهه آینده، در صدر جدول صنایع پردرآمد جهان قرار می‌گیرد. این صنعت در سال ۱۹۹۸ با درآمدی ۵۰۰ میلیارد دلاری بر صنعت کامپیوتر و خودرو پیشی گرفت و افزون بر آن، پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۲۰ بر تنها صنعت پردرآمد دنیا - یعنی نفت - نیز فائق آید. تعداد گردشگران این صنعت تا سال ۲۰۲۰، به بیش از ۱/۶ میلیارد نفر رسیده است. در سال ۲۰۰۳ ایالات متحد با درآمدی معادل ۶۸/۴، فرانسه با ۲۹/۳ و اسپانیا با ۲۷/۳ میلیارد دلار، در رأس کشورهای بودند که بیشترین درآمد را در این صنعت داشته‌اند. در این سال درآمد ایران از این صنعت تنها ۸۶۳ میلیون دلار بوده است (WTO, 2003). این در حالی است که ایران جزو ده کشور نخست جهان به لحاظ جاذبه‌های گردشگری است (Newsome & etal, 2004). این مقایسه شکاف عظیمی را نشان می‌دهد که پر کردن آن در دنیای امروز با این حجم و سرعت به رؤیایی دست‌نیافتنی شبیه است. یکی از بخش‌های صنعت مورد بحث، گردشگری روستایی است که از نیمه دوم قرن بیستم مورد توجه ویژه قرار گرفته است و امروزه در بسیاری از نقاط جهان به عنوان کاتالیزوری برای ترمیم و احیای وضعیت اقتصادی-اجتماعی مناطق روستایی شناخته شده است (Perales, 2002; He, 2005). افراد و یا گروه‌های توریستی با هدف بهره‌گیری از زیبایی‌های طبیعی و جلوه‌های حیرت‌انگیز خلقت، به روستاهای جای گرفته در دوردست‌ترین مناطق سفر می‌کنند. این نوع گردشگران که آنها را اصطلاحاً اکوتوریست می‌نامند، به دنبال بهره‌مند شدن از طبیعت‌اند. حضور آنان در مناطق روستایی، آثار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فراوانی را در مناطق هدف بر جای می‌گذارد. ایجاد اشتغال و توسعه منطقه‌ای از آثار مهمی است که توسعه طبیعت‌گردی به همراه آورده است (کریم‌پناه، ۱۳۸۴: ۲ به نقل از شفیع‌زاده، ۱۳۸۳).

سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴، که مهم‌ترین سند راهبردی و کلان کشور در تمامی زمینه‌هاست، گردشگری و طبیعت‌گردی را با هدف رفع محدودیت‌ها و توسعه مناطق روستایی مورد توجه و تأکید قرار داده است (چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۲). در این میان استان کردستان به عنوان یکی از مناطق غنی با جاذبه‌های طبیعی،

میراث‌های فرهنگی، تاریخی و مذهبی در ایران مطرح است؛ و یکی از مناطق شاخص و نمونه گردشگری این استان، دهستان اورامان از توابع شهرستان سروآباد است که با وسعت ۱۲۴/۷ کیلومتر مربع و ۲۳۶۰ خانوار و حدود ۱۰۵۰۰ نفر جمعیت، در جنوب غربی این استان قرار دارد. روستای اورامان تخت که مرکز دهستان است، به واسطه داشتن اقلیم مناسب و همچنین شرایط ویژه توپوگرافی و پوشش گیاهی متنوع، تلطیف هوا و جلوه‌ای زیبا از طبیعت دلچسب را در فصول چهارگانه به معرض تماشا می‌گذارد. زمستان‌ها پوشیده از برف است و تابستان‌ها با آب و هوایی ملایم به منطقه‌ای بیلابلی بدل می‌شود. مناظر این منطقه، چشم‌اندازهایی فراموش‌نشده را در ذهن هر مسافر بر جای می‌نهد. از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری روستای اورامان می‌توان به رودخانه سیروان، فضاها و کشاورزی سنتی (باغ‌های گردو، انگور، انجیر، بادام)، ییلاق (هه‌وار)، بافت قدیمی و معماری پلکانی روستا، صنایع دستی، نوع پوشش مردم و خوراکی‌ها و آیین‌های دینی و مذهبی (مراسم پیرشالیار و مراسم کومسای) اشاره کرد.

در این مقاله سعی شده است تا با در نظر گرفتن موارد مذکور و درک اینکه شناخت پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توریستی منطقه اورامان می‌تواند تأثیری سازنده بر برنامه‌ریزی مناسب گردشگری در این منطقه روستایی و رفع مشکلات و مسائل آن داشته باشد، به این پرسش‌ها پاسخ داده شود: ۱- طبیعت‌گردی و آثار آن در توسعه مناطق روستایی به لحاظ، اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و محیطی چگونه است؟ ۲- پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری روستایی کدام‌اند و چه راهبردها و راهکارهایی برای توسعه گردشگری وجود دارد تا به توسعه روستایی و همچنین توسعه ملی بینجامد؟

برای پاسخ به این پرسش‌ها، با استفاده از مدل تحلیلی SWOT به بررسی و تحلیل نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدهای طبیعت‌گردی در روستای اورامان تخت، از دیدگاه مردم محلی، گردشگران و سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با گردشگری پرداخته می‌شود. در پایان نیز ضمن شناسایی مهم‌ترین مسائل و مشکلات مربوط به گردشگری در این روستا، پیشنهادهایی کاربردی برای بهبود وضعیت این صنعت در روستای مذکور ارائه می‌گردد.

چارچوب مفهومی و نظری

گردشگری پدیده‌ای است که از دیرباز در جوامع انسانی وجود داشته و به تدریج در طی مراحل تاریخی مختلف به موضوعی فنی، اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی تبدیل شده است (رضوانی، ۱۳۷۸، ۲۷). به‌زعم سازمان جهانی جهانگردی^۱ (WTO)، «گردشگری عبارت است از مجموعه کارهایی که یک فرد در سفر و در مکانی غیر از محیط عادی خود انجام می‌دهد. این سفر بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف آن سرگرمی، تفریح، استراحت، ورزش و فعالیت‌هایی از این قبیل است» (WTO, 2004).

گردشگری روستایی پدیده‌ای بسیار قدیمی است که در عین حال به عنوان فعالیتی تفریحی - اجتماعی در نیمه دوم قرن هیجدهم در انگلستان و اروپا مطرح شد. البته پیش از آن نیز از مناطق روستایی برای فعالیت‌های تفریحی استفاده می‌شد، اما شرکت در این فعالیت‌ها منحصر به اقشار برتر جامعه بود (منشی‌زاده، ۱۳۸۴، ۵۰). چه‌بسا تقاضای فزاینده گردشگری روستایی از سال ۱۹۴۵ بدین‌سو شروع شد، چراکه با افزایش سریع مالکیت خودرو حجم زیادی از مردم به‌راحتی توانستند از حومه‌های شهری و روستاها بازدید کنند. امروزه در بسیاری از کشورهای جهان، گردشگری روستایی توجه تعداد زیادی از گردشگران را به خود جلب کرده و در قالب یکی از مردمی‌ترین اشکال گردشگری درآمدی است (از کیا و ایمانی، ۱۳۸۷، ۳۱۶).

به‌طور کلی گردشگری روستایی از دو جنبه دارای اهمیت است: یکی به عنوان نوعی فعالیت گسترده جهانی، و دیگری به عنوان تأکیدی بر توسعه سیاست‌های منطقه‌ای و محلی. از همین رو، منطقی است پذیرفته شود که تعریف جامع و همه‌شمولی از گردشگری روستایی وجود ندارد (افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵، ۴). در سال ۱۹۸۶ کمیسیون جامعه اروپایی، گردشگری روستایی را چنین تعریف کرد: «گردشگری روستایی تنها شامل گردشگری کشاورزی نیست، بلکه همه فعالیت‌های گردشگری را در مناطق روستایی دربرمی‌گیرد» (Sharply, 2002). به

1. World Tourism Organization

عقیده دونالد^۱، «گردشگری روستایی به کلیه فعالیت‌ها و خدماتی گفته می‌شود که به وسیله کشاورزان و مردم و دولت‌ها برای تفریح و استراحت گردشگران و همچنین جذب گردشگران در نواحی روستایی صورت می‌گیرد و می‌تواند شامل گردشگری کشاورزی، گردشگری مزرعه، گردشگری طبیعی و گردشگری فرهنگی شود» (Higham, 2007).

با توجه به اهداف گردشگران، می‌توان گردشگری روستایی را به این ۵ دسته تقسیم کرد:

- ۱- گردشگری طبیعی: که عمدتاً در تعامل با جاذبه‌های اکولوژیکی قرار دارد.
- ۲- گردشگری فرهنگی: با فرهنگ و تاریخ و میراث فرهنگی و باستانی مردم روستایی سروکار می‌یابد.
- ۳- طبیعت‌گردی: نوعی از گردشگری است که علاوه بر تعامل با جاذبه‌های طبیعی (همانند رودخانه، دریاچه فصلی و کوهستان‌ها و جز اینها)، با زندگی و هنجارهای اجتماعی مردم محلی که خود نیز در تعامل با این جاذبه‌های طبیعی‌اند، ارتباط می‌یابد.
- ۴- گردشگری دهکده‌ای: گردشگران در این نوع گردشگری، به اقامت در خانوارهای دهکده می‌پردازند و در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی روستا مشارکت می‌کنند.
- ۵- آگروتوریسم: نام دیگر آن گردشگری کشاورزی است، و گردشگران بدون ایجاد تبعات و پیامدهای منفی بر اکوتوریسم مناطق میزبان، به تعامل با فعالیت‌های سنتی کشاورزی می‌پردازند و یا مستقیماً در آن مشارکت می‌کنند (شریف‌زاده و مرادنژاد، ۱۳۸۱، ۵۴). از میان انواع گردشگری روستایی در اینجا صرفاً به طبیعت‌گردی و تأثیرات اقتصادی-اجتماعی آن در جامعه هدف پرداخته می‌شود.

درباره اصطلاح طبیعت‌گردی و سابقه کاربرد آن، دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد. برخی از صاحب‌نظران، سابقه کاربرد این اصطلاح را اواخر دهه ۱۹۷۰ می‌دانند و برخی دیگر اواخر دهه ۱۹۸۰. در متون تخصصی مرتبط، «سبالیوس لاسکورین^۲» یا نخستین کسی که این اصطلاح را

1. Donald

2. Cebalios Lascurain

به کار برده، طبیعت‌گردی را مسافرتی برشمرده است که به منظور مطالعه و نیز توجه و علاقه نشان دادن و لذت بردن از سیماهای طبیعی و مشاهده گیاهان و جانوران و آشنایی با ویژگی‌های فرهنگی جوامع محلی در گذشته و حال صورت می‌گیرد (Wearing and Neil, 1999).

طبیعت‌گردی، برگرفته از Ecological tourism، گرایش و پدیده‌ای نسبتاً تازه در صنعت جهانگردی است که بخشی از این صنعت را تشکیل می‌دهد. این گونه از جهانگردی عمدتاً فعالیت‌های فراغتی انسان را در طبیعت فراهم و امکان‌پذیر می‌سازد و مبتنی است بر مسافرت‌های هدفمند همراه با دیدار و برداشت‌های فرهنگی و معنوی از جاذبه‌های طبیعی و لذت‌جویی از پدیده‌های گوناگون آن. طبیعت‌گردی دربرگیرنده دامنه گسترده‌ای از گزینه‌های ویژه است: از بازدید علمی گرفته تا بازدید اتفاقی در منطقه‌ای طبیعی به‌عنوان فعالیت آخر هفته یا بخشی جنبی از مسافرتی بلندمدت و نظایر آن. چشم‌اندازها و مناظر زیبای طبیعت مانند سواحل دریاها، دریاچه‌ها، تالاب‌ها، جزایر، بیشه‌زارها و مکان‌های سرسبز و خرم، گیاهان وحشی، جنگل‌ها و پارک‌های ملی، نواحی گردشگاهی، مناطق کوهستانی و ییلاقی، امکانات بالقوه ورزشی-تفریحی مانند غار پیمایی، کوهنوردی، کوهپیمایی، کاوش‌های زمین‌شناسی، پیاده‌روی در طبیعت، غواصی و موج‌سواری، شنا، اسکی روی آب، قایقرانی، ماهیگیری و استفاده از خوراکی‌های دریایی، شکار تفریحی، مکان‌های آب درمانی مانند چشمه‌های آب معدنی و حتی مناطق بیابانی و کویری از کانون‌ها و جاذبه‌های توریست‌پذیر این نوع از جهانگردی است (رضوانی، ۱۳۷۸).

بالترا^۱ طبیعت‌گردی را به معنای سفر و لذت بردن از جلوه‌ها و مناطق شگفت‌انگیز از جنبه زندگی طبیعی و فرهنگ آدمی، بدون آنکه هر یک از این دو سبب آسیب رساندن به دیگری شوند، می‌داند (Interpid Travel, 2002). در تعریف دیگری از طبیعت‌گردی، این اصطلاح به هر نوع گردشگری مرتبط با طبیعت گفته می‌شود. انگیزه اصلی در این نوع گردشگری بهره‌جستن از جذابیت‌های طبیعی - یا ویژگی‌های فیزیکی و فرهنگ بومی - هر منطقه است و گردشگر پس از مشاهده

1. Bulter

جذابیت‌ها، بدون اینکه خللی در آن وارد سازد یا دست به تخریب آن زند، محل را ترک می‌گوید. بدین ترتیب ضمن بهره‌گیری از فرهنگ و سوابق تاریخی و نمونه‌های طبیعی منطقه و حفظ آنها و توجه همراه با حرمت به اکوسیستم، فرصت‌های اقتصادی و درآمدزایی نیز برای مردم محلی ایجاد می‌شود و زمینه حفظ و حمایت جدی‌تر از جذابیت‌ها، با منابع مالی تازه‌تر فراهم می‌آید. در واقع طبیعت‌گردی آنتی‌تزی است در برابر گردشگری معطوف به منافع کوتاه‌مدت (سازمان اکوتوریسم، ۱۳۸۰).

بسیاری از متخصصان توسعه، راه حل بسیاری از مشکلات مناطق روستایی را توسعه گردشگری روستایی می‌دانند. از این رو گردشگری عنصری اساسی در حرکت به سوی احیا و بازسازی مناطق روستایی است (شارپلی، ۱۳۸۰، ۱۰۹). هدف از گسترش گردشگری روستایی را می‌توان از دو بُعد در نظر گرفت: الف) پاسخگویی به تقاضای روزافزون جمعیت شهری، برای گذران اوقات فراغت و تفریح در مناطق روستایی و گردشگرپذیر؛ و ب) توسعه و گسترش مناطق روستایی. در حوزه ارتباط گردشگری و توسعه روستایی، تاکنون دیدگاه‌های مختلفی مطرح شده است، که هدف همه آنها کاهش فقر روستایی، حل معضلات بیکاری و مهاجرت و افزایش خدمات رفاهی است (افتخاری و قادری، ۱۳۸۱). با توجه به دیدگاه‌های مختلف در زمینه گردشگری روستایی، می‌توان ابراز داشت که این نوع گردشگری از یک‌سو با فراهم آوردن فرصت‌های جدید برای بسیاری از روستاها همچون وسیله‌ای است که حیات دوباره به جوامع روستایی می‌دهد و موجب توسعه این نواحی می‌شود، و از سوی دیگر توسعه برنامه‌ریزی شده آن به شکل‌گیری آسیب‌های اجتماعی و زیست‌محیطی در سکونتگاه‌های روستایی دامن می‌زند (رضوانی و صفایی، ۱۳۸۴، ۱۱۴).

روش‌شناسی

تحقیق انجام شده از نوع توصیفی-تحلیلی است و روش استفاده شده در آن از نوع ترکیبی: برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز آن ابتدا از اسناد و مدارک معتبر استفاده شده؛ و سپس در مراحل بعدی به‌منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه استراتژی و راهبرد گردشگری روستایی،

روش تحلیلی SWOT به کار رفته است. در این تحقیق، جامعه آماری مورد مطالعه را سه گروه خانوارهای ساکن در روستای اورامان تخت (سرپرست خانوارها)، گردشگران و مسئولان نهادها و دستگاه‌های مرتبط با گردشگری تشکیل می‌دهند. با توجه به اطلاعات به‌دست آمده از نهادهای مرتبط با گردشگری و همچنین مسئولان امر، در طول دو ماه نخست دو سال گذشته میانگین تعداد گردشگران این روستا ۱۲۰۰ نفر بوده است. این تعداد به‌عنوان جامعه آماری گردشگران تلقی شده و حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول کوکران تعیین گردیده است. با توجه به محدودیت‌های اقتصادی و زمانی از فرمول تصحیح استفاده شد و حجم نمونه‌ها اصلاح گردید. تعداد نمونه‌های به دست آمده برای سه جامعه آماری مورد مطالعه در جدول ۱ درج شده است.

جدول ۱. فرآیند نمونه‌گیری در تحقیق

جامعه آماری	تعداد کل	شیوه نمونه‌گیری	تعداد نمونه
خانوارهای ساکن	۶۴۴	فرمول کوکران	۱۱۹
گردشگران	۱۲۰۰	فرمول کوکران	۱۳۶
مسئولان نهادها	۱۳	تمام‌شماری	۱۳

مدل تحلیلی SWOT

اساساً تکنیک یا ماتریس SWOT نوعی برنامه‌ریزی استراتژیک و ابزاری برای شناخت تهدیدها^۱ و فرصت‌های^۲ موجود در محیط خارجی یک سیستم و بازشناسی ضعف‌ها^۳ و قوت‌های^۴ داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبرد برای هدایت و کنترل آن سیستم است (ازکیا و همکاران، ۱۳۸۷، ۱۸۲؛ مرادی مسیحی، ۱۳۸۱، ۴۰). این تکنیک در واقع ابزاری برای تحلیل وضعیت و تدوین راهبرد است و از این طریق انجام می‌شود:

1. Threats
2. Opportunity
3. Weakness
4. Strength

- بازشناسی و طبقه‌بندی قوت‌ها و ضعف‌های درونی سیستم؛
- بازشناسی و طبقه‌بندی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در محیط خارج سیستم؛ و
- تکمیل ماتریس سوات، و تدوین راهبردهای گوناگون برای هدایت سیستم در آینده.
- برای ساختن ماتریس SWOT باید این مراحل طی شوند:
- ۱- فهرستی از فرصت‌های عمده موجود در محیط خارجی سازمان؛ ۲- شناسایی تهدیدات عمده موجود در محیط خارج سازمان؛ ۳- مشخص کردن نقاط قوت داخلی و عمده سازمان؛ ۴- شناخت نقاط ضعف عمده داخلی سازمان؛ ۵- مقایسه نقاط قوت داخلی و فرصت‌های خارجی با هم، و قرار دادن نتیجه آن در خانه مربوط به گروه استراتژی‌های SO (تهاجمی)؛ ۶- مقایسه نقاط ضعف داخلی با فرصت‌های موجود در خارج و قرار دادن نتیجه آن در گروه استراتژی‌های WO (بازنگری)؛ ۷- مقایسه نقاط قوت داخلی با تهدیدات خارجی و قرار دادن نتیجه آن در گروه استراتژی‌های ST (تنوع)؛ و ۸- مقایسه نقاط ضعف داخلی با تهدیدات خارجی و قرار دادن نتیجه آن در گروه استراتژی‌های WT (دفاعی) (هانگر و ویلن، ۱۳۸۱: ۳۶۶-۳۶۴). در این مقاله بر اساس این فرآیند، به بررسی آثار طبیعت‌گردی در جامعه هدف پرداخته شده است.

کلیاتی در مورد منطقه مورد مطالعه

دهستان اورامان با ۲۶ روستا دارای وسعت ۱۲۴/۷ کیلومتر مربع و ۲۳۶۰ خانوار و حدود ۱۰۵۰۰ نفر جمعیت، تابع شهرستان سروآباد است که در ۷۵ کیلومتری جنوب شرقی شهرستان مریوان و ۱۷۰ کیلومتری جنوب غربی مرکز استان کردستان (سنندج) قرار دارد. این دهستان از سمت غرب با کشور عراق به طول ۲۰ کیلومتر و از سمت جنوب با استان کرمانشاه هم‌مرز است. کوه‌های دالانی و درکی (۲۶۳۹ متر) در شمال، کوه کوسالان در شرق، کوه شاهو (۳۳۹۰ متر) در جنوب و کوه‌های تخت دربند (۲۷۷۰ متر) در غرب این دهستان واقع‌اند (معاذی‌نژاد و احمدی، ۱۳۸۳، ۲۱-۱۹). مرکز این دهستان روستای اورامان است. واژه اورامان در زبان کردی «هورامان» تلفظ می‌شود. این روستا قدمتی دیرینه دارد و وجود آثار و بقایای آتشکده‌های فراوان در اطراف آن نشانگر جنبه تاریخی این روستاست. مردم این نواحی پیش از

گرویدن به اسلام، زرتشتی بوده‌اند. این سرزمین در گذشته قلمرو فرمانروایان و سلاطین محلی بود که با اقتدار بر آن حکمفرمایی می‌کردند و به همین دلیل آن را «تخت» -یعنی پایتخت یا مرکز سلطنت- نامیدند. بر اساس آخرین آمار از دهیاری روستا در سال ۱۳۸۹، روستای اورامان بزرگ‌ترین روستای منطقه با ۶۴۴ خانوار و جمعیتی معادل ۲۹۶۲ نفر بوده است. جاذبه‌های طبیعی و انسانی زیباترین و جذاب‌ترین داشته‌های هر کشور و منطقه به شمار می‌آیند. در منطقه مورد مطالعه نیز این‌گونه جاذبه‌ها بسیار متنوع‌اند و در جدول ۲ به مهم‌ترین آنها اشاره شده است.

جدول ۲. فهرست جاذبه‌های عمده منطقه اورامان

ردیف	نام جاذبه	گونه	ویژگی‌های شاخص وجاذب	محل استقرار	نوع فعالیت	حجم تقاضا	حیطه عملکرد
۱	چشم‌اندازهای منطقه	طبیعی	چشم‌اندازهای اورامان که از تاثیر و تأثر عناصر اقلیمی در منطقه شکل گرفته‌اند و عامل اختلاف ارتفاع نیز بر جذابیت‌های آنها افزوده است، از مهم‌ترین عوامل جذب بسیاری از گردشگران به منطقه به‌شمار می‌آیند.	اورامانات	طبیعت‌گردی	زیاد	ملی - بین‌المللی
۲	رودخانه سیروان	طبیعی	این رودخانه از پرآب‌ترین و در عین حال خروشان‌ترین رودخانه‌های استان است که با توجه به فضای کوهستانی منطقه چشم‌انداز ویژه‌ای را شکل داده است. فعالیت‌هایی همچون ماهیگیری، آبی‌پروری و قایق‌سواری در آب‌های خروشان از عمده‌ترین قابلیت‌های این رودخانه است.	اورامانات	طبیعت‌گردی	زیاد	ملی
۳	بیلاق (مه‌وار)	طبیعی - دستساز	مه‌وار (فضای بیلاقی) در ارتفاعاتی از اورامان تخت تا نزدیکی‌های هجیج قرار گرفته و در کوه‌های حد فاصل دره سیروان با نودشه واقع شده است و فضاهای کشاورزی (باغ) و خانه‌باغ‌های کاملاً سنتی برای سکونت افراد و در کنار آن دامداری و الزامات خاص، آن فضایی کاملاً سنتی را برای علاقه‌مندان به تمدن ماقبل مدرن شکل داده‌اند.	اورامانات	طبیعت‌گردی	بسیار کم اما نامعلوم	منطقه ای

ردیف	نام جاذبه	گونه	ویژگی‌های شاخص وجاذب	محل استقرار	نوع فعالیت	حجم تقاضا	حیطه عملکرد
۴	بافت معماری روستا	فرهنگی	بافت پلکانی روستا و چشم‌اندازهای ناشی از چگونگی استقرار فضاهای بازار، عرصه‌های فردی و جمعی و جز اینها و نیز شیوه معماری خشکه‌چین و کاملاً هماهنگ با طبیعت، هماهنگی زیبایی را شکل داده‌اند.	اورامان تخت	گردشگری روستایی	نا محدودی	ملی - بین‌المللی
۵	صنایع دستی	فرهنگی	صنایع دستی در اورامان دارای قدمت و اصالت بسیار زیادی هستند. عمده‌ترین محصولات دستی که اکنون وجود دارند عبارت‌اند از: لباس کردی (زنانه و مردانه)، گیوه، محصولات چوبی، شال بافی، سبد بافی، خراطی و برخی دیگر.	اورامانات	فرهنگی	بسیار کم اما نامعلوم	ملی - منطقه‌ای
۶	زبان	فرهنگی	زبان اورامی از شاخه زبان کردی است که از دیدگاه‌های زبان‌شناسی و فرهنگ‌شناسی و مردم‌شناسی اهمیتی عمده دارد.	اورامانات	فرهنگی	-	محلی
۷	مراسم و مقبره پیرشالیار	فرهنگی	مراسم قدیمی و تاریخی پیر شالیار، که شاخص‌ترین جاذبه فرهنگی منطقه است، هر ساله در اواسط بهمن ماه برگزار می‌شود و به مراسم عروسی پیر شالیار نیز معروف است.	اورامان تخت	فرهنگی	حدود ۱۰۰۰۰ نفر	ملی - بین‌المللی
۸	مراسم سنتی کومسا	فرهنگی	مراسم سنتی کومسا در ۱۸ اردیبهشت ماه در محل مقبره پیر شالیار برگزار می‌شود، و مردم محلی و دیگر علاقه‌مندان به آن از سایر استان‌های کشور به مشارکت در آن می‌پردازند و بسیار باشکوه است.	اورامان تخت	فرهنگی	۱۲۰۰ نفر	ملی

منبع: نگارندگان

تجزیه و تحلیل

الف) عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری در روستای اورامان

هدف از این مرحله، سنجش محیط داخلی منطقه مورد مطالعه، به منظور شناسایی امکانات یا نقاط قوت و تنگناها یا نقاط ضعف موجود است. در این قسمت سه مقوله استراتژی‌های موجود، عملکردها و منابع، مورد توجه و بررسی قرار گرفته است، که با عنوان نقاط قوت و نقاط ضعف و در چارچوب ابعاد توسعه روستایی (اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، محیطی یا اکولوژیکی و نهادی) در جدول ۳ درج شده است.

جدول ۳. ماتریس عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری روستای اورامان

ابعاد توسعه روستایی	نقاط قوت	نقاط ضعف
اقتصادی	<ul style="list-style-type: none"> - مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری، با هدف استفاده از منابع طبیعی و فرهنگی آن و معرفی منطقه به عنوان یکی از قطب‌های مهم اکوتوریستی استان و کشور. - رونق در بخش‌های کشاورزی و باغداری و بازار مناسب برای فروش محصولات کشاورزی به گردشگران. 	<ul style="list-style-type: none"> - فقدان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری‌های دولتی در این منطقه. - سرمایه‌گذاری اندک مردم در امر گردشگری. - ناکافی بودن فعالیت‌های صورت گرفته در زمینه شناسایی بیشتر منطقه به عنوان قطب مهم اکوتوریستی در استان و کشور.
اجتماعی، فرهنگی	<ul style="list-style-type: none"> - داشتن آداب و رسوم و فرهنگ بومی و محلی. - آگاهی و سواد نسبتاً مناسب مردم منطقه و حسن همکاری و مشارکت در بین مردم. - روحیه بالای مهمان‌نوازی مردم. - آیین‌ها و مراسم خاص و مناسبت‌های مختلف مذهبی. 	<ul style="list-style-type: none"> - نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی، مانند جاده و فاضلاب و نظایر آن. - نامناسب و ناکافی بودن تسهیلات اقامتی، رفاهی، خدماتی و بهداشتی. - فقدان نیروهای متخصص و آموزش‌دیده در روستا. - کوتاه بودن فصل گردشگری در اورامان تخت.
محیطی	<ul style="list-style-type: none"> - معماری سنتی خانه‌ها و ساختار کوهستانی و پلکانی شکل روستا. - وجود مراکز مهم درمانی و آموزشی و نظایر آن، در مقایسه با روستاهای دیگر. 	<ul style="list-style-type: none"> - دوری از مراکز جمعیتی مانند شهرستان مریوان. - کمبود آب، به خصوص در فصل تابستان.
نهادی	<ul style="list-style-type: none"> - اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی به‌وسیله گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین سازوکارهای مناسب در زمینه توسعه روستای اورامان تخت. 	<ul style="list-style-type: none"> - آشنا نبودن روستاییان و آموزش ندیدن آنها در زمینه برخورد با گردشگران.

منبع: یافته‌های پژوهش

ب) عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری در روستای اورامان

هدف از این مرحله، کندوکاو آثار محیط خارجی در منطقه مورد مطالعه به‌منظور شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که روستای اورامان تخت در زمینه گردشگری و طبیعت‌گردی با آن روبروست. بر اساس مطالعات انجام‌شده و بررسی وضعیت شرایط مناطق پیرامونی این منطقه، می‌توان مجموعه فرصت‌ها و تهدیدهای موجود و مؤثر بر آن را از لحاظ گردشگری و طبیعت‌گردی، در جدول ۴، خلاصه کرد.

جدول ۴. ماتریس عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری روستای اورامان

تهدیدها	فرصت‌ها	ابعاد توسعه روستایی
- ارائه‌نشدن مجوز و تسهیلات از سوی دولت، برای گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری در منطقه	- افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در روستا - توجه بیشتر مسئولان به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش طبیعت‌گردی در منطقه	اقتصادی
- افزایش تمایل و انگیزه گردشگری به مسافرت به دیگر مناطق تفریحی نزدیک - از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی (مانند زبان، آداب و رسوم محلی، نوع پوشاک، معماری مسکن و نظایر اینها) با افزایش گردشگران و تأثیرپذیری از آنان.	- سرمایه‌گذاری بیشتر در زمینه خدمات رفاهی، بهداشتی، آموزشی و مانند اینها، به خاطر همجواری روستاهای تابعه و مرکزیت دهستان با این روستا. - ایجاد و افزایش انگیزه برای مسافرت به منطقه	اجتماعی، فرهنگی
- از بین رفتن پوشش گیاهی و باغ‌ها و مراتع - تغییر بافت سنتی روستا و ترویج ساختمان‌سازی به سبک شهرها	- وجود طبیعت زیبا و بافت و معماری کم‌نظیر روستا	محیطی
- فقدان مدیریت آگاه به مقوله‌های اکوتوریستی	- حمایت نهادها و سازمان‌های دولتی و غیردولتی و ارائه تسهیلات و خدمات به روستا	نهادی

منبع: یافته‌های پژوهش

ج) تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

بر اساس جدول ۵ در روستای اورامان تخت، ۹ قوت داخلی در برابر ۹ نقطه ضعف داخلی و نیز ۶ فرصت خارجی در برابر ۶ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده‌اند. در جمع‌بندی و تحلیل ساده می‌توان گفت که مزیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری در روستای اورامان تخت به لحاظ کمی در یک سطح‌اند، لیکن جنبه کیفی آن مستلزم ارزیابی دقیق‌تری است.

جدول ۵. ماتریس SWOT (عوامل اصلی تأثیرگذار بر گردشگری در روستای اورامان تخت)

تهدیدها (T)	فرصت‌ها (O)
T1= از بین رفتن پوشش گیاهی و باغ‌ها و مراتع T2= از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی T3= ارائه نشدن مجوز و تسهیلات از سوی نهادها و سازمان‌ها T4= تغییر معماری و بافت سنتی روستا T5= نبود مدیریت آگاه به مسائل اکوتوریستی T6= افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به دیگر مناطق تفریحی نزدیک	O1= توجه بیشتر مسئولان به برنامه‌ریزی O2= افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری O3= وجود طبیعت زیبا و بی‌نظیر و بافت معماری سنتی O4= ایجاد و افزایش انگیزه برای مسافرت به منطقه O5= سرمایه‌گذاری بیشتر در زمینه خدمات رفاهی O6= حمایت نهادها و سازمان‌های ذی‌ربط
نقاط ضعف (W)	نقاط قوت (S)
W1= ناکافی بودن فعالیت‌های صورت گرفته در زمینه گردشگری W2= نبود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری W3= نامناسب و ناکافی بودن تسهیلات اقامتی W4= نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی W5= کوتاه بودن موسم گردشگری در اورامان W6= آشنا نبودن روستاییان با نحوه برخورد و تعامل با گردشگران W7= دوری از مراکز جمعیتی همچون شهرستان‌های مریوان و سروآباد W8= کم‌آبی، به‌خصوص در فصل تابستان W9= سرمایه‌گذاری ناچیز مردم در امر گردشگری	S1= مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری S2= چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد S3= وجود آداب و رسوم و فرهنگ بومی و محلی غنی S4= وجود مراسم و آیین‌های خاص فرهنگی و مذهبی در روستا S5= معماری سنتی خانه‌ها و ساختار کوهستانی و پله‌ای‌شکل S6= وجود مراکز مهم درمانی S7= روحیه مطلوب برای مهمان‌نوازی S8= آگاهی و سواد نسبتاً مناسب در بین اهالی S9= اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی

منبع: یافته‌های پژوهش

در مرحله بعد مزیت‌ها و محدودیت‌های مشخص شده، به منظور اولویت‌بندی از طریق پرسشنامه در اختیار مردم و مسئولان و گردشگران قرار گرفت. معیار سنجش و درجه‌بندی هر یک از عوامل مذکور بدین صورت بود که برای هر عامل، دامنه‌ای از ۱ تا ۵ مدرج شد، که عدد ۱ به معنای اهمیت خیلی کم، عدد ۲ نشانگر اهمیت کم، عدد ۳ به معنای اهمیت متوسط، عدد ۴ به معنای اهمیت زیاد و عدد ۵ به معنای اهمیت خیلی زیاد آن عامل بود. سپس اطلاعات و داده‌های گردآوری شده بر حسب مجموع وزن‌های به دست آمده و میانگین رتبه‌های این وزن‌ها تجزیه و تحلیل شدند و به منظور درجه‌بندی و اولویت‌سنجی در درون دسته‌ها و گروه‌های مختلف SWOT به کار رفتند، که نتایج آن در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶. ماتریس تحلیل SWOT

(رتبه‌بندی و اولویت‌سنجی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از دید مردم، مسئولان و گردشگران)

گردشگران		مسئولان		مردم		تحلیل SWOT			
رتبه	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها	رتبه	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها	رتبه	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها	
۳	۴/۲۶	۵۲۰	۳	۴/۱۶	۵۰	۴	۳/۰۴	۳۰۴	نقاط قوت S ₁ = مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری S ₂ = چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد S ₃ = وجود آداب و رسوم و فرهنگ بومی و محلی غنی S ₄ = وجود مراسم خاص فرهنگی و مذهبی در روستا S ₅ = معماری سنتی خانه‌ها و ساختار کوهستانی و پله‌ای شکل S ₆ = وجود مراکز مهم درمانی S ₇ = روحیه مهمان‌نوازی S ₈ = وضعیت مطلوب آگاهی و سواد اهالی S ₉ = اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی
۱	۴/۸۳	۵۹۰	۱	۴/۸۳	۵۸	۱	۴/۳۶	۴۳۶	
۲	۴/۳۴	۵۳۰	۴	۴/۰۸	۴۹	۵	۲/۸۲	۲۸۲	
۷	۳/۶۸	۴۵۰	۶	۳/۸۳	۴۶	۳	۳/۱۶	۳۱۶	
۴	۴/۰۱	۴۹۰	۲	۴/۳۳	۵۲	۲	۴/۱۲	۴۱۲	
۸	۳/۵۶	۴۳۵	۸	۳/۴۱	۴۱	۶	۲/۵۵	۲۵۵	
۵	۳/۹۳	۴۸۰	۵	۳/۹۱	۴۷	۷	۲/۷۲	۲۷۲	
۹	۳/۵۲	۴۳۰	۹	۳/۳۳	۴۰	۸	۲/۲۷	۲۲۷	
۶	۳/۷۷	۴۶۰	۷	۳/۷۵	۴۵	۹	۲/۱۹	۲۱۹	

نقاط ضعف									
۹	۳/۲۸	۴۰۱	۹	۲/۳۳	۲۸	۸	۲/۸۴	۲۸۴	W ₁ = ناکافی بودن فعالیت‌های صورت گرفته در زمینه گردشگری
۱	۴/۳۸	۵۳۵	۶	۲/۸۳	۳۴	۱	۴/۱۵	۴۱۵	W ₂ = فقدان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری
۲	۴/۳۰	۵۲۵	۱	۳/۸۳	۴۶	۶	۳/۰۸	۳۰۸	W ₃ = نامناسب و ناکافی بودن تسهیلات اقامتی
۳	۴/۲۲	۵۱۶	۲	۳/۱۶	۳۸	۵	۳/۲۱	۳۲۱	W ₄ = نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی
۸	۳/۴۳	۴۱۹	۸	۲/۴۱	۲۹	۷	۳/۰۶	۳۰۶	W ₅ = کوتاه بودن فصل گردشگری در اورامان
۵	۳/۹۳	۴۸۰	۷	۲/۶۶	۳۲	۴	۳/۲۵	۳۲۵	W ₆ = آشنا نبودن روستاییان با تأثیرات گردشگری
۶	۳/۵۲	۴۳۰	۴	۳	۳۶	۹	۲/۴۷	۲۴۷	W ₇ = دوری از مراکز جمعیتی نظیر شهرستان‌های مریوان و سروآباد
۷	۳/۴۸	۴۲۵	۵	۲/۹۱	۳۵	۳	۳/۸	۳۸۰	W ₈ = کم‌آبی به خصوص در فصل تابستان
۴	۴/۰۵	۴۹۵	۳	۳/۰۸	۳۷	۲	۳/۹۳	۳۹۳	W ₉ = سرمایه‌گذاری ناچیز مردم در امر گردشگری
فرصت‌ها									
۱	۴/۷۶	۵۸۱	۵	۴	۴۶	۱	۳/۸۸	۳۸۸	O ₁ = توجه بیشتر مسئولان به برنامه‌ریزی
۴	۴/۰۴	۴۹۳	۳	۴/۱۶	۴۹	۴	۳/۳۶	۳۳۶	O ₂ = افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری
۲	۴/۶۸	۵۷۲	۱	۴/۸۳	۵۳	۳	۳/۶۴	۳۶۴	O ₃ = وجود طبیعت زیبا و بی‌نظیر و بافت معماری سنتی
۵	۳/۹۵	۴۸۳	۴	۴/۰۸	۴۸	۶	۲/۹۸	۲۹۸	O ₄ = ایجاد و افزایش انگیزه برای مسافرت به منطقه
۶	۳/۸۹	۴۷۵	۶	۳/۷۵	۴۵	۵	۳/۱۶	۳۱۶	O ₅ = سرمایه‌گذاری بیشتر در زمینه خدمات رفاهی
۳	۴/۱۹	۵۱۲	۲	۴/۴۱	۵۰	۲	۳/۷۴	۳۷۴	O ₆ = حمایت نهادها و سازمان‌های ذی‌ربط
تهیدها									
۴	۲/۸۳	۳۴۵	۳	۲/۰۸	۲۵	۴	۲/۴۳	۲۴۳	T ₁ = از بین رفتن پوشش گیاهی و باغ‌ها و مراتع
۶	۲/۵۶	۳۱۲	۶	۱/۶۶	۲۰	۵	۲/۲۱	۲۲۱	T ₂ = از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی
۲	۲/۹۷	۳۶۲	۴	۲	۲۴	۳	۲/۶۲	۲۶۲	T ₃ = ارائه نشدن مجوز و تسهیلات از سوی نهادها و سازمان‌ها
۵	۲/۶۴	۳۲۲	۵	۱/۸۳	۲۲	۶	۲/۱۲	۲۱۲	T ₄ = تغییر معماری و بافت سنتی روستا
۱	۳/۹۰	۴۷۶	۱	۲/۶۶	۳۲	۱	۳/۸۹	۳۸۹	T ₅ = فقدان مدیریت آگاه به موضوعات طبیعت‌گردی
۳	۲/۸۹	۳۵۳	۲	۲/۳۲	۲۸	۲	۲/۷۶	۲۷۶	T ₆ = افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به دیگر مناطق تفریحی نزدیک

در ادامه، به بررسی و تحلیل هر یک از نقاط ضعف و قوت همچنین فرصت و تهدیدها از منظر سه گروه مشارکت‌کننده پرداخته می‌شود.

- مردم

تحلیل SWOT نشان می‌دهد که از دیدگاه مردم، مؤلفه چشم‌اندازهای زیبا به‌همراه باغ‌ها و فضای سبز منطقه، با میانگین رتبه‌ای ۴/۳۶ مهم‌ترین نقطه قوت داخلی در زمینه گردشگری است؛ و اشتغال‌زایی به وسیله گردشگران با میانگین رتبه‌ای ۲/۱۹ کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت. به‌علاوه، از نظر مردم مؤلفه توجه بیشتر مسئولان به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش طبیعت‌گردی در این منطقه با میانگین رتبه‌ای ۳/۸۸ به عنوان مهم‌ترین فرصت بیرونی در گردشگری به‌شمار می‌آید و مؤلفه ایجاد و افزایش انگیزه مسافرت مردم به منطقه با میانگین رتبه‌ای ۲/۹۸ کم‌اهمیت‌ترین فرصت بیرونی در این زمینه.

در نقاط ضعف داخلی، به عقیده مردم مؤلفه فقدان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در منطقه مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی است و مؤلفه دوری از مراکز جمعیتی، کمترین اولویت را در این میان دارد. دیگر اینکه از دیدگاه مردم، نبود مدیریت آگاه به موضوعات اکوتوریستی با میانگین رتبه‌ای ۳/۸۹ به عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی برای توسعه طبیعت‌گردی به‌شمار می‌آید و مؤلفه تغییر معماری و بافت سنتی روستا با میانگین رتبه‌ای ۲/۱۲ کم‌اهمیت‌ترین تهدید تلقی می‌شود.

- مسئولان

از نظر مسئولان، مؤلفه چشم‌اندازهای زیبا به همراه باغ‌ها و فضای سبز منطقه با میانگین ۴/۸۳ به عنوان مهم‌ترین و در مقابل وضعیت آگاهی و سواد مناسب مردم روستا با میانگین ۳/۳۳ کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت داخلی در امر گردشگری در این منطقه است.

به‌علاوه از نظر مسئولان مؤلفه وجود طبیعت زیبا و بی‌نظیر و معماری روستا با میانگین ۴/۸۳ پراهمیت‌ترین فرصت بیرونی در این زمینه برشمرده می‌شود و مؤلفه سرمایه‌گذاری بیشتر

در زمینه خدمات آموزشی و بهداشتی با میانگین ۳/۷۵ کمترین اهمیت را در این میان دارد. در مورد نقاط ضعف داخلی، مسئولان بر این عقیده بودند که مؤلفه نامناسب و ناکافی بودن تسهیلات اقامتی و رفاهی با میانگین ۳/۸۳ مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی برای توسعه گردشگری است و مؤلفه ناکافی بودن فعالیت‌های صورت گرفته به منظور شناسایی بیشتر منطقه با میانگین ۲/۳۳ کمترین اهمیت را دارد. دیگر اینکه از دیدگاه مسئولان نبود مدیریت آگاه به موضوعات اکوتوریستی با میانگین ۲/۶۶ به عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی مطرح است و مؤلفه از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی با میانگین ۱/۶۶ کم‌اهمیت‌ترین تهدید به‌شمار می‌آید.

- گردشگران

با توجه به جدول تحلیل SWOT می‌توان گفت که از دیدگاه گردشگران، مؤلفه چشم‌اندازهای زیبا به همراه باغ‌ها و فضای سبز منطقه با میانگین ۴/۸۳ مهم‌ترین نقطه قوت گردشگری به‌شمار می‌آید، و اعتقاد گردشگران به وضعیت مناسب آگاهی و سواد مردم روستا با میانگین ۳/۵۲ کمترین اهمیت را در میان این نقاط قوت دارد.

افزون بر این، از نظر گردشگران مؤلفه توجه بیشتر مسئولان به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش طبیعت‌گردی در این منطقه با میانگین ۴/۷۶ به عنوان مهم‌ترین فرصت بیرونی است، در حالی که مؤلفه سرمایه‌گذاری بیشتر در زمینه خدمات رفاهی با میانگین ۳/۸۹ کم‌اهمیت‌ترین فرصت به‌شمار می‌آید.

در مورد نقاط ضعف داخلی، گردشگران بر این عقیده بودند که مؤلفه فقدان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در منطقه با میانگین ۴/۳۸ مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی است و مؤلفه ناکافی بودن فعالیت‌های صورت گرفته به منظور شناسایی بیشتر منطقه با میانگین ۳/۲۸ کمترین اولویت را در میان نقاط ضعف دارد. به‌علاوه، از دیدگاه گردشگران، نبود مدیریت آگاه به مسائل اکوتوریستی با میانگین ۳/۹۰ به عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی به‌شمار می‌آید و مؤلفه از بین رفتن فرهنگی سنتی و بومی روستا با میانگین ۲/۵۶ کمترین اهمیت را در این میان دارد.

جمع‌بندی دیدگاه‌ها و اولویت‌بندی نهایی

با توجه به نتایج ماتریس تحلیل SWOT، جدول ۷ تشکیل گردید. برای اولویت‌بندی نهایی عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر طبیعت‌گردی در منطقه، از دیدگاه سه گروه مشارکت‌کننده برحسب اهمیت دیدگاه‌های هر کدام، ضریب اهمیت بین صفر تا یک در نظر گرفته شده است. در پژوهش حاضر برای مسئولان ضریب (۰/۵۰) و برای مردم روستا (۰/۳۰) و برای گردشگران ضریب (۰/۲۰) در نظر گرفته شده که با توجه به اعمال ضرایب مربوط و محاسبه صورت گرفته نتایج چنین است.

جدول ۷. اولویت‌بندی عوامل مؤثر (نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها) از دید سه گروه شرکت‌کننده

اولویت	نقاط قوت	نقاط ضعف	فرصت‌ها	تهدیدها
۱	چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد	۱	توجه بیشتر مسئولان به برنامه‌ریزی	۱
۲	معماری سنتی خانه‌ها و ساختار کوهستانی و پله‌ای	۲	حمایت نهادها و سازمان‌های ذی‌ربط	۲
۳	مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری	۳	افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری	۳
۴	وجود آداب و رسوم و فرهنگ بومی و محلی غنی	۴	وجود طبیعت زیبا و بافت معماری سنتی	۴
۵	روحیه مهمان‌نوازی مناسب	۵	ایجاد و افزایش انگیزه برای مسافرت به منطقه	۵
۶	وجود مراسم و آیین‌های خاص فرهنگی و مذهبی در روستا	۶	سرمایه‌گذاری بیشتر در زمینه خدمات رفاهی	۶
۷	اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی	۷		
۸	وجود مراکز مهم درمانی	۸		
۹	وضعیت مطلوب آگاهی و سواد اهالی	۹		

منبع: یافته‌های پژوهش

ارائه راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری روستایی

با توجه به یافته‌های تحقیق راهبردهای متعددی را می‌توان ارائه کرد که در این بخش به مهم‌ترین آنها پرداخته می‌شود.

• راهبردهای رقابتی / تهاجمی (SO)

در راهبردهای تهاجمی که بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی متمرکزند، این موارد به‌منظور بهره‌برداری از مزیت‌های موجود، با هدف توسعه گردشگری در روستای اورامان تخت ارائه می‌گردد:

- توسعه بیشتر طبیعت‌گردی در روستای اورامان تخت به‌دلیل وجود مزیت‌های نسبی برای توسعه این نوع گردشگری.

- گسترش و توسعه گردشگری فرهنگی به‌دلیل افزایش همه‌ساله تعداد گردشگرانی که برای دیدن مراسم آیین‌های سنتی و مذهبی به روستا می‌آیند.

- بهره‌گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه مسافرت در بین مناطق شهری و استان‌های دیگر به منطقه با هدف بهره‌برداری از جاذبه‌ها و فراورده‌های گردشگری روستایی به‌منظور ایجاد اشتغال و درآمد برای ساکنان روستا.

- شناسایی و بهره‌گیری از جاذبه‌ها، فراورده‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی گردشگری منطقه (از قبیل آتشکده‌ها، قلعه‌ها، آبشارها و جز اینها) به‌منظور رقابت با دیگر مناطق تفریحی رقیب.

- استفاده از نیروهای باتجربه در امر گردشگری و آموزش آن به مردم از طریق نشست‌ها و جلسات در روستای مورد مطالعه.

- زمینه‌سازی و بهره‌برداری از حمایت‌های بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در بخش طبیعت‌گردی در روستای اورامان تخت.

• راهبردهای تنوع (ST)

تمرکز راهبردهای تنوع‌بخشی، عمدتاً بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است. این موارد به‌منظور تأمین بخشی از نیازمندی‌های منطقه اورامان و روستای اورامان تخت در زمینه رفع تهدیدها ارائه می‌گردند:

- تنوع‌بخشی و گسترش برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی بیشتر جاذبه‌های طبیعی، انسانی و معماری روستا در مراکز استان‌ها و برپایی سمینار و نمایشگاه در دانشگاه‌ها و سازمان جهانگردی و گردشگری.

- توسعه مسیرهای گردشگری در سطح منطقه.

- توسعه و تجهیز امکانات لازم به‌منظور استفاده از مناطق صعب‌العبور برای بازدید گردشگران از این نقاط.

- تهیه دفترچه‌های راهنما با هدف هدایت و راهنمایی بیشتر گردشگران.

- ساماندهی اجرای مراسم و آیین‌های سنتی در روستا برای جذب گردشگران بیشتر.

- ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت به‌منظور کاهش فشار به مراتع و پوشش‌های گیاهی.

• راهبردهای بازنگری (WO)

در راهبردهای بازنگری ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر آن است تا با بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی، پیشنهادهایی اساسی برای رفع نقاط ضعف پیش‌روی روستای اورامان تخت ارائه شود. بدین منظور موارد زیر ارائه می‌گردد:

- علاوه بر برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی در منطقه، زیرساخت‌های محیطی و کالبدی و تسهیلات و همچنین خدمات نیازمند بهبود و بهره‌گیری منطقی‌اند.

- ضمن بازنگری به نوع و نحوه بهره‌گیری از مشارکت‌های مردمی، روستای اورامان نیازمند

تهیه و اجرای طرح‌های مختلف و تجهیز روستا به لحاظ امکانات و خدمات گردشگری است.

- بازنگری و توسعه نهادها و سازمان‌های مرتبط در روستا برای آموزش مردم و گردشگران

به منظور بهره‌گیری از پیامدهای مثبت گردشگری.

- توجه بیشتر مسئولان و سرمایه‌گذاری در زمینه بهبود و رفع کم‌آبی در سطح روستا.

• راهبردهای تدافعی (WT)

در این راهبردها، پیشنهادهایی برای رفع مسائل و مشکلات در سطح روستای اورامان تخت به‌منظور توسعه گردشگری ارائه می‌گردد:

- برگزاری سمینارها و نشست‌ها در زمینه طبیعت‌گردی و گسترش سرمایه‌گذاری در این بخش، به‌وسیلهٔ نهادها و دستگاه‌های ذی‌ربط.
- تشویق کارآفرینان و سرمایه‌گذاران به تأسیس مجتمع‌های اقامتی و تفریحی در منطقه.
- آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در زمینهٔ برخورد با گردشگران در منطقه.
- تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه زیرساخت‌ها، تجهیزات و تسهیلات مختلف گردشگری.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

جذب گردشگران طبیعت و فرهنگ از جلوه‌های ساختار شکنی (حرکت انسان و سرمایه از مرکز به پیرامون) و از رهیافت‌های مؤثر برای توسعه مناطق روستایی است. در این فرآیند، کنش‌پذیری (فرهنگ محلی و گردشگر) برای شناخت رو در روی منطقه و مردم به بهترین شکل ممکن صورت می‌گیرد. روستای اورامان تخت به دلیل قابلیت‌های گردشگری منحصر به فرد، متنوع، جذاب آن و نیز چشم‌اندازها و فضاهای ویژه طبیعی و فرهنگی توانایی بهبود نظام ارتباطی و جذب گردشگر را به عنوان الگویی برای توسعه منطقه دارد. این جاذبه‌ها می‌توانند حامل اندیشه‌های توسعه‌یافتگی در فضا و عرصه‌های مختلف منطقه اورامانات باشند. نتایج حاصل از تحلیل SWOT در این مقاله را می‌توان از دو منظر کمی و کیفی بدین شرح ارائه کرد:

(۱) نتایج حاصل از یافته‌های کیفی:

ترکیب نتایج جنبه‌های کیفی هر یک از عوامل مؤثر داخلی و خارجی شناسایی شده، بیانگر این است که: الف) سطح آسیب‌پذیری اغلب مناطق روستایی از جمله اورامان تخت در

حوزه‌های فرهنگی و زیست‌محیطی برای توسعه گردشگری زیاد است؛ ب) برتری‌ها و مزیت‌های روستای اورامان تخت به لحاظ جاذبه‌ها و قابلیت‌های گردشگری بسیار زیاد است ولی کاستی‌هایی هم در زمینه‌هایی چون راه‌های ارتباطی، خدمات و تسهیلات گردشگری، نیروهای متخصص، اطلاع‌رسانی و تبلیغات مشاهده می‌شود؛ ج) با توجه به برابر بودن نقاط قوت و فرصت‌ها با نقاط ضعف و تهدیدها، می‌توان گفت که با نگاهی دقیق و کارشناسانه به مسائل گردشگری و همچنین سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی، این منطقه قابلیت تبدیل شدن به قطب نمونه گردشگری را دارد؛ و د) توزیع و تخصیص منابع با توجه به برابری میزان تهدیدها و فرصت‌ها و زیاد بودن نقاط ضعف، امری الزامی است. بدین‌منظور تأسیس نهادهای مردمی و تعامل با سازمان‌های مرتبط با امور گردشگری برای برطرف ساختن و مشارکت در مقوله‌های گردشگری مهم‌ترین عامل کاهنده تهدیدها و تبدیل آنها به فرصت‌هاست.

۲) نتایج حاصل از یافته‌های کمی

- در بین نقاط قوت، مؤلفه چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه باغ‌ها و فضای سبز مهم‌ترین نقطه قوت به‌شمار می‌آید، و مؤلفه وضعیت مناسب آگاهی و سواد روستاییان کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت.
- همچنین با توجه به نتایج به‌دست آمده، مؤلفه فقدان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در این منطقه به عنوان اولویت نخست را در نقاط ضعف منطقه دارد و مؤلفه ناکافی بودن فعالیت‌های صورت گرفته برای شناسایی و معرفی منطقه به‌مثابه منطقه‌ای توریستی اولویت آخر را.
- در میان فرصت‌های بیرونی، مؤلفه توجه بیشتر مسئولان به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در منطقه دارای اولویت نخست است و مؤلفه سرمایه‌گذاری بیشتر در زمینه خدمات رفاهی، بهداشتی کم‌اولویت‌ترین فرصت خارجی برای گسترش طبیعت‌گردی به‌شمار می‌آید.
- از بین تهدیدهای خارجی نیز مؤلفه فقدان مدیریت آگاه به موضوعات اکوتوریستی مهم‌ترین تهدید خارجی است و مؤلفه از بین رفتن فرهنگی سنتی و محلی روستا کم‌اهمیت‌ترین تهدید.

حسین دانش‌مهر و همکاران ————— بررسی نقش طبیعت‌گردی و آثار آن در توسعه مناطق روستایی با استفاده ...

با توجه به آنچه ذکر شد، می‌توان گفت که اگر انتظار می‌رود گردشگری منجر به افزایش اشتغال، درآمد، و حفظ محیط زیست و در نهایت توسعه پایدار هر منطقه شود، مستلزم توجه به آن (گردشگری) در ساختار برنامه‌ریزی کلان کشور و نیز مدیریت آگاه به مقوله‌های گردشگری و بهره‌گیری از مشارکت‌های مردم محلی است.

منابع

- ازکیا، مصطفی و ایمانی، علی، ۱۳۸۷، توسعه پایدار روستایی، چاپ اول، انتشارات اطلاعات، تهران.
- ازکیا، مصطفی و زارع، عادل و ایمانی، علی، ۱۳۸۷، رهیافت‌ها و روش‌های تحقیق کیفی در توسعه روستایی، چاپ اول، نشر نی، تهران.
- افتخاری عبدالرضا رکن‌الدین و مهدوی، داوود، ۱۳۸۵، راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک، مدرس علوم انسانی، سال دهم، شماره ۴۵، صص. ۳۰-۱.
- افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین و قادری، اسماعیل، ۱۳۸۱، نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی پایدار (نقد و تحلیل چهارچوب‌های نظریه‌ای)، مدرس علوم انسانی، دوره ۶، شماره ۲، صص. ۴۱-۲۳.
- چشم‌انداز ۲۰ساله ایران، ۱۳۸۲، متن ابلاغیه سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افاق ۱۴۰۴ هجری شمسی، دبیرخانه مجمع تشخیص مصلحت نظام، تهران.
- رضوانی، علی اصغر، ۱۳۷۸، جغرافیا و صنعت توریسم، چاپ پنجم، نشر پیام نور، تهران.
- رضوانی، محمدرضا و صفایی، جواد، ۱۳۸۴، گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر نواحی روستایی: فرصت یا تهدید (مطالعه موردی: نواحی روستایی شمال تهران)، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۵۴، صص. ۱۲۱-۱۰۹.
- رضوانی، محمدرضا، ۱۳۸۸، توسعه گردشگری روستایی (با رویکرد گردشگری پایدار)، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- سازمان اکوتوریسم، ۱۳۸۰، جستاری درباره مفهوم طبیعت‌گردی یا جهانگردی زیست‌محیطی (اکوتوریسم)، مرکز تحقیقات و مطالعات ایرانگردی و جهانگردی، تهران.

شارپلی، ریچارد جولیا، ۱۳۸۰، *گردشگری روستایی*، ترجمه: رحمت‌الله منشی زاده و فاطمه نصیری، نشر منشی، تهران.

شریف‌زاده، ابوالقاسم و مرادنژاد، همایون، ۱۳۸۱، *توسعه پایدار و توریسم روستایی*، ماهنامه اجتماعی اقتصادی جهاد، شماره ۲۵۱-۲۵۰، صص. ۶۳-۵۲.

کریم‌پناه، رفیق، ۱۳۸۴، *تحلیل اکوتوریسم و نقش آن در توسعه منطقه‌ای استان کردستان*، رساله کارشناسی ارشد جغرافیای طبیعی، به راهنمایی دکتر منوچهر فرج‌زاده، دانشگاه تربیت مدرس.

مرادی مسیحی، وراز، ۱۳۸۱، *برنامه‌ریزی استراتژیک در کلان‌شهرها*، چاپ اول، انتشارات پردازش و برنامه‌ریزی شهری، تهران.

معاذی‌نژاد، محمدغریب و احمدی، کیهان، ۱۳۸۳، *جغرافیای اورامان*، چاپ اول، نشر احسان، تهران.

منشی‌زاده، رحمت‌الله، ۱۳۸۴، *اندر مقوله گردشگری*، چاپ اول، نشر منشی، تهران.

هانگر، دیوید و ویلن، توماس ال، ۱۳۸۱، *مبانی مدیریت استراتژیک*، ترجمه: سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی، چاپ اول، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.

He, J. M., 2005, **On the Development of Rural Tourism in China's Urban Suburbs: a case study on the evolution of Nongjiale in Chengdu**, Tourism Tribune, Vol. 20, No. 6, PP. 71-74.

Higham, J., 2007, **Critical Issues in Ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon**, Oxford, Jordan Hill.

Interpid Travel, 2002, **Literature Review: Impacts of Alternative Types of Tourism In rural Village Communities in Less developed Countries**, Responsible Travel Research. <http://www.interpidtravel.com/rtresearch.php> (accessed 17 November 2010).

Newsome, D. et al., 2004, **Wildlife Tourism**, British Library Cataloguing in Publication Data.

Perales, R. M. Y. 2002, **Rural Tourism in Spain**, Annals of Tourism Research, Vol. 29, No. 4 , PP. 1101- 1110.

حسین دانش‌مهر و همکاران ————— بررسی نقش طبیعت‌گردی و آثار آن در توسعه مناطق روستایی با استفاده ...

Sharply, R., 2002, **Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification, The Case of Cyprus**, Tourism management, Vol. 23, No. 3, PP. 233-244.

Wearing, S. and Neil, J., 1999, **Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities**, Oxford publications.

WTO, 2003, **Year Book of Tourism**, London: Sage Publications.

WTO, 2004, **Cultural Tourism and Poverty Alleviation: The Asia-Pacific Perspective**, Spain, 1st Edition.

Archive of SID