

تجزیه و تحلیل عوامل مرتبط با توسعه صنعت گردشگری در مناطق روستایی شهرستان ممسنی (با استفاده از مدل تصمیم‌گیری SWOT)

علی شمس‌الدینی^۱ محمدرضا امیری فهلیانی^{۲*}

۱. استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران
۲. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

چکیده

امروزه صنعت گردشگری توانسته تغییرات شگرفی در فضای زندگی و چشم‌اندازهای جغرافیایی نواحی مختلف به وجود آورد و اثرات عمیقی در چهارچوب زندگی افراد و جوامع و کشورهای زیادی بر جای بگذارد و این وضعیت، ما را مکلف می‌نماید با هدف دستیابی به سهم خود از ثمرات این صنعت از تمام توان و امکانات موجود بهره‌برداری نماییم. در این میان شهرستان ممسنی با توجه به پتانسیل‌های و جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و مذهبی، توانمندی‌های فراوانی در زمینه توسعه صنعت گردشگری داشته که می‌توان صنعت گردشگری را یکی از عوامل مؤثر در فقرزدایی و توسعه اقتصادی اجتماعی روستاهای شهرستان منظور داشت. پژوهش حاضر با روش توصیفی-پیمایشی در روستاهای شهرستان ممسنی به انجام رسیده است. جامعه آماری تحقیق، شامل گردشگران و خانوارهای روستایی شهرستان ممسنی بوده که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر برای گردشگران و ۱۲۰ نفر برای خانوارهای روستایی به عنوان نمونه آماری تعیین و انتخاب شدند. و سپس با استفاده از روش مدیریت SWOT به تجزیه و تحلیل جامع در نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها در توسعه گردشگری روستایی در شهرستان ممسنی با استفاده از دیدگاه دو گروه گردشگران و خانوارها و ترکیبی از منابع داخلی و خارجی محیط زیست به تعیین مزایا و معایب گردشگری روستایی در این منطقه و همچنین فرصت‌ها و چالش‌های پیش روی توسعه گردشگری روستایی پرداخته است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که میزان مزیت‌ها (شامل نقاط قوت و فرصتها) با امتیاز ۳/۴۰ و میزان محدودیت‌ها (نقاط ضعف و تهدید) با امتیاز ۳/۰۸ می‌باشد. روستاهای شهرستان ممسنی علیرغم برخورداری از قوتها و فرصتها از جمله موقعیت جغرافیایی، تنوع منابع و جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، فرهنگی و چشم‌اندازهای زیبا و ... گرفتار ضعفها و تهدیدهای مختلفی همچون کمبود زیرساختهای گردشگری، ضعف مدیریت، تبلیغات و... می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری روستایی، راهبردهای توسعه، تکنیک SWOT، شهرستان ممسنی

* نویسنده رابط: amiri_reza1388@yahoo.com

بیان مسأله

توسعه روستایی یک استراتژی برای بهبود اوضاع اجتماعی و اقتصادی روستایان فقیر و یک تلاش چند جانبه به منظور کاهش فقر می‌باشد که به ویژه از طریق افزایش تولید و ارتقاء بهره‌وری در مناطق روستایی امکان‌پذیر خواهد بود (Mahmoudi, 2011, 136). گردشگری روستایی به عنوان فرایندی در توسعه روستایی، در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند در قالب سیاست‌های توسعه منطقه‌ای و محلی، امکان توزیع عادلانه خدمات و تسهیلات عمومی در مناطق روستایی را ایجاد کند که بهبود کیفیت زندگی، کاهش مهاجرت‌های روستایی و برخورداری روستایان از معیشت پایدار را به همراه دارد (پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۱، ۶۲). سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری دارای آثار اقتصادی و اجتماعی و حتی کالبدی (زیست محیطی) است که اثرات اقتصادی آن را می‌توان در سطوح ملی و بین‌المللی در کسب درآمد ارزی، متعادل کردن توزیع درآمد، جذب سرمایه‌های سرگردان و به جریان انداختن آن در سرمایه‌گذاری سالم، ایجاد اشتغال و بهره‌گیری از منابع راکد مانده، کاهش میزان گردشگری خروجی و جلوگیری خروج ارز و غیره مشاهده نمود (hang, 2012, 1294). در این راستا گردشگری روستایی می‌تواند با استفاده کامل از منابع گردشگری در مناطق روستایی به تنظیم و بهینه‌سازی سازه‌های صنعتی روستایی، گسترش زنجیره صنعتی کشاورزی، توسعه خدمات گردشگری روستایی، ترویج اشتغال غیرکشاورزی، افزایش درآمد کشاورزان و ایجاد یک پایه اقتصادی بهتر برای ساخت و ساز جدید روستایی کمک کند (Zhang, 2012, 1296). گردشگری روستایی می‌تواند منبع مهمی برای بحث اشتغال در مناطق روستایی باشد، به خصوص این امر در میان گروه‌های کوچک که از نظر اقتصادی نیز در سطح بالایی قرار ندارند، قابل توجه است. بالا بردن کیفیت زندگی روستایان از دیگر نتایج توجه به گردشگری روستایی است (قنبری، ۱۳۸۷، ۱۴۳). همچنین گردشگری روستایی می‌تواند موجب تنوع فعالیت‌ها و کاهش ریسک‌های کشاورزی شود و فرصت‌های توسعه همه جانبه روستایی را فراهم آورد (سقایی، ۲۴، ۱۳۸۲). از آنجا که جاذبه‌های توریستی به عنوان محصول اصلی و مهمترین هدف گردشگران از بازدید از یک مقصد توریستی به شمار می‌آیند، این نکته را به ذهن متبادر می‌سازد که کارکرد مؤثر، موفقیت و حیات مقاصد توریستی در گرو برنامه‌ریزی، مدیریت و توسعه شایسته این عنصر به عنوان یکی از مهمترین عوامل حیاتی آن‌ها می‌باشد. بی‌گمان استان فارس غنی‌ترین و پربارترین منطقه کشور از نظر آثار و ابنیه تاریخی و باستانی است. پیشینه سکونت بشر در این سرزمین به پنج تا هفت هزار سال پیش باز می‌شود. تپه‌های پراکنده‌ای که در نواحی گوناگون استان موجود هستند، گواه این ادعا هستند. این آثار در صورت اعمال برنامه‌های صحیح بهره‌برداری، می‌تواند یکی از جاذبه‌های مهم استان در جذب گردشگران و پژوهشگران متخصص از سراسر کشور و جهان باشند (حسینی: ۱۳۸۵: ۳۳۵). یکی از این مناطق شهرستان ممسنی است که از نظر تاریخی از مهمترین سرزمین‌های ایران است؛ چرا که جاده شاهی شوش به استخر و راجان همواره از همین مسیر و این شهرستان عبور می‌نموده که تعدد بسیار زیاد آثار نقوش برجسته، تپه‌های تاریخی، آتشکده‌های کوچک و ...

در کنار محور اصلی نشان این موضوع است. شهرستان ممسنی با توجه به دارا بودن مناطق ممتاز طبیعت‌گردی مانند، چشمه سار کوهستانی بوون، آب گرم درمانی، طبیعت زیبای هرايز و... و تاریخ کهن و میراث فرهنگی کم نظیر و همچنین فرهنگ خاص مردم بومی، قابلیت‌های زیادی برای جذب گردشگر دارد که در مجموع می‌تواند روی اقتصاد شهرستان ممسنی تأثیر قابل توجهی داشته باشد. در این پژوهش با استفاده از روش مدیریت SWOT به تجزیه و تحلیل جامع در نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها در توسعه گردشگری روستایی در شهرستان ممسنی با ترکیبی از منابع داخلی و خارجی محیط زیست به وضوح به تعیین مزایا و معایب گردشگری روستایی در این منطقه و همچنین فرصت‌ها و چالش‌های پیش روی پرداخته است و در نهایت پیشنهادات و اقدامات مربوطه را ارائه می‌کند.

مبانی نظری

توریسم بدون شک یکی از مهمترین نیروهای شکل‌دهنده جهان ما می‌باشد (Cohen & Kennedy, 2000, 214). امروزه گردشگری به عنوان نوعی صنعت، پدیده‌ای است که از تحرک بالایی در تغییرات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و محیطی برخوردار است. پدیده گردشگری عامل تغییر دهنده فضا در مکانها و زمانهای شناخته شده و خاص است (امیری فهلیانی، ۱۳۹۰، ۴۲). گردشگری می‌تواند راه حل مؤثری برای اصلاح و تجدید حیات نواحی روستایی و یا توجهی برای بهبود خدمات زیربنایی و حتی روبنایی در این نواحی باشد (راسق قزلباش، ۱۳۸۸، ۱۰۸). گردشگری روستایی حاصل کنش متقابل اقتصاد امروز جهان بر بنیانهایی از تجارت آزاد و رویکردی به تعدیل اقتصادی فضاهای سرزمینی، در روندی از پذیرش «مزیت نسبی» محسوب می‌شود. نواحی روستایی از دیر باز به عنوان یک «جا» و در قالب «مکان جغرافیایی» با کارکرد اقتصادی تأمین کننده بخش اصلی مواد اولیه هر کشور بوده‌اند. ولی ایجاد اشتغال برای نیروی مازاد کار روستا همراه با در نظر گرفتن «مزیت نسبی» و افزایش درآمد روستاییان، توجه به دیگر بخش‌های اقتصادی را در توسعه ی نواحی روستایی ضروری ساخت. به این دلیل، علاوه بر تقاضای روزافزون برای مواد غذایی، اهمیت مواد خام کشاورزی به عنوان زمینه‌ی ایجاد صنایع و اشتغال از یک سو و تقاضای بالای محصول گردشگری روستایی در مبادلات عرضه و تقاضا در بازار گردشگری از دیگر سو، توجه به دیگر قابلیت‌های اقتصاد روستایی پیرامون توسعه همه جانبه و پایدار روستایی اهمیت دوچندان یافت. در این راستا فضاهای روستایی در زمینه استراحت، تمدد اعصاب، گذران اوقات فراغت و انجام سرگرمی‌ها و به طور کلی گردشگری مورد توجه قرار گرفت (مافی و سقایی، ۱۳۸۳؛ ۱۶۸).

گردشگری روستایی یکی از اجزای مهم صنعت گردشگری به شمار می‌آید و باعث شکوفایی و رشد اقتصادی روستاها می‌گردد. گردشگری روستایی با ایجاد فرصتی راهبردی سبب تنوع اقتصاد جوامع محلی، ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش سطح رفاه و افزایش درآمد در روستاها شده و باعث ثبات و استقرار جمعیت در روستاها و جلوگیری از مهاجرت‌های بی‌رویه، حفظ تعادل اکولوژیکی منابع طبیعی و حفظ

ویژگی‌های فرهنگی روستا می‌شود. بر این اساس می‌توان گفت که یکی از بهترین راههای نجات روستاها از مشکلات اجتماعی و اقتصادی و زیست محیطی، توسعه گردشگری روستایی است. به همین منظور امروزه گردشگری روستایی مورد توجه اکثر مدیران ارشد گردشگری است (قادری و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۷). در دهه پایانی قرن بیستم بسیاری از برنامه‌ریزان اجتماعی - اقتصادی در کشورهای اروپائی، گردشگری را روش مطمئن با چشم‌اندازی بسیار روشن برای توسعه روستاها به‌ویژه در محرومترین آنها معرفی کرده‌اند. مطالعات انجام شده در کشورهای فرانسه، اتریش، سوئیس، انگلستان، ایرلند، تایلند و ژاپن نشان می‌دهد که گردشگری روستایی به سرعت در اقتصاد روستایی رشد کرده و مکمل فعالیت‌های کشاورزی شده است. ماهیت صنعت گردشگری ایجاد اشتغال و درآمد، متنوع‌سازی اقتصاد، مشارکت اجتماعی و استفاده از منابع محلی است. از آنجا که بخش اعظم مشکلات عقب ماندگی و توسعه نیافتگی روستایی نیز به فقدان این صنعت برمی‌گردد، گردشگری روستایی با حل مسائل و مشکلات فوق می‌تواند به توسعه روستایی کمک نماید (بهرامی، ۱۳۸۹، ۷).

با وجود اهمیت بی‌بدیل صنعت گردشگری در توسعه و شکوفایی اقتصادی، سیاست‌گذاری‌های مناسبی در خصوص ارتقاء آن در کشورمان صورت نپذیرفته و عمده تلاش‌های مربوط به توسعه‌ی صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر، معطوف به رهیافت‌های تشویقی و تبلیغاتی و یا به عبارتی تقاضا محور بوده‌اند. در این راستا بیشتر هدف‌گذاری‌ها و وضع دستورالعمل‌های اجرایی معطوف به خصوصی‌سازی واحدهای اقامتی، تبلیغات جهانگردی، آموزش نیروی انسانی، سیاست‌های تشویقی ساخت تأسیسات ایرانگردی و جهانگردی، تخفیف‌های مالیاتی و... بوده که بیشتر جذب تقاضا را مد نظر قرار داده است، درحالی که چالش‌های پیش روی این صنعت، نه تنها استحکام و تداوم بیشتر سیاست‌های جانب تقاضا را طلب می‌کند، بلکه سیاست‌گذاری ابعاد عرضه و سازماندهی ساختار فعالیت بنگاه‌ها را نیز می‌طلبد (نویخت، ۱۳۸۷، ۵۹). گردشگری روستایی کمک شایان توجهی به توسعه پایدار محیط زیست می‌کند و ضمن حفظ ارزش‌های محلی و بومی در جامعه روستایی، نقش تعیین کننده‌ای در حفظ و توسعه پایدار محیط زیست دارد. علاوه بر آن برای ارزش‌های محلی و بومی در جامعه روستایی ارزش و اعتبار قائل است و به آن احترام می‌گذارد و از منابع فرهنگی، اجتماعی و زیست محیطی روستاها حمایت می‌کند و به حفظ و پایداری آنها می‌اندیشد (شمس‌الدینی، ۱۳۸۹: ۷۶). به دلیل درآمدی که ایجاد می‌کند (به‌ویژه درآمد ارزی)، به توسعه اقتصاد روستایی منجر شده و با ایجاد اشتغال مولد و متنوع و ایجاد فرصت‌های درآمدزایی زیاد برای روستاییان به ویژه جوانان، موجب ثبات روستا می‌شود (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۸۹، ۳).

SWOT^۱ – مدیریت استراتژیک یا راهبردی

مدیریت استراتژیک عبارت است از بررسی محیطی (هم محیط داخلی و هم محیط خارجی) تدوین استراتژی (برنامه‌ریزی بلندمدت یا استراتژیک) اجرای استراتژی، ارزیابی و کنترل (اعرابی، ۱۳۸۴: ۱۲). بنابراین مدیریت استراتژیک بر نظارت و ارزیابی بر فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی در سایه‌ی توجه به نقاط قوت و ضعف یک مجموعه تأکید دارد. تجزیه و تحلیل SWOT یکی از ابزارهای مهم مدیریت استراتژیک جهت تطابق نقاط ضعف و قوت درونی با فرصت‌ها و تهدیدات بیرونی است. تجزیه و تحلیل SWOT روش تحلیل نظام یافته‌ای را برای شناسایی این عوامل و انتخاب استراتژی که بهترین تطابق بین آنها را ایجاد کند، ارائه می‌نماید. از دیدگاه این مدل یک استراتژی مناسب، قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این منظور نقاط قوت و ضعف درونی و فرصت‌ها و تهدیدهای بیرونی در چهار حالت کلی SO، WO، ST، WT به هم پیوند داده شده و گزینه‌های استراتژی خلق و انتخاب می‌شوند (هریسون و کارون، ۱۳۸۲: ۱۹۲). در استراتژی SO سعی می‌شود با اتکاء بر نقاط قوت درونی از فرصت‌های محیطی بهره‌برداری به عمل آید. در استراتژی‌های WO هدف این است تا با بهره‌برداری از فرصت‌های محیطی موجود، از نقاط ضعف درونی کاسته شود. در استراتژی‌های ST کوشش می‌شود تا با استفاده از نقاط قوت درونی، اثرات ناشی از تهدیدات موجود در محیط خارج کاهش داده شود و نهایتاً در استراتژی‌های WT که بدترین وضعیت به شمار می‌آید، هدف کم کردن نقاط ضعف درونی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است (فردآر، ۱۳۷۹: ۳۶۰).

روش تحقیق

روش پژوهش در این پژوهش، توصیفی - تحلیلی است و نوع پژوهش، کاربردی نظری می‌باشد. در پژوهش حاضر، با توجه به موضوع مورد بررسی، از روش توصیفی به بررسی وضع موجود پرداخته و تصویری کلی از قلمرو تحقیق و همچنین منطقه مورد مطالعه ارائه شده است. در روش تحلیلی نیز با تکیه بر مطالعات توصیفی و مشاهدات عینی، بررسی نتایج حاصل از پرسش‌نامه توزیعی میان گردشگران و خانوارها به اثبات فرضیات پژوهش پرداخته شده است. برای استفاده از نظرات گردشگران یک سری پرسش‌نامه تهیه شد و با توجه به تعداد و پراکنش مکانهای گردشگری ما پرسش‌نامه را در بعضی نقاط در بین گردشگران تقسیم و جمع‌آوری کردیم. بر اساس آمار اداره میراث فرهنگی و گردشگری شهرستان ممسنی در سال ۱۳۸۹، بیش از ۸۰۰۰۰ هزار نفر از مکان‌های تاریخی و مذهبی و جاذبه‌های طبیعی در شهرستان ممسنی دیدن کردند. همچنین با توجه به حجم جامعه و واریانس محاسبه شده برخی از متغیرها در مرحله پیش‌آزمون، از فرمول کوکران برای برآورد حجم نمونه جامعه آماری گردشگران و سرپرست خانوار (مردم) استفاده شد. حجم نمونه جامعه آماری گردشگران در این پرسش‌نامه با سطح اطمینان ۹۵ درصد و احتمال

^۱ - Strategic management

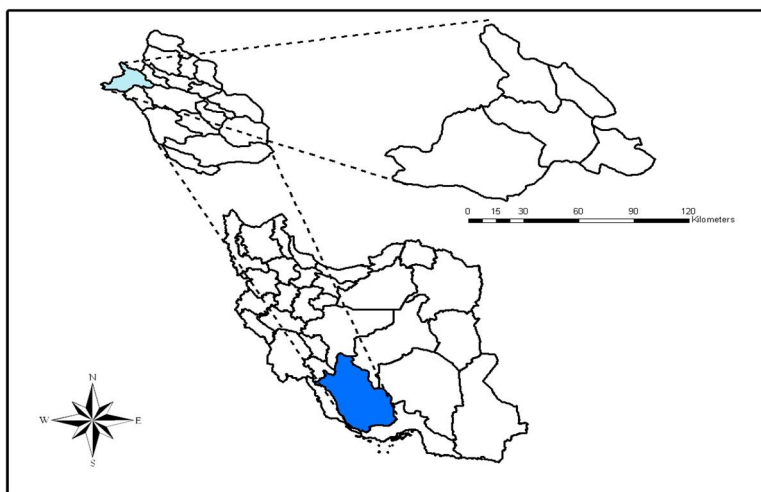
خطای ۵ درصد محاسبه شده، به ۳۸۴ پرسشنامه نیاز داشت. و برای سرپرست خانوارها تعداد ۱۲۰ نفر انتخاب، و برای محاسبه ضریب آلفای کرونباخ از نرم افزار spss استفاده شده است که در آن ضریب آلفا برای پرسشنامه گردشگران ۰/۸۵۴ و برای پرسشنامه سرپرست خانوار (مردم) ۰/۷۲۱ محاسبه شده است. بنابراین در مجموع، روایی و پایایی گزاره‌ها و پرسشنامه‌ها در سطح خوبی قرار داشته و قابل اعتماد برای پژوهش میدانی و اخذ دیدگاههای نمونه آماری بوده است.

$$n = \frac{N \cdot z^2 a / 2 \cdot p \cdot q}{\varepsilon^2 \cdot (N - 1) + (z^2 a / 2) \cdot (p \cdot q)} = \frac{80000 \times 1/96^2 \times /5 \times /5}{(0.05)^2 \times (80000 - 1) + (1.96)^2 \times /5 \times /5} = 384$$

در نهایت نتایج حاصل با استفاده مدل کاربردی مدیریت استراتژیک SWOT مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در ابتدا با توجه به بررسی‌های صورت گرفته روی محیط داخلی و خارجی، برداشت فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها صورت گرفت و سپس به وسیله نظرخواهی از مردم و گردشگران به وزن‌دهی هر کدام از این مسائل پرداخته شد و سپس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و استراتژی‌هایی برای توسعه گردشگری روستایی شهرستان ممسنی ارائه شده است.

معرفی محدوده مورد مطالعه

شهرستان ممسنی به مرکزیت شهر نورآباد و با وسعت ۶۸۷۶ کیلومتر مربع ۵/۶ درصد از کل مساحت استان را به خود اختصاص داده است. این شهرستان در غرب استان و در محدوده جغرافیایی ۵۰ درجه و ۳۶ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۵۸ دقیقه طول شرقی از یک سو، ۲۹ درجه و ۳۷ دقیقه تا ۳۰ درجه و ۴۱ دقیقه عرض شمالی از سوی دیگر قرار گرفته است.



تصویر (۱): موقعیت فضایی استقرار شهرستان ممسنی در استان فارس و کشور ایران

تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق

پس از تدوین، تخلص و استخراج اطلاعات از مطالعات میدانی و پرسش‌نامه از تحلیل SWOT برای سنجش محدودیت‌ها و مزیت‌های گردشگری روستایی استفاده گردید. تحلیل SWOT برای تبیین مهمترین نقاط قوت جهت ارائه طرح راهبردهای تهاجمی، تبیین مهمترین فرصت‌های موجود جهت ارائه راهبردهای بازنگری تخصیص منابع برای رفع نقاط ضعف درونی روستاهای هدف گردشگری، تبیین مهمترین ضعف‌های درون روستاهای هدف گردشگری به منظور ارائه راهبردهای تنوع بخشی به این روستاها و تبیین مهمترین تهدیدهای موجود جهت ارائه راهبردهای تدافعی در جهت رفع آسیب پذیری روستاهای هدف گردشگری در فازهای زیر انجام می‌شود. (جدول شماره ۱ تا ۴).

جدول (۱): نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (فرصت‌ها)

گردشگران			مسئولان مدیریت شهری			فرصت‌ها
امتیاز وزن دار	امتیاز وزن موجود	وزن	امتیاز وزن دار	امتیاز وزن موجود	وزن	
۰/۴	۴	۰/۱	۰/۴	۴	۰/۱	۱) اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد برای منطقه
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۲) افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
۰/۱۶	۴	۰/۴	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۳) وجود قطب بزرگ گردشگری در نزدیکی منطقه
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۰/۰۹	۳	۰/۰۳	۴) افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم
۰/۲۱	۲	۰/۷	۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۵) افزایش شمار گردشگران نسبت به سالهای گذشته
۰/۰۴	۲	۰/۰۴	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۶) بهتر شدن وضعیت اقتصادی مردم نسبت به دهه‌های گذشته
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۷) افزایش توجه دولت به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
۰/۲۸	۴	۰/۷	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۸) موقعیت جغرافیایی مناسب
۰/۳۲	۴	۰/۸	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۹) سرمایه‌گذاری در تأسیسات زیربنایی و روبنایی
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱۰) وجود حس مهمان‌نوازی مردم منطقه
۱/۵۳		۰/۴۶	۱/۳۴		۰/۵۱	جمع

منبع: (مطالعات میدانی نگارنده)

جدول (۲): نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (تهدیدها)

گردشگران			مسئولان			تهدیدها
امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود	وزن	امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود	وزن	
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۱) تخریب و بروز خسارت به آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی
۰/۳۶	۴	۰/۰۹	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	۲) کیفیت و کمیت خدمات گردشگری
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۳) دگرگونی در ساختار جامعه
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۴) افزایش تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران به سایت‌های گردشگری
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۵) تأثیر گذاری فرهنگ گردشگران بر فرهنگ مردم منطقه
۰/۱۲	۲	۰/۰۶	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۶) پراکنش نامناسب فصلی بازدیدکنندگان
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۷) وجود سازمانهای متعدد مسئول تصمیم‌گیر در امر گردشگری با تقسیم وظایف متعدد
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۸) بودجه تخصیصی دولت به امر تحقیق و توسعه گردشگری
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۹) افزایش قیمت کالا و خدمات
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۱۰) آلودگی‌های محیط زیست
۱/۶۵		۰/۵۴	۱/۸۴		۰/۴۹	جمع

منبع: (مطالعات میدانی نگارنده)

جدول (۳): نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (نقاط قوت)

گردشگران			مسئولان			نقاط قوت
امتیاز وزن دار	امتیاز وزن موجود	وزن	امتیاز وزن دار	امتیاز وزن موجود	وزن	
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۱) وجود آثار تاریخی و میراث فرهنگی غنی
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۲) تنوع آب و هوایی در فصول مختلف سال
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۳) وجود چشم‌اندازهای طبیعی منحصر به فرد
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۴) مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری

۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۵) قرار داشتن شهرستان در مسیر ترانزیتی اهواز - شیراز و بوشهر - اصفهان (موقعیت جغرافیایی)
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۶) وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی
۰/۲۱	۳	۰/۰۷	۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۷) نزدیکی و مجاورت به شهر شیراز از مراکز مهم گردشگری کشور
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۸) داشتن محیط آرام و بدون سروصدا به خصوص برای شهرنشینان جهت استراحت و تفریح
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	۰/۰۲	۱	۰/۰۲	۹) فقدان محدودیت زمین جهت استفاده توریستی
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۱۰) وجود حس مهمان‌نوازی در مردم
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۱۱) وجود مکانهای زیارتی متعدد
۱/۶۲		۰/۴۷	۱/۴۳		۰/۴۰	جمع

منبع: (مطالعات میدانی نگارنده)

جدول (۴): نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (نقاط ضعف)

گرددشگران		مسئولان			نقاط ضعف	
امتیاز وزن دار	امتیاز وزن موجود	وزن	امتیاز وزن دار	امتیاز وزن موجود		
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۱) نامناسب بودن راه ارتباطی
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۲) نبود مکان‌های اقامتی و پذیرایی مناسب برای همه اقشار مردم
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۳) نامناسب بودن زیرساختهای محیطی و کالبدی و زیرساخت‌های روستایی
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۴) کمبود تسهیلات بهداشتی، درمانی و خدماتی
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۵) فقدان حیات شبانه در کانونهای جمعیتی و گردشگری
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۶) عدم هماهنگی بین سازمان‌های مرتبط در زمینه گردشگری و با مردم
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۷) ضعف تبلیغات
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۸) نبود امکانات رفاهی در سایت‌های گردشگری

۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۹) ضعف مدیریتی و فقدان ثبات مدیریتی
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۱۰) نظارت ضعیف بر عملکرد واحدهای ارائه دهنده خدمات گردشگری
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۱۱) عدم سرمایه‌گذاری بخش دولتی به میزان لازم
۰/۰۸	۴	۰/۰۲	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۱۲) عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده در سازمانهای مرتبط با گردشگری
۲/۱۰		۰/۵۳	۱/۹۷		۶۰	جمع

منبع: مطالعات میدانی، ۱۳۹۱.

بررسی دیدگاه سرپرست خانوارها

همچنین تحلیل SWOT نشان می‌دهد که از دیدگاه خانوارها مهم‌ترین نقاط قوتی که شهرستان ممسنی و شهرنورآباد در زمینه گردشگری از آن برخوردار است، عبارتند از: وجود آثار تاریخی و میراث فرهنگی غنی با امتیاز وزنی ۰/۲۸ در رده اول، وجود چشم‌اندازهای طبیعی منحصربه‌فرد با امتیاز وزنی ۰/۲۴ و نزدیکی و مجاورت شهرستان ممسنی به شهر شیراز و وجود مکانهای زیارتی متعدد با امتیاز وزنی ۰/۱۵ در رده بعد قرار می‌گیرد (در شهرستان ممسنی ۶۱ امامزاده و اماکن مقدس وجود دارد که خود عاملی برای جذب توریسم مذهبی می‌باشد)، همچنین می‌توان گفت از دیدگاه پرسش‌شوندگان مهم‌ترین نقاط ضعف شامل؛ نبود مکان‌های اقامتی و پذیرایی مناسب برای همه اقشار مردم، نامناسب بودن زیرساختهای محیطی و کالبدی و زیرساخت‌های شهری و ضعف مدیریتی و عدم ثبات در مدیریت هرکدام امتیاز وزنی ۰/۲۸ در رده اول و به عنوان مهم‌ترین نقاط ضعف گردشگری روستایی شهرستان ممسنی شناخته می‌شوند و نامناسب بودن راههای ارتباطی با امتیاز وزنی ۰/۲۴ در رده دوم و نبود امکانات رفاهی در سایت‌های گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۲۰ در رده سوم قرار دارند.

بررسی دیدگاه گردشگران

با توجه به مطالعات انجام شده بر اساس روش تحلیل SWOT وجود آثار غنی تاریخی و فرهنگی در زمینه جذب گردشگران با امتیاز وزنی ۰/۲۸ به عنوان مهم‌ترین نقطه قوت داخلی و وجود پتانسیل‌ها و استعدادهای اکوتوریستی (نظیر چشمه‌ها، آب گرم معدنی، ...) با امتیاز وزنی ۰/۲۴ در رتبه دوم نقاط قوت نقاط روستایی شهرستان ممسنی قرار می‌گیرد و در مقابل فقدان محدودیت زمین و مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری با مجموع وزنی ۰/۰۲ کم اهمیت‌ترین نقطه قوت داخلی در توسعه فعالیت‌های گردشگری روستایی ذکر کرده‌اند. علاوه بر این از نظر گردشگران نبود مکان‌های اقامتی و پذیرایی مناسب برای همه اقشار مردم و نامناسب بودن زیرساختهای محیطی و کالبدی و روستایی با میانگین وزنی ۰/۲۸ به عنوان

مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی و ناهماهنگ بودن دستگاه‌های مرتبط با گردشگری با میانگین وزنی ۰/۰۲ پایین‌ترین اولویت را در نقاط ضعف داخلی داراست. در مورد فرصت‌های بیرونی گردشگران، اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد با میانگین وزنی ۰/۴ به عنوان مهم‌ترین فرصت بیرونی و موقعیت جغرافیایی مناسب با ۰/۲۴ در رتبه دوم اهمیت فرصت‌های خارجی قرار می‌گیرند. در حالی که افزایش انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری با میانگین وزنی ۰/۰۳ به عنوان کم‌اهمیت‌ترین فرصت بیرونی در جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری می‌باشد. در مورد عوامل تهدید کننده توسعه گردشگری از دیدگاه گردشگران در شهرستان ممسنی و کیفیت و کمیت خدمات گردشگری با میانگین وزنی ۰/۳۶ به عنوان مهم‌ترین تهدید بیرونی و تخریب آثار تاریخی و با میانگین وزنی ۰/۲۸ در رتبه دوم تهدیدات خارجی قرار می‌گیرد.

جدول ۵: بهترین استراتژی سازمان

استراتژی‌های WO	استراتژی‌های SO	۳/۱۴
استراتژی‌های WT	استراتژی‌های ST	

تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS):

اینک با تداخل هر یک از عوامل در یکدیگر به تدوین راهبردهای مختلف رقابتی / تهاجم (SO)، تنوع (ST)، بازنگری (WO) و بالاخره راهبردهای تدافعی (WT) می‌پردازیم. در راهبردهای تهاجمی که تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است، راهکارهای زیر جهت بهره‌برداری‌های موجود به منظور توسعه گردشگری روستایی در شهرستان ممسنی مطالعه شده ارائه می‌شود:

So راهبردهای رقابتی (تهاجمی) (Maxi-max)

- بهره‌گیری از تبلیغات برای شناسایی جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری روستایی در شهرستان ممسنی از جمله (اماکن تاریخی، رودخانه‌ها، چشمه‌ها و باغ‌ها و ...) به سایر مناطق جهت رقابت با مناطق گردشگری پذیر دیگر
- زمینه‌سازی و بهره‌برداری از حمایت‌های بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری در روستاهای شهرستان

● تمرکز عمده فعالیت‌های گردشگری بر بهره‌برداری از منابع و جاذبه‌ها موجود و بدون استفاده گردشگری همانند چشم‌اندازها، ارتفاعات و فضای سبز و ... به منظور کسب درآمد و کسب اشتغال و توسعه اقتصادی شهر.

● ایجاد هماهنگی بین نهادها و بخش‌های مختلف مرتبط با گردشگری به منظور یکپارچه‌سازی کارکردهای گردشگری به وسیله برگزاری نشستها و به کارگیری تدابیر مدیریتی و هماهنگ کننده با حضور سازمانهای دولتی و غیر دولتی، مردم و کارآفرینان .

● استفاده از نیروی متخصص و کارآمد در زمینه گردشگری و مدیریت گردشگری به منظور به کارگیری صحیح و استفاده از پتانسیل‌های بالقوه روستاهای شهرستان در زمینه گردشگری.

ST راهبردهای تنوع

● تنوع بخشی به امکانات و خدمات توریستی به منظور جلب رضایت گردشگران و بالتبع افزایش تعداد گردشگران و ایجاد اشتغال برای مردم منطقه.

● بهره‌برداری از توان تشکیلاتی، قوانین و مقررات در جهت کاهش مخاطرات و آلودگیهای اکولوژیکی و زیست محیطی در مناطق و مکانهای توریستی.

● برنامه‌ریزی و ساماندهی توریسم به‌منظور استفاده و بهره‌گیری مطلوب از محیط آرام و زیبا و جلوگیری از تخریب مزارع و مناظر و چشم‌اندازهای طبیعی.

● تأمین امنیت اجتماعی برای مسافران جهت جلوگیری از تخلفات اجتماعی با همکاری نیروی انتظامی.

● تنوع‌بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های طبیعی و تاریخی ناحیه مورد مطالعه از طریق سمینارها و جشنوارها.

راهبردهای بازنگری (WO) (Mini-max)

● در راهبردهای بازنگری ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف فراوی توسعه گردشگری روستایی می‌باشد؛ به این منظور راهکارهای زیر ارائه می‌شود:

● بازنگری در توزیع امکانات و خدمات گردشگری و احداث تأسیسات و تجهیزات بیشتر در اماکن گردشگری

● ضمن بازنگری در امکانات رفاهی موجود، توسعه همه جانبه امکانات رفاهی و استراحتگاهی گردشگران مورد توجه قرار گیرد.

● توسعه و بهبود راه‌های ارتباطی، برای دسترسی آسانتر و کم هزینه‌تر گردشگران به منطقه

● بهبود و ارتقای محصولات گردشگری (علمی، درمانی، تجاری و تفریحی) و سرمایه‌گذاری مشترک دولتی - خصوصی در زمینه ایجاد و همچنین تبلیغ زیرساختها و محصولات گردشگری منطقه به گردشگران

راهبردهای تدافعی (WT)

در این راهبرد ضمن تأکید بر رفع آسیب‌پذیری ناحیه مطالعه شده، راهکارهای زیر ارائه می‌شود:

- ارتقای سطح بهداشت در منطقه و احداث بیمارستان تخصصی و به کارگیری پزشکان متخصص و تجهیز مراکز فعلی با دستگاه‌ها و تجهیزات مدرن برای جذب مسافرانی که خواهان محصولات گردشگری علمی و پزشکی هستند.
- توسعه زیرساختها و تأسیسات گردشگری مورد نیاز آنها (هتل، مجتمع‌های اقامتی و ...).
- استفاده از مشارکت بخش خصوصی در احداث تأسیسات و زیرساختهای گردشگری منطقه.
- اطلاع‌رسانی و معرفی قابلیت‌ها و توانمندی گردشگری روستایی شهرستان ممسنی جهت گذران اوقات فراغت و استراحت از طریق رسانه ملی، اینترنت، چاپ کتاب و ...
- تدوین مقررات و ضوابط در زمینه توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش‌های گردشگری و همچنین ثبات در مدیریت برای اجرای درست طرح‌های بلند مدت.

ماتریس راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری روستاهای شهرستان ممسنی

فرصت‌ها:	تهدیدها:	SWOT تحلیل
(۱) اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد برای منطقه (۲) افزایش انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری (۳) وجود قطب بزرگ گردشگری در نزدیکی منطقه (۴) افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح بین مردم (۵) افزایش شمار گردشگران نسبت به سالهای گذشته (۶) بهتر شدن وضعیت اقتصادی مردم نسبت به گذشته (۷) افزایش توجه دولت به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری (۸) موقعیت جغرافیایی مناسب (۹) سرمایه‌گذاری در تأسیسات زیربنایی و زیرساختی (۱۰) وجود حس مهمان‌نوازی مردمان روستا	(۱) تخریب و بروز خسارت به آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی (۲) کیفیت و کمیت خدمات گردشگری (۳) دگرگونی در ساختار جامعه (۴) افزایش تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران به سایت‌های گردشگری (۵) تأثیرگذاری فرهنگ گردشگران بر فرهنگ مردم (۶) پراکنش نامناسب فصلی بازدیدکنندگان (۷) وجود سازمانهای متعدد مسئول تصمیم‌گیر در امر گردشگری (۸) بودجه تخصیصی دولت به امر تحقیق (۹) افزایش قیمت کالا و خدمات (۱۰) آلودگی‌های محیط زیست	

		نقاط قوت :
<p>WO: استراتژی‌های</p> <p>۱) در راهبردهای بازننگری ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف فراروی توسعه گردشگری روستایی شهرستان می‌باشد؛ به این منظور راهکارهای زیر ارائه می‌شود؛</p> <p>۲) بازننگری در توزیع امکانات و خدمات گردشگری و احداث تأسیسات و تجهیزات بیشتر در اماکن گردشگری؛</p> <p>۳) ضمن بازننگری در امکانات رفاهی موجود، توسعه‌ی همه‌جانبه امکانات رفاهی و استراحتگاهی گردشگران مورد توجه قرار گیرد؛</p> <p>۴) توسعه و بهبود راه‌های ارتباطی، برای دسترسی آسانتر و کم هزینه تر گردشگران به منطقه؛</p> <p>۵) بهبود و ارتقای محصولات گردشگری (علمی، درمانی، تجاری و تفریحی) و سرمایه‌گذاری مشترک دولتی - خصوصی در زمینه ایجاد و همچنین تبلیغ زیرساختها و محصولات گردشگری منطقه به گردشگران؛</p>	<p>SO: استراتژی‌های</p> <p>۱) بهره‌گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه مسافرت در بین طبقه شهرنشین در جهت بهره‌برداری از جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری روستایی و طبیعی به منظور ایجاد اشتغال و درآمد برای ساکنین روستاهای ممسنی</p> <p>۲) بهره‌گیری از تبلیغات برای شناسایی جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری شهرستان ممسنی به سایر مناطق جهت رقابت با مناطق گردشگرپذیر دیگر</p> <p>۳) زمینه‌سازی از حمایت‌های بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری</p> <p>۴) تمرکز عمده فعالیت‌های گردشگری بر بهره‌برداری از منابع و جاذبه‌های بدون استفاده گردشگری به منظور اشتغال و کسب درآمد</p> <p>۵) ایجاد هماهنگی بین نهادها و بخش‌های مختلف گردشگری به وسیله نشستها و به کارگیری تدابیر مدیریتی و هماهنگ کننده با حضور سازمانها دلتی و غیردولتی و مردم</p> <p>۶) استفاده از نیروی متخصص و کارآمد در زمینه گردشگری و مدیریت گردشگری به منظور به کارگیری صحیح و استفاده از پتانسیل‌های بالقوه شهرستان در زمینه گردشگری.</p>	<p>۱) وجود آثار تاریخی و میراث فرهنگی غنی</p> <p>۲) تنوع آب و هوایی در فصول مختلف سال</p> <p>۳) مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری</p> <p>۴) وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی</p> <p>۵) قرار داشتن در مسیر ترانزیتی (اهواز- شیراز و بوشهر اصفهان)</p> <p>۶) وجود چشم‌اندازهای طبیعی زیبا</p> <p>۷) نزدیکی به قطب گردشگری کشور (شیراز)</p> <p>۸) داشتن محیط آرام و بدون سر و صدا</p> <p>۹) فقدان محدودیت زمین جهت استفاده توریستی</p> <p>۱۰) وجود مکانهای زیارتی متعدد</p>

WT: استراتژی‌های	ST: استراتژی‌های	نقاط ضعف:
<p>۱) ارتقای سطح بهداشت در منطقه و احداث بیمارستان تخصصی و به کارگیری پزشکان متخصص و تجهیز مراکز فعلی با دستگاه‌ها و تجهیزات مدرن برای جذب مسافرانی که خواهان محصولات گردشگری علمی و پزشکی هستند</p> <p>۲) توسعه زیرساختها و تأسیسات گردشگری مورد نیاز آنها (هتل، مجتمع‌های اقامتی و ...)</p> <p>۳) استفاده از مشارکت بخش خصوصی در احداث تأسیسات و زیرساختهای گردشگری منطقه.</p> <p>۴) اطلاع‌رسانی و معرفی قابلیت‌ها و توانمندی گردشگری شهرستان ممسنی جهت گذران اوقات فراغت و استراحت از طریق رسانه ملی، اینترنت، چاپ کتاب و ...</p> <p>۵) تدوین مقررات و ضوابط در زمینه توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش‌های گردشگری و همچنین ثبات در مدیریت برای اجرای درست طرح‌های بلند مدت.</p>	<p>۱) تنوع بخشی به امکانات و خدمات توریستی به منظور جلب رضایت گردشگران و بالتبع افزایش تعداد گردشگران و ایجاد اشتغال برای مردم منطقه.</p> <p>۲) بهره‌برداری از توان تشکیلاتی، قوانین و مقررات در جهت کاهش مخاطرات و آلودگیهای اکولوژیکی و زیست محیطی در مناطق و مکانهای توریستی.</p> <p>۳) برنامه‌ریزی و ساماندهی توریسم بمنظور استفاده و بهره‌گیری مطلوب از محیط آرام و زیبا و جلوگیری از تخریب مزارع و مناظر و چشم‌اندازهای طبیعی.</p> <p>۴) تأمین امنیت اجتماعی برای مسافران جهت جلوگیری از تخلفات اجتماعی با همکاری نیروی انتظامی؛</p> <p>۵) تنوع‌بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های طبیعی و تاریخی ناحیه مورد مطالعه از طریق سمینارها و جشنواره‌ها؛</p>	<p>۱) نامناسب بودن راه ارتباطی</p> <p>۲) نبود مکانهای اقامتی و پذیرایی مناسب برای همه اقشار مردم</p> <p>۳) نامناسب بودن زیرساختهای محیطی و شهری</p> <p>۴) کمبود تسهیلات بهداشتی، درمانی و خدماتی</p> <p>۵) فقدان حیات شبانه در کانونهای گردشگری</p> <p>۶) عدم هماهنگی بین سازمانهای مرتبط با گردشگری</p> <p>۷) ضعف تبلیغات</p> <p>۸) نبود امکانات رفاهی در سایت‌های گردشگری</p> <p>۹) ضعف مدیریتی و فقدان ثبات مدیریتی</p> <p>۱۰) نظارت ضعیف بر عملکرد واحدهای ارائه دهنده خدمات گردشگری</p> <p>۱۱) عدم سرمایه‌گذاری بخش دولتی به میزان لازم</p> <p>۱۲) عدم وجود نیروهای آموزش دیده در سازمانهای مرتبط با گردشگری</p>

منبع: (مطالعات میدانی نگارنده)

بحث و نتیجه‌گیری:

در جدول تجزیه و تحلیل عوامل داخلی امتیاز وزنی ۳/۴۰ نمایانگر وضعیت بسیار خوب این امتیاز با توجه به قوت‌های موجود در روستاهای شهرستان ممسنی است. این عامل نشان می‌دهد که ما با توجه به قابلیت‌های فراوان نتوانسته‌ایم به حد مطلوب در صنعت گردشگری دست پیدا کنیم در واقع می‌توان گفت شهرستان ممسنی دارای نقاط قوت بسیار چشمگیری است که می‌توان با کاهش نقاط ضعف در سایه مدیریت صحیح به جایگاه واقعی خود دست پیدا کند.

- در جدول تجزیه و تحلیل عوامل خارجی، امتیاز وزنی ۳/۰۸ نشان می‌دهد که ما نتوانسته‌ایم از فرصت‌های به دست آمده به درستی در جهت غلبه بر تهدیدات گردشگری روستایی شهرستان استفاده کنیم.

- جدول خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک، مهمترین قوت را، وجود آثار تاریخی و میراث فرهنگی غنی، وجود چشم‌اندازهای طبیعی و نزدیکی به قطب گردشگری کشور شهر شیراز، مهمترین ضعفها را در نبود مکانهای اقامتی و پذیرایی مناسب برای همه اقشار مردم، نامناسب بودن زیرساختهای محیطی و کالبدی و زیرساختهای روستایی، نامناسب بودن راه ارتباطی، ضعف مدیریتی و فقدان ثبات مدیریتی، مهم‌ترین تهدید را کیفیت و کمیت خدمات گردشگری، وجود سازمانهای متعدد مسئول تصمیم‌گیر در امر گردشگری با تقسیم وظایف متعدد، تخریب و بروز خسارت به آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی و بهترین فرصت را اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد برای مردم منطقه، موقعیت جغرافیایی مناسب، وجود قطب بزرگ گردشگری در نزدیکی منطقه و سرمایه‌گذاری در تأسیسات زیربنایی و روبنایی معرفی می‌نماید و عدد ۳/۴۰ نمایانگر این مطلب است که گردشگری روستایی شهرستان ممسنی در صورت مدیریت صحیح می‌تواند به عنوان یکی از قطب‌های شاخص گردشگری به کشور معرفی گردد و در عین حال سود سرشاری از این صنعت عاید مردم شهر و شهرستان گردد. از آنجایی که گردشگری صنعتی کاربر است که به همراه خود پیامدهای اثر بخشی در تحولات مناطق دارد، در سال‌های اخیر نه تنها در سطوح فرا ملی، بلکه در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی نیز مورد توجه قرار گرفته است.

گردشگری روستایی می‌تواند به مثابه یکی از گزینه‌های مناسب برای درآمدزایی و ایجاد شغل در نظر گرفته شود. توسعه گردشگری روستایی به عنوان بخشی ارزشمند و رشد یابنده در زمینه رهیافت اقتصادی مطرح است و گردشگری می‌تواند ابزاری برای توسعه مناطق روستایی با جاذبه‌های خاص گردشگری به شمار آید. این صنعت می‌تواند به مثابه منبع مالی جدید وضعیت اقتصادی مردم محلی را بهبود بخشد و در زدودن فقر و محرومیت نقشی تعیین کننده داشته باشد (دهکردی و کلانتری، ۱۳۹۰، ۳).

گردشگری فعالیتی زیبا، ظریف و حساس و روبنایی است که باید بر روی زیرساختهای فنی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و بهداشتی مساعد و جهان‌پسند و امروزین ایجاد گردد. توسعه گردشگری هنگامی مفهوم می‌یابد که پیش شرطهایی وجود داشته باشد و راهبردی عاقلانه برای گسترش آن تدوین و اجرا گردد و راهبرد برای توسعه گردشگری نیز باید با گزینش خط‌مشی و سیاستی مناسب و ابزاری مساعد تداوم و استمرار یابد. وجود منابع فراوان و سالم طبیعی و فرهنگی و به طور کلی، جاذبه کلی انسانی شرط لازم برای جذب گردشگر است. البته این شرط کافی نیست، زیرا این ثروت‌ها بدون وجود تسهیلات شایسته در امر آمد و رفت، استفاده از جاذبه‌ها و مکانهای تفریحی، بهره‌مندی از اقامتگاههای مطبوع و شرایط و مقررات سهل و آسان برای بهره‌مند شدن از آنها نمی‌تواند جاذب گردشگر باشند. می‌دانیم که در مسیر توسعه گردشگری سختی‌ها و دشواری‌ها و موانع و تنگناهایی را پیش رو داریم که می‌باید با برنامه‌ریزی شفاف و

علمی و کارشناسانه و با سیاست گام به گام این موانع مرتفع شوند. به همین دلیل جهت ایجاد توسعه گردشگری روستایی در شهرستان ممسنی اهم موارد ذیل پیشنهاد می‌شود:

- ایجاد یک سیستم تجزیه و تحلیل زیست محیطی علمی و استاندارد و رسیدگی درست و صحیح به رابطه بین محیط زیست و اقتصاد در بهره‌برداری از جاذبه‌های گردشگری روستایی، محیط زیست هدیه‌ای از طبیعت و سپرده‌های فرهنگی توسط اجدادمان برای نسل امروز و فردا به امانت گذاشته شده است. گردشگری باید نه تنها دارای منافع اقتصادی بلکه باید دارای منافع زیست محیطی و اجتماعی نیز باشد.
- تقویت زیرساخت‌های روستایی و فراهم کردن امنیت برای گردشگران
- توسعه و بهبود شبکه‌های ارتباطی بین شهر نورآباد و دهستان‌های این شهرستان و اماکن گردشگری
- احداث کمپینگ و اقامتگاه‌های ارزان قیمت در مراکز گردشگری طبیعی
- آگاه‌سازی مردم روستاها از ابعاد گسترده و مثبت صنعت گردشگری و تأثیراتی که این صنعت می‌تواند بر زندگی آنان داشته باشد.

منابع و مأخذ:

- ۱- اعرابی، محمد، (۱۳۸۴)، مدیریت استراتژیک راهبردی، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۲- امیری فهلیانی، محمد رضا، (۱۳۹۰)، امکان سنجی توسعه گردشگری شهرستان ممسنی با تأکید بر شهر نورآباد، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما؛ دکتر سعید ملکی، دانشگاه شهید چمران اهواز، گروه جغرافیا.
- ۳- بهرامی، رحمت الله، (۱۳۸۹)، بررسی قابلیت‌ها و تنگناهای توسعه گردشگری روستایی در استان کردستان، مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام، ایران، زاهدان.
- ۴- پورجعفر، محمدرضا، محمودی نژاد، هادی، ایلکا، شاهین و عاقبت بخیر، حامد، (۱۳۹۱)، فراتحلیلی از ارزیابی رویکردهای توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر تحلیل عوامل راهبردی (SWOT)، علوم و تکنولوژی محیط زیست، دوره چهاردهم، شماره دو.
- ۵- حبیبی فهلیانی، حسن، (۱۳۷۱)، ممسنی در گذرگاه تاریخ، انتشارات نوید، شیراز.
- ۶- حبیبی فهلیانی، حسن، (۱۳۸۴)، اثرهای پیش از تاریخ و دوران تاریخی و مشاهیر ممسنی، شیراز، انتشارات بنیاد فارس شناسی.
- ۷- راسق قزلباش، سلیمان، (۱۳۸۸)، گردشگری روستایی و لزوم توجه به آن در برنامه‌های توسعه و آبادانی روستاها، مجله مسکن و محیط روستا.
- ۸- سقایی، مهدی، (۱۳۸۲)، بررسی قابلیت‌های گردشگری روستایی در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- ۹- شمس‌الدینی، علی (۱۳۸۹): گردشگری روستایی راهکاری سازنده در راستای توسعه روستایی مطالعه موردی: روستای فهلیان، فصلنامه مسکن و محیط روستا، شماره ۱۲۹.
- ۱۰- فردآر، دیوید، (۱۳۷۹)، مدیریت استراتژیک، ترجمه: علی پارسائیان و محمداعرابی، تهران، انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- ۱۱- قادری، اسماعیل، عزتی، عزت الله و حسین پور شکوفه، (۱۳۸۹)، بررسی توسعه گردشگری روستایی در بخش آسارا شهرستان کرج، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال هشتم، شماره ۳۱.
- ۱۲- قدیری معصوم، مجتبی، استعلاجی، علی رضا و پازکی، معصومه، (۱۳۸۹)، گردشگری پایدار (روستایی و عشایری)، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۱۳- کرمی دهکردی، مهدی و کلانتری، خلیل، (۱۳۹۰)، شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال بختیاری با استفاده از تکنیک تئوری بنیانی، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره سوم.
- ۱۴- قنبری، یوسف، (۱۳۸۷)، گردشگری روستایی، رویکردی جدید در مدیریت روستایی کشور، فصلنامه پیک نور، سال هفتم، شماره سوم.

- ۱۵- مافی، عزت اله و مهدی سقایی (۱۳۸۳): مدلی ترکیبی برای توسعه فضایی گردشگری روستایی، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، دانشگاه فردوسی مشهد، شماره ۳.
- ۱۶- نوبخت، محمد باقر، (۱۳۸۷)، توسعه گردشگری در ایران موانع و راهکارها، نشر دانشگاه آزاد اسلامی، تهران.

17-Cohen, R & Kennedy, P.2000. Global sociology, Hound smills, Basing stoke, UK, Macmillan press .

18- Mahmoudi, Beytola, Hagestan, Amin & Maleki, Raheleh.2011. Investigation of Obstacles and Strategies of Rural Tourism Development Using SWOT Matrix, Journal of Sustainable Development, Vol. 4, No. 2

19-Rosentraub, Mark S & Joo, Mijin, 2009, Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions ? Tourism Management , vol.

20- Zhang, Xue Ming .2012. Research on the Development Strategies of Rural Tourism in Suzhou Based on SWOT Analysis, Energy Procedia 16.