

نشریه علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی (دانشگاه تبریز)، سال ۱۵، شماره ۳۴، زمستان ۱۳۸۹، صفحات ۹۷-۶۷

تاریخ دریافت: ۱۳۸۸/۳/۳

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۸۸/۱۲/۱۰

تحلیلی بر نقش طبیعت‌گردی در جذب گردشگران (مطالعه موردی: منطقه سی‌سخت استان کهگیلویه و بویراحمد)

علی زنگی‌آبادی^۱

سیدعلی موسوی^۲

خلیفه خلقی‌پور^۳

چکیده

امروزه صنعت گردشگری در دنیا، یکی از منابع درآمد و در عین حال از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهاست و در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اقتصاد تجاری جهان است، به همین علت مورد توجه بسیاری از کشورهای پیشرفته جهان قرار دارد.

قرار گرفتن استان کهگیلویه و بویراحمد به عنوان دومین منطقه جنگلی ایران بعد از خطه شمال، نشان از توانایی‌های بالقوه طبیعت‌گردی بسیار مناسب آن دارد. هدف از نگارش این مقاله «تحلیلی بر نقش طبیعت‌گردی در جذب گردشگران منطقه سی‌سخت استان کهگیلویه و بویراحمد» است. روش تحقیق در این پژوهش از نوع تحلیلی، توصیفی و پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق را گردشگران منطقه طبیعی سی‌سخت تشکیل می‌دهد. از آنجایی که سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان دنا تعداد گردشگران منطقه سی‌سخت را در

۱- استایار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان.

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان.

۳- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان.

سال ۱۳۸۶، ۶۰ هزار نفر اعلام کرده است، لذا از این تعداد با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۱ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب و از طریق پرسشنامه به جمع‌آوری اطلاعات اقدام شده است.

در این تحقیق با استفاده از مدل SWOT به تعیین نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها، ارائه استراتژی و راهبرد در جهت توسعه گردشگری منطقه طبیعی سی‌سخت استان کهگیلویه و بویراحمد پرداخته شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، با توجه به اهمیت صنعت گردشگری در دنیای کنونی و نقش منابع طبیعی در جذب گردشگران، که یک نمونه از آن منطقه سی‌سخت می‌باشد، با یک نگاه تک بُعدی (زیست محیطی) به این منطقه، شاهد تخریب محیط زیست هستیم. ضرورت دارد با یک نگاه تلفیقی (زیست محیطی-گردشگری) از تخریب بیشتر این منطقه جلوگیری شود و شاهد ایجاد محیطی سالم، پویا و پایدار برای جذب گردشگر در منطقه سی‌سخت باشیم.

واژگان کلیدی: طبیعت‌گردی، گردشگران، منطقه سی‌سخت، استان کهگیلویه و بویراحمد، گردشگری، مدل SWOT.

۱- مقدمه

اکنون صنعت گردشگری به عنوان صنعتی که می‌رود تا رتبه نخست را در انواع تجارت جهانی به خود اختصاص داده و نقش ویژه‌ای را در اقتصاد، تعامل فرهنگ‌ها، گفتگوی تمدن‌ها، برقراری تحکیم و الفت بین ملت‌ها داشته باشد. امروزه یکی از جاذبه‌های گردشگری در جهان، جاذبه‌های طبیعی است و با توجه به اینکه مناطق زیست محیطی یکی از جاذبه‌های طبیعی محسوب می‌شود، گردشگری زیست محیطی بخش در حال گسترشی از بازار گردشگری در طبیعت است، به گونه‌ای که طبق برآورد انجمن گردشگری زیست محیطی در سال ۱۹۹۹، گردشگری در طبیعت یا طبیعت‌گردی ۲۰ درصد و گردشگری زیست‌محیطی ۷ درصد از بازار مسافرت جهانی را در اختیار داشته است (شاهنده، ۱۳۸۰: ۴۹). فعالیت‌های گردشگری و محیط زیست اعم از محیط طبیعی و یا مصنوع به غایت با یکدیگر در تعامل هستند و این رابطه متقابل و همزیستی میان محیط و گردشگر می‌باشد (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۰۷ برگرفته از Hunter، ۱۹۹۷). درک رابطه صحیح میان گردشگری و

محیط زیست مستلزم داشتن دید همه‌جانبه و کل‌گرا است. رابطه گردشگر و محیط زیست، در سه بُعد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست- محیطی تأثیرگذار می‌باشد (کاظمی، ۱۳۸۵: ۹۶). در واقع هر روز کیفیت محیط زیست با آهنگی بی‌سابقه رو به ویرانی نهاده و این پدیده در بعضی از مناطق آشکارتر و در برخی نواحی زنگ خطر را به صدا درآورده است. این در حالی است که در محیط تفکیک‌ناپذیر، آلودگی هم حد و مرز نمی‌شناسد (سازمان محیط زیست استان فارس، ۱۳۷۸: ۲-۱). به همین دلیل از اوایل دهه ۷۰ میلادی، مطالعات مربوط به آثار محیطی گردشگری گسترش روزافزون یافت (Hall and Page, ۱۹۹۹: ۱۳۲) لذا با توجه رشد و توسعه روزافزون گردشگران در دنیا و آثار مخربی که گردشگران در محیط بر جای می‌گذارند، نیاز به کاهش این اثرات تخریبی بیش از پیش احساس می‌شود. در این بین یکی از زیر شاخه‌های مورد عنایت در گردشگری، طبیعت‌گردی می‌باشد، بنابه تعریف اکوتوریسم، که آن را یک سفر مسؤولانه به نواحی طبیعی که محیط زیست را محافظت و رفاه مردم محلی را تأمین می‌کند (زاهدی، ۱۳۸۵: ۹) در این رابطه چهار معیار برای گردشگری مسؤول وجود دارد:

- ۱- دارای کمترین اثر مخرب بر محیط زیست؛
- ۲- کمترین اثر مخرب بر فرهنگ‌های بومی و حداکثر احترام برای آنها؛
- ۳- بالاترین منافع اقتصادی برای مردم میزبان؛
- ۴- حداکثر رضایت برای گردشگران (زاهدی، ۱۳۸۵: ۹۱ برگرفته از: Fennell, ۲۰۰۰: ۳۱).

بنابراین باید در بوم گردی تلاش بر اتخاذ تدابیر مدیریتی، برای کاهش اثرات منفی بر محیط طبیعی باشد و حق هر نسل در برخورداری از همان مقدار سرمایه طبیعی که در اختیار دیگر نسل‌ها قرار داشته به رسمیت شناخته شود و این را بدانیم که استفاده از سرمایه‌های طبیعی در حد بهره آن مجاز شمرده می‌شود.

منطقه ییلاقی و طبیعت زیبای سی‌سخت در استان کهگیلویه و بویراحمد در دامنه رشته کوه دنا قرار گرفته است، هم‌سازی چشمه‌سارها، درختان جنگلی، توپوگرافی کوهستانی و دره‌ای، زیبایی این منطقه را دوچندان کرده است. این منطقه محدوده‌ای کم‌نظیر است که

قابلیت گردشگاهی، آموزشی، پژوهشی منحصر به فردی دارد که همه ساله، به خصوص در فصل تابستان مورد بازدید خیل عظیمی از گردشگران قرار می‌گیرد، به علت بی‌توجهی به این منطقه و عدم برنامه‌ریزی برای گردشگران ورودی به این منطقه زیست محیطی، روز به روز این محیط در حال نابودی و ویرانی می‌باشد که نیازمند تجدیدنظر اساسی در نگاه به این منطقه است.

۲- بیان مسأله

کشور ایران با داشتن جاذبه‌های گردشگری و تنوع اقلیمی کم‌نظیر در دنیا، از توانمندی بسیار بالایی برخوردار می‌باشد. با توجه به رشد روزافزون صنعت گردشگری در دهه‌های گذشته، به طوری که رشد آن در دهه ۱۹۹۰ معادل ۷۰ درصد برآورد شده است (پاپلی‌یزدی، ۱۳۸۵: ۵، برگرفته از: Weaver، ۲۰۰۲: ۱۶۹). جایگاه با ارزش صنعت گردشگری در جهان، با اختصاص نزدیک به ۱۱ درصد از تولید ناخالص داخلی، ۱۴ درصد از نیروی کار جهانی و ۷/۱ درصد درآمد جهانی یکی از بنیانی‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان محسوب می‌شود (WTO، ۱۹۹۷). براساس نظر سازمان جهانگردی در نخستین دهه ۲۰۰۰، بخش بوم‌گردی بین ۱۰ تا ۳۰ درصد رشد داشته، به گونه‌ای که طبیعت گردان در سال ۲۰۱۰ به ۲۰ درصد کل گردشگران می‌رسد (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۲۳). در حالی که کشور ایران که از لحاظ جاذبه‌های گردشگری جز ده کشور اول جهان و از نظر تنوع گردشگری جزو ۵ کشور اول جهان محسوب می‌شود (WTO، ۲۰۰۰: ۱۱)، ولی از لحاظ سهم گردشگری جهانی، موقعیت خوبی در دنیا ندارد که نیاز به نگاه کلی به عوامل و دلایل مؤثر در این زمینه دارد و وجود یک سازمان واحد برای اداره صنعت گردشگری ضروری می‌باشد (Barron & Wood، ۱۹۹۹: ۶۸۹).

از طرفی اقتصاد ایران متکی به درآمدهای نفتی است و این جریان مشکلات زیادی را برای کشور به وجود آورده، چون اقتصاد کشورهایی که متکی به یک درآمد می‌باشند با کمترین نوسان قیمتی در بازارهای بین‌المللی یا تحریم اقتصادی از طرف کشورهای قدرتمند دنیا، سریع تحت تأثیر قرار می‌گیرد. لذا متنوع کردن زمینه‌های درآمدی کشور و تکیه بر

صادرات غیرنفتی از راهکارهای برون رفت از این مسأله می‌باشد که یکی از راهکارها، برنامه‌ریزی جهت استفاده مطلوب از این همه جاذبه، توسعه گردشگری در کشور است.

علاوه بر موارد مذکور، رشد طبیعی جمعیت و توسعه و تکامل مراکز تفریحی یک نیاز حیاتی است، بویژه آن که زندگی شهری و مشکلات روحی و روانی ناشی از آن ضرورت را دو چندان می‌کند تا ما با استفاده از مناطق طبیعی و زیبا بتوانیم فشارهای روحی و روانی ناشی از زندگی ماشینی را بر مردم بکاهیم. از طرفی فقر و محرومیت استان کهگیلویه و بویراحمد و درصد بالای بیکاری جوانان این منطقه از کشور ایجاب می‌کند تا با استفاده از امکانات و توانمندی مناطق مختلف کشور از جمله این استان، در جهت کسب درآمد و اشتغال‌زایی و رفع محرومیت از این مناطق اقدام کنیم.

گسترش صنعت گردشگری به عنوان صنعتی که با حوزه‌های مختلفی نظیر اقتصاد، کشاورزی، فرهنگ، محیط زیست و خدمات در تعامل بوده، دارای اهمیت فراوان است که توسعه آن در هر منطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی آن منطقه خواهد شد. استان کهگیلویه و بویراحمد از نقاط و مراکز مهم گردشگری است که در دو بخش گردشگری زمستانی و تابستانی پذیرای تعداد زیادی از گردشگران و جهانگردان، مهمانان و شهروندان ایرانی و خارجی است، با این همه توانهای گردشگری این سؤال مطرح می‌شود که چه عامل یا عواملی باعث شده که این استان با این مواهب گوناگون در گردشگری از توسعه اقتصادی، بی‌بهره بماند؟ و از چه روشی می‌توان این صنعت نوپا و سودآور را در این استان توسعه داد؟ برای رسیدن به پاسخ سؤالات فوق، شناخت جاذبه‌های گردشگری استان، امکانات، کاستی‌ها، انتظارات گردشگران و برنامه‌ریزی متناسب با شرایط اجتماعی و فرهنگی استان ضرورت دارد که یک نمونه آن جاذبه طبیعی و بسیار زیبای منطقه سی سخت است با نگاه مثبت و حمایت دولت و ترتیبات لازم جهت تجهیز این منطقه به امکانات لازم و تبلیغات مناسب، شاهد جذب گردشگران به منطقه و از بین رفتن بخشی از مشکلات موجود در استان کهگیلویه و بویراحمد خواهیم بود.

۳- چهارچوب نظری تحقیق

۳-۱- فرهنگ گردشگر و گردشگری

محیط به عنوان رکن اصلی جریان گردشگری، از تبلور فضایی برای جذب گردشگران نقش مهمی ایفا می‌کند و ابزارهای متنوعی در اختیار می‌نهد و فعالیت‌های اکوتوریستی در جامعه میزبان منجر به آثار مثبت و منفی زیست - محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌شود (وارثی و موسوی، ۱۳۸۸: ۷۴). گردشگری پیش از آنکه یک فعالیت اقتصادی باشد، گویای یک ارتباط فرهنگی متشکل از عناصر گردشگر، جامعه میزبان یا مواجهه‌شوندگان و بستر می‌باشد (تولایی، ۱۳۸۶: ۸۵).

فرهنگ به عنوان یک نظام ارتباطی بین مردم با جلوه‌های مختلفی از آداب و رسوم، میراث و دیگر تولیدات مادی و زیباشناختی شکل می‌گیرد و واقعیت وجودی جامعه را بیان می‌کند. از این چشم‌انداز است که مردم با فرهنگی که دارند به جهان طبیعی و انسانی خود شکل ویژه‌ای می‌بخشند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۸۵-۸۶). بنابراین نقش آن را در شکل‌گیری رشد و توسعه گردشگری اساسی می‌دانند و فرهنگ را سنگ بنای توسعه گردشگری در نظر می‌گیرند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۸۷ برگرفته از: Jafari and Zargham, ۲۰۰۰: ۱۴) به همین دلیل بر تقدم امور فرهنگی بر امور اقتصادی پیرامون گردشگری تأکید می‌شود و عوامل زیر را مد نظر قرار می‌گیرد:

۱- آشنای کامل انسان‌ها؛

۲- سهیم شدن دائمی در آموزش؛

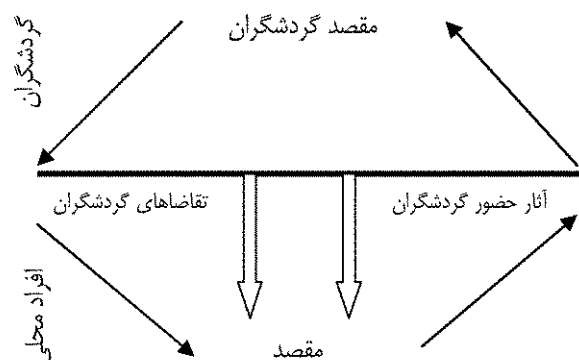
۳- برابری سرنوشت همه ملت‌ها؛

۴- آزادی انسان به منظور احترام به هویت و شأن وی (پوراحمد، ۱۳۷۸: ۱۶).

بدین سان گردشگری با انسان و انگیزه‌ها، خواست‌ها و نیازها و آرزوهایی که منبعث از فرهنگ جامعه است ارتباط دارد، به حدی که می‌توان گفت محرک اصلی گردشگری، درواقع همین اختلاف فرهنگ‌هاست (ضرغام، ۱۳۷۶: ۳۹۱). لذا در دنیای کنونی، رابطه فرهنگ و گردشگری، متقابل است. فرهنگ منبعی حیاتی توسعه گردشگری محسوب

می‌شود و گردشگری نیز سهم مهمی در توسعه فرهنگی دارد (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۵۰ برگرفته از Richards، ۲۰۰۰: ۹).

بر پایه تحقیقات انجام شده در زمینه گردشگری، در سمینار ۱۹۹۶ در پاریس به این نتیجه رسیدند که مسأله اساسی قرن بیست و یکم برای پدیده گردشگری «فرهنگ» است و گردشگران بدون فرهنگ وجود نخواهند داشت. نتایج سمینار بیان‌کننده این واقعیت بود که فرهنگ یکی از انگیزه‌های اصلی گردشگران است و هر شکلی از گردشگری تأثیراتی در جامعه مهمان و میزبان دارد (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۵۱ اقتباس از: Jafari and Zargham، ۲۰۰۰: ۳). بنابراین ارتقای سطح آگاهی مردم و ترویج فرهنگ زیست‌محیطی در میان گردشگران در راستای حفاظت از محیط زیست و بهسازی آن، ایجاد انگیزه به منظور اعمال مدیریت محیط طبیعی و حفاظت دائم و مستمر از آن از جمله آثار مثبت ناشی از گردشگری بر روی زیست‌بوم‌های طبیعی محسوب می‌شود (معصومی، ۱۳۷۹).



شکل (۱) چرخه گردشگری و فرهنگ مأخذ (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۷: ۷۲ برگرفته از: کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۵۱).

در حقیقت مراقبت از محیط زیست باید بخشی از یک سیاست فرهنگی مشتمل بر اعتلای فرهنگ زیست محیطی، فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی محیطی باشد. در راستای آن از

بهترین روش‌های آموزشی استفاده شود و موازنه بین لذت بازدیدکننده و نیاز به حفظ جاذبه‌های طبیعی، توأمان تأمین شود.

۳-۲- تأثیر اقلیم و ارتفاعات منطقه در جذب گردشگر

اثرات اقلیم بر روی فعالیت‌های انسان حیاتی است. لذا درک جامعی از اقلیم و اثرات آن ضروری است (رحمانی، ۱۳۷۵: ۵). اقلیم به منزله یک منبع طبیعی گردشگری، نقش بی‌بدیلی در صنعت گردشگری طبیعی یا بوم‌گردی دارد و بدون شک، آب و هوا و شرایط آن بر رضایت از سفر تفریحی تأثیرگذار است. آب و هوا به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تشکیل‌دهنده گردشگر قلمداد می‌گردد، مراکز تفریحی موجود چه در گذشته و چه در حال حاضر موجودیت و ارزش‌های خود را مدیون عوامل متعدد به ویژه آب و هوای مناسب و ملایم می‌دانستند و از سوی دیگر شرایط آب و هوای نامناسب از جنبه‌های مثبت یک منطقه گردشگری می‌کاهد و تأثیرات نامطلوبی را بر گردشگری می‌گذارد (منشی‌زاده، ۱۳۷۶: ۸). دو عنصر عمده آب و هوا که مشخصات ترکیبات سیستم کره زمین را تعیین می‌کنند ترکیبات دما و درجه آب هوا است (Moore، ۲۰۰۱: ۴). در واقع دمای هوا، رطوبت، بارش، ابری بودن، میزان روشنایی روز، دامنه دید، باد، دمای آب، برف و یخ همگی جزو عوامل مهم گردشگری هستند. در تابستان، ترکیب دمای هوا و رطوبت، شرایط نامناسبی برای فعالیت‌ها ایجاد می‌کند. درحالی که در زمستان، باد و دمای هوا می‌تواند باعث سرمازدگی شود که برای کسانی که به فعالیت در فضای باز می‌پردازند، خطرناک است (Higham, J. Hinch، ۲۰۰۲: ۱۷۶).

بنابراین اقلیم به منزله یکی از عناصر ژئوفیزیکی سازنده فضای جغرافیایی می‌باشد که می‌تواند باعث تسهیل و یا برعکس نفی سکونت بشری در مکان‌ها شود (تولایی، ۱۳۸۶: ۲۵). این اقلیم می‌تواند نقش مهمی در توسعه صنعت گردشگری ایفا نماید و غالباً در انتخاب مکان‌های گردشگری نقش مهمی دارد، در واقع منبع مورد نیاز صنعت گردشگری در معرض تغییرات زیاد زمانی روزانه، فصلی و سالانه قرار دارد (تولایی، ۱۳۸۶: ۲۹ برگرفته از Besancenot، ۱۹۹۱: ۵).

بنابراین اقلیم یک معیار مهم در راستای شکل‌گیری مکان‌های گردشگری به حساب می‌آید که تعیین می‌نماید که چگونه یک مکان مورد استفاده قرار می‌گیرد (موسوی، ۱۳۸۸: ۶۰ برگرفته از: تولایی، ۱۳۸۵: ۲۵). از سوی دیگر بارزترین خصیصه جغرافیایی سرزمین ایران چشم‌انداز کوهستانی آن است و اشکال محیط طبیعی آن شامل تیپ‌های کوهستانی، ساحلی، کویری و بیابانی و تنوع اقلیمی مربوط به آن است (رضوانی، ۱۳۸۵: ۲۱۱). عوامل آب و هوای ایران به دو دسته محلی و بیرونی تقسیم می‌شود و فصل ریزش برف و باران در ایران، فصل زمستان است که تحت تأثیر هر دو عامل محلی و بیرونی است. با آمدن دوره سرد در ایران فرود مدیترانه به طرف مشرق منتقل می‌گردد که در دی ماه محور آن بر مرکز دریای مدیترانه واقع می‌شود و تحت این شرایط بادهای غربی تمام ایران را فرا می‌گیرد و هوای ایران را ناپایدار می‌کند (علیجانی، ۱۳۸۵: ۳۱). به‌خصوص شرایط اقلیمی متنوع کشورمان یعنی وجود اقلیم‌های متفاوت، مزیت کم‌نظیر و غیرقابل رقابتی را برای گردشگری در تمام طول سال برای گردشگران به وجود آورده است. در واقع بسیاری از مکان‌های گردشگری رونق خود را مدیون اقلیم بسیار مساعدشان می‌باشند (تولایی، ۱۳۸۶: ۲۶ برگرفته از: Becker، ۲۰۰۰). بدین سان بخش زیادی از گردشگری فعلی براساس استفاده از ویژگی‌های طبیعی و فیزیکی استوار است و همین علت ورود گردشگران به لحاظ جغرافیایی و بنابه شرایط اقلیمی تفاوت دارد (همان منبع: ۲۶) و یک نمونه آن منطقه زیبای سی‌سخت در استان کهگیلویه و بویراحمد است این محدوده، دومین منطقه جنگلی (بعد از شمال ایران) است که دارای آب‌وهوای سرد و کوهستانی و زمستان‌های سرد و توأم با یخبندان همراه با تابستان‌های معتدل و خنک می‌باشد و از مناطق پر بارش کشور بوده که بیشتر بارش آن به صورت برف می‌باشد، وجود ارتفاعات متعدد بلند دنا سبب پیدایش مراتع غنی و سرسبز بیلاقی در منطقه شده و بهترین چراگاه‌های طبیعی شهرستان دنا به شمار می‌آیند. لذا با فراهم کردن امکانات لازم در کنار اقلیم مناسب در منطقه سی‌سخت شاهد گردشگران بیشتری خواهیم بود.

۳-۳- جایگاه تبلیغات و امکانات در گردشگری سی‌سخت به عنوان نگین انگشتی دنا

گردشگری یک صنعت خدماتی است که شامل تعدادی از ترکیبات مادی^۱ و غیرمادی^۲ می‌باشد. عناصر مادی شامل سیستم‌های حمل‌ونقل (هوایی، راه‌آهن، جاده‌ای، آبی و امروز فضایی)، پذیرایی (مسکن، غذا، تورها) و خدمات مربوط به آن نظیر خدمات بانکی، بیمه و خدمات بهداشتی و ایمنی می‌شود. عناصر غیرمادی شامل استراحت، آرامش، فرهنگ، فرار، ماجراجویی و تجربیات جدید و متفاوت می‌باشد (WTO, ۲۰۰۰a) و علاوه بر این موارد، تبلیغات مناسب و با این اعتقاد که تبلیغات هزینه بر نبوده، بلکه نوعی سرمایه‌گذاری بنیادی و اصولی برای پیشبرد اهداف سازمانی و ملی است که در صورت اجرای صحیح و اصولی می‌تواند دست آوردهای ارزشمندی را به همراه داشته باشد، لذا توسعه صنعت جهانگردی و تبلیغات در فرآیندی مشخص، پیوند تنگاتنگی با یکدیگر دارند، زیرا صنعت جهانگردی در فرایند توسعه، بخشی از ساختار تولید اقتصادی است که می‌تواند در کشورها، در گسترش تولید، درآمد و ایجاد اشتغال نقش مهم و اساسی داشته باشد (<http://www.aftab.ir>).

در واقع داشتن امکانات گردشگری مناسب همچون شبکه ارتباطی، مراکز اقامتی، فروشگاه‌ها و غذاسراها، خدمات گردشگری، مؤسسات و آژانس‌های گردشگری و در کنار این امکانات، تلاش‌های تبلیغاتی، به طور یقین در رشد و توسعه صنعت گردشگری و جذب گردشگران این شهرستان مؤثر واقع خواهد شد.

وجود طبیعت زیبا و کوهستانی با انبوهی از درختان، چشمه‌ها، رودخانه‌های پرآب و با مردمی شجاع، خون گرم، مهمان‌نواز و از نژاد آریایی در زاگرس میانی (استان کهگیلویه و بویراحمد) و با آداب و رسوم عشایری، هر ساله پذیرای هزاران گردشگر و علاقمند به این طبیعت کم نظیر کشورمان می‌باشند. برای بسیاری از مشتاقان طبیعت باعث شگفتی است که هنوز برخی جاهای آن بکر و دست نخورده مانده و برخی دیگر مورد توجه دوستداران طبیعت قرار گرفته، به همین دلیل این سرزمین، عروس سبز و بهشت اکوتوریسم زاگرس

1- Tangible

2- Intangible

نام گرفته است (زنگی‌آبادی، ۱۳۸۵). این منطقه از جنوب و غرب با شهرستان بویراحمد و از شمال و شرق با استان چهارمحال و بختیاری و اصفهان هم مرز است. مختصات جغرافیایی آن ۵۱ درجه و ۲۵ دقیقه طول شرقی و ۳۰ درجه و ۴۸ دقیقه عرض شمالی می‌باشد (زنده‌دل و دستیاران، ۱۳۸۶: ۲۴۱).

یکی از بهترین نمونه‌های این طبیعت زیبا، منطقه سی‌سخت در فاصله ۳۵ کیلومتری شهر یاسوج است که از نظر آب‌هوایی دارای بهار و تابستان خنک و معتدل و زمستان سرد همراه با برف و باران و یخبندان می‌باشد. قرار گرفتن این منطقه در دل منطقه حفاظت شده جنگلی دنا در طول سال پذیرای ده‌ها هزار نفر عاشق طبیعت و جهانگرد از سراسر ایران می‌باشد و از طرفی پیرامون این منطقه علاوه بر جریان رودخانه‌ها و چشمه‌ها، زیبایی‌های طبیعی، دشت‌های مملو از گل‌های رنگارنگ مناظر بدیعی پدید آورده است و گیاهان غالب مرتعی این منطقه شامل شیرین بیان، درمنه، گون، خارشتر و... است. درختان این منطقه نیز شامل؛ انگور، گردو، سیب، هلو و بادام... می‌شود. از جانوران این منطقه می‌توان کل و بز، خرس قهوه‌ای، سمور، گرگ، روباه، شغال، کفتار، خرگوش، گراز و... را نام برد. پرندگان آن نیز شامل کبک، تیهو، کبوتر، سار، گنجشک، کلاغ، دارکوب و... از پرندگان شکاری می‌توان از شاهین، عقاب و لاشخور نام برد.

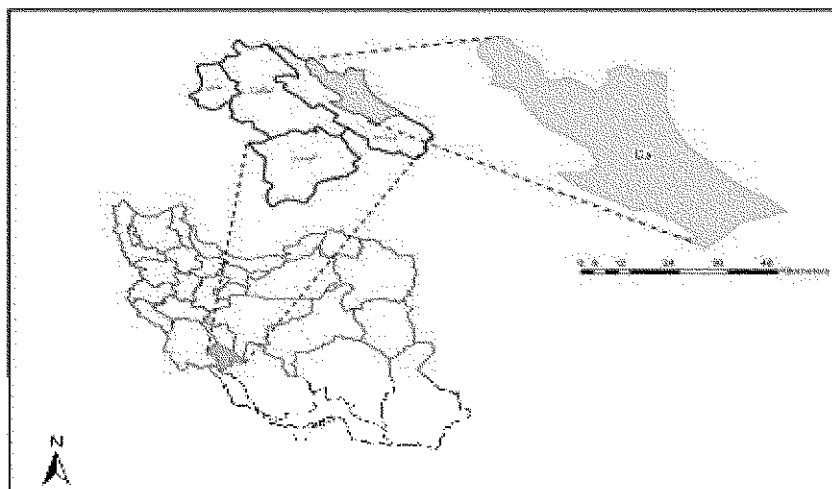
مناظر دیدنی و جاذبه‌های طبیعی منطقه سی‌سخت عبارت‌اند از:

- ۱- رشته کوه دنا با ۴۷ قله با ارتفاع بیش از ۴۰۰۰ متر از سطح دریا، ۱۸۳ چشمه پرآب، آبشارهای زیبا، غارهای شگفت‌انگیز و صدها تنگه و رودخانه پرآب از قبیل بشار، ماربر و خرسان و...؛
- ۲- منطقه زیبای کوه گل در ۸ کیلومتری شرق سی‌سخت؛
- ۳- چشمه زیبای بشو (میشی) در ۵ کیلومتری شمال شرقی سی‌سخت؛
- ۴- غارهای سرشار از زیبایی دنا از جمله غار نول و غار یخی و...؛
- ۵- آبشارهای بسیار زیبای دنا از جمله آبشار نمک در حدود ۸/۵ کیلومتری شرق سی‌سخت، آبشار کوه گل، آبشار توف شاه، آبشار دره‌ناری و...؛

- ۶- منطقه زیبای بن رود در ۸ کیلومتری شمال غربی سی سخت؛
- ۷- منطقه زیبای دشتک در ۸ کیلومتری غرب سی سخت؛
- ۸- دره زیبای چشمه خرده و شرانی در ۵۰۰ متری جنوب سی سخت؛
- ۹- منطقه زیبای کپیری در ۳ کیلومتری شمال غرب سی سخت؛
- ۱۰- منطقه زیبای زنگویی واقع در ۲ کیلومتری غرب سی سخت؛
- ۱۱- باغستان‌های سرسبز سیب و انگور چون کمربندی سبز شهر سی سخت را احاطه نموده است، و محصولات و تولیدات عمده کشاورزی سی سخت نیز عبارت اند از: انگور، سیب، گردو، هلو و بادام و...؛
- ۱۲- تفرجگاه‌های روستایی بیاره، تل سیاه، کوخدان، دهنو و سرمور و کریک (<http://www.sisakhtcity.ir>)

این منطقه با این همه زیبایی، متأسفانه به علت عدم نظارت کافی، اغلب خصوصیات ذکر شده آن در حال زوال و نابودی است که نیاز به تغییر نگاه انسان به طبیعت است، در حالی که توسعه اکوتوریسم بیشتر نیاز به آموزش و زیرساخت فرهنگی دارد تا سرمایه‌گذاری‌های میلیاردی، چرا که طبیعت‌گردی نیاز به هتل چند ستاره و گرفتن خدمات پرهزینه ندارد، بلکه بعضی از گردشگران ترجیح می‌دهند به جای گذراندن وقت در فروشگاه‌ها، رستوران‌ها و هتل‌های بزرگ، شب را با شمارش ستاره‌ها به صبح برسانند (روزنامه اعتماد، ۱۳۸۶: ۸).

جمعیت استان کهگیلویه و بویراحمد و شهرستان دنا به ترتیب، در سال ۱۳۸۵، ۶۲۱۴۲۸ و ۵۲۲۴۲ نفر می‌باشد (<http://www.sci.org.ir>).



نقشه (۱) موقعیت فضایی استقرار منطقه سی‌سخت در استان گیلویه و بویراحمد و ایران؛
مأخذ: استانداری گیلویه و بویراحمد؛ ترسیم: نگارندگان

۴- اهداف پژوهش

اهداف این پژوهش عبارت‌اند از:

- بررسی و شناخت جاذبه‌ها منطقه؛
- شناخت ویژگی‌های گردشگران ورودی به منطقه؛
- بررسی رضایت گردشگران از امکانات و تجهیزات منطقه؛
- ارائه پیشنهادها و راهکارهایی برای استفاده بهینه و مطلوب از قابلیت‌های موجود در منطقه؛

۵- فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های این پژوهش عبارت‌اند از:

- بین جاذبه‌های منطقه و جذب گردشگران رابطه معناداری وجود دارد؛

- به نظر می‌رسد بین امکانات منطقه و رضایت گردشگران اختلاف معناداری وجود دارد؛
- به نظر می‌رسد بین تبلیغات و تعداد گردشگران ورودی رابطه معناداری وجود دارد.

۶- مواد و روش‌ها

در این پژوهش با توجه به اهداف آن از روش تحلیلی، توصیفی و پیمایشی استفاده شده است. براساس آمار سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان دنا در سال ۱۳۸۶ بیش از ۶۰ هزار نفر از مناطق طبیعی این شهرستان دیدن کردند. با توجه به حجم جامعه و واریانس محاسبه شده برخی از متغیرها در مرحله پیش آزمون، از فرمول کوکران برای برآورد حجم نمونه استفاده شد. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه تحقیق، مناسب‌ترین روش استفاده از طیف ۵ درجه‌ای لیکرت، روش آلفای کرباخ است که در این پژوهش از آن استفاده شده است.

با توجه به حجم جامعه آماری، با جایگزینی مقادیر فوق در فرمول، برآورد حجم نمونه، اندازه نمونه به قرار زیر محاسبه شده که نتایج آن در جدول شماره ۲ آورده شده است.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

جدول (۱) آلفای محاسبه شده

جاذبه‌های سی‌سخت و جذب گردشگر	امکانات سی‌سخت و رضایت گردشگر	تبلیغات و تعداد گردشگر
۰/۷۵۲۳	۰/۷۳۳۴	۰/۷۶۹۲

طبق قاعده تجربی، آلفا دست کم باید ۰/۷ باشد تا بتوان مقیاس را دارای پایایی به شمار آورد (داوس، ۱۳۸۱: ۲۵۳). در این تحقیق آلفای محاسبه شده اعداد مطلوبی هستند و نشان می‌دهد که گویه‌ها از همسازی و پایداری درونی بسیار بالای برخوردارند.

روش تحلیل داده‌ها

تحلیل داده‌های این مطالعه در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی صورت گرفته است. در سطح آمار توصیفی با استفاده از شاخص‌های آماری نظیر فراوانی، درصد، میانگین، در سطح آمار استنباطی از آزمون χ^2 (کی دو یا کای اسکور) تک‌متغیره، و ضریب همبستگی (پیرسون) استفاده گردید. ابزار تحلیل، نرم‌افزار SPSS است که با استفاده از جداول و آزمون‌های آماری موجود اطلاعات خام پردازش گردید.

۷- یافته‌های پژوهش

۷-۱- بررسی داده‌ها

در مطالعه حاضر از کل نمونه آماری که بالغ بر ۳۸۱ نفر بودند، ۶۷/۲ درصد مرد و ۲۹ درصد زن هستند، ۱۸/۷ درصد زیر ۲۰ سال، ۳۲/۱ درصد بین ۲۰ تا ۲۹ سال، ۲۴/۹ درصد بین ۳۰ تا ۳۹ سال، ۱۳/۱ درصد بین ۴۰ تا ۴۹ سال و ۱۱ درصد بالاتر از ۵۰ سال است، میزان تحصیلات این افراد، ۱۴/۱ درصد زیر دیپلم، ۱۵/۹ درصد دیپلم، ۱۷/۲ درصد فوق دیپلم، ۳۶/۹ درصد لیسانس و ۱۵/۹ درصد فوق لیسانس و به بالا می‌باشد.

از این تعداد پاسخگویان ۳۰ درصد شغلشان دولتی، ۲۱/۵ درصد آزاد، ۲۳/۸ درصد کارمند، ۷/۴ درصد گارگر، ۶/۴ درصد آنها سایرین هستند، میزان درآمد این افراد، ۳/۶ درصد زیر ۱۰۰ هزار تومان، ۱۸/۵ درصد بین ۱۰۰ هزار تا ۱۹۹۹۹۹ تومان، ۱۱/۵ درصد بین ۲۰۰ هزار تا ۲۹۹۹۹۹ تومان، ۲۱ درصد بین ۳۰۰ هزار تا ۳۹۹۹۹۹ تومان و ۳۴/۱ درصد ۴۰۰ هزار تومان به بالا هستند، از این تعداد گردشگر ۵۱/۵ درصد برای اولین بار، ۱۳/۳ درصد برای دومین بار، ۱۵/۸ درصد سومین بار، ۵/۹ درصد برای چهارمین بار و ۹/۷ درصد نیز برای پنجمین بار و بیشتر از این منطقه دیدن کردند و انگیزه این افراد از سفر به منطقه سی‌سخت، ۷۲/۶ درصد تفریح، ۵/۶ درصد دیدار اقوام و خویشان، ۴/۹ درصد علمی، ۹/۷ درصد اقتصادی و ۵/۹ درصد فرهنگی بوده است و ۹۷/۹ درصد دیدار از منطقه را به دیگران توصیه خواهند کرد و ۱/۵ درصد به دیگران سفارش نخواهند کرد، ۹۶/۲ درصد حضورشان

در منطقه تکرار خواهد شد، $2/1$ درصد حضورشان تکرار نخواهد شد و $97/4$ درصد از منطقه رضایت داشتند و $2/3$ درصد رضایت نداشتند.

۷-۲- تحلیل اطلاعات و آزمون فرضیه‌ها

در این بخش پس از شناسایی متغیرهای اصلی تحقیق به تجزیه و تحلیل آنها پرداخته می‌شود تا نشان داده شود که کدام یک از متغیرهای مستقل با متغیر وابسته رابطه معناداری دارند.

۷-۲-۱- تأثیر جاذبه‌های منطقه سی‌سخت بر جذب گردشگران

متغیر مستقل در این فرضیه جاذبه‌های سی‌سخت استان کهگیلویه و بویراحمد می‌باشد که شاخص‌های آن عبارت‌اند از آب هوای منطقه، نحوه برخورد مردم، وضعیت جاده از شهر یاسوج تا شهر سی‌سخت، چشمه‌سارهای منطقه، چشم‌انداز منطقه و وجود امنیت در منطقه و متغیر وابسته جذب گردشگر می‌باشد. این فرضیه مورد سنجش قرار گرفت و نتایج آن در جدول شماره ۲ نشان داده شده است:

جدول (۲) آزمون شاخص‌های جاذبه‌های منطقه سی‌سخت استان کهگیلویه و بویراحمد در جذب

گردشگران

شاخص	فراوانی	فراوانی داده‌های مشاهده شده The observed N					میانگین واریانس	درجه آزادی Df	Chi-square	درجه معناداری Asymp.sig
		خیلی خوب	خوب	متوسط	ضعیف	بسیار ضعیف				
آب هوای منطقه	۲۱۵	۷۸	۶۳	۲۶	۸		۴/۱۹	۴	۳۴۱	۰/۰۰۰
نحوه برخورد مردم	۱۸۳	۹۶	۷۱	۲۶	۷		۴/۱۰	۴	۲۴۹/۷۴	۰/۰۰۰
جاده از شهر یاسوج تا شهر سی‌سخت	۱۷۰	۱۲۶	۷۶	۱۲	۶		۴/۱۲	۴	۲۶۰/۴۱	۰/۰۰۰
چشم‌انداز منطقه	۱۹۶	۱۰۱	۸۶	۷	-		۴/۲۴	۳	۱۸۴/۹۹	۰/۰۰۰
چشمه سارهای منطقه	۲۲۷	۱۰۲	۶۱	-	-		۴/۲۲	۲	۱۱۵/۳۳	۰/۰۰۰
امنیت	۲۰۷	۱۰۷	۵۳	۱۰	۱۳		۴/۲۴	۴	۳۴۵/۵۹	۰/۰۰۰

مآخذ: پرسشنامه‌های آماری نگارندگان

طبق اطلاعات جداول فوق، تمامی شاخص‌های مربوط به جاذبه‌های سی‌سخت معنی‌دار بوده است و لذا بر متغیر جذب گردشگر تأثیر داشته است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که آب و هوای منطقه سی‌سخت (با متوسط ۴/۱۹)، نحوه برخورد مردم منطقه (با متوسط ۴/۱۰)، وضعیت جاده از شهر یاسوج تا سی‌سخت (با متوسط ۴/۱۲)، چشمه‌سارهای منطقه (با متوسط ۴/۲۴)، چشم‌انداز منطقه سی‌سخت (با متوسط ۴/۲۲) و وجود امنیت در منطقه سی‌سخت (با متوسط ۴/۲۴) بر جذب گردشگران تأثیر می‌گذارد.

علاوه بر سطح تفکیک شاخص‌ها و معنی‌دار بودن آنها، در سطح دیگری نیز شاخص‌های فوق در درون بُعد قرار داده و از طریق بُعد جاذبه‌های منطقه سی‌سخت ایجاد می‌شود. سپس از آزمون X^2 تک‌متغیر جهت تأیید یا رد فرضیه استفاده شد و نتایج آن را در زیر می‌بینیم.

جدول (۳) آزمون فرضیه اول

متغیر	کای اسکوار Chi-square(x^2)	درجه آزادی df	سطح معنی‌داری Asymp.sig
جاذبه‌های منطقه طبیعی سی‌سخت	۱۵۱۰/۰۱	۳/۵	۰/۰۰۰

همان گونه که در این جدول آمده داده شده، مقدار (x^2) برابر با ۱۵۱۰/۰۱، درجه آزادی برابر با ۳/۵ و سطح معناداری برابر ۰/۰۰۰ می‌باشد. بنابراین با توجه به مقدار (x^2) و سطح معناداری آن می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه: «بین جاذبه‌های منطقه سی‌سخت و جذب گردشگران رابطه معناداری وجود دارد» تأیید می‌گردد.

۷-۲-۲- اختلاف امکانات منطقه سی‌سخت و رضایت گردشگران به منطقه

بین امکانات منطقه و رضایت گردشگران ورودی اختلاف معناداری وجود دارد. در این فرضیه، متغیر مستقل، امکانات منطقه می‌باشد، که شاخص‌های آن عبارتند از وضعیت جاده منطقه، تأسیسات اقامتی، سرویس بهداشتی، پارکینگ، تابلوی راهنمای گردشگری، آژانس گردشگری، خدمات گردشگری، سرویس حمل و نقل و راهنمای گردشگری، و متغیر وابسته

رضایت گردشگران می‌باشد. این فرضیه در این پژوهش مورد سنجش قرار گرفته که نتایج آن نشان داده شده است.

جدول (۴) آزمون χ^2 پیرسون برای بررسی تک‌تک امکانات منطقه سی‌سخت و رضایت گردشگران ورودی

شاخص	فراوانی داده‌های مشاهده شده The observed N							
	خیلی خوب	خوب	متوسط	ضعیف	بسیار ضعیف	میانگین	واریانس	میزان همبستگی
جاده	۸	۱۳	۸۲	۱۴۷	۱۳۰	۴/۰۲	۱۸۹	۰/۸۴
تأسیسات اقامتی	۱۴	۲۰	۹۸	۱۴۰	۱۰۸	۳/۸۰	۱/۰۴۶	۰/۷۳
سرویس بهداشتی	۲۳	۱۶	۱۳۶	۱۱۳	۹۲	۳/۶۰	۱/۱۵۰	۰/۶۶
پارکینگ	۱۳	۱۰	۸۳	۱۲۴	۱۵۰	۴/۲۵	۶/۱۷	۰/۸۱
تابلوی راهنمای گردشگری	۱۷	۳۴	۱۱۴	۱۱۷	۹۸	۳/۶۲	۱/۱۷۵	۰/۶۵
آژانس گردشگری	۶	۱۶	۸۰	۸۶	۱۶۲	۴/۰۵	۹/۴۷	۰/۷۷
خدمات گردشگری	۸	۴۴	۱۱۴	۱۰۸	۹۹	۳/۶۴	۱/۱۰۴	۰/۶۹
سرویس حمل و نقل	۲۳	۱۷	۷۴	۱۱۳	۱۵۳	۳/۵۵	۵/۵۸	۰/۷۵
راهنمای گردشگری	۴۴	۲۳	۸۱	۹۹	۱۳۳	۳/۸۸	۱/۱۲۴	۰/۷۴

براساس جدول شماره ۴، تمامی شاخص‌های مربوط به اختلاف امکانات منطقه سی‌سخت و رضایت گردشگران ورودی به این منطقه می‌باشد، چون سطح معناداری محاسبه شده تک‌تک امکانات ذکر شده از سطح معناداری مورد نظر $\alpha=0/05$ بیشتر می‌باشد، لذا این فرضیه تأیید می‌شود.

بر طبق اطلاعات جداول شماره ۵، چون سطوح سنجش متغیرهای مستقل و وابسته به ترتیب (فاصله‌ای - فاصله‌ای) بوده است؛ لذا از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. چون سطح معناداری محاسبه شده $\text{Sig}=0/08$ از سطح معناداری مورد نظر $\alpha=0/05$ بیشتر می‌باشد، لذا این فرضیه تأیید می‌شود. به عبارتی با توجه به یافته‌های به دست آمده، وضعیت امکانات موجود تأثیری در رضایت گردشگران نداشته است یا به عبارت دیگر بین این دو متغیر رابطه خطی معناداری وجود ندارد از این رو استنباط می‌شود که

گردشگران فارغ از اینکه مکان گردشگری مورد نظر از چه امکاناتی برخوردار است؛ صرفاً به دلیل، جذابیت و زیبایی منطقه مورد نظر، اقدام به سفر کرده‌اند. در جدول ۵ نتایج مربوط به آزمون پیرسون آمده است.

جدول (۵) آزمون ۲ پیرسون برای بررسی رابطه امکانات منطقه سی سخت و رضایت گردشگران

سطح معناداری	میزان همبستگی	تعداد	نوع آزمون
۰/۰۸	۰/۰۶۸	۳۹۰	۲ پیرسون

۷-۲-۳- رابطه تبلیغات و تعداد گردشگران ورودی به منطقه

بین تبلیغات و تعداد گردشگران ورودی رابطه معناداری وجود دارد، در این فرضیه، متغیر مستقل، تبلیغات می‌باشد، که شاخص‌های آن عبارتند از تلویزیون، بروشور، عکس، سایت اینترنتی، نقشه، تبلیغات دهان به دهان، مجله، روزنامه، و متغیر وابسته تعداد گردشگران ورودی می‌باشد. این فرضیه در این پژوهش مورد سنجش قرار گرفته که نتایج آن در جدول شماره ۶ نشان داده شده است.

جدول (۶) آزمون ۲ پیرسون تمامی مؤلفه‌های مؤثر در زمینه تبلیغات در جذب تعداد گردشگران

شاخص	فراوانی	فراوانی داده‌های مشاهده شده The observed N						
		خیلی خوب	خوب	متوسط	ضعیف	بسیار ضعیف	میانگین	واریانس
تلویزیون	۲۰۷	۸۲	۶۶	۱۹	۶	۴/۲۴	۱	۰/۷۰
رادیو	۱۰۰	۱۲۰	۶۰	۱۶	۴	۴/۱۹	۸۳۵	۰/۷۱
بروشور	۱۸۷	۱۰۲	۷۱	۱۱	۹	۴/۱۹	۹۷۱	۰/۷۸
عکس	۲۱۶	۷۶	۷۴	۱۰	۴	۴/۳۰	۸۷۱	۰/۷۶
سایت اینترنتی	۱۴۴	۱۰۸	۱۱۱	۹	۸	۴	۹۵۸	۰/۷۲
نقشه	۲۲۹	۱۲۱	۲۳	۶	۴	۴/۴۸	۵۸۴	۰/۷۰
تبلیغات دهان به دهان	۱۲۶	۱۴۱	۱۰۱	۱۰	۱	۴/۲۲	۹۴۱	۰/۸۳
مجله	۱۱۳	۱۶۱	۹۸	۶	۲	۴/۱۱	۸۸۳	۰/۷۹
روزنامه	۱۲۲	۱۸۴	۶۸	۴	۲	۴/۱۵	۹۶۶	۰/۷۰

بر مبنای جدول شماره ۶، تمامی شاخص‌های مربوط به رابطه بین تبلیغات و تعداد گردشگران ورودی به این منطقه می‌باشد، چون سطح معناداری محاسبه شده تمامی مؤلفه‌های ذکر شده از سطح معناداری مورد نظر $\alpha=0/05$ کمتر می‌باشد، لذا این فرضیه تأیید می‌شود.

براساس جدول شماره ۷، با توجه به اینکه سطوح سنجش متغیرهای مطرح شده در فرضیه بالا (فاصله‌ای - فاصله‌ای) بوده‌اند، لذا از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. چون سطح معناداری محاسبه شده ($\text{Sig}=0/000$) از سطح معناداری مورد نظر ($\alpha=0/05$) کمتر می‌باشد، لذا این فرضیه تأیید می‌شود. به عبارتی بین دو متغیر تبلیغات و تعداد گردشگران رابطه خطی معنادار حاصل آمده است. ضمناً نوع رابطه، مستقیم می‌باشد، یعنی هرچه تبلیغات بیشتری صورت بگیرد، به همان اندازه تعداد گردشگران افزایش می‌یابد و برعکس. همچنین میزان رابطه بین این دو $0/72$ می‌باشد که بیانگر همبستگی مستقیم و به بالا است.

جدول (۷) آزمون r پیرسون برای بررسی رابطه تبلیغات و تعداد گردشگران

سطح معناداری	میزان همبستگی	تعداد	نوع آزمون
$0/000$	$0/72$	۳۹۰	r پیرسون

۸- تحلیل گردشگری با استفاده از مدل^۱ SWOT

متعاقب تحلیل‌های صورت گرفته با استفاده از روش آلفای کرنباخ و با توجه به شرایط جغرافیایی منطقه سسی‌سخت و شرایط اقلیمی استان کهگیلویه و بویراحمد و به منظور جمع‌بندی از تمامی مطالعات صورت گرفته و طولانی نشدن بحث به ارائه این مدل پرداخته

۱- نام روش SWOT از نخستین حروف واژه‌های زیر گرفته شده است:

- Strengths
- Weaknesses
- Opportunities
- Threats

شد. مدل SWOT یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سیستمی و فرصت‌ها و تهدیدات برون سیستمی است، این مدل تحلیل سیستماتیکی را برای شناسایی این عوامل و انتخاب استراتژی که بهترین تطابق بین آنها را ایجاد می‌نماید، ارائه می‌دهد. رایج‌ترین کاربرد آن فراهم کردن یک چهارچوب منطقی برای هدایت نظام‌مند بحث‌های سیستم، راهبردهای مختلف و در نهایت انتخاب راهبرد است (حکمت‌نیا و موسوی، ۱۳۸۵: ۲۳۹). در واقع مدل SWOT «نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها» بهترین راهبرد برای فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک است (محمدی ده‌چشمه و زنگی‌آبادی، ۱۳۸۷: ۲).

روش SWOT (نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات) نتیجه مستقیم مدل دانشکده بازرگانی دانشگاه هاروارد می‌باشد. به طور ساده به عنوان ابزار بررسی قوت‌ها و ضعف‌های درون سازمانی (درون ناحیه‌ای) است. در مفهوم کلی ابزاری برای بهره‌برداری در مراحل مقدماتی تصمیم‌گیری و به عنوان یک پیش درآمد در امر برنامه‌ریزی استراتژیک در نوع کاربردی آن است و در حقیقت ابزاری است که عموماً برای کنار هم قرار دادن یافته‌های تحلیل قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها، و تهدیدهاست که مستلزم شناسایی نقاط قوت و ضعف ناحیه در ارتباط با بازار، فرصت‌ها و تهدیدهایی می‌باشد که براساس روندهای پیش‌بینی شده محیطی ارایه شده است (مهدوی، ۱۳۸۳: ۱۱۸). در واقع ما با استفاده از این مدل به دنبال تحلیل درستی از توانایی‌ها و ضعف‌ها گردشگری منطقه سی‌سخت در استان کهگیلویه و بویراحمد با توجه به ابعاد ملی و فراملی هستیم.

جدول (۸) تحلیل ارزیابی شاخص‌های گردشگری منطقه طبیعی سی سخت بر پایه مدل (SWOT)

موضوعات		تحلیل	
ساختمان و نظام فضایی گردشگری سی سخت		سی سخت	
- طبیعت زیبای منطقه و اطراف آن - اقلیم مناسب منطقه جهت ریزش‌های جوی - ارتفاع بالای منطقه از سطح دریا - وجود جاده مناسب از یاسوج تا شهر سی سخت - امنیت منطقه - معتدل بودن هوای منطقه در فصل دیدار از آن (بهار و تابستان)	نقاط قوت (S)	عوامل داخلی	ساختمان و نظام فضایی گردشگری سی سخت
- توان بالای نیروی جوان در منطقه جهت استفاده از آنها - پتانسیل بالای طبیعت‌گردی استان کهگیلویه و بویراحمد در جذب گردشگری - نزدیکی منطقه به شهر یاسوج، جهت استفاده از امکانات آن - زیاد بودن مقدار آب منطقه	فرصت‌ها (O)	عوامل خارجی	تهدیدها
- نحوه برخورد مردم منطقه و حمایت آنها - آشنایی یا شناخت نام و آوازه استان کهگیلویه و بویراحمد - استفاده از آب سی سخت جهت درخت کاری،	تهدیدها	عوامل داخلی	تهدیدها
- عدم ریزش‌های جوی نامناسب در طول سال - بی‌توجهی دولت به توان منطقه - عدم آموزش کافی به مردم منطقه و گردشگران جهت حفظ این میراث ملی - عدم تبلیغات لازم جهت معرفی توان‌ها طبیعت گردی استان - کهگیلویه و بویراحمد به	نقاط ضعف (W)	عوامل داخلی	تهدیدها
- تخریب محیط پیرامون منطقه - عدم استفاده مطلوب از آب منطقه - عدم وجود پارکینگ کافی - نگاه صرفاً زیست محیطی به منطقه و محیط اطراف آن - عدم جاده مناسب از شهر سی سخت تا مناظر طبیعی - نبود استراحتگاه جهت اقامتگاه	نقاط ضعف (W)	عوامل داخلی	تهدیدها
- گردشگران - عدم سرویس بهداشتی کافی - جا گذاشتن زباله‌ها در پیرامون مناطق طبیعی سی سخت	نقاط ضعف (W)	عوامل داخلی	تهدیدها
خصوص منطقه زیبای سی سخت - عدم حفاظت از محیط زیست منطقه	تهدیدها	تهدیدها	تهدیدها

جدول (۹) نظام تحلیل راهبردها و استراتژی گردشگری منطقه طبیعی سی سخت بر پایه مدل (swot)

موضوعات تحلیل	ساختار و نظام فضایی گردشگری سی سخت	ساختار و نظام فضایی گردشگری سی سخت
استراتژی نقاط قوت (SO)	<ul style="list-style-type: none"> - حفظ طبیعت زیبای سی سخت و پیرامون آن با برنامه ریزی و دقت بالا - بهسازی جاده یاسوج تا شهر سی سخت - بالا بردن امنیت منطقه با تشکیل پلیس گردشگری به عنوان پایه و اساس توسعه - استفاده از پتانسیل منطقه جهت فقرزدایی و رفع بیکاری در منطقه - ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در منطقه، اول با توجه به طبیعت منطقه دوم با نظارت کامل دولت 	<ul style="list-style-type: none"> - استفاده از نیروی جوان منطقه با سرمایه‌گذاری توسط دولت یا بخش خصوصی با توجه به توان‌های منطقه - حفظ و نگهداری و ایجاد مناطق گردشگری و طبیعت‌گردی استان کهگیلویه و بویراحمد - استفاده و کمک گرفتن از مردم روستاهای منطقه - تبلیغات و رساندن خصوصیات بی‌بدیل منطقه به گوش مردم ایران - مهار آب منطقه و استفاده مطلوب از آن با توجه به توان‌های منطقه
استراتژی به حداقل رساندن نقاط ضعف (ST)	<ul style="list-style-type: none"> - ارائه راهکارهای مناسب جهت عدم تخریب منطقه زیبای سی سخت - ایجاد سد بر روی آب منطقه سی سخت، اول جهت ایجاد اشتغال برای مردم منطقه، دوم ایجاد فضای سبز پیرامون این منطقه - ایجاد پارکینگ جدید در منطقه - اصلاح جاده از شهر سی سخت تا منطقه طبیعی - ایجاد اقامتگاه جهت استفاده گردشگران - ایجاد سرویس بهداشتی در مکان‌های مناسب با توجه به منطقه مورد مطالعه - ایجاد فرهنگ‌سازی توسط سازمان‌های مربوطه جهت حفظ محیط طبیعی - توجه دولت به انتقال گردشگران با ایجاد سرویس‌هایی از شهر سی سخت به طرف منطقه طبیعی بخصوص در روزهای شلوغ 	<ul style="list-style-type: none"> - نگاه دولت به منطقه و پیرامون آن به لحاظ توانایی گردشگری در ایجاد درآمد و اشتغال‌زایی - آموزش دادن به مردم منطقه و رفع کمبودهای آنها جهت استفاده کمتر از محیط جنگلی منطقه - توجه دولت به سی سخت و مردم منطقه جهت حفاظت از این منطقه - توجه به ظرفیت تحمل منطقه سی سخت در جذب گردشگران جهت تخریب کمتر - متنوع کردن جاذبه‌های منطقه جهت جذب گردشگران بیشتر

۹- نتیجه‌گیری

طبیعت‌گردی، به عنوان شاخه‌ای از صنعت گردشگری، نقش مهمی در جذب گردشگران دارد، وجود مراکز تفریحی به عنوان یک نیاز حیاتی، بخصوص آنکه زندگی شهر و مشکلات روانی ناشی از آن، این ضرورت را دو چندان کرده است. بنابراین این شاخه از گردشگری قبل از سرمایه‌گذاری‌های میلیاردی نیاز به آموزش و ترویج مسایل فرهنگی در جامعه دارد، تا گردشگران آن را به عنوان یک میراث نگاه کنند، لذا کشور ایران با داشتن توان‌های بسیار بالا در زمینه طبیعت‌گردی، می‌تواند پذیرای گردشگران بسیاری باشد، یکی از این مناظر زیبای ایران، وجود منطقه زیبای سی‌سخت در استان کهگیلویه و بویراحمد می‌باشد که در مدت زمانی که بیشترین جذب گردشگر را (در فصل تابستان) دارد، شاهد تعداد زیادی از دوست‌داران طبیعت می‌باشد که به سوی این منطقه زیبا مسافرت می‌کنند، ولی به علت نگاه صرفاً زیست‌محیطی به منطقه و بی‌توجهی به آن منطقه و عدم برنامه‌ریزی برای ده‌ها هزار گردشگری که سالیانه به این منطقه وارد می‌شوند باعث شده که روزه‌روز این محیط و پیرامون آن و منطقه مورد نظر رو به نابودی و زوال برود. براساس این پژوهش جاذبه‌های این منطقه شامل: آب هوای منطقه، نحوه برخورد مردم، جاده از شهر یاسوج تا شهر سی‌سخت، چشم‌اندازهای منطقه، چشمه‌سارهای منطقه و امنیت منطقه می‌باشد و دافعه‌های این منطقه شامل، پارکینگ منطقه، سرویس بهداشتی، جاده از شهر سی‌سخت به سوی منطقه، وضعیت رفاهی و اقامتی منطقه، حفاظت از محیط زیست، استفاده مطلوب از آب منطقه، توجه دولت به منطقه و برخورد گردشگران می‌باشد که قبلاً ذکر شد. در یک بیان کلی می‌توان گفت:

- بین جاذبه‌های منطقه و جذب گردشگران رابطه معناداری وجود دارد؛
- بین تبلیغات و تعداد گردشگران ورودی رابطه معناداری وجود دارد؛
- بین امکانات منطقه سی‌سخت و تعداد گردشگران ورودی اختلاف معناداری وجود دارد، یعنی وضعیت کمی و کیفی امکانات موجود در محل، تأثیری در افزایش گردشگران نداشته است.

بنابر این با توجه به نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای ذکر شده در مدل SWOT می‌توان نتیجه گرفت که در این زمینه دولت یا بخش خصوصی با مطالعه کامل و جامع منطقه با توجه به توان‌های منطقه و با لحاظ کردن اصول زیربنایی توسعه پایدار در جهت رفع کمبودهای منطقه اقدام کند تا در مرحله اول شاهد رفع مسایل این منطقه و در مرحله دوم شاهد حفظ این میراث ملی برای نسل‌های بعدی باشیم.

۱۰- پیشنهادها و راهکارها

با توجه به شرایط مناسب منطقه مورد نظر و توان بالای آن برای جذب گردشگر، پیشنهادهایی برای بهتر شدن وضعیت منطقه ارائه می‌گردد که در واقع نیاز به حمایت بی‌دریغ دولت در این زمینه دارد. این پیشنهادات شامل موارد زیر است:

- ۱- تهیه طرح جامع گردشگری شهرستان دنا با توجه به پتانسیل‌ها و توانمندی‌های بالقوه و بالفعل مناطق مختلف شهرستان؛
- ۲- پژوهش و توسعه: جمع‌آوری اطلاعات مربوط به نظرات گردشگرانی که به این استان مسافرت کرده‌اند، استخراج نتایج مربوط و ارائه آن به مراکز متولی امر گردشگری؛
- ۳- ادامه تحقیقات علمی و کاربردی در خصوص بوم‌گردی پایدار؛
- ۴- از آنجایی که فقر اولین عامل تخریب محیط زیست در کشورهای در حال توسعه است، بنابراین توسعه و رشد در این کشورها در درجه اول باید با هدف محو و نابودی فقر صورت گیرد (Okita, ۱۹۹۰: ۸۸) لذا اولین اقدام جهت حفظ این منطقه زیبا و پیرامون آن، رفع فقر و تأمین حداقل نیازهای زندگی برای مردم منطقه سی‌سخت می‌باشد؛
- ۵- موفق‌ترین روش‌ها در بحث حفاظت از محیط زیست روش‌هایی هستند که مردم نقش پررنگی در حفاظت از محیط زیست خود دارند (رجب‌زاده، ۱۳۸۵: ۲۰). بنابراین مشارکت دادن مردم منطقه سی‌سخت در طرح و برنامه‌های زیست محیطی منطقه خود می‌تواند باعث حفظ این میراث گرانبها برای نسل آتی باشد؛

- ۶- ایجاد تانکرهای ثابت سوخت، به خصوص نفت و گاز در روستاهای اطراف این منطقه جهت تخریب کمتر جنگل و درختان منطقه؛
- ۷- ایجاد سد بر روی آب منطقه سی‌سخت، اول جهت ایجاد درخت و احیای جنگل‌های پیرامون آن، دوم جهت افزایش تعداد طرح‌های پرورش ماهی سرد آبی در منطقه، سوم ایجاد آب معدنی جدید در منطقه، به منظور ایجاد اشتغال در منطقه سی‌سخت؛
- ۸- توسعه و بهسازی شبکه ارتباطی استان بویژه منطقه مورد مطالعه، جهت رفت و آمد آسان گردشگران به این منطقه زیبا؛
- ۹- احداث پارکینگ در این منطقه زیبا، جهت پارک کردن وسایل نقلیه گردشگران ورودی؛
- ۱۰- احداث اقامتگاه‌هایی در منطقه سی‌سخت جهت استراحت گردشگرانی که دوست دارند در آن منطقه بیلای بمانند؛
- ۱۱- آموزش دادن مردم توسط رسانه‌های جمعی، برای حفظ مناطق طبیعی با نگاه دوست داشتن طبیعت، جهت ممانعت از تخریب محیط زیست؛
- ۱۲- ایجاد سرویس‌های حمل و نقل از شهر سی‌سخت به طرف منطقه طبیعی مورد نظر بویژه در روزهای شلوغ؛
- ۱۳- توجه و اقدام به جمع‌آوری زباله‌ها در منطقه طبیعی سی‌سخت در زمان اوج حضور گردشگران؛
- ۱۴- تربیت نیروهای متخصص در امر اکوتوریسم، جهت حفظ این همه سرمایه ملی در ایران، برای استفاده نسل امروز و فردا؛
- ۱۵- لزوم دریافت مجوز ورود و پرداخت ورودی برای بازدید مناطق با توجه به اهمیت ویژه مناطق حفاظت شده؛
- ۱۶- استفاده از درآمدهای گردشگری منطقه جهت بهسازی و حفاظت جاذبه‌های طبیعی منطقه؛

- ۱۷- توجه به ظرفیت تحمل مناطق و برنامه‌ریزی جهت ایجاد محدودیت در تعداد بازدیدکنندگان در مقطع زمانی (روز، هفته، ماه) و همچنین محدودیت راه‌ها و مناطق تردد گردشگران.
- ۱۸- تبلیغات منظم و مؤثر جاذبه‌های شهرستان، بویژه جاذبه‌های طبیعت‌گردی در رسانه‌های ملی و استانی، جهت جذب گردشگر؛
- ۱۹- توجه به گردشگری داخل استانی به عنوان عامل مؤثر در توزیع درآمد و ایجاد تعادل در توسعه منطقه‌ای؛
- ۲۰- توسعه گردشگری کوهستان به عنوان یکی از قابلیت‌های ممتاز شهرستان از طریق تجهیز ارتفاعات مهم شهرستان به پناهگاه و راه ارتباطی.

منابع

- ۱- پاپلی یزدی، محمد حسین و مهدی سقایی (۱۳۸۵)، «گردشگری (ماهیت و مفاهیم)»، چاپ اول، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.
- ۲- پور احمد، احمد (۱۳۷۸)، «دیدگاه‌های توسعه جهانگردی در نظام جمهوری اسلامی ایران»، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۳۷ و ۳۸، تهران.
- ۳- تقوایی، مسعود و محمود اکبری (۱۳۸۷)، «مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری»، انتشارات پیام علوی، اصفهان.
- ۴- تولایی، سیمین (۱۳۸۶)، «مروری بر صنعت گردشگری»، چاپ اول، نشر دانشگاه تربیت معلم، تهران.
- ۵- حکمت‌نیا، حسن و میرنجف موسوی (۱۳۸۵)، «کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و ناحیه‌ای»، چاپ اول، نشر علم نوین، یزد.
- ۶- دواس، دی‌ای (۱۳۸۱)، «پیمایش در تحقیقات اجتماعی»، ترجمه هوشنگ نایی، نشر نی، تهران.
- ۷- رجب‌زاده، محمدعلی (۱۳۸۵)، «مردم باید نسبت به مسایل محیط زیست حساس باشند»، روزنامه رسالت، شماره ۵۸۸۱، تاریخ ۱۳۸۵/۳/۱۷.
- ۸- رحمانی، بیژن (۱۳۷۵)، «مقدمه‌ای بر جغرافیای ورزش»، انتشارات دانشگاه آزاد.
- ۹- رضوانی، علی‌اصغر (۱۳۸۵)، «جغرافیا و صنعت توریسم»، چاپ پنجم، انتشارات پیام نور، تهران.
- ۱۰- روزنامه اعتماد (۱۳۸۶)، «نگاهی به وضعیت اکوتوریسم در ایران/سفری مسؤولانه به طبیعت» شماره ۱۵۶۵، تاریخ ۱۳۸۶/۹/۲۴.

- ۱۱- زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۵): «مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تکیه بر محیط زیست)»، چاپ اول، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- ۱۲- زنده‌دل، حسن و دستیاران (۱۳۸۶)، «راهنمای گردشگری روستاهای ایران ۵»، چاپ اول، نشر ایرانگردان (کاروان جهانگردان)، تهران.
- ۱۳- زنگی‌آبادی، علی (۱۳۸۵)، « نقش گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد»، نشر سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری.
- ۱۴- سازمان محیط زیست استان فارس (۱۳۷۸)، «مطالعه زیست محیطی مارگون».
- ۱۵- شاهنده، بهزاد (۱۳۸۰)، «اکوتوریسم تنها طبیعت‌گردی نیست»، مجله موج سبز، شماره ۷.
- ۱۶- ضرغام، حمید (۱۳۷۶): «راهکارهای توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران». مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران»، جلد ۱، کیش.
- ۱۷- علیجانی، بهلول (۱۳۸۵)، «آب هوای ایران»، چاپ هفتم، نشر دانشگاه پیام نور، تهران.
- ۱۸- محمدی ده‌چشمه، مصطفی و علی زنگی‌آبادی (۱۳۸۶)، امکان‌سنجی توانمندی‌های اکوتوریسم استان چهارمحال بختیاری، مجله محیط‌شناسی، به روش SWOT، سال سی و چهارم، شماره ۴۷، تهران.
- ۱۹- معصومی، مسعود (۱۳۷۹)، «برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری منطقه‌ای نمونه استان همدان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد شهرسازی و معماری.
- ۲۰- منشی‌زاده، رحمت‌الله (۱۳۷۶)، «جهانگردی»، چاپ اول، انتشارات منشی، تهران.
- ۲۱- مهدوی، داود (۱۳۸۳)، «راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT : دهستان لواسان کوچک»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.

۲۲- موسوی، سیدعلی (۱۳۸۸)، «بررسی نقش جاذبه‌ها و توانمندی‌های گردشگری سپیدان در جذب گردشگران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا گرایش برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان، اصفهان.

۲۳- وارثی، حمیدرضا و سیدعلی موسوی (۱۳۸۸)، «اکوتوریسم و نقش آن در توسعه کشورها (مورد: ایران)»، *مجله اطلس*، گروه جغرافیا دانشگاه اصفهان، اصفهان.

۲۴- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵)، «مدیریت گردشگری، چاپ اول»، نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.

25- Hall, C. Mand S.J. Page (1999), "*The Geography of Tourism and Recreation*", Routledge 19.

26- Higham, J. Hinch, T (2002), "*Tourism, Sport and Seasons: The Challenges and Potential of Overcoming Seasonality in the Sport and Tourism Sectors*" Department of Tourism, University of Otago, P.O. Box 56 Dunedin, New Zealand Faculty of Physical Edmonton, and Recreation, Uniuersity of Alberta, Edmonton, Alta. Pp, 176,

27- Kerr Bill & Barron Gordon & C wood, Roy (1999), "Politics, Policy and Regional Tourism Administration: A Case Examination of Scottish Area Tourist Board Funding", *Tourism Management*, 22.

28- Okita, S. (1990), "*Environmental Protection Economis Development: Guidelines for Sustaninable Development*", Earth and US, M. K. Tolba et al.(eds), UNEP,88-94.

29- W.T.O, (1997), "*Year Book of Tourism Statistics*", WTO, Madrid.

30- Walter, S. Moore, J. (2001), "*Climate Change and the Sking Industry: Impacts and Potential Responses*" Research Seminar at the Arctic Studies Programme, Pp.4.

- 31- World Tourism Organization (2000), "*Tourism Market Trends*", Asia and the Pacific, Madrid: Author.
- 32- WTO, <http://www.answers.com/tourism&r=67,2004a>
- 33- <http://www.aftab.ir>
- 34- <http://www.sisakhtcity.ir>