

تاریخ دریافت: ۸۸/۸/۹

تاریخ پذیرش: ۸۸/۱۱/۲۰

بررسی مزیت‌ها و محدودیت‌های توسعه کانون‌های گردشگری با استفاده از تحلیل SWOT :

مطالعه موردی: کانون‌های گردشگری شهرستان شهرکرد

مهندس مهدی راست قلم^۱، مهندس بیژن خلیل مقدم^۲

رسول حیدری^۳

چکیده

امروزه رونق‌دهی کانون‌های گردشگری جهت فراخوانی محتوی توسعه به مناطق مستعد، در کشورهای جهان سوم مورد توجه قرار گرفته است. در کشور ایران به دلیل تعدد و پراکنش جاذبه‌های گردشگری استفاده از این راهبرد در دستور کار دولتمردان قرار گرفته است. برای بهره‌مندی از ابعاد مثبت صنعت گردشگری، تحلیل شرایط موجود جامعه میزبان الزامی است. در این مقاله با استفاده از تحلیل SWOT، مزیتها و محدودیتهای توسعه کانون‌های گردشگری در مناطق میزبان شهرستان شهرکرد مشخص و سپس با طیف لیکرت، وزن هر کدام از ارکان چهارگانه SWOT سنجیده شده است. نتایج نشان می‌دهد میزان محدودیت‌ها (شامل نقاط ضعف و تهدید) با امتیاز ۵۷/۶۹ در سطح بالاتری نسبت به

۱- کارشناس ارشد مهندسی توسعه روستایی - دانشگاه صنعتی اصفهان

۲- کارشناس ارشد مهندسی توسعه روستایی - دانشگاه صنعتی اصفهان

۳- دانشجوی دکترا توسعه روستایی - دانشگاه اصفهان

میزان مزیتها (شامل فرصت ها و نقاط قوت) با امتیاز ۵۵/۳۱ می باشد. اگرچه مولفه بوجود آمدن مراکز گردشگر پذیر در نقاط دیگر به عنوان مهم ترین مولفه تهدید توسعه کانون های گردشگری مشخص شد اما به دلیل نامناسب بودن زیرساخت های گردشگری در مناطق میزبان مورد مطالعه، همین مولفه موجب تخفیف آسیب پذیری و تخریب طبیعت بکر و چشم اندازهای زیبا به عنوان مهم ترین مولفه قوت توسعه کانون های گردشگری شده است.

واژگان کلیدی: کانون های گردشگری، تحلیل SWOT، شهرستان شهرکرد

۱. مقدمه

تجهیز و آماده سازی جاذبه های گردشگری در راستای ایجاد کانون های گردشگری راهکاری است تا با استفاده از آن محتوای توسعه به مناطق میزبان فرا خوانده شود. آمارها و مقیاس های مربوط به رشد گردشگری در دهه های اخیر موجب شده تا دولت ها، مسئولین محلی و بخش خصوصی برای بهره مندی از اثرات مثبت اقتصادی و اجتماعی این راهکار، نهایت کوشش خود را انجام دهند. (روزنتراب: ۲۰۰۹- رینالد و دایرا: ۲۰۰۴: ۲۴) صنعت گردشگری با ماهیتی چند بعدی علاوه بر تامین نیاز گردشگران، باعث تغییرات عمده ای در سیستم جامعه میزبان می گردد (فریدل و چوینگز: ۲۰۰۸). از اینرو دولتمردان در تلاشند تا با مهیاسازی و ارزشمند نمودن جاذبه های گردشگری در مناطق دارای پتانسیل، کانون هایی را جهت ارائه خدمات گردشگری ایجاد کنند. کانون های گردشگری با ارائه جذابیت و خدمات در استفاده از فضا و ویژگیهای محیطی از یک طرف و اثر در بهبود و ارتقاء شاخص های اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی منطقه میزبان از طرف دیگر مورد توجه واقع شده اند. ویژگی های کانون های گردشگری باعث جذب گردشگران بصورت انبوه می شود، از اینرو توجه به رشد و پایداری آنها در تداوم جذب گردشگران ارائه خدمات، در اولویت است (باردولت: ۲۰۰۸). نظریه پردازان و برنامه ریزان تلاش دارند تا با استفاده از دیدگاه های مناسب و شناسایی مزیتها و محدودیتها، موجبات توفیق کانون های گردشگری را در پاسخگویی به خواسته های گردشگران از یک سو و حرکت جهت اصلاح مناطق میزبان از سوی دیگر فراهم سازند. (رویولا: ۲۰۰۸) کانون های

گردشگری با ایجاد اشتغال و درآمد به بویایی اقتصاد منطقه میزبان کمک کرده و از حجم مهاجرت به شهرها می‌کاهند. به عبارت دیگر با برنامه‌ریزی مناسب و منطبق با شرایط موجود، میتوان از این راهبرد جهت ثبات اقتصادی و جمعیتی منطقه میزبان بهره‌برداری نمود. (دبیر: ۲۰۰۹) در کشورهای در حال توسعه سعی می‌شود تا با ایجاد کانون گردشگری بعنوان مکمل کارکردهای اصلی فضای منطقه میزبان، موجبات ساماندهی، آمایش و پراکنش مناسب امکانات و خدمات فراهم آید. (لپ: ۲۰۰۷)

در کشور ایران نیز با توجه به مسایل و چالشهای عمده توسعه منطقه‌ای و وجود نارساییهای بسیار، استفاده از راهبرد توسعه کانون‌های گردشگری در نقش مکمل فعالیت‌های اصلی منطقه میزبان جهت فراخوانی محتوی توسعه، مورد توجه قرار گرفته است (امیریان: ۱۳۸۷: ۱۷). براین اساس شناسایی جاذبه‌های گردشگری در مناطق مختلف برای ایجاد و توسعه کانون گردشگری، توسط سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران، در کلیه استانهای کشور صورت گرفته است. استان چهارمحال و بختیاری با وسعتی حدود ۱۶۵۳۳ کیلومتر مربع در جنوب غربی ایران و در محدوده میانی کوهستانهای زاگرس قرار دارد. این استان با دارا بودن هفت شهرستان از طبیعت بکری برخوردار است و زمینه اصلی جاذبه‌ها در آن جاذبه‌های طبیعی است. دوازده کانون گردشگری در شهرستان شهرکرد وجود دارد (غفاری: ۱۳۸۸: ۲۸). منظور از کانون گردشگری مکانی است که در آن به خاطر وجود یک جاذبه اعم از طبیعی، تاریخی و یا مذهبی، امکانات، تاسیسات و تجهیزات رفاهی گردشگران در آن فراهم آمده است. در جدول شماره یک نام و نوع جاذبه کانون‌های گردشگری شهرستان شهرکرد ارائه شده است.

جدول شماره ۱: کانون‌های گردشگری شهرستان شهرکرد
استان چهارمحال و بختیاری

ردیف	نام کانون	نوع جاذبه گردشگری
۱	پل زمانخان	تاریخی
۲	گرداب بن	طبیعی
۳	منطقه حفاظت شده تنگ	طبیعی
۴	صیاد	طبیعی - ورزشی
۵	پیست اسکی بارده	طبیعی
۶	چشمه وقت و ساعت	مذهبی
۷	امامزاده پیر احمد	طبیعی
۸	پل هوره	مذهبی
۹	امامزاده عزیزاله کیان	طبیعی
۱۰	پارک استخر فرخشهر	تاریخی
۱۱	قلعه شمس آباد	طبیعی
۱۲	چشمه زنه	طبیعی
	منطقه شکار ممنوع شیدا	

منبع: (غفاری: ۱۳۸۸: ۳۸)

هدف این مقاله بررسی مزیت‌ها و محدودیت‌های توسعه کانون‌های گردشگری شهرستان شهرکرد با استفاده از تحلیل SWOT می‌باشد. مزیتها در این مطالعه شامل نقاط قوت و فرصت و محدودیت‌ها شامل نقاط ضعف و تهدیدها می‌باشد.

۲. ادبیات موضوع

بنابر تعریف همایش برتلند گردشگری پایدار علاوه بر تامین نیازمندی‌های کنونی جامعه میزبان و گردشگران، حافظ منافع آیندگان نیز هست (زاهدی: ۱۳۸۵: ۷۴). در بسیاری از کشورها، استفاده از اصول گردشگری پایدار جهت افزایش توانمندسازی ساکنان مناطق دارای پتانسیل رواج یافته است. براین مبنا تحقق اصول گردشگری پایدار در تمام انواع گردشگری و از جمله در کانون‌های گردشگری لازم است. کانون گردشگری به فضایی اطلاق می‌شود که علاوه بر داشتن یک یا چند جاذبه گردشگری تاریخی، طبیعی، فرهنگی

ویا مذهبی، خدماتی همچون اسکان، پذیرایی و تفریح را در قبال کسب درآمد ارائه می‌دهد. (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۸۷، ۸۴). دولتها با حمایت و نظارت بر عملکرد بخش خصوصی باعث توسعه کانون‌های گردشگری در مناطق میزبان می‌گردند. منطقه میزبان به محدوده معینی از سرزمین اطلاق می‌گردد که علاوه بر داشتن جمعیت ساکن و حیات اقتصادی-اجتماعی، کالبد کانون گردشگری نیز در آن قرار دارد. (دبلیو. تی. تی. سی و همکاران ۲۰۰۲) کانون گردشگری می‌تواند موقعیتی برنده - برنده را هم برای میزبان و هم برای میهمان ترتیب دهد. اما بهره برداری از قابلیت‌های کانون گردشگری مستلزم درک کامل سیستم اقتصادی و اجتماعی منطقه میزبان از یک طرف و شناخت نیازها و خواسته‌های گردشگران و چگونگی هماهنگی آنان با زیرساخت‌های منطقه میزبان، از طرف دیگر می‌باشد (پترسون و همکاران ۲۰۰۴). کانون گردشگری، هم واجد آثار مثبت و هم دارای آثار منفی برای منطقه میزبان خواهد بود. گردشگران نیز با هدف بهره‌مندی از جاذبه‌های گردشگری، ویژگی‌های اکولوژیکی، کیفیت فضا و محیط، فرصت‌های ماجراجویانه و جذابیت‌های فرهنگی کانون، از آن استفاده می‌کنند (اسجیانز، ۲۰۰۵). انواع گوناگونی از کانون گردشگری در دنیا وجود دارد که با توجه به اهداف و انگیزه گردشگران از یک سو و همچنین ویژگی‌های منطقه میزبان از سوی دیگر متغیر خواهد بود. انواع کانون‌های گردشگری عبارتند از کانون‌های فرهنگی و هنری، ورزشی، طبیعی، تجاری و درمانی که در شهرستان شهرکرد اکثریت کانونها از نوع طبیعی می‌باشد (کلر، ۲۰۰۲؛ غفاری، ۱۳۸۸، ۱۷).

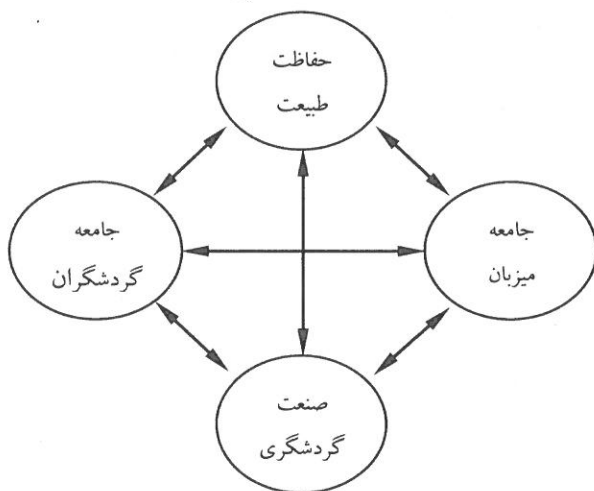
دو دیدگاه به شرح ذیل در مورد توسعه کانون‌های گردشگری و نحوه ارتباط آن با مسایل توسعه منطقه ای وجود دارد.

۱-۲- ایجاد کانون گردشگری جهت باز ساخت سکونتگاه‌های مناطق میزبان در این دیدگاه از پدیده گردشگری جهت باز ساخت حیات منطقه میزبان استفاده می‌گردد. در این حالت تاکید بر آن است تا از تکیه بیش از حد ساکنان منطقه میزبان بر فعالیت‌های اصلی بکاهند و در عوض آنها را به بهره برداری از فرصت‌های جدید اقتصادی تشویق نمایند. در دهه ۱۹۷۰ در اروپای شرقی از این دیدگاه جهت بازسازی مجدد مناطق میزبان پس از افول کشاورزی استفاده شد (هلمه، ۲۰۰۱). در این دیدگاه دو رویکرد مورد نظر است که عبارتند از:

- ایجاد کانون گردشگری جهت باز ساخت حیات منطقه میزبان
- بهبود کیفیت فرآورده ها و محصولات موجود در منطقه

۲-۲- کانون گردشگری عامل ایجاد توسعه پایدار و حفاظت از منابع طبیعی امروزه رهیافت جامع گردشگری پایدار بر رشد بلند مدت صنعت گردشگری، بدون آثار مخرب بر زیست بوم‌های طبیعی دلالت دارد. (زاهدی، ۱۳۸۲) مبانی و اصول گردشگری پایدار پاسخگوی تهدیدات گردشگری نابسامان است و برای هر کدام از اجزاء فرایند گردشگری، دارای قوانین و ضوابط خاصی می‌باشد. با در نظر گرفتن مبانی و اصول گردشگری پایدار در کانون‌های گردشگری می‌توان بین جامعه میزبان، جامعه گردشگران، صنعت گردشگری و محیط طبیعی در راستای پایداری و انتفاع کلیه اجزاء، تعادل برقرار ساخت.

شکل شماره ۱: نمودار تعادلی میان اجزاء مربع گردشگری پایدار (ژونگ و همکاران، ۲۰۰۸)



در این دیدگاه تلاش شده است علاوه بر ایجاد موازنه بین رشد نهایی گردشگری و نیازهای حفاظت و نگهداری از محیط طبیعی، موجبات تحقق گردشگری پایدار با افزایش رضایت گردشگران فراهم آید (هلمه، ۲۰۰۱). این استراتژی به دو رویکرد اشاره دارد.

- کانون گردشگری عامل ایجاد توسعه پایدار
 - پراکنش و توزیع به منظور حفاظت از منابع و جاذبه های گردشگری
- اگرچه توسعه کانون گردشگری با خلق فرصتهای جدید باعث احیا و بهبود شرایط زندگی ساکنان منطقه میزبان می گردد ولیکن باید توجه داشت که توسعه گردشگری بدون برنامه

در منطقه میزبان موجب آسیب‌های اجتماعی و زیست محیطی جبران‌ناپذیری می‌شود. لازم است تا انتخاب و یا ترکیب هر کدام از استراتژیها در چارچوب درک کامل شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی و همچنین بستر حاکم سیاسی جامعه و فضای منطقه میزبان باشد. باید در نظر داشت کانون گردشگری مقوله جدیدی در متون توسعه پایدار می‌باشد که همچون توسعه، دارای ابعاد و آثار گوناگونی است لذا لزوم وجود تعادل میان اجزا مربع گردشگری پایدار امری اجتناب‌ناپذیر است. (افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵) در مناطق بسیاری از دنیا توسعه انواع کانون گردشگری جهت انتفاع از قابلیت‌های آن باعث گردیده تا آنرا یکی از راهبردهای توسعه دانسته و از آن به عنوان عنصری اساسی در حرکت بسوی احیا و بازسازی مناطق میزبان یاد کنند. (شارپلی، ۱۹۹۷) مطالعات بسیاری در این زمینه با انواع روش‌ها صورت گرفته و راهبردهای ایجاد گردشگری پایدار در آنها ارائه شده است. مطالعاتی توسط احمد عبدولواو در هکایدو کشور ژاپن درباره کانون‌های گردشگری و توسعه پایدار صورت گرفته است. در این مطالعه پس از ارائه مدل حلقه‌های متحد‌المرکز گردشگری پایدار، با استفاده از پرسشنامه و طیف لیکرت، به نظرسنجی درباره ۲۰ شاخص پرداخته شده است. جامعه آماری شامل ۲۳ نفر از مسئولین بوده است. امتیاز متوسط شاخص‌های مطالعه پس از تحلیل برابر ۳/۶۶ شده و همچنین شاخصهای اثر بر اقتصاد محلی با ۴/۳۳، رضایت گردشگران با ۴/۲۲، مشارکت محلی با ۴/۱۴ و نهایتاً رضایت محلی با ۴/۱۳ از بیشترین شاخص‌های مورد توافق بوده‌اند. همچنین با استفاده از تحلیل SWOT نقاط قوت و ضعف، فرصتها و تهدیدهای کانون‌های گردشگری ارائه شده است (عبدولواو: ۲۰۰۲). در مطالعه‌ای که توسط را سوگارتی در سوراکارتای کشور اندونزی و با استفاده از تحلیل SWOT صورت گرفت، قابلیت‌های توسعه کانون‌های گردشگری با تاکید بر بعد زیست محیطی و طبیعی آن بررسی شده است. در این مطالعه منابع طبیعی و فرهنگی، فراوانی نیروی انسانی، وجود تسهیلات و زیرساخت در ناحیه از نقاط قوت ارزیابی شده است. در نتایج اشاره شده که جهت دستیابی به توسعه موفقیت‌آمیز کانون‌های گردشگری لازم است تا شرح موقعیت‌ها و مدیریت فرصت‌ها، همراه با مشارکت جامعه محلی صورت گیرد (سوگارتی).

۳- روش تحقیق

بر پایه نتایج مطالعات دیگر (سوگیارتی و عبدولواو، ۲۰۰۲؛ افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵، باردولت، ۲۰۰۸) در این مقاله، از روش‌های پیمایش میدانی، مطالعات اسنادی، مصاحبه، پرسشنامه و تحلیل SWOT استفاده شده است. SWOT ابزار ارزشمندی برای تحلیل‌های استراتژیک است. SWOT دارای این قابلیت است تا هم در سطح خرد و هم در سطح کلان بهترین راهبردها را در بخشهای برنامه ریزی، مدیریت و بازاریابی ارائه دهد. (باردولت، ۲۰۰۸، نشنال دولپمنت، ۲۰۰۲) همچنین جهت تعیین نوع جاذبه‌ها و وضعیت گردشگری در کانون‌های گردشگری، از روش میدانی استفاده شد. با استفاده از نتایج مطالعات دیگر (سوگیارتی، عبدولواو، ۲۰۰۲؛ افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵؛ باردولت، ۲۰۰۸) و انجام مصاحبه رو در رو با جامعه کارشناسان و مسئولین سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و اساتید گروه جغرافیای دانشگاه اطفهان، لیستی از نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدیدهای توسعه کانون‌های گردشگری تهیه گردید. سپس با استفاده از پرسشنامه، اندازه وزن هر یک از مولفه‌های نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدید از دیدگاه کارشناسان و مسئولین مشخص گردید. جهت تعیین وزن هر کدام از ارکان چهارگانه تحلیل SWOT از طیف لیکرت به شکل خیلی زیاد امتیاز ۵، زیاد امتیاز ۴، متوسط امتیاز ۳، کم امتیاز ۲ و خیلی کم امتیاز ۱ استفاده شده است.

۴. تجزیه و تحلیل

پس از تدوین، تخلیص و استخراج اطلاعات از مطالعات میدانی، اسنادی، مصاحبه و پرسشنامه، از تحلیل SWOT برای تعیین استراتژی توسعه کانون‌های گردشگری در شهرستان شهرکرد در فازهای زیر انجام شد.

- تبیین مهم‌ترین نقاط قوت جهت ارائه طرح راهبردهای تهاجمی با تکیه بر بهره‌گیری از برتری‌های رقابتی کانون‌های گردشگری
- تبیین مهم‌ترین فرصتهای موجود جهت ارائه راهبردهای بازنگری تخصیص مجدد منابع برای رفع نقاط ضعف درونی کانون‌های گردشگری

• تبیین مهم‌ترین ضعف‌های درون مناطق میزبان به منظور ارائه راهبردهای تنوع بخشی کانون‌های گردشگری

• تبیین مهم‌ترین تهدیدهای‌های موجود جهت ارائه راهبردهای تدافعی جهت رفع آسیب پذیری کانون‌های گردشگری (افتخاری و مهدوی، ۳۸۵)

۴-۱. بررسی عوامل داخلی مؤثر بر توسعه کانون‌های گردشگری شهرستان شهرکرد جهت شناسایی نقاط قوت و ضعف، محیط درونی کانون‌های گردشگری در چهار بعد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، زیست محیطی و سازمانی مورد بررسی قرار گرفت. این عوامل در مصاحبه و تکمیل پرسشنامه از جامعه کارشناسان تهیه شده است. نتایج در جدول شماره دو ارائه شده است.

جدول شماره ۲: عوامل داخلی مؤثر بر توسعه کانون‌های گردشگری شهرستان شهرکرد

نقاط ضعف	نقاط قوت	
<p>۱. نارضایتی مردم مناطق میزبان جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری</p> <p>۲. عدم وجود برنامه ریزی مدون دولت جهت هدایت سرمایه‌گذاری</p>	<p>۱. وجود زمین جهت واگذاری به سرمایه‌گذاران در کانون‌های گردشگری</p> <p>۲. وجود محصولات و فرآورده‌های محلی برای ارائه به گردشگران</p>	اقتصادی
<p>۱. نامناسب بودن وضعیت امنیت اجتماعی گردشگران</p> <p>۲. نامناسب بودن تسهیلات خدماتی</p> <p>۳. عدم وجود نیروی متخصص و آموزش دیده در مناطق میزبان</p> <p>۴. توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف</p> <p>۵. تضاد میان فرهنگ گردشگران و مردم مناطق میزبان</p> <p>۶. تمایل به استفاده اختصاصی از فضای مناطق میزبان در غالب ویلا و باغ خصوصی</p>	<p>۱. وجود مردم ساده و بی تکلف در کانون‌های گردشگری</p> <p>۲. وجود آداب و رسوم محلی و سنتی در کانون‌های گردشگری</p>	اجتماعی و فرهنگی
<p>۱. نامناسب بودن زیر ساخت‌های و امکانات موجود در مناطق میزبان</p> <p>۲. نامناسب بودن امکانات مربوط به تفریح و ورزش</p>	<p>۱. وجود طبیعت بکر و چشم اندازهای زیبا</p> <p>۲. وجود جاذبه یکتای گردشگری</p> <p>۳. داشتن محیط آرام و ساکت</p> <p>۴. برخورداری از آب و هوای کاملا پاک</p> <p>۵. نزدیکی با حیات وحش و احتمال تماشای آنها</p> <p>۶. وجود پتانسیل برای اجرای انواع فعالیت‌های گردشگری همچون انواع ورزشها</p>	زیست محیطی
<p>۱. عدم آشنایی ساکنان مناطق میزبان در برخورد با گردشگران</p>	<p>۱. باور مسئولین به دستیابی به محتوی توسعه با مهیا سازی قابلیت‌های گردشگری</p>	سازمانی

۴-۲. بررسی عوامل خارجی مؤثر بر توسعه کانون‌های گردشگری شهرستان

شهرکرد

جهت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها، محیط بیرونی کانون‌های گردشگری نیز در چهار بعد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، زیست محیطی و سازمانی مورد بررسی قرار گرفت. این عوامل از درون مصاحبه و پرسشنامه‌های به دست آمده از جامعه کارشناسان تهیه شده است (جدول شماره ۳).

جدول شماره ۳: عوامل خارجی مؤثر بر توسعه کانون‌های گردشگری شهرستان شهرکرد

تهدیدها	فرصتها	
۱- افزایش قیمت زمین و خدمات	۱- افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ۲- وجود تمایل در بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری	اقتصادی
۱- بوجود آمدن مراکز گردشگر پذیر در نقاط دیگر ۲- تراکم جمعیتی در مناطق میزبان در فصول گردشگر پذیر ۳- ازدیاد تخلقات اجتماعی با ورود گردشگر ۴- از بین رفتن فرهنگ محلی و سنتی ۵- تمایل به نزدیک شدن به فرهنگ گردشگران از سوی ساکنان مناطق میزبان	۱- افزایش تمایل جهت گردشگری در بین مردم شهری ۲- وجود دو استان اصفهان و خوزستان به عنوان مراکز گردشگر فرست	اجتماعی و فرهنگی
۱- از بین رفتن پوشش گیاهی و درختان و فرار حیات وحش ۲- افزایش آلودگی منابع آب و خاک و هوا		زیست محیطی
۱- ناهمسویی ادارات و سازمانهای دولتی جهت گسترش تجهیزات و تاسیسات گردشگری	۱- افزایش تمایل به بهره مندی از این فرصت جهت اشتغال‌زایی و جلوگیری از مهاجرت ۲- وجود آژانس‌های علاقه مند به استفاده از قابلیت‌های کانون‌های گردشگری ۳- وجود نیروی متخصص در مراکز گردشگر فرست	سازمانی

منبع: یافته‌های تحقیق

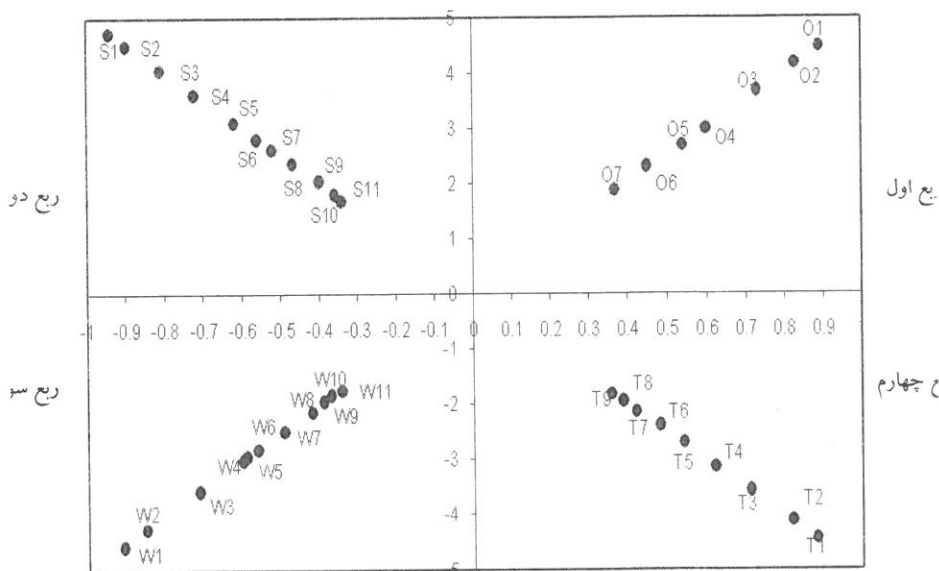
۴-۳. تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید

با توجه به استخراج نتایج مصاحبه‌ها و استخراج اطلاعات پرسشنامه‌ها، تعداد ۱۱ نقطه قوت داخلی در برابر ۱۱ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۷ فرصت بیرونی در برابر ۹ تهدید بیرونی تعیین شده است. در مجموع تعداد ۱۸ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و تعداد ۲۰ ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌های پیش روی توسعه کانون‌های گردشگری شهرستان شهرکرد شناسایی شد. بوسیله پرسشنامه و طیف لیکرت نقاط ضعف و قوت، فرصت‌ها و تهدیدها مورد سنجش قرار گرفت. جدول شماره چهار نشان‌دهنده مجموع وزن‌های داده شده، میانگین وزن‌ها، وزن نسبی و رتبه هر یک از مولفه‌های نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها می‌باشد. مولفه وجود طبیعت بکر و چشم‌اندازهای زیبا با میانگین وزن $4/74$ و وزن نسبی $0/94$ به عنوان مهم‌ترین نقطه قوت داخلی می‌باشد. در مقابل مولفه وجود مردم ساده و بی‌تکلف با میانگین وزن $1/70$ و وزن نسبی $0/34$ به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت داخلی مشخص شده است. همچنین مولفه نامناسب بودن زیرساخت‌های موجود با میانگین وزن $4/59$ و وزن نسبی $0/91$ به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی و مولفه توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف با میانگین وزن $1/74$ و وزن نسبی $0/34$ به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه ضعف مشخص گردید. نتایج نشان می‌دهد که مولفه افزایش تمایل به بهره‌مندی از این فرصت جهت اشتغال‌زایی و جلوگیری از مهاجرت در دولت با میانگین وزن $4/48$ و وزن نسبی $0/89$ به عنوان مهم‌ترین فرصت بیرونی می‌باشد. مولفه وجود نیروی متخصص در مراکز گردشگر با میانگین وزن $1/88$ و وزن نسبی $0/37$ به عنوان کم‌اهمیت‌ترین فرصت بیرونی مشخص شده است. همچنین مولفه بوجود آمدن مراکز گردشگر پذیر در نقاط دیگر با میانگین وزن $4/44$ و وزن نسبی $0/88$ به عنوان مهم‌ترین تهدید بیرونی و نهایتاً مولفه تمایل به نزدیک شدن به فرهنگ گردشگران از سوی ساکنان مناطق میزبان با میانگین وزن $1/81$ و وزن نسبی $0/36$ به عنوان کم‌اهمیت‌ترین تهدید بیرونی مشخص گردید. امتیاز مربوط به مزیت‌ها برابر $55/31$ و امتیاز مربوط به محدودیت‌ها برابر $57/69$ می‌باشد. نتایج کامل استخراج شده از پرسشنامه‌ها در جدول شماره چهار به تفصیل ارائه شده است.

جدول شماره ۴: تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید

رتبه	وزن نسبی	میانگین وزنها	مجموع وزنها	تحلیل نقاط قوت
۴	۰/۸۲	۳/۶۲	۹۸	S1. وجود زمین جهت واگذاری به سرمایه گذاران در کانونهای گردشگری
۸	۰/۴۷	۲/۳۷	۶۴	S2. وجود محصولات و فرآورده های محلی برای ارائه به گردشگران
۱۱	۰/۳۴	۱/۷۰	۴۶	S3. وجود مردم ساده و بی تکلف در کانونهای گردشگری
۹	۰/۴۰	۲/۰۳	۵۵	S4. وجود آداب و رسوم محلی و سنتی در کانونهای گردشگری
۱	۰/۹۴	۴/۷۴	۱۲۸	S5. وجود طبیعت بکر و چشم اندازهای زیبا
۵	۰/۶۲	۳/۱۱	۸۴	S6. وجود جاذبه یکنای گردشگری
۲	۰/۹۰	۴/۵۱	۱۲۲	S7. داشتن محیط آرام و ساکت
۳	۰/۸۱	۴/۰۷	۱۱۰	S8. برخورداری از آب و هوای کاملا پاک
۱۰	۰/۳۶	۱/۸۱	۴۹	S9. نزدیکی با حیات وحش و احتمال تماشای آنها
۷	۰/۵۲	۲/۶۲	۷۱	S10. وجود پتانسیل برای اجرای انواع فعالیت های گردشگری همچون اتوآب و ورزشها
۶	۰/۵۶	۲/۸۱	۷۶	S11. باور مسئولین به دستیابی به محتوی توسعه با مہیا سازی قابلیت های گردشگری
رتبه	وزن نسبی	میانگین وزنها	مجموع وزنها	تحلیل نقاط ضعف
۱۰	۰/۳۷	۱/۸۵	۵۰	W1. نارضایتی مردم مناطق میزبان جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری
۳	۰/۷۱	۳/۵۹	۹۷	W2. عدم وجود برنامه ریزی مدون دولت جهت هدایت سرمایه گذاری
۸	۰/۴۲	۲/۱۴	۵۸	W3. نامناسب بودن وضعیت امنیت اجتماعی گردشگران
۲	۰/۸۵	۴/۲۵	۱۱۵	W4. نامناسب بودن تسهیلات خدماتی
۷	۰/۴۹	۲/۴۸	۶۷	W5. عدم وجود نیروی متخصص و آموزش دیده در مناطق میزبان
۱۱	۰/۳۴	۱/۷۴	۴۷	W6. توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف
۶	۰/۵۶	۲/۸۱	۷۶	W7. تضاد میان فرهنگ گردشگران و مردم مناطق میزبان
۵	۰/۵۹	۲/۹۶	۸۰	W8. تمایل به استفاده اختصاصی از فضای مناطق میزبان در غالب ویلا و باغ خصوصی
۱	۰/۹۱	۴/۵۹	۱۲۴	W9. نامناسب بودن زیر ساخت های موجود در مناطق میزبان
۴	۰/۶۰	۳/۰۳	۸۲	W10. نامناسب بودن امکانات مربوط به تفریح و ورزش
۹	۰/۳۹	۱/۹۶	۵۳	W11. عدم آشنایی ساکنان مناطق میزبان در برخورد با گردشگران
رتبه	وزن نسبی	میانگین وزنها	مجموع وزنها	تحلیل فرصتها
۲	۰/۸۳	۴/۱۸	۱۱۳	O1. افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری
۳	۰/۸۳	۳/۶۶	۹۹	O2. وجود تمایل در بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری
۴	۰/۶۰	۳	۸۱	O3. افزایش تمایل جهت گردشگری در بین مردم شهری
۶	۰/۴۵	۲/۲۹	۶۲	O4. وجود دو استان اصفهان و خوزستان به عنوان مراکز گردشگر فرست
۱	۰/۸۹	۴/۴۸	۱۲۱	O5. افزایش تمایل به بهره مندی از این فرصت جهت اشتغالزایی و جلوگیری از مهاجرت
۵	۰/۵۴	۲/۷۰	۷۳	O6. وجود آژانسهای علاقه مند به استفاده از قابلیت های کانونهای گردشگری
۷	۰/۳۷	۱/۸۸	۵۱	O7. وجود نیروی متخصص در مراکز گردشگر فرست
۲	۰/۸۲	۴/۱۱	۱۱۱	T1. افزایش قیمت زمین و خدمات
۱	۰/۸۸	۴/۴۴	۱۲۰	T2. بوجود آمدن مراکز گردشگر پذیر در نقاط دیگر
۸	۰/۳۹	۱/۹۶	۵۳	T3. تراکم جمعیتی در مناطق میزبان در فصول گردشگر پذیر
۷	۰/۴۲	۲/۱۴	۵۸	T4. ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگر
۴	۰/۶۲	۳/۱۴	۸۵	T5. از بین رفتن فرهنگ محلی و سنتی
۹	۰/۳۶	۱/۸۱	۴۹	T6. تمایل به نزدیک شدن به فرهنگ گردشگران از سوی ساکنان مناطق میزبان
۶	۰/۴۸	۲/۴۰	۶۵	T7. از بین رفتن پوشش گیاهی و درختان و فرار حیات وحش
۵	۰/۵۴	۲/۷۰	۷۳	T8. افزایش آلودگی منابع آب و خاک و هوا
۳	۰/۷۱	۳/۵۹	۹۷	T9. ناهمسویی ادارات و سازمانهای دولتی جهت گسترش تجهیزات و تاسیسات گردشگری

نمودار شماره دو نشان دهنده وضعیت کلیه مولفه های چهار رکن تحلیل SWOT می باشد. این نمودار بر اساس میانگین وزنها و وزن نسبی مولفه ها تنظیم شده است. مولفه هایی ربع اول شامل مولفه های فرصت می باشد. مولفه های (O1-O2-O3-O4-O5) دارای وزن نسبی بیش از ۰/۵ هستند لذا باید از این فرصت‌ها به نحو شایسته در توسعه کانون‌های گردشگری استفاده نمود. مولفه های ربع دوم شامل مولفه‌های قوت می باشند. مولفه‌های (S8-S9-S10-S11) دارای وزن نسبی بیشتر از ۰/۵- می باشند لذا باید در تقویت آنها اقدام کرد. مولفه‌های ربع سوم شامل مولفه‌های ضعف می باشند. مولفه های (W7-W8-W9- W11) (W10- W11) دارای وزن نسبی بیشتر از ۰/۵- می باشند لذا باید مورد تقویت و رسیدگی قرار گیرند. مولفه های ربع چهارم شامل مولفه‌های تهدید هستند. مولفه های (T1-T2-T3-T4- T5) که دارای وزن نسبی بیشتر از ۰/۵ هستند باید به شدت مراقبت شود.



منبع: یافته های تحقیق

نمودار شماره ۲: وضعیت کلیه مولفه های چهار رکن تحلیل SWOT

با توجه به نتایج بدست آمده از تحلیل SWOT جهت توسعه کانون‌های گردشگری منطبق با شرایط مناطق میزبان راهبردهای زیر در جدول شماره پنج ارائه می گردد.

جدول شماره ۵: راهبردهای توسعه کانون‌های گردشگری در شهرستان شهرکرد

تهدیدها	فرصتها	SWOT
<p>راهبردهای تنوع (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> * ایجاد تنوع در امکانات، خدمات و فعالیت های گردشگری جهت جلب رضایت و افزایش گردشگران * تعیین ظرفیت در میزان گردشگران جهت محافظت از محیط زیست مناطق میزبان * اجرای برنامه های تبلیغاتی در مراکز گردشگر فرست عمده در راستای معرفی جاذبه ها * تعیین مسیرهای گردشگری جذاب و مهیج با ایجاد راهنما، علائم و راهنمایان محلی * تلاش جهت فرهنگ سازی در پذیرش گردشگر و تامین امنیت اجتماعی در کانون‌های گردشگری 	<p>راهبردهای رقابتی تهاجمی (SO)</p> <ul style="list-style-type: none"> * تاکید بر توسعه گردشگری طبیعی به دلیل وجود مزیت‌های نسبی این نوع گردشگری در کانون‌های گردشگری * استفاده مناسب و هدفمند از تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری جهت بهره مندی از جاذبه ها گردشگری به منظور ایجاد اشتغال و درآمد برای ساکنان مناطق میزبان * شناسایی و بهره گیری از کلیه جاذبه ها و موقعیتهای گردشگری بصورت بسته گردشگری در راستای افزایش مدت ماندگاری گردشگران * بهره مندی از نیروی انسانی مناطق میزبان جهت تشکیل نهادهای مردمی به منظور افزایش ضریب موفقیت در جذب و ارائه خدمات به گردشگران * ایجاد هماهنگی بین نهادها و بخشهای مختلف دولت، مردم و کارآفرینان بوسیله برگزاری نشستها و به کارگیری تدابیر مدیریتی هماهنگ کننده، به منظور یکپارچه سازی کارکردهای گردشگری * تلاش جهت شفاف سازی سیاست های دولتی و برنامه های محلی جهت افزایش انگیزه بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در توسعه کانون‌های گردشگری 	<p>قوتها</p>
<p>راهبردهای تدافعی (WT)</p> <ul style="list-style-type: none"> * تشکیل کارگروه توسعه سرمایه گذاری در توسعه کانون‌های گردشگری با مسؤولان مرتبط و کار آفرینان، دعوت از سرمایه گذاران داخلی و خارجی و ایجاد تسهیلات و امتیازهای ویژه سرمایه گذاری * تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه جاذبه های گردشگری و جلوگیری از تخریب، آلودگی و از بین رفتن این منابع * ایجاد زمینه و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه زیر ساختارها، تجهیزات و تسهیلات گردشگری جهت کسب درآمد و ایجاد شغل‌های مکمل 	<p>راهبردهای بازنگری (WO)</p> <ul style="list-style-type: none"> * بازنگری نسبت به برنامه و حمایت دولت در راستای توسعه کانون‌های گردشگری * بازنگری به نحوه توزیع امکانات، خدمات و تسهیلات گردشگری و اولویت دهی به مناطق میزبان * بررسی مجدد قوانین و امور اراضی جهت ایجاد اماکن گردشگری * بازنگری به نوع و نحوه بهره گیری از مشارکت های مردمی در تهیه و اجرای طرح ها و تجهیز مناطق میزبان * بازنگری جهت ایجاد NGO ها برای آموزش مردم و گردشگران جهت استفاده بهینه و هدفمند از منافع و آثار مثبت گردشگری. 	<p>ضعفها</p>

۵. نتایج

بر اساس منابع نظری و مراحل پژوهش، مزیت‌ها و محدودیت‌های توسعه کانون‌های گردشگری در شهرستان شهرکرد به وسیله تحلیل SWOT مشخص گردید. نتایج تحلیل

کمی و کیفی هریک از مولفه های درونی و بیرونی مشخص شده نشان می دهد:

- سطح آسیب پذیری مناطق میزبان در توسعه کانون‌های گردشگری بالاست.
- مزیت‌های مناطق میزبان نسبت به محدودیتها در سطح پایینتری است.

• نیازمندی‌های مناطق میزبان شهرستان شهرکرد با توجه به نوع و میزان نقاط ضعف، بالاست.

- توزیع و تخصیص منابع جهت تهیه زیرساخت‌های گردشگری امری الزامی است.
- در بین نقاط قوت در مناطق میزبان بر مولفه وجود طبیعت بکر و چشم اندازهای زیبا به عنوان مهم‌ترین نقطه قوت توسعه کانون‌های گردشگری تاکید می‌شود.
- در بین نقاط ضعف، مولفه نامناسب بودن زیرساخت‌های موجود در مناطق میزبان، از بالاترین اهمیت برخوردار بوده و لازم است تا با مشارکت بخش‌های دولتی و خصوصی، این مورد به عنوان مانع توسعه کانون‌های گردشگری بر طرف گردد.
- از بین موارد فرصت‌های بیرونی، مؤلفه افزایش تمایل به بهره‌مندی از توسعه کانون‌های گردشگری جهت اشتغالزایی و جلوگیری از مهاجرت، به عنوان مهم‌ترین مولفه شناخته شده است. در این جهت مردم باید با تشکیل تشکل و نهادهای فعال موجبات بهره‌مندی از تسهیلات و امتیازات دولتی را فراهم سازند.
- از بین تهدیدهای خارجی مولفه بوجود آمدن مراکز گردشگر پذیر در نقاط دیگر، دارای بالاترین اهمیت می‌باشد. لذا لازم است با مهیا سازی جاذبه‌های گردشگری و انجام تبلیغات و فعالیت‌های جانبی، موجبات جذب هرچه بیشتر گردشگر را در کانون‌های گردشگری فراهم ساخت.

تعدادی از مولفه های SWOT در مطالعات دیگر همچون ۱- وجود طبیعت و چشم انداز و آب هوای مناسب، ۲- تولید غذای محلی و صنایع دستی، ۳- نبود آگاهی و مشارکت در جامعه میزبان، ۴- مراکز گردشگر پذیر دیگر و ۵- افزایش قیمت زمین و خدمات در منطقه میزبان با نتایج حاصله از این مطالعه دارای شباهت است اما استفاده از فرصت‌های موجود در مناطق میزبان بدون برنامه ریزی دقیق و وجود ضمانت اجرایی از سوی دولت به همراه سرمایه گذاری مناسب بخش خصوصی که با نظارت جدی همراه باشد، مقدور نمی باشد. (کارتی، ۲۰۰۷) ضعف زیرساختها در مناطق میزبان دارای بازخورد نامناسبی در جذب گردشگران است که این امر جز با مشارکت بخش خصوصی در سرمایه گذاری برطرف نخواهد شد. (زاهدی، ۱۳۸۲) جهت دستیابی به اهداف توسعه کانون‌های گردشگری به عنوان عامل مکمل فعالیت‌های مناطق میزبان لازم است برای حفظ طبیعت بکر و چشم اندازها به عنوان مهم‌ترین جاذبه گردشگری، از اصول مدیریت حفاظت محیط زیست و

قوانین مربوطه، به همراه ضمانت اجرائی آن استفاده کرد. باید اشاره کرد جهت تحقق اهداف حفاظت محیط زیست، حضور و مشارکت مسئولانه مردم محلی الزامی است. (شرکت جهاد تحقیقات آب و انرژی، ۱۳۸۶، ۲۱۴) ولیکن به علت ضعف بنیه مالی ساکنان مناطق میزبان، توان و انگیزه مشارکت جدی در توسعه کانون‌های گردشگری در سطح پایینی است. برای ارتقاء توان و انگیزه باید از تسهیلات بخش دولتی در این جهت بهره گرفت. اگرچه در این مطالعه مولفه وجود دیگر مراکز گردشگر پذیر به عنوان مهم‌ترین تهدید بیرونی در توسعه کانون‌های گردشگری شناخته شد، اما با توجه به نامناسب بودن زیرساخت‌های گردشگری در مناطق میزبان، همین امر زمینه‌های پایین آمدن سطح آسیب پذیری مناطق میزبان را به علت تردد کمتر جمعیت گردشگر فراهم آورده است.

سخن پایانی

توسعه کانون‌های گردشگری غالباً با نقشی که در اصلاح اجتماعی و اقتصادی مناطق میزبان دارد از حساسیتهای ویژه‌ای برخوردار است. (کندلارس، ۱۹۹۷) با در نظر گرفتن مبانی و اصول گردشگری پایدار در مناطق میزبان میتوان بین جامعه میزبان، جامعه گردشگران، صنعت گردشگری و محیط طبیعی در راستای پایداری و انتفاع کلیه اجزاء، تعادل برقرار ساخت. مشارکت و آموزش مستمر جامعه میزبان در اجرا و ارائه فعالیت‌ها و خدمات گردشگری، توزیع مداوم سود و زیان میان جامعه میزبان و جامعه گردشگران، حفاظت فعالانه محیط زیست توسط جامعه میزبان و جامعه گردشگران، هدایت سرمایه گذاری‌های بخش خصوصی در ایجاد زیرساخت‌ها در چارچوب برنامه ریزی منطقه‌ای و محلی همراه با نظارت دولت و در نهایت ایجاد جاذبه و فعالیت‌های جدید در کنار جاذبه های اصلی برای ارتقاء و حفظ جذابیت کانون‌های گردشگری از عوامل توسعه موفقیت آمیز کانون‌های گردشگری و دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده آن می‌باشد. باید اشاره کرد همکاری و مسئولیت پذیری کلیه اجزاء صنعت گردشگری برای تبدیل آن به موقعیت برنده - برنده برای کلیه اجزاء الزامی است. ایجاد آگاهی برای جامعه میزبان مبتنی بر قابلیت کانون‌های گردشگری، برای تبدیل شدن به موقعیت شغلی مکمل، از اولین گام‌ها در توسعه کانون‌های گردشگری خواهد بود. به هر صورت توسعه کانون‌های گردشگری هم دارای اثرات مثبت و هم دارای اثرات منفی بر فرایند توسعه منطقه میزبان خواهد بود لذا

پایش مداوم و فعالانه دولت و سازمانهای مرتبط برای هدایت صحیح توسعه کانون‌های گردشگری لازم و ضروری می‌باشد. استفاده از برنامه ریزی نظامند و آگاهانه به شکل منطبق با شرایط جامعه و محیط میزبان در تمامی سطوح، متضمن موفقیت در توسعه کانون‌های گردشگری به عنوان مکمل فعالیت‌های مناطق میزبان خواهد بود.

منابع و ماخذ

- ۱- امیریان، س. (۱۳۸۷)، قوانین ومقررات تسهیل کننده سرمایه گذاری در بخش گردشگری ایران، انتشارات نورعل، چاپ اول، تهران.
- ۲- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۸۷)، مجموعه قوانین و مقررات حاکم بر طبیعت گردی و اکوتوریسم در ایران، تهران .
- ۳- شرکت جهاد تحقیقات آب وانرژی، (۱۳۸۶)، پروژه سند ملی توسعه و مدیریت طبیعت گردی در کشور، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران، کمیته ملی طبیعت گردی ایران.
- ۴- رکن الدین افتخاری، ع؛ مهدوی، د، (۱۳۸۵)، راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT ، دهستان لواسان کوچک ، فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰ ، شماره ۲، تهران.
- ۵- زاهدی، ش، (۱۳۸۲)، چالشهای توسعه پایدار از منظر اکوتوریسم، نشریه مدرس دانشگاه تربیت مدرس، دوره ۷، شماره ۳، تهران.
- ۶- زاهدی، ش. (۱۳۸۵)، مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ اول، تهران.
- ۷- غفاری، ر، (۱۳۸۸)، اولویت بندی سرمایه گذاری و مکانیابی تاسیسات گردشگری در کانونهای توریستی استان چهارمحال و بختیاری، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان چهارمحال وبختیاری.
- 8- Abdullaev , A. (2001). Thesis: Rural Tourism and Sustainable Development in Hokkaido. Urban and Environmental Engineering department. Tokio university.
- 9- Bardolet, E., Sheldon, P. J. (2008). Tourism in Archipelagos Hawai'i and the Balearics. **Annals of Tourism Research**, Vol. 35, No. 4, pp. 900-923
- 10- Carty, J. (2007). Examining the Implementation of Sustainable Rural Tourism: An Irish Case Study. **Tourism Research Centre**. European Tourism and the Environment Conference Promotion and Protection, Achieving the Balance Europa Academy. Dublin Institute of Technology.
- 11- Clare, G. (2002). **Tourism Planning**, Basics, Concepts, Cases. Routledge, New York & London.

- 12- Dwyer, L. Edwards, D. Mistilis, N. Roman, C. Scott, N. (2009) Destination and enterprise management for a tourism future. **Tourism Management** 30, 63–74.
- 13- Friedel, M. Chewings , V. (2008). **Refining regional - development strategies - using a systems approach**. Central Australian Tourism Futures Stage 2. working paper 29. Desert knowledge crc.
- 14- Halme, M. (2001). **Learning for sustainable development tourism networks**. Business Strategy and the Environment. 10, 100–114.
- 15- Kandelaars,. P. Lutz . W. (1997). **A Dynamic Simulation Model of Tourism and Environment in the Yucatán Peninsula**. Interim Reports on work of the International Institute for Applied Systems Analysis. IIASA 18/April
- 16- Lepp, A . (2007). A case study of Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. **Tourism Management** 28, 876–885.
- 17- National Development Plan SWOT Workshop 2002. 24-25 April.
- 18- Patterson, T.Gulden, T. Cousins, K. Kraev, E. (2004). Integrating environmental, social and economic systems: a dynamic model of tourism in Dominica. **Ecological Modeling** 175, 121-136.
- 19- Reinhold TK., Diara A.(2000). The role of the tourism in development planning. Department of Business Management.
- 20- Rosentraub, M. S., Joo M. (2009). Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions? **Tourism Management** 30, 759–770.
- 21- Royo-Vela, M. (2008). Rural-cultural excursion conceptualization: A local tourism marketing management model based on tourist destination image measurement. **Tourism Management** (2008) 1–10 journal homepage.
- 22- Schianetz, K. (2005). **Challenges of Sustainability Assessment for Tourism Destinations**. 4th National Conference on Tourism Futures. 2-5 October. University of Queensland. Australia.
- 23- Sharpley J. R., (1997). **Rural Tourism: An introduction** , ITP, London
- 24- Sugiarti , R. Ernawati , D. Birtles , A. (****). *The potential for developing ecologically sustainable rural tourism in Surakarta, Indonesia: a case study* ,ASEAN Journal on Hospitality and Tourism, Vol. 2, pp. 78-90.
- 25- (WTTC). (IFTO). (IH&RA). (ICCL). (2002). **Industry as a partner for sustainable development**. International Federation of Tour Operators, International Council of Cruise Lines and United Nations Environment Programme.
- 26- Zhong, L. Dengb, J. Xiangc, B. (2008). Tourism development and the tourism area life-cycle model: A case study of Zhangjiajie National Forest Park, China. **Tourism Management** 29 , 841–856

