فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۲۸، شماره ٤، زمستان۱۳۹۲ ، شماره پیاپی ۱۱۱

کریم نادری مهدیی، استادیار دانشگاه بوعلی سینا همدان
مهری اذانی، استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد
احمد یعقوبی فرانی، استادیار دانشگاه بوعلی سینا همدان
مریم روستایی، دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد توسعه روستایی

K. Nadery Mahdei
M. Azani
A.Yaghoobi Farani
M.Roostaei

Email: Knadery@yahoo.com

شماره مقاله: ۹۲٤ صص: ٤٤-۳۱
وصول: ۱۳۹۱/۱۲/۵ پذیرش: ۱۳۹۲/۷/۱۳

واکاوی اثرات گردشگری در روستای ابیانه با استفاده از تکنیک SWOT

چکیده:

گردشگری صنعتی است که توسعهٔ آن نیازمند شناخت و آگاهی کافی از مسایل و عوامل مؤثر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در هر منطقه است. روستای ابیانه با توجه به ویژگی‌های محیطی، جاذبه‌های فرهنگی، طبیعی، مذهبی و انسانی که دارد، می‌تواند با مدیریت و برنامه‌ریزی علمی به قطب گردشگری مهمی در سطح منطقه تبدیل گردد و یکی از محورهای مهم گردشگری استان باشد. این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که گردشگری در روستای ابیانه چه آثار مثبت و منفی داشته است؟ بنابراین هدف این تحقیق بررسی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه گردشگری روستایی در ابیانه است. این پژوهش، از نوع تحقیقات کاربردی- توصیفی است که برای گردآوری داده‌ها از روش پیمایشی استفاده شده است. ابزار تحقیق پرسشنامه‌ای حاوی ۴۱ متغیر بود که برای تعیین روایی پرسشنامه از نظرات استادان و متخصصان مرتبط استفاده شد و برای پایایی ابزار تحقیق از پیش‌آزمون استفاده گردید و با استفاده از آزمون کرونباخ آلفا محاسبه شده(α =۰/۷۲) به اصلاح و حذف متغیرها پرداخته شد. حجم نمونه ۱۷۰ گردشگر بود که با استفاده از فرمول کوکران و نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. روش‌ها و تکنیک‌های آماری مورد استفاده در این تحقیق مشتمل بر انواع روش‌های توصیفی و تحلیل مؤلفه‌های اصلی بود که در قالب نرم‌افزار آماری SPSS و مدل SWOT انجام شد. نتایج حاصل از مدل SWOT، نشان می‌دهد که این روستا علی‌رغم برخورداری از ظرفیت تبدیل شدن به یک منطقه نمونه گردشگری، کمبود تسهیلات بهداشتی برای گردشگران با امتیاز وزنی۰/۴۷۵، کمبود تبلیغات مناسب جهت معرفی و شناساندن ابیانه با امتیاز وزنی ۰/۴۲، کمبود نیروی متخصص و آموزش دیده در بخش گردشگری و طبیعت‌گردی با امتیاز وزنی ۰/۴۰۸ و ناآشنایی اهالی در نحوه برخورد با گردشگران با امتیاز وزنی ۰/۳۳۵ را به عنوان موانع اساسی در راه رسیدن به این هدف در مقابل خود دارد. با این حال، معماری و بافت منحصر به فرد آن با امتیاز وزنی ۰/۳، وجود امکانات رفاهی مناسب نظیرهتل با امتیاز وزنی ۰/۱۸، اماکن تاریخی، باستانی و مذهبی جذاب در ابیانه با امتیاز وزنی ۰/۱۵۶ و وجود بازار صنایع‌دستی و محلی ابیانه ازجمله: لباس‌های سنتی، بافتنی، زیورآلات زنانه و غیره با امتیاز وزنی۰/۱۴۷، مهم‌ترین قوت‌های این منطقه تشخیص داده شده است. یافته‌های این تحقیق می‌تواند مستقیماً مورد استفاده برنامه‌ریزان و پژوهشگران و سازمان‌های اجرایی مرتبط با گردشگری روستایی قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی : توسعهٔ روستایی، توسعهٔ گردشگری، گردشگری روستایی، اثرات گردشگری، تکنیک SWOT.

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]

مقدمه

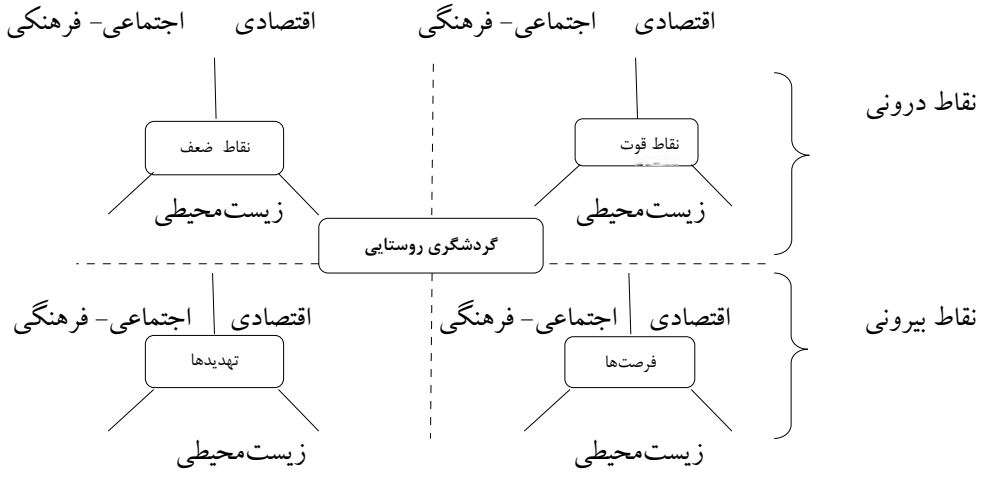
امروزه رشد جمعیت در مناطق روستایی، بدون سرمایه‌گذاری نظام‌مند در راستای تقویت زیرساخت‌های اقتصادی و متنوع سازی آن‌ها، به گسترش بیش از حد فعالیت‌های تولیدی و متکی بر منابع‌طبیعی انجامیده و این گسترش ناپایدار نیز به گونه‌ای محسوس به تخریب فزاینده منابع‌طبیعی موجود منجر شده است. گذشته از این پیامد منفی، با نرخ پایین بهره‌وری نیروی کار در نتیجه ماشینی شدن نامناسب، نرخ بالای بیکاری (پنهان و آشکار) در بخش تولیدات روستایی و گسترش فناوری سرمایه‌بر، ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار در تولید درآمد از طریق گسترش کارکردهای متکی بر منابع طبیعی در پاسخ به خیل عظیم بیکاران روستایی که بی‌بهره از سرمایه و مهارت لازم، ناگریز با مهاجرت به کلان‌شهرها حاشیه‌نشینی را گسترش می‌دهند، تاحدی غیر ممکن شده است (حیدری‌چیانه، ۱۳۸۳). از آن‌جا که رشد اقتصادی گردشگری بالاست، آن را می‌توان عمده‌ترین صنعت درآمدزا و اصلی‌ترین پشتوانهٔ اقتصادی جهان آینده پیش‌بینی کرد (موسوی، ۱۳۸۳)؛ به عبارتی دیگر صنعت گردشگری می‌تواند زمینه مناسبی برای سرمایه‌گذاری به حساب آید و با اتکای کمتر به منابع، فرصتی را در اختیار کشورهای کمتر توسعه یافته برای تحریک رشد اقتصادی در جهت تولید درآمد و اشتغال قرار دهد (موسوی به نقل از شریف زاده و مراد نژادی ، ۱۳۸۳). بنابراین در عرصه توسعه روستایی، گردشگری روستایی یکی از مفاهیم و اشکال توسعه است که در آن از منابع موجود در مناطق روستایی استفاده می‌شود، این روش توسعه کمترین تأثیر مخرب را دارد و از رهگذر ارتقای سطح بهره‌وری در مناطق روستایی، ایجاد اشتغال، اصلاح توزیع درآمد، حفظ محیط‌زیست روستا و فرهنگ بومی، جلب مشارکت مردم محلی و ارایه شیوه‌های مناسب برای منطبق ساختن باورها و ارزش‌های سنتی با شرایط امروزی، منافع روزافزونی را نصیب مناطق روستایی می‌سازد (خیاطی، ۱۳۸۲). در عصر حاضر، گردشگری روستایی یکی از بخش‌های مهم فعالیت‌های اقتصادی به شمار می‌آید، این فعالیت مهم اقتصادی از دیدگاه‌های متفاوتی مورد توجه قرار گرفته است. برخی محققین آن را به عنوان بخشی از بازار گردشگری می‌شناسند و عده‌ای نیز آن را سیاستی برای توسعه روستایی در نظر می‌گیرند. دستیابی به توسعه پایدار روستایی در گرو توجه به ارکان اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی در یک جامعه است و گردشگری به عنوان فعالیتی اثرگذار بر تمامی ارکان توسعه، بیش از گذشته نیازمند مطالعه است (رکن‌الدین‌افتخاری و قادری، ۱۳۸۱).

در خصوص موضوع تحقیق در ایران و جهان مطالعات پراکنده‌ای صورت گرفته است. مک دونالد و جولیف[1] (۲۰۰۳)، در کانادا به صورت پیمایشی، به بررسی صنعت گردشگری در مقایسه با صنایع سنتی روستایی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که گردشگری می‌تواند به عنوان یک ابزار پیشرفت برای بسیاری از روستاها و مکمل صنایع سنتی روستاها عمل کند. باکلی[2] (۲۰۰۸)، طی مطالعه‌ای در یکی از مناطق مکزیکو (یاکاتا) که به دلیل جاذبه‌های طبیعی تعداد زیادی از افراد را به سوی خود جلب کرده است، به شیوه پیمایشی و استفاده از پرسشنامه، به بررسی اثر حضور گردشگر در این منطقه پرداخت. او به این نتیجه رسید که حضور گردشگر بر ایجاد فرهنگ و الگوهای نو در منطقه تأثیرگذار بوده است، همچنین با وجود درآمدی که از گردشگرها به وجود می‌آید، اشتغال چندانی برای منطقه نیاورده و متأسفانه امنیت غذایی و تنوع‌زیستی در این منطقه مورد تهدید واقع شده است. رکن‌الدین افتخاری و مهدوی (۱۳۸۵)، با استفاده از روش پیمایشی، مطالعات میدانی و تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به شیوه SWOT، به ارایه راهبردی در جهت توسعه گردشگری در مناطق روستایی لواسان پرداخته‌اند. افتخاری و مهدوی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید منطقه مورد نظرشان را در چهار مبحث جداگانه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، اکولوژیکی و نهادی مورد مطالعه قرار داده‌اند. دهقان (۱۳۸۷)، در پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد خود به بررسی جاذبه‌های گردشگری روستایی روستاهای ناحیه

1-Macdonald & Joliffe
2- Buckly

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]

شمال غرب فارس با ترکیبی از روش‌های اسنادی، توصیفی، موردی، پیمایشی و تهیه پرسشنامه و استفاده از مدل SWOT پرداخته و در انتها راهکارهایی جهت استفاده بهینه و جلوگیری از تخریب جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی در این منطقه ارایه داده است. بهرامی (۱۳۸۶)، در پایان نامه کارشناسی ارشد خود به بررسی جاذبه گردشگری و نقش آن در توسعه شهرستان بروجن با ترکیبی از پژوهش‌های کتابخانه‌ای، اسنادی، آرشیوی، اینترنت و روش میدانی و همچنین استفاده از مدل SWOT پرداخته و در انتها تأثیر گردشگری بر توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی شهرستان بروجن و شناخت مشکلات و تنگناهای گردشگری در این شهرستان را ارایه کرده است. پورقاسمیان(۱۳۸۷)، درپژوهشی به بررسی فضاهای ناشناختهٔ شهری و روستایی درصنعت گردشگری شهرستان اصفهان در مورد قلعه‌ها، برج‌ها و مناره‌ها با ترکیبی از روش‌های کتابخانه‌ای، اسنادی، پیمایشی و استفاده از مدل SWOT پرداخته و در انتها شناخت این مناطق را به صورت الگو و مدل برای توسعه گردشگری سایر مناطق استان ارایه کرده است. تقوی(۱۳۸۵)، در پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد خود به بررسی گردشگری در کهگیلویه و نقش آن در توسعه منطقه‌ای با استفاده از مدل SWOT پرداخته و هر یک از عوامل قوت، ضعف، فرصت و تهدید را در چهار مبحث جداگانه اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، بوم‌شناختی و نهادی مورد مطالعه قرار داده‌اند. ابراهیم‌زاده و آقاسی‌زاده (۱۳۸۸)، در پژوهشی به تحلیل عوامل مؤثر برگسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل SWOT پرداخته‌اند. این تحقیق از نوع توصیفی، تحلیلی است و برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز از بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل SWOT استفاده کرده‌اند. تذکر رضایی (۱۳۸۹)، در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با استفاده از مدل SWOT و روش توصیفی، اسنادی و میدانی به تحلیل جذابیت‌های گردشگری در استان مازندران پرداخته است. هدف او در این تحقیق بررسی قابلیت‌های استان در زمینه گردشگری است تا فاصله بین وضع موجود و وضع مطلوب را شناسایی و برای آن برنامه‌ریزی کند. این برنامه‌ریزی‌ها براساس ماتریس SWOT انجام گرفته است. چارچوب نظری این تحقیق در شکل ۱ آمده است.



شکل ۱) چارچوب نظری تحقیق

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]

گردشگری روستایی، گزینهٔ شاخص بخش گردشگری است که می‌تواند توان‌های بالقوه طبیعی و ویژگی‌های فرهنگی را به سرمایه‌های بالفعل تبدیل نماید و رونق آن موجب اشتغال، اعتلای فرهنگی، حفاظت محیط‌زیست و تقویت موقعیت ایران در نظام بین‌المللی گردد(پناهنده،۱۳۸۱) و همچنین محرکی برای رشد اقتصادی است (مرادنژادی و نظری،۱۳۸۳؛ شریف‌زاده و مراد نژادی،۱۳۸۱) و بر بخش فرهنگی- اجتماعی و محیط‌زیست تأثیرات فراوانی دارد (علیقلی زاده و همکاران،۱۳۸۶؛ ریبریو و مارکوس[1] ، ۲۰۰۲).

در ایران با وجود موقعیت مناسب و مساعد جغرافیایی و برخورداری از مواهب طبیعی و فرهنگی، مسألهٔ گردشگری تاکنون جایگاه واقعی خود را نیافته است و سهم درآمد ارزی ایران از گردشگری به ویژه گردشگری روستایی در مقایسه با دیگر کشورهای جهان بسیار ناچیز می‌باشد (مراد نژادی و نظری، ۱۳۸۳). این در حالی است که در ایران، ضرورت توجه به صنعت گردشگری روستایی از جنبه‌های پاسخگویی به نیاز شهروندان، توسعهٔ سیاست‌های منطقه‌ای و محلی، جلب گردشگر و جلب سرمایه‌های خارجی قابل بررسی است (شهابیان، ۱۳۸۳)

روستای ابیانه یکی از روستاهای مهم استان اصفهان است که دارای قدمتی نزدیک به هزار و پانصد سال است و دارای پتانسیل‌ها و توان‌های بالقوه‌ای در زمینه صنعت گردشگری از قبیل زیارتگاه‌ها (هرِدِه، هینزا)، قلعه‌ها (پال هَمونه، هِرِده، پاله)، آب‌انبارها (میان‌ده، پُرزله، پالیزه، باغچه)، حسینیه‌ها، حمام‌ها، آسیاب‌ها، دروازه‌ها، خانقاه، آتشکده‌ها (هارپاک، هِرشوگاه، دژآتون) و جاذبه‌های طبیعی است و می‌توان آن‌را مصداق و الگوی گردشگری روستایی در کشور بیان نمود. لذا با توجه به موارد فوق و نیازهای روزافزون انسان به محیط‌های تفریحی و استراحتگاهی، لزوم شناخت مسایل گردشگری و امکانات آن در منطقه احساس می‌شود. به دلیل عدم شناخت دقیق قابلیت‌ها، نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری در روستای ابیانه، قاعدتاً برنامه‌ریزی‌های واقعیت‌گرا در راستای توسعه گردشگری این روستا به چشم نمی‌خورد؛ به عبارت دیگر شناخت دقیق نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای این روستا به عنوان الگوی گردشگری روستایی می‌تواند در ارتقاء رشد صنعت گردشگری این روستا و روستاهای مشابه کاربرد داشته باشد. لذا این تحقیق برآن است تا نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری روستای ابیانه را مورد بررسی قرار دهد.

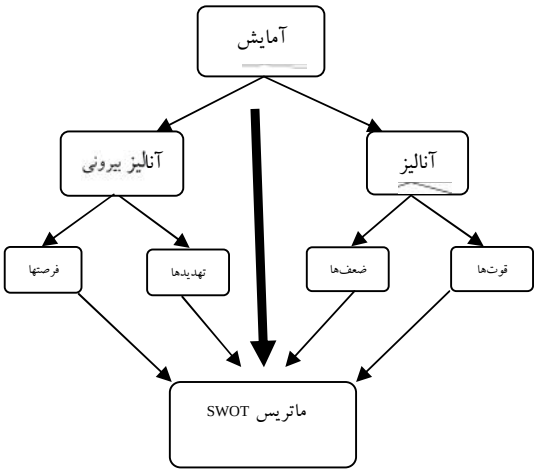
داده‌ها و روش پژوهش

مک‌میلان و شوماخر، تحقیقات را براساس هدف به سه دستهٔ بنیادی، کاربردی و تحقیق و توسعه[2] طبقه‌بندی می‌کنند (سرمد و همکاران، ۱۳۸۱)، که این تحقیق از این حیث تحقیقی کاربردی است. از نظر نحوهٔ گردآوری اطلاعات، طرح‌های تحقیق به دو گروه طرح‌های آزمایشی و طرح‌های غیرآزمایشی یا توصیفی طبقه‌بندی می‌شوند و از زیرمجموعه‌های طرح توصیفی می‌توان به تحقیق پیمایشی[3]، تحقیق همبستگی[4]، تحقیق پس-رویدادی[5]، اقدام پژوهی[6] و مطالعه موردی[7] اشاره نمود (سرمد و همکاران، ۱۳۸۱)، که از این حیث مدل و طرح تحقیق توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق، گردشگرانی بودند که در مقطع زمانی بهار و تابستان ۱۳۸۹ از روستای ابیانه بازدید داشتند. ابزار تحقیق پرسشنامه‌ای با ۴۱ متغیر بود که به فراخور نوع متغیرها، در سه سطح اسمی، رتبه‌ای و فاصله‌ای سنجیده شده‌اند. جهت روایی پرسشنامه از نظرات استادان و متخصصان مربوطه در رشته‌های توسعهٔ پایدار روستایی، توسعهٔ روستایی، جغرافیا گرایش برنامه‌ریزی، استفاده شد و برای پایایی ابزار تحقیق از پیش‌آزمون استفاده شد، به‌طوری‌که

1- Ribeiro & Marques
2 -Research & Development
3 -Survey research
4 -Correlation research
5 -Ex-post Facto research
6 -Action research
7 -Case Study

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]

تعداد ۳۰ پرسشنامه به‌صورت اولیه (پیش آهنگ) تکمیل گردید و با استفاده از آزمون کرونباخ آلفا محاسبه شده (۰/۷۲) به اصلاح و حذف متغیرها پرداخته شد. حجم نمونه ۱۷۰ گردشگر بود که با استفاده از فرمول کوکران و نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند و به پرسشنامه پاسخ دادند. روش‌ها و تکنیک‌های آماری مورد استفاده در این تحقیق مشتمل بر انواع روش‌های توصیفی و تحلیل مؤلفه های اصلی بود که در قالب نرم‌افزار آماری SPSS و تکنیک SWOT انجام شد. در تجزیه و تحلیل داده‌ها، علاوه بر توصیف داده‌ها به وزن‌دهی متغیرها پرداخته شد. به منظور تعیین و تشخیص مناسب بودن داده ها برای تحلیل مؤلفه اصلی برای وزن‌دهی مؤلفه‌ها، از آزمون کیسر[1] و آزمون بارتلت[2] استفاده گردید. میزان آماره KMO در پرسشنامه گردشگران ۰/۷۲ می‌باشد که بیانگر این واقعیت است که وزن‌دهی مؤلفه‌ها با استفاده از تحلیل مؤلفه اصلی قابل قبول بوده است و نتیجه آزمون بارتلت نیز معنی‌دار شده است. به طور کلی، چارچوب تحلیل SWOT در این پژوهش به صورت ذیل است (شکل ۲) :



شکل ۲) چارچوب تحلیل SWOT

از دیدگاه این تکنیک، 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 و فرصت‌ها و تهدیدها در چهار حالت کلی WO, SO,WT, ST پیوند داده می‌شوند و گزینه‌های استراتژی از بین آنها انتخاب می‌شوند(هریسون و جان، ۱۳۸۲).

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در دو بخش توصیف متغیرهای فردی و تحلیل در چارچوب سوآت بیان شده است که به ترتیب آورده شده است:

یافته‌های توصیفی

سن پاسخگویان پرسشنامه بین ۱۸ تا ۵۸ سال متغیر بود و کمترین درصد متعلق به بالای ۴۰ سال می‌باشد. بیشترین درصد گردشگران در بین سنین ۳۰-۲۰ سال قرار دارد. به لحاظ تحصیلات، تحصیلات ۱/۲ درصد گردشگران دکتری، ۱۰/۶ درصد فوق‌لیسانس، ۴۴/۱ درصد لیسانس، ۱۴/۷ درصد فوق‌دیپلم و ۲۹/۴ درصد دیپلم می‌باشد. این آمارها حاکی از بالا بودن سطح سواد پاسخگویان به پرسشنامه‌ها می‌باشد. تحصیلات اکثر گردشگران در سطح لیسانس است و تنها دو

1- Kaiser- Meyer- Olkin
2- Bartlett Test

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]

نفر از آنان در سطح دکتری تحصیلات دارند. ۳۵/۳ درصد از گردشگران به دلیل معماری و بافت منحصر به فرد ابیانه، به این روستا آمده‌اند که بیشترین درصد و فراوانی را دارد. دومین دلیل انتخاب ابیانه به فرهنگ و آداب و رسوم این روستا برمی‌گردد که ۲۰/۶ درصد از گردشگران به این دلیل به ابیانه آمده‌اند. سومین دلیل انتخاب ابیانه برای گردشگری به جاذبه‌های طبیعی این روستا برمی‌گردد که ۲۰ درصد از گردشگران این عامل را انتخاب کرده‌اند.

جاذبه‌های تاریخی با ۱۵/۹ درصد و وجود تبلیغات با ۸/۲ درصد به ترتیب در دلیل‌های بعدی انتخاب ابیانه قرار می‌گیرند. از نظر استان محل سکونت گردشگران، بیشترین گردشگران به ترتیب از استان‌های تهران با ۳۹/۴ درصد، اصفهان با ۱۵/۳ درصد، فارس با ۱۰ درصد، مرکزی با ۶/۵ درصد و یزد با ۵/۹ درصد به ابیانه آمده‌اند که از نظر مسافتی تا حد زیادی قابل توجیه است. ۳۲/۹ درصد از گردشگران از سایر استان‌ها به این روستا آمده‌اند. کمترین درصد متعلق به استان قزوین با ۱/۲ درصد است.

تحلیل SWOT

جهت تحلیل SWOT نیاز به تدوین سه مدل می‌باشد که بر اساس آن‌ها ماتریس راهبردهای توسعه گردشگری مشخص می‌گردد. این مدل‌ها عبارت‌اند از(هانگر و ویلن[1]، ۱۳۸۴): مدل خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل داخلی[2] ، مدل خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل خارجی[3]، مدل خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک[4]. به منظور استخراج مدل عوامل مختلف لازم است برای هر عامل وزن مناسب انتخاب شود که برای همین منظور روش‌های مختلف وزن‌دهی وجود دارد که در این تحقیق از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی استفاده شد که مختصات تحلیل مورد استفاده و وزن‌های استخراج شده به شرح جدول می باشد.

جدول۱) آماره کیسر و سطح معنی‌داری آزمون بارتلت مربوط به مناسبت داده‌ها برای تحلیل مؤلفه‌های اصلی

آزمون کیسر	۰/۷۲	
آزمون بارتلت	کای‌اسکور	۲/۱۳۶E۳
	درجه‌آزادی	۵۹۵
	سطح معناداری	۰

جهت جلوگیری از تکرار مطالب، وزن های استخراج شده در ستون دوم جداول ۳،۲، ۴ و ۵ آورده شده است.

یافته‌های مدل تجزیه و تحلیل عوامل داخلی توسعه گردشگری

مهم‌ترین نقاط قوتی که گردشگری ابیانه از آن برخوردار است، معماری و بافت منحصر به فرد آن با امتیاز وزنی ۰/۳، وجود امکانات رفاهی مناسب نظیر هتل با امتیاز وزنی ۰/۱۸، جاذبه‌های تاریخی و باستانی و مذهبی جذاب در آن با امتیاز وزنی ۰/۱۵۶، وجود بازار صنایع دستی و محلی با امتیاز وزنی ۰/۱۴۷ می‌باشد.

همچنین موقعیت جغرافیایی این روستا و ترکیب توپوگرافی آن برای گردشگران به عنوان نقاط قوت کم اهمیت شناسایی شده است.

1- Hunger & Villen
2- Internal Factors Analysis Summary (IFAS)
3 - External Factors Analysis Summary (EFAS)
4- Startegic Factors Analysis Summary (SFAS)

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]

جدول ۲) نتایج تجزیه و تحلیل نقاط قوت توسعهٔ گردشگری در ابیانه

نقاط قوت	وزن	درجه‌بندی*	امتیاز وزنی
S1 = معماری و بافت منحصر به فرد ابیانه	۰/۰۶	۵	۰/۳
S2 = امکانات رفاهی مناسب نظیر هتل	۰/۰۴۵	۴	۰/۱۸
S3 = اماکن تاریخی و باستانی و مذهبی جذاب در ابیانه	۰/۰۵۲	۳	۰/۱۵۶
S4 = بازار صنایع دستی و محلی ابیانه	۰/۰۴۹	۳	۰/۱۴۷
S5 = گسترش انواع خدمات ارتباطی مورد نیاز	۰/۰۴۳	۳	۰/۱۲۹
S6 = مستعد بودن ابیانه برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	۰/۰۴۲	۳	۰/۱۲۶
S7 = وجود پایگاه پژوهشی و موزه مردم شناسی در ابیانه	۰/۰۳۵	۲	۰/۰۷
S8 = داشتن آب و هوایی مطبوع و دلپذیر	۰/۰۲۲	۳	۰/۰۶۶
S9 = دسترسی آسان و مناسب برای گردشگران	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۵۲
S10 = ترکیب توپوگرافی متعدد	۰/۰۱۳	۳	۰/۰۳۹
S11 = موقعیت جغرافیایی	۰/۰۰۵	۳	۰/۰۱۵
جمع	۰/۳۹۲		۱/۲۸

*مقیاس: خیلی کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴، خیلی زیاد=۵.

در زمینهٔ نقاط ضعف، کمبود تسهیلات بهداشتی برای گردشگران با امتیاز وزنی ۰/۴۷۵، کمبود تبلیغات مناسب جهت معرفی و شناساندن ابیانه با امتیاز وزنی ۰/۴۲، نبود نیروی متخصص و آموزش‌دیده در بخش گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۴۰۸ و ناآشنایی اهالی در نحوهٔ برخورد با گردشگران با امتیاز وزنی ۰/۳۳۵، به عنوان مهم‌ترین نقاط ضعفی است که انتخاب شده است. جدول (۳) سایر نقاط ضعف را با امتیازبندی نشان می‌دهد.

جدول ۳) نتایج تجزیه و تحلیل نقاط ضعف توسعهٔ گردشگری در ابیانه

نقاط ضعف	وزن	درجه‌بندی*	امتیاز وزنی
W1= کمبود تسهیلات بهداشتی برای گردشگران	۰/۰۹۵	۵	۰/۴۷۵
W2= کمبود تبلیغات مناسب جهت معرفی و شناساندن ابیانه	۰/۱۰۵	۴	۰/۴۲
W3= کمبود نیروی آموزش‌دیده در بخش گردشگری	۰/۱۰۲	۴	۰/۴۰۸
W4= ناآشنایی اهالی در نحوه برخورد گردشگران	۰/۰۶۷	۵	۰/۳۳۵
W5= کاهش کیفیت جاذبه‌های گردشگری در ابیانه	۰/۰۸۶	۳	۰/۲۸۵
W6= نامناسب بودن تاسیسات وتجهیزات تفریحی و مذهبی	۰/۰۷۶	۲	۰/۱۵۲
W7= تعارض و تضاد فرهنگی بین گردشگران و مردم	۰/۰۴۶	۳	۰/۱۳۸
W8= فاصله زیاد ابیانه تا جاده اصلی	۰/۰۲۹	۴	۰/۱۱۶
W9= نبود امکان دسترسی ریلی	۰/۰۰۲	۲	۰/۰۰۴
جمع	۰/۶۰۸		۲/۳۳۳

*مقیاس: خیلی کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴، خیلی زیاد=۵.

نبود امکان دسترسی ریلی، فاصله زیاد ابیانه تا جاده اصلی و تعارض و تضاد فرهنگی بین گردشگران و مردم از کم‌اهمیت‌ترین نقاط ضعفی است که گردشگری ابیانه از آن برخوردار است.

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]

شایان ذکر است که جمع کل وزن عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها)، یک شده است که به طور تقریبی ۰/۴ آن‌را نقاط قوت و ۰/۶ آن‌را نقاط ضعف توجیه می‌کند و امتیاز وزنی کل ۳/۶۱ می‌باشد که بیانگر اهمیت‌دار بودن این متغیرهای نقاط‌قوت و ضعف در توسعهٔ گردشگری روستای ابیانه است و به نوعی واکنش توسعهٔ گردشگری را به این عوامل موجود داخلی نشان می‌دهد.

نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی توسعهٔ گردشگری

قاعدتاً عوامل خارجی در دو مقولهٔ تهدیدها و فرصت‌ها تحلیل می‌شود. در زمینهٔ فرصت‌های توسعهٔ گردشگری در ابیانه، افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این منطقه با امتیاز وزنی ۰/۵۴۴، افزایش توجه دولت به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستایی با امتیاز وزنی ۰/۴۴۴ و گسترش رسانه‌های جمعی و اطلاع‌یابی مردم از جاذبه‌های ابیانه با امتیاز وزنی ۰/۳۸۸، به عنوان مهم‌ترین نقاط فرصتی است که پیش روی ابیانه می‌باشد.

جدول ٤) نتایج تجزیه و تحلیل فرصت‌های توسعهٔ گردشگری در ابیانه

فرصت‌ها	وزن	درجه‌بندی*	امتیاز وزنی
O1= افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	۰/۱۳۶	۴	۰/۵۴۴
O2= افزایش توجه دولت به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	۰/۱۱۱	۴	۰/۴۴۴
O3=گسترش رسانه های جمعی و اطلاع یابی مردم از جاذبه های ابیانه	۰/۰۹۷	۴	۰/۳۸۸
O4= وجود نیروهای متخصص بومی برای معرفی پتانسیل‌ها در منطقه	۰/۰۵۲	۳	۰/۱۵۶
O5= تدوین و تصویب قوانین و مقررات جهت توسعه گردشگری	۰/۰۴۱	۳	۰/۱۲۳
O6= توانمند کردن سرویس‌های آتش نشانی، پلیس	۰/۰۴۶	۲	۰/۰۹۲
O7= ایجاد و افزایش انگیزه برای مسافرت و تفریح	۰/۰۱۲	۲	۰/۰۲۴
O8= توانایی جذب گردشگر از کشورهای خارجی	۰/۰۰۳	۲	۰/۰۰۶
جمع	۰/۴۹۸		۱/۷۷۷

*مقیاس: خیلی کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴، خیلی زیاد=۵.

از دیدگاه پاسخگویان، مهم‌ترین تهدیدهایی که ابیانه با آن روبروست، شامل : کاهش امنیت اجتماعی و پایین بودن بودجه دولتی برای توسعه گردشگری روستایی با امتیاز وزنی ۰/۴، بالا بودن نرخ مهاجرت روستا به شهر در بین اهالی ابیانه با امتیاز وزنی ۰/۳۸۸ و استفاده نامطلوب از جاذبه های طبیعی و تاریخی و تخریب آن‌ها با امتیاز وزنی۰/۳۲ می‌باشد. جدول ۵، نتایج تجزیه و تحلیل تهدیدهای توسعه گردشگری ابیانه را نشان می‌دهد.

گردشگران تغییر بدون برنامهٔ کاربری اراضی با امتیاز وزنی ۰/۰۱۵ و رقابت سایر روستاها و افزایش امکانات در روستاهای رقیب با امتیاز وزنی ۰/۰۴ را به عنوان عواملی که توسعه گردشگری ابیانه را کمتر تهدید می‌کنند، شناسایی کرده‌اند.

شایان ذکر است که جمع کل وزن عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)، یک شده است که به طور تقریبی ۰/۵ آن را فرصت‌ها و ۰/۵ آن‌را تهدیدها توجیه می‌کند و امتیاز وزنی کل ۳/۶۴ می‌باشد که نشان دهندهٔ این است که سیستم گردشگری روستای ابیانه می‌تواند از این پتانسیل‌ها (عوامل موجود و بالقوه خارجی) به بهترین نحو استفاده کند و برای پیشبرد اهداف گردشگری نقاط قوت را تحکیم بخشیده و با برنامه‌ریزی صحیح نقاط ضعف را تا آنجا که امکان دارد، کاهش دهد.

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]

جدول ۵) نتایج تجزیه و تحلیل تهدیدهای توسعهٔ گردشگری در ابیانه

تهدیدها	وزن	درجه‌بندی*	امتیاز وزنی
T1= کاهش امنیت اجتماعی	۰/۱	۴	۰/۴
T2= پایین بودن بودجه دولتی برای توسعه گردشگری روستایی	۰/۱	۴	۰/۴
T3= بالا بودن نرخ مهاجرت روستا به شهر در بین اهالی ابیانه	۰/۰۹۷	۴	۰/۳۸۸
T4= استفاده نامطلوب از جاذبه های طبیعی و تاریخی و تخریب آنها	۰/۰۸	۴	۰/۳۲
T5= مدیریت نادرست یا ناکارآمد در برنامه ریزی گردشگری ابیانه	۰/۱	۳	۰/۳
T6= رقابت سایر روستاها و افزایش امکانات در روستاهای رقیب	۰/۰۲	۲	۰/۰۴
T7= تغییر بدون برنامه‌ی کاربری اراضی	۰/۰۰۵	۳	۰/۰۱۵
جمع	۰/۵۰۲		۱/۸۶۳

*مقیاس: خیلی کم=۱، کم=۲، متوسط=۳، زیاد=۴، خیلی زیاد=۵.

تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک

در ماتریس خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک، با استفاده از جداول تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی و ترکیب آنها، مهم‌ترین عوامل استراتژیک درگردشگری ابیانه ارایه گردیده است. در واقع، با تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک، برنامه‌ریزانی که تصمیم‌های استراتژیک را اتخاذ می‌کنند، می‌توانند نقاط قوت، نقاط ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها را به تعداد کمتری از عوامل محدود نمایند. این کار با بررسی دوباره وزن‌های هر یک از عوامل موجود در جدول‌های تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی، انجام گرفته است.

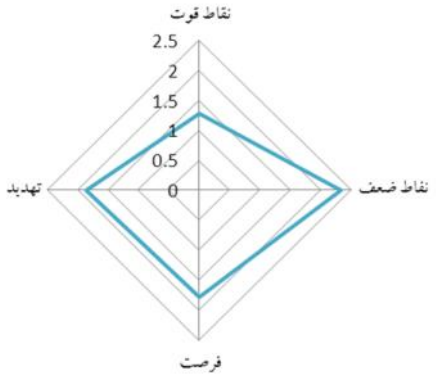
جدول ٦) ماتریس خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک

عوامل استراتژیک	وزن	درجه‌بندی	امتیاز وزنی	برنامه‌ریزی		
				کوتاه‌مدت	میان‌مدت	بلندمدت
S1= معماری و بافت منحصر به فرد	۰/۰۴۳	۵	۰/۲۱۵	*		*
S2= اماکن تاریخی و مذهبی جذاب	۰/۰۳۷	۳	۰/۱۱۱	*	*	*
S3= بازار صنایع دستی و محلی	۰/۰۳۵	۳	۰/۱۰۵	*	*	
S4= امکانات رفاهی مناسب نظیر هتل	۰/۰۳۱	۳	۰/۰۹۳			*
W1= فقدان تبلیغات مناسب	۰/۰۷۵	۴	۰/۳	*	*	
W2= کمبود نیروی آموزش‌دیده	۰/۰۷۳	۴	۰/۲۹۲	*	*	*
W3= کمبود تسهیلات بهداشتی	۰/۰۶۸	۵	۰/۳۴	*	*	
W4= کاهش کیفیت جاذبه‌ها	۰/۰۶۲	۳	۰/۱۸۶	*	*	*
O1= افزایش سرمایه‌گذاری خصوصی	۰/۱	۴	۰/۴	*	*	*
O2= افزایش سرمایه‌گذاری دولتی	۰/۰۸	۴	۰/۳۲	*	*	*
O3= گسترش رسانه های جمعی	۰/۰۷	۴	۰/۲۸	*		
O4= توسعه منابع انسانی محلی	۰/۰۴	۳	۰/۱۲	*	*	*
T1= کاهش امنیت اجتماعی	۰/۰۷۲	۴	۰/۲۸۸	*	*	
T2= پایین بودن بودجه دولتی	۰/۰۷۲	۴	۰/۲۸۸	*	*	*
T3= مدیریت ناکارآمد در گردشگری	۰/۰۷۲	۳	۰/۲۱۶	*		*
T4= بالا بودن نرخ مهاجرت اهالی	۰/۰۷	۴	۰/۲۸	*	*	*
جمع	۱		۳/۸۳			

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]

در واقع، سنگین‌ترین عوامل موجود در این دو جدول، باید به جدول تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک منتقل شوند. در این مرحله از آنجایی که مجموع وزن‌ها باید یک شود، نیاز به تعدیل و تغییر وزن‌های قبلاً محاسبه شده در دو جدول مذکور است (هانگر و ویلن، ۱۳۸۴). بنابراین، مهم‌ترین عوامل استراتژیک در جدول (۶) بیان شده است.

واکاوی نظرات گردشگران در رابطه با توسعه گردشگری ابیانه با مدل SWOT بیانگر این واقعیت است که ضعف‌ها و تهدیدهای گردشگری ابیانه بیشتر از قوت‌ها و فرصت‌های آن است و این مسأله نیاز به واکاوی و ارایه راهبردهایی جهت بهره‌مندی بهینه از نقاط قوت و فرصت‌ها برای مقابله با نقاط ضعف و تهدیدهای توسعه گردشگری در این روستا را ضروری می‌سازد. براساس شکل ۳، پاسخگویان در وهله اول ضعف‌های گردشگری را در این روستا از بقیه نقاط بیشتر می‌دانند و در مراحل بعدی تهدید، فرصت و قوت‌ها را قرار می‌دهند.



شکل ۳)جایگاه نقاط swot از دیدگاه گردشگران

ماتریس راهبردهای توسعهٔ گردشگری در ابیانه

ماتریس SWOT امکان تدوین چهار راهبرد متفاوت را فراهم می‌آورد. در واقع، برحسب وضعیت سیستم چهار دسته راهبرد را که از نظر درجه کنشگری متفاوت هستند، می‌توان تدوین کرد :

راهبرد دفاعی[1] : در این حالت سیستم نه با فرصت و نه با قوت محیط داخلی مواجه می‌باشد، بلکه از بعد داخلی با ضعف و از نظر خارجی با تهدیدهای متعددی مواجه می‌باشد و بهترین استراتژی، استراتژی کاهشی خواهد بود.

راهبرد انطباقی (بازنگری)[2] : تلاش دارد با کاستن از ضعف‌ها، حداکثر استفاده را از فرصت‌های موجود ببرد.

راهبرد اقتضایی(تنوع)[3]: راهبرد اقتضایی بر پایه بهره‌گرفتن از قوت‌های سیستم برای مقابله با تهدیدها تدوین می‌شود و هدف آن به حداکثر رساندن نقاط قوت و به حداقل رساندن تهدیدهاست.

راهبرد تهاجمی- رقابتی[4] : تمام سیستم‌ها خواهان وضعیتی هستند که قادر باشند همزمان قوت و فرصت‌های خود را به حداکثر برسانند. برخلاف راهبرد دفاعی که یک راه‌حل واکنشی[5] است، راهبرد تهاجمی یک راه‌حل کنشگر[6] است. در چنین وضعیتی سازمان با استفاده از نقاط قوت خویش برای گسترش بازار تولیدات و خدمات خود گام برمی‌دارد. هر یک از این راهبردها بر اساس ماتریس خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک تنظیم می‌گردد.

1-WT
2 - WO
3 - ST
4 - SO
5- Reactive
6- Proactive

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]

جدول ۷) ماتریس راهبردهای توسعهٔ گردشگری در ابیانه

تحلیل SWOT درونی بیرونی	**نقاط قوت** ۱- مستعد بودن ابیانه برای سرمایه‌گذاری ۲- معماری و بافت منحصر به فرد ۳- اماکن تاریخی و مذهبی جذاب ۴- موقعیت جغرافیایی ۵- ترکیب توپوگرافی متعدد ۶- داشتن آب و هوایی مطبوع و دلپذیر ۷- دسترسی آسان و مناسب ۸- وجود پایگاه پژوهشی ۹- وجود امنیت برای گردشگران ۱۰- گسترش انواع خدمات ارتباطی مورد نیاز ۱۱- وجود آتشکده هرپارک ۱۲- بازار صنایع دستی و محلی ۱۳- وجود امکانات رفاهی مناسب نظیر هتل	**نقاط ضعف** ۱- نبود امکان دسترسی ریلی مناسب ۲- کمبود تسهیلات بهداشتی ۳- ناآشنایی اهالی در نحوه برخورد با گردشگران. ۵- نامناسبی تاسیسات تفریحی و مذهبی ۶- فقدان تبلیغات مناسب ۷- کمبود نیروی متخصص و آموزش دیده ۸- فاصله زیاد ابیانه تا جاده اصلی ۹- تعارض و تضاد فرهنگی بین گردشگران و مردم ۱۰- کاهش کیفیت جاذبه های گردشگری
فرصت‌ها ۱- توانایی جذب گردشگر خارجی ۲- ایجاد و افزایش انگیزه برای مسافرت ۳- افزایش سرمایه‌گذاری دولتی ۴- افزایش سرمایه‌گذاری خصوصی ۵- وجود نیروهای متخصص بومی برای معرفی پتانسیل‌ها در منطقه ۶- توانمند کردن سرویس‌های آتش نشانی، پلیس و نیروهای انتظامی ۷- تدوین و تصویب قوانین و مقررات جهت توسعه گردشگری ۸-گسترش رسانه های جمعی	**راهبردهای رقابتی/ تهاجمی (SO):** - معرفی مزیت‌های نسبی ابیانه در زمینه سرمایه-گذاری‌های خصوصی و دولتی گردشگری. حفظ، نگهداری و بازسازی اماکن مذهبی (مسجدها، زیارتگاه‌ها و حسینیه‌ها) در راستای توسعه پایدار گردشگری مذهبی. - حفظ و نگهداری و احیاء اماکن تاریخی (آتشکده‌ها، قلعه‌ها، آب‌انبارها) جهت توسعه گردشگری تاریخی. - حفظ و نگهداری و احیاء معماری و بافت روستا توسعه گردشگری فرهنگی.	**راهبردهای بازنگری (WO):** - سرمایه‌گذاری مناسب در بخش‌های فرهنگی و آموزشی مردم محلی و توسعه منابع انسانی جهت رفع کمبود نیروی متخصص. - سرمایه‌گذاری مناسب جهت توسعه تسهیلات بهداشتی. - سرمایه‌گذاری مناسب جهت تبلیغات جاذبه‌های روستا و آگاه‌سازی. به‌کارگیری مدیریت تخصصی در بخش‌های گردشگری و همچنین ثبات در مدیریت برای اجرای طرح‌های بلندمدت.
تهدیدها ۱- بالا بودن نرخ مهاجرت روستا به شهر ۲- فقدان امنیت اجتماعی ۳- مدیریت ناکارآمد در برنامه‌ریزی گردشگری ۴- پایین بودن بودجه دولتی برای توسعه گردشگری ۵- تغییر بدون برنامه‌ی کاربری اراضی ۶- رقابت سایر روستاها و افزایش امکانات در روستاهای رقیب ۷- استفاده نامطلوب از جاذبه های طبیعی و تاریخی و تخریب آن‌ها	**راهبردهای تنوع (ST):** - گسترش و متنوع کردن بازار صنایع دستی و محلی جهت اشتغال‌زایی برای نگهداشت جوانان روستا. - توسعه حفاظت و نگهداری از اماکن تاریخی و مذهبی جذاب در راستای اشتغال‌زایی. - حفاظت و نگهداری مناسب از اماکن تاریخی، مذهبی و طبیعی در راستای جلوگیری از کاهش امنیت اجتماعی. - جهت رفع تهدید کمی بودجه دولتی، استفاده از سرمایه‌های حاصل از گردشگری از جمله افزایش ارزش زمین و فروش صنایع‌دستی مطرح می‌شود -به‌کارگیری رویکرد برنامه‌ریزی مبتنی بر اجتماع محلی برای مقابله با تهدید مدیریت نادرست پیشنهاد می‌گردد تا گردشگری با یک برنامه‌ریزی مناسب، مدیریت مطلوبی داشته باشد.	**راهبردهای تدافعی (WT):** - جهت رفع کمبود تبلیغات در این روستا، آگاه-سازی گردشگران از طریق راه‌اندازی بانک اطلاعات گردشگری پیشنهاد می‌گردد - استفاده از افراد محلی آموزش‌دیده به عنوان راهنمای گردشگری رفع کمبود نیروی متخصص پیشنهاد می‌گردد. - برای رفع کمبود خدمات بهداشتی، تعیین مکان-هایی جدید با کیفیت مناسب به نوعی که به بافت روستا آسیب وارد نکند، پیشنهاد می‌گردد. - هماهنگی بین مدیران منطقه و دیگر سازمان‌های مرتبط با گردشگری و هم‌چنین استفاده از مدیریتی واحد و متخصص پیشنهاد می‌گردد. - با توجه به پایین بودن بودجه دولتی در مناطق روستایی، استفاده از سایر ارگان‌هایی که به مناطق گردشگری کمک می‌کنند پیشنهاد می‌گردد، از جمله سازمان جهانی گردشگری.

راهبرد کنونی در این تحقیق، راهبرد دفاعی است. سهم هر یک از این راهبردها به ترتیب عبارت است از : راهبرد بازنگری، راهبرد تنوع و در نهایت راهبرد رقابتی.

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]

نتیجه گیری و پیشنهادها

براساس یافته های اشاره شدهٔ فوق، نتیجه‌گیری‌ها و پیشنهادهای زیر قابل ذکر است:

– کمبود تسهیلات بهداشتی برای گردشگران، یکی از نقاط ضعف بارز در ابیانه است و برای گردشگران زیادی که وارد این روستا می‌شوند، یک معضل می‌باشد و به عنوان یک عامل استراتژیک منفی در توسعه گردشگری شناخته شده است.

– کمبود تبلیغات مناسب جهت معرفی و شناساندن ابیانه، به عنوان یک عامل استراتژیک منفی در توسعه گردشگری شناخته شده است. تبلیغات مناسب و اطلاع‌رسانی صحیح نیاز به حمایت‌های میراث فرهنگی و گردشگری مربوطه دارد. در این راستا پیشنهادهای زیر مناسب می‌باشد :

– تهیه و توزیع بورشورها و کاتالوگ‌های متناسب با شرایط منطقه و گردشگران؛

– به‌کارگیری کارشناسان آگاه و مطلع در جاذبه‌های گردشگری روستا برای ارایه اطلاعات صحیح؛

– استفاده از راهنمایان ورزیده و مطلع در مراکز اطلاعاتی و خدمت‌رسانی؛

– کمبود نیروی متخصص و آموزش دیده در بخش گردشگری و طبیعت‌گردی، به عنوان یک عامل استراتژیک منفی در توسعه گردشگری شناخته شده است. این نقطه ضعف می‌تواند دلایل زیادی داشته باشد، از جمله فقدان جاذبه لازم برای ماندن جوانان تحصیل کرده در روستا.

در مقابل نقاط ضعف بیان شده، مهم‌ترین قوت‌های استراتژیک توسعه گردشگری در این روستا عبارت است از:

– ابیانه با معماری و بافت منحصر به فرد آن موجب ارتقاء توسعهٔ گردشگری در این منطقه شده است. خانه‌ها از خاک سرخ منحصر به آن محل ساخته شده و با روش‌های ساختمانی ویژه محلی و در یک سطح محدود به صورت پلکانی و مسلط بر یکدیگر قرار گرفته‌اند. در کوچه‌های پرپیچ و تاب ابیانه هیچ بن‌بستی وجود ندارد. این عامل از طریق توسعهٔ گردشگری به عنوان یک نقطه قوت استراتژیک در منطقهٔ شناسایی و باعث ارتقاء گردشگری فرهنگی در ابیانه شده است؛

– اماکن تاریخی، باستانی و مذهبی جذاب در ابیانه از طریق جذب گردشگر، موجب توسعه گردشگری در منطقه شده است و به عنوان یک عامل استراتژیک مثبت می‌تواند باعث توسعهٔ روستا گردد. ابیانه با وجود فضای اندکی که دارد بناهای مذهبی زیادی از دوران‌های مختلف در این روستا موجود است؛

– یکی از نقاط قوتی که در اثر توسعهٔ گردشگری در ابیانه ایجاد شده است، بازار صنایع دستی و محلی ابیانه از جمله : لباس‌های سنتی، بافتنی، زیورآلات زنانه و غیره می‌باشد. این نقطه قوت باعث توسعه گردشگری هنری در منطقه می‌شود. در این نوع گردشگری شناخت هنرهای دستی، آشنایی، دیدن و شنیدن موسیقی، تماشای تئاتر و فیلم‌های هنری در زمره فعالیت‌های گردشگران قرار می‌گیرد.

توسعهٔ گردشگری ابیانه با تهدیدهایی روبروست که اگر به خوبی شناسایی و خنثی نشود، مسیر توسعهٔ گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهد و منجر به اثرهای نامطلوبی در این زمینه می‌شود. نتایج حاصل از تحلیل‌های مدل SWOT نشان می‌دهد که مهم‌ترین تهدیدهای استراتژیک پیش‌روی توسعه گردشگری در ابیانه شامل مواد زیر می‌باشد:

– کاهش امنیت اجتماعی، یکی از تهدیدهای توسعه گردشگری ابیانه است. این تهدید می‌تواند باعث کاهش تعداد گردشگران و متقابلاً سایر اثرهای مطلوب آن از جمله درآمدزایی و اشتغال‌زایی گردد. جهت ایجاد و ارتقاء امنیت اجتماعی، جلوگیری از ورود هر نوع گردشگر از طریق نظارت و ساماندهی مناسب گردشگران، تقویت نیروی انتظامی و مسئولین میراث فرهنگی، ایجاد کمپ جهت استقرار گردشگران در یک محیط مشخص که می‌توان از خود ساکنین برای این امر استفاده نمود و شغلی نیز برای آنها فراهم نمود. ایجاد پارکینگ جهت محافظت از خودروهای گردشگران و

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]

تعدیل قیمت‌های هتل‌ها، بدین جهت که بیشتر مورد استفاده گردشگران واقع شود و امنیت اجتماعی افزایش یابد، پیشنهاد می‌گردد؛

- یکی از تهدیدهایی که می‌تواند موجب پایین آمدن کیفیت گردشگری در ابیانه شود، پایین بودن بودجه دولتی برای توسعه گردشگری در این روستاست. به‌طورکلی برای این‌که گردشگری توسعه پیدا کند، به بودجه دولتی جهت ارتقاء زیرساخت‌های منطقه نیاز دارد؛

- مدیریت نادرست یا ناکارآمد در برنامه‌ریزی گردشگری ابیانه، تهدیدی پیش‌روی توسعه گردشگری ابیانه است. موفقیت در هر کاری نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و قدرتمندی است که ویژگی‌های یک برنامه‌ریزی خوب را داشته باشد و این برنامه‌ریزی هم نیازمند مدیری توانا و متبحر است؛

- بالا بودن نرخ مهاجرت روستا به شهر در بین ساکنین می‌تواند گردشگری در این روستا را تهدید کند. به‌طورکلی نبود جوانان، زندگی اقتصادی روستا را دچار رکود نموده است و این رکود به نوبه خود می‌تواند موجب رکود گردشگری در منطقه شود.

در مقابل تهدیدهای بیان شده، نتایج حاصل از تحلیل‌های مدل SWOT نشان می‌دهد که مهم‌ترین فرصت‌های استراتژیک پیش‌روی توسعه گردشگری در این روستا عبارت است از :

- افزایش انگیزهٔ بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در توسعه گردشگری منطقه، یکی از فرصت‌های مناسب پیش‌روی ابیانه است که اگرخوب بهره‌برداری شود، می‌تواند در ارتقاء توسعه گردشگری ابیانه مؤثر باشد و موجب توسعه این روستا گردد (فرصت‌ها مواردی هستند که اگر خوب شناسایی و بهره‌برداری شوند، می‌توانند مؤثر باشند). گردشگری به عنوان یک صنعت، برای توسعه خود نیازمند سرمایه‌گذاری‌های عمده‌ای است که معمولاً این سرمایه از طرف بخش خصوصی، دولتی و برخی نهادهای فراملیتی تأمین می‌شود؛

- گسترش رسانه‌های جمعی و اطلاع‌یابی مردم از جاذبه‌های ابیانه، فرصت مهمی است که در توسعهٔ گردشگری ابیانه مؤثر است. استفاده از رسانه‌های جمعی، مانند: رادیو، تلویزیون، شبکه‌های ماهواره‌ای، سینما و پیام‌نما[1] از رایج‌ترین وسایل اشاعه پیام‌های تبلیغاتی است. از محاسن عمده این وسایل، انبوه بودن، دسترسی عمومی و شنیداری و دیداری بودن همزمان آن‌هاست. اطلاع‌رسانی صحیح می‌تواند گردشگران را در رسیدن آسان‌تر و سریع‌تر به اماکن و جاذبه‌های گردشگری روستا یاری رساند، یکی از مهم‌ترین شیوه‌های اطلاع‌رسانی، رسانه‌های جمعی است. با گسترش رسانه‌های جمعی در رابطه با جاذبه‌های ابیانه و اطلاع‌یابی صحیح، ورود گردشگران آگاه به این روستا افزایش می‌یابد و اثرات مثبت توسعه گردشگری ارتقاء می‌یابد؛

- توسعهٔ منابع انسانی محلی یکی از فرصت‌های پیش‌روی توسعه گردشگری است. توسعهٔ منابع انسانی، رویکردی است برای اینکه افرادی مناسب در زمانی مناسب در سمت‌های مناسب قرار گیرند. در صنعت گردشگری، توسعه منابع انسانی از دو بعد مورد توجه است : توسعه و افزایش فرصت‌های شغلی و توسعه آموزش‌های نظری، علمی، فنی و حرفه‌ای.

1- Teletext

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]

منابع و مآخذ

۱) ابراهیم‌زاده، عیسی و آقاسی‌زاده، عبدالله (۱۳۸۸)، " تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیهٔ ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT"، مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال اول، شماره اول.

۲) بهرامی، بهرام (۱۳۸۶)، " بررسی جاذبه‌های گردشگری و نقش آن در توسعه شهرستان بروجن"، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد.

۳) پناهنده، محمد(۱۳۸۱)،" اکوتوریسم و نقش آن در حفاظت محیط زیست و توسعه پایدار"، مجموعه مقالات همایش چالش‌ها و چشم اندازهای توسعه ایران .

۴) پورقاسمیان، نسرین (۱۳۸۷)، "بررسی فضاهای ناشناخته شهری و روستایی در صنعت گردشگری شهرستان اصفهان مورد : قلعه‌ها، برج‌ها و مناره ها" . پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشکده ادبیات، دانشگاه نجف‌آباد.

۵) تذکررضایی، سهیلا (۱۳۸۹)، " تحلیلی بر جاذبه‌های گردشگری استان مازندران"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد.

۶) حیدری چیانه، رحیم (۱۳۸۳)، " ارزیابی صنعت توریسم در ایران"، رساله دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه تبریز.

۷) خیاطی، مهدی (۱۳۸۲)، " توریسم روستایی و تأثیر آن برجوامع روستایی(مطالعه موردی: تایلند) "، ماهنامه جهاد، شماره۲۵۷.

۸) دهقان، فرانک (۱۳۸۷)، " بررسی جاذبه های گردشگری روستایی ناحیه شمال غرب فارس"، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد.

۹) رکن‌الدین‌افتخاری، عبدالرضا و قادری، اسماعیل (۱۳۸۱)، " نقش گردشگری روستایی در توسعهٔ روستایی"، مجله مدرس(علوم انسانی)، شماره ۲۰.

۱۰) رکن‌الدین‌افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، داود (۱۳۸۵)، " راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدلSWOT : دهستان لواسان کوچک"، مجله مدرس(علوم انسانی)، شماره۲ .

۱۱) زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۵)، " مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تکیه بر محیط زیست)"، دانشگاه علامه، چاپ اول، تهران .

۱۲) سرمد، ز و همکاران. (۱۳۸۱)، " روش‌های تحقیق در علوم رفتاری" ، چاپ سوم، انتشارات آگاه، چاپ چهارم.

۱۳) شریف‌زاده، ابوالقاسم و مراد نژادی، همایون (۱۳۸۱)، " توسعهٔ پایدار و توریسم روستایی" ماهنامه جهاد. سال بیست و دوم. شماره۲۵۰.

۱۴) شهابیان، پویان (۱۳۸۳)، " گردشگری روستایی، ضرورت توجه"، فصلنامه فنی- مهندسی ساخت شهر، شماره اول.

۱۵) علیقلی زاده فیروز جانی، ناصر، بدری، سید علی و فرجی سبکبار، حسنعلی.(۱۳۸۶)، " نگرش جامعه میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی (مطالعه موردی : بخش مرکزی شهرستان نوشهر) "، فصلنامه روستا و توسعه، سال۱۰، شماره۱ .

۱۶) مارشال، ک و گ. ب. راسمن، (۱۳۸۱)، روش تحقیق کیفی، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، چاپ دوم، نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگ.

۱۷) محمدی‌ده‌چشمه، مصطفی و زنگی‌آبادی، علی (۱۳۸۷)، " امکان‌سنجی‌های توانمندی‌های اکوتوریسم استان چهارمحال‌بختیاری به روش SWOT"، مجله محیط‌شناسی، سال ۳۴، شماره ۴۷.

۱۸) مراد نژادی، همایون و نظری، شیرزاد (۱۳۸۳)، " توریسم و توسعه روستایی در ایران"، ماهنامه جهاد. سال بیست و سوم. شماره۲۵۶.

۱۹) موسوی، مینا (۱۳۸۳) " نقش اکوتوریسم در توسعه روستایی"، مجله جهاد، شماره ۲۶۵.

۲۰) هانگر، جی‌دیوید و ویلن، توماس‌ال (۱۳۸۴)، "مبانی مدیریت استراتژیک"، ترجمه : سید محمد اعرابی و داود ایزدی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.

۲۱) هریسون، جفری و کارون، جان (۱۳۸۲)، " مدیریت استراتژیک "، ترجمه : بهروز قاسمی، انتشارات هیات، چاپ اول، تهران.

22) -Buckly, R (2008), "Environmental inputs and outputs and in ecotourism: geotourism with a Positire Triple Bottom Line". journal of ecotourism. 29:721-729

23) -Macdonald, R. Joliffe, L (2003)," Cultural Rural Tourism: Evidence from Canada", Journal of the Annals of tourism research, vol. 30, No.2, pp(307-322)

24) -Ribeiro, M. and Marques, C. (2002), "Rural tourism and the development of less favored areas".

25) www.interscience.wiley.com

[Downloaded from georesearch.ir on 2025-07-13]