راهبردهای مناسب برای توسعه ژنوتورپس غار آبی علیصدر

هادی رستمی‌*  مهدی باب الحوائجی؟

چکیده
گردشگری در توسعه اقتصادی-اجتماعی کشورها اهمیت دارد؛ تا آن‌جا که اقتصاددانان از آن به عنوان صنعت نامنی‌یاد می‌کنند. توسعه گردشگری راه حل کلی برای رفع همه مسائل شهري نیست؛ ولی یکی از توسعه گردشگری استان همدان باعث توسه ملی خواهد شد. این مقاله راهکارهای توسعه گردشگری در غار علیصدر شهرستان کیورآهنگ با توجه به قابلیت‌ها و محدودیت‌های بخش گردشگری و ارائه راهبردهای راهکارهای مناسب به منظور توسعه گردشگری را مورد بررسی قرار داده است. از این رو مقاله حاضر از نظر هدف‌کاربردی و از لحاظ روش، توصیفی-تحلیلی است. اطلاعات مورد نیاز تحقیق از طریق مطالعات کتاب‌خوانی و پیمایش بدهی آمده است. جهت ارائه راهبردها و راهکارهای مناسب از طریق تیمین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدید‌ها، از مدل تحلیلی SWOT استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد منطقه مرود مطالعه با 17 نقطه قوت و امتیاز وزنی 0/2 و 16 فروصت و امتیاز وزنی 0/98 در برای 15 نقطه ضعف و امتیاز وزنی 0/7 و 11 نقطه ضعف و امتیاز وزنی 0/93 توانمندی‌های پیام‌رسان زیادی برای توسه ژنوتورپس در منطقه شمال غرب دارد. ولی ضعف‌ها و تهدید‌های موجود منع از بالاگیر شدن این توانمندی‌ها گردیده است. بنابراین چنانچه نقطه ضعف‌ها و تهدید‌های داخلی توسه ژنوتورپس غار آبی علیصدر کامیاب و با سیاست‌های مناسب و مدیریت واحد از مزایا و نقاط قوت موجود استفاده شود، می‌توان این منطقه را به پیکر اقتصادی ژنوتورپس کشور تبدیل نمود.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، توسعه گردشگری، مدل تحلیلی SWOT، غار علیصدر همدان.

* rostami. red@gmail.com
1. مقدمه

در حال حاضر گردشگری یکی از منابع مهم تویید درآمد است. اشتغال و ایجاد زیرساخت‌های برای نیل به توسعه پایدار محسوب می‌شود (رحمانی و همکاران، 1389). این فعالیت به عنوان یکی از فعالیت‌های بزرگ، تنها شناخته شده که به طور مستقیم یا غیر مستقیم بر اقتصاد، فرهنگ و بخش‌های اجتماعی زندگی بشر تأثیر می‌دهد (خاکی و همکاران، 1386). تحقیقات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهانی سده‌های اخیر به ویژه در زمینه افزایش جمعیت، خستگی شهرنشین، توزیع راه‌ها، ارتباطی و وسایل حمل و نقل، افزایش اوقات فراغت و بهبود رفتار اجتماعی منجر به توزیع گردشگری شده است (رضوانی، 1386). تجربه بهبودی از مناطق در دراز مدت دشت داده است که روش برنامه‌ریزی شده برای توزیع گردشگری می‌تواند بدون ایجاد مشکلاتی در آن فواردهای همراه اورده و بازارهای گردشگری رضایت بخشی را حفظ کند (عبدالله زاده، 1386). زتونوریسم سبب شده است که مناطقی از ایران با توجه به ویژگی‌های طبیعی، زمین‌شناسی و زمین‌فرزندی کانون کوره لوت، کوهستان‌های سبلان و سهمید و انتهای جنگل‌ها در ناحیه خوی و درکار در هر زمان دیگری باشد. فواید اقتصادی و اجتماعی که در اینجا و در حال حاضر کشور روی حفظ آن رفتار اشتغال دست به گیربگی است. از جهتی که جای کاهش و افزایش قیمت نفت اقتصاد کشور را به شبکه متفاوتی از روزنامه و سیاست‌گذاران نشان می‌دهد و در حالت خارج از گروه بیشین هستند. به نظر می‌رسد گردشگری به منابعی که نظام بیشتری با ابعاد یکپارچه می‌تواند به یکی از راه‌حل‌های برون رفت از این تنشگان باشد. در ایران طیف گسترده‌ای از غذا و با ساختارهای مختلف وجود دارد. یکی از مهم‌ترین این غذاهای آغ آب‌یلی‌خور واقع در شمال غرب کشور می‌باشد. این غذا که اولین غبار آب‌یلی‌خور می‌باشد، مجموعه‌ای که تغذیه برای توزیع زتونوریسم این منطقه فراهم می‌کند، ولی عدم مطالعه و بررسیهای و نبود برنامه اساسی برای توزیع آن زمان موجب شده که این متغییران مימון بار از توزیع زتونوریسم کشور، نهایتاً استفاده از این کنترلی به عمل آید. پژوهش حاضر سعی دارد با دیدگاه‌های تفکریکه با تبین مهم‌ترین قوت‌ها، ضعف‌ها و نرخ‌های و محدودیت‌ها به این مهم پاسخ دهد: چه خط مشی‌ها و سیاست‌های راهبردی می‌تواند زتونوریسم غار آبی‌طلایی را به طوری برای توزیع ملی و جهانی تبدیل نماید.
3- روش شناسی تحقیق

3-1- روش شناسی و مراحل آن
پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و مبنا روش آن توصیفی-تحلیلی است. اطلاعات مورد نیاز این پژوهش از طریق منابع استاندارد-کتابخانه‌ای و مطالعات پیمایشی و میدانی به‌دست آمده است. به طوری که به منظور تبیین چارچوب مفهومی موضوع از روش استاندارد و سپس به منظور تکمیل مطالعات استادی از روش میدانی بهره برده شده است. در روش میدانی که بخش عمده اطلاعات تحقیق از آن بدست آمده، به منظور جمع آوری اطلاعات مورد نیاز اقدام و بازدید، مصاحبه و نهایتاً عکس از بالایی‌های گردشگری ناحیه و گردشگران، مستند‌نامه‌ای و کارشناسان امر گردشگری شده است. در نهایت پس از جمع‌بندی اطلاعات حاصل از منابع مختلف و تجزیه و تحلیل آنها با استفاده از مدل تحلیلی SWOT، تمامی راهبردهای ممکن تعیین و در نهایت به ارائه راهکارهای مناسب در راستای توسعه گردشگری غار علیصدر مبادرت شده است.

3-2- مدل تحلیلی SWOT
یکی از ابزارهای راهبردی تطبیق نقاط قوت و ضعف درون سازمانی با فرصت‌ها و تهدیدهای برون سازمانی است. این مدل ابزار برای پیش‌بینی در مراحل مقدماتی تصمیم‌گیری و به عنوان یک پیش‌انداز در امر برنامه‌ریزی راهبردی در نوع کاربردی آن استفاده می‌شود. این روش ابزار است که به‌صورت کلی در حالت فاقد شرایط داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و فضاهای خارجی (فرصت‌ها و تهدید‌ها) است. (آفرینی‌خ، 2013). تحلیل SWOT، تحلیلی منظم برای شناسایی عوامل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید و تدوین راهبردهای راستای تطبیق مناسب بین آنها است. از دیدگاه این مدل، راهبرد مناسب، قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدید‌ها را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این منظور قوت، ضعف، فرصت، تهدید در چهار حالت کلی می‌شود.

1- راهبردهای مناسب برای پیوند به دوین و فرصت‌ها بر روی است.
2- راهبردهای تنوع بخشی (ST)، بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است.
3- راهبردهای بازگری (WO) که ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف گردشگری است.
4- راهبردهای تداومی (WT) که برای مقابله با ضعف‌های درونی و تهدید‌های بیرونی ارائه می‌شود.

1 Strengths Weaknesses threats(swot) Opportunities Strengths
جدول ۱: چهارچوب کلی ماتریس تحلیلی SWOT

<table>
<thead>
<tr>
<th>تهدید‌ها (T)</th>
<th>فرصت‌ها (O)</th>
<th>عوامل بیرونی</th>
<th>نقاط قوت (S)</th>
<th>نقاط ضعف (W)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ST راهبرد</td>
<td>سو راهبرد</td>
<td>چگونه می‌توان از توانمندی‌ها برابر غلبه بر تهدید‌ها استفاده کرد؟</td>
<td>چگونه می‌توان از توانمندی‌ها برابر بهره‌گیری از فرصت‌های موجود استفاده کرد؟</td>
<td>طبیعت قوت</td>
</tr>
</tbody>
</table>
| WT راهبرد | WO راهبرد | چگونه می‌توان نقاط ضعف را در جهت غلبه بر تهدیدها کاهش داد؟ | برای غلبه بر نقاط ضعف در جهت بهره‌گیری از فرصت‌ها چه فعالیت‌هایی می‌توان انجام داد؟ | نقطه ضعف |}

منبع: (نسترن و همکاران، ۱۳۸۹)

با اینکه روش SWOT عموماً به عنوان روشی کیفی به کار برده می‌شود، اما روش‌هایی برای کمیت سازی آن و در نتیجه استفاده قوی‌تر به نتیجه گرفته شده از آن مدل جویده دارد. با استفاده از کمیت سازی مدل را ساده کرده، ایم عوامل راهبردی و سیاست به نویسنده راهبرد بوده و پس از سنجش و تهیه فهرستی از عوامل داخلی (قوت و ضعف) و خارجی (فرصت و تهدید) تأثیرگذار بر سیستم، مراحل زیر جهت کمی سازی انجام می‌شود:

۱- در سئول اول مهم‌ترین قوتهای و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدید‌های فرا روي سیستم نامبرده می‌شوند.

۲- در سئول دوم (وزن)، به هریک از این عوامل و براساس اثر احتمالی آنها بر موقعیت راهبردی فعّال سیستم براساس نتایج یافته‌های حاصل از شناخت و تجزیه و تحلیل وضع موجود، وزنی از یک (مهمترین) تا صفر (بی‌همگام‌ترین) داده می‌شود. هر چقدر وزن بیشتر باشد، تأثیر بر موقعیت کنونی و آینده آن سیستم بیشتر خواهد بود. (جمع سئول دو بدون توجه به تعداد عوامل، یک است).

۳- در سئول سوم (رتبه) به هر عامل و بر اساس اهمیت و موقعیت کنونی سیستم به آن عامل خاص امتیازی از چهار (بی‌سیار خوب) تا یک (ضعیف) می‌دهیم. بر اساس نتایج یافته‌های حاصل از شناخت و تجزیه و تحلیل وضع موجود تعلق می‌گیرد. این رتبه‌بندی نشان می‌دهد که سیستم چگونه به هریک از عوامل باسخ می‌دهد.

۴- در سئول چهارم (امتیاز وزنی)، وزن را در درجه‌های هر عامل ضرب کرده تا به این وسیله امتیاز وزنی آن بهسازد. آید.

۵- در نهایت امتیاز وزنی تمام عوامل داخلی و خارجی در سئول چهارم را به طور جداگانه با یکدیگر جمع و امتیاز وزنی کل را محاسبه می‌گردد. امتیاز وزنی کل نشان می‌دهد که یک سیستم چگونه به عوامل و
راهنمای مناسب برای توسعه زیراتوریسم

نیروهای موجود و بالقوه در محیط بیروئی اش پاسخگویی می‌دهند. همیشه متوسط امتیاز وزنی کل سیستم در یک زمینه، عدد 2/5 است. چنانچه بالاتر از آن باشد، اهمیت آن بیشتر و اگر کمتر از آن باشد، از اهمیت و تأثیرگذاری کمتری برخوردار است.

6- پس از طی این مراحل می‌توان عوامل استراتژیک اصلی را با توجه و امتیازات وزنی تعیین نمود و آنها به منظور تدوین استراتژی انتقال داد (هرسیون و همکاران، 1387).

را به جدول نهایی SWOT

مبانی نظری تحقیق

لغت گردشگری از کلمه تور به معنی گشت اخذ شده که ریشه در لغت لاتین تورنر به معنی دور زدن، رفت و برگشت بین مبدا و مقصد و چرخش دارد که در فرهنگ لغت لانگمن به معنی مسافرت و تفریح برای سرگرمی معنا شده است. از نظر سازمان جهانی جریان‌های (WOT) گردشگری فعالیت‌های افرادی است که برای استراحت، کار و دلیل دیگر به خارج از محيط سکونت معمول در کندن (بابیلی برخی و سلفاجی، 1386، 1387، 1386، 1387). در برخی توریسم تعیین مترویی و وجود دارد ولی سازمان جهانی گردشگری که وابسته به سازمان ملل است به عنوان یک مرکز جهانی درباره مسائل و خطط‌های توریسم سعی کرده است. اجتماعات و طبقه‌بندی گردشگری را در سراسر جهان استاندارد سازی کند (FrechtLin).

در این راستا این سازمان در سال 1991 در کنفرانس‌های جهانی آنار گردشگری و مسافرت که در کشور کانادا برگزار شد، از توریسم تعیین زیر را ارائه نمود: توریسم یا گردشگری مجموعه فعالیت‌هایی است که در آن افراد به مکان‌هایی غیر از مکان عادی خود برای مدتی درمان از یک سال متوالی به منظور گذراندن اوقات فراغت، تجارت و دیگر اهداف مسافرت می‌کنند.

گزارش‌ندان اوقات فراغت، تجارت و دیگر اهداف مسافرت می‌کنند (Goldner Ritchie، 2006). زیراتوریسم به معنی مفهومی مشترک یکی از گرایش‌ها و پیشنهادات جدیدی در صنعت توریسم است که از دو بخش Geo و گرایش‌های جغرافیایی یک منطقه از جمله میکتو، فرهنگ، زیبایی‌ها، میراث و حتی بهبود وضعیت اقتصادی ساختار آن می‌گردد. زیراتوریسم به معنی توریسم جغرافیایی است که به طور مستقل بر ویژگی‌های زمین‌شناسی و زمین‌شناسی و ژئوپتریزیک به عنوان بستر کلی فعالیت‌های انسانی و نمک‌های جغرافیایی تأکید دارد. با این حال ویژگی‌های فرهنگی و باستانی و ژئوپتریزیکی، بستر انسان و دیگر جاذبه‌های گردشگری را نیز از نظر دور نمی‌دارد.

بنابراین می‌توان اذعان نمود که این نوع گردشگری به دلیل ماهیت جغرافیایی خود از کلیک‌گری جغرافیایی بهره برد است (آرتوی و کرادی، 1385، 1385). زیراتوریسم یا یک سازمان به منطقه طبیعی دست نخورده یا مراکز فعالیت‌های انسانی نیست، بلکه زیراتوریسم سفر به مقاصدی است که انسان و طبیعت با یکدیگر

1World Tourism Organization
چشماندازهای زیبا ایجاد می‌کنند و مردم بومی نور همانند گردشگران برای جاذبه‌های زنوتوریسمی ارزش قائلند (Polovitz, 2011). زنوتوریسم با منافعی نظیر اکوتوریسم، گردشگری پایدار، گردشگری بدل، طبیعت محور، گردشگری آموزشی، گردشگری مهیطی و نیز گردشگری فرهنگی همبوشنایی دارد و لیا با این اشکال گردشگری متفاوت است (Novelli, 2005).

معرفی محدوده مورد مطالعه

غار آبی علیصدر همدان در روستای علیصدر از توابع شهرستان کبودرآهنگ و به طول جغرافیایی 48 درجه و 18 دقیقه و عرض 35 درجه و 18 دقیقه و ارتفاع از سطح دریا 1900 متر واقع شده است. همچنین این غار در 75 کیلومتری شمال غربی شهر همدان واقع شده است. امکانات دسترسی به غار از 3 مسیر فراهم است. 1- همدان، در اینجا به بیجار که جدیداً احداث و مناسباتی است. 2- از نقاط عطره و بازیابی هواپی‌شده نوره. 3- از همدان به صالح آباد غار علیصدر از ارتفاعات صخره زرد به وجود آمده است، از جمله غارهای دیدنی و زیبایی و مهم‌ترین غار آبی چهارم است (حاجی‌لو، 1380).

شکل 4: موقعیت جغرافیایی مورد مطالعه

تحلیل بافت‌ها

در پژوهش حاضر پس از تهیه فهرست شاخص‌ها و پالایش و طبقه‌بندی آن‌ها، مجموعه این شاخص‌ها در چهار دسته موضوعی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی محیطی و نهادی در جدول‌های 7-3 در دو گروه عوامل درونی و بیرونی مجزا شده‌اند. معیار سنگین و درجه‌بندی هر یک از شاخص‌ها به دو صورت سبک و پیچیده که برای هر شاخص در دانشگاه از 1 تا 5 امتیاز دهی شده که 1 به معنای داشتن اهمیت خیلی کم، 2 به معنای اهمیت کم، 3 به معنای اهمیت متوسط، 4 به معنای اهمیت زیاد، 5 به معنای اهمیت خیلی زیاد در توسه‌گر گردشگری منطقه است. سپس داده‌های گردآوری شده بر حسب مجموع وزن و وزن نسبی و امتیاز وزنی آن‌ها محاسبه شده و مجموع امتیاز نهایی هریک از شاخص‌های چهارگانه با منظور شناسایی موقعیت
هریک از آنها ارائه شده است. در نهایت با مجموع امتیازات شاخه‌های چهارگانه به وضعیت موجود از نظر عوامل داخلی و خارجی پی برده شده است.

جدول ۲-نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (IFA8)

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص ص</th>
<th>قوت</th>
<th>وزن</th>
<th>درجه امتیاز</th>
<th>وضع</th>
<th>وزن</th>
<th>درجه امتیاز</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۱-باید جاده نوین در فعالیت‌های اقتصادی</td>
<td>۰/۰۶</td>
<td>۴</td>
<td>۰/۲۴</td>
<td>تسدوم وجود برداشتری و سرمایه‌گذاری دولتی جهت منطقه اعیان</td>
<td>۳</td>
<td>۰/۳۲</td>
</tr>
<tr>
<td>۲-بهبود زیر ساخت‌ها و امکانات در منطقه</td>
<td>۰/۰۵</td>
<td>۳</td>
<td>۰/۱۵</td>
<td>توسه گردشگری فاز آبی جهت سرمایه‌گذاری</td>
<td>۴</td>
<td>۰/۰۸</td>
</tr>
<tr>
<td>۳-کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال</td>
<td>۰/۰۶</td>
<td>۴</td>
<td>۰/۱۸</td>
<td>توسه گردشگری</td>
<td>۳</td>
<td>۰/۰۵</td>
</tr>
<tr>
<td>۴-تزئین سطح رفاه و کیفیت زندگی مدرم</td>
<td>۰/۰۵</td>
<td>۳</td>
<td>۰/۱۵</td>
<td>توسه گردشگری</td>
<td>۴</td>
<td>۰/۰۸</td>
</tr>
<tr>
<td>۵-نرم‌سازی بودن روستای علیصدر جهت ایجاد مالی‌ها و عرضه و فروش صنایع دستی و محصولات محلی</td>
<td>۰/۰۴</td>
<td>۱</td>
<td>۰/۰۴</td>
<td>توسه گردشگری</td>
<td>۱</td>
<td>۰/۰۶</td>
</tr>
</tbody>
</table>

| جمع | ۰/۳۰ | ۴ | ۱/۰۴ | توسه گردشگری | ۱ | ۰/۰۶ |

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص ص</th>
<th>قوت</th>
<th>وزن</th>
<th>درجه امتیاز</th>
<th>وضع</th>
<th>وزن</th>
<th>درجه امتیاز</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۶-ساخت آبادی مردم بومی با نحوه زندگی مردم دیگر</td>
<td>۰/۰۶</td>
<td>۳</td>
<td>۰/۱۸</td>
<td>تسدوم وجود برداشتری و سرمایه‌گذاری دولتی جهت منطقه اعیان</td>
<td>۲</td>
<td>۰/۰۸</td>
</tr>
<tr>
<td>۷-باید جاده وسعت خطر توسط جویه دید</td>
<td>۰/۰۴</td>
<td>۲</td>
<td>۰/۰۸</td>
<td>توسه گردشگری</td>
<td>۱</td>
<td>۰/۰۴</td>
</tr>
<tr>
<td>۸-باید جاده وسعت خطر توسط جویه دید</td>
<td>۰/۰۴</td>
<td>۲</td>
<td>۰/۰۸</td>
<td>توسه گردشگری</td>
<td>۱</td>
<td>۰/۰۴</td>
</tr>
<tr>
<td>۹-ساخت‌ها و آبنما و رسو محرک</td>
<td>۰/۰۴</td>
<td>۲</td>
<td>۰/۰۸</td>
<td>توسه گردشگری</td>
<td>۱</td>
<td>۰/۰۴</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۰-نرم‌سازی بودن روستای علیصدر جهت ایجاد مالی‌ها و عرضه و فروش صنایع دستی و محصولات محلی</td>
<td>۰/۰۴</td>
<td>۲</td>
<td>۰/۰۸</td>
<td>توسه گردشگری</td>
<td>۱</td>
<td>۰/۰۴</td>
</tr>
</tbody>
</table>

| جمع | ۰/۰۴ | ۲ | ۰/۰۴ | توسه گردشگری | ۱ | ۰/۰۴ |

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص ص</th>
<th>قوت</th>
<th>وزن</th>
<th>درجه امتیاز</th>
<th>وضع</th>
<th>وزن</th>
<th>درجه امتیاز</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۱۱-باید جاده وسعت خطر توسط جویه دید</td>
<td>۰/۰۴</td>
<td>۲</td>
<td>۰/۰۸</td>
<td>توسه گردشگری</td>
<td>۱</td>
<td>۰/۰۴</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۲-باید جاده وسعت خطر توسط جویه دید</td>
<td>۰/۰۴</td>
<td>۲</td>
<td>۰/۰۸</td>
<td>توسه گردشگری</td>
<td>۱</td>
<td>۰/۰۴</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۳-باید جاده وسعت خطر توسط جویه دید</td>
<td>۰/۰۴</td>
<td>۲</td>
<td>۰/۰۸</td>
<td>توسه گردشگری</td>
<td>۱</td>
<td>۰/۰۴</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۴-باید جاده وسعت خطر توسط جویه دید</td>
<td>۰/۰۴</td>
<td>۲</td>
<td>۰/۰۸</td>
<td>توسه گردشگری</td>
<td>۱</td>
<td>۰/۰۴</td>
</tr>
<tr>
<td>۱۵-باید جاده وسعت خطر توسط جویه دید</td>
<td>۰/۰۴</td>
<td>۲</td>
<td>۰/۰۸</td>
<td>توسه گردشگری</td>
<td>۱</td>
<td>۰/۰۴</td>
</tr>
</tbody>
</table>

| جمع | ۰/۰۱ | ۲ | ۰/۰۸ | توسه گردشگری | ۱ | ۰/۰۴ |
### جدول 3- نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (EFA)<sup>8</sup>

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص</th>
<th>فرصت</th>
<th>وزن</th>
<th>درجه امتیاز</th>
<th>وزن</th>
<th>درجه امتیاز</th>
<th>وزن</th>
<th>درجه امتیاز</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1-بیشتر نتوان در فعالیت‌های اقتصادی</td>
<td>0/20</td>
<td>4</td>
<td>0/05</td>
<td>0/28</td>
<td>4</td>
<td>0/07</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2-بیشتر سطح رفاه و کیفیت زندگی</td>
<td>0/15</td>
<td>3</td>
<td>0/05</td>
<td>0/15</td>
<td>3</td>
<td>0/05</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>3-کاهش ایجاد و ایجاد استغال</td>
<td>0/32</td>
<td>0/11</td>
<td>0/05</td>
<td>0/32</td>
<td>4</td>
<td>0/08</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>4-بیشتر زیرساخت‌های امکانات شهرستان</td>
<td>0/43</td>
<td>1</td>
<td>0/03</td>
<td>0/43</td>
<td>1</td>
<td>0/04</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>5-بیشتر بیکاری و ایجاد استغال</td>
<td>0/20</td>
<td>4</td>
<td>0/05</td>
<td>0/20</td>
<td>4</td>
<td>0/05</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>6-بیشتر امکانات ارزیابی فرهنگی به سایر مردمان</td>
<td>0/12</td>
<td>3</td>
<td>0/04</td>
<td>0/12</td>
<td>3</td>
<td>0/04</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>7-بیشتر آموزش‌های ارائه‌دهنده فرهنگی به مردم</td>
<td>0/24</td>
<td>4</td>
<td>0/04</td>
<td>0/24</td>
<td>4</td>
<td>0/04</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>8-بیشتر آموزش‌های ارائه‌دهنده فرهنگی به مردم</td>
<td>0/10</td>
<td>2</td>
<td>0/05</td>
<td>0/10</td>
<td>2</td>
<td>0/04</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>9-بیشتر زیرساخت‌های شهرستان</td>
<td>0/43</td>
<td>1</td>
<td>0/03</td>
<td>0/43</td>
<td>1</td>
<td>0/04</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>10-بیشتر سطح رفاه و کیفیت زندگی</td>
<td>0/15</td>
<td>3</td>
<td>0/05</td>
<td>0/15</td>
<td>3</td>
<td>0/05</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>11-بیشتر سطح رفاه و کیفیت زندگی</td>
<td>0/32</td>
<td>4</td>
<td>0/08</td>
<td>0/32</td>
<td>4</td>
<td>0/08</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**منبع نکارندگان**
<table>
<thead>
<tr>
<th>راهبردهای مناسب برای توسه زنوتوریسم...</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>45</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>تحقیق‌های بالایی غار علیصدر برای جذب گردشگر</th>
<th>0/16</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>0/69</td>
<td>0/10</td>
</tr>
<tr>
<td>0/18</td>
<td>0/06</td>
</tr>
<tr>
<td>0/21</td>
<td>0/07</td>
</tr>
<tr>
<td>0/10</td>
<td>0/05</td>
</tr>
<tr>
<td>0/49</td>
<td>0/18</td>
</tr>
<tr>
<td>1/93</td>
<td>0/54</td>
</tr>
<tr>
<td>0/08</td>
<td>0/81</td>
</tr>
<tr>
<td>جمع</td>
<td>0/74</td>
</tr>
<tr>
<td>مجموع امتیازها</td>
<td>2/98</td>
</tr>
</tbody>
</table>

منبع: نگارندهان

چنان‌که در جدول‌های 1 و 2 مشاهده می‌شود 17 نقطه قوت در برابر 5 انتظار ضعف و 16 فرصت در برابر 11 تهدید برای توسه زنوتوریسم غار آبی علیصدر وجود دارد. در مجموع 33 نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و 26 نقطه ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و نگران‌های توسه زنوتوریسم غار آبی علیصدرقابل شناسایی است.

**تحليلی از عوامل مؤثر بر توسه زنوتوریسم غار آبی علیصدر همدان**

تجزیه و تحلیل عوامل داخلی

نقاط قوت

نگاهی به جدول شماره 3 نشان می‌دهد بیشترین نقاط قوت جهت توسه زنوتوریسم غار آبی علیصدر مربوط به عوامل اقتصادی با امتیاز وزنی 1/04 و عامل محیطی با امتیاز وزنی 0/93/1 است. از مهم‌ترین نقاط قوت‌های عامی اقتصادی می‌توان به تاثیر توسه زنوتوریسم در ایجاد تنویع‌های اقتصادی منطقه، کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال مناسب بودن روستای علیصدر جهت ایجاد نمایشگاه و غرفه‌های عرضه و فروش صنایع دستی و محصولات محلی اشاره نمود. قابلیت‌های بالایی غار آبی علیصدر برای جذب گردشگران، آپ و هواي منطقه و وجود مناظر و جنگل‌های کوهستانی اطراف غار به عنوان مهم ترین نقاط قوت محیطی شناسایی شدند. عامل نهایی با امتیاز وزنی 40/0 کمترين امتیاز را به خود
تمسك وتحلیل عوامل خارجی (EFAS)

فرضتها

في جدول شماره 3 مشاهده ما شود هر منطقه به چهار عامل گرایش دارد که نشان می دهد این منطقه

در کلیه ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، محیطی و نهادی فرضتهای پیشنهادی برای توسعه

زیست‌ورزیسم دارد که بر پیامرهای اصلی و تغییر رویکردهای حاضر ما توان از این مزیت استفاده

را نمود.

هدف‌ها

مطالب شکل- مهم‌ترین هدف تدوین توسعه زیست‌ورزیسم غز‌آبی می‌باشد. مهم‌ترین هدف‌های اجتماعی- فرهنگی

با امتیاز ویژن ۵۳۴ و تدریج نهادی با امتیاز ۷۴۱/۸ است. مهم‌ترین هدف‌های اجتماعی- فرهنگی می‌توان به

تبیان صدارت از فرهنگ و اعتقادات و رسموم مردم منطقه اشاره کرد. مهم‌ترین هدف‌های اجتماعی- فرهنگی

به نحوه به پیش‌آمیزی تبلیغاتی از راههای گردشگری شهرهایی سبب می‌شود. با توجه به تیاد

مهم‌ترین هدف‌های اجتماعی- فرهنگی نیز گراش پیدا خواهد کرد و زیست‌ورزیسم این منطقه را با چالش‌های جدی مواجه خواهد

ساخت. پس از تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی به منظور تیپی و وضعیت این زیست‌ورزیسم این

محدودی به صورت مشخصه می‌باشد که بررسی تطبیقی این عوامل بر رواکتی شده. همان طور که مشاهده می‌شود

با لابی های این منطقه که می‌تواند موجب پیشگیری از قوتهای و فرضتهای نشان دهنده توامادی‌های باید

زا بودن امتیاز هر یک از قوت‌ها و فرضتهای نشان دهنده توامادی‌های باید منطقه در زمینه توزیع

زیست‌ورزیسم است و لازم در میان حال در زمینه توزیع زیست‌ورزیسم غز‌آبی ضعف‌ها و تهدید‌های اساسی وجود دارد.
تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS)

پس از تجزیه و تحلیل جدول‌های عوامل داخلی و خارجی و ترکیب آنها مهم‌ترین عوامل استراتژیک در توسعه زیرتریسم غار آبا  برای ثبت‌شده است. با تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک، برنامه‌ریزان تصمیم‌های استراتژیک اتخاذ می‌کنند که می‌توانند نقاط قوت، نقاط ضعف، الگوهای هفته‌ها و فرصت‌ها را به تعداد کمتری از عوامل محدود شمايد. در واقع عوامل دارای امتیاز بالاتر در دو جدول عوامل داخلی و خارجی از حيث وزن به جدول تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک منتقل شدند. بر این اساس مهم‌ترین عوامل استراتژیک توسعه زیرتریسم در قلب جدول (SFAS) به شهاده که این عوامل به عنوان مینا و پایه در تدوین استراتژی توسعه زیرتریسم منطقه مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

جدول 5: تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS)

<table>
<thead>
<tr>
<th>عوامل استراتژیک</th>
<th>درجه ذهنی</th>
<th>وزن</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>S1-ایجاد تنوع در فعالیت‌های اقتصادی</td>
<td>0/24</td>
<td>0/6</td>
</tr>
<tr>
<td>S2-افرایش سطح رفاه و کیفیت زندگی مردم بومی</td>
<td>0/5</td>
<td>0/5</td>
</tr>
<tr>
<td>S3-تغییر بیماری و ایجاد امتیاز</td>
<td>0/8</td>
<td>0/8</td>
</tr>
<tr>
<td>S4-منابع بودن اطراف غار با رستوران علیصدر جهت ایجاد نمایشگاه و عرضه</td>
<td>0/6</td>
<td>0/6</td>
</tr>
<tr>
<td>S6-قابلیت بالای غار علیصدر برای جذب گردشگر</td>
<td>0/8</td>
<td>0/8</td>
</tr>
<tr>
<td>S7-آب و هواه مناسب منطقه</td>
<td>0/2</td>
<td>0/2</td>
</tr>
<tr>
<td>W1-دامنه وجود برنامه‌بری و سرمایه‌گذاری جهت توسعه زیرتریسم غار</td>
<td>0/7</td>
<td>0/7</td>
</tr>
<tr>
<td>W2-لازم بودن زیر ساخت‌های محیطی و کالبدی</td>
<td>0/2</td>
<td>0/2</td>
</tr>
</tbody>
</table>
تهدید (T)

- T1: عدم تمایل مردم و بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
- T2: تعطیلی دولت در برنامه‌بری و سرمایه‌گذاری در زمینه توسه گردشگری منطقه
- T3: تبلیغات نادرست از فرهنگ و اعقادات و رسوم مردم
- T4: نامناسب بودن زیر ساخت‌های محیطی و کالبدی (جاده‌ها و غیره)

 فرصت‌ها (O)

- O1: کمبود زیرساخت‌های و امکانات در شهرستان
- O2: توسه تسهیلات فرهنگی در شهرستان
- O3: وجود جاذبه‌های محیطی در داخل غار مانند قندیل و جاذبه‌های آبی
- O4: قابلیت بالای محیط پیروان غار آبی علیصدر
- O5: تعلیم و تربیت شهروندان در افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی
- O6: اقتصاد منطقه
- O7: اقتصاد منطقه
- O8: اقتصاد منطقه

جدول 6- ماتریس راهبردها و راهکارهای توسه زیرتوسعه در شهرستان

<table>
<thead>
<tr>
<th>SWOT</th>
<th>تحلیل</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>نوپا</td>
<td>01.کمبود زیرساخت‌ها و امکانات در شهرستان</td>
</tr>
<tr>
<td>نوپا</td>
<td>02.توسعه تسهیلات فرهنگی در شهرستان</td>
</tr>
<tr>
<td>نوپا</td>
<td>03.وجود جاذبه‌های محیطی در داخل غار مانند قندیل و جاذبه‌های آبی</td>
</tr>
<tr>
<td>نوپا</td>
<td>04.قابلیت بالای محیط پیروان غار آبی علیصدر</td>
</tr>
<tr>
<td>نوپا</td>
<td>05.تعلیم و تربیت شهروندان در افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی</td>
</tr>
<tr>
<td>نوپا</td>
<td>06.اجناد امکان انتقال ارزش‌های فرهنگی</td>
</tr>
<tr>
<td>نوپا</td>
<td>07.ثبت به سایر مردمان</td>
</tr>
</tbody>
</table>

آیا شما به توجه به تجزیه و تحلیل SWOT، چه راهبردهایی برای افزایش توسه شهرستان به عنوان تهدیدات و فرصت‌ها می‌توانید پیشنهاد کنید؟
<table>
<thead>
<tr>
<th>(ST) شبکه طبقه‌بندی اطلاعات</th>
<th>(SO) شبکه اطلاعاتی</th>
<th>(W) شبکه‌های مبتنی بر شبکه‌های حضوری</th>
<th>(DS) شبکه‌های دیجیتال</th>
<th>(E) شبکه‌های الکترونیکی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1.</td>
<td>2.</td>
<td>3.</td>
<td>4.</td>
<td>5.</td>
</tr>
<tr>
<td>ضعف‌ها (W)</td>
<td>راهبردهای بازنگری (WO)</td>
<td>راهبردهای تدفینی (WT)</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>-------------</td>
<td>-----------------</td>
<td>-----------------</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>- عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی جهت توسعه گردرگری زرنی</td>
<td>- استفاده از تسهیلات فرهنگی شهرستان در معرض و نشانه‌های فرهنگی و آداب و رسوم مردم شهرستان کیوتو آهگو و از این طریق ترغیب و جذب گردرگرگان به این منطقه</td>
<td>- ایجاد پایگاه‌ها و تجهیزات پرشه و درمانی از جمله پرستش آمیز و نیروهای علیصدر به منطقه ویژه گردرگری توسعه و بهبود امکانات موجود از جمله ترویج اضطراری در نوع و نحوه برنامه‌ریزی و حمایت دولتی از هر زنپوتوپسم منطقه</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>w1</td>
<td>w2</td>
<td>w3</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

نتایج: بهبود تحقیق

نتیجه‌گیری

بررسی عوامل داخلی و خارجی با استفاده از مدل SWOT نشان می‌دهد که منطقه مورد مطالعه با 17 نقطه قوت و امتیاز وزنی- و 18 فرست با امتیاز وزنی- در مقابل 17 نقطه ضعف و امتیاز وزنی- و 11 تهدید و امتیاز وزنی-تنوانمندی‌های بسیار زیادی برای توسعه زنپوتوپسم در منطقه شمال غرب کشور دارد؛ ولی ضعف‌ها و تهدیدهای موجود مانع از بالا گذاری شدن این تنوانمندی‌ها گردیده است. بر این اساس جهت رفع تهدیدها و ضعف‌ها و استفاده از فرست‌ها و میزبانی موجود باید جدی تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک و تداخل عوامل از جمله گروه‌های راهبردهای چهارگانه رقابتی/اتجاهی (SO)، تنوع (W)، بارزگری (WO) و تدافیع (WT) تدوین می‌شود. استراتژی‌های توسه زنپوتوپسم غار آبی علیصدر.
راهبردهای رقابتی/تتاژنی (SO)

در این راهبردها تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های برونی استوار است در واقع استراتژی‌هایی هستند که براساس بررسی راه‌هایی که یک مجموعه از راهنما برای بهره‌گری از نقاط قوت خود و به منظور سود بندن از فرصت‌ها بپیماید، طرحا و ساخته می‌شوند.

- توسعه آگروتریسم به خصوصی نورهای باغ‌گری در اطراف غار آبی غیاسی درجه کسب درآمد
- و افزایش سطح رفاه مردم منطقه و نیز چلوگری از تخریب باغات، مزارا و پوشش گیاهی
- جابجایی به نوع و نحوه برنامه‌ریزی و حمایت دولتی درباره توسعه زنوتوریسم این منطقه و
- بهره‌گری منطقی از بهره‌ها، قوانین و مقررات جهت توسعه و تجهیزات زیر ساخت‌ها تسهیلات و تجهیزات گردشگری منطقه.

- جابه‌جایی به پتانسیل‌های بالای غار غیاسی درجه توسعه زنوتوریسم و شرایط جغرافیایی این ناحیه
- و در کل به صرفه بودن سرمایه‌گذاری‌ها در این منطقه، باشکوه‌توسعه زیر ساخت‌های کالبدی مانند جاده، تقویت دسترسی و حمل و نقل در اولویت برنامه‌ریزی توسعه زنوتوریسم قرار داده شد.

راهبردهای بازنگری (WO)

در راهبردهای بازنگری ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های برونی در جهت رفع نقاط ضعف مجموعه است.

- استفاده از تسهیلات فرهنگی شهرستان در معرفی و شناسایی فرهنگ و آداب و رسوم مردم
- شهرستان کبودرآهنگ و از این طریق ترغیب و جذاب گردشگران این منطقه
- ایجاد پیامگاه‌ها و تجهیزات پزشکی و درمانی از جمله پزشک، آمبولانس و نیروهای امداد در
- مجاورت غار

- تخصیص بودجه و اعتبارات کافی به مسئولین جهت تبلیغ و شناسایی و معرفی ارزش‌های

زنوتوریسم غار غیاسی در سطح منطقه

- ایجاد نمايشگاه بازارهای هفتگی در مجاورت غار و روستای غیاسی درجه عرض و فروش صنایع دستی و اقلام مانند لباس‌ها، غذاهای محلی و غیره
- با توجه به اینکه مسئولان و کارشناسان شهرستان اعتراف را نموده‌اند به تأثیر زنوتوریسم غار هبی

غلیصر در افزایش سطح رفاه و کفایت زندگی، کاهش بیکاری و توجه فعالیت‌های اقتصادی دارد، باشکوه

- بودجه، اعتبارات کافی در انتخاب این افراد قرار داده، شاهد تا توانستن در راستای توسعه زنوتوریسم این منطقه

گام بردارند.
راهبردهای نوع (ST)

این راهبردها در تنوّع خشایار بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای پرخوش از تهدیدها مورد توجیه قرار می‌گیرند. به عنوان روشی برای پرخور از تهدیدها مورد توجه قرار می‌گیرد. 

- ترغیب و تشکیق سرمایه‌گذاران و مردم بومی جهت شرکت و سرمایه‌گذاری در طرح‌های توسعه‌گذاری 
- آزادی‌سازی غار آبی علی‌صدر

- تنوّع خشایار به امکانات و تسهیلات مطالعه و خاصیت‌های گردشگری و تلاش در جهت بالا بردن

ماندگاری گردشگری در این منطقه

راهبردهای تدفینی (WT)

این راهبردها بر نقاط ضعف درونی و تهدیدهای پرخوری استوار هستند و اساساً ماهینی تداهنده دارند.

و بر حدااقل کردنه نقاط ضعف و رفع آسیب پذیری مجموعه تأکید می‌کنند.

- انجام مطالعات و تحقیقات گستردگی و برناهای برای معرفی غار آبی علی‌صدر به عنوان ژئوپارک

منطقه شمال غرب کشور

- تخصص بوده و اعتبارات کافی جهت معرفی و تقدیم روستای علی‌صدر به منطقه ویژه گردشگری

- ارزش باورنگاردا حساس و تهیه‌ی اولین توسعه ژئوپارک غار آبی علی‌صدر برای دوره‌های بعد ساله

در نهایت اگر نقاط ضعف و تهدیدهای توسعه ژئوپارک غار آبی علی‌صدر کامیاب باشد و از مراحل و نقاط قوت موجود استفاده شود، می‌توان این منطقه را به یکی از قطب‌های ژئوپارک کشور تبدیل نمود. با توجه به چاپگاه مهم این محل دخالت در زمینه توسعه ژئوپارک و تأثیرات مهم توسعه ژئوپارک در توسعه اجتماعی- فرهنگی و محیطی، می‌توان از این رویکرد به عنوان یکی از ابزارهای مهم، کم هزینه و سودمند در توسعه با توجه منطقه استفاده نمود.
منابع و مآخذ:

1- افرخانه، ح. 1387. مقیم‌های ای بر برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های روستایی. انتشارات گنج هنر. 125.

2- پایتخت یزدی م. سفایی، م. 1388. گردشگری (ماده و مفاهیم) انتشارات سمت.

3- تروتی، م. کازی، د. الی، م.، 1385. ژنوتوریسم و فرصت‌های برنامه‌ریزی آن در استان همدان. مجله فضای جغرافیایی. شماره 16.

4- خاکی، 1 میر عنايت، ن. 1386. ژنوتوریسم جزیره قشم در ورود به ژنوتوریسم و ژنوتوریسم ایران.

5- دومین همایش جغرافیا و قرن بیست و یکم. اصفهان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد.

6- رضویان، م. 1382. تحلیل روند ایجاد و گسترش خانه‌های دوم در نواحی روستایی (مطالعه موردی نواحی روستایی شمال تهران). مجله پژوهش‌های جغرافیایی. مؤسسه جغرافیا. دانشگاه تهران شماره 45.

7- رحمانی، ب. شمس، م. حاتمی فر. 1389. امکان سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر ملایر با استفاده از مدل SWOT. فصل نامه جغرافیا و مطالعات محیطی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد. سال اول شماره 3.

8- عبدالله زاده، م. 1389. برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای جهان‌گردی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی تهران.

9- عبدالله ح. جاب، ر. داود، 1380. گزارش دریافتیده. اعجاب انگیز جهان خلقت، نشر مهین.

10- کرمی، ف. 1387. توانمندی‌های ژنوتوریسم در توسعته مدونان، مجله فضای جغرافیایی شماره 10.

10- نسرین، م. هوشنگدار، س. 1389. برنامه‌ریزی استراتژیک جهت ساماندهی قسمتی از بافت فرسوده شهر ارومیه. فصل نامه جغرافیا و مطالعات محیطی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد. شماره 36.

11- هرسیون، ج. کارون. ح. 1386. مدیریت استراتژیک. ترجمه دکتر بهروز قاسمی. انتشارات هیات 75.

14-Dowling R. newsome, D .(2006) beetontvism sustainability , impacts and management . oxford . butterworth – Heinemann
16-Polovitz. w. etl. 2011. measuring geotourism: Developing and testing the geotraveler tendenex scale cats journal of trarl resraron .