

Research Paper

Feasibility and prioritization of tourist attractions to attract tourists (case example: Baghmelek city)

Saeed Amanpour¹, Afsana Ali Bakshi², Hadis Kavosi ghafi^{3*}

1. Associate Professor of Geography and Urban Planning, Shahid Chamran University of Ahvaz
2. Phd student of geography and urban planning, Shahid Chamran University of Ahvaz (corresponding author)
3. Master of Geography and Urban Planning, Shahid Chamran University of Ahvaz

Received: 2021/03/16

Accepted: 2021/07/29

PP: 89-106

Use your device to scan and
read the article online



Keywords:

Tourism Development,
Prioritization of Tourist
Attractions, Prometheus
Technique, Baghmelek
County.

Abstract

The development of rural tourism brings with it the expansion of job opportunities, the generation of surplus income, poverty alleviation in rural areas, and cultural and environmental benefits. However, there is always an effective planning gap in policies. Rural development is felt to provide or integrate tourism. Accordingly, the primary purpose of this study is to assess the feasibility and prioritization of tourist attractions to attract tourism in Baghmelek city. To evaluate the feasibility of tourist attractions, SWOT technique, and prioritize tourist attractions and determine the weights of indicators, a questionnaire was used in the Visual Promethee, SPSS, FAHP model. The statistical population required for the study included 130 tourists, 40 experts, and 150 residents of Baghmelek. The results showed that the feasibility study of tourism in Baghmelek city in the matrix of strategies and executive priorities determines the offensive strategy (SO) (strengths and opportunities). This means that Baghmelek city is in a good position in terms of tourism, which can reduce weaknesses and threats on the one hand by using the capabilities and, on the other hand, by taking advantage of leading opportunities. Took action to develop tourism. Also, based on the results obtained from the Prometheus technique, in the study area, Mal Agha tourist area in terms of natural, historical, and cultural attractions was the priority of tourists, and Imamzadeh Abdullah second priority.

Citation: Amanpour, S; Ali Bakshi, A; Kavosi ghafi, H.(2023): **Feasibility and prioritization of tourist attractions to attract tourists (case example: Baghmelek city)**, Journal Research and Urban Planning, Vol 14, No 52, PP 89-106.

DOI: 10.30495/JUPM.2021.27559.3835

DOR: 20.1001.1.22285229.1402.14.52.11.3

*Corresponding author: Hadis Kavosi ghafi

Address: Master of Geography and Urban Planning, Shahid Chamran University of Ahvaz.

Tell:

Email: hadis0439@gmail.com

Extended Abstract

Introduction

The need to pay serious attention to the category of tourism, as a new phenomenon of car theft in the 21st century, is very felt, and its importance is increasing day by day in the world. Identification, quantitative and qualitative evaluation, spatial distribution and the amount of natural resources of tourism places are valuable for planners and managers. By knowing the conditions and ability of a place, decision makers will be able to make better decisions about the ability of the environment, compatibility of land use and its effects on the implementation of tourism. The city of Baghmalek is considered as one of the potential tourism areas of the country, which has natural, historical and man-made attractions, and it is possible to develop this city by planning in this field. Among the tourist attractions of this city, we can mention Tel Castle, Prince Abdullah, Hazrat Suleiman's Rabat, Mall Agha, Tang Kurd Waterfalls, Purple Kush, etc. In this research, by applying the strategic planning process, the tourism capabilities and functions of Baghmolek city were identified and the places that are more important and have more suitable conditions in terms of facilities and infrastructure were prioritized. Then, suitable tourism development strategies for this city have been formulated to attract tourists.

Methodology

The current research is descriptive-analytical in terms of nature and method, and theoretical-applicative in terms of purpose, and descriptive-analytical in terms of study method. Information was collected in two ways: library and field (questionnaire). In this way, the library method was used to collect the theoretical bases of the research, the background and indicators, and the field method was used to assess the feasibility of tourism capacities. Considering that the current research was conducted in the spring of 2018, the statistical population of the research was made up of tourists, experts and residents of tourist places. The sample size of 130 tourists, 40 experts and 150 residents is estimated. The results obtained from different groups (people, experts and tourists) were entered into the statistical environment of SPSS, and after obtaining Miatgin, for the feasibility of tourism in the studied area, from the SWOT strategic model of internal and external factors of tourism development in Baghmelek city. was analyzed and tourism development strategies were presented. Then FAHP and Prometheus techniques were used to prioritize tourist attractions and places.

Results and discussion

In the SWOT model, internal factors include strengths (S) and weaknesses (W) of a system or region. Identifying the strengths reveals the way to strengthen the system or region, and along with that, identifying the weaknesses makes it possible to use these weaknesses for the benefit of the strengths. The internal matrix consists of four columns. Internal factors (strengths and weaknesses) are listed in the first column. Then, in the second column, according to the importance and sensitivity of each factor, an importance coefficient between (0-1) is assigned to that factor. In the third column, according to the key or normality of strengths and weaknesses, rank 4, 3 or 2 or 1 is assigned respectively. In the fourth column, the coefficients of the second column and the ranks of the third column for each factor are multiplied together to determine the factor's final score (strength and weakness). If the sum total of the final points in this matrix is more than 2.5, it means that according to the realized predictions, the upcoming strengths will overcome the weaknesses, and if this score is less than 2.5 It indicates the dominance of weaknesses over strengths.

Conclusion

The results showed that the feasibility of Baghmelek city tourism in the matrix of strategies and implementation priorities determines the offensive strategy (SO) (strengths and opportunities). This means that Baghmelek city is in a good position in terms of tourism, which can reduce the weaknesses and threats by using its capabilities on the one hand and by taking advantage of the leading opportunities on the other hand. To develop tourism. Also, based on the results obtained from the Prometheus technique, in the area under study, Mal Agha tourism area was the first priority for tourists in terms of natural, historical and cultural attractions, and Imamzadeh Abdullah was the second priority.

مقاله پژوهشی

امکان سنجی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری جهت جذب گردشگر (نمونه موردی: شهر باغملک)

سعید امانپور^۱، افسانه علی بخشی^۲، حدیث کاوسی قافی^{۳*}

- ۱- دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
 ۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.
 ۳- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

چکیده

توسعه گردشگری در روستاها، گسترش فرصت‌های شغلی، ایجاد درآمد اضافی و فقرزدایی را در مناطق روستایی به ارمغان می‌آورد، و مزایای فرهنگی و زیست - محیطی نیز به دنبال دارد، اما همواره خلأ برنامه‌ریزی کارآمد، در سیاست‌های توسعه روستایی برای فراهم‌آوری، یا یک پارچه کردن گردشگری، احساس می‌شود. بر این اساس، هدف اصلی این تحقیق، امکان‌سنجی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری جهت جذب گردشگری در شهر باغملک است. جهت امکان‌سنجی جاذبه‌های گردشگری، از تکنیک SWOT و جهت اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری و مشخص نمودن اوزان شاخص‌ها از ابزار پرسشنامه در مدل Visual Promethee, SPSS, FAHP استفاده شد. جامعه آماری مورد نیاز پژوهش شامل، ۱۳۰ نفر گردشگر، ۴۰ نفر کارشناس و ۱۵۰ نفر اهالی شهر باغملک بوده‌اند. نتایج نشان داد که امکان‌سنجی گردشگری شهر باغملک در ماتریس راهبردها و اولویت‌های اجرایی، تعیین‌کننده راهبرد تهاجمی (SO) (نقاط قوت و فرصت) است. این بدان معنی است که شهر باغملک از لحاظ گردشگری در موقعیت مناسبی قرار دارد که می‌تواند از یک طرف با استفاده از توانمندی‌ها و از طرف دیگر با بهره‌گیری از فرصت‌های پیشرو، نقاط ضعف و تهدیدها را کاهش داده و جهت توسعه گردشگری اقدام کرد. همچنین براساس نتایج به دست آمده از تکنیک پرومته، در محدوده مورد مطالعه، منطقه گردشگری مال آقا، از لحاظ جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی در اولویت اول گردشگران و امامزاده عبدالله در اولویت دوم قرار گرفت.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۰۷

شماره صفحات: ۸۹-۱۰۶

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



واژه‌های کلیدی:

توسعه گردشگری، اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری، تکنیک پرومته، شهر باغملک

استناد: امانپور، سعید؛ علی بخشی، افسانه؛ کاوسی قافی، حدیث (۱۴۰۲). امکان سنجی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری جهت جذب گردشگر (نمونه موردی: شهر باغملک)، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال ۱۴، شماره ۵۲، مردشت، صص ۸۹-۱۰۶.

DOI: 10.30495/JUPM.2021.27559.3835

DOR: 20.1001.1.22285229.1402.14.52.11.3

* نویسنده مسئول: حدیث کاوسی قافی

نشانی: کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.

تلفن:

پست الکترونیکی: hadis0439@gmail.com

مقدمه

با شروع قرن بیست و یکم، صنعت گردشگری به یکی از پر درآمدترین صنایع دنیا تبدیل شده و رقابت فشرده‌ای در میان بسیاری از کشورهای جهان برای جذب گردشگر آغاز شده است (UNWTO, 2007: 11). طی دهه‌های اخیر، دولت‌ها به توسعه گردشگری به عنوان یکی از شیوه‌های مبارزه با بیکاری و کسب درآمد تاکید می‌نمایند (Zali and Ismailzadeh, 2014: 90). به طوری که توسعه صنعت گردشگری در سطح کلان و خرد باعث تغییر در اقتصاد، اجتماع و نگرش سیاسی جوامع می‌شود (Navabakhsh et al., 2016: 174). در واقع؛ این صنعت به عنوان فعالیتی که در دنیای امروزی، توان اثرگذاری بر فرآیند توسعه متوازن و خردورزانه را در همه دنیا به نمایش گذاشته، مورد توجه طیف وسیعی از سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان نظام‌های سیاسی و مدیران اجرایی در کشورهای مختلف است (Ebrahimzadeh et al., 1388: 108). هم چنین این فعالیت به عنوان ابزاری قوی برای توسعه، رشد و تنوع اقتصادی، اشتغال و غیره عمل می‌کند (Patterson et al, 2006: 407). براساس اعلام سازمان گردشگری جهانی، تعداد گردشگران جهان در سال ۱۹۵۰، حدود ۲۵ میلیون و در سال ۲۰۰۰ حدود ۷۰۰ میلیون نفر بوده است حال آن که انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۰، تعداد گردشگران جهان به یک میلیارد و نیم برسد (Memarzadeh et al., 1389:8). بنابراین می‌توان گفت، مقاصد و جاذبه‌های گردشگری یکی از دلایل مسافرت مردم به یک مقصد خاص است که به عنوان عامل کششی یا عامل جاذب، با توجه به ویژگی‌های خاص و جذابیت‌های خود می‌توانند گردشگران را از نقاط و سرزمین‌های دور به سمت خود جذب کنند (Navabakhsh et al., 2016: 174). جاذبه‌ها در سیستم گردشگری از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردارند، به گونه‌ای که می‌توان از جاذبه‌های گردشگری به عنوان یکی از عناصر مهم بخش عرضه توریسم نام برد. تامین رفاه و آسایش در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری اصلی مهم قلمداد می‌شود، از این رو، برقراری تعادل بین ساکنان، گردشگران و محیط ضرورت دارد. واکاوی محیط به منظور توسعه محیط و استفاده بهینه از آن اهمیت دارد (Rahmatipour, 2016:7). لذا می‌توان گفت، نگاه ویژه به مکان‌های گردشگری به عنوان پتانسل‌های درآمدزا که نقش و جایگاه ویژه‌ای در توسعه مناطق جغرافیایی دارند، می‌تواند به عنوان ابزاری کارآمد جهت رشد و توسعه همه جانبه جوامع میزبان باشد (Nouri and Taghizadeh, 2013:86). اهمیت گردشگری در عصر حاضر بیش از همه وابسته به چرخه اقتصادی آن است، که قابلیت بالایی در زمینه پویایی اقتصاد محلی و بین‌المللی داراست. توجه به این مقوله بیانگر این واقعیت است که این موضوع به یک سلسله اثرات و تغییرات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و حتی محیطی در هر کشوری می‌انجامد. لزوم توجه جدی به مقوله گردشگری، به عنوان پدیده‌ای جدید دزدگی ما شینی قرن بیست و یکم، بسیار احساس می‌شود و اهمیت آن روز به روز در دنیا افزایش می‌یابد. شناسایی، ارزیابی کمی و کیفی، توزیع فضایی و میزان نیروی منابع طبیعی مکان‌های گردشگری، برای برنامه‌ریزان و مدیران ارزشمند است. با دانستن شرایط و میزان توانایی یک مکان، تصمیم‌گیران بهتر خواهند توانست در مورد توانایی محیط، سازگاری کاربری زمین و تأثیرات آن در اجرای گردشگری تصمیم‌گیری کنند. بنابراین سطح‌بندی جاذبه‌ها و مقصدهای گردشگری به عنوان بخشی از برنامه‌ریزی فضایی و منطقه‌ای گردشگری بسیار اهمیت دارد و نیاز است تا توزیع فضایی جاذبه‌ها در این مناطق با زیرساخت‌های خدماتی پشتیبان مورد تحلیل قرار گیرد. در کشور ایران، متأسفانه به دلیل وابستگی کشور به منابع درآمد‌های نفتی و عدم سیاست‌گذاری مناسب در توسعه و گردشگری پایدار باعث شده است که اولاً منابع مالی کمتری توسط بخش خصوصی و دولتی در توسعه امکانات و سایت‌های گردشگری و زیرساخت‌ها به صنعت گردشگری هدایت شود و ثانیاً رشد بسیار اندک ورود گردشگر خارجی به کشور کاهش توان اقتصادی گردشگران داخلی سرمایه‌گذاری در این صنعت را با ریسک بالاتری مواجه کند. لذا می‌تواند که با یک برنامه‌ریزی منسجم و پویا نسبت به تعیین اولویت‌های اجرایی در مناطق نمونه گردشگری اقدامات موثرتری صورت پذیرد. بدیهی است. مناطق نمونه گردشگری در هر استان یا شهرستان لازم است اولویت‌بندی شوند تا بتوان منطقه‌هایی را که دارای شرایط بهتری است را شناسایی نمود (Pikatpour et al., 2015:3). شهر باغملک به عنوان یکی از مناطق مستعد گردشگری کشور محسوب می‌شود که جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و انسان ساخت دارد و می‌تواند با برنامه‌ریزی در این زمینه به توسعه این شهر اقدام کرد. از جمله جاذبه‌های گردشگری این شهر می‌توان به قلعه تل، شاهزاده عبدالله، رباط حضرت سلیمان، مال آقا، آبشارهای تنگ کرد، کوشک ارغوانی و ... اشاره کرد. در پژوهش حاضر با به کارگیری فرایند برنامه‌ریزی راهبردی، قابلیت‌ها و کارکردهای گردشگری شهر باغملک شناسایی شده و مکان‌هایی که از اهمیت بیشتری برخوردار هستند و از لحاظ امکانات و زیرساخت‌ها از شرایط مناسبتری برخوردارند، اولویت‌بندی شدند. سپس راهبردهای مناسب توسعه گردشگری برای این شهر جهت جذب گردشگر تدوین شده است. لذا با توجه به موارد مذکور دو سوال به شرح ذیل ارائه می‌شود:

۱. استراتژی بهینه توسعه گردشگری شهر باغملک با استفاده از مدل SWOT کدام است؟
۲. براساس امکانات و جاذبه‌های گردشگری، وضعیت مقاصد گردشگری شهر باغملک چگونه است؟

فرضیه پژوهش

۱. به نظر می‌رسد شهر باغملک دارای وضعیت مناسبی از لحاظ امکانات و جاذبه‌های گردشگری می‌باشد.

پیشینه و مبانی نظری تحقیق:

توسعه گردشگری

توسعه فرآیندی است که طی آن جوامع از شرایط اولیه و توسعه نیافتگی با عبور از مراحل تکاملی و تحمل و دگرگونی‌های کمی و کیفی به جوامع توسعه یافته تبدیل خواهند شد (Momeni and Sabri, 1391:187). توسعه و رونق بخشی فعالیت‌های گردشگری در هر منطقه‌ای، برآمده از برنامه‌ریزی و خط‌مشی‌هایی است که برای آن منطقه تدوین می‌شود. به عبارتی برنامه‌ریزی مدون توسعه صنعت گردشگری دارای مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بی‌شماری است. همچنین عوامل مهم در توسعه صنعت گردشگری شامل گردشگران، مردم منطقه و ویژگی‌های مقصد می‌باشد که میزان انطباق و همپوشانی این سه عامل، منطقه‌ای را به وجود می‌آورد که در آن توسعه همبافته تحقق پیدا می‌کند (Nouri and Taghizadeh, 2013: 88).

مناطق نمونه گردشگری

بر اساس تعریف مناطق نمونه گردشگری محدوده‌هایی هستند که به دلیل وجود جاذبه‌های مهم گردشگری و پتانسیل‌های توسعه، قابلیت اخذات مجموعه‌ای تاسیسات گردشگری به منظور ارائه کلیه خدمات و کالاهای مورد نیاز گردشگران در یک مکان واحد را دارد. محل ایجاد منطقه نمونه گردشگری می‌تواند در جوار جاذبه‌ها و یا در تعامل متناسب با آن‌ها باشد (Naghizadeh, 2011: 26).

مناطق نمونه گردشگری به ۴ نوع تقسیم می‌شوند که این تقسیم‌بندی به شرح ذیل می‌باشد:

الف: مناطق نمونه گردشگری بین‌المللی: منطقه‌ای است که با هدف جذب گردشگران خارجی طراحی و تجهیز می‌شود.

ب: مناطق نمونه گردشگری ملی: منطقه‌ای است که با هدف جذب گردشگران ایرانی از سرتاسر کشور طراحی و تجهیز می‌شود.

ج: مناطق نمونه گردشگری استانی: منطقه‌ای است که با هدف جذب گردشگران استانی طراحی و تجهیز می‌شود.

د: مناطق نمونه گردشگری محلی: منطقه‌ای است که با هدف جذب گردشگران یک یا چند شهر طراحی و تجهیز می‌شود.

مفهوم امکان سنجی

قبل از برنامه‌ریزی برای یک منطقه، بررسی و انجام مطالعات امکان سنجی الزامی است، مطالعه سنجش امکانات بازار، میزان ظرفیت لازم، میزان توسعه و تسهیلات مورد نیاز، سنجش وضع موجود و مطالعه وضعیت مورد انتظار در برنامه‌ریزی گردشگری الزامی است. امکان سنجی یک پروژه از لحاظ مزیت‌های اقتصادی، به طور کلی همیشه مدنظر می‌باشد، همچنین علاوه بر تجزیه و تحلیل اقتصادی پروژه، تجزیه و تحلیل محیط و احتمال ایجاد خطر در صورت انجام پروژه معمولاً توسط تعدادی از پژوهشگران برای تشخیص سودآوری اقتصادی پروژه صورت می‌گیرد (Rahmani et al., 1389: 3).

امکان سنجی گردشگری

حضور جاذبه‌های گردشگری یکی از مهم‌ترین دلایل مسافرت مردم به یک مقصد است. جاذبه‌های گردشگری به عنوان کشش، با توجه به ویژگی‌های خاص و جذابیت‌هایی که دارند، می‌تواند گردشگران را از نقاط و سرزمین‌های دور به سمت خود جذب کند و هر قدر جاذبه‌های گردشگری متنوع تر و منحصر به فردتر و جذاب‌تر باشند، از قدرت کشش بالاتری برخوردار خواهند بود و در نتیجه حوزه نفوذ بسیار وسیعتری خواهند داشت (Abedi, 2015: 87). شناسایی، معرفی ویژگی‌ها، جذابیت‌ها و توانایی‌های بالفعل و بالقوه جاذبه‌ها از ارکان اساسی صنعت گردشگری بوده و معیاری برای تعیین ظرفیت‌پذیرش گردشگران، برنامه‌ریزی توسعه بازار و مدیریت بازاریابی خواهد بود. به طور کلی، منابع گردشگری از نظر پراکنش مکانی - فضایی و ویژگی‌های خاص به دلیل قدمت، سابقه تاریخی، عناصر ارزش و منحصر به فرد، جذابیت‌های بصری، طبیعی، فرهنگی و... پاسخ‌گوی بخش‌های خاصی از بازار است (Rahmani et al., 1390: 89).

پیشینه تحقیق

پژوهش‌های متعددی در داخل و خارج از کشور در راستای جاذبه‌های گردشگری و جذب گردشگر به انجام رسیده است. که در ادامه به تعدادی از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود.

فلیپا براندا^۳ و همکارانش (۲۰۱۸)، در پژوهشی با عنوان «نوآوری و بین‌المللی سازی به عنوان استراتژی‌های توسعه برای مقاصد گردشگری ساحلی: نقش شبکه‌های سازمانی» عنوان می‌کنند در مقاصد گردشگری نیاز به تنوع بیشتر از محصولات و بازارها وجود دارد که از اقتصاد توریسم مناطق پشتیبانی می‌کند و رقابتی بودن آن‌ها را افزایش می‌دهد، که باید براساس نوآوری باشد. هدف این تحقیق شناسایی دینامیک‌های بین‌المللی است که مقاصد گردشگری ساحلی باید در شبکه‌های نوآوری گردشگری اتخاذ شوند که اغلب در نوآوری سطح منطقه‌ای نقش دارند و نتایج بدست آمده حاکی از مشارکت‌های مهم در سیاستگذاران و حکمرانی جهانگردی ساحلی است، زیرا این امکان را می‌دهد که استراتژی‌های نوآوری را بر اساس شبکه‌های بین‌المللی طراحی کرده و رقابت را افزایش دهند.

چنگ جینا و همکاران^۴ (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان «تحلیل مکانی وزمانی توسعه گردشگری منطقه‌ای: یک رویکرد از مدل رگرسیون وزنی جغرافی»، از یک مدل GWR نیم پارامتری برای بررسی روابط مکانی و زمانی بین اقتصاد گردشگری منطقه‌ای و متغیرهای مؤثر استفاده می‌کنند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد از در زمینه‌های توسعه اقتصادی بهتر گردشگری، عوامل زمانی نقش کلیدی را ایفا می‌کنند، در حالی که در زمینه‌های توسعه اقتصادی کمتر گردشگری، عوامل مکانی نقش بازدارنده را ایفا می‌کنند.

راین لیو^۵ (۲۰۲۰)، در مقاله خود با عنوان «توسعه گردشگری به رهبری دولت در حوزه اکولوژیکی آسیب‌پذیر: پاسخ روستاییان و چالش‌ها»، اخیراً یک استراتژی توسعه پایدار روستایی از طریق گردشگری روستایی به عنوان یک گزینه عملی و مناسب برای استخدام کشاورزان چینی مناطق کوهستانی خوش‌منظره برای احیای اقتصاد محلی مورد استفاده قرار گرفته است. درک بهتر مکانیسم‌های اساسی استفاده از زمین محلی در توسعه گردشگری روستایی و حل اختلافات در مذاکرات تقسیم سود میان جوامع محلی با مقامات دولتی و توسعه دهندگان پروژه گردشگری در زمینه سلب مالکیت و میراث فرهنگی کمک می‌کند. این پژوهش اهمیت خودمختاری روستا در استقرار حاکمیت و قدرت چانه‌زنی خود در حفظ حقوق زمین‌داران و حفظ یک سیستم اکولوژیکی وسیع و منابع مشترک گردشگری روستایی، در حالی که گردشگری را به عنوان معیشت تازه تاسیس خود می‌پذیرند را برجسته می‌کند.

نوری و تقی‌زاده (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان اولویت‌بندی نمونه گردشگری استان کرمانشاه جهت سرمایه‌گذاری به این نتیجه رسیدند که آبشار پیران، سراب گلین، چهارقاپی به عنوان قطب برتر گردشگری انتخاب شدند.

رخشانی نصب و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی به امکان‌سنجی جاذبه‌های گردشگری با استفاده از مدل SWOT در شهر بردسیر پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که گردشگری و صنایع مربوط به آن نقش زیادی در توسعه پایدار شهر بردسیر دارد. اما به دلیل ضعف‌های داخلی و تهدیدهای خارجی از مزایای آن بی‌نصیب شده است. باری (۱۳۹۴)، در پژوهشی به امکان‌سنجی توسعه گردشگری فرهنگی در شهر اسفراین با تاکید بر کشتی با چوخه به این نتایج دست یافتند که سالانه گردشگران زیادی را برای تماشای این ورزش فرهنگی به شهر اسفراین جذب می‌کند ولی امکانات و تسهیلات موجود در شهر پاسخگوی نیازهای گردشگران نیست. نوابخش و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان، اولویت‌بندی مقاصد گردشگری پیرامونی در حومه‌های بیلاقی شمال تهران به این نتیجه دست یافتند که مقصد گردشگری لواسانات، توچال، دربند و کن - سولقان به عنوان مهمترین مقاصد گردشگری محدوده مورد مطالعه هستند. عابدی (۱۳۹۷)، در پایان‌نامه ارشد خود با عنوان امکان‌سنجی گردشگری شهری در پارس آباد به این نتیجه رسیدند که علی‌رغم این که سالانه گردشگران زیادی به شهرستان پارس آباد جذب می‌شود، ولی امکانات و تسهیلات موجود در شهر پاسخگوی نیازهای گردشگران نیست. کرد. حکمت‌نیا و کشکولی (۱۳۹۹) مقاله‌ای را با عنوان برآورد و تحلیل اثرات گردشگری بر پایداری اقتصاد و درآمد شهروندی و شهرداری‌ها (مطالعه موردی: شهر بابک- کرمان) به انجام رسانید. پژوهش حاضر سعی بر آن دارد تا اثرات گردشگری را بر اقتصاد شهری و پایداری درآمد شهرداری‌ها مورد سنجش و واکاوی قرار دهد، نتایج آزمون T تک نمونه‌ای و آزمون همگنی کای دو بر اساس جدول توافقی نشان می‌دهد که اولاً گردشگری توانسته است موجبات توانمندی و پایداری اقتصاد شهری را در شهر بابک فراهم آورد. ثانیاً بر اساس یافته‌ها مشخص گردید که در سطح ۹۹ درصد اطمینان مابین گردشگری به عنوان متغیر مستقل تحقیق و پایداری درآمد شهروندان و شهرداری شهر بابک رابطه مستقیم و معنی‌داری پابرجا است.

کشکولی و همکاران (۱۴۰۰) مقاله‌ای را با عنوان بررسی میزان اثرگذاری شاخص‌های اقتصادی در تحقق‌پذیری توسعه صنعت گردشگری در شهر فیروزآباد به انجام رسانید. هدف از این پژوهش، بررسی جاذبه‌های مادی و معنوی گردشگری در شهر فیروزآباد با رویکرد کسب درآمد از جاذبه‌های متعدد و متنوع گردشگری و نهایتاً رتبه‌بندی مولفه‌های اقتصادی مؤثر در توسعه گردشگری است، نتایج حاصل از مدل

3. Phlipa beranda

4. Cheng jiang

5. Rain. lio

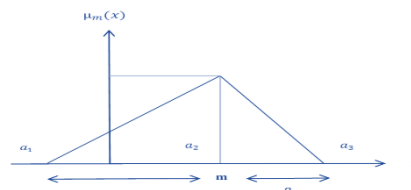
تحلیل شبکه نیز نشان می‌دهد شاخص‌های توان اقتصادی فیروزآباد شامل پتانسیل‌های ارزشمند در حوزه صنایع دستی (قالی- گلیم و گبه)، محصولات دامی ارگانیک زندگی عشایری- انواع محصولات کشاورزی - میراث تاریخی ارزشمند که منشا شکل‌گیری واحدهای تجاری - خدماتی و ایجاد اشتغال هستند با مقدار ۰/۰۸۹ بیشترین نقش را در رونق گردشگری در شهر فیروزآباد دارد. از جمله تفاوت‌های پژوهش حاضر با مطالعات پیشین در این است که در تحقیق حاضر سعی گردید که نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای گردشگری شهرستان باغملک شناسایی کند و بر اساس این موارد، راهبردهای اجرایی گردشگری در منطقه مورد مطالعه، مشخص شود. در مرحله بعدی بر اساس تکنیک پرمته مقاصد گردشگری را بر اساس شاخص‌های مورد نیاز و نظرخواهی از جامعه آماری مختلف (ساکنین، کار شنا سان و گرد شگران)، اولویت‌بندی کند، تا بتوان طبق نتایج راهبردها و پید شنهادهای اجرایی جهت توسعه گردشگری شهر باغملک ارائه نمود. .

مواد و روش تحقیق:

پژوهش حاضر از نظر ماهیت و روش، توصیفی - تحلیلی و به لحاظ هدف، نظری - کاربردی و از لحاظ روش مطالعه، توصیفی - تحلیلی است. گردآوری اطلاعات به دو صورت کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه) بوده است. بدین صورت که برای گردآوری مبنای نظری تحقیق، پیشینه و شاخص‌ها از روش کتابخانه‌ای و برای امکان‌سنجی ظرفیت‌های گردشگری از روش میدانی استفاده گردید. با توجه به اینکه پژوهش حاضر در فصل بهار سال ۱۳۹۸ انجام گرفته، جامعه آماری تحقیق را گردشگران، کارشناسان و اهالی مکان‌های گردشگری تشکیل داده‌اند. حجم نمونه گردشگران ۱۳۰ نفر، کارشناسان ۴۰ نفر و اهالی ۱۵۰ نفر برآورد شده است. نتایج به دست آمده از گروه‌های مختلف (مردم، کارشناسان و گردشگران) وارد محیط آماری SPSS گردید و بعد از به دست آمدن میانگین، جهت امکان سنجی گردشگری منطقه مورد مطالعه، از مدل راهبردی SWOT عوامل درونی و بیرونی توسعه گردشگری شهر باغملک، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و راهبردهای توسعه گردشگری ارائه گردید. سپس جهت اولویت‌بندی جاذبه‌ها و مکان‌های گردشگری از تکنیک FAHP و پرمته بهره گرفته شد.

مدل تحلیلی سلسله مراتبی فازی

این مدل ابتدا در سال ۱۹۸۳ توسط دو محقق هلندی بنام‌های لارهورن و پدريکزپیشنهادهای گردید که بر مبنای روش حداقل مجزورات لگاریتمی بنا نهاده شده بود، ولی به علت پیچیدگی مراحل محاسباتی و روش شناسی مورد استقبال قرار نگرفت، تا اینکه در سال ۱۹۹۶ محقق چینی به نام چانگ روشی را تحت عنوان روش تحلیل توسعه‌ای بر مبنای تحلیل سلسله مراتبی فازی ارائه کرد که برای محاسبه در آن از اعداد فازی مثلثی استفاده می‌شد. اعداد فازی مورد استفاده در این مدل و به صورت مشخص در پژوهش حاضر به صورت اعداد فازی مثلثی می‌باشد که به صورت $M=(m,\alpha,\beta)$ خواهد بود. فضای هندسی چنین مجموعه‌ای در محیط فازی در شکل شماره (۱) آمده است.



شکل ۱. تابع عضویت اعداد مثلثی در محیط فازی

ساختار ریاضیاتی تابع عضویت اعداد فازی مثلثی نیز به صورت زیر خواهد بود.

$$\left\{ \begin{array}{l} 1 - \frac{m-x}{\alpha}, \quad m-\alpha \leq x \leq m \\ 1 - \frac{x-m}{\beta}, \quad m \leq x \leq m+\beta \\ \text{در غیر این صورت } 0 \end{array} \right.$$

بنابراین بر اساس روش چانگ، مدل تحلیل سلسله مراتبی فازی دارای مراحل به شرح زیر است:

6. Larhorn & Pedricz

7. Triangular Fuzzy Number

مرحله اول: در این مرحله نمودار سلسله مراتبی ترسیم می‌شود.

مرحله دوم: در دومین مرحله اعداد فازی به منظور انجام مقایسه‌های زوجی تعریف می‌شوند. بر مبنای مطالعاتی که در این خصوص صورت گرفته است و نیز توصیه‌ای که چانگ ارائه می‌دهد.

مرحله سوم: تشکیل ماتریس مقایسه زوجی خواهد بود که با به کارگیری اعداد فازی مثلثی در پژوهش حاضر به انجام رسیده است.

$$\tilde{A} = \begin{bmatrix} \tilde{x}_{11} & \tilde{x}_{12} & \dots & \tilde{x}_{1n} \\ \tilde{x}_{21} & \tilde{x}_{22} & \dots & \tilde{x}_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \tilde{x}_{m1} & \tilde{x}_{m2} & \dots & \tilde{x}_{mn} \end{bmatrix}$$

مرحله چهارم: محاسبه مقدار S_i از طریق روابط زیر خواهد بود:

$$S_i = \sum_{i=1}^m M_{gi}^i \otimes \left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{gi}^i \right]^{-1}$$

$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{gi}^i = \left(\sum_{i=1}^n l_i, \sum_{i=1}^n m_i, \sum_{i=1}^n u_i \right)$$

$$\left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{gi}^i \right]^{-1} = \left(\frac{1}{\sum_{i=1}^n l_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n m_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n u_i} \right)$$

در این روابط i شماره سطر و j شماره ستون خواهد بود

مرحله پنجم: محاسبه درجه بزرگی S_i ها برای تمامی شاخص‌ها خواهد بود که در آن بزرگی دو عدد فازی $S_1 = (l_1, m_1, u_1)$ و $S_2 = (l_2, m_2, u_2)$ به این صورت تعریف می‌شود:

$$\left\{ \begin{array}{l} 1 \text{ اگر } m_1 \geq m_2 \\ 0 \text{ اگر } u_2 \geq l_1 \\ \frac{l_2 - u_1}{(m_1 - u_1) - (m_2 - l_2)} \text{ در غیر اینصورت} \end{array} \right.$$

مرحله ششم: در این مدل محاسبه وزن شاخص‌ها در ماتریس مقایسه زوجی خواهد بود. بدین منظور از رابطه زیر استفاده شده است:

$$d'(A_i) = \text{Min } V(S_i \leq S_k) \quad k = 1, 2, \dots, n$$

بنابراین، بردار وزن نرمالیزه نشده برای شاخص‌های پژوهش به صورت زیر خواهد بود:

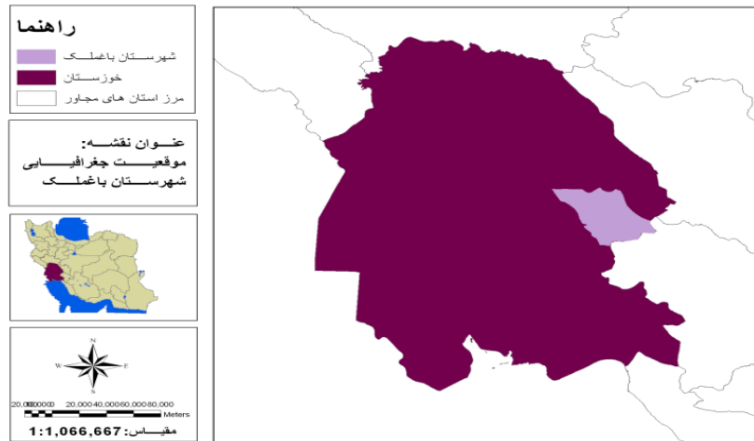
$$W'(d'(A_1), d(A_2), \dots, d(A_n))^T$$

مرحله نهایی: در این مدل محاسبه بردار وزن نهایی خواهد بود:

$$W = (d(A_1), d(A_2), \dots, d(A_n))$$

محدوده مورد مطالعه

شهر باغملک با مساحت کیلومتر مربع در شرق استان خوزستان و در عرض درجه و دقیقه شمالی و طول جغرافیایی ۴۹ درجه ۵۱ دقیقه عرض شرقی واقع شده است. این منطقه در ارتفاعی کمتر از ۴۰۰ متر در غرب تا بیش‌تر از ۳۰۰۰ متر از سطح دریا در شرق قرار دارد. طبق آمارنامه سال ۱۳۹۵، این شهر جمعیتی بالغ بر ۱۰۵۳۸۴ نفر جمعیت دارد. شهر باغملک دارای طبیعتی بکرو متفاوت با سایر شهرستان‌های خوزستان دارد. این شهر دارای قابلیت‌ها و توانمندی‌های نهفته زیادی در زمینه توریسم اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و بخصوص طبیعی است.



شکل ۲. موقعیت جغرافیایی شهر باغملک

بحث و ارائه یافته‌ها:

امکان‌سنجی راهبردی گردشگری شهر باغملک

در این بخش از پژوهش برای امکان‌سنجی گردشگری (نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید گردشگری) شهر باغملک، از تکنیک SWOT استفاده شد. در این روش ابتدا برای شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید گردشگری شهر باغملک؛ از ۱۳۰ نفر گردشگر، ۴۰ نفر کارشناس و ۱۵۰ نفر از اهالی نظر خواهی شده است. و نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید تعیین شدند. سپس با توجه به دیدگاه‌های جامعه آماری، از طریق پرسشنامه بصورت طیف (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) به هریک از عوامل درونی و بیرونی که تعیین شدند، ارزش و یا ضریب داده شده است. در نهایت با تنظیم عوامل راهبردی داخلی و خارجی، که مبنا و پایه در استخراج SWOT است، راهبرد لازم برای امکان‌سنجی گردشگری شهر باغملک تدوین گردیده است.

ماتریس ارزشیابی عوامل داخلی (IFE)

عوامل داخلی عواملی هستند که که در درون خود سیستم یا منطقه وجود دارند و در تعیین وضعیت منطقه موثر می‌باشند. در مدل SWOT، عوامل داخلی شامل نقاط قوت (S) و نقاط ضعف (W) یک سیستم یا منطقه می‌باشند. شناسایی نقاط قوت راه تقویت سیستم یا منطقه را آشکار کرده و در کنار آن، شناسایی نقاط ضعف، باعث می‌شود که از این نقاط ضعف به نفع نقاط قوت استفاده کرد. ماتریس داخلی شامل چهار ستون است. در ستون اول عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) فهرست می‌شوند. سپس در ستون دوم با توجه به میزان اهمیت و حساسیت هر عامل، ضریب اهمیتی بین (۱-۰) به آن عامل تعلق می‌گیرد. در ستون سوم با توجه به کلیدی یا عادی بودن قوت‌ها و ضعف‌ها به ترتیب رتبه ۴، ۳ یا ۲ یا ۱ اختصاص داده می‌شود. در ستون چهارم، ضرایب ستون دوم و رتبه‌های ستون سوم برای هر عامل در هم ضرب می‌شوند تا امتیاز نهایی عامل (قوت و ضعف) مشخص شود. چنانچه جمع کل امتیازات نهایی در این ماتریس بیش از ۲/۵ باشد، بدین معنی است که طبق پیش‌بینی‌های به عمل آمده، قوت‌های پیش رو بر ضعف‌ها غلبه خواهد داشت و اگر این امتیاز از ۲/۵ کمتر باشد نشان‌دهنده غلبه ضعف‌ها بر قوت‌ها است.

همانطور که در جدول ۲ و ۳، نشان داده شده است، تعداد ۲۴ نقطه قوت و ۲۱ نقطه ضعف، به عنوان عوامل داخلی گردشگری شهر باغملک شناسایی گردید. در این قسمت به وسیله نظرخواهی از کارشناسان، گردشگران و اهالی، در قالب پرسشنامه با مقیاس (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) وزن عوامل تعیین و نتایج در جدول ۲ و ۳، ذکر منعکس گردید. بر طبق نتایج عوامل، جاذبه‌های طبیعی، آب و هوای دلپذیر، وجود اراضی زراعی و باغی و دسترسی به نقاط تفریحی مهمترین نقاط قوت گردشگری شهر باغملک محسوب می‌شوند. جمع امتیاز وزنی عوامل داخلی (۳/۶۵) بیشتر از ۲/۵ است بوده که نشان‌دهنده غلبه نقاط قوت بر نقاط ضعف در گردشگری شهر باغملک است.

جدول ۲. ماتریس ارزشیابی عوامل داخلی (قوت) جهت امکان‌سنجی گردشگری شهر باغملک

عوامل	کد	عوامل داخلی (IFE) قوت‌ها (S)	وزن	رتبه	امتیاز وزنی
طبیعی	S1	جاذبه‌های محیطی، تنوع آب و هوایی و چهارفصل بودن در مال آقا، صیدون، قلعه تل و..	۰/۰۴۳	۴	۰/۱۷۲
	S2	وجود شیب و پستی و بلندی در اراضی و ایجاد شرایط لازم برای گردشگری ورزشی (صخره نوردی و کوهنوردی)	۰/۰۳۰	۲	۰/۰۶۰
	S3	وجود هوای مناسب و دلپذیر	۰/۰۳۷	۴	۰/۱۴۸
	S4	وجود اراضی متنوع زراعی، باغی و جنگل‌ها	۰/۰۳۱	۴	۰/۱۲۴
	S5	وجود منابع آبی رودخانه‌ها، آبشارها و چشمه‌ها	۰/۰۳۰	۴	۰/۱۲۰
	S6	شرایط مناسب برای برگزاری تورهای طبیعت گردی، کوهپیمایی و پیاده روی	۰/۰۲۹	۳	۰/۰۸۷
	S7	امکان استفاده از باغات در زمینه اقامت و پذیرایی گردشگران	۰/۰۲۷	۲	۰/۰۵۴
	S8	چشم انداز زیبا و تنوع توپوگرافی نظیر وجود ناهمواری کوهستانی، پایکوه، دشت، میانکوهی و دره-ای	۰/۰۲۸	۳	۰/۰۸۴
	S9	وجود گونه‌های گیاهی و جانوری	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۵۲
	S10	وجود آثار باستانی و تاریخی شاخص همچون کوشک ارغوانی و قلعه تل	۰/۰۳۰	۲	۰/۰۶۰
تاریخی	S11	وجود بقعه‌ها و زیارتگاه‌های متعدد و جاذبه مذهبی همچون حضرت سلیمان و امامزاده عبدالله	۰/۰۲۹	۳	۰/۰۸۷
	S12	وجود فرهنگ های بومی	۰/۰۳۵	۳	۰/۱۰۵
اجتماعی و فرهنگی	S13	وجود آیین ها و سنت های قدیمی	۰/۰۳۱	۳	۰/۰۹۳
	S12	آداب پذیرش مهمان در اهالی ناحیه	۰/۰۲۱	۲	۰/۰۴۲
	S13	مهمان دوست بودن مردم	۰/۰۲۳	۳	۰/۰۶۹
	S14	صنایع دستی محلی	۰/۰۲۱	۲	۰/۰۴۲
	S15	مراسم سنتی جالب	۰/۰۲۰	۲	۰/۰۴۰
	S16	حاکم بودن امنیت بالا در شهر باغملک	۰/۰۲۹	۳	۰/۰۸۷
زیرساخت ها	S17	امکانات تفریحی و ورزشی	۰/۰۳۴	۲	۰/۰۶۸
	S18	امکانات اقامتی	۰/۰۳۰	۳	۰/۰۹۰
	S19	امکانات امنیتی و نیروی انتظامی	۰/۰۳۱	۳	۰/۰۹۳
	S20	سرویس‌های بهداشتی	۰/۰۲۸	۳	۰/۰۸۴
	S21	هدایت و راهنمایی گردشگران و امکانات تبلیغات گردشگری	۰/۰۲۴	۳	۰/۰۷۲
	S22	وجود مکان‌های فروش مواد غذایی	۰/۰۲۶	۳	۰/۰۷۸
	S23	تسهیلات و امکانات درمانی	۰/۰۳۸	۳	۰/۰۱۱۴
	S24	وجود جاده های دسترسی به مکان‌های تفریحی	۰/۰۴۰	۳	۰/۱۲۰
جمع امتیاز وزنی قوت‌ها (S)					۲/۱۴

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

کمبود فضاهای اقامتی، تجهیزات و تأسیسات اولیه گرد شگری جهت اقامت گرد شگران، عدم توجه به مدیریت پایدار و برنامه‌ریزی دقیق بخش گرد شگری، کمبود سرویس‌های بهداشتی و نامناسب بودن زیر ساخت‌های جاده‌ای و حمل و نقل، مهمترین نقاط ضعف گرد شگری شهر باغملک محسوب می‌شوند.

جدول ۳. ماتریس ارزشیابی عوامل داخلی (ضعف) جهت امکان‌سنجی گردشگری شهر باغملک

عوامل	کد	عوامل داخلی (IFE) ضعف‌ها (W)	وزن	رتبه	امتیاز وزنی
طبیعی	W1	عدم ارائه تبلیغات مناسب جهت معرفی پتانسیل‌های اکوتوریسمی منطقه	۰/۰۳۰	۳	۰/۰۹۰
	W2	گسترده‌سازی سازه‌های سخت در مناطق کوهستانی و نبود راه‌های مناسب دسترسی به سراسر منطقه و فاصله زیاد برخی چشم اندازها و مناظر بکر طبیعی از مسیرهای ارتباطی	۰/۰۲۸	۳	۰/۰۸۴
	W3	وجود فاصله نسبتاً زیاد بین مکان‌های تفریحی	۰/۰۲۱	۳	۰/۰۶۳
	W4	آلودگی و آسیب به جاذبه‌های طبیعی	۰/۰۲۰	۳	۰/۰۶۰
	W5	تخریب و کاهش تنوع زیستی	۰/۰۲۱	۲	۰/۰۴۲
تاریخی	W6	تخریب آثار تاریخی	۰/۰۲۱	۲	۰/۰۴۲
	W7	کم توجهی به موضوع هویت بافت‌های تاریخی	۰/۰۱۸	۲	۰/۰۳۶
	W8	نبود بافت کالبدی مناسب در مناطقی که بناهای تاریخی و مذهبی قرار گرفتند	۰/۰۳۰	۲	۰/۰۶۰
	W9	ناآشنایی ساکنان با فرصت‌های تجاری و قابل بهره‌برداری منتج از گردشگری تاریخی	۰/۰۲۹	۲	۰/۰۲۸
	W10	کمبود امکانات و خدمات عمومی در اماکن تاریخی	۰/۰۲۶	۳	۰/۰۷۸
اجتماعی و فرهنگی	W11	عدم توجه به مدیریت پایدار و برنامه‌ریزی دقیق بخش گردشگری	۰/۰۴۰	۳	۰/۱۲۰
	W12	وجود فرهنگ‌های مختلف ناشی از حضور گردشگران	۰/۰۳۳	۲	۰/۰۶۶
	W13	عدم آموزش مردم میزبان در زمینه برخورد صحیح با گردشگران	۰/۰۲۵	۳	۰/۰۷۵
	W14	به فراموشی سپردن سنت‌های بومی	۰/۰۳۳	۲	۰/۰۹۹
	W15	عدم تبلیغات کافی در زمینه گسترش فرهنگ و سنت‌های بومی و محلی	۰/۰۲۶	۳	۰/۰۷۸
زیرساخت‌ها	W16	کمبود فضاهای اقامتی، تجهیزات و تأسیسات اولیه گردشگری جهت اقامت گردشگران	۰/۰۴۵	۳	۰/۱۳۵
	W17	کمبود سرویس‌های بهداشتی	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۹۹
	W18	نامناسب بودن زیرساخت‌های جاده‌ای و حمل و نقل	۰/۰۴۳	۳	۰/۱۲۹
	W19	نبود اینترنت	۰/۰۲۳	۲	۰/۰۴۶
	W20	ضعف خدمات اضطراری (درمانگاه، آمبولانس و آتش‌نشانی)	۰/۰۳۴	۲	۰/۰۶۸
	W21	تعداد اندک سوپر مارکت	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۵۷
جمع امتیاز وزنی ضعف‌ها (W)			-	-	۱/۵۱
جمع کل قوت‌ها و ضعف‌ها			-	-	۳/۶۵

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

ماتریس ارزشیابی عوامل خارجی (EFE)

عوامل خارجی آنهایی هستند که از کنترل منطقه خارج بوده و از بیرون بر سیستم اثر می‌گذارند. به نوعی مرتبط با فرآیندهایی است که در خارج از محدوده آن منطقه به وقوع می‌پیوندند. عوامل بیرونی شامل فرصت‌ها (O) و تهدیدها (T) می‌باشند. یعنی چه عواملی از بیرون به عنوان یک فرصت تلقی می‌شوند که می‌توانند در جهت پیشرفت یک منطقه مؤثر باشند و از طرفی چه عواملی یک تهدید محسوب شده که برای منطقه خطر ساز است که باید از آن دوری کرد و آنرا به فرصت تبدیل کرد.

همانطور که در جدول ۴ و ۵، نشان داده شده است، جهت ارزشیابی عوامل خارجی پیش روی گردشگری شهر باغملک، ۱۹ فرصت و ۲۱ تهدید خارجی، به عنوان عوامل خارجی شناسایی گردید. مجموع امتیاز نهایی عوامل خارجی، در ماتریس ارزشیابی خارجی (۳/۰۲) به دست آمده است که بیشتر از ۲/۵ بوده و نشان‌دهنده غلبه فرصت‌ها بر تهدیدها در گردشگری شهر باغملک است. طبق نتایج نیز، امکان بهره‌گیری از فرصت‌های گردشگری متنوع‌تر کبکی، سرمایه‌گذاری جهت تقویت زیرساخت‌ها، امکانات رفاهی و اقامتی و توسعه حمل‌ونقل مهمترین نقاط فرصت در گردشگری شهر باغملک هستند.

جدول ۴. ماتریس ارزشیابی عوامل خارجی (فرصت‌ها) جهت امکان سنجی گردشگری شهر باغملک

عوامل	کد	عوامل خارجی (EFE) فرصت‌ها (O)	وزن	رتبه	امتیاز وزنی
طبیعی	O1	امکان بهره‌گیری از فرصت‌های گردشگری متنوع و ترکیبی	۰/۰۴۳	۴	۰/۱۷۲
	O2	افزایش تمایل گردشگران به انجام فعالیت‌های اکوتوریسم	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۹۹
	O3	وجود جاذبه‌های اکوتوریسمی معرفی نشده در سطح استانی و ملی	۰/۰۲۹	۳	۰/۰۸۷
	O4	امکان استفاده بهینه از جاذبه‌های اکوتوریسمی در سطح ملی	۰/۰۲۸	۳	۰/۰۸۴
	O5	امکان برگزاری اردوهای ورزشی همچون کوهنوردی و صخره نوردی	۰/۰۲۸	۲	۰/۰۵۶
تاریخی	O6	معرفی آثار تاریخی در سطح ملی و بین‌المللی	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۵۸
	O7	امکان ارتقای نقش تاریخی شهر باغملک در نظام فضایی استان خوزستان با بهره‌گیری از ظرفیت و پیشینه تاریخی	۰/۰۲۶	۳	۰/۰۷۸
	O8	امکان بهره‌برداری از مراسم و آیین‌های مذهبی ویژه شهر برای برگزاری تورهای مذهبی	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۵۷
اجتماعی و فرهنگی	O9	افزایش آگاهی در بین ساکنان محلی	۰/۰۲۳	۳	۰/۰۶۹
	O10	شکل‌گیری بازار فروش محصولات بومی و محلی	۰/۰۳۵	۳	۰/۰۷۵
	O11	آشنایی مردم با فرهنگ‌های مختلف	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۹۹
	O12	تقویت ارتباطات بین فرهنگی	۰/۰۲۹	۳	۰/۰۸۷
	O13	سرزندگی در اثر حضور گسترده گردشگران	۰/۰۲۸	۳	۰/۰۸۴
	O14	افزایش میزان مشارکت ساکنان	۰/۰۳۰	۳	۰/۰۹۰
زیرساخت‌ها	O15	نزدیکی به استان‌های اصفهان و چهارمحال بختیاری	۰/۰۲۷	۲	۰/۰۵۴
	O16	فاصله کم با مرکز استان خوزستان	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۵۲
	O17	سرمایه‌گذاری جهت تقویت زیرساخت‌ها، امکانات رفاهی و اقامتی	۰/۰۳۴	۳	۰/۱۰۲
	O18	بهسازی و نوسازی جاده‌های منتهی به منطقه	۰/۰۳۰	۳	۰/۰۹۰
	O19	توسعه حمل و نقل	۰/۰۴۵	۴	۰/۱۸۰
		جمع امتیاز وزنی قوت‌ها (S)	-	-	۱/۶۷

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

تأثیرگذاری فرهنگ غیربومی بر فرهنگ بومی و سنتی، جاده‌های خطرناک و غیرایمن و عدم توجه کافی مسئولین به امکانات و خدمات گردشگری نیز از دید گردشگران، اهالی و کارشناسان مهمترین نقاط ضعف گردشگری شهر باغملک هست.

جدول ۵. ماتریس ارزشیابی عوامل خارجی (تهدیدها) جهت امکان سنجی گردشگری شهر باغملک

عوامل	کد	عوامل خارجی (EFE) تهدیدها (T)	وزن	رتبه	امتیاز وزنی
طبیعی	T1	عدم توجه به ظرفیت‌های منطقه در راستای پذیرش گردشگر	۰/۰۳۷	۲	۰/۰۷۴
	T2	آلودگی زیست محیطی و تخریب منابع	۰/۰۳۰	۲	۰/۰۶۰
	T3	تهدید تنوع برخی از گونه‌های گیاهی و جانوری منطقه	۰/۰۲۹	۲	۰/۰۵۸
	T4	تغییر کاربری	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۸۲
تاریخی	5T	همکاری نکردن میراث فرهنگی در زمینه ساخت و ساز و مرمت بناهای تاریخی و مذهبی	۰/۰۲۸	۲	۰/۰۵۴
	T6	تداخل کاری نهادهای ذی ربط شامل اوقاف وامور خیریه و میراث فرهنگی	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۵۲
	T7	وابسته بودن مکان‌های مذهبی به کمک‌های اندک مردمی (نذورات) و نبود اعتبار کافی	۰/۰۲۳	۲	۰/۰۴۶
	T8	ضعف اطلاع‌رسانی در مورد بناهای تاریخی و پیشینه آن	۰/۰۲۰	۳	۰/۰۶۰
	T9	تأثیرگذاری فرهنگ غیربومی بر فرهنگ بومی و سنتی	۰/۰۳۶	۳	۰/۱۰۸
اجتماعی و فرهنگی	T10	تراکم زیاد گردشگران	۰/۰۲۵	۲	۰/۰۵۰
	T11	انتقال ناهنجاری‌های فرهنگی به جامعه میزبان	۰/۰۳۳	۲	۰/۰۶۶
	T12	کاهش امنیت منطقه	۰/۰۲۳	۲	۰/۰۴۶
	T13	فرهنگ پایین گردشگران در سطح کشور	۰/۰۲۲	۲	۰/۰۴۴

۰/۰۴۶	۲	۰/۰۲۳	عدم وجود مقررات جامع گردشگری	T14	زیرساخت‌ها
۰/۰۴۰	۲	۰/۰۲۰	تغییر الگوی مصرف ساکنان	T15	
۰/۰۷۸	۳	۰/۰۲۶	عدم ساماندهی زیرساخت‌ها	T16	
۰/۱۱۴	۳	۰/۰۲۸	جاده‌های خطرناک و غیرایمن	T17	
۰/۰۶۰	۲	۰/۰۳۰	کمبود خدمات فوریتی	T18	
۰/۰۹۹	۳	۰/۰۳۳	ضعف ساختار تأسیسات و تجهیزات متناسب گردشگری	T19	
۰/۰۹۰	۳	۰/۰۳۰	عدم سهولت دسترسی به مناطق گردشگری	T20	
۰/۱۲۰	۳	۰/۰۴۰	عدم توجه کافی مسئولین به امکانات و خدمات گردشگری	T21	
۱/۳۵	-	-	جمع امتیاز وزنی قوت‌ها (S)		
۳/۰۲			جمع کل فرصت‌ها و تهدیدها		

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

تشکیل ماتریس داخلی و خارجی (IE)

ماتریس SWOT متشکل از یک جدول مختصات دو بعدی است، که هر چهار نواحی آن نشانگر یک دسته استراتژی می‌باشد. این استراتژی‌ها عبارتند از:

- استراتژی تهاجمی (SO) یا حداکثر - حداکثر: راهبردهایی برای حداکثر استفاده از فرصت‌های محیطی با به کارگیری نقاط قوت.
- استراتژی‌های بازنگری (WO) یا حداکثر - حداقل: راهبردهایی برای استفاده از مزیت‌های بالقوه‌ای که در فرصت‌های محیطی نهفته است برای جبران نقاط ضعف.
- استراتژی متنوع سازی (ST) یا حداقل - حداکثر: راهبردهای استفاد از نقاط قوت برای جلوگیری از مواجهه با تهدیدها.
- استراتژی تدافعی (WT) یا حداقل - حداقل: راهبردهایی برای به حداقل رساندن زیان‌های ناشی از تهدیدها و نقاط ضعف. در این گام، قوت داخلی و فرصت‌های خارجی، ضعف‌های داخلی و فرصت‌های خارجی، قوت‌های داخلی و تهدیدهای خارجی، و ضعف‌های داخلی و تهدیدهای خارجی با یکدیگر مقایسه می‌شوند و نتیجه آن در خانه‌های مربوط به گروه راهبرد تهاجمی (SO)، راهبرد بازنگری (WO)، راهبرد تنوع (ST) و راهبرد تدافعی (WT) درج شدند (جدول ۶).

جدول ۶: راهبردهای ۴ گانه حاصل از تکنیک SWOT

وزن: ۳/۶۷	راهبردهای تهاجمی (S-O)
S6,S21,O1,O3,O6,O7,O8	توسعه توره‌های گردشگری ویژه با هدف اشاعه اکوتوریسم در سطح منطقه‌ای و ملی
S16,S17,S18,S19,O15,O16	ایجاد زمینه‌های لازم در جهت افزایش مدت حضور گردشگران در طبیعت
S9,S10,S11,O10,O11,O12	بهره‌گیری بیشتر از زمینه‌های دیگر گردشگری نظیر جاذبه‌های تاریخی، اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی و بومی
S1,S2,S3,S4,S5,S6,S7,S8,O2,O14,O9	تمرکز عمده فعالیت‌های گردشگری طبیعی با هدف دستیابی به توسعه پایدار روستایی با مشارکت روستائیان
S22,S23,S24,O17,O18,O19	بهبود زیرساخت‌ها و خدمات روستایی
وزن: ۳/۱۸	راهبردهای بازنگری (W-O)
W8,W9,O6,O7	سرمایه‌گذاری در جهت بهسازی و نوسازی بافت‌های تاریخی
W5,W6,W7,O9,O12	جلوگیری از تغییر کاربری و نظارت بر ساخت و سازهای جدید
W16,W18,O17,O18	استفاده از زمین‌های دولتی جهت ایجاد برخی از خدمات مورد نیاز گردشگران
وزن: ۳/۴۹	راهبردهای متنوع سازی (S-T)
S21,T5,T8,T21	فرهنگ سازی و تبلیغات از سوی شهرداری، فرمانداری، بخش‌داری و... جهت شناساندن اهمیت فضاهای طبیعی و فراغتی در روستاهای شهر باغملک
S8,S2,S1,T1,T9,T11	ایجاد سرزندگی، پویایی و زمینه‌های تعامل میان گردشگران در روستاها

¹ Internal-External (IE) Matrix

ادامه جدول ۶. راهبردهای ۴ گانه حاصل از تکنیک SWOT

وزن:	راهبردهای تهاجمی (S-O)
S10,S11,T6,T7	استفاده از پتانسل‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی در زمینه ایجاد و توسعه پایدار گردشگری
S10,S14,S12,S18,S17,T19,T5,T1	تنوع بخشی به فعالیت‌ها و خدمات گردشگری، تبلیغات جهت معرفی جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و بومی و محلی
وزن: ۲/۸۶	راهبردهای تدافعی (W-T)
W11,W12,W13,T9,T11,T15	ارتقاء سطح اجتماعی و فرهنگی ساکنان روستاها
W14,W15,T11,T13,T14	ارتقاء فرهنگ بومی و تعلق خاطر به روستا از طریق احیای مراسم و آیین باستانی بومی
W6,W7,W8,W9,W10,T4,T5,T16	جلوگیری از ساخت و سازهای بی‌رویه و حفاظت وساماندهی منابع طبیعی
W1,W2,W4,W5,T2,T3	شناساندن ارزش‌های طبیعی منطقه و قابلیت تبدیل آن به منطقه گردشگری به روستائیان و گردشگران
W16,W18,W19,W20,T16,T17,T18,T19	بهبود زیرساخت‌ها و خدمات روستایی نظیر جاده‌ها، حمل و نقل، کمپ‌های اقامتی، خدمات اورژانسی و.. جهت رفاه حال گردشگران

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

انتخاب راهبردهای قابل قبول

راهبردهای قابل قبول از میان راهبردهای جدول فوق انتخاب می‌گردد. فرآیند انتخاب راهبردهای قابل قبول برنامه‌ریزی گردشگری باغملک در دو گام زیر انجام گرفته است:

الف: تشکیل ماتریس راهبردها و اولویت‌های اجرایی و تعیین موقعیت گردشگری شهر باغملک. ماتریس یادشده براساس امتیاز حاصل از نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها حاصل شده است که امتیاز مربوط به هر کدام در جدول ۷، نشان داده شده است. امتیاز هربخش میانگین نظرات گروه‌های مشارکت کننده (مردم، کارشناسان و گردشگران) می‌باشد.

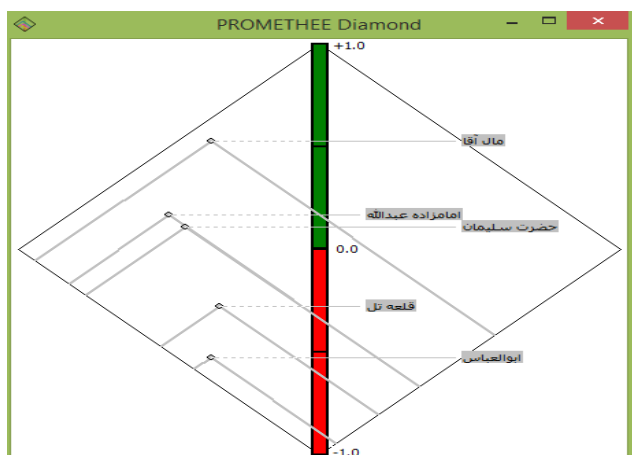
جدول ۷. ترکیب عوامل داخلی و خارجی

عوامل خارجی		عوامل داخلی	
T	O	W	S
۱/۳۵	۱/۶۷	۱/۵۱	۲/۱۴
مجموع ضرایب عوامل مرکب			
WO	ST	WT	SO
۳/۱۸	۳/۴۹	۲/۸۶	۳/۶۷

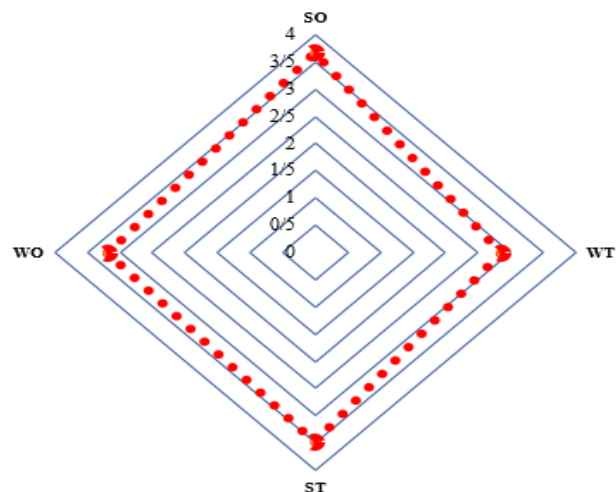
منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

ب: انتخاب راهبردهای قابل قبول

امکانسنجی گردشگری شهر باغملک در ماتریس راهبردها و اولویت‌های اجرایی، تعیین کننده راهبرد تهاجمی (SO) (نقاط قوت و فرصت) در بخش گردشگری شهر باغملک است. براساس ارقام به دست آمده در جدول فوق؛ بزرگترین عدد به دست آمده مربوط به نقاط قوت و فرصت می‌باشد که معادل ۳/۶۷ می‌باشد (شکل ۳). بنابراین، وضعیت گردشگری شهر باغملک از نظر محیط داخلی و خارجی، از میان ۴، استراتژی مشخص شده در استراتژی تهاجمی قرار دارد. این بدان معنی است که سازمان در موقعیت مناسبی قرار دارد که می‌تواند از یک طرف با استفاده از توانمندی‌ها و از طرف دیگر بهره‌گیری از فرصت پیشرو با تهدیدهای خارجی مبارزه کند و در جهت پیشرفت توسعه پایدار گردشگری حرکت کند، در این وضعیت اقداماتی که انجام می‌شود باید در راستای حفظ وضع موجود و استفاده از توانمندی‌ها، فرصت‌ها و مبارزه با تهدیدها باشد. همچنین راهبرد متنوع سازی (ST) با ضریب ۳/۴۹، راهبرد بازنگری (WO) با ضریب ۳/۱۸ و در نهایت راهبرد تدافعی (WT) با ضریب ۲/۸۶ در پایین رده اولویت بندی راهبردها قرار دارد.



شکل ۴. اولویت‌بندی گزینه‌های مقصد گردشگری باغملک



شکل ۳. ماتریس داخلی و خارجی گردشگری باغملک

یافته‌های شکل ۳ نشان می‌دهد که بین جریان‌های طبقه‌بندی بیرونی مثبت و منفی، تعادل ایجاد می‌شود و جریان خالص بیانگر گزینه بهتر است. در شکل (۳) چنانچه یک معیار دارای کمترین مقادیر مثبت و بیشتر مقادیر منفی باشد آن گزینه پایین‌تر از سایر گزینه‌ها بوده و معرف ارجحیت کمتر است. همانگونه که از شکل (۴) بر می‌آید، منطقه مال آقا در حد بالا، بیشترین ارجحیت را به خود اختصاص داده و در طرف مقابل منطقه ابوالعباس کمترین ارجحیت را دارد. همچنین دو منطقه حضرت سلیمان و امامزاده عبدالله دارای ارجحیت متوسط با گرایش مثبت می‌باشد. براساس نتایج، منطقه گردشگری مال آقا، از لحاظ جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی در اولویت اول گردشگران و امامزاده عبدالله در اولویت دوم قرار دارد.

اولویت‌بندی مقاصد گردشگری شهر باغملک

هدف اصلی انتخاب مهمترین مقاصد گردشگری مناطق شهر باغملک در نخستین سطح تحلیل شبکه است (جدول ۸). معیارها و مؤلفه‌های جاذبه‌های طبیعی، آثار تاریخی و وضعیت زیرساخت‌ها در سطح دوم قرار دارد. بررسی نشان می‌دهد که در رفتار گردشگران، تمایل سفر به گذراندن اوقات فراغت به مقاصد جاذبه‌های طبیعی به مراتب بیشتر از جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی است. سطح سوم نیز شامل گزینه‌های پیشنهادی مقاصد گردشگری است.

جدول ۸. ساختار فرآیند تحلیل شبکه ای مقاصد گردشگری شهر باغملک

اهداف	معیار	گزینه‌ها
اولویت‌بندی مقاصد جاذبه‌های گردشگری	کوهستان	قلعه تل مال آقا ابوالعباس رباط حضرت سلیمان امامزاده عبدالله (ع)
	آبشار	
	رودخانه	
	چشمه	
	باغات و جنگل	
	راه آسفالته	
	راه خاکی	
	آثار تاریخی و مذهبی فرهنگ بومی و محلی و جشن‌های فرهنگی خاص	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

در سطح دوم، خبرگان مقایسه‌هایی را بین معیارها و زیرمعیارهای تصمیم‌گیری انجام داده و امتیازات را نسبت به یکدیگر تعیین کردند.

جدول ۹. وزن نهایی معیارهای به کار گرفته رفته در پژوهش

وزن نرمال شده	وزن نرمال نشده	معیارها
۰/۱۰	۰/۶	کوهستان
۰/۱۳	۰/۷۸	آبشار
۰/۱۷	۱	رودخانه
۰/۱۱	۰/۶۸	چشمه
۰/۱۲	۰/۷۲	باغات و جنگل
۰/۰۹	۰/۶	راه آسفalte
۰/۰۶	۰/۳۵	راه خاکی
۰/۱۲	۰/۷۴	آثار تاریخی و مذهبی
۰/۱۰	۰/۶۲	فرهنگ بومی و محلی و جشن های فرهنگی خاص

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

در سطح‌بندی پتانسیل‌های گردشگری شهر باغملک در ابتدا برای توزیع پرسشنامه بین ۵ منطقه هدف پژوهش تقسیم‌بندی شد. همچنین در تدوین پرسشنامه عوامل ۹ گانه کوهستان، آبشار، رودخانه، چشمه، باغات و جنگل، راه آسفalte، راه خاکی، آثار تاریخی و مذهبی و فرهنگ بومی و محلی و جشن‌های فرهنگی خاص در نظر گرفته شده است. با توجه به تعداد افراد پاسخگو در هر منطقه، جهت رتبه‌بندی و سطح‌بندی وزن مناسب به معیارها ۹ گانه داده شده که نتایج آن در جدول ۱۰ ذکر شده است. بر اساس بررسی‌های صورت گرفته از بین معیارهای تأثیرگذار در جذب توریست و گردشگر، دو معیار رودخانه‌ها و آبشارها به ترتیب با اوزان ۰/۱۷ و ۰/۱۳ بیشترین تأثیر را در جذب گردشگر در مناطق داشته است و در انتها دو معیار وضعیت دسترسی آسفalte و خاکی به ترتیب با ۰/۰۹ و ۰/۰۶ درصد پایین‌ترین تأثیر را در جذب گردشگر در مناطق نام برده را دارد.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها:

از گام‌های اساسی توسعه در هر کشور و ناحیه، استفاده بهینه از منابع و ظرفیت‌های طبیعی موجود است و شناسایی پتانسیل‌های موجود و تدوین سیاست‌های درست و برنامه‌ریزی‌های اصولی برای بالفعل کردن توانمندی‌ها، ضرورت اصلی برای نیل به توسعه پایدار می‌باشد. بنابراین معرفی جاذبه‌های اکوتوریستی در نواحی شهری و روستایی و به دنبال آن جذب گردشگر، می‌تواند منجر به بهبود وضعیت اقتصادی، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و در نهایت توسعه پایدار شود. در پژوهش حاضر، امکان‌سنجی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهر باغملک بر اساس عوامل طبیعی، تاریخی، اجتماعی- فرهنگی و زیرساخت‌ها مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری تحقیق شامل اهالی شهر باغملک، کارشناسان و گردشگرانی بودند که به مناطق گردشگری دیدن کردند. تکنیک مورد استفاده نیز مدل SWOT و مدل تحلیلی پرومته بوده است. براساس مدل سوات، تعداد ۲۴ نقطه قوت و ۲۱ نقطه ضعف، به عنوان عوامل داخلی گردشگری شهر باغملک شناسایی گردید. در این قسمت به وسیله نظرخواهی از کارشناسان، گردشگران و اهالی، در قالب پرسشنامه با مقایس (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) وزن عوامل تعیین گردید. بر طبق نتایج عوامل، جاذبه‌های طبیعی، آب و هوای دلپذیر، وجود اراضی زراعی و باغی و دسترسی به نقاط تفریحی مهمترین نقاط قوت گردشگری شهر باغملک محسوب می‌شوند. جمع امتیاز وزنی عوامل داخلی (۳/۶۵) بیشتر از ۲/۵ است بوده که نشان دهنده غلبه نقاط قوت بر نقاط ضعف در گردشگری شهر باغملک است. جهت ارزشیابی عوامل خارجی پیش روی گردشگری شهر باغملک، ۱۹ فرصت و ۲۱ تهدید خارجی، به عنوان عوامل خارجی شناسایی گردید. مجموع امتیاز نهایی عوامل خارجی، در ماتریس ارزشیابی خارجی (۳/۰۲) به دست آمده است که بیشتر از ۲/۵ بوده و نشان‌دهنده غلبه فرصت‌ها بر تهدیدها در گردشگری شهر باغملک است. طبق نتایج نیز، امکان بهره‌گیری از فرصت‌های گردشگری متنوع و ترکیبی، سرمایه‌گذاری جهت تقویت زیرساخت‌ها، امکانات رفاهی و اقامتی و توسعه حمل و نقل مهمترین نقاط فرصت در گردشگری شهر باغملک هستند. همچنین براساس ۴ راهبرد ته‌اجمی، بازرگاری، متنوع سازی و تدافعی، گردشگری شهر باغملک در راهبرد ته‌اجمی (نقاط قوت و فرصت) قرار گرفت. براساس ارقام به دست آمده؛ بزرگترین عدد به دست آمده مربوط به نقاط قوت و فرصت می‌باشد که معادل ۳/۶۷ می‌باشد. در ادامه، برای انتخاب، مهمترین مقاصد گردشگری مناطق شهر باغملک، معیارها و مؤلفه‌های جاذبه‌های طبیعی، آثار تاریخی و وضعیت زیرساخت‌ها مورد بررسی قرار گرفت. که در نهایت مناطق گردشگری مال‌آقا، امامزاده عبدالله (ع)، رباط حضرت سلیمان، قلعه تل و ابوالعباس به ترتیب در اولویت اول تا پنجم قرار گرفتند. بصورت کلی نتایج نشان داد

که شهر باغملک با وجود مشکلات و تنگناهای مختلف طبیعی و انسانی نظیر تنگناهای ژئومورفولوژیکی، کوهستانی، محدودیت‌های فصلی، مخاطرات طبیعی، فقدان مراکز اقامتی، کمبود سرمایه‌گذاری، کمبود تجهیزات و تأسیسات، ضعف دسترسی و حمل و نقل، ضعف مدیریتی و... به دلایلی چون پتانسیل‌های مناسب اکوتوریسم، مناطق کوهستانی، موقعیت ارتباطی، آب و هوای مطلوب، طبیعت بکر، مناطق سرسبز با آب و چشمه‌های فراوان، فرهنگ بومی و محلی غنی، صنایع دسترسی متنوع و... استعداد و قابلیت فوق‌العاده‌ای در توسعه اکوتوریسم را دارد و می‌تواند یکی از قطب‌های گردشگری کشور و استان خوزستان باشد. به بیان دقیق‌تر الگوی فضای منطقه در چارچوب گردشگری روستایی در برگیرنده گونه‌های گردشگری تفریحی و طبیعت‌گردی است و جاذبه‌های طبیعی یکی از عوامل مؤثر و شاید مهمترین وجه گردشگری در منطقه باشد. مسئله‌ای که سقایی نیز در پژوهش خود بدان اشاره نموده و یادآور می‌شود که توسعه زیرساخت‌های گردشگری نیازمند تلاش مدیران شهری و استانی و کشوری است.

پیشنهادها:

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهایی به شرح ذیل ارائه شده است:

۱. تهیه نقشه‌های توریستی - آگرواکوتوریستی منطقه.
۲. تبلیغ و فراهم کردن تسهیلات فعال شدن تورهای گردشگری
۳. ایجاد دهکده‌های توریستی در مناطق گردشگری
۴. محوطه‌سازی و ایجاد فعالیتهای توریستی رودخانه‌ای در اطراف رودخانه‌ها
۵. توسعه شبکه و تجهیزات و تأسیسات زیربنایی در مناطق گردشگری
۶. افزایش اعتبار بخش توریسم و مشارکت بخش خصوصی در این صنعت
۷. توسعه حمل و نقل و شبکه راه‌ها و تقویت عملکرد پایانه‌ها اتوبوس بین شهری و روستایی
۸. بهبود و اصلاح قوانین سرمایه‌گذاری و ارائه تسهیلات مختلف به اراگان‌های مربوطه
۹. آموزش بومیان در زمینه برخورد مناسب بویژه در زمینه توریست‌های خارجی
۱۰. برگزاری جشنواره‌های بومی، منطقه‌ای و پخش رسانه‌ای قابلیت‌های هر یک از مناطق

References:

1. Abedi, Melahat (2015), Feasibility of Urban Tourism Development in Parsabad Region, Master's Thesis, Tourism Planning Department, Faculty of Tourism, Hakim Jerjaei University.
2. Abbasi Kashkouli, Mohammad Ali, Totun Chi, Jalil, Alavi Rad, Abbas, Tafti, Mohammad Ali (1400), Investigating the impact of economic indicators on the realization of the development of the tourism industry in Firozabad city, Journal of Urban Research and Planning, No. 44, pp. 142-156.
3. Álvarez F, María, R., José Álvarez, G., and Amador, D.S. (2019), Limitations of Rural Tourism as an Economic Diversification and Regional Development Instrument. The Case Study of the Region of La Vera, Sustainability 2019, 11, 3309;
4. Álvaro, J., José, M, J., and Francisco, S.M. (2017), Rural Tourism: Development,
5. Brandão, F., Breda, Z., & Costa, C. (2019). Innovation and internationalization as development strategies for coastal tourism destinations: The role of organizational networks. Journal of Hospitality and Tourism Management, 41, 219-230.
6. Ebrahimzadeh, Isa, Aghasizadeh, Abdullah (2008), Analysis of factors influencing the development of tourism in the coastal area of Chabahar using SWOT strategic model, Studies Quarterly. Urban and regional researches, first year, first issue, pp. 34-51.
7. Hikmatnia, Hassan, Bagheri Kashkoli, Ali (2019), Estimation and analysis of the effects of tourism on the sustainability of the economy and income of citizens and municipalities (Case study: Babak city - Kerman), Scientific Journal of Urban Research and Planning, No. 43, pp. 102_114.
8. Management and Sustainability in Rural Establishments, Sustainability 2017, 9, 818;

9. Memarzadeh, Gholamreza, Farhadi, Ali, Serafraz, Mehrzad (2009), Tourism and Sustainable Development, Tourism Industry Region Conference, Islamic Azad University, Khomeini Shahr Branch.
10. Mohaghegh, Zahra (2017), urban tourism branding (Case: Dezful city), master's thesis, field of geography and urban planning, faculty of literature and humanities, Shahid Chamran University of Ahvaz.
11. Momeni, Mehdi, Saberi, Rostam (2013), Determining the development of Nayin city in Isfahan province, Geography and Environmental Planning Quarterly, No. 1, Volume 45, pp. 1-11.
12. Naghizadeh, Zahra (2013), ranking of Iran's sample tourist areas (case: Kermanshah province), master's thesis, geography and urban planning, faculty of geography and environmental planning, University of Sistan and Baluchistan.
13. Navabakhsh, Mehrdad, Ghasemi, Ali, Kordavani, Parviz (2016), Prioritization of touristic destinations around metropolises (Case: summer suburbs north of Tehran), Space Economics and Rural Development Quarterly, year 6, number 2, pp. 172-187.
14. Nouri, Gholamreza, Taghizadeh, Zahra (2013), prioritizing touristic areas of Kermanshah province for investment (case: Qasr Shirin tourism hub), Space Geographical Survey Quarterly, year 4, number 11, pp. 87-104.
15. Jianjun Liu, Haili Pan and Shiyong Zheng, (2019), Tourism Development, Environment and Policies: Differences between Domestic and International Tourists, Sustainability 2019, 11, 1390, Jin, C., Xu, J., & Huang, Z. (2019). Spatiotemporal analysis of regional tourism development: A semiparametric Geographically Weighted Regression model approach. Habitat International, 87, 1-10. Liu, R. (2020). The state-led tourism development in Beijing's ecologically fragile periphery: Peasants' response and challenges. Habitat International, 96, 102119.
- Patterson, T, Niccolucci, V, Marchettini, N. (2006). Adaptive environmental management of tourism in the Province of Siena, Italy using the ecological footprint, Journal of Environmental Management, 86: 407-418.
19. Pikanpour, Parvaneh, Zaregi, Mehssa, Moin, Mehssa (2015), using AHP method to stratify sample tourism areas of Chaharmahal and Bakhtiari province, International Conference on Geography and Sustainable Tourism, University of Tehran.
20. Rahmani, Bijan, Imani, Bahram, Nizam Mahaleh, Mohammad Ali (2009), Feasibility of tourism development in rural areas (Case: Sarein Spa Village, Ardabil Province), Geography Quarterly, Volume 4, Number 15, pp. 1-20.
21. Rahmani, Mohammad Taqi, Malik Nia, Mehbobe, Jahanian, Manouchehr (2013), the role of cultural and historical axes of region 12 in the development of tourism in Tehran, New Attitudes in Human Geography Quarterly, Year 3, Number 12, pp. 72-86.
22. Rahmatipour, Marzieh (2016), Feasibility of urban tourism development with emphasis on theme parks (Case: District 22 of Tehran), Master's Thesis, Department of Geography and Tourism Planning, Faculty of Tourism Sciences, University of Science and Culture.
23. Rokhshani Nesab, Hamid Reza, Yaghfour, Hossein, Sattarzadeh, Zohra (2013), Feasibility of tourist attractions using SWAT model (Case: Bardsir city), First Civil and Geography Conference, Tehran.
24. Unwto, (2011), Tourism Highlights. United Nations World Tourism Organization.
25. Yari, Saeed (2014), Feasibility of Cultural Tourism Development in Esfrain City, Master's Thesis, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Literature and Humanities, Khorazmi University of Tehran.
26. Zali, Nader, Esmailzadeh, Yaqoub (2014), Measuring the Feasibility of Tourism Development and Sustainable Development in the Border City of Urmia, Quarterly Journal of Geography and Urban-Regional Planning, No. 14, pp. 89-104.