

تحلیل جایگاه صنعت گردشگری در توسعه استان ایلام و تدوین استراتژی توسعه بر پایه بخش گردشگری

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۲۵

کد مقاله: ۱۸۱۶۳

عبداله شایان زینی وند^۱، ابوطالب کاظمی^۲

چکیده

گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع جهان، نقش مهمی را در ایجاد ارزش افزوده و اشتغال را ایفا می‌کند. به علت اهمیتی که این صنعت از نظر اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دارد روزبه‌روز بیشتر مورد توجه قرار گرفته و دولت‌ها به آن اهمیت می‌دهند و امروزه یکی از پایه‌های اصلی توسعه اقتصاد جهان محسوب می‌شود. از این رو این مطالعه باهدف بررسی تأثیر صنعت گردشگری بر توسعه استان ایلام با بهره‌گیری از روش‌های تحلیل سلسله مراتبی و سوات طراحی شده است. نتایج این مطالعه از دیدگاه نخبگان حاکی از آن بوده است که صنعت گردشگری تاکنون نتوانسته تأثیر قابل توجهی در مؤلفه‌های اقتصادی توسعه داشته باشد، حال آنکه سهم این صنعت در مؤلفه‌های اجتماعی- فرهنگی پر رنگ بوده است. مطابق با تحلیل سوات نیز نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه بر پایه این بخش شناسایی و نهایتاً استراتژی رقابتی به‌عنوان راهبرد نهایی معرفی شده است.

واژگان کلیدی: توسعه، گردشگری، استراتژی، تحلیل سوات، تحلیل سلسله مراتبی

۱- عضو گروه اقتصاد دانشگاه ایلام

۲- دکتری اقتصاد، رئیس گروه سرمایه گذاری اداره کل امور اقتصادی و دارایی استان ایلام (نویسنده مسئول)

* این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی می باشد

از دیرباز یکی از دغدغه‌های مهم انسان‌ها در زندگی این بوده است که بتواند هرچه بیشتر، محیط و منطقه زندگی خود را کیفیت بخشد. امروزه نیز توسعه یافتن و توسعه دادن مناطق در سطح کشورها، یکی از اهداف مهم دولت‌ها و مردم کشورها هست، به طوری که امروزه کمتر کسی است که سخن از توسعه یافتگی و یا عقب ماندگی مناطق را نشنیده باشد. در این بین تنها سخن گفتن از توسعه منطقه کافی نیست، بلکه باید وضعیت منطقه و ارتباط بین متغیرهای مؤثر بر توسعه را شناخت. در بحث توسعه دودسته نظریه‌های توسعه منطقه‌ای را می‌توان در نظر گرفت، دسته اول نظریاتی که بر پایه تقسیم فعالیت‌های اجتماعی - اقتصادی، بر برنامه‌ریزی بخشی تأکید دارند. مانند نظریه‌های رشد بخش‌های اقتصادی و پایه اقتصادی به طوری که در این نظریات، انباشت سرمایه، منابع جدید، رشد نیروی کار و پیشرفت فن‌آوری از عوامل اصلی رشد اقتصادی منطقه به شمار می‌آید. و نیز دسته دوم نظریاتی که بر پایه‌ی تقدم قلمرو فضایی انسان‌ها و فعالیت‌ها و یکپارچگی آن‌ها در محیط، به برنامه‌ریزی فضایی متکی هستند مانند نظریه اگروپلین و قطب رشد (صرافی، ۱۹۹۹). در همین راستا سه نظریه بازرگانی بین‌المللی^۱، نظریه بخش^۲ و نظریه کالای اساسی از سطح ملی به سطح منطقه‌ای تعمیم داده شده‌اند (زیاری، ۱۳۸۳). نظریه بازرگانی بین‌المللی بر مزیت نسبی منطقه توجه دارد و بر تخصصی شدن منطقه به جای متون شده آن تأکید می‌کند. تا از طریق صادرات، درآمد بیشتری که منشأ انباشت سرمایه و چرخه رشد می‌شود را به دست آورد (اجزا شکوهی و همکاران، ۱۳۸۹). وجود مزیت‌های نسبی در هر منطقه می‌تواند زمینه‌های توسعه را فراهم آورد. یکی از این مزیت‌های نسبی، بخش گردشگری هست. در صورت بهره‌گیری از ظرفیت‌های گردشگری هر منطقه می‌توان شاهد رشد و شکوفایی آن باشیم. حال چنانچه برخی کشورها و مناطق جهان توانسته‌اند از این مزیت نسبی به حد مطلوب استفاده کرده و منابع مالی هنگفتی از این طریق به دست آورده‌اند.

۲- بیان مسئله

می‌توان ویژگی‌های لازم جهت توسعه را هشت مرحله دانست که عبارت‌اند از: سیر صعودی گذار، تغییرات اساسی در ساختارهای کلی جامعه، بهبود وضعیت اقتصادی جامعه و معیشت عامه‌ی مردم، پیشرفت علم و تکنولوژی، استفاده از فن‌آوری مدرن روز در فعالیت‌های تولیدی و صنعتی، ایجاد نهادهای مناسب، برای جهت بخشیدن به فرایند توسعه به منظور نیازهای جامعه، همکاری همراه با آگاهی توده‌ی مردم در فرایند درآمدت توسعه و تغییر اوضاع اقتصادی و تولیدی جامعه از مرحله‌ی اقتصاد و معیشتی به اقتصاد تجاری و بین‌المللی (صیامی، ۱۳۸۱). در این بین صنعت گردشگری می‌تواند به‌عنوان یک فاکتور مهم در توسعه تلقی شود. امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان صنعتی نوپا دارای ویژگی‌های بارز و منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است (UNWTO, 2007). بسیاری از کشورها صنعت گردشگری را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار، زیر بنایی می‌دانند (شریتی، ۱۳۹۴). اگرچه در مناطق مختلف، شرایط متفاوت است، ولی گردشگری همواره عامل مهمی برای توسعه اقتصادی به حساب می‌آید (طیبی و همکاران، ۱۳۸۶). استان ایلام با تمدن کهن، طبیعت چهار فصل و در اختیار داشتن صدها مؤلفه گردشگری، یکی از مناطق بدیع در حوزه گردشگری می‌باشد. در بخش میراث فرهنگی می‌توان شهر تاریخی دوره‌ی ساسانی دره شهر، چغا آهن مهران، سنگ نوشته‌های تنگه ارغوان، قلعه سام در شیروان، پل تاریخی گاومیشان، تخت شیرین و فرهاد، قلعه والی و... در بخش اکوتوریسم مجموعه آثار طبیعی چشمه آب گرم و غار خفاش دهلران، جنگل‌های تفریحی ارغوان و تجریان، غار طبیعی سیوان کوه بدره، کبوترلان زرین آباد، دریاچه دولقو آبدانان، آبشارهای چمچه زرد، آب‌طاف و چم آوا و... را مثال زد. از طرفی وجود جاذبه‌های مذهبی و زیارتگاه‌های متعدد در استان و مهم‌تر از همه راه ارتباطی به کربلای معلی، به‌عنوان دیگر ظرفیت‌های استان می‌باشند. همه این نمونه‌ها تنها بخشی از ظرفیت‌های عظیم استان برای توسعه صنعت گردشگری است (میرزایی، ۱۳۸۸). بنابراین وجود چنین ظرفیت عظیمی، لزوم توجه و مطالعه بخش گردشگری در راستای تحقق اهداف توسعه‌ای را اهمیت می‌دهد؛ که در مطالعه حاضر به این مسئله پرداخته است. لذا در مطالعه حاضر به دنبال پاسخ به این سوال هستیم که بخش گردشگری چه جایگاهی در توسعه استان ایلام دارد؟ در ادامه به بیان مبانی نظری و پیشینه تحقیق خواهیم پرداخت. سپس روش مورد استفاده و در مرحله بعد به تجزیه و تحلیل نتایج پرداخته شده است. نهایتاً جمع بندی از موضوع صورت گرفته و پیشنهادهای مطابق با نتایج ارائه شده است.

۳- مبانی نظری

۳-۱- تعریف گردشگری^۱

بر اساس تعریف سازمان جهانی گردشگری (WTO) در سال ۱۹۹۵: «گردشگری عبارت است از مجموعه فعالیتهای فرد یا افرادی که به مکانی به غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می کنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذراندن اوقات فراغت است. البته اهدافی نظیر اشتغال و کسب درآمد شامل آن نمی شود» (حیدری چپانه: ۱۳۸۷، ۲۳-۲۲).

۳-۲- توسعه گردشگری^۲

فرآیند طرح‌های توسعه صنعت گردشگری بیانگر استراتژیها، رویکردها، سیاستها و خط‌مشی‌های کشورهای مختلف در مورد مقوله گردشگری است. این فرآیند باید مبتنی بر روشهای پایدار، پیوسته و قابل اجرا در سطوح ملی، ناحیه‌ای و محلی باشد و بتواند به‌عنوان بخشی از سیاست کلان اقتصادی و اجتماعی کشور و مکمل آن مؤثر واقع شود (حیدری چپانه، ۱۳۸۷: ۵۱). فرآیند تهیه و برنامه‌ریزی طرحی گردشگری معمولاً هشت مرحله عمده دارد که عبارت است از: ۱) تعریف سیستم، ۲) فرمول‌بندی اهداف، ۳) جمع‌آوری اطلاعات، ۴) تحلیل و تفسیر، ۵) طرح اولیه، ۶) اصلاح طرح، ۷) طرح نهایی، ۸) اجرا. طرح‌های توسعه گردشگری معمولاً سه عنصر اصلی دارند: ۱) ساکنان محلی، ۲) گردشگران و بازدیدکنندگان، ۳) تأثیرات گردشگران و بازدیدکنندگان. بنابراین در تحلیل و بررسی این نوع طرح‌ها باید تمامی ابعاد این سه عنصر را مدنظر قرارداد (حیدری چپانه، ۱۳۸۷: ۵۲-۵۱). به‌طور کلی گردشگری می‌تواند اثرات متفاوت و قابل توجهی در منطقه‌ی گردشگرپذیر بر جای بگذارد. این اثرات می‌تواند اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و زیست محیطی باشند که در ذیل به آن‌ها اشاره می‌کنیم.

۳-۲-۱- بعد اقتصادی

به‌طور کلی گردشگری در زمینه اقتصادی علاوه بر جنبه مختلف کسب ارز خارجی انتقال بخشی از قدرت خرید اتباع سایر کشورها به جذب‌کننده گردشگر است. گردشگری منجر به افزایش تحرک در تولید و توزیع، ایجاد مشاغل و خدمات گوناگون و کمک به سرعت گردش پول می‌شود. به‌گونه‌ای که سازمان جهانی گردشگری پیش‌بینی کرده است که در سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران به ۵/۱ میلیارد نفر خواهد رسید (زیاری و خدادادی، ۱۳۸۸: ۲۲۲). بنابراین گردشگری به‌عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی می‌تواند رهیافتی برای توسعه در قلمرو ملی باشد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۸۲). امروزه صنعت گردشگری در دنیا یکی از منابع مهم درآمد و در عین حال از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهاست و به‌عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان حایز جایگاه ویژه‌ای است، از این‌رو بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی اند (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱).

در اقتصاد باز (آزاد) استراتژی توسعه و رشد با تشویق صادرات بسیار مهم است. این روند اقتصاد آزاد در قالب عرضه و تقاضای بازار عمل می‌کند. از آنجا که گردشگری نیز در یک فعالیت اقتصادی در چهارچوب بازار گردشگری تبلور می‌یابد. و یکی از اقلام صادراتی (یا به عبارتی صادرات نامرئی) هر اقتصاد ملی محسوب می‌شود نقش عرضه و تقاضا در آن اهمیت اساسی دارد. این رابطه عرضه و تقاضای گردشگری در فضاهای جغرافیایی اثر می‌گذارد و آثار مختلفی را در زمینه اقتصادی رقم می‌زند. در این میان بحث هم پوشی سرمایه و گردشگری اهمیت زیادی دارد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۶۹-۶۶).

۳-۲-۲- بعد سیاسی

گردشگری در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم رشد زیادی حدود ۵ درصد در سال را نشان می‌دهد. دولت‌ها بالطبع برای گام نهادن در رویکرد به توسعه فضایی سرزمینی نقش پر رنگی را بر عهده‌دارند. دولت‌ها در زمینه گردشگری با توان رقابتی خارجی، جذب سرمایه و گردشگر، رفاه اجتماعی و گسترش بازارهای گردشگری بر اساس توزیع مجدد ثروت همراه با روند نوسازی مدیریتی - فناوری ایفای نقش می‌کنند. نتایج این فعل و انفعالات اقتصادی و جریان معکوس سرمایه و انسان (از مرکز به پیرامون) بر روابط سیاسی بسیار گسترده است. همچنین کشورهایی که در زمینه گردشگری سرمایه‌گذاری کرده‌اند، در روابط بین‌المللی خود بازنگری به عمل آورده‌اند. (تولایی، ۱۳۸۵: ۲۴-۲۵).

1 Tourism

2 Tourism development

۳-۲-۳- بعد زیست‌محیطی

عوامل محیطی مشتمل بر اقلیم، ژئو لوژی، آب شناسی، خاک، توپوگرافی، پوشش گیاهی و حیات وحش است. عوامل فرهنگی - زیست‌محیطی ویژگی‌های مردم شناسانه، یادمان‌های تاریخی، موزه‌ها، صنایع‌دستی، اعیاد و مراسم و عادات و رسوم کشورها را دربر می‌گیرد (تولایی، سمین، ۱۳۸۶: ۲۴-۲۵). فعالیت‌های گردشگری و محیط‌زیست اعم از محیط طبیعی و یا مصنوع به غایت با یکدیگر در تعامل هستند. بین گردشگری و محیط‌زیست ارتباط آشکاری وجود دارد محیط طبیعی ارائه‌دهنده جاذبه‌های زیادی در ارتباط با گردشگری است که البته این خود انگیزه اقتصادی امر حفاظت محیط‌زیست را فراهم می‌آورد. چرا که بسیاری از برنامه‌های حفاظتی به تبع درآمد ناشی از گردشگری امکان‌پذیر می‌شود (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۰۸-۱۰۷).

۳-۲-۴- بعد فرهنگی - اجتماعی

فرهنگ در نمادهایی از جلوه‌های گوناگون، انعکاس (بازتابش) زندگی دیرینه در انسان‌های امروزی است. فرهنگ به‌عنوان یک نظام ارتباطی بین مردمی با جلوه‌های مختلفی از آداب و رسوم، میراث و دیگر تولیدات مادی و زیباشناختی شکل می‌گیرد و واقعیت وجودی جامعه را بیان می‌کند. فرهنگ را می‌توان در دو گروه کلی فرهنگ سنتی و فرهنگ مدرن بخش‌بندی کرد که از نظر فهم گردشگری امروزی اهمیت بسیاری دارد طبق آمار سازمان جهانی گردشگری، ۳۷ درصد گردشگری بین‌المللی با انگیزه فرهنگی است و به طور چشمگیری این فرایند در حال افزایش است. رشد روزافزون این نوع از گردشگری، توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران را در جهان به خود معطوف کرده است و در فرایند برنامه‌های توسعه ایران نیز این تأثیر به خوبی مشاهده می‌شود. بنابراین گردشگری فرهنگی - اجتماعی می‌تواند چرخه‌ی مثبتی در تقاضای گردشگری به وجود بیاورد.

۴- پیشینه تحقیق

صابری فر (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای به بررسی نقش گردشگری خلاق در ماندگاری گردشگران و اثر آن بر توسعه اقتصادی شهر بشرویه خراسان جنوبی با روش توصیفی - تحلیلی پرداخت. نتایج نشان داده است که در شرایط عادی به ازای ورود گردشگران داخلی در مجموع ۱۳۱ نفر بر تعداد شاغلین شهر افزوده شده است و تولید شهر نیز ۵۶۷ میلیارد ریال منفعت کسب کرده است. کیانی سلمی و بسحاق (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای به شناسایی اثرات گردشگری و نقش آن در توسعه شهری کاشان با روش پرسشنامه‌ای پرداختند. نتایج حاصل از کاربرد مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد، توسعه گردشگری اثر معناداری بر توسعه شهری در کاشان داشته است. این اثرگذاری دارای بار عاملی ۰/۲۹ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ بوده که با استناد به آن می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۹ درصد گردشگری بر توسعه شهری کاشان اثرگذار بوده است. در شاخص‌های تبیین‌کننده توسعه شهری رشد خدمات فرهنگی (کتابخانه، مساجد و ...) با بار عاملی ۰/۶۷ بیش از سایر ابعاد از توسعه گردشگری اثر پذیرفته است. بار عاملی ۰/۶۶ برای توسعه تسهیلات و خدمات زیربنایی و عمرانی (شبکه آب و فاضلاب، مخابرات و ...) این شاخص را در جایگاه دوم قرار داده است. همچنین معناداری اثر گردشگری بر بهبود معیشت ساکنان با بار عاملی ۰/۶۵ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ مورد تأیید قرار می‌گیرد. کسب بار عاملی ۰/۵۲ برای افزایش خدمات عمومی (خدمات بهداشتی، جمع‌آوری زباله و ...) متأثر از توسعه گردشگری این شاخص را در رتبه چهارم اثرپذیری از گردشگری در مجموعه متغیرهای تبیین‌کننده توسعه شهری قرار می‌دهد. شربتی (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای به بررسی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی استان گلستان پرداخت. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری در ایجاد و توسعه اشتغال، افزایش میزان سرمایه‌گذاری، ارتقای سطح درآمد و بهبود شاخص‌های کیفیت زندگی مردم استان گلستان تأثیر مثبت و مؤثر دارد.

صنّعی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای تحت عنوان ارزیابی عوامل اقلیمی بر گردشگری شهری در جهت توسعه پایدار (نمونه موردی: مطالعه شهر کرمانشاه)، به این نتیجه رسیده‌اند که از لحاظ قابلیت‌های اکوتوریستی، دارای نقاط قوت داخلی و قابلیت‌های بالقوه توریستی بسیار بالای است.

سپهوند و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای تحت عنوان اثرات اقتصادی اجتماعی فرهنگی و زیست محیطی توریسم بر توسعه استان لرستان، به این نتیجه رسیده‌اند که بطور کلی می‌توان گفت که تاثیر اقتصادی توریسم بر توسعه استان شامل کسب درآمد توزیع درآمد ایجاد اشتغال رونق دادن به صنایع دستی و حفظ میراث فرهنگی همچنین تاثیر اجتماعی و فرهنگی توریسم بر توسعه استان شامل گسترش مبادلات فرهنگی مردم استان با سایر نقاط کشور و جهان تحکیم وحدت ملی جهت دهی به گذراندن اوقات فراغت معرفی فرهنگ غنی استان هست.

بزرگوار و شهابی کاسب (۱۳۹۲) در مقاله‌ای تحت عنوان اثرات درآمدی صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی، به این نتیجه رسیده‌اند که نتایج این مطالعه حاکی از اثر مثبت توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای منا می‌باشد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد تا با

افزایش سرمایه‌گذاری در صنعت توریسم و توجه به جاذبه‌های گردشگری در این کشورها، امکان بهره‌برداری هر چه بیشتر از پتانسیل‌های این صنعت به منظور افزایش رشد اقتصادی کشورها فراهم شود.

لی و چانگ (۲۰۰۸)^۱ در مطالعه‌ای به بررسی توسعه گردشگری و رشد اقتصادی با استفاده از روش پانل برای کشورهای OECD و کشورهای منتخبی (آسیا، آمریکای لاتین و زیر صحرای آفریقا) طی دوره ۲۰۰۰-۱۹۹۰ پرداختند. نتایج نشان داد که یک رابطه هم‌جمعی بین تولید ناخالص داخلی و رشد گردشگری وجود دارد. همچنین رشد گردشگری اثر بیشتری بر تولید ناخالص ملی در کشورهای منتخب در مقایسه با کشورهای عضو OECD دارد.

مینگ چی (۲۰۱۳)^۲ در مطالعه‌ای به بررسی این سؤال که "آیا توسعه صنعت گردشگری اثری بر رشد اقتصادی دارد؟" پرداخت. بدین منظور با استفاده از داده‌های تابلویی برای ۱۰ کشور طی دوره ۲۰۱۱-۱۹۸۸ به برآورد متغیر پرداخت. نتایج نشان داد که در بین ۱۰ کشور مد نظر در ۳ کشور (بلغارستان، رومانی و اسلوانی) رابطه علیت بی‌طرفه؛ برای قبرس، لتونی و اسلواکی تأیید علیت؛ برای جمهوری چک و لهستان رابطه معکوس؛ و برای استونی و مجارستان فرضیه بازخورد تأیید می‌شود.

عبدل و همکاران (۲۰۱۳)^۳ در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط توریسم و رشد اقتصادی در پاکستان طی دوره ۲۰۱۱-۱۹۷۲ با استفاده از روش ARDL پرداختند. نتایج نشان داد که در بلندمدت گردشگری اثر مثبتی بر رشد اقتصادی دارد. همچنین گردشگری بین‌المللی به همراه متغیرهای چون سرمایه فیزیکی و تجارت بین‌الملل اثر مثبتی بر رشد اقتصادی پاکستان دارند. چار فون و صلاح (۲۰۱۴)^۴ در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر گردشگری، مصرف انرژی و توانایی نهادهای سیاسی بر رشد اقتصادی در کشورهای منا طی دوره ۲۰۱۰-۲۰۰۹ با استفاده از روش GMM پرداختند. نتایج نشان داد که گردشگری اثر قابل‌ملاحظه‌ای بر رشد اقتصادی این کشورها دارد.

کریشمان (۲۰۱۴)^۵ در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط توریسم و اقتصاد در کشور اردن طی دوره ۲۰۱۱-۱۹۹۰ پرداخت. نتایج این مطالعه نشان داد که صنعت گردشگری اثر قابل‌توجهی بر اقتصاد و رشد اقتصادی این کشور دارد. به طوری که این صنعت سهم ۱۱/۲ درصد از تولید ناخالص داخلی، ۱۰ درصد از اشتغال این کشور را دارا هست. همچنین ۳۸ درصد کل درآمد صادراتی این کشور نیز به بخش گردشگری تعلق دارد.

کومار و همکاران (۲۰۱۴)^۶ در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط توریسم و رشد اقتصادی: مطالعه موردی مالزی طی دوره ۲۰۱۲-۱۹۷۵ با استفاده از روش ARDL پرداختند. نتایج نشان داد که در کوتاه مدت گردشگری اثر منفی بی‌معنایی دارد ولی در بلندمدت اثر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی مالزی دارد. همچنین نشان دادند که فرضیه علیت دو طرفه نیز تأیید می‌شود.

۵- روش شناسی تحقیق

۵-۱- روش سوات

روش SWOT تفکری است سیستماتیک برای تشخیص جامع و کامل از عوامل مؤثر مربوط به یک محصول جدید، تکنولوژی، مدیریت و یا برنامه‌ریزی. تجزیه و تحلیل (SWOT) شناخت نظام یافته این عوامل و استراتژی‌ای است که بهترین ترکیب میان آن‌ها را منعکس می‌سازد. این تجزیه و تحلیل بر این منطق استوار است که استراتژی اثربخش، قوتها و فرصتها را حداکثر می‌کند، در عین حالی که ضعفها و تهدیدات آن را به حداقل می‌رساند. این فرض ساده اگر به درستی اجرا شود، تأثیرات عمده‌ای بر انتخاب و طراحی استراتژی اثربخش خواهد داشت. این روش که به میزان بسیار زیاد در برنامه‌ریزی استراتژیک استفاده می‌گردد، همه عوامل محیطی تأثیرگذار محیط عملیاتی را تشخیص داده و مورد بررسی قرار می‌دهد. نکته کلیدی این است که تجزیه و تحلیل سیستماتیک SWOT بر همه‌ی جنبه‌های موقعیت موسسه تسری دارد. در نتیجه چارچوبی پویا و کارآمد برای انتخاب استراتژی ارائه می‌کند. از دیدگاه این مدل یک استراتژی مناسب که قوتها و فرصتها را به حداکثر و ضعفها و تهدیدات را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این منظور نقاط قوت و ضعف و فرصتها و تهدیدات در چهار حالت کلی (SO، WO، ST، WT) پیوند داده می‌شوند و گزینه‌های استراتژی از بین آن‌ها انتخاب می‌شوند.

1 Chien-Chiang Lee & Chun-Ping Chang

2 Ming Che Chou

3 Abdul Jalil & et al

4 Chor FoonTang, Salah Abosedra

5 Fuad Kreishan

6 Ronald Ravinesh Kumar & et al

۵-۲- روش تحلیل سلسله مراتبی

این فرآیند یک سنتز ریاضی و یک شیوه جبری تصمیم‌گیری با مقیاس نسبی است. این روش با استفاده از یک شبکه سیستمی، شاخص‌های مختلف و ضوابط و معیارها چندگانه با ساختارهای چند سطحی اولویت‌دار برای رتبه‌بندی یا تعیین اهمیت گزینه‌های مختلف یک فرآیند تصمیم‌گیری پیچیده مورد استفاده قرار می‌گیرد. روش AHP یکی از معروفترین فنون تصمیم‌گیری چندمنظوره است که در سال ۱۹۷۰ ابداع گردید. این روش هنگامی که عمل تصمیم‌گیری با چند گزینه رقیب و معیار تصمیم‌گیری روبروست می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. فرآیند AHP ترکیب معیارهای کیفی همراه با معیارهای کمی را به طور همزمان امکان‌پذیر می‌سازد. اساس روش AHP بر مقایسه‌های زوجی یا دوجه دویی آلترناتیوها و معیارهای تصمیم‌گیری است. برای چنین مقایسه‌ای نیاز به جمع‌آوری اطلاعات از تصمیم‌گیرندگان است. این امر به تصمیم‌گیرنده این امکان را می‌دهد که فارغ از هرگونه نفوذ و مزاحمت خارجی تنها روی مقایسه دو معیار یا گزینه تمرکز کند. علاوه بر این مقایسه دوجه دویی، به دلیل این که پاسخ دهنده فقط دو عامل را نسبت به هم می‌سنجد و به عوامل دیگر توجه ندارد، اطلاعات ارزشمندی را برای مسئله مورد بررسی فراهم می‌آورد و فرآیند تصمیم‌گیری را منطقی می‌سازد.

۶- تجزیه تحلیل نتایج

برای بررسی اهمیت گردشگری بر پایه توسعه، ابتدا مطابق نظرات نخبگان مهمترین عناصر مرتبط با توسعه شناسایی شده و میزان اثرگذاری هر یک را در سه محور صنعت (بدون نفت)، کشاورزی و گردشگری مورد بررسی قرار گفته است (مطابق گزارشات ستاد سرمایه‌گذاری استان، عمده سرمایه‌گذاری‌های استان حول این سه محور بوده است). لازم به ذکر است در تمامی موارد نرخ ناسازگاری کمتر از ۰/۱ درصد بوده است (جدول مربوطه به پیوست می‌باشند).

مطابق جدول (۱ تا ۲۷ پیوستی) که توسعه را در ابعاد مختلف از چند منظر اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و زیست محیطی در نظر گرفته شده، مهمترین عناصر از نظر نخبگان شناسایی و بر اساس آن اولویت‌بندی بر اساس سه بخش (بخش‌های مولد) در نظر گرفته شده است. مطابق نتایج در هر بخش سهم گردشگری در توسعه استان مشخص شده است. در اشتغال سهم گردشگری (۱۲/۱ درصد)، در تولید ارزش افزوده (۱۱/۱ درصد)، در حمل و نقل جاده‌ای (۴۰ درصد)، درآمد سرانه (۲۴ درصد)، توزیع درآمد (۳۳/۴ درصد)، مهاجرت (۵۵/۷ درصد)، در خدمات بهداشتی، درمانی و آموزشی (۶۴/۵ درصد)، در توسعه روستایی (نقش‌پذیری و مشارکت روستاها در جامعه) حدود (۵۷ درصد) و در حفاظت از منابع طبیعت و محیط زیست (۵۷/۸ درصد) سهم داشته است.

در واقع صنعت گردشگری با ایجاد مشاغل جدیدی مانند بوم‌گردی، راهنمای تور، فروش صنایع دستی و... زمینه‌های ایجاد اشتغال با سرمایه‌اندک را فراهم کرده است. این مهم از یک طرف سبب بهبود وضعیت اشتغال شده و از طرف دیگر به ایجاد ارزش افزوده و بهبود توزیع درآمد کمک می‌کند. وجود فرصت‌های مانند مرزی بودن استان و امن‌ترین مرز به اعتبار عالیات این زمینه را برای بهبود حمل و نقل جاده‌ای و انتقال مسافران نیز فراهم کرده است. همچنین وجود بیمارستان مجهز کوش در استان این زمینه مهم را برای جذب و ارائه خدمات درمانی برای اتباع عراقی فراهم کرده است.

۷- تحلیل سوات

در تحلیل سوات نیز از نقطه نظرات نخبگان استفاده شده است. بدین منظور مراحل زیر برای تدوین این بخش استفاده شده است. با استفاده از فرآیند مصاحبه و پرس و جو از مسئولین، کارشناسان و صاحبان سازمان یا منطقه‌ای که می‌خواهید برنامه راهبردی تعیین شده و نقطه ضعف و قوت و فرصتها و تهدیدها را تعیین شده است. از طریق یک پرسشنامه از کارشناسان، به هر یک از عوامل درونی و بیرونی که تعیین کردید، ارزش و یا ضریب تعیین شده است.

جدول ۱- نقاط قوت توسعه بر پایه گردشگری در استان ایلام

نقاط قوت			
ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
۸۸	۰/۱۶۹	۴	۰/۶۷۶
۸۴	۰/۱۶۲	۳	۰/۴۸۶
۶۴	۰/۱۲۳	۲	۰/۲۴۶
۶۸	۰/۱۳۱	۴	۰/۵۲۴
۷۳	۰/۱۴۱	۳	۰/۴۲۳

فرصت‌ها	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
جلوگیری از مهاجرت	۷۲	۰/۱۳۹	۳	۰/۴۱۷
بهبود زیرساخت های روستایی	۶۹	۰/۱۳۳	۲	۰/۲۶۶
مجموع	۵۱۸	۱		۳/۰۳۸
ضعف‌ها	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
مرز مشترک با عراق جهت ارائه خدمات توریسم درمانی	۸۴	۰/۱۹۲	۴	۰/۷۶۸
امن ترین مسیر عتبات عالیات	۸۰	۰/۱۸۳	۳	۰/۵۴۹
جاذبه‌های طبیعی (دشت ها، دره ها، آبشارها و...)	۷۶	۰/۱۷۴	۴	۰/۶۹۶
آثار تاریخی فراوان	۶۷	۰/۱۵۳	۴	۰/۶۱۲
تنوع صنایع دستی	۶۴	۰/۱۴۶	۳	۰/۴۳۸
تنوع آداب و رسوم اقوام محلی	۶۶	۰/۱۵۱	۳	۰/۴۵۳
مجموع	۴۳۷	۱		۳/۵۱۶
تهدیدها	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
عدم اختصاص اعتبار کافی برای احیا و بهسازی امکان تاریخی- طبیعی	۷۵	۰/۱۸۰	۳	۰/۵۴۰
ضعف تبلیغات	۹۲	۰/۲۲۱	۴	۰/۸۸۴
ضعف امکانات و خدمات به گردشگران	۸۸	۰/۲۱۱	۴	۰/۸۴۴
عدم تلاش دستگاه های مرتبط در جذب سرمایه گذار	۷۹	۰/۱۸۹	۴	۰/۷۵۶
کمبود زیرساخت های گردشگری	۸۲	۰/۱۹۷	۴	۰/۷۸۸
مجموع	۴۱۶	۱		۳/۸۱۲
تهدیدها	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
سرمایه گذاری سایر استان ها در بخش گردشگری	۷۶	۰/۲۵۳	۴	۱/۰۱۲
تکمیل بودن زیرساخت های استان های همجوار (هوایی- ریلی)	۸۳	۰/۲۷۶	۳	۰/۸۲۸
فراموشی سبک و الگوهای بومی- محلی	۶۲	۰/۲۰۶	۲	۰/۴۱۲
تغییر کاربری های غیر اصولی	۷۹	۰/۲۶۳	۳	۰/۷۸۹
مجموع	۳۰۰	۱		۳/۰۴۱

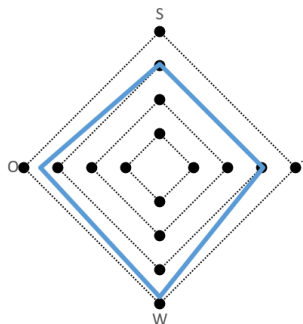
منبع: یافته های تحقیق

تحلیل سوات نشان می‌دهد که ایجاد مشاغل و فرصت‌های شغلی جدید به‌عنوان مهمترین مزیت و نقطه قوت برای سیاست‌گذاری توسعه بر مبنای گردشگری استان ایلام با وزن ۸۸ و با ضریب نهایی ۰/۶۷۶ بالاترین اهمیت را در بخش نقاط قوت به خود اختصاص داده است. با توجه به بررسی های صورت گرفته، در بین نقاط ضعف در تبلیغات و معرفی جاذبه‌های گردشگری، تاریخی و طبیعی استان ایلام با امتیاز ۹۲ و ضریب نهایی ۰/۸۸۴ بیشترین اهمیت را داشته است. در بین فرصت‌های ارائه شده، مرز مشترک با عراق جهت ارائه خدمات توریسم درمانی با وزن ۸۴ و ضریب نهایی ۰/۷۶۸ بیشترین اهمیت را به خود اختصاص داده است. در بین تهدیدها، سرمایه گذاری سایر استان ها در بخش گردشگری با وزن ۷۶ و ضریب نهایی ۱/۰۱۲ بیشترین اهمیت را داشته است. پس از مشخص کردن عوامل درونی و بیرونی و تعیین ارزش هر عامل، حال می‌توانیم راهبردها و استراتژی های مرتبط با هر بخش را تعیین کنیم. راهبردهای تعیین شده در چهار بخش جداگانه صورت گرفته و به صورت ترکیبی از عوامل درونی و بیرونی می‌باشد (راهبرد تهاجمی، راهبردی تدافعی، راهبرد رقابتی و راهبرد محافظه کارانه). در راستای ارائه استراتژی های کلان براساس قاعده‌ی معمول چنانچه میانگین امتیازات تهدیدها و ضعف ها کمتر از کل امتیازات فرصت‌ها و قوت ها باشد (SO > WT)، استراتژی کلان از نوع استراتژی تهاجمی خواهد بود و اگر برعکس باشد (SO < WT)، در این صورت استراتژی از نوع تدافعی خواهد بود. براین اساس نظر به اینکه میانگین کل امتیازات تهدیدها و ضعف ها براساس تحلیل SWOT در این مطالعه بیشتر میانگین کل امتیازات فرصت‌ها و قوت ها می‌باشد (SO < WT) (۶/۸۵۶) < WT (۳/۵۵۶)، و در مقابل میانگین امتیازات ST برای توسعه بر پایه گردشگری برابر با ۶/۰۷۹ بوده و میانگین امتیازات برای استراتژی WO برابر با ۷/۳۲۸ می‌باشد. با توجه به نتایج مدل سوات، استراتژی WO یا استراتژی رقابتی به‌عنوان الگوی مناسب برای توسعه استان ایلام بر مبنای گردشگری توصیه می‌گردد (نمودار ۱).

جدول ۲- ماتریس تدوین استراتژی

نقاط ضعف	نقاط قوت	شرایط درونی
		شرایط بیرونی
عدم اختصاص اعتبار کافی برای احیا و بهسازی اماکن تاریخی- طبیعی ضعف در تبلیغات و معرفی جاذبه‌های استان ضعف امکانات و خدمات به گردشگران عدم تلاش دستگاه‌های مرتبط در جذب سرمایه گذار کمبود زیرساخت‌های گردشگری	ایجاد مشاغل و فرصت‌های شغلی جدید اشتغالزایی با سرمایه اندک حفاظت از محیط زیست حفظ، اشاعه و معرفی فرهنگ بومی توسعه حمل و نقل جاده ای جلوگیری از مهاجرت بهبود زیرساخت‌های روستایی	تحلیل SWOT ← خارجی ↓ داخلی
راهبردهای تنوع st	راهبرد رقابتی/تهاجمی SO	فرصت‌ها
-تقویت تعاملات فرهنگی_گردشگری با کشورهای منطقه پیرامون -آموزش مردم در نحوه برخورد با مسافران -توسعه شبکه اطلاع رسانی و آموزش گردشگری -تقویت گردشگری داخلی و بهره مندی از منافع اقتصادی آن در راستای رفاه و پایداری اقتصادی شهرو روستا	-تبلیغات مناسب از طریق سفارتخانه های کشور به منظور معرفی امکانات درمانی در استان -ایجاد بازارچه مرزی فرهنگی در مهران جهت معرفی تمامی ظرفیت‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی استان -فراهم نمودن امکانات، تسهیلات و تمهیدات مطلوب جهت بهبود زیر ساخت ها به منظور جذب گردشگری داخلی و خارجی	-مرز مشترک با عراق جهت ارائه خدمات توریسم درمانی -امن ترین مسیر عبثات عالیات -جاذبه‌های طبیعی -آثار تاریخی و فرهنگی فراوان -تنوع صنایع دستی -تنوع آداب و رسوم اقوام محلی
راهبرد تدافعی WT	راهبردهای بازنگری WO	تهدیدها
بهبود مدیریت گردشگری و پرهیز از موازی کاری سازمان ها برنامه ریزی جهت بهره گیری از فن آوری اطلاعات، تبلیغات تازه در جهت توسعه بازارهای هدف گردشگری استفاده از نیروهای متخصص به منظور ایجاد تشکل های تعاونی فرهنگی	تغییر در برنامه ها و سیاست های توسعه منطقه ای به تأکید بر بخش گردشگری تقویت و ارتقاء سطح زیر ساخت های حمل و نقل و خدمات گردشگری در راستای رفاه و توسعه گردشگری استفاده از توان مشارکتی مردم در توسعه گردشگری تعامل و همفکری بین مسئولان و سازمان های مرتبط با گردشگری در راستای توسعه گردشگری	سرمایه گذاری سایر استان ها در بخش گردشگری تکمیل بودن زیرساخت های استان های مجاور (هوایی- ریلی- جاده ای) فراموشی سبک و الگوهای بومی و محلی تغییر کاربری های غیر اصولی

منبع: یافته های تحقیق



نمودار ۱- تدوین استراتژی نهایی برای توسعه بر پایه گردشگری در استان ایلام

نتیجه‌گیری

اگرچه استان ایلام دارای ظرفیت‌های مختلف در بخش‌های اقتصادی است، ولی متأسفانه تاکنون نتوانسته است توسعه متوازی در بین بخش‌ها و مناطق خود را شاهد باشد. یکی از عمده‌ترین علل آن را می‌توان در عدم بکارگیری صحیح از منابع و ظرفیت‌های موجود استان یافت. بخش گردشگری استان ایلام به دلیل وجود مشکلات نهادی و زیرساختی نتوانسته در جذب گردشگران داخلی و خارجی موفق باشد. بنابراین تغییر نگاه برنامه‌ریزان به این بخش می‌تواند نخستین گام در جهت توسعه استان بر پایه ظرفیت‌های موجود و از جمله بخش گردشگری باشد. مطابق نتایج این مطالعه در یک بخش با تحلیل سلسله مراتبی جایگاه بخش گردشگری را در بین بخش‌های کشاورزی و صنعت (با توجه به گزارشات مراکز سرمایه‌گذاری استان، عمده سرمایه‌گذاری‌های استان در این سه بخش صورت می‌گیرد و ارزش‌افزوده و اشتغال استان را متأثر می‌سازد) مشخص شده و سهم بخش گردشگری در توسعه با توجه به مهمترین مؤلفه‌های که توسط نخبگان تعیین شده اند مشخص شده است. آنچه از نتایج تحلیل سلسله‌عاملی مشخص شده این است که بخش گردشگری در مؤلفه‌های اقتصادی نقش کم رنگ تری داشته است. اگرچه در ایجاد مشاغل جدید و کسب درآمد با حداقل سرمایه نقش داشته، ولی به دلیل نوظهور بودن این درآمد‌ها، سهم آن‌ها نیز به نسبت کمتر بوده است. در حمل و نقل جاده‌ای اگرچه سهم ۴۰ درصدی داشته ولی به نظر می‌رسد با توجه به فاکتورهای مانند اشتغال، درآمد سرانه و ارزش‌افزوده، بخش گردشگری به‌عنوان مقصد و هدف در استان مطرح نبوده است و بیشتر به‌عنوان گذار از استان یاد می‌شود. با توجه به نتایج بخش گردشگری در مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی عملکرد بهتری در توسعه استان داشته است. بر اساس نتایج مدل سوات و تدوین استراتژی‌های مختلف، راهبردهای زیر جهت توسعه این بخش در استان ایلام توصیه می‌گردد:

- تغییر نگرش در برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه منطقه‌ای به تأکید بر بخش گردشگری
- تقویت و ارتقاء زیر ساخت‌های حمل و نقل و خدمات گردشگری در راستای توسعه گردشگری
- استفاده از ظرفیت مشارکت مردم در توسعه گردشگری
- تعامل و همفکری بین مسئولان و دستگاه‌های مرتبط با گردشگری در جهت توسعه گردشگری

منابع

- اجزا شکوهی، محمد و صادقی، مجتبی و اسدی، روح ا... (۱۳۸۹). توسعه منطقه‌ای در استان سیستان و بلوچستان با استفاده از مدل بازار کار، چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام، زاهدان
- بزرگوار، ملیحه و شهبازی کاسب، مهسا (۱۳۹۲). اثرات درآمدی صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی: مطالعه موردی کشورهای منادومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان
- پایلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی، (۱۳۹۰)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران، انتشارات سمت، چاپ اول.
- تولایی، سیمین (۱۳۸۵). مروری بر صنعت گردشگری، تهران، انتشارات دانشگاه تربیت معلم
- تولایی، سیمین، (۱۳۸۶)، مروری بر صنعت گردشگری، تهران، انتشارات دانشگاه تربیت معلم.
- سپهوند، ابراهیم و دانش فر، رسول و دریکوند، خدانظر (۱۳۹۳). اثرات اقتصادی اجتماعی فرهنگی و زیست محیطی توریسم بر توسعه استان لرستان، دومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان،
- حیدری چپانه، رحیم، (۱۳۸۳) ارزیابی برنامه ریزی صنعت توریسم در ایران، پایان نامه دکتری، رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
- شربتی، اکبر (۱۳۹۴). بررسی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی استان گلستان، آمایش جغرافیایی فضا، سال پنجم، شماره ۱۵
- صابری فرد، رستم (۱۳۹۹). نقش گردشگری خلاق در ماندگاری گردشگران و اثر آن بر توسعه اقتصادی شهر بشرویه خراسان جنوبی، برنامه ریزی و آمایش فضا، دوره ۲۴، شماره ۴
- صیامی، زهرا (۱۳۸۱). چرا صنعتی نشدیم؟، تهران، امیرکبیر، چاپ اول، ص ۳۰ و ۳۱.
- طیبی، سیدکامیل و بابکی، روح اله و جباری، امیر (۱۳۸۶). بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران، پژوهش نامه علوم انسانی و اجتماعی، سال هفتم، شماره ۲۶
- کاظمی، مهدی، (۱۳۸۷)، مدیریت گردشگری، انتشارات سمت.
- میرزایی، کرمرضا (۱۳۸۸). بررسی ظرفیت‌های گردشگری استان ایلام در بخش گردشگری تاریخی و اکوتوریسم، رشد آموزش جغرافیا، شماره ۸۷

- زیاری، یوسفعلی و خدادادی، راحله، (۱۳۸۸)، توسعه گردشگری و نقش آن در ایجاد اشتغال در استان سمنان، چاپ در مجموعه مقالات همایش ملی گردشگری، توسعه پایدار و اشتغال زایی.
- کیانی سلمی، صدیقه و بسحاق، محمدرضا (۱۳۹۶). شناسایی اثرات گردشگری و نقش آن در توسعه شهری کاشان، مطالعات شهری، دوره ۷، شماره ۲۵، ۴۴-۳۱
- صنیعی، ترانه و حفظی، محمدرضا و محمدی سرشت، طاهر و برزگر، صالح (۱۳۹۳). ارزیابی عوامل اقلیمی بر گردشگری شهری در جهت توسعه پایدار (نمونه موردی: مطالعه شهر کرمانشاه)، کنفرانس ملی معماری و منظر شهری پایدار، مشهد، بزرگوار، ملیحه و شهابی کاسب، مهسا (۱۳۹۲). اثرات درآمدی صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی: مطالعه موردی کشورهای منا، دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان
- Abdul Jalil, Tahir Mahmood, Muhammad Idrees. (2013). Tourism-growth nexus in Pakistan: Evidence from ARDL bounds tests. *Economic Modelling* 35 (2013) 185-191
- Chien-Chiang Lee, Chun-Ping Chang (2008) "Tourism development and economic growth: A closer look at panels" *Tourism Management* 29 PP 180-192.
- Chor FoonTang AND Salah Abosedra. (2014). the impacts of tourism, energy consumption and political instability on economic growth in the MENA countries. *Energy Policy* 68(2014)458-464
- Fuad Kreishan. (2014). The Economics of Tourism in Jordan: A statistical Study during the Period 1990-2011. *ARAB ECONOMIC AND BUSINESS JOURNAL* 9 (2014) 37-45
- Ming Che Chou (2013). Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis, *Economic Modelling* 33 (2013) 226-232
- Ronald Ravinesh Kumar, Nantha kumar Loganathan, Arvind Patel, Radika Devi Kumar (2014). Nexus between tourism earnings and economic growth: a study of Malaysia. *Springer Science + Business Media Dordrecht* 2014, DOI 10.1007/s11135-014-0037-4
- UNWTO, 2007, *Tourism Highlights 2007 Edition*, Available.

Analysis of the role of tourism industry in the development of Ilam province and codification a development strategy based on the tourism sector

Abstract

The tourism industry, as one of the most diverse and largest industries in the world, is the most important source of income and job creation for many countries in the world. This industry, which is called as the engine of development, due to its economic importance, Social is receiving more and more attention and governments care about it, and today it is one of the main and solid foundations of the world economy, including one of the most important industries with rapid growth in world economic development, which creates the highest amount of added value to It can directly and indirectly affect other economic and cultural activities. Therefore, this study was designed to investigate the impact of tourism industry on the development of Ilam province using hierarchical analysis methods and SWOT. . The results of this study from the perspective of the elites indicate that the tourism industry has not been able to have a significant impact on the economic components of development, while the share of this industry in the socio-cultural components has been more important. According to SWOT analysis, strengths, weaknesses, opportunities and threats of development have been identified based on this section and finally competitive strategy has been introduced as the final strategy from the point of view of the elites.

Keywords: Development, Tourism, Strategy, SWOT Analysis, AHP