

تحلیل استراتژیک توسعه گردشگری پایدار بر اساس مدل ماتریس داخلی و خارجی و تعیین راهبرد SWOT (مطالعه موردی: تالاب شادگان)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۱۲/۱۵ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۱/۲۶

سمیه اسدی^۱ جبرائیل قربانیان^{۲*} رضا برنا^۳ جعفر مرشدی^۴ منوچهر جوانمردی^۵

۱. دانش آموخته دکتری آب و هواشناسی گروه جغرافیا، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.
۲. استادیار گروه جغرافیا، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.
۳. دانشیار گروه جغرافیا، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.
۴. استادیار گروه جغرافیا، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.
۵. استادیار گروه جغرافیا، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.

چکیده

ژئومورفوسایت‌ها توان تبدیل به مراکز گردشگری را دارند. تالاب شادگان به دلیل شرایط آب و هوایی مناسب در فصل زمستان و بهار، پذیرای گردشگران بی‌شماری است. هدف از انجام این تحقیق، ارزیابی توانمندی‌های گردشگری تالاب شادگان و ارائه راهبرد استراتژیک گردشگری می‌باشد. این تحقیق با استفاده از مدل SWOT، پرسشنامه‌ها بر اساس طیف لیکرت تنظیم و با نظرات کارشناسان محیط زیست و گردشگران تکمیل و آنالیز شد. ابتدا در مرحله اول عوامل داخلی (IF) یعنی نقاط ضعف و قوت و در مرحله بعدی عوامل خارجی (EFE) یعنی فرصت‌ها و تهدیدها شناسایی و در مرحله آخر، این عوامل وزن دهی شدند. نتایج نشان داد که از عوامل خارجی، نقاط تهدید با وزن ۲/۵۲ و از عوامل داخلی نقاط ضعف با وزن ۳/۳۹ بیشترین اوزان را به خود اختصاص داده‌اند. راهبرد استراتژیک این تالاب یک راهبرد رقابتی از نوع حداکثر- حداقل (WO) به دست آمد که بایستی مسئولین امر، با بهره جستن از فرصت‌ها، نقاط ضعف را کاهش یا از بین ببرند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، استراتژیک، تالاب، شادگان.

مقدمه

توسعه صنعت گردشگری و درآمد ناشی از آن، زمینه رقابت بین کشورها را فراهم نموده است. مسئولین گردشگری تلاش مضاعف دارند که با شناساندن مکان‌های گردشگری و ژئوتوریستی، گردشگران بین‌المللی بیشتری، جذب نموده و زمینه توزیع ثروت داخلی را از طریق آنان فراهم نمایند. تالاب شادگان در استان خوزستان نیز از این امر مستثنی نبوده و از ظرفیت‌های بالایی جهت گردشگران برخوردار است.

روزولینا^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در بررسی توسعه اقتصادی گردشگری نتیجه گرفتند که گردشگری زمینه احیای توسعه اجتماعی و اقتصادی و احیای کاهش بهره‌وری روستایی را توصیف می‌نماید. یانگ^۲ و همکاران (۲۰۲۱) نیز در مطالعه گردشگری روستایی نتیجه گرفتند که گردشگری در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه برای بهره‌وری انرژی و پایداری اکولوژیک محبوب شده است. لپزانز^۳ و همکاران (۲۰۲۱) معتقدند است که گردشگری به‌طور کلی یک رویکرد قابل توجه برای ارتقاء توسعه اقتصادی است. پریک^۴ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان تأثیر کیفیت خدمات بر رضایتمندی وفاداری گردشگران در گردشگری صربستان نتیجه گرفتند که بین کیفیت خدمات و رضایتمندی و همچنین بین وفاداری و رضایتمندی رابطه مستقیمی وجود دارد. همچنین دوارت^۵ و همکاران (۲۰۲۱) در بررسی مزایای گردشگری هر منطقه نتیجه گرفتند که گردشگری غیر از مزایای اجتماعی و فرهنگی زمینه بهبود آموزش را فراهم نموده و میراث را تقویت می‌کند. گودرزی^۶ و همکاران (۲۰۲۱) معتقدند که گردشگری در بافت‌های قدیمی شهرها، از شاخه‌های مهم شهری محسوب شده و باعث ایجاد جریان زندگی در کالبد کهن می‌باشد و از فرسودگی عینی و ذهنی بافت قدیم جلوگیری می‌کند.

چقاجردی و همکاران (۱۳۹۶) در تحلیل نقش توانمندیهای گردشگری ورزشی استان اصفهان با مدل سوات، نتیجه گرفتند که استراتژی تهاجمی (SO) دارای بیشترین وزن می‌باشد. غلامی و همکاران (۱۴۰۰) در برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری پزشکی منطقه ۶ تهران با استفاده از مدل سوات، نشان دادند که استراتژی به دست آمده در این زمینه (SO) می‌باشد که بایستی از نقاط قوت از فرصت‌های خارجی بهره برد.

عابدینی و همکاران (۱۴۰۱) در ارزیابی توانمندیهای توسعه گردشگری پایدار مسیر توریستی سبلان تا گردنه حیران اردبیل، نتیجه گرفتند که پارک جنگلی فندق لو، بالاترین امتیاز گردشگری را به خود اختصاص داده است.

نعمتی و همکاران (۱۴۰۱) در ارزیابی گردشگری سلامت استان تهران نتیجه گرفتند که انجام یک عمل بد می‌تواند اثرات مناسبی بر برند و گردشگری درمانی و بازاریابی مؤثر آن داشته باشد.

1- Rosalina

2- Wang

3- Lepez-sanz

4- Prric

5- Duote

6- Goodarzi

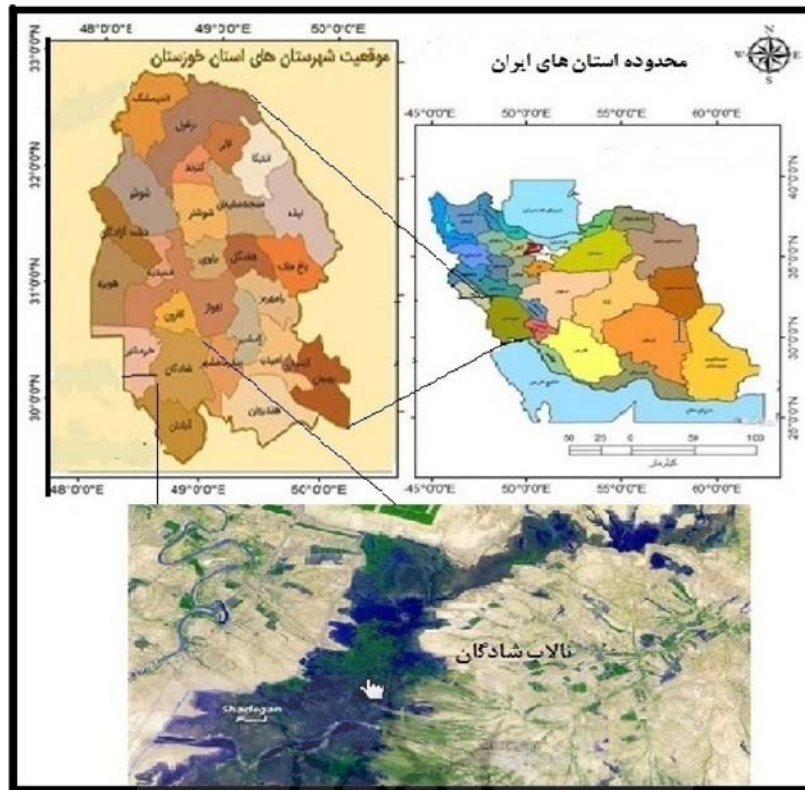
اکبری و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی شاخص‌های رقابت‌پذیری جهانی گردشگری به روش ماباک پرداختند و نتیجه گرفتند مانع اصلی توسعه گردشگری مسأله امنیت و عدم رشد و توسعه اقتصادی کشورهاست.

فرهادی یونکی و همکاران (۱۴۰۱) تأثیر گذاری زیرساخت‌های گردشگری در میزان وفاداری گردشگران شهر اصفهان را بررسی و نتیجه گرفتند که زیرساخت‌های گردشگری باعث افزایش رضایت گردشگری و افزایش وفاداری در گردشگر به صورت غیرمستقیم می‌شود. خان زاده و همکاران (۱۴۰۱) رقابت‌پذیری گردشگری شهرهای ایران را در پرتو مدیریت مقصد مطالعه نمودند و نتایج نشان داد که رقابت‌پذیری گردشگری شهرهای ایران در هیچ یک از شاخص‌های تدوین شده رقابت‌پذیری مبتنی بر قابلیت شامل استاندارد گردشگری، ظرفیت رشد گردشگری، رقابتی بودن بنگاه‌های گردشگری و گردشگری آینده‌نگر، در وضعیت مطلوبی قرار ندارد. مسعودیان و همکاران (۱۴۰۱) در ارزیابی مؤلفه‌های مؤثر در طراحی مسیرهای گردشگری میراثی محور تاریخی فرهنگی و گردشگری جلفا، نتیجه گرفتند که مؤلفه‌های توجه به جاذبه‌های میراثی و ایمنی و امنیت و توجه به ابعاد زیستی مؤثرترین مؤلفه‌ها در طراحی محور جلفا با رویکرد گردشگری میراثی هستند. هدف از انجام این تحقیق، ارزیابی معیارها و توانمندی‌های مکان‌های توریستی تالاب شادگان می‌باشد.

مقاله حاضر سعی دارد تا با شناسایی برخی مکان‌های ژئوتوریسم، به بررسی اهمیت آنها در جذب گردشگری این تالاب بپردازد.

مواد و روش

تالاب بین‌المللی شادگان یکی از تالاب‌های بزرگ ایران است. این تالاب در جنوب غربی ایران و در جنوب شهر شادگان در استان خوزستان با پهنا ۵۳۷۷۳۱ هکتار واقع است. این تالاب دارای سه بخش بوده که شامل بخش آب شیرین در شمال، بخش جزر و مدی در جنوب و بخش ساحلی می‌باشد (عبداللهی ۱۳۸۶). (شکل ۱)



شکل ۱: نقشه موقعیت منطقه مورد مطالعه (منبع: Google.com)

این پژوهش در سال ۱۴۰۱ در اهواز انجام شده و یک تحقیق توصیفی مبتنی بر کتابخانه‌ای و روش میدانی و توزیع پرسشنامه‌ای است و از نظر هدف یک پژوهش تحلیلی است که جهت آنالیز و تحلیل داده‌ها و نتایج پرسشنامه پس از به‌دست آوردن اطلاعات اولیه بر اساس مدل SWOT آنالیز شد. روش کار بدین صورت است که ابتدا عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر تالاب بررسی شدند و فاکتورهایی که بر مدیریت محیط تالاب اثرگذار بودند شناسایی و به‌صورت سؤالات ۱۰ تایی برای عوامل داخلی (قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) بر اساس طیف لیکرت صورت گرفت. بدین منظور این پرسشنامه بین کارشناسان و محیط طبیعی و گردشگری و کارشناسان محیط زیست توزیع و تکمیل گردید. در مرحله بعد اوزان اولیه و ثانویه جهت به‌دست آوردن وزن نهایی محاسبه گردید. پس از محاسبه وزن اولیه اوزان هر یک از عوامل پرسشنامه طوری مرتب گردید که جمع اوزان نرمال و برابر عدد ۱ باشد. در ستون بعدی جهت تعیین نمره وضعیت موجود به هر کدام از این عوامل نمره ۱ تا ۴ بر اساس وضعیت موجود داده شد. نمره ۱ بیانگر ضعف اساسی نمره ۲ ضعف کم و نمره ۳ بیانگر نقاط قوت و نمره ۴ نشان دهنده قوت بالای عامل است. ستون چهارم نیز امتیاز وزن هر عامل از حاصل ضرب ستون دوم در ستون سوم به‌دست آمد و سرانجام امتیاز وزن کل محاسبه شد. از این طریق ماتریس عوامل داخلی و خارجی (نقاط قوت و ضعف و فرصت و تهدید) شکل گرفتند. در مرحله آخر نیز پس از به‌دست آوردن فهرست عوامل قوت و ضعف و فرصت و تهدید، از محل برخورد هر یک از اوزان نهایی در داخل محور مختصات ترسیم شده برای همین منظور، راهبرد تالاب تعیین شد.

کار این مدل به این صورت است که نقاط ضعف و قوت و فرصتها و تهدیدها محاسبه و سپس با استفاده از این عوامل، در چهار بخش، راهبردهای مختلف و متنوع تعیین می‌شود و در نهایت روند راهبردها که باید به چه سمتی پیش برود و چه نوع استراتژی مهمتر و با کارایی بیشتر باشد مشخص می‌گردد. راهبردهای تعیین شده برای یک سیستم می‌تواند چهار جهت مختلف داشته باشد: (تهاجمی، تدافعی، رقابتی، محافظه کارانه). در مرحله آخر تعیین می‌شود که راهبردهای تعیین شده، باید در قالب کدامیک از راهبردهای چهارگانه باشد تا روند بهبود سیستم تالاب، در جهت این نوع راهبردها حرکت کند. لازم به توضیح است که هر چند محدودیت قانونی در تعداد عوامل وجود ندارد ولی استاندارد آن ۱۰ عامل بوده و بهتر است بیشتر از ۱۰ عامل در هر بخش (چهار بخش جداگانه نقاط ضعف و قوت، فرصت و تهدید) نباشد.

پس از مشخص نمودن عوامل درونی و بیرونی به هر یک از معیارها ارزش و ضریب خاصی را اختصاص دادیم تا میزان اثرگذاری عوامل مشخص گردد. این کار از طریق پرسشنامه حاصل می‌شود. عوامل تعیین شده را نوشته و از پرسش شونده خواستیم به هر یک از عوامل تعیین شده یک ارزش و ضریب تعیین کند. برای تعیین ضریب از طیف لیکرت استفاده شد:

جهت تحلیل، اطلاعات را به داده‌های کمی تبدیل می‌کنیم (ارزش گذاری طیف لیکرت):

خیلی زیاد = ۵ زیاد = ۴ متوسط = ۳ کم = ۲ خیلی کم = ۱

برای تعیین ضریب اولیه، تعداد افرادی که هر کدام از این گزینه‌ها را انتخاب کردند را در ارزش این گزینه‌ها بر اساس طیف لیکرت ضرب می‌کنیم تا ضریب اولیه این عامل محاسبه شود:

این عمل برای سایر بخشها یعنی نقاط ضعف، فرصتها و تهدیدها نیز تکرار می‌کنیم. سایر عوامل دیگر نیز به شکل بالا محاسبه کرده و ضریب اولیه را به دست می‌آوریم و سپس آن ضرایب را با هم جمع می‌زنیم. در مرحله بعدی باید درصد یا میانگین وزنی هر عامل را نسبت به کل به دست بیاوریم. برای این کار درصد گیری می‌کنیم. هر عامل را در ۱۰۰ ضرب و بر مجموع ضرایب تقسیم می‌کنیم. عدد به دست آمده را به صورت صدم می‌نویسیم:

بقیه عوامل را نیز به شکل بالا محاسبه می‌کنیم تا ضریب ثانویه هر عامل به دست آید. مجموع ضرایب ثانویه نباید از ۱ یا از ۱۰۰ درصد بیشتر باشد. در مرحله بعدی هر یک از عوامل تعیین رتبه شدند. تعیین رتبه برای مشخص کردن میزان اثربخشی راهبردهای کنونی در نشان دادن واکنش نسبت به عوامل می‌باشد. رتبه‌ها از ۱ تا ۴ می‌باشد. رتبه ۴ نشان از واکنش خیلی سریع بود و به سمت عدد ۱ از شدت واکنش و اثربخشی کاسته می‌شود. پس از تعیین رتبه، ضریب نهایی هر یک از عوامل را مشخص می‌کنیم (ارزش رتبه هر عامل در ضریب ثانویه ضرب شد تا ضریب نهایی هر عامل به دست می‌آید). ضرایب نهایی نباید بیشتر از ۴ و کمتر از ۱ باشد. پس از محاسبه ضریب نهایی هر عامل، ضرایب را با هم جمع می‌کنیم تا ضریب نهایی به دست آید: میانگین نمره نهایی ۲/۵ می‌باشد. هر چقدر عدد نمره نهایی به ۴ نزدیک تر باشد بدین معنی است که راهبردها و استراتژی‌های تعیین شده بسیار عالی بوده است در حالی که اگر به ۱ نزدیک تر باشد به معنی ضعیف بودن استراتژی‌ها می‌باشد. در مرحله بعدی مرحله تعیین راهبردهای مختلف برای منطقه مورد مطالعه است.

بحث و نتایج

مدل SWOT مدلی از سری مدل‌های تصمیم‌گیری است که در جهت تعیین استراتژی و راهبرد بلند مدت یا کوتاه مدت و اتخاذ تصمیمات اساسی و کلیدی طراحی شده است. عوامل درونی: این عوامل، عواملی هستند که در درون خود سیستم یا منطقه وجود دارند و در تعیین وضعیت منطقه مؤثر می‌باشند. عوامل درونی شامل نقاط قوت (Strengths) و نقاط ضعف (Weaknesses) یک سیستم یا سازمان یا منطقه می‌باشند. شناسایی نقاط قوت، راه تقویت سیستم را آشکار کرده و در کنار آن، شناسایی نقاط ضعف، باعث می‌شود که از این نقاط ضعف به نفع نقاط قوت استفاده شود.

عوامل بیرونی: آنهایی هستند که از کنترل منطقه خارج بوده و از بیرون بر سیستم اثر می‌گذارند. به نوعی مرتبط به فرایندهایی است که در خارج از محدوده آن منطقه به وقوع می‌پیوندد. عوامل بیرونی شامل فرصتها (Opportunities) و تهدیدها (Threats) 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 خطرساز است که باید از آن دوری کرد و آن را به فرصت تبدیل کرد. این مدل می‌تواند برای یک منطقه جغرافیایی خاصی طراحی شود و در واقع کار اصلی آن تعیین راهبرد برای بهبود کارایی یا وضعیت می‌باشد. این مدل، ابتدا در جهت تعیین پتانسیل و ظرفیت یک موضوع و یا یک مکان، عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر آن را بررسی نموده و سپس با استفاده از این نتایج، راهبردهای مختلف در جهت ایجاد تصمیمات و پیش‌بینی‌ها و راهکارهایی برای بهبود آن مکان یا موضوع تعیین می‌کند. برای هر موضوع یا هر مکان، عوامل مختلفی تأثیر می‌گذارند.

در این تحقیق راهبردهای تعیین شده در چهار بخش جداگانه صورت گرفته و به صورت ترکیبی از عوامل درونی و بیرونی می‌باشد. به این ترتیب که یکبار راهبردها ترکیبی از نقاط قوت و فرصتها می‌باشد. یعنی عوامل نقاط قوت در کنار عوامل فرصتها قرار گرفت و راهبرد متناسب با آن را تعیین گردید در این حالت راهبرد باید به این صورت باشد که با استفاده از نقاط قوت، از فرصتها بهره‌برداری کنیم. یعنی به عوامل نگاه کرده و راهبردی تعیین کنیم که در آن با استفاده از نقاط قوت، از فرصتهایی که قبلاً تعیین کردیم، استفاده کنیم. این استراتژی را در اصطلاح استراتژی حداکثر - حداکثر (SO) می‌نامند. البته ضرایب تعیین شده برای هر عامل می‌تواند مؤثر باشد. مثلاً می‌توان عامل نقاط قوت که بیشترین اهمیت (بیشترین ضریب) را دارد با عاملی که بیشترین اهمیت را در فرصت دارد ترکیب کرد و یک راهبرد تعیین نمود. کاربرد ضرایب در تعیین اهمیت هر عامل و قدرت مانور و واکنش و تعیین سمت و سوی تعیین استراتژی در آخرین مرحله است.

نوع دوم راهبردها از ترکیب فرصتها و نقاط ضعف است. یعنی از ترکیب عوامل این دو بخش، راهبرد متناسب با آن طراحی می‌شود که در این حالت هدف این بود که با بهره‌جستن از فرصتها، نقاط ضعف را کاهش یا از بین ببریم. این راهبرد را، راهبرد حداکثر - حداقل (WO) می‌نامند.

نوع سوم راهبرد، ترکیبی از نقاط قوت و تهدیدها می‌باشد. در این حالت باید راهبردی تعیین کنیم که با استفاده از نقاط قوت، از تهدیدهای پیش رو جلوگیری کند. این راهبرد را، راهبرد حداقل - حداکثر (ST) می‌نامند. نوع چهارم راهبرد، ترکیبی از نقاط ضعف و تهدیدها است. در این حالت هدف از تعیین راهبرد، کاهش نقاط ضعف و دوری از هر گونه تهدید می‌باشد. این راهبرد را، راهبرد حداقل - حداقل (WT) می‌نامند. (شکل شماتیک این راهبردها)

جدول (۱) ماتریس داخلی (IFE) و خارجی (EFE) (منبع: مرادی مسیحی، ۱۳۸۱)

تهدیدها T ₁ T ₂ T ₃ T ₄ :	فرصتها O ₁ O ₂ O ₃ O ₄	
استراتژی حداکثر - حداقل (Mm)	استراتژی حداکثر - حداکثر (MM) S ₁ O ₁ : S ₂ O ₂ : S ₃ O ₃ : S ₄ O ₄ :	نقاط قوت :S ₁ :S ₂ :S ₃ :S ₄
استراتژی حداقل - حداقل (mm) W ₁ T ₁ : W ₂ T ₂ : W ₃ T ₃ : W ₄ T ₄ :	استراتژی حداقل حداکثر (mM) W ₁ O ₁ : W ₂ O ₂ : W ₃ O ₃ : W ₄ O ₄ :	نقاط ضعف :W ₁ :W ₂ :W ₃ :W ₄

جدول (۲) چگونگی ترکیب راهبردها (منبع: مرادی مسیحی، ۱۳۸۱)

نقاط ضعف (W)	نقاط قوت (S)	
راهبردهای (WO) از بین بردن نقاط ضعف با بهره جستن از فرصتها	راهبردهای SO بهره‌گیری از نقاط قوت و اقدام درصد بهره برداری از فرصتها	فرصتها (O)
راهبردهای (WT) کاهش نقاط ضعف و پرهیز از تهدیدات	راهبردهای (ST) استفاده از نقاط قوت برای احتراز از تهدیدها	تهدیدها (T)

مطابق جدول (۱ و ۲) عوامل مختلف در هر نوع راهبرد، در کنار هم قرار گرفته و با ترکیب آنها، راهبردی تعیین می‌کنیم که هر دو جنبه ترکیبی را داشته باشد. مثلاً اگر قرار است راهبردی بر اساس ترکیب نقاط ضعف و فرصتها تعیین کنیم (راهبرد حداکثر - حداقل)، باید راهبردی باشد که به

یک جنبه از فرصتها اشاره کند که با استفاده از آن بتوانیم یک مورد از نقاط ضعف که تعیین نموده را از بین ببریم.

جدول (۳). ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) (منبع: یافته تحقیق)

عوامل داخلی	زیر معیارها	وزن	امتیاز وزن موجود	امتیاز وزن دار
نقاط قوت	نقش فرهنگ سنتی در جذب گردشگران	۰/۱۰	۳	۰/۳۰
	نقش آب و هوا و فصول زمستان و بهار	۰/۱۰۸	۴	۰/۴۳۲
	نقش صنایع دستی	۰/۱۰۷	۴	۰/۴۲۸
	نقش پرورش ماهی	۰/۱۱۲	۳	۰/۳۳۶
	وجود انواع زیستگاهها	۰/۱۲۰	۲	۰/۲۴
	وجود پتانسیل‌های توسعه گردشگری	۰/۱۰	۱	۰/۱
	نقش منابع آب	۰/۱۲	۳	۰/۳۶
	افراد متخصص	۰/۰۹	۳	۰/۲۷
	چشم اندازهای طبیعی و انسانی	۰/۱۰	۲	۰/۰۲۰
	ویژگی‌های اقلیمی و ژئومورفولوژی و پوشش گیاهی	۰/۱۰۹	۴	۰/۰۷۶
جمع		۱		۲/۵۶۲

عوامل داخلی	زیر معیارها	وزن	امتیاز وزن موجود	امتیاز وزن دار
ضعف	آلودگی آب	۰/۱۰۱	۴	۰/۴۰۳
	کمبود نیروی حرفه ای	۰/۰۹۵	۳	۰/۲۸۵
	تغییرات آب و هوایی و نابودی زیستگاهها	۰/۰۸۲	۴	۰/۳۲۸
	ضعف مدیریت	۰/۰۹۴	۳	۰/۲۸۲
	کمبود و یا نبود امکانات رفاهی و تفریحی	۰/۱۰۴	۴	۰/۴۱۶
	ضعف خدمات عمومی و بهداشتی	۰/۱۰۸	۴	۰/۴۳۲
	گرمای تابستان	۰/۱۰۸	۳	۰/۳۲۴
	فصلی بودن گردشگری	۰/۱۰۰	۳	۰/۳۰۰
	ضعف امنیت	۰/۱۰۴	۳	۰/۳۱۲
	بی توجهی مسئولین	۰/۱۰۴	۳	۰/۳۱۲
جمع		۱		۳/۳۹۴

جدول (۴). ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) (منبع: یافته تحقیق)

عوامل خارجی	زیر معیارها	وزن	امتیاز وزن موجود	امتیاز وزن دار
فرصت‌ها	برگزاری انواع مسابقات ورزشی و فستیوال‌ها	۰/۰۹۸	۲	۰/۱۹۶
	تقویت فرهنگ عمومی	۰/۱۱۰	۳	۰/۳۳
	توجه ویژه مسئولین استان	۰/۰۱۰	۲	۰/۰۲۰
	جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی	۰/۰۹۴	۱	۰/۰۹۴
	تشویق بخش خصوصی	۰/۰۹۹	۲	۰/۱۹۸
	برگزاری جشن‌ها و مسابقات ورزشی و اردوها	۰/۰۹۸	۲	۰/۱۹۶
	استفاده از تجربیات سایر استان‌ها	۰/۱۰۰	۲	۰/۲۰۰
	استفاده از تجربیات و طرح‌های دانشگاه‌ها	۰/۰۹۱۰	۲	۰/۱۸۲
	مطالعات تفصیلی و زیست محیطی	۰/۰۹۹	۱	۰/۰۹۹
	برگزاری مسابقات سنتی	۰/۰۹۹	۲	۰/۱۹۸
جمع		۱		۱/۷۱۳

عوامل خارجی	زیر معیارها	وزن	امتیاز وزن موجود	امتیاز وزن دار
تهدید	بی توجهی مسئولین به امر گردشگری	۰/۰۹۴	۴	۰/۳۷۶
	نبود بودجه یا اختصاص کم منابع مالی	۰/۰۹۸	۳	۰/۲۹۴
	عدم آموزش صحیح نیروهای متخصص	۰/۱۰۴	۴	۰/۴۱۶
	بهره برداری بی رویه از منابع اطراف تالاب	۰/۰۹۹	۳	۰/۲۹۷
	مدیریت غیر اصولی مسئولین در آمایش محیط	۰/۱۰۳	۳	۰/۳۰۹
	عدم استفاده از افراد بومی	۰/۰۹۵	۳	۰/۲۸۵
	ضعف درآمد مردم	۰/۱۰۱	۳	۰/۳۰۳
	کاهش وسعت تالاب بدلیل تغییر اقلیم و بهره برداری بی رویه	۰/۰۹۹	۲	۰/۱۹۸
	آلودگی آب خاک و تهدید زندگی ساکنین تالاب	۰/۰۱۰	۲	۰/۰۲۰
	تغییر چشم اندازهای طبیعی تالاب به دلیل عدم کاشت گیاهان شورپسند و عدم اصلاح آب و خاک	۰/۰۱۰	۳	۰/۰۳۰
جمع		۱		۲/۵۲۸

حالا با توجه عوامل درونی و بیرونی که در بالا ذکر شد، انواع راهبردهای برای تالاب شادگان در جهت پیشبرد اهداف گردشگری تعیین گردید:

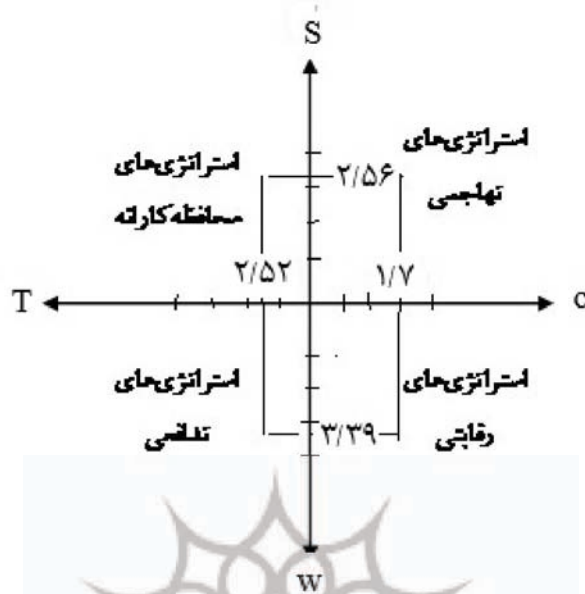
راهبردهای حداکثر - حداکثر (نقاط قوت و فرصتها):
 در این بخش باید با استفاده از نقاط قوت موجود، از فرصتها، بهره‌برداری لازم را انجام داد. استراتژی تهاجمی (SO) در جهت رشد داخلی:
 - با برگزاری انواع مسابقات ورزشی می‌توان فرهنگ سنتی را به گردشگران معرفی نمود.
 - تقویت پوشش گیاهی و حفظ چشم اندازهای طبیعی اطراف تالاب همراه با توسعه کارآفرینی پرورش ماهی، می‌تواند در جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی مؤثر باشد.
 - به دلیل شرایط آب و هوایی مناسب تالاب در فصل بهار و زمستان، برگزاری جشن‌ها و فستیوال‌ها و اردوها در جهت درآمدزایی مردم تالاب اثربخش می‌باشد.
 راهبردهای حداکثر - حداقل (نقاط ضعف و فرصتها):
 در این بخش باید با استفاده از فرصتها، نقاط ضعف را کاهش یا از بین برد. استراتژی رقابتی (WO) در جهت رشد خارجی :
 - با استفاده از تجربیات سایر استان‌ها و بهره‌گیری از طرح‌های پژوهشی کار شده در این زمینه، می‌توان در جهت رفع آلودگی آب و برقراری امنیت اقدام نمود.
 راهبردهای حداقل - حداکثر (تهدیدها و نقاط قوت):
 در این بخش باید برای دوری از تهدیدها، نقاط قوت را افزایش داد. استراتژی محافظه‌کارانه (ST) در جهت راهبرد تنوعی:
 - در این راهبرد بایستی از افراد متخصص در جهت برنامه‌ریزی گردشگری و جذب بودجه و بهره‌برداری اصولی از منابع اطراف تالاب بهره برد.
 - با استفاده از افراد بومی و متخصص گردشگری می‌توان در جهت تقویت درآمد مردم و رفع آلودگی آب و حفظ چشم اندازهای طبیعی و زیستگاه‌ها مدیریت و برنامه‌ریزی نمود.
 راهبردهای حداقل - حداقل (تهدیدها و نقاط ضعف):
 در این بخش نقاط ضعف را کاهش و از تهدیدات پرهیز می‌کنیم استراتژیک تدافعی (WT) در جهت دفاعی و کاهش:
 - با تقویت پوشش گیاهی اطراف تالاب و جلوگیری از هدر رفت آب می‌توان میکرو کلیمای ویژه در تالاب ایجاد کرد.
 - با استفاده از نیروهای متخصص می‌توان ضعف خدمات عمومی و بهداشتی را کاهش و در جهت تقویت امنیت گام برداشت.

ماتریس ارزیابی استراتژیک تالاب شادگان

برای تعیین وضعیت کلی راهبردهای منطقه، از ضریب نهایی هر بخش (SWOT) استفاده می‌کنیم. هر بخش ضریبی دارد که از مجموع ضرایب نهایی هر عامل به دست آمده است. ضریب هر بخش را در محور مربوطه پیدا می‌کنیم و به هم دیگر وصل می‌کنیم. شکلی ترسیم می‌شود که به هر طرف که کشیده‌تر و متمایل‌تر بود، نشان دهنده وضعیت راهبردهای آن منطقه است. این ضرایب

می‌تواند یکی از موارد ذیل باشد: راهبردهای تهاجمی، راهبردهای تدافعی، راهبردهای رقابتی، راهبردهای محافظه کارانه

نقاط قوت: ۲/۵۶۲ نقاط ضعف: ۳/۳۹۴ فرصتها: ۱/۷۱۳ تهدیدها: ۲/۵۲۸



شکل (۲) نمودار ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک (منبع: یافته تحقیق)

بر طبق نتیجه به دست آمده از شکل (۲) راهبردهای تالاب شادگان به راهبردهای رقابتی (WO) نزدیک می‌باشد و مسئولین باید سعی کنند از نقاط فرصت نهایت استفاده را برده و به سمت از بین بردن تهدیدها گام بردارند.

نتیجه‌گیری

این تالاب با وسعت ۵۳۷۷۳۱ هکتار، به‌عنوان وسیع‌ترین تالاب ایران بوده و به دلیل پتانسیل‌های بالای گردشگری، زیستگاه مناسبی برای انواع پرندگان و گونه‌های آبی به شمار آمده و در اقتصاد و زندگی مردم ساکن اطراف و داخل تالاب، تأثیر بسزایی دارد. نتایج این بررسی نشان داد که بالاترین پتانسیل گردشگری، مواردی چون نقش آب و هوا و استفاده از فصول زمستان و بهار در جذب گردشگران و توسعه صنایع دستی و مراقبت از منابع آب بوده و مهمترین نقاط ضعف این تالاب به ترتیب، آلودگی آب، کمبود امکانات رفاهی و تفریحی، کمبود خدمات عمومی و بهداشتی و نبود امنیت و رضایت و نبود رقابت سالم بین بنگاه‌های گردشگری می‌باشد. در خصوص فرصت‌های به دست آمده، تقویت فرهنگ عمومی و برگزاری مسابقات سنتی به‌عنوان مهمترین مؤلفه و عدم آموزش صحیح نیروهای متخصص و بی‌توجهی مسئولین به امر گردشگری، جزء مهمترین عوامل تهدید می‌باشد. در این بررسی جهت رسیدن به یک راهبرد مشخص، از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی استفاده گردید. استراتژیک و راهبرد نهایی برای توسعه گردشگری، راهبرد رقابتی (WO)

به دست آمد که بر مبنای استفاده از فرصت‌های تالاب شادگان بایستی نقاط ضعف را کاهش یا از بین ببریم.

نتایج این پژوهش مشابه تحقیق اکبری و همکاران (۱۴۰۱) در زمینه رابطه کاهش گردشگری با کاهش امنیت تالاب شادگان بوده ولی نتایج تحقیقات رضایتمندی گردشگران (فرهادی و همکاران ۱۴۰۱) با این تحقیق متفاوت می‌باشد. پژوهش خانزاده و همکاران نیز (۱۴۰۱) در زمینه عدم رقابت سالم گردشگری از لحاظ ظرفیت رشد و آینده نگری و عدم رقابت بنگاه‌های گردشگری، با نتایج این تحقیق مشابه است. نتایج تحقیق چقاجردی و عابدینی و همکاران (۱۴۰۱) نیز در زمینه استفاده از مدل سوات با این پژوهش مشابه ولی در زمینه ارائه راهبرد به نتایج متفاوتی رسیده‌اند.

نتیجه نهایی تحقیق حاکی از آن است که با وجود توانمندی‌های بالقوه تالاب، نقاط ضعف و تهدیدها مانع از انجام برنامه‌ریزی صحیح و مدون در جهت رسیدن به توسعه پایدار گردشگری در این تالاب می‌باشد. ضرایب مدل سوات به ما نشان داد که در بین راهبردها و عوامل، راهبرد رقابتی اهمیت بیشتری داشته و می‌تواند در توسعه و پیشبرد اهداف مؤثر باشد. و ما را به سمت تقویت و توسعه آن هدایت کند. ضمن اینکه ضریب نهایی هر بخش مشخص نمود که از عوامل درونی، نقاط ضعف و از عوامل بیرونی، تهدیدها مانع پیشرفت گردشگری تالاب می‌باشند. که در این زمینه بایستی در جهت کاهش ضعف گردشگری و از بین بردن تهدیدها گام برداشت.

پیشنهاد می‌شود که در جهت بهره‌برداری صحیح از این تالاب، از افراد بومی منطقه و افراد متخصص در حوزه گردشگری استفاده گردد. همچنین تقویت فرهنگ عمومی و رضایتمندی و امنیت می‌تواند در حفاظت و نگهداری و مراقبت محیط زیست تالاب، کمک شایانی نماید. برگزاری نمایشگاه‌های صنایع دستی و فستیوال‌ها و ایجاد رقابت سالم گردشگری و جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی به این استان نیز باعث تقویت بنیه توسعه پایدار گردشگری خواهد بود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع و مأخذ:

- ۱- اکبری، م؛ بوستان احمدی، و؛ انصاری، م؛ و سهرابی، و. ۱۴۰۱. سنجش جایگاه کشورهای اسلامی از نظر شاخص‌های رقابت‌پذیری سفر و گردشگری جهانی با استفاده از روش ماباک. فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۴۵(۱۲): ۱-۱۸.
- ۲- چقاجردی، ا؛ مختاری ملک آبادی، ر؛ و جلیلیان، ل. ۱۳۹۶. تحلیل نقش توانمندی‌های شهرستان‌های استان اصفهان در توسعه گردشگری ورزشی. مجله علوم جغرافیایی، ۲۷(۱۳): ۳۵-۶۰.
- ۳- خانزاده، ح؛ رهنورد، ف؛ بامداد، ن؛ و محمود زاده، س.م. ۱۴۰۱. رقابت‌پذیری گردشگری شهرهای ایران در پرتو مدیریت مقصد، فصلنامه گردشگری و توسعه. انجمن علمی گردشگری و توسعه انجمن علمی گردشگری ایران، ۳۱(۱۱): ۷۹-۹۸.
- ۴- مسعودیان، م؛ و سادات سعیده زرآبادی، ز. ۱۴۰۱. ارزیابی مؤلفه‌های مؤثر در طراحی مسیرهای گردشگری میراثی محور تاریخی فرهنگی و گردشگری جلفا. فصلنامه گردشگری و توسعه، انجمن علمی گردشگری و توسعه انجمن علمی گردشگری ایران، ۳۳(۱۱): ۳۳-۴۹.
- ۵- عبدالمهی، ع. ۱۳۸۶. اکوتوریسم سازگار با حفاظت از محیط زیست و پایداری منابع طبیعی. ششمین کنفرانس اقتصاد کشاورزی ایران، مشهد، انجمن اقتصاد کشاورزی ایران، دانشگاه فردوسی مشهد، هشتم، آبان.
- ۶- عابدینی، م؛ همتی، ط؛ نظافت تکل، ب؛ و خیاطی، آ. ۱۴۰۱. ارزیابی توانمندی‌های توسعه گردشگری پایدار ژئومورفوسایت‌های مسیر توریستی سبلان تا گردنه حیران با استفاده از مدل کومانسکو و مدل پائولووا. فصل نامه فضای گردشگری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر، ۴۴(۱۱): ۱۹-۳۸.
- ۷- غلامی، ز؛ زیاری، ی؛ و اقبالی، ن. ۱۴۰۰. برنامه‌ریزی راهبردی با رویکرد توسعه گردشگری پزشکی. منطقه ۶ تهران، مجله علوم جغرافیایی، ۳۵(۱۷): ۴۲-۷۵.
- ۸- فرهادی یونکی، م؛ و ایمانی خوشخو، م.ح. ۱۴۰۱. تأثیرگذاری زیرساخت‌های گردشگری در میزان وفاداری گردشگران (شهر اصفهان). فصلنامه گردشگری و توسعه انجمن علمی گردشگری ایران، ۳۰(۱۱): ۱۲۹-۱۴۲.
- ۹- نعمتی، و؛ حبیب پور، ع؛ مرزبان، س؛ و نظافت تکل، ب. ۱۴۰۱. بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری سلامت در استان تهران با رویکرد آینده پژوهی. فصلنامه مطالعات علوم محیط زیست، ۴(۷): ۵۷۴۶-۵۷۵۶.
- 10-Duate – Duate. J.B., Talero- sarmiento. L.H., Rodarigue- padillat. D.C. 2021. Mehodological proposal for the idendification for tourist routes in a particular region through clustering techniques. journal Heliyon, 7(4): 1-9.

- 11-Goodarzi. G., Behzadfar. M., ziari. Y. 2021 .Redefining tourism routes in the historical context of Tehran Bazaar Research and urban planning. Journal Research and Urban Planning, 13(50): 96-112.
- 12-Lopez-Sanz, J.M., Penelas-Leguia, A., Rodriguez, G., Gutiérrez-Rodríguez, P., Cuesta-Valino, P. 2021. Sustainable Development and Rural Tourism in Depopulated Areas. Journal Land, 10(9): 1-18.
- 13-Peric, C., Dramicanin, S., Gasic, M. 2020. impact of service quality on satisfaction and loyalty of tourists in rural tourism of sumadija and western serbia. E conomics of Agriculture, 67(4): 1071-1086.
- 14-Rosalina, P.D., Dupre, K., and Wang, Y. 2021. Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges. Journal of Hospitality and Tourism Management, (47): 134–149.
- 15-Yang, J., Yang, R., Chen, M.H., Su, CH., Zhi, Y., Xi, J. 2021. Effects of rural revitalization on rural tourism. Journal of Hospitality and Tourism Management, 47(4): 35–45.

