

ارزیابی و تدوین استراتژی‌های توسعه پایدار گردشگری با استفاده از تکنیک SWOT و IEA (مطالعه موردی: شهرستان بانه)

محمدرضا پورمحمدی - استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده جغرافیا و برنامه‌ریزی دانشگاه تبریز
کیومرث نعیمی* - کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده جغرافیا و برنامه‌ریزی دانشگاه تبریز
احمد ایرانی - کارشناسی ارشد رشته برنامه‌ریزی آمایش سرزمین، دانشکده جغرافیا دانشگاه تهران

دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۴/۳۱ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۱۰/۲۴

چکیده

امروزه، گردشگری به پدیده‌ای تأثیرگذار در اقتصاد جهانی تبدیل شده است؛ به طوری که براساس آمار و ارقام منتشره از سوی سازمان جهانی گردشگری در هزاره جدید به بزرگ‌ترین منبع درآمد جهانی تبدیل شده است. از این رو، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری به منزله یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال، که تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی فوق‌العاده‌ای نیز دارد، به منزله یک نیاز مطرح می‌شود. بنابراین، در این مقاله به ارزیابی و تدوین استراتژی‌های توسعه پایدار گردشگری با توجه به قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها، تهدیدها و تعیین موقعیت استراتژیک بخش گردشگری شهرستان بانه پرداخته شده است. روش پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و ماهیتاً از نوع توصیفی-تحلیلی مبتنی بر مشاهدات میدانی، آرای مردم، برنامه‌ریزان و گزارش‌های مستند ارگان‌ها و سازمان‌های مربوطه، داده‌ها و اطلاعات پایه جمع‌آوری و طبقه‌بندی شدند. همچنین جامعه آماری پژوهش حاضر سیصد نفر از مردم، برنامه‌ریزان و نهادهای دولتی است که با روش نمونه‌گیری هدفمند و تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. در تحلیل داده‌ها نیز از ابزارهای تحلیلی SWOT، IEA استفاده شده است. در فرایند تحقیق، ضمن بررسی‌ها و اطلاعات جمع‌آوری شده، یافته‌ها با استفاده از ابزار SWOT طبقه‌بندی و جمع‌آوری شده است. در نهایت نیز، با استفاده از ابزار IEA، موقعیت استراتژیک بخش گردشگری شهرستان بانه تعیین شد. نتایج نشان می‌دهد که بخش گردشگری شهرستان بانه در راستای توسعه پایدار گردشگری به لحاظ محیط درونی با ضعف‌های زیاد و به لحاظ محیط بیرونی با تهدیدهایی روبه‌رو است که در صورت اتخاذ استراتژی‌های تدافعی (WT) می‌توان به نتایج مطلوبی رسید.

کلیدواژگان: بانه، توسعه گردشگری، موقعیت استراتژیک، SWOT، IEA

مقدمه

گردشگری یکی از صنایع رشدیافته نیمه دوم قرن بیستم بود و اغلب به‌مثابه کلیدی برای رشد اقتصادی، هم در کشورهای توسعه‌یافته و هم در کشورهای درحال توسعه، استفاده شده است (Font and Ahjem 1999: 63). به‌طوری‌که براساس آمار و ارقام منتشره از سوی سازمان جهانی گردشگری در هزاره جدید به بزرگ‌ترین منبع درآمد جهانی تبدیل شده (Tohidy 2011: 207). طبق جدیدترین آمار سازمان جهانی گردشگری، تعداد گردشگران در سرتاسر جهان بیش از یک میلیارد نفر بوده که مبلغی حدود ۹۵۰ میلیارد دلار به‌طور مستقیم وارد چرخه اقتصاد جهان شده است (WTO 2014). در حال حاضر، بسیاری از کشورها منافع اقتصادی و اجتماعی خود را از گردشگری دریافت می‌کنند و درآمدهای گردشگری را برای توسعه زیرساخت‌های منطقه به‌کار می‌برند (eccless and casta 1997: 44).

گردشگری، همچون سایر فعالیت‌های اقتصادی، آثار مطلوب و نامطلوبی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی در پی دارد. از این‌رو، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی بلندمدت در چارچوب توسعه پایدار گردشگری نه تنها می‌تواند تأثیرات نامطلوب آن را کاهش دهد، بلکه با افزایش منافع، آن را به اهرمی مطلوب در تحولات و توسعه حوزه میزبان مبدل خواهد کرد. با وجود اهمیت گردشگری به‌منزله اهرمی در تحول و توسعه ملی و منطقه‌ای، این امر در کشور ما دچار افت روزمره‌نگری، بی‌برنامگی و نگاه غیرتخصصی بوده است. از این‌رو با تلاش‌های پراکنده ارگان‌های مرتبط، گردشگری توفیقات چشمگیری نداشته است. به این ترتیب، نقص‌ها و مسائل در مجموعه‌ای از عوامل مدیریتی، برنامه‌ریزی، مقررات و قوانین و... سبب شده‌اند گردشگری به صورت خودرو و خودجوش در شکل انبوه، پیامدهای نامطلوب اجتماعی- فرهنگی و محیطی را در حوزه مقصد در پی داشته باشد، که با بنیان‌ها و اصول توسعه پایدار گردشگری در تضاد و تقابل بوده است (قدمی ۱۳۸۶: ۱).

از این‌رو برنامه‌ریزی، هدایت و توسعه صنعت گردشگری به‌منزله یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال، که تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی فوق‌العاده‌ای نیز دارد، به‌منزله یک نیاز مطرح می‌شود، اما هدایت این فرایند با شناخت علمی قابلیت‌ها و تنگناهای موجود در هر منطقه از کشور میسر است. در این راستا، حوزه گردشگری بانه با توجه به داشتن مناطق ممتاز گردشگری و آداب و رسوم و ویژگی‌های فرهنگی خاص منطقه و همچنین وجود مرز رسمی با کشور عراق و بازارچه‌های مرزی و...، قابلیت‌های بسیار زیادی برای جذب گردشگر دارد که در مجموع می‌تواند بر اقتصاد منطقه تأثیر درخور توجهی داشته باشد. با وجود این، شواهد حاکی از عدم رونق صنعت گردشگری در این حوزه است. به‌خصوص برنامه‌های موجود توفیقی در جذب گردشگران علاقه‌مند به طبیعت و طبیعت‌گردی نداشته‌اند. بنابراین، برای کاهش تأثیرات منفی گردشگری شهرستان بانه و بهره‌گیری از منافع آن باید به ارزیابی و تدوین استراتژی اقدام کرد. در نتیجه، هدف اصلی این تحقیق ارزیابی و تدوین استراتژی‌های توسعه پایدار گردشگری با توجه به قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها، تهدیدها و تعیین موقعیت استراتژیک بخش گردشگری شهرستان بانه است.

مبانی نظری

توسعه پایدار گردشگری و اجتماعات محلی

گردشگری در قرن بیست‌ویکم در چارچوب نوآوری‌های فناوری و کارکردهای جدید مدیریتی از یک سو و سیطره همه‌جانبه سرمایه‌داری همراه با شکل‌گیری اقتصاد جهانی و کم‌رنگ شدن مرزهای سیاسی تحولات بسیاری را در فضاهای جغرافیایی و به تبع در اجتماعات محلی سبب شده است (ضرغام ۱۳۷۶: ۳۹۰). بررسی تأثیرات گردشگری از دیدگاه‌های مختلف در یک کلیت فراگیر در ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی تبلور یافته و رویکردی چندبعدی را شکل داده است. فضاهای جغرافیایی، همچون مقاصد و اهداف گردشگری، دائماً در حال تغییر و تحول‌اند.

برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری به‌منزله عاملی مهم در روند اقتصادی شدن امر اجتماعی، فرهنگی و نگرش ابزاری و کاربردی و کالایی به طبیعت و فرهنگ، توجه به دیدگاه‌های مختلف درباره گردشگری را ضروری می‌کند. نگاه از پایین به بالا به گردشگری توجیه‌کننده نگرش توسعه‌ای در مفهومی از مشارکت مردمی در اقتصاد سرمایه‌داری است. ولی نگاه از بالا به پایین به گردشگری نشان از این دارد که این پدیده علاوه بر کارکرد اقتصادی بر مفاهیم اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی نیز استوار است. در این نگرش است که می‌توان همه ابعاد تأثیرگذاری گردشگری را در پیوند با سرمایه‌داری در تمامی ابعاد بازشناخت. دیدگاه‌های مختلف درباره گردشگری ما را با ابعاد مفاهیم گردشگری و تحلیل ماهیت آن آگاه می‌کنند. این دیدگاه‌ها عمدتاً در سه بعد سرمایه، مدیریت، فناوری و دو رکن فرعی عوامل طبیعی و مجموعه میراث فرهنگی بررسی می‌شوند. در میان این عوامل، وجود سرمایه از بنیان‌های اساسی است. فناوری مناسب به‌منزله یک زیرساخت، جریان گردشگری را متحول می‌کند. سرمایه عاملی تأثیرگذار در روند ممتد گردشگری در پارامترهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است (پاپلی یزدی و سقایی ۱۳۸۹: ۶۳). در این قسمت، به‌طور کلی، گردشگری در قلب ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی بررسی می‌شود.

بعد اقتصادی گردشگری پایدار

گردشگری قبل از هر چیز مسئله‌ای اقتصادی است. ساماندهی فضای جغرافیایی در امر مبادله آزاد گردشگری شکل می‌گیرد و تجارت بر پایه سرمایه‌داری و سودآوری انجام می‌شود. از این رو، گردشگری در فرایند عرضه و تقاضا جلوه‌هایی از توسعه را نشان می‌دهد. گردشگری حرکتی فرهنگی و صلح‌آمیز است، اما خارج از این دیدگاه گردشگری در اصل صرف‌کردن اوقات فراغت است که در روندی از اقتصادی شدن امر اجتماعی شکل می‌گیرد. گردشگری کنش و واکنشی میان میهمان و میزبان است که به‌ازای آن پول مبادله می‌شود. در نتیجه، صرفاً امری فرهنگی یا غیراقتصادی نیست (پاپلی یزدی و سقایی ۱۳۸۹: ۶۳). به‌طور کلی، قابلیت‌های گردشگری را در زمینه اقتصادی می‌توان در قالب جریان سرمایه بازشناخت که علاوه بر افزایش تحرک تولید و توزیع، ایجاد مشاغل و خدمات گوناگون به سرعت گردش پول کمک می‌کند. درهم‌تنیدگی فعالیت‌های اقتصادی حول گردشگری با دیگر شاخص‌های اقتصادی به حدی است که مثلاً رشد اقتصادی موجب رشد گردشگری و افول اقتصادی موجب افول گردشگری می‌شود (پدربان ۱۳۷۴: ۶۶). رویکرد اقتصادی گردشگری بر پایه اقتصاد آزاد و در چارچوب عرضه و تقاضا شکل می‌گیرد. از این رو، شناخت عرضه و تقاضا در گردشگری، شناخت بازار را به دنبال دارد که راه‌گشای درک اقتصادی از گردشگری است (پاپلی یزدی و سقایی ۱۳۸۹: ۶۳).

گردشگری، به‌خصوص زمانی که سود فعالیت‌های دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش باشد، می‌تواند جایگزینی مناسب برای آن‌ها و راهبردی برای توسعه باشد. بر این مبنا، دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه محلی است (Oppermann 1996: 85).

آثار گردشگری در زمینه توسعه بدین شرح است (Griffe 1993: 24-25):

۱. همانند هر فعالیت صادراتی، منبع درآمد و اشتغال ایجاد می‌کند؛
۲. زنجیره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی و خدماتی به‌وجود می‌آورد و به‌منزله یک اهرم برای تعداد زیادی از فعالیت‌های اقتصادی عمل می‌کند؛
۳. از چشم‌اندازهای طبیعی، بدون آنکه ماهیت آن‌ها را تغییر دهد یا مواد اولیه آن‌ها را دستخوش تغییر کند یا آن‌ها را به مناطق دیگر حمل‌ونقل کند، بهره‌برداری می‌کند؛
۴. تقاضا را برای صنایع و هنرهای سنتی و فعالیت‌هایی که به نیروی کار بیشتری نیاز دارند ارتقا می‌دهد؛
۵. به همان اندازه که گردشگرانی را از خارج از فضای اقتصاد ملی جذب می‌کند، جریان‌های برون‌زای هزینه‌ها را به منطقه تزریق می‌کند و ضریب تکاثری را افزایش می‌دهد.

گردشگری به منزله یک فعالیت اقتصادی جایگزین در اقتصادی تک محصولی می تواند روند توسعه را با تنوع بخشی به اقتصاد ملی تسریع کند. هر جا بیکاری شدید و نیروی کار نسبتاً غیرماهر و منابع جانشین شونده بسیار نامحدود برای اشتغال باشد، می تواند مناسب ترین اقدام باشد (لی ۱۳۷۸: ۷۰).

بعد اجتماعی- فرهنگی گردشگری پایدار

فرهنگ در نمادهایی از جلوه های گوناگون، انعکاس زندگی دیرینه در انسان های امروزی و زیست بوم آن هاست. فرهنگ به منزله یک نظام ارتباطی بین مردمی با جلوه های مختلفی از آداب و رسوم، میراث و دیگر تولیدات مادی و زیباشناختی شکل می گیرد. فرهنگ را می توان در دو گروه کلی فرهنگ سنتی و مدن بخش بندی کرد. برای مردم کشورهای توسعه یافته هرچه فرهنگ سنتی تر باشد، دیدنی تر است و بهتر برای آن خرج می کنند. برعکس، برای بسیاری از مردم جهان سوم هرچه فرهنگ مدرن تر باشد، جذاب تر است. همه فرهنگ ها می توانند فرهنگ خود را به منزله کالاهای قابل فروش عرضه کنند. گردشگران در پی مکان های با فرهنگ سنتی اند تا اصالت معنایی را در آن تجربه کنند. از این رو، فرهنگ های سنتی، به خصوص پا گرفته از سنت های دور، گردشگران زیادی را به خود جذب می کند. بر این مبنای، برخی از اندیشمندان فرهنگ را سنگ بنای گردشگری در نظر می گیرند (Jafari 2000: 1-14). در حالتی کلی، گردشگری از چشم انداز اجتماعی- فرهنگی می تواند حالت تعامل و تبادل یا دافعی- تهاجمی داشته باشد. در این دیدگاه، گردشگری از ماهوی قبل از آنکه پدیده ای اقتصادی باشد، امری فرهنگی است؛ به گونه ای که پیرامون آن آثار فرهنگی بسیاری شکل می گیرد. گردشگری انسان با فضاهای جغرافیایی، انسان ها و فرهنگ های دیگر آشنا می شود. این آشنایی بر شناخت بیشتر انسان از خویش مقدم است (بونی فیس ۱۳۸۰: ۹).

گردشگری به منزله امری فرهنگی در دو سوی جریان گردشگری در یک مکان، تعامل ها و تبادل ها را سبب می شود و با انسان ها، انگیزه ها، خواسته ها، نیازها و آرزوهای آن ها، که منبعث از فرهنگ جامعه است، در ارتباط است. توسعه گردشگری به منزله پدیده ای فرهنگی موجب می شود که فرصت کافی برای تبادل فرهنگی بین گردشگر و جامعه میزبان به وجود آید. فرهنگ به واسطه انطباق و سازگاری با محیط زیست و کنش متقابل با دیگران تحرک می یابد و بازتفسیر می شود. گردشگری در این میان یکی از شیوه های کنش متقابل فرهنگی است که به واسطه تفسیر تجربه های گردشگری از فرهنگ محلی کنشی متقابل را نمایان می کند. این امر بستگی به آن دارد که فرهنگ جامعه میزبان در چه سطحی قرار داشته باشد. وجود فرهنگ های تدافعی از یک سو و فرهنگ های تهاجمی از سوی دیگر در بعضی از جوامع اختلافات فرهنگی عمیقی را بین گردشگر و جامعه میزبان به وجود می آورد. اصولاً فرهنگی پویاست که توانایی کنش های فرهنگی را داشته باشد (Tribe 1997: 39-43).

بعد زیست محیطی گردشگری پایدار

توسعه گردشگری در فضای جغرافیایی علاوه بر آثار اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی، آثار زیست محیطی نیز دارد. این آثار در صورت عدم پیگیری راهبردها، استانداردها و ارزیابی های مشخص و روشن در زمینه توسعه گردشگری جنبه های تخریبی بسیاری در ابعاد محیط انسانی و طبیعی دارد. گردشگری می تواند با پایبندی به پایداری در مفهوم بومی کردن زمینه ساز حفاظت از محیط زیست شود. مطالعات سازمان ملل درباره تأثیر گردشگری بر کشورهای در حال توسعه نشان می دهد با اینکه گردشگری موجب شکوفایی اقتصادی کشورهای میزبان شده و مبادلات فرهنگی را بین کشورهای مختلف قوت بخشیده، خلل های اجتماعی و زیست محیطی نیز ایجاد کرده است (ایدینگتن ۱۳۷۴: ۱). از این رو، ضرورت پرداختن به گردشگری در مفاهیمی از پایداری الزامی است.

توسعه پایدار، براساس کمیسیون براتلند، عبارت است از توسعه‌ای که نیازهای فعلی خود را بدون خدشه‌دار کردن توانایی نسل آینده، پاسخ گوید. توسعه پایدار در یک کلیت معنایی درصدد فراهم‌آوردن راهبردها و ابزارهایی است که بتوان به پنج نیاز اساسی پاسخ گوید (میرآب‌زاده ۱۳۷۳: ۳۹):

۱. تلفیق حفاظت و توسعه؛

۲. تأمین نیازهای اولیه زیستی انسان؛

۳. دستیابی به عدالت اجتماعی؛

۴. خودمختاری و تنوع فرهنگی؛

۵. حفظ یگانگی اکولوژیکی.

با توجه به اینکه امروزه رویکرد پایداری، رویکردی غالب در ادبیات برنامه‌ریزی و توسعه است، در زمینه گردشگری نیز موضوع گردشگری پایدار، پارادیم اساسی و محور اصلی برنامه‌های توسعه گردشگری شهری محسوب می‌شود. از این‌رو، به بحث توسعه و گردشگری پایدار و ابعاد آن پرداخته شد. گردشگری در صورت برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب می‌تواند منشأ تأثیرات سازنده و مفیدی در جامعه باشد و از جانب میزبانان مورد حمایت و استقبال قرار می‌گیرد، ولی در صورت بی‌توجهی، پیامدهای منفی زیست‌محیطی و اجتماعی فراوانی به همراه خواهد داشت که باعث ستیز و تقابل میان گردشگران و ساکنان می‌شود.

در این پژوهش، جهت واکاوی موضوع مطالعه‌شده، نظریه توسعه پایدار در گردشگری مورد توجه قرار گرفت و مراحل جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه اطلاعات با توجه به آن انجام گرفت.

در این زمینه، پژوهش‌ها و مطالعات فراوانی در داخل و خارج کشور در امر گردشگری انجام گرفته است. برای نمونه، می‌توان به این پژوهش‌ها اشاره کرد:

حیدری (۱۳۸۳) در رساله دکتری «ارزیابی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری در ایران» به بررسی وضعیت صنعت گردشگری در ایران، بیان پاره‌ای از مشکلات و تنگناهای صنعت گردشگری و دلایل ناکامی این صنعت در ایران پرداخته و مهم‌ترین مشکل در زمینه فعالیت‌های پژوهشی صنعت گردشگری ایران را فقدان رویکرد علمی و تحقیقی می‌داند و در نهایت راهکارهایی همچون سرمایه‌گذاری کلان در سطح کشور برای مکان‌های جاذب گردشگری، با نگرشی منطقه‌ای را برای رونق گردشگری ارائه می‌کند و نتیجه می‌گیرد که باید در سیاست‌گذاری‌های کلان‌شهری درباره گردشگری بازنگری صورت گیرد.

قدمی (۱۳۸۶) در رساله دکتری با عنوان «مدل‌سازی توسعه شهری و گردشگری در چارچوب پایداری نمونه مورد مطالعه: شهر کلاردشت» اظهار می‌کند که گردشگری به‌منزله عامل فشار، نقش مهمی در بروز پیامدهای اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیطی در حوزه کلاردشت دارد و در کنار آثار مثبتی همچون بهبود وضعیت اقتصادی، پیامدهای ناگواری در عرصه‌های محیطی و اجتماعی و فرهنگی به‌وجود آورده است. ایشان پس از بررسی نقش گردشگری در تحول و توسعه شهری در حوزه کلاردشت، ماهیت توسعه شهری را با توجه به نقش محوری گردشگری به‌منزله عامل پیشران، مدل‌سازی می‌کند. قدمی در ادامه به منظور تحلیل استراتژیک توسعه شهری- گردشگری از مدل SWOT و در اولویت‌بندی عوامل استراتژیک از تکنیک AHP استفاده می‌کند و در نهایت، براساس مطالعات انجام‌داده نشان می‌دهد که حوزه کلاردشت پتانسیل بالایی در زمینه توسعه پایدار دارد.

نتایج بررسی ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیق درباره «تحلیل عوامل توسعه‌نیافتگی گردشگری چابهار با استفاده از مدل SWOT» نشان می‌دهد که شهرستان چابهار با ۲۲۸ جاذبه گردشگری یکی از محورهای مهم گردشگری کشور است. تحلیل‌های مدل SWOT نیز بیانگر آن هستند که این شهرستان به‌رغم داشتن ظرفیت تبدیل شدن به یک

منطقه نمونه گردشگری، به علت تعدد تصمیم‌گیران و مسائل مدیریتی، کمبود زیرساخت‌ها و ضعف تبلیغات نتوانسته است به هدف خود برسد و در نهایت راهبردهای توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی، تقویت تبلیغات، تعامل و هم‌فکری بین مسئولان منطقه آزاد و سازمان‌های مرتبط با گردشگری و مردم، تقویت اکوسیستم‌ها را جهت توسعه گردشگری پیشنهاد می‌کنند.

قدمی (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای با عنوان «ارزیابی و تدوین استراتژی مقصد در چارچوب توسعه پایدار گردشگری در کلان‌شهر مشهد» نشان می‌دهد حوزه گردشگری مشهد در راستای توسعه پایدار گردشگری با ضعف‌های عمیق‌تری نسبت به قوت‌ها روبه‌روست، اما به لحاظ محیط بیرونی با فرصت‌های متعدد و قوی‌تر روبه‌روست که در صورت اتخاذ و پیاده‌سازی استراتژی‌های WO، به‌ویژه تلاش در جهت تحقق مدیریت یکپارچه گردشگری، می‌توان به نتایج مطلوب‌تری دست یافت. حاسین و آلتین ای^۱ (۲۰۰۵) در مطالعه خود با عنوان «توسعه پایدار گردشگری: مطالعه موردی قبرس شمالی» تأثیرات منفی توسعه گردشگری را در شمال قبرس مطالعه کردند. یافته‌های آن‌ها نشان می‌داد که بیشترین تأثیر محیطی توسعه گردشگری در این جزیره مربوط به انهدام زباله است. در پایان، به این نتیجه می‌رسند که توسعه پایدار گردشگری توسعه‌ای است که بتواند بین محیط طبیعی، فرهنگی و انسانی تعادل ایجاد کند.

کابانبان و لیدیاته^۲ (۲۰۰۷) در مقاله مشترک خود با عنوان «برنامه‌ریزی گردشگری پایدار در پولابنگی جنوبی: ارزیابی عوامل زیست‌محیطی و نقش آن‌ها در توسعه گردشگری در آینده»، در زمینه‌های «ارزیابی شرایط زیست‌محیطی پولابنگی جنوبی در مالزی جهت رسیدن به توسعه پایدار» و «ارزیابی تأثیر عوامل زیست‌محیطی در امکان توسعه پایدار گردشگری» تحقیقاتی انجام داده‌اند. آن‌ها در مطالعات خود به این نتیجه رسیدند که باید برای توسعه گردشگری در آینده محدودیت‌هایی اتخاذ شود تا تأثیرات گردشگری بر محیط جبران شوند و بهبود یابند و سازگاری مناسبی با محیط ایجاد شود. از جانب دیگر، باید امکانات و خدمات کافی جهت مشارکت مردم محلی در راستای حفاظت از محیط زیست فراهم شود و بدین صورت چشم‌انداز گردشگری پایدار در آینده بهبود یابد.

هیلا ارکاس و آیدا ارایدین^۳ (۲۰۱۰) در مطالعه خود با عنوان «نظارت بر محیط زیست برای توسعه پایدار گردشگری: شبکه همکاری و ساختار سازمانی در منطقه گردشگری آنتالیا»، بیان کردند برای رسیدن به کیفیت زیست‌محیطی پایدار و محافظت از دارایی‌های زیست‌محیطی بیش از دو دهه مسائل مربوط به سیاست، محور توسعه گردشگری در جهان بوده است. هدف این مقاله کمک به ادبیات قبلی با تجزیه و تحلیل شبکه‌های حکومت و ادبیات توسعه پایدار است. به عبارتی، برجسته کردن اهمیت شبکه‌های حکومت در توسعه پایدار گردشگری، اهمیت همکاری شبکه‌های ارتباطی حکومت در مقیاس‌های مختلف و نقش ساختار سازمان برای توسعه پایدار گردشگری زیست‌محیطی در آنتالیاست. یافته‌های تحلیلی این مقاله شبکه‌های زیست‌محیطی دولتی را در میان انواع مختلف سازمان‌های گردشگری براساس بررسی سطح شرکت نشان می‌دهد که افزایش همکاری‌های محلی و شبکه‌های ارتباطی خود اتکا براساس علایق محلی و پویایی‌های درون‌زا را نشان می‌دهد. متأسفانه، یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که انگیزه‌های زیست‌محیطی در اعمال شبکه‌های ارتباطی پشت ملاحظات اقتصادی افتاده‌اند.

روش پژوهش

این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و روش تحقیق آن توصیفی-تحلیلی است. در این پژوهش، پس از مشخص شدن

1. Husain & Altin Ay

2. Cabanban & Lydia teh

3. Hilal Erkuş-Öztürk, Ayda Eraydın

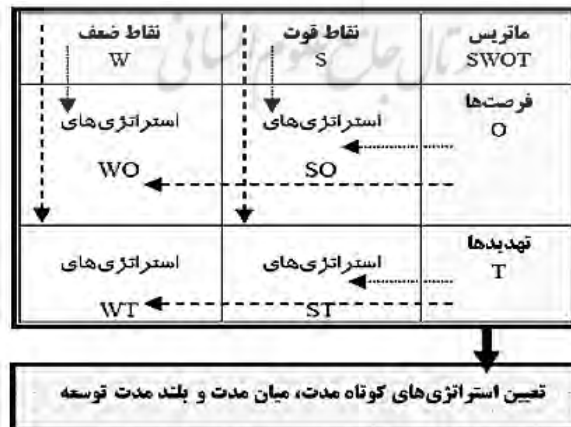
سؤالات و اهداف تحقیق، با بررسی ادبیات مربوطه و اسناد و تحقیقات مرتبط با موضوع و به دنبال آن با مرور ویژگی‌های بخش گردشگری شهرستان بانه، مبتنی بر مشاهدات میدانی، آرای مردم، برنامه‌ریزان و گزارش‌های مستند ارگان‌ها و سازمان‌های مربوط، داده‌ها و اطلاعات پایه جمع‌آوری و طبقه‌بندی شدند. همچنین، جامعه آماری پژوهش حاضر ۳۰۰ نفر از مردم، برنامه‌ریزان و نهادهای دولتی است که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. سپس در راستای سؤالات و اهداف تحقیق جهت تحلیل عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) و تدوین استراتژی‌ها از ابزار تحلیلی SWOT استفاده شده است. نکته کلیدی این است که تجزیه و تحلیل سیستماتیک SWOT بر همه جنبه‌های موقعیت تسری دارد. در نتیجه، چارچوبی پویا و کارآمد برای انتخاب استراتژی ارائه می‌کند (taleai at al., 2009: 209) و در نهایت با استفاده از ابزار تحلیلی عوامل درونی و بیرونی IEA، موقعیت استراتژیک بخش گردشگری شهرستان بانه تعیین می‌شود.

مدل استراتژیک SWOT

تکنیک یا ماتریس SWOT، ابزاری است برای شناخت تهدیدها و فرصت‌های موجود در محیط خارجی یک سیستم و بازشناسی ضعف‌ها و قوت‌های داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبرد برای دستیابی به توسعه (مرادی مسیحی ۱۳۸۱: ۴۰). تکنیک «سوات» ابزاری برای تحلیل وضعیت و تدوین راهبرد است و این امور از طریق ۱. بازشناسی و طبقه‌بندی قوت‌ها و ضعف‌های درونی سیستم، ۲. بازشناسی و طبقه‌بندی فرصت‌ها و تهدیدات موجود در محیط خارج از سیستم، ۳. تکمیل ماتریس سوات، ۴. تدوین راهبردهای گوناگون برای هدایت سیستم در آینده است (گلکار ۱۳۸۴: ۴۴). از دیدگاه این مدل، یک استراتژی مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این منظور، نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها در چهار حالت کلی WT, SO, WO, ST پیوند داده می‌شود و گزینه‌های استراتژی از بین آن‌ها انتخاب می‌شوند (هریسون و کارون ۱۳۸۲: ۱۹۲).

به‌طور کلی چارچوب تکنیک SWOT در این پژوهش بدین صورت است:

جدول ۱. ماتریس SWOT و نحوه تعیین راهبردها



مأخذ: کیانی ۱۳۸۸: ۱۰

تکنیک IEA

در این مرحله، تحلیل‌های انجام‌شده در مرحله تحلیل، در تهیه ماتریس ارزیابی عوامل درونی و بیرونی استفاده می‌شود.

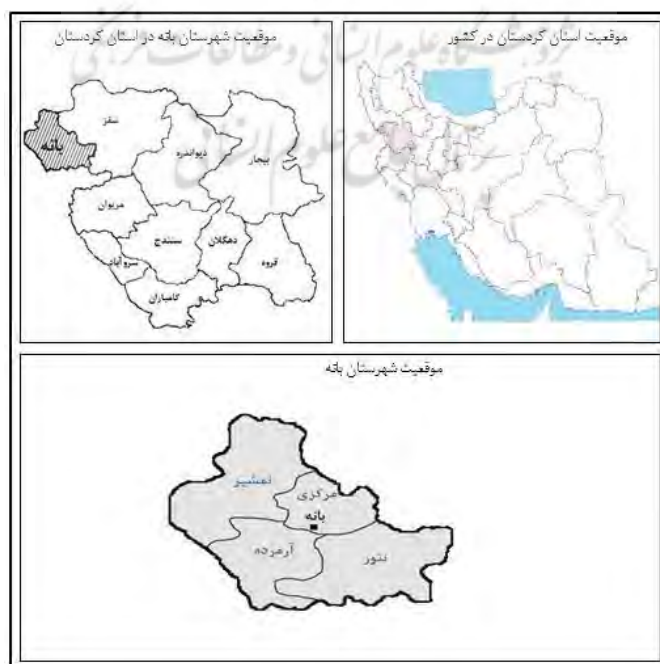
ماتریس ارزیابی عوامل درونی از لیست کردن نقاط قوت و ضعف محیط داخلی سیستم تهیه می‌شود و امتیاز نهایی هر عامل از ضرب هر عامل در رتبه آن عامل به دست می‌آید. ضریب عامل عددی است که برحسب درجه اثرگذاری بر سیستم بین صفر تا ۱، به طوری که در نهایت مجموع ضرایب عوامل درونی برابر ۱ باشد، داده می‌شود. رتبه عددی است بین ۱ تا ۴ که برحسب مثبت بودن آن عامل در سیستم به آن عامل اختصاص داده می‌شود؛ به طوری که ضعف‌ها رتبه‌ای بین ۱ تا ۲ و قوت‌ها رتبه‌ای بین ۲ تا ۴ می‌گیرند. امتیاز نهایی از ضرب ضریب در رتبه به دست می‌آید. جمع نمره نهایی از ۱ تا ۱/۹۹ نشان‌دهنده ضعف داخلی سیستم است. نمره‌ها از ۲ تا ۲/۹۹ نشان‌دهنده وضعیت متوسط سیستم و نمره‌های ۳ تا ۴ بیانگر این است که سیستم در وضعیت عالی قرار دارد (ترکمن‌نیا و همکاران ۱۳۹۰: ۹۱).

• تدوین راهبردها و تشکیل ماتریس تهدیدها، فرصت‌ها، ضعف‌ها و قوت‌ها (SWOT)

• ترسیم ماتریس عوامل درونی و بیرونی (IEA)

محدوده مطالعه شده

قلمرو مکانی این پژوهش شهرستان بانه در استان کردستان است که از شمال به شهرستان بوکان در استان آذربایجان غربی، از شرق به شهرستان سقز در استان کردستان و از سمت غرب و جنوب به اقلیم کردستان عراق محدود است. در موقعیت جغرافیایی ۳۵ درجه و ۵۹ دقیقه عرض شمالی و ۴۵ درجه و ۵۳ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ قرار دارد و در ارتفاع متوسط ۱۵۵۰ متری از سطح دریا واقع شده است (نجفی ۱۳۶۹: ۵۷۴). این شهر در ۲۷۰ کیلومتری شمال غربی سنندج (مرکز استان کردستان) و در منطقه‌ای پایکوهی-دشتی قرار دارد (سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح ۱۳۷۳: ۱۵). جمعیت شهرستان بانه در سال ۱۳۹۰ براساس آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۲ هزار و ۵۶۵ نفر بوده است که از این تعداد ۹۰ هزار و ۳۰۴ نفر در نقاط شهری و ۴۲ هزار و ۲۶۱ نفر ساکن نقاط روستایی شهرستان بانه بوده‌اند و مساحت آن ۵ هزار و ۵۵۰ کیلومتر مربع است. شکل ۱ موقعیت شهرستان بانه را در تقسیمات کشوری ایران نشان می‌دهد.



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی محدوده مطالعه شده

بحث و یافته‌ها

در این مرحله، عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) محدوده مطالعه شده بررسی می‌شود؛ یعنی جنبه‌هایی که در راه دستیابی به اهداف توسعه پایدار گردشگری مدنظر است (افتخاری و مهدی ۱۳۸۵: ۱۰)، سپس با توجه به این عوامل، استراتژی‌هایی تعیین می‌شود و در نهایت عوامل درونی و بیرونی ارزیابی و موقعیت استراتژیک توسعه پایدار گردشگری شهرستان بانه تعیین می‌شود.

تجزیه و تحلیل عوامل درونی

هدف این مرحله، سنجش محیط درونی شهرستان بانه جهت شناخت قوت‌ها (S) و ضعف‌ها (W) است؛ از این رو، در این قسمت از پژوهش قوت‌ها و ضعف‌های بخش گردشگری شهرستان بانه بررسی می‌شود.

قوت‌ها

مهم‌ترین قوت گردشگری شهرستان بانه در حوزه گردشگری تجاری است که سالانه گردشگران زیادی را به قصد خرید کالا از بازارچه‌های این شهرستان از اقصی نقاط کشور به خود جلب کرده است. همچنین، موقعیت خاص شهرستان از دیگر نقاط قوت آن است. به دلیل همجواری این شهرستان با کشور عراق و وجود مرز رسمی سیرانیند، بانه جزء محورهای ارتباطی ایران-عراق است که این خود در وهله دوم در جذب گردشگر تأثیرگذار بوده است. علاوه بر این عوامل، برخورداری از جاذبه‌های طبیعی، جنگل‌ها، دشت‌ها، دریاچه‌ها و مناطق بکر زیادی همچون دشت سورین، منطقه سبدلو و...، پارک‌های جنگلی همچون پیرمراد و دوکانان، دریاچه سد بانه و منطقه بکر نجنه و... در توسعه بازار تقاضای گردشگری شهرستان بانه مؤثر بوده است. از دیگر قوت‌های بخش گردشگری شهرستان بانه، آداب و رسوم و ویژگی‌های فرهنگی منطقه شامل لباس، موسیقی و...، میهمان‌نوازی و نگرش مثبت مردم درباره گردشگران و وجود نواحی روستایی مثل روستای نجنه علیا و روستای شوی هستند که می‌توانند به نوبه خود در جذب گردشگر تأثیرگذار باشند.

ضعف‌ها

ضعف‌های بخش گردشگری بانه عبارت‌اند: فقدان زیرساخت‌ها و تسهیلات رفاهی-گردشگری، نامناسب بودن راه‌های دسترسی به خصوص راه اصلی به بانه و دیگر راه‌های منتهی به جاذبه‌های گردشگری به خصوص جاذبه‌های طبیعی بکر این شهرستان، فقدان نظارت و ارزش‌گذاری مناسب بر قیمت‌ها و کیفیت کالاها، کیفیت نامطلوب خدمات اقامتی-تفریحی موجود، کیفیت نامطلوب سیستم حمل و نقل عمومی.

از دیگر ضعف‌های بخش گردشگری شهرستان بانه، نبود برنامه راهبردی مشخص در زمینه توسعه گردشگری، ضعف در اطلاع‌رسانی و هدایت گردشگران، ناآشنایی مردم و عدم آموزش آن‌ها در خصوص نحوه برخورد با گردشگران، اطلاع‌رسانی کم از پتانسیل‌های تاریخی و طبیعی جذب گردشگر و تبلیغات کم جهت پذیرش گردشگران است. همچنین، به دلیل کوهستانی بودن منطقه، مشکلاتی در دسترسی به مکان‌های توریستی، به خصوص جاذبه‌های طبیعی، وجود دارد.

تحلیل عوامل بیرونی

قبل از اینکه یک محقق بتواند مرحله تدوین را آغاز کند، باید محیط بیرونی را نیز بررسی و پوشش و فرصت‌ها و تهدیدهای بالقوه را کشف کند. معمولاً در توسعه پایدار سرفصل‌های تهدیدات و فرصت‌ها شامل عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و

زیست‌محیطی می‌شود. باید توجه داشت که در تحلیل این عوامل نباید فقط به بررسی محیط کنونی بسنده کرد، بلکه مهم‌تر از آن اقتصادی و اجتماعی است.

بنابراین، در این قسمت، عوامل بیرونی (تهدیدها (T) و فرصت‌ها(O)) بخش گردشگری شهرستان بانه بررسی می‌شود.

فرصت‌ها

مهم‌ترین فرصت‌هایی که شهرستان بانه در راستای جذب گردشگر می‌تواند از آن‌ها به‌رمند شود، عبارت‌اند از: افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری، تمایل بالای بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در این حوزه، همجواری این شهرستان با اقلیم کردستان عراق که اشتراکات قومی و زبانی دارد. همچنین، وجود بازار روزافزون گردشگری تجاری از دیگر فرصت‌های است که این شهرستان دارد.

تهدیدها

در رابطه با حوزه گردشگری بانه، یکی از تهدیدهای جدی گردشگری تک‌محصولی است. بانه به سبب داشتن بازارچه‌های مرزی به‌منزله کانون جذب قوی در بخش گردشگری تجاری است؛ با اینکه پتانسیل‌های توسعه گردشگری طبیعی، تاریخی، فرهنگی، تفریحی زیادی نیز دارد. بنابراین، بهره‌برداری بیش از حد از یک پتانسیل بدون توجه به دیگر پتانسیل‌های گردشگری، راهبرد مؤثری برای توسعه بازار گردشگری نیست.

از دیگر تهدیدهای این حوزه گردشگری، ذهنیت نادرست درباره شرایط استان کردستان و شهرستان بانه بین بعضی از مردم است. شکل‌گیری بازارهای رقیب همچون مریوان، سردشت و جوانرود و ارائه خدمات بهتر برای گردشگران از دیگر تهدیدهای حوزه گردشگری بانه است.

آلودگی روزافزون فضای شهری و افت کیفیت محیطی شهر به لحاظ کارکردی (خدمات، ترافیک و...) و کالبدی (فرسودگی نما و منظر)، مدیریت نامناسب بهره‌برداری از جاذبه‌های محیطی گردشگری از جمله تهدیدات پیش‌روی توسعه پایدار گردشگری بانه است.

در جدول ۲ نقاط قوت داخلی در مقابل فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی و نقاط ضعف داخلی در مقابل فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی قرار داده شد. همچنین بعد از ارزیابی عوامل درونی و بیرونی (IEA) و تعیین موقعیت استراتژیک، مناسب‌ترین استراتژی‌ها رو جهت توسعه پایدار گردشگری شهرستان بانه در یکی از این چهار دسته: استراتژی‌های تهاجمی (SO)، استراتژی‌های بازنگری یا انطباقی (WO)، استراتژی‌های اقتضایی یا تنوع (ST)، استراتژی‌های تدافعی (WT) ارائه خواهد شد.

جدول ۲. ماتریس SWOT بخش گردشگری شهرستان بانه

ضعف‌ها (w)	قوت‌ها (s)	ماتریس SWOT	عوامل درونی
۱. فقدان زیرساخت‌ها و تسهیلات رفاهی- گردشگری ۲. نبود برنامه راهبردی مشخص در زمینه توسعه گردشگری ۳. نامناسب بودن راه‌های دسترسی ۴. فقدان نظارت و ارزش‌گذاری مناسب بر قیمت‌ها و کیفیت کالاها ۵. ضعف در اطلاع‌رسانی و... ۶. ناآشنایی مردم و نبود آموزش و... ۷. کیفیت نامطلوب خدمات اقامتی و... ۸. کیفیت نامطلوب سیستم حمل‌ونقل عمومی	۱. وجود بازارچه‌های مرزی ۲. موقعیت استراتژیک شهرستان ۳. داشتن جاذبه‌های طبیعی و مناطق بکر زیاد ۴. آداب و رسوم و ویژگی‌های فرهنگی منطقه ۵. میهمان‌نوازی و نگرش مثبت مردم در مورد گردشگران ۶. وجود نواحی روستایی مثل روستای نجنه علیا و...	۱. افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ۲. تمایل بالای بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در این حوزه ۳. همجواری این شهرستان با اقلیم کردستان عراق که دارای اشتراکات قومی و زبانی است ۴. وجود بازار روزافزون گردشگری تجاری	عوامل درونی
استراتژی‌های انطباقی (WO) (حداقل- حداکثر)	استراتژی‌های تهاجمی (SO) (حداکثر- حداکثر)	۱. گردشگری تک‌محصولی ۲. ذهنیت نادرست در مورد شرایط استان کردستان و شهرستان بانه ۳. به وجود آمدن بازارهای رقیب و افزایش امکانات و خدمات در شهرهای مجاور مثل مریوان سردشت و جوانرود ۴. آلودگی روزافزون فضای شهری و افت کیفیت محیطی شهر به لحاظ کارکردی و کالبدی ۵. مدیریت نامناسب بهره‌برداری از جاذبه‌های محیطی گردشگری	فرصت‌ها (O) تهدیدها (T) عوامل بیرونی
استراتژی‌های تدافعی (WT) (حداقل- حداقل)	استراتژی‌های اقتضایی (ST) (حداکثر- حداقل)		

مأخذ: مطالعات نگارندگان

ارزیابی عوامل درونی و بیرونی (IEA)

جدول ۳. ارزیابی عوامل درونی بخش گردشگری شهرستان بانه

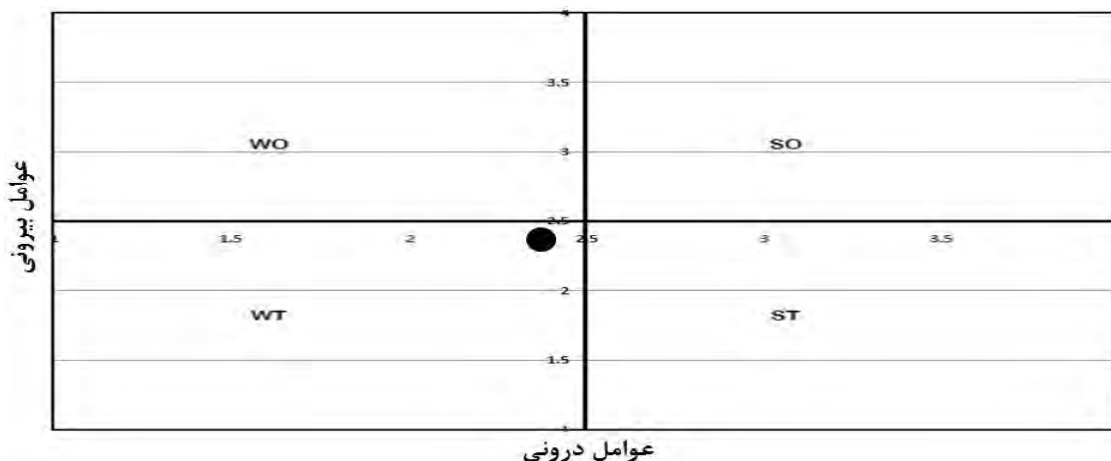
عوامل درونی			
امتیاز وزنی	رتبه	وزن	قوت‌ها
۰/۴	۴	۰/۱	وجود بازارچه‌های مرزی
۰/۳۷۲	۴	۰/۰۹۳	موقعیت استراتژیک شهرستان
۰/۲۸۴	۴	۰/۰۷۱	داشتن جاذبه‌های طبیعی، جنگل‌ها، دشت‌ها، دریاچه‌ها و مناطق بکر دیگری همچون دشت سورین، منطقه سیدلو و...
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	آداب و رسوم و ویژگی‌های فرهنگی منطقه، شامل لباس، موسیقی و...
۰/۱۵۹	۳	۰/۰۵۳	مهمان‌نوازی و نگرش مثبت مردم درباره گردشگران
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	وجود نواحی روستایی مثل روستای نجنه علیا و روستای شوی
ضعف‌ها			
۰/۱۶	۲	۰/۰۸	عدم وجود زیرساخت‌ها و تسهیلات رفاهی- گردشگری
۰/۱۶	۲	۰/۰۸	نبود برنامه راهبردی مشخص در زمینه توسعه گردشگری
۰/۱۴	۲	۰/۰۷	نامناسب بودن راه‌های دسترسی به خصوص راه اصلی به بانه و دیگر راه‌های منتهی به جاذبه‌های گردشگری به خصوص جاذبه‌های طبیعی بکر این شهرستان
۰/۱۵	۲	۰/۰۷۵	فقدان نظارت و ارزش‌گذاری مناسب بر قیمت‌ها و کیفیت کالاها
۰/۰۷	۱	۰/۰۷	ضعف در اطلاع‌رسانی و هدایت گردشگران
۰/۱۳	۲	۰/۰۶۵	ناآشنایی مردم و عدم آموزش آن‌ها در خصوص نحوه برخورد با گردشگران
۰/۰۶۸	۱	۰/۰۶۸	کیفیت نامطلوب خدمات اقامتی- تفریحی
۰/۰۶۵	۱	۰/۰۶۵	کیفیت نامطلوب سیستم حمل‌ونقل عمومی
۲/۴۸		۱	جمع کل امتیاز عوامل درونی

مأخذ: مطالعات نگارندگان

جدول ۴. ارزیابی عوامل بیرونی بخش گردشگری شهرستان بانه

عوامل بیرونی			
امتیاز وزنی	رتبه	وزن	فرصت‌ها
۰/۴۸	۴	۰/۱۲	افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری
۰/۵۲	۴	۰/۱۳	تمایل بالای بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری
۰/۲۷	۳	۰/۰۹	همجواری این شهرستان با اقلیم کردستان عراق که اشتراکات قومی و زبانی دارد.
۰/۳۶	۳	۰/۱۲	وجود بازار روزافزون گردشگری تجاری
تهدیدها			
۰/۲۴	۲	۰/۱۲	گردشگری تک‌محصولی با اینکه پتانسیل‌های توسعه گردشگری طبیعی، تاریخی، فرهنگی، تفریحی زیادی دارد.
۰/۱۲	۱	۰/۱۲	ذهنیت نادرست درباره شرایط استان کردستان و شهرستان بانه در بین بعضی از مردم
۰/۱۸	۲	۰/۰۹	به وجود آمدن بازارهای رقیب و افزایش امکانات و خدمات در شهرهای مجاور مثل مریوان، سردشت و جوانرود
۰/۱۱	۱	۰/۱۱	آلودگی روزافزون فضای شهری و افت کیفیت محیطی شهر به لحاظ کارکردی (خدمات، ترافیک و...) و کالبدی (فرسودگی نما و...)
۰/۱	۱	۰/۱	مدیریت نامناسب بهره‌برداری از جاذبه‌های محیطی گردشگری
۲/۳۸		۱	جمع کل امتیاز عوامل بیرونی

مأخذ: مطالعات نگارندگان



شکل ۲. ارزیابی عوامل درونی و بیرونی بخش گردشگری شهرستان بانه
مأخذ: مطالعات نگارندگان

براساس نتایج ارزیابی عوامل درونی و بیرونی و شکل ۲، مناسب‌ترین نوع استراتژی‌های توسعه پایدار گردشگری بانه باید از نوع استراتژی‌های تدافعی (WT) باشد که عبارت‌اند از: WT1: فراهم‌آوردن تسهیلات، زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی- گردشگری و برنامه‌ریزی برای جذب گردشگر، WT2: اعمال هماهنگی بین اداره‌ها، نهادها و بخش‌های مرتبط، به منظور یکپارچه‌سازی عملکردهای گردشگری پایدار شهری، WT3: تدوین سند توسعه راهبردی و ساختار گردشگری پایدار، WT4: تقویت تبلیغات و فعالیت‌های آگاه‌سازی در رسانه‌ها درباره مزیت‌های گردشگری در سطح داخلی و بین‌المللی و از بین بردن ذهنیت بد گردشگران درباره وضعیت منطقه، WT5: توسعه فعالیت‌های بازاریابی گردشگری تجاری، WT6: تأکید بر توسعه اکوتوریسم (گردشگری طبیعی) و شناسایی و بهره‌گیری از جاذبه‌ها، فرآورده‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی توریستی منطقه، WT7: استفاده از نیروهای متخصص و باتجربه به منظور ایجاد تشکل‌های تعاونی مردمی و ترویج و آموزش گردشگری.

در استراتژی‌های تدافعی (WT) تلاش اصلی تصمیم‌گیران در جهت رفع ضعف‌ها و تهدیدهای پیش‌رو می‌باشد.

نتیجه‌گیری

امروزه، برای بهره‌برداری از سود سرشار و بلندمدت صنعت گردشگری، نیازمند دید استراتژیک به این صنعت و برنامه‌ریزی بلندمدت هستیم. براین اساس و در راستای زمینه‌سازی برای تحقق استراتژی توسعه پایدار گردشگری، تحقیق حاضر با هدف شناسایی عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها)، عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) و تدوین و تعیین موقعیت استراتژی‌های توسعه پایدار گردشگری شهرستان بانه انجام گرفت. بنابراین، ضمن بررسی‌ها و ارزیابی‌های انجام‌شده، قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌روی صنعت گردشگری شهرستان بانه فهرست شد و در مرحله بعد با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) امر وزن‌دهی به هر یک از این عوامل انجام گرفت که طبق جدول‌های ۲ و ۳ جمع امتیاز وزنی عوامل درونی (۲/۴۸) و جمع امتیاز عوامل بیرونی (۲/۳۸) کمتر از ۲/۵ بوده که نشان‌دهنده غلبه ضعف‌ها بر قوت‌ها و تهدیدها بر فرصت‌ها در صنعت گردشگری شهرستان بانه است. با توجه به خروجی ماتریس، موقعیت استراتژیک بانه تعیین شد و استراتژی‌های تدافعی (WT) (فراهم‌آوردن تسهیلات، زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی- گردشگری و برنامه‌ریزی برای جذب گردشگر، اعمال هماهنگی بین اداره‌ها، نهادها و بخش‌های مرتبط به منظور یکپارچه‌سازی عملکردهای گردشگری پایدار شهری، تدوین سند توسعه راهبردی و ساختار گردشگری پایدار، تقویت تبلیغات و فعالیت‌های آگاه‌سازی در رسانه‌ها درباره مزیت‌های گردشگری در

سطح داخلی و بین‌المللی و از بین بردن ذهنیت بد گردشگران درباره وضعیت منطقه، توسعه فعالیت‌های بازاریابی گردشگری تجاری، تأکید بر توسعه اکوتوریسم (گردشگری طبیعی) و شناسایی و بهره‌گیری از جاذبه‌ها، فرآورده‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی توریستی منطقه، استفاده از نیروهای متخصص و باتجربه به منظور ایجاد تشکل‌های تعاونی مردمی و ترویج و آموزش گردشگری) به‌منزله مناسب‌ترین استراتژی‌های توسعه پایدار گردشگری شهرستان بانه است. قدمی (۱۳۹۰) در جهت توسعه پایدار گردشگری در کلان‌شهر مشهد، استراتژی انطباقی (WO) (حداقل- حداکثر) را پیشنهاد داد که با نتایج تحقیق حاضر، که استراتژی تدافعی را برای توسعه صنعت گردشگری پیشنهاد می‌کند، مغایرت دارد. در حوزه گردشگری، مشهد در راستای توسعه پایدار گردشگری با ضعف‌های عمیق‌تری نسبت به قوت‌ها روبه‌روست، اما به لحاظ محیط بیرونی با فرصت‌های متعدد و قوی‌تر روبه‌روست. بنابراین، استراتژی‌های پیشنهادی باید بر استفاده از فرصت‌ها و رفع ضعف‌ها تأکید داشته باشد. اما در حوزه گردشگری بانه، ضعف‌ها بر قوت‌ها و تهدیدها بر فرصت‌ها غلبه داشته است. از این رو، استراتژی پیشنهادی باید بر رفع ضعف‌ها و اجتناب از تهدیدها (استراتژی‌های تدافعی) تأکید داشته باشند. هدف از این استراتژی این است که از فرصت‌های موجود در محیط داخل، نقاط ضعف داخلی برطرف شود. همچنین، یافته‌های تحقیق افتخاری (۱۳۸۳) درباره توسعه گردشگری دهستان لواسان کوچک و تحقیق کاظمی و همکاران (۱۳۹۲) درباره توسعه گردشگری استان لرستان براساس تحلیل SWOT، از یافته‌های این تحقیق حمایت می‌کند.

منابع

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی؛ آقاسی‌زاده، عبدالله (۱۳۸۸). «تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT»، *مطالعات و پژوهش‌های شهری منطقه‌ای*، دانشگاه اصفهان، ش اول، تابستان.
۲. ایدینگتن، جی.ام (۱۳۷۴). *اکوتوریسم*، ترجمه اسماعیل کهرم، سازمان حفاظت و محیط زیست.
۳. بونی فیس، پرسیلا (۱۳۸۰). مدیریت گردشگری فرهنگی، ترجمه محمود عبدالله‌زاده، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۴. پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۹). *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*، تهران: سمت.
۵. پدریان، مرتضی (۱۳۷۴). «اثرات اقتصادی و فرهنگی توریسم»، مقالات برگزیده سمینار اصفهان و جاذبه‌های ایرانگردی و جهانگردی، اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی اصفهان.
۶. ترکمن‌نیا، نعیمه و همکاران (۱۳۹۰). «ارزیابی گردشگری روستای کنگ با استفاده از مدل SWOT»، فصل‌نامه گردشگری و چشم‌انداز آینده، س ۲، ش ۱.
۷. حیدری‌چپانه، رحیم (۱۳۸۳). «ارزیابی برنامه‌ریزی صنعت توریسم در ایران»، پایان‌نامه دکتری تخصصی، استاد راهنما: دکتر کریم حسین‌زاده دلیر، دانشگاه تبریز.
۸. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ مهدی، داوود (۱۳۸۵). «راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک»، نشریه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰، ش ۲.
۹. سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح (۱۳۷۳). *فرهنگ جغرافیایی بانه*.
۱۰. ضرغام، حمید (۱۳۷۶). «راهکارهای توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران»، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی و جمهوری اسلامی ایران، ج ۱، کیش.
۱۱. قدمی، مصطفی (۱۳۸۶). «مدل‌سازی توسعه شهری و گردشگری در چارچوب پایداری نمونه مورد مطالعه: شهر کلاردشت»، پایان‌نامه دکتر، دانشگاه تهران.
۱۲. قدمی مصطفی (۱۳۹۰). «ارزیابی و تدوین استراتژی مقصد در چارچوب توسعه پایدار گردشگری در کلان‌شهر مشهد»، فصل‌نامه مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ش ۹، دانشگاه اصفهان.
۱۳. کیانی، اکبر؛ سالاری سردری، فرضعلی؛ افراسیابی‌راد، محمدصادق (۱۳۸۸). «بررسی هویت‌بخشی شهر فیروزآباد در بهسازی و نوسازی بافت تاریخی شهر گور با استفاده از تکنیک SWOT»، فصل‌نامه جغرافیای آمایش، ش ۶.
۱۴. گلکار، کورش (۱۳۸۴). «مناسب‌سازی تکنیک (SOWT) برای کاربرد در طراحی شهری»، مجله صفحه، ش ۴۱، س ۱۵، پاییز و زمستان.

۱۵. لی، جان (۱۳۷۸). گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه دکتر عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری و امین‌الله صالحی، تهران: انتشارات چاپ و نشر بازرگانی.
۱۶. مرادی مسیحی، وراز (۱۳۸۱). برنامه‌ریزی استراتژیک در کلان‌شهرها، تهران: انتشارات پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
۱۷. مرکز آمار ایران (۱۳۹۰). سرشماری عمومی نفوس و مسکن استان کردستان، شهرستان بانه.
۱۸. میرآب‌زاده، پرستو (۱۳۷۳). «توسعه پایدار»، فصل‌نامه محیط زیست، ج ۶، ش ۳.
۱۹. نجفی، یدالله (۱۳۶۹). جغرافیای عمومی استان کردستان، تهران: امیرکبیر.
۲۰. هریسون، جفری و جان کارون (۱۳۸۲). مدیریت استراتژیک، ترجمه بهروز قاسمی، انتشارات هیئت.
21. Cabanban & Lydia teh (2007). Planning for sustainable tourism in southern Pulau Banggi: an assessment of biophysical conditions and their implications for future tourism development. *Journal of Environmental Management* 85(4): 999-1008
22. Eccles Gavin Casta Jorge (1997). Perspectives on tourism development, international journal of contemporary hospitality management, Volume: 8; Number:8, pp: 44- 51
23. Font Xavier and Ahjem Tor E (1999). searching for a balance in tourism development strategies, international journal of contemporary hospitality management, Volume: 11; Issue: 2/3, pp: 73- 77
24. Griffey, X (1993). Rural Tourism a Lever for Economic and Social Development, London.
25. Hilal Erkuş-Öztürk, Ayda Eraydın (2010). Environmental governance for sustainable tourism development: Collaborative networks and organisation building in the Antalya tourism region *Tourism Management*, Volume 31, Issue 1, February 2010, Pages 113-124.
26. Husain, K. Altin Ay, M. (2005). Sustainable Tourism Development: A Case Study of North Cyprus, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Volume:17, Issue:3. pp: 272 – 280.
27. Jafari, Jafar and Hamid Zargham (2000). Culture as the Bedrock of Tourism, *Multidisciplinary Landscape of Knowledge*.
28. Oppermann, Martin (1996). "Rural Tourism in Southern Germany", *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, No.1.
29. Taleai, M. and Mansouri, A. and Sharifi, A. (2009). Surveying general prospects and challenges of GIS implementation in developing countries: a SWOT- AHP approach, *Journal of Geographical Systems*, 11(1346).
30. Tohid, F (2011). Economic Impact of Tourism Industry, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No.8.
31. Tribe, John (1997). Corporate Strategy for tourism, Thomson.
32. World Tourism Organization (2014). Tourism Highlight, www.unwto.org