



جغرافیا و روابط انسانی، زمستان ۱۳۹۷، دوره ۱، شماره ۳

ارزیابی نقش جاذبه‌ها و پتانسیل‌های صنعت گردشگری در جذب گردشگران مطالعه موردی: شهرستان سنندج

حمیدبرقی^۱، زانیار گفتاری^{۲*}

۱-دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان

۲- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان

geo.zanyar@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۲/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۲/۱۱

چکیده

شهرستان سنندج با داشتن جاذبه‌های متنوع طبیعی و انسانی، در یک دهه اخیر به عنوان یکی از مقاصد اصلی و مهم گردشگری، سالیانه تعداد زیادی گردشگر را به خود جذب می‌کند. با وجود اینکه این منطقه با دارا بودن قابلیت‌های فراوان و چشم اندازهای جغرافیایی متنوع دارای توان‌های بالقوه و بالفعل مناسبی برای جذب گردشگر می‌باشد، اما متأسفانه بسیاری از این توان‌ها به فعل در نیامده‌اند. هدف اصلی پژوهش، ارزیابی نقش جاذبه‌ها و پتانسیل‌های صنعت گردشگری شهرستان سنندج در جذب گردشگران بوده است. روش تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی و پیمایشی و ابزار گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای، اسنادی و بهره‌گیری از پرسشنامه است. در نتیجه، الویت بندی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از دید گردشگران نشان داد فرصت‌های گردشگری منطقه با امتیاز ۳/۹۲ بیانگر این مطلب است که پتانسیل‌های گردشگری شهرستان در وضعیت مطلوبی برای توسعه گردشگری و جذب گردشگر برخوردار بوده، بنابراین راهبردها و استراتژی‌های تعیین شده می‌توانند نقش به‌سزایی در رشد و توسعه گردشگری ایفا نمایند.

واژگان کلیدی: صنعت گردشگری، جاذبه، پتانسیل گردشگری، شهرستان سنندج.

مقدمه

با توجه به وابستگی شدید ایران به درآمدهای حاصل از نفت، پایان‌پذیر بودن این منبع و نوسان‌های قیمتی شدید آن در چند سال گذشته، لزوم تغییر در برنامه در جهت استفاده و به کارگیری منابع جایگزین به منظور رهایی از اقتصاد تک محصولی، بیش از پیش در کشور احساس می‌شود. گردشگری به سرعت در حال گسترش است به طوری که به یکی از بزرگ‌ترین زمینه‌های کسب‌وکار در جهان تبدیل شده است. بنابراین تمامی کشورها در پی استفاده از فرصت‌ها و مزایای فراوان حاصل از آن هستند (فرزین و نادعلی پور، ۱۳۹۰: ۴۲). توسعه گردشگری در چهارچوب زندگی امروزی امری ضروری است و همراه با گسترش اوقات فراغت و ارتقای سطح زندگی، افزایش طول عمر، گسترش فرهنگ، تقویت روحیه جستجوگر در مردم و بالاخره رشد و گسترش کمی و کیفی و سایل حمل‌ونقل شدت می‌یابد (دخیلی کهنمویی، ۱۳۸۳: ۲). اهمیت گردشگری در عصر حاضر بیش از همه وابسته به چرخه‌ی اقتصادی آن است که قابلیت بالایی را در زمینه‌ی پویایی اقتصاد محلی و بین‌المللی دارا می‌باشد. به گونه‌ای که، سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی و همچنین صادرات در این صنعت در سال ۲۰۰۴ رشدی معادل ۵/۹ درصد و درآمدی در حدود ۵/۵ تریلیون دلار داشته است (فنل، ۲۰۰۸: ۱۲۰). تأثیرات گردشگری در توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال باعث شده که این صنعت به بزرگ‌ترین صنعت در جهان تبدیل شود و رشد بسیار چشم‌گیری داشته باشد. به طوری که در سال ۲۰۰۴ سازمان جهانی گردشگری پیش‌بینی می‌کند که تا سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران جهان به ۱/۶ میلیارد نفر برسد (بلاک و کراب‌تری، ۲۰۰۷: ۱). در این راستا با توجه به تبدیل شدن گردشگری به یکی از صنایع برتر دنیا و توانایی بالقوه کشور در این زمینه که از لحاظ جاذبه‌های تاریخی در رتبه دهم و از لحاظ جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی در بین ۵ کشور برتر دنیا قرار گرفته است (نعمتی، ۱۳۸۴: ۱۰۷). ولی از لحاظ سهم گردشگری جهانی، موقعیت خوبی را در دنیا ندارد (کِرّ و دیگران، ۱۹۹۹: ۶۸۹). گسترش گردشگری به عنوان صنعتی که با حوزه‌های مختلفی نظیر اقتصاد، کشاورزی، فرهنگ، محیط زیست و خدمات در تعامل است، دارای اهمیت فراوان است و تجربیات سایر مناطق جهان نشان داده است که توسعه آن در هر منطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی آن ناحیه به خصوص مناطق روستایی شده است.

جدا از اهمیت گردشگری در جذب درآمدهای ارزی، این صنعت می‌تواند در جهت ایجاد اشتغال و کاهش بیکاری، که در حال حاضر به صورت یکی از مشکلات جدی اقتصادی بسیاری از کشورهای در حال توسعه به خصوص مناطق روستایی است، نقش بسزایی را ایفا کند (سازمان جهانی

1: Tourism

2: Fennel

3: Black and Crabtree

4: Kerr & et all



جهانگردی؛ ۱۳۷۹: ۶۰). جاذبه و فعالیت‌های گردشگری یکی از مهمترین عناصر مورد بررسی محققان می‌باشند. این جاذبه‌ها و فعالیت‌ها هستند که گردشگران را به بازدید از یک منطقه ترغیب می‌نمایند (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۵: ۳۴). بنابراین اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری از لحاظ پتانسیل‌های جذب گردشگر در یک استان یا شهرستان، زمینه را برای برنامه‌ریزی اصولی در ایجاد زیرساخت‌های گردشگری آماده می‌کند. همچنین این امر باعث می‌شود مکان‌های مناسب برای گذران اوقات فراغت به گردشگران معرفی و شناسایی شود (رنجبر، ۱۳۹۰: ۴۶). جاذبه‌های گردشگری یکی از مهمترین دلایل مسافرت مردم به یک مقصد خاص است. عوامل کشش یا جذب با توجه به ویژگیهای خاص و جذابیت‌هایی که دارند، می‌توانند گردشگران را از نقاط و سرزمین‌های دور به سمت خود جذب کنند (محمودزاده و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۶۵). تا به امروز تحقیقی به طور گسترده در کشورمان انجام نشده تا بدانیم کدام یک از جاذبه‌های گردشگری برای گردشگران جذابتر هستند. ما از علایق این دسته از مشتریان خود آگاهی زیادی نداریم. در حالی که اگر بدانیم گردشگران ورودی به منطقه مشتاق دیدار کدام یک از جاذبه‌ها (فرهنگی، تاریخی، طبیعی و ...) هستند، داده‌های بسیار سودمندی برای تصمیم‌گیری مدیران برنامه‌ریز در سطح کلان و خرد جمع‌آوری می‌شود. شهرستان مورد مطالعه ما با داشتن بسیاری از بناهای تاریخی و جاذبه‌های طبیعی و ...، سالها از فواید صنعت گردشگری دور بود. ولی در یک دهه گذشته و با شناخت فوایدی که گردشگری می‌تواند در درآمد و ایجاد اشتغال داشته باشد، این صنعت جدی گرفته شد و برای رشد آن تلاش‌هایی صورت گرفت. در اینجا این سوال مهم پیش می‌آید که جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری شهرستان سنندج چه تاثیری در جذب گردشگران دارند و راهبردهای پیشنهادی جهت توسعه گردشگری چه می‌باشند؟ به این ترتیب با برقراری یک رابطه طبیعی و دو سویه بین جاذبه‌های گردشگری و توسعه منطقه‌ای چنانکه داغستانی اشاره می‌کند غالباً این جاذبه‌ها هستند که جذابیت و تفاوت‌ها را خلق می‌کنند (داغستانی، ۱۳۹۱: ۲۸). ویژگی‌های جذاب و تفاوت‌های یک منطقه می‌تواند مبنای توسعه گردشگری را فراهم سازد.

مبانی نظری تحقیق

مهم‌ترین تأثیر و پایه‌گذاری گردشگری به شکل جدید با انقلاب صنعتی^۱ شروع شده است. در این دوره تحولات اساسی در وضعیت اقتصادی و اجتماعی جوامع بویژه در کشورهای غربی بوجود می‌آید. انقلاب صنعتی تغییرات شگرفی در حمل و نقل با ساخت ماشین‌ها، قطار و کشتی بوجود می‌آورد. با پیشرفت‌های اقتصادی و اجتماعی بوجود آمده در قرن بیستم دسترسی مردم به امکانات و

⁵: World Tourism Organization

¹: Industrial Revolution

خدمات و توانایی مالی، مسافرت و گردش برای توده‌های مردم در اکثر کشورها امکانپذیر گشت. تکنولوژی‌های نوین مانند رایانه، خطوط هواپیمایی، ارتباطات ماهواره‌ای و اینترنتی و روبات باعث تغییر شیوه زندگی و به دلایل متعدد بر میزان مسافرت و گردش افزوده شده است (موسوی، ۱۳۸۸: ۲۶). گردشگری عبارت است از فعالیت‌های افرادی که برای استراحت، کار و دلایل دیگر به خارج از محیط سکونت معمول خویش سفر کرده، حداکثر برای یک سال متوالی در آنجا اقامت می‌کنند و به دو صورت گردشگری داخلی (بومی) و گردشگری خارجی (بین‌المللی) تقسیم می‌شود (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۲). هر چند گردشگری یک فعالیت بین‌المللی است، لیکن بسیاری از سازمان‌های گردشگری در بازار ملی یا محلی مشغول به کارند و بخش عمده‌ای از این فعالیت در داخل مرزهای ملی صورت می‌گیرد. بنابراین در چرخه اقتصاد ملی جایگاهی عظیم دارد (زیرک باش، ۱۳۸۶: ۱۶). جاذبه یک منبع دائمی و مهم طراحی شده است که به منظور تفریح، سرگرمی، لذت بردن و آموزش بازدید کنندگان کنترل و اداره می‌شود (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۵: ۱۵۵).

عوامل متعددی در جاذبه‌های گردشگری مورد توجه می‌باشند که از مهمترین آنها می‌توان به جاذبه‌های اقلیمی، آثار باستانی و بناهای تاریخی، موزه‌ها، پلاژهای کنار دریا، منابع آب معدنی، مکان‌های تفریحی و بازی‌های سرگرم کننده، زیارتگاه‌ها، همایش‌های هنری، مکان‌های ورزشی زمستانی و غیره اشاره نمود (حیدری چیا، ۱۳۸۷: ۴۸). امروز گردشگری یکی از امید بخش‌ترین فعالیت‌هایی که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد می‌کنند. آن گونه که تجربه کشورهای توسعه یافته نشان می‌دهد، اساساً یک تلاش و فعالیت اقتصادی است، حال آنکه در کشورهای در حال توسعه این روند اساساً درباره استفاده از فرصت‌ها به عنوان راهی برای پیشرفت است. استفاده از فرصت‌ها، ایجاد شغل می‌کند و گردشگری تنها امکان کاربرد سود در حوزه‌های محدود و فقیر می‌باشد، جایی که سایر گزینه‌ها برای بهبود و ترقی او ضاع اقتصادی حاشیه‌ای آنها بسیار کم است. گردشگری نیاز مبرم به سرمایه گذاری انسانی دارد و تنوعی از مشاغل را با نتایج متنوع در انواع و مقادیر گوناگون ارائه می‌دهد (آبی و جئوفری، ۲۰۰۶: ۱۵۹-۱۷۰). روستاها و ساکنین آن از دو جهت با صنعت گردشگری در رابطه هستند، یکی اینکه محیط‌های روستایی به عنوان فضا و اماکن بیلاقی و استراحتگاهی برای گذران اوقات فراغت گردشگران داخلی به شمار می‌آیند و دیگر این که تولیدات آنها از مواد خوراکی و صنایع دستی روستایی به گردشگران عرضه می‌گردد و از این طریق به اقتصاد معیشتی آنان کمک می‌کنند. شرایط طبیعی و مورفولوژیکی و عوامل و عناصر اقلیمی به همراه ساختار اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی محیط روستایی اشکال گوناگون و متنوعی از روستاها را به وجود می‌آورند که هر کدام به لحاظ فیزیکی، معماری، نوع معیشت، آداب و رسوم، سنت‌ها، اعتقادات مذهبی و قومی و قبیله‌ای با یکدیگر اختلاف داشته و همین عدم یکنواختی و خصوصیات انحصاری است که برای گردشگران جاذبه داشته و علاقه‌مندان به دیدار آنها هستند. این نگاه از گردشگری در دنیا باعث گشته چه بسا

¹: *Abby and Geoffrey*



کشورهای در حال توسعه نیز با اتکاء به همه ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل، از این صنعت پُررونق غافل نمانده و بر شکل‌دهی و ساختارمند ساختن آن همت بیشتری از خود نشان دهند (موسوی، ۱۳۸۸: ۳۱). به هر حال از آنجا که معمولاً ره‌آوردهای صنعت گردشگری بسیار پیچیده است و در مناطق گوناگون متفاوت می‌باشد، بنابراین اثراتی را که بر جای می‌گذارد، نیز بسیار متفاوت و در مناطق نواحی مورد بازدید مختلف می‌باشد. در حقیقت گردشگری به عنوان یک عامل اقتصادی عمده و بسیار مؤثر در سال‌های اخیر مورد توجه فراوان قرار گرفته و بدین علت سعی می‌شود که حتی الامکان از عوامل مؤثر در کاهش جریان جهانگردی جلوگیری به عمل آمده و امکانات لازم جهت رشد و توسعه‌ی آن فراهم شود (رضوانی، ۱۳۸۲: ۶). جولی لئونز عقیده دارد که یکی از بزرگ‌ترین منافع حاصل از صنعت گردشگری در نواحی و مناطق مختلف ایجاد درآمد و دستمزد برای افرادی است که در آن اشتغال دارند و نیز تأکید می‌کند که اغلب این شاغلان را افراد محلی و بومی تشکیل می‌دهند (لئونز، ۱۹۹۵: ۱۶). به هر حال توسعه و گسترش گردشگری در یک منطقه و یا یک ناحیه، موجب تغییرات اجتماعی و فرهنگی آن منطقه گردیده و می‌بایست جهت جلوگیری از آثار منفی و نیز تقویت آثار مثبت آن در جامعه میزبان مورد بررسی و ملاحظه قرار گیرند. برنامه‌ریزی گردشگری در هر کشوری، متأثر از روش‌ها و اهداف مربوط به برنامه‌ریزی توسعه در آن کشور است و سهم آن در برنامه‌ریزی ملی بنا به شرایط حاکم بر هر کشور با یکدیگر متفاوت است (مجیب، ۱۳۸۱: ۳۴). سیل مهاجران گردشگر به لحاظ جغرافیایی بنا به شرایط اقلیمی متفاوت است. بنابراین بخش بزرگی از گردشگری مدرن بر اساس استفاده از برخی ویژگی‌های طبیعی و فیزیکی استوار است (تولایی، ۲۶-۱۳۸۶: ۲۹). بنابراین هدف گردشگران از سفر به نقاط گوناگون بهره‌مندی از جاذبه‌های است که در مقاصد گردشگری نهفته است. به عبارتی وجود جاذبه در گردشگری است، که افراد به سفر به مقاصد مختلف جذب می‌کند (بیدختی و دیگران، ۱۳۸۹: ۵۱). ارائه جاذبه‌های گردشگری، یکی از اصلی‌ترین عوامل است. یک عنصر جدایی‌ناپذیر از محصولات گردشگری، جاذبه‌های گردشگری‌اند که برفعالیت‌های گردشگران متمرکز هستند. آنها نه تنها باعث سفر و اقامت گردشگران در مقاصد می‌شود، بلکه باعث درآمدزایی، اشتغالزایی و توسعه منطقه می‌شوند. ویژگی‌های جذاب یک کشور یا منطقه، اساس توسعه جهانگردی را فراهم می‌کند. این جاذبه‌ها ضروری‌ترین عنصر محصول جهانگردی را تشکیل می‌دهند. جهانگردی تفریحی، بدون جاذبه‌های چشمگیر معتبر امکان توسعه ندارد (ضرغام، ۱۳۸۹: ۱۶۳). همچنان که هو و وال^۱ (۲۰۰۵) «جاذبه گردشگری، منبع دائمی طبیعی یا انسان ساخت است که توسعه می‌یابد و مدیریت می‌شود و هدف اصلی آن جذب بازدیدکنندگان است».

بنابراین دستیابی به یک تعریف جامع و جهانی از جاذبه‌های گردشگری چالشی بزرگ و

¹: Leones

²: Hu and wall

نشان‌دهنده مسائل مختلفی است که بر مدیریت جاذبه‌ها اثر می‌گذارد.

پیشینه تحقیق

تا کنون مطالعات متعددی در زمینه جاذبه‌های گردشگری و نقش آن در جذب گردشگر صورت نگرفته است. به اختصار مواردی از آنها مرور خواهیم نمود.

نی مالهورا³ (۲۰۱۲) در تحقیقی تحت عنوان مقایسه جاذبه‌های گردشگری طبیعی و انسان ساخت کشورهای هند و سنگاپور در جذب گردشگران خارجی به این نتیجه رسید که گردشگرانی که می‌خواهند طبیعتی زیبا را ببینند، به هند سفر می‌کنند و گردشگرانی که مایل به بازدید از جاذبه‌های انسان ساخت هستند، به سنگاپور سفر می‌کنند. او چنین تحلیل می‌کند که جاذبه‌های انسان ساخت بازدیدکنندگان بیشتری نسبت به جاذبه‌های طبیعی دارد. گیوفن¹ (۲۰۱۲) در تحقیقی تحت عنوان بررسی جاذبه‌های گردشگری، کارآیی و ارتقاء آن با استفاده از مدل *SWOT* به این نتیجه رسید که در جاذبه‌های توریستی عوامل داخلی با ۰/۶۵ و عوامل خارجی با ۰/۳۵ درصد مشخص شده‌اند. بنابراین کلید توسعه و مدیریت که بتوان از آن به عنوان یک فرصت برای توسعه و تدوین یک استراتژی به عنوان یک مزیت استفاده کرد تقویت عوامل داخلی و بها دادن به این عوامل است. دنگ و چنگ² (۲۰۱۵) در مقاله خود به ارزیابی یک سیستم توصیه‌ای برای جاذبه‌های توریستی مشهور در تایوان با استفاده از پانل دلفی و تکنیک‌های شبکه رپرتوار پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان داد که در سطوح متوسط دقت ارائه شده در تطابق با موارد برگزیده شده جاذبه‌های طبیعی از ترکیب روش پانل دلفی و شبکه رپرتوار ۶۰/۴ و ۷۹/۳ درصد، بیش از سطح قبلا گزارش شده و به همین دلیل پیشنهاد می‌کنند که پیامد مورد انتظار از ترکیب روش پانل دلفی و شبکه رپرتوار مورد توجه قرار گیرند.

دیناری (۱۳۸۵)، در مقاله‌ای با عنوان مذهب و گردشگری به بررسی جایگاه گردشگری در دین اسلام پرداخته و به این نتیجه رسیده است که یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های گردشگری در جهان، مسافرت‌های مذهبی و زیارتی است، به ویژه اگر آن ناحیه جغرافیایی از چشم اندازهای طبیعی و زیبا برخوردار باشد، می‌تواند اثرات بیشتری را برای جذب گردشگران داشته باشد. مهدیزاده (۱۳۸۶)، در تحقیقی تحت عنوان مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری در ایران به بررسی صنعت گردشگری پرداخته و راهکارهایی مانند گسترش فعالیت‌های شهرداری و دیگر سازمان‌ها را ارائه کرده است، و به این نتیجه رسیده است، که تمامی مسائل مرتبط با گردشگری ایران، با همکاری سازمان‌های مربوطه مرتفع شود. حیدری و دیگران (۱۳۹۲) در تحقیقی تحت عنوان ارزیابی قابلیت‌های گردشگری شهر زنجان و

³: Nee Malhotra

¹: Qiufen

²: DuenG and Ching



راهبردهای تقویت جذب گردشگر به این نتیجه رسیدند که استراتژی تدافعی (با کسب امتیاز ۰/۳۶۷) دارای برتری نسبی در مقایسه با سایر استراتژی‌های چهارگانه است. لذا استراتژی‌های توسعه گردشگری و جذب توریسم بایستی به گونه‌ای تدوین شوند که نسبت به رفع نقاط ضعف، و برطرف ساختن تهدیدهای فراروی منطقه اهتمام ورزید و با رویکرد برنامه‌ریزی جامع و راهبردی اقدامات و راهکارهای شایسته‌ای را در راستای بهینه‌سازی وضع موجود و ساماندهی صنعت گردشگری به عمل آورد. ترابی و دیگران (۱۳۹۲) در تحقیقی تحت عنوان ارزیابی میزان تأثیرگذاری گویه‌های تبلیغاتی بر افزایش جذب گردشگران به شهر گرگان به ترتیب تلویزیون، اینترنت، روزنامه و مجلات، برو شور، کتاب راهنما، سمینارها و کنفرانس‌ها بیشترین تأثیر را در جذب گردشگر داشته است. مولایی‌هشجین و ابراهیمی (۱۳۹۳) در تحقیقی تحت عنوان شناسایی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری و تأثیر آن بر جذب گردشگر در شهرستان املش به این نتیجه رسیدند که عملاً قابلیت‌ها و جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی شهرستان و توانمندی آن در جذب گردشگران داخلی و خارجی بسیار مثبت ارزیابی شده و این امر می‌تواند موجبات رونق گردشگری و توسعه شهرستان را فراهم سازد. عزیزاده‌آذر و دیگران (۱۳۹۴) در تحقیقی تحت عنوان تحلیلی بر وضعیت گردشگری و موانع عمده جذب گردشگر در شهرها مطالعه موردی شهر مهاباد به این نتیجه رسیدند که موانع قانونی، موانع اقتصادی و موانع کالبدی، طبیعی و جغرافیایی سه مشکل جدی در توسعه گردشگری شهری شهرستان مهاباد است. حسام (۱۳۹۵) در تحقیقی تحت عنوان سنجش نگرش جامعه میزبان به تأثیرات اجتماعی، اقتصادی و محیط‌زیستی توسعه گردشگری در روستاهای بخش لاریجان شهرستان آمل به این نتیجه رسید که عامل درآمد و اشتغال از نظر روستاییان، بیشترین تأثیر را بر پایداری گردشگری دارد. با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهاد می‌شود که برنامه‌ریزی گردشگری در منطقه با تأکید بر منابع اجتماعی و محلی انجام شود.

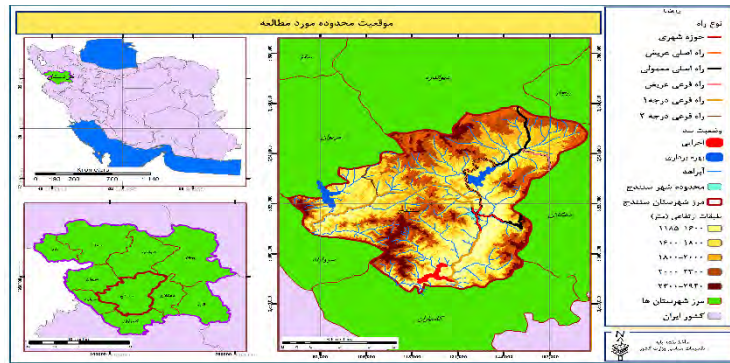
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 رتال جامع علوم انسانی

مواد و روش‌ها

موقعیت منطقه مورد مطالعه

شهرستان سنندج یکی از شهرستان‌های استان کردستان است که در مرکز استان قرار دارد و از لحاظ موقعیت ریاضی در حد فاصل ۴۶ درجه و ۲۶ دقیقه تا ۴۷ درجه و ۱۸ دقیقه طول شرقی و ۳۵ درجه و ۳ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۳۸ دقیقه عرض شمالی از نصف‌النهار گرینویچ واقع شده است. این شهرستان، از شمال به شهرستان دیواندره، از غرب به شهرستان‌های مریوان و سروآباد، از جنوب به شهرستان کامیاران و از شرق به شهرستان دهگلان محدود می‌گردد. این شهرستان، دارای چهار بخش (مرکزی، سیروان، کلاترزان و حسین‌آباد)، دو نقطه شهری (سنندج و شوی‌شه) و دوازده دهستان می‌باشد. مرکز این شهرستان شهر سنندج است. جمعیت این شهرستان بر اساس آمار سرشماری سال

۱۳۹۵، برابر ۵۰۱۴۰۲ نفر بوده است که به دلیل مرکزیت سیاسی و اداری جزء پرجمعیت‌ترین شهرستان‌های استان کردستان است از این تعداد ۸۲/۶ درصد از جمعیت شهرستان در نقاط شهری و ۱۷/۴ درصد بقیه در روستا سکونت دارند (سرشماری نفوس و مسکن استان کردستان، ۱۳۹۵). شکل (۱) موقعیت، حدود و وسعت منطقه مورد مطالعه را نشان می‌دهد.



شکل شماره ۱: نقشه موقعیت، حدود و وسعت منطقه مورد مطالعه

مهم‌ترین آثار و جاذبه‌های باستانی، تاریخی، فرهنگی و طبیعی شهرستان سنندج براساس جدول شماره (۱) مشتمل است بر:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



جدول ۱- آثار و جاذبه های گردشگری

مکان و محدوده های جغرافیایی	جاذبه های گردشگری	قابلیت ها	ردیف
قشلاق رود - گازه رود - زاوه رود - آزاد رود	رودخانه	جاذبه های طبیعی و انسان ساخت	۱
جنگل های منطقه سندرچ با مساحت ۷۸۰۰۰ هکتار	جنگل		
شاهنشین - قاضی بکر و آوالان در زاوه رود - آبیدر و ...	کوه ها		
خرس قهوه ایی - گرگ - شغال - گراز - گربه وحشی - عقاب - شاهین - جغد - انواع خزنده گان، چوننده گان و ...	حیات جانوری		
سدهای قشلاق - زاوه - گاوشان - آزاد	سد		
قلعه سندهژ - قلعه حسن آباد - پل قشلاق - پل شیخ (قلیچیان)	قلعه و پل	جاذبه های تاریخی، فرهنگی و ورزشی	۲
محوطه باستانی کلکان و حسن آباد - غار کلکان	غار و محوطه باستانی		
گورستان زاگرس - حسن آباد و ...	گورستان های باستانی		
عمارت خسرو آباد - آصف دیوان - وکیل - مشیردیوان - حمام خان - حمام شیشه - چهارباغ خسرو آباد - کلیسای سندرچ و ...	بناهای تاریخی		
هاجره خاتون - طاقه گوره - امامزاده پیر محمد و ...	بقعه متبرکه		
دارالاحسان - دارالامان - قوله - قبا و ...	مساجد		
حسینیه بسندرچ و نکایای طریقت قادریه و نقشبندیه	حسینیه و نکایا		
بازار سندرچی - آصف - سر تپوله و تاناکورا	بازار		
موزه مردم شناسی کرد در عمارت آصف دیوان (بزرگترین موزه مردم شناسی ایران) - موزه حبیبی	موزه		
شهید برهان عالی - فردوسی - هزار - امام رضا و ...	کتابخانه		
زوران - قمچان - کرخولان - جوراب بازی - شایان و ...	بازی های محلی		
اسب سواری - کوهنوردی - طبیعت گردی و ...	ورزشی		
کلاش (گیوه) - قالی - گلیم - نساجی سنتی - نازک کاری - اروسی سازی - نمدمالی - کردی دوزی - خراطی چوب	صنایع دستی		
سیمنا آبیدر (بزرگترین سینمای رویاز جهان) - سیمنا بهمین (بزرگترین پردیس سینمایی غرب کشور) و ...	سینما	جاذبه های اقتصادی، تاسیسات و گردشگری و پزشکی	۳
هتل بین المللی لاله - هتل شادی - جهانگردی و ...	هتل		
آبیدر - کشاورز - توس نوذر - لاله - ملت - دیدگاه - کودک - نیشمان - مولوی کرد - آی تی - شانو و ...	پارک عمومی		
تاناکورای بزرگ سندرچ - بازارچه های تجاری و اقتصادی (وسایل خانگی، صوتی و تصویری)	بازار روز		
بیمارستان ۵۴۰ تخت خوابی کوثر و ۸ بیمارستان دیگر	پزشکی		

ماخذ: مطالعات میدانی نگارنده گان، ۱۳۹۷

جامعه آماری، داده‌ها و ابزار گردآوری

روش تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است. ابزار گردآوری به صورت کتابخانه‌ای، اسنادی و پرسشنامه است. جامعه آماری پژوهش مورد نظر، کلیه افرادی هستند که جهت گذراندن وقت خود به اماکن و مناطق تاریخی، طبیعی و توریستی، شهرستان سنندج در بهار و تابستان سال ۱۳۹۷ به این شهرستان سفر کرده‌اند. شیوه نمونه‌گیری به صورت تصادفی انتخاب شده است و به علت پراکنش جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری شهرستان، پرسشنامه به صورت تصادفی در بین گردشگران تقسیم شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای *SPSS* و *Excle* استفاده شده است. لذا براساس اطلاعات سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان کردستان میانگین کل گردشگران ورودی به شهرستان سنندج در سال ۱۳۹۰ (۱۵۱۸۸۰۸) نفر بوده است (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان کردستان، ۱۳۹۷). بنابراین برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران، تعداد ۳۹۰ نمونه برای پرسشگری تعیین شده است. برای سنجش پایایی پرسشنامه‌ی تحقیق، از روش ضریب آلفای کرونباخ بر اساس داده‌های حاصل از نمونه مقدماتی به حجم ۳۰ نفر بهره گرفته شد. پایایی به دست آمده از گویه‌ها $\alpha = 0.79$ محاسبه شد که نشان دهنده پایایی قابل قبول گویه‌های مورد مطالعه است. همچنین برای تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات و ارائه راهبردهای توسعه گردشگری از مدل *SWOT* بهره گرفته شده است.

نتایج و بحث

توصیف اجمالی نمونه مورد مطالعه

توصیف ویژگی‌های دموگرافیکی نمونه مورد مطالعه نشان می‌دهد از مجموع ۳۹۰ نفر نمونه انتخابی ۲۰۷ نفر (۵۳/۰۷٪) مرد و ۱۸۳ نفر (۴۶/۹۳٪) زن بوده‌اند و میان سنی جامعه مورد مطالعه ۳۴ سال بوده است. در مجموع ۶۷/۴۳ درصد پاسخگویان متأهل بوده‌اند و میان تحصیلات افراد دیپلم بوده است. از لحاظ وضعیت شغلی پاسخگویان بیشترین پاسخ مربوط به شغل آزاد بوده است.

تحلیل چالش‌ها و فرصت‌های توسعه گردشگری شهرستان سنندج با استفاده از مدل *SWOT*

متعاقب تحلیل‌های صورت گرفته و با توجه به شرایط جغرافیایی و شرایط اقلیمی شهرستان سنندج و به منظور جمع‌بندی از تمامی مطالعات صورت گرفته و طولانی نشدن بحث از مدل *SWOT* استفاده شده است. مدل *SWOT* «نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها» بهترین راهبرد برای فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک است (محمدی ده چشمه و زنگی آبادی، ۱۳۸۷: ۲). *SWOT* عمدتاً قوت‌ها و



ضعف‌های درونی را مورد بررسی قرار می‌دهد و چگونگی انجام کار را ارزیابی می‌کند (پالیزبان، ۱۳۸۷: ۵۱). تجزیه و تحلیل *SWOT* در تقسیمات مربوط به انتخاب راهبردی مورد استفاده قرار می‌گیرد. رایج‌ترین کاربرد آن، فراهم کردن یک چهارچوب منطقی برای هدایت نظام‌مند بحث‌های سیستم، راهبردهای مختلف و در نهایت انتخاب راهبرد است. آنچه که یک برنامه‌ریز به عنوان فرصت می‌بیند، برنامه‌ریز دیگر ممکن است آن را تهدید تلقی کند. بدین ترتیب نقطه کلیدی در این مدل، تجزیه و تحلیل دامنه‌ای از همه جنبه‌های موقعیتی سیستم و در نتیجه فراهم کننده چارچوب مفیدی برای انتخاب راهبرد است (حکمت‌نیا و موسوی، ۱۳۹۰: ۳۱۳). در نتیجه، با بررسی چهار عامل *SWOT* (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها)، می‌بایست ویژگی‌ها و توانایی‌های گردشگری منطقه مورد مطالعه را شناسایی نمود. در روش تحلیل *SWOT*، با بررسی و ارزیابی وضعیت گردشگری شهرستان سنندج، با تشکیل ماتریس *SWOT*، مجموعه‌ای از استراتژی‌ها انتخاب خواهند شد و در یک حالت کلی به صورت *SO*، *WO*، *ST* و *WT* پیوند داده می‌شوند. سپس داده‌های گردآوری شده از طریق پرسشنامه، وزن نسبی و امتیاز وزنی آنها محاسبه شده و مجموع امتیاز نهایی هر یک از شاخص‌های چهار گانه به منظور شناسایی وضعیت هر یک از آنها ارائه شده است. در نهایت با مجموع امتیازات شاخص‌های چهارگانه به وضعیت موجود از نظر عوامل داخلی و خارجی پی برده شده است. بنابراین در منطقه مورد مطالعه تعداد ۱۳ نقطه قوت داخلی در برابر ۱۶ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۱۲ فرصت خارجی در برابر ۱۲ تهدید خارجی شناسایی شده است. به این ترتیب در مجموع تعداد ۲۵ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و ۲۸ ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگناها پیشروی برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری منطقه شناسایی شده است. لذا در این پژوهش سعی شده تا بوسیله پرسشنامه این مورد بعنوان مزیت‌ها و محدودیت‌های عمده منطقه مورد مطالعه جهت اولویت‌بندی گزینه‌ها از دیدگاه گردشگران بررسی گردد تا علاوه بر مشارکتی نمودن این روش بتوان نتیجه را بصورت کمی درآورد و بالتبع بتوان نتایج منطقی‌تر و اصولی‌تری را بدست آورد. بنابراین با توجه به نظرات ارائه شده و محاسبات انجام شده و بررسی این نظریات به منظور اولویت‌بندی آنها اقدام به تشکیل جدول شماره (۱) گردید که بیانگر وزن نسبی، درجه‌بندی و امتیاز نهایی هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از دیدگاه گردشگران می‌باشد. با توجه به جدول *SWOT* می‌توان گفت که از دید گردشگران مؤلفه وجود طبیعت زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز باغات و رودخانه‌ها در شهرستان با امتیاز وزنی ۰/۶۶ بعنوان مهم‌ترین نقطه قوت داخلی در این نواحی می‌باشد. علاوه بر این از نظر گردشگران مؤلفه نبود تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی در شهرستان منطقه مورد مطالعه با امتیاز وزنی ۰/۷۱ بعنوان مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی در جهت توسعه توریسم در این منطقه می‌باشد. در مورد فرصت‌های بیرونی گردشگران عقیده داشتند که مؤلفه افزایش انگیزه برای مسافرت و تفریح در منطقه مورد مطالعه با امتیاز وزنی ۰/۵۶ بعنوان مهم‌ترین فرصت بیرونی در جهت توسعه توریسم می‌باشد. علاوه بر این گردشگران معتقد بودند که مؤلفه وجود فقر



در منطقه و از بین رفتن محیط زیست با امتیاز وزنی ۰/۷۱ به عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی جهت گسترش و توسعه توریسم مطرح می‌باشند. جدول شماره (۲) رتبه‌بندی و اولویت‌بندی نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدها را از دید گردشگران شهرستان سنندج نشان می‌دهد.

جدول شماره (۲) اولویت‌بندی نقاط قوت از دید گردشگران شهرستان سنندج

رتبه اولویت	نقطه قوت	شرح	
۰/۴۱۶	۴	۰/۱۰۴	S1 = استعداد بالای منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی توریسم به عنوان قطب مهم گردشگری در کنار شهرهای مرزی بانه و میوان و کشور عراق
۰/۰۴۱	۱	۰/۰۴۱	S2 = داشتن میوه‌های فصلی مختلف و خشکبار و بازار مناسب برای فروش این نوع محصولات
۰/۰۴۶	۱	۰/۰۴۶	S3 = اشتغالزایی بوسیله گسترش گردشگری در جهت فقر زدایی و رفع بیکاری در منطقه
۰/۱۰۸	۲	۰/۰۵۴	S4 = داشتن مناطق تاریخی، دینی و فرهنگی با آداب و رسوم خاص
۰/۶۶	۵	۰/۱۳۲	S5 = وجود طبیعت زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز باغات و رودخانه در شهرستان
۰/۶۳۵	۵	۰/۱۲۷	S6 = وجود کوه‌های مرتفع و برف‌گیر جهت انجام ورزشهایی از قبیل اسکی، کوهنوردی و راهپیمایی
۰/۲۶۱	۳	۰/۰۸۷	S7 = وجود فضاهای دلنشین و خالی از سر و صدا جهت استراحت و تمدد اعصاب
۰/۲۴۹	۳	۰/۰۸۳	S8 = قابل دسترسی این نواحی برای گردشگران و نزدیکی آن به مناطق تفریحی اورامان
۰/۵۷۵	۵	۰/۱۱۵	S9 = اقلیم مناسب منطقه جهت ریزش‌های جوی
۰/۴۰۴	۴	۰/۱۰۱	S10 = ارتفاع بالای منطقه از سطح دریا
۰/۰۴۷	۱	۰/۰۴۷	S11 = وجود امنیت در منطقه از طرف نهادهای مرتبط با این مقوله
۰/۰۳۳	۱	۰/۰۳۳	S12 = وجود دفاتر سازمان میراث فرهنگی و گردشگری جهت حفظ و نگهداری از مناطق گردشگری
۰/۰۳۰	۱	۰/۰۳۰	S13 = نگاه مسئولین به صنعت گردشگری جهت اشتغال‌زایی
۳/۵۱	-	۱	مجموع

ادامه جدول شماره (۲) رتبه بندی نقاط ضعف از دید گردشگران شهرستان سنندج

رتبه اولویت	رتبه بندی	نقاط ضعف	اولویت بندی نقاط ضعف از دیدگاه گردشگران
۰/۴۳۲	۴	۰/۱۰۸	W۱ = حضور نداشتن سرمایه گذاران در بخش صنعت گردشگری شهرستان بخصوص بخش خصوصی
۰/۲۰۱	۳	۰/۰۶۷	W۲ = پتانسیل بالای گردشگری شهرستان سنندج و بی توجهی برنامه ریزان به این مناطق جهت سرمایه گذاری
۰/۰۲۳	۱	۰/۰۲۳	W۳ = عدم دریافت مجوز ورود و پرداخت ورودی برای بازدید از مناطق با اهمیت ویژه
۰/۰۲۶	۱	۰/۰۲۶	W۴ = عدم استفاده از درآمدهای جذب گردشگران جهت بهسازی و حفاظت از مناطق گردشگری
۰/۴۴۸	۴	۰/۱۱۲	W۵ = نبود نیروهای آموزش دیده و با تجربه در رابطه با گردشگری
۰/۰۳۰	۱	۰/۰۳۰	W۶ = عدم برنامه ریزی برای فرهنگ سازی گردشگران در راستای حفاظت از محیط زیست
۰/۷۱	۵	۰/۱۴۲	W۷ = نبود تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی در شهرستان
۰/۲۱۶	۳	۰/۰۷۲	W۸ = عدم استفاده مطلوب از آب رودخانه و چشمه ها جهت احیاء محیط برای استفاده گردشگران
۰/۴۳۶	۴	۰/۱۰۹	W۹ = عدم وجود یا کمبود زیر ساختهای محیطی و کالبدی (جاده، پارکینگ، سرویس بهداشتی ...)
۰/۲۵۲	۳	۰/۰۸۴	W۱۰ = تخریب یا از بین رفتن بسیاری از جاذبه های طبیعی
۰/۱۰۴	۲	۰/۰۵۲	W۱۱ = آلودگی آب و اطراف اکثر چشمه ها و رودخانه های شهرستان
۰/۰۲۶	۱	۰/۰۲۶	W۱۲ = کمبود امکانات و تجهیزات ورزشی و تفریحی
۰/۲۱۹	۳	۰/۰۷۳	W۱۳ = آشنا نبودن و نحوه برخورد روستائینان با گردشگران شهرستان
۰/۰۲۴	۱	۰/۰۲۴	W۱۴ = عدم برنامه ریزی در راستای توسعه پایدار جاذبه های گردشگری منطقه
۰/۰۱۶	۱	۰/۰۱۶	W۱۵ = نبود وسایل حمل و نقل جهت انتقال گردشگران بخصوص در روزهای تعطیل
۰/۰۳۶	۱	۰/۰۳۶	W۱۶ = عدم وجود پاسگاه انتظامی در مناطق با پتانسیل بالای گردشگری، جهت نظم و انضباط اجتماعی
۳/۲۱	-	۱	مجموع

ادامه جدول شماره (۲) اولویت بندی نقاط فرصت از دید گردشگران شهرستان سنندج

ردیف	وزن نسبی	نقطه دید	اولویت بندی نقاط فرصت از دیدگاه گردشگران
۰/۱۱۶	۰/۰۵۸	۲	۰۱ = جمع آوری اطلاعات مربوط به نظرات گردشگران و برنامه ریزی و سرمایه گذاری توسط دولت
۰/۵۰۰	۰/۱۰۰	۵	۰۲ = بستر سازی جهت سرمایه گذاری بخش خصوصی در مناطق گردشگری شهرستان توسط دولت
۰/۲۲۲	۰/۰۷۴	۳	۰۳ = جایگاه مناسب شهرستان جهت بازدهی هر نوع سرمایه گذاری در گردشگری (با توجه به موقعیت بین راهی بین شهرستان های مرزی بانه، مریوان و کشور عراق)
۰/۵۶۵	۰/۱۱۳	۵	۰۴ = افزایش انگیزه برای مسافرت و تفریح در منطقه مورد مطالعه
۰/۵۴۵	۰/۱۰۹	۵	۰۵ = وجود شهرهای پرجمعیت و بزرگ در نزدیکی این شهرستان از جمله کرمانشاه، ارومیه و ...
۰/۳۸۴	۰/۰۹۶	۴	۰۶ = وجود قومی اصیل و خاص با آداب و رسوم مختلف
۰/۲۳۴	۰/۰۷۸	۳	۰۷ = امکان ارائه خدمات و تسهیلات مطلوب به گردشگران در مناطق تفریحی شهرستان در آینده نزدیک
۰/۳۴۰	۰/۰۸۵	۴	۰۸ = شناسایی منابع و استعدادهای اکولوژی منطقه مورد مطالعه و برنامه ریزی برای توسعه پایدار آنها
۰/۵۲۵	۰/۱۰۵	۵	۰۹ = شناخت نام و آوازه بعضی از توانهای محیطی مثل کوهنوردی در کوه های شاهنشین، عوالان، چشمه سفید و آبدار و منطقه زیبای ژاورود سنندج
۰/۱۳۰	۰/۰۶۵	۲	۰۱۰ = افزایش توجه در زمینه برنامه ریزی توسعه پایدار کشور جهت حفاظت از منابع طبیعی و گردشگری
۰/۰۳۵	۰/۰۳۵	۱	۰۱۱ = وجود نهادها و سازمانهای دولتی و غیردولتی در شهر سنندج جهت ارائه تسهیلات و خدمات
۰/۳۳۲	۰/۰۸۳	۴	۰۱۲ = استفاده از نیروهای آموزش دیده و با تجربه در شهر بزرگی مثل سنندج
۳/۹۲	-	۱	مجموع



ادامه جدول شماره (۲) اولویت بندی نقاط تهدیدها از دید گردشگران شهرستان سنندج

اولویت بندی نقاط تهدید از دیدگاه گردشگران	نقطه بندی	نقطه بندی	نقطه بندی
T۱ = افزایش قیمت زمین به علت آب هوای خوب شهرستان	۴	۰/۱۱۱	۰/۴۴۴
T۲ = رشد بیش از حد جمعیت و شلوغ شدن این منطقه	۲	۰/۰۷۰	۰/۱۴۰
T۳ = بی توجهی به فرهنگ سنتی و محلی به عنوان میراث گرانبها، با افزایش گردشگران	۲	۰/۰۵۱	۰/۱۰۲
T۴ = ایجاد ناهنجاریهای اجتماعی در مناطق گردشگری شهرستان توسط گردشگران	۴	۰/۱۱۷	۰/۴۶۸
T۵ = فقیر بودن مردم شهرستان بخصوص روستائیان و به تبع آن از بین رفتن امنیت منطقه	۴	۰/۱۱۲	۰/۴۴۸
T۶ = عدم توجه به مناطق جنگلی و پوشش گیاهی شهرستان و از بین رفتن آن	۳	۰/۰۹۵	۰/۲۸۵
T۷ = ضعف آگاهی، شناخت و فرهنگ سنتی به ویژه در طبیعت شهرستان	۱	۰/۰۳۵	۰/۰۳۵
T۸ = تغییر در نوع مصالح و سبک معماری	۱	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶
T۹ = وجود فقر در منطقه و از بین رفتن محیط زیست	۵	۰/۱۴۳	۰/۷۱۵
T۱۰ = عدم تبلیغات لازم جهت معرفی پتانسیل های گردشگری شهرستان سنندج	۵	۰/۱۲۳	۰/۶۱۵
T۱۱ = ورود گردشگران به منطقه بدون توجه به ظرفیت تحمل منطقه در جذب گردشگر	۳	۰/۰۸۰	۰/۲۴۰
T۱۲ = عدم ارائه مجوز در زمینه گسترش و توسعه امکانات مورد نیاز گردشگری	۱	۰/۰۳۷	۰/۰۳۷
مجموع	-	۱	۳/۵۵

مأخذ: پرسشنامه

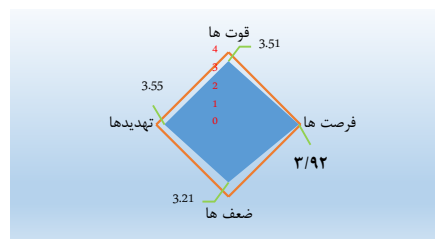
در نهایت جدول (۳) و نمودار (۲) الویت بندی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها از دید گردشگران نشان می دهد که برتری استراتژی ها با مجموع امتیاز وزنی ۳/۹۲ به سمت نقاط فرصت ها در منطقه مورد مطالعه میل دارد و نشانه آن است که پتانسیل های گردشگری شهرستان سنندج در وضعیت مطلوبی برای توسعه اکوتوریسم و جذب گردشگر برخوردار است.

جدول شماره (۳): امتیاز نهایی شاخص‌ها جهت توسعه توریسم از دیدگاه گردشگران

شاخص	قوت‌ها	ضعف‌ها	فرصت‌ها	تهدیدها
امتیاز	۳/۵۱	۳/۲۱	۳/۹۲	۳/۵۵

منبع: یافته‌های تحقیق

شکل (۲): نمودار تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از دیدگاه گردشگران



منبع: یافته‌های تحقیق

تدوین راهبردهای مؤثر بر توسعه گردشگری در جذب گردشگران

پس از تهیه جدول تجزیه و تحلیل عوامل با تداخل هر یک از عوامل بر یکدیگر، طبق جدول شماره (۴) به تدوین راهبردهای مختلف رقابتی/تهاجمی (SO)، تنوع (ST)، بازنگری (WO) و راهبردهای تدافعی (WT) می‌پردازیم.

راهبردهای رقابتی/تهاجمی (SO): در این راهبردها تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی است. در واقع استراتژی‌های هستند که بر اساس بررسی راه‌هایی که یک مجموعه می‌تواند برای بهره‌گیری از نقاط قوت خود و به منظور سود بردن از فرصت‌ها بپیماید طراحی می‌شوند. در این راستا راهبردهای زیر ارائه می‌گردد:

افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری و ساماندهی گردشگری

افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری

افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح

استفاده مطلوب از وجود قطب‌های جمعیتی در نزدیکی این نواحی

استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه در این نواحی

شناسایی قومی اصیل و خاص با آداب و رسوم مختلف

شناسایی بهینه منابع و استعداد اکولوژی منطقه

بهسازی و نوسازی توانهای اکولوژی

تقویت روحیه مهمانوازی و اجتماعی در مردم

افزایش سطح درآمد و رفاه

برنامه ریزی برای توسعه پایدار توانهای اکولوژی

استفاده از تبلیغات جهت این همه جاذبه‌های گردشگری شهرستان

راهبردهای تنوع (*ST*): در این راهبردها در تنوع بخشی بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز بوده و نقاط قوت را به عنوان روشی برای پرهیز از تهدیدها مورد توجه قرار می‌دهند. با توجه به قوت‌های موجود، جهت نیل به این مهم راهبردهای زیر برای رفع تهدیدهای فرا روی توسعه گردشگری ارائه می‌شود:

کاهش بیش از حد جمعیت و شلوغ شدن نواحی گردشگری با تأکید بر برنامه‌ریزی ناحیه‌ای

کاهش آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این نواحی

جلوگیری و کاهش تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران

مانع از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار آن در منطقه

کاهش تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی

مانع از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی همانند زبان و...

جلوگیری از تغییر در نوع مصالح و سبک معماری

فقر زدائی از منطقه جهت کاهش تخریب محیط زیست

اجازه به مؤسسات خواهان ایجاد تأسیسات و تجهیزات گردشگری در منطقه

توجه به ظرفیت هر محیط گردشگری جهت تخریب کمتر آن

آموزش به مردم منطقه از راه‌های مختلف جهت حفظ این میراث گرانبها

راهبردهای بازنگری (*WO*): در راهبردهای بازنگری ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف مجموعه می‌باشد. در این زمینه راهبردهای

زیر ارائه می‌شود:

حفظ چشم انداز های زیبا و منحصر به فرد منطقه مورد مطالعه
استفاده بهینه از وجود ارتفاعات و قله مرتفع جهت گردشگری
حفظ جاذبه‌های ورزشی و تفریحی این نواحی برای گردشگری
استفاده از استعدادهای منطقه در جهت سرمایه گذاری

حفظ وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی

حفظ داشتن محیط آرام و بی سر صدا

دوباند کردن جاده‌های مواصلاتی شهرستان جهت دسترسی آسان

حفظ جاذبه‌های طبیعی، ورزشی، تاریخی و تفریحی شهرستان

عملی کردن نگاه مثبت مسئولان به اشتغال زایی و افزایش درآمد

تقویت مشارکت مردم مناطق شهرستان در مسائل مختلف

راهبردهای تدافعی (WT): این راهبردها بر نقاط ضعف درونی و تهدیدهای بیرونی استوار هستند و اساساً ماهیتی تدافعی دارند و بر حداقل کردن نقاط ضعف و رفع آسیب پذیری مجموعه تأکید می‌کنند. با توجه به آسیب پذیری بالای شهرستان سنندج، بکارگیری این راهبردها برای توسعه گردشگری منطقه اهمیت بسیار زیادی دارد این راهبردها عبارتند از:

نگاه همزمان زیست محیطی و گردشگری به بعضی از مناطق جهت تخریب کمتر

برنامه جهت دریافت مجوز ورود و پرداخت ورودی برای بازدید از مناطق

گذاشتن وسایل حمل و نقل در شهر سنندج جهت حمل و نقل مسافری

بهبود زیر ساختهای مورد نیاز در مناطق گردشگری شهرستان

جلوگیری از آلودگی منابع آبی منطقه مثل چشمه‌ها و رودخانه‌های شهرستان

تبلیغات گسترده جهت معرفی پتانسیل های گردشگری شهرستان سنندج

جدول شماره (۴): ماتریس راهبردها و استراتژی توسعه گردشگری شهرستان سنندج

فرصت‌ها (O)	تهدیدها (T)
<p>راهبردهای رقابتی / تهاجمی (SO):</p> <p>SO۱ = افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری و ساماندهی گردشگری</p> <p>SO۲ = افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری</p> <p>SO۳ = افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح</p> <p>SO۴ = استفاده مطلوب از وجود قطب های جمعیتی در نزدیکی این نواحی</p> <p>SO۵ = استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه در این نواحی</p> <p>SO۶ = شناسایی قومی اصیل و خاص با آداب و رسوم مختلف</p> <p>SO۷ = شناسایی بهینه منابع و استعداد اکولوژی منطقه</p> <p>SO۸ = بهسازی و نوسازی توانهای اکولوژی</p> <p>SO۹ = افزایش سطح درآمد و رفاه</p> <p>SO۱۱ = برنامه ریزی برای توسعه پایدار توانهای اکولوژی</p> <p>SO۱۲ = تبلیغات جهت استفاده از این همه جاذبه های گردشگری شهرستان</p>	<p>راهبردهای تنوع (ST):</p> <p>ST۱ = کاهش بیش از حد جمعیتی و شلوغ شدن نواحی گردشگری با تأکید بر برنامه ریزی ناحیه ای</p> <p>ST۲ = کاهش آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این نواحی</p> <p>ST۳ = جلوگیری و کاهش تخلقات اجتماعی با ورود گردشگران</p> <p>ST۴ = مانع از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار آن در منطقه مورد مطالعه</p> <p>ST۵ = کاهش تخریب زمین های کشاورزی و مزارع روستایی</p> <p>ST۶ = مانع از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی</p> <p>ST۷ = جلوگیری از تغییر در نوع مصالح و سبک معماری</p> <p>ST۸ = فقر زدائی از منطقه جهت تخریب محیط زیست</p> <p>ST۹ = اجازه به مؤسسات خواهان ایجاد تأسیسات و تجهیزات گردشگری در منطقه</p> <p>ST۱۰ = توجه به ظرفیت هر محیط گردشگری جهت تخریب کمتر آن</p> <p>ST۱۱ = آموزش به مردم از راه های مختلف جهت حفظ این میراث گرانبها</p>
<p>راهبردهای بازنگری (WO):</p> <p>WO۱ = حفظ چشم انداز های زیبا و منحصر به فرد منطقه مورد مطالعه</p> <p>WO۲ = استفاده بهینه از وجود ارتفاعات و قله مرتفع جهت گردشگری</p> <p>WO۳ = حفظ جاذبه های ورزشی و تفریحی این نواحی برای گردشگری</p> <p>WO۴ = استفاده از استعدادهای منطقه در جهت سرمایه گذاری</p> <p>WO۵ = حفظ وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی</p> <p>WO۶ = حفظ داشتن محیط آرام و بی سر صدا</p> <p>WO۷ = دو باند کردن جاده های مواصلاتی شهرستان جهت دسترسی آسان</p> <p>WO۸ = حفظ جاذبه های طبیعی، ورزشی، تاریخی و تفریحی شهرستان</p> <p>WO۹ = عملی کردن نگاه مثبت مسئولان به اشتغال زایی و افزایش درآمد</p> <p>WO۱۰ = تقویت مشارکت مردم مناطق شهرستان در مسائل مختلف</p>	<p>راهبردهای تدافعی (WT):</p> <p>WT۱ = نگاه همزمان زیست محیطی و گردشگری به بعضی از مناطق جهت تخریب کمتر محیط زیست</p> <p>WT۲ = برنامه جهت دریافت مجوز ورود و پرداخت ورودی برای بازدید از مناطق</p> <p>WT۳ = گذاشتن و سایل حمل و نقل در شهر سنندج جهت حمل و نقل مسافران</p> <p>WT۴ = بهبود زیر ساختهای مورد نیاز در مناطق گردشگری شهرستان</p> <p>WT۵ = جلوگیری از آلودگی منابع آبی منطقه مثل چشمه ها و رودخانه های شهرستان</p>

منبع: یافته های تحقیق



نتیجه‌گیری

در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در هر ناحیه توریستی، شناخت جاذبه‌ها و معرفی آنها به جامعه گردشگری، بررسی امکانات، تاسیسات، تجهیزات و تسهیلات موجود در آن ناحیه، مطالعه و بررسی فرصت‌ها و توان‌های موجود و در نهایت بررسی ابعاد و جنبه‌های گوناگون تأثیرگذار گردشگری بر جامعه میزبان و محیط پذیرای آنان ضروری به نظر می‌رسد. گردشگری مزیت‌های فراوانی دارد و می‌تواند منبع مهمی برای ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمدی و در نتیجه عاملی در راستای توسعه پایدار باشد. از این رو برنامه‌ریزی، هدایت و توسعه صنعت گردشگری به عنوان یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد که دارای تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی فوق العاده‌ای نیز می‌باشد به عنوان یک نیاز مطرح می‌شود، اما هدایت این فرایند با شناخت علمی قابلیت‌ها و تنگناهای موجود در هر منطقه از کشور میسر است. انگیزه‌ها و دلایل گردشگران برای سفر به هر مکانی در بستر تفسیر و معناکردن ظرفیت‌ها و جاذبه‌های توریستی مکان مقصد شکل می‌گیرد. ظرفیت‌های گردشگری یک مکان مشتمل بر ساختاری نظام‌مند از چشم‌اندازها و امکانات است که برحسب میزان جذابیت‌شان، گردشگران را که می‌بایست نسبت به این شرایط و امکانات اطلاعات کافی داشته باشند، به سوی خود جذب خواهند کرد. شهرستان سنندج به دلیل پیشینه تاریخی، شرایط اقلیمی، جاذبه‌های طبیعی، مذهبی و فرهنگی فراوان می‌تواند به مکانی مناسب جهت جذب گردشگران داخلی و خارجی تبدیل شود ولی به هر حال این شهرستان با وجود دارا بودن جاذبه‌های متنوع و فراوان همچنان برای گردشگران چندان آشنا نیست. نتایج مطالعه حاضر، مبتنی بر پیمایش میدانی و حضور در محل نشان داد که از دید گردشگران مؤلفه وجود طبیعت زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز باغات و رودخانه در شهرستان بعنوان مهم‌ترین نقطه قوت داخلی در توسعه و گسترش توریسم در این نواحی نقش دارد. علاوه بر این از نظر گردشگران مؤلفه نبود تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی در شهرستان منطقه مورد مطالعه بعنوان مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی شناسایی شد. در مورد فرصت‌های بیرونی، گردشگران عقیده داشتند که مؤلفه افزایش انگیزه برای مسافرت و تفریح در منطقه مورد مطالعه در بین مردم بعنوان مهم‌ترین فرصت در جهت توسعه گردشگری منطقه می‌باشد. علاوه بر این گردشگران معتقد بودند که مؤلفه وجود فقر در منطقه و از بین رفتن محیط زیست به عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی مطرح است. بنابراین با توجه به جدول *SWOT* می‌توان گفت که پتانسیل‌های گردشگری شهرستان در وضعیت مطلوبی برای توسعه گردشگری و جذب گردشگر برخوردار هستند و می‌توانند نقش به‌سزایی در رشد و توسعه گردشگری داشته باشند. در این راستا، حفظ و استفاده پایدار از منابع طبیعی شهرستان به منظور تجارت دراز مدت؛ آموزش و استخدام افراد محلی به منظور افزایش ضریب اشتغال و بهبود کیفیت صنعت گردشگری؛ برنامه‌ریزی صحیح و اصولی و ارائه سیاست‌ها و استراتژی‌های مناسب برای توسعه گردشگری شهرستان؛ مشارکت دادن مردم منطقه در طرح و برنامه‌های زیست محیطی منطقه خود که می‌تواند باعث حفظ این میراث‌گرانبها برای نسل



آتی؛ آموزش توریست‌ها در مورد سنتها، عادات و خواسته‌های مردم از طریق اطلاعات و نوشته‌های منتشره بطوری که رفتار، گفتار و پوشش و ... آنها موجب جدایی و اثرات نامطلوب نگردد؛ مدیریت محیط، توجه به مسائل محیط زیست و جلوگیری از آلودگی رودخانه‌های شهرستان، استفاده از درآمدهای جذب طبیعت گردان جهت بهسازی و حفاظت جاذبه‌های طبیعی خود منطقه؛ ایجاد تسهیلات لازم برای بخش خصوصی و تشویق این بخش برای سرمایه‌گذاری در امر صنعت توریسم از جمله راهکارهای مفید به نظر می‌رسند که متوجه هر دو سوی جامعه محلی و گردشگران در زمینه توسعه گردشگری است.

منابع

- بیدختی، علی اکبرامین، زرگر، سیدمجتبی و نظری، ماشالله (۱۳۸۹). آمیخته بازاریابی راهبردی در صنعت گردشگری، فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، سال اول، شماره ۳، صص ۶۹-۴۹.
- پالیزبان، فاطمه (۱۳۸۷). بررسی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی فعالیت‌های پژوهشی در دانشگاه‌های غرب ایران (ایلام، کردستان، کرمانشاه، لرستان و همدان) از دید اعضای هیأت علمی و دانشجویان تحصیلات تکمیلی در سال تحصیلی ۸۱-۱۳۸۷ (استاد راهنما: مصطفی شریف)، پایان نامه کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی آموزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان.
- پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ اول، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.
- ترابی، ذبیح‌الله، فیروزی، محمدعلی و نعمتی، مرتضی (۱۳۹۲). ارزیابی میزان تأثیرگذاری گویه‌های تبلیغاتی بر افزایش جذب گردشگر در شهر گرگان، مجله برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، سال سوم، شماره ۴، صص ۷۶-۵۹.
- تولایی، سیمین (۱۳۸۶). مروری بر صنعت گردشگری، چاپ اول، نشر دانشگاه تربیت معلم، تهران.
- حسام، مهدی (۱۳۹۵). نگرش جامعه‌میزبان به تأثیرات اجتماعی، اقتصادی و محیط‌زیستی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: روستاهای بخش لاریجان شهرستان آمل)، مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال ششم، شماره ۲۱، صص ۵۹-۴۵.
- حکمت‌نیا، حسن و موسوی، میرنجم (۱۳۹۰). کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و ناحیه‌ای، انتشارات علم نوین، چاپ دوم، یزد.

- حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷). *مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری*، انتشارات سمت، تهران.
- حیدری، تقی، رشیدی ابراهیم حصاری، اصغر و تولایی، سیمین (۱۳۹۲). *ارزیابی قابلیت‌های گردشگری شهر زنجان و راهبردهای تقویت جذب گردشگر*، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال هشتم، شماره ۲۱، صص ۵۷-۲۹.
- داغستانی، سعید (۱۳۹۱). *جاذبه‌های گردشگری مفاهیم*، مدیریت و برنامه‌ریزی، مهاکمه، چاپ اول، تهران.
- دخیلی کهنمویی، جواد (۱۳۸۳). *بررسی راهکارهای توسعه توریسم در آذربایجان شرقی* (استاد راهنما: میرستار صدر موسوی)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه تبریز.
- دیناری، احمد (۱۳۸۵). *مذهب و گردشگری*، مجله زائر، شماره ۱۲۰، صص ۴۵-۳۲.
- زیرک باش، دیبا (۱۳۸۶). *تحلیل بازارهای گردشگری شهر اصفهان و راهکارهای توسعه آن با تأکید بر گردشگران خارجی* (استاد راهنما: علی زنگی آبادی)، پایان‌نامه دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان.
- رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۲). *نقش اکوتوریسم در حفاظت محیط زیست*، فصلنامه محیط‌شناسی، شماره ۳۱، صص ۱۱۵-۱۲۲.
- رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد (۱۳۸۵). *خدمات صنعت گردشگری*، چاپ اول، نشر کنکاش، اصفهان.
- رنجبر، محمود (۱۳۹۰). *ارزیابی و اولویت‌بندی مناطق نمونه گردشگری* (مطالعه موردی استان چهارمحال و بختیاری)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد (استاد راهنما: داریوش رحیمی)، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان.
- سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹). *برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای جهانگردی*، مترجم محمود عبدالله زاده، چاپ اول، نشر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
- سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان کردستان (۱۳۹۶). *معاونت گردشگری*.
- سرشماری نفوس و مسکن استان کردستان (۱۳۹۵). *گزیده نتایج*.
- ضرغام، حمید (۱۳۸۹). *برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی*، رویکرد هم‌پیوند و پایدار. مهاکمه، چاپ اول، تهران.



علیزاده آذر، کامران، احمد توزه، واحد و عزیزیان، صلاح (۱۳۹۴). تحلیلی بر وضعیت گردشگری و موانع عمده جذب گردشگر در شهرها (مطالعه موردی شهر مهاباد)، نشریه گردشگری شهری، دوره دوم، شماره ۳، صص ۲۵۲-۲۳۳.

فرزین، محمدرضا و نادعلی پور، زهرا (۱۳۹۰). عوامل موثر بر مزیت رقابتی مقصدهای گردشگری در ایران (مطالعه موردی: منطقه چابهار)، فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۱۴، صص ۶۹-۴۱.

محمدی ده چشمه، مصطفی و زنگی آبادی، علی (۱۳۸۷). امکان سنجی توانمندی‌های اکوتوریسم استان چهارمحال بختیاری، به روش SWOT، فصلنامه محیط‌شناسی، سال سی و چهارم، شماره ۴۷، صص ۱-۱۰.

مجیب، ژاله (۱۳۸۱). تدوین توسعه صنعت گردشگری در استان اصفهان، شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان، سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان اصفهان.

محمودزاده، مجتبی، ضیایی محمود و حکیمیان، علی (۱۳۹۴). اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان یزد از دیدگاه گردشگران اروپایی و آسیایی، دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال سوم، شماره ششم، صص ۱۹۱-۱۶۴.

مولایی ه‌شجین، نصرالله و ابراهیمی، حیدر (۱۳۹۳). شنا سایی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری و تأثیر آن بر جذب گردشگر در شهرستان املش، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال چهارم، شماره ۱۶، صص ۹۵-۱۰۸.

مه‌دیزاده، جواد (۱۳۸۶). مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری در ایران، مجله مجلس و پژوهش، شماره ۴۴، صص ۱۲۱-۱۵۳.

موسوی، سیدعلی (۱۳۸۶). بررسی نقش جاذبه‌ها و توانمندی‌های گردشگری سپیدان در جذب گردشگران (استاد راهنما: حمیدرضا وارثی)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان، اصفهان.

نعمتی، نسرین (۱۳۸۴). راهکارهای توسعه گردشگری در ایران، مجموعه مقالات ظرفیت‌های اقتصادی ایران با تأکید بر وضعیت گردشگری ایران در بستر جهانی شدن، دانشگاه آزاد واحد فیروزکوه.

Abby I, Gwoffey W (2006). *planning tourism employment, a developing country perspective, tourism management*, 27(1), 159-170

Black, R., Crabtree, A., (2007). *Quality assurance and certification in ecotourism*. CAB International.



- Dueng, Y.Y and Ching, H.C (2015), *Recommendation system for popular tourist attractions in Taiwan using Delphi panel and repertory grid techniques*, *Tourism Management* 46: 164-176.
- Fennell, D. (2008), *Ecotourism*, London and New York: Routledge, 281
- Hu, Wei, and Wall, G (2005). *Environmental management, environmental image and the competitive tourist attraction*. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(6), 617-635.
- Kerr B, Barron G and Roy, C.W (1999). *politics, policy and regional tourism administration: a case examination of Scottish area tourist board funding*, *Tourism Management*, 22(6), 649-657.
- Leones J. (1995), *Tourism Trends and Tourism Economic Impacts*, Extension, Economist Department of Ag & Resource Economics.
- Nee M and Archana B. (2012), *Critical Appraisal of Aspect of Attractions for Tourist Destination Competitiveness of India and Singapore*. *International Conference on Trade, Tourism and Management*, 21-22.
- Qiufen, Zh. (2012), *Research on Tourist Attractions Performance Promoting Method Based on the SWOT Analysis Method*, *International Conference on Mechanical, Industrial, and Manufacturing Engineering*, IERI Procedia 1: 254 – 260.

