



## تحلیل پتانسیل‌ها و چالش‌های گردشگری شهرستان یاسوج به منظور تعیین راهبرد مناسب توسعه گردشگری با استفاده از روش ترکیبی SWOT و AHP

صدیقه احمدیان<sup>۱</sup>، ساناز گلابوند<sup>۲</sup>، زهرا نظری<sup>۳</sup>

### چکیده

تحقیق حاضر در پی بررسی پتانسیل‌ها و چالش‌های گردشگری شهرستان یاسوج به منظور تعیین راهبرد مناسب توسعه گردشگری با استفاده از روش ترکیبی SWOT و AHP بوده است. پژوهش مورد نظر در شهرستان یاسوج انجام گرفته است. این پژوهش به روش کیفی-کمی و با استفاده از ابزار مصاحبه- پرسشنامه انجام گرفت. پژوهش حاضر در دو مرحله انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد، بودند. در مرحله اول شناسایی نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌های گردشگری شهرستان به کمک الگوی SWOT مورد بررسی قرار گرفت. در مرحله دوم با استفاده از الگوی AHP اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری تعیین شد. نتایج نشان داد که مهم‌ترین استراتژی‌ها به ترتیب عبارتند از: ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در منطقه، ایجاد تنوع در امکانات، خدمات و فعالیت‌های گردشگری جهت جذب گردشگر، استفاده از تبلیغات جهت اطلاع رسانی و آگاه کردن مردم از ویژگی‌های منطقه و تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب محیط زیست.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، تکنیک SWOT، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP).

<sup>۱</sup> دانش آموخته توسعه روستایی، دانشکده‌ی کشاورزی، دانشگاه یاسوج

<sup>۲</sup> دانش آموخته توسعه روستایی، دانشکده‌ی کشاورزی، دانشگاه یاسوج

<sup>۳</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده‌ی کشاورزی، دانشگاه یاسوج



## مقدمه

گردشگری به عنوان سومین صنعت و پویاترین صنعت از لحاظ تحرک، ایجاد زمینه‌های اشتغال و توسعه در جهان به خودنمایی پرداخته و توانسته اثرات عمیقی در چشم‌اندازهای جغرافیایی، زندگی افراد و جوامع بر جای بگذارد (امیدوار و همکاران، ۱۳۹۴). این صنعت به‌عنوان یکی از صنایع، از بخش‌های اقتصادی با رشد بسیار بالا در جهان، به خصوص در کشورهای در حال توسعه یاد می‌شود (Rinzin et al., ۲۰۰۷). امروزه گردشگری به قدری در توسعه اقتصادی-اجتماعی کشورها اهمیت پیدا کرده که اقتصاددانان آن را صنعت نامیده‌اند (Shaw & Williams, ۲۰۰۴). در این راستا گردشگری نقش مهمی را در احیاء و متنوع‌سازی اقتصادی جوامع ایفا می‌کند، اما در عین حال می‌تواند باعث ایجاد تغییراتی در محیط اجتماعی، اقتصادی و فضای زیستی نواحی نیز بشود (Matzarakis, ۲۰۰۷). هم‌چنین اهمیت این صنعت در سطح بین‌المللی هم از لحاظ تعداد گردشگران و هم از لحاظ درآمدزایی، همواره در حال افزایش بوده است (Sambrook et al., ۲۰۰۵) که در عصر حاضر به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر در گسترش رشد روابط بین‌ملتها به شمار می‌رود (سبحانی، ۱۳۸۹) به‌طور کلی، این صنعت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین شکل‌های نیرو در جهان، به‌عنوان بزرگ‌ترین صادرات سودآور، مهم‌ترین تأمین‌کننده‌ی ارز خارجی و اشتغال به شمار می‌آید (Higgins, ۲۰۰۶).

تاکنون مطالعات زیادی در زمینه‌ی گردشگری صورت گرفته است که در اینجا به تعدادی از آنها اشاره شده است (Fons et al., ۲۰۱۱). با استفاده از تحلیل SWOT، به‌عنوان ابزاری برای سنجش وضعیت پایدار گردشگری روستایی منطقه‌ی آراگون اسپانیا، نشان داده‌اند که علی‌رغم مشکلات موجود، گردشگری روستایی این منطقه دارای دوام و پایداری در آینده خواهد بود (Scott, ۲۰۰۰). توسعه‌ی صنعت گردشگری را متکی بر مشارکت میان دولت و بخش خصوصی می‌داند (Fons et al., ۲۰۱۱).

Jacquelin et al., (۲۰۰۷)، در مطالعه‌ی خود نشان می‌دهند که در سال‌های آینده در بریتانیا و ایرلند، جاذبه‌های توریسم حرکتی آرام به سمت شمال خواهد داشت و در آلمان به علت گرم‌تر شدن هوا و ایجاد شرایط مساعدتر در نواحی داخلی، جذب توریسم به سمت جنوب خواهد بود. Uzam (۲۰۰۸)، در مطالعه‌ی خود نشان می‌دهد که توسعه‌ی گردشگری در برگیرنده‌ی توجه به ابعاد توسعه در تمامی سطوح فردی، هدایت سرمایه‌ها، جهت‌گیری پیشرفت فن آوری و تغییر ساختاری و نهادی است که سازگار با نیازهای حال و آینده‌ی گردشگران باشد.

در مطالعات داخلی، نیز هادیانی و همکاران (۱۳۹۱)، در مطالعه‌ی خود به این نتیجه رسیدند که راهبرد محافظه کارانه  $WO_2$  با امتیاز ۶/۱۶ نشان دهنده‌ی بهترین راهبرد در توسعه گردشگری شهر شیراز تلقی می‌شود. برای دستیابی به این مهم، آشنا کردن مدیر هتل‌ها و دفاتر خدمات مسافرتی با روش‌های نوین تبلیغات و بازاریابی گردشگری، در اولویت است و موجب افزایش آگاهی علاقه‌مندان به گردشگری از جاذبه‌های منحصر به فرد این منطقه می‌گردد. در عین حال راهبرد تهاجمی  $SO_2$  با امتیاز ۷/۳ به‌عنوان مؤثرترین راهبرد پس از راهبرد محافظه کارانه، قلمداد می‌شود. راست قلم و همکاران (۱۳۸۸)، در مطالعه‌ی خود در بررسی مزیت‌ها و محدودیت‌های توسعه‌ی کانون‌های گردشگری با استفاده از تحلیل SWOT نشان می‌دهند که، میزان محدودیت‌ها (شامل نقاط ضعف و تهدید) با امتیاز ۵۷/۹۶ در سطح بالاتری نسبت به میزان مزیت‌ها (شامل فرصت‌ها و نقاط قوت) با امتیاز ۵۵/۳۱ می‌باشد اگر چه مولفه‌ی وجود آمدن مراکز گردشگری پذیر در نقاط دیگر به‌عنوان مهم‌ترین مولفه‌ی تهدید توسعه‌ی کانون‌های گردشگری مشخص شد. اما به دلیل نامناسب بودن زیرساخت‌های گردشگری در مناطق میزبان مورد مطالعه، همین مؤلفه موجب تخفیف آسیب‌پذیری و تخریب طبیعت بکر و چشم‌اندازهای زیبا به‌عنوان مهم‌ترین مولفه‌ی قوت توسعه‌ی کانون‌های گردشگری شده است. هم‌چنین، نتایج حاصل از پژوهش شمعی و موسی‌وند (۱۳۹۰)، در سطح-بندی شهرستان‌های اصفهان از لحاظ زیر ساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS و AHP حاکی از این است که شهرستان‌های اصفهان، شاهین شهر و کاشان از طریق مدل TOPSIS به ترتیب در سطح یک تا سه از نظر دارا بودن زیر ساخت‌های گردشگری قرار دارند. و با ترکیب دو مدل فوق‌الذکر، شهرستان اصفهان و کاشان به ترتیب به عنوان نواحی اول و دوم گردشگری بیش‌ترین امتیاز را به خود اختصاص داده‌اند. بدری و یاری حصار (۱۳۸۸)، نیز در تحقیق خود با عنوان انتخاب مناطق نمونه‌ی گردشگری با استفاده از روش AHP در استان کهگیلویه و بویر احمد نشان می‌دهند که مناطق گردشگری چشمه بلقیس، کوه‌گل و منطقه‌ی دریاچه سد کوثر، مناسب‌ترین گزینه‌ها برای انتخاب به‌عنوان مناطق نمونه‌ی گردشگری و تهیه‌ی طرح جامع گردشگری هستند. صاحبی و همکاران (۱۳۹۴)، در مطالعه‌ی خود



تحت عنوان نقش صنعت گردشگری در توسعه روستاهای ایران، مشکلات ۱- فقدان مهارت‌های مدیریتی، ۲- بازاریابی، ۳- زیرساخت‌ها، ۴- فصول محدود گردشگری روستایی و ۵- اطلاعات محدود روستائیان از خواسته‌های گردشگران را به عنوان مهم‌ترین مشکلات گردشگری روستایی را طبقه‌بندی کرده‌اند.

با توجه به مطالب بیان شده، هدف کلی پژوهش تحلیل پتانسیل‌ها و چالش‌های گردشگری شهرستان یاسوج به منظور تعیین راهبرد مناسب توسعه گردشگری با استفاده از روش ترکیبی SWOT و AHP می‌باشد، که اهداف اختصاصی زیر نیز دنبال شد. شناسایی نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌های گردشگری طبیعی شهر یاسوج با استفاده از تکنیک SWOT؛ اولویت‌بندی عوامل زیر تکنیک SWOT به روش فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)؛ تعیین راهبرد مناسب توسعه گردشگری شهرستان یاسوج

### روش‌شناسی

با توجه به اینکه هدف تحقیق تحلیل پتانسیل‌ها و چالش‌های گردشگری شهرستان یاسوج به منظور تعیین راهبرد مناسب توسعه گردشگری است. بر این اساس در این مرحله از تلفیق روش‌های کیفی- کمی استفاده شد. در این تحقیق به منظور پی بردن به نظرات کارشناسان و متخصصان درباره پتانسیل‌ها و چالش‌های گردشگری از روش تحلیل سوات استفاده شده است که در دسته روش‌های کیفی قرار می‌گیرد. همچنین روش کمی، استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (Analytical Hierarchy process) (AHP) می‌باشد. در تلفیق روش‌های کیفی و کمی در این پژوهش در ابتدا با استفاده از روش ماتریس SWOT (روش کیفی) راهبردهای لازم بر طبق نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها استخراج گردید و پس از استخراج آن‌ها با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی اقدام به کمی کردن آن‌ها شد و راهبردها اولویت‌بندی شدند. جهت شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری طبیعی شهرستان یاسوج به کمک کارشناسان گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد، که یک تیم ۶ نفره از افراد متخصص در سازمان متولی امر گردشگری شهر یاسوج بودند، انجام گردید. در مرحله بعدی تحقیق که مرحله کمی کردن یافته‌ها بود، ۶ نفر از کارشناسان در سازمان مربوطه برای پاسخ به پرسشنامه‌ی اولویت‌بندی نقاط قوت، ضعف، تهدیدها، فرصت‌ها و راهبردها انتخاب شدند. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار Expert Choice صورت گرفت.

### تشریح مراحل کار و تلفیق دو روش کیفی- کمی

مدل SWOT یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سیستمی با فرصت‌ها و تهدیدات برون سیستمی است. دیدگاه این مدل، یک استراتژی مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. ST، SO، WT، WO به صورت زیرپیوند داده می‌شوند و گزینه‌های استراتژی از بین آن‌ها انتخاب می‌شود (نصرتی و همکاران، ۱۳۹۴). بنابراین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در چهار حالت کلی SO، WO، ST و WT پیوند داده می‌شوند و گزینه‌های استراتژی از بین آن‌ها انتخاب می‌شوند و تجزیه و تحلیل سوات در تقسیمات مربوط به انتخاب راهبردی مورد استفاده قرار می‌گیرد. رایج‌ترین کاربرد آن فراهم کردن یک چارچوب منطقی برای هدایت نظام‌مند بحث‌های سیستم، راهبردی‌های مختلف و در نهایت انتخاب راهبرد است (بهرامی، ۱۳۸۹). راهبردهای رقابتی/ تهاجمی SO: در این راهبردها تمرکز نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است. راهبردهای بازنگری WO: ضمن تاکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف منطقه بوده. راهبردهای تنوع ST: در تنوع بخشی بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز بوده. راهبردهای تدافعی WT: بر رفع آسیب پذیری مورد مطالعه تاکید داشته است (سبحانی، ۱۳۸۹). S و W یعنی جنبه‌هایی که در راه دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی و اجرای تکلیف‌های آن زمینه‌های مساعد یا بازدارنده دارد مد نظر می‌باشد. O و T فرصت‌ها و تهدیدهایی که ناحیه در ارتباط با گسترش گردشگری با آن مواجه است (رکن الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵). تجزیه و تحلیل و سوات و ماتریس SWOT و نحوه تعیین استراتژی‌ها به ترتیب در جداول ۱ و ۲ مشخص شده است.



جدول ۱. تجزیه و تحلیل و سوات

تجزیه و تحلیل و سوات		تجزیه و تحلیل درونی
سوات	نقاط قوت	نقاط ضعف
فرصت‌ها	تدابیر قوت‌ها و فرصت‌ها: توسعه‌ی روش‌های جدیدی که برای تقویت استحکام کار مناسب هستند	تدابیر ضعف‌ها و فرصت‌ها: رفع مشکلات و ضعف‌ها در جهت فراهم سازی فرصت‌های جدید
تهدیدها	تدابیر قوت‌ها و تهدیدها: رفع و مقابله با تهدیدها از راه کاربست قوت‌ها	تدابیر ضعف‌ها و تهدیدها: توسعه تدابیری در جهت دوری از تهدید نقاط ضعف علیه ما

منبع: از کیا و همکاران، ۱۳۸۷

جدول ۲. ماتریس SWOT و نحوه تعیین استراتژی‌ها

ماتریس SWOT	نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)
فرصت‌ها (O)	استراتژی‌های SO (استراتژی رشد داخلی)	استراتژی‌های W (استراتژی‌های رشد خارجی)
تهدیدها (T)	استراتژی‌های ST (راهبرد تنوع توصیه می‌گردد)	استراتژی‌های WT (راهبردهای دفاعی و کاهش)

منبع: موسوی، ۱۳۸۵

## فرآیند تحلیل سلسله مراتبی

روش ارزیابی چند معیاری فرآیند تحلیل سلسله مراتبی AHP برای اهداف این بررسی انتخاب شده است. انتخاب روش AHP با توجه به مزایای این روش نسبت به سایر روش‌های ارزیابی چند معیاری صورت پذیرفته است. در این مدل می‌توان علاوه بر استفاده از آمار و ارقام از نظرهای جمعی و مشارکتی نیز استفاده نمود که از جمله دلایل مهم در به کارگیری این مدل در تحقیق حاضر است (قالیباف و شعبانی و فرد، ۱۳۹۰).

## یافته‌ها و بحث

همانگونه که در جدول ۳ نشان داده شده است، در مجموع چهار عامل از دیدگاه کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شهرستان یاسوج به عنوان نقاط قوت مناطق گردشگری این شهرستان شناسایی شدند. آب و هوای خوب منطقه، آبشارها و چشمه‌های فراوان، طبیعت زیبای منطقه و کوهستان‌های اطراف آن و داشتن محیطی آرام و ساکت برای گردشگران، از مهم‌ترین نقاط قوت گردشگری شهرستان یاسوج بودند.

فزون بر این مسیرهای ارتباطی و جاده‌های نامناسب، امکانات اقامتی ضعیف برای گردشگران در مناطق گردشگری، سرویس‌های بهداشتی نامناسب در محل‌های گردشگری و عدم وجود پارکینگ کافی در محل‌های گردشگری از مهم‌ترین نقاط قوت مناطق گردشگری شهرستان یاسوج شناسایی شدند. هم‌چنین در مجموع چهار عامل به عنوان فرصت‌های گردشگری و سه عامل نیز به عنوان نقاط ضعف گردشگری شهرستان یاسوج شناسایی شدند. فرصت‌ها از دیدگاه گردشگران پتانسیل بالای استان کهگیلویه و بویراحمد در جذب گردشگر، نزدیکی به شهر سی سخت و طبیعت زیبای آن، نزدیکی به استان‌های اصفهان و فارس به عنوان استان‌های گردشگر فرست و افزایش تمایل بخش خصوصی در مشارکت در طرح‌های گردشگری و تهدیدها نیز بی توجهی مسئولین و دولت به توان گردشگری منطقه، عدم تبلیغات مناسب برای جذب گردشگر و از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی شناسایی شدند. بر اساس نظرات کارشناسان مصاحبه شوند،



نقاط قوت، ضعف، تهدیدها، فرصت‌ها در جدول ۳ بیان شده است.

جدول ۳- ماتریس سوات

ماتریس SWOT	تجزیه و تحلیل درونی	
	نقاط ضعف	نقاط قوت
	<p>۱- مسیرهای ارتباطی و جاده‌های نامناسب (<math>w_1</math>)</p> <p>۲- امکانات اقامتی ضعیف برای گردشگران در مناطق گردشگری (<math>w_2</math>)</p> <p>۳- سرویس‌های بهداشتی نامناسب در محله‌های گردشگری (<math>w_3</math>)</p> <p>۴- عدم وجود پارکینگ کافی در محله‌های گردشگری (<math>w_4</math>)</p>	<p>۱- آب و هوای خوب منطقه (<math>S_1</math>)</p> <p>۲- آبشارها و چشمه‌های فراوان (<math>S_2</math>)</p> <p>۳- طبیعت زیبای منطقه و کوهستان‌های اطراف آن (<math>S_3</math>)</p> <p>۴- داشتن محیطی آرام و ساکت برای گردشگران (<math>S_4</math>)</p>
	<p>راهبرد بازنگری (WO)</p> <p>استفاده از تبلیغات جهت اطلاع رسانی و آگاه کردن مردم از ویژگی‌های منطقه</p>	<p>راهبرد تهاجمی (SO)</p> <p>ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در منطقه</p>
	<p>راهبرد تدافعی (WT)</p> <p>تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب محیط زیست</p>	<p>راهبرد تنوع (ST)</p> <p>ایجاد تنوع در امکانات، خدمات و فعالیت‌های گردشگری جهت جذب گردشگر</p>
		<p>فرصت‌ها</p> <p>۱- پتانسیل بالای استان کهگیلویه و بویراحمد در جذب گردشگر (<math>O_1</math>)</p> <p>۲- نزدیکی به شهر سی سخت و طبیعت زیبای آن (<math>O_2</math>)</p> <p>۳- نزدیکی به استان‌های اصفهان و فارس به عنوان استان‌های گردشگر فرست (<math>O_3</math>)</p> <p>۴- افزایش تمایل بخش خصوصی در مشارکت در طرح‌های گردشگری (<math>O_4</math>)</p>
		<p>تهدیدها</p> <p>۱- بی توجهی مسئولین و دولت به توان گردشگری منطقه (<math>T_1</math>)</p> <p>۲- عدم تبلیغات مناسب برای جذب گردشگر (<math>T_2</math>)</p> <p>۳- از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی (<math>T_3</math>)</p>

تجزیه و تحلیل بیرونی

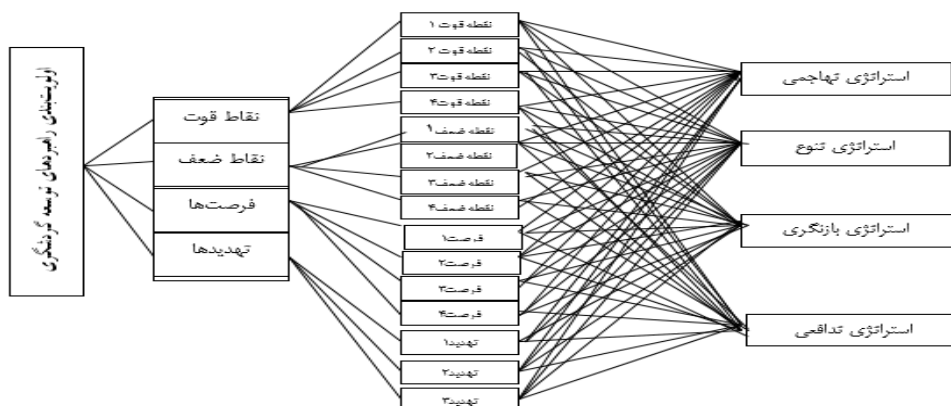
فزون بر این به منظور تمرکز بیش‌تر بر نقاط قوت و فرصت‌های گردشگری شهرستان راهبرد ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در منطقه، با توجه به نقاط ضعف گردشگری منطقه و بهره‌گیری از فرصت‌ها راهبرد استفاده از تبلیغات جهت اطلاع رسانی و آگاه کردن مردم از ویژگی‌های منطقه، هم‌چنین بر اساس نقاط قوت و تهدیدهای گردشگری منطقه راهبرد ایجاد تنوع در امکانات،

خدمات و فعالیت‌های گردشگری جهت جذب گردشگر و در نهایت برای کاهش نقاط ضعف و آسیب‌های منطقه گردشگری یاسوج راهبرد تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب محیط زیست ارائه گردید. بنابراین بر اساس نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها می‌توان راهبردهای تهاجمی (SO)، بازنگری (WO)، تنوع (ST) و تدافعی (WT) را ارائه کرد (جدول ۳). در بخش بعد ضمن توضیح مراحل فرآیند تحلیل سلسله مراتبی، چگونگی کاربرد آن در این مقاله نیز شرح داده می‌شود.

## مراحل فرآیند تحلیل سلسله مراتبی

### ساخت سلسله مراتبی

در این مرحله مساله تعریف می‌شود و هدف از تصمیم‌گیری به صورت سلسله مراتبی از عوامل و عناصر تشکیل دهنده تصمیم ترسیم می‌شود. فرآیند تحلیل سلسله مراتبی، نیازمند شکستن مساله تصمیم با چندین شاخص به سلسله مراتبی از سطوح است. بدین منظور از درخت تصمیم استفاده می‌شود که از چهار سطح تشکیل شده است: سطح اول شامل هدف کلی از تصمیم‌گیری می‌باشد. در سطح دوم معیارهای کلی قرار دارند که تصمیم‌گیری بر اساس آن‌ها صورت می‌گیرد. در سطح سوم زیرمعیارها قرار می‌گیرند و در آخرین سطح نیز گزینه‌های تصمیم مطرح می‌شوند. ساخت سلسله مراتبی اولویت بندی راهبردهای توسعه گردشگری در شکل ۱ مشخص شده است.



شکل ۱. ساخت سلسله مراتبی اولویت بندی راهبردهای توسعه گردشگری

### مقایسه‌های زوجی

در این مرحله خبرگان مقایسه‌هایی را بین معیارها و زیرمعیارهای تصمیم‌گیری انجام داده و امتیاز آن‌ها را نسبت به یکدیگر تعیین می‌کنند. در ادامه ماتریس‌های مقایسه زوجی زیر گروه‌های هر یک از عوامل سوات از دیدگاه کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی نشان داده شده است.

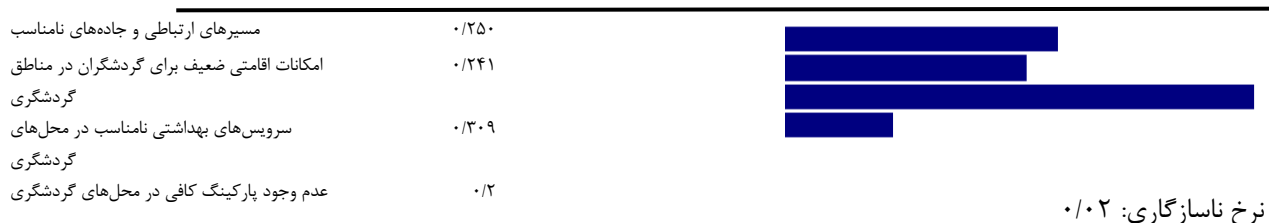


جدول ۴. ماتریس مقایسه زوجی اهمیت نقاط ضعف از دیدگاه کارشناسان

	۴	۳	۲	۱	
۱*	۱/۳۱	۱/۶۸	۱/۳۱	-	
۲	۱/۱۸	۱	-	-	
۳	۱/۴۱	-	-	-	
۴	-	-	-	-	

\* (۱- مسیرهای ارتباطی و جاده‌های نامناسب، ۲- امکانات اقامتی ضعیف برای گردشگران در مناطق گردشگری، ۳- سرویس‌های بهداشتی نامناسب در محل‌های گردشگری، ۴- عدم وجود پارکینگ کافی در محل‌های گردشگری)

نمودار ۱. مقایسه‌های گرافیکی اهمیت نقاط ضعف و نرخ ناسازگاری در نمودار نشان داده شده است. نرخ ناسازگاری ۰/۰۲ نشان دهنده دقت بالای ماتریس مقایسات است.



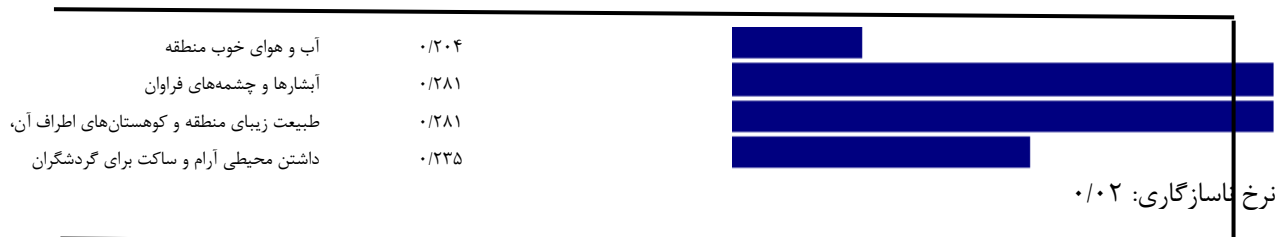
نمودار ۱. مقایسه‌های گرافیکی اهمیت نقاط ضعف

جدول ۵. ماتریس مقایسه زوجی اهمیت نقاط قوت از دیدگاه کارشناسان

	۴	۳	۲	۱	
۱*	۱/۵۶	۱/۱۸	۱/۱۸	-	
۲	۱/۴۱	۱	-	-	
۳	۱/۴۱	-	-	-	
۴	-	-	-	-	

\* (۱- آب و هوای خوب منطقه، ۲- آبشارها و چشمه‌های فراوان، ۳- طبیعت زیبای منطقه و کوهستان‌های اطراف آن، ۴- داشتن محیطی آرام و ساکت برای گردشگران)

نمودار ۲. مقایسه‌های گرافیکی اهمیت نقاط قوت و نرخ ناسازگاری در نمودار نشان داده شده است. نرخ ناسازگاری ۰/۰۲ نشان دهنده دقت بالای ماتریس مقایسات است.



نمودار ۲. مقایسه‌های گرافیکی اهمیت نقاط قوت



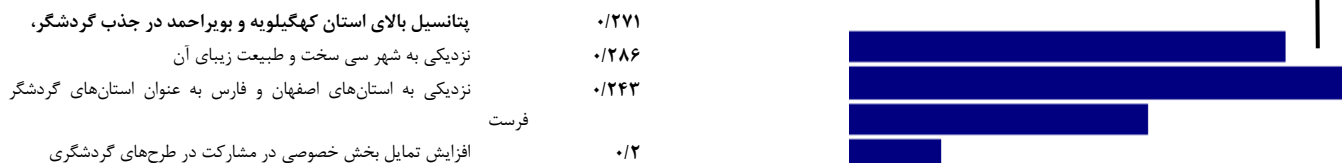
جدول ۶. ارجحیت نسبی فرصت‌های گردشگری را از دیدگاه کارشناسان نشان می‌دهد.

جدول ۶. ماتریس مقایسه زوجی اهمیت فرصت‌ها از دیدگاه کارشناسان

	۴	۳	۲	۱	
۱*	۱/۶۸	۱	۱/۱۸	-	
۲	۱/۴۱	۱/۰۷	-	-	
۳	۱	-	-	-	
۴	-	-	-	-	

۱\*) ۱- پتانسیل بالای استان کهگیلویه و بویراحمد در جذب گردشگر، ۲- نزدیکی به شهر سی سخت و طبیعت زیبای آن، ۳- نزدیکی به استان‌های اصفهان و فارس به عنوان استان‌های گردشگر فرست، ۴- افزایش تمایل بخش خصوصی در مشارکت در طرح‌های گردشگری

نمودار ۳. مقایسه‌های گرافیکی اهمیت فرصت‌ها و نرخ ناسازگاری در نمودار نشان داده شده است. نرخ ناسازگاری ۰/۰۱ نشان دهنده دقت بالای ماتریس مقایسات است.



نرخ ناسازگاری: ۰/۰۱

نمودار ۳. مقایسه‌های گرافیکی اهمیت فرصت‌ها

جدول ۷. ارجحیت نسبی تهدیدهای گردشگری را از دیدگاه کارشناسان نشان می‌دهد.

جدول ۷. ماتریس مقایسه زوجی اهمیت تهدیدها از دیدگاه کارشناسان

	۳	۲	۱	
۱*	۱/۴۱	۱/۵۶	-	
۲	۱/۴۱	-	-	
۳	-	-	-	

۱\*) ۱- بی توجهی مسئولین و دولت به توان گردشگری منطقه، ۲- عدم تبلیغات مناسب برای جذب گردشگر، ۳- از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی

نمودار ۴. مقایسه‌های گرافیکی اهمیت تهدیدها و نرخ ناسازگاری در نمودار نشان داده شده است. نرخ ناسازگاری ۰/۰۱ نشان دهنده دقت بالای ماتریس مقایسات است.





بی توجهی مسئولین و دولت به توان گردشگری منطقه	۰/۴۲۴
عدم تبلیغات مناسب برای جذب گردشگر	۰/۲۵۶
از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی	۰/۳۲۶

نرخ ناسازگاری: ۰/۰۱

نمودار ۴. مقایسه‌های گرافیکی اهمیت تهدیدها

پس از مقایسه نسبی زیر عوامل نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها، عوامل تکنیک سوات نیز به صورت زوجی با یکدیگر مقایسه می‌شوند.

جدول ۸. نشان دهنده اهمیت نسبی نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها از دیدگاه کارشناسان گردشگری شهرستان یاسوج می‌باشد.

جدول ۸. ماتریس مقایسه زوجی اهمیت عوامل سوات از دیدگاه کارشناسان

	۴	۳	۲	۱	
۱*	۱/۴۱	۱/۶۸	۲/۲۱	-	۱
۲	۱	۱/۴۱	-	-	۲
۳	۱/۵۶	-	-	-	۳
۴	-	-	-	-	۴

\* (۱- نقاط ضعف، ۲- نقاط فرصت، ۳- فرصت‌ها، ۴- تهدیدها)

نمودار ۵. مقایسه‌های گرافیکی اهمیت عوامل سوات و نرخ ناسازگاری نشان داده شده است. نرخ ناسازگاری ۰/۰۱ نشان دهنده دقت بالای ماتریس مقایسات است.

نقاط ضعف	۰/۳۶۴
نقاط قوت	۰/۱۹۷
فرصت‌ها	۰/۱۷۳
تهدیدها	۰/۲۶۶

نرخ ناسازگاری: ۰/۰۱

نمودار ۵. مقایسه گرافیکی اهمیت عوامل سوات

### محاسبه وزن نسبی

در ادامه وزن نسبی معیارهای کلی و زیر معیارها محاسبه شده است. براساس نتایج حاصل از مقایسه‌ی زوجی معیارها با توجه به هدف از دید کارشناسان، وزن و رتبه‌ی معیارها و زیرمعیارها نسبت به یکدیگر در جدول زیر نشان داده شده است.



جدول ۹. وزن و رتبه زیرعامل نقاط قوت

رتبه	وزن	زیرمعیارها	
۱	۰/۲۸۱	آبشارها و چشمه‌های فراوان	توجه
۱	۰/۲۸۱	طبیعت زیبای منطقه و کوهستان‌های اطراف آن	به
۲	۰/۲۳۵	داشتن محیطی آرام و ساکت برای گردشگران	جدو
۳	۰/۲۰۴	آب و هوای خوب منطقه	ل

طبیعت زیبای منطقه و کوهستان‌های اطراف آن و وجود آبشارها و چشمه‌های فراوان از مهم‌ترین نقاط قوت هستند. این یافته‌ها با تحقیقات سبحانی و همکاران (۱۳۸۹)، همخوانی دارد.

جدول ۱۰. وزن و رتبه زیرعامل نقاط ضعف

رتبه	وزن	زیرمعیارها	
۱	۰/۳۰۹	سرویس‌های بهداشتی نامناسب در محل‌های گردشگری	ب
۲	۰/۲۵۰	مسیرهای ارتباطی و جاده‌های نامناسب	ر
۳	۰/۲۴۱	امکانات اقامتی ضعیف برای گردشگران در مناطق گردشگری	اسا
۴	۰/۲	عدم وجود پارکینگ کافی در محل‌های گردشگری	

س یافته‌های جدول ۱۱ سرویس‌های بهداشتی نامناسب مهم‌ترین اولویت را در نقاط ضعف مناطق گردشگری یاسوج داراست.

جدول ۱۱. وزن و رتبه زیرعامل فرصت

رتبه	وزن	زیرمعیارها	
۱	۰/۲۸۶	نزدیکی به شهر سی سخت و طبیعت زیبای آن	ا
۲	۰/۲۷۱	پتانسیل بالای استان کهگیلویه و بویراحمد در جذب گردشگر،	توجه
۳	۰/۲۴۳	نزدیکی به استان‌های اصفهان و فارس به عنوان استان‌های گردشگر فرست	به
۴	۰/۲	افزایش تمایل بخش خصوصی در مشارکت در طرح‌های گردشگری	جدو

ل مهم‌ترین فرصت و عامل جذب گردشگر در شهر یاسوج نزدیکی به شهر سی سخت و طبیعت بکر آن است.

جدول ۱۲. وزن و رتبه زیرعامل تهدیدها

رتبه	وزن	زیرمعیارها	
۱	۰/۴۲۴	بی توجهی مسئولین و دولت به توان گردشگری منطقه	براسا
۲	۰/۳۲۶	از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی	س
۳	۰/۲۵۶	عدم تبلیغات مناسب برای جذب گردشگر	جدو

ل ۱۳. بی توجهی مسئولین به توان گردشگری منطقه مهم‌ترین تهدید برای منطقه گردشگری یاسوج است.

پس از محاسبه وزن نسبی و رتبه‌بندی زیر عوامل هر یک از عوامل سوات، لازم است تا وزن نسبی عوامل سوات محاسبه و رتبه هر یک از آن‌ها نیز مشخص شود (جدول ۱۴).



جدول ۱۳. وزن و رتبه عوامل سوات

رتبه	وزن	معیارها
۱	۰/۳۶۶	نقاط ضعف
۲	۰/۲۴۵	تهدیدها
۳	۰/۲۱۵	نقاط قوت
۴	۰/۱۷۳	فرصتها

براساس دیدگاه کارشناسان گردشگری نقاط ضعف و تهدید به ترتیب با امتیازات ۰/۳۶۶ و ۰/۲۴۵، در رتبه‌های بالا قرار دارند و از اهمیت بیش تری برخوردار هستند. این یافته‌ها با نتایج راست قلم و همکاران (۱۳۸۸)، همخوانی دارد. بر اساس نتایج حاصل از مقایسه‌ی زوجی گزینه‌ها با توجه به معیارها از دید کارشناسان، وزن گزینه‌ها نسبت به یکدیگر در جدول نشان داده شده است. در این مرحله محاسبه میانگین هندسی وزن‌های راهبردها با توجه به زیر عوامل سوات به دست می‌آید.

جدول ۱۴. وزن راهبردها با توجه به زیر عوامل سوات بر اساس دیدگاه کارشناسان گردشگری

	S <sub>1</sub>	S <sub>2</sub>	S <sub>3</sub>	S <sub>4</sub>	W <sub>1</sub>	W <sub>2</sub>	W <sub>3</sub>	W <sub>4</sub>	O <sub>1</sub>	O <sub>2</sub>	O <sub>3</sub>	O <sub>4</sub>	T <sub>1</sub>	T <sub>2</sub>	T <sub>3</sub>
SO	۰/۳۳۶	۰/۳۷۹	۰/۴۲۶	۰/۴	۰/۳۹۱	۰/۴۹۰	۰/۳۸۸	۰/۳۹۱	۰/۴۶۵	۰/۳۹۵	۰/۲۳۲	۰/۴۹۰	۰/۳۳۳	۰/۱۷۷	۰/۲۴۶
WO	۰/۲۲۷	۰/۱۸۲	۰/۱۴۸	۰/۲	۰/۱۳۸	۰/۱۶۳	۰/۱۵۱	۰/۱۵۸	۰/۱۵۷	۰/۲۳۹	۰/۳۹۵	۰/۲۳۱	۰/۳۳۳	۰/۴۳۴	۰/۲۰۴
ST	۰/۲۳۱	۰/۲۴۳	۰/۱۹۵	۰/۲	۰/۲۷۶	۰/۲۳۱	۰/۲۶۷	۰/۳۰۵	۰/۲۳۹	۰/۱۹۸	۰/۲۳۲	۰/۱۶۳	۰/۱۶۷	۰/۱۹۵	۰/۲۰۴
WT	۰/۲۰۵	۰/۱۹۷	۰/۲۳۱	۰/۲	۰/۱۹۵	۰/۱۱۶	۰/۱۹۴	۰/۱۴۶	۰/۱۳۹	۰/۱۶۸	۰/۱۴۰	۰/۱۱۶	۰/۱۶۷	۰/۱۹۵	۰/۳۴۷

با توجه به اینکه وزن نهایی هر گزینه در یک فرآیند سلسله مراتبی، از مجموع حاصل ضرب وزن (اهمیت) معیارها در وزن گزینه‌ها به دست می‌آید، لذا وزن نهایی راهبردها در جدول ۱۲ نشان داده شده است.

جدول ۱۵. وزن و رتبه راهبردهای توسعه گردشگری

رتبه	وزن	راهبرد
۱	۰/۳۶۱	راهبرد تهاجمی (ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در منطقه)
۲	۰/۲۲۵	راهبرد تنوع (ایجاد تنوع در امکانات، خدمات و فعالیت‌های گردشگری جهت جذب گردشگر)
۳	۰/۲۲۲	راهبرد بازنگری (استفاده از تبلیغات جهت اطلاع رسانی و آگاه کردن مردم از ویژگی‌های منطقه)
۴	۰/۱۹۱	راهبرد تدافعی (تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب محیط زیست)

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، از دید کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی شهر یاسوج، راهبرد تهاجمی (ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در منطقه) با وزن ۰/۳۶۱ نسبت به راهبردهای دیگر در اولویت قرار دارد. هم‌چنین راهبردهای تنوع، بازنگری و راهبرد تدافعی با وزن‌های ۰/۲۲۵، ۰/۲۲۲ و ۰/۱۹۱ در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.



## نتیجه گیری و پیشنهادها

گردشگری طبیعی در ۱۵-۱۰ سال گذشته هم به عنوان صنعت و هم به عنوان شکلی از توسعه پایدار توسعه یافت تا هم منابع طبیعی را حفظ کند و هم برای مردم محلی رفاه و خوشبختی را به همراه آورد. به عنوان یک مفهوم، در تمام موارد گردشگری طبیعی خواهان رسیدن به نتایج توسعه پایدار می‌باشد. گردشگری طبیعی می‌تواند نقش مهمی در توسعه مناطق روستایی به ویژه مناطق روستایی ایران که دارای مناظر طبیعی جذاب، روستاهای جنگلی و کوهستانی و ساحلی، روستاهای متنوع از نظر فرهنگی، اقلیمی و قومی، ایفا نماید.

از این رو، این تحقیق در پی پاسخگویی به این سوال می‌باشد، که گردشگری طبیعی در شهرستان یاسوج چه مزایا، معایب، فرصت‌ها و تهدیدهایی داشته است؟ و هر کدام در چه اولییتی قرار دارند؟

نتایج تحلیل سوات از دیدگاه کارشناسان گردشگری سازمان گردشگری و میراث فرهنگی شهر یاسوج نشان داد که:

- مهم‌ترین نقاط قوت گردشگری شهر یاسوج عبارتند از: ۱- آب و هوای خوب منطقه، ۲- آبشارها و چشمه‌های فراوان، ۳- طبیعت زیبای منطقه و کوهستان‌های اطراف آن، ۴- داشتن محیطی آرام و ساکت برای گردشگران.
- مهم‌ترین نقاط ضعف عبارتند از: ۱- مسیرهای ارتباطی و جاده‌های نامناسب، ۲- امکانات اقامتی ضعیف برای گردشگران در مناطق گردشگری، ۳- سرویس‌های بهداشتی نامناسب در محل‌های گردشگری، ۴- عدم وجود پارکینگ کافی در محل‌های گردشگری.
- مهم‌ترین فرصت‌ها گردشگری شهر یاسوج عبارتند از: ۱- پتانسیل بالای استان کهگیلویه و بویراحمد در جذب گردشگر، ۲- نزدیکی به شهر سی سخت و طبیعت زیبای آن، ۳- نزدیکی به استان‌های اصفهان و فارس به عنوان استان‌های گردشگر فرست، ۴- افزایش تمایل بخش خصوصی در مشارکت در طرح‌های گردشگری.
- مهم‌ترین تهدیدها عبارتند از: ۱- بی توجهی مسئولین و دولت به توان گردشگری منطقه، ۲- عدم تبلیغات مناسب برای جذب گردشگر، ۳- از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی، می‌باشد.

هم‌چنین براساس تحلیل سلسله مراتبی به ترتیب آبشارها و چشمه‌های فراوان، سرویس‌های بهداشتی نامناسب در محل‌های گردشگری، نزدیکی به شهر سی سخت و طبیعت زیبای آن، بی توجهی مسئولین و دولت به توان گردشگری منطقه مهم‌ترین اولویت‌های نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها را دارا هستند.

فزون بر این از دید کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی شهر یاسوج، راهبرد تهاجمی (ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در منطقه) با وزن ۰/۳۶۱ نسبت به راهبردهای دیگر در اولویت قرار دارد. هم‌چنین راهبردهای تنوع، بازنگری و راهبرد تدافعی با وزن‌های ۰/۲۲۵، ۰/۲۲۲ و ۰/۱۹۱ در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. در راستای یافته‌های مورد نظر پیشنهاد می‌شود که اگر بتوان با اتخاذ سیاستی مناسب و تامین نیازهای گردشگران، محیطی مناسب برای گذراندن اوقات فراغت گردشگران و جهانگردان ایجاد نمود، با توجه به پتانسیل‌های موجود و امکانات طبیعی، علاوه بر ساکنان اطراف و گردشگران داخلی و خارجی شاهد حضور ورزشکاران در رشته‌های کوهنوردی، اسب سواری، صخره نوردی، و ورزش‌های وابسته بود. هم‌چنین، توسعه و بهسازی شبکه ارتباطی استان بویژه منطقه مورد مطالعه، جهت رفت و آمد آسان گردشگران به این مناطق زیبا و احداث پارکینگ در این منطقه زیبا، جهت پارک کردن وسایل نقلیه گردشگران ورودی، احداث اقامتگاه‌هایی در منطقه جهت استراحت گردشگرانی که دوست دارند در آن منطقه بیلاقی بمانند.



## منابع

- احدی نژاد روشتی، م. و ح. صالحی میثانی. ۱۳۹۱. ارزیابی توزیع فضایی زیر ساخت‌های گردشگری و تعیین نقش فرایندهای اقتصادی-سیاسی و رشد فیزیکی شهرها در شکل‌گیری آن، مطالعه موردی: شهر زنجان. مطالعات گردشگری، ۱ (۱): ۹۱-۱۰۵.
- ازکیا، م.، ع. آذر و ع. ایمانی. ۱۳۸۷. رهیافت‌ها و روش‌های تحقیق کیفی در توسعه روستایی. نشر نی، تهران، ۳۰۰ صفحه.
- امیدوار، ک.، س. شهائیان و عجمی، ن. ۱۳۹۴. مطالعه‌ی شرایط اقلیمی به‌منظور توسعه‌ی توریسم با استفاده از روش TCI، مطالعه‌ی موردی شهر شیراز. سومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار.
- بدری، س. الف. و الف. یاری حصار. ۱۳۸۸. انتخاب مناطق نمونه گردشگری با استفاده از روش AHP، نمونه موردی: استان کهگیلویه و بویر احمد. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، (۹۵): ۵۵-۸۴.
- راست قلم، م. خلیل مقدم، ب. و ر. حیدری. ۱۳۸۸. بررسی مزیت‌ها و محدودیت‌های توسعه کانون‌های گردشگری با استفاده از تحلیل SWOT: مطالعه موردی: کانون‌های گردشگری شهرستان شهرکرد. مطالعات گردشگری، (۱۱ و ۱۲): ۱۲۳-۱۴۲.
- رکن الدین افتخاری، ع. و د. مهدوی. ۱۳۸۵. راه‌های توسعه روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک. فصلنامه مدرس علوم انسانی، ۱۰ (۲): ۳۰-۱.
- سیحانی، ب. ۱۳۸۹. شناخت پتانسیل‌های گردشگری منطقه آبگرم سردابه در استان اردبیل با روش SWOT. مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۱ (۴): ۱۱۳-۱۲۸.
- شماعی، ع. و ج. موسی‌وند. ۱۳۹۰. سطح بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیر ساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS و AHP. مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای. ۳ (۱۰): ۲۳-۴۰.
- قالباف، م. و م. شعبانی فرد. ۱۳۹۰. ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری برای توسعه گردشگری شهری بر اساس مدل‌های تصمیم‌گیری چند متغیره (مطالعه موردی: شهر سنندج). فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، ۲۶ (۲): ۱۷۱۴۲-۱۷۱۶۸.
- نصرتی، پ. احقر، م. و محمدی، ک. (۱۳۹۴). بررسی منابع طبیعی ایران و نقش آن در توسعه گردشگری (مطالعه‌ی موردی: استان‌های همدان، کرمانشاه و کردستان). سومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار.
- هادیانی، ز. احدنژاد، م. کاظمی زاد، ش. و ح. قنبری. ۱۳۹۱. برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری بر اساس تحلیل SWOT، مطالعه موردی: شهر شیراز. جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۳۳ (۳): ۱۱۲-۱۳۲.
- Fons, M., V. Sanagustin, Jose A. M. Fierro and M. Gomez Patino. ۲۰۱۱. rural tourism: A sustainable alternative, Applied Energy, Volume ۸۸, Issue ۲
- Higgins, F. ۲۰۰۶. More than an "industry": The forgotten power of tourism as a social force. Tourism Management, ۲۷: ۱۱۹۲-۱۲۰۸
- Jacquelin, M. Hamilton ERichard S. J. Tol. ۲۰۰۷. The Impact of climate change on tourism in Germany, the Uk and Ireland a simulation study, Reg Environ change ۲۰۰۷ ۷:۱۶۱-۱۷۲.
- Matzarakis. A. ۲۰۰۷. Assessment Method for Climate and Tourism Based on Daily Data. Development in Tourism Climatology. Pp ۵۲-۵۸.
- Rinzin, C., J. Waleter, V. Verneulen, and P. Glasbergen. ۲۰۰۷. Ecotourism as a mechanism for sustainable development the case of Bhutan. Environmental Sviences, ۴ (۲): ۱۰۹-۱۲۵.
- Sambrook R, Thomas R., Pigozzi B. ۲۰۰۵. Tourist Carrying Capacity Measures: Crowding Syndrome in the Caribbean, the Professional Geographer, and Vol. ۵۷, No. ۱.
- Scott, D. ۲۰۰۷. Implication of climat and environmental change for nature- based tourism in the Canadian Rocky Mountains: A case study of waterson lakes national park, tourism management, ۲۸.
- Shaw, G. and Williams M. A. ۲۰۰۴. "Tourism and Tourism Space", London: SAGE Publications
- Uzama, A. ۲۰۰۸. "Marketing Japans Tourism to the World", Paper Presented at the Annual Conference of British Association of Japense Studies in University of Manchester, ۱۱-۱۲ April

