

رتبه بندی شاخص های مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری با استفاده از مدل تحلیلی SWOT (مطالعه موردی: ناحیه صومعه سرا)

عفت ضیا^۱، علیرضا استعلاجی^۲، نصرالله فلاح تبار^۳

^۱ دانشجوی دکتری، گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهر ری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

^۲ استاد گروه جغرافیا، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهر ری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
(نویسنده مسئول)

^۳ دانشیار گروه جغرافیا، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهر ری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

نام نویسنده مسئول:

علیرضا استعلاجی

چکیده

امروزه گردشگری به یکی از مهم ترین محرک های اقتصادی در سطح بین المللی درآمده و کارشناسان مسائل اقتصادی، آن را در کنار بیمه و بانکداری به عنوان صنایع پویا و مهم قرن حاضر قلمداد می کنند. گردشگری پایدار را به عنوان رویکرد عملکردی برای حیات و کیفیت بلند مدت منابع طبیعی و انسانی تعریف می کنند. گردشگردی پایدار، نیازمند جلوگیری از تخریب و انحطاط سیستم های اجتماعی، فرهنگی و اکولوژیکی جامعه میزبان است و ساکنان بومی باید از منابع موجود ناحیه استفاده بهینه کنند. ناحیه صومعه سرا یکی از نواحی سرسبز، با توان محیطی بسیار استان گیلان است که در پژوهش حاضر به بررسی شاخص های مؤثر در توسعه پایدار گردشگری این ناحیه پرداخته شد. پژوهش حاضر از نظر روش، کتابخانه ای و پیمایشی مبتنی بر پرسشنامه است. راهبرد مناسب پیشنهادی برای توسعه گردشگری ناحیه استفاده از مدل تحلیلی SWOT است که در این راستا با بهره گیری بهینه و هدفمند از نقاط قوت و فرصت ها و همچنین با از بین بردن نقاط ضعف و تهدیدها، گامی مؤثر در جهت دستیابی توسعه گردشگری ناحیه برداشته می شود. نتایج نشان داد مولفه های تنوع محیط طبیعی و بکر بودن آنها و چشم اندازهای متنوع به عنوان مهم ترین نقطه قوت و نامناسب بودن زیرساخت های محیطی و کالبدی به عنوان مهم ترین نقطه ضعف و مولفه مستعد بودن جهت سرمایه گذاری به عنوان مهم ترین نقطه فرصت بیرونی و مولفه افزایش امکانات و خدمات تفریحی در مناطق گردشگری به عنوان مهم ترین عامل تهدید خارجی می باشد

واژگان کلیدی: توسعه روستایی، روستا، گردشگری روستایی، مدل SWOT

مقدمه

گردشگری عبارت است از مجموعه فعالیتهای فرد یا افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت می کنند و در دوره زمانی حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می کنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذراندن اوقات فراغت است. البته اهدافی نظیر اشتغال و کسب درآمد شامل آن نمی شود (حیدری، ۱۳۷۸). از دیدگاه سازمان جهانی گردشگری (WTO) گردشگری عبارت است از فعالیتهای افرادی که برای استراحت، کار و دلایل دیگر به خارج از محیط سکونت معمول خویش سفر کرده و حداکثر برای یک سال متوالی در آنجا اقامت می کنند. بر این اساس، انجام فعالیت توسط افراد در داخل کشور خودشان را «گردشگری داخلی یا بومی» و در خارج از کشورشان را «گردشگری بین المللی» می نامند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰). توسعه پایدار مفهوم جامعی است که همه جنبه های زندگی بشر را در بر می گیرد و اجرای توسعه پایدار مستلزم دگرگونیهای وسیع در همه جنبه هاست. بر این اساس توسعه پایدار فرآیندی است که سیاستهای طبیعی، اجتماعی، کالبدی، اقتصادی، مالی، تجاری، انرژی، کشاورزی، صنعتی و همه سیاستهای دیگر چنان در آن طراحی شده باشد که موجب توسعه می شود که از نظراقتصادی، اجتماعی و بوم شناسی پایدار باشد. به عبارت دیگر توسعه پایدار به معنای مدیریت و حفاظت منابع طبیعی و جهت دادن به تحولات اقتصادی و نهادی است به ترتیبی که نیازهای حال و آینده به صورت مستمر و پایدار تأمین گردد (استعلاجی، ۱۳۸۰). توسعه پایدار گردشگری با مفاهیم توسعه پایدار و گردشگری پایدار در ارتباط است. توسعه پایدار در گردشگری می تواند به تنهایی توسط یک واحد صورت پذیرد. بنابراین می بایست در جستجوی عواملان برای تحقق توسعه پایدار بود. در این رابطه پیش زمینه های فرهنگی نیز می بایست در نظر گرفته شود. گردشگری پایدار رسماً می تواند در یک محیط در زمان نامحدود ادامه یابد و از نظر انسانی و فیزیکی به محیط زیست صدمه نزند و تا بدان حد فعال باشد که به توسعه سایر فعالیتهای فرایندهای اجتماعی لطمه ای وارد نیارد (باتلر، ۲۰۰۰).

از نظر سازمان جهانی جهانگردی، زمانی گردشگری پایدار است که همزمان با حفظ و افزایش فرصت ها برای آینده، نیازهای مناطق میزبان و گردشگران حاضر را تأمین می کند (ضرغام بروجنی، ۱۳۸۹). یکی از اصول عمومی استراتژی های گردشگری پایدار چنین است که گردشگری هم باید سود برساند و هم باید مطابق با آرزوها و خواسته های مردم محلی هدایت شود (قدمی و غلامیان بابی، ۱۳۹۳). گردشگری پایدار به نوعی از گردشگری اشاره دارد که به مدیریت تمامی منابع منجر می شود به شیوه ای که ضمن رعایت شئون فرهنگی به فرایندهای زیست محیطی، تنوع عوامل زیست محیطی و نظام های حمایتی زندگی نیز توجه شود. برای این منظور باید شاخص هایی تعریف نمود که از طریق آنها بتوان میزان پایداری گردشگری را ارزیابی کرد. این شاخص ها شامل زمینه های کلی «ارتباط میان گردشگر و محیط»، «تأثیر عوامل محیطی بر گردشگری» و «آثار گردشگری بر محیط» است (رنجبران و زاهدی، ۱۳۸۸).

امروزه صنعت جهانگردی در بسیاری از کشورها، نمود هویت فرهنگی یک کشور و یکی از منابع مهم کسب ارز است (تقوایی و همکاران، ۱۳۸۹). توسعه صنعت توریسم برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند از اهمیت فراوانی برخوردار است (صباح کرمانی و امیریان، ۱۳۷۹). گردشگری پدیده قرن است و نمی توان آن را نادیده گرفت، بلکه باید بدان به مثابه پدیده ای نگریست که (خوب یا بد) وجود داشته و در بر گیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و سرزمین با ظرفیت گردشگری و فراغت و کنش متقابل میان آنهاست که در فضای جغرافیایی آثار مختلفی برجای می نهد (Briedenhann 2004). گردشگری بخش عمده ای از اقتصاد جهانی را تشکیل می دهد و یکی از بزرگترین صنایع جهان می باشد (wto 1999) و پیش بینی می شود که تا سال ۲۰۲۰ گردشگران بین المللی به تعداد ۱/۶ میلیارد نفر برسد و گردش مالی ناشی از آن بیش از ۲ تریلیون دلار در سراسر دنیا باشد (wto 1998). همچنین به عنوان یکی از سود آورترین صنعت جهان شناخته می شود به طوری که به آن صادرات نامرئی می گویند (نجفی کانی و همکاران، ۱۳۸۸). در واقع صنعت گردشگری را باید پدیده نو دانست که آغاز آن به اوایل قرن نوزدهم میلادی بر می گردد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶). گردشگری روستایی می تواند فرصتها و امکاناتی را به ویژه برای اشتغال و درآمد روستایی ایجاد کند، نقش گردشگری در فرایند توسعه روستایی در بسیاری از کشورها به اثبات رسیده است. هم اکنون صنعت گردشگری روستایی به عنوان صنعتی که بالقوه دارای پایداری است قلمداد می شود (عزیزی، ۱۳۹۱). در پژوهش حاضر که حاصل مطالعات میدانی بوده، ابتدا به شناخت توانمندیها، پتانسیل ها و محدودیت های گردشگری پرداخته شده است. زیرا این بررسی می تواند تأثیرسازنده ای در برنامه ریزی مناسب برای توسعه گردشگری ناحیه مورد مطالعه و رفع مسایل و مشکلات داشته باشد. بنابراین در این پژوهش سعی شده تا ضمن پاسخگویی به طرح این سوال که پتانسیل ها و محدودیت های توسعه گردشگری ناحیه کدامند، چه راهبردها و راهکارهایی می تواند منجر به توسعه گردشگری ناحیه مورد مطالعه شود، به بررسی و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها از دیدگاه افراد ذینفع و مشارکت کنندگان در جهت توسعه گردشگری روستا پرداخته و در نهایت با توجه به دیدگاهها و نظرات گردشگران و اهالی، با استفاده از مدل تحلیلی SWOT، راهبردهای مناسبی در راستای توسعه گردشگری به منظور بهره گیری بهینه و هدفمند از نقاط قوت و فرصت ها در جهت از بین بردن نقاط ضعف و تهدیدهای روستا ارائه گردد.

مواد و روش ها

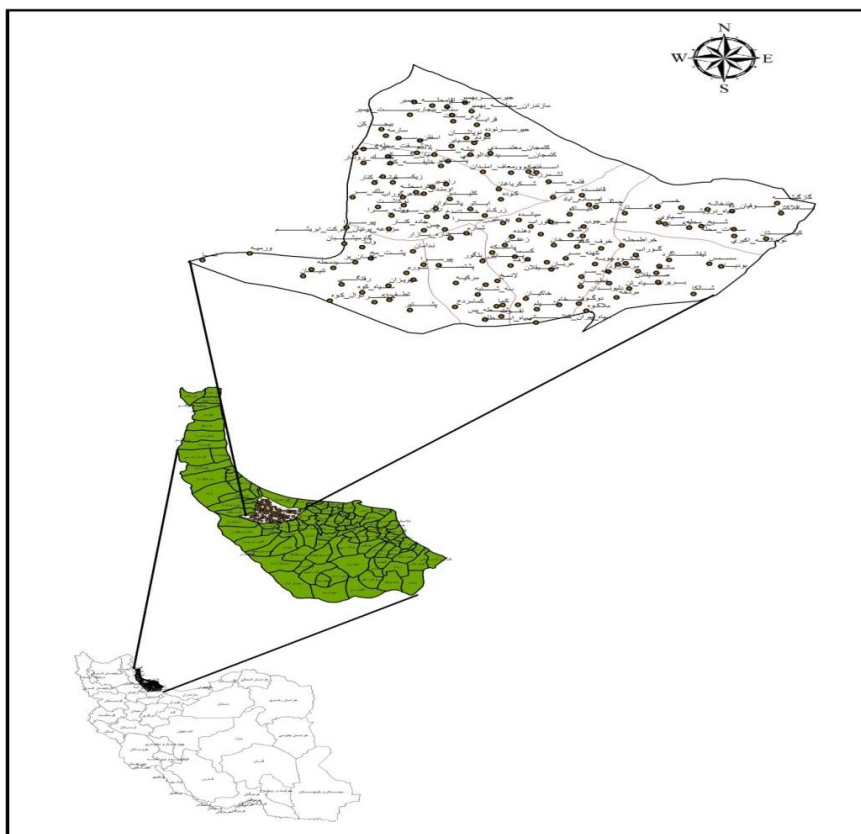
پژوهش حاضر بر اساس هدف، در دسته تحقیقات کاربردی و مطالعه اکتشافی قرار دارد که در صدد شناسایی توان های توسعه پایدار گردشگری در ناحیه صومعه سرای استان گیلان می باشد. اکتشافات بر اساس مطالعه، مصاحبه های میدانی و مشاهده می باشد. این تحقیق بر اساس ماهیت داده ها یک تحقیق کیفی است، «تحقیقات کیفی، توصیفی است که در آن محقق به فرایند معنی و درک حاصل از واژگان و تصاویر تمایل دارد. محقق عملاً به سوی مردم می رود، وضعیت مکانها و یا موسسات را مشاهده کرده و یا رفتارهای مردم را در حد شرایط طبیعی ثبت می کند» (ازکیا و دربان آستانه، ۱۳۸۲).

برای دستیابی به این اهداف، ابتدا با بهره گیری از اطلاعات ثانوی به بررسی وضعیت گردشگری ناحیه پرداخته و سپس با استفاده از روش تحلیلی SWOT، با توجه به مشارکت مردم و مسئولین از طریق مصاحبه و تکمیل پرسشنامه و نظر سنجی، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای گردشگری شناسایی و به وزن دهی آنها پرداخته شد. سپس اولویت ها به طور مجزا در هر بخش مشخص و در انتها باتوجه به یافته های استراتژی، به تقویت نقاط قوت و فرصت ها و همچنین تقلیل نقاط ضعف و تهدیدها پرداخته شد.

جامعه آماری مطالعه شده را دو گروه تشکیل می دهند که با استفاده از روش کوکران برای خانوار روستایی ۳۸۰ خانوار و برای گردشگران تعداد ۱۹۲ نفر به عنوان نمونه انتخاب شد و از نظرات آنها جهت تکمیل پرسشنامه استفاده گردید.

محدوده مورد مطالعه

ناحیه صومعه سرا در مختصات جغرافیایی ۳۷ درجه و ۱۵ دقیقه تا ۳۷ درجه و ۲۹ دقیقه عرض شمالی از خط استوا و ۴۹ درجه و ۲ دقیقه تا ۴۹ درجه و ۳۱ دقیقه طول شرقی از نصف النهار مبداء واقع شده است. ناحیه صومعه سرا از نواحی غربی استان گیلان است که از شمال به تالاب، از جنوب به شهرستان فومن، از شرق به شهرستان رشت و از غرب به شهرستان ماسال محدود است (سازمان مدیریت و برنامه ریزی، ۱۳۹۰) (شکل ۱). ناحیه صومعه سرا با وسعت ۶۳۲/۶ کیلومتر مربع و بر اساس آخرین تقسیمات کشوری دارای سه بخش مرکزی، تولمات و میرزا کوچک جنگلی و هفت دهستان کسماء، طاهرگوراب، ضیابر، هنده خاله، تولم (لیف شاگرد)، گوراب زرمیخ، مرکیه و دارای سه شهر صومعه سرا، مرجفل، گوراب زرمیخ و تعداد ۱۵۱ روستا می باشد (فاخته، ۱۳۸۶).



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

یافته های تحقیق

- عوامل موثر درونی برگردشگری:

هدف این مرحله سنجش محیط داخلی ناحیه مورد مطالعه جهت شناسایی نقاط قوت و ضعف می باشد، یعنی جنبه هایی که در راه دستیابی به اهداف برنامه ریزی و توسعه، مساعد یا بازدارنده است (رضایی و رحمانی، ۱۳۸۶: ۵۰). از این رو این نقاط قوت و ضعف در قالب ابعاد توسعه مناطق (اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، طبیعی، کالبدی و نهادی) به شرح جدول (۱) تقسیم بندی شد.

جدول ۱. ماتریس عوامل داخلی موثر بر برگردشگری ناحیه مورد مطالعه

ابعاد	(S) نقاط قوت	(W) نقاط ضعف
مکانی	-تنوع محیط طبیعی و بکر بودن آنها و چشم انداز های متنوع جغرافیایی -داشتن محیط مناسب و آرام برای استراحت -آب و هوای مطبوع در طول سال -وجود سایت های طبیعی در ناحیه	-نامناسب بودن زیر ساخت های محیطی و کالبدی -نبود راه مناسب جهت دست رسی به منطقه -عدم وجود زیرساخت های محیطی و کالبدی در منطقه
اجتماعی	-وجود امنیت برای گردشگران -حس مهمان نوازی در ناحیه مورد مطالعه -آثار تاریخی و میراث فرهنگی -برگزاری جشنواره های فرهنگی در ناحیه	-نبود تابلوها و علائم راهنمایی و رانندگی -عدم وجود نقشه های گردشگری -ضعف در فرهنگ گردشگر پذیری -عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی در منطقه -عدم تمایل مردم در واگذاری زمین به سرمایه گزاران بخش خصوصی
اقتصادی	-وجود محصولات باغی و زراع -وجود بازارهای محلی برای عرضه تولیدات سنتی به گردشگران -مستعد بودن ناحیه جهت سرمایه گذاری و برنامه ریز گردشگری	-نبود امکانات رفاهی در سایت های گردشگری -کمبود تسهیلات بهداشتی و درمانی و خدماتی
فرهنگی و تاریخی	-علاقه مندی مدیران محلی به فرهنگ و توسعه اشتغال زایی -وجود اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در ناحیه جهت حمایت از میراث باستانی و تاریخی	-عدم هماهنگی با سازمان های مرتبط در زمینه گردشگری با مردم -ضعف مدیریتی و فقدان ثبات در مدیریت

- عوامل موثر خارجی بر برگردشگری:

هدف این مرحله سنجش محیط خارجی ناحیه مورد مطالعه جهت شناسایی نقاط فرصت و تهدیدهایی است که ناحیه در ارتباط با گسترش توریسم با آن مواجه است (رکن الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵: ۱۰). بر این اساس فرصت ها و تهدیدهای موثر بر ناحیه مورد مطالعه در قالب ابعاد توسعه منطقه (اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، طبیعی، کالبدی و نهادی) در جدول (۲) فهرست شده است.

جدول ۲. ماتریس عوامل داخلی موثر بر برگردشگری ناحیه مورد مطالعه

فرصت (O)	تهدید (T)
-وجود نواحی تفریحی -وجود پتانسیل و استعداد اکوتوریستی -واقع شدن در مسیر ارتباطی بزرگراه رشت آستارا اردبیل	-از بین رفتن و تخریب محیط (پوشش مرتعی، جنگلی و باغی) -آلودگی منابع آب و خاک در منطقه -تغییر کاربری اراضی کشاورزی و باغی به کاربری مسکونی

اجتماعی	-افزایش انگیزه مسافرت و تفریح در مردم -عدم ارائه خدمات و تسهیلات مناسب به گردشگران از سوی مناطق رقیب	-از بین رفتن فرهنگ محلی و دگرگون شدن آن -افزایش امکانات و خدمات تفریحی در مناطق گردشگری -افزایش جمعیت و شلوغ شدن منطقه با رشد گردشگری
اقتصادی	-اشتغال زایی در سطح ناحیه -مستعد بودن جهت سرمایه گذاری -سرمایه گذاری بخش خصوصی در ناحیه	-امکان از بین رفتن اصالت کارهای هنری و صنایع دستی وابسته به میراث تاریخی و فرهنگی -افزایش قیمت زمین و گرانی خدمات در ناحیه
مدیریت و نهادی	-وجود نهادهای دولتی در ناحیه و ارائه تسهیلات و خدمات زیر بنایی -ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری در ناحیه	-عدم وجود نیروهای متخصص و با تجربه در ناحیه -عدم وجود برنامه ها تورگردانی در ناحیه -فقدان طرح و برنامه لازم برای گردشگری

- تحلیل نقاط قوت، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدها

بعد از شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدات با استفاده از مطالعات میدانی و انجام مصاحبه، تعداد ۱۳ نقطه قوت داخلی در برابر ۱۲ ضعف داخلی و تعداد ۱۰ فرصت خارجی و ۱۱ تهدید خارجی در ناحیه صومعه سرا شناسایی و بررسی شد. لذا در یک جمع بندی و تحلیل ساده می توان گفت که با توجه به وجود نقاط قوت و فرصت، میزان تهدیدها و ضعف ها نیز بسیار بالاست و ناحیه به لحاظ توسعه گردشگری از سطح آسیب پذیری برخوردار است و برنامه ریزی درست و منطقی در سطح ناحیه امری الزامی است. جهت وزن دهی و اولویت بندی این عوامل چهارگانه پرسش نامه هایی بین دو گروه سرپرست خانوار (مردم) و مسئولین و مدیران اجرایی توزیع گردید. معیار و سنجش هر یک از عوامل فوق به این صورت بود که برای هر عامل دامنه ای از (۱) تا (۵) درجه بندی شد که (۱) به معنای اهمیت خیلی کم، (۲) به معنای اهمیت کم، (۳) به معنای اهمیت متوسط، (۴) به معنای اهمیت زیاد و (۵) به معنای اهمیت خیلی زیاد آن عامل در توسعه توریسم در سطح ناحیه مورد مطالعه می باشد. سپس بر اساس اطلاعات داده های گرد آوری شده بر حسب مجموعه وزن های به دست آمده، میانگین رتبه ای وزن ها مورد تجزیه و تحلیل و محاسبه قرار گرفته و به منظور درجه بندی و اولویت بندی در درون دسته ها و گروه های مختلف، مدل SWOT به کار گرفته شد. در این قسمت از جمع دامنه های ۱ تا ۵ برای هر عامل مجموع وزن ها به دست آمد و از تقسیم مجموع وزن ها بر تعداد جامعه آماری در هر گروه مشارکت کننده میانگین رتبه ای مورد محاسبه قرار گرفت و سپس بر اساس میانگین رتبه ای هر کدام از عوامل رتبه بندی شد. بنابراین با توجه به نظرات ارائه شده و محاسبات انجام شده بر روی این نظرات به منظور اولویت بندی آنها اقدام به تشکیل جدول (۳) گردید که بیانگر مجموع وزن های داده شده، میانگین رتبه ای و رتبه هر یک از نقاط قوت، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدها از دیدگاه دو گروه پاسخ دهنده می باشد. با توجه به جدول (۳) به بررسی و تحلیل هر یک از نقاط قوت، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدها از نقطه نظر دو گروه مشارکت کننده در این تحقیق پرداخته شد:

خانوار روستایی: تحلیل SWOT نشان می دهد که از نظر خانوار روستایی، مولفه های تنوع محیط طبیعی و بکر بودن آنها و چشم انداز های متنوع با مجموع وزن ۱۷۰۶/۲ و میانگین رتبه ای ۴/۴۹ به عنوان مهم ترین نقطه قوت داخلی و در مقابل وجود بازارهای محلی برای عرضه تولیدات سنتی به گردشگران با مجموع وزن ۹۰۸/۲ و میانگین رتبه ای ۲/۳۹ به عنوان کم اهمیت ترین نقطه قوت داخلی مطرح است. همچنین مولفه ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه با مجموع وزن ۱۶۷۹/۶ و میانگین رتبه ای ۴/۴۲ به عنوان مهم ترین فرصت بیرونی، در مقابل مولفه سرمایه گذاری بخش خصوصی در ناحیه با مجموع وزن ۱۰۸۶/۸ و میانگین رتبه ای ۲/۸۶ به عنوان کم اهمیت ترین نقطه فرصت بیرونی مطرح است. در مورد نقاط ضعف درونی، خانوار روستایی معتقدند نامناسب بودن زیر ساختهای محیطی و کالبدی با مجموع وزن ۱۵۶۹/۴ و میانگین رتبه ای ۴/۱۳ به عنوان مهم ترین ضعف داخلی و مولفه ضعف در فرهنگ گردشگری با میانگین ۱۱۳۲/۴ و میانگین رتبه ای ۲/۹۸ کمترین اولویت را در میان نقاط ضعف داخلی دارد. همچنین از دیدگاه خانوار روستایی مولفه فقدان طرح و برنامه لازم برای گردشگری با مجموع وزن ۱۶۷۹/۶ و میانگین رتبه ای ۴/۴۲ به عنوان مهم ترین تهدید بیرونی و از مولفه های افزایش جمعیت و شلوغ شدن منطقه با رشد گردشگری با مجموع وزن ۱۱۲۱ و میانگین رتبه ای ۲/۹۵ به عنوان کم اولویت ترین تهدید در زمینه توسعه گردشگری است.

گردشگران: تحلیل SWOT نشان می دهد که از نظر گردشگران مولفه های تنوع محیط طبیعی و بکر بودن آنها و چشم اندازهای متنوع با مجموع وزن ۸۷۳/۶ و میانگین رتبه ای ۴/۵۵ به عنوان مهم ترین نقطه قوت داخلی و در مقابل وجود اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با مجموع وزن ۵۹۹/۰۴ و میانگین رتبه ای ۳/۱۲ به عنوان کم اهمیت ترین نقطه قوت داخلی مطرح است. همچنین مولفه سرمایه

گذاری بخش خصوصی در ناحیه با مجموع وزن ۷۳۳/۴۴ و میانگین رتبه ای ۳/۸۳ به عنوان مهمترین فرصت بیرونی، درمقابل مولفه وجود نهادهای دولتی در ناحیه و ارائه تسهیلات و خدمات زیربنایی با مجموع وزن ۵۶۸/۳۲ و میانگین رتبه ای ۲/۹۶ به عنوان کم اهمیت ترین نقطه فرصت بیرونی مطرح است. در مورد نقاط ضعف درونی، خانوار روستایی معتقدند ضعف مدیریتی و فقدان ثبات در مدیریت با مجموع وزن ۹۲۱/۶ و میانگین رتبه ای ۴/۲۸ به عنوان مهم ترین ضعف داخلی و مولفه عدم تمایل مردم در واگذاری زمین به سرمایه گزاران بخش خصوصی با میانگین ۵۷۴/۰۸ و میانگین رتبه ای ۲/۹۹ کمترین اولویت را در میان نقاط ضعف داخلی دارد. همچنین از دیدگاه خانوار روستایی مولفه آلودگی منابع آب و خاک در منطقه با مجموع وزن ۷۶۴/۱۶ و میانگین رتبه ای ۳/۹۸ مهم ترین تهدید بیرونی و مولفه های تغییر کاربری اراضی کشاورزی و باغی به کاربری مسکونی با مجموع وزن ۵۷۲/۱۶ و میانگین رتبه ای ۲/۹۸ به عنوان کم اولویت ترین تهدید در زمینه توسعه گردشگری است.

جدول ۳. اولویت بندی نهایی موثر (نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید) در توسعه گردشگری از دو دیدگاه متفاوت

گردشگران			خانوار روستایی			تحلیل SWOT
رتبه	میانگین رتبه ای	مجموع وزن ها	رتبه	میانگین رتبه ای	مجموع وزن ها	
۱	۴/۵۵	۶۰/۸۷۳	۲	۴/۴۹	۱۷۰۶/۲	s1=تنوع محیط طبیعی و بکر بودن آنها و چشم انداز های متنوع
۳	۴/۳۲	۴۴/۸۲۹	۱	۴/۵۰	۱۷۱۰	s2=داشتن محیط مناسب و آرام برای استراحت
۲	۴/۳۶	۶۴۵/۱۲	۳	۴/۴۶	۱۶۹۴/۸	s3=آب و هوای مطبوع در طول سال
۹	۳/۳۹	۸۸/۶۵۰	۸	۳/۸۶	۱۴۶۶/۸	s4=وجود سایت های طبیعی در ناحیه
۷	۳/۷۶	۰۰/۷۲۰	۷	۳/۸۹	۱۴۷۸/۲	s5=وجود امنیت برای گردشگران
۵	۳/۹۹	۰۸/۷۶۶	۶	۳/۹۸	۱۵۱۲/۴	s6=حس مهمان نوازی در ناحیه مورد مطالعه
۳	۴/۱۶	۷۲/۷۹۸	۴	۴/۳۲	۱۶۴۱/۲	s7=آثار تاریخی و میراث فرهنگی
۴	۴/۱۲	۰۴/۷۹۱	۱۱	۲/۸۵	۱۰۸۳/۸	s8=برگزاری جشنواره های فرهنگی در ناحیه
۶	۳/۷۸	۷۶/۷۲۵	۵	۴/۳	۱۶۳۴	s9=وجود چشم انداز زیبا و منحصر به فرد
۸	۳/۷۵	۰۰/۷۲۰	۱۳	۲/۳۹	۹۰۸/۲	s10=وجود بازارهای محلی برای عرضه تولیدات سنتی به گردشگران
۱۱	۳/۱۸	۶۵/۶۱۰	۹	۳/۱۵	۱۱۹۷	s11=مستعد بودن ناحیه جهت سرمایه گذاری و برنامه ریز گردشگری
۱۲	۳/۱۶	۷۲/۶۰۶	۱۰	۲/۹۱	۱۱۰۵/۸	s12=علاقه مندی مدیران محلی به فرهنگ و توسعه اشتغال زایی
۱۳	۳/۱۲	۰۴/۵۹۹	۱۲	۲/۸۱	۱۰۶۷/۸	s13=وجود اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
۷	۳/۸۸	۷۴۴/۹۶	۱	۴/۱۳	۱۵۶۹/۴	w1=نامناسب بودن زیر ساختهای محیطی و کالبدی
۸	۳/۶۹	۷۰۸/۴۸	۷	۳/۹۷	۱۵۰۸/۶	w2=نبود راه مناسب جهت دسترسی به منطقه
۴	۴/۰۶	۷۷۹/۵۲	۵	۴/۱۲	۱۵۶۵/۶	w3=عدم وجود زیرساختها محیطی و کالبدی در منطقه
۱۲	۳/۹۹	۷۶۶/۴۰	۸	۳/۹۶	۱۵۰۴/۸	w4=عدم وجود نقشه های گردشگری
۱۰	۳/۴۵	۶۶۲/۴۰	۴	۴/۲۴	۱۶۱۱/۲	w5=نبود تابلوها و علائم راهنمایی و رانندگی
۹	۳/۴۶	۶۶۴/۳۲	۱۲	۲/۹۸	۱۱۳۲/۴	w6=ضعف در فرهنگ گردشگر پذیری
۲	۴/۴۴	۸۵۲/۴۸	۲	۴/۳۶	۱۶۵۶/۸	w7=عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی در منطقه
۱۲	۲/۹۹	۵۷۴/۰۸	۱۱	۳/۱۳	۱۱۸۹/۴	w8=عدم تمایل مردم در واگذاری زمین به سرمایه گزاران بخش خصوصی
۳	۴/۲۳	۸۱۲/۱۶	۹	۳/۷۵	۱۴۲۵	w9=نبود امکانات رفاهی در سایتهای گردشگری
۵	۴/۰۲	۷۷۱/۸۴	۶	۳/۹۷	۱۵۰۸/۶	w10=کمبود تسهیلات بهداشتی و درمانی و خدماتی
۱	۴/۸۰	۹۲۱/۶۰	۳	۴/۲۴	۱۶۱۱/۲	w11=ضعف مدیریتی و فقدان ثبات در مدیریت
۱۱	۳/۲۳	۶۲۰/۱۶	۱۰	۳/۶۸	۱۳۹۸/۴	w12=عدم هماهنگی با سازمانهای مرتبط در زمینه گردشگری با مردم

ادامه جدول ۳. اولویت بندی نهایی موثر (نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید) در توسعه گردشگری از دو دیدگاه متفاوت

گردشگران			مردم محلی			تحلیل SWOT
رتبه	میانگین رتبه ای	مجموع وزن ها	رتبه	میانگین رتبه ای	مجموع وزن ها	
۲	۴/۳	۸۲۵/۶	۴	۴/۱۹	۱۵۸۸/۴	01=وجود نواحی تفریحی
۹	۳/۶۳	۶۹۶/۹۶	۵	۴/۱۳	۱۵۶۹/۴	02=وجود پتانسیل و استعداد اکوتوریستی
۳	۴/۰۹	۷۸۵/۲۸	۳	۴/۱۸	۱۵۸۸/۴	03=واقع شدن در مسیر ارتباطی بزرگراه رشت استارا اردبیل
۷	۳/۸۶	۷۴۱/۱۲	۹	۳/۶۲	۱۳۷۵/۶	04=افزایش انگیزه مسافرت و تفریح در مردم
۶	۳/۹۹	۷۸۶/۰۸	۶	۳/۹۶	۱۵۰۴/۸	05=عدم ارائه خدمات و تسهیلات مناسب به گردشگران از سوی مناطق
۵	۴/۰۶	۷۷۹/۵۲	۷	۳/۶۹	۱۴۰۲/۲	06=اشتغال زایی در سطح ناحیه
۴	۴/۰۸	۷۸۳/۳۶	۲	۴/۳۴	۱۶۴۹/۲	07=مستعد بودن جهت سرمایه گذاری
۱	۴/۳۲	۸۲۹/۴۴	۱۰	۲/۸۶	۱۰۸۶/۸	08=سرمایه گذاری بخش خصوصی در ناحیه
۱۰	۲/۹۶	۵۶۸/۳۲	۸	۳/۶۶	۱۳۹۰/۸	09=وجود نهادهای دولتی در ناحیه و ارائه تسهیلات و خدمات زیر بنایی
۸	۳/۸۲	۷۳۳/۴۴	۱	۴/۴۲	۱۶۷۹/۶	010=ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه
۹	۳/۰۴	۵۸۳/۶۸	۲	۴/۱۲	۱۵۶۵/۶	T1=ازبین رفتن و تخریب محیط (پوشش مرتعی، جنگلی و باغی)
۱	۳/۹۸	۷۶۴/۱۶	۶	۳/۸۲	۱۴۵۱/۶	T2=آلودگی منابع آب و خاک در منطقه
۱۱	۲/۹۸	۵۷۲/۱۶	۵	۳/۸۶	۱۴۶۶/۸	T3=تغییر کاربری اراضی کشاورزی و باغی به کاربری مسکونی
۵	۳/۶۲	۶۹۵/۰۴	۷	۳/۵۶	۱۳۵۲/۸	T4=از بین رفتن فرهنگ محلی و دگرگون شدن آن
۱۰	۳/۰۱	۵۷۷/۶۸	۸	۳/۰۱	۱۱۴۳/۸	T5=افزایش امکانات و خدمات تفریحی در مناطق گردشگری
۴	۳/۶۶	۷۰۲/۷۲	۱۱	۲/۹۵	۱۱۲۱	T6=افزایش جمعیت و شلوغ شدن منطقه با رشد گردشگری
۶	۳/۴۴	۶۶۰/۴۸	۹	۲/۹۷	۱۱۲۸/۶	T7=امکان از بین رفتن اصالت کارهای هنری و صنایع دستی وابسته
۲	۳/۹۷	۱۸۶/۲۴	۱۰	۲/۹۶	۱۱۲۴/۸	T8=افزایش قیمت زمین و گرانی خدمات در ناحیه
۷	۳/۳۷	۶۴۷/۰۴	۳	۳/۹۴	۱۴۹۷/۲	T9=عدم وجود نیروهای متخصص و با تجربه در ناحیه
۸	۳/۱۴	۶۰۲/۸۸	۴	۳/۸۸	۱۴۷۴/۴	T10=عدم وجود برنامه ها تورگردانی در ناحیه
۳	۳/۹۶	۷۶۰/۳۲	۱	۴/۴۲	۱۶۷۹/۶	T11=فقدان طرح و برنامه لازم برای گردشگری

جمع بندی دیدگاه ها و اولویت بندی نهایی از تحلیل SWOT

با توجه به نتایج به دست آمده از ماتریس SWOT اقدام به تشکیل جدول (۴) گردیده که بیانگر اولویت بندی و رتبه بندی هر یک از مولفه ها از دیدگاه های دو گروه مشارکت کننده در این تحقیق می باشد. برای رتبه بندی و اولویت بندی نهایی عوامل داخلی و خارجی موثر بر توسعه گردشگری ناحیه صومعه سرا از نظرات دو گروه مشارکت کننده مانند مردم محلی و گردشگران این منطقه استفاده شد که در اینجا وزن نسبی برای اولویت بندی نهایی مولفه محاسبه نشده، بلکه با توجه به مجموع وزن ها و از جمع دو میانگین رتبه ای تقسیم بر دو رتبه نهایی بدست آمده است. با توجه به محاسبات انجام شده این نتیجه به دست آمد که مولفه های تنوع محیط طبیعی و بکر بودن آنها و چشم انداز های متنوع به عنوان مهم ترین نقطه قوت و نامناسب بودن زیر ساخت های محیطی و کالبدی به عنوان مهم ترین نقطه ضعف و مولفه های مستعد بودن جهت سرمایه گذاری به عنوان مهم ترین نقطه فرصت بیرونی و مولفه افزایش امکانات و خدمات تفریحی در مناطق گردشگری به عنوان مهم ترین عامل تهدید خارجی می باشد.

جدول ۴- ارائه استراتژی های توسعه گردشگری منطقه ای بر اساس تحلیل SWOT

اولویت بندی نقاط قوت (S)	اولویت بندی نقاط ضعف (W)	اولویت بندی نقاط فرصت (O)	اولویت بندی نقاط تهدید (T)
S1= تنوع محیط طبیعی و بکر بودن آنها و چشم اندازهای متنوع	W1= نامناسب بودن زیر ساختهای محیطی و کالبدی	O1= مستعد بودن جهت سرمایه گذاری	T1= افزایش امکانات و خدمات تفریحی در مناطق گردشگری
S2= داشتن محیط مناسب و آرام برای استراحت	W2= ضعف مدیریتی فقدان ثبات در مدیریت	O2= وجود نواحی تفریحی	T2= فقدان طرح و برنامه لازم برای گردشگری
S3= آثار تاریخی و میراث فرهنگی	W3= عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی در منطقه	O3= ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه	T3= آلودگی منابع آب و خاک در منطقه
S4= وجود چشم انداز زیبا و منحصر به فرد	W4= عدم وجود زیرساختها محیطی و کالبدی در منطقه	O4= واقع شدن در مسیر ارتباطی بزرگراه رشت استارا اردبیل	T4= از بین رفتن و تخریب محیط پوشش مرتعی، جنگلی و باغی
S5= آب و هوای مطبوع در طول سال	W5= کمبود تسهیلات بهداشتی و درمانی و خدماتی	O5= عدم ارائه خدمات و تسهیلات مناسب به گردشگران از سوی مناطق	T5= عدم وجود نیروهای متخصص و با تجربه در ناحیه
S6= حس مهمان نوازی در ناحیه مورد مطالعه	W6= نبود تابلوها و علائم راهنمایی و رانندگی	O6= وجود پتانسیل و استعداد اکوتوریستی	T6= عدم وجود برنامه ها تورگردانی در ناحیه
S7= وجود امنیت برای گردشگران	W7= عدم وجود نقشه های گردشگری	O7= اشتغال زایی در سطح ناحیه	T7= از بین رفتن فرهنگ محلی و دگرگون شدن آن
S8= وجود سایت های طبیعی در ناحیه	W8= نبود امکانات رفاهی سایتهای گردشگری در	O8= افزایش انگیزه مسافرت و تفریح در مردم	T8= تغییر کاربری اراضی کشاورزی و باغی به کاربری مسکونی
S9= بر گزاری جشنواره های فرهنگی در ناحیه	W9= نبود راه مناسب جهت دست رسی به منطقه	O9= وجود نهادهای دولتی در ناحیه و ارائه تسهیلات و خدمات زیر بنایی	T9= افزایش جمعیت و شلوغ شدن منطقه با رشد گردشگری
S10= مستعد بودن ناحیه جهت سرمایه گذاری و برنامه ریز گردشگری	W10= عدم هماهنگی با سازمانهای مرتبط در زمینه گردشگری با مردم	O10= سرمایه گذاری بخش خصوصی در ناحیه	T10= امکان از بین رفتن اصالت کارهای هنری و صنایع دستی وابسته

۱۱	T11=افزایش قیمت زمین و گرانی خدمات در ناحیه		۱۱	W11=ضعف در فرهنگ گردشگر پذیری	۱	S11=علاقه مندی مدیران محلی به فرهنگ و توسعه اشتغال زایی
			۱۲	W12=عدم تمایل مردم در واگذاری زمین به سرمایه گزاران بخش خصوصی	۱ ۲	S12=وجود اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
					۱ ۳	S13=وجود بازارهای محلی برای عرضه تولیدات سنتی به گردشگران

-استراتژی رقابتی / تهاجمی (s)

در استراتژی تهاجمی که تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت بیرونی است، موارد زیر برای بهره برداری از برتریهای موجود به منظور توسعه گردشگری ارائه می شود:

- تاکید بر توسعه گردشگری طبیعی و بومی، به دلیل وجود مزیت های نسبی برای توسعه ناحیه؛
- استفاده از شرایط جوی مناسب (اقلیم، آب و هوای مناسب) به منظور برگزاری تورهای گردشگری جهت انجام ورزش ها و فعالیت های توریستی نظیر کوهنوردی، و بازدید از اماکن تاریخی، مذهبی و طبیعی در بستری مناسب؛
- ایجاد هماهنگی میان نهادها و بخش های مختلف مرتبط برای یکپارچه سازی کارکردهای گردشگری؛
- استفاده از فرصت افزایش توجه دولت و بخش خصوصی به سرمایه گذاری و برنامه ریزی در بخش های گردشگری به منظور توسعه فعالیت های جهانگردی مبتنی بر مناطق دیدنی، پارک های طبیعی و خصوصیات بارز فرهنگی؛
- تمرکز عمده فعالیت های گردشگری بر بهره برداری از منابع و جاذبه های موجود و بلا استفاده گردشگری.

- استراتژی تنوع (ST)

در این استراتژی ها، تنوع بخشی بر نقاط قوت درونی و تهدید بیرونی متمرکز است. موارد زیر به منظور تامین پاره ای از نیازمندیهای منطقه ای، برای رفع تهدیدها ارائه می شود:

- تنوع بخشی به امکانات و خدمات توریستی برای بهره برداری از منابع و جاذبه های طبیعی، فرهنگی، تاریخی و مذهبی در منطقه به منظور جلب رضایت گردشگران، با مطلع ساختن گردشگران درباره جامعه محلی به منظور حفظ فرهنگ محلی؛
- تنوع بخشی و توسعه برنامه تبلیغاتی برای معرفی جاذبه های تاریخی، طبیعی و انسانی، ویژگی های بارز فرهنگی، معماری و آداب و رسوم بومی منطقه؛
- گسترش برنامه های آموزشی و تربیتی از طریق توسعه واحدهای آموزشی در جهت آموزش نیروهای متخصص به منظور توسعه فعالیت های توریستی اعم از طبیعی، تاریخی و مذهبی متناسب با منطقه؛
- تامین امنیت مکان های گردشگری منطقه برای جلوگیری از بروز تخلفات اجتماعی؛
- تاکید بر توریسم طبیعی و اکوتوریسم به دلیل وجود مزیت های نسبی برای توسعه این توریسم در منطقه جهت افزایش توان رقابت با مناطق تفریحی رقیب.

- استراتژی بازنگری (WO)

- در این استراتژی بازنگری، ضمن تاکید بر نقاط ضعف درونی سعی بر آن است تا با بهره گیری از فرصت های بیرونی، پیشنهادهایی اساسی برای رفع نقاط ضعف فراوری نواحی گردشگری ارائه شود که در زیر به آنها اشاره می شود:
- بازنگری در نحوه سرمایه گذاری و توزیع امکانات و خدمات تسهیلات گردشگری در سطح ناحیه؛

- بازنگری نوع و نحوه برنامه ریزی و حمایت دولتی در ناحیه در جهت توسعه و تجهیز زیر ساختارها، تسهیلات و تجهیزات مختلف توریستی، از افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری و حومه مورد بهره برداری قرار می گیرد؛
- بازنگری و توسعه نهادها و سازمانهای مرتبط در ناحیه مورد مطالعه، برای آموزش مردم و گردشگران، به منظور بهره گیری بهینه و هدفمند از منافع و اثرات مثبت گردشگری؛
- تشویق بخش دولتی و خصوصی برای سرمایه گذاری و حمایت مالی در ایجاد زیر ساختهای مناسب محیطی و کالبدی در راستای افزایش امکانات و خدمات مورد نیاز برای جذب گردشگر ناحیه؛
- بازنگری در نوع و نحوه بهره گیری از مشارکتهای مردمی در توسعه.

-استراتژی تدافعی (WT)

- هدف از این استراتژی به حداقل رساندن نقاط ضعف درونی و تهدیدها و تنگناهای بیرونی است:
- زمینه سازی و تشویق بخش دولتی به سرمایه گذاری و برنامه ریزی در جهت توسعه زیر ساختهای مناسب محیطی، کالبدی؛
 - ترغیب و تشویق مردم به مسافرت به این منطقه و همچنین توسعه گردشگری در این منطقه با استفاده از تحقیقات در زمینه گردشگری و تحقیقات بازاریابی؛
 - تدوین قوانین و مقررات ویژه برای استفاده بهینه از جاذبه ها و فراورده های گردشگری و جلوگیری از تخریب، آلودگی و از بین رفتن این منابع در این نواحی؛
 - ایجاد زیر ساختهای مناسب (حمل و نقل، امکانات اقامتی، رفاهی و بهداشتی) در ناحیه صومعه سرا برای ایجاد فضای رقابتی؛
 - تهیه و اجرای برنامه های تبلیغاتی برای معرفی تصویر واقعی از جاذبه های طبیعی، انسانی، خصوصیات بارز فرهنگی، معماری، آداب و رسوم منطقه و حضور در نمایشگاه های جهانگردی، جشنواره ها و سمینارها و تاکید بر حفاظت از الگوها و میراث فرهنگی و مناطق تاریخی.

جدول ۵. استراتژی برنامه ریزی و توسعه توریسم در ناحیه صومعه سرا

تحلیل SWOT		
	فرصت ها (O)	تهدیدها (T)
	O1= مستعد بودن جهت سرمایه گذاری O2= وجود نواحی تفریحی O3= ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت O4= جهت گسترش و توسعه O4= واقع شدن در مسیر ارتباطی بزرگراه O5= رشت استارا اردبیل O5= عدم ارائه خدمات و تسهیلات مناسب O6= به گردشگران از سوی مناطق O6= وجود پتانسیل و استعداد اکوتوریستی O7= اشتغال زایی در سطح ناحیه O8= افزایش انگیزه مسافرت و تفریح در مردم O9= وجود نهادهای دولتی در ناحیه و ارائه تسهیلات و خدمات زیر بنایی O10= سرمایه گذاری بخش خصوصی در ناحیه	T1=افزایش امکانات و خدمات تفریحی در مناطق گردشگری T2=فقدان طرح و برنامه لازم برای گردشگری T3=آلودگی منابع آب و خاک در منطقه T4=از بین رفتن و تخریب محیط (پوشش مرتعی، جنگلی و باغی) T5=عدم وجود نیروهای متخصص و با تجربه در ناحیه T6=عدم وجود برنامه ها تورگردانی در ناحیه T7=از بین رفتن فرهنگ محلی و دگرگون شدن آن T8=تغییر کاربری اراضی کشاورزی و باغی به کاربری مسکونی T8=افزایش جمعیت و شلوغ شدن منطقه با رشد گردشگری T9=امکان از بین رفتن اصالت کارهای هنری و صنایع دستی وابسته T10=افزایش قیمت زمین و گرانی خدمات در ناحیه

استراتژی تنوع (ST) تنوع بخشی به امکانات و خدمات T1,T2,S11 توریستی برای بهره برداری از منابع و جاذبه های توع بخشی و توسعه برنامه تبلیغاتی و T5,S12,S13 برای معرفی جاذبه های تاریخی، طبیعی گسترش برنامه های آموزشی و تربیتی از طریق توسعه واحدهای S12,S9,T5T6 آموزشی در جهت آموزش نیروهای متخصص S2,S6,S7,T1,T2T5 تامین امنیت مکان های گردشگری منطقه برای جلوگیری از بروز تخلفات اجتماعی	استراتژیهای توسعه (SO) S1, O2 تاکید بر توسعه گردشگری طبیعی و گردشگری بومی S5, O8 استفاده از شرایط جوی مناسب به منظور برگزاری تورهای گردشگری S11,S12,O3 O6 ایجاد هماهنگی میان نهادها و بخش های مختلف مرتبط برای یکپارچه سازی کارکردهای گردشگری S11,S12,S9,S10 استفاده از فرصت افزایش توجه دولت و بخش خصوصی به سرمایه گذاری و برنامه ریزی در بخش های گردشگری S1,S2,O6 تمرکز عمده فعالیت ها گردشگری بر بهره برداری از منابع و جاذبه های موجود	قوتها (S) S1= تنوع محیط طبیعی و بکر بودن آنها و چشم انداز های متنوع S2= داشتن محیط مناسب و آرام برای استراحت S3= آثار تاریخی و میراث فرهنگی S4= وجود چشم انداز زیبا و منحصر به فرد S5= آب و هوای مطبوع در طول سال S6= حس مهمان نوازی در ناحیه مورد مطالعه S7= وجود امنیت برای گردشگران S8= وجود سایت های طبیعی در ناحیه S9= برگزاری جشنواره های فرهنگی در ناحیه S10= مستعد بودن ناحیه جهت سرمایه گذاری و برنامه ریز گردشگری S11= علاقه مندی مدیران محلی به فرهنگ و توسعه اشتغال زایی S12= وجود اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری S13= وجود بازارهای محلی برای عرضه تولیدات سنتی به گردشگران
استراتژیهای توسعه (WT) تدوین و قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه ها و فراورده های W4,W9,T1,T2 زمینه سازی و تشویق بخش دولتی به سرمایه گذاری محیطی، کالبدی W3,W4,T1,T5,T9 ترغیب و تشویق مردم به مسافرت به این منطقه و همچنین توسعه گردشگری W11,W10,T1 تدوین قوانین و مقررات ویژه برای استفاده بهینه از جاذبه ها و فراورده های گردشگری و جلوگیری از تخریب، W10,T1,T3,T4 ایجاد زیر ساختهای مناسب در ناحیه صومعه سرا برای ایجاد فضای رقابتی W5,W7,W8,T1,T2	استراتژیهای توسعه (WO) بازنگری در نحوه سرمایه گذاری و توزیع امکانات، W2,W8,W9,O1, O10 بازنگری به نوع و نحوه برنامه ریزی و حمایت دولتی در منطقه W3,W8,O3,O10 بازنگری و توسعه نهادها و سازمانهای مرتبط در منطقه مورد مطالعه، W4,W5,W6,O5,O9,O10 تشویق بخش دولتی و خصوصی برای سرمایه گذاری و حمایت مالی در ایجاد زیر ساختها. W10,W11,W12,O5,O9,O10 بازنگری در نوع و نحوه بهره گیری از مشارکتهای مردمی در توسعه W10,W11,W12,O7,O8,O9,O10	ضعفها (W) W1= نامناسب بودن زیر ساختهای محیطی و کالبدی W2= ضعف مدیریتی و فقدان ثبات در مدیریت W3= عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی در منطقه W4= عدم وجود زیرساختها محیطی و کالبدی در منطقه W5= کمبود تسهیلات بهداشتی و درمانی و خدماتی W6= نبود تابلوها و علائم راهنمایی و رانندگی W7= عدم وجود نقشه های گردشگری W8= نبود امکانات رفاهی در سایت های گردشگری W9= نبود راه مناسب جهت دست رسی به منطقه W10= عدم هماهنگی با سازمانهای مرتبط در زمینه گردشگری با مردم W11= ضعف در فرهنگ گردشگر پذیری W12= عدم تمایل مردم در واگذاری زمین به سرمایه گزاران بخش خصوصی

بحث و نتیجه گیری

نتایج بررسی انجام شده نشان می دهد که در ناحیه مورد مطالعه، تعداد ۱۳ نقطه قوت در برابر ۱۲ نقطه ضعف و تعداد ۱۰ فرصت خارجی در برابر ۱۰ تهدید خارجی مورد شناسایی قرار گرفته اند. به این ترتیب تعداد ۲۳ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت و تعداد ۲۲ نقطه ضعف و تهدید به عنوان محدودیت ها و تنگناهای پیش روی ناحیه مورد نظر جهت برنامه ریزی و توسعه گردشگری مطرح است. با توجه به مطالعات میدانی به عمل آمده در محدوده مورد مطالعه مشخص شد که ناحیه از توانایی و محدودیت هایی در زمینه های اکولوژیکی، اجتماعی، فرهنگی، نهادی و مدیریتی برخوردار است و برنامه ریزی در جهت توسعه گردشگری در ناحیه صورت نگرفته است. با توجه به مشخص شدن ظرفیت ها و محدودیت های توریستی در ناحیه مورد مطالعه به وسیله تکنیک SWOT، راهکارها و استراتژی چهارگانه (تهاجمی، تنوع، بازنگری و تدافعی) تدوین شده و بر این اساس مشخص شد که نیازهای توسعه می بایست همانند راهکارهای توسعه گردشگری، تسهیلات و خدمات گردشگری، استراتژی های بازاریابی پایدار، ایجاد انگیزه برای جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی و مشارکت مردم محلی، برنامه های آموزشی و زیست محیطی تعریف و برطرف گردد، ناحیه به توسعه پایدار گردشگری برسد. در راستای توسعه گردشگری در این منطقه پیشنهاد های زیر مطرح می شود:

- راه اندازی شبکه تبلیغات گسترده برای معرفی مکان گردشگری از طرق مختلف مانند چاپ و توزیع گسترده عکس، بروشور، پوستر و نقشه از طرف میراث فرهنگی ناحیه؛
- استفاده از فرصت افزایش توجه دولت و بخش خصوصی به سرمایه گذاری و برنامه ریزی در بخش گردشگری به منظور توسعه فعالیت های جهانگردی مبتنی بر مناطق دیدنی؛
- شناسایی جاذبه ها و فراورده های مختلف گردشگری در مناطق مختلف و بهره گیری بهینه و هدفمند از آن ها برای ایجاد اشتغال و افزایش در آمد مردم منطقه؛
- آموزش و اطلاع رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگران در منطقه به منظور جلوگیری از تعارض بین مردم و گردشگران؛
- تهیه برنامه تبلیغاتی جهت معرفی هر چه بیشتر جاذبه ها در ناحیه؛
- طرح توسعه امکانات اولیه گردشگری شامل سرویس بهداشتی، سطل زباله، آب لوله کشی در کنار مناطق مهم گردشگری؛
- تدوین ضوابط و اقدامات قانونی به منظور حفظ میراث فرهنگی، تاریخی، طبیعی، انسانی، معماری و آداب و رسوم هر ناحیه با توجه به ویژگی های اجتماعی، فرهنگی و محیطی آن منطقه.

منابع و مراجع

- [۱] ازکیا، مصطفی، و دربان آستانه، علیرضا، ۱۳۸۲، روشهای کاربردی تحقیق، انتشارات کیهان، تهران.
- [۲] استعلاجی، علیرضا، ۱۳۸۰، راهکارهای توسعه پایدار روستایی- ناحیه ای، پایان نامه دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- [۳] پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی، ۱۳۸۵، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، تهران.
- [۴] تقوایی، مسعود، موسوی، سید علی و غلامی بیمرغ، یونس، ۱۳۸۹، تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی شهرستان نور آباد ممسنی، فضای جغرافیایی، سال دهم، شماره ۳۱، صص ۳۹-۶۴.
- [۵] حیدری چیانه، رحیم، ۱۳۸۷، مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری، چاپ اول، انتشارات سمت، تهران.
- [۶] رضایی، پرویز و رحمانی، ولی الله، ۱۳۹۶، ارائه راهکارهای مناسب برای برنامه ریزی صنعت توریسم در روستاهای ساحلی نور، فصل نامه چشم انداز جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، سال دوم، شماره ۵.
- [۷] رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، داوود، ۱۳۸۵، راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل **SWOT** : دهستان لواسان کوچک، فصل نامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰، شماره ۲ صص ۱-۳۰.
- [۸] رنجبران، بهرام و زاهدی، محمد، ۱۳۸۸، شناخت گردشگری، انتشارات چهار باغ اصفهان، چاپ ششم.
- [۹] صباغ کرمانی، مجید و امیریان، سعید، ۱۳۷۹، بررسی اثرات اقتصادی توریسم در جمهوری اسلامی ایران با استفاده از جدول داده و ستاده، مجله پژوهش های بازرگانی، تهران، صص ۸۳-۵۷.
- [۱۰] ضرغام بروجنی، حمید، ۱۳۸۹، برنامه ریزی، توسعه جهانگردی، رویکردی همپیوند و پایدار، چاپ اول، نشر علوم اجتماعی، تهران.
- [۱۱] عبدالله زاده، محمود، ۱۳۸۴، برنامه ریزی ملی، منطقه ای جهانگردی، دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- [۱۲] قدمی، مصطفی و غلامیان بایی، محمد، ۱۳۹۳، اثرات گردشگری: پیامدها، چارچوب ها و سیاستها، چاپ اول، انتشارات مهکامه، تهران.
- [۱۳] نجفی کانی، علی اکبر، مطیعی لنگرودی، سید حسن و نجفی، کبری، ۱۳۸۸، امکان سنجی توسعه اکوتوریسم در مناطق روستایی با استفاده از مدل تحلیلی **SWOT**، فصلنامه جغرافیا، شماره ۱۸ و ۱۹ صص ۱۳۹-۱۲۱.
- [14] Briedenhann, J., E. Wickens (2004): Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream?, Tourism Management, Vol. 33, 2, pp. 239-248.
- [15] Kuban, D. (1983): Conservation of the historical environment for cultural survival, in: holod, R. and rastorfer, D. (eda) Architecture and community, New York: Aperture.
- [16] WTO, (1999): Year book of tourism statistics.
- [17] WTO, (2001): Year book of tourism statistics.