

تدوین استراتژی توسعه طبیعت‌گردی بر اساس تحلیل SWOT و فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) مطالعه موردی (پارک جنگلی آیدر در شهر سندج)

جاهده تکیه‌خواه؛ دانشجوی دکتری علوم جنگل، دانشکده منابع طبیعی و علوم دریایی دانشگاه تربیت مدرس، نور، ایران
اکبر نجفی؛ استادیار گروه جنگل‌داری دانشکده منابع طبیعی و علوم دریایی دانشگاه تربیت مدرس، نور، ایران
آزاد اصغری؛ کارشناسی ارشد جغرافیای طبیعی اقلیم در برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه خوارزمی تهران

دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۲/۱۳ پذیرش مقاله ۱۳۹۴/۶/۲۲

چکیده

صنعت گردشگری، به‌ویژه طبیعت‌گردی، به‌منزله رویکردی جدید برای توسعه هم‌زیستی انسان و اجتماع، به‌منظور بهره‌وری اقتصادی، امروزه در توسعه مناطق جایگاه چشمگیری یافته است که توسعه آن نیازمند شناخت و آگاهی کافی از مسائل و عوامل مؤثر اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی هر منطقه است. پارک جنگلی آیدر با مساحت ۱۵۵۵ هکتار در جنوب غربی شهر سندج واقع شده است که به سبب جاذبه‌های طبیعی از مزیت نسبی برخوردار است. تحقیق حاضر با هدف شناسایی عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها)، عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)، و تدوین استراتژی توسعه طبیعت‌گردی پارک جنگلی آیدر انجام گرفته و بدین‌منظور از مدل تلفیقی SWOT و فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) استفاده شده است. فرایند تحلیل شبکه‌ای اجازه اندازه‌گیری را در شرایطی که بین عوامل استراتژیک وابستگی وجود دارد می‌دهد. مدل شبکه‌ای ارائه‌شده در این تحقیق به‌منظور تجزیه و تحلیل SWOT از چهار سطح، هدف (بهترین استراتژی) در سطح اول، عوامل SWOT و زیرمعیارهای SWOT به ترتیب در سطوح دوم و سوم، و آخرین سطح از گزینه‌های استراتژی تشکیل شده است. جهت تعیین وزن‌های عوامل SWOT براساس روش ANP پرسش‌نامه‌ای به‌صورت مقایسه زوجی با مقیاس نه تایی طراحی و تکمیل شد. پس از آن، داده‌های جمع‌آوری‌شده با نرم‌افزار Super Decision تجزیه و تحلیل و استراتژی‌های WT به‌منزله بهترین استراتژی‌ها، برای توسعه طبیعت‌گردی منطقه مشخص شد. نتایج نشان داد که آسیب‌پذیری منطقه مطالعه‌شده (پارک جنگلی آیدر) به لحاظ توسعه طبیعت‌گردی بالاست و همچنین توزیع و تخصیص مجدد منابع در سطح پارک جنگلی آیدر، با توجه به محدودبودن فرصت‌ها و بالابودن ضعف‌ها، امری الزامی است. بنابراین، در پایان راهکارهایی جهت توسعه طبیعت‌گردی در منطقه ارائه شد.

کلیدواژگان: استراتژی طبیعت‌گردی، پارک جنگلی آیدر، تحلیل SWOT، فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP).

مقدمه

امروزه، صنعت گردشگری یا جهانگردی به‌منزله یکی از ابزارها و راهکارهای مناسب جهت کسب درآمد و شکوفایی اقتصاد دولت‌ها و ملت‌ها از یک‌سو و توسعه و آبادانی مناطق در نقاط مختلف دنیا از سوی دیگر مطرح است (ابراهیم‌زاده و آقاسی‌زاده ۱۳۹۰: ۶)؛ به‌نحوی که این صنعت سومین پدیده اقتصادی پویا و درحال‌توسعه پس از صنایع نفت و خودرو به‌شمار می‌رود. کشور ایران نیز از مناطق پراستعداد در این زمینه به‌شمار می‌رود و جاذبه‌های فراوان طبیعی-تاریخی و فرهنگی آن زبانزد خاص و عام است (کاظمی ۱۳۸۶: ۱). سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی، و گردشگری اعلام کرده است ایران مقام دهم جهان را از نظر داشتن آثار تاریخی و رتبه پنجم دنیا را از لحاظ تنوع اقلیمی دارد. اهمیت جهانگردی به‌منزله بخشی از فعالیت اقتصادی، که سهم بسزایی در رشد اقتصادی یک کشور دارد، با جریان سرمایه‌های وسیعی که هر ساله صرف سرمایه‌گذاری در این بخش می‌شود و با توجه به افزایش حجم مبالغی که همچنان برای توسعه جهانگردی به‌کار می‌رود، روزه‌روز به‌طور وسیع‌تری مورد قبول عامه قرار می‌گیرد (بحرینی و مقدم ۱۳۸۳: ۳۴). با توجه به مطالب ذکرشده، در تحقیق حاضر سعی شده پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توسعه طبیعت‌گردی پارک جنگلی آبیدر، که تأثیر سازنده‌ای بر برنامه‌ریزی مناسب صنعت گردشگری در منطقه مطالعه‌شده دارد، شناسایی شود. همچنین، با شناسایی پتانسیل‌ها و محدودیت‌های گردشگری، استراتژی‌ها، و راهکارهای مناسب صنعت گردشگری، که به توسعه آن منجر می‌شود، ارائه خواهد شد. بنابراین، قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها، و تهدیدهای پیش روی صنعت گردشگری منطقه مطالعه‌شده از دیدگاه مشارکت‌کنندگان و افراد ذی‌نفع در امر گردشگری با استفاده از تکنیک SWOT و فرایند تحلیل شبکه‌ای بررسی و تجزیه‌وتحلیل خواهد شد و در نهایت استراتژی‌های مناسب، به‌منظور بهره‌گیری از قوت‌ها و فرصت‌ها و رفع ضعف‌ها و تهدیدها، در جهت توسعه طبیعت‌گردی، ارائه می‌شود تا شاید گامی هرچند کوچک در رفع محرومیت‌های این منطقه باشد و ارائه نتایج حاصله، برنامه‌ریزان و متولیان این صنعت را در جهت تدوین یک برنامه جامع یاری رساند.

با توجه به محرومیت منطقه مطالعه‌شده و درصد بالای بیکاری جوانان این ناحیه لازم است با استفاده از همه امکانات و قابلیت‌ها در جهت رفع محرومیت، ایجاد اشتغال، و کسب درآمد از راه‌های مختلف اقدام شود. بدین‌منظور، صنعت گردشگری، به‌منزله صنعتی فرابخشی- که با حوزه‌های مختلفی نظیر اقتصاد، کشاورزی، فرهنگ، محیط‌زیست، و خدمات در تعامل است، و تجربیات سایر مناطق جهان نشان داده که توسعه آن در هر منطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی اجتماعی آن ناحیه شده است (مکیان و نادری ۱۳۸۲: ۱۹۵) - می‌تواند به‌منزله یکی از ابزارهای اصلی توسعه در منطقه مطالعه‌شده مورد توجه قرار گیرد. توسعه گردشگری، که مزایای فراوانی در حوزه‌ها و بخش‌های مختلف دارد و به برخی از آن‌ها در ادامه اشاره می‌شود، با شناخت موانع و رفع آن‌ها و ارائه استراتژی‌های مناسب امکان‌پذیر است.

هدف کلی این پژوهش عبارت است از تدوین استراتژی توسعه طبیعت‌گردی پارک جنگلی آبیدر براساس تحلیل SWOT و فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP). در راستای این هدف، در پی دستیابی به اهداف زیر نیز هستیم:

۱. شناسایی عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) در شهر سنندج؛

۲. ارائه و انتخاب استراتژی‌های مناسب و کارآمد برای صنعت گردشگری در شهر سنندج؛

۳. ایجاد زمینه برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری صنعت گردشگری در شهر سنندج.

از این‌رو، برنامه‌ریزی، هدایت، و توسعه صنعت گردشگری به‌منزله یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال، که تأثیرات اجتماعی، فرهنگی، و زیست‌محیطی فوق‌العاده‌ای نیز دارد، به‌منزله یک نیاز مطرح می‌شود، اما هدایت این فرایند با شناخت علمی قابلیت‌ها و تنگناهای موجود در هر منطقه از کشور میسر است. در علم تصمیم‌گیری، که در آن انتخاب یک راهکار از بین راهکارهای موجود یا اولویت‌بندی و ارائه بهترین راهکارها مطرح است، چند سالی است که روش‌های تصمیم‌گیری با شاخص‌های چندگانه جای خود را باز کرده‌اند (فتیحی ۱۳۸۹). از جمله این روش‌ها، استفاده از

مدل تحلیل شبکه و نیز ترکیب این مدل با سایر روش‌های کارآمد همانند مدل SWOT برای رسیدن به نتایج بهینه و کارآمد است. بر این اساس، تحقیق حاضر به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال اساسی است که استراتژی مناسب توسعه طبیعت گردی پارک جنگلی آیدر براساس تحلیل SWOT و فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) کدام است؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

از نظر بیشتر مردم، عبارت گردشگری بر سفرهای تفریحی دلالت می‌کند و بیشتر به صورت مترادف تعطیلات به کار می‌رود. همچنین، در کتاب‌های لغت از گردشگری به مثابه مسافرت به منظور تفریح یاد می‌کنند. برعکس، سازمان‌های گردشگری و مراکز دیگری، که در پی توسعه، بازاریابی، و هماهنگی گردشگری در کشورشان‌اند، سعی دارند دیدگاه وسیع‌تری در این مورد داشته باشند؛ از نظر آن‌ها گردشگری یعنی مسافرت با اهداف مختلف به‌استثنای سفر به منظور کار، مهاجرت، و فعالیت‌های محلی و منطقه‌ای (شمس و امینی ۱۳۸۸: ۸۴). گردشگری مفهومی فراگیر و گسترده است که تاریخچه آن به سال ۱۸۱۱ برمی‌گردد و تعریف آن همچنان دستخوش تغییر و دگرگونی است (قادری و همکاران ۱۳۹۰: ۲۸). تا اواخر دهه ۱۹۷۰، گردشگری به‌منزله فعالیتی طلایی و بدون دود (آلودگی) معرفی و همواره بر پیامدهای مطلوب و منافع آن، به‌ویژه منافع اقتصادی، تأکید می‌شد. از دهه ۱۹۸۰، یافته‌ها و گزارش‌های تحقیقی متعدد پیامدهای زیست‌محیطی، اجتماعی، و فرهنگی نامطلوب گردشگری را تأیید کردند. در دهه یادشده، پیامدهای زیست‌محیطی ناشی از گردشگری به‌تنها دغدغه محققان این حوزه مبدل شد. در دهه ۱۹۹۰، در راستای پارادایم توسعه پایدار، رویکردهای سنتی توسعه گردشگری به چالش کشیده و با تأکید هم‌زمان بر پیامدهای مطلوب و نامطلوب گردشگری، حرکت از گردشگری انبوه به سوی رویکرد توسعه پایدار گردشگری آغاز شد. از این‌رو، در قالب رویکرد توسعه پایدار گردشگری، بررسی نقش گردشگری در توسعه منطقه‌ای و محلی عموماً از ابعاد اقتصادی، اجتماعی یا اجتماعی فرهنگی، و محیطی صورت می‌گیرد (قدمی ۱۳۹۰: ۶۳). طبیعت‌گردی، برگرفته از Ecological tourism، گرایش و پدیده نسبتاً تازه در صنعت جهانگردی است که بخشی از این صنعت را تشکیل می‌دهد. این‌گونه از جهانگردی عمدتاً فعالیت‌های فراغتی انسان را در طبیعت فراهم و امکان‌پذیر می‌کند و بر مسافرت‌های هدفمند همراه با دیدار و برداشت‌های فرهنگی و معنوی از جاذبه‌های طبیعی و لذت‌جویی از پدیده‌های گوناگون آن مبتنی است. طبیعت‌گردی دربرگیرنده دامنه گسترده‌ای از گزینه‌های ویژه است: از بازدید علمی گرفته تا بازدید اتفاقی در منطقه‌ای طبیعی به‌منزله فعالیت آخر هفته یا بخش جنبی از مسافرت‌های بلندمدت و نظایر آن. چشم‌اندازها و مناظر زیبای طبیعت مانند سواحل دریاها، دریاچه‌ها، تالاب‌ها، جزایر، بیشه‌زارها و مکان‌های سرسبز و خرم، گیاهان وحشی، جنگل‌ها و پارک‌های ملی نواحی گردشگاهی، مناطق کوهستانی و ییلاقی، امکانات بالقوه ورزشی تفریحی مانند غارپیمایی، کوهنوردی، کاوش‌های زمین‌شناسی، پیاده‌روی در طبیعت، غواصی و موج‌سواری، شنا، اسکی روی آب، قایقرانی، ماهی‌گیری، و استفاده از خوراکی‌های دریایی، شکار تفریحی، مکان‌های آب‌درمانی مانند چشمه‌های آب‌معدنی و حتی مناطق بیابانی و کویری از کانون‌ها و جاذبه‌های توریست‌پذیر این نوع از جهانگردی است (دانش مهر و همکاران ۱۳۹۱: ۲۱۴). بالتر^۱ طبیعت‌گردی را به معنای سفر و لذت‌بردن از جلوه‌ها و مناطق شگفت‌انگیز از جنبه زندگی طبیعی و فرهنگ آدمی می‌داند؛ بدون آنکه هریک از این دو سبب آسیب رساندن به دیگری شوند. در تعریف دیگر از طبیعت‌گردی، این اصطلاح هر نوع گردشگری مرتبط با طبیعت گفته می‌شود. انگیزه اصلی در این گردشگری بهره‌جستن از جذابیت‌های طبیعی یا ویژگی‌های فیزیکی و فرهنگ بومی هر منطقه است و گردشگر پس از مشاهده جذابیت‌ها، بدون اینکه خللی در آن وارد کند یا دست به تخریب آن زند، محل را ترک می‌گوید

(دانش مهر و همکاران ۱۳۹۱: ۲۱۵). لازمه مدیریت صنعت گردشگری در هر منطقه حفاظت شده، تهیه یک برنامه مدیریتی متناسب با ویژگی‌های زیست‌محیطی، اقتصادی، و اجتماعی آن منطقه است. تدوین این برنامه به مدیریت گردشگری تسهیلات و امکانات مرتبط با آن کمک می‌کند. پژوهش‌ها و مطالعات فراوانی در کشورهای مختلف جهان در امر گردشگری انجام گرفته است؛ برای نمونه می‌توان به این پژوهش‌ها اشاره کرد:

دژکام (۱۳۸۹) در رساله کارشناسی ارشد خود به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری خوشه صنایع شیلاتی چابهار پرداخت. در این پژوهش، از فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) برای اولویت‌بندی عوامل مؤثر استفاده شد و بر همین اساس، استراتژی‌هایی به منظور افزایش رقابت‌پذیری در خوشه صنایع شیلاتی چابهار پیشنهاد شده است. کاظمی و همکاران در سال ۱۳۸۹ تحقیقی دیگر با عنوان «شناسایی مزیت‌های رقابتی در صنعت گردشگری به منظور جذب گردشگران خارجی (مورد مطالعه منطقه مورد مطالعه اصفهان)» انجام دادند. نتایج این تحقیق شامل توجه به اقدامات تبلیغاتی، تقویت نظام پاسخ‌گویی در بخش‌های مختلف صنعت، شناسایی، و معرفی ابعاد جدید گردشگری برای جذب سلیقه‌های مختلف گردشگران خارجی، بازاریابی صنعت گردشگری، استفاده از تورگردانان حرفه‌ای، برقراری ارتباط مؤثر با تورگردانان سایر کشورها، و... بود.

راست‌قلم و همکاران (۱۳۸۸) به بررسی مزیت‌ها و محدودیت‌های توسعه کانون‌های گردشگری با استفاده از تحلیل SWOT (مطالعه موردی، کانون‌های گردشگری شهرستان شهرکرد) پرداختند. آن‌ها در این مقاله با استفاده از تحلیل SWOT مزیت‌ها و محدودیت‌های توسعه کانون‌های گردشگری در مناطق میزبان شهرکرد را مشخص کردند و سپس با طیف لیکرت، وزن هریک از ارکان چهارگانه SWOT را سنجیدند. نتایج نشان داد میزان محدودیت‌ها (شامل ضعف‌ها و تهدیدها) با امتیاز ۵۷/۶۹ در سطح بالاتری نسبت به میزان مزیت‌ها (شامل فرصت‌ها و قوت‌ها) با امتیاز ۵۵/۳۱ است. آن‌ها همچنین پیشنهاد کردند جهت دستیابی به اهداف توسعه کانون‌های گردشگری به‌منزله مکمل فعالیت‌های مناطق میزبان لازم است برای حفظ طبیعت بکر و چشم‌اندازها، به‌مثابه مهم‌ترین جاذبه گردشگری، از اصول مدیریت حفاظت محیط زیست و قوانین مربوطه، به همراه ضمانت اجرایی آن استفاده کرد.

نوحه‌گر و همکاران (۱۳۸۸) به ارزیابی قابلیت‌های طبیعت‌گردی جزیره قشم با بهره‌گیری از مدل مدیریت استراتژیک SWOT پرداختند. یافته‌ها نشان داد که استراتژی بازنگری (WO) با ۱۶/۳۶ امتیاز با استراتژی حداکثر استفاده از ورود طبیعت‌گرها در فصول مناسب سال با حفظ ارزش‌های جزیره و استراتژی رقابتی، تهاجمی (SO) با امتیاز ۱۵/۶۵ با تأکید بر تبادلات فرهنگی شفاف با سایر کشورها به‌منظور معرفی قابلیت‌ها و جایگاه فرهنگ و آداب مردم جزیره و با هدف جذب هرچه بیشتر گردشگرهای داخلی و خارجی به‌منزله بهترین استراتژی‌ها شناخته شد.

فرجی سبکبار و همکاران (۱۳۸۷) مقاله‌ای با عنوان «مکان‌یابی محل دفن بهداشتی زباله روستایی با استفاده از مدل فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP)، مطالعه موردی نواحی روستایی شهرستان قوچان» انجام دادند. براساس نتایج این تحقیق، مناطق مناسب و نامناسب برای دفن زباله مشخص شدند. بدین ترتیب، مکان‌هایی به‌منزله بد تعیین شدند که به‌طور عمده بر روی دشت‌های حاصل‌خیز و با نفوذپذیری بالا هستند و مناطق خوب جهت دفن زباله به‌طور عمده در تپه‌ماهورها، که ضخامت خاک بیشتر است و از مراکز جمعیتی و نیز زمین‌های مناسب کشاورزی، مناطق حساس دورند، می‌باشند.

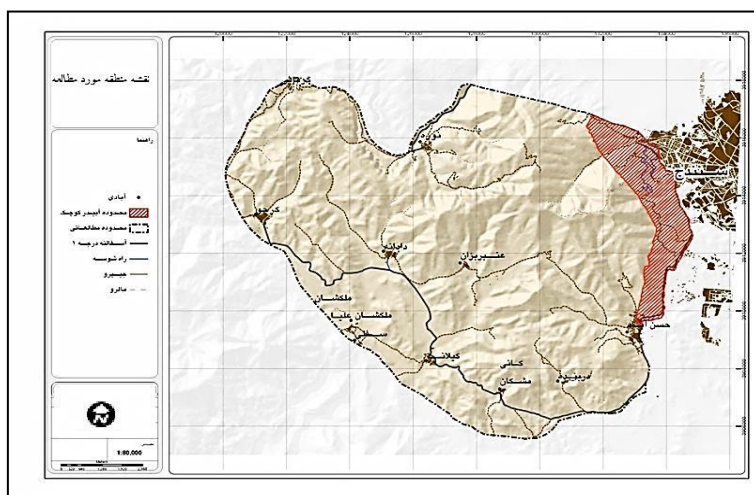
استریگا^۱، فلیس^۲ و پتریلو^۳ (۲۰۱۱) از رویکرد ANP-SWOT برای حداقل‌سازی اثرات محیطی در نتیجه فعالیت‌های معدن‌کاری استفاده کردند. آن‌ها بحث توسعه پایدار را در بافت صنعت معدن بررسی کردند و با استفاده از رویکرد ANP-

SWO استراتژی‌هایی را برای دولت و صنعت ارائه کردند که اگر به‌کار گرفته شوند، موجب بهبود عملکرد محیطی و توسعه یک چارچوب برای توسعه پایدار در صنعت معدن‌کاری می‌شود.

تاکنون (۲۰۰۹) از مدل ترکیبی SWOT و فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) برای برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی احیای گردشگری، مطالعه موردی سریلانکا، استفاده کردند. آن‌ها با استفاده از تکنیک SWOT عوامل بیرونی و درونی صنعت را بررسی و برای اولویت‌بندی فاکتورهای SWOT از تکنیک AHP استفاده کردند. نتایج نشان داد که استراتژی ارتباطی و تفکیکی محافظه‌کارانه با استراتژی ترغیبی بازاریابی بهترین استراتژی‌هایی بودند که برای فرایند احیای گردشگری به‌کار گرفته شد.

محدوده مطالعه شده

منطقه موردنظر با وسعت تقریبی ۱۵۵۵ هکتار بخشی از حوضه آبخیز رودخانه سیروان است که در جنوب غربی شهر سنندج بین طول‌های جغرافیایی $35^{\circ} 19' 24''$ و $35^{\circ} 15' 52''$ و طول شرقی و $46^{\circ} 59' 12''$ تا $46^{\circ} 55' 24''$ واقع شده است. این منطقه از شمال به شهر سنندج و پادگان و از جنوب به ارتفاعات و روستای حسن‌آباد و از شرق به روستاهای قرادیان و خانقاه و از غرب به کوه‌های آیدر بزرگ و روستای نوره و عنبر بزبان محدود می‌شود. ارتفاع متوسط منطقه ۲۰۷۳ متر از سطح دریاست. مرتفع‌ترین نقطه طرح به نام قله آیدر با ارتفاع ۲۵۴۶ متر از سطح دریا و پایین‌ترین نقطه آن ۱۶۰۰ متر منتهی به جاده کمربندی آیدر واقع شده است. اختلاف ارتفاع بالاترین نقطه با پست‌ترین نقطه ۹۴۶ متر است.



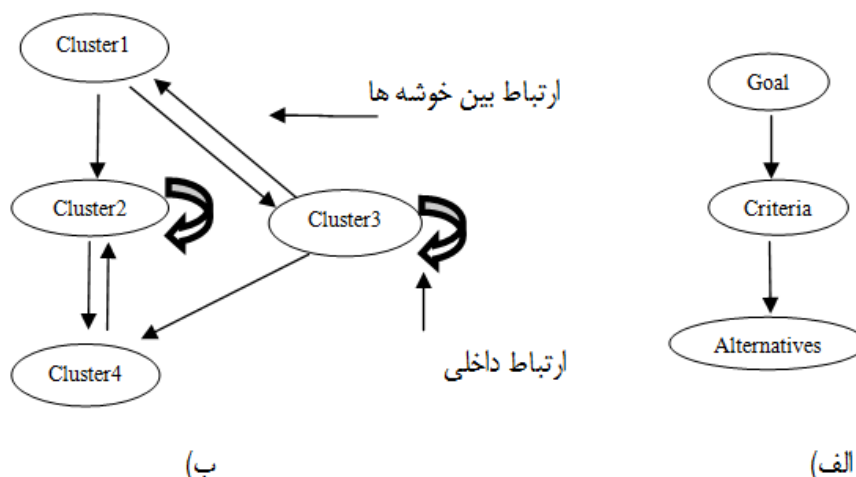
شکل ۱. موقعیت پارک آیدر در ایران، استان کردستان، شهرستان و شهر سنندج

روش پژوهش

این تحقیق توصیفی-تحلیلی است. برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های موردنیاز از بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده شده است. گردشگری صنعتی چندبعدی و فعالیتی بسیار پیچیده است که تبعات مثبت و منفی دارد و بدون برنامه‌ریزی و استراتژی‌های مشخص ممکن است نتایج ناخواسته و تأثیرات ناهنجاری از توسعه آن به‌دست آید. بنابراین، برای کاهش تأثیرات منفی گردشگری و بهره‌گیری از منافع آن باید به تدوین استراتژی اقدام کرد. در تدوین استراتژی گردشگری، باید نکات مهمی را در نظر داشت و با پرداختن به این موضوعات استراتژی گردشگری را تدوین و سیاست‌گذاری کرد.

فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP): فرایند تحلیل شبکه‌ای یک تئوری ریاضی است که به‌طور سیستماتیک با انواع وابستگی‌ها سروکار دارد و به‌طور موفقیت‌آمیزی در زمینه‌های گوناگون به کار گرفته شده است (کیانی و سالاری ۱۳۹۰). این روش از سوی ساعتی توسعه یافت تا اولویت‌هایی را برای تصمیم‌ها فراهم آورد؛ بدون آنکه فرضیاتی درباره رابطه سلسله‌مراتبی یک‌سویه میان سطوح تصمیم انجام گیرد (اصغری‌پور ۱۳۸۷). روش ANP براساس تحلیل مغز انسان برای مسائل پیچیده با ساختار غیردره‌ای و به‌منظور اصلاح روش AHP ارائه شده است (سامانی و دلاور ۱۳۸۹). در این روش، برای مدل کردن مسئله شبکه‌ای که گره‌های موجود در این شبکه معادل هدف، معیارها، و گزینه‌هاست، رسم می‌شود. بردارهای جهت‌داری که این گره‌ها را به هم وصل می‌کنند، نشان‌دهنده جهت اثر گره‌ها بر یکدیگر است (عمل‌نیک و همکاران ۱۳۸۹). فرایند تجزیه و تحلیل شبکه‌ای مسئله تصمیم‌گیری را با به‌کارگیری دیدگاه سیستمی توأم با بازخورد مدل‌سازی می‌کند (شفابخش و همکاران ۱۳۹۱). تکنیک ANP با چارچوب جامع و فراگیر، همه تعاملات و روابط میان سطوح تصمیم‌گیری را که یک ساختار شبکه‌ای تشکیل می‌دهد، می‌تواند در نظر گیرد. خوشه‌ها معرف سطوح تصمیم‌گیری‌اند و کمان‌ها تعاملات میان سطوح تصمیم‌گیری را نشان می‌دهند. جهت کمان‌ها وابستگی را مشخص می‌کند (دری و حمزه‌ای ۱۳۸۹).

همان‌طور که مشاهده می‌شود، ساختار سلسله‌مراتبی حالت خاص و ویژه‌ای از ساختار شبکه‌ای است. شکل ۲ مقایسه ساختار سلسله‌مراتبی و شبکه‌ای را نشان می‌دهد.



شکل ۲. مقایسه ساختار سلسله‌مراتبی و شبکه‌ای (Saaty 1996)

(الف) فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی، (ب) ساختار شبکه‌ای

ساده‌ترین شبکه از تعدادی خوشه به همراه عناصر درون آن‌ها ساخته می‌شود. در مواردی که عناصر یک خوشه روی همه یا برخی عناصر خوشه دیگر اثر می‌گذارند (یا از آن‌ها اثر می‌پذیرند)، ارتباطی بین دو خوشه ایجاد می‌شود که آن را وابستگی بیرونی می‌نامیم (رحیمی و عشقی ۱۳۸۷). وابستگی دوسویه بین دو خوشه به‌منزله چرخه بازخورد بیان می‌شود و هنگامی که عناصر به عناصر درون خوشه خودشان مرتبط می‌شوند، وابستگی درونی وجود دارد (عمل‌نیک و همکاران ۱۳۸۹). کاربرد وابستگی‌های درونی و بیرونی درحقیقت بهترین روشی است که می‌توان در شناسایی و معرفی مفاهیم تأثیرگذاری یا تأثیرپذیری در میان خوشه‌ها و عوامل، با توجه به یک عامل خاص، استفاده کرد.

در مرحله مدل‌سازی، هدف تصمیم‌گیری، شاخص‌های تصمیم‌گیری، و گزینه ممکن مشخص می‌شود. از طریق مقایسه زوجی می‌توان وزن نسبی معیارها و غیرمعیارها را مشخص کرد. مقایسه زوجی عناصر در هر سطح با توجه به اهمیت نسبی آن نسبت به معیار کنترل، شبیه روش AHP انجام می‌شود. در چنین مقایسه‌هایی، یک معیار نسبی از ۱ تا

۹ برای مقایسه دو عامل به کار می‌رود. در مرحله بعد، وزن‌های داخلی شاخص‌ها و زیرشاخص‌ها، که در مرحله مدل‌سازی مشخص شده بودند، محاسبه می‌شود. در این مرحله، وابستگی‌های درونی و بازخوردی مدنظر است.

نکته مهم در قضاوت‌ها و مقایسه‌های زوجی، کنترل سازگاری آن‌هاست. این مهم، به‌ویژه در تصمیم‌گیری‌های کلان، اهمیت فراوانی دارد، زیرا افراد ممکن است در قضاوت‌های خود به‌صورت ضدونقیض عمل کنند (سعیدی و نجفی ۱۳۸۹). در حالت کلی، میزان ناسازگاری کمتر از ۰/۱ در ماتریس‌های مقایسه‌های زوجی پذیرفتنی است (قدسی‌پور ۱۳۸۹). نسبت سازگاری (CR) هر ماتریس محاسبه می‌شود که در آن CI شاخص سازگاری ماتریس مقایسه زوجی است و با استفاده از بزرگ‌ترین مقدار بردار ویژه (λ_{max}) و بعد آن (n) برآورد می‌شود (ولی سامانی و دلاور ۱۳۸۹). نرخ ناسازگاری به وسیله نرم‌افزار برای هر ماتریس مقایسه زوجی محاسبه و ارائه می‌شود که اگر از ۰/۱ فراتر رود، آن قضاوت ناسازگار است و در نحوه قضاوت باید تجدیدنظر شود (سعیدی و نجفی ۱۳۸۹).

سوپرماتریس برای تجزیه و تحلیل وابستگی‌های داخلی میان اجزای سیستم به کار می‌رود. اجزای سوپرماتریس از ماتریس‌های مقایسه‌های زوجی وابستگی‌های درونی حاصل شده و در آن جای‌گذاری می‌شوند. هر ارزش غیر صفر در ستون سوپرماتریس، بیانگر اهمیت نسبی وزن حاصل شده از ماتریس‌های مقایسه‌های زوجی وابستگی‌های درونی است (فرجی سبکبار و همکاران ۱۳۹۰؛ ملکی و همکاران ۱۳۸۹). یک سوپرماتریس درحقیقت یک ماتریس جزءبندی شده است که در آن هر بخش از ماتریس رابطه میان دو گره (سطح تصمیم‌گیری) را در کل مسئله تصمیم‌گیری نشان می‌دهد. فرم استاندارد یک سوپرماتریس که (Saaty, 1996) معرفی کرده است، در شکل ۳ مشاهده می‌شود که C بیانگر گره‌ها و e بیانگر عناصر درون گره‌هاست. بردارهای W درون ماتریس نیز بردارهای وزنی حاصل از مقایسه‌های زوجی عناصر گره‌ها با یکدیگر است (دری و حمزه‌ای ۱۳۸۹).

		C ₁				C ₂				C _N				
		e ₁₁	e ₁₂	...	e _{1N}	e ₂₁	e ₂₂	...	e _{2N}	...	e _{N1}	e _{N2}	...	e _{NN}
C ₁	e ₁₁	W ₁₁				W ₁₂				...	W _{1N}			
	e ₁₂													
	...													
	e _{1N}													
C ₂	e ₂₁	W ₂₁				W ₂₂				...	W _{2N}			
	e ₂₂													
	...													
	e _{2N}													
⋮				
C _N	e _{N1}	W _{N1}				W _{N2}				...	W _{NN}			

شکل ۳. ساختار کلی سوپرماتریس (Saaty, 1996)

ماتریس تحلیلی SWOT

پس از تحلیل محیط داخلی و خارجی و تعیین قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها، و تهدیدها، با استفاده از ماتریس SWOT، که چهار منطقه با چهار نوع استراتژی متفاوت دارد، به تدوین سیاست‌ها و استراتژی‌های توسعه طبیعت گردی پارک جنگلی آبیدر می‌پردازیم (شکل ۴). با استفاده از این ماتریس می‌توان قوت‌ها و فرصت‌های موجود گردشگری منطقه مطالعه شده را حفظ کرد و ضعف‌ها و تهدیدها را حذف و به قوت و فرصت تبدیل کرد یا حداقل اینکه برای کاهش تأثیرات منفی و مخرب آن‌ها بر صنعت گردشگری منطقه مورد مطالعه دامنه این عوامل را کاهش داد.

نقاط ضعف W	نقاط قوت S	ماتریس SWOT
استراتژی های WO	استراتژی های SO	فرصت ها O
استراتژی های WT	استراتژی های ST	تهدیدها T

شکل ۴. ماتریس SWOT و نحوه تعیین استراتژی ها (منبع: افتخاری و مهدوی ۱۳۸۵: ۹)

الف) استراتژی های SO

استراتژی های SO به منزله استراتژی های تهاجمی شناخته می شوند. در این منطقه، پیشنهادها و راهکارهای اجرایی در جهت استفاده از فرصت ها با استفاده از قوت ها ارائه می شود.

ب) استراتژی های WO

استراتژی های WO به منزله استراتژی های بازنگری شناخته می شوند. در این منطقه، پیشنهادها و راهکارهای اجرایی در جهت رفع نقاط ضعف از طریق بهره برداری بهینه از فرصت ها، به ویژه از طریق تخصیص مجدد منابع، مورد توجه است.

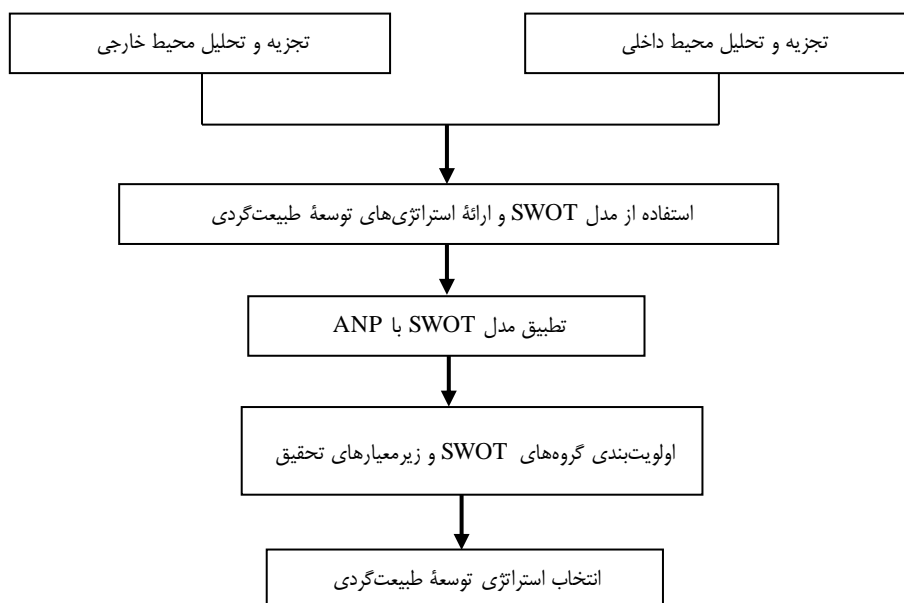
ج) استراتژی های ST

به منزله استراتژی های تنوع شناسایی شده اند. این استراتژی بر آن است تا با شناسایی مهم ترین قوت های درونی صنعت گردشگری به مقابله با تهدیدهایی که با آن مواجه است بپردازد. بنابراین، تأمین نیازهای لازم به منظور مقابله با تهدیدات فراروی ناحیه، مهم ترین بخش پیشنهادها را به خود اختصاص می دهد.

د) استراتژی های WT

استراتژی های WT، به منزله استراتژی های تدافعی، بر آن است تا با ارائه راهکارهای اجرایی، ضمن به حداقل رساندن ضعف های فراروی توسعه طبیعت گردی، از تهدیدهایی که با آن مواجه است نیز اجتناب کند. نواحی توریستی در این منطقه با بیشترین آسیب پذیری مواجه اند (مهدوی ۱۳۸۳: ۱۱۸-۱۲۴).

هدف از پژوهش حاضر، استفاده از رویکرد SWOT و ANP به منظور تدوین استراتژی توسعه طبیعت گردی پارک جنگلی آبیدر در شهر سنندج است. در این تحقیق، قوت ها و ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای پیش روی توسعه طبیعت گردی منطقه، با توجه به مصاحبه های صورت گرفته، مشخص شده است؛ سپس با استفاده از ماتریس SWOT استراتژی های مناسب توسعه این صنعت ارائه شده است. در ادامه، با استفاده از داده های جمع آوری شده از طریق پرسش نامه، سوپر ماتریس وزنی و نهایی جهت اولویت بندی معیارها، زیرمعیارها، و استراتژی های تدوین شده تشکیل شده است. در تکمیل این پرسش نامه، قضاوت های زوجی مورد نظر وارد می شود و نرم افزار Super Decision از طریق میانگین هندسی، قضاوت ها را تلفیق و اعمال می کند. بنابراین، نتیجه نهایی از تلفیق آرای پاسخ دهندگان به دست می آید. شکل ۵ مراحل تحقیق را نشان می دهد.



شکل ۵. مراحل تدوین و انتخاب استراتژی توسعه طبیعت گردی پارک جنگلی آیدر

مدل شبکه‌ای مناسب برای SWOT

مدل سلسله‌مراتبی و شبکه‌ای که برای تحلیل SWOT پیشنهاد می‌شود، از چهار سطح تشکیل شده است. هدف (بهترین استراتژی) نشان‌دهنده سطح اول است. سطح دوم، گروه‌های SWOT هستند و سطح سوم عوامل یا فاکتورهای هر گروه از SWOT، و سطح چهارم هم شامل گزینه‌ها یا استراتژی‌های بدیل است (Yuksel & Dagdeviren, 2007, 3370).

بحث و یافته‌ها

همان‌طور که در قسمت روش‌شناسی تحقیق ذکر شد، تحلیل SWOT به‌منظور شناسایی و بررسی عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و عوامل تأثیرگذار بیرونی ناحیه (فرصت‌ها و تهدیدها) بر گردشگری در ناحیه مطالعه‌شده به کار برده می‌شود. درحقیقت، از این روش به‌منزله ابزاری جهت شناسایی مسائل استراتژیک و ارائه استراتژی‌های مناسب استفاده می‌شود. در ابتدا، با سنجش محیط داخلی و محیط خارجی ناحیه فهرستی از قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها، و تهدیدات شناسایی می‌شود. سپس برای برطرف کردن یا تقلیل ضعف‌ها و تهدیدها و تقویت و بهبود قوت‌ها و فرصت‌های موجود در ارتباط با گسترش طبیعت‌گردی منطقه مطالعه‌شده، استراتژی‌های مناسبی ارائه می‌شود.

تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه صنعت طبیعت گردی و تشکیل ماتریس قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها، و تهدیدها (SWOT)

پس از مصاحبه‌های متعدد با کارشناسان گردشگری و تعدادی از گردشگران ورودی به منطقه، قوت‌ها و ضعف‌های مهم توسعه طبیعت‌گردی در منطقه شناسایی شد. برای توسعه طبیعت‌گردی تعداد ۶ قوت داخلی در برابر ۹ ضعف داخلی و تعداد ۸ فرصت خارجی در برابر ۷ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده است. به این ترتیب، در مجموع، ۱۴ قوت و فرصت به‌منزله مزیت‌ها و ۱۶ ضعف و تهدید به‌منزله محدودیت‌ها و تنگناهای پیش روی توسعه طبیعت‌گردی شناسایی شد (جدول ۱).

جدول ۱. ماتریس خلاصه استراتژی‌های توسعه صنعت طبیعت‌گردی

ضعف‌ها (W)	قوت‌ها (S)	تحلیل سؤالات
<p>W1: نبود نیروهای متخصص و آموزش دیده در این نواحی</p> <p>W2: نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی</p> <p>W3: کمبود وسعت پارکینگ در هنگام ازدحام جمعیت</p> <p>W4: توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال</p> <p>W5: طولانی‌بودن دوره خشک</p> <p>W6: نامناسب بودن و ناکافی بودن تجهیزات تفریحی و اقامتی</p> <p>W7: توزیع نامناسب آب قابل شرب</p> <p>W8: وضعیت نامناسب جاده</p> <p>W9: کمبود بنية مالی مردم منطقه مطالعه شده</p>	<p>S1: وجود ۶ ماه (اردیبهشت تا آبان) آسایش اقلیمی</p> <p>S2: غار پارک جنگلی آیدر و وجود چشم‌انداز زیبا به همراه فضای سبز طبیعی</p> <p>S3: ارتفاعات و قله مرتفع جهت انجام دادن ورزش‌ها و تفریحات</p> <p>S4: وجود چند چشمه در محدوده مطالعه شده</p> <p>S5: وجود آداب و رسوم فرهنگ محلی و سنتی</p> <p>S6: امکان تولید محصولات خشکبار از باغات محدوده عرصه</p>	<p>O1: استفاده از ظرفیت‌های طبیعی منطقه برای توسعه اکوتوریسم</p> <p>O2: افزایش انگیزه برای مسافرت و تفریح در این منطقه</p> <p>O3: امکان ایجاد گردشگری طبیعی کوهستان</p> <p>O4: امکان توسعه کاشت و پرورش گیاهان دارویی و...</p> <p>O5: اشتغال‌زایی به وسیله گسترش اکوتوریسم</p> <p>O6: تمایل زیاد ساکنان به مشارکت در طرح‌های توسعه گردشگری در آینده</p> <p>O7: امکان پرورش زنبور عسل، مرغ، و بوقلمون</p> <p>O8: همکاری دولت با بخش خصوصی برای توسعه زیرساخت‌ها</p>
استراتژی‌های (WO)	استراتژی‌های (SO)	فرصت‌ها (O)
<p>۱. بازنگری به نحوه توزیع تسهیلات و خدمات اقامتی و تفریحی در پارک جنگلی آیدر</p> <p>۲. احداث و گسترش خدمات و تجهیزات تفریحی برای کودکان</p> <p>۳. بازنگری به نحوه توزیع تسهیلات بهداشتی و خدماتی در منطقه مطالعه شده</p> <p>۴. توسعه و گسترش مسیرهای دسترسی جدید برای به منظر کشیدن چشم‌اندازهای جذاب پنهان</p> <p>۵. بازنگری، اصلاح، و تقویت چشم‌اندازهای مسیرهای دسترسی موجود</p> <p>۶. بازنگری امکانات و وسایل حمل‌ونقل عمومی</p> <p>۷. گسترش فضاهای باز و مناسب جهت گذراندن اوقات فراغت گردشگران</p> <p>۸. بازنگری نحوه توزیع آب قابل شرب</p>	<p>۱. ترویج و تبلیغ گردشگری طبیعی و اکوتوریسم</p> <p>۲. طرح‌ریزی و طراحی فعالیت‌های گردشگری کوهستان محور متناسب با پتانسیل‌های محیطی</p> <p>۳. طرح‌ریزی و طراحی فعالیت‌های گردشگری روستا محور متناسب با پتانسیل‌های محیطی و اجتماعی و فرهنگی روستای قوری قلعه</p> <p>۴. طرح‌ریزی و طراحی فعالیت‌های گردشگری ورزشی</p> <p>۵. تهیه طرح طبیعت‌گردی متناسب با پتانسیل‌های طبیعی منطقه به منظور توسعه طبیعت‌گردی در منطقه مطالعه شده</p> <p>۶. استفاده هدفمند از افزایش انگیزه مردم در جهت استفاده از جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی، مذهبی، و تاریخی</p> <p>۷. ایجاد فرصت‌های شغلی در فعالیت‌های گردشگری طراحی شده در منطقه به منظور استفاده از نیروهای جوان</p> <p>۸. فراهم آوردن امکانات و شرایط به منظور عرضه محصولات خشکبار منطقه در بین گردشگران</p> <p>۹. استفاده از جمعیت فعال اقتصادی به منظور توسعه کاشت و پرورش گیاهان دارویی، پرورش زنبور عسل، و...</p> <p>۱۰. ایجاد هماهنگی و همکاری دولت با بخش‌های خصوصی به منظور یکپارچه‌سازی کارکردهای اکوتوریسم و بهره‌گیری اصولی از جاذبه‌ها</p>	

پرسش‌نامه سنجش اهمیت نسبی معیارها، زیرمعیارها، و استراتژی‌های توسعه طبیعت‌گردی

این پرسش‌نامه برای سنجش اهمیت نسبی معیارها و زیرمعیارهای مؤثر بر توسعه طبیعت‌گردی منطقه مطالعه شده و استراتژی‌های این صنعت طراحی شد. بدین منظور، این پرسش‌نامه بین کارشناسان و خبرگان امر صنعت گردشگری منطقه مطالعه شده توزیع و جمع‌آوری شد. این پرسش‌نامه به گونه‌ای طراحی شده که امکان مقایسه دوجه‌دوی گروه‌ها و فاکتورهای

SWOT و همچنین استراتژی‌ها را براساس زیرمعیارهای تحقیق فراهم می‌آورد و درنهایت با استفاده از آن می‌توان میزان وابستگی بین گروه‌های SWOT را اندازه‌گیری کرد. پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه و استخراج ماتریس‌های تصمیم، لازم بود تا نرخ ناسازگاری آن‌ها محاسبه شود. بدین‌منظور، از نرم‌افزار Super Decision استفاده شد. با توجه به استفاده از راهنمای تکمیل پرسش‌نامه از یک سو و حضور شخص محقق هنگام تکمیل پرسش‌نامه و ارائه توضیحات لازم در صورت نیاز، همه ماتریس‌ها نرخ ناسازگاری قابل‌قبولی (کمتر از ۰/۱) داشتند. نرخ ناسازگاری در آخرین سطر هر ماتریس عنوان شده است.

تشکیل سوپرماتریس

پس از انجام‌دادن مقایسه‌های زوجی، نوبت به محاسبه امتیازات نهایی هر یک از معیارها، زیرمعیارها، و گزینه‌ها برای به دست آوردن اولویت کلی آن‌ها با توجه به هدف تحقیق می‌رسد. برای این منظور، نتایج حاصل وارد سوپرماتریس شدند. سوپرماتریس، که از تلفیق ماتریس‌های مختلف به دست می‌آید و نرمال می‌شود، سوپرماتریس وزنی است. در ادامه، یک سوپرماتریس محدود برای هر عنصر محاسبه می‌شود و هر یک از این سوپرماتریس‌ها به وسیله ارجحیت عنصر خود وزن‌دهی می‌شود. درنهایت، با تلفیق و سنتز همه سوپرماتریس‌های حدی، نتیجه تصمیم مشخص می‌شود. اولویت نهایی معیارها، زیرمعیارها، و گزینه‌های تحقیق نسبت به هدف تحقیق مشخص شد. با استفاده از سوپرماتریس‌های وزنی و حد تحقیق، اولویت معیارها (زیرعوامل SWOT) و زیرمعیارهای تحقیق (زیرعوامل SWOT) نسبت به هدف تحقیق مشخص شد.





جدول ۲. مقادیر معیارها و زیرمعیارهای تحقیق نسبت به هدف تحقیق

عوامل SWOT	اولویت عوامل SWOT نسبت به هدف تحقیق		زیرعوامل SWOT	اولویت زیرعوامل SWOT نسبت به هدف تحقیق	
	Normal	Limiting		Normal	Limiting
فرصت‌ها	۰/۰۸۳	۰/۰۰۲	o1	0.322567	0.000770
			o2	0.157434	0.000376
			o3	0.223595	0.000534
			o4	0.105133	0.000251
			o5	0.066708	0.000159
			o6	0.079374	0.000189
			o7	0.027584	0.000066
			o8	0.017604	0.000042
قوت‌ها	۰/۱۴۴	۰/۰۱۷	s1	0.244771	0.004279
			s2	0.368752	0.006447
			s3	0.158078	0.002764
			s4	0.081846	0.001431
			s5	0.113355	0.001982
			s6	0.033197	0.000580
تهدیدها	۰/۲۳۶	۰/۰۷۵	w1	0.069736	0.014919
			w2	0.065590	0.014032
			w3	0.111600	0.023876
			w4	0.023756	0.005082
			w5	0.032576	0.006969
			w6	0.011167	0.002389
			w7	0.008182	0.001751
ضعف‌ها	۰/۵۳۵	۰/۰۷۱	t1	0.071671	0.016230
			t2	0.113284	0.025653
			t3	0.041015	0.009288
			t4	0.051800	0.011730
			t5	0.015176	0.003437
			t6	0.024229	0.005487
			t7	0.009307	0.002108
			t8	0.006852	0.001552

همان‌طور که جدول ۲ نشان می‌دهد، نتایج رتبه‌بندی عوامل و زیرعوامل SWOT در دو ستون نرمال و حدی نمایش داده شده‌اند. مقادیر نرمال براساس فرم مقایسه‌های زوجی بوده و مستقیماً از سوپرماتریس وزنی تحقیق استخراج شده‌اند. مقادیر حدی به‌صورت مستقیم از سوپرماتریس حدی اخذ می‌شوند. نتایج این دو ستون باهم مطابقت دارند و رتبه‌بندی یکسانی را برای عوامل و زیرعوامل نشان می‌دهند. با توجه به رتبه‌بندی اعلام‌شده، مهم‌ترین عوامل و زیرعواملی که برای توسعه طبیعت‌گردی ابتدا باید بر آن‌ها تمرکز کرد، مشخص شده است.

پس از تعیین اولویت معیارها و زیرمعیارهای تحقیق، نوبت به محاسبه اولویت گزینه‌های تحقیق (استراتژی‌ها) نسبت به هدف می‌رسد. با استفاده از سوپرماتریس حدی، اولویت این استراتژی‌ها مشخص شد (جدول ۳).

جدول ۳. مقادیر گزینه‌های تحقیق نسبت به هدف تحقیق

Name	Graphic	Ideals	Normals	Raw
so		0.255699	0.119645	0.079763
st		0.377506	0.176639	0.117760
wo		0.503950	0.235804	0.157203
wt		1.000000	0.467912	0.311941

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، نتایج در سه ستون نرمال، خام، و ایده‌آل نشان داده شده‌اند. ستون نرمال اولویت هریک از گزینه‌ها را براساس فرم مقایسه‌های زوجی نمایش می‌دهد و معمول‌ترین روش برای مشاهده نتایج است. مقادیر ستون ایده‌آل از تقسیم مقادیر هریک از اعداد ستون نرمال بر بزرگ‌ترین عدد این ستون به‌دست می‌آید. بنابراین، مقادیر عددی گزینه‌های منتخب همواره ۱ است. مقادیر ستون خام به‌صورت مستقیم از سوپرماتریس حدی اخذ می‌شود. مطابق نتایج نشان‌داده‌شده در جدول ۳، استراتژی‌های مناسب توسعه طبیعت‌گردی منطقه مطالعه‌شده رتبه‌بندی شده و از این طریق متولیان و سیاست‌گذاران صنعت گردشگری و طبیعت‌گردی می‌توانند فعالیت‌های خود را بر بهترین استراتژی پیشنهادی متمرکز کنند.

یافته‌های حاصل از اولویت‌بندی معیارها و زیرمعیارهای تحقیق

با جمع‌آوری و تحلیل آرای کارشناسان و ذی‌نفعان صنعت گردشگری منطقه مطالعه‌شده، اولویت معیارها، زیرمعیارهای استراتژیک نسبت به هدف تحقیق مشخص شد. جدول ۴ اولویت معیارها (عوامل SWOT) و زیرمعیارها (زیرعوامل SWOT) نسبت به هدف تحقیق نشان می‌دهد.

جدول ۴. اولویت معیارها و زیرمعیارها نسبت به هدف تحقیق

اولویت های عوامل SWOT نسبت به هدف تحقیق	عوامل SWOT	مقادیر اولویت بندی شده	زیرعوامل SWOT	اولویت زیرعوامل SWOT	مقادیر اولویت بندی شده زیرعوامل SWOT نسبت به هدف تحقیق
۱	ضعفها	۰٫۵۳۵	W _۶	۱	۰٫۱۱۱
			W _۱	۲	۰٫۰۶۹
			W _۲	۳	۰٫۰۶۰۵
			W _۹	۴	۰٫۰۳۲
			W _۵	۵	۰٫۰۲۳۷
			W _۴	۶	۰٫۰۱۱۱
			W _۳	۷	۰٫۰۰۸۱
			W _۸	۸	۰٫۰۰۰۶
			W _۹	۹	۰٫۰۰۴۷
۲	تهدیدها	۰٫۲۳۶	t ₆	۱	۰٫۱۱۳۲
			t ₁	۲	۰٫۰۷۱۶
			T _V	۳	۰٫۰۵۱۸
			t ₂	۴	۰٫۰۴۱
			t ₄	۵	۰٫۰۲۴۲
			t ₅	۶	۰٫۰۱۵۱
			t ₃	۷	۰٫۰۰۹۳
۳	قوتها	۰٫۱۴۴	S ₂	۱	۰٫۳۶۸
			S ₆	۲	۰٫۳۳۱
			S ₁	۳	۰٫۲۴۴
			S ₃	۴	۰٫۱۵۸
			S ₅	۵	۰٫۱۱۳
			S ₄	۶	۰٫۰۸۱
۴	فرصتها	۰٫۰۸۳	O ₁	۱	۰٫۳۲۲
			O ₃	۲	۰٫۲۲۳
			O ₂	۳	۰٫۱۵۷
			O ₄	۴	۰٫۱۰۵
			O ₆	۵	۰٫۰۷۹
			O ₅	۶	۰٫۰۶۶
			O ₇	۷	۰٫۰۲۷
			O ₈	۸	۰٫۰۱۷

همان طور که در جدول ۴ نشان داده شده است، در بین عوامل SWOT (قوتها، ضعفها، فرصتها، و تهدیدها)، ضعفها و پس از آن تهدیدها بیشترین اولویت را داشته و بر قوتها و فرصتها غلبه کرده اند که نشان دهنده آسیب پذیری طبیعت گردی است. بنابراین، برای توسعه طبیعت گردی در منطقه مطالعه شده به اجرای راهکارهایی نیاز است که با اجتناب از تهدیدها و رفع ضعفها، زمینه بهره برداری از پتانسیلها و فرصت های پیش رو را فراهم آورد. همچنین مطابق با جدول ۴ می توان این نتایج را استخراج کرد:

در بین قوتها، در منطقه مطالعه شده، زیرمعیار «پارک جنگلی آبیدر و وجود چشم انداز زیبا به همراه فضای سبز طبیعی» با وزن ۰٫۳۶۸ به عنوان مهم ترین مزیت منطقه برای توسعه گردشگری به حساب می آید. وجود پارک جنگلی آبیدر و جاذبه های طبیعی و منحصر به فرد و تنوع آب و هوایی چشم هر بیننده ای را خیره می کند. از این رو، این منطقه می تواند پذیرای گردشگرانی باشد که با هدف طبیعت گردی سفر می کنند. در این زمینه، با توسعه صنعت اکوتوریسم در منطقه، سایر جاذبه ها (مانند جاذبه های تاریخی، مذهبی، عشایری، و...) نیز بهره برداری شده اند و زمینه توسعه صنعت گردشگری

پدید می‌آید. در مورد ضعف‌ها، «نامناسب بودن و ناکافی بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و تفریحی» با وزن ۰/۱۱۱ اولویت اول را به خود اختصاص داده است که در این زمینه با احداث و گسترش خدمات و تجهیزات می‌توان به‌منزله موانع توسعه طبیعت‌گردی برطرف شده، بهبود و ارتقا یابند. همچنین، از نظر پاسخ‌گویان، استفاده از ظرفیت‌های طبیعی منطقه برای توسعه اکوتوریسم، با وزن ۰/۳۲۲ به‌منزله مهم‌ترین فرصت جهت توسعه طبیعت‌گردی به‌شمار می‌آید که می‌توان با تهیه طرح طبیعت‌گردی و معرفی جاذبه‌های طبیعی منطقه در گسترش طبیعت‌گردی در منطقه مطالعه شده اقدام کرد. در بین زیرمعیارهای تهدیدها، از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی از سوی گردشگران با وزن ۰/۱۱۳۲ بیشترین اولویت را به خود اختصاص داده است که می‌توان با برنامه‌ریزی برای تأمین سوخت گردشگران و تنوع‌بخشی به برنامه‌های اطلاع‌رسانی و بالابردن آگاهی گردشگران در نحوه برخورد با طبیعت از این تهدید خارجی جلوگیری کرد.

یافته‌های حاصل از اولویت‌بندی گزینه‌های تحقیق

با جمع‌آوری و تحلیل آرای کارشناسان و ذی‌نفعان صنعت گردشگری در منطقه مطالعه‌شده، اولویت گزینه‌ها (استراتژی‌ها) نسبت به هدف تحقیق مشخص شد (جدول ۵).

جدول ۵. اولویت گزینه‌ها نسبت به هدف تحقیق

اولویت استراتژی‌ها نسبت به هدف تحقیق	استراتژی‌ها	مقادیر اولویت‌بندی شده
۱	Wt	۰/۴۶۷۹۱۲
۲	Wo	۰/۲۳۵۸۰۴
۳	St	۰/۱۷۶۶۳۹
۴	So	۰/۱۱۹۶۴۵

همان‌طور که در جدول ۵ نشان داده شده است، براساس اولویت‌بندی انجام‌شده، از بین استراتژی‌های پیشنهادی، استراتژی‌های WT به‌منزله بهترین استراتژی جهت توسعه صنعت طبیعت‌گردی انتخاب می‌شود. تأکید استراتژی‌های دسته WT بر این است که با ارائه راهکارهای اجرایی ضمن به حداقل رساندن ضعف‌های فراروی این منطقه، از تهدیدهایی که با آن مواجه است نیز اجتناب کند. با استفاده از قابلیت‌های زیاد و جاذبه‌های بسیار متنوع این منطقه برای جذب گردشگر، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران قادر خواهند بود که از تهدیدهای پیش روی صنعت طبیعت‌گردی منطقه اجتناب کنند و ضعف‌ها را کاهش دهند.

نتایج نشان داد که منطقه مطالعه‌شده آسیب‌پذیری پارک جنگلی آیدر به لحاظ توسعه طبیعت‌گردی بالاست و همچنین توزیع و تخصیص مجدد منابع در سطح پارک جنگلی آیدر، با توجه به محدودبودن فرصت‌ها و بالابودن ضعف‌ها، امری الزامی است. مطابق با این استراتژی‌ها، در صورت تدوین قوانین ویژه به‌منظور استفاده بهینه از جاذبه‌ها و منابع طبیعی منطقه برای گردشگران جهت جلوگیری از تخریب و از بین رفتن منابع طبیعی و زمینه‌سازی و تشویق مردم منطقه مطالعه‌شده به مشارکت در طرح‌های توسعه جهت افزایش اشتغال در منطقه و... مطابق با یافته‌های تحقیق، با به‌کارگیری این دسته استراتژی‌ها، تحولاتی پویا و پایدار در طبیعت‌گردی منطقه مطالعه‌شده شاهد خواهیم بود.

نتیجه‌گیری

در مقاله حاضر، ساختار مدل ANP-SWOT برای انتخاب بهترین استراتژی توسعه طبیعت‌گردی منطقه مطالعه‌شده در نرم‌افزار Super decision طراحی شد. گزینه‌های گروه و زیرگروه (گره یا نود) در مدل ANP طراحی، وزن‌دهی، محاسبه،

و پردازش شدند. نتایج به صورت ماتریس‌های متعدد نشان داده شد. نتایج تحلیل ANP نشان می‌دهد که در بین عوامل SWOT ضعف‌ها و پس از آن تهدیدها نسبت به سایر عوامل از اولویت بیشتری برخوردار شدند که نشان‌دهنده موقعیت رقابتی نامناسب و آسیب‌پذیری صنعت گردشگری و طبیعت‌گردی منطقه بود. این در حالی است که احمدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) در ارزیابی قابلیت‌های توسعه استان خراسان جنوبی با استفاده از فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) نشان دادند که با ارزیابی‌های به عمل آمده، استراتژی بهره‌برداری از منطقه ویژه اقتصادی (SO) در رتبه اول و استراتژی‌های حفظ و احیای انرژی‌های نو و گردشگری در مراتب بعدی توسعه استان خراسان جنوبی قرار دارند.

منابع

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی؛ کاظمی‌زاده، شمس‌الله؛ اسکندری، محمد (۱۳۹۰). «برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری با تأکید بر گردشگری مذهبی موردشناسی قم»، فصل‌نامه پژوهش‌های جغرافیایی/انسانی، ش ۷۶، تابستان ۱۳۹۰، ص ۱۱۵-۱۴۱.
۲. اصغرپور، محمدجواد (۱۳۸۷). تصمیم‌گیری‌های چندمعیاره، تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۸۷، ج ۲.
۳. بحرینی، سید حسن؛ جهانی‌مقدم، حمیدرضا (۱۳۸۳). «استفاده از توان‌های بالقوه مناطق جهت توسعه گردشگری مورد خاص، پارک- موزه نفت مسجدسلیمان»، مجله محیط‌شناسی، ش ۳۵، ص ۳۳-۵۰.
۴. حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۳). «ارزیابی برنامه‌ریزی صنعت توریسم در ایران»، پایان‌نامه دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، به راهنمایی کریم حسین‌زاده دلیر، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تبریز.
۵. دانش‌مهر، حسین؛ کریمی، علیرضا؛ صفری، رؤیا (۱۳۹۱). «بررسی نقش طبیعت‌گردی و آثار آن در توسعه مناطق روستایی با استفاده از مدل تحلیلی SWOT مطالعه موردی روستای اورمان تخت»، پژوهش‌های روستایی، ش ۳، ش ۳، پاییز ۱۳۹۱، ص ۲۰۹-۲۳۴.
۶. دری، بهروز؛ حمزه‌ای، احسان (۱۳۸۹). «تعیین استراتژی پاسخ به ریسک در مدیریت ریسک به وسیله تکنیک ANP (مطالعه موردی: پروژه توسعه میدان نفتی آزادگان شمالی)»، مدیریت صنعتی، دوره ۲، ش ۴، ص ۷۵-۹۲.
۷. رحیمی، سمیه؛ عشقی، کورش (۱۳۸۷). «تعیین ترکیب بهینه منابع انرژی ایران، با استفاده از فرایند تحلیل شبکه‌ای»، فصل‌نامه مطالعات اقتصاد انرژی، ش ۵، ش ۱۸، ص ۱۲۳-۱۶۰.
۸. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ مهدوی، داوود (۱۳۸۵). «راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT دهستان لواسان کوچک»، فصل‌نامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰، ش ۲، تابستان ۱۳۸۵، ص ۱-۳۰.
۹. سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری ایران (۱۳۸۹). آمار گردشگران ورودی به ایران.
۱۰. سعیدی، حمیدرضا؛ نجفی، اکبر (۱۳۸۹). «کاربرد فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) در تعیین اولویت خروج دام از جنگل و سامان‌دهی جنگل‌نشینان»، مجله جنگل ایران، انجمن جنگل‌بانی ایران، ش ۲، ش ۴، ص ۳۰۹-۳۲۱.
۱۱. شفابخش، غلامعلی؛ علیزاده، حسنا؛ اکبری، مهدی (۱۳۹۱). «شناسایی و اولویت‌بندی نقاط حادثه‌خیز با روش فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP)»، فصل‌نامه مطالعات مدیریت ترافیک، ش ۷، ش ۲۴، بهار ۱۳۹۱، ص ۱۹۱-۱۹۰.
۱۲. شمس، مجید؛ امینی، نصیره (۱۳۸۸). «ارزیابی شاخص فرهنگ ایرانی و تأثیر آن در توسعه گردشگری»، فصل‌نامه جغرافیایی انسانی، ش ۱، ش ۴، پاییز ۱۳۸۸، ص ۸۱-۹۳.
۱۳. صادق عمل‌نیک، محسن؛ انصاری‌نژاد، ایوب؛ انصاری‌نژاد، صمد؛ میری‌نرگسی، سینا (۱۳۸۹). «یافتن روابط علی و معلولی و رتبه‌بندی عوامل بحرانی موفقیت و شکست پروژه‌های پیاده‌سازی سیستم‌های اطلاعاتی به کمک ترکیب روش‌های ANP و DEMATEL فازی گروهی»، نشریه تخصصی مهندسی صنایع، دوره ۴۴، ش ۲، پاییز ۱۳۸۹، ص ۱۹۵-۲۱۲.
۱۴. فرجی سبکیار، حسعلی؛ بدری، سید علی؛ مطیعی لنگرودی، سید حسن؛ شرفی، حجت‌الله (۱۳۸۹). «سنجش میزان پایداری نواحی روستایی بر مبنای مدل تحلیل شبکه، با استفاده از تکنیک بردا، مطالعه موردی نواحی روستایی شهرستان فسا»، پژوهش‌های جغرافیایی/انسانی، ش ۷۲، تابستان ۱۳۸۹، ص ۱۳۵-۱۶۵.
۱۵. قادری، رضا؛ هادیانی، زهره؛ محمدی، کاوه؛ ابوبکری، طاهر (۱۳۹۰). «استراتژی‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای گردشگری با استفاده از تکنیک SWOT مطالعه موردی: شهرستان پیرانشهر»، فصل‌نامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ش ۱، ش ۱، بهار ۱۳۹۰، ص ۲۷-۴۰.
۱۶. قدسی‌پور، سید حسن (۱۳۸۹). فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی، تهران: صنعتی امیرکبیر، ۱۳۸۹ چاپ ۸.

۱۷. قدمی، مصطفی (۱۳۹۰). «ارزیابی و تدوین استراتژی مقصد در چارچوب توسعه پایدار گردشگری نمونه مورد مطالعه: کلان‌شهر مشهد»، *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، س ۳، ش ۹ تابستان ۱۳۹۰، ص ۸۲-۵۹.
۱۸. قلی‌زاده، محمدرضا (۱۳۸۹). «ارائه یک الگوی تلفیقی به منظور بخش‌بندی بازار هدف صنعت گردشگری با استفاده از رویکرد SWOT (مطالعه موردی: استان گیلان)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد رشت.
۱۹. کاظمی، مهدی (۱۳۸۷). «تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار»، *جغرافیا و توسعه*، س ۶، ش ۱۲، پاییز ۱۳۸۷، ص ۸۱-۱۰۰.
۲۰. کمال‌آبادی، عیسی؛ امیرآبادی، محمد؛ محمدی‌پور، هیرش (۱۳۸۹). «انتخاب استراتژی بهینه براساس تحلیل SWOT و روش فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP)»، *مطالعه موردی، شرکت پتروشیمی اراک*»، فصل‌نامه مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی، سال ۵، ش ۱۱، پاییز ۱۳۸۹، ص ۲۱-۳۴.
۲۱. کیانی، اکبر؛ سالاری سردی، فرضعلی (۱۳۹۰). «بررسی و ارزیابی اولویت‌های منظر فضاهای عمومی شهر عسلویه با استفاده از مدل ANP»، فصل‌نامه علمی-پژوهشی *باغ نظر*، مرکز پژوهشی هنر معماری و شهرسازی نظر، ش ۱۸، س ۸، پاییز ۱۳۹۰، ص ۲۵-۳۸.
۲۲. مکیان، سید نظام‌الدین؛ نادری بنی، محمود (۱۳۸۲). «بررسی گردشگری خارجی در شهرستان یزد»، *مجله تحقیقات اقتصادی*، ش ۶۲ بهار ۱۳۸۲، ص ۱۹۵-۲۰۵.
۲۳. ملکی، محمد؛ محقر، فاطمه؛ کریمی، دستجردی (۱۳۸۹). «تدوین و ارزیابی استراتژی‌های سازمانی با به‌کارگیری مدل‌های SWOT و فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP)»، *مدیریت فرهنگ‌سازمانی*، س ۸، ش ۲۱، ص ۱۵۹-۱۷۶.
۲۴. ناصرپور، نادر (۱۳۸۲). «بررسی و تبیین موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان و ارائه راهکارهای مناسب در این زمینه»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، به راهنمایی مهرداد مدهوشی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه مازندران. ص ۱۰۶.
۲۵. نایب‌پور، محمد؛ ویسیان، محمد؛ اصغری، آزاد؛ سارانی، سمانه (۱۳۹۲). «برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری در استان‌های مرزی با روش SWOT مورد مطالعه: استان کردستان»، فصل‌نامه *علوم و فنون مرزی*، س ۴، ش ۳، پاییز ۱۳۹۲، ص ۷-۳۰.
۲۶. نظری، گودرز (۱۳۸۰). *راهنمای جهانگردی*، کانون آگاهی و تبلیغات جهانگردی، چاپ ۱.
۲۷. نوحه‌گر، احمد؛ حسین‌زاده، محمد؛ پیراسته، اسماعیل (۱۳۸۸). «ارزیابی قابلیت‌های طبیعت‌گردی جزیره قشم با بهره‌گیری از مدل مدیریت استراتژی SWOT»، *مجله جغرافیا و توسعه*، دوره ۷، ش ۷، ص ۱۵۱-۱۷۲.
۲۸. ولی سامانی، جمال؛ دلاور، مجید (۱۳۸۹). «کاربرد فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) در اولویت‌بندی ساخت‌گاه‌های پرورش میگو»، *تحقیقات منابع آب ایران*، س ۶، ش ۲، ص ۴۶-۵۶.
29. Azimi, R. & Yazdani, A. & Fooladgar, M. and Basir, M. (2011). Evaluating the strategies of the Iranian mining sector using a integrated model, *International Journal of Management Science*, Vol.6, No.6, PP459-466.
30. Ostrega, A. & Felice, F.D. & Petrillo, A. (2011). ANP- SWOT Approach to minimize environmental impacts due mining activities, *Proceedings of the International Symposium on the Analytical Hierarchy Process*.
31. Saaty, T. L. (1996). *Decision making with dependence and feedback: the analytical network process*, RWS publications, Pittsburgh.
32. Takano, S-ei. (2009). Application of Combined SWOT and Analytic Hierarchy Process (AHP) for Tourism Revival Strategic Marketing Planning, A Case of Sri Lanka Tourism, *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, Vol.8, No. 0, PP, 954- 969.
33. Taleai, M. & Mansouri, A. & Sharifi, A. (2009). Surveying general prospects and challenges of GIS implementation in developing countries, a SWOT- Ahp approach, *Journal of Geographical Systems*, Vol.11, No. 1346, PP, 291-310.
34. www.ichto.ir