

نشریه علمی- پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی، سال ۱۸، شماره ۴۸، تابستان ۱۳۹۳، صفحات ۲۱۰-۱۷۷

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۲/۰۵/۰۶

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۰۷/۲۵

تحلیلی بر زیرساخت‌های گردشگری در مقصد اکوتوریستی بند ارومیه با استفاده از روش SWOT

اصغر ضربایی^۱
جنار علیزاده اصل^۲
عیسی بهاری^۳

چکیده

اکوتوریسم شاخه‌ای از گردشگری است که می‌تواند توان بالقوه طبیعی و ویژگی‌های فرهنگی را به سرمایه‌های بالفعل تبدیل کند. بدیهی است بدون آگاهی و شناخت پتانسیل‌ها و توان‌های بالقوه و بالفعل هر منطقه، امکان برنامه‌ریزی و پیش‌بینی وجود نخواهد داشت. بر این اساس در این پژوهش به شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها و راهکارهای توسعه اکوتوریسم در بند ارومیه پرداخته شده است. هدف این پژوهش علاوه بر معرفی روستای بند به‌عنوان یکی از مناطق توریستی استان، بررسی مشکلات و تنگناها از نظر امکانات و زیرساخت‌های گردشگری، پتانسیل‌های اکوتوریسم و ارائه راهکارهایی در رابطه با رفع موانع اکوتوریسم در آن می‌باشد. رویکرد حاکم بر این پژوهش توصیفی، تحلیلی و علی و با توجه به هدف نوع تحقیق کاربردی است. داده‌های آن از طریق پرسشنامه تهیه شده و جامعه آماری پژوهش حاضر گردشگرانی که در تابستان ۱۳۸۸ به بند سفر کرده‌اند، می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات از نرم‌افزار SPSS و آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده و جهت ترسیم نقشه از نرم‌افزار Arc/GIS بهره گرفته شده است. همچنین جهت ارزیابی پتانسیل‌ها و قابلیت‌های اکوتوریستی از مدل SWOT در راستای تقویت

۱- استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان.

۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان.

۳- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان.

نقاط قوت و فرصت و کاهش تهدید و ضعف‌ها استفاده شده است. نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد: هر چه میزان تبلیغات افزایش یابد به همان اندازه میزان گردشگران ورودی افزایش پیدا می‌کند. که نتیجه به‌دست آمده از این رابطه ۰/۴۱ درصد است و بیانگر یک رابطه قابل قبول و متوسط به بالا می‌باشد. هر چه میزان امکانات و خدمات و تسهیلات مکان‌های گردشگری بیشتر باشد به همان اندازه میزان رضایت گردشگران افزایش می‌یابد. که در بند ارومیه رابطه بین رضایت گردشگران از امکانات و خدمات ارائه شده ۰/۳۶ بوده که یک رابطه متوسط به پایین می‌باشد. ارزیابی منطقه با مدل SWOT، نشان‌دهنده ۳۵ نقطه ضعف و تهدید در مقابل ۲۵ نقطه قوت و فرصت است؛ که نیازمند توجه جدی مدیران و برنامه‌ریزی‌های منسجم و کلان در جهت تبدیل نقاط ضعف و تهدید به نقاط قوت و استفاده از فرصت‌ها در راستای توسعه اکوتوریسم منطقه مورد مطالعه است.

واژگان کلیدی: گردشگری، طبیعت‌گردی، خدمات گردشگری، روستای بند ارومیه، SWOT.

مقدمه

گردشگری از دیرباز مورد توجه بشر بوده و امروزه به‌عنوان یکی از صنایع بسیار مهم در توسعه فرهنگ‌ها و ارتباطات ملل، نقش ممتازی در استقرار صلح و آرامش در جهان ایفا کرده است (بی‌ریا، ۱۳۸۶: ۲۶). پیشرفت‌های متنوع تکنولوژیکی قرن حاضر موجبات پیشرفت ارتباطات، افزایش سرعت حمل و نقل و آسایش نسبی مسافرت را در پی داشت که در نتیجه، انقلاب بزرگی در صنعت گردشگری به‌وجود آمد. به‌دنبال آن ایجاد مراکز و خدمات گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن توسعه یافت، تا جایی که گردشگری در سال‌های اخیر منبع قابل توجهی برای تأمین نیازهای ارزی بسیاری از کشورها بوده و به‌عنوان یکی از اقلام صادراتی نامرئی نقش مهمی را در عرصه تجارت ایفا می‌کند (رضوانی، ۱۳۷۴: ۸۴). بنابراین امروزه گردشگری یکی از امیدبخش‌ترین فعالیت‌هایی است که از آن به‌عنوان گذرگاه توسعه^۴ یاد می‌کنند. این در حالی است که گسترش گردشگری با ناسازگاری‌های زیست‌محیطی، اکولوژیکی، فرهنگی، اجتماعی و... همراه بوده است (Swarbrookr, 1998: 203). اکوتوریسم شکل نوینی از شاخه گردشگری است که در سال‌های اخیر رشد بسیار

سریعی داشته و به یکی از پدیده‌های مهم صنعت گردشگری تبدیل شده است. این نوع از گردشگری در قرن ۲۱ از چنان اهمیتی برخوردار است که سازمان ملل متحد قرن حاضر را قرن اکوتوریسم نامیده است (رخشانی‌نسب و ضرابی، ۱۳۸۸: ۴۴). ویژگی محوری این نوع گردشگری ارتباط با طبیعت، انگیزه‌های آموزشی و قدرشناسانه و وابستگی به مفهوم توسعه پایدار است و همچنین پیونددهنده دو دیدگاه تعهد شدید به طبیعت و احساس مسئولیت اجتماعی است، به همین سبب انجمن اکوتوریسم آن را چنین تعریف می‌کند: اکوتوریسم سفر مسئولانه به طبیعت است، که محیط زیست را حفظ و رفاه مردم محلی را افزایش می‌دهد (رضوانی، ۱۳۸۷: ۲۳-۲۲). با عنایت به موارد فوق، در پژوهش حاضر سعی بر آن است ضمن شناسایی توان‌های اکوتوریستی بند ارومیه، نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌های فراروی اکوتوریستی آن با استفاده از مدل SWOT مورد تحلیل و ارزیابی قرار گیرد.

بیان مسأله

صنعت توریسم به‌عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا به‌حساب می‌آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند (گی، ۱۳۸۲: ۱۹) امروزه صنعت توریسم در دنیا، یکی از منابع مهم درآمد و در عین حال از عوامل مؤثر در تبدلات فرهنگی بین کشورهاست و به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان حائز جایگاه ویژه‌ای است. صنعت گردشگری در جهان توسعه فراوانی یافته است و بسیاری از کشورها از این رهیافت توانسته‌اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشیده و بسیاری از مشکلات خود از قبیل بیکاری، پایین بودن سطح درآمد سرانه و کمبود درآمد ارزی را پوشش دهند به‌دلیل اثرات چشمگیری که فعالیت‌های گردشگری در اقتصاد مناطق پذیرنده گردشگران بر جای می‌گذارد، توجه فراوانی به این زمینه از فعالیت معطوف می‌گردد. پیچیدگی و تراکم موجود در زندگی شهری عده زیادی از مردم را متوجه طبیعت می‌کند و در این میان، مناطقی که دارای توان‌های طبیعی با ارزش‌تری باشند بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند. به این ترتیب جریانات گردشگری به منظور بهره‌برداری از آرامش و زیبایی طبیعت بدان سمت شکل می‌گیرد (بهاری، ۱۳۹۰: ۳).

اهمیت گردشگری در عصر حاضر بیش از همه وابسته به چرخه‌ی اقتصادی آن است که قابلیت بالایی را در زمینه‌ی پویایی اقتصاد محلی و بین‌المللی دارا می‌باشد. به گونه‌ای که گردشگری، سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی و همچنین صادرات در صنعت گردشگری در سال ۲۰۰۴ رشدی معادل ۵/۹ درصد و درآمدی در حدود ۵/۵ تریلیون دلار داشته است (Fennel, 2008: 120). سازمان جهانی گردشگری پیش‌بینی کرده که تا سال ۲۰۲۰ میلادی جمعیت گردشگر سالانه جهان ۱/۶ میلیارد نفر و درآمد سالانه‌ای بیش از ۲ تریلیون دلار خواهد رسید که در حدود ۴/۷ برابر درآمد گردشگری در سال ۱۹۹۶ است (منشی‌زاده، ۱۳۸۴: ۱۲).

کشور ایران جزو ۱۰ کشور اول جهان از لحاظ جاذبه‌های گردشگری، جزو ۵ کشور اول جهان از نظر تنوع گردشگری، جزو ۳ کشور اول جهان از نظر تنوع صنایع دستی و دوّمین کشور جهان از لحاظ تنوع اقلیمی می‌باشد (زنگی‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۳۱-۱۳۲) که نشان از کم نظیر بودن قابلیت‌ها و پتانسیل‌های اشکال مختلف گردشگری کشور است. غنای جاذبه‌های گردشگری در کشور موجب گردیده، ایران را جهانی در یک مرز بنامند (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۰). گردشگری برای ایران که وابستگی شدیدی به درآمدهای نفتی دارد، می‌تواند به‌عنوان راهی برای رهایی از وابستگی به درآمدهای نفتی و خروج از اقتصاد تک محصولی باشد (طیّبی و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۳). ولی متأسفانه با وجود رونق بخش گردشگری کشور در سال‌های اخیر، هنوز جایگاه شایسته خود را در فعالیت‌های بین‌المللی گردشگری در سطح دنیا پیدا نکرده و در حاشیه بازارهای بین‌المللی قرار گرفته است. به‌عنوان مثال درآمد کشور ایران، علی‌رغم دارا بودن پتانسیل‌های بسیار بالای گردشگری، معادل ۱/۷۷۷ میلیارد دلار یعنی تنها حدود یک هشتم درآمد کشور ترکیه گزارش شده است (صدرموسوی و دخیلی‌کهنمویی، ۱۳۸۶: ۱۳۰). چنین مشکلی نه تنها در سطح ملی، بلکه در سطح مناطق و نواحی نیز به چشم می‌خورد تا جایی که شناسایی و رفع آن‌ها توجه بیشتری را می‌طلبد.

استان آذربایجان غربی نمونه‌ای از مناطق پرتوان کشور در زمینه گردشگری است که با دارا بودن اماکن تاریخی، باستانی، فرهنگی، مذهبی، جاذبه‌های گردشگری و طبیعی و

چشم‌اندازهای بکر و زیبا انواع و اشکال متنوعی از گردشگری را به نمایش می‌گذارد. روستای بند ارومیه از توابع بخش مرکزی شهرستان ارومیه، یکی از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری استان آذربایجان غربی است که در کنار بستر رودخانه شهرچای به صورت خطی استقرار و امتداد یافته است. از مهم‌ترین جاذبه‌های طبیعی و گردشگری روستای بند، می‌توان به تفرجگاه‌های حاشیه رودخانه شهرچای، باغات پیرامون روستا با انواع میوه‌های الوان، چشم‌انداز کوهستان و تفرجگاه زمستانی بند، دریاچه پشت سد شهرچای با قابلیت‌های ورزش‌های آبی و تفرجگاه پیرامونی سد شهرچای و همچنین صنایع دستی از قبیل گلیم، قالی و فرش و نیز تولیدات زراعی و باغی اشاره نمود. اینها همه حاکی از قابلیت‌های گردشگری روستای بند می‌باشد ولی متأسفانه با وجود این همه توان گردشگری، در حال حاضر تنها اندکی از این جاذبه‌ها به دلیل نبود یک برنامه‌ریزی منسجم و اصولی و عدم سرمایه‌گذاری‌های کافی و نبود امکانات و خدمات و زیرساخت‌های گردشگری مورد استفاده گردشگران قرار می‌گیرد. لذا در صورتی که اقدامات دقیق و مؤثری جهت برنامه‌ریزی صحیح و استفاده بهینه از توان‌های گردشگری در خصوص گسترش اکوتوریسم منطقه صورت گیرد، می‌توان از آن به عنوان یک راهبرد و فرصت جدید برای تسهیل توسعه اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی شهرستان و نهایتاً کل استان استفاده نمود. با عنایت به موارد فوق و منافع کلانی که این صنعت در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و... برای منطقه به دنبال دارد، لزوم توجه بیشتر به آن مشخص و انجام چنین پژوهشی یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است. در این راستا پژوهش حاضر به بررسی زیرساخت‌های گردشگری روستای بند ارومیه پرداخته و درصدد پاسخ به سؤالات زیر است:

- آیا امکانات و تسهیلات گردشگری موجود در روستای بند تکافوی نیاز گردشگران است؟

- میزان رضایت گردشگران از وضعیت مکان‌های گردشگری و امکانات و خدمات گردشگری روستای بند چگونه است؟

- نقاط قوت و فرصت‌ها و نقاط ضعف و تهدیدها و محدودیت‌های فراروی اکوتوریسم بند ارومیه چه مواردی می‌باشد؟

- چه راهکارها و پیشنهادهایی جهت استفاده مطلوب و بهینه از توانمندی‌های اکوتوریستی روستای بند می‌توان ارائه نمود؟

پیشینه پژوهش

محققان متعددی به مطالعه پیرامون اکوتوریسم و تأثیر آن را بر جنبه‌های مختلف زندگی و توسعه پرداخته‌اند که مجالی برای ذکر نتایج همه آن‌ها نیست و تنها به‌عنوان نمونه می‌توان به مطالعات نوری و دیگران (۱۳۸۹)، شایان و پارسایی (۱۳۸۶)، راجع به امکان‌سنجی جذب اکوتوریسم، هاشمی (۱۳۸۹)، مشیری و ابوسعیدی (۱۳۸۹)، اکبریور و نوربخش (۱۳۸۹)، اکبری و بمانیان (۱۳۸۷)، پیرامون اکوتوریسم و نقش آن در توسعه پایدار، سجادیان و سجادیان (۱۳۹۰)، پیرامون قابلیت‌های اکوتوریسم روستایی، کیانی و دیگران (۱۳۹۰) و محرم‌نژاد و دربیکی (۱۳۸۶)، پیرامون مدیریت اکوتوریسم و غیره اشاره کرد که در همه موارد مذکور اثرات مثبت و سازنده اکوتوریسم نتیجه گرفته شده است. از مهم‌ترین مطالعاتی که در سال‌های اخیر در این زمینه صورت گرفته، می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- مورالیس^۵ (۲۰۰۷): در پژوهشی وضعیت اکوتوریسم کشور مکزیک را مورد مطالعه قرار داد و چنین نتیجه گرفت که این کشور بواسطه برخورداری از منابع طبیعی و فرهنگی، پتانسیل‌های عظیمی در زمینه اکوتوریسم دارد ولی به‌دلیل نبود یک ساختار قانونی برای توسعه اکوتوریسم، این پتانسیل‌ها بالفعل نگردیده است (Morales Soriano, 2007: 3).

- ادابوا^۶ (۲۰۰۹): در پژوهشی نقش گردشگری فرهنگی و اکوتوریسم را به‌عنوان استراتژی توسعه کشور غنا مورد مطالعه قرار داد و تأثیرات زیست محیطی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی گردشگری را در این کشور بررسی کرده است. نتایج تحقیق وی نشان داد که گردشگری در کشور غنا باعث افزایش فرصت‌های شغلی برای زنان، توسعه منابع انسانی، توسعه زیرساخت‌ها و حفظ منابع اکولوژیکی گردیده است (Adabowa Aidoo, 2009: 1).

5- Morales Soriano

6- Adabowa Aidoo

- محمدی ده‌چشمه و زنگی‌آبادی (۱۳۸۷) به امکان‌سنجی توانمندی‌های اکوتوریسم استان چهارمحال و بختیاری به روش SWOT پرداخته و بیان می‌کنند که این استان در زمینه صنعت نوپای اکوتوریسم، ظرفیت تبدیل شدن به یکی از قطب‌های بزرگ طبیعت‌گردی کشور را داراست. مانع اساسی و ضعف بزرگ در راه رسیدن به این هدف به تعدد تصمیم‌گیران و مسایل مدیریتی و ضعف در زیرساخت‌ها بازمی‌گردد.

- رخشانی‌نسب و ضرابی (۱۳۸۸)، با مطالعه چالش‌ها و فرصت‌های توسعه اکوتوریسم در ایران «به این نتیجه رسیدند که چالش‌های بسیاری در صنعت اکوتوریسم کشور وجود دارد، به گونه‌ای که سالانه در حدود ۹۰ دلار از سهم تولید ملی هر خانوار ایرانی برای رونق توریسم و اکوتوریسم به بازار جهانی توریست پرداخت می‌شود، در حالیکه از این بازار سهم اندکی به ایران اختصاص می‌یابد.

- محرم‌نژاد و آقاخانی (۱۳۸۸)، در پژوهشی به ارزیابی تهدیدها و فرصت‌های عوامل راهبردی صنعت اکوتوریسم مطالعه موردی: منطقه حفاظت شده جاجرود پرداخته به این نتیجه رسیدند که صنعت اکوتوریسم در این منطقه از وضعیت مناسبی برخوردار نیست. لذا ایجاد و توسعه اکوتوریسم در جاجرود و تبدیل آن به یکی از قطب‌های طبیعت‌گردی ایران مستلزم به‌کارگیری مدیریتی یکپارچه بر اساس عناصر زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی می‌باشد.

- جوزی و دیگران (۱۳۸۹)، به مطالعه ارزشگذاری اقتصادی محدوده دریاچه سد کارون ۳ به منظور ارائه برنامه راهبردی توسعه اکوتوریسم با استفاده از SWOT و «A» پرداخته و به این نتیجه رسیدند که ارزش تفرجگاهی محدوده سد کارون ۳ در زمان مطالعه، تقریباً ۲ میلیارد و ۸۷۹ میلیون و ۵۵۰ هزار ریال در ماه برآورد شد.

- مرادی هوسین (۱۳۹۰)، در پژوهشی به تحلیل جاذبه‌ها و پتانسل‌های اکوتوریسمی شهرستان ارومیه پرداخته و با بکارگیری مدل SWOT به این نتیجه رسیده که شهرستان ارومیه در مجموع با ۴۰ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و ۱۹ نقطه ضعف و تهدید به‌عنوان محدودیت‌ها و تنگناها، پتانسیل‌ها و توانمندی‌های فراوانی برای توسعه اکوتوریسم

دارد ولی در عین حال اکوتوریسم این منطقه با چالش‌ها و مشکلات جدی و اساسی مواجه است که از نمونه‌های بارز آن می‌توان به دریاچه ارومیه به‌عنوان مهم‌ترین پدیده اکوتوریسمی منطقه اشاره کرد.

اهداف پژوهش

این پژوهش در راستای اهداف زیر تدوین شده است:

- بررسی و شناخت وضعیت امکانات و تسهیلات اکوتوریسمی بند ارومیه.
- شناخت ویژگی‌های گردشگران ورودی به منطقه.
- بررسی میزان رضایت گردشگران از امکانات، تجهیزات و خدمات گردشگری.
- ارزیابی ضعف‌های داخلی و تهدیدهای بیرونی و افزایش قوت داخلی و فرصت‌های بیرونی در راستای توسعه پایدار اکوتوریسم.
- ارائه پیشنهادات برای استفاده بهینه از قابلیت‌ها و امکانات موجود گردشگری.

سؤال و فرضیات پژوهش

این پژوهش به دنبال بررسی سؤال و فرضیات زیر می‌باشد:

- آیا امکانات و تسهیلات گردشگری موجود در روستای بند تکافوی نیاز گردشگران می‌کند؟
- نقاط قوت و فرصت‌ها و نقاط ضعف و تهدیدها و محدودیت‌های فراروی اکوتوریسم بند ارومیه چه مواردی می‌باشد؟
- به نظر می‌رسد بین تبلیغات و جذب گردشگران رابطه معناداری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین رضایت گردشگران از وضعیت مکان‌های گردشگری و امکانات و خدمات گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

متغیرهای پژوهش

- متغیر مستقل؛ تبلیغات، وضعیت امکانات، خدمات و تسهیلات گردشگری؛

- متغیر وابسته؛ جذب گردشگران، میزان رضایت گردشگران.

مواد و روش‌ها

این پژوهش با توجه به هدف، از نوع کاربردی و از نظر روش تحقیق از نوع تحلیلی، توصیفی و پیمایشی است. روش گردآوری اطلاعات و داده‌ها به صورت مطالعات میدانی (پیمایشی) و کتابخانه‌ای (اسنادی) بوده است. کلیه گردشگرانی که در تابستان سال ۱۳۸۸ از روستای گردشگری بند ارومیه بازدید کرده‌اند، جامعه آماری پژوهش را تشکیل می‌دهند، بر اساس آمار سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی تعداد گردشگران ۶۷۸۵۱ نفر بودند. برای محاسبه حجم نمونه جامعه آماری از فرمول کوکران استفاده شده و با توجه به این محاسبه تعداد ۳۲۰ نمونه به دست آمد ولی برای روایی بیشتر به ۴۰۰ پرسشنامه افزایش یافت. جهت انتخاب نمونه در جامعه آماری گردشگران، از روش نمونه‌های در دسترس یا نمونه‌های اتفاقی در روستای گردشگری بند استفاده شده است. پس از گردآوری اطلاعات و داده‌های میدانی اقدام به تجزیه و تحلیل اطلاعات توسط نرم‌افزارهای SPSS و EXCEL گردید. برای تعیین پایایی پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ بهره گرفته شد. پایایی به دست آمده از گویه‌ها $\alpha=0.73$ محاسبه شده که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول گویه‌های مورد مطالعه است. جهت بررسی فرضیات تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده و همچنین برای تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات و ارائه راهبردهای توسعه اکوتوریسم از مدل SWOT بهره گرفته شده است.

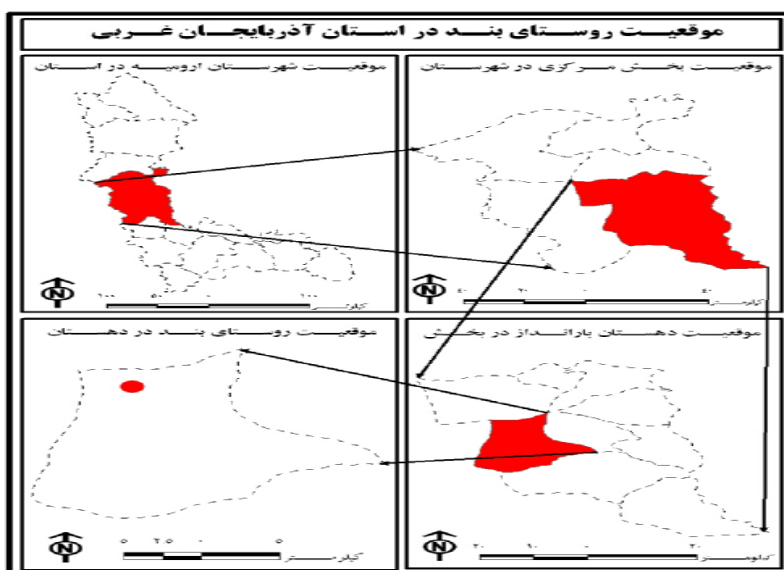
$$n = \frac{\frac{(1.96)^2(0.7)(0.3)}{(.5)^2}}{1 + \frac{1}{67851} \left(\frac{(1.96)^2(0.7)(0.3)}{(.05)^2} - 1 \right)} = 320 \quad n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)} =$$

قلمرو پژوهش

روستای گردشگاهی بند از توابع بخش مرکزی شهرستان ارومیه، با مختصات جغرافیایی ۴۵

درجه طول شرقی و ۳۷ درجه و ۲۹ دقیقه عرض شمالی، در ۳ کیلومتری جنوب‌غربی ارومیه یکی از تفرجگاه‌های اصلی و منحصربه‌فرد شهرستان ارومیه است که از دیر باز محل مبادله کالاها و بازار روستایی منطقه ارومیه بوده است (راحلی و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۲).

روستای بند با ارتفاع ۱۴۰۰ متر از سطح دریا در کنار بستر رودخانه شهرچای به صورت خطی استقرار و امتداد یافته و در منطقه کوهستانی واقع شده است و در فصول بهار و تابستان از آب و هوای خنک و معتدل برخوردار می‌باشد. روستای بند بر اساس سرشماری سال ۱۳۸۵، ۴۰۰۰ نفر جمعیت داشته است.



شکل (۱) نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

مبانی نظری تحقیق

واژه توریسم نخستین بار در سال ۱۸۱۱م، در مجله‌ای انگلیسی به نام اسپورتینگ^۷ مطرح شد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر

7- Sporting

طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت (محلاتی، ۱۳۸۰: ۳). گردشگری معادل فارسی واژه Tourism در زبان‌های انگلیسی، فرانسه و آلمانی است که به صورت مصطلح در زبان فارسی به صورت گردشگری ترجمه شده است. ریشه این واژه از اصطلاح Tornus یونانی و لاتین گرفته شده که یکی از معانی آن گردش کردن و یا گشتن است و با پسوند ISM به صورت اسم مصدر توریسم یا گردشگری درآمده است (ارمغان، ۱۳۸۶: ۱).

صنعت گردشگری ساختاری است که از مجموعه اجزا و عوامل سخت‌افزاری و نرم‌افزاری تشکیل شده است. درک مفاهیم تشکیل‌دهنده این ساختار ما را در ایجاد این صنعت و شناخت اجزای آن و برآورد نیاز به سرمایه، نیروی انسانی، زیرساخت‌ها، آموزش‌ها و پژوهش‌ها یاری می‌رساند. بدون درک ساختار مورد نظر نمی‌توان انتظار عملکردها و رفتارهای مناسب را داشت (پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۸۸: ۲۲). گردشگری یک فرایند دینامیک و مشتمل بر عناصر متعددی است که چالش‌های قابل ملاحظه و نیز فرصت‌های جدیدی را در کشورهای مقصد ایجاد می‌کند و در بسیاری از مقاصد به عنوان یک کنش‌گر برای تحوّل اقتصادی و اجتماعی عمل می‌کند (Abby liu, Geoffrey Wall, 2006: 159). اکوتوریسم نیز همانند سایر اشکال گردشگری قدمتی بسیار طولانی دارد. هتزر^۸ اولین کسی بوده است که در سال ۱۹۶۵ واژه اکوتوریسم را در توصیف رابطه بین توریست‌ها، محیط زیست و فرهنگ‌های بومی به کار برده است (زاهدی، ۱۳۸۵: ۹۱). یکی دیگر از افرادی که بعد از هتزر به واژه اکوتوریسم رسمیت بخشید هکتور سبالوس لاسکورین بود. وی در سال ۱۹۸۱ واژه اسپانیایی "turismo ecologico" را برای گردشگری اکولوژیکی بکار برد. این واژه در سال ۱۹۸۳ به واژه "ecoturismo" تبدیل شد و در سال ۱۹۸۴ توسط لاسکورین به شکل مکتوب در مجله «امریکن بردز»^۹ نوشته شد. تعریفی که لاسکورین برای نخستین بار در سال ۱۹۸۷ از اکوتوریسم ارائه داد در مقاله‌ای تحت عنوان «آینده اکوتوریسم»^{۱۰} به چاپ رسید و در ۲۷ ژانویه ۱۹۸۸ در «نشریه مکزیکو» تجدید چاپ شد (Neil, 2009: 5).

8- Hetzer

7- American Birds

8- The Future of Ecotourismo

پذیرش مفهوم توسعه پایدار و ارزش میراث طبیعی در بیشتر کشورها در مباحث گردشگری منجر به پیدایش اکوتوریسم گردیده است. این واژه متشکل از دو لغت بوم‌شناسی^{۱۱} و گردشگری می‌باشد (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۲۲). و در ادبیات فارسی طبیعت‌گردی ترجمه شده و گرایش و پدیده‌ای نسبتاً نو در صنعت گردشگری محسوب می‌شود.

اکوتوریسم اختصار واژه اکولوژیکال توریسم است این شکل از گردشگری فعالیت‌های فراغتی انسان را عمدتاً در طبیعت امکان‌پذیر می‌سازد و مبتنی بر مسافرت‌های هدفمند توأم با برداشت‌های فرهنگی، معنوی، دیدار و مطالعه از جاذبه‌های طبیعی و بهره‌گیری و لذت‌جویی از پدیده‌های متنوع آن است (رضوانی، ۱۳۸۲: ۱۱۶). گردشگری طبیعی مفهوم جدیدی در گردشگری است که جرعه آن در ابتدا به‌وسیله ایده همسازی دوباره با طبیعت واقعی زده شد و به وسیله جامعه گردشگری طبیعی به‌عنوان سفر مسئولانه به نواحی طبیعی مطرح شد که حفاظت محیط طبیعی و تقویت رفاه جامع محلی را به همراه دارد (Thampi, 2005: 22). اکوتوریسم یا گردشگری در طبیعت، از انواع توریسم مسئولانه است که هدف آن حفاظت از محیط زیست است. این الگوی فضایی دربرگیرنده رویکرد گردشگران به محیط طبیعی با انگیزه‌های متفاوتی است که گردشگران از سفر به محیط طبیعی مدنظر دارند (پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۸۸: ۲۱۶). این شکل از گردشگری به حمایت از منابع طبیعی و تفاوت‌های بیولوژیکی در طول توسعه گردشگری تأکید کرده است. همچنین نیازمند حمایت مناسب از منابع مورد استفاده است یا به عبارت دیگر وقتی جابجایی مزایا از منابع گردشگری منطقه‌ای به مزایای اقتصاد و صنایع صورت می‌گیرد، باید تلاش کرد تا از توسعه مناسب محیط طبیعی و فرهنگ اجتماعی حمایت شود (Bin, 2008: 85).

گودوین^{۱۲} اکوتوریسم را توریسم طبیعت محور و کم‌اثر می‌داند که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق ایجاد درآمد برای مردم بومی به حفظ گونه‌های زیستی و زیستگاه‌ها کمک نموده و از این طریق باعث ارزش نهادن و در نهایت حفاظت از میراث جانوران وحشی منطقه به‌عنوان یک منبع درآمدی می‌گردد (Goodwin, 1996: 288). در مجموع،

11- Ecological-Setting

12- Goodwin

اکوتوریسم عبارت است از مسافرت مسئولانه و مبتنی بر اصول پایدار به نواحی طبیعی به منظور بهره‌گیری معنوی و ارضای نیازهای روحی و روانی به گونه‌ای که با شناخت و کسب آگاهی و احترام به نظام ارزش‌های مردم محلی توأم باشد و به محافظت از نواحی طبیعی و ارتقای رفاه جامعه میزبان کمک کند (زاهدی، ۱۳۸۵: ۹۰). بنابراین امروزه اکوتوریسم به عنوان مفهومی که بر پایه ایده‌آل‌های حفاظت محیط زیست و توسعه پایدار است، رواج جهانی دارد (پیراسته و جوزی، ۱۳۸۶: ۸۸) و به‌عنوان پایدارترین نوع طبیعت‌گردی و سازگارترین نوع توریسم است. غنای جاذبه‌های گردشگری ایران، با انبوهی از یادمان‌های تاریخی و میراث‌های فرهنگی و طبیعی بر جای مانده از دوره‌های مختلف، سبب شده است که این سرزمین را جهانی در یک مرز بنامند. بررسی جغرافیایی و نیز امکان‌سنجی هر کدام از جاذبه‌های گردشگری قابل سرمایه‌گذاری در کشور بیانگر آن است که در کشورمان، اکوتوریسم یک منبع اقتصادی بسیار مستعد و کم‌نظیر است.

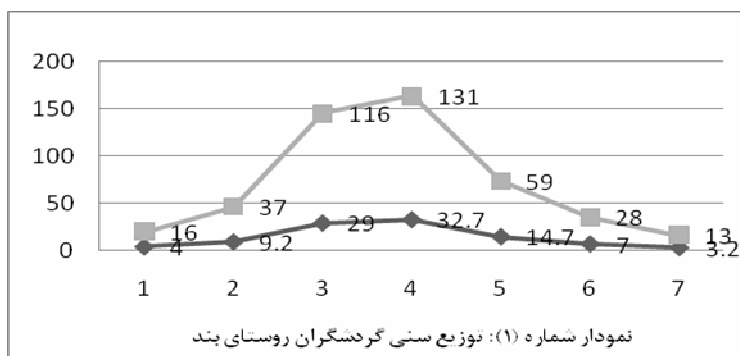
یافته‌ها و نتایج

وضعیت جنسی گردشگران

بررسی گویه‌ها نشان می‌دهد که ۶۵/۷ درصد گردشگران را مردان و ۳۴/۳ درصد را زنان تشکیل می‌دهند.

توزیع سنی گردشگران

بررسی گویه‌ها نشان می‌دهد، بیشترین تعداد گردشگران مربوط به گروه سنی ۳۱-۴۰ سال می‌باشد. در رده‌های بعدی، گروه سنی کمتر از ۱۰ سال با ۲/۷ درصد کمترین درصد گردشگران را شامل می‌شود. در مجموع ۸۷/۶ درصد را افراد بالای ۲۰ سال تشکیل می‌دهند که نتایج حاصل از آن در نمودار شماره (۱) آمده است.



وضعیت تحصیلات گردشگران

بررسی گویه‌ها نشان می‌دهد ۷/۷ درصد گردشگران دارای تحصیلات ابتدایی، ۲۴/۵ درصد دارای تحصیلات راهنمایی، ۳۱/۷ درصد دارای تحصیلات دیپلم، ۲۸/۷ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم تا لیسانس و ۷/۲ درصد دارای تحصیلات لیسانس به بالا هستند.

مبدأ مکانی گردشگران (استان)

بررسی گویه‌ها نشان می‌دهد، از لحاظ محل سکونت گردشگران، استان آذربایجان غربی با ۵۵/۲، آذربایجان شرقی با ۲۰/۵ درصد، اردبیل با ۵/۵ درصد، تهران با ۳/۲ درصد، کرج با ۲/۷ درصد، کردستان با ۲/۵ درصد، زنجان با ۲ درصد، قزوین با ۱/۵ درصد بیشترین تعداد گردشگران را در محدوده مورد مطالعه داشتند و بالاخره سایر نقاط ایران با ۶/۷ درصد کمترین گردشگر را داشتند. ذکر این نکته لازم است که به دلیل تبلیغات کم این مکان توریستی در سطح کشور ناشناخته مانده است، چون اکثر گردشگران بومی و از استان‌های همجوار می‌باشند.

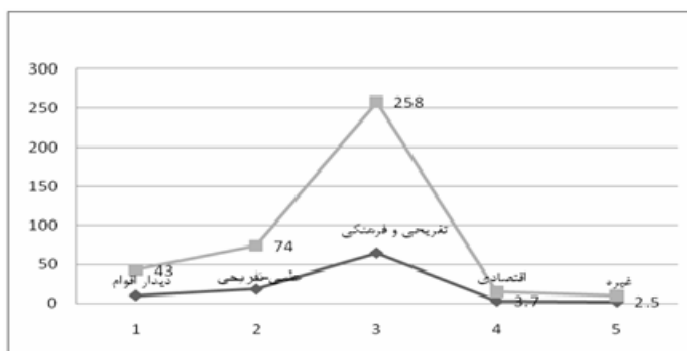
نحوه آشنایی با این منطقه

بررسی گویه‌ها نشان می‌دهد، ۳۱/۲ درصد گردشگران به وسیله اقوام و دوستان، ۲۶/۲ درصد تورهای تفریحی، ۲۴/۲ درصد رادیو-تلویزیون، ۶/۵ درصد اینترنت، ۶ درصد نشریات-کاتالوگ‌ها و ۵/۷ درصد نیز از طریق مراکز علمی با منطقه توریستی روستای بند آشنا

شده‌اند. در این ارتباط نقش رسانه‌های ملی و محلی می‌تواند بسیار حائز اهمیت باشد تا گردشگران اطلاعات لازم را در این زمینه کسب نمایند.

انگیزه سفر به این منطقه

بررسی گویه‌ها نشان می‌دهد، ۶۴/۵ درصد گردشگران با انگیزه تفریحی و فرهنگی، ۱۸/۵ درصد نیز با انگیزه علمی- تفریحی، ۱۰/۷ درصد با انگیزه دیدار اقوام، ۳/۷ درصد با انگیزه اقتصادی و ۲/۵ درصد دیگر نیز با انگیزه‌های غیر از آنچه در گویه‌ها مطرح شده بود به بند سفر کرده‌اند. نتایج حاصل از آن در نمودار شماره (۲) آمده است.



نمودار (۲) انگیزه سفر به روستای توریستی بند ارومیه

وسيله نقلیه گردشگران

بررسی گویه‌ها نشان می‌دهد، حدود ۸۶/۲ درصد از گردشگران از وسیله نقلیه شخصی استفاده کرده‌اند. این رقم افرادی را که به همراه نزدیکان و دوستان و با استفاده از وسیله شخصی آن‌ها استفاده کرده‌اند را نیز شامل می‌شود. ۵/۷ درصد نیز از وسیله نقلیه عمومی استفاده نموده و ۸ درصد نیز از تورهای گردشگری و اردوهای تفریحی استفاده کرده‌اند.

میزان درآمد گردشگران

بررسی گویه‌ها نشان می‌دهد ۸/۳ درصد گردشگران کمتر از ۱۵۰ هزار، ۲۴/۴ درصد ۱۵۱ تا ۳۰۰ هزار، ۳۹/۵ درصد ۳۰۱ تا ۴۵۰ هزار، ۱۲/۹ درصد ۴۵۱ تا ۶۰۰ هزار و ۱۴/۷ درصد بیشتر

از ۶۰۰ هزار تومان درآمد دارند.

میزان مخارج گردشگران برای سفر به بند

بررسی گویه‌ها نشان می‌دهد ۷/۸ درصد گردشگران کمتر از ۱۰۰ هزار، ۲۲/۹ درصد از ۱۰۱ تا ۲۰۰ هزار، ۳۳/۹ درصد ۲۰۱ تا ۳۰۰ هزار، ۲۰/۹ درصد ۳۰۱ تا ۴۰۰ هزار و ۱۴/۴ درصد بیش از ۴۰۰ هزار تومان در سفر به روستای توریستی بند هزینه کرده‌اند.

میزان رضایت گردشگران از امکانات و تسهیلات

در پژوهش حاضر به منظور ارزیابی میزان رضایت گردشگران از وضعیت امکانات و تسهیلات موجود در بند ارومیه، به بررسی گویه‌ها پرداخته شده که نتایج آن در جدول شماره (۱) آورده شده است.

جدول (۱) میزان رضایت گردشگران از گویه‌های مطرح شده در بند ارومیه

جمع	ارزیابی گردشگران از وضعیت گویه‌ها					گویه‌ها
	بسیار خوب	خوب	متوسط	نامناسب	بسیار نامناسب	
۱۰۰	۳۹	۳۲/۷	۲۴/۷	۲	۱/۵	رضایت از رفتار و برخورد ساکنان
۱۰۰	۲۷/۷	۲۵/۷	۲۴	۱۰/۲	۱۲/۲	وضعیت و کیفیت ایمنی جاده‌ها
۱۰۰	۱۰/۷	۱۰/۲	۲۲/۲	۲۶	۳۰/۷	وضعیت پارکینگ
۱۰۰	۳۲	۳۴/۷	۲۷/۷	۲/۵	۳	دسترسی به سیستم حمل‌ونقل
۱۰۰	۱۵/۵	۱۸/۲	۲۳	۱۸	۲۵/۲	سرویس‌های بهداشتی
۱۰۰	۲۴/۵	۲۵/۲	۲۱/۷	۱۵/۵	۱۳	مکان‌های اقامتی
۱۰۰	۱۳/۲	۱۶	۲۱/۲	۲۳/۲	۲۶/۲	دسترسی به آب سالم
۱۰۰	۱۱	۱۱/۷	۲۴/۵	۲۸/۵	۲۴/۲	سطل زباله (جانمایی، تعداد و کیفیت)
۱۰۰	۹/۷	۱۳/۲	۱۶/۷	۲۹	۳۱/۲	وضعیت آنتن‌دهی و جایگاه شارژ وسایل ارتباطی
۱۰۰	۳۲	۴۲/۲	۲۴/۲	۱/۵	۲	وضعیت امنیت منطقه
۱۰۰	۱۲/۷	۱۱/۲	۲۹/۷	۲۹	۱۸/۲	تعداد و کیفیت مکان‌های فروش اغذیه
۱۰۰	۱۳/۲	۱۷/۷	۲۹/۲	۱۷	۲۲/۶	رضایت از قیمت مواد اغذیه

مشکلات و موانع سر راه گردشگران

بررسی موانع و مشکلات بر سر راه گردشگران در منطقه نشان می‌دهد که ۳۴ درصد گردشگران

مشکلات مالی را مهم‌ترین مانع سفر می‌دانند، نبود وسیله نقلیه با ۲۱/۷ درصد و مشکلات کاری با ۱۸/۵ درصد مهم‌ترین موانع سفر گردشگران عنوان شده؛ کمبود وقت، امنیت جاده‌ها، مشکلات خانوادگی و جسمی از موارد دیگری هستند که بر مسافرت گردشگران تأثیر گذاشته‌اند.

جدول (۲) مهم‌ترین موانع و مشکلات بر سر راه گردشگران

نوع مشکل	تعداد	درصد
نیود وسیله نقلیه	۸۷	۲۱.۷۵
مشکلات خانوادگی	۱۱	۲.۷۵
مشکلات کاری	۷۴	۱۸.۵
کمبود وقت	۵۹	۱۴.۷
امنیت جاده‌ها	۱۳	۳.۲۵
مشکل جسمی	۱۱	۲.۷۵
مشکل مالی	۱۳۶	۳۴
غیره	۹	۲.۲۵

توسعه توریسم در افزایش درآمد محلی

بررسی گویه‌ها نشان می‌دهد ۴/۲ درصد گردشگران توسعه توریسم در افزایش درآمد محلی را بسیار نامناسب، ۶/۴ درصد آن را نامناسب، ۲۴/۵ درصد متوسط، ۳۱/۲ مناسب و ۳۳/۷ آن را بسیار مناسب دانسته‌اند.

تأثیر توریسم در بهبود سطح زندگی

بررسی گویه‌ها نشان می‌دهد که ۵/۲ درصد گردشگران تأثیر توریسم در بهبود سطح زندگی را بسیار نامناسب، ۴/۵ درصد آن نامناسب، ۲۶/۲ درصد متوسط، ۲۹/۲ درصد مناسب و ۳۴/۷ آن را بسیار مناسب دانسته‌اند.

توسعه توریسم در بهبود زیرساخت‌ها

بررسی گویه‌ها نشان می‌دهد که ۹/۵ درصد گردشگران توسعه توریسم در بهبود زیرساخت‌ها را بسیار نامناسب، ۱۱/۲ درصد نامناسب، ۲۱/۲ درصد متوسط، ۲۸/۷ درصد مناسب و ۲۹/۲

درصد آن را بسیار مناسب دانسته‌اند.

تأثیر توریسم در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی

بررسی گویه‌ها نشان می‌دهد ۶/۷ درصد گردشگران تأثیر توریسم در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را بسیار نامناسب، ۴/۲ درصد نامناسب، ۳۳/۷ درصد متوسط، ۲۳/۷ درصد مناسب و ۳۴ درصد آن را بسیار مناسب دانسته‌اند.

نتایج تحلیلی تحقیق

آزمون اول (بین تبلیغات و جذب گردشگران رابطه معناداری وجود دارد)

برای سنجش متغیرها و آزمون فرضیه فوق از آزمون پیرسون استفاده شده است، زیرا سطح سنجش متغیرهای مستقل و وابسته هر دو (فاصله‌ای - فاصله‌ای) بوده‌اند و با عنایت به اینکه سطح معناداری محاسبه شده ($\text{sig}=0/000$) از سطح معناداری مورد نظر ($\alpha=0/05$) کمتر می‌باشد، لذا این فرضیه تأیید می‌شود. یعنی هر چه تبلیغات بیشتری در خصوص مکان‌های گردشگری صورت گیرد به همان اندازه گردشگران ورودی افزایش پیدا می‌کند و برعکس. همچنین شدت رابطه بین تبلیغات و جذب گردشگران ۰/۴۱ می‌باشد که بیانگر رابطه متوسط به پایین می‌باشد. نتایج حاصل از آن در جدول شماره (۳) آمده است.

جدول (۳) نتایج مربوط به آزمون فرضیه اول

نوع آزمون	شدت همبستگی	سطح معناداری	آلفای مورد نظر	تعداد
پیرسون	۰/۴۱	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۴۰۰

فرضیه دوم (بین رضایت گردشگران از وضعیت مکان‌های گردشگری و امکانات و خدمات گردشگری رابطه معناداری وجود دارد)

برای سنجش متغیرها و آزمون فرضیه فوق از آزمون پیرسون استفاده شده است، زیرا سطح سنجش متغیرهای مستقل و وابسته هر دو (فاصله‌ای - فاصله‌ای) بوده‌اند و با عنایت به اینکه سطح معناداری محاسبه شده ($\text{sig}=0/000$) از سطح معناداری مورد نظر ($\alpha=0/05$) کمتر می‌باشد، لذا این فرضیه تأیید می‌شود. یعنی هرچه امکانات و خدمات مکان‌های گردشگری افزایش یابد میزان رضایت گردشگران از مکان‌های گردشگری افزایش می‌یابد. همچنین میزان همبستگی ۰/۶۳ است که بیانگر میزان همبستگی بالا است.

جدول (۴) آزمون پیرسون؛ رابطه بین امکانات و خدمات گردشگری و میزان رضایت گردشگران

نوع آزمون	تعداد نمونه	شدت همبستگی	سطح معناداری	آلفای مورد نظر
پیرسون	۴۰۰	۰،۳۶	۰،۰۰۰	$\alpha=۰/۰۵$

آزمون رگرسیون

با توجه به جدول بالا ضریب تعیین بین دو متغیر وضعیت امکانات و رضایت گردشگران نشان می‌دهد که ۳۸ درصد تغییرات ایجاد شده در متغیر وابسته در اثر متغیر مستقل است.

جدول (۵) ضریب همبستگی و ضریب تعیین رگرسیون

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعدیل شده	خطای معیار میانگین
۰،۶۱۸ ^a	۰،۳۸	۰،۳۸۸	۰،۶۸۱

a: پیش‌بینی‌کننده وضعیت و امکانات و خدمات گردشگری

همچنین تحلیل واریانس رگرسیون به منظور بررسی قطعیت رابطه بین این دو متغیر که سطح معناداری کمتر از ۵ درصد برابر با ($\text{sig}=۰/۰۰۰$) است که در این صورت فرض خطی بدون رابطه بین این دو متغیر تأکید دارد.

جدول (۶) تحلیل رگرسیون

عنوان	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	توزیع فیشر	سطح معناداری
تحلیل رگرسیون	۹۵،۶۳	۱	۹۵،۶۳	۳۱۱،۵۳	۰،۰۰۰

مدل تجزیه و تحلیل SWOT

تجزیه و تحلیل سوات اصطلاحی است که برای شناسایی نقاط قوت^{۱۳} و ضعف^{۱۴} داخلی و فرصت^{۱۵} و تهدید^{۱۶} خارجی که یک سیستم با آن روبرو است به کار برده می‌شود. تجزیه و تحلیل سوات شناسایی نظامند عواملی است که راهبرد باید بهترین سازگاری را با آنها

13- Strengths

14- Weaknesses

15- Opportunities

16- Threats

داشته باشد. و همچنین در تقسیمات مربوط به انتخاب راهبردی مورد استفاده قرار می‌گیرد. رایج‌ترین کاربرد آن فراهم کردن یک چارچوب منطقی برای هدایت نظام‌مند بحث‌های سیستم، راهبردهای مختلف و در نهایت انتخاب راهبرد است. آنچه که یک برنامه‌ریز به عنوان فرصت می‌بیند، ممکن است برنامه‌ریز دیگر آن را تهدید تلقی نماید.

چهار الگو برای سازگاری موقعیت داخلی و خارجی

۱- قوت و فرصت (SO): ناحیه یک، بهترین موقعیت است. سیستم با چند فرصت محیطی روبروست و قوت‌های بسیاری دارد که استفاده از فرصت‌ها را ترغیب می‌نماید این وضعیت استراتژی‌های رشد را توصیه می‌نماید.

۲- قوت و تهدید (ST): در ناحیه دوم، سیستم دارای قوت‌های کلیدی است لیکن با محیط تهدیدزا مواجه می‌باشد. در این وضعیت، استراتژی‌ها از قوت‌های موجود برای ساختن فرصت‌های بلندمدت در سایر موارد استفاده می‌کند.

۳- ضعف و فرصت (WO): در ناحیه سوم، سیستم با یک فرصت خوبی روبروست، لیکن از چند ضعف داخلی رنج می‌برد.

۴- ضعف و تهدید (WT): در ناحیه چهارم، سیستم نه با فرصت و نه با قوت محیط داخلی مواجه می‌باشد بلکه از بعد داخلی با ضعف و از نظر بعد خارجی با تهدیدات متعددی مواجه می‌باشد (حکمت‌نیا و موسوی، ۱۳۸۵: ۲۹۵).

ارزیابی و بررسی فاکتورهای مؤثر داخلی سیستم

این مرحله در پی شناسایی و ارزیابی نقاط قوت و ضعف داخلی محدوده مورد مطالعه است. یعنی جنبه‌هایی که در دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی زمینه‌های مساعد و بازدارنده دارند مدنظر می‌باشد. از این رو راهبردهای موجود، عملکردها و منابع مورد توجه و بررسی قرار گرفته و تحت عنوان نقاط قوت و ضعف در قالب فاکتورهای اکوتوریسم پایدار (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، نهادی و اکولوژیکی) در این پژوهش مورد ارزیابی قرار گرفته است. بند ارومیه دارای ۱۰ نقطه قوت در برابر ۱۷ نقطه ضعف داخلی که با یک برنامه‌ریزی منسجم

قابل رفع می‌باشد و می‌توان این نقاط ضعف را به نقطه قوت تبدیل کرد. که نتایج حاصل از آن در جدول شماره ۷ آمده است.

جدول (۷) ماتریس عوامل داخلی موثر بر گردشگری بند ارومیه با تفکیک فاکتور

فاکتور	نقاط قوت	نقاط ضعف
اقتصادی	<p>۱- وجود نیروی کار در منطقه</p> <p>۲- وجود باغات و محصولات کشاورزی و دامی</p> <p>۳- افزایش سطح در آمد و رفاه مردم محلی</p>	<p>۱- پائین بودن درآمد مردم</p> <p>۲- کاهش جمعیت فعال منطقه به دلیل مهاجرت</p> <p>۳- گرانفروشی و کیفیت پایین مواد غذایی</p> <p>۴- عدم وجود برنامه‌ریزی منسجم، نبود سرمایه‌گذاری دولتی و بخش خصوصی</p>
اجتماعی و فرهنگی	<p>۱- وجود تعاون و همکاری، مهمان‌نوازی در بین مردم محلی</p> <p>۲- وجود آداب رسوم و فرهنگ سنتی در بین مردم</p>	<p>۱- عدم وجود تسهیلات بهداشتی، خدماتی، اقامتی و رفاهی</p> <p>۲- تعارض فرهنگی بین گردشگران و مردم محلی</p> <p>۳- پایین بودن سطح سواد مردم محلی</p>
نهادی	<p>۱- مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری در امر توسعه</p>	<p>۱- عدم آشنایی و عدم آموزش در نحوه برخورد با گردشگران</p> <p>۲- عدم نهادی مسئول برای برگزاری سمینارها، گارگاه‌های آموزشی عدم فرهنگ‌سازی</p>
اکولوژیکی	<p>۱- وجود طبیعت بکر و تقریباً دست نخورده، وجود کوهها و تپه‌های بر آفتاب به منظور کوه نوردی</p> <p>۲- محیطی آرام و بدون سر و صدا به همراه آب و هوای مطلوب برای تمدد اعصاب</p> <p>۳- دسترسی مناسب به لحاظ موقعیت جغرافیایی</p> <p>۴- بهره‌گیری از پتانسل‌های بالقوه رود شهر چای جهت توسعه ورزش‌های آبی.</p>	<p>۱- عدم وجود سطل زباله و پراکنده شدن زباله‌ها در طبیعت</p> <p>۲- روشن کردن آتش توسط گردشگران</p> <p>۳- استفاده کردن روستاییان از مکان توریستی جهت چرای دام</p> <p>۴- جمع‌آوری گل و گیاه توسط گردشگران</p> <p>۵- عدم پارکینگ‌ها، تابلوهای راهنما و تیم‌های نظارت بر پارک وسایط نقلیه</p> <p>۶- ترافیک جاده‌ای و بوق زدن مکرر و نتیجه آن آلودگی صوتی</p> <p>۷- تغییر کاربری اراضی در جهت ساخت ویلاهای خصوصی</p>

	۸- آلودگی آب در اثر تخلیه زباله‌ها و تجاوز به حریم رودخانه‌ها
--	---

ارزیابی و بررسی فاکتورهای مؤثر خارج از سیستم

هدف از این مرحله سنجش محیط خارجی جهت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که محدوده مورد مطالعه در ارتباط با گسترش اکوتوریسم با آن مواجه است. بر اساس مطالعات انجام شده و بررسی‌های محیط پیرامون مجموع فرصت‌ها و تهدیدهای موجود و مؤثر بر این منطقه از لحاظ گردشگری در قالب فاکتورهای (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، نهادی و اکولوژیکی) مورد توجه و بررسی قرار گرفته است که در مجموع ۱۶ فرصت در برابر ۱۸ تهدید می‌باشد این مسأله نیازمند توجه جدی مدیران است. نتایج حاصل از آن در جدول شماره ۸ بیان شده است.

جدول (۸) ماتریس عوامل مؤثر خارجی بر گردشگری بند ارومیه به تفکیک فاکتورها

فاکتورها	فرصت	تهدید
اقتصادی	۱- افزایش اشتغال ۲- افزایش سطح رفاه و درآمد ۳- افزایش انگیزه بخش خصوصی ۴- توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری	۱- افزایش قیمت زمین ۲- افزایش هزینه‌ها و اثرات بر روی تجهیزات و تسهیلات و مقرون به صرفه نبودن آن‌ها ۳- اخذ عوارض (ورودی) از گردشگران ۴- افزایش هزینه خدمات
اجتماعی - فرهنگی	۱- افزایش انگیزه برای مسافرت و تفریح در بین مردم ۲- تقویت روحیه مهمان‌نوازی و تعاون در بین مردم	۱- افزایش هنجارشکنی ۲- کم‌رنگ شدن فرهنگ محلی و سنتی ۳- افزایش تراکم و سرو صدا در محیط و شلوغی مکان توریستی در زمان‌های مختلف ۴- تشدید روند مهاجرت
نهادی	۱- توجه بیشتر در زمینه توسعه پایدار اکوتوریسم ۲- افزایش توجه مسئولان و حمایت از گردشگری با رویکردی اشتغال‌زایی ۳- امکان استفاده از فرصت‌های حمل و نقل	۱- عدم ارائه مجوز برای گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری تواحی توریستی ۲- امنیت پایدار ۳- عدم وجود تبلیغات جهت شناخت منطقه ۴- عدم وجود اسپانسر جهت حمایت از مردم فقیر که توان سفر به طبیعت را ندارند ۵- عدم وجود وسایل حمل و نقل عمومی، تورهای سیاحتی

اکولوژیکی	۱- شناسایی بهینه منابع و استعدادها اکولوژیکی ۲- برنامه‌ریزی برای توسعه پایدار توریسم و توان‌های اکولوژیکی منطقه ۳- توانمندسازی اکولوژیکی ۴- تقویت رابطه متقابل انسان و محیط ۵- فضای باز و مناسب جهت گذران اوقات فراغت ۶- بهره‌گیری از رود شهرچای برای گسترش ورزش‌های آبی ۷- بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی مردم محلی	۱- تخریب زمین‌های کشاورزی، مزارع و باغات ۲- افزایش سیلاب‌ها ۳- آلودگی محیط فیزیکی، آب، خاک و هوای منطقه ۴- برهم خوردن اکوسیستم منطقه ۵- گسترش به رویه شهر ارومیه و تخریب زمین‌های نسل آتی
-----------	--	---

در این مرحله از پژوهش نقاط قوت، ضعف داخلی، فرصت و تهدید خارجی موجود در منطقه مورد مطالعه با یک ماتریس جداگانه مورد ارزیابی قرار گرفته تا زمینه جهت بهره‌برداری بهینه از توان‌های اکولوژیکی و پتانسیل‌های اکوتوریسمی فراهم شود و منجر به توسعه گردشگری روستای بند ارومیه گردد. نتایج حاصل از آن در جدول شماره ۹ ذکر شده است.

جدول (۹) ماتریس عوامل داخلی (قوت- ضعف) و خارجی (فرصت-تهدید)، مؤثر بر گردشگری بند ارومیه

خارجی	داخلی
فرصت (O)	قوت (S)
۱- افزایش اشتغال، ۲- افزایش سطح رفاه و درآمد مردم محلی، ۳- افزایش انگیزه بخش خصوصی، ۴- توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری، ۵- افزایش انگیزه برای مسافرت و تفریح در بین مردم، ۶- روحیه مهمان‌نوازی و تعاون در بین مردم، ۷- توجه بیشتر در زمینه توسعه پایدار اکوتوریسم، ۸- افزایش توجه مسئولان و حمایت از گردشگری با رویکرد اشتغال‌زایی، ۹- امکان استفاده از فرصت‌های حمل و نقل، ۱۰- شناسایی بهینه منابع و استعدادها، ۱۱- برنامه‌ریزی برای توسعه پایدار توریسم و توان‌های اکولوژیکی منطقه، ۱۲- توانمندسازی اکولوژیکی، ۱۳- تقویت رابطه متقابل انسان و	۱- وجود نیروی کار در منطقه، ۲- وجود باغات و محصولات کشاورزی و دامی، ۳- افزایش سطح درآمد و رفاه مردم محلی، ۴- مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری در امر توسعه، ۵- وجود تعاون و همکاری، مهمان‌نوازی در بین مردم محلی ۶- وجود آداب و رسوم و فرهنگ سنتی در بین مردم، ۷- وجود طبیعت بکر و تقریباً دست نخورده، وجود کوه‌ها و تپه‌های بر آفتاب به منظور کوه‌نوردی، ۸- محیطی آرام و بدون سرو صدا به همراه آب و هوای مطلوب برای تمدد اعصاب و ۹- دسترسی مناسب به لحاظ موقعیت جغرافیایی.

<p>محیط، ۱۴- فضای باز و مناسب جهت گذران اوقات فراغت، ۱۵- بهره‌گیری از رود شهر جای برای ورزش‌های آبی و ۱۶- بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی مردم محلی</p>	
<p>تهدید (T)</p>	<p>ضعف (W)</p>
<p>۱- افزایش قیمت زمین، ۲- افزایش هزینه‌ها و اثرات بر روی تجهیزات و تسهیلات و مقرون به صرفه نبودن آن- ها، ۳- اخذ عوارض (ورودی) از گردشگران، ۴- افزایش هزینه خدمات، ۵- افزایش هنجارشکنی، ۶- کم رنگ شدن فرهنگ محلی و سنتی ۷- افزایش تراکم و سر و صدا در محیط و شلوغی مکان توریستی در زمان‌های مختلف، ۸- تشدید روند مهاجرت، ۹- عدم ارائه مجوز برای گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری نواحی توریستی، ۱۰- امنیت پایدار ۱۱- عدم وجود تبلیغات جهت شناخت منطقه ۱۲- عدم وجود اسپانسر جهت حمایت از مردم فقیر که توان سفر به طبیعت را ندارند ۱۳- عدم وجود وسایل حمل و نقل عمومی، تورهای سیاحتی ۱۴- تخریب زمین‌های کشاورزی، مزارع و باغات ۱۵- افزایش شیلاب‌ها ۱۶- آلودگی محیط فیزیکی، آب خاک و آب و هوای منطقه ۱۷- بر هم خوردن اکوسیستم منطقه، ۱۸- گسترش رویه شهر ارومیه و تخریب زمین های نسل آتی.</p>	<p>۱- جمعیت کم درآمد، ۲- کاهش جمعیت فعال منطقه به دلیل مهاجرت، ۳- گرانیفروشی و کیفیت پایین مواد غذایی، ۴- عدم وجود برنامه‌ریزی منسجم، کلان و سرمایه‌گذاری دولتی و مردم در راستای توسعه پایدار ۵- عدم وجود تسهیلات بهداشتی، خدماتی، اقامتی و رفاهی، ۶- تعارض فرهنگی بین گردشگران و مردم محلی، ۷- پایین بودن سطح سواد مردم محلی، ۸- نحوه برخورد ساکنان با گردشگران ۹- عدم وجود نهادی مسئول برای برگزاری سمینارها، گارگاه‌های آموزشی عدم فرهنگ‌سازی، ۱۰- عدم وجود سطل زباله و پراکنده شدن زباله‌ها در طبیعت، ۱۱- روشن کردن آتش توسط گردشگران، ۱۲- استفاده کردن روستاییان از مکان توریستی به عنوان چرای دام، ۱۳- جمع آوری گل و گیاه توسط گردشگران، ۱۴- نبود پارکینگ‌ها، تابلوهای راهنما و تیم‌های نظارت بر پارک وسایط نقلیه ۱۵- ترافیک جاده‌ای و بوق زدن مکرر و نتیجه آن آلودگی صوتی، ۱۶- تغییر کاربری اراضی در جهت ساخت ویلاهای خصوصی و ۱۷- آلودگی آب در اثر تخلیه زباله‌ها و تجاوز به حریم رودخانه‌ها.</p>

چنانچه در جدول شماره ۹ ملاحظه می‌شود در محدوده مورد مطالعه ۹ قوت داخلی در برابر ۱۶ فرصت خارجی و تعداد ۱۷ ضعف داخلی در برابر ۱۸ تهدید خارجی شناسایی شده است. هر کدام از آن‌ها بر اساس نظرات گردشگران امتیازدهی شده‌اند بدین ترتیب به قوی‌ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید امتیاز ۵ و به ضعیف‌ترین آن‌ها امتیاز ۱ داده شده است. به این ترتیب در محدوده مورد مطالعه تعداد ۲۵ نقطه قوت و فرصت به عنوان نقاط مثبت در برابر ۳۵ نقطه ضعف و تهدید به عنوان محدودیت و تنگنای پیش روی توسعه

پایدار اکوتوریسم در بند ارومیه شناسایی شد. که نتایج حاصل از آن در جداول شماره ۱۰ و ۱۱ به تفصیل بیان شده است.

جدول (۱۰) اولویت‌بندی نقاط قوت و ضعف عوامل داخلی از دید گردشگران و رتبه‌بندی آن‌ها

وزن گویه‌ها			گویه‌ها
وزن نسبی	رتبه	وزن	
-	-	-	قوت‌ها
۰/۱۲۲	۱	۳۲۱	S_1 = محیطی آرام و بدون سرو صدا به همراه آب و هوای مطلوب برای تمدد اعصاب
۰/۱۲۰	۲	۳۱۷	S_2 = مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری در امر توسعه
۰/۱۱۸	۳	۳۱۰	S_3 = وجود تعاون و همکاری، مهمان نوازی در بین مردم محلی
۰/۱۱۶	۴	۳۰۵	S_4 = وجود کوه‌ها، تپه‌های بر آفتاب و وجود طبیعت بکر و دست نخورده به منظور کوه نوردی
۰/۱۱۲	۵	۲۹۵	S_5 = دسترسی مناسب به لحاظ موقعیت جغرافیایی
۰/۱۰۷	۶	۲۸۳	S_6 = وجود آداب رسوم و فرهنگ سنتی در بین مردم
۰/۱۰۳	۷	۲۷۱	S_7 = وجود نیروی کار در منطقه
۰/۱۰۲	۸	۲۶۸	S_8 = وجود باغات و محصولات کشاورزی و دامی
۰/۰۹۷	۹	۲۵۵	S_9 = افزایش سطح در آمد و رفاه مردم محلی
-	-	-	ضعف‌ها
۰/۰۷	۱	۳۲۰	W_1 = عدم وجود برنامه‌ریزی منسجم، کلان، کمبود سرمایه‌گذاری دولتی و بخش خصوصی
۰/۰۶۸	۲	۳۱۷	W_2 = عدم وجود تسهیلات بهداشتی، خدماتی، اقامتی و رفاهی
۰/۰۶۴	۳	۳۱۴	W_3 = عدم وجود سطل زباله و پراکنده شدن زباله‌ها در طبیعت
۰/۰۶۳	۴	۳۱۱	W_4 = استفاده کردن روستاییان از مکان توریستی به عنوان چرای دام
۰/۰۶۲	۵	۳۰۸	W_5 = نبود پارکینگ‌ها
۰/۰۶۱	۶	۳۰۵	W_6 = تغییر کاربری اراضی در جهت ساخت ویلاهای خصوصی
۰/۰۶۰	۷	۳۰۱	W_7 = آلودگی آب در اثر تخلیه زباله‌ها و تجاوز به حریم رودخانه‌ها
۰/۰۵۹	۸	۲۹۵	W_8 = ترافیک جاده‌ای و بوق زدن مکرر و نتیجه آن آلودگی صوتی
۰/۰۵۸	۹	۲۸۹	W_9 = جمعیت کم در آمد
۰/۰۵۷	۱۰	۲۸۵	W_{10} = کاهش جمعیت فعال منطقه به دلیل مهاجرت
۰/۰۵۶	۱۱	۲۸۳	W_{11} = روشن کردن آتش توسط گردشگران
۰/۰۵۵	۱۲	۲۷۹	W_{12} = جمع‌آوری گل و گیاه توسط گردشگران

۰/۰۵۴	۱۳	۲۷۴	W_{13} = تعارض فرهنگی بین گردشگران و مردم محلی
۰/۰۵۳	۱۴	۲۷۱	W_{14} = پایین بودن سطح سواد مردم محلی
۰/۰۵۲	۱۵	۲۶۷	W_{15} = نحوه برخورد ساکنان با گردشگران
۰/۰۵۱	۱۶	۲۶۳	W_{16} = گرانفروشی و کیفیت پایین مواد غذایی
۰/۰۴۹	۱۷	۲۶۱	W_{17} = نبود نهادی مسئول جهت برگزاری سمینارها، گارگاه‌های آموزشی و فرهنگ‌سازی در بند

جدول (۱۱) اولویت‌بندی فرصت‌ها و تهدید عوامل خارجی از دید گردشگران و رتبه‌بندی آن‌ها

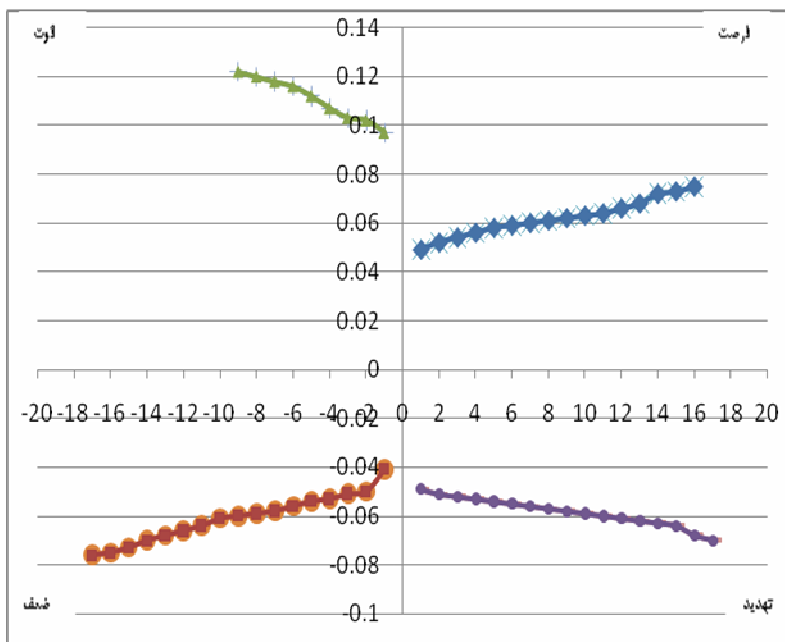
وزن گویه‌ها			گویه‌ها
وزن نسبی	رتبه	وزن	
-	-	-	فرصت‌ها
۰/۰۷۵	۱	۳۲۱	O_1 = امنیت پایدار
۰/۰۷۳	۳	۳۱۵	O_2 = افزایش سطح رفاه و درآمد
۰/۰۷۲	۴	۳۰۸	O_3 = افزایش انگیزه بخش خصوصی
۰/۰۶۸	۵	۲۹۳	O_4 = توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری
۰/۰۶۶	۶	۲۸۲	O_5 = افزایش انگیزه برای مسافرت و تفریح در بین مردم
۰/۰۶۴	۷	۲۷۴	O_6 = تقویت روحیه مهمان‌نوازی و تعاون در بین مردم
۰/۰۶۳	۸	۲۶۹	O_7 = توجه بیشتر در زمینه توسعه پایدار اکو توریسم
۰/۰۶۲	۹	۲۶۵	O_8 = افزایش توجه مسئولان و حمایت از گردشگری با رویکردی اشتغال‌زایی
۰/۰۶۱	۱۰	۲۶۱	O_9 = افزایش اشتغال
۰/۰۶۰	۱۱	۲۵۷	O_{10} = شناسایی بهینه منابع و استعداد اکولوژیکی منطقه
۰/۰۵۹	۱۲	۲۵۵	O_{11} = برنامه ریزی برای توسعه پایدار توریسم و توان‌های اکولوژیکی منطقه
۰/۰۵۸	۱۳	۲۵۰	O_{12} = توانمندی اکولوژیکی
۰/۰۵۶	۱۴	۲۴۳	O_{13} = تقویت رابطه متقابل انسان و محیط
۰/۰۵۴	۱۵	۲۳۰	O_{14} = فضای باز و مناسب جهت گذران اوقات فراغت
۰/۰۵۲	۱۶	۲۲۷	O_{15} = بهره‌گیری از رود شهر چای برای ورزش‌های آبی
۰/۰۴۹	۱۷	۲۱۶	O_{16} = بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی مردم محلی
-	-	-	تهدیدها
۰/۰۷۶	۱	۳۱۸	T_1 = افزایش قیمت زمین برای احداث مکان‌های خدمات‌دهی به توریسم از جمله هتل و ...
۰/۰۷۵	۲	۳۱۱	T_2 = افزایش هزینه‌ها و اثرات بر روی تجهیزات و تسهیلات و مقرون به صرفه نبودن آن‌ها

۰/۰۷۳	۳	۳۰۳	T_3 = اخذ عوارض (ورودی) از گردشگران
۰/۰۷۰	۴	۲۹۲	T_5 = افزایش هزینه خدمات
۰/۰۶۸	۵	۲۸۳	T_6 = افزایش هنجارشکنی
۰/۰۶۶	۶	۲۷۵	T_7 = کم رنگ شدن فرهنگ محلی و سنتی
۰/۰۶۴	۷	۲۶۷	T_8 = افزایش تراکم و سر و صدا در محیط و شلوغی مکان توریستی در زمان‌های مختلف
۰/۰۶۱	۸	۲۵۶	T_9 = تشدید روند مهاجرت
۰/۰۶۰	۹	۲۵۱	T_{10} = عدم ارائه مجوز برای گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری
۰/۰۵۹	۱۰	۲۴۶	T_{11} = عدم وجود تبلیغات جهت شناخت منطقه
۰/۰۵۸	۱۱	۲۴۱	T_{12} = عدم وجود اسپانسر جهت حمایت از مردم فقیر که توان سفر به طبیعت را ندارند
۰/۰۵۶	۱۲	۲۳۴	T_{13} = عدم وجود وسایل حمل و نقل عمومی، تورهای سیاحتی
۰/۰۵۴	۱۳	۲۲۷	T_{14} = تخریب زمین‌های کشاورزی، مزارع و باغات
۰/۰۵۳	۱۴	۲۲۴	T_{15} = افزایش سیلاب‌ها
۰/۰۵۱	۱۵	۲۱۷	T_{16} = آلودگی محیط فیزیکی، آب خاک و آب و هوای منطقه
۰/۰۵۰	۱۶	۲۱۵	T_{17} = بر هم خوردن اکوسیستم منطقه
۰/۰۴۱	۱۷	۲۱۱	T_{18} = گسترش بی‌رویه شهر ارومیه و بلعیدن زمین‌ها

با توجه به جداول و نمودار به تحلیل نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدیدها از دیدگاه گردشگران پرداخته شده است: تحلیل حاصل از SWOT نشان‌دهنده این مطلب می‌باشد که محیطی آرام و بدون سرو صدا به همراه آب و هوای مطلوب برای تمدد اعصاب مهم‌ترین نقطه قوت داخلی و بعد از آن مستعد بودن منطقه، وجود تعاون و همکاری، وجود کوه‌ها و تپه‌های بر آفتاب، دسترسی مناسب به لحاظ موقعیت جغرافیایی و ... از دیگر نقاط قوت مهم این منطقه است. همچنین از نظر گردشگران مؤلفه‌هایی نظیر عدم برنامه‌ریزی منسجم و کلان، کمبود سرمایه‌گذاری دولتی و بخش خصوصی، عدم وجود تسهیلات بهداشتی- خدماتی، اقامتی-رفاهی، عدم وجود سطل زباله و پراکنده شدن زباله‌ها در طبیعت، استفاده کردن روستائیان از مکان‌های اکوتوریستی جهت چرای دام، نبود پارکینگ و... از مهم‌ترین نقاط ضعف در بند ارومیه بوده است.

در تحلیل روش SWOT در مورد عوامل بیرونی می‌توان به این نتیجه رسید که امنیت پایدار، افزایش سطح درآمد و رفاه، افزایش انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری، توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری و... مهم‌ترین فرصت و افزایش قیمت زمین برای

احداث مکان‌های خدمات‌دهی به توریسم، افزایش هزینه‌ها و اثرات بر روی تجهیزات و تسهیلات و مقرون به صرفه نبودن آن‌ها، افزایش هزینه خدمات، افزایش هنجارشکنی و ... از مهم‌ترین تهدید بیرونی در منطقه مورد مطالعه می‌باشد. نتایج حاصل از آن در نمودار شماره ۳ نشان داده شده است.



نمودار (۳) تحلیل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

استراتژی‌های توسعه اکوتوریسم

در جهت افزایش توریسم و توسعه اکوتوریستی نیازمند برنامه‌های منسجم و مداوم به منظور برون‌رفت از ضعف‌های داخلی و تهدیدات بیرونی و حرکت به سمت فرصت‌های بیرونی و قوت‌های داخلی است. و همچنین نیازمند راهبردهایی برای تعدیل نقاط ضعف به قوت داخلی و تهدید به فرصت خارجی است. که خلاصه‌ای از این راهبردها در جدول شماره ۱۲ آمده است.

جدول (۱۲) تحلیل استراتژی ساختار و نظام فضای اکوتوریسم روستای بند ارومیه

تحلیل SWOT			
عوامل بیرونی		عوامل درونی	
<p>۱- ارائه برنامه‌های توریستی جهت جذب توریسم داخلی و خارجی، ۲- تقویت پیوند انسان و محیط از طریق درک اکولوژیک، ۳- بازنگری به نحوه تسهیلات و خدمات توریستی و سایر خدمات در سطح منطقه، ۴- بازنگری به نوع و نحوه برنامه‌ریزی و هماهنگی بین نهادها و دستگاه‌های اجرایی مسئول در منطقه از طریق ایجاد یک نهاد مدیریتی یکپارچه و ۵- بازنگری به قوانین و مقررات اراضی کشاورزی و مسکونی به منظور بهره‌برداری از آن‌ها برای عموم و جلوگیری از بورس بازی زمین.</p>	<p>استراتژی فرصت‌ها، بازنگری (WO)</p>	<p>۱- تاکید بر توریسم طبیعی و اکوتوریسم، ۲- برنامه‌ریزی جهت گردشگری پایدار در نواحی مستعد، ۳- ارتقاء فرهنگ در زمینه کاهش زباله و دفع آن، ۴- شناسایی و توجه به توان و جاذبه‌های گردشگری منطقه، ۵- گسترش تورهای سیاحتی، ۶- توانمند ساختن اسپانسرها در جهت حمایت از گردشگری پایدار، ۷- ایجاد انگیزش بین مردم جهت بهره‌گیری هدفمند و بهینه از توان‌های اکولوژیکی منطقه.</p>	<p>استراتژی‌های نقاط قوت، راهبرد دفاعی - تهاجمی (SO)</p>
<p>۱- زمینه‌سازی در جهت توسعه و تجهیز منطقه از نظر زیر ساخت‌های محیطی و کالبدی، ۲- زمینه‌سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه و تجهیز مکان‌های توریستی از نظر زیرساخت‌ها، تسهیلات و تجهیزات توریستی با حمایت‌های دولتی و جلب رضایت آن‌ها، ۳- تدوین قوانین ویژه به منظور استفاده بهینه از جاذبه‌های منطقه و جلوگیری از تغییر چشم‌انداز طبیعی منطقه، ۴- آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم و همچنین گردشگران در جهت حفظ منابع محیط زیست منطقه، ۵- بیمه گردشگران و ۶- تقویت شاخص‌های اکوتوریسم پایدار.</p>	<p>استراتژی پرهیز از تهدید، تدافعی (WT)</p>	<p>۱- تنوع بخشی به فعالیت‌ها، امکانات و خدمات توریستی به منظور به کارگیری طیف گسترده‌ای از گردشگران، ۲- بهره‌گیری از استعداد‌های گردشگری منطقه و همچنین جهت کسب درآمد و اشتغال، ۳- افزایش توان اقتصادی مردم و ۴- ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت به منظور بارگذار مطلوب در راستای توسعه پایدار اکوتوریسم.</p>	<p>استراتژی حداقل رساندن نقاط ضعف، راهبرد تنوع (ST)</p>

نتیجه‌گیری

کمبودها و موانع سبب کاهش توانمندی‌ها در به حداکثر رساندن سهم بازار جهانگردی سطوح داخلی و بین‌المللی در بلند مدت گردیده است. یک برنامه‌ریزی دقیق در این راستا به دنبال یافتن راه‌حل‌های منطقی و قابل اجرا برای رفع مشکلات و معضلات است، چرا که

محور اصلی اجرای راهبردها، حذف موانع و مشکلات بازدارنده است. بررسی‌های حاصل از پژوهش در محدوده مورد مطالعه از نظر گردشگران به شرح زیر است.

- گردشگران از وضعیت اکوتوریستی و جاذبه‌ها و پتانسیل‌های منطقه راضی بودند ولی امکانات و خدمات‌دهی را نامناسب ارزیابی کرده‌اند.

- اکثر گردشگران با وسیله نقلیه شخصی به این منطقه سفر کرده‌اند که نیازمند احداث پارکینگ‌ها و بالا بردن ظرفیت‌های موجود می‌باشد.

- وضعیت امکانات، خدمات و تسهیلات گردشگری پاسخگوی گردشگران نمی‌باشد.

- اکثر گردشگران از طریق اقوام و آشنایان و با انگیزه تفریحی و فرهنگی به منطقه سفر کرده‌اند.

- ارزیابی منطقه مورد مطالعه از طریق مدل سوات و همچنین با توجه به پاسخ‌های گردشگران نشان‌دهنده این است که منطقه مورد مطالعه نیازمند توجه هر چه بیشتر مسئولان در راستای توسعه توریسم و بهره‌گیری بهتر از توان‌های اکوتوریستی منطقه است.

- نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد که توسعه توریسم نیازمند گسترش تبلیغات، توسعه امکانات و زیرساخت‌ها و همچنین سرمایه‌گذاری در این زمینه در جهت گسترش جذب گردشگر می‌باشد.

منابع

- ۱- ارمغان، سیمین (۱۳۸۶)، «توریسم و نقش آن در جغرافیا»، اسلامشهر: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر.
- ۲- اکبریور، محمد و فاطمه نوربخش (۱۳۸۹)، «نقش اکوتوریسم در توسعه پایدار شهری و روستایی نمونه موردی: جزیره قشم، مسکن و محیط روستا، زمستان، ۲۹(۱۳۲)، ۷۶-۶۱.
- ۳- اکبری سعید و بمانیان محمدرضا (۱۳۸۷)، «اکوتوریسم روستایی و نقش آن در توسعه پایدار روستای کندوان، روستا و توسعه، بهار ۱۱(۱)، ۱۵۰-۱۳۱.
- ۴- بهاری، عیسی (۱۳۹۰)، «برنامه‌ریزی توسعه پایدار توریسم شهرستان شبستر با استفاده از GIS»، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی.
- ۵- بی‌ریا، فریناز (۱۳۸۶)، «سهم ایران از صنعت گردشگری جهانی»، حکم، سال سوم، شماره ششم، دانشگاه اصفهان.
- ۶- پاپلی‌یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی (۱۳۸۸)، «گردشگری ماهیت و مفاهیم»، تهران: انتشارات سمت، چاپ سوم.
- ۷- پیراسته، اسما و علی جوزی (۱۳۸۶)، «بررسی جاذبه‌های اکوتوریستی در جزیره قشم و تفکیک انواع جاذبه گردشگری بر حسب منابع با ارائه به‌صورت نقشه GIS و ارائه راهکارهای مدیریتی»، مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای جغرافیا، گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر.
- ۸- تولایی، سیمین (۱۳۸۶)، «مروری بر صنعت گردشگری»، تهران: انتشارات دانشگاه تربیت معلّم، چاپ اول.
- ۹- جوزی، سیدعلی؛ رضایان، سحر؛ ایران‌خواهی؛ مهدی و مرجان شاکری (۱۳۸۹)، «ارزشگذاری اقتصادی محدوده دریاچه سد کارون ۳ به‌منظور ارائه برنامه راهبردی توسعه اکوتوریسم با استفاده از SWOT و A»، محیط زیست طبیعی (منابع طبیعی ایران)، زمستان ۱۳۸۹؛ ۶۳(۴): ۳۲۹-۳۴۵.

- ۱۰- راحلی، حسین؛ خداوردیزاده، محمد و حامد نجفی علمدارلو (۱۳۸۹)، «برآورد ارزش تفریحی روستای بند ارومیه به روش ارزش‌گذاری مشروط»، *مجله تحقیقات اقتصاد کشاورزی*، جلد ۲، شماره ۴، صص ۴۹-۶۲.
- ۱۱- رخشانی‌نسب، حمیدرضا و اصغر ضرابی (۱۳۸۸)، «چالش‌ها و فرصت‌های توسعه اکوتوریسم در ایران»، *فضای جغرافیایی*، زمستان، ۹(۲۸)، ۴۱-۵۵۵.
- ۱۲- رضوانی، علی‌اصغر (۱۳۷۴)، «جغرافیا و صنعت توریسم»، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور.
- ۱۳- رضوانی، علی‌اصغر (۱۳۸۲)، «نقش اکوتوریسم در حفاظت محیط زیست»، *مجله محیط‌شناسی*، شماره ۳۱.
- ۱۴- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷)، «توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار»، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول.
- ۱۵- زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۵)، «همبندی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تأکید بر محیط زیست)»، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ اول.
- ۱۶- زنگی‌آبادی، علی و همکاران (۱۳۸۵)، «تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان، *مجله جغرافیا و توسعه*، زاهدان: انتشارات دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- ۱۷- سجادیان ناهید و مهیار سجادیان (۱۳۹۰)، «قابلیت‌های اکوتوریسم روستایی در مازندران (پهنه‌بندی، مدیریت حفظ و توسعه)»، *مدیریت شهری*، بهار و تابستان، ۹(۲۷)، ۷۸-۵۹.
- ۱۸- شایان شیائوش و اسماعیل پارسایی (۱۳۸۶)، «امکان سنجی نواحی مستعد توسعه اکوتوریسم در استان کهگیلویه و بویراحمد»، *مدرس علوم انسانی*، بهار ۱۱ (پیاپی ۵۳)، ۱۸۱-۱۵۳.
- ۱۹- صدرموسوی، میرستار و جواد دخیلی کهنمویی (۱۳۸۶)، «ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران»، *مجله پژوهش‌های جغرافیایی*، شماره ۶۱، صص ۱۴۳-۱۲۹.
- ۲۰- طیبی، کمیل و همکاران (۱۳۸۶)، «بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۳۸-۱۳۸۳)»، *مجله پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی ویژه اقتصاد*، شماره ۲۶، بابلسر: انتشارات دانشگاه مازندران.

- ۲۱- کیانی، شهلا؛ دهزاد رجب‌زاده، بهزاد؛ قطرمی، ابراهیم (۱۳۹۰)، «مدیریت اکوتوریسم در تالاب میانگران با تعیین ارزش حفاظتی تالاب با استفاده رویکرد مناطق ۶گانه IUCN»، *تالاب*، بهار، ۲(۷)، ۶۵-۷۰.
- ۲۲- گی‌چاک، وای و همکاران (۱۳۸۲)، «جهانگردی در چشم‌اندازی جامع»، ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم.
- ۲۳- محرم‌نژاد ناصر و مزدک دربیکی (۱۳۸۶)، «تدوین مدیریت اکوتوریسم در منطقه حفاظت شده جهان‌نما»، *علوم و تکنولوژی محیط زیست*، پاییز، ۹(۳۴)، ۸۲-۷۱.
- ۲۴- محرم‌نژاد، ناصر و مهسا آقاخانی (۱۳۸۸)، «ارزیابی تهدیدها و فرصت‌های عوامل راهبردی صنعت اکوتوریسم مطالعه موردی، منطقه حفاظت شده جاجرود»، *علوم و تکنولوژی محیط زیست*، دوره یازدهم، شماره سه، پاییز.
- ۲۵- محلاتی، صلاح‌الدین (۱۳۸۰)، «درآمدی بر جهانگردی»، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- ۲۶- محمدی ده‌چشمه، مصطفی و علی زنگی‌آبادی (۱۳۸۷)، «امکان سنجی توانمندی‌های اکوتوریسم استان چهارمحال بختیاری به روش SWOT»، *مجله محیط‌شناسی*، ۳۴(۴۷): ۱-۱۰.
- ۲۷- مرادی هوسین، نصرت (۱۳۹۰)، «تحلیل جاذبه‌ها و پتانسیل‌های اکوتوریسمی شهرستان ارومیه»، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی.
- ۲۸- مشیری، سیدرحیم و سیداحمد سیدابوسعیدی (۱۳۸۹)، «نقش اکوتوریسم در توسعه پایدار و روستایی مورد مطالعه شاندیز (خراسان رضوی)»، *جغرافیای سرزمین، زمستان*، ۷(۲۸)، ۱۷-۱.
- ۲۹- منشی‌زاده، رحمت‌الله (۱۳۸۴)، «جهانگردی»، تهران: انتشارات مسعی.
- ۳۰- مهدوی، مسعود؛ مجتبی قدیری، معصوم و نسرین قهرمانی (۱۳۸۷)، «اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظرسنجی از روستاییان دره‌کن و سولقان»، *فصلنامه روستا و توسعه*، سال ۱۱، شماره ۲، صص ۳۹-۶۰.

- ۳۱- نوری، جعفر؛ زارعی، هادی و میرحسینی سیدابوالقاسم (۱۳۸۹)، «امکان سنجی جذب اکوتوریسم در مناطق کویری (مطالعه موردی: تله‌کابین طزرجان)»، *فضای جغرافیایی*، زمستان، ۱۰(۳۲)، ۹۳-۷۵.
- ۳۲- هاشمی نیلوفر (۱۳۸۹)، «نقش اکوتوریسم در توسعه پایدار روستایی»، *روستا و توسعه*، پاییز، ۱۳(۳)، ۱۸۸-۱۷۳.
- 33- Abby L., Geoffrey W. (2006), "Planning Tourism Dmployment, a Developing Country Perspective", *Tourism Management*, 2006, pp159 -170.
- 34- Adabowa Aidoo, A. (2009), "A Critical Assessment of Tourism as a Development Strategy in Ghana: With Particular Emphasis on the Opportunities and Dilemmas of Ecotourism and Cultural Tourism", A Dissertation Submitted to the Faculty of the University of Delaware in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy in Urban Affairs and Public Policy.
- 35- Bin, L. Soucheng, D. Mei, E. (2008), "Ecotourism Model and Benefits of Periphery Region in Western Sichuan Province", *Chinese Journal of Population, Resource and Environment*, Vol. 6, No 2.
- 36- Fennell, D. (2008), "*Ecotourism*", London and New York: Routledge, 281 Pages.
- 37- Goodwin, H. (1996), "In Pursuit of Ecotourism", *Biodiversity and Conservation*, 5, 277-91.
- 38- Morales S., A. (2007). "Ecotourism in Mexico", A Thesis Submitted in Conformity with the Requirments Forthe Degree of Master of Laws (LLM), Graduate Department of Law, in the University of Toronto.
- 39- Swarbrooke, J. (1988), "Sustainable Tourism Management", Newyork, Cobi.
- 40- Thampi, S., P. (2005), "Ecotourism in Keral India: Lesson from Eco Development Project in Periyar Tiger Reserve", No. 13.
- 41- Wearing, S., Neil, J. (2009), "*Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities?*", Butterworth-Heinemann, Oxford, UK. 286 pages.