

صلى الله عليه وسلم



تحصیلات تکمیلی

پایان نامه کارشناسی ارشد در ( جغرافیا و برنامه ریزی توریسم )

عنوان:

تحلیلی بر فرصت‌ها و چالش‌های توسعه صنعت توریسم

در شهرستان بهمنی با استفاده از مدل SWOT

استاد راهنما:

دکتر جواد بذرافشان

تحقیق و نگارش:

غلامعباس مرادی نسب

(این پایان نامه از حمایت مالی معاونت پژوهشی دانشگاه سیستان و بلوچستان بهره مند شده است)

مهر ماه ۱۳۹۲

## بسمه تعالی

این پایان نامه با عنوان « تحلیلی بر فرصت‌ها و چالش‌های توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی با استفاده از مدل SWOT » قسمتی از برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی توریسم توسط دانشجو غلامعباس مراد نسب تحت راهنمایی استاد پایان نامه دکتر جواد بذرافشان تهیه شده است. استفاده از مطالب آن به منظور اهداف آموزشی با ذکر مرجع و اطلاع کتبی به حوزه تحصیلات تکمیلی دانشگاه سیستان و بلوچستان مجاز می‌باشد.

(نام و امضاء دانشجو)

این پایان نامه ..... واحد درسی شناخته می‌شود و در تاریخ ..... توسط هیئت داوران بررسی و درجه ..... به آن تعلق گرفت.

نام و نام خانوادگی	امضاء	تاریخ
--------------------	-------	-------

استاد راهنما:

استاد راهنما:

استاد مشاور:

داور ۱:

داور ۲:

نماینده تحصیلات تکمیلی:



## تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب غلامعباس مرادی نسب تأیید می‌کنم که مطالب مندرج در این پایان نامه حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این نوشته از آن استفاده شده است مطابق مقررات ارجاع گردیده است. این پایان نامه پیش از این برای احراز هیچ مدرک هم سطح یا بالاتر ارائه نشده است.

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به دانشگاه سیستان و بلوچستان می باشد.

نام و نام خانوادگی دانشجو:

امضاء

## تقدیم به:

- ❖ روان پاک شهدای ۸ سال دفاع مقدس به ویژه شهید محمد رضا جهان نژادیان که با نثار خون خود سرزمینمان را مأمن علم آموزی و پرورش اندیشه های ناب اسلامی و انسانی و ایرانی ساختند.
  
- ❖ مادرم و مادر همسرم که آرامششان و دعای خیرشان و دستان رو به آسمانشان مرا پروراند و آن ها بودند که راه علم آموزی را برایم هموار و گذر از تمام فراز و نشیب های راه را میسر ساختند.
  
- ❖ پدرم و پدر همسرم که چون کوهی استوار و آسمانی آبی و دریایی زلال و بی انتها و تا کرانه ی ناپیدای آسمان و دریا در همه جا و همه زمان و هر لحظه یاورم و دستگیرم در تمام شرایط بودند و اکنون سینه در سینه تراب نهاده اند.
  
- ❖ همسرم ، همسفرم ، همره زندگی ام خانم سهیلا شجاعی که همراهی او و صبوری وصف ناپذیرش در راه تحصیل و تحمل شرایط سخت ستودنی است.
  
- ❖ نوگلان گلستان زندگی مان ، دختر نازنینم «ستایش» و پسرانم «سینا و سعید»، که همچون نامشان درخشان و پرتو بخش نور بر زندگی مان شده اند.

## تقدیر و تشکر

❖ سجده ی شکر بر آستان قدسی خدای عزوجل که عظمت و جبروت لایزال او بر من منت نهاد و توانستم امر تحصیل خود را به سرانجام مقصود رسانم.

❖ سپاسی دو صد چندان بر استاد راهنمای گرانقدر و فرزانه ام جناب آقای دکتر جواد بذر افشان که با خلوصی وصف ناشدنی در راه انجام رساله مرا راهنمایی نمودند و نیز سپاس بر استاد صبور و متینم جناب آقای دکتر علی حاجی نژاد که با دقت نظر فراوان در انجام گام به گام رساله و اتمام آن مرا راهبری کردند.

❖ با سپاس از زحمات بی دریغ و همکاری صمیمانه خانم ها خاطره قهرمانی و شیما رشیدی و یلدا حشمتی که در امر تکمیل پرسشنامه ها رنج زحمت و همراهی را در سفر و حضور در محیط روستا و شهر بر خود هموار کردند و مرا در این امر خطیر یاری نمودند.

❖ سپاس فراوان از خانواده ی خویش و همسر که با راهنمایی ها و کمک های مادی و معنوی و صبوری بی پایانشان دلگرمی ام در راه انجام رساله بودند.

## چکیده:

امروزه کشورهای جهان به ویژه کشورهای در حال توسعه برای ارزآوری، اشتغال‌زایی، رشد و رفاه اقتصادی به بخش گردشگری روی می‌آورند. در ایران نیز نظر به ضرورت عدم وابستگی اقتصاد کشور به درآمدهای ارزی حاصل از صدور نفت از یک طرف و جایگاه صادرات غیرنفتی در برنامه توسعه اقتصادی، ضرورت بهره‌مندی هرچه بیشتر از توسعه گردشگری کاملاً محسوس می‌باشد. بنابراین، طراحی و تدوین سیاست‌های کلان و استراتژیهای راهبردی توسعه گردشگری در قالب " فرایند برنامه‌ریزی بازاریابی گردشگری " بسیار حیاتی است. شهرستان بهمئی نیز به عنوان یکی از شهرستانهای مستعد گردشگری نیازمند فرایند برنامه‌ریزی گردشگری جهت توسعه گردشگری می‌باشد. لذا پژوهش حاضر با رویکردی توصیفی- تحلیلی، از طریق مطالعات میدانی و کتابخانه‌ای به شناسایی ابتدا به ارزیابی ویژگی‌های گردشگری در شهرستان بهمئی پرداخته شده است، و سپس جهت ارزیابی محیط داخلی و خارجی از مدل SWOT استفاده شده است. نتایج حاصل بیانگر آن است که ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (قوت-ضعف) در عرصه اقتصادی - مالی در شهرستان بهمئی برابر ۰/۵۱، در عرصه اجتماعی- فرهنگی برابر ۰/۴۸، در عرصه کالبدی- فضایی برابر ۰/۴۱، در عرصه مدیریت و نیروی انسانی برابر ۰/۴۵ و در عرصه جغرافیایی- طبیعی برابر ۰/۳۹ به دست آمد که در مجموع امتیاز مجموعه عوامل داخلی ۲.۲۳ می‌باشد و جمع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (فرصتها- تهدیدها) در عرصه اقتصادی- مالی در شهرستان بهمئی برابر ۰/۳۴، در عرصه اجتماعی- فرهنگی برابر ۰/۴۶، در عرصه کالبدی- فضایی برابر ۰/۴۷، در عرصه مدیریت و نیروی انسانی در شهرستان بهمئی برابر ۰/۵۲ و در عرصه جغرافیایی- طبیعی برابر ۰/۳۶ به دست آمد که در مجموع ۲/۱۵ می‌باشد لذا با توجه به نتایج این پژوهش و پایین بودن مجموع امتیاز عوامل داخلی و خارجی باید در شهرستان بهمئی بر راهبردهای تدافعی تمرکز شود بنابراین با توجه به این ارزیابی به ارائه راهبردهایی اثر بخش جهت گسترش گردشگری در شهرستان بهمئی پرداخته شده است.

**واژگان کلیدی:** توسعه گردشگری، راهبرد، مدل استراتژیک SWOT، شهرستان بهمئی

## فهرست مطالب

۱-۱- مقدمه.....	۱
<b>فصل اول (کلیات تحقیق)</b> .....	<b>۲</b>
۱-۱- ضرورت و بیان مساله.....	۳
۱-۲- سوالات پژوهش.....	۵
۱-۳- فرضیات تحقیق.....	۵
۱-۴- پیشینه تحقیق.....	۶
۱-۴-۱- پیشینه تحقیقات خارجی.....	۶
۱-۴-۲- پیشینه تحقیقات داخلی.....	۷
۱-۵- اهداف تحقیق.....	۹
۱-۶- روش تحقیق و ابزار گردآوری اطلاعات.....	۱۰
۱-۷- جامعه آماری و حجم نمونه و روش نمونه گیری.....	۱۱
۱-۸- کاربردهای تحقیق.....	۱۱
۱-۹- محدودیتها و مشکلات تحقیق.....	۱۱
۱-۱۰- استفاده کنندگان از نتایج پایان نامه.....	۱۱
<b>فصل دوم (مبانی نظری تحقیق)</b> .....	<b>۱۲</b>
۲-۱- مقدمه.....	۱۳
۲-۲- گردشگر و گردشگری.....	۱۴
۲-۳- گونه شناسی گردشگری.....	۱۵
۲-۴- انگیزه های گردشگری.....	۱۵
۲-۵- ابعاد صنعت گردشگری.....	۱۶
۲-۵-۱- بعد اقتصادی صنعت گردشگری.....	۱۶
۲-۵-۲- بعد اجتماعی - فرهنگی گردشگری.....	۱۸
۲-۵-۳- ابعاد زیست محیطی گردشگری.....	۱۸
۲-۶- عوامل موثر در صنعت گردشگری.....	۱۹
۲-۶-۱- عوامل افزایشی.....	۱۹
۲-۶-۲- عوامل کاهششی.....	۱۹
۲-۷- توسعه گردشگری.....	۱۹



- ۲۱ - ۸ - ۲ - توسعه گردشگری پایدار.....
- ۲۲ - ۹ - ۲ - فرایند تهیه طرح های توسعه صنعت گردشگری.....
- ۲۲ - ۱۱ - ۲ - برنامه ریزی راهبردی.....
- ۲۴ - ۱۲ - ۲ - برنامه ریزی راهبردی - ساختاری.....
- ۲۴ - ۱۳ - ۲ - برنامه ریزی راهبردی در گردشگری.....
- ۲۶ - ۱۴ - ۲ - کاربرد رویکرد برنامه ریزی ساختاری - راهبردی در گردشگری.....
- ۲۶ - ۱۵ - ۲ - تدوین استراتژی در صنعت گردشگری.....
- ۲۷ - ۱۶ - ۲ - مزایای برنامه ریزی راهبردی در گردشگری.....
- ۲۸ - ۱۷ - ۲ - معایب برنامه ریزی راهبردی در گردشگری.....
- ۳۰ - فصل سوم (قلمرو پژوهش).....
- ۳۱ - ۱ - ۳ - موقعیت جغرافیایی شهرستان بهمئی.....
- ۳۲ - ۲ - ۳ - تقسیمات سیاسی شهرستان.....
- ۳۳ - ۴ - ۳ - جغرافیای طبیعی.....
- ۳۳ - ۱ - ۴ - ۳ - وضعیت توپوگرافی.....
- ۳۴ - ۲ - ۴ - ۳ - آب و هوا.....
- ۳۵ - ۳ - ۴ - ۳ - بارندگی.....
- ۳۵ - ۵ - ۳ - وضعیت منابع آب.....
- ۳۶ - ۱ - ۶ - ۳ - آبراهه ها.....
- ۳۶ - ۲ - ۶ - ۳ - رودخانه های شهرستان بهمئی.....
- ۳۶ - ۱ - ۲ - ۶ - ۳ - رودخانه بابا احمد (آغارود).....
- ۳۷ - ۲ - ۲ - ۶ - ۳ - رودخانه بید زرد.....
- ۳۷ - ۳ - ۲ - ۶ - ۳ - رودخانه گرک.....
- ۳۷ - ۴ - ۲ - ۶ - ۳ - رودخانه زنگیون.....
- ۳۷ - ۵ - ۲ - ۶ - ۳ - رودخانه قلات.....
- ۳۷ - ۶ - ۲ - ۶ - ۳ - رودخانه چپی.....
- ۳۷ - ۷ - ۲ - ۶ - ۳ - رودخانه خارستان.....
- ۳۷ - ۷ - ۳ - چشمه های شهرستان بهمئی.....
- ۳۸ - ۱ - ۷ - ۳ - چشمه های آبراج.....
- ۳۸ - ۲ - ۷ - ۳ - چشمه سرخونی.....

- ۳۸ ..... چشمه کت - ۳ - ۷ - ۳
- ۳۸ ..... چشمه کارند - ۴ - ۷ - ۳
- ۳۸ ..... چشمه های سرگرک و خارستان - ۵ - ۷ - ۳
- ۳۸ ..... چشمه تُکاب شهولی - ۶ - ۷ - ۳
- ۳۹ ..... چشمه تلخاب شَمِس - ۷ - ۷ - ۳
- ۳۹ ..... تلخاب رَگبلی - ۸ - ۷ - ۳
- ۳۹ ..... چشمه طوف چنار - ۹ - ۷ - ۳
- ۴۰ ..... جغرافیای انسانی - ۸ - ۳
- ۴۰ ..... پیشینه تاریخی بهمئی - ۱ - ۸ - ۳
- ۴۰ ..... ویژگیهای جمعیتی - ۹ - ۳
- ۴۲ ..... مذهب وزبان - ۱۰ - ۳
- ۴۲ ..... راههای دسترسی به شهرستان بهمئی - ۱۱ - ۳
- ۴۳ ..... جاذبه های گردشگری شهرستان بهمئی - ۱۲ - ۳
- ۴۳ ..... آثار و جاذبه های گردشگری تاریخی - ۱۳ - ۳
- ۴۳ ..... استودان (Astudan) - ۱ - ۱۳ - ۳
- ۴۳ ..... بافت تاریخی روستای کارند - ۲ - ۱۳ - ۳
- ۴۴ ..... تنگ سروک - ۳ - ۱۳ - ۳
- ۴۴ ..... تنگ گُپ - ۴ - ۱۳ - ۳
- ۴۵ ..... قلعه نادر (کلات النظیر) - ۵ - ۱۳ - ۳
- ۴۵ ..... قلعه محمد علی خان - ۶ - ۱۳ - ۳
- ۴۵ ..... جاذبه های طبیعی - ۱۴ - ۳
- ۴۵ ..... تنگ ماغر - ۱ - ۱۴ - ۳
- ۴۶ ..... دریاچه برم الوان - ۲ - ۱۴ - ۳
- ۴۶ ..... ریزک - ۳ - ۱۴ - ۳
- ۴۶ ..... منطقه رود تلخی - ۴ - ۱۴ - ۳
- ۴۷ ..... جاذبه صنایع دستی - ۱۵ - ۳
- ۴۷ ..... سله (Sala) - ۱ - ۱۵ - ۳
- ۴۷ ..... سیاه چادر (بهون) - ۲ - ۱۵ - ۳
- ۴۸ ..... قالی - ۳ - ۱۵ - ۳

۴۸	..... کرکیت(شانه)..... ۴ - ۱۵ - ۳
۴۸	..... گچمه بافی..... ۵ - ۱۵ - ۳
۴۸	..... گلیم..... ۶ - ۱۵ - ۳
۴۹	..... فصل چهارم(یافته‌های تحقیق).....
۵۰	..... ۱ - ۴ - ۱ - ویژگی‌ها و مزایای برنامه‌ریزی استراتژیک.....
۵۰	..... ۲-۴ - مدیریت استراتژیک.....
۵۱	..... ۳-۴ - تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی.....
۵۱	..... ۴-۴ - عوامل داخلی و خارجی (SWOT) موثر بر توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۵۲	..... ۴ - ۴ - ۱ - نقاط قوت و ضعف توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۵۳	..... اصلی‌ترین نقاط ضعف توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۵۴	..... ۴ - ۴ - ۲ - مهم‌ترین عوامل خارجی(فرصت،تهدید) موثر بر توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۵۶	..... ۴ - ۵ - ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی.....
۵۶	..... ۴ - ۵ - ۱ - ارزیابی عوامل داخلی(IFE).....
۵۸	..... ۴-۶ - ماتریس ارزیابی عوامل درونی(IFE).....
۵۹	..... ۴-۷ - ماتریس ارزیابی عوامل خارجی یا EFE.....
۶۱	..... ۴-۸ - ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک(IE).....
۶۱	..... ۴-۸-۱ - مقایسه ماتریس داخلی و خارجی(IE).....
۶۳	..... ۴ - ۹ - ماتریس SWOT.....
۶۳	..... ۴ - ۹ - ۱ - عوامل داخلی موثر بر عرصه اقتصادی -مالی توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۶۴	..... ۴ - ۹ - ۲ - نقاط قوت و ضعف عرصه اجتماعی-فرهنگی توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۶۴	..... ۴ - ۹ - ۳ - نقاط قوت و ضعف عرصه کالبدی-فضایی توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۶۵	..... ۴ - ۹ - ۴ - نقاط قوت و ضعف عرصه مدیریت و نیروی انسانی توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۶۵	..... ۴ - ۹ - ۵ - نقاط قوت و ضعف عرصه جغرافیایی-طبیعی توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۶۸	..... ۴ - ۱۰ - مهم‌ترین عوامل خارجی(فرصت،تهدید) توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۶۸	..... ۴ - ۱۰ - ۱ - فرصتها و تهدیدهای عرصه اقتصادی -مالی توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۶۸	..... ۴ - ۱۰ - ۲ - فرصتها و تهدیدهای عرصه اجتماعی-فرهنگی توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۶۹	..... ۴ - ۱۰ - ۳ - فرصتها و تهدیدهای عرصه کالبدی-فضایی توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۷۰	..... ۴ - ۱۰ - ۴ - فرصتها و تهدیدهای عرصه مدیریت و نیروی انسانی توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....
۷۱	..... ۴ - ۱۰ - ۵ - فرصتها و تهدیدهای عرصه جغرافیایی-طبیعی توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....

۷۴	۱۱ - ۴ - ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط قوت و ضعف (SWOT).....
۷۵	۱۱ - ۴ - ۱ - SO: استراتژی‌های پیشنهادی در توسعه صنعت گردشگری در شهرستان بهمئی مبتنی بر موقعیت.....
۷۵	۱۱ - ۴ - ۲ - ST: استراتژی‌های پیشنهادی در توسعه صنعت گردشگری در شهرستان بهمئی مبتنی بر موقعیت.....
۷۶	۱۱ - ۴ - ۳ - WO: استراتژی‌های پیشنهادی در توسعه صنعت گردشگری در شهرستان بهمئی مبتنی بر موقعیت.....
۷۶	۱۱ - ۴ - ۴ - WT: استراتژی‌های پیشنهادی در توسعه صنعت گردشگری در شهرستان بهمئی مبتنی بر موقعیت.....
۸۰	فصل پنجم (نتیجه گیری و آزمون فرضیات).....
۸۵	منابع.....

## فهرست جداولها

عنوان	صفحه
جدول ۱ - ۲ : اثرات مثبت و منفی فرهنگی و اجتماعی گردشگری.....	۱۸
جدول ۱ - ۳ : تعداد آبادیهای شهرستان به تفکیک دهستان.....	۳۳
جدول ۲ - ۳ : مشخصات ایستگاه سینوپتیک دوگنبدان.....	۳۴
جدول ۳ - ۳ - جمعیت و تراکم نسبی آن در شهرستان بهمئی به تفکیک دهستان ۱۳۸۵.....	۴۲
جدول (۱ - ۴): چارچوب شناسایی و تفکیک نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها.....	۵۷
جدول (۲ - ۴): ماتریس ارزیابی عوامل درونی (IFE).....	۵۸
جدول (۳ - ۴): ماتریس ارزیابی عوامل خارجی یا EFE.....	۶۰
جدول (۴ - ۴) مهم ترین عوامل داخلی (قوت، ضعف) بر توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمئی.....	۶۶
جدول (۵ - ۴): عوامل خارجی (فرصت، تهدید) توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمئی.....	۷۱
جدول (۶ - ۴): ماتریس تهدیدات، فرصت ها، نقاط قوت و ضعف (SWOT).....	۷۴
جدول (۷ - ۴): ماتریس عوامل داخلی و خارجی در توسعه صنعت گردشگری در شهرستان بهمئی.....	۷۷

## فهرست شکل‌ها

صفحه	عنوان
۳۵	شکل ۳ - ۲: توزیع بارندگی در شهرستان بهمنی بر حسب ماههای مختلف سال در ایستگاه دوگنبدان.....
۶۲	شکل ۴ - ۱: ماتریس داخلی و خارجی (IE).....
۶۲	شکل (۴ - ۲): موقعیت استراتژیک عرصه توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی.....

## مقدمه

گردشگری پدیده‌ای است که از دیرباز در جوامع انسانی وجود داشته است و به تدریج با طی مراحل تاریخی مختلف به موضوعی فنی، اقتصادی و اجتماعی تبدیل شده است. گردشگری بر پایه عامل اساسی سفر و جابجایی قرار دارد در نتیجه دگرگونی‌های آن تابع تغییرات مختلفی از قبیل دگرگونی‌های ناشی از انگیزه سفر و وسیله حمل و نقل است. عواملی مانند انقلاب صنعتی، رشد سریع شهرنشینی، مالکیت وسیله نقلیه، افزایش اوقات فراغت و سطوح درآمد و به دنبال آن امنیت بیشتری را در رشد صنعت جهانگردی داشته اند. کشور ایران به عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه که ذخائر نفتی آن به عنوان منبع اصلی کسب درآمد در آینده‌ای نه چندان دور به پایان می‌رسد، جهت ایجاد یک توسعه همه جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی و ایجاد فرصت‌های شغلی برای نسل جوان نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌های خود در زمینه گردشگری می‌باشد. شهرستان بهمئی به عنوان یکی از مناطق مهم، دارای قابلیت‌های متنوع گردشگری است، و زمینه توسعه گردشگری را در این منطقه فراهم ساخته است. این در حالی است که اکنون فرآیند توسعه گردشگری در این شهرستان گرفتار پاره‌ای کاستی- هاست که عدم توسعه در این زمینه را موجب گشته است. لذا تدوین برنامه‌های جامع و منسجم که جایگاه این صنعت را مشخص نموده و راهکارهای مناسبی را برای رسیدن به وضع مطلوب ارائه دهد تحت عنوان برنامه‌ریزی گردشگری ضروری است. به عبارتی شناسایی توانمندی‌ها و قابلیت‌های گردشگری و ارزیابی آنان از اهمیت خاصی در نظام‌مند نمودن توسعه گردشگری برخوردار است. از اینرو تحقیق حاضر سعی بر آن دارد با شناسایی و تحلیل ویژگی‌های گردشگری منطقه و ارائه راهبردهای تطبیقی در این زمینه چارچوب مناسبی را برای توسعه گردشگری شهرستان فراهم آورد که نهایتاً به ارائه راهبردهایی، با استفاده از تکنیک SWOT می‌پردازد و آنان را مورد بررسی و تحلیل قرار می‌دهد.

# فصل اول

## کلیات تحقیق



## ۱-۱- ضرورت و بیان مساله

گردشگری امروزه به عنوان یکی از مهمترین و پویاترین فعالیت‌ها در جهان مطرح است و در تمامی عرصه‌ها، در سطح جهانی، ملی و منطقه‌ای مورد توجه برنامه‌ریزان و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است (لطفی، ۱۳۸۴: ۵). گردشگری به عنوان یک منبع در آمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی می‌تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی در قلمرو ملی باشد. گردشگری به خصوص در زمانی که سود دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش باشد، جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۸۲) و بعد از صنعت‌های نفت و اتومبیل، مردمی‌ترین منبع درآمد شمرده می‌شود، زیرا بیشتر در آمد حاصل از آن به طور مستقیم و بدون واسطه به دست مردم می‌رسد (گندمکار، ۱۳۹۰: ۲۶۶). گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین و متنوع‌ترین صنایع دنیا مطرح می‌باشد و رشد سریع آن تغییرات اجتماعی و اقتصادی فراوانی را به دنبال داشته است. الیت<sup>۱</sup> گردشگری را از جمله فعالیت‌هایی می‌داند که از نظر ماهیت خود یک محصول اجتماعی - فرهنگی و از نظر برنامه ریزی و مدیریتی یک فعالیت میان بخشی می‌باشد (تقی زاده، و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۵۳). به عبارتی افزایش جمعیت و پیامدهای ناشی از زندگی صنعتی، نیاز انسان را به مناطق تفریحی با جلوه‌های طبیعت جهت رفع خستگی ناشی از زندگی ماشینی و آرامش روحی افزایش داده است. به عبارتی امروزه بهره برداری از امکانات و توان‌های بالقوه و بالفعل هر سرزمین در چارچوب اهداف توسعه پایدار به صورت یکی از دغدغه‌های اصلی محلی، ملی و بین‌المللی در آمده است (نوری و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۹). امروزه فعالیت‌های گردشگری به عنوان بخش چهارم فعالیت‌های انسان پس از کشاورزی، صنعت و خدمات محسوب می‌شود و کارشناسان پیش بینی می‌کنند در سال ۲۰۲۰ میلادی به عنوان سودآورترین صنعت در جهان درآمد به طوری که از آن به عنوان صادرات نامرئی نام می‌برند. سازمان جهانی گردشگری در گزارشی آمار ۱/۶ میلیارد جهانگرد را برای سال ۲۰۲۰ میلادی ارائه کرده است؛ این یعنی سالانه ۲ هزار میلیارد دلار، و روزانه چیزی در حدود ۵ میلیون دلار گردش پولی است که هزینه سفر گردشگران در گوشه و کنار جهان خواهد شد که این رقمی چندین برابر درآمد نفتی کشورهای عضو اپک است. طبق آمار سال ۲۰۰۱ سهم صنعت گردشگری چیزی در حدود ۱۱/۷ درصد از تولید ناخالص جهانی و چیزی در حدود ۲۰۰ میلیون شغل برای مردم دنیا بوده است. در سال ۲۰۰۵ این آمار به ۳۳۸ میلیون شغل رسید؛ یعنی در این

---

<sup>1</sup> elit

سال از هر ۸ شغل در جهان یکی مربوط به صنعت گردشگری بوده است (مقدم، ۱۳۹۰: ۲). از این رو گردشگری فعالیتی پیچیده و به طور روز افزون در حال گسترش است و نیازمند وجود مدیریت تخصصی برای درک همه ظرفیتهای آن است (Weaver, 2006: 3) اما سهم ایران از گردشگران ورودی طبق آخرین آمار ارائه شده از سوی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، در سال ۱۳۸۹، تنها تعداد ۳ میلیون و ۱۲۱ هزار و ۲۸۱ گردشگر بوده است که در بین ۱۸۵ کشور رتبه ۱۳۳ را به دست آورده است (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۸۹). با وجود این شواهد کشور ایران با برخورداری از انواع مختلف جاذبه های طبیعی، تاکنون نتوانسته از این مزیت به خوبی استفاده کند. با وجودی که منابع طبیعی کشور میتواند به عنوان یکی از جاذبه های ارزشمند در جذب گردشگران داخلی و خارجی به شمار آید، که برنامه ریزی کاملی برای استفاده از این شرایط هنوز در ابتدای راه است و کار مهم و اساسی برای بهره برداری از جاذبه های آن صورت نگرفته است. بنابراین توسعه و بالندگی این صنعت از طریق ترکیب و بکارگیری همزمان منابع داخلی و خارجی، منابع اجتماعی، اقتصادی، اثرات زیست محیطی و فرهنگی زیادی را به دنبال دارد در بسیاری از کشورها امروزه گردشگری نیروی اصلی پیش برد و رشد اقتصادی کشور محسوب شده و با فراهم آوردن فرصتی راهبردی به اقتصاد محلی تنوع بخشیده، موجب اشتغال زایی شده ایجاد درآمد می کند و باعث افزایش ارزش منابع وارد شونده به محیط محلی می گردد (صفاه خواه، ۱۳۸۹). لذا با توجه به اینکه اقتصاد ایران نیز اتکالی شدیدی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت دارد و متغیرهای کلان اقتصادی آن با پیروی از قیمت جهانی نفت در طول زمان دچار نوسانات شدیدی می شود، از این رو به منظور تنوع به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و هم چنین ایجاد فرصتهای جدید شغلی در کشور، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است (طیبه، ۱۳۸۶: ۸۴). شهرستان بهمئی در غرب و قسمتی از شمال غرب استان کهگیلویه و بویر احمد، در دامنه های جنوبی زاگرس، در منطقه ای نیمه کوهستانی و کوهپایه ای واقع شده است (جوانمردی، ۱۳۸۷: ۱۱۷). شهرستان بهمئی توانمندیها و ظرفیت های بالای را در زمینه گردشگری دارد. منطقه ای که اکنون شهرستان بهمئی نام دارد، دارای پیشینه تاریخی کهن به وسعت تاریخ ایران بوده، نقوش برجسته و کتیبه های سنگی تنگ سولک (سروک) و نقش برجسته مهرداد اشکانی که یک پادشاه از سلسله های قدیمی ایلامی به نام سلسله الیمائی که از فرمانروایان محلی خوزستان بوده، گویای این واقعیت است این شهرستان علاوه بر این دارای جاذبه های و توانمندی های گردشگری بی شمار دیگری نیز می باشد که مهمترین آن عبارتند از: تنگ کپ، قلعه باستانی نادر، راه سنگفرش قدیمی، قبر بخیل، کانال آب ساروج، آسیاب ها و

بناهای تاریخی دوره باستانی و اسلامی، چشمه ها و قنات ها، روستای گردشگری کارند، بقاع متبرکه و امام زادگانی از قبیل بابا احمد با معماری دوره سلجوقی، سید ابراهیم و سیداسدالله منگزر و غیره می باشد (جوانمردی، ۱۳۸۷: ۴). بنابراین شهرستان بهمنی با برخورداری از پتانسیل ها و جاذبه های متعدد و متنوع گردشگری، از بستر مناسبی برای توسعه گردشگری برخوردار است، اما تاکنون برنامه ریزی مناسبی جهت استفاده بهینه از این قابلیت ها صورت نگرفته است که هدف پژوهش حاضر تحلیلی بر فرصت ها و چالش های توسعه صنعت توریسم در شهرستان بهمنی با استفاده از مدل SWOT می باشد.

### ۱-۲- سوالات پژوهش

بر این اساس و با توجه به آنچه در قالب طرح مسئله به آن پرداخته شد تحقیق حاضر، به دنبال پاسخ به سوالات اساسی زیر است:

- آیا فرصت ها و قوت های گردشگری در شهرستان بهمنی بیشتر از ضعف ها و تهدیدها می باشند؟
- آیا شهرستان بهمنی دارای توانایی لازم جهت رسیدن به توسعه پایدار در زمینه گردشگری می باشد؟
- راهبردهای بهبود وضعیت صنعت گردشگری شهرستان بهمنی چیست؟

### ۱-۳- فرضیات تحقیق

پس از انتخاب و تعریف و تبیین مسئله باید محقق تصویری ذهنی از چگونگی متغیرها و نحوه ارتباط آنها با یکدیگر ارائه دهد تا بر اساس آن تلاش کاوشگرانه خود را آغاز کرده و از صحت و سقم آن اطمینان حاصل نماید؛ سپس اقدام به تدوین و تبیین قضایای فرضی و پیشنهادی در چارچوب مسئله تحقیق خود بنماید . فرضیه ها در واقع نقش راهنما را داشته و به فعالیتهای تحقیقاتی جهت میدهند .

بر این اساس در تحقیق حاضر دو فرضیه مدنظر قرار گرفته است:

- به نظر میرسد که فرصت ها و قوت های (عوامل داخلی) گردشگری در شهرستان بهمنی بیشتر از ضعف ها و تهدیدها (عوامل خارجی) می باشند.
- به نظر می رسد که شهرستان بهمنی توانایی لازم جهت رسیدن به توسعه پایدار را در زمینه گردشگری دارا می باشد.

## ۱-۴ پیشینه تحقیق

### ۱-۴-۱ پیشینه تحقیقات خارجی

دیمیتریوس<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) مقاله ای تحت عنوان «توریسم در یونان: تحلیل استراتژیک و چالش‌ها انجام داد». نتایج این مقاله پیشنهاد کرد که صنعت گردشگری کشور یونان به یک استراتژی جامع و همچنین جهت گیری‌های متعدد استراتژیک، اهداف و وظایفی که هدفشان پیشبرد گردشگری یونان باشد، نیاز دارد.

مک دونالد<sup>۲</sup> (۲۰۰۳) گردشگری را به عنوان یک ابزار توسعه، برای تعدادی از روستاها و نواحی منزوی می‌داند.

فرانچسکو کوئن و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۰۶) در مقاله ای با عنوان اکوتوریسم به عنوان یک استراتژی توسعه: تجربه های کاستاریکا بیان می‌کنند که توسعه اکوتوریسم در مقایسه با استفاده از زمین، بصورت معضل دشوار است.

ویستر و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۰۷) مقاله ای تحت عنوان «توریسم و کاربردهای تجربی تئوری تجارت بین‌الملل: یک تحلیل چند ملیتی» انجام دادند. در این مقاله کاربرد تکنیک‌های کمی برای درک تئوری تجارت بین‌الملل با توجه به جریان‌های توریسم بررسی شد و با استفاده از ابزار بالاسا، شاخص گروبل و شاخص پویایی داده‌ها تحلیل شدند. نتایج تحلیل‌ها پیشنهاد کرد که بر اساس تئوری تجارت بین‌الملل، جریان‌های توریسم مطالعه شود، بطوریکه بسیاری از کشورها واردات و صادرات خدمات توریسم را تخصصی کنند.

ملگرن<sup>۵</sup> (۲۰۰۷) در پژوهشی به این نتیجه رسید که گردشگری می‌تواند منجر به تولید و فروش صنایع دستی و همچنین ایجاد فرصت‌های اشتغال برابر برای ساکنان روستایی گردد.

تاکانو<sup>۶</sup> (۲۰۰۹) از مدل ترکیبی SWOT و فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) برای برنامه ریزی استراتژیک بازاریابی احیاء گردشگری: مطالعه موردی سریلانکا استفاده کردند. آن‌ها با استفاده از تکنیک SWOT عوامل بیرونی و درونی صنعت را بررسی، و جهت اولویت بندی فاکتورهای SWOT از تکنیک AHP استفاده کردند.

---

1 . Dimitrios

2. Macdonald

3. Franciscus koens & et al

4. Webster

5. Mellgern

6. Takano