

بررسی عوامل مهم تهدیدکننده در فضاهای گردشگری شهرستان لاهیجان برای دستیابی به پایداری شهری با توجه به شاخص‌های مهم محلی زیست‌محیطی با استفاده از مدل تحلیلی swot

الهام پوریاسری فخر^۱، کیوان صائب^۲، عبدالکریم کشاورز^۳

چکیده

امروزه گردشگری به قدری در توسعه اقتصادی اجتماعی کشورها اهمیت یافته است که اقتصاد آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند، پژوهش حاضر یک تحقیق تحلیلی توصیفی است و برای انجام آن از روش ترکیبی استفاده شده است که با توجه به اطلاعات به دست آمده عوامل تهدیدکننده در فضاهای گردشگری و تفریحی شهرستان لاهیجان با استفاده از مدل SWOT مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری از این تحقیق مردم عادی و مسئولین شهرستان لاهیجان می‌باشد که برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردید.

با توجه به حجم جامعه آماری این پژوهش ($N = 383/51$) تعداد ۳۸۳ نفر به عنوان حجم نمونه برای این تحقیق محقق گردید. تعداد پرسش‌نامه با ۳۰ سؤال تهیه گردید و این پرسش‌نامه‌ها از طریق محقق و همکاران وی در اختیار افراد قرار گرفت و در نهایت تجزیه و تحلیل عوامل خارجی با ماتریس SWOT صورت می‌گیرد. نتایج بررسی‌های صورت گرفته نشان داد استراتژی St مقابله با زمین‌خواری، تخریب اراضی محیطی، شهرک‌سازی غیرمجاز و تخریب زیستگاه با کسب بالاترین امتیاز به عنوان اولویت اول بیان گردید.

واژه های کلیدی: تنوع زیستی، شاخص‌های پایداری شهری، عوامل تهدیدکننده، لاهیجان، گردشگری، SWOT

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی محیط زیست -تنوع زیستی دانشگاه آزاد لاهیجان

pooryaseriwallace84@gmail.com

۲- عضو هیات علمی و دانشیار پایه ۱۹ گروه محیط زیست دانشگاه آزاد تنکابن

Keivansaeb@gmail.com

۳- عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد لاهیجان

مقدمه

معرفی منطقه مورد مطالعه:

موقعیت و حدود منطقه مورد مطالعه

لاهیجان در طول جغرافیایی حداقل ۴۹ درجه، ۴۵ دقیقه و حداکثر ۵۰ درجه، ۱۳ دقیقه در عرض جغرافیایی حداقل ۳۷ درجه، ۰۵ دقیقه و حداکثر ۳۷ درجه، ۲۳ دقیقه واقع شده است. این شهرستان از شمال به دریای خزر، از شرق به لنگرود، از جنوب به دیلمان، از جنوب غربی به سیاهکل و از غرب به آستانه اشرفیه محدود می‌شود. آب و هوای آن در بخش جلگه‌ای، معتدل و مرطوب و در قسمت کوهستانی سردسیر و خوش آب و هوا است. در واقع آب و هوای این شهرستان آب و هوای مدیترانه‌ای است. این شهرستان بر پایه آخرین سرشماری در سال ۱۳۸۵، دارای جمعیتی بیش از ۷۶۵۴۴ نفر بوده‌است که حدود نیمی از آن را جمعیت روستایی و نیم دیگر را شهری تشکیل می‌دهد.

لاهیجان معروف به عروس شهرهای گیلان دارای چشم اندازها و جاذبه‌های طبیعی بسیار زیبا می‌باشد که همجواری شهر با یکی از زیباترین کوه‌های منطقه و دسترسی آسان به آن با چشم اندازهای کوهپایه‌ای شامل باغ‌های سرسبز چای و مزارع برنج و چشمه‌های متعدد آن در سطح ملی و حتی فراملی در بخش گردشگری سرآمد است. از نظر موقعیت جغرافیایی و ویژگی‌های تاریخی یکی از شهرهای مهم استان گیلان به شمار می‌رود و مدت‌ها مرکز بخش بیه پیش این استان بوده‌است. لاهیجان دارای چشم اندازها، مناظر دیدنی و گردشگری بسیاری می‌باشد که در صورت سوء مدیریت این پتانسیل عظیم بدون مصرف خواهد ماند. لذا در این تحقیق بخش گردشگری این شهرستان بمنظور شناخت هر چه دقیق تر نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات مورد مطالعه قرار گرفته است.



روش کار:**روش تجزیه و تحلیل SWOT:**

تهدیدهایی است که بر اساس روند های پیش بینی شده محیطی ارائه شده است (۹). بنابراین ما با این مدل به دنبال تحلیل درستی از توانایی ها و ضعف ها، تهدیدها و فرصت های فضاها و گردشگری و تفریحی شهرستان لاهیجان با توجه به شاخص های تنوع زیستی هستیم. تحلیل SWOT در قالب جداول طراحی شده و مراحل آن به صورت زیر انجام می پذیرد:

تکنیک یا ماتریس SWOT که گاهی TOWS نیز نامیده می شود، ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت های موجود در محیط خارجی یک سیستم و بازشناسی ضعف ها و قوت های داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبردهای هدایت و کنترل آن سیستم است. SWOT حروف اول چهار کلمه انگلیسی با معادل فارسی قوت^۱، ضعف^۲، فرصت^۳ و تهدید^۴ است (۳). این روش (SWOT) نتیجه مستقیم دانشکده تجاری هاروارد^۵ است. این مدل می تواند یک مرحله اولیه از یک تحلیل با هدف نهایی ارایه و اتخاذ سیاست های لازم برای تناسب میان عوامل داخلی و خارجی باشد. به طور اجمالی می توان گفت این تکنیک ابزاری برای تحلیل وضعیت و تدوین راهبرد است و رایج ترین کاربرد آن فراهم کردن یک چارچوب منطقی برای هدایت نظاممند بحث های سیستم، راهبردهای مختلف و در نهایت انتخاب راهبرد است (۶). اساساً روش SWOT (نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها) یک ابزار استراتژیک است و عموماً ابزاری است برای روبروی هم قرار دادن یافته های تحلیل قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدها می باشد که مستلزم شناخت نقاط قوت و ضعف ناحیه در ارتباط با بازار فرصت ها و

¹ - Strength

² - Weak

³ - Opportunity

⁴ - Treat

⁵ - Harward

جدول (۱-۳) ماتریس SWOT و نحوه تعیین استراتژی‌ها (مهدوی، ۱۳۸۳)

ماتریس Swot	نقاط قوت S	نقاط ضعف W
فرصت‌ها O	استراتژی SO	استراتژی WO
تهدیدها T	استراتژی ST	استراتژی WT

فرصت‌های بلند مدت در سایر موارد استفاده می‌کند.

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

• 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 بعد خارجی با تهدیدات متعددی روبروست (۷).
به منظور تدوین استراتژی SWOT شناخت عوامل چهارگانه در جهت رفع ضعف‌ها، تهدیدها و بهبود قوت‌ها و فرصت‌ها امری اجتناب ناپذیر است، که با فهرست نمودن آن‌ها می‌توان مدیریت فضاهای گردشگری و تفریحی را ارزیابی کرد (۵).
بر این مبنای راهکار توسعه نواحی با فهرست نمودن مهم‌ترین نقاط قوت و فرصت به منظور (۱) طرح راهبردهای تهاجمی مبنی بر بهره‌گیری از برتری‌های مدیریت فضاهای گردشگری و تفریحی شهرستان لاهیجان (۲) تبیین مهم‌ترین فرصت‌ها پیش رو به منظور ضعف نقاط ضعف درون ناحیه ای از طریق ارایه راهبردهای بازنگری

• تهیه فهرستی از فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف در قالب جداول.

• تفسیر و تشریح هر یک از فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف در قالب تحلیل برنامه‌ریزی ناحیه ای به روش (SWOT).

چهار الگوی خاص برای سازگاری موقعیت داخلی و خارجی

در این قسمت به تفسیر و بررسی الگوی خاص برای سازگاری داخلی و خارجی مدل منطقه می‌پردازیم:

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

• قوت و تهدید (ST): در ناحیه دوم سیستم دارای قوت‌های کلیدی است لیکن با محیط تهدیدزا مواجه است. در این وضعیت، استراتژی‌ها را از قوت‌های موجود برای ساختن

تعیین حجم نمونه

برای رسیدن به اطلاعات یا باید به کلیه افراد جامعه مراجعه و صفت و یا ویژگی مورد نظر تحقق خود را در آن‌ها جویا شود: یا باید تعدادی از افراد جامعه را مورد مطالعه قرار داده و از طریق جمع کوچک‌تری و با روش معینی، پی به صفات و ویژگی‌های جامعه ببرد. بدیهی است اگر جامعه بزرگ باشد و امکانات و مقدرات وی اجازه ندهد، ناچار است از بین افراد جامعه تعداد مشخصی را به عنوان نمونه برگزیده و با مطالعه این جمع محدود، ویژگی‌ها و صفات جامعه را مطالعه کرده، شاخص‌ها و اندازه‌های آماری آن را محاسبه کند (۴). تعیین حجم نمونه اهمیت فراوانی در قابلیت تعمیم نتایج آزمون به جامعه دارد. روش‌های مختلفی جهت تعیین حجم نمونه وجود دارد که دقیق‌ترین روش‌ها، روش‌های ریاضی جهت محاسبه حجم نمونه است (۲).

در این پژوهش حجم نمونه جهت پاسخ‌گویی به سؤالات پرسشنامه، با استفاده از فرمول کوکران به شرح زیر محاسبه گردیده است.

$$n = \frac{\frac{t^2 qp}{d^2}}{1 + \frac{1}{n} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

در این فرمول:

n = حجم جامعه مورد مطالعه

q = درصد افرادی که فاقد آن صفت در جامعه

هستند.

به منظور تحقق مجدد منابع (۳) طرح مهم‌ترین قوت‌های درون ناحیه ای به منظور رفع تهدیدهای برون ناحیه ای، با تأکید بر راهبرهای تدافعی به منظور رفع آسیب پذیری، که به آن پرداخته شده است.

تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

پرسش‌نامه‌ها در بین گروه‌های مؤثر در برنامه‌ریزی و صاحب نظران جهت رتبه‌بندی و اولویت‌سنجی توزیع گردید. به منظور وزن دهی به گویه‌های مورد مطالعه از روش رتبه‌بندی استفاده شده است که در آن اهمیت گویه در یک طیف ۵ تایی (۱= اهمیت کم تا ۵= اهمیت زیاد) تقسیم بندی شده است. تجزیه و تحلیل وزن‌ها با استفاده از نرم افزار EXCEL صورت گرفته است. برای تجزیه و تحلیل همزمان عوامل داخلی و خارجی از ماتریس داخلی و خارجی استفاده می‌گردد (۱). این ماتریس برای تعیین موقعیت صنعتی یا سازمان به کار می‌رود و برای تشکیل آن باید نمرات حاصل از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی را در ابعاد عمودی و افقی آن قرار داد تا جایگاه فضاهای گردشگری و تفریحی در شهرستان لاهیجان مشخص گردد و بتوان راهبردهای مناسبی را برای آن مشخص کرد. این ماتریس منطبق بر ماتریس SWOT است و راهبردهای مناسب برای شهرستان لاهیجان را مشخص می‌کند.

p = درصد توزیع صفت در جامعه یعنی نسبت درصد افرادی که دارای صفت مورد مطالعه می‌باشند.

d = تفاضل نسبت واقعی صفت در جامعه با میزان تخمین محقق برای وجود آن صفت در جامعه است که حداکثر نسبت آن تا ۰,۰۵ است و دقت نمونه‌گیری نیز به آن بستگی دارد (۸).

برای برآورد حجم نمونه، اندازه نمونه به قرار زیر محاسبه شد:

$$p = \frac{70}{100}$$

$$q = \frac{30}{100}$$

$$d = \frac{5}{100}$$

$$t = 1/96$$

$$N = 228905$$

در سطح اطمینان ۹۵٪

$$n = \frac{\frac{(1.96)^2 (0.7) (0.3)}{(0.05)^2}}{1 + \frac{1}{228905} \left(\frac{(1.96)^2 (0.7) (0.3)}{(0.05)^2} - 1 \right)} = 383.51$$

با توجه به اینکه حجم جامعه بر اساس آخرین سرشماری برابر با ۷۶۵۴۴ نفر می‌باشد با جایگزینی مقادیر فوق در فرمول کوکران، تعداد ۳۸۳ نفر به عنوان حجم نمونه برآورد شده است. بر همین اساس تعداد ۳۸۳ پرسشنامه در سطح شهرستان توزیع و جمع آوری گردیده است. همچنین وزندهی معیارها توسط ۵ نفر از کارشناسان سازمان جهانگردی و گردشگری استان گیلان صورت پذیرفت.

نتایج

جداول IFE و EFE جهت توسط افراد صاحب نظر و آشنا به منطقه و روش مطالعه نمره دهی گردید. نمرات اخذ شده به روش آماری میانگین گیری شده و ثبت گردیدند:

جدول (۴-۴) بررسی عوامل درونی (IFE¹)

امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود (۵-۱)	وزن (۱-۰)	عوامل استراتژیک
نقاط قوت گردشگری شهرستان لاهیجان (S):			
۰/۴۵	۵	۰/۰۹۰	S۱- وجود مناظر زیبا و منحصر به فرد
۰/۴۵	۵	۰/۰۹۰	S۲- وجود تلکابین
۰/۴۵	۵	۰/۰۹۰	S۳- برخورداری از شرایط آب و هوایی مطلوب
۰/۲۱۶	۳	۰/۰۷۲	S۴- اهمیت جاذبه ای مناطق تاریخی و طبیعی
۰/۲۱۶	۳	۰/۰۷۲	S۵- وجود تبلیغات
۰/۱۸۹	۳	۰/۰۶۳	S۶- وجود فرصت های شغلی جدید در شهرستان
۰/۱۰۸	۲	۰/۰۵۴	S۷- سرمایه گذاری در زمینه افزایش گردشگری در شهرستان
نقاط ضعف گردشگری شهرستان لاهیجان (W):			
۰/۱۸۹	۳	۰/۰۶۳	W۱- عدم اطلاع رسانی از طریق رسانه های جمعی
۰/۲۱۶	۳	۰/۰۷۲	W۲- محدودیت سرانه بودجه خانوارها برای گردشگری
۰/۱۳۵	۳	۰/۰۴۵	W۳- مشخص نبودن متولی خاص برای توسعه گردشگری
۰/۳۲۴	۴	۰/۰۸۱	W۴- کمبود مروج برای آموزش مسأول زیست محیطی گوناگون
۰/۲۱۶	۳	۰/۰۷۲	W۵- عدم مشارکت سازمانهای مردم نهاد در زمینه حفاظت از تنوع زیستی
۰/۱۶۲	۳	۰/۰۵۴	W۶- تغییرات مکرر مدیران در بخش های مربوط به گردشگری
۰/۱۶۲	۲	۰/۰۸۱	W۷- اختصاص اعتبارات ریالی جهت برگزاری گردشگری
		۰/۹۹۹	جمع

جدول (۱) بررسی عوامل بیرونی (EFE^۱)

امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود (۵-۱)	وزن (۱-۰)	عوامل استراتژیک
فرصت های گردشگری شهرستان لاهیجان (O):			
۰/۰۳۶	۱	۰/۰۳۶	O۱- وجود احساس مسئولیت در اقصاء مختلف گردشگران
۰/۳۶	۱	۰/۰۳۶	O۲- برگزاری مراسم و جشن های محلی در جذب گردشگر
۰/۱۳۵	۳	۰/۰۴۵	O۳- افزایش تمایل برای استفاده از مواهب تنوع زیستی به منظور تمدد اعصاب و فاصله از آلودگی شهرها
۰/۴۵	۵	۰/۰۹۰	O۴- تاثیر عوامل فرهنگی و سبک زندگی در حفاظت از محیط زیست
۰/۱۰۸	۲	۰/۰۵۴	O۵- افزایش تمایل خصوصی به سرمایه گذاری در زمینه اکوتوریسم
۰/۰۷۲	۲	۰/۰۳۶	O۶- نگرش نسل جدید به امر حفظ محیط زیست و فضاهای گردشگری و تفریحی
۰/۰۹	۲	۰/۰۴۵	O۷- افزایش اهمیت مردم به نزدیکی به طبیعت و دوری از کلان شهرها
۰/۰۷۲	۲	۰/۰۳۶	O۸- اختصاص اعتبارات ریالی جهت برگزاری بازارهای گردشگری
۰/۰۲۷	۱	۰/۰۲۷	O۹- تصویب قوانین و مقررات در ارتباط با توسعه فضاهای گردشگری و تفریحی و رعایت استانداردهای زیست محیطی
تهدیدات گردشگری شهرستان لاهیجان (T):			
۰/۴۵	۵	۰/۰۹۰	T۱- تجاوز به دامنه های کوهستانی شهرستان و ویلا سازی
۰/۴۵	۵	۰/۰۹۰	T۲- آلودگی ناشی از پسماند زیاله ها
۰/۳۲۴	۴	۰/۰۸۱	T۳- تخریب زیستگاه حیات وحش در شهرستان
۰/۲۵۲	۴	۰/۰۶۳	T۴- قطع درختان و پوشش گیاهی و آثار تخریبی آن فرسایش و افزایش سیل
۰/۳۶	۴	۰/۰۹۰	T۵- افزایش انواع آلودگی ها و تاثیر آن بر تنوع زیستی منطقه
۰/۳۲۴	۴	۰/۰۸۱	T۶- مهاجرت روستاییان به شهر لاهیجان
۰/۳۶	۴	۰/۰۹۰	T۷- هزینه بالای محیط زیست تخریب شده
		۰/۹۹۰	

²- External Factor Evaluation

جدول (-) استراتژی‌های SWOT

<p>نقاط ضعف- W</p> <p>W1- عدم اطلاع رسانی از طریق رسانه های جمعی</p> <p>W2- محدودیت سرانه بودجه خانوارها برای گردشگری</p> <p>W3- مشخص نبودن متولی خاص برای توسعه گردشگری</p> <p>W4- کمبود مروج برای آموزش مسائل زیست محیطی گوناگون</p> <p>W5- مشارکت سازمانهای مردم نهاد در زمینه حفاظت از تنوع زیستی</p> <p>W6- ثبات مدیران در بخش‌های مربوط به گردشگری</p> <p>W7- اختصاص اعتبارات ریالی جهت برگزاری گردشگری</p>	<p>نقاط قوت- S</p> <p>S1- وجود مناظر زیبا و منحصر به فرد</p> <p>S2- وجود تلکابین</p> <p>S3- برخورداری از شرایط آب و هوایی مطلوب</p> <p>S4- اهمیت جاذبه ای مناطق تاریخی و طبیعی</p> <p>S5- وجود تبلیغات</p> <p>S6- وجود فرصت های شغلی جدید در شهرستان</p> <p>S7- سرمایه گذاری در زمینه افزایش گردشگری در شهرستان</p>	<p>عوامل درونی</p> <p>عوامل بیرونی</p>
<p>استراتژی های WO</p> <p>WO1- افزایش تبلیغات جهت جذب توریست به شهرستان.</p> <p>WO2- در نظر گرفتن مناطق مختلف گردشگری جهت اقبال مختلف جامعه.</p> <p>WO3- حمایت از شایسته سالاری در زمینه انتخاب مدیران بخش گردشگری شهرستان.</p> <p>WO4- تهیه و توزیع دفترچه های گردشگری جهت شناساندن جاذبه های توریستی بین گردشگران.</p> <p>WO5- تعیین متولی و مسئول گردشگری در شهرستان.</p> <p>WO6- تقویت NGO ها در زمینه حمایت از گردشگری منطقه.</p> <p>WO7- حمایت سازمانهای دولتی از بازارچه های محلی و سنتی و تخصیص اعتبار جهت بهبود شرایط رفاهی و توسعه اینگونه بازارها.</p>	<p>استراتژی های SO</p> <p>SO1: برنامه ریزی کلان در خصوص حفظ مناظر زیبا و طبیعی منطقه.</p> <p>SO2: تبلیغات در زمینه شناساندن جاذبه های طبیعی شهرستان به گردشگران.</p> <p>SO3: فرهنگسازی در زمینه حفاظت از محیط زیست جهت عموم مردم منطقه.</p> <p>SO4: حمایت از بخش خصوصی در زمینه گردشگری و در نظر گرفتن تسهیلات لازم در این خصوص.</p> <p>SO5: حفظ و حمایت از بازارهای محلی شهرستان.</p> <p>SO6: در نظر گرفتن اعتبارات جهت توسعه گردشگری و در نتیجه تقویت کارآفرینی در شهرستان.</p> <p>SO7: مقابله با زمین خواری و تخریب اراضی طبیعی و شهرک سازی.</p>	<p>فرصت ها - O</p> <p>O1- وجود احساس مسئولیت در اقشار مختلف گردشگران</p> <p>O2- برگزاری مراسم و جشن های محلی در جذب گردشگر</p> <p>O3- افزایش تمایل برای استفاده از مواهب تنوع زیستی به منظور تمدد اعصاب و فاصله از آلودگی شهرها</p> <p>O4- تاثیر عوامل فرهنگی و سبک زندگی در حفاظت از محیط زیست</p> <p>O5- افزایش تمایل خصوصی به سرمایه گذاری در زمینه اکوتوریسم</p> <p>O6- نگرش نسل جدید به امر حفظ محیط زیست و فضاهای گردشگری و تفریحی</p> <p>O7- افزایش اهمیت مردم به نزدیکی به طبیعت و دوری از کلان شهرها</p> <p>O8- اختصاص اعتبارات ریالی جهت برگزاری بازارهای گردشگری</p> <p>O9- تصویب قوانین و مقررات در ارتباط با توسعه فضاهای گردشگری و تفریحی و رعایت استانداردهای زیست محیطی</p>
<p>استراتژی های WT</p> <p>WT1- لحاظ نمودن جرائم سنگین جهت تخریب اراضی طبیعی.</p> <p>WT2- بررسی و کنترل آلاینده های موجود در سطح شهرستان بمنظور حفظ تنوع زیستی منطقه.</p> <p>WT3- نهالکاری در مناطق فاقد پوشش گیاهی مناسب بمنظور جلوگیری از سیل.</p> <p>WT4- تشویق NGO ها در زمینه فعالیت های زیست محیطی.</p>	<p>استراتژی های ST</p> <p>ST1- مقابله با زمین خواری، تخریب اراضی طبیعی، شهرک سازی غیر مجاز و تخریب زیستگاه.</p> <p>ST2- تدوین برنامه جامع مدیریت پسماند شهرستان به روش علمی و اصولی جهت دفع بهداشتی زیاده.</p> <p>ST3- افزایش امکانات رفاهی در روستاها بمنظور پیشگیری از مهاجرت آنان به شهر.</p> <p>ST4- برگزاری سمینارهایی در خصوص توسعه گردشگری در شهرستان.</p>	<p>تهدید ها - T</p> <p>T1- تجاوز به دامنه های کوهستانی شهرستان و ویلا سازی</p> <p>T2- آلودگی ناشی از پسماند زیاده ها</p> <p>T3- تخریب زیستگاه حیات وحش در شهرستان</p> <p>T4- قطع درختان و پوشش گیاهی و آثار تخریبی آن فرسایش و افزایش سیل</p> <p>T5- افزایش انواع آلودگی ها و تاثیر آن بر تنوع زیستی منطقه</p> <p>T6- مهاجرت روستاییان به شهر لاهیجان</p> <p>T7- هزینه بالای محیط زیست تخریب شده</p>

- لحاظ نمودن جرائم سنگین جهت تخریب اراضی طبیعی ($WT1 = 8/541$)
- فرهنگسازی در زمینه حفاظت از محیط زیست جهت عموم مردم منطقه ($SO3 = 7/578$)
- بررسی و کنترل آلاینده های موجود در سطح شهرستان بمنظور حفظ تنوع زیستی منطقه ($WT2 = 6/849$)
- تبلیغات در زمینه شناساندن جاذبه های طبیعی شهرستان به گردشگران. $SO2 =$
- مقابله با زمین خواری و تخریب اراضی طبیعی و شهرک سازی. $SO7 = 5/859$
- حمایت از بخش خصوصی در زمینه گردشگری و در نظر گرفتن تسهیلات لازم در این خصوص. $SO4 = 5/832$
- افزایش امکانات رفاهی در روستاها بمنظور پیشگیری از مهاجرت آنان به شهر. $ST3 = 5/787$
- تشویق NGO ها در زمینه فعالیت های زیست محیطی. $WT4 = 5/535$

پیشنهادات:

- با توجه به بررسی های بعمل آمده به روش SWOT در این تحقیق، که بر پایه اطلاعات اساتید صاحب نظر در این زمینه به نتیجه رسیده است، و بمنظور به حداقل رساندن میزان تهدیدات و نقاط ضعف بخش گردشگری و همچنین تقویت نقاط قوت و فرصت های موجود، پیشنهاد می گردد نتایج حاصل از این

همانطور که مشاهده می گردد در جدول بالا چهار دسته استراتژی جهت تقویت نقاط قوت و فرصت ها و همچنین برطرف نمودن نقاط ضعف و تهدیدات ارائه گردیده است.

بحث و نتیجه گیری:

- در این تحقیق که با هدف بررسی عوامل تهدیدکننده در فضاهاى گردشگری و تفریحی شهرستان لاهیجان انجام گردیده است، کلیه استراتژی ها اولویت بندی گردیده و بترتیب اولویت عبارتند از:
- مقابله با زمین خواری، تخریب اراضی طبیعی، شهرک سازی غیر مجاز و تخریب زیستگاه. ($ST1 = 11/115$)
- در نظر گرفتن اعتبارات جهت توسعه گردشگری و در نتیجه تقویت کارآفرینی در شهرستان ($SO6 = 10/098$)
- برگزاری سمینارهایی در خصوص توسعه گردشگری در شهرستان ($ST4 = 8/937$)
- نهال کاری در مناطق فاقد پوشش گیاهی مناسب بمنظور جلوگیری از سیل ($WT3 = 8/91$)
- تدوین برنامه جامع مدیریت پسماند شهرستان به روش علمی و اصولی جهت دفع بهداشتی زباله ($ST2 = 8/823$)
- برنامه ریزی کلان در خصوص حفظ مناظر زیبا و طبیعی منطقه $SO1 =$ ($8/658$)

- ۷) لحاظ نمودن جرائم سنگین جهت تخریب اراضی طبیعی
- ۸) فرهنگسازی در زمینه حفاظت از محیط زیست جهت عموم مردم منطقه
- ۹) بررسی و کنترل آلاینده‌های موجود در سطح شهرستان به منظور حفظ تنوع زیستی منطقه
- ۱۰) تبلیغات در زمینه شناساندن جاذبه‌های طبیعی شهرستان به گردشگران.
- ۱۱) مقابله با زمین خواری و تخریب اراضی طبیعی و شهرک سازی.
- ۱۲) حمایت از بخش خصوصی در زمینه گردشگری و در نظر گرفتن تسهیلات لازم در این خصوص .
- ۱۳) افزایش امکانات رفاهی در روستاها به منظور پیشگیری از مهاجرت آنان به شهر
- ۱۴) تشویق NGO ها در زمینه فعالیت‌های زیست محیطی.
- تحقیق که خروجی نهایی آن استراتژی های ارائه شده در فصل چهارم می‌باشد به ترتیب اولویت در برنامه مدیریت شهرستان لاهیجان لحاظ گردند.
- ۱) مقابله با زمین خواری، تخریب اراضی، شهرک سازی های غیر مجاز و تخریب زیستگاه
- ۲) در نظر گرفتن اعتبارات جهت توسعه گردشگری و در نتیجه تقویت کار آفرینی در شهرستان
- ۳) برگزاری سمینارهایی در خصوص توسعه گردشگری در شهرستان
- ۴) نهال کاری در مناطق فاقد پوشش گیاهی مناسب به منظور جلوگیری از سیل
- ۵) تدوین برنامه جامع مدیریت پسماند شهرستان به روش علمی و اصولی جهت دفع بهداشتی زیاله
- ۶) برنامه‌ریزی کلان در خصوص حفظ مناظر زیبا و طبیعی منطقه

منابع

- ۱- عبدالمهدی، عیوض، ۱۳۸۶، اکوتوریسم سازگار با حفاظت از محیط زیست و پایداری منابع طبیعی، ششمین کنفرانس اقتصادی ایران
- ۲- طوافزاده، نسیم، ۱۳۸۷، بهینه سازی سیستم مدیریت دریای خزر براساس استراتژی هی مدیریت محیط زیستی با استفاده از مدل SWOT، اولین کنفرانس بین المللی تغییرات زیست محیطی منطقه خزری دانشگاه مازندران، بابل
- ۳- محرم نژاد، ناصر، ۱۳۸۵، مدیریت و برنامه ریزی محیط زیست،
- ۴- پاداش. الف، ۱۳۸۷، تحلیل نحوه مدیریت محیط زیست مناطق حفاظت شده با استفاده از روش «نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات خوزستان.
- ۵- مخدوم.م، جعفرزاده.ه، درویش صفت.ع، مخدوم.ع، ارزیابی و برنامه ریزی محیط زیست با سامانه های اطلاعات جغرافیایی (GIS)، ۱۳۸۶، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۶- نمازی. م، صادقی فرد. ن، ۱۳۸۷، سیستم مدیریت یکپارچه (IMS)، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
- 7- Elias Osuna ,E. 2007. Combining SWOT and AHP techniques for strategic planning, Avendia IESA, San Bernardino, Caracas Venezuela.
- 8- Ngai, E.W.T., E.W.C. chan, 2005. Evaluation of knowledge management Tools using AHP, Expert systems with Applications.
- 9- Kalmbacher. Robert S, Shrestha. Ram K, Alavalapati. Janaki RR, 2003, Exploring the potential for silvopasture adoption in south-central Florida: an application of SWOT-AHP method.