

جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، شماره ۱۷، زمستان ۱۳۹۴

وصول مقاله: ۱۳۹۳/۳/۴

تأیید نهایی: ۱۳۹۳/۱۱/۱۵

صفحات: ۱۴۸ - ۱۳۱

شناسایی و تحلیل قابلیت‌های توریستم منطقه ارسباران

دکتر امید مبارکی^۱، مهدی اسلامی^۲

چکیده

ایران یکی از پنج کشور برخوردار از بیشترین تنوع اقلیمی در جهان و یکی از ذخیره‌گاه‌های متنوع زیست کره زمین است. منطقه ارسباران در استان آذربایجان شرقی در شمال غربی ایران، یکی از سحرانگیزترین مناطق گردشگری محسوب می‌شود. این منطقه هم‌اکنون یکی از ۹ ذخیره‌گاه با ارزش زیست کره کشور به شمار می‌آید، این منطقه افزون بر تنوع گیاهان دارویی با ارزش، گونه‌های گیاهی و حیات وحش متنوع کمیاب را نیز در چتر حمایت خود دارد. به دلیل داشتن زیست بوم‌های گوناگون، ارزش بیولوژیک بسیار بالا و گونه‌های گیاهی و جانوری منحصربه‌فرد، منطقه ارسباران در برنامه انسان و زیست کره سازمان یونسکو در سال ۱۹۷۶ به عنوان "ذخیره‌گاه زیست کره" معرفی شده است. این منطقه علی‌رغم قابلیت‌ها و توانمندی‌های فراوان در زمینه صنعت گردشگری، تاکنون به منظور شناسایی قابلیت‌ها و توانمندی‌های آن به طور شایسته و مطلوب مطالعه نشده است. این پژوهش با هدف شناسایی و تحلیل قابلیت‌های توریستی منطقه ارسباران با رویکرد توصیفی-تحلیلی صورت گرفته و جمع‌آوری اطلاعات آن به دو روش مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی بوده و برای تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از طریق پرسشنامه و مصاحبه و همچنین از تکنیک SWOT استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق به صورت تصادفی ساده ۱۲۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده است، که ۲۰ نفر آن را مسئولان ذی‌ربط و ۱۰۰ نفر آن را گردشگران تشکیل می‌دهند. نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر نشان می‌دهد میانگین کل امتیازات فرصت‌ها و نقاط قوت منطقه ارسباران براساس مدل SWOT بیشتر از میانگین کل امتیازات تهدیدها و نقاط ضعف است ($SO=3/48$) < ($WT=2/33$): لذا استراتژی که برای توسعه گردشگری منطقه ارسباران پیشنهاد می‌شود استراتژی از نوع تهاجمی (توسعه‌ای) خواهد بود. کلید واژگان: ورېسم، قابلیت‌های توریسم، برنامه‌ریزی گردشگری، تکنیک SWOT، منطقه ارسباران.

مقدمه

مقوله گردشگری که هم‌اکنون به شکل گسترده و فراگیری مدنظر است، در واقع پدیده‌ای تقریباً نوظهور محسوب شده که آغاز آن به اوایل قرن نوزدهم بازمی‌گردد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶: ۳۲۰). صنعت توریسم یکی از پردرآمدترین بخش‌های اقتصاد جهانی است و بسیاری از کشورها از این رهیافت توانسته‌اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشند و بر مشکلات اقتصادی خویش، از قبیل پایین بودن سطح درآمد سرانه، فراوانی بیکاری و کمبود درآمدهای ارزی فائق آیند. به طوری که در حال حاضر درآمد حاصل از صنعت توریسم در حدود ۶ درصد از صادرات جهان را تشکیل می‌دهد (موسایی، ۱۳۸۳: ۵۴). بنابراین دو دلیل باعث شده که این صنعت در دنیا اهمیت پیدا کند: نخست موجبات آشنایی با ملل دیگر، فرهنگ‌ها، گویش‌ها و... را فراهم می‌نماید. دوم اینکه از نظر اقتصادی به عنوان یک منبع درآمدزا محسوب می‌شود. کشورهای مختلف جهان در سایه برخورداری از امکانات گوناگون و حتی با ایجاد جاذبه‌های متنوع، در پی جذب و جلب جهانگردان به سوی خویش هستند (اکبری و قرخلو، ۱۳۸۹: ۱۶). اهمیت گردشگری در عصر حاضر بیش از همه وابسته به دلیل دوم (چرخه اقتصادی) آن است، که قابلیت بالایی در زمینه پویایی اقتصاد محلی و بین‌المللی دارد (Chiang, 2008: 180). سهم مستقیم صنعت توریسم از تولید ناخالص داخلی جهان در سال ۲۰۱۲، ۲/۹ درصد بوده است که پیش‌بینی می‌شود به بیش از ۳/۱ درصد در سال ۲۰۱۳ برسد. از لحاظ اشتغال نیز سهم مستقیم این صنعت از کل اشتغال جهانی در سال ۲۰۱۲، ۳/۴ درصد بوده است (شورای سفر و گردشگری جهانی، ۲۰۱۳: ۸۱)، پس می‌توان نتیجه گرفت که این صنعت در آینده نه چندان دور یکی از صنایع برطرف‌کننده مشکلات اشتغال و نقش بسزایی در اقتصاد کشورها می‌تواند داشته باشد بنابراین رشد و توسعه گردشگری پیامدی دو جانبه دارد: یکی اینکه این صنعت به دلیل قابلیت ذاتی خود،

می‌تواند موجب بهبود شرایط اقتصادی-اجتماعی جامعه گشته و دومی اینکه رشد سریع و غیرقابل مهار آن می‌تواند منجر به تخریب محیط زیست و از بین رفتن هویت بومی و فرهنگ سنتی شود (اکبری و قرخلو، ۱۳۸۹: ۹). تعریفی که سازمان جهانی گردشگری، از گردشگری کرده است عبارت از: مجموعه فعالیت‌های فرد یا افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آن جا اقامت می‌کنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذراندن اوقات فراغت است (حیدری چپانه، ۱۳۸۹: ۲۲). صنعت گردشگری در ایران علی‌رغم داشتن جاذبه‌های فراوان نقش بسیار مهمی در اقتصاد کشور ایفا می‌کند از طرفی جهانی شدن از طریق مرززدایی، تسهیل در مقررات آمد و شد و بهبود در امر حمل و نقل و ارتباطات می‌تواند در افزایش گردشگران بین‌المللی و تحول این صنعت بسیار مؤثر باشد (قادری، ۱۳۸۳: ۱۸). سازمان جهانی توریسم در گزارشی در مورد توریسم در ایران به سال ۱۹۹۸ متذکر می‌شود با اینکه این صنعت در ایران با رشد ۲۱ درصدی در میزان ورود توریست‌های بین‌المللی و افزایش ۲۲ درصدی در درآمدهای حاصل از این صنعت مواجه بوده است، ولی این ارقام در مقام مقایسه با پتانسیل‌های توسعه توریسم در این کشور بسیار ناچیز است همچنین طی این سال ۷۳ درصد توریست‌های بین‌المللی وارد شده به ایران از کشورهای همسایه، ۷ درصد از سایر کشورهای خاورمیانه و ۲۰ درصد باقی مانده از سایر نقاط جهان به ایران آمده‌اند. به عبارت روشن‌تر، براساس آمار موجود، بزرگ‌ترین بازار توریسم ایران کشورهای همسایه آن است. طبق آمار سال ۱۳۷۸، آذربایجان و ترکیه بزرگ‌ترین بازار جهانگردی برای ایران هستند (حیدری چپانه و حسین‌زاده دلیر، ۱۳۸۲: ۷۶). یکی از جاهای گردشگری طبیعی در ایران منطقه ارسباران در منطقه آذربایجان شرقی است که می‌تواند گردشگران زیادی را سالانه به خود از تمام دنیا بخصوص کشورهای همسایه با داشتن موقعیت جغرافیایی خوب اختصاص دهد. حفظ و

پس می‌توان با شناسایی مناطق بکر گردشگری و سرمایه‌گذاری در آن، این صنعت را جایگزین خوبی برای نفت برای کسب درآمد پایدار تبدیل کرد.

منطقه ارسباران در محدوده استان آذربایجان شرقی یکی از این مناطق زیبا و بکر گردشگری شمال غرب کشور ایران است، که به دلیل داشتن پتانسیل‌های گردشگری می‌تواند به عنوان یکی از قطب‌های کشور مطرح باشد. وجود تنوع گیاهی و گونه‌های حیوانی مانند قوچ، میش، پلنگ، گراز، خرس قهوه‌ای و تپه‌های ماهوری کیامکی، قره‌چی، مکیدی دره سی و آینالو و قلعه‌های تاریخی مانند قلعه بابک و کوه‌های صعب‌العبور و سر به فلک کشیده از جمله جاذبه‌های گردشگری این منطقه به شمار می‌روند. از این رو مقاله حاضر سعی دارد توانمندی‌ها و فرصت‌های گردشگری منطقه ارسباران را با استفاده از مدل SWOT بررسی کند و همچنین وضعیت موجود آن و نیز راهبردها و نقاط قوت و ضعف را برای ارائه راه‌کارهای لازم به منظور توسعه توریسم تشریح کند. زیرا اتخاذ نگاه راهبردی و آینده‌نگری از جمله ضرورت‌های برنامه‌ریزی و مدیریت امروزی به شمار می‌آید. از این طریق می‌توان سیاست‌گذاری‌های مناسبی را با چشم‌انداز روشن از طریق توجه به همه عوامل درونی و بیرونی تأثیرگذار در گردشگری منطقه تدوین کرد و به ارائه آن به عنوان نقشه راه‌نما برای مدیران و برنامه‌ریزان محلی پرداخت.

اهداف پژوهش

- شناسایی قابلیت‌ها و توانمندی‌های توریسم منطقه ارسباران
- بررسی و شناخت وضعیت امکانات و تسهیلات توریستی در منطقه ارسباران
- ارائه استراتژی‌های مناسب جهت توسعه گردشگری و حفاظت جنگل‌های ارسباران با استفاده از روش SWOT
- ارائه پیشنهادهایی برای استفاده بهینه از قابلیت‌ها و امکانات موجود در منطقه

نگهداری از مواهب طبیعی این منطقه و جذب گردشگر بدون شناخت قابلیت‌ها و توانمندی‌ها و نیز نقاط ضعف و قوت آن میسر نخواهد بود؛ بنابراین، آگاهی از قابلیت‌ها و توانمندی‌ها و نیز نقاط قوت و تهدیدهای موجود در زمینه رشد و توسعه گردشگری طبیعی ارسباران کمکی برای برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران توسعه صنعت گردشگری طبیعی استان است که با برطرف کردن ضعف‌ها و تقویت قوت‌ها برای جذب گردشگران خارجی و داخلی می‌توان کسب درآمدی برای ساکنان آن منطقه باشد.

اهمیت و ضرورت پژوهش

با توجه به اینکه اقتصاد کشور ایران اتکای شدیدی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام داشته و متغیرهای کلان اقتصادی با دنباله‌روی از قیمت جهانی در طول زمان دچار نوسانات شدیدی می‌شود (تقوایی و رنجبردستتایی، ۱۳۸۹: ۲۳). از طرفی صنعت گردشگری بعد از صنایع نفت، خودرو و کامپیوتر به عنوان یکی از پردرآمدترین صنایع به حساب می‌آید و پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۲۰ میلادی بر صنایع دیگر غلبه کند و در دنیای صنعت بی‌رقیب باشد. در حال حاضر ۱۰ درصد از حجم نقدینگی اقتصاد جهان متعلق به این صنعت است و ۱۲ درصد از کل مخارج جهان از طریق درآمدهای گردشگری تأمین می‌شود به طوری که به ازای ورود هر گردشگر ۵ شغل جدید به وجود می‌آید (منشی‌زاده، ۱۳۸۴: ۲۶)؛ بنابراین، کشور ما از لحاظ جاذبه‌های توریستی یکی از ۱۰ کشور جهان محسوب می‌شود و با اینکه ایران دارای ۱۶۴۸۰۰۰ کیلومتر مربع مساحت با آب و هوای متنوع و گوناگون از تاریخ و فرهنگی بسیار کهن برخوردار است و هر نقطه از این کشور دارای جاذبه‌های توریستی بسیار است. کارشناسان بر این عقیده‌اند که اگر به مقوله توریسم در ایران به عنوان یک عامل مهم اقتصادی توجه شود، درآمدهایی که از طریق صنعت توریسم می‌تواند به دست آید حتی بیشتر از درآمد نفت خواهد بود (ایروانی و پورخسروانی، ۱۳۹۱: ۳۷).

پیشینه تحقیق

۱- سراقی و همکاران (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان «نقش جاذبه‌های اکوتوریستی در توسعه گردشگری نهاوند با مدل SWOT» با استفاده از روش پیمایشی و مطالعات میدانی و با بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها با بررسی و ارزیابی پتانسیل‌ها و قابلیت‌های جاذبه‌های اکوتوریستی شهرستان نهاوند و نتایج به دست آمده بیانگر عدم بهره‌برداری اصولی و ضعف بینش علمی مدیران نسبت به مسائل زیست‌محیطی جاذبه‌های اکوتوریستی منطقه را با آسیب‌پذیری بالایی مواجه کرده است.

۲- فاضل‌نیا و هدایتی (۱۳۸۹) مقاله‌ای به عنوان «راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زریوار» با استفاده از روش پیمایشی، مطالعات میدانی و تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها با استفاده از SWOT به ارائه استراتژی و راهبرد در جهت توسعه گردشگری دریاچه زریوار پرداخته‌اند و نتیجه به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها آستانه آسیب‌پذیری دریاچه‌به‌خاطر گردشگری بودن بالا است.

۳- کاظمی و همکاران (۱۳۹۲) مقاله‌ای به عنوان «تدوین و انتخاب استراتژی توسعه گردشگری استان لرستان براساس تحلیل SWOT و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی» ارائه کرده‌اند. نتیجه به دست آمده با روش تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها استراتژی تدافعی مناسب‌ترین استراتژی‌ها برای توسعه گردشگری استان است و استراتژی WT₃ با میانگین ۱.۸۵ با تأکید بر تشویق و ترغیب مردم برای مسافرت به استان و تبلیغ جاذبه‌های گردشگری در بازارهای هدف به عنوان بهترین استراتژی پیشنهاد شده است.

۴- حاجی‌نژاد و یاری (۱۳۹۲) در مقاله‌ای به عنوان «برنامه‌ریزی راهبردی اکوتوریسم با استفاده از مدل ترکیبی SWOT-TOPSIS نمونه موردی پارک جنگلی بلوران کوه‌دشت» و با استفاده از روش ترکیبی (پیمایشی و توصیفی-تحلیلی) و با بررسی نقاط قوت و ضعف و همین‌طور فرصت‌ها و تهدیدها پارک جنگلی مورد نظر نتیجه به دست آمده نشان می‌دهد که

تهدیدات بیرونی تأثیر بیشتری در مقایسه با دیگر عوامل در اکوتوریسم منطقه دارد. از این رو برای توسعه اکوتوریسم پارک جنگلی استراتژی‌های تدافعی را پیشنهاد کرده‌اند.

در این مقاله سعی کرده‌ایم ضمن استفاده از نتایج تحقیقات حاضر در این زمینه، با دیدی سیستمی و جغرافیایی تحلیل و شناسایی قابلیت‌های توریستی منطقه ارسباران را بررسی و تبیین نماییم.

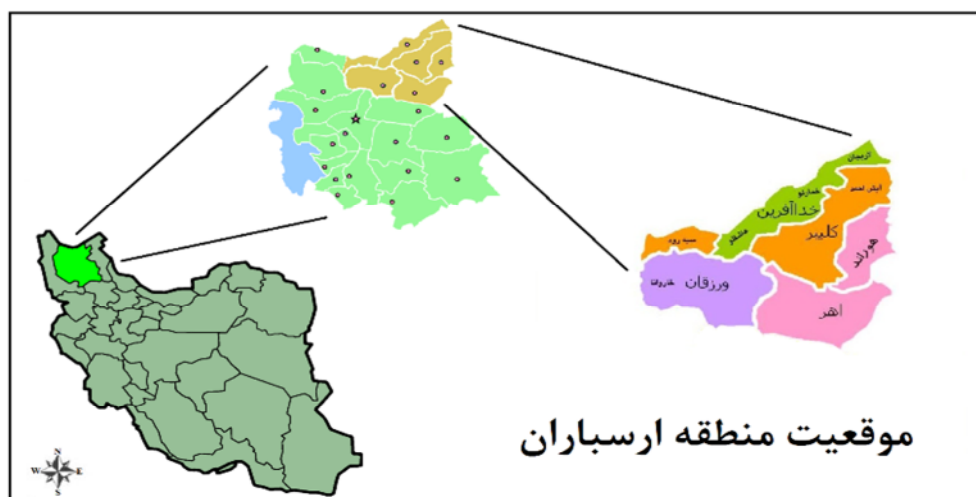
روش پژوهش

نوع تحقیق کاربردی و روش آن توصیفی-تحلیلی است. جهت جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از بررسی‌های کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده شده است. برای کسب اطلاعات جامع و مبتنی بر واقعیت، مصاحبه‌هایی با گردشگران و افراد مسئول در سازمان گردشگری و اهالی منطقه صورت گرفت و برای شناسایی قابلیت‌ها از پرسشنامه، مشاهدات میدانی، نقشه‌ها و عکس‌های هوایی استفاده شده است. شایان ذکر است پرسشنامه‌هایی تنظیم و در بین مسئولان و گردشگران توزیع شد که شامل ۲۰ عدد پرسشنامه با همکاری سازمان گردشگری، جهاد کشاورزی، اداره حفاظت محیط زیست و اداره منابع طبیعی تکمیل شده و ۱۰۰ عدد پرسشنامه توسط گردشگران و مسافران محترم که از شهرهای دور و نزدیک بودند، پر شد. در مرحله بعد، جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه‌ها و مصاحبه‌ها و ارائه استراتژی‌های توسعه گردشگری و همچنین از فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها شناسایی شد و با استفاده از نظرات مسئولان و صاحب‌نظران حوزه گردشگری و گردشگران وارد شده به منطقه ارسباران و مدل تحلیلی SWOT به دست آمده است. و وزن‌دهی به هر کدام از نقاط به دست آمده و محاسبه و تحلیل آن‌ها اولویت‌ها مشخص شدند. در نهایت جهت تقویت و بهبود نقاط قوت و فرصت‌های موجود در منطقه مورد مطالعه و همچنین برای برطرف کردن نقاط ضعف و تهدیدها، استراتژی‌های مناسبی ارائه گردید.

معرفی اجمالی منطقه ارسباران

منطقه ارسباران در شمال غربی استان آذربایجان شرقی، میان سه رودخانه مهم «ارس» در شمال، «ایلگنه چای» در غرب و «کلیبرچای» در شرق واقع شده و از جنوب به ارتفاعات «سایگرام» متصل است و مشتمل بر چهار شهرستان اهر، کلیبر، ورزقان و قسمت‌هایی از جلفا، یکی از سحرانگیزترین مناطق کشور ایران است. ارسباران در محدوده جغرافیایی ۳۸ درجه الی ۳۹ درجه عرض شمالی و ۴۶/۵ تا ۴۷/۵ درجه طول شرقی قرار دارد. این منطقه اقلیمی نیمه خشک و نیمه مرطوب معتدل دارد. تلاقی رشته کوه‌های البرز و زاگرس و قرار گرفتن مبدأ رشته کوه‌های مرکزی ایران در آذربایجان شرقی همراه با

برخورداری آن از تأثیر چهار اقلیم، تنوع و غنای زیادی را در ساختار گیاهی و جانوری آن فراهم کرده است. جنگل‌های این منطقه با وجود برخی شباهت‌ها با جنگل‌های خزری، به دلیل تفاوت‌های آب و هوایی و گیاهی، ویژگی خاصی دارند و به همین دلیل در برنامه «انسان و زیست‌کره» یونسکو، این منطقه را در سال ۱۳۵۵ "ذخیره‌گاه زیست‌کره" معرفی کرد. وسعت جنگل منطقه ارسباران طی آخرین اطلاع ۱۶۴۰۰۰ هکتار بوده که از این وسعت ۱۴۸۰۰۰ هکتار از آن به عنوان جنگل حمایتی و حفاظتی است و طبق آمار این منطقه جنگلی با داشتن ۸ درصد از سطح کل کشور بیش از ۱۰ درصد گونه‌های گیاهی را به خود اختصاص داده است.



شکل ۱. نقشه منطقه ارسباران در ایران و استان آذربایجان شرقی

منبع: نگارندگان

مبانی نظری

مفهوم گردشگری معادل فارسی واژه "توریسم" در زبان انگلیسی، فرانسه، آلمانی است. ریشه این واژه از اصطلاح "توماس" یونانی و لاتین گرفته شده که یکی از معانی آن گردش کردن است با پسوند "تسم" به صورت اسم مصدر توریسم یا گردشگر در آمده است (ارمغان، ۱۳۸۶: ۱). در مارس ۱۹۹۳ کمیسیون آمار ملل متحد تعریف ارائه شده از جهانگردی توسط سازمان جهانی، جهانگردی را پذیرفت. بر این اساس جهانگردی عبارت است از (مجموعه فعالیت‌های افرادی که به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود به

قصد تفریح، استراحت و انجام امور دیگر مسافرت می‌کنند و بیش از یک سال متوالی در آن مکان‌ها نمی‌مانند) (داس ویل، ۱۳۷۸: ۸۹).

گردشگر

به مسافری گفته می‌شود که با انگیزه‌های گردشگری به مقصدی مسافرت نموده و بیش از یک شب و کمتر از ۶ ماه در مقصد اقامت نماید، بدون اینکه اشتغال و اقامت دائم در مقصد داشته باشد (رهنمایی، ۱۳۸۱: ۸). تعریف سازمان جهانی جهانگردی از گردشگر عبارت است از: کسی که به کشور یا کشورهایی که در آن

اهمیت گردشگری

در سال‌های اخیر گردشگری به عنوان صنعت بدون دود، منبع درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود و تنظیم موازنه بازرگانی و تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها شده است، رشد قابل توجه و چشمگیر گردشگری در پنجاه سال اخیر نشان‌دهنده اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی این پدیده است. گردشگری در تولید ناخالص ملی نقش مهمی ایفا می‌کند، تراز پرداخت‌ها متوازن می‌سازد که نشان‌دهنده معاملات بین‌المللی هر کشور است. لوئیس ترنر گردشگری را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که جهان سوم با آن روبه‌رو است و معتقد است گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد (لی، ۱۳۷۸ : ۱).

تکنیک تجزیه و تحلیل استراتژیک SWOT

یکی از روش‌های اساسی برای ایجاد نظم و برقراری ارتباطات کارآمد بین مسائل استراتژیک روش SWOT است. این تکنیک برای اولین بار در شرکت فلوکس و اوایل دهه ۱۹۷۰ م. اجرا شده است. هدف اصلی این روش تحلیل و هدایت محیط است، این تکنیک تأکید عمده بر محتوای استراتژیک داشته و بر تعیین موقعیت یا موضع استراتژیک پدیده در یک محیط رقابتی متمرکز است. این روش با استفاده از روش عقلایی و شهودی در جهت فراهم‌آوری مهم‌ترین موقعیت استراتژیک ممکن برای آن پدیده تلاش می‌کند (کاظمیان، ۱۳۸۴: ۴۴).

این تکنیک در واقع حروف اختصاری چهار عامل تحلیلی است که عبارت‌اند از: قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها^۳ و تهدیدها^۴. در واقع تحلیل قوت‌ها و ضعف‌ها در محیط درونی و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدها از محیط بیرونی و جریانی نظام‌مند است که به ارائه پشتیبانی برای موقعیت تصمیم‌گیری می‌پردازد، شکل‌دهنده مدل کیفی SWOT است. تجزیه و تحلیل SWOT شناسایی نظام‌مند عواملی است که راهبرد، باید بهترین سازگاری را با آن‌ها داشته باشد. منطق

اقامت دائم ندارد، سفر می‌کند و هدف اصلی سفرش انجام فعالیت‌های درآمدزا نیست و در داخل مرزهای کشوری که به آن سفر می‌کند، یک شب و کمتر از یک سال اقامت می‌کند (لطیفی، ۱۳۸۳: ۴۲).

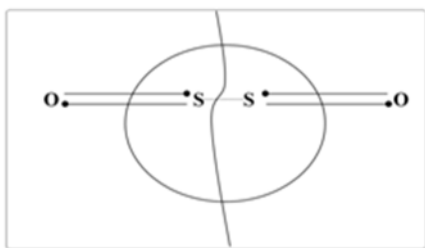
گردشگری

به مجموعه فعالیتی اطلاق می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد. این فرآیند شامل هر فعالیتی از قبیل برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن نیز می‌شود. همچنین فعالیت‌هایی که گردشگر به عنوان بخشی از سفر انجام می‌دهد، نظیر خرید کالاهای مختلف و تعامل میان میزبان و میهمان را نیز در بر می‌گیرد. به‌طور کلی می‌توان هرگونه فعالیت و فعل و انفعالی را که در جریان سفر یک سیاحت‌گر اتفاق می‌افتد گردشگری تلقی کرد (لومسدون، ۱۳۸۰: ۱۵). گردشگری عبارت است از: تغییر مکان موقتی افراد به مقاصد خارج از محل معمول کار یا اقامتشان، فعالیت‌هایی که در طول اقامت افراد در آن مقاصد صورت می‌گیرد و تسهیلاتی که به منظور برآوردن نیازهای آنان فراهم می‌شود (چاک وای، ۱۳۸۵: ۲۲).

گردشگری طبیعی

مسافرتی است که به منظور مطالعه، تحسین، ستایش و کسب لذت‌جویی از سیمای طبیعی و مشاهده گیاهان و جانوران و آشنایی با ویژگی‌های فرهنگی جوامع محلی در گذشته و حال صورت می‌گیرد. در این گونه از گردشگری، حفاظت از محیط زیست و پایداری جاذبه‌های طبیعی اهمیت دارد. همچنین افزایش درآمد و اشتغال یا به‌طور کلی سطح رفاهی جامعه محلی نیز مدنظر است. طبیعت‌گردی (اکوتوریسم) گونه‌ای از جهانگردی است که روند رو به رشد دارد و افرادی که از زندگی در شهرهای شلوغ به ستوه آمده‌اند رابه‌سوی خود جذب می‌کنند (ضرابی، ۱۳۸۵: ۴۶۹).

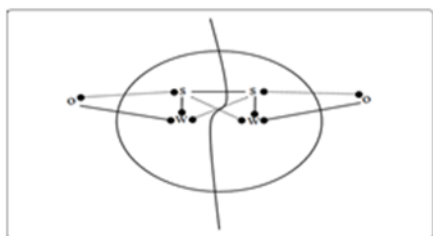
این استراتژی روی تقویت جنبه‌های مثبت داخلی و خارجی توسعه گردشگری تمرکز دارد، به فرض آنکه در این روش عناصر منفی توسط جنبه‌های مثبت جذب یا حذف شده‌اند. این استراتژی زمانی به کار می‌رود که نقاط قوت و فرصت‌ها بی‌شمار و استوار و امن هستند. تا از این طریق تأثیرات تهدیدات و ضعف‌ها به حداقل ممکن برسد.



شکل ۲: نمایش عملکرد استراتژی قوت‌دهی
منبع: (Mobaraki, 2014: 49)

ب) استراتژی نوع دوم (بازنگری WO)

این استراتژی نسبت به استراتژی نوع اول بیشتر محافظه‌کارانه و منسجم‌تر است. چرا که منطق خود را برای عوامل مثبت داخلی و خارجی (نقاط قوت و فرصت‌ها) به کار می‌گیرد تا از این طریق عوامل منفی داخلی (نقاط ضعف) را کوچک یا کاملاً غیرفعال سازد. این استراتژی در شرایطی است که نقاط ضعف مشخص و قابل توجه است به طوری که امکان دارد نقاط قوت و فرصت‌های فراگیری را که ممکن است تحت‌الشعاع قرار دهند. (شکل ۳).



شکل ۳: نمایش عملکرد استراتژی بازنگری یا غلبه کردن.
منبع: (Ibid, 49)

ج) استراتژی نوع سوم (کنترل محیط ST)

این استراتژی کار نقاط قوت و فرصت‌ها را روی محیط منفی خارجی (تهدیدها) مشخص می‌سازد که عناصر مثبت توسعه گردشگری را به چالش

شناسایی و تحلیل قابلیت‌های توریستم منطقه ارسباران

رویکرد مذکور این است که راهبرد اثربخش، باید قوت‌ها و فرصت‌های سیستم را به حداکثر برساند، ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل برساند. این منطق اگر درست به کار رود نتایج بسیار خوبی برای انتخاب و طراحی یک راهبرد اثربخش خواهد داشت (حکمت‌نیا و موسوی، ۱۳۸۵: ۲۹۳). این تکنیک بر دو فرض اصلی زیر استوار است:

الف) اصل پویایی پدیده: هر پدیده دارای یک نظم درونی مشخص بوده و بر این اساس با نظام و محیط پیرامونی خود وارد تعامل می‌شود، بر اساس این فرض پدیده مورد نظر همواره برای توسعه خود با همتایان خود وارد رقابت می‌شود.

ب) اصل فرصت‌جویی: هر پدیده از نقاط قوت خود برای استفاده از فرصت‌های موجود در محیط پیرامونی استفاده می‌کند.

مدل SWOT یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون‌سیستمی با فرصت‌ها و تهدیدات برون‌سیستمی است. در واقع تکنیک SWOT تحلیل سیستماتیکی را برای شناسایی این عوامل و انتخاب استراتژی ارائه می‌دهد که بهترین تطابق بین آن‌ها را ایجاد می‌کند. از دیدگاه این مدل یک استراتژی مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل می‌رساند. در واقع نقطه کلیدی این مدل، تجزیه تحلیل دامنه‌ای از همه جنبه‌های موقعیتی سیستم و در نتیجه فراهم‌کننده چارچوب مفیدی برای انتخاب راهبرد است (تقوایی و مبارکی، ۱۳۸۹: ۶۶). تحلیل SWOT در قالب جداول طراحی شده و مراحل آن به صورت زیر انجام می‌شود:

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

۲- تشریح و تفسیر هر یک از فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف در قالب (تحلیل توان‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری به روش SWOT).

از تجزیه و تحلیل تکنیک SWOT چند نوع استراتژی حاصل می‌شود که عبارت‌اند از:

الف) استراتژی نوع اول (قوت‌دهی یا تهاجمی SO)

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFEM^۱) و عوامل داخلی (IFEM^۲) و مراحل آن

برای تهیه و ساخت جدولی از عوامل تأثیرگذاری خارجی و داخلی و چگونگی آن‌ها بر کارکردهای توسعه اکوتوریسم منطقه ارسباران و تحلیل آن، مراحل چهارگانه زیر را انجام داده‌ایم:

الف) در ستون اول، مهم‌ترین عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) و داخلی (نقاط قوت و ضعف) فراروی سیستم را تدوین کردیم.

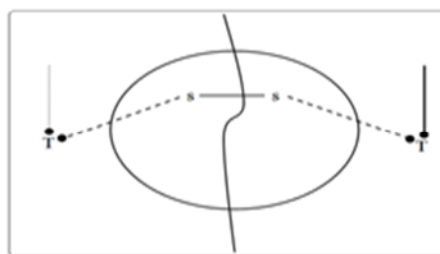
ب) در ستون دوم، به هر یک از عوامل خارجی و داخلی بر اساس جواب پرسشنامه‌ها و بر اثر احتمالی آن‌ها بر موقعیت استراتژیکی فعلی سیستم، وزنی از ۱ (مهم‌ترین) تا صفر (بی‌اهمیت‌ترین) داده‌ایم. در واقع هر چقدر وزن به ۱ نزدیک‌تر باشد تأثیر آن در موقعیت کنونی و آینده آن سیستم بیشتر خواهد بود.

پ) در ستون سوم، به هر یک از عوامل خارجی و داخلی بر اساس اهمیت و موقعیت کنونی سیستم، به آن عامل خاص درجه‌ای از ۴ (بسیارخوب) تا ۱ (ضعیف‌ترین) می‌دهیم، این رتبه‌بندی، نحوه موقعیت هر عامل توسط سیستم را ارزیابی می‌کند.

ت) در ستون چهارم، هر یک از عوامل خارجی و داخلی و وزن هر عامل را در درجه‌بندی آن (ستون ۲ ضربدر ستون ۳) ضرب می‌کنیم، تا بدین وسیله امتیاز وزنی آن به دست آید.

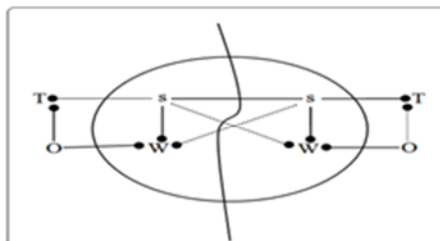
سرانجام امتیازهای وزنی موجود در ستون چهارم را به‌طور جداگانه با یکدیگر جمع کرده و امتیاز وزنی هر کدام از عوامل خارجی و داخلی را محاسبه کرده‌ایم. امتیاز وزنی کل، نشان‌دهنده این‌که یک سیستم چگونه به عوامل و نیروهای موجود و بالقوه در محیط بیرونی‌اش پاسخ می‌دهد. در ماتریس ارزیابی، هیچ‌گاه مجموع امتیازهای نهایی سیستم به بیش از ۴ و هیچ‌گاه به کمتر از ۱ نمی‌رسد. چنانچه جمع کل امتیاز نهایی در این ماتریس بیش از ۲/۵ باشد، بدین معنی است که طبق پیش‌بینی قوت‌های پیش‌رو، بر نقاط

می‌کشاند. این استراتژی زمانی به کار گرفته می‌شود که تهدیدهای خارجی چنان فراگیر و محدودکننده باشد به‌طوری‌که شهرهای مجبور باشند تمامی قوت‌ها و فرصت‌های خود را به کار گیرند تا اثرات این تهدیدها را به حداقل ممکن برسانند. شکل (۳) استراتژی کنترل محیط را نمایش می‌دهد. در این استراتژی باید بر روی تهدیدهای شناسایی‌شده برنامه‌ریزی شود و برای به حداقل رساندن این تهدیدها از متغیرهایی که به عنوان نقاط قوت و فرصت شناسایی شده‌اند، استفاده گردد.



شکل ۴: نمایش عملکرد استراتژی کنترل محیط. منبع: (Ibid,50)

د) استراتژی نوع چهارم (کنترل عوامل منفی WT) این استراتژی تلفیقی از استراتژی نوع دوم و سوم است، که بر اساس نقش دوگانه قوت‌ها و فرصت‌ها برای کاهش هر دو ضعف‌ها و تهدیدها بنا شده است. این شیوه زمانی به کار گرفته می‌شود که ضعف‌ها و تهدیدها قوی هستند. در این شرایط ممکن است عوامل مثبت داخلی و خارجی آن‌قدر قوی نباشند ولی باید با تمام امکانات و منابع برای خنثی‌سازی و محدود کردن عوامل منفی بسیج شوند. شکل (۴) استراتژی کنترل عوامل منفی را نشان می‌دهد. در این استراتژی باید از نقاط قوت و ضعف شناسایی‌شده برای خنثی‌سازی و محدود کردن تهدیدات بیرونی و از بین بردن عوامل داخلی (ضعف) استفاده شود.



شکل ۵: نمایش عملکرد استراتژی کنترل عوامل منفی. منبع: (Ibid,50)

1. External Factor Evaluation Matrix
2. Internal Factor Evaluation Matrix

و ضعف فراروی سیستم، با استفاده از عوامل درجه‌بندی و با توجه به اهمیت هر یک از نقاط (قوت و ضعف) و با توجه به میزان تأثیرگذاری هر یک از آن‌ها بر کارکردهای منطقه گردشگری ارسباران محاسبه و به شرح جدول زیر تعیین گردید:

ضعف غلبه خواهد کرد و اگر این امتیاز کمتر از ۲/۵ باشد، نشان‌دهنده غلبه ضعف‌ها بر قوت‌ها خواهد بود.

نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری منطقه ارسباران (IFAS)

برای سازماندهی عوامل داخلی در قالب مقوله‌های قوت

جدول ۱: نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (نقاط قوت)

امتیازوزنی	درجه‌بندی	وزن	نقاط قوت (S)
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	S۱) آشنایی ساکنان با حیات وحش و جنگل‌های منطقه
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	S۲) داشتن قابلیت‌ها و استعدادها و تنوع زیست بالا و غنی منطقه
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	S۳) وجود محیطی آرام و دور از هیاهو و آلودگی شهرها
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	S۴) پایین بودن هزینه خدمات و تسهیلات گردشگری منطقه نسبت به جاهای دیگر
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	S۵) قابلیت منطقه در زمینه رشد درختان جنگلی به صورت خودرو
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	S۶) وجود نیروی کار در نزدیکی منطقه ارسباران
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	S۷) زیستگاه منحصربه‌فرد پرندگان و حیوانات وحشی
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	S۸) وجود صنایع دستی، محصولات و فرآورده‌های محلی برای ارائه به گردشگران
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	S۹) وجود تنوع زندگی عشایری، روستایی، شهری در منطقه
۰/۲۴	۳	۰/۰۸	S۱۰) مناسب بودن امنیت اجتماعی برای گردشگران در این منطقه
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	S۱۱) نزدیکی به مرکز استان‌های تبریز و اردبیل و ارومیه
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	S۱۲) دسترسی آسان به منطقه از شش شهرستان اطراف
۱/۵۸	----	۰/۵۳	جمع

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۳

جدول ۲: نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (نقاط ضعف)

امتیازوزنی	درجه‌بندی	وزن	نقاط ضعف (W)
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	W۱) کمبود تجهیزات حفاظتی و امکانات رفاهی برای گردشگران
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	W۲) فعالیت‌های دامداری و فرهنگ زیست ایلات و عشایری و خسارت به منطقه
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	W۳) نبود طرح مدیریت مشارکت مردمی در منطقه
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	W۴) وجود تعارضات بین ارگان‌های دولتی در مدیریت منطقه
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	W۵) افزایش طرح‌های عمرانی بدون ارزیابی و مطالعه قبلی
۰/۱۲	۲	۰/۰۶	W۶) عدم وجود سیستم‌های روشنایی در مسیرهای منتهی به منطقه گردشگری
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	W۷) عدم وجود آبنما و تابلوهای راهنما و هشداردهنده در مسیرهای خطرناک
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	W۸) نامناسب بودن راه‌های دسترسی و جاده‌های منتهی به جاذبه‌های منطقه
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	W۹) نبود راهنمایان متخصص توریستی در منطقه گردشگری این منطقه
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	W۱۰) عدم وجود تبلیغ ملی و بین‌المللی منطقه
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	W۱۱) عدم آشنایی و آموزش مردم منطقه در مورد نحوه برخورد با گردشگران
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	W۱۲) عدم وجود برنامه‌ریزی مدون دولت جهت هدایت سرمایه‌گذاری در منطقه
۱/۱۸	----	۰/۴۷	جمع

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۳

وزنی عوامل داخلی ۲/۷۶ است که بزرگ‌تر از ۲/۵ بوده که نشان‌دهنده غلبه نقاط قوت بر ضعف‌ها است.

نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری ارسباران (EFAS)

هدف این مرحله سنجش محیط خارجی محدوده مورد مطالعه، جهت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که محدوده در ارتباط با گسترش گردشگری، با آن مواجه است. اگر چنانچه جمع کل امتیاز نهایی در این ماتریس بیش از ۲/۵ باشد، بدین معنی است که طبق پیش‌بینی فرصت‌های پیش رو بر تهدیدها غلبه خواهد کرد و اگر این امتیاز کمتر از ۲/۵ باشد، نشان‌دهنده غلبه تهدیدها بر فرصت‌ها خواهد بود. براساس مطالعات انجام‌شده و بررسی وضعیت محیط پیرامون محدوده منطقه ارسباران، مجموعه فرصت‌ها و تهدیدهای موجود و مؤثر در این منطقه و میزان تأثیرگذاری هر یک از آن‌ها بر کارکردهای منطقه گردشگری ارسباران محاسبه و به شرح جداول ذیل تعیین گردید:

از دیدگاه پرسش‌شوندگان مهم‌ترین نقاط قوتی که منطقه ارسباران در زمینه توریسم از آن برخوردار است، عبارت‌اند از: نزدیکی به مراکز استان‌های تبریز، اردبیل و ارومیه با امتیاز وزنی ۰/۲۸ در رده اول، مناسب بودن امنیت اجتماعی برای گردشگران در این منطقه با امتیاز وزنی ۰/۲۴ در رده دوم و داشتن قابلیت‌ها و استعدادها و تنوع زیست‌بالا و غنی منطقه با امتیاز وزنی ۰/۲۰ رده سوم را به خود اختصاص داده است. همچنین از نظر پرسش‌شوندگان سه عامل، نامناسب بودن راه‌های دسترسی و جاده‌های منتهی به جاذبه‌های منطقه گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۲۴ به‌عنوان مهم‌ترین و بزرگ‌ترین نقطه ضعف شناخته شد. و عدم وجود آبنما و تابلوهای راهنما و هشداردهنده در مسیرهای خطرناک با امتیاز ۰/۱۵ در رده دوم و همچنین عدم وجود تبلیغ ملی و بین‌المللی منطقه و عدم وجود سیستم‌های روشنایی در مسیرهای منتهی به منطقه گردشگری هر دو با امتیاز وزنی ۰/۱۲ به‌عنوان سومین نقطه ضعف گردشگری منطقه شناخته شده‌اند. طبق جدول شماره ۱ و ۲ جمع امتیاز

جدول ۳: نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (فرصت‌ها)

فرصت‌ها (O)	وزن	درجه‌بندی	امتیاز وزنی
O۱) ایجاد و اجرای طرح ارتقای منطقه حفاظت‌شده ارسباران به پارک ملی و تغییر محدوده منطقه حفاظت‌شده	۰/۰۶	۲	۰/۱۲
O۲) آموزش و فرهنگسازی و مشارکت مردمی و جوامع محلی در حفاظت منطقه	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
O۳) حفاظت از گونه‌های گیاهی و جانوری متنوع و نادر منطقه	۰/۰۸	۳	۰/۲۴
O۴) درآمد ارزی برای کشور و منطقه با جذب گردشگری خارجی در منطقه	۰/۰۲	۳	۰/۰۶
O۵) قابلیت بالای منابع و استعدادهای اکولوژیکی منطقه	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
O۶) وجود قلعه و آبشارهای متعدد و امامزاده‌ها در منطقه	۰/۰۷	۲	۰/۱۴
O۷) بهره‌مندی از فرصت‌های گردشگری منطقه جهت اشتغال‌زایی و جلوگیری از مهاجرت	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
O۸) قالی و ورنی‌های متنوع و رنگارنگ به عنوان یادگار سفر	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
O۹) افزایش انگیزه برای تفریح و گردشگری در شهرهای اطراف منطقه	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
O۱۰) معرفی محصولات و تولیدات کشاورزی این منطقه و بازاریابی آن‌ها	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
O۱۱) وجود شرایط اقلیمی و طبیعی مناسب به منظور سرمایه‌گذاری در گردشگری منطقه	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
O۱۲) نزدیکی و هم‌مرز بودن منطقه با کشورهای آذربایجان؛ ارمنستان و نخجوان	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
O۱۳) وجود رود ارس در منطقه	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
جمع	۰/۶۳	---	۱/۹۰

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۳

جدول ۴: نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (تهدیدها)

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	تهدیدها (T)
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	T۱ خشکسالی و کم‌آبی در طول سال‌های اخیر
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	T۲ رمه‌گردانی و چرای بی‌رویه دام در مراتع ارسباران
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	T۳ تخریب و تغییر کاربری اراضی در منطقه
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	T۴ معیشت مردم و توسعه جمعیت و عوامل مؤثر آن و نابودی جنگل
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	T۵ شکارچیان غیرمجاز و به خطر افتادن حیوانات حفاظت‌شده
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	T۶ فرسایش خاک منطقه و به خطر افتادن جنگل
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	T۷ به وجود آمدن مراکز گردشگرپذیر در نقاط نزدیک منطقه
۰/۰۲	۲	۰/۰۱	T۸ عدم وجود قوانین شفاف در صنعت گردشگری ایران و تأثیر در منطقه
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	T۹ کم شدن تقاضای سفرهای خارجی به ایران و تأثیر در گردشگری منطقه
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	T۱۰ تخریب اکوسیستم ارسباران به خاطر جاده‌سازی و توسعه معابر
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	T۱۱ آشنایی کم گردشگران با فرهنگ مردم آذربایجان و منطقه
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	T۱۲ نبود انگیزه لازم بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این منطقه بنا به دلایل عدم آگاهی یا آگاه‌سازی آن‌ها
۱/۱۵	----	۰/۳۷	جمع

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۳

دلایل عدم آگاهی یا آگاه‌سازی آن‌ها با امتیاز وزنی ۰/۱۶ هر دو در رده دوم تهدیدها قرار گرفت و خشکسالی و کم‌آبی در طول سال‌های اخیر همراه با معیشت مردم و توسعه جمعیت و عوامل مؤثر آن و نابودی جنگل با امتیاز ۰/۱۲ در رده سوم تهدیدها قرار گرفته‌اند. طبق جدول شماره ۳ و ۴ جمع امتیاز وزنی عوامل خارجی ۳/۰۵ است. که بزرگ‌تر از ۲/۵ بوده که نشان‌دهنده شرایط مطلوب در این بخش است، این وضعیت نشانگر این است که وضعیت منطقه ارسباران در ارتباط با عوامل خارجی جهت توسعه صنعت توریسم نیز در وضعیت مطلوبی قرار داشته و فرصت‌های موجود بیشتر از تهدیدها هستند. به‌طوری‌که فرصت‌های مناسبی جهت رونق‌دهی صنعت گردشگری در این منطقه وجود داشته که جهت رسیدن به وضعیتی مطلوب و بهتر نیازمند ارائه استراتژی‌های مناسب منطقه‌ای جهت از بین بردن نقاط ضعف و خنثی کردن تهدیدهای موجود است.

با توجه به جداول فوق مهم‌ترین فرصت‌هایی که منطقه ارسباران در زمینه توسعه توریسم از دیدگاه پرسش‌شوندگان (مسئولان و گردشگران) با آن رو به روست عبارت‌اند از: حفاظت از گونه‌های گیاهی و جانوری متنوع و نادر منطقه و بهره‌مندی از فرصت‌های گردشگری منطقه جهت اشتغال‌زایی و جلوگیری از مهاجرت هر دو با امتیاز وزنی ۰/۲۴ به‌عنوان اولین و مهم‌ترین فرصت شناخته شد و وجود شرایط اقلیمی و طبیعی مناسب به منظور سرمایه‌گذاری در گردشگری منطقه با امتیاز وزنی ۰/۲۰ در رده دوم و همچنین قابلیت بالای منابع و استعدادهای اکولوژیکی منطقه با امتیاز وزنی ۰/۱۸ در رده‌های سوم قرار گرفته است. و از نظر آن‌ها (پرسش‌شوندگان) سه عامل به‌عنوان تهدیدهای مهم گردشگری منطقه به حساب می‌آید: تخریب و تغییر کاربری اراضی در منطقه با امتیاز وزنی ۰/۲۰ به‌عنوان بزرگ‌ترین و مهم‌ترین تهدید منطقه شناخته شد. تخریب اکوسیستم ارسباران به خاطر جاده‌سازی و توسعه معابر و همچنین نبود انگیزه لازم بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این منطقه بنا به

عوامل استراتژیک در گردشگری منطقه ارسباران ارائه گردیده است. در واقع، با تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک برنامه‌ریزانی (سازمان گردشگری) که تصمیم‌هایی را برای این منطقه اتخاذ می‌کنند، می‌توانند نقاط قوت و فرصت‌ها را تقویت کرده تا از این طریق منطقه بیشترین جذب گردشگر را داشته باشد و نقاط ضعف و تهدیدها را به تعداد محدودی کاهش دهند. این کار با بررسی دوباره وزن‌های هر یک از عوامل موجود در جدول‌های تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی، انجام گرفته است. در واقع، سنگین‌ترین عوامل موجود در این دو جدول از حیث وزن، باید به جدول تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک منتقل شوند این مهم در خصوص عوامل استراتژیک تأثیرگذار بر گردشگری منطقه ارسباران در جدول زیر خلاصه شده است:

جدول ۵: ترکیب عوامل داخلی و خارجی توریسم منطقه

ارسباران			
عوامل خارجی		عوامل داخلی	
O	T	S	W
۱/۹۰	۱/۱۵	۱/۵۸	۱/۱۸
مجموع ضرایب عوامل مرکب			
WO	ST	SO	WT
۳/۰۸	۲/۷۳	۳/۴۸	۲/۳۳

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۳

براساس ارقام به دست آمده در جدول شماره ۵ بزرگ‌ترین عدد به دست آمده مربوط به نقاط قوت و فرصت‌های منطقه گردشگری ارسباران است (۳/۴۸=SO). بدین ترتیب بایستی با استفاده از نقاط قوت داخلی از رویدادها و روندها و تمامی فرصت‌های خارجی بهره‌برداری کرد.

تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS)

در این مدل با استفاده از جدول‌های تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی و ترکیب آن‌ها، مهم‌ترین

جدول ۶: تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS)

مدت برنامه‌ریزی استراتژیک			داده‌های عوامل استراتژیک			
بلند مدت	میان مدت	کوتاه مدت	امتیاز وزنی	درجه‌بندی	وزن	عوامل استراتژیک
		*	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	نزدیکی به مراکز استان‌های تبریز، اردبیل و ارومیه
	*	*	۰/۲۴	۳	۰/۰۸	مناسب بودن امنیت اجتماعی برای گردشگران در این منطقه
		*	۰/۲۰	۴	۰/۰۵	داشتن قابلیت‌ها و استعدادها و تنوع زیست بالا و غنی منطقه
	*	*	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	نامناسب بودن راه‌های دسترسی و جاده‌های منتهی به جاذبه‌های منطقه گردشگری
		*	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	عدم وجود آبنا و تابلوهای راهنما و هشداردهنده در مسیرهای خطرناک
*		*	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	عدم وجود تبلیغ ملی و بین‌المللی منطقه
		*	۰/۱۲	۲	۰/۰۶	عدم وجود سیستم‌های روشنایی در مسیرهای منتهی به منطقه گردشگری
*	*	*	۰/۲۴	۳	۰/۰۸	حفاظت از گونه‌های گیاهی و جانوری متنوع و نادر منطقه
*		*	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	بهره‌مندی از فرصت‌های گردشگری منطقه جهت اشتغال‌زایی و جلوگیری از مهاجرت
*		*	۰/۲۰	۴	۰/۰۵	وجود شرایط اقلیمی و طبیعی مناسب به منظور سرمایه‌گذاری در گردشگری منطقه
	*	*	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	قابلیت بالای منابع و استعدادهای اکولوژیکی منطقه
	*	*	۰/۲۰	۴	۰/۰۵	تخریب و تغییر کاربری اراضی در منطقه
*	*	*	۰/۱۶	۴	۰/۰۴	تخریب اکوسیستم ارسباران به خاطر جاده‌سازی و توسعه معابر
*		*	۰/۱۶	۴	۰/۰۴	نبود انگیزه لازم بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این منطقه بنا به دلایل عدم آگاهی یا آگاه‌سازی
*	*	*	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	خشکسالی و کم‌آبی در طول سال‌های اخیر
	*	*	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	معیشت مردم و توسعه جمعیت و عوامل مؤثر آن و نابودی جنگل
-----			۲/۹۷	---	۰/۸۷	جمع

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۳

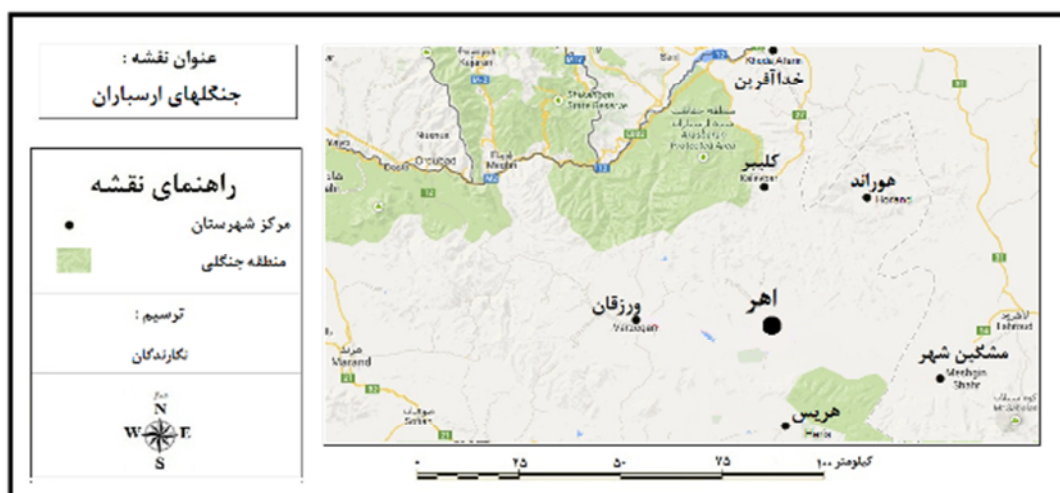
اینک با تداخل هر یک از عوامل بر یکدیگر، به تدوین (ST)، بازنگری (WO) و بالاخره راهبردهای تدافعی راهبردهای مختلف رقابتی - تهاجمی (SO)، تنوع (WT) می‌پردازیم که در جدول آمده است:

جدول ۷: ماتریس تهدیدها، فرصت‌ها، نقاط قوت و نقاط ضعف (SWOT)

ضعف‌ها (W)	قوت‌ها (S)	فرصت‌ها (O)
<p>(W۱) کمبود تجهیزات حفاظتی و امکانات رفاهی برای گردشگران</p> <p>(W۲) فعالیت‌های دامداری و تداوم فرهنگ زیست‌ایلات و عشایری و خسارت به مناطق بکر و زیبای منطقه</p> <p>(W۳) نبود طرح مدیریت مشارکت مردمی در منطقه</p> <p>(W۴) وجود تعارضات بین ارگان‌های دولتی در مدیریت منطقه</p> <p>(W۵) افزایش طرح‌های عمرانی بدون ارزیابی و مطالعه قبلی</p> <p>(W۶) عدم وجود سیستم‌های روشنایی در مسیرهای منتهی به منطقه گردشگری</p> <p>(W۷) عدم وجود آبنما و تابلوهای راهنما و هشداردهنده در مسیرهای خطرناک</p> <p>(W۸) نامناسب بودن راه‌های دسترسی و جاده‌های منتهی به جاذبه‌های منطقه</p> <p>(W۹) نبود راهنمایان متخصص توریستی در منطقه گردشگری</p> <p>(W۱۰) عدم وجود تبلیغ ملی و بین‌المللی منطقه</p> <p>(W۱۱) عدم آشنایی و عدم آموزش مردم منطقه در مورد نحوه برخورد با گردشگران</p> <p>(W۱۲) عدم وجود برنامه‌ریزی مدون دولت جهت هدایت سرمایه‌گذاری در منطقه</p>	<p>(S۱) آشنایی ساکنان از حیات وحش و جنگل‌ها</p> <p>(S۲) داشتن قابلیت‌ها و استعدادها و تنوع زیست‌بلا و غنی منطقه</p> <p>(S۳) وجود محیطی آرام و دور از هیاهو و آلودگی شهرها</p> <p>(S۴) پایین بودن هزینه خدمات و تسهیلات گردشگری منطقه نسبت به جاهای دیگر</p> <p>(S۵) قابلیت منطقه در زمینه رشد درختان جنگلی به صورت خودرو</p> <p>(S۶) وجود نیروی کار در نزدیکی منطقه</p> <p>(S۷) زیستگاه منحصربه‌فرد پرندگان و حیوانات وحشی</p> <p>(S۸) وجود صنایع دستی، محصولات و فرآورده‌های محلی برای ارائه به گردشگران</p> <p>(S۹) وجود تنوع زندگی عشایری، روستایی، شهری در منطقه</p> <p>(S۱۰) مناسب بودن امنیت اجتماعی برای گردشگران</p> <p>(S۱۱) نزدیکی به مرکز استان‌های تبریز و اردبیل و ارومیه</p> <p>(S۱۲) دسترسی آسان به منطقه از شش شهرستان اطراف</p>	<p>عوامل داخلی (IFAS)</p> <p>عوامل داخلی</p> <p>عوامل بیرونی (EFAS)</p>
استراتژی‌های بازنگری (WO)	استراتژی‌های رقابتی - تهاجمی (SO)	فرصت‌ها (O)
<p>(۱) افزایش توجه دولت و بخش خصوصی به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری به ویژه طبیعی و تاریخی (O۴- O۵- O۱۱- W۳- W۱۰- W۱۲)</p> <p>(۲) تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه‌ها و فرآورده‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب، آلودگی و از بین رفتن منابع (O۲- O۳- O۷- O۱۰- W۲- W۳- W۸- W۱۱)</p> <p>(۳) احداث و بهبود وضعیت واحدهای اقامتی، خدماتی و مهمانداری از طریق</p>	<p>(۱) استفاده معقولانه از پتانسیل‌های اکوتوریسمی منطقه ارسباران با جذابیت خاص خود جهت توسعه همه‌جانبه (O۳- O۶- O۷- O۸- O۱۰- S۲- S۳- S۴- S۵- S۷- S۸- S۹)</p> <p>(۲) تبدیل منطقه حفاظت‌شده ارسباران به پارک ملی جهت جذب گردشگر (O۱- O۵- O۱۱- S۲- S۱۰- S۱۲)</p> <p>(۳) ایجاد رغبت بیشتر جهت جذب گردشگر بیشتر به منطقه با وجود پتانسیل‌های ویژه (O۳- O۴- O۱۲- O۱۳- S۲- S۷- S۹- S۱۰)</p> <p>(۴) افزایش توجه به اکوتوریسم نسبت به سایر بخش‌های گردشگری منطقه به دلیل قابلیت‌های</p>	<p>(O۱) ایجاد و اجرای طرح ارتقای منطقه حفاظت‌شده ارسباران به پارک ملی و تغییر محدوده منطقه حفاظت‌شده</p> <p>(O۲) آموزش و فرهنگ‌سازی و مشارکت مردمی و جوامع محلی در حفاظت منطقه</p> <p>(O۳) حفاظت از گونه‌های گیاهی و جانوری متنوع و نادر منطقه</p> <p>(O۴) درآمد ارزی برای کشور و منطقه با جذب گردشگری خارجی در منطقه گردشگری</p> <p>(O۵) قابلیت بالای منابع و استعدادهای اکولوژیکی منطقه</p> <p>(O۶) وجود قلعه و آبشارهای متعدد و امامزاده‌ها</p> <p>(O۷) بهره‌مندی از فرصت‌های گردشگری منطقه جهت</p>

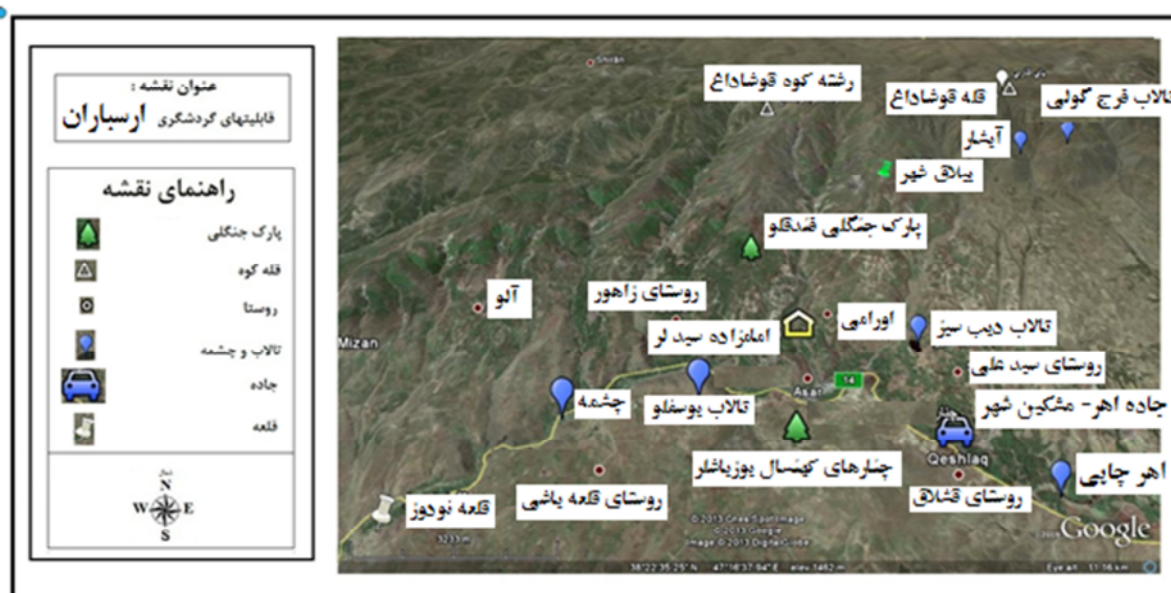
استراتژی‌های تدافعی (WT)	استراتژی‌های تنوع (ST)	تهدیدها (T)
<p>سرمایه‌گذاران خصوصی و دولتی (O۹- O۱۱- W۱- W۱۲) ۴) تقویت یا آموزش نیروی متخصص برای راهنمایی گردشگران (O۲- O۴- O۹- W۳- W۹- W۱۱) ۵) ارتقا کیفیت راه‌ها و جاده‌های دسترسی به منطقه (O۹- O۱۱- W۳- W۵- W۸- W۱۲)</p>	<p>ویژه این بخش (O۵- O۶- O۱۱- O۱۳- S۲- S۵- S۷- S۹) ۵) راه‌اندازی و توسعه تسهیلات ارتباطی با کیفیت ویژه جهت سهولت سفر به منطقه گردشگری (O۴- O۵- O۷- O۱۲- S۱۲- S۱۱- S۴)</p>	<p>اشتغال‌زایی و جلوگیری از مهاجرت O۸) قالی و ورنی‌های متنوع به عنوان یادگار سفر O۹) افزایش انگیزه برای گردشگران در منطقه O۱۰) معرفی محصولات و تولیدات کشاورزی این منطقه و بازاریابی آن‌ها O۱۱) وجود شرایط اقلیمی و طبیعی مناسب به منظور سرمایه‌گذاری در گردشگری منطقه O۱۲) نزدیکی و هم مرز بودن منطقه با کشورهای آذربایجان، ارمنستان و نخجوان O۱۳) وجود رود ارس در منطقه</p>
<p>۱) حمایت قانونی از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و فراهم کردن زمینه جذب آن (T۱۲- W۴- W۵- W۱۲) ۲) ایجاد بازارچه‌های محلی برای فروش صنایع دستی و فرآورده‌های لبنی منطقه (T۱۲- W۲- W۳- W۵) ۳) جذب مشارکت‌های مردمی در ترویج، حفاظت و بهره‌مندی پایدار از منابع طبیعی و تاریخی-فرهنگی گردشگری منطقه (T۲- T۳- T۴- T۱۰- W۲- W۳- W۵- W۱۱) ۴) افزایش تبلیغات درون استانی جهت شناسایی و فرهنگ‌سازی همراه با تنوع‌سازی قابلیت‌ها در منطقه (T۷- T۱۰- T۱۱- W۱۰- W۱۱) ۵) افزایش بهینه تسهیلات ارتباطی و تفریحی-ورزشی در منطقه جهت توسعه اکوتوریسم (T۷- T۱۲- W۱- W۳- W۶- W۸- W۱۲)</p>	<p>۱) توسعه تبلیغات و فعالیت‌های آگاه‌سازی در رسانه‌ها در مورد گردشگری منطقه در سطح داخلی و بین‌المللی (T۹- T۱۱- S۲- S۳- S۵) ۲) برخورد با متخلفان در مکان‌های اکوتوریسمی جهت حفظ مناطق بکر و حیوانات (T۲- T۳- T۴- T۵- T۱۰- S۲- S۵- S۷- S۹) ۳) ایجاد تورهای گردشگری در شرایط و رویدادهای مختلف و ساخت مستند از جاذبه‌ها و گونه‌های گردشگری منطقه (T۹- T۱۱- T۱۲- S۲- S۵- S۷- S۹- S۱۰) ۴) حذف یا تعدیل کاربری‌های ناسازگار با گردشگری منطقه (T۲- T۳- T۴- T۱۰- S۹) ۵) ارتقا سطح آگاهی جوامع محلی در ارتباط با مزایا و منافع صنعت گردشگری منطقه (T۴- T۱۰- T۱۲- S۱- S۲- S۶- S۸)</p>	<p>T۱) خشکسالی در طول سال‌های اخیر T۲) رمه‌گردانی و چرای بی‌رویه دام T۳) تخریب و تغییر کاربری اراضی در منطقه T۴) معیشت مردم و توسعه جمعیت و عوامل مؤثر آن و نابودی جنگل T۵) شکارچیان غیرمجاز و به خطر افتادن حیوانات حفاظت‌شده T۶) فرسایش خاک منطقه و به خطر افتادن جنگل T۷) به وجود آمدن مراکز گردشگرپذیر در نقاط نزدیک منطقه T۸) عدم وجود قوانین شفاف در صنعت گردشگری ایران و تأثیر در منطقه T۹) کم شدن تقاضای سفرهای خارجی به ایران و تأثیر در گردشگری منطقه T۱۰) تخریب اکوسیستم ارسباران به خاطر جاده‌سازی و توسعه معابر T۱۱) آشنایی کم گردشگران با فرهنگ مردم منطقه T۱۲) نبود انگیزه لازم بخش خصوصی (محلی یا ملی) به سرمایه‌گذاری در این منطقه بنابه دلایل عدم آگاهی یا آگاه‌سازی</p>

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۳



شکل ۶. جنگلهای ارسباران

منبع: نگارندگان



شکل ۷. جاذبه‌های اکوتوریستی منطقه ارسباران

منبع: نگارندگان

نتیجه‌گیری

تجزیه و تحلیل قرار گیرد و در نهایت راهبردهایی مناسب، به منظور بهره‌گیری از نقاط قوت و فرصت‌ها و از بین بردن یا تقلیل نقاط ضعف و تهدیدها در جهت توسعه گردشگری در منطقه ارسباران ارائه گشت. در این پژوهش پس از ارزیابی عوامل داخلی و خارجی مؤثر ماتریس آن استخراج شد. نتیجه نهایی از ارزیابی عوامل داخلی (مجموع امتیاز وزنی ۲/۷۶) که بیشتر از نمره ۲/۵ مدل سوات است، بیانگر آن است که نقاط قوت گردشگری منطقه ارسباران بیشتر از نقاط ضعف

در این پژوهش بررسی‌ها نشان داد که با وجود قابلیت‌های فراوان منطقه ارسباران، برنامه‌ریزی‌های مناسبی جهت توسعه گردشگری منطقه صورت نگرفته است. در این پژوهش سعی شده است با درک این مطلب که شناخت پتانسیل‌ها و محدودیت‌های گردشگری، می‌تواند تأثیر سازنده‌ای بر برنامه‌ریزی گردشگری در منطقه داشته باشد، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها با استفاده از تکنیک SWOT مورد

جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، سال پنجم، شماره ۱۷، زمستان ۱۳۹۴

- پیگیری برای جذب سرمایه‌گذاری بخش دولتی یا خصوصی در منطقه برای هرچه بهتر شدن خدمات و توسعه منطقه
- سرمایه‌گذاری در زمینه بهداشت و محل‌های اقامتی، تفریحی منطقه ارسباران
- مرمت و احیای قلعه‌ها و آثار باستانی موجود در منطقه

منابع

- ارمنان، سیمین (۱۳۸۶). توریسم و نقش آن در جغرافیا. چاپ اول، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر.
- اندی رام و آلن مور (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت اکوتوریسم. ترجمه دکتر محسن رنجبر؛ انتشارات آبیژ.
- ایروانی، محمدرضا و محسن پورخسروانی (۱۳۹۱). مبانی گردشگری. انتشارات آسمان نگار؛ چاپ اول.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی (۱۳۸۶). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). انتشارات سمت، چاپ دوم، تهران.
- تقوایی، مسعود و امید مبارکی (۱۳۸۹). بررسی و تحلیل فضاهای توریستی شهر تبریز به منظور برنامه‌ریزی توریسم در آن. مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی (دانشگاه تبریز)؛ پاییز ۱۳۸۹؛ شماره ۳۳؛ صص ۸۲-۵۹.
- تقوایی، مسعود و محمود رنجبر دستنایی (۱۳۸۹). تحلیلی بر پراکنش امکانات و خدمات مسیر گردشگری شمال شرق استان چهارمحال و بختیاری. مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری؛ سال اول و شماره اول؛ تابستان ۱۳۸۹ صص ۴۸-۲۱.
- چاک وای، گی (۱۳۸۵). گردشگری بین‌المللی در چشم‌اندازی جامع. چاپ اول، مترجمان: علی پارساییان و محمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ سوم، تهران.
- حاجی‌نژاد، علی و منیر یاری (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی راهبردی اکوتوریسم با استفاده از مدل ترکیبی SWOT-TOPSIS نمونه موردی پارک جنگلی بلوران کوه‌دشت. نشریه جغرافیا و توسعه (سیستان و بلوچستان)، شماره ۳۲، پاییز، صص ۱۹۱-۱۷۷.
- حکمت‌نیا، حسن و میرنجم موسوی (۱۳۸۵). کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و ناحیه‌ای. انتشارات علم نوین، چاپ اول.
- حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۹). مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری. انتشارات سمت.

آن است و راهبردهای کلان باید به گونه‌ای تدوین شود که بتوان هم نقاط قوت را تقویت کرده و هم نقاط ضعف را به حداقل ممکن رساند؛ بنابراین، استنتاج نهایی از ماتریس عوامل خارجی که با (مجموع امتیاز وزنی ۳/۰۵) که بیشتر از نمره ۲/۵ مدل موردنظر است، نشان‌دهنده آن است که فرصت‌های فراروی گردشگری منطقه بیش از تهدیدهای پیرامون آن بوده و در نتیجه راهبردهای کلان برای گردشگری منطقه باید به گونه‌ای تدوین شود که هم بتوان از فرصت‌های محیطی به نحو احسن استفاده کرد و هم تهدیدها را به حداقل رساند. با مقایسه و جمع نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها گردشگری منطقه چهار نوع راهبرد تدوین شد: راهبردهای تهاجمی-قوت‌دهی (SO)، راهبردهای محافظه‌کارانه-بازنگری (WO)، راهبردهای رقابتی-کنترل محیط (ST) و راهبردهای تدافعی-کنترل عوامل منفی (WT).

نتایج به دست آمده از ماتریس‌های داخلی و خارجی نشان داد که بهترین و کارآمدترین راهبرد انتخاب‌شده در این پژوهش، همان راهبرد (SO) یا راهبردهای تهاجمی (با امتیاز وزنی ۳/۴۸) است که با کمک مدل SWOT و ماتریس‌های نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای آن تدوین شده است.

پیشنهادها

- برای تقویت و جذابیت در منطقه گردشگری پیشنهادهایی در زیر ارائه کرده‌ایم:
- ساماندهی و بهبود راه‌های دسترسی به منطقه گردشگری و نسب علائم و آبنماهای راهنمایی و رانندگی و روشنایی‌ها و چراغ‌ها برای هرچه بهتر شدن منطقه و جذب گردشگران زیاد
 - تبلیغ هرچه بهتر در سطح شهرستان و شهرهای بزرگ اطراف، با توجه به نزدیکی منطقه ارسباران به مراکز بزرگ استان‌های تبریز، اردبیل، ارومیه
 - برگزاری جلسات توجیهی و آموزش برای مردم محلی برای حفظ و نگهداری حیوانات و گیاهان منطقه و نحوه رفتار با گردشگران

کاظمیان، غلامرضا (۱۳۸۴). جزوه درسی کارگاه برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، گروه جغرافیا، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

لطیفی، حسن (۱۳۸۴). توریسم و درآمدهای ارزی. انتشارات بهراد، چاپ اول.

لومسدون، لس (۱۳۸۰). بازاریابی گردشگری. مترجم محمدابراهیم گوهریان، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول.

لی، جان (۱۳۷۸). گردشگری و توسعه در جهان سوم. ترجمه عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری، چاپ و نشر بازرگانی.

منشی‌زاده، رحمت‌الله (۱۳۸۴). اندر مقوله گردشگری. انتشارات پیام مؤلف، چاپ اول.

موسایی، میثم (۱۳۸۳). تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران. پژوهشنامه بازرگانی شماره ۳۲، صص ۲۲۵-۲۴۴.

Chiang Lee, Chien and Chun-Ping Chang. (2008): Tourism development and economic growth, Journal of Turism Management.29(1), P180-.

Gunn, Clare . A , (2002) "tourism planning, Basics ,Concepts, Cases, routledge ". fourth Edition Taylor and Francis books , new York.

World Travel & Tourism Council (WTTC). (2013) .Travel & Tourism Economic. World Travel and Tourism Council.

شناسایی و تحلیل قابلیت‌های توریسم منطقه ارسباران

حیدری چپانه، رحیم و کریم حسین‌زاده دلیر (۱۳۸۲). جستاری پیرامون ارزیابی صنعت توریسم در ایران. نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز، شماره ۳، سال نهم.

داس ویل راجر (۱۳۷۸). مدیریت جهانگردی، مبانی راهبردی و آثار. مترجمان اعرابی، سیدمحمد و داود ایزدی، چاپ دوم، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

رهنمایی، محمدتقی (۱۳۸۱). طرح جامع گردشگری استان اردبیل. جلد یک، سال ۱۳۸۱.

سراقی، عیسی و حسین ملکی و داریوش ابوالفتحی (۱۳۸۷). نقش جاذبه‌های اکوتوریستی در توسعه گردشگری نهاوند با مدل SWOT. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی (دانشگاه خوارزمی)، جلد هشتم، شماره ۱۱، زمستان. صص ۱۷۰-۱۳۳.

ضرابی، اصغر (۱۳۸۵). سطح‌بندی و برنامه‌ریزی توسعه فضایی توان‌های اکوتوریسم استان سیستان و بلوچستان. مجموعه مقالات همایش جغرافیا و قرن ۲۱.

فاضل‌نیا، غریب و صلاح هدایتی (۱۳۸۹). راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زریوار براساس تحلیل SWOT. نشریه جغرافیا و توسعه (سیستان و بلوچستان)، شماره ۱۹، پاییز، صص ۱۷۰-۱۴۵.

قادری، اسماعیل (۱۳۸۳). آشنایی با صنعت جهانگردی. ماهنامه کجا، شماره ۱، دی‌ماه.

قرخلو، مهدی و علی اکبری (۱۳۸۹). اکوتوریسم: مفهومی نو در جغرافیای گردشگری. تهران، نشر انتخاب.

کاظمی، مهدی و محمودرضا اسماعیلی و الله‌یار بیگی فیروزی (۱۳۹۲). تدوین و انتخاب استراتژی توسعه گردشگری استان لرستان براساس تحلیل SWOT. نشریه جغرافیا و توسعه (سیستان و بلوچستان)، شماره ۳۲، پاییز، صص ۶۰-۴۷.

