

توسعه گردشگری آذربایجان شرقی با استفاده از مدل SWOT مطالعه موردی (کریدور گردشگری تبریز - جلفا)

فاطمه صفری^{*۱}

۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرنند

چکیده

گردشگری در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها اهمیت دارد؛ تا آنجا که اقتصاددانان از آن به عنوان صادرات نامرئی یاد می‌کنند. گردشگری اغلب به عنوان کلید یا رمز رشد اقتصادی، چه در کشورهای توسعه یافته و چه در کشورهای در حال توسعه به کار می‌رود (Ahjem, 1999). توسعه گردشگری راه حل کلی برای رفع همه مسایل شهری نیست؛ ولی بی‌شک توسعه گردشگری استان آذربایجان شرقی باعث توسعه ملی خواهد شد و راهبردی مناسب را برای توسعه پایدار و کاهش محرومیت مناطق، پیش روی برنامه‌ریزان قرار خواهد داد. در زمان حاضر بسیاری از کشورها منافع اقتصادی و اجتماعی‌شان را از گردشگری دریافت می‌کنند و درآمدهای گردشگری را برای توسعه زیرساخت‌های منطقه به کار می‌برند (Eccles and Casta, 1996). قابل ذکر است که کریدور گردشگری تبریز - جلفا شامل دو محور تبریز - پیام و تبریز - جلفاست که در مقاله دو محور به صورت جداگانه مورد مطالعه قرار گرفته است. یافته‌های تحقیق نشان دهنده آن است که این دو محور به رغم برخوردار بودن از ظرفیت‌های بالای گردشگری در بخش‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی، وجود عواملی مانند کمبود امکانات زیربنایی و رفاهی، تعدد تصمیم‌گیران و مسایل مدیریتی و ضعف تبلیغاتی مانع رونق صنعت گردشگری در این دو محور شده است.

اصلاح نهادهای مدیریتی، تقویت تبلیغات، جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، تعامل بیشتر بین مسئولان و سازمان‌های مرتبط با گردشگری و مردم در این دو محور می‌تواند گردشگری را به عامل ارز آور و اشتغال‌زا تبدیل کند. نتایج این پژوهش می‌تواند در سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، سازمان حفاظت محیط زیست استان آذربایجان شرقی و شهرداری شهرستان تبریز، جلفا و مرنند و شرکت‌های گردشگری کاربرد داشته باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، عوامل دافعه و جاذبه، مدل SWOT، محور تبریز - پیام، محور تبریز - جلفا.

* مسئول مکاتبات: Safari_fateme@yahoo.com

مقدمه

صنعت گردشگری ایران رسماً از حدود ۷۰ سال گذشته به منظور شناساندن مفاخر ایران و تمدن کهن کشور شروع به فعالیت نمود که این فعالیت برای اولین بار و در سال ۱۳۱۴ با تأسیس اداره‌ای در وزارت کشور به نام اداره جهانگردی آغاز شد (کارگر، ۱۳۸۶). توان بالقوه ایران در جذب گردشگری بسیار بالاست. طبق تحقیقات سازمان ایرانگردی و جهانگردی در سال ۱۳۷۹، کشورمان یکی از پنج کشور برخوردار از بالاترین تنوع زیستی در کره زمین و از نظر اکوتوریسم یکی از قطب‌های ممتاز (که شاید فقط امریکا توان برابری با آن را در این زمینه داشته باشد) است. طبق اظهار نظر رئیس سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در مرداد ۱۳۸۴ رتبه ۷۰ را دارا بوده است. این در حالی است که از نظر تاریخی و فرهنگی کشورهای دارای رتبه بالا در گردشگری از جمله آمریکا، اسپانیا، فرانسه، ترکیه و مصر هیچ کدام ویژگیها و قدمت آثار ایران را ندارند. در پذیرش توریست هر جامعه‌ای با مسائل خاصی روبروست؛ این که وی از کجا می‌آید، چه ویژگیهای فرهنگی و رفتاری دارد، گرایش‌ها و سلیقه‌ها و انتظاراتش چیست و مکان‌های دیدنی از نظر او کجاست؟ (حسین زاده دلیر، ۱۳۷۵) که همه این موارد در جذب توریست به کشورمان باید مورد توجه قرار گیرد. استان آذربایجان شرقی دارای مکان‌های دیدنی و تاریخی با ارزش جهانگردی زیادی است و با توجه به موقعیت تاریخی و جغرافیایی می‌تواند شاهراه عبور هزاران گردشگر آسیایی و اروپایی باشد. عرضه جاذبه‌های طبیعی این استان نه تنها دارای ارزش‌های منطقه‌ای و ملی است، بلکه در مواردی از اهمیت بین‌المللی نیز برخوردار است. وضعیت زمین‌شناسی و توپوگرافی منطقه باعث ایجاد کوهستان‌های آتشفشانی سهند و سبلان، غارها، دره‌ها، دشت‌ها، گردنه‌های متعدد با چشم‌اندازهای زیبا و ارتفاعاتی چون کیامکی، بزغوش و... شده است. چشمه‌های آب معدنی رودخانه‌ها، آبشارها، دریاچه‌ها، تالاب‌ها، جزایر، بنادر و سدها در شهرستان‌های مختلف استان از جمله جاذبه‌های طبیعی به شمار می‌آیند. سابقه کهن فرهنگی و تاریخی استان باعث ایجاد اماکن تاریخی و فرهنگی بسیاری در منطقه شده است. هدف کلی این تحقیق شناساندن جاذبه‌های استان به خصوص در دو محور تبریز- پیام و تبریز- جلفا و بررسی موانع جذب توریست و ارائه راهکارهای مناسب برای رفع این موانع است.

روش تحقیق

روش تحقیق از نوع توصیفی- تحلیلی و جمع‌آوری داده‌ها از طریق بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی (پرسش‌نامه‌ای) است که به شناخت توانها و قابلیت‌ها و محدودیت‌ها و

نارسایی‌های گردشگری در محور تبریز - پیام و محور تبریز - جلفا پرداخته است و در تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل SWOT استفاده شده و جامعه آماری شامل شاغلین و گردشگران در دو محور و به صورت تصادفی است. مدل (strength & weaknesses & opportunity & threats) = SWOT مدلی از سری مدل‌های تصمیم‌گیری است که در جهت تعیین استراتژی و راهبرد بلند مدت یا کوتاه مدت و ایجاد تصمیمات بزرگ و کلیدی در باب مسائل و موضوعات مختلف طراحی شده است. این مدل می‌تواند برای یک سازمان یا شرکت یا برای یک منطقه جغرافیایی خاص و یا موضوع و مسئله‌ای که در واقع به نوعی با آن درگیر هستیم، طراحی شود. در واقع کار اصلی آن تعیین راهبرد برای بهبود کارایی یا وضعیت می‌باشد. این مدل ابتدا در جهت تعیین پتانسیل و ظرفیت یک موضوع و یا یک مکان، عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر آن را بررسی می‌کند. سپس با استفاده از این نتایج، راهبردهای مختلف در جهت ایجاد تصمیمات و پیش‌بینی‌ها و راهکارهایی برای بهبود آن مکان یا موضوع تعیین می‌شود. (www.geographybank.blogfa.com) منطق رویکرد مذکور این است که راهبرد اثر بخش باید قوت‌ها و فرصت‌های سیستم مذکور را به حداکثر، ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل برساند. این منطق اگر درست به کار رود، نتایج بسیار خوبی برای انتخاب و طراحی یک راهبرد اثر بخش خواهد داشت (پیرز و رابینسون، ۱۳۸۳).

عوامل درونی: عواملی هستند که در درون خود سیستم یا منطقه وجود دارند و در تعیین وضعیت

منطقه مؤثر هستند. در مدل SWOT عوامل درونی نقاط قوت و ضعف هستند.

عوامل بیرونی: عواملی هستند که از کنترل منطقه خارج بوده و از بیرون بر سیستم اثر می‌گذارند.

عوامل بیرونی شامل فرصت‌ها و تهدیدها است. عوامل درونی و بیرونی هر دو محور را از عوامل جاذبه و دافعه استخراج می‌شود. در این مدل به هر یک از معیارها، ارزش و ضریب خاصی اختصاص می‌یابد تا میزان اثر گذاری عوامل مشخص گردد. این کار از طریق پرسشنامه حاصل می‌شود. پس از تعیین عوامل از پرسش شونده‌گان تقاضا می‌شود به هر یک از عوامل تعیین شده یک ارزش و ضریب بدهند. برای تعیین ضریب می‌توان از طیف لیکرت استفاده کرد. در این پژوهش پرسشنامه‌ای شامل ۴۰ سوال در مورد گردشگری محور تبریز- پیام و محور تبریز- جلفا تنظیم و از ۴۰ نفر مسلط به هر کدام از محورها نظر خواهی شد. از طیف لیکرت برای تبدیل اطلاعات کیفی به کمی و ارزش‌گذاری گزینه‌ها استفاده شده است. مقادیر طیف لیکرت عبارتند از:

خیلی زیاد=۵ زیاد=۴ متوسط=۳ کم=۲ خیلی کم=۱

مبانی نظری

واژه توریسم برای اولین بار در ۱۸۱۱ در مجله انگلیسی به نام (Sporting) به کار رفته است (محلّاتی، ۱۳۸۰). توریسم (گردشگری) عبارت است از فعالیت یا فعالیت‌هایی که افراد برای استراحت، کار و دلایل دیگر به خارج از محیط معمول خویش سفر می‌کنند، حداقل یک شب و حداکثر یک سال به طور متوالی در آنجا اقامت می‌گزینند (سنایی، ۱۳۷۴).

قطب‌های گردشگری استان آذربایجان شرقی

۱- مرکز استان (مجموعه شهرستان تبریز، اسکو و بستان آباد) به دلیل وجود یادمان‌های متعدد تاریخی، فرهنگی و مذهبی و جاذبه‌ها و جلوه‌های زیبای طبیعی و از جمله مسجد کبود، مسجد ارک، علیشاه، بازار بزرگ تبریز، مقبره الشعرا، پارک تاریخی و تفریحی ائل گلی و عمارت آن (www.iaut.ac.irltabriz.aspx)

۲- حاشیه دریاچه ارومیه حد فاصل شهرستان شبستر تا بناب و ملکان بدلیل وجود بنادر متعدد و جزایر و شبه جزیره‌ها

۳- منطقه شمال و شمال شرق استان، حاشیه سواحل ارس و نوار مرزی استان حد فاصل شهرستان‌های جلفا تا کلبر

۴- دیگر نواحی استان اگر چه از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی و مذهبی برخوردار می‌باشند، لکن به صورت پراکنده و محلی بوده مثل تالاب‌های هشترود و یادمان‌های تاریخی مراغه و دامنه‌های میشو در مرند (کارگر، ۱۳۸۶).



شکل (۱) موقعیت استان آذربایجان شرقی در ایران

مأخذ: نگارنده

ویژگی‌ها و موقعیت جغرافیایی کریدور گردشگری تبریز-جلفا

الف) محور تبریز- پیام

منطقه گردشگری پیام با وسعتی معادل ۲۸۵ هکتار ۰.۰۸ درصد از مساحت شهرستان مرند را به خود اختصاص داده است. این منطقه از لحاظ مختصات جغرافیایی در عرض شمالی ۳۸ درجه و ۲۰ دقیقه و طول شرقی ۴۵ درجه و ۴۷ دقیقه واقع شده است. این منطقه در جنوب بزرگراه تبریز - مرند قرار گرفته است و فاصله آن تا شهر مرند ۱۲ کیلومتر است. (طرح توسعه شهرستان مرند، ۱۳۸۵) مختصات جغرافیایی منطقه گردشگری پیام عبارتند از:

۱- شمالاً بزرگراه تبریز مرند، ایستگاه راه آهن پیام و خط آهن برقی تبریز جلفا

۲- جنوباً ارتفاعات میشو

۳- شرقاً رودخانه فصلی پیام چای یا تندیرلی چای

۴- غرباً اراضی زراعی و باغات روستای پیام

ارتفاع عمومی منطقه گردشگری از سطح دریا ۱۸۰۰ است. همچنین یخبندان طولانی از ویژگیهای اقلیمی عمومی منطقه است. کوهستان میشو منبع اصلی آبهای سطحی و تغذیه سفره‌های زیرزمینی منطقه تلقی می‌شود. منطقه پیام از توابع بخش مرکزی شهرستان مرند است و روستاهای پیام، شوردرق در شمال و روستای سیوان در شمال شرقی از مراکز زیست اصلی مجاور منطقه می‌باشد. جاذبه‌های طبیعی گردشگری محور تبریز- پیام عبارتند از: ۱- تپه‌ها و ارتفاعات جنوبی منطقه ۲- رودخانه فصلی پیام ۳- باغات و مجتمع‌های درختی منطقه ۴- چشمه‌های طبیعی داخلی منطقه ۵- دامنه‌های تند و شیب‌دار جنوبی منطقه (پیست اسکی). علاوه بر جاذبه‌های طبیعی پنجگانه محور تبریز - پیام تله کابین واقع در شرق منطقه و روستای کوهستانی و پله‌ای پیام در شمال منطقه پیام، مجتمع تفریحی پیام، کاروانسرای شمال شرقی منطقه به عنوان جاذبه‌های گردشگری انسان‌ساخت منطقه تلقی می‌شود (طرح توسعه شهرستان مرند، ۱۳۸۵).

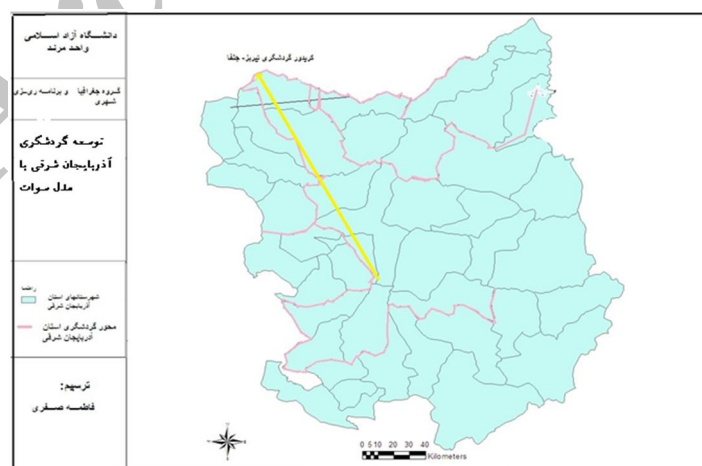
جاذبه‌های گردشگری محور تبریز- پیام

۱- آب و هوای مطبوع منطقه ۲- وجود قله‌های پوشیده از برف میشو به عنوان محرک اصلی بازیهای زمستانی و اسکی ۳- وجود ذخایر ژنتیک جانوری (قوج و کبک، میش، بز...) ۴- وجود مجتمع‌های درختی در شرق منطقه ۵- رونق پرورش آبزیان در شهرستان مرند و منطقه گردشگری پیام ۶- دسترسی به بزرگراه تبریز و مرند ۷- وجود پارکینگ‌های پیام ۸- وجود مجتمع‌های تفریحی و فرهنگی پیام ۹- وجود جاذبه‌های طبیعی و انسان‌ساخت ۱۰- دسترسی به خط آهن برقی تبریز و جلفا ۱۱- وجود فرودگاه بین‌المللی تبریز و تسهیل

ورود و خروج گردشگران داخلی و خارجی ۱۲- مجاورت با منطقه آزاد ارس و گسترش زیرساخت‌ها در منطقه ارس و دسترسی آسان به این منطقه ۱۳- وجود منابع آبی غنی در مناطق مجاورت منطقه نظیر رودخانه ارس ۱۴- وجود پناهگاه حیات وحش کیامکی به عنوان ذخیره‌گاه ژنتیک برای زیستگاه میشو و منطقه پیام ۱۵- وجود پزشکان متخصص در تبریز و جذب گردشگر و فاصله ۶۰ کیلومتری منطقه پیام با شهر تبریز.

دافعه‌های گردشگری محور تبریز - پیام

۱- وجود یخبندان طولانی (۷ ماه در سال) ۲- قرارگیری منطقه در پهنه با خطر لرزه خیزی و وجود گسل شمال میشو ۳- بالا بودن سطح آبهای زیرزمینی و احتمال آلودگی آنها ۴- ضعف سیستم جابه‌جایی مسافران و گردشگران به منطقه ۵- تغییر کاربری اراضی منطقه و شکل‌گیری تأسیسات و مراکز خدماتی بدون برنامه مدون قبلی ۶- تخریب پوشش گیاهی ارزشمند ۷- عدم پوشش کامل منطقه از طریق مراکز انتظامی و ضعف امنیت منطقه ۸- فقدان NGOها جهت معرفی سنن، توانها، قابلیت‌های فرهنگی و آداب بومی منطقه ۹- ضعف امکانات اقامتی و پذیرایی در داخل و مجاورت منطقه ۱۰- ضعف زیر ساخت‌های جاذبه‌های گردشگری منطقه ۱۱- شکل‌گیری مجتمع گردشگری باری ارومیه با ظرفیت جذب ۴۰۰ هزار نفر گردشگر ۱۲- شکل‌گیری مناطق گردشگری دشت کردیان جلفا و دهکده سلامت جلفا ۱۳- ضعف زیر ساخت‌های شهر مرند به عنوان مهمترین کانون حمایتی منطقه پیام ۱۴- تحریم اقتصادی و عدم امکان خرید مواد اولیه مراکز فعالیتی و فروش محصولات



نقشه (۲) محورهای گردشگری استان آذربایجان شرقی

مأخذ: نگارنده

ب) محور تبریز - جلفا

شهرستان جلفا در منتهی الیه شمال غرب کشور واقع و یکی از شهرستانهای شمالی استان آذربایجان شرقی می‌باشد و از شمال به جمهوری ارمنستان و جمهوری خود مختار نخجوان و از شرق به شهرستان‌های ورزقان و کلیبر و از غرب به شهرستان ماکو و از جنوب به شهرستان مرند متصل می‌شود. از نظر تقسیمات سیاسی جلفا در گذشته قسمتی از شهرستان مرند بوده است (احمدی، ۱۳۸۵). وسعت شهرستان جلفا ۱۷۱۸/۳۹ کیلومتر مربع و طول مرز بین‌المللی آن با کشور ارمنستان ۴۳ کیلومتر و با جمهوری نخجوان ۸۵ کیلومتر است. شهرستان جلفا به صورت طولی در کنار رودخانه ارس به طول ۱۲۸ کیلومتر کشیده شده است. شهر جلفا مرکز این شهرستان به خط مستقیم در ۱۰۵ کیلومتری شمال غرب تبریز قرار دارد. به عنوان یک قطب گردشگری برای شهر تبریز نقش ایفا می‌کند (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی آذربایجان شرقی، ۱۳۸۳).

جاذبه‌های گردشگری محور تبریز - جلفا

ژئوپارک جزیره قشم اولین ژئوپارک ایران و خاورمیانه است و ژئوپارک ملی جلفا و ژئوپارک جهانی جلفا-ارسباران در شمال استان آذربایجان شرقی در منطقه جلفا دومین محدوده پیشنهادی رسمی کشور به سازمان یونسکو می‌باشد. از آنجا که شهرستان جلفا دارای پتانسیل‌های بالای اقتصادی و گردشگری است، می‌تواند بهترین قطب گردشگری برای کلانشهر تبریز باشد. این پتانسیل‌ها عبارتند از ۱- سابقه بیش از ۱۰۰ ساله گمرکی و تجاری بین‌المللی، ۲- ظرفیت بالای حمل و نقل، ترانزیت، تخلیه و بارگیری گمرک جلفا-۳ اولین ایستگاه راه آهن کشور ۴- اولین خط آهن برقی کشور (جلفا - تبریز) ۵- قرار گرفتن در مسیر خط آهن تهران - مسکو ۶- وفور آب به لحاظ وجود رودخانه پرآب ارس ۷- پیوند جاده‌ای به کشورهای قفقاز، روسیه، ترکیه و اروپا ۸- قرار گرفتن در چهار راه ارتباطی شمال به جنوب و شرق به غرب ۹- مجتمع‌های چند هزار واحدی تجاری - نمایشگاهی ۹- جلوه‌های گردشگری و توریستی با توجه به غنای منطقه از آثار باستانی و تاریخی و طبیعی و ... ۱۰- برخورداری از فیبر نوری بسیار قوی ۱۱- پایانه‌های مسافربری و حمل و نقل جلفا و نوردوز ۱۲- بازارچه‌های مرزی جلفا و نوردوز ۱۳- پناهگاه حیات وحش کیامکی ۱۴- دسترسی به بازار بیش از پانصد میلیون نفری اروپا و سیصد میلیون کشورهای CIS^۱

¹. Commonwealth of independent States

دافعه‌های گردشگری محور تبریز - جلفا

۱- حمل و نقل و مسیر ارتباطی محور دارای نارسایی است. زیرا مسیر ارتباطی محور تا مرند دو بانده و از مرند تا جلفا تک بانده است و باعث ایجاد ترافیک به خصوص در ایام تعطیل می‌شود. ۲- وجود بازرسی‌های بی‌مورد و غیر ضروری باعث اتلاف وقت گردشگران است. ۳- در داخل شهرستان جلفا حمل و نقل عمومی در سطح نازلی است ۴- نبود فرودگاه در شهرستان جلفا ۵- این محور و جاذبه‌های موجود در آن هنوز به حد کافی توسط رسانه‌های جمعی و عوامل تبلیغی به مردم معرفی نشده است. ۶- نارسایی زیرساخت‌های شهری و اماکن و فضاهای عمومی ۷- شهرستان جلفا بیش از صد اثر تاریخی در خود جای داده که شامل کلیساها، قلعه‌ها، کارونسراها، حمام‌ها و... است و بیشتر این آثار تاریخی مورد غفلت واقع شده در حالی که نیاز زیادی به مرمت و بازسازی دارند. ۸- مشارکت پایین بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری برای ایجاد زیرساختها و تأسیسات اقامتی محور ۹- فقدان NGOها جهت معرفی سنن، توانها، قابلیت‌های فرهنگی و آداب بومی منطقه ۱۰- تغییر کاربری اراضی منطقه و شکل‌گیری تأسیسات و...

عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر کریدور گردشگری محور تبریز - جلفا

هدف این مرحله سنجش محیط داخلی و خارجی هر دو محور مطالعه شده جهت شناسایی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهاست که محورهای مورد مطالعه در ارتباط با توسعه گردشگری با آن مواجه‌اند. عوامل داخلی و خارجی دو محور تبریز-پيام و تبریز-جلفا به صورت جداگانه در جداول زیر ذکر شده است.

جدول (۱) ضریب اولیه، ثانویه، رتبه و ضریب نهایی نقاط ضعف محور تبریز- پيام

عامل	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
۱- وجود یخبندان طولانی (۷ ماه در سال)	۱۵۵	۰.۰۹۸	۲	۰.۱۹۶
۲- قرارگیری منطقه در پهنه با خطر لرزه خیزی و وجود گسل شمال می‌شود	۱۶۸	۰.۱۰۷	۱	۰.۱۰۷
۳- بالا بودن سطح آبهای زیرزمینی و احتمال آلودگی آنها	۸۵	۰.۰۵۴	۱	۰.۰۵۴
۴- ضعف سیستم جابجایی مسافران و گردشگران به منطقه	۱۷۶	۰.۱۱۲	۴	۰.۴۴۸
۵- تغییر کاربری اراضی منطقه و شکل‌گیری تأسیسات و مراکز خدماتی بدون برنامه مدون قبلی	۱۴۷	۰.۰۹۳	۲	۰.۱۸۶
۶- تخریب پوشش گیاهی ارزشمند	۱۵۸	۰.۱۰۰	۲	۰.۲
۷- عدم پوشش کامل منطقه از طریق مراکز انتظامی	۱۵۹	۰.۱۰۱	۴	۰.۴۰۴

و ضعف امنیت منطقه				
۰.۳۴۵	۳	۰.۱۱۵	۱۸۱	۸-فقدان NGOها جهت معرفی سنن، توانها، قابلیت‌های فرهنگی و آداب بومی منطقه
۰.۴۲۸	۴	۰.۱۰۷	۱۶۹	۹-ضعف امکانات اقامتی و پذیرایی در داخل و مجاورت منطقه
۰.۴۲۸	۴	۰.۱۰۷	۱۶۸	۱۰-ضعف زیر ساخت‌های جاذبه‌های گردشگری منطقه
۲.۷۹		۱	۱۵۶۶	جمع

جدول (۲) ضریب اولیه، ثانویه، رتبه و ضریب نهایی نقاط قوت محور تبریز-پیام

ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	ضریب اولیه	عامل
۰.۳۰۳	۳	۰.۱۰۱	۱۸۷	۱-آب و هوای مطبوع منطقه
۰.۲۹۴	۳	۰.۰۹۸	۱۸۲	۲- وجود قله‌های پوشیده از برف میشو به عنوان محرک اصلی اسکی و بازیهای زمستانی
۰.۱۹۲	۲	۰.۰۹۶	۱۷۷	۳-وجود ذخایر ژنتیک جانوری (قوج و کبک، میش، بز...)
۰.۳۱۵	۳	۰.۱۰۵	۱۸۵	۴-وجود مجتمع‌های درختی در شرق منطقه
۰.۱۷۸	۲	۰.۰۸۹	۱۶۴	۵-رونق پرورش آبزیان در شهرستان مرند و منطقه گردشگری پیام
۰.۴۰۸	۴	۰.۱۰۲	۱۸۸	۶-دسترسی به بزرگراه تبریز و مرند
۰.۴	۴	۰.۱۰۰	۱۸۴	۷-وجود پارکینگ‌های پیام
۰.۴۱۶	۴	۰.۱۰۴	۱۹۲	۸-وجود مجتمع‌های تفریحی و فرهنگی پیام
۰.۳۰۹	۳	۰.۱۰۳	۱۹۱	۹-وجود جاذبه‌های طبیعی و انسانساخت
۰.۲۰۴	۲	۰.۱۰۲	۱۸۹	۱۰-دسترسی به خط آهن برقی تبریز و جلفا
۳.۰۱۹		۱	۱۸۳۹	جمع

جدول (۳) ضریب اولیه، ثانویه، و رتبه و ضریب نهایی نقاط تهدید محور تبریز - پیام

عامل	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
۱- وجود فرودگاه بین‌المللی تبریز و تسهیل ورود و خروج گردشگران داخلی و خارجی	۱۸۰		۴	۰.۴۸
۲- مجاورت با منطقه آزاد ارس و گسترش زیرساخت‌ها در منطقه ارس و دسترسی آسان به این منطقه	۱۰۳	۰.۰۶۸	۳	۰.۲۰۴
۳- وجود منابع آبی غنی در مناطق مجاورت منطقه نظیر رودخانه ارس	۹۵	۰.۰۶۶	۲	۰.۱۳۲
۴- وجود پناهگاه حیات وحش کیامکی به عنوان ذخیره گاه ژنتیک برای زیستگاه میشو و منطقه پیام	۱۸۵	۰.۱۲۳	۳	۰.۳۶۹
۵- وجود پزشکان متخصص در تبریز و جذب گردشگر و فاصله ۶۰ کیلومتری منطقه پیام با شهر تبریز	۱۱۹	۰.۰۷۹	۳	۰.۲۳۷
۶- اقدامات سازمان یافته تربیت بدنی استان برای برگزاری مسابقات ورزشی در سطح ملی	۱۶۵	۰.۱۱۰	۳	۰.۳۳
۷- شهرک سرمایه گذاری خارجی تبریز	۱۴۱	۰.۰۹۶	۲	۰.۱۹۲
۸- وجود مجموعه‌های اقامتی مدرن در تبریز و فاصله ۶۰ کیلومتری تبریز و منطقه پیام	۱۵۴	۰.۱۰۳	۲	۰.۲۰۶
۹- امکان انجام عملیات بانکی و مالی برای گردشگران در شهر تبریز	۱۷۲	۰.۱۱۵	۱	۰.۱۱۵
۱۰- برنامه وزارت راه و ترابری برای ایجاد آزاد راه تبریز -بازرگان	۱۸۰	۰.۱۲۰	۱	۰.۱۲۰
جمع	۱۴۹۴	۱		۲.۳۸

جدول (۴) ضریب اولیه، ثانویه، رتبه و ضریب نهایی فرصت‌های محور تبریز-پیام

عامل	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
۱- پناهگاه حیات وحش کیامکی	۱۷۷	۰.۰۹۵	۳	۰.۲۸۵
۲- دسترسی به بازار بیش از پانصد میلیونی نفری اروپا	۱۹۲	۰.۱۰	۴	۰.۴
۳- مجتمع‌های چندهزار واحدی تجاری-	۱۸۷	۰.۱۰	۳	۰.۳

نمایشگاهی				
۴- وفور آب به لحاظ وجود رودخانه پر آب ارس،	۱۷۵	۰.۱۰۵	۳	۰.۳۱۵
۵- پایانه‌های مسافر بری و و حمل و نقل جلفا و نوردوز	۱۷۹	۰.۰۹۴	۲	۰.۱۸۸
۶- مجود جاذبه‌های تاریخی مئا قلعه‌ها، پل‌ها، کلیساها، زیارتگاه‌ها..	۱۸۰	۰.۰۹۶	۴	۰.۳۸۴
۷- وجود جاذبه‌های طبیعی اکوتوریستی و ژئو توریستی	۱۹۴	۰.۱۰۶	۴	۰.۴۲۴
۸- وجود صنایع دستی مثل قالی بافی، گلیم بافی، منبت کاری، حکاکی..	۱۴۵	۰.۰۹۹	۳	۰.۲۹۷
۹- وجود جشن‌ها، آیین‌ها و مراسمات	۱۶۵	۰.۰۹۹	۲	۰.۱۹۸
۱۰- وجود بازارهای تجاری با کالاهای ایرانی، روسی، ترکیه و چینی	۱۹۹	۰.۱۰۶	۴	۰.۴۲۴
جمع	۱۷۹۳	۱		۳.۲۱۵

جدول (۱) ضریب اولیه، ثانویه، رتبه و ضریب نهایی نقاط قوت محور گردشگری تبریز- جلفا

عامل	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
۱- وجود ترافیک به علت یک بانده بودن مسیر مرند - جلفا	۱۶۰	۰.۱۰۳	۲	۰.۲۰۶
۲- وجود بازرسی‌های بی‌مورد و غیر ضروری	۱۳۰	۰.۰۸۴	۱	۰.۰۸۴
۳- مجتمع‌های چند هزار واحدی تجاری- نمایشگاهی	۱۸۷	۰.۱۰	۳	۰.۳
۴- وفور آب به لحاظ وجود رودخانه پر آب ارس،	۱۷۵	۰.۱۰۵	۳	۰.۳۱۵
۵- پایانه‌های مسافر بری و و حمل و نقل جلفا و نوردوز	۱۷۹	۰.۰۹۴	۲	۰.۱۸۸
۶- مجود جاذبه‌های تاریخی مئا قلعه‌ها، پل‌ها، کلیساها، زیارتگاه‌ها..	۱۸۰	۰.۰۹۶	۴	۰.۳۸۴
۷- وجود جاذبه‌های طبیعی اکوتوریستی و ژئو توریستی	۱۹۴	۰.۱۰۶	۴	۰.۴۲۴
۸- وجود صنایع دستی مثل قالی بافی، گلیم بافی، منبت کاری، حکاکی..	۱۴۵	۰.۰۹۹	۳	۰.۲۹۷
۹- وجود جشن‌ها، آیین‌ها و مراسمات	۱۶۵	۰.۰۹۹	۲	۰.۱۹۸

۰.۴۲۴	۴	۰.۱۰۶	۱۹۹	۱۰- وجود بازارهای تجاری با کالاهای ایرانی، روسی، ترکیه و چینی
۳.۲۱۵		۱	۱۷۹۳	جمع

جدول (۲) ضریب اولیه، ثانویه، رتبه و ضریب نهایی نقاط ضعف محور گردشگری تبریز- جلفا

ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	ضریب اولیه	عامل
۰.۴۴۸	۴	۰.۱۱۲	۱۸۰	۱- وجود فرودگاه بین‌المللی تبریز و تسهیل ورود و خروج گردشگران داخلی و خارجی
۰.۳۳۶	۳	۰.۱۱۲	۱۸۰	۲- محور تبریز- پیام پل ارتباطی آسیا با اروپاست
۰.۱۲	۲	۰.۰۶	۹۵	۳- دارای اولین خط آهن برقی کشور (جلفا - تبریز)،
۰.۴۶۸	۴	۰.۱۱۷	۱۸۵	۴- پیوند جاده ای به کشورهای قفقاز، روسیه، ترکیه و اروپا
۰.۱۸۳	۳	۰.۰۶۱	۹۸	۵- سابقه بیش از ۱۰۰ ساله گمرکی و تجارت بین‌المللی
۰.۴۴۸	۴	۰.۱۱۲	۱۸۰	۶- ظرفیت بالای حمل و نقل، ترانزیت، تخلیه و بارگیری گمرک جلفا
۰.۱۷۶	۲	۰.۰۸۸	۱۴۱	۷- شهرک سرمایه‌گذاری خارجی تبریز
۰.۲۳	۲	۰.۱۱۵	۱۸۵	۸- غنای محور تبریز-جلفا از آثار باستانی، تاریخی و طبیعی و...
۰.۲۱۶	۲	۰.۱۰۸	۱۷۲	۹- امکان انجام عملیات بانکی و مالی برای گردشگران در شهر تبریز
۰.۳۴۵	۳	۰.۱۱۵	۱۸۵	۱۰- برنامه وزارت راه و ترابری برای ایجاد آزاد راه تبریز-بازرگان
۲.۹۷		۱	۱۶۰۱	جمع

جدول (۳) ضریب اولیه، ثانویه، رتبه و ضریب نهایی نقاط تهدید محور گردشگری تبریز - جلفا

عامل	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
۱- وجود فرودگاه بین‌المللی تبریز و تسهیل ورود و خروج گردشگران داخلی و خارجی	۱۸۰	۰.۱۱۲	۴	۰.۴۴۸
۲- محور تبریز - پیام پل ارتباطی آسیا با اروپاست	۱۸۰	۰.۱۱۲	۳	۰.۳۳۶
۳- دارای اولین خط آهن برقی کشور (جلفا - تبریز)،	۹۵	۰.۰۶	۲	۰.۱۲
۴- پیوند جاده‌ای به کشورهای قفقاز، روسیه، ترکیه و اروپا	۱۸۵	۰.۱۱۷	۴	۰.۴۶۸
۵- سابقه بیش از ۱۰۰ ساله گمرکی و تجارت بین‌المللی	۹۸	۰.۰۶۱	۳	۰.۱۸۳
۶- ظرفیت بالای حمل و نقل، ترانزیت، تخلیه و بارگیری گمرک جلفا	۱۸۰	۰.۱۱۲	۴	۰.۴۴۸
۷- شهرک سرمایه گذاری خارجی تبریز	۱۴۱	۰.۰۸۸	۲	۰.۱۷۶
۸- غنای محور تبریز - جلفا از آثار باستانی، تاریخی و طبیعی و ...	۱۸۵	۰.۱۱۵	۲	۰.۲۳
۹- امکان انجام عملیات بانکی و مالی برای گردشگران در شهر تبریز	۱۷۲	۰.۱۰۸	۲	۰.۲۱۶
۱۰- برنامه وزارت راه و ترابری برای ایجاد آزاد راه تبریز - بازرگان	۱۸۵	۰.۱۱۵	۳	۰.۳۴۵
جمع	۱۶۰۱	۱		۲.۹۷

جدول (۴) ضریب اولیه، ثانویه، رتبه و ضریب نهایی فرصت‌های محور گردشگری تبریز - جلفا

عامل	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	ضریب نهایی
۱- شکل‌گیری مجتمع گردشگری باری ارومیه با ظرفیت جذب ۴۰۰ هزار نفر گردشگر	۱۸۵	۰.۱۱۷	۳	۰.۳۵۱
۲- وجود منطقه گردشگری پیام	۱۹۰	۰.۱۲	۴	۰.۰۴۸
۳- ضعف زیر ساخت‌های شهر مرند به عنوان مهمترین کانون حمایتی منطقه پیام	۱۶۴	۰.۱۰۴	۳	۰.۳۱۲
۴- تحریم اقتصادی و عدم امکان خرید مواد اولیه مراکز فعالیتی و فروش محصولات	۱۷۵	۰.۱۱	۱	۰.۱۱

۰.۱۸۲	۲	۰.۰۹۱	۱۴۵	۵- مشارکت پایین بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری برای ایجاد زیرساختها و تاسیسات اقامتی منطقه
۰.۱۷۶	۲	۰.۰۸۸	۱۴۰	۶- عدم وجود نیروی انسانی کار آمد و مجرب در صنعت گردشگری
۰.۱۷۶	۱	۰.۰۸۸	۱۴۰	۷- وقوع مشکلات زیست محیطی در ژئو پارک جلفا
۰.۱۶۴	۲	۰.۰۸۲	۱۳۰	۸- پدیده مهاجرت جوانان متخصص در زمینه های مختلف و عدم انجام خلاقانه در برگزاری مراسم فرهنگی و آداب و رسوم منطقه
۰.۲۷۳	۳	۰.۰۹۱	۱۴۵	۹- تمرکز سرمایه گذاری در شهر تبریز به علت وجود زیرساختها و امکانات
۰.۳۲۷	۳	۰.۱۰۹	۱۷۰	۱۰- ضعف قانونی در زمینه امنیت سرمایه گذاری در صنعت گردشگری
۲.۱۱۹		۱	۱۶۴۰	جمع

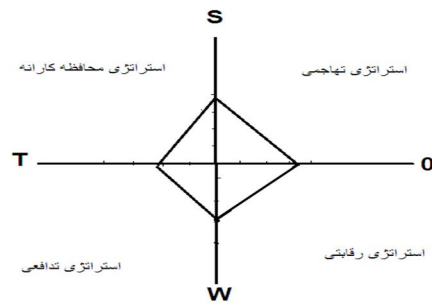
یافته های پژوهش

(تحلیل نقاط قوت، ضعف، تهدید، فرصت های هر دو محور با مدل Swot)

در مدل سوات طبق جداول فوق (۱،۲،۳،۴) در هر دو محور (بعد از به دست آوردن ضریب اولیه و ثانویه برای هر دو محور) به هر کدام از گزینه ها رتبه اختصاص داده می شود. تعیین رتبه برای مشخص کردن اثر بخشی راهبردهای کنونی در نشان دادن واکنش نسبت به عوامل می باشد. رتبه ها از ۱ تا ۴ می باشند. رتبه ۴ نشان از واکنش خیلی سریع است و به سمت عدد ۱ از شدت واکنش و اثر بخشی کاسته می شود. بعد از تعیین رتبه ضریب نهایی مشخص می شود. ضریب نهایی از حاصلضرب رتبه در ضریب ثانویه به دست می آید. هر چه قدر عدد نمره نهایی به ۴ نزدیکتر باشد، بدین معنی است که استراتژی های تعیین شده بسیار عالی بوده است. در حالی که اگر به یک نزدیکتر باشد به معنی ضعیف بودن استراتژی های تعیین شده است.

حال مدل سوات برای هر دو محور محاسبه می شود. در زیر ماتریس استراتژی محور تبریز - پیام بر اساس مجموع ضریب نهایی نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت این محور ترسیم شده است تا راهبرد نهایی این محور تعیین گردد.

نقاط قوت=۳.۰۱ نقاط ضعف=۲.۷۹ تهدیدها=۲.۴۳ فرصت ها=۲.۳۸



ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک

مرحله بعدی تعیین راهبرد متناسب با محور تبریز- پیام با توجه به ماتریس ترسیمی این محور، از بین ۴ راهبرد اساسی است. این راهبردها عبارتند از:

۱- استراتژی حداکثر-حداکثر (SO) عوامل نقاط قوت در کنار فرصت‌ها قرار می‌گیرد و راهبرد متناسب با آن تعیین می‌گردد. (راهبرد تهاجمی)

۲- استراتژی حداکثر-حداقل (WO) از ترکیب فرصت‌ها و نقاط ضعف این استراتژی حاصل می‌شود و با بهره جستن از فرصت‌ها نقاط ضعف را کاهش داده یا از بین می‌بریم. (راهبرد تدافعی)

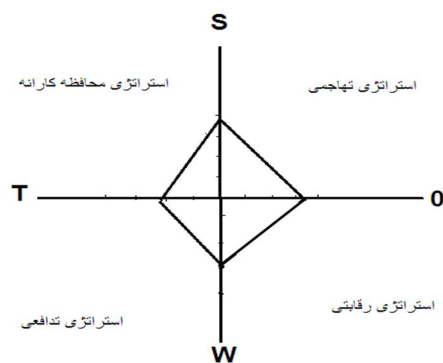
۳- استراتژی حداقل-حداکثر (ST) این استراتژی ترکیبی از نقاط قوت و تهدیدها می‌باشد. با استفاده از نقاط قوت از تهدیدهای پیشرو جلوگیری می‌کنیم. (راهبرد رقابتی)

۴- استراتژی حداقل-حداقل (WT) ترکیبی از نقاط ضعف و تهدیدهاست. هدف از این راهبرد کاهش نقاط ضعف و دوری از هر گونه تهدید می‌باشد. (راهبرد محافظه کارانه)

طبق نتایج ماتریس و کشش ماتریس به طرف نقاط قوت و فرصت‌های محور تبریز- پیام، راهبرد محور تبریز- پیام به راهبرد تهاجمی یا استراتژی حداکثر-حداکثر (SO) نزدیک است. برای توسعه گردشگری محور تبریز- پیام باید از نقاط قوت و فرصت‌های موجود در محور برای کاهش نقاط ضعف و تهدیدها استفاده شود.

ماتریس مذکور برای محور تبریز- جلفا مانند محور تبریز- پیام بر اساس مجموع ضریب نهایی نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت‌های محور ترسیم شده است.

نقاط قوت = ۳.۲۱ نقاط ضعف = ۲.۹۳ تهدیدها = ۲.۱۱ فرصت‌ها = ۲.۹۷



ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک

ماتریس محور تبریز- جلفا نشان دهنده این است که محور مذکور به سمت نقاط قوت و فرصت‌های این ماتریس کشش دارد و راهبرد تهاجمی یا استراتژی حداکثر-حداکثر (SO)، راهبرد نهایی برای محور تبریز- جلفا است؛ یعنی باید از نقاط قوت و فرصت موجود در محور برای کاهش نقاط ضعف و تهدید، نهایت استفاده صورت بگیرد.

نتیجه‌گیری

اولویت‌بندی راهبردهای برنامه‌ریزی گردشگری محور تبریز-پیام و محور تبریز-جلفا از طریق تجزیه و تحلیل عوامل خارجی و عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری این محورها، با استفاده از ماتریس Swot و مدل برنامه‌ریزی راهبردی کمی تعیین و مشخص گردید. با توجه به ویژگی‌های گردشگری حاکم بر هر دو محور، راهبرد تهاجمی، راهبرد پیشنهادی این پژوهش برای هر دو محور است که در این استراتژی (حداکثر - حداکثر) باید از نقاط قوت و فرصت هر دو محور برای توسعه گردشگری و کاهش نقاط ضعف و تهدیدها استفاده گردد. لذا برای هر محور راهبردهای حداکثر- حداکثر به صورت زیر پیشنهاد می‌شود.

راهبرد تهاجمی یا حداکثر - حداکثر (نقاط قوت و فرصت‌ها) محور تبریز-پیام

در این بخش باید با استفاده از نقاط قوت موجود، از فرصت‌ها بهره‌برداری لازم را انجام داد.
- با توجه به آب و هوای مطبوع منطقه، کتابچه‌ای برای آشنایی گردشگران داخلی و خارجی با منطقه پیام در فرودگاه بین‌المللی تبریز ارائه شود.

- ایجاد مجتمع‌های عرضه مستقیم فراورده‌های شیلاتی و لبنی و دامی در منطقه پیام، با توجه به رونق پرورش آبزیان و دام در شهرستان مرند. ایجاد مراکز تکثیر مجموعه‌های گیاهی و جانوری در حال انقراض در پناهگاه حیات وحش کیامکی؛ زیرا که گردشگری باید خود بخشی از محیط‌های طبیعی و فرهنگی و انسانی باشد تا تعادل بین آنها را حفظ کند (Altinay and Husain, 2005).

- استفاده از خط آهن برقی تبریز-جلفا برای دسترسی به زیرساخت‌ها شهر جلفا و منابع آبی غنی رودخانه ارس

- ایجاد ایستگاه تاکسی و مینی بوس و اتوبوس برای جابه‌جایی مسافران به منطقه پیام از طریق بزرگراه تبریز - مرند

- استفاده از بزرگراه تبریز - مرند برای انجام عملیات بانکی و مالی گردشگران

- استفاده از پارکینگ پیام برای ارائه پارکینگ به مسافران و وسیله نقلیه عمومی

- ایجاد مراکز تفریحی روباز و رو پوشیده با توجه به شرایط اقلیمی منطقه (دوره یخبندان طولانی)

- استفاده از مجموعه‌های اقامتی مدرن در تبریز (با توجه فاصله ۶۰ کیلومتری تبریز و منطقه پیام) برای جبران ضعف امکانات اقامتی و پذیرایی در داخل و مجاورت منطقه پیام

- در نظر گرفتن پارک موزه برای معرفی ویژگی‌های فرهنگی و مردم شناسی منطقه برای جبران فقدان NGOها جهت معرفی سنن، توانها، قابلیت‌های فرهنگی و آداب بومی منطقه

- برنامه وزارت راه و ترابری برای ایجاد آزاد راه تبریز - بازرگان برای جبران ضعف سیستم جابه‌جایی مسافر به منطقه پیام

- استفاده از گونه‌های گیاهی متناسب با منطقه و جلوگیری از تخریب پوشش گیاهی ارزشمند منطقه

- مجاورت با منطقه آزاد ارس و گسترش زیرساخت‌ها در منطقه ارس و دسترسی آسان به این منطقه و جبران ضعف زیر ساخت‌ها جاذبه‌های گردشگری و تفریحی در منطقه پیام

- رفع ضعف و موانع قانونی و ایجاد امنیت در سرمایه‌گذاری صنعت گردشگری در محور تبریز- پیام

- تدوین برنامه مشخص برای اداره و مدیریت جاذبه‌های گردشگری محور در وضع موجود

- ایجاد و توسعه زیر ساخت‌های شهر مرند به عنوان مهمترین کانون حمایتی محور تبریز- پیام با توجه به بعد فاصله

راهبرد تهاجمی یا حداکثر - حداکثر (نقاط قوت و فرصت‌ها) محور تبریز - جلفا

- ایجاد محلی دائمی برای اطلاع رسانی و راهنمایی توریست‌ها و معرفی جاذبه‌های گردشگری و چشم اندازهای مختلف منطقه در رسانه جمعی مانند صدا و سیما و روزنامه و ..
- استفاده از اهمیت اکولوژیکی، اهمیت شیلاتی، اهمیت اقتصادی و گردشگری رودخانه ارس برای توسعه شهرستان و استان آذربایجان شرقی
- تربیت نیروی انسانی کار آمد و مجرب در صنعت گردشگری و ایجاد مدرسه هتلداری در استان آذربایجان شرقی
- ایجاد تعادل اکولوژیک در گردشگری شهرستان
- برگزاری مسابقات، همایش‌ها، جشنواره‌ها، کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌های متنوع محلی و ملی و حتی بین‌المللی مانند ماهیگیری، کوهنوردی، صخره نوردی، موسیقی، تئاتر، صنایع دستی عشایری، ورزشی و ..
- ترویج و گسترش فرهنگ گردشگری در منطقه با برنامه‌ریزی مناسب کوتاه و بلند مدت
- افزایش امنیت راههای ارتباطی و مواصلاتی
- ایجاد مراکز خدمات خودروئی و تعمیرگاهی شبانه روزی
- احداث فرودگاه در منطقه که مطالعات اولیه آن انجام گرفته است.
- ایجاد سیل بند در محل‌های طغیان رودخانه به شهرهای منطقه از جمله جلفا و سیه رود و ..
- بهره‌برداری از آب‌های معدنی و آبگرم موجود منطقه در جهت توریسم درمانی و گردشگری و سرمایه‌گذاری لازم در این امر - استفاده بهینه از اعتبارات و مزایای مرزی و پتانسیل‌های موجود
- مرمت و بازسازی آثار تاریخی کلیساها، قلعه‌ها، کارونسراها، حمام‌ها و... و حفظ و نگهداری آنها
- ایجاد کمپ‌های گردشگری در منطقه و تکمیل و توسعه کمپ‌های موجود
- تدوین طرح جامع گردشگری شهرستان جلفا و یا منطقه آزاد ارس
- ایجاد تأسیسات زیر بنایی و خدمات عمومی با توجه به نیاز منطقه مانند هتل، مراکز درمانی، جایگاه‌های عرضه سوخت، نانویی، پذیرایی، راه، پارکینگ، مراکز تجاری، سرویس‌های بهداشتی.
- دو بانده نمودن محورهای مواصلاتی به منطقه حداقل تا مرکز استان‌های همجوار و مرکز استان
- ایجاد امکانات و تسهیلات لازم جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در بخش گردشگری محور تهیه و تدوین طرح جامع گردشگری منطقه آزاد ارس

- استفاده بهینه و حداکثری از پتانسیل‌های دریاچه و رود ارس در زمینه‌های مختلف گردشگری مانند ماهیگیری، قایق سواری، شیلات و خاویار
- ارائه خدمات اینترنتی پیشرفته مانند خدمات بانکی و خرید
- احداث تله کابین با توجه به ویژگی‌ها و جاذبه‌های منحصر به فرد محور مخصوصاً سواحل با ارزش رود ارس
- ایجاد موزه‌های متناسب با گردشگری محور مانند موزه مردم شناسی، عشایری و ...
- استفاده از پتانسیل رود خانه ارس در توسعه پارک‌های مصنوعی با آبناها، حوضچه‌های متصل، آبشارها، برکه‌ها و ...
- معرفی محور تبریز - جلفا توسط رسانه‌های جمعی و تبلیغات
- بهره‌برداری از توان تشکیلاتی، قوانین و مقررات، با هدف کاهش مخاطرات و آلودگی‌های اکولوژیک و زیست محیطی در محور
- کاشت درختان همیشه سبز متناسب با اقلیم منطقه در حاشیه ورودی‌های محور جهت افزایش فضای سبز، زیبایی، تلطیف هوا، غبار گیری، کاهش صدا
- ارتقاء کمیت فضاهای شهری با نوسازی و بهسازی بافت‌های شهری
- توسعه اکوتوریسم به عنوان یکی از شکل‌های مهم گردشگری به دلیل وجود جاذبه‌های طبیعی و استثنایی مانند جنگل‌های ارسباران، سواحل با ارزش رود ارس، گونه‌های با ارزش گیاهی و جانوری .

منابع

- ۱- احمدی، ر.، راعی، و. ۱۳۸۵. جلفا از دیرباز تاکنون، چاپ اول، نشر اختر، ۱۳۹۸ صفحه
- ۲- حیدری، ر. ۱۳۸۷. مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری، چاپ اول، انتشارات سمت، ۲۶۹ صفحه
- ۳- سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان آذربایجان شرقی. ۱۳۸۳. سیمای شهرستان جلفا
- ۴- _____ ۱۳۸۴. طرح پایه آمایش استان
- ۵- _____ ۱۳۸۵. طرح توسعه شهرستان مرند،
- ۶- سایت استانداری آذربایجان شرقی
- ۷- سنایی، و. ۱۳۷۴. توسعه پایدار و گردشگری، مجله اطلاعات سیاسی و اقتصادی، شماره ۵: ۹۶-۹۵
- ۸- حسین زاده دلیر، ک. ۱۳۸۲. جستاری پیرامون ارزیابی صنعت توریسم در ایران: مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز، سال نهم، شماره ۱۳: ۹۴-۵۹
- ۹- کارگر، ا. ۱۳۸۹. توسعه و توانمند سازی صنعت توریسم و گردشگری در منطقه آزاد ارس و مناطق تحت تاثیر، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرند، ۲۲۸ صفحه
- ۱۰- کارگر، ب. ۱۳۸۶. توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران، سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، دانشگاه تهران،
- ۱۱- کرمی، ک. ۱۳۹۰. بررسی و ارزیابی توانمندیهای گردشگری شهرستان جلفا، پایاننامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرند، ۱۸۰ صفحه
- ۱۲- محلاتی، ص. ۱۳۸۰. درآمدی بر جهانگردی، چاپ اول، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران
- 13-Altinay M., Hussain K.2005. Sustainable Tourism Development: A Case Study of North Cyprus, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 17(3): 272 – 280
- 14-Rita, P.2000. Tourism in the European Union, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 436p
- 15-Eccles G, Costa J, 1996, Perspectives on tourism development, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 8(7): 44-51
- 16-Font, X, Ahjem, T. 1999. Searching for a Balance in Tourism Development Strategies, international journal of contemporary hospitality management, 11(2/3): 73-77.
- 17-www.geographybank.blogfa.com
- 18-(www.iaut.ac.irltabriz.aspx)
- 19-www.wikipedia.org-