



جغرافیا و روابط انسانی، بهار ۱۴۰۲، دوره ۵، شماره ۴، صص ۶۰۷-۵۹۱

## تدوین استراتژی های توسعه گردشگری شهرستان سردشت با رویکرد آمایش سرزمین

محمود هوشیار\*<sup>۱</sup>، مصطفی آذرخش<sup>۲</sup>

۱- استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، [hooshyar@pnu.ac.ir](mailto:hooshyar@pnu.ac.ir)

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه پیام نور مرکز مهاباد

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۰۲

### چکیده

امروزه فعالیت های گردشگری به عنوان بخش چهارم فعالیت های انسان پس از کشاورزی، صنعت و خدمات محسوب میگردد به طوری که از آن به عنوان "صادرات نامرئی" نام برده شده است. گردشگری فعالیتی ارزآور و متعادل کننده است که موجب توسعه اقتصادی و اجتماعی در سطح منطقه شده و توزیع عادلانه درآمد و همچنین اشتغالزایی را به همراه دارد. در این راستا پژوهش حاضر از سری پژوهش های کاربردی محسوب می گردد که نتایج آن می تواند کمک زیادی به تصمیم گیری های مدیریتی و اقتصادی نماید لذا بر اساس همین هدف قطب گردشگری شهرستان سردشت به عنوان یکی از قطب های گردشگری استان آذربایجان غربی که دارای مناطق نمونه گردشگری می باشد انتخاب گردیده است. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی می باشد. جامعه آماری شامل متخصصین و صاحب نظران در زمینه برنامه ریزی و توسعه گردشگری بودند که براساس روش نمونه گیری هدفمند ۴۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردیدند. ابزار اندازه گیری پژوهش شامل پرسشنامه ای دیگر جهت شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در نتیجه ارائه راهبردها طراحی شد. روایی محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظر صاحب نظران تأیید گردید همچنین از روش آلفای کرونباخ تأییدی برای پایای سازه ابزارهای پژوهش استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده از روش SWOT و QSPM استفاده گردید. که نتایج تحلیل با استفاده از الگوی تحلیلی SWOT یافته های پژوهش حاکی از آن است که توان بالای مناطق نمونه گردشگری شهرستان سردشت و واقع شدن این مناطق در کنار جاذبه های بکر می تواند به عنوان یک نیروی محرک اقتصادی و توسعه پایدار با تکیه بر آمایش سرزمین در منطقه باشند و در راستای برنامه ریزی بهتر برای این بخش جهت تحقق استراتژی های مطرح شده باید اقدامات مختلفی از قبیل توسعه و تجهیز زیرساخت های ارتباطی (حمل نقل، اینترنت، مخابرات، و...)، افزایش فرهنگ عمومی مردم برای استقبال از گردشگران، ارائه خدمات مناسب (خدمات رفاهی، بهداشتی، ایجاد رستوران و مجتمع های گردشگری)، حمایت دولت از ساکنین روستاها جهت توسعه گردشگری و ایجاد خانه های گردشگر پسند و در راستای آموزش و توانمندسازی باید به اقداماتی از قبیل زمینه سازی برای ورود پارک علم و فناوری و دانشگاهها پرداخت شود

کلیدواژه: راهبرد، توسعه، گردشگری، آمایش سرزمین سردشت

## ۱-۱ بیان مسأله

توسعه تنها یک پدیده اقتصادی نیست، بلکه فرایندی چندبعدی است که شامل سازمان‌دهی مجدد و جهت‌دهی اصولاً توسعه اقتصادی در هر کشوری نیازمند سرمایه‌گذاری در بخش‌ها و فعالیت‌های مختلف اقتصادی آن کشور است (شاگری، سلیمی، ۱۳۹۵: ۱۸). سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری و استفاده از توان‌های بالقوه منطقه‌ای به منظور جذب گردشگر، یکی از راه‌های مناسب، بدین منظور است. به عقیده سازمان جهانی گردشگری و انجمن جهانگردی و گردشگری در حال حاضر گردشگری در جهان بزرگترین صنعت محسوب می‌شود (Quattrone, 2012: 3). توسعه صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه‌اند، اهمیت فراوانی دارد (کاظمی، ۱۳۹۷: ۲۵).

توریسم<sup>۱</sup> یکی از بزرگترین محرکه‌های اقتصادی قرن حاضر به شمار می‌رود و به عنوان یک ابزار اقتصادی مطرح می‌باشد (Doswill, 2015: 112) به واقع در کشورهای جهان از گردشگری به عنوان کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه اجتماعی نواحی یاد شده است (Sharply, 2012, p. 233). تاجای که سازمان جهانی گردشگری در بیانیه مانیل، گردشگری را نیاز اساسی در هزاره سوم معرفی کرده است (حاجی نژاد و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۳). و پیش‌بینی می‌کند که در سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران به ۱/۵ میلیارد نفر برسد (Shaw & Williams, 2014, P.105). که این مقدار بیش از ۱۰ درصد از درآمد ناخالص داخلی<sup>۲</sup> کشورها در سطح جهان را شامل می‌شود (Doswill, 2015, p.77). امروزه از گردشگری به عنوان گدازه توسعه یاد می‌شود (Swarbrook, 1998). که با ماهیتی چند بعدی، علاوه بر تامین نیاز گردشگران، باعث تغییرات عمده‌ای در سیستم جامعه میزبان می‌گردد (Dwyer et al., 2019, P.67). گردشگری شهری به عنوان یکی از زیربخش‌های مهم فعالیت گردشگری به میزان زیادی مورد توجه قرار گرفته و در فرآیند جهانی شدن اهمیت روزافزونی یافته است (رحمانی و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۶). به طور کلی گردشگری از دو جنبه اهمیت دارد اول آن‌که درآمد حاصل از گردشگری بسیار درآمد بالایی است و همین‌طور اشتغال‌زایی که به ازای ورود یک توریست به یک منطقه ۵ فرصت شغلی ایجاد خواهد شد (کرمی، رقیه؛ قرایی، احمد؛ ۱۳۹۱).

به واقع فارغ از کم و کیف منابع و داشته‌های یک منطقه گردشگری، به کارگیری آن منابع با توجه به محدودیت‌های مختلف اعم از زمان، طبیعت، نیروی انسانی و یا سرمایه، همیشه و در همه حال امکان‌پذیر نخواهد بود. بر این اساس قبل از هرگونه اقدام و تصمیم، برنامه ریزی مهمترین گام بشمار می‌رود (Hall, 2011: 26). چرا که اصولاً برنامه ریزی توریسم در کلیه سطوح برای دستیابی به توسعه و مدیریت موفق آن امری اساسی است (سازمان جهانی گردشگری، ۱۳۷۹: ۱۳). مطالعات مختلفی مرتبط با گردشگری در سطح جهانی انجام شده است. آنچه که می‌توان استنباط کرد، این است که گردشگری بسیار پیچیده است و در عین حال ماهیتی بین‌رشته‌ای دارد و صاحب‌نظران، بسته به دیدگاه و تخصص‌شان، هرکدام یا چند بعد خاص از این مقوله را مورد مطالعه و بررسی قرار داده‌اند. و در واقع نمی‌توان در مطالعه‌ای واحد

<sup>1</sup>tourism

<sup>2</sup>Gross Domestic Income

تمامی جنبه های این موضوع را بررسی کرد (مراذنادی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۱). در این بین توسعه گردشگری با رویکرد آمایش سرزمین به منظور توسعه همه جانبه از اهمیت ویژه ای برخوردار است. از نظر ساختار فضای شهرستان های مرزی علاوه بر ویژگی های دوری از مرکز، دارای ویژگی های کالبدی خاص مناطق مرزی می باشند که در مجموع باعث تشدید گسستگی فضای و در نتیجه توسعه نیافتگی آن ها می شوند و در نتیجه هرگونه ساختار فضای در سطوح و در مقیاس های مختلف به ویژه در ارتباط بین فضا های مرزی و دیگر نواحی، مستلزم برخورداری از پدیده ای به نام کل نگری و آمایش سرزمین است بنابراین کشورهای مختلف بنا به حساسیت و دغدغه های که در زمینه توسعه گردشگری خود دارند به بحث آمایش جهت توسعه گردشگری توجه ویژه ای دارند (عزتی و دوستان، ۱۳۹۰: ۳).

شهرستان سردشت با دارا بودن جاذبه های متعدد و متنوع و نزدیکی به دیگر مناطق گردشگر پذیر استان آذربایجان غربی و غرب کشور، و نیز وجود فرهنگ مناسب گردشگر پذیری در بین مردم محلی، از جمله مناطقی است که می تواند پایگاه و قطب مهمی در توسعه فعالیت های گردشگری در سطح کشور به شمار آید. رسیدن به این مهم مستلزم ساماندهی و برنامه ریزی مناسب و بکارگیری راهبردهایی است که ضمن بهبود توان و ظرفیت بخش گردشگری منطقه، با رویکرد آمایش سرزمین بتواند منابع جدید درآمدی و اشتغال را برای ساکنان فراهم آورد و ضمن متنوع سازی اقتصاد، آسیب پذیری اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی منطقه را تا حد زیادی کاهش دهد و با رونق بخشیدن به بخش های مرتبط با فعالیت های گردشگری، تسهیل گر روند توسعه متوازن و همه جانبه در سطح منطقه گردد. بر این اساس این پژوهش با هدف واکاوی موانع بازدارنده توسعه گردشگری در شهر سردشت و تدوین راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری شهرستان سردشت انجام خواهد شد و درصدد دستیابی به پاسخی مناسب برای این پرسش است که وضعیت فضای گردشگری در منطقه مورد مطالعه چگونه است و چه عناصر و یا اجزایی در توسعه گردشگری این بخش تاثیر گذارند

## ۱-۲ مبانی نظری و پیشینه تحقیق

گردشگری به طور کلی به علت خصلت بین رشته ای خود قابلیت نگرش های متفاوت را دارا می باشد، که خود سبب ارائه تعاریف بسیاری از آن گردیده است. در تعاریف اولیه بیشتر بر بعد فاصله تأکید گردیده و گردشگران بر مبنای فاصله ای که از محل مسکونی داشتند، طبقه بندی می شدند. به گونه ای که کمیسیون ملی گردشگری آمریکا (۱۹۷۳) در تعریف گردشگری داخلی فاصله پنجاه مایل را در نظر گرفته که دربر گیرنده تمامی سفرها به جز سفر برای کار می شد (Lumsdom, L, 1997, 5). در بعد جغرافیایی گردشگری زمانی از فعالیت گذران اوقات فراغت یا تفریح، که مستلزم غیبت شبانه از مکان مسکونی عادی است تعریف می شود (Richard, 2000, 280). از بعد اجتماعی نیز تعریف گردشگری، فصل مشترک بین زندگی عادی ساکنان بومی و زندگی غیرعادی گردشگران را دربر می گیرد (Hall, 2011, 552).

تعریف سازمان جهانی گردشگری (WOT) نیز از گردشگری چیزی فراتر از گذراندن تعطیلات است. بر اساس این تعریف گردشگری شامل کلیه ی فعالیت هایی است که گردشگران انجام میدهند و کسانی هستند که به قصد گذراندن اوقات فراغت، کسب و کار و اهدافی دیگر مدتی (کمتر از یکسال) را در سفر و اقامت خارج از محل اقامت خود می گذرانند (رنجبریان، زاهدی، ۱۳۹۰: ۶۳).

دیدگاه های موجود در زمینه گردشگری

در زمینه گردشگری توریسم، رویکرد و تحلیل های فراوانی وجود دارد. چند دیدگاه غالب عبارتند از:

#### ۱-۲-۱ دیدگاه حمایتی مثبت

در این دیدگاه، گردشگری و جهانگردی به مثابه یک صنعت مولد که یاری دهنده اقتصاد و توسعه کشورهاست، در نظر گرفته می شود. در دورانی که برای اغلب کشورها مسایل اقتصادی دارای اهمیت است و گردشگری عاملی در جذب منابع خارجی و افزایش قدرت ارزی به شمار می آید، این دیدگاه طرفداران بسیاری دارد. در این نگرش، جنبه های اقتصادی گردشگری بسیار با اهمیت تلقی می شوند. دیدگاه حمایتی به توسعه هرچه بیشتر تاسیسات و امکانات جلب جهانگرد و گردشگر اهمیت می دهد و از این جهت می کوشد مشکلات اقتصادی جامعه را به حداقل برساند. در این دیدگاه دولت نباید در امور اجرایی توسعه جهانگردی دخالت کند، بلکه نقش آن تصویب و اتخاذ سیاست ها و قوانین است که از توسعه گردشگری حمایت می کند. این دیدگاه در دهه ۶۰ میلادی در غرب طرفداران بسیاری داشت (الوانی و پیروزیخت، ۱۳۹۵: ۸)..

#### ۱-۲-۲ دیدگاه گسست (منفی)

در مقابل نظریه پردازانی که گردشگری را امری کاملاً مثبت می دانند، عده ای بیشتر بر آثار منفی گردشگری تکیه می کنند. در دیدگاه گردشگری به فرهنگ زدای، تنزیل ارزش ها، کالایی شدن فرهنگ و افزایش میزان ناهنجاری ها و جرایم می انجامد. طرفداران این دیدگاه عقیده دارند که طرح ها و برنامه های گردشگری، همه داشته های فرهنگی جامعه را در خدمت پول و درآمد ارضی قرار می دهد و این درآمد به بهای گزافی به دست می آید. از این روست که در قبال ایده ها و برنامه های توریسم و جهانگردی مقاومت و عکس العمل منفی نشان می دهند (محسنی، ۱۳۹۸: ۶)..

#### ۱-۲-۳ دیدگاه نظارتی

برپایه این دیدگاه توسعه گردشگری اگر همراه با نظارت های دولت نباشد، با مبانی توسعه پایدار و حفظ منابع طبیعی، تاریخی، فرهنگی و انسانی کشورها مغایرت خواهد داشت. در برخی از کشورها، توسعه ناپایدار گردشگری به منظور مقاصد اقتصادی زود بازده منجر به تخریب منابع طبیعی، نزول ارزش های اضافی شده بود. این مشکلات ایجاب میکرد که دولت ها برای حفظ منافع دراز مدت کشورهایشان و پاسداری از منافع آنها برای نسل های آتی و جلوگیری از سقوط اخلاقیات در جامعه بر صنعت گردشگری نظارت کنند (الوانی و پیروزیخت، ۱۳۹۵: ۸۰).

## ۱-۲-۴ دیدگاه سازگاری

این دیدگاه در دهه ۸۰ مطرح شد. بر اساس این نظریه، دولت‌ها می‌کوشند تا با اتخاذ سیاست‌های مناسب گردشگری برای کشور خود، نوعی سازگاری و تطبیق میان مصالح جمعی و توسعه گردشگری اتخاذ می‌کنند و به جای محدود ساختن گردشگری، توسعه آن را با مصالح و منافع کشور هماهنگ سازند. این دیدگاه بر توسعه پایدار گردشگری تاکید می‌ورزید (محسنی، ۱۳۹۸: ۶).

## ۱-۲-۵ دیدگاه دانش مدار

این دیدگاه از دهه ۸۰ به بعد مطرح شد. رویکردهای علمی بر گردشگری، جایگزین دیدگاه‌های صرفاً سیاسی و اقتصادی شد. در این دیدگاه، تصمیم‌های سیاسی در باره توسعه گردشگری، بر مبنای تحقیقات و پژوهش‌های علمی اتخاذ و خط‌مشی‌های منطقی، با توجه به ارزیابی علمی نتایج توسعه گردشگری، طراحی شدند. در دیدگاه دانش مدار، تاسیس دانشکده‌ها و پژوهشکده‌های گردشگری و توسعه تحقیقات گردشگری مورد تایید بسیار قرار گرفت. بر اساس همین دیدگاه بود که رشته جهانگردی به مثابه یک رشته مستقل علمی در جهان مطرح شد (محسنی، ۱۳۹۸: ۶).

## ۱-۲-۶ برنامه ریزی گردشگری پایدار: اجزای یک مدل یکپارچه

بحث پایداری در گردشگری نسبتاً جدید است، اگرچه سازمان تجارت جهانی (۲۰۰۰) از سال ۱۹۹۹، که در آن تعریف توسعه پایدار گردشگری مطرح شد و عواملی که در آن پذیرفته شدند، مانند: پاسخگویی به نیازهای گردشگران، و در همان زمان حفاظت از مناطق و افزایش شانس پایداری برای آینده و غیره، پروژه‌ای که در آن تمام منابع بر اساس این واقعیت که آن‌ها دارای محدودیت سازگاری اقتصادی-اجتماعی هستند و احترام به زیبایی آن‌ها همراه با حفظ یکپارچگی فرهنگی و فرآیندهای زیست‌محیطی، تنوع زیستی و سیستم‌هایی که حیات را مدیریت کند امری ضروری است. سازمان تجارت جهانی (WTO 2007) این‌طور استدلال می‌کند که دستورالعمل‌ها برای گردشگری پایدار و شیوه‌های مدیریت پایدار در تمام اشکال گردشگری و برای تمام انواع مقاصد، از جمله گردشگری انبوه و بخش‌های مختلف گردشگری اعمال می‌شود. ابعاد زیست‌محیطی، اقتصادی و فرهنگی گردشگری از اصول پایداری آن هستند که عدم وجود یک تعادل مناسب بین این سه بعد نمی‌تواند پایداری درازمدت خود را تضمین کند. بنابراین یک مدل برنامه‌ریزی از گردشگری شامل یک رویکرد جامع است که دارای ابعاد سرمایه طبیعی، سرمایه اقتصادی و سرمایه اجتماعی و انسانی می‌باشد. این رویکرد در آغاز به شکل «یک مثلث ۳» (۱۹۹۹) مطرح می‌شود (Sanchez and Pulido, 2008) که در این مفهوم گردشگری پایدار بر اساس سه محور: اقتصاد، حفاظت از محیط‌زیست و عدالت اجتماعی خودنمایی می‌کند. در این مدل از گردشگری پایدار ایجاد سه بعد برنامه‌ریزی: اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی پیشنهاد شده است. اگرچه در ادبیات مشترک، این سه بعد اغلب به شیوه‌های مستقل و ناهماهنگ مطرح شده‌اند، ولی لازم است برای متحد کردن ابعاد مختلف در جهت رسیدن به برنامه‌ریزی پایدار در هر دو بعد زیست‌محیطی و اجتماعی و اقتصادی که به نوبه خود پیشنهاد یک مدل جدید است که

می‌تواند در مدیریت توریست مفید باشد. بر اساس این سه بعد یک مدل برنامه‌ریزی پایدار، باید پایداری اقتصادی، حفظ محیط‌زیست و عدالت اجتماعی را افزایش دهد. یا به عبارت دیگر، مدلی است که برای رسیدن به رشد اقتصادی و بهره‌وری، در نتیجه حصول اطمینان از کار آبی و عدالت اجتماعی با حل نیازهای اساسی جمعیت بر اساس سیستم‌های زیست‌محیطی پایدار و مداوم عمل می‌کند. (Kaynak and Marandu, 2006). برنامه‌ریزی گردشگری بعد زیست‌محیطی را ارتقا می‌دهند و استفاده بهینه از منابع زیست‌محیطی، که یک عنصر کلیدی در توسعه صنعت گردشگری است، با حفظ فرآیندهای زیست‌محیطی ضروری است و به حفظ منابع طبیعی و تنوع زیستی کمک می‌کند. بعد اجتماعی نیز برنامه‌ریزی گردشگری را افزایش می‌دهد و احترام به اصالت فرهنگی جوامع میزبان، حفظ دارایی‌های معماری و فرهنگی و ارزش‌های سنتی و کمک به درک بین فرهنگ‌های مختلف و افزایش تحمل اجتماعات از طریق مشارکت را در برداشته و به دنبال بهبود در کیفیت زندگی انسان است. بعد اقتصادی به دنبال برنامه‌ریزی بلندمدت در جهت پایداری فعالیت‌های اقتصادی و ارائه گزارش به همه ذینفعان، با مزایای اجتماعی و اقتصادی پایدار در میان کسانی است که فرصت‌های شغلی مساوی را بر اساس بازار رقابتی کسب نموده‌اند (Padin, 2012).

### ۳-۱ روش تحقیق

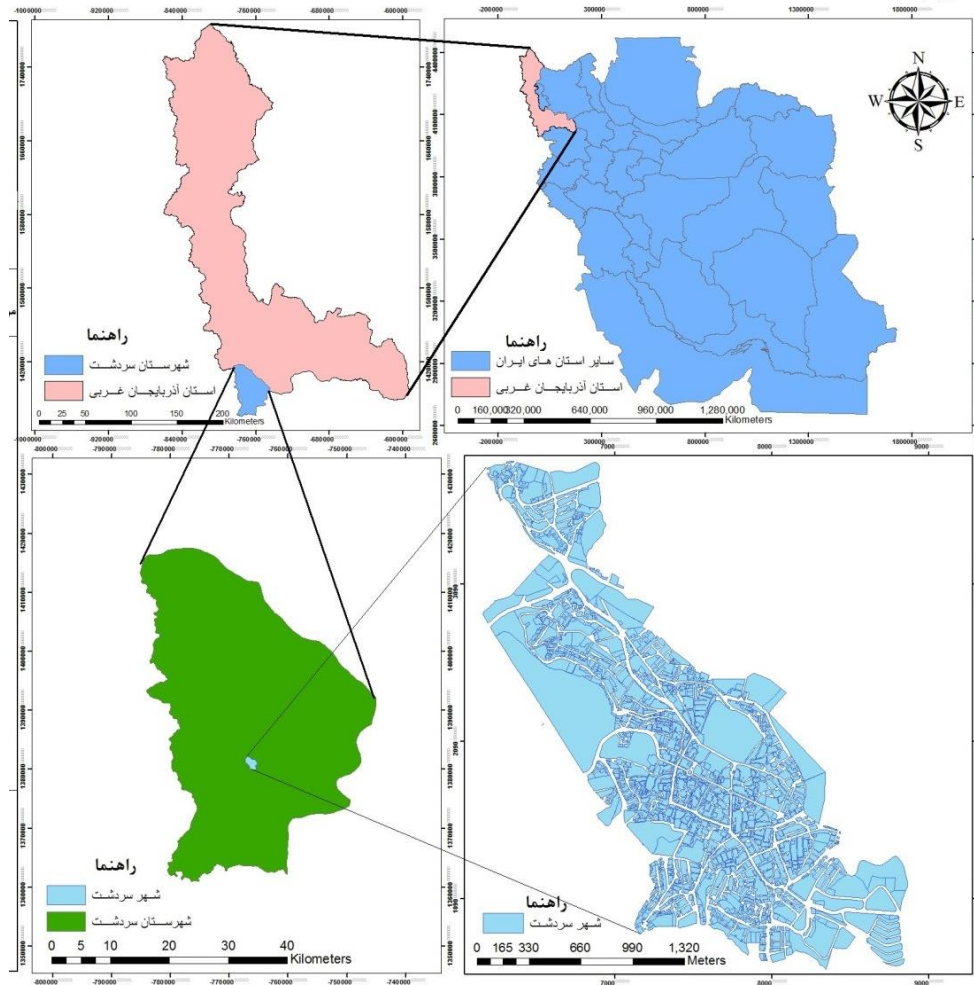
پژوهش حاضر از نظر هدف با توجه به اهداف تحقیق و مؤلفه‌های موردبررسی تو سعه‌ای کاربردی و رویکرد حاکم بر فضای تحقیق از لحاظ روش «توصیفی-تحلیلی و اکتشافی» است. در این تحقیق برای جمع‌آوری داده‌های تحقیق به صورت توامان از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. در این پژوهش جهت شناخت بهتر پتانسیل‌های منطقه و همچنین وزن دهی و رتبه‌بندی استراتژی‌ها از یک جامعه آماری شامل متخصصین و صاحب‌نظران در زمینه برنامه‌ریزی و همچنین توسعه صنعت گردشگری که از طریق روش نمونه‌گیری هدفمند از ۴۰ نفر خبره در الگوی تحلیلی سوات استفاده شده است. روایی محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظر صاحب‌نظران تأیید گردید همچنین از روش آلفای کرونباخ تأییدی برای پایایی سازه ابزارهای پژوهش استفاده شد. در آخر براساس مطالب جمع‌آوری شده براساس الگوی تحلیلی Swot به تدوین استراتژی‌های آمایشی مناسب جهت توسعه بخش سیلوانا پرداخته شده است و با استفاده از روش QSPM استراتژی‌های انتخاب شده اولویت بندی می‌شوند.

### ۴-۱ معرفی منطقه

شهرستان سردشت با مساحت ۱۴۱۱ کیلومتر مربع در جنوب غربی استان آذربایجان غربی واقع شده است که حدود ۳/۷ درصد از مساحت استان را تشکیل می‌دهد و از این حیث در بین شهرستان‌های استان رتبه ۱۲ را به خود اختصاص داده

است. شهرستان سردشت از طرف شمال با شهرستان پیرانشهر، از شمال شرقی با شهرستان مهاباد، از سمت شرق با شهرستان بوکان و از جنوب هم با استان کردستان مرز داخلی دارد و از سمت جنوب غرب و غرب هم با کشور عراق دارای مرز مشترک هستند.

شهرستان سردشت بر اساس تقسیمات کشوری دارای ۳ نقطه شهری، ۲ بخش، ۷ دهستان است و تعداد آبادی های آن برابر با ۲۹۷ روستا می باشد. مرکز این شهرستان، شهر سردشت است که بر روی ۳۶ درجه و ۹ دقیقه عرض شمالی و ۴۵ درجه و ۲۸ دقیقه طول شرقی قرار دارد و ارتفاع آن از سطح دریا حدود ۱۵۱۵ متر است (برزیگر، ۱۳۹۵: ۳۷). جمعیت شهرستان سردشت بر طبق نتایج تفصیلی سرشماری ۱۳۹۵ برابر با ۱۱۸،۸۰۰ نفر بوده است که ۳/۶۲ در صد کل جمعیت استان را تشکیل می هد بیش از ۵۰ درصد جمعیت شهرستان سردشت در مناطق شهری زندگی می کنند. که به نسبت سال ۱۳۸۵ که ۵۵۱۱۶ نفر در مناطق روستایی و ۵۰۴۵۳ نفر در مناطق شهری ساکن بودند، جمعیت شهری در شهرستان در حال افزایش است. مردم شهرستان از نظر گفتاری با زبان کردی سورانی تکلم می کنند و از نظر مذهبی هم سنی هستند و پیرو امام شافعی هستند (نگارنده بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵).



نقشه ۱: موقعیت محدوده مورد مطالعه

## ۱-۵ یافته های تحقیق

### ۱-۵-۱ تجزیه و تحلیل SWOT به منظور توسعه منطقه مورد مطالعه

با توجه به اینکه الگو SWOT، یکی از روش های مورد استفاده برای سازمان دهی عوامل داخلی و خارجی در قالب مقوله های فرصت ها و تهدیدات و قوت و ضعف هاست. در این پژوهش از این روش برای تجزیه و تحلیل عوامل تأثیر گزار و فراروی گردشگری شهرستان سردشت با رویکرد آمایش سرزمین با استفاده از عوامل مؤثر، درجه بندی و با توجه به اهمیت هریک از عوامل تأثیر گزار مورد استفاده قرار می گیرد.

با توجه به مطالعات صورت گرفته و شناسایی تعداد زیادی از عوامل داخلی و خارجی. تلاش شد با استفاده از پرسشنامه و بر اساس نظر نخبگان در این زمینه باهدف اولویت بندی عوامل و استراتژی ها به ارزیابی عوامل داخلی و خارجی سیستم پرداخته می شود که ضریب، رتبه و امتیاز نهایی هر مورد به قرار زیر است



## جدول ۱- عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری

امتیاز نهایی	رتبه	ضریب	عوامل داخلی سیستم
0/21	4	0/052	S1- دارا بودن محیطی بکر و آرام برای استراحت و تفریح گردشگران
0/26	4	0/065	S2- وجود ویژگی‌های منحصر به فرد طبیعی مانند قرارگیری آبشار شلماش در شهرستان سردشت
0/12	3	0/039	S3- وجود صنایع دستی محلی و گوناگونی آن در سطح شهرستان و زمینه برای فروش آن‌ها به گردشگران
0/26	4	0/065	S4- وجود تنوع در جاذبه‌های طبیعی مانند جنگل، کوهستان، رودخانه و آبشار و...
0/16	3	0/052	S5- وجود فرهنگ مهمان‌نوازی و غنای فرهنگی مردم در شهرستان سردشت
0/26	4	0/065	S6- وجود موقعیت مرزی شهرستان سردشت و ظرفیت جذب گردشگر خارجی
0/26	4	0/065	S7- دارا بودن قابلیت جذب گردشگر در چهارفصل
0/16	3	0/052	S8- برگزاری نمایشگاه‌ها و بازارچه‌های صنایع دستی و مواد غذایی محلی
0/13	2	0/065	S9- هزینه پایین بازدید از اماکن گردشگری در شهرستان سردشت
0/16	3	0/052	S10- تنوع تولیدات غذایی (فرآورده‌های لبنی و کشاورزی، گیاهان دارویی)
0/16	4	0/039	S11- وجود امنیت برای گردشگران با توجه به نرخ پایین آسیب‌های اجتماعی در روستاها
0/05	1	0/052	W1- وضعیت نامناسب تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی
0/06	1	0/065	W2- وضعیت نامناسب زیرساخت‌های ارتباطی
0/08	2	0/039	W3- وابسته بودن اقتصاد ساکنین به کشاورزی و عدم توجه به بخش گردشگری
0/02	2	0/013	W4- دارا بودن موقعیت کوهستانی و مرزی (وجود تصور در زمینه نبود امنیت)
0/03	1	0/026	W5- نبود نیروی انسانی برای محافظت از آثار گردشگری
0/05	1	0/052	W6- آسیب‌پذیری اکولوژیکی و میزان رعایت حفاظت اکوسیستم منطقه
0/05	1	0/052	W7- کمبود در میزان آشنایی مردم به خصوص روستاییان در نحوه برخورد با گردشگران در منطقه
0/05	2	0/026	W8- تعارض و تفاوت میان فرهنگی گردشگران و اهالی روستاها
0/08	2	0/039	W9- میزان تبلیغات و معرفی جاذبه‌ها و ضعف در شناساندن گردشگران در مورد اصول اخلاقی و زیست‌محیطی منطقه
0/03	1	0/026	W10- تمایل به استفاده اختصاصی از فضای روستا در قالب ویلا و تغییر کاربری اراضی به ویلا سازی (خروج منطقه از حالت بکر بودن).
2/62	51	1	مجموع

مأخذ: یافته‌های محقق

جدول ۲- ماتریس عوامل مؤثر خارجی شامل نقاط قوت و ضعف

امتیاز نهایی	رتبه	ضریب	عوامل خارجی سیستم
0/14	3	0/048	O1- توجه دولت به اقتصاد گردشگری با توجه به مطرح شدن بحث تمرکززدایی اقتصادی در کشور
0/11	3	0/036	O2- تأثیرگذاری بر مهاجرت و زمینه‌سازی جهت مهاجرت معکوس از شهر به روستا با توجه به فراهم شدن فرصت‌های اشتغال در منطقه
0/24	4	0/060	O3- وجود موقعیت مرزی و تبادلات اجتماعی، فرهنگی و آشنایی با فرهنگ ملل مختلف و تقویت روحیه همبستگی ملی
0/18	3	0/060	O4- افزایش آگاهی گردشگران در مورد اصول حفاظت از محیط‌زیست و گردشگری پایدار
0/18	3	0/060	O5- بالا بودن میزان انگیزه‌بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
0/24	4	0/060	O6- وجود مراکز پشتیبان برای جذب گردشگر داخلی و خارجی در سطح منطقه‌ای (ارومیه، مهاباد و بانه)
0/14	3	0/048	O7- امکان تبلیغات گردشگری توسط نهادهای دولتی
0/12	2	0/060	O8- وجود اعتبارات عمرانی، جهت فعالیت‌های خدماتی
0/14	3	0/048	O9- توجه به تقویت شبکه ارتباط زمینی و هوایی با مرکز و قطب‌های توسعه و جمعیتی
0/14	3	0/048	O10- تدوین مقررات و ضوابط ساخت‌وساز
0/12	2	0/060	T1- میزان توجه کافی مسئولان کشوری به درآمد حاصل از اقتصاد گردشگری در منطقه
0/10	2	0/048	T3- میزان زیرساخت‌های ارتباطی مناسب در سطح استان و...
0/05	1	0/048	T2- میزان تمایل گردشگران خارجی به سفر به این منطقه با توجه به وجود ذهنیت ناامن بودن منطقه
0/12	2	0/060	T6- سطح همسویی ادارات و سازمان‌های دولتی جهت گسترش و تجهیزات و تأسیسات گردشگری
0/10	2	0/048	T4- میزان تبلیغات و اطلاع‌رسانی مناسب از ظرفیت‌های موجود در منطقه
0/05	1	0/048	T5- سطح پایداری اقتصاد حاصل از گردشگری با توجه به وجود مسئله امنیت در منطقه
0/02	1	0/024	T9- تأثیرات پیش‌زمینه ذهنی تضاد قومی در داخل و تأثیر آن بر گردشگران (داخلی و خارجی)
0/07	2	0/036	T7- وجود تراکم بیش‌ازحد جمعیت و ایجاد ترافیک، آلودگی صوتی، فرسایش جاده‌های روستایی و...
0/12	2	0/060	T8- میزان تخصیص بودجه برای صنعت گردشگری
0/10	2	0/048	T10- از بین رفتن فرهنگ بومی و تمایل به نزدیک شدن به فرهنگ گردشگران از سوی افراد بومی
2/46	47	1	مجموع

مأخذ: یافته‌های محقق

همان‌طور که در جدول ۵-۲ نشان داده شده است، مجموع امتیاز وزنی عوامل داخلی (۲.۶۲) بیشتر از ۲.۵ بوده که نشان‌دهنده‌ی غلبه‌ی نقاط قوت بر نقاط ضعف در این منطقه می‌باشد. ولی در مقابل در جدول ۵-۳ آمده است جمع امتیاز وزنی عوامل خارجی (۲.۴۶) کمتر از ۲.۵ بوده که نشان‌دهنده غلبه تهدیدات و موانع روبروی توسعه گردشگری در این ناحیه می‌باشد

ولی در حالت کلی‌تر می‌توان گفت و عوامل داخلی توسعه گردشگری بخش سیلوانا با ۲.۶۲ بر عوامل خارجی با ۲.۴۶ برتری دارند

### ۱-۵-۲ ماتریس داخلی و خارجی

جهت تحلیل همزمان عوامل داخلی و خارجی، از ابزاری به نام ماتریس داخلی و خارجی استفاده می‌شود و برای تشکیل این ماتریس باید جمع نمرات حاصل از ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی در ابعاد افقی و عوامل خارجی در ابعاد عمودی این ماتریس قرار می‌گیرد. در جدول زیر نتایج حاصل از ترسیم اطلاعات به دست آمده از ماتریس عوامل داخلی (۲.۶۲) و ماتریس عوامل خارجی (۲.۴۶) می‌باشد. نتایج ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی، نشان می‌دهد که از بین راهبردهای تدوین شده، بالاترین جذابیت مربوط به راهبرد SO با عنوان راهبردهای تهاجمی: مبتنی بر بهره‌گیری از برتری رقابتی محدوده هدف، با نمره ۳.۶۲ است و پایین‌ترین جذابیت به راهبرد WT با عنوان رفع آسیب‌پذیری محدوده مورد مطالعه و نمره ۱.۳۹ اختصاص دارد.

جدول (۳) نتایج حاصل از جم بندی امتیازات عوامل داخلی و خارجی

عوامل داخلی		عوامل خارجی	
S	W	O	T
۱.۹۹	۰.۶۳	۱.۶۳	۰.۷۵
مجموع ضرایب عوامل مرکب			
WO	ST	WT	SO
۲.۲۶	۲.۷۴	۱.۳۸	۳.۶۲

مأخذ: یافته‌های تحقیق

### ۱-۵-۳ تدوین راهبرد

در این مرحله با استفاده از ماتریس SWOT و ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی و خارجی چهار گروه استراتژی برای توسعه گردشگری شهرستان سردشت تحت عنوان؛ استراتژی تهاجمی SO، محافظه‌کارانه WO، رقابتی ST، و تدافعی WT استخراج شده است. در واقع در برنامه‌ریزی راهبردی اصل اساسی بر این است که با بهره جستن از فرصت‌های خارجی و پرهیز از اثرات ناشی از تهدیدهای خارجی یا کاهش دادن آن‌ها به تدوین راهبرد پرداخته شود. به همین دلیل شناسایی، نظارت و ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی می‌تواند موفقیت برنامه را تضمین نماید در اینجا نیز تلاش شده است تا با مقایسه درست عوامل باهم به بهترین استراتژی‌ها جهت توسعه دست یافت. که این استراتژی‌ها عبارت‌اند از:

## جدول (۴) راهبردهای ۴ گانه حاصل از تحلیل تکنیک SWOT

راهبردهای تهاجمی (SO): مبتنی بر بهره‌گیری از برتری‌های رقابتی محدوده هدف

تغییر رویکرد نهادهای حاکمیتی به سمت گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم  
حمایت از ایجاد شهرک‌های کوچک و نوپا (استارت آپ) در حوزه تسهیلاتگردی در امر توسعه گردشگری  
تلاش در راستای برند سازی ظرفیت‌های گردشگری شهرستان سردشت از طریق تبلیغات و بازاریابی  
(برگزاری جشنواره، ایجاد سایت، شبکه‌های اجتماعی، و...)  
ایجاد سازوکار مناسب برای سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی در زمینه تسهیلات، خدمات گردشگری و  
فعالیت‌های مولد و اشتغالز در راستای برنامه ریزی آمایش سرزمین  
ایجاد NGOها برای آموزش مردم بومی و گردشگران جهت استفاده‌ی بهینه از منافع و آثار مثبت گردشگری  
فراهم کردن زمینه مساعد برای حضور گردشگران به‌ویژه در بخش گردشگری خارجی با توجه به قابلیت‌های  
بالای منطقه

بهره‌برداری از جاذبه‌های متنوع انسانی و طبیعی جهت جذب سرمایه از گردشگران  
توسعه مجتمع‌های گردشگری جهت جلوگیری از تخریب معماری خاص روستا  
توجه ویژه به پتانسیل‌های گردشگری طبیعی جهت ایجاد کار و جلوگیری از مهاجرت با بهبود زیرساخت‌ها  
در زمینه ارائه خدمات روستانشینی

راهبردهای بازنگری (WO): تبیین فرصت‌های پیش رو به منظور رفع نقاط ضعف درون ناحیه‌ای

توسعه و ایجاد بازارهای محلی برای فروش محصولات صنایع دستی و کشاورزی  
ارائه تسهیلات ارزان قیمت برای توسعه بوم گردی در راستای توسعه گردشگری  
بهره‌گیری از مشارکت‌های مردمی در توسعه، تهیه و اجرای طرح‌ها و تجهیز مناطق هدف گردشگری  
ارائه آموزش‌ها و خدمات توانمندساز برای مردم جهت ایجاد کسب و کارهای مبتنی بر گردشگری

راهبردهای تنوع‌بخشی یا رقابتی (ST): طرح مهم‌ترین قدرت‌های درون به منظور رفع تهدیدهای بیرونی

فرهنگ‌سازی و تبلیغات از سوی نهادهای مرتبط جهت توسعه گردشگری  
توسعه فرهنگ کسب و کارهای خانگی در حوزه گردشگری  
تبلیغات گسترده برای حذف نگاه امنیتی برای منطقه

استفاده از پتانسیل‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی منطقه در زمینه ایجاد و توسعه کارگاه‌ها و نمایشگاه‌های صنایع دستی در سطح ملی و بین‌المللی  
 سرمایه‌گذاری بر روی ورزش‌های زمستانی در جهت پراکنش مناسب گردشگران ورودی به منطقه در طول سال و پایدار شدن درآمدهای حاصل از آن در منطقه

راهبردهای تدافعی (WT): رفع آسیب‌پذیری محدوده مورد مطالعه  
 زمینه‌سازی و تشویق مردم در جهت جذب سرمایه آنان در بخش گردشگری و افزایش سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی

توسعه زیرساخت‌های ارتباطی-جاده‌ای-محیط زیست و فرهنگی  
 آموزش مردم محلی و بومی در چگونگی ارتباط با جامعه میزبان

مأخذ: یافته‌های تحقیق

#### ۱-۵-۴ اولویت‌بندی استراتژی‌ها با استفاده از مدل QSPM

همان‌طور که در فصل سوم شرح داده شد، در مدل QSPM به منظور اولویت‌بندی استراتژی‌ها با استفاده از جدول ارزیابی عوامل داخلی و خارجی به اولویت‌بندی راهبردها پرداخته می‌شود. که در ادامه نشان داده شده است  
 بر اساس نتایج به دست آمده در ماتریس بالا استراتژی‌ها به ترتیب اولویت بنده شده و به قرار زیر هستند:

#### جدول ۵- اولویت‌بندی راهبردها

اولویت	راهبرد
۱	تغییر رویکرد نهادهای حاکمیتی به سمت گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم
۲	تلاش در راستای برند سازی ظرفیت های گردشگری شهرستان سردشت از طریق تبلیغات و بازاریابی (برگزاری جشنواره، ایجاد سایت ، شبکه های اجتماعی، و...)
۳	حمایت از ایجاد شهرک های کوچک و نوپا (استارت آپ) در حوزه تسهیلگری در امر توسعه گردشگری
۴	ایجاد NGOها برای آموزش مردم بومی و گردشگران جهت استفاده ی بهینه از منافع و آثار مثبت گردشگری

۵	بهره‌برداری از جاذبه‌های متنوع انسانی و طبیعی جهت جذب سرمایه از گردشگران
۶	ایجاد سازوکار مناسب برای سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی در زمینه تسهیلات، خدمات گردشگری و فعالیت‌های مولد و اشتغالز در راستای برنامه ریزی آمایش سرزمین
۷	توجه ویژه به پتانسیل‌های گردشگری طبیعی جهت ایجاد کار و جلوگیری از مهاجرت با بهبود زیرساخت‌ها در زمینه ارائه خدمات روستانشینی
۸	فراهم کردن زمینه مساعد برای حضور گردشگران به‌ویژه در بخش گردشگری خارجی با توجه به قابلیت‌های بالای منطقه
۹	توسعه مجتمع‌های گردشگری جهت جلوگیری از تخریب معماری خاص روستا

مأخذ: محاسبات نگارنده

#### ۶-۱ نتیجه‌گیری

امروزه فعالیت‌های گردشگری به عنوان بخش چهارم فعالیت‌های انسان پس از کشاورزی، صنعت و خدمات محسوب می‌گردد به طوری که از آن به عنوان "صادرات نامرئی" نام برده شده است. گردشگری فعالیتی ارزش‌آور و متعادل‌کننده است که موجب توسعه اقتصادی و اجتماعی در سطح منطقه شده و توزیع عادلانه درآمد و همچنین اشتغالزایی را به همراه دارد (هادوی، ۱۳۸۷: ۸) و توسعه آن همواره عامل مؤثری در مقابله با فقر بوده و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم شده است. پس باید این واقعیت را پذیرفت که گردشگری تأثیری غیر قابل انکار در زندگی جوامع دارد که نمیتوان آن را نادیده گرفت (محللاتی، ۱۳۹۰: ۶۷). توسعه گردشگری به ویژه در کشورهایمانند ایران که از یک طرف دارای جاذبه‌های فراوان گردشگری می‌باشد و از طرف دیگر اتکای بیش از حدی به درآمدهای نفتی دارند، می‌تواند با برنامه ریزی اصولی و مناسب و شناسایی فرصت‌ها و محدودیت‌های گردشگری نقش مؤثری در توسعه مناطق شهری بر عهده داشته باشد (ولدبیگی، ۱۳۹۰: ۵). با این وجود، گردشگری در کشور هنوز جایگاه خاص خود را نیافته و شهرهای کشور علی‌رغم دارا بودن پتانسیل بالای گردشگری، همچنان از عدم مدیریت، ضعف زیرساختها، ضعف توجه بخش خصوصی و ... رنج می‌برد. علی‌رغم این مشکلات، میتوان با یک "برنامه ریزی صحیح گردشگری" و به وسیله تعیین اهداف کوتاه مدت و بلند مدت و اتخاذ استراتژیهای توسعه گردشگری به منافع حاصل از اقتصاد گردشگری دست یافت. در این بین برنامه ریزی راهبردی به دلیل دارا بودن ویژگی‌هایی از قبیل فرآیند تصمیم‌گیری منطقی (جیمنز، ۲۰۱۹: ۵۸۳). تعیین چگونگی حرکت به سمت آینده مطلوب (پارکر

گیتس، ۲۰۱۹: ۳). ترغیب مدیران به تفکر بلندمدت و آینده نگری و پیشبینی افقهای دوردست (مبینی دهکردی و سلیمانپور خویی، ۱۳۹۵: ۱۸۸). و هدایت مدیران در انجام دادن فعالیت هایشان، می تواند با یک تدوین و اجرای صحیح مفید واقع شود.

امروزه برنامه ریزی برای توسعه گردشگری در بسیاری از کشورها ضرورت تام یافته است. در این بین نقش و جایگاه مناطق نمونه گردشگری به عنوان مناطق دارای ظرفیت و پتانسیل های بالا از اهمیت بیشتری برخوردار است. به واقع ارتباط مثبت بین رشد اقتصادی، توسعه و گردشگری می تواند مشوق سرمایه گذاری در بخش گردشگری باشد. در حال حاضر سرمایه گذاری در گردشگری شیوه های مختلفی دارد که یکی از این سرمایه گذاری ها در مناطق نمونه گردشگری می باشد که سرمایه گذاری در کنار جاذبه گردشگری های هنگامی اصولی و علمی محسوب می گردد که بر اساس روش های علمی صورت پذیرد.

در این راستا پژوهش حاضر از سری پژوهش های کاربردی محسوب می گردد که نتایج آن می تواند کمک زیادی به تصمیم گیری های مدیریتی و اقتصادی نماید لذا بر اساس همین هدف قطب گردشگری شهرستان سردشت به عنوان یکی از قطب های گردشگری استان آذربایجان غربی که دارای مناطق نمونه گردشگری می باشد انتخاب گردیده است. در این پژوهش به بررسی ظرفیت و چالش های بخش گردشگری شهرستان سردشت و تدوین استراتژی های توسعه گردشگری آن با تأکید بر آمایش سرزمین پرداخته شد. برای این منظور ابتدا در فصل اول کلیات تحقیق، تعریف متغیرها و اهداف آن مورد بررسی قرار گرفت. در فصل دوم به بررسی مفاهیم و مبانی نظری تحقیق پرداخته شد. همان طور که در این فصل نشان داده شده، رشد و توسعه گردشگری در هر منطقه ای با توجه به معیارهای مهمی که در آن تأثیرگذار هستند صورت می گیرد از جمله این معیارها عوامل درونی (مانند: منابع طبیعی، آب و هوا، موقعیت جغرافیایی، زیرساخت های ارتباطی و مخابراتی و غیره)، شرایط تقاضا، صنایع پشتیبانی کننده و استراتژی، ساختار و رقابت می باشند که در ارتباط با یکدیگر و بر اساس دو فاکتور مؤثر بر آنها شامل دولت و اتفاقات پیش بینی نشده می توانند باعث ایجاد مناطق کارکردی برای توسعه گردشگری یا به اصطلاح خوشه های گردشگری شوند. در فصل سوم به بررسی وضعیت شهرستان سردشت و تهیه اطلاعات لازم در این زمینه پرداخته شد. و در فصل چهارم یافته های تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت تا در فصل پنجم به سؤال تحقیق پاسخ داده شده و نحوه دستیابی به اهداف مورد بررسی قرار گیرد. یافته های پژوهش حاکی از آن است که توان بالای مناطق نمونه گردشگری شهرستان سردشت و واقع شدن این مناطق در کنار جاذبه های بکر می تواند به عنوان یک نیروی محرک اقتصادی و توسعه پایدار با تکیه بر آمایش سرزمین در منطقه باشند و در راستای برنامه ریزی بهتر برای این بخش جهت تحقق استراتژی های مطرح شده باید اقدامات مختلفی از قبیل توسعه و تجهیز زیرساخت های ارتباطی (حمل

نقل، اینترنت، مخابرات، و....)، افزایش فرهنگ عمومی مردم برای استقبال از گردشگران، ارائه خدمات مناسب (خدمات رفاهی، بهداشتی، ایجاد رستوران و مجتمع های گردشگری)، حمایت دولت از ساکنین روستاها جهت توسعه گردشگری و ایجاد خانه های گردشگر پسند و در راستای آموزش و توانمندسازی باید به اقداماتی از قبیل زمینه سازی برای ورود پارک علم و فناوری و دانشگاهها پرداخت شود.

## منابع

- الوانی، س.م. پیروز، ح. (۱۳۹۵)، «ساز و کارهای لازم برای توسعه پایدار جهانگردی»، خلاصه مقالات برگزیده دومین اجلاس جهانگردی (فرهنگ و توسعه)، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی (۱۳۹۶). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). تهران: انتشارات سمت.
- حاجی نژاد، علی، مهدی، پورطاهری و علی، احمدی (۱۳۹۸)، تأثیرات گردشگری تجاری بر توسعه کالبدی فضایی مناطق شهری مطالعه موردی: شهر بانه، پژوهشهای جغرافیای انسانی، شماره ۷۰، صفحات ۹۱-۱۰۹
- رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد، (۱۳۹۰): شناخت گردشگری، اصفهان، انتشارات چهارباغ.
- سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹). مدل برنامه ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای، ترجمه: رنجبران و زاهدی، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان
- عزتی، نصرالله و همکاران (۱۳۹۰)، نقش و جایگاه آمایش مناطق مرزی در نظام برنامه ریزی، پژوهش موردی: مناطق مرزی ایران، فصلنامه علمی - پژوهشی نگرش های نو در جغرافیای انسانی - شماره ۴
- کاظمی، محمد، (۱۳۹۷): مدیریت گردشگری، تهران، انتشارات سمت.
- کرمی، رقیه؛ قرایی، احمد؛ ۱۳۹۱. «راهکارهای عملی گردشگری پایدار در منطقه ساحلی چابهار». *دانشگاه سیستان و بلوچستان*.
- محسنی، رضا علی (۱۳۹۸). « گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالشها و راهکارها»، مجله فضایی جغرافیایی، سال نهم، شماره ۲۸ دانشگاه آزاد اسلامی اهر، صص ۱۴۹-۱۷۱
- مرادنژادی، همایون، هوشنگ ایروانی، حسین شعبانعلی فمی، سید محمود حسینی و محسن کافی، ۱۳۹۷، تحلیل عوامل موثر بر کارآفرینان واحدهای تولید گلخانه ای در ایران. مجله علوم کشاورزی ایران، دوره ۲-۳۹، شماره



- Sharpley, R. (2012), Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: The Case of Cyprus, Tourism Management, No. 23, pp.233- 344
- Doswill, R. (2015), Tourism Management (Fundamentals, Strategies and Impacts), Translated by Arabi, S.M., and Izadi, D., Cultural Research Bureau, Third Edition.
- Swarbrooke John (1998), Sustainable Tourism Management, New York, Cobi
- Hall, C.M and S.J page (2011), The Geography of tourism and recreation, Routledge
- Shaw, G. & Williams M. A (2014), Tourism and Tourism Space, London, SAGE Publications
- Doswill, R. (2015), Tourism Management (Fundamentals, Strategies and Impacts), Translated by Arabi, S.M., and Izadi, D., Cultural Research Bureau, Third Edition.
- Richard, G. (2000), tourism and the world of culture and heritage "tourism Recreation research, Vol , 25(1)