

تعیین پتانسیل اکوتوریستی حوزه آبخیز چرات با استفاده از مدل SWOT

عاتکه یزدانی^{۱*}

atekeh.y@gmail.com

قربان وهاب زاده کبریا^۲

جعفر اولادی قادیکلایی^۳

سید رمضان موسوی^۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۶/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۴/۱۹

چکیده

زمینه و هدف: حوزه آبخیز چرات یکی از مناطق بکر و دیدنی استان مازندران است که علی‌رغم برخورداری از جاذبه‌های متنوع اکوتوریسمی و محیط زیستی فاقد امکانات و تسهیلات مناسب برای جذب گردشگران است. در تحقیق حاضر با تکیه بر روش SWOT، قابلیت‌ها و محدودیت‌های عوارض زمین شناسی مؤثر بر اکوتوریسم در منطقه چرات از شهرستان سوادکوه را شناسایی و نهایتاً استراتژی‌های مناسب جهت توسعه اکوتوریسم ارایه شده است.

روش بررسی: پژوهش حاضر به روش توصیفی-تحلیلی و جمع آوری داده‌ها و اطلاعات به صورت میدانی و اسنادی انجام شد. با استفاده از روش SWOT، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید داخلی و خارجی منطقه شناسایی شدند. سپس با توجه به ماتریس داده‌ها پس از تجزیه و تحلیل عناصر ماتریس، مهم‌ترین عوامل داخلی و خارجی تأثیر گذار بر منطقه چرات شناسایی و اولویت بندی و وزن دهی شدند. در پایان استراتژی‌ها و راهکارهایی جهت اعمال مدیریت مناسب و کاربردی برای منطقه مورد مطالعه ارایه شده است.

یافته‌ها: یافته‌های حاصل حاکی از توان اکوتوریستی بالای روستای چرات جهت توسعه صنعت گردشگری می‌باشد. برتری امتیازهای مربوط به فرصت‌های گردشگری و نقاط قوت داخلی مانند جاذبه‌های اکوتوریستی ممتاز و تنوع چشم اندازهای طبیعی و بکر در سطح منطقه، حاکی از وجود شرایط بسیار مطلوب برای برگزاری تورهای طبیعت گردی، انواع فعالیت‌های اکوتوریستی و توسعه گردشگری ماجراجویانه، ورزشی، درمانی، علمی، تابستانی و زمستانی در منطقه چرات است.

۱- کارشناسی ارشد مهندسی آبخیزداری، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، مازندران، ایران. * (مسئول مکاتبات)

۲- دانشیار گروه علوم و مهندسی آبخیزداری، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، مازندران، ایران.

۳- دانشیار علوم و مهندسی جنگلداری، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، مازندران، ایران..

۴- استادیار گروه علوم و مهندسی آبخیزداری، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، مازندران، ایران.

بحث و نتیجه‌گیری: با توجه به نتایج پژوهش، منطقه مورد مطالعه دارای پتانسیل بالایی برای توسعه اکوتوریسم و گردشگری پایدار می‌باشد. نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد که توسعه توریسم نیازمند شناسایی، معرفی و گسترش تبلیغات، توسعه امکانات و زیرساخت‌ها و همچنین سرمایه‌گذاری جهت گسترش جذب گردشگر می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: روش SWOT، اکوتوریسم، گردشگری پایدار، حوزه آبخیز چرات.

Determining ecotourism potential in Cherat Watershed basin using SWOT model

Atekeh Yazdani ^{1*}

atekeh.y@gmail.com

Ghorban Vahabzadeh Kebria ²

Jafar Oladi ghadikilaei ³

Seyed Ramzan Mousavi ⁴

Admission Date: September 13, 2017

Date Received: July 10, 2017

Abstract

Background and Objective: Charat Watershed Basin is the one of fresh, high potential and beautiful mountainous ranges of Mazandaran province. Although it has various ecotourism, geotourism and environmental phenomena, there are no facilities and background for tourism plans. In this study, SWOT methodology has been applied to investigate the potential and limitation of effective geologic items over ecotourism and finally, the best strategic was present for developing the ecotourism development planning.

Method: The present study was performed based on a descriptive-analytic methodology and the data collection was done through fieldwork and documentary investigations. Using the SWOT method, the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the internal and external areas of the region were identified. Then, according to the matrix of data and analysis of the matrix elements, the most important internal and external factors affecting the cherat region were identified and prioritized. Finally, the strategies for applying appropriate and applicable management were presented for the study area.

Findings: The findings indicate that the ecotourism power of Cherat village is important for the development of tourism industry. The advantages of tourism opportunities and internal strengths, such as exciting ecotourism attraction and diversity of natural and virgin landscapes in the region, indicate the extremely favorable conditions for nature tourism tours, various ecotourism activities and development of adventure tourism, sports, medical, scientific, summer and winter activities in the region.

Discussion and Conclusion: The results show that the study area has a high potential for the development of ecotourism and sustainable tourism. The results also show that tourism development requires identifying, introducing and promoting advertising, developing facilities and infrastructure, as well as investing on expanding tourism attraction.

Keywords: SWOT method, Ecotourism, Sustainable Tourism, Cherat Watershed Basin.

1- MSc of Watershed Management Engineering, Department of Natural Resources, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Mazandaran, Iran. * (*Corresponding Author*)

2- Associate Professor of Department of Watershed Management Science and Engineering, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Mazandaran, Iran.

3- Associate Professor of Department of Forestry, Science and Engineering, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Mazandaran, Iran.

4- Assistant Professor of Department of Watershed Management Science and Engineering, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University, Mazandaran, Iran.

مقدمه

در سال‌های اخیر طبیعت‌گردی یا اکوتوریسم از نظر مفهومی در جوامع مختلف سیاست‌گذاری و همچنین در نهادهای عمومی و تشکل‌های محیط زیستی و توسعه پایدار و همچنین ایجاد درآمد‌های ارزی و ریالی در تولید ناخالص ملی رشد قابل توجهی برخوردار شده است. اکوتوریسم از ترکیب واژه اکولوژی و توریسم تشکیل یافته است و در واقع محصول چالش‌های زیاد بین طرف داران افراطی بهره‌گیری و استفاده بدون حدود مرز از طبیعت و طرفداران استفاده معقول در حد ظرفیت طبیعی با دیدگاه‌های حفاظتی و بهره‌گیری پایدار از این منابع طبیعی بوده است (۱). امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان صنعتی پویا و فراگیر همه ارکان وجودی یک جامعه را در بر گرفته است. توسعه صنعت گردشگری به‌عنوان بخشی از ابعاد توسعه فرهنگی و اجتماعی هر کشور در کنار توجه به درآمدزایی و اشتغال‌زایی بسیار حایز اهمیت است (۲). توریسم بیش‌ترین و بزرگ‌ترین رشد را در بین بخش‌های مختلف اقتصادی دارا می‌باشد (۳). پیش‌بینی شده است تعداد گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد نفر برسد و گردش مالی ناشی از آن بیش از ۲ تریلیون دلار در سراسر دنیا باشد (۴). لزوم توجه جدی به مقوله سیر، سیاحت و گردشگری، به‌عنوان پدیده‌ای جدید در زندگی ماشینی قرن بیست و یکم بسیار احساس می‌شود و اهمیت آن روز به روز در دنیا افزایش می‌یابد (۵). کنوانسیون تنوع زیستی (CBD)^۱، طبیعت‌گردی را نوعی از گردشگری متکی بر حفاظت و مراقبت از تنوع زیستی اکوسیستم‌های موجود در عرصه‌ها و با لحاظ نیازهای توسعه‌ای عرصه‌ها تلقی نموده که مشارکت جوامع محلی و ایجاد درآمد قابل‌اتکا برای جوامع محلی از نتایج آن می‌باشد. مدل مورد استفاده در این تحقیق (مدل SWOT^۲)، مدل ارزیابی‌کننده نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها که بهترین راهبرد برای فرآیند ارزیابی راهبردی توسعه طبیعت‌گردی محسوب می‌شود. آزادی و شریعتمداری (۱۳۹۴)، به بررسی استراتژی‌های توسعه اکوتوریسم با استفاده از مدل SWOT و روش منطق شهودی در استان کرمانشاه پرداختند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد که

دو استراتژی واگذاری مدیریت و بهره‌برداری از مناطق شناسایی‌شده اکوتوریسم به بخش خصوصی و برنامه‌ریزی به‌منظور ایجاد تورهای تلفیقی اکوتوریسم و سایر حوضه‌های اولویت‌دار گردشگری در استان به‌عنوان استراتژی‌های اولویت‌دار توسعه اکوتوریسم برگزیده شده‌اند (۶). امین بیدختی و همکاران (۱۳۹۵)، به تحلیل عوامل تأثیرگذار بر اکوتوریسم شهرستان رفسنجان بر اساس مدل SWOT پرداختند. یافته‌های ایشان حاکی از آن است که استراتژی‌های تهاجمی منطقه دره راگه دارای بیش‌ترین وزن می‌باشد. این استراتژی‌ها به‌منظور حداکثر نمودن نقاط قوت داخلی برای حداکثر نمودن فرصت‌های خارجی می‌باشد و اکوتوریسم منطقه دره راگه هم‌اکنون از نقاط قوت و ضعف بیشتر از فرصت‌ها و تهدیدها تأثیر می‌پذیرد (۷). بارکائوسکین و نیسکا (۲۰۱۳)، در پژوهشی اکوتوریسم را جز جدایی‌ناپذیر توریسم پایدار معرفی کردند و با استفاده از تجزیه و تحلیل SWOT عوامل اثرگذار در توسعه اکوتوریسم لیتوانی را مورد بررسی قرار دادند و دریافتند که موقعیت جغرافیایی مطلوب، طبیعت غنی و منحصر به فرد و منابع تاریخی و فرهنگی نقاط قوت و کمبود زیرساخت‌ها و ناتوانی در نشان دادن تصویری جذاب از گردشگری در لیتوانی نقاط ضعف محسوب می‌شوند (۸). هال و دی^۴ (۲۰۱۴)، نقش آب در مناطق کارستی در جذب گردشگر را بررسی کردند. آن‌ها فعالیت‌های تفریحی غارنوردی، کوهنوردی، ورزش‌های آبی و مشاهده پرندگان را جز فعالیت‌های توریست‌ها در این مناطق برشمردند. آن‌ها نتیجه گرفتند که بدون آب فعالیت‌های اکوتوریسم در نواحی کارستی کاهش خواهد یافت و وجود آب هرچند اندک در لندفرم‌های کارستی نقش مهمی در جذب توریسم و فعالیت‌های اقتصادی دارد (۹). قربانی و همکاران (۲۰۱۵)، تحقیقی با عنوان توسعه

1- Convention of Biodiversity

2- SWOT: Strength, Weakness, Opportunity, Threat . قوت، ضعف، فرصت، تهدید.

3 - Barkauskeiene and Snieska

4- Hall and Day

5- QSPM: Quantitative Strategic Planning Matrix

(ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی)

هستیم، هدف تحقیق شناسایی و بررسی قابلیت‌ها و محدودیت‌های جاذبه‌های توریستی منطقه چرات از شهرستان سوادکوه توسط روش تجزیه و تحلیل SWOT و نهایتاً آرایه استراتژی‌های مناسب جهت توسعه اکوتوریسم است.

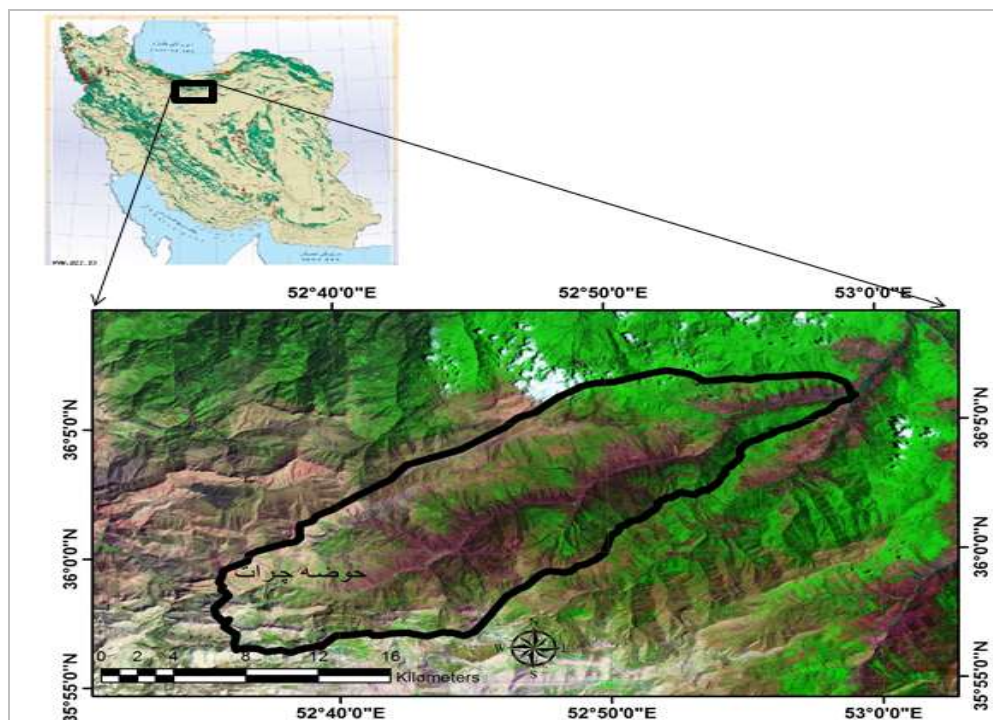
مواد و روش

منطقه مورد مطالعه

حوزه آبخیز چرات با مساحت ۳۴۲ کیلومترمربع، با مختصات جغرافیایی بین طول‌های ۳۶°، ۵۲° تا ۵۹°، ۵۲° شرقی و عرض‌های بین ۵۶°، ۳۵° تا ۳۶°، ۷° شمالی در ارتفاعات بین ۸۵۵ متری (خروجی حوزه) تا ۳۴۸۰ متری (بال‌ها) از سطح دریا قرار گرفته است. حوزه آبخیز چرات به مناسبت نام یکی از روستاهای کوهستانی حوالی آلاشت سوادکوه در ارتفاعات البرز در استان مازندران واقع است. روستای چرات در حدود ۲۲ کیلومتری آلاشت و در منطقه‌ای ییلاقی است که از جنوب خط رأس آن مرز استان تهران (فیروزکوه) و مازندران را تعیین می‌کند از غرب و شمال غربی به کوه‌های بندپی بابل هم‌مرز است (شکل ۱).

اکوتوریسم پایدار با استفاده از مدل SWOT و QSPM، تالاب کجی نمکزار در استان خراسان شمالی انجام دادند. آنان دریافتند که فعالیت‌های موجود اکوتوریسمی، الزامات گردشگری پایدار را رعایت نمی‌کنند و راهبردهای گذشته، با شکست مواجه شده‌اند. از این رو، با توجه به شرایط موجود و فاصله آن با شرایط ایده آل، راهبردهای مدیریتی با تمرکز بر نقش اثربخش مدیران اجرایی سازمان‌های ذی‌نفع و دعوت آنان به بهره‌مندی از قوت‌ها و فرصت‌های موجود جهت غلبه بر نقاط ضعف و تهدیدات، علاوه بر افزایش اکوتوریست‌ها می‌توانند اثرات سوء محیط زیستی را کاهش دهند (۱۰).

حوزه آبخیز چرات به سبب دارا بودن جاذبه‌های اکوتوریستی ممتاز و تنوع چشم‌اندازهای طبیعی و بکر در سطح منطقه به‌خصوص غارهای باستانی، قله شاه‌نشین، آبشار چرات و تنگه نارم، جاذبه‌های فرهنگی و نزدیکی به منطقه آلاشت از مزیت نسبی برخوردار است و این امر موجب گردیده تا مورد توجه گردشگران قرار گیرد. از آنجاکه برای برنامه‌ریزی مناسب در زمینه گردشگری نیازمند شناخت قابلیت‌ها و جاذبه‌های منطقه



شکل ۱- موقعیت جغرافیایی حوزه آبخیز چرات
Figure 1- Geographical location of Cherat watershed

روش

اطلاعات به دست آمده، به بررسی جاذبه‌ها، امکانات، خدمات و وضعیت کلی گردشگری در حوزه مورد مطالعه پرداخته شده است. ابتدا به منظور ارزیابی توان اکوتوریستی منطقه، نقاط اکوتوریستی با استفاده از مطالعات میدانی شناسایی شدند سپس توسط مدل SWOT، نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری منطقه با استفاده از نتایج پرسش‌نامه‌های توزیع شده میان ۳ گروه (گردشگران، کارشناسان مرتبط با امر گردشگری، ساکنین بومی منطقه) شناسایی سپس با وزن دهی، اولویت‌بندی موارد به تکمیل ماتریس SWOT و در نهایت به ارائه راهبردها و استراتژی‌های مناسب جهت پتانسیل‌یابی گردشگری در حوزه مورد مطالعه پرداخته شد.

تشکیل ماتریس SWOT

پس از شناخت و طبقه‌بندی عوامل داخلی و خارجی با استفاده از جداول IFE و EFE این عوامل بر اساس ماتریس SWOT نوشته شده و آنگاه استراتژی‌های مناسب بر اساس نمودار زیر تهیه شده و پیشنهاد می‌شوند (نمودار ۱).

مدل SWOT ابزاری کارآمد برای شناسایی شرایط محیطی و توانایی‌های درونی سازمان است. پایه و اساس این ابزار کارآمد در مدیریت استراتژیک و همین‌طور بازاریابی، شناخت محیط پیرامونی سازمان است. SWOT سرواژه عبارات قوت‌ها^۱، ضعف‌ها^۲، فرصت‌ها^۳ و تهدیدات^۴ است (۱۱). تحلیل SWOT برای اولین بار در سال ۱۹۵۰ توسط دو فارغ‌التحصیل مدرسه بازرگانی هاروارد به نام‌های جورج آلبرت اسمیت و رولند کریستنسن مطرح شد (۱۲). این ماتریس یکی از ابزارهای مهمی است که مدیران بدان وسیله، اطلاعات حاصل از ارزیابی عوامل خارجی و داخلی را مقایسه می‌نمایند و می‌توانند با استفاده از آن‌ها، استراتژی‌های چهارگانه^۵ WT،^۶ ST،^۷ WO،^۸ SO را تدوین نمایند (۱۳). آنالیز SWOT خلاصه‌ای از مهم‌ترین عوامل داخلی و خارجی است که بیش‌ترین تأثیر در موفقیت آینده سازمان دارد (۱۴). روش تجزیه و تحلیل SWOT، مدل تحلیلی مختصر و مفیدی است که شکل نظام‌یافته هر یک از عوامل قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها را شناسایی کرده و استراتژی‌های متناسب به موقعیت کنونی حرفه مورد بررسی را منعکس می‌سازد. این مدل مبتنی بر رویکرد خط‌مشی هاروارد طراحی گردیده است (۱۵). دلیل انتخاب این مدل، سادگی و انعطاف‌پذیری آن در پاسخ‌گویی به مقیاس‌های مختلف، از تصمیم‌گیری‌های فردی تا مثلاً راهبرد توسعه صنعتی یک کشور است. شاید همین ویژگی، توجیه‌کننده گسترده‌گی کاربرد و فراگیر شدن آن باشد (۱۶). این تحقیق در جهت بررسی جاذبه‌های گردشگری حوزه آبخیز چرات انجام شده است. جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها، از طریق مطالعات اسنادی و میدانی و پرسش‌نامه انجام و با توجه به

1- Strengths

2- Weaknesses

3- Opportunities

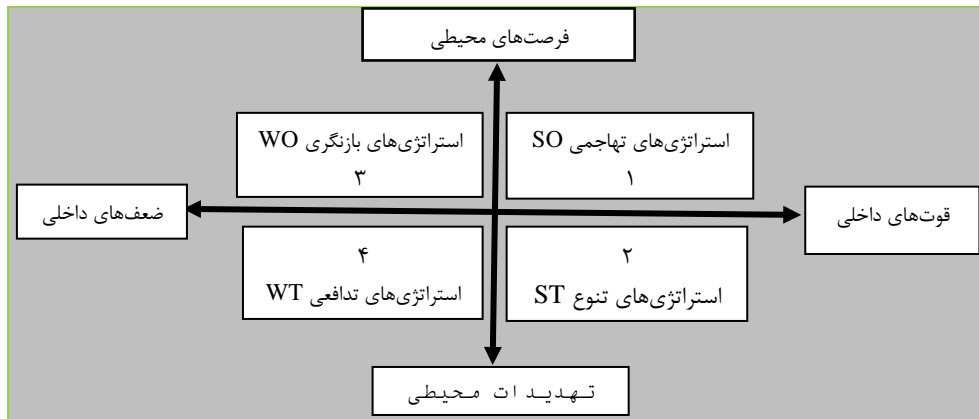
4- Threats

5- WT: Weakness. Threat- استراتژی تدافعی

6- ST: Strength. Threat- استراتژی تنوع

7- WO: Weakness. Opportunity- استراتژی بازنگری

8- SO: Strength. Opportunity- استراتژی تهاجمی



نمودار ۱- راهبردهای چهارگانه بر اساس تحلیل SWOT
Chart 1- Fourth Strategies Based on SWOT Analysis

قوت و ضعف داخلی به حساب آید، باید به عاملی که دارای بیش‌ترین اثر در عملکرد است، بالاترین ضریب را داد. مجموع این ضریب‌ها باید برابر ۱ شود همچنین مقادیر امتیاز نیز شامل اعداد ۱ تا ۴ می‌باشد (امتیاز ۱- ضعف اساسی، امتیاز ۲- ضعف کم، امتیاز ۳- قوت نسبی، امتیاز ۴- قوت بالا). نمره‌ها (امتیاز) بر اساس وضعیت منطقه و ضریب‌ها بر اساس نوع فعالیت قرار داده شدند. برای تعیین نمره نهایی هر عامل، ضریب هر عامل در نمره آن ضرب می‌شود. ۶- با استفاده از ماتریس SWOT و جداول EFE و IFE با در مقابل هم قرار دادن نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها استراتژی‌های چهارگانه SO، WO، ST و WT تدوین می‌شوند (۱۷).

یافته‌های حاصل از ماتریس SWOT

ماتریس عوامل محیط داخلی (IFE) در حوزه

با مطالعات و بازدیدهای میدانی که از منطقه انجام شد مهم‌ترین این عوامل پس از تجزیه و تحلیل شامل موارد خلاصه‌شده در جدول ۱ و جدول ۲ می‌باشد.

به‌طور کلی مراحل تحقیق را می‌توان به‌صورت زیر تشریح کرد:

- ۱- شناسایی منابع اکوتوریستی و جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای طبیعی و زیست‌محیطی منطقه به‌وسیله بازدیدهای میدانی. ۲-
- فهرست بندی عوامل داخلی مؤثر (IFE)^۱: هدف این مرحله سنجش آثار محیط داخلی حوزه مورد مطالعه جهت شناسایی نقاط قوت و ضعف جهت دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی و اجرای آن می‌باشد. ۳- فهرست بندی عوامل خارجی مؤثر (EFE)^۲: هدف این مرحله شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که حوزه مورد مطالعه در زمینه گردشگری با آن مواجه می‌باشد. ۴- طراحی ماتریس SWOT برای حوزه: بعد از شناسایی عوامل داخلی و خارجی مؤثر در گردشگری، به‌منظور دستیابی به راهبردهای کلی و شناسایی پتانسیل‌های منطقه در اکوتوریسم اقدام به تشکیل ماتریس SWOT برای حوزه مورد مطالعه شد. ۵- تعیین امتیاز وزنی مجموع عوامل داخلی و خارجی: با انجام مراحل چهارگانه فوق در این مرحله با استفاده از پرسش‌نامه‌ها و انجام عملیات میدانی به هر کدام از عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر اساس قضاوت کارشناسی وزن و امتیازی داده شد. به طوری که در ستون مربوط به وزن اعداد بین ۰ و ۱ می‌باشند که عدد ۰ مربوط به بی‌اهمیت بودن موضوع و عدد ۱ به بسیار مهم بودن آن تأکید دارد. ضریب داده‌شده به هر عامل بیان‌گر اهمیت نسبی آن در موفقیت است. صرف‌نظر از این که آیا عامل موردنظر به عنوان یک نقطه

1- Internal Factor Evaluation

2- External Factor Evaluation

جدول ۱- نقاط قوت (S) در پتانسیل یابی گردشگری حوزه آبخیز چرات

Table 1- Strengths (S) points in tourism potential of Cherat watershed

ردیف	نقاط قوت (STRENGTH:S)
S ₁	وجود آثار تاریخی و مذهبی برای گردشگری
S ₂	وجود آبشارها و چشمه‌های فراوان و رودخانه‌های پرآب
S ₃	آب‌وهوای معتدل و مطلوب در فصل‌های بهار و تابستان
S ₄	چشم‌اندازهای طبیعی و فضای سبز وسیع موجود و بازدید رایگان از آن‌ها
S ₅	وجود صخره‌های آهکی با ارتفاع زیاد به منظور ورزش‌های صخره‌نوردی
S ₆	ارتفاعات مرتفع و مشرف بودن به مناطق کوهستانی به منظور کوهنوردی و تفریحات مرتبط با آن
S ₇	هم‌جواری با مناطق باقابلیت گردشگری بالا
S ₈	فراهم بودن شرایط مناسب برای برگزاری تورهای طبیعت‌گردی، کوه‌پیمایی و پیاده‌روی
S ₉	وجود غارهای متعدد در حوزه به منظور ورزش غارنوردی
S ₁₀	وجود دامنه‌های پایکوهی و مراتع باقابلیت تولید علوفه
S ₁₁	وجود چراگاه‌های فراوان برای چرای دام
S ₁₂	وجود آداب و رسوم فرهنگ محلی و سنتی در بین مردم منطقه
S ₁₃	وجود قله شاه‌نشین و حمام تاریخی با قدمت ۲۰۰ ساله
S ₁₄	مشارکت ساکنان محلی در سرمایه‌گذاری جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری
S ₁₅	امکان تولید محصولات کشاورزی از اراضی قابل کشت محدوده عرصه
S ₁₆	پرورش زنبور و تولید محصولات گیاهان دارویی و محصولات لبنی در منطقه مورد مطالعه

جدول ۲- نقاط ضعف (W) در پتانسیل یابی گردشگری حوزه آبخیز چرات

Table 2- Weaknesses (W) points in tourism potential of Cherat watershed

ردیف	نقاط ضعف (WEAKNESSES:W)
W ₁	نداشتن زیرساخت‌های کالبدی گردشگری در منطقه
W ₂	شرایط نامناسب برخی از راه‌های ارتباطی در منطقه
W ₃	ضعف مدیریتی در ایجاد پروژه‌های اکوتوریسم و ژئوتوریسم
W ₄	عدم وجود تبلیغات مناسب و ضعف اطلاع رسانی در خصوص معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه
W ₅	کمبود فضاهای اقامتی، تجهیزات و تأسیسات اولیه گردشگری (کمبود سوویت و آلاچیق)
W ₆	پایین بودن امکانات بهداشتی از جمله سرویس‌های بهداشتی مختص گردشگران موجود در منطقه
W ₇	دشواری بودن صخره‌نوردی بدون تجهیزات کوهنوردی با توجه به کوه‌های مرتفع
W ₈	عدم حمایت‌های دولتی جهت حمایت و تشویق بخش خصوصی جهت رونق گردشگری در منطقه

ماتریس عوامل محیط خارجی (EFE) در حوزه

با بررسی‌های میدانی و تجزیه و تحلیل کتابخانه‌ای که انجام گرفت، مهم‌ترین این عوامل پس از تجزیه و تحلیل در جدول ۳ و جدول ۴ آمده است.

جدول ۳- فرصت‌های (O) در پتانسیل‌یابی گردشگری حوزه آبخیز چرات

Table 3- Opportunities (O) points in tourism potential of Cherat watershed

ردیف	فرصت‌ها (OPPORTUNITIES:O)
O ₁	ایجاد مؤسسات و شرکت‌های گردشگری در جهت اشتغال‌زایی در منطقه
O ₂	توسعه امکانات ساختاری و زیربنایی اقامت گردشگران و بهبود خدمات بهداشتی به گردشگران
O ₃	زمینه‌سازی ایجاد فرصت برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
O ₄	امکان ایجاد گردشگری کوهستان، گردشگری ورزشی و گردشگری فرهنگی و گردشگری روستایی
O ₅	امکان توسعه کاشت و پرورش گیاهان دارویی، صنعتی و خوراکی در قسمت‌هایی از عرصه
O ₆	امکان پرورش وسیع زنبور و تولیدات لبنی و پرورش ماهی
O ₇	استفاده از ظرفیت‌های طبیعی منطقه برای توسعه اکوتوریسم و گردشگری روستایی
O ₈	امکان وجود تنوع گونه‌های گیاهی و جانوری مختلف به دلیل وجود تنوع زیستی نظیر جنگل، رودخانه، چشمه، کوه‌ها
O ₉	امکان ذخیره و استحصال آب به دلیل وجود رودخانه‌های پرآب و چشمه‌های فراوان منطقه
O ₁₀	تمایل زیاد ساکنان منطقه به مشارکت در طرح‌های توسعه گردشگری در آینده
O ₁₁	افزایش انگیزه بیش‌تر برای مسافرت و تفریح در این منطقه به دلیل وجود آثار و جاذبه‌های گردشگری فراوان منطقه
O ₁₂	استفاده از توان مردم بومی برای مدیریت گردشگری و اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد

جدول ۴- تهدیدهای (T) در پتانسیل‌یابی گردشگری حوزه آبخیز چرات

Table 4- Threats (T) points in tourism potential of Cherat watershed

ردیف	تهدیدها (THREATS:T)
T ₁	ورود گردشگران با فرهنگ‌های مختلف و اثرگذاری روی فرهنگ مردم بومی
T ₂	تغییر کاربری اراضی، تخریب جنگل‌ها و مراتع و تبدیل به کاربری‌های مسکونی
T ₃	احتمال افزایش خطرات تصادف جاده‌ای به دلیل شرایط بد برخی جاده‌های منطقه
T ₄	از بین رفتن منابع طبیعی و پوشش گیاهی و آلودگی زیست‌محیطی در اثر بی‌توجهی گردشگران
T ₅	افزایش بار مالی جهت ایجاد تجهیزات و تسهیلات گردشگری و مقرون‌به‌صرفه نبودن آن‌ها
T ₆	کاهش جمعیت فعال منطقه به دلیل مهاجرت

مجموعه عوامل درونی حداقل ۱، حداکثر ۴ و میانگین آن‌ها ۲/۵ است. اگر جمع نهایی امتیاز وزن‌دار کم‌تر از ۲/۵ باشد یعنی سازمان موردنظر از نظر عوامل داخلی در مجموع دچار ضعف است و اگر این مقدار بیش‌تر از ۲/۵ باشد بیان‌گر آن است که سازمان از نظر عوامل درونی دارای قوت است. برای منطقه مورد مطالعه امتیاز و ضریب وزنی هر کدام از عوامل به صورت جداول ۵ و ۶ و ۷ و ۸ مشخص گردید.

امتیاز وزنی و اولویت‌بندی مجموعه عوامل داخلی و

خارجی مؤثر بر گردشگری حوزه

وزن هر عامل را در امتیاز آن عامل ضرب کرده تا به این وسیله امتیاز وزنی آن به دست آید. هم‌چنین در پایان امتیازات وزنی تمام عوامل خارجی و داخلی را به‌طور جداگانه جمع کرده و امتیاز وزنی کل را محاسبه می‌کنیم. امتیاز وزنی کل نشان می‌دهد که یک سیستم چگونه به عوامل موجود و بالقوه در محیط بیرونی خود پاسخ می‌دهد. جمع امتیازات وزن‌دار در

جدول ۵- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (نقاط قوت)

Table 5. Internal factors evaluation matrix (S points)

اولویت	امتیاز وزن دار	امتیاز	وزن	ردیف
۸	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	S ₁
۱	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	S ₂
۳	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	S ₃
۲	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	S ₄
۷	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	S ₅
۴	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	S ₆
۵	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	S ₇
۹	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	S ₈
۶	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	S ₉
۱۳	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	S ₁₀
۱۵	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	S ₁₁
۱۲	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	S ₁₂
۱۰	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	S ₁₃
۱۱	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	S ₁₄
۱۶	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	S ₁₅
۱۴	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	S ₁₆
-	۳/۱۸	۵۳	۱	جمع

جدول ۶- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (نقاط ضعف)

Table 6. Internal factors evaluation matrix (W points)

اولویت	امتیاز وزن دار	امتیاز	وزن	ردیف
۵	۰/۲۴	۲	۰/۱۲	W ₁
۱	۰/۴۵	۳	۰/۱۵	W ₂
۶	۰/۲۴	۲	۰/۱۲	W ₃
۲	۰/۴۲	۳	۰/۱۴	W ₄
۴	۰/۳۹	۳	۰/۱۳	W ₅
۸	۰/۲۰	۲	۰/۱۰	W ₆
۳	۰/۴۲	۳	۰/۱۴	W ₇
۷	۰/۲۰	۲	۰/۱۰	W ₈
-	۲/۵۶	۲۰	۱	جمع

جدول ۷- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (نقاط فرصت)

Table 7. External factors evaluation matrix (O points)

اولویت	امتیاز وزن دار	امتیاز	وزن	ردیف
۱	۰/۷۲	۴	۰/۱۸	O ₁
۳	۰/۳۳	۳	۰/۱۱	O ₂
۲	۰/۵۶	۴	۰/۱۴	O ₃
۶	۰/۲۴	۳	۰/۰۸	O ₄
۱۰	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	O ₅
۱۲	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	O ₆
۷	۰/۲۱	۳	۰/۰۷	O ₇
۹	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	O ₈
۱۱	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	O ₉
۴	۰/۳۰	۳	۰/۱۰	O ₁₀
۸	۰/۲۰	۴	۰/۰۵	O ₁₁
۵	۰/۲۷	۳	۰/۰۹	O ₁₂
-	۳/۳۷	۴۱	۱	جمع

جدول ۸- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (نقاط تهدید)

Table 8. External factors evaluation matrix (T points)

اولویت	امتیاز وزن دار	امتیاز	وزن	ردیف
۲	۰/۵۴	۳	۰/۱۸	T ₁
۴	۰/۳۲	۲	۰/۱۶	T ₂
۱	۰/۵۷	۳	۰/۱۹	T ₃
۵	۰/۳۰	۲	۰/۱۵	T ₄
۶	۰/۳۰	۲	۰/۱۵	T ₅
۳	۰/۵۱	۳	۰/۱۷	T ₆
-	۵	۱۴	۱	جمع

بحث و نتایج

SWOT در اهردهای مناسب برای توسعه اکوتوریسم در منطقه مورد مطالعه ارایه گردیده است (۱۹).

راهبردهای تهاجمی (SO):

این استراتژی‌ها از تقابل نقاط قوت و فرصت‌ها به وجود می‌آیند و به منطقه کمک می‌کنند تا از نقاط قوت خود در جهت بهره‌مندی هر چه بیش‌تر از فرصت‌های مهیا شده از سوی محیط خارجی استفاده نماید. در این استراتژی‌ها تمرکز بر نقاط

اتخاذ راهبرد مناسب در تصمیمات راهبردی مستلزم داشتن اطلاعات و شناخت راهبردی از محیط داخلی و خارجی سازمان یا نظام است. شناخت راهبردی شناختی اسدت که با معرفی علل و عوامل اصلی داخلی و محیطی قوت‌ها، ضعف‌ها، تهدیدها و فرصت‌ها و چگونگی تعامل آن‌ها در طول زمان، اطلاعات لازم در مورد ساختارها و رفتارهای نظام و محیط مؤثر بر آن اطلاعات را ارایه نماید (۱۸). با توجه به تجزیه و تحلیل ماتریس

۱- تنوع‌بخشی به فعالیت‌ها، امکانات و خدمات توریستی به‌منظور به‌کارگیری طیف وسیعی از مردم بومی و جلب رضایت گردشگران ۲- بهره‌گیری از استعداد‌های گردشگری منطقه جهت کسب درآمد و اشتغال و افزایش توان اقتصادی مردم بومی ۳- افزایش بودجه تخصیصی برای توسعه جاذبه‌های گردشگری و ایجاد و مدیریت واحد شفاف برای اجرایی شدن و تحقق توسعه امر گردشگری ۴- برقراری ارتباط بین فعالیت‌های کشاورزی و طبیعت‌گردی و گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه ۵- تنوع‌بخشی به برنامه‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی به‌منظور معرفی جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی و سنتی منطقه

راهبردهای بازننگری (WO):

این مجموعه از راهبردها از تقابل نقاط ضعف درونی با فرصت‌های محیط بیرونی شکل می‌گیرند. بر اساس این مجموعه راهبردها با کاستن از نارسایی‌ها و نقاط ضعف درونی میزان استفاده و بهره‌مندی از فرصت‌های بیرونی ارتقاء داده می‌شوند و تلاش می‌شود تا راهبردها بر بستر فرصت‌های موجود انطباق لازم را پیدا کنند. این راهکارها به شرح زیر ارائه می‌شود:

۱-ارایه برنامه‌هایی جهت جذب توریسم داخلی و خارجی ۲- بازننگری در نحوه توزیع تسهیلات و خدمات اقامتی و تفریحی در سطح منطقه

۳- بازننگری در نوع و نحوه برنامه‌ریزی و هماهنگی بین نهادها و دستگاه‌های اجرایی مسوول در منطقه از طریق ایجاد یک نهاد مدیریتی یکپارچه و منسجم ۴- تقویت هماهنگی سازمان‌های مرتبط با گردشگری ۵- تلاش برای شناسایی و ثبت اماکن گردشگری در آثار ملی و یونسکو برای شناخت بیش‌تر گردشگران داخلی و به‌ویژه گردشگران خارجی ۶- تهیه طرح توسعه گردشگری در منطقه و اهمیت دادن به آثار اقتصادی ناشی از توسعه گردشگری از سوی مسوولان مرتبط و مشارکت دادن مردم در تهیه طرح‌ها ۷- ایجاد و تقویت زیرساخت‌های بهداشتی- درمانی در فضاهای گردشگری ۸- توسعه و گسترش مسیرهای دسترسی جدید برای به‌منظر کشیدن چشم‌اندازهای جذاب پنهان در منطقه

قوت درونی و فرصت‌های بیرونی است. از مقایسه نقاط قوت داخلی با فرصت‌های خارجی راهکارهایی به شرح زیر ارائه می‌شود:

۱- برنامه‌ریزی جهت گردشگری پایدار در نواحی مستعد ۲- شناسایی و توجه به توان و جاذبه‌های گردشگری منطقه ۳- گسترش تورهای سیاحتی ۴- ایجاد انگیزش بین مردم بومی جهت بهره‌گیری بهینه از توان‌های اکولوژیکی منطقه ۵- توسعه فضاهای تفریحی به‌عنوان بستر مناسب و مکمل گردشگری برای افزایش مدت اقامت گردشگران خارجی ۶- برنامه‌ریزی برای گسترش صنایع دستی و سایر مشاغل وابسته جهت کاهش بیکاری و ایجاد درآمد پایدار ۷- زمینه‌سازی جهت بهره‌گیری از حمایت مالی بخش خصوصی به‌منظور سرمایه‌گذاری بلندمدت در فضاهای گردشگری ۸- فراهم کردن سرمایه‌گذاری جهت برنامه‌های آگاهی‌رسانی محیط زیستی برای پیشرفت گردشگری بومی ۹- ایجاد زیرساخت برای احداث کمپ گردشگری در مناطق طبیعی بکر با در نظر گرفتن طراحی‌های مناسب با ویژگی‌های محلی و بومی با حداقل دخالت و تخریب در محیط ۱۰- استفاده از جمعیت فعال اقتصادی به‌منظور توسعه کاشت و پرورش گیاهان دارویی، پرورش زنبورعسل و غیره ۱۱- ایجاد هماهنگی و همکاری دولت با بخش‌های خصوصی به‌منظور یکپارچه‌سازی کارکردهای اکوتوریسم ۱۲- طرح‌ریزی و طراحی فعالیت‌های گردشگری کوهستان محور، روستا محور و گردشگری ورزشی متناسب با پتانسیل‌های محیطی و اجتماعی منطقه و بهره‌گیری اصولی از جاذبه‌ها ۱۳- تهیه طرح طبیعت‌گردی متناسب با پتانسیل‌های طبیعی منطقه به‌منظور توسعه طبیعت‌گردی در منطقه

راهبردهای تنوع (ST):

این راهبردها از تقابل نقاط قوت درونی با تنگناها و تهدیدات محیط بیرونی شکل می‌گیرد. در این راهبردها از نقاط قوت درونی جهت کاهش یا رفع خطرات و تهدیدات محیط خارجی استفاده می‌شود. از مقایسه نقاط قوت داخلی با تهدیدات خارجی، راهکارهایی به شرح زیر ارائه می‌شود:

راهبردهای تدافعی (WT):

این راهبردها از تقابل و تعامل نقاط ضعف درونی منطقه مورد مطالعه و تهدیدات بیرونی محیطی به دست می‌آیند. این راهبردها در تلاش‌اند تا از میزان نارسایی و تنگناهای درونی و تهدیدات خارجی کاسته شود. از طریق ترمیم نقاط ضعف برای برون‌رفت از تهدیدات بیرونی استفاده می‌کنند. این راهکارها به شرح زیر ارایه می‌شود:

۱- زمینه‌سازی در جهت توسعه و تجهیز منطقه از نظر زیرساخت‌های محیطی و کالبدی ۲- زمینه‌سازی و تشویق مردم بومی جهت مشارکت در توسعه و تجهیز اماکن توریستی تحت حمایت‌های دولتی ۳- تدوین مقررات و ضوابط در زمینه توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به‌کارگیری مدیریت تخصصی در بخش‌های گردشگری و همچنین ثبات در مدیریت برای اجرای صحیح طرح‌های بلندمدت ۴- تقویت شاخص‌های اکوتوریسم پایدار ۵- به‌کارگیری مدیریت شایسته و کارآمد در برنامه‌ریزی گردشگری و افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی.

۶- فرهنگ‌سازی در جهت گردشگری پذیر شدن مناطق محلی ضمن برنامه‌ریزی جهت جلوگیری از اثرات سوء گردشگری بر فرهنگ زیست‌بوم مردم محلی ۷- آموزش نیروهای متخصص به‌منظور آشنایی و شناساندن گردشگران با جاذبه‌های طبیعی منطقه.

انتخاب راهبرد کلی توسعه گردشگری حوزه

در راستای ارایه استراتژی‌های کلان بر اساس قاعده معمول، چنانچه میانگین کل امتیازات تهدیدها و ضعف‌ها کم‌تر از کل امتیازات فرصت‌ها و قوت‌ها باشد ($WT < SO$)، استراتژی کلان از نوع استراتژی تهاجمی خواهد بود، چنانچه میانگین کل امتیازات تهدیدها و ضعف‌ها بیش‌تر از میانگین کل امتیازات فرصت‌ها و قوت‌ها باشد ($WT > SO$)، در این صورت استراتژی از نوع تدافعی خواهد بود (۲۰).

به عبارتی WT شامل مجموع امتیازات وزن‌دار ضعف‌ها و تهدیدها و SO شامل مجموع امتیازات وزن‌دار نقاط قوت و فرصت‌ها می‌باشد. با توجه به این‌که مجموع امتیازات وزن‌دار نقاط قوت و ضعف به ترتیب ۳/۱۸ و ۲/۵۶ و مجموع امتیازات

وزن‌دار فرصت‌ها و تهدیدها نیز به ترتیب ۲/۳۷ و ۲/۵۴ به دست آمد. با توجه به محاسبات SO برابر با ۶/۵۵ و WT برابر با ۵/۱ خواهد بود؛ بنابراین SO بیش‌تر از WT می‌باشد و استراتژی موردنظر برای تدوین برنامه‌ریزی توسعه توریسم در منطقه استراتژی تهاجمی خواهد بود. در پایان ملاحظه می‌شود بر اساس محاسبات انجام‌شده و تحلیل ماتریس SWOT گسترش طبیعت‌گردی در منطقه چرات به نفع محیط‌زیست منطقه می‌باشد و سبب ارتقای سطح حفاظت و بهره‌برداری پایدار از استعدادها می‌گردد. البته آنچه واضح به نظر می‌رسد این است که تبدیل این منطقه به یکی از قطب‌های طبیعت‌گردی در سطح کشور و حتی بین‌المللی مستلزم به‌کارگیری برنامه‌ریزی و مدیریت همه‌جانبه نگر و یکپارچه بر اساس عناصر محیط زیستی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی می‌باشد.

نتیجه‌گیری

نتایج نشان داد در منطقه مورد مطالعه تعداد ۱۶ قوت داخلی در برابر ۸ نقطه ضعف داخلی و ۱۲ فرصت خارجی در برابر ۶ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده است به این ترتیب در مجموع ۲۸ نقطه قوت و فرصت به‌عنوان مزیت‌ها و ۱۴ ضعف و تهدید به‌عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای پیش روی منطقه مورد مطالعه جهت گسترش طبیعت‌گردی قابل شناسایی است. با توجه به نمره حاصل از جمع نهایی ماتریس (IFE) که ۵/۷۴ می‌باشد و این عدد از ۲/۵ بیش‌تر است پس نتیجه‌گیری می‌شود نقاط قوت گسترش طبیعت‌گردی در منطقه بیش‌تر از نقاط ضعف منطقه است. همچنین با توجه به جمع نهایی نمرات ماتریس (EFE) که ۵/۹۱ می‌باشد و این عدد از ۲/۵ بیشتر است بدین ترتیب بالا بودن امتیازهای مربوط به فرصت‌های گردشگری و نقاط قوت داخلی نشان‌گر شرایط بسیار مطلوب برای توسعه گردشگری در منطقه چرات است. علاوه بر این از نظر مدیریت گردشگری و ماتریس نهایی SWOT و تلفیق مؤلفه‌های مدل با یکدیگر، حاکی از شرایط مطلوب منطقه به‌منظور سرمایه‌گذاری و توسعه فعالیت‌های گردشگری می‌باشد. نتایج به‌دست‌آمده پژوهش حاضر با گزارش نهایی

- Publication. Unit, World Tourism, Organization, Madrid, Spain.
5. Butler ,R.W., 2002. Ectourism- has it achieved maturity or has the bubble burst Pacific Rim tourism NewZealand, P256.
 6. Azadi, S., Shariatmadari, M., 2015. Editing and Prioritization of Ecotourism Development Strategies Using the SWOT Model and Intuitive Methodology in Kermanshah Province. Journal of Geographic Space. Vol.15 (49), pp. 187-169.(In Persian)
 7. AminBidokhti, A., Jafari, S., Soltani Nezhad, M., 2016. Analysis of Factors Influencing Ecotourism in Rafsanjan City Based on SWOT Model, Case Study of Rafsanjan city Ragah Valley zone. The 3rd Scientific Conference on New Horizons in Geography science and Urban and architecture Planning, Tehran, Iran, p. 14.(In Persian)
 8. Barkauskeiene, k., Snieska,V., 2013. Ecotourism as intergral part of sustainable tourism development. Economics and management. Vol. 18(3), pp. 449-456.
 9. Hall, A., Day, M., 2014. Ecotourism in the state forest karst of Puerto Rico. Journal of Cave and karst Studies. Vol. 76 (1), pp. 30-41.
 10. Ghorbani, A., Raufirad, V., Rafiaani, P., Azadi, H., 2015. Ecotourism sustainable development strategies using SWOT and QSPM model: A case study of Kaji Namakzar Wetland, South Khorasan Province Iran. Tourism Management Perspectives. Vol 16, pp. 290-297.
 11. Robinson, R., Pearce, J.,2014. Strategic Planning and Management. مورالیس (۲۰۰۷) و بارکائوسکین و نیسکا (۲۰۱۳) و زینب خلیلی و همکاران (۱۳۹۳) و اصغر ضرابی و همکاران (۱۳۹۳) و امیراحمدی و همکاران (۱۳۹۱) و امین بیدختی و همکاران (۱۳۹۵) هم‌خوانی و انطباق داشته است (۷،۲۴،۲۳،۲۲،۳،۲۱). با توجه به یافته‌های این تحقیق، روستای چرات جزو مناطق با قابلیت‌های طبیعت‌گردی بالا است که دارای جاذبه‌های متعدد و متنوع طبیعی و محیط زیستی است. در کنار طبیعت بکر و زیبا از جاذبه‌های خاص ژئوتوریستی نیز برخوردار است که به همراه فرهنگ سنتی و قدمت تاریخی آن مجموعه‌ای از بهترین جاذبه‌های گردشگری را در پهنه‌های وسیعی از شمال کشور به وجود آورده و نشان‌دهنده توانایی بالای این منطقه برای تبدیل شدن به منطقه نمونه گردشگری در سطح کشور و منطقه است که تحقق این هدف نیازمند توجه هر چه بیشتر تر مسوولان در راستای توسعه توریسم و بهره‌گیری بهتر از توان‌های اکوتوریستی منطقه است.
- منابع**
1. Abdollahi, A., 2007. Ecotourism compatible with environmental protection and stability of natural resources. Proceedings of the 6th Iranian Conference on Agricultural Economics, Ferdowsi University of Mashhad, p. 22.(In Persian)
 2. Mohammadi, R., Feyzi, A., 2008. Study of the climate of Isfahan in order to develop tourism using the TCI method. First scientific global Student Conference on Geography. University of Tehran, pp.26-23.(In Persian)
 3. Gacqueline, M., Hamilton, D.J., Madison, richars, J., tol, 2005. climate change and international tourism: A similation study, Global Environmental change. Vol. 15(3), pp. 253-266.
 4. World Tourist Organization,1998. Tourism 2020 Vision. WTO

19. Freeman, E., Introduction to statistical methods. Translation by Abbas Bazargan. 1987. Tehran: Academic Publishing Center, p. 418. (In Persian)
20. Fazelnia, Gh., Hedayati, S., 2010. Appropriate Strategies for Tourism Development in Zarivar Lake. Geography and Development Journal. Vol. 8(19), pp.170-145. (In Persian)
21. Morales S., A, 2007. Ecotourism in Mexico, A Thesis Submitted in Conformity with the Requirments Forthe Degree of Master of Laws (LLM), Graduate Department of Law, in the University of Toronto.
22. Khalili, Z., Olaidi, J., Tekiekhah, J., 2014. Analysis of the Factors Affecting the Development of ecotourism Using the SWOT Model Case Study of Quri Qaleh zone in Kermanshah Province. The 2rd National Conference on Applied Research in Geography and Tourism. (In Persian)
23. Zarabi, A., AlizadehAsl, J., Bahari, A., 2014. Analysis of tourism infrastructure in the ecotourist destination of Urumie by using SWOT method. Geography and Planning Journal. Vol.18 (48), pp.210-177. (In Persian)
24. AmirAhmadi, A., MotamediRad, M., Pourhashemi, S., Qaraee, H., Abbariki, z., 2012. Determination of Ecotourism Potential of Sabzevar Mazinan Desert Using the SWOT Model. Journal of Arid Regions Geographics Studies. Vol. 2(8) , pp. 75-55. (In Persian)
- Translation by Sohrab Khalili Shourini. 5st publication. Tehran. Publications Book Memoirs, p.624
12. Carolina, D., Lawrence, P., Etkin. Marilyn, M., Helms, Michael s., Anderson, 2006. The challenge of VeneZuelA: A SWOT Analysis. Competitiveness Review, An International Business Journal. Vol. 16(3/4), pp. 233-247.
13. David, F.R., 1998. Strategic Management: Concepts and Cases, Prentice-Hall, New Jersey.
14. Kajanus, M., Kangas, J., Kurttila, M., 2004. The use of value focused thinking and the A'WOT hybrid method in tourism management, Tourism Management. Vol 25, pp. 499-506.
15. Ahmadi, A., Fathullah, A., M., Tajoddin, A., 2009. Comprehensive Approach to Strategic Management. Publishing Toulid Danesh, p.492. (In Persian)
16. Nadimi, h., 2005. Strategic planning of architectural schools, why and how? Journal of Sefe. Vol. 15 (41) , pp. 141-126. (In Persian)
17. Karbasi, A., Mugouei, R., Monavari, SM., 2007. Strategic Management in the Environment. 1st publication Tehran: Publishing Kavoshk Ghalam ,p. 232. (In Persian)
18. 9. Plan of Editing national document on development and management of ecotourism in the country, 2001. Water and Energy Research Jahad Company. (In Persian)