

علوم و تکنولوژی محیط زیست، دوره بیست و یکم، شماره پنج، مردادماه ۹۸

بررسی قابلیت‌های گردشگری و اکوتوریسم در شهرستان اردکان با استفاده از

مدل SWOT

سید کاظم موسوی^{۱*}

Kazemmousavi260@yahoo.com

اخترالسادات موسوی^۲

تاریخ پذیرش: ۹۵/۳/۳

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۲/۵

چکیده

زمینه و هدف: امروزه صنعت گردشگری در دنیا یکی از منابع مهم درآمد و درعین حال از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهای است و به منزله گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان حایز جایگاه ویژه ای است. شهرستان اردکان یکی از مناطق زیبا و دیدنی استان یزد است که علی‌رغم وجود جاذبه‌های گردشگری فراوان فاقد امکانات و تسهیلات مناسب برای جذب گردشگران است. در این پژوهش سعی شده که قابلیت‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری در این شهرستان شناسایی شده و راهبردها و استراتژی‌های مناسب جهت توسعه گردشگری و اکوتوریسم در این شهرستان مشخص شود.

روش بررسی: روش مورد استفاده در این پژوهش، روش توصیفی-تحلیلی است. به منظور جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز، از مطالعات کتابخانه‌ای، بررسی اسناد و همچنین مطالعات میدانی شامل مصاحبه و پرسش‌نامه استفاده شده و با توجه به اطلاعات به دست آمده به بررسی جاذبه‌ها، امکانات، خدمات و وضعیت کلی گردشگری و اکوتوریسم در منطقه اقدام شده است. در مرحله بعد، جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات و آرایه راهبردها و استراتژی‌های توسعه گردشگری و اکوتوریسم از روش SWOT استفاده شده است.

یافته‌ها: نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد که مجموع امتیاز وزن‌دار جدول ماتریس عوامل داخلی ۲/۶۳ و در جدول ماتریس عوامل خارجی ۲/۳۶ است. عدد حاصله پایین‌تر از میانگین می‌باشد. در واقع از قوت‌ها و فرصت‌های به دست آمده به درستی در جهت غلبه بر ضعف‌ها و تهدیدها استفاده نشده است و ضعف‌ها بر قوت‌ها و تهدیدها بر فرصت‌ها غالب هستند و نوع استراتژی حاصل شده، استراتژی تنوعی (اقتضایی) است.

بحث و نتیجه‌گیری: نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که شهرستان اردکان از پتانسیل بالایی در زمینه گردشگری و اکوتوریسم برخوردار می‌باشد که با سرمایه‌گذاری، برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب می‌توان از این توانایی‌ها در راستای توسعه پایدار گردشگری در این شهرستان استفاده نمود.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، اکوتوریسم، مدل SWOT، محیط زیست

۱- دکترای مدیریت محیط زیست، عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران. * (مسوول مکاتبات)

۲- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد فرش، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه کاشان

Investigating the Potential of Tourism and Ecotourism in Ardakan City Using SWOT Model

Seyed Kazem Mousavi ^{1*}

Kazemmousavi260@yahoo.com

Akhtar-alsadat Mousavi ²

Admission Date: May 23, 2016

Date Received: February 24, 2016

Abstract

Background and Objective: Today, tourism industry is an important source of income, at the same time it is one of the vital factors in cultural exchanges among countries and it has a special position in terms of being the most extensive service industry in the world. Despite abundant tourist attractions, Ardakan city, as one of the most beautiful regions in Yazd province, lacks the appropriate facilities to attract tourists. In this study, it has been attempted to identify the capabilities and limitations of tourism development in the city and to determine the suitable strategies for the development of tourism and ecotourism in this city.

Method: The method used in this study is of a descriptive-analytic type. To collect the required information, library studies, document reviews and field studies, including interviews and questionnaires, were used. Study of attractions, amenities and services as well as overall situation of tourism and ecotourism in the region was rendered according to the information obtained. In the next step, SWOT method was used to analyze the information and provide guidelines and strategies for the development of tourism and ecotourism.

Findings: Results demonstrated that the total weighted scores of the matrices for table of internal and external factors are 2.63 and 2.36 respectively. The obtained value was lower than average, showing the strengths and opportunities are not used properly to overcome the weaknesses and threats. The weaknesses outweigh the strengths and the threats are dominant to opportunities. In addition, the type of strategy obtained was a variety (contingency) strategy.

Discussion and Conclusion: The results show that Ardakan city has great potential for tourism and ecotourism and by investing, planning and proper management these capabilities can be used for sustainable development of tourism in the city.

Keywords: Tourism, Ecotourism, SWOT model, Environment

1- Young Researchers and Elites club, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

*(Corresponding Author)

2- Department of Architect and Art, Kashan University, Iran

مقدمه

افزایش روز افزون و گسترش گردشگری در مناطق مختلف دنیا سبب شده گردشگری به منزله بزرگ ترین صنعت جهان معرفی شود و توجه برنامه ریزان را به خود جلب کند (۱). این صنعت به یکی از فعالیت های اقتصادی که پتانسیل بالایی دارد تبدیل شده است که با نیروی قدرت مند خود سبب تغییرات در اقتصاد کشورهای توسعه یافته و کم تر توسعه یافته می شود (۲). با رونق جهانی صنعت گردشگری، تعداد فزاینده ای از مناطق در کشورهای در حال توسعه اهمیت گردشگری را به منزله عامل مهم در توسعه اقتصاد منطقه ای درک کرده اند (۳). سازمان جهانی گردشگری از کشورهای آسیا و اقیانوس آرام به منزله پتانسیلی بزرگ برای ورود به بازار صنعت گردشگری جهانی نام برده و با توسعه مدیریت یکپارچه گردشگری تا سال ۲۰۲۰ سالانه ۱۶ میلیارد دلار درآمد عاید این مناطق خواهد شد (۴). بدین ترتیب، این صنعت یکی از ارکان مهم اقتصاد جهان کنونی را دربر می گیرد و سرمایه گذاری در این صنعت، پربازده ترین سرمایه گذاری ها محسوب می شود (۵). این صنعت نوپا در سال های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه گذاری در میراث فرهنگی، به سازی محیط، کمک به به سازی زیستگاه های حیات وحش، توسعه نواحی دارای جاذبه های گردشگری و جلوگیری از برون کوچی جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است (۶). در شرایطی دهه اولیه قرن بیست و یکم به پایان رسیده است که هنوز توسعه منطقه ای در کشورهای در حال توسعه با چالش های متعددی مواجه است، زیرا راهبردهای گذشته در زمینه توسعه منطقه ای موفقیت آمیز نبوده و نتوانسته اند مسایلی هم چون فقر، اشتغال، بهداشت و پایداری محیط زیست را تأمین کنند. این راهبردها در توزیع منافع حاصل از رشد و توسعه نیز موفق نبوده و سبب ایجاد مشکلات متعددی در این کشورها شده است. این مساله باعث شده است در سال های اخیر توسعه گردشگری به منزله یکی از راهبردهای توسعه منطقه ای مورد توجه قرار گیرد (۷).

جاذبه های منحصر به فرد گردشگری نقش تعیین کننده ای در موقعیت بالقوه گردشگری در هر منطقه بازی می کنند. جاذبه های طبیعی، جاذبه های فرهنگی، تاریخی و زیرساخت های مناسب حمل و نقل از عواملی اند که گردشگران به منزله مقصد توریستی انتخاب می کنند و برنامه ریزی برای شناسایی ویژگی های مقصد گردشگری باعث تنوع منطقه و رشد گردشگری و عامل محرکه ای حیاتی اقتصادی در هر منطقه می شود. کشور ما نیز با برخورداری از منابع سرشار محیطی و بهره گیری از پشتوانه تاریخی تمدنی و فرهنگی چند هزار ساله از قابلیت ویژه ای برای توسعه صنعت گردشگری برخوردار است، اما به لحاظ شکوفایی این کارکرد نتوانسته جایگاه درخور توجهی کسب کند. مقایسه کشورهای که مهم ترین منابع اقتصادی خود را از گردشگری کسب می کنند، با ایران که بیش تر به درآمدهای ارزی حاصل از نفت متکی است، اهمیت اقتصادی توسعه گردشگری را در ایران نشان می دهد. با توجه به بند ششم از سند چشم انداز توسعه کشور (ایران ۱۴۰۴) که هدف آن کسب جایگاه برتر اقتصادی در سطح منطقه با تکیه بر رشد مستمر اقتصادی، ارتقای نسبی درآمد سرانه و رسیدن به اشتغال کامل است، می توان از ضریب اشتغال زایی و درآمد حاصل از صنعت گردشگری برای رسیدن به این موقعیت بهره گرفت. در این زمینه، شهرستان اردکان نیز به منزله یکی از مناطق مهم مستعد گردشگری در استان یزد، به دلیل برخورداری از ویژگی های منحصر به فرد تاریخی، فرهنگی، مذهبی، و طبیعی طی دوره های مختلف تاریخی در سطح ملی و بین المللی از توانمندی های بالایی برای جلب گردشگران برخوردار است. بنابراین، هدف این پژوهش ارزیابی قابلیت های گردشگری و اکوتوریسم بر اساس توان ها و زیرساخت های توسعه گردشگری در این شهرستان می باشد.

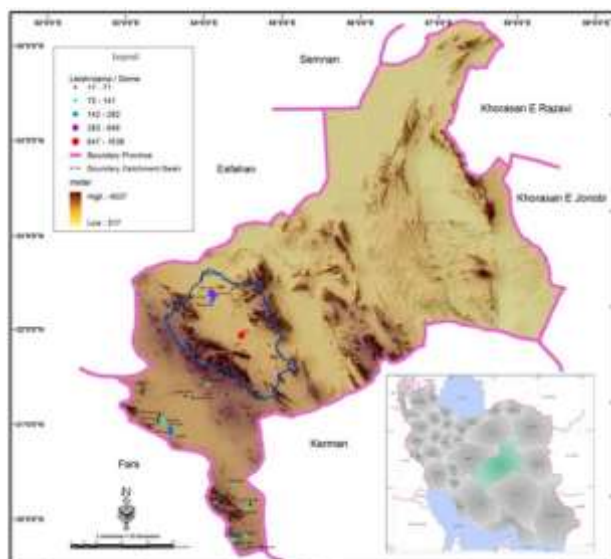
روش تحقیق

منطقه مورد مطالعه

شهر اردکان در طول جغرافیایی ۵۳ درجه و ۱ دقیقه تا ۵۶ درجه و ۱۸ دقیقه شرقی و عرض جغرافیایی ۳۲ درجه و ۲

ارتفاعی مربوط به کوه خوانزا با ارتفاع ۳۱۵۸ متر است. این شهرستان دارای آب و هوایی خشک بوده و بیش‌تر سطح آن پوشیده از بیابان است. شهرستان اردکان یکی از مناطق مستعد گردشگری در استان یزد است که قابلیت های بالایی در زمینه اکوتوریسم و گردشگری دارد که کم‌تر شناخته شده است و هنوز نتوانسته از این توانایی ها به خوبی بهره برداری نماید. از جمله این پدیده ها می توان به پارک ملی سیاه‌کوه و پناه‌گاه حیات وحش دره انجیر، زیارت‌گاه‌های زرتشتیان، بناهای تاریخی از جمله کاروان‌سراها، بادگیرها و غیره اشاره نمود. شکل (۱) موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه را نشان می دهد (۹).

دقیقه تا ۳۳ درجه و ۲۱ دقیقه شمالی واقع شده است. این شهر در روزگار آبادانی آن در محلی به نام زردک قرار داشته و بخش قابل ملاحظه ای از آثار تاریخی آن هنوز پا برجاست. شهرستان اردکان دارای سه بخش مرکزی، بخش خرائق و بخش عقدا می- باشد و با ۲۳۴۷۸ کیلومتر مربع مساحت در شمال استان یزد واقع گردیده است. طبق آمار سرشماری سال ۱۳۸۵، جمعیت ساکن در سطح شهرستان، حدود ۷۵۸۸۰۶ نفر است (۸). از نظر توپوگرافی، بخش عمده شهرستان با خط تراز تقریبی ۱۵۰۰ متر محدود می شود. تنها حدود ۵٪ مساحت شهرستان کوهستانی بوده و ارتفاع متوسط شهرستان از سطح دریا ۱۲۳۴ متر است. در محدوده شهرستان، بلندترین نقطه



شکل ۱- موقعیت جغرافیایی شهرستان اردکان

Figure 1. Geographical location of Ardakan city

ضعف و قوت و فرصت ها و تهدیدهای گردشگری و اکوتوریسم در شهر اردکان پرداخته شد. در ادامه، وزن دهی عامل ها و رتبه بندی موارد اقدام شده و با توجه به نتایج حاصله تدوین و ارائه راهبردهای اجرایی و استراتژی های مناسب جهت بهبود وضعیت گردشگری و اکوتوریسم در شهرستان اردکان انجام شد.

مدل راهبردی SWOT

مدل سوات برای نخستین بار در سال ۱۹۵۰ توسط دو فارغ-التحصیل مدرسه بازرگانی هاروارد به نام های جورج آلبرت

روش تحقیق در این مطالعه توصیفی- تحلیلی است. جمع آوری داده ها از طریق بررسی های اسنادی و کتابخانه ای و مطالعات میدانی و مصاحبه و پرسش‌گری انجام گرفته است. در مرحله اول، برای کسب دیدی جامع و مبتنی بر واقعیت، مصاحبه هایی با افراد ذیربط در امر گردشگری و اکوتوریسم و مسوولان مرتبط با این امر صورت گرفت. در مرحله بعد با طراحی پرسش‌نامه، پرسش‌گری از کارشناسان و متخصصان مرتبط با گردشگری و نیز گردشگرانی که از شهر بازدید کرده اند، در قالب ۵۰ پرسش‌نامه صورت گرفت. با توجه به اطلاعات به دست آمده، با استفاده از روش SWOT به بررسی نقاط

- اسمیت و رونالد کریستنس ارایه شد. اما شاید بزرگترین موفقیت هنگامی به دست آمد که تجزیه و تحلیل با استفاده از مدل SWOT توسط جک ولش در جنرال الکتریک در سال ۱۹۸۰ برای بررسی راهبردهای GE و افزایش بهره وری سازمان انجام شد (۱۰). مدل سوات شیوه ای نظام یافته برای تصمیم گیری و اجرای فعالیت ها درخصوص شکل دهی رهنمود یک سیستم، کارکرد و علل آن است (۱۱). این مدل یکی از ابزارهای مهم در مدیریت راهبردی است و هدف نهایی فرآیند برنامه ریزی راهبردی توسط SWOT، توسعه و اتخاذ یک راهبرد مناسب با در نظر گرفتن عوامل داخلی و خارجی است (۱۲). مدل SWOT تجزیه و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدهاست. از طریق تجزیه و تحلیل SWOT سازمان ها می توانند عوامل داخلی (قوت و ضعف) و خارجی (فرصت و تهدید) خود را شناسایی کرده و پس از آن یک راهبرد مناسب برای توسعه سازمان انتخاب نمایند (۱۳). در اصل مدل سوات به طور کلی به منزله روشی برای تجزیه و تحلیل محیط های داخلی و خارجی سازمان به منظور دستیابی به یک رویکرد سیستماتیک و پشتیبانی تصمیم گیری استفاده می شود (۱۴). هم چنین، عوامل درونی و بیرونی نه تنها باید به شناسایی ویژگی ها یا شایستگی های بارز مجموعه، توانایی ویژه، منابع تحت اختیار، و روش اصلی استفاده از آن ها کمک کند، بلکه باید در بهره برداری از آن ها نیز راه گشا باشد (۱۵).
- به منظور ارایه راهبرد در جهت توسعه گردشگری از مدل استراتژیک SWOT استفاده شده است. مراحل این مدل به شرح زیر است:
- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE): در این گام، نقاط قوت و ضعف شناسایی شده در مرحله ارزیابی محیط درونی در ستون های ماتریس نقاط ضعف و نقاط قوت قرار می گیرند.
 - ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE): در این مرحله، فرصت ها و تهدیدهای شناسایی شده در مرحله ارزیابی محیط بیرونی در سطرهای ماتریس فرصت ها و تهدیدها قرار می گیرند. در این مرحله، تحلیل های انجام شده در مرحله تحلیل، در تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی استفاده می شود. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی از لیست کردن نقاط قوت و ضعف محیط داخلی سیستم تهیه می شود و امتیاز نهایی هر عامل از ضرب هر عامل در رتبه آن عامل به دست می آید. ضریب عامل عددی است که برحسب درجه اثرگذاری بر سیستم بین صفر تا ۱، به طوری که در نهایت مجموع ضرایب عوامل داخلی برابر ۱ باشد، داده می شود. رتبه عددی است بین ۱ تا ۴ که برحسب مثبت بودن آن عامل در سیستم به آن عامل اختصاص داده می شود، به طوری که نقاط ضعف رتبه ای بین ۱ تا ۲ و نقاط قوت رتبه ای بین ۲ تا ۴ می گیرند. امتیاز نهایی از ضرب ضریب در رتبه به دست می آید. جمع نمره نهایی از ۱ تا ۱/۹۹ نشان دهنده ضعف داخلی سیستم است. نمره ها از ۲ تا ۲/۹۹ نشان دهنده وضعیت متوسط سیستم و نمره های ۳ تا ۴ بیانگر این است که سیستم در وضعیت عالی قرار دارد (۱۶).
 - تدوین راهبردها و تشکیل ماتریس تهدیدات، فرصت ها، نقاط ضعف و قوت
 - ترسیم ماتریس داخلی خارجی (IE)
- از دیدگاه این مدل، یک استراتژی مناسب، قوت ها و فرصت ها را به حداکثر و ضعف ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می رساند. برای این منظور، نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها در چارچوب کلی (WT, ST, WO, SO) پیوند داده می شود (جدول ۱) (۱۷).

جدول ۱- ماتریس SWOT و نحوه تعیین استراتژی

Table 1. SWOT matrix and the determination strategy method

ماتریس SWOT		محیط داخلی	
		قوت‌ها S	ضعف‌ها W
محیط خارجی	فرصت‌ها O	زاخیزد تهاجمی (SO)	زاخیزد بازنگری (WO)
	تهدیدها T	زاخیزد تنوع (ST)	زاخیزد تدافعی (WT)

یافته‌های پژوهش

عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری و اکوتوریسم در

شهرستان اردکان

در این مرحله، عوامل داخلی بررسی و نقاط ضعف و نقاط قوتی که در ارتباط با گردشگری وجود دارد استخراج شده است (جدول ۲). در این تحقیق، به هریک از نقاط قوت و ضعف عوامل داخلی وزنی از صفر تا ۱ داده شده است، به طوری که در نهایت مجموع ضرایب عوامل داخلی برابر ۱ شده. و به هریک از نقاط قوت و ضعف با توجه به اهمیت هریک از آن‌ها از منظر گردشگران و کارشناسان رتبه بین ۱ تا ۴ داده شده است.

از جمله عوامل داخلی که گویای نقاط قوت شهر اردکان شده است می‌توان به مواردی چون وجود استعدادهای طبیعی و اکوتوریستی (کویری-کوهستانی) مانند پارک ملی سیاه‌کوه و پناه‌گاه حیات وحش دره انجیر، وجود زیارت‌گاه‌ها و آثار و ابنیه تاریخی و فرهنگی بارزش، قرارگیری در ایران مرکزی و موقعیت مناسب جغرافیایی، قرارگیری در مسیر ارتباطی قطب‌های مهم گردشگری هم‌چون کاشان، اصفهان، شیراز و... اشاره کرد که این عوامل بیان‌گر نقاط قوت داخلی شهرستان است که باعث مطرح شدن آن در سطح محلی، منطقه‌ای، ملی و حتی بین‌المللی، به منزله جاذبه‌ای برای جذب گردشگر از اقصی نقاط جهان، شده است. در مقابل، نقاط ضعفی نیز مطابق نظریات کارشناسان و مسوولین در محیط داخلی سیستم وجود دارند که باعث ضعف عمل‌کرد این سیستم در رابطه با گردشگری و جذب گردشگر به محیط داخلی آن می‌شود. از جمله این موارد می‌توان به ضعف و کمبود سرمایه‌گذاری لازم در بخش گردشگری، نبود متولی و نهادی یکپارچه جهت سازمان‌دهی و

اداره گردشگری در شهر، کمبود زیرساخت‌ها و امکانات اقامتی، پذیرایی و تفریحی مناسب در شهر، عدم آشنایی و توجه مردم و مسوولان به مقوله گردشگری، اکوتوریسم و... اشاره کرد.

یافته‌های پژوهش

عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری و اکوتوریسم در

شهرستان اردکان

در این مرحله، عوامل داخلی بررسی و نقاط ضعف و نقاط قوتی که در ارتباط با گردشگری وجود دارد استخراج شده است (جدول ۲). در این تحقیق، به هریک از نقاط قوت و ضعف عوامل داخلی وزنی از صفر تا ۱ داده شده است، به طوری که در نهایت مجموع ضرایب عوامل داخلی برابر ۱ شده. و به هریک از نقاط قوت و ضعف با توجه به اهمیت هریک از آن‌ها از منظر گردشگران و کارشناسان رتبه بین ۱ تا ۴ داده شده است.

از جمله عوامل داخلی که گویای نقاط قوت شهر اردکان شده است می‌توان به مواردی چون وجود استعدادهای طبیعی و اکوتوریستی (کویری-کوهستانی) مانند پارک ملی سیاه‌کوه و پناه‌گاه حیات وحش دره انجیر، وجود زیارت‌گاه‌ها و آثار و ابنیه تاریخی و فرهنگی بارزش، قرارگیری در ایران مرکزی و موقعیت مناسب جغرافیایی، قرارگیری در مسیر ارتباطی قطب‌های مهم گردشگری هم‌چون کاشان، اصفهان، شیراز و... اشاره کرد که این عوامل بیان‌گر نقاط قوت داخلی شهرستان است که باعث مطرح شدن آن در سطح محلی، منطقه‌ای، ملی و حتی بین‌المللی، به منزله جاذبه‌ای برای جذب گردشگر از اقصی نقاط جهان، شده است. در مقابل، نقاط ضعفی نیز مطابق نظریات کارشناسان و مسوولین در محیط داخلی سیستم وجود دارند که باعث ضعف عمل‌کرد این سیستم در رابطه با گردشگری و جذب

اکوتوریستی (کویری-کوهستانی) مانند پارک ملی سیاه کوه و پناهگاه حیات وحش دره انجیر، وجود زیارت گاه ها و آثار و ابنیه تاریخی و فرهنگی بارزش، قرارگیری در ایران مرکزی و موقعیت مناسب جغرافیایی، قرارگیری در مسیر ارتباطی قطب های مهم گردشگری هم چون کاشان، اصفهان، شیراز و... اشاره کرد که این عوامل بیان گر نقاط قوت داخلی شهرستان است که باعث مطرح شدن آن در سطح محلی، منطقه ای، ملی و حتی بین المللی، به منزله جاذبه ای برای جذب گردشگر از اقصی نقاط جهان، شده است. در مقابل، نقاط ضعفی نیز مطابق نظریات کارشناسان و مسوولین در محیط داخلی سیستم وجود دارند که باعث ضعف عمل کرد این سیستم در رابطه با گردشگری و جذب گردشگر به محیط داخلی آن می شود. از جمله این موارد می توان به ضعف و کمبود سرمایه گذاری لازم در بخش گردشگری، نبود متولی و نهادی یکپارچه جهت سازمان دهی و اداره گردشگری در شهر، کمبود زیرساخت ها و امکانات اقامتی، پذیرایی و تفریحی مناسب در شهر، عدم آشنایی و توجه مردم و مسوولان به مقوله گردشگری، اکوتوریسم و... اشاره کرد.

گردشگر به محیط داخلی آن می شود. از جمله این موارد می توان به ضعف و کمبود سرمایه گذاری لازم در بخش گردشگری، نبود متولی و نهادی یکپارچه جهت سازمان دهی و اداره گردشگری در شهر، کمبود زیرساخت ها و امکانات اقامتی، پذیرایی و تفریحی مناسب در شهر، عدم آشنایی و توجه مردم و مسوولان به مقوله گردشگری، اکوتوریسم و... اشاره کرد.

یافته های پژوهش

عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری و اکوتوریسم در شهرستان اردکان

در این مرحله، عوامل داخلی بررسی و نقاط ضعف و نقاط قوتی که در ارتباط با گردشگری وجود دارد استخراج شده است (جدول ۲). در این تحقیق، به هریک از نقاط قوت و ضعف عوامل داخلی وزنی از صفر تا ۱ داده شده است، به طوری که در نهایت مجموع ضرایب عوامل داخلی برابر ۱ شده. و به هریک از نقاط قوت و ضعف با توجه به اهمیت هریک از آن ها از منظر گردشگران و کارشناسان رتبه بین ۱ تا ۴ داده شده است. از جمله عوامل داخلی که گویای نقاط قوت شهر اردکان شده است می توان به مواردی چون وجود استعداد های طبیعی و

جدول ۲- ماتریس ارزیابی نقاط قوت و ضعف داخلی (IFE)

Table 2. Evaluation matrix of internal strengths and weaknesses points (IFE)

امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود	وزن	عوامل استراتژیک داخلی	تجزیه و تحلیل
۰/۳۴۴	۴	۰/۰۸۶	S ₁ - وجود استعدادهای طبیعی و اکوتوریستی (کویری-کوهستانی) مانند پارک ملی سیاه کوه و پناهگاه حیات وحش دره انجیر	
۰/۲۷۲	۴	۰/۰۶۸	S ₂ - وجود زیارت گاه ها، آثار و ابنیه تاریخی و فرهنگی بارزش	
۰/۱۳۶	۲	۰/۰۶۸	S ₃ - مستعد بودن و آماده بودن منطقه جهت سرمایه گذاری و برنامه ریزی گردشگری	
۰/۱۰۲	۲	۰/۰۵۱	S ₄ - تنوع و آداب و رسوم و مظاهر فرهنگی ویژه	
۰/۲۰۴	۳	۰/۰۶۸	S ₅ - قرارگیری در ایران مرکزی و موقعیت مناسب جغرافیایی	
۰/۲۰۴	۴	۰/۰۵۱	S ₆ - قرارگیری در مسیر ارتباطی قطب های مهم گردشگری هم چون کاشان، اصفهان، شیراز و...	
۰/۱۰۲	۲	۰/۰۵۱	S ₇ - وجود صنایع دستی ارزشمند از جمله قالی بافی، زیلوبافی، خورجین بافی و...	
۰/۰۶۸	۲	۰/۰۳۴	S ₈ - وجود شبکه های حمل و نقل مناسب در منطقه مانند	

			سیستم ریلی و جاده ای مناسب	
۰/۰۶۸	۲	۰/۰۳۴	S9 - روحیه مهمان نوازی در بین مردم منطقه	
۰/۰۵۱	۱	۰/۰۵۱	S10 - ضریب امنیت بالای شهر	
۰/۱۵۳	۳	۰/۰۵۱	W1 - نبود متولی و نهادی یکپارچه جهت سازمان دهی و اداره گردشگری در شهر	توسعه
۰/۱۰۲	۳	۰/۰۳۴	W2 - عدم آشنایی و توجه مردم و مسوولان به مقوله گردشگری و اکوتوریسم	
۰/۱۵۳	۳	۰/۰۵۱	W3 - کمبود زیرساخت ها و امکانات اقامتی، پذیرایی و تفریحی مناسب در شهر	
۰/۰۶۸	۲	۰/۰۳۴	W4 - گسترش ناموزون و استقرار صنایع آلاینده محیط زیست در مجاورت شهر	
۰/۰۶۸	۲	۰/۰۳۴	W5 - شرایط نامناسب آب و هوایی و نوسان بالای حرارتی روزانه و سالانه	
۰/۱۰۲	۲	۰/۰۵۱	W6 - نامناسب بودن راه های ارتباطی برخی از جاذبه ها	
۰/۰۶۸	۲	۰/۰۳۴	W7 - بی توجهی به آداب و رسوم و سنن محلی	
۰/۱۰۲	۳	۰/۰۳۴	W8 - ضعف و کمبود تبلیغات مناسب در معرفی جاذبه های توریستی و گردشگری شهرستان	
۰/۰۶۸	۲	۰/۰۳۴	W9 - عدم آشنایی و تسلط اهالی شهرستان به زبان های بین المللی	
۰/۲۰۴	۳	۰/۰۶۸	W10 - ضعف و کمبود سرمایه گذاری لازم در بخش گردشگری	
۲/۶۳		۱	جمع	

عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری و اکوتوریسم در شهرستان اردکان

هدف این مرحله شناسایی آثار محیط خارجی منطقه مطالعه شده برای فرصت ها و تهدیدهایی است که گردشگری شهرستان را تحت تأثیر قرار می دهد. این عوامل در جدول (۳) نشان داده شده اند. در این قسمت هم، مانند عوامل داخلی، به هریک از فرصت ها و تهدیدهای خارجی وزنی از صفر تا ۱ داده شده است و هم چنین براساس اهمیتشان از ۱ تا ۴ رتبه بندی شده اند. در نهایت امتیاز نهایی از حاصل ضرب وزن و رتبه آن ها به دست آمده است. در این مرحله نیز، مطابق نظرسنجی از کارشناسان و مسوولین، از جمله مهم ترین عوامل خارجی که باعث ایجاد فرصت هایی جهت موفقیت این شهر در زمینه

گردشگری شده است، می توان مواردی از جمله معرفی جاذبه های اکوتوریستی و ژئوتوریستی منطقه به گردشگران، وجود سرمایه داران علاقه مند به سرمایه گذاری در بخش گردشگری در منطقه، ایجاد فرصت اشتغال متنوع تر و پایدارتر در شهر و غیره را بیان کرد. در مقابل این فرصت های خارجی، تهدیدهای خارجی نیز وجود دارند که بر ضعف عمل کرد این سیستم دامن می زنند. از جمله مهم ترین این تهدیدها می توان به عدم استفاده از جاذبه ها و پتانسیل ها و قابلیت های گردشگری در منطقه، تخریب زیستگاه های طبیعی و جانوری و در معرض خطر بودن گونه های جانوری، رشد نامتوازن صنایع در شهر و افزایش آلودگی ها و برهم خوردن تعادل اکوسیستم منطقه، کاهش اختصاصات ریالی و ارزی به گردشگری و... اشاره کرد.

جدول ۳- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (فرصت ها و تهدیدها) (EFE)

Table 3. Evaluation Matrix of external factors (opportunities and threats) (EFE)

امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود	وزن	عوامل استراتژیک خارجی	
۰/۳۰۴	۴	۰/۰۷۶	O ₁ - معرفی جاذبه های اکوتوریستی و ژئوتوریستی منطقه به گردشگران	فرصت ها
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	O ₂ - وجود نیروهای متخصص و کارآمد در زمینه گردشگری طبیعی	
۰/۲۲۸	۳	۰/۰۷۶	O ₃ - وجود سرمایه داران علاقه مند به سرمایه گذاری در بخش گردشگری در منطقه	
۰/۱۳۸	۳	۰/۰۴۶	O ₄ - بهبود و توسعه امکانات و زیر ساخت های مرتبط با گردشگری	
۰/۱۳۸	۳	۰/۰۴۶	O ₅ - ایجاد فرصت اشتغال متنوع تر و پایدارتر در شهر	
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	O ₆ - موقعیت جغرافیایی منحصر به فرد شهرستان در یکی از مهم ترین کریدورهای اصلی داخلی و خارجی	
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	O ₇ - حفظ و احیای آداب و رسوم و صنایع دستی محلی	
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	O ₈ - ترویج فرهنگ و هنر بومی و افزایش تبادلات فرهنگی	
۰/۱۲	۲	۰/۰۶	O ₉ - ایجاد و ترمیم نقش و جایگاه گردشگری در توسعه روابط خارجی	
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	O ₁₀ - حفظ جاذبه های طبیعی و توسعه پوشش گیاهی و افزایش سرانه فضای سبز در شهرستان	
۰/۱۳۸	۳	۰/۰۴۶	T ₁ - عدم استفاده از جاذبه ها و پتانسیل ها و قابلیت های گردشگری در منطقه	تهدید ها
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	T ₂ - تخریب زیستگاه های طبیعی و جانوری و در معرض خطر بودن گونه های جانوری هم چون یوزپلنگ، بز وحشی، کاراکال و...	
۰/۰۴۶	۱	۰/۰۴۶	T ₃ - عدم حمایت قانون از برگشت سرمایه برای سرمایه گذاران در بخش گردشگری	
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	T ₄ - وابستگی اقتصادی صرف به گردشگری و روی آوردن به اقتصاد تک محصولی	
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	T ₅ - عدم انطباق برخی از آموزه های دینی و فرهنگی با برخی از عوامل رشد گردشگری	
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	T ₆ - عدم آگاهی کافی از اهمیت گردشگری در منطقه	
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	T ₇ - رشد نامتوازن صنایع در شهر و افزایش آلودگی ها و برهم خوردن تعادل اکوسیستم منطقه	
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	T ₈ - کاهش اختصاصات ریالی و ارزی به گردشگری	
۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	T ₉ - تخریب و آسیب رساندن به محیط طبیعی و آثار تاریخی	
۰/۱۲	۲	۰/۰۶	T ₁₀ - افزایش ناهنجاری های اجتماعی و فرهنگی با ورود گردشگران	
۲/۳۶			جمع	

تدوین راهبردها

راهبرد SO

بهره گیری از کمک های سرمایه گذاران و فعالان صنعتی در

راستای افزایش تبلیغات گردشگری

بهره گیری از روحیه تعاون و همکاری مردم محلی جهت حفظ

و بهبود محیط زیست

بهره برداری بهینه از تمایل مسافران استان های مجاور برای سفر به این شهر و در صورت امکان جذب سرمایه های خارجی جهت برنامه ریزی و ایجاد تاسیسات توریستی در منطقه ایجاد تسهیلات و امکانات رفاهی برای مسافران بین راهی و تشویق آن ها برای بازدید از شهر اردکان توسعه تاسیسات و امکانات مناسب مثل هتل، رستوران در نزدیکی جاذبه های طبیعی و ایجاد مشاغل جدید استفاده از قابلیت های منطقه برای جذب توریسم ورزشی در زمینه کویر نوردی، سنگ نوردی، کوه نوردی و... استفاده از آثار تاریخی و چشم انداز زیبا در جهت هر چه بیش تر شناخته شدن در کشور و جهان گسترش اقسام مختلف گردشگری در شهر از قبیل گردشگری تاریخی و فرهنگی، گردشگری مذهبی، و گردشگری سلامت و اکوتوریسم تاکید بر توسعه گردشگری طبیعی (اکوتوریسم) و فرهنگی به دلیل وجود مزیت های نسبی برای توسعه این نوع گردشگری در شهر

راهبرد ST

برگزاری سلسله جلساتی در راستای توجیه مسوولان و مردم در زمینه گردشگری و فواید و اثرات مثبت آینده آن برای جامعه جلوگیری از تخریب بافت تاریخی غنی شهر با تعریف مسیرهای پیاده گردشگری و جلوگیری از ورود وسایل نقلیه گردشگران افزایش دادن سرمایه در گردش و خروج از رکود سرمایه در شهر از طریق تصویب قوانین تضمین سود سرمایه و در نتیجه کاهش تورم استفاده از روحیه تعاون و همکاری مردم و ترغیب آن ها جهت ایجاد NGO هایی در راستای حفاظت محیط زیست مانند انجمن دوستداران محیط زیست اردکان توسعه دفاتر خدمات مسافرتی و تورهای مسافرتی توسط بخش خصوصی با تاکید بر مشارکت افراد بومی جهت توسعه گردشگری

شناسایی و جلوگیری آن دسته از اقدامات نامطلوب که بر محیط زیست و اکوسیستم منطقه تأثیر منفی می تواند داشته باشد تنوع بخشی و افزایش برنامه های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه های طبیعی و فرهنگی، ویژگی های معماری و آداب و رسوم منطقه و شرکت فعالانه در سمینارها، جشنواره ها و نمایش گاه های مختلف در سطح ملی و بین المللی آموزش به مردم منطقه و گردشگران برای حفاظت از محیط طبیعی و آثار تاریخی با ارزش استفاده از توانایی های منطقه برای جذب سرمایه گذاری در منطقه و کاهش محرومیت منطقه معرفی توانایی های اکوتوریسم و ژئوتوریسمی منطقه و اهمیت آن به مسوولان و سرمایه گذاران برای توجه بیشتر مسوولان و سرمایه گذاری بیش تر ظرفیت پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در مکان های مختلف توریستی منطقه در جهت کاهش فشار و تراکم بیش از حد با این مکان ها و جاذبه ها و جلوگیری از تخریب آنها

راهبرد WO

توسعه گردشگری و توجیه مسوولان در راستای توسعه موجب برچیده شدن برخی از صنایع مضر و آلاینده خواهد شد و نیروی کار آزاد شده حاصل از آن را می توان در بخش گردشگری استفاده کرد بازنگری به توانمندی های بخش خصوصی در ساخت و تجهیز اقامت گاه ها و مراکز پذیرایی در جهت ارتقاء سطح کیفی گردشگری در شهر از آن جا که توسعه گردشگری و بودجه های حاصل از آن موجب افزایش سطح سواد و تسلط مردم محلی برای زبان های خارجی می شود و پیرو آن توسعه در سایر زمینه ها را نیز فراهم خواهد آورد، پس باید از این فرصت استفاده و مردم محلی را به فراگیری علم و زبان های خارجی ترغیب کرد.

استفاده از نیروهای متخصص در جهت برنامه ریزی و توسعه اکوتوریسم و راهنمایی گردشگران

گردشگری می تواند به منزله عاملی در راستای توسعه روابط خارجی باشد و به عنوان یک عامل برای خروج از تشنج کنونی در روابط خارجی استفاده شود

تلویزیون، اینترنت و...
برگزاری کنفرانس ها و سمینارهایی در جهت شناساندن زمینه های سرمایه گذاری و نحوه و میزان بازگشت سرمایه و چگونگی حمایت های دولتی از بخش خصوصی در پروژه های گردشگری در شهر

بازنگری در نوع مشارکت دهی به جوانان در فعالیت های گردشگری و افزایش نقش و سازماندهی این جمعیت منطقه به صورت هدفمند و سازماندهی شده در احیای گردشگری شهر آموزش و فرهنگ سازی مناسب در زمینه اکوتوریسم و ژئوتوریسم و هدف و مزایای آن برای مردم و مسوولان

حفاظت از جاذبه های طبیعی و بازسازی آثار و ابنیه تاریخی آموزش اهمیت اکوتوریسم و ژئوتوریسم به مردم و مسوولان جهت سرمایه گذاری و بهره برداری ایجاد زمینه لازم جهت گسترش مشارکت قشر جوان و تحصیل کرده در ایجاد و توسعه فعالیت های مربوط به گردشگری

بازنگری در نوع نگرش به گروه و سازمان های محلی (NGO) با هدف آموزش همگانی به منظور ترویج آموزش های مربوط به فعالیت های گردشگری

ماتریس داخلی - خارجی (IE)

جذب سرمایه گذاران جهت سرمایه گذاری و ایجاد مکان های اقامتی و خدماتی

در این مرحله، برحسب نمره های نهایی حاصل از ماتریس، ارزیابی عوامل داخلی و خارجی وضعیت گردشگری و اکوتوریسم شهرستان اردکان، از میان موقعیت های چهارگانه (تهاجمی، بازنگری، تدافعی و تنوع) مشخص می شود. بدین منظور، امتیاز وزنی ماتریس عوامل داخلی و امتیاز وزنی ماتریس عوامل خارجی را استخراج و در جدول ماتریس داخلی- خارجی (IE) ترسیم می کنیم. بنابر نتایج به دست آمده از ارزیابی ماتریس عوامل داخلی (IFE)، نمره کل به دست آمده برابر با ۲/۶۳ است. سپس آن نمره وزن کل ماتریس خارجی (EFE) برابر با ۲/۳۶ را در محور X, Y رسم می کنیم تا موقعیت گردشگری شهرستان، با توجه به همه عوامل، نشان داده شود (شکل ۲). با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق، وضعیت گردشگری شهرستان اردکان در موقعیت تنوع قرار دارد و باید از توانمندی ها و پتانسیل های موجود در منطقه و فرصت های پیش رو به نحو احسن استفاده کرد تا این شهرستان در امر گردشگری موفق باشد.

راهبرد WT

تعریف مسیرهای گردشگری و جلوگیری از پراکندگی جاذبه های گردشگری، زیرا پراکندگی جاذبه های گردشگری سبب هدر رفتن انرژی و افزایش هزینه های گردشگران خواهد شد.

تخصیص بودجه و جلب مشارکت مردم جهت کنترل و کاهش آلودگی های محیط زیستی و آسیب رساندن به محیط طبیعی به دلیل ورود زیاد گردشگران

از آنجا که استفاده از هر نوع فناوری نیازمند فرهنگ خاص خود است و عدم توجه به این مورد موجب اثرات منفی بلندمدتی در آینده خواهد شد، باید توجه کرد که تمرکز صرف بر روی گردشگری و عدم توجه به سایر بخش ها موجب آثار و عوارض کنونی خواهد شد و به نوعی مجددا وارد اقتصاد تک محصولی خواهد شد.

جلب مشارکت های مردمی در ترویج، حفاظت و بهره مندی پایدار از منابع طبیعی و تاریخی و فرهنگی گردشگری و جلوگیری از تخریب به عرصه های طبیعی و محیط زیستی

زیارت‌گاه‌ها و آثار و ابنیه تاریخی و فرهنگی با ارزش به عنوان مهم‌ترین نقاط قوت شناخته شده‌اند. از سویی، با توجه به نتایج به دست آمده مهم‌ترین نقاط ضعف منطقه، ضعف و کمبود سرمایه گذاری لازم در بخش گردشگری، کمبود زیرساخت‌ها و امکانات اقامتی و تفریحی است. از بین فرصت‌های بیرونی منطقه مهم‌ترین فرصت‌ها معرفی جاذبه‌های اکوتوریستی و ژئوتوریستی منطقه به گردشگران و وجود سرمایه‌داران علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری در منطقه است. از سویی مهم‌ترین تهدید خارجی منطقه عدم استفاده از جاذبه‌ها و پتانسیل‌ها و قابلیت‌های گردشگری در منطقه و کاهش اختصاصات ریالی و ارزی به گردشگری است. توجه به ارقام حاصل ارزیابی منطقه به روشنی نشان می‌دهد که راهبرد تنوع به عنوان راهبرد اصلی برای توسعه گردشگری طبیعی است. همان‌طور که مشاهده می‌شود ضعف‌ها و تهدیدهای منطقه ناشی از عوامل انسانی است و نشان می‌دهد که سطح آسیب‌پذیری منطقه از نظر توسعه و گسترش اکوتوریسم بالا است که با مدیریت مناسب می‌توان آن‌ها را برطرف نمود. از این‌رو، در جهت توسعه گردشگری در شهرستان اردکان و کاستن میزان و شدت موانع پیش‌رو پیشنهادهایی ارائه می‌شود:

۱. در اولین گام، ضرورت دارد استراتژی توسعه گردشگری در شهرستان اردکان با مشارکت همه بازیگران و عوامل تأثیرگذار بر فرآیند توسعه گردشگری تعیین و مشخص شود.
۲. با توجه به پتانسیل‌های بالای گردشگری منطقه لازم است به امر تربیت نیروهای متخصص در زمینه گردشگری در منطقه اهتمام بیشتر شود. به نظر می‌رسد وجود نیروهای متخصص می‌تواند بسیاری از ضعف‌های موجود را پوشش دهد. در این زمینه، پیشنهاد می‌شود در دانشگاه‌های آزاد و سراسری مستقر در سطح شهرستان گروه گردشگری تشکیل شود و به جذب دانش‌جو اقدام کند.

۱	۲/۵	۴
(WO) استراتژی محافظه کارانه	(SO) استراتژی تهاجمی	۲/۵
(WT) استراتژی تدافعی	(ST) استراتژی تنوعی	۱

شکل ۲- موقعیت گردشگری شهرستان اردکان در

ماتریس داخلی-خارجی

Figure 2. Ardakan city tourism status/location in internal-external matrix

نتیجه‌گیری

توریسم یکی از نیازهای اساسی جوامع انسانی در عصر حاضر و یکی از محرکه‌های اصلی اقتصاد جهانی محسوب می‌شود. انعطاف‌پذیری و چشم‌انداز روشن و رشد سریع این صنعت توجهی جدی و برخوردار علمی برای بهره‌گیری از پتانسیل‌های آن را می‌طلبد. در این میان، شهرستان اردکان به دلیل قابلیت‌های اکوتوریسمی و گردشگری متنوع و جذاب آن و نیز آثار تاریخی و فرهنگی موجود در منطقه توانایی جذب طبیعت‌گردان فراوانی را به عنوان الگویی برای توسعه منطقه دارد. براساس مبانی تحقیق و مطالعات میدانی، به منظور ارائه راهبردهای توسعه فعالیت‌های اکوتوریسم و گردشگری با استفاده از مدل تحلیلی SWOT ظرفیت‌ها و محدودیت‌های جاذبه‌های طبیعی در منطقه مورد بررسی قرار گرفته و راه‌کارهایی جهت توسعه گردشگری طبیعی ارائه شده است. نتایج تحقیق را می‌توان در دو جنبه کیفی و کمی ارائه نمود: نتایج جنبه‌های کیفی عوامل داخلی و خارجی منطقه بیان‌گر این مطلب است که سطح آسیب‌پذیری منطقه از لحاظ توسعه اکوتوریسم و گردشگری بالا است، ثانیاً قابلیت‌های منطقه از نظر جاذبه‌های اکوتوریسمی و گردشگری بسیار زیاد است ولی کمبودها و کاستی‌هایی در زمینه سرمایه‌گذاری، خدمات و تسهیلات گردشگری، نیروهای متخصص، اطلاع‌رسانی و تبلیغات مشاهده می‌شود. بررسی نتایج کمی مطالعه نشان می‌دهد که وجود استعدادهای طبیعی و اکوتوریسمی و وجود

۸. تبلیغات و برندسازی در زمینه پتانسیل‌ها و جاذبه‌های گردشگری شهرستان باید به منزله یک هدف اساسی مورد توجه همه مدیران و شهروندان باشد. در این زمینه، شهرداری اردکان می‌تواند با استفاده از فضاهای عمومی شهر، به ویژه ورودی های شهر، در این امر پیش‌رو باشد.

Reference

1. Liu, Chui-Hua & Tzeng, Gwo-Hshiang & Lee, Ming-Huei (2012). Improving tourism policy implementation. The use of hybrid MCDM models, *Tourism Management* 33, pp 413-426.
2. Alipour Eshliki, Sajad & Kaboudi, Mahdi (2011). Community Perception of Tourism Impacts and Their Participation in Tourism Planning: A Case Study of Ramsar, Iran, *ASEAN Conference on Environment-Behaviour Studies, Savoy Homann Bidakara Bandung Hotel, Bandung, Indonesia, 15-17*, pp 333-341.
3. Yang, Yang & Fik, Timothy (2014). Spatial effects in regional tourism growth, *Annals of Tourism Research* 46, pp 144-162.
4. Liu, Chui-Hua & Tzeng, Gwo-Hshiang & Lee, Ming-Huei & Lee, Po-Yen (2013). Improving metro-airport connection service for tourism development: Using hybrid MCDM models, *Tourism Management Perspectives* 6, pp 95-107.
5. Ramesht, M., Faeyzelahi, M. (2013). Preference and ranking of the tourism of Ebrahimabad in yazd, Vol. 3. pp 1-18(In persian).
6. Sadr mousavi, M.S., Dakhili kahnâmei, j. (2007). An evaluation of services in tourist sites of the

۳. فرآیند گردشگری، به ویژه در مراحل آغازین، نیاز دارد به شدت از طرف مسوولان دولتی مورد حمایت قرار گیرد، بر این اساس، اعطای وام های کم بهره، معافیت های مالیاتی، برگزاری کارگاه های آموزشی برای کارآفرینان و ... می‌تواند برای سرمایه گذاران در عرصه گردشگری بسیار مفید و راه‌گشا باشد.

۴. امروزه جهان با ظهور فضای مجازی و فراگیرشدن وسایل ارتباط جمعی ویژگی خاص و منحصر به فردی یافته است، به طوری که دسترسی به این بسترها پیش شرط هر اقدامی برای توسعه می‌باشد. از این‌رو، پیشنهاد می‌شود شبکه ارتباطات با محوریت اینترنت و فراگیرشدن پوشش تلفن های همراه مورد توجه اکید سازمان های ذیربط قرار گیرد.

۵. مشارکت شهروندان و جامعه محلی در فرآیند برنامه ریزی و توسعه گردشگری باید یک رکن اساسی تلقی شود و بی شک فرآیند توسعه گردشگری بدون حضور و مشارکت فعالانه گردشگران به درستی محقق نمی‌شود. در این زمینه، لازم است نحوه تعامل صحیح با گردشگران به شهروندان آموزش داده شود. پیشنهاد می‌شود این آموزش ها از سطوح پایه، مانند پیش دبستانی و دبستان صورت گیرد.

۶. مسوولان محلی باید امکانات زیربنایی توسعه گردشگری را مطابق میل و رضایت گردشگران تقویت و فراهم کنند.

۷. با توجه به آن که دسترسی به بانک ها و مؤسسات مالی به منزله یک ضرورت در جوامع امروزی مطرح است، لازم است تنوع بانک‌ها و خدمات آن ها در شهرستان اردکان افزایش یابد. همچنین، در اماکن و سایت های گردشگری پرتدد نصب و راه اندازی دستگاه های خودپرداز یک اقدام مفید و ضروری در راستای خدمات دهی به گردشگران و خدمات دهندگان است.

- Journal of Knowledge-Based Systems, Vol 24, pp 796–808.
14. Gorener, Ali, Toker, Kerem, Ulucay, Korkmaz (2012). Application of Combined SWOT and AHP: A Case Study for a Manufacturing Firm, Journal of Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol 58, pp 1525 – 1534.
 15. Chakravarthy, k., Rav-Kumar, C.H, and Deepthi, K. (2008). SWOT Analysis on Medical Tourism, Presented at the Conference on Tourism in India-Challenges Ahead, 15-17 May, IIMK.
 16. Zarabi, A., Mohammadi, J., Firouzi, M.A., Goodarzi, M. (2011). Tourism planning with regards to SWOT MODEL (case study: Nur Abad Mamasani), Vol. 2, pp.1-24 (In persian).
 17. Rezaei, M.R., Hosseini, S.M., Hakimi, H. (2012). Strategical planning for crisis management in Yazd's historical tissue by using SWOT, Vol. 1 ,pp.35-44 (In persian).
 7. Einali, J., Rumiani, A., Jamshidi, M.K. (2008). Prioritizing the Tourist Attractions in Zanzan Province Using Topsis Model, Vol. 2, pp.92-112 (In persian).
 8. Statistical Center of Iran. (2006). Yazd Population and Housing Census (In persian).
 9. Ministry of Interior. (2007). Country Division, Political Division of Yazd Province (In persian).
 10. Panagiotou, George (2003). Bringing SWOT in to focus, Journal of Business Strategy Review Volume 14, Issue 2, pp 8-10.
 11. Shahidi, M.Sh., Ardestani, Z., Goodarzisoroosh, M.M. (2009). An Investigation of the Role of Tourism in Rural Areas (Case study: Dehestan Lavasan), Vol. 42, pp.99-113 (In persian).
 12. Kajanus, Miika, Kangas, Jyrki, Kurttila, Mikko (2004). The use of value focused thinking and the A'WOT hybrid method in tourism management, Journal of Tourism Management, Vol 25, pp 499–506.
 13. Gao, Chang-Yuan and Peng, Ding-Hong (2011). Consolidating SWOT analysis with nonhomogeneous uncertain preference information, province of east azarbaijan, Vol. 39 .pp 129-143(In persian).