

اولویت‌بندی سناریوهای توسعه گردشگری منطقه ارسباران از منظر جامعه هدف (مطالعه موردی: شهرستان هوراند)

احمد مهدی زاده

دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران

رحمت محمدزاده^۱

دانشیار مدعو گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران

بشیر بیگ بابایی

استادیار مدعو گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۷/۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۲

چکیده

با توجه به پتانسیل‌های موجود در جنگل‌های ارسباران ایران و به ویژه شهرستان هوراند و تنوع گونه‌های گیاهی و جانوری، برنامه‌ریزی با هدف شناخت این موهبت می‌تواند منبع درآمد پایداری برای توسعه گردشگری منطقه‌ای باشد. این پژوهش با هدف اولویت‌بندی سناریوهای توسعه گردشگری منطقه ارسباران از منظر جامعه هدف شامل گردشگران بالقوه و بالفعل و نیز طراحی سناریوهای آتی به منظور توسعه گردشگری و انتخاب سناریوهای مرجح برای دستیابی به این مهم انجام گرفته است. این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی - تحلیلی است. در فرآیند پژوهش از مطالعات اسنادی، مطالعات میدانی و مشاهده، مصاحبه با کارشناسان و خبرگان مرتبط و پیمایش گردشگران بالقوه و بالفعل (شامل ۳۸۴ نفر در قالب گروه‌های عمده گردشگری) و گروه خبرگان (۲۱ نفر) استفاده شده است. در فرآیند پژوهش چهار سناریو مستخرج شامل ادامه وضعیت یا رویه فعلی، تاکید بر توسعه و بهبود زیرساخت‌های فیزیکی و انسانی به ویژه زیرساخت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی، تاکید بر توسعه و بهبود برنامه‌های بازاریابی با تاکید بر انتخاب بازار هدف و جذب گردشگر و تعریف فعالیت‌های جدید و ایجاد تنوع در عرضه جنگل به گردشگران ارائه شد. نتایج نشان می‌دهد که از نظر خبرگان تمامی سناریوهای مستخرج دارای اهمیت است اما سناریوی تاکید بر توسعه و بهبود زیرساخت‌های فیزیکی و انسانی به ویژه زیرساخت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی به عنوان سناریوی برتر انتخاب و راهکارهای پیشنهادی مناسب با هدف توسعه گردشگری اکوتوریسم جنگل ارائه شده است.

واژگان کلیدی: برنامه‌ریزی راهبردی، سناریو، گردشگری منطقه‌ای، منطقه ارسباران، شهرستان هوراند

مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین نیروهای محرک توسعه اقتصادی جایگاه مهمی در سیاست‌گذاری دولت‌ها پیدا کرده است (Rasekhi and Mohammadai, 2017: 320). اغلب کشورهای جهان در رقابتی تنگاتنگ و نزدیک در پی بهره‌گیری از توانمندی‌های طبیعی خود هستند تا بتوانند سهم بیشتری از درآمد ناشی از گردشگری را به خود اختصاص دهند و با ساده‌ترین شکل ممکن به اشتغال‌زایی بپردازند (Hejazi and Javadi, 2020: 29). به عنوان یک فعالیت مبتنی بر مکان، جایی که جذابیت؛ به ویژگی‌های محلی بستگی دارد، گردشگری به طور بالقوه به ظهور و تحکیم شبکه‌های مکان محور تعبیه شده در سرزمین کمک می‌کند (Lazzeretti et al., 2016; Romão, 2019; 187: 2020) در ارتباط با مزایای اقتصادی و اجتماعی حاصل از گردشگری، ادبیات برنامه‌ریزی موجود به توسعه گردشگری منطقه‌ای توجه خاصی مبذول داشته است که شامل تمرکز بر عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری مانند جاذبه‌های گردشگری، تجارت بین‌الملل، گسترش اقتصادی، زیرساخت‌ها، ابعاد جهانی‌سازی (Yang & Fik, 2014; Ruddy, Gössling, Scott, & Hall, 2015; Luo, Qiu, & Lam, 2016) و همچنین تأثیر گردشگری در رشد اقتصاد منطقه‌ای و فرآیندهای شهرنشینی می‌باشد (Khadaroo & Seetana, 2007; Qian, Feng, & Zhu, 2012; Chen & Haynes, 2015; Albalade & Fageda, 2016; Samimi & Sadeghi, 2017). با توجه به تأثیر شگرف گردشگری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جوامع امروز، باید با نظری بلند و مدیریتی عالمانه، آگاهانه و با برنامه‌ریزی درست، در جهت گسترش آن تلاش کرده و آثار منفی آن را به حداقل رسانید (Shamsoddini et al., 2017: 661). این برنامه‌ریزی به عنوان یکی از وظایف اساسی مدیریت یک سازمان در نظر گرفته شده که با ارائه هدف، تعیین جهت کرده و تضمین می‌کند که منابعی که در دسترس هستند، متناسب با زمان و مکان برای دستیابی به اهداف مناسب هستند (Jafari Nia and Raji Saman, 2017: 12). از این رو، دستیابی به این مهم، نیازمند طراحی، تدوین و به کار گیری الگوی راهبردی، به همراه راهبردهای مناسب و ویژه‌ی این نواحی از سوی برنامه‌ریزان و مدیران گردشگری است (Rokanuddin Eftekhari et al., 2011: 128).

گردشگری از مهمترین فعالیت‌های انسانی معاصر است که با به وجود آوردن تغییرات شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، منش و روش زندگی انسان‌ها را دگرگون می‌سازد (Ghorbani et al., 2014: 111). سرمایه‌گذاری در این بخش، به ویژه برای کشورهای در حال توسعه تقریباً امری حیاتی است بنابراین، این صنعت در حال حاضر به عنوان یکی از عناصر اصلی رشد اقتصادی، برای جذب سرمایه‌گذاری‌های مختلف در راستای اشتغال‌زایی و رشد و بهبود اقتصادی ناحیه‌ای، مورد توجه زیادی قرار گرفته است (Heidari Chianeh et al., 2017: 88).

برنامه‌ریزی، توسعه و اجرای کارکردهای توریستی می‌بایست چند بخشی و یکپارچه بوده و از مشارکت فعال و عادلانه نهادهای دولتی و غیردولتی کارآفرینی خصوصی و گروه‌های محلی استفاده نماید و باید به اصل برابری در توزیع عادلانه منافع و هزینه‌ها، مابین کارآفرینان گردشگری و مردم محلی توریست‌پذیر حساسیت منطقی به خرج

دهد (Jahedi, 2017: 47). لذا برنامه‌ریزی برای گردشگری تنها به عنوان روشی برای کاهش اثرات منفی گردشگری نیست بلکه، برای افزایش مزایای حاصل از آن نیز می‌باشد. برنامه‌ریزی گردشگری با پیش‌بینی و قانونمندی تغییرات در وضع موجود برای ایجاد توسعه‌ای منظم، آنچنان که منافع اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را افزایش دهد، سروکار دارد (Alizade and Pishgahifard, 2011: 113). لذا باید از نوعی برنامه‌ریزی بهره‌گرفت، که آینده‌نگر و محیط‌گرا باشد؛ طوری که ضمن شناسایی عوامل و تحولات محیطی در یک افق زمانی بلند مدت، تأثیر آنها در سازمان و نحوه تعامل سازمان با آن‌ها را مشخص کند. این نوع برنامه‌ریزی در واقع همان برنامه‌ریزی سناریو است (Ansari Movahed and Honarmand, 2014: 41). در حقیقت این برنامه‌ریزی ریزی استراتژیک و آینده‌نگر و نیت آن کشف عدم قطعیت برای " همه آینده‌های ممکن " است (Momeni and Safari, 2012: 124). از این منظر برنامه‌ریزی یک اصل گسترده در توسعه گردشگری در سطح منطقه‌ای و ملی است. لازم است بدانیم فرایند برنامه‌ریزی یگانه عامل تاثیرگذار بر گردشگری نیست (Ziaee, 2013: 122). شایستگی‌های برنامه‌ریزی فقط زمانی ممکن است که برنامه‌های را ارائه دهند که در وهله اول اجرا شود. لذا کارشناسان پیشنهاد می‌کنند اجرای برنامه در فرآیند برنامه‌ریزی در نظر گرفته شود (Lai et al., 2006: 117). برنامه‌ریزی و استراتژی‌های گردشگری با مجموعه‌ای گسترده از برنامه‌های عمرانی و توسعه اقتصادی جامعه گره می‌خورد و اهمیت آن به اندازه اهمیت سایر برنامه‌هایی می‌شود که در آن جامعه مطرح است، که در نتیجه با اجرای این برنامه‌ها با اهداف کلی‌تر و جامع‌تر جامعه، به صورتی موفق آمیز، تأمین خواهد شد (Lotfi Khachki, 2008: 189). با وجودی که ایران از لحاظ منابع تاریخی، فرهنگی و طبیعی جزو ۱۰ کشور اول دنیا است اما تنها کمتر از یک درصد سهم درآمد جهانی از گردشگری را به خود اختصاص داده است. بخشی از مشکلات گردشگری کشور به دلایل ضعف مدیریتی، ایران ستیزی، رقابتی نبودن هزینه گردشگری در ایران نسبت به کشورهای همسایه، نامشخص بودن برنامه دولت در بخش گردشگری، نامناسب بودن زیرساخت‌های گردشگری در ایران، فرهنگ ضعیف جامعه نسبت به گردشگر، عدم ثبات رفتارهای سیاسی پس از گذشت سالیان دراز گردشگری در ایران، نه تنها به سهم قابل قبولی در محاسبه درآمد ملی دست نیافته است، بلکه همین سهم ناچیز هم هر سال با افول بیشتری مواجه می‌شود و این در حالی است که بنا به شهادت آمارهای جهانی ایران جزو ۵ کشور بالقوه توانمند در زمینه جذب گردشگر خارجی است (Sadeghi, 2016: 122). این صنعت از طریق ترکیب و به کارگیری هم‌زمان منابع داخلی و خارجی، منافع اجتماعی، اقتصادی، زیست محیطی و فرهنگی زیادی را به همراه دارد (Munshizadeh and Nasiri, 2001: 114). امروزه گردشگری نیروی اصلی بهبود و رشد اقتصادی کشور محسوب شده است و با فراهم آوردن فرصتی راهبردی به اقتصاد محلی تنوع بخشیده است و موجب اشتغال‌زایی شده و ایجاد درآمد می‌کند و باعث افزایش منابع وارده شونده به محیط محلی می‌شود (Karami Benmaran et al., 2014: 747). لذا نقش آفرینی توسعه گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر به سزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد و نقش گردشگری به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب

درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می‌شود، در مطالعات متعدد مورد تأیید قرار گرفته است (Kazemi, 2006: 201).

رومآئو^۱ (۲۰۲۰) در یک پژوهش کاربردی با عنوان گردشگری، تخصصی‌سازی هوشمند، رشد و انعطاف‌پذیری؛ ضمن تحلیل پیامدهای پویایی جهانگردی و استراتژی‌های تخصصی هوشمند در رشد و تاب آوری اقتصادی منطقه اروپا با استفاده از یک مدل داده پانل برای سال‌های ۲۰۱۷ - ۲۰۰۶ بیان می‌دارد که گردشگری در اولویت توسعه منطقه‌ای است و تقاضای گردشگری با رشد و انعطاف‌پذیری اقتصادی رابطه مثبت دارد. همچنین استراتژی‌های متنوع‌سازی به افزایش این انعطاف‌پذیری کمک می‌کنند. جین و همکاران^۲ در مطالعه‌ای با عنوان تحلیل مکانی - زمانی توسعه گردشگری منطقه‌ای؛ رویکرد مدل رگرسیون وزن جغرافیایی نیمه پارامتریک؛ بیان می‌دارند که توسعه گردشگری یک موضوع مهم در مطالعات توسعه منطقه‌ای است. با این حال مطالعات انجام شده در مورد همزیستی اثرات مکانی و زمانی، که در آن تجزیه و تحلیل ترکیبی از عوامل تأثیرگذار جهانی و محلی محدود شده است، تمرکز کافی نداشته است. در این مقاله برای کشف روابط مکانی - زمانی بین اقتصاد گردشگری منطقه‌ای و متغیرهای تأثیرگذار از یک مدل GWR نیمه متقارن استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که در زمینه‌های توسعه بهتر گردشگری اقتصادی، عوامل تأخیر فضایی و زمانی نقش مهمی در ارتقاء شرایط دارند، در حالی که در مناطق با توسعه اقتصادی پایین گردشگری، عوامل تأخیر مکانی و مکانی نقش مهار را دارند. در مقایسه با روش‌های تجزیه و تحلیل سنتی، GWR نیمه پارامتریک در تجزیه و تحلیل اقتصاد گردشگری منطقه‌ای برتر است زیرا روابط مکانی - زمانی را در دو مقیاس جهانی و محلی حساب می‌کند. حجازی و جوادی (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان ارزیابی توان اکولوژیکی توسعه گردشگری با بهره‌گیری از مدل تلفیقی (AHP-TOPSIS) با هدف تعیین مناسبترین مکان‌های تفرج گسترده و متمرکز در دهستان‌های شهرستان سرعین ضمن مطالعه شاخص‌های پژوهش، با تلفیق نقشه‌های مناطق مستعد مبادرت به تهیه نقشه نهایی توسعه تفرج گسترده و متمرکز اکوتوریسم کرده اند. نگارندگان ضمن شناسایی پهنه‌های مناسب و نامناسب توسعه گردشگری، بیان می‌دارند که دهستان‌های سبلان و آب‌گرم برای گردشگری بسیار مناسب و پهنه آوارس برای فعالیت‌های گردشگری نیازمند ایجاد امکانات و توسعه گردشگری در این دهستان می‌باشند. همچنین شکوهی و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری کردستان بر پایه هویت رقابت‌پذیری منطقه‌ای با استفاده از تکنیک Meta-SOWT ضمن شناسایی مهمترین رقبای منطقه‌ای در بخش گردشگری - معتقدند که مهم‌ترین عوامل کلان تأثیرگذار بر گردشگری استان کردستان شامل؛ مدیریت کلان کشور، سیاست‌های خارجی دولت و تحریم‌های بین‌المللی، عدم تخصیص بودجه به امر گردشگری و عدم توجه به صنعت گردشگری در سطح کشور از دیگر عوامل اثرگذار بر گردشگری کردستان است.

^۱ Romão

^۲ Jin et al., 2019

در این پژوهش با هدف اولویت‌بندی سناریوهای توسعه گردشگری شهرستان هوراند به عنوان بخشی از منطقه ارسباران ضمن شناسایی جامعه هدف و نیز طراحی سناریوهای احتمالی به منظور توسعه گردشگری و انتخاب مناسب‌ترین سناریوها برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری از روش تحقیق آمیخته استفاده شده است. نگارندگان ضمن مطالعه اسنادی، از مطالعات میدانی با کمک مشاهده، مصاحبه با خبرگان حوزه و نیز پیمایش گردشگران بالقوه و بالفعل منطقه و همچنین گروه خبرگان بهره گرفته‌اند.

رویکرد نظری

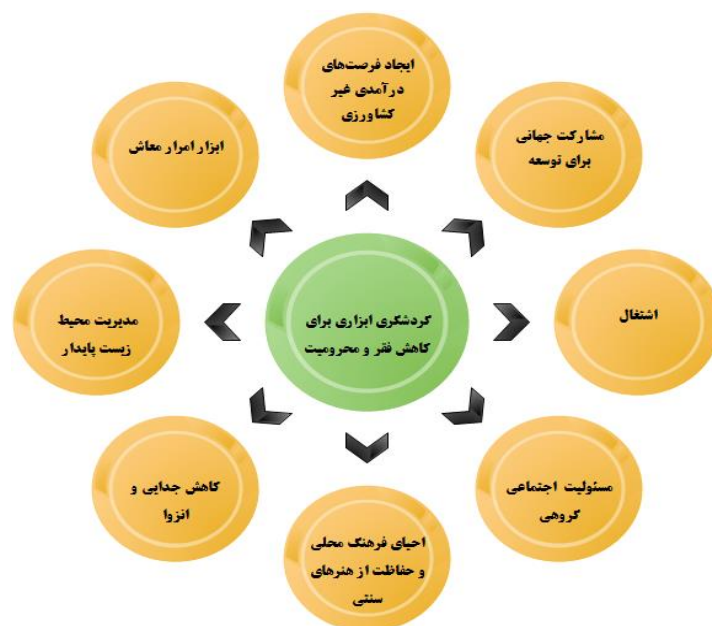
گردشگری مفهومی فراگیر و گسترده است که تاریخچه آن به سال ۱۸۱۱ میلادی یا پیش از آن برمی‌گردد و تعریف آن همچنان دستخوش تغییر و دگرگونی است. از گردشگری تعاریف بسیاری وجود دارد از جمله:

گردشگری فرایندها، فعالیت‌ها و نتایج ارتباط و تعامل میان گردشگران، فعالان گردشگری، زمامداران و جامعه محلی و محیط پیرامونی است که موجب جلب و پذیرش گردشگر در مقصد می‌شود. گردشگری شامل حمل و نقل، اقامت، تغذیه، خرید، تفریح و سرگرمی و دیگر خدمات مهمان‌نوازی است که در اختیار فرد یا گروه‌های مختلف قرار می‌گیرد (Ranjbarian and Zahedi, 2009: 147). و همچنین می‌توان به تعریف سازمان جهانی گردشگری در سال ۱۹۹۱ اشاره کرد، که گردشگری را این گونه تعریف کرده است: گردشگری عبارت است از تمامی فعالیت‌های کسی که مسافرت کرده است و در یک مکانی خارج از محیط معمول به مدت کمتر از یک سال متوالی، به منظور استراحت، تجارت یا اهداف دیگر اقامت کند (Imeni Gheshlagh et al., 2012: 249).

گردشگری و پایداری از مهم‌ترین هنجارهای سیاسی - جغرافیایی نیم‌قرن اخیر در امر توسعه جهانی می‌باشد و پایداری در میان اشکال جدید گردشگری می‌تواند به درک بهتری از نظم جدید جهانی منجر شود (Musa, 2015: 136). هنگامی که یک فعالیت بدون آن که به محیط (طبیعی و انسانی) و منابع مورد نیازش آسیب وارد کند، برای مدت زمان زیادی ادامه یابد به شرایط پایدار دست یافته است (Ghadiri Masoom et al., 2015: 16). گردشگری پایدار مناسب‌ترین رویکرد برای توسعه گردشگری است و توان بالقوه‌ای برای کاهش آثار منفی ناشی از گردشگری دارد (Jomepour and Yaghoobifaz, 2018: 13). توسعه گردشگری پایدار شامل:

- چالش محیطی به شکل مقاومت در برابر از بین رفتن منابع طبیعی و محیطی است؛
- چالش اقتصادی به شکل افزایش درآمد جامعه حاضر در حالی که درآمد نسل آینده را تضمین کند؛
- چالش اجتماعی به شکل ارتقا عدالت اجتماعی، امنی و برابری؛
- چالش فرهنگی به شکل محافظت و ارتقای فرهنگ‌ها و ارزش‌های زیباشناختی؛
- چالش نهادی به شکل ارتقاء مشارکت جوامع محلی در تصمیم‌گیری استراتژیک. (Shaterian et al., 2017: 201). از این منظر گردشگری باعث:
- ایجاد فرصت‌های شغلی جدید؛
- افزایش مالیات و پول‌هایی که نصیب دولت می‌شود؛

- مطرح شدن جامعه و در نتیجه ایجاد فرصت‌های بیشتر برای توسعه و پیشرفت؛
- بهبود ساختارهای زیر بنایی و تشکیلات اصولی منطقه؛
- افزایش منابع مالی به منظور آثار فرهنگی و طبیعی؛
- توسعه صنایع دستی، بومی و محلی می‌شود (Yaqubzadeh and Hejazi, 2014: 106).



شکل شماره ۱. مدل آثار گردشگری بر کاهش فقر و محرومیت

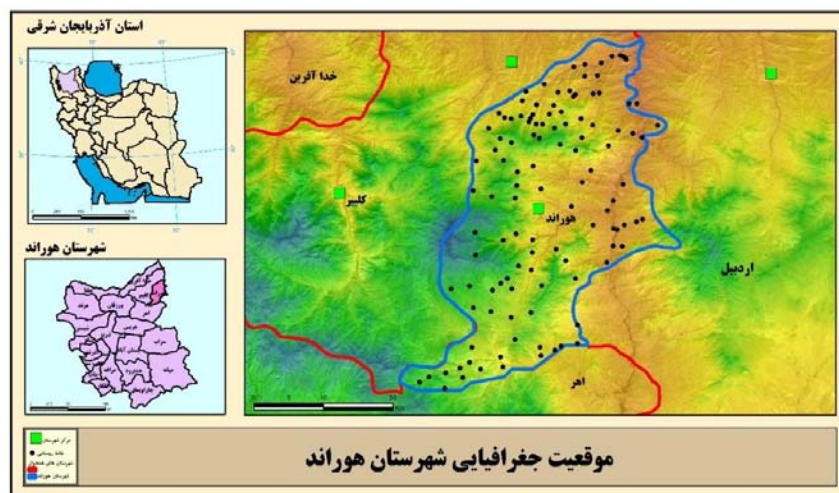
Source: Hyun et al., 2006: 17

باتوجه به اینکه کشور ایران از قطب‌های مهم گردشگری در جهان به شمار می‌رود و با برخورداری از سابقه دیرین تمدن و فرهنگ، طبیعت و شرایط اقلیمی گوناگون و عوامل دیگر از جمله زیارتگاه‌های متعدد، توانایی قرارگیری در جایگاه مناسب نقاط پرجاذبه گردشگری در سطح آسیا و بین‌المللی را داراست. ایران به لحاظ جاذبه‌های گردشگری، تنوع گردشگری و تنوع صنایع دستی به ترتیب جزو ۱۰، ۵ و ۳ کشور اول جهان است (Zangiabadi et al., 2006: 147). از دید کارشناسان گردشگری، ایران از توسعه‌ای که شایسته آن است برخوردار نبوده است. از دلایل آن می‌توان به آماده نبودن بسترهای اقتصادی مناسب در ایران برای جذب سرمایه‌گذاری در ساخت هتل و سایر منابع جانبی این حوزه اشاره کرد (Sadeghi, 2016: 62). بی‌خبر بودن سرمایه‌گذاران از زمینه‌های موجود در ایران و تبلیغات ضعیف و نیز انتشار اخبار منفی ایران، محدودیت‌های اجتماعی و مذهبی برای گردشگران خارجی و همچنین تنش‌های سیاسی با برخی کشورهای غربی نیز از دیگر موانع در راه رشد گردشگری در ایران است (Papli Yazdi and Saghaei, 2014: 157).

محدوده مورد مطالعه

شهرستان هوراند یکی از شهرستان‌های شمالی استان آذربایجان شرقی است که در ۱۷۰ کیلومتری تبریز واقع شده و از سمت شمال و غرب با شهرستان کلبر، از سمت شرق با استان اردبیل و از سمت جنوب با شهرستان اهر هم‌مرز است. مرکز اداری این شهرستان، شهر هوراند با ۶۶۵۸ نفر جمعیت است که در ۴۷ درجه و ۳۷ دقیقه طول شرقی و

۳۸ درجه و ۸ دقیقه عرض شمالی قرار گرفته‌است و ارتفاع آن از ۱۰۲۴ متر در مرتفع‌ترین نقاط شهر تا ۸۶۰ متر در نقاط پست شهر متغیر است. جمعیت شهرستان هوراند در سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۲۰۷۰۱ نفر بوده و کم‌جمعیت‌ترین شهرستان استان محسوب می‌شود. طبق آخرین تقسیمات کشوری شهرستان هوراند دارای دو بخش به نام‌های مرکزی و چهاردانگه و یک نقطه شهری به نام هوراند می‌باشد (Statistics Center of Iran, 2016).



نقشه شماره ۱. محدوده و موقعیت جغرافیایی شهرستان هوراند (Source: Authors, 2020)

این شهرستان دارای وسعت ۴۵۰ هزار کیلومتر مربع است که از این میزان، ۱۸۸ هزار هکتار آن پوشیده از جنگل است. از ۱۸۸ هزار هکتار جنگل، ۱۶۴ هزار هکتار آن جنگل‌های بکر قره داغ یا ارسباران شامل مناطق اهر، هوراند، کلیبر و خداآفرین است. همچنین ۱۳ هکتار از جنگل‌های منطقه قره داغ یا ارسباران در بخش مرکزی اهر و بخش هوراند واقع شده‌است.

منطقه هوراند شامل کوه‌های بلند و درختان گوناگون است که نگاه هر بیننده‌ای را مجذوب و حیران خویش می‌سازد و همچنین زیستگاه جانورانی است که گاهی از نظر تنوع در جهان بی نظیر می‌باشند. آب و هوای این منطقه معتدل کوهستانی است که در زمستان با یخبندان‌های کوتاه مدت و هوایی خنک و مطلوب و تابستان‌هایی نسبتاً گرم و نسیم‌های خنک و روح نواز همراه است. این شهرستان دارای جاذبه‌های گردشگری بی‌نظیری از قبیل جنگل و منطقه حفاظت شده هوراند، جنگل تنباکولو، روستای کوجان، منطقه تاریخی قوبول دره سی، تپه‌های باستانی اژدها داش، آغامال تپه سی، قلعه پشتو و قهقهه و.. است (East Azarbaijan Governor's Portal, 2020).

بحث و یافته‌های پژوهش

این پژوهش با توجه به ماهیت و هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر روش، تحلیلی - توصیفی است. این پژوهش به صورت پایش زمانی - فرآیندی ساختارهای گردشگری به مدت ۸ ماه^۱ انجام شده است. به این معنی که پس مرور مبانی نظری و استخراج شاخص‌های مطالعاتی طرح، با استفاده از روش مشاهده میدانی از طریق شناسایی

^۱ ۱۳۹۸/۰۲/۰۸ الی ۱۳۹۸/۰۹/۱۰

بیش از ۲۰ گروه بازدید کننده در قالب گردشگران منفرد و خانوادگی در سطح جاذبه‌های شاخص شهرستان هوراند، مصاحبه با مسئولین و کارشناسان حوزه، داده و اطلاعات مورد نیاز این پژوهش جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در بخش مطالعات میدانی، پس از انتخاب جامعه کارشناسان مطابق جداول شماره ۱ الی ۳، سه جامعه آماری هدف تعریف شد. جامعه‌ی اول گردشگران و بازدید کنندگان در سطح شهرستان هوراند (گردشگران و بازدید کنندگان بالقوه از جاذبه‌های گردشگری در سطح شهرستان)، جامعه‌ی دوم گردشگران و بازدید کنندگانی که از جاذبه‌های گردشگری بازدید می‌کنند (گردشگران و بازدید کنندگان بالفعل) و جامعه‌ی سوم خبرگان شامل کارشناسان و مسئولین دست‌اندرکار در حوزه‌های مرتبط با موضوع پژوهش. در مقاله حاضر پژوهشگران با استفاده از روش مشابه طراحی سناریو در حوزه‌ی گردشگری شهرستان هوراند بهره گرفته اند. در مطالعه حاضر که روش مشابه طراحی سناریو است، در حقیقت یکی از روش‌های برنامه‌ریزی استراتژیک بوده که در دهه ۱۹۵۰ شکل گرفته است. در این روش محقق با استفاده از نتایج حاصل از ارزیابی محیط صنعت و شناخت وضع موجود، به ارائه سناریوهایی می‌پردازد و با آزمون این سناریوها برترین سناریو جهت دستیابی به اهداف تعریف شده انتخاب می‌گردد (Mousavian, 2011: 172). در پایش زمانی - فرآیندی ساختارهای گردشگری، در اولین اقدام به تدوین پرسشنامه مشتمل بر ۷ شاخص عملیاتی پژوهش شد. پس از شناسایی گردشگران ورودی و تعداد بازدید کنندگان، تعداد ۳۸۴ گردشگر به عنوان گردشگر بالقوه مورد مطالعه قرار گرفتند. به منظور مطالعه گردشگران و بازدید کنندگان از جاذبه‌های شهرستان و شناخت انگیزه‌ها، نظرات و نیازهای مرتبط، پرسشنامه‌ای تدوین شده پس از طی مراحل پیش آزمون (پایایی قابل قبول با آلفای بیش از ۰٫۸) با ۲۸ سوال توسط ۳۸۴ گردشگر پیمایش و تحلیل شد. پرسشنامه مذکور مشتمل بر اطلاعات جمعیت‌شناختی گردشگران، اطلاعات جغرافیای رفتاری گردشگران، اظهار نظر در ارتباط با زیرساخت‌های گردشگری و سولاتی که انگیزه گردشگران را برای بازدید از جاذبه‌های گردشگری شهرستان روشن می‌ساخت، اختصاص یافته بود. پس از تحلیل نتایج پرسشنامه گردشگران از خبرگان خواسته شد تا با تلفیق و بهره‌گیری از نتایج پیمایش گردشگران، با تدوین سناریوهای مرتبط با توسعه گردشگری در سطح شهرستان، پرسشنامه‌ای با ۳۱ سوال جهت تجمیع آرای خبرگان حوزه طراحی و نظر ۲۱ کارشناس منتخب مطابق جدول شماره ۱ الی ۳ جمع‌آوری و تحلیل شد.

جدول شماره ۱. نحوه گزینش یا انتخاب جامعه آماری خبره محور

ویژگی	ارزش یا امتیاز
تعداد مقالات علمی - پژوهشی داخلی یا خارجی مرتبط با حوزه گردشگری	۳
تعداد کتاب (تألیفی یا ترجمه) یا مقالات مروری مرتبط با حوزه مربوطه	۴
تعداد طرح‌های پژوهشی یا علمی مصوب انجام شده با حوزه مربوطه	۴
سابقه همکاری یا عضویت در شورا، انجمن، نهاد، گروه، شرکت یا تشکل مربوطه	۲
سابقه اجرایی تخصصی	۴

Source: Authors, 2020

^۱ به منظور پیمایش و شناسایی تعداد گردشگران در میدانی ورودی شهرستان و جاذبه‌های هدف، از روش نمونه‌گیری هدفمند در سطح پارک و اقامت‌گاه‌های شهری - روستایی و همچنین تشخیص پلاک ماشین‌ها و مصاحبه با گردشگردان استفاده شده است.

جدول شماره ۲. معیارهای گزینش جامعه آماری کارشناس

وضعیت تحصیلی کارشناسان تعداد درصد	
دانشجوی دکتری	۶ ۲۸,۵۷
هیئت علمی دانشگاه	۵ ۲۳,۸۰
معیار کارشناس اجرایی	۳ ۱۴,۲۸
کارشناس پژوهشی حوزه	۷ ۳۳,۳۳
جمع	۲۱ ۱۰۰

Source: Authors, 2020

جدول شماره ۳. وضعیت تحصیلی کارشناسان

وضعیت تحصیلی کارشناسان تعداد درصد	
جغرافیا	۸ ۳۸,۰۹
شهرسازی	۵ ۲۳,۸۰
تخصص محیط زیست	۳ ۱۴,۲۸
علوم اجتماعی	۲ ۹,۵۲
مدیریت	۳ ۱۴,۲۸
جمع	۲۱ ۱۰۰

Source: Authors, 2020

پس از شناسایی منابع و جاذبه‌های گردشگری شهرستان هوراند در سه بخش جاذبه‌های طبیعی و اکوتوریستی، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، و جاذبه‌های تفریحی - داده‌های حاصل از پرسشنامه گردشگران بالقوه شامل گردشگران و بازدید کنندگان از جاذبه‌های گردشگری پس از خلاصه‌سازی نتایج و ارائه جداول توافقی شماره ۴ به شرح ذیل به ارائه می‌گردد:

جدول شماره ۴. میزان شناخت و تمایل به بازدید از جاذبه‌های گردشگری شهرستان هوراند توسط گردشگران بر حسب عوامل جمعیتی شناختی

ویژگی‌های پیمایشی جامعه هدف	فراوانی (تعداد)	آیا جنگل‌های هوراند (ارسباران) را می‌شناسید؟		آیا تمایل به بازدید از جنگل‌های هوراند (ارسباران) را دارید؟				
		بله (درصد از کل)	خیر (درصد از کل)	تمایلی ندارم	کم دارم	نسبتاً دارم	دارم	خیلی دارم
جنسیت								
مرد	۵۷,۰۹	۳۱,۰۸	۲۶,۰۱	۹,۸۱	۱۰,۰۸	۱۱,۴۱	۱۱,۵	۱۴,۲۹
زن	۴۲,۹۱	۱۶,۴۴	۲۶,۴۷	۶,۳۳	۵,۱۹	۷,۸۲	۷,۷۷	۱۵,۸
کمتر از ۲۰ سال	۸,۰۷	۲,۸	۵,۲۷	۰,۵	۰,۳۳	۴,۷	۱,۰۴	۱,۵
۲۰-۳۰ سال	۳۸,۲۸	۱۶,۵۴	۲۱,۷۴	۴,۷۱	۵,۰۶	۶,۵۱	۹,۶۴	۱۲,۳۶
۳۰-۴۵ سال	۳۲,۲۹	۱۳,۶۹	۱۸,۶۰	۲,۲۸	۳,۰۲	۴,۲۴	۸,۴	۱۴,۳۵
۴۵-۶۵ سال	۱۱,۷۲	۷,۶۱	۴,۱۱	۰,۵۲	۰,۰۵	۱,۱	۳,۶۶	۶,۳۹
۶۵ سال به بالا	۹,۶۴	۶,۰۴	۳,۶	۰,۲۴	۰,۳۱	۰,۵	۲,۲۵	۶,۳۴
کمتر از دیپلم	۱۵,۸۹	۷,۱۱	۸,۷۸	۰,۰۲۲	۰,۵	۱,۲	۶,۴۷	۸,۷
دیپلم و فوق‌دیپلم	۲۱,۸۸	۴,۵۵	۱۷,۳۳	۱,۵	۱,۲۱	۲,۷۱	۴,۶۶	۱۱,۸
میزان تحصیلات								
کارشناسی	۲۹,۶۹	۹,۸۹	۱۹,۸۰	۱,۸۷	۲,۲	۳,۲	۷,۲۳	۱۵,۱۹
کارشناسی ارشد و بالاتر	۳۲,۵۵	۱۷,۶۱	۱۴,۹۴	۱,۱	۲,۳	۴,۱	۶,۳۵	۱۸,۷
شهر هوراند	۲۱,۶۱	۱۸,۳۴	۳,۲۷	۱,۹	۲,۲	۱,۱۹	۲	۱۴,۳۲
استان آذربایجان شرقی	۲۹,۶۹	۲۳,۹۱	۵,۷۸	۱,۲۲	۲,۱۱	۳,۱۷	۶,۱	۱۷,۰۹
محل سکونت								
سایر استان‌ها	۴۷,۶۶	۱۲,۱۹	۳۵,۴۷	۱,۹۳	۲,۴۶	۳,۰۱	۴,۶۶	۳۵,۶
خارج از کشور	۱,۰۴	۰,۶۵	۰,۳۹	-	-	۰,۰۴	۰,۵	۰,۵

Source: Research Findings, 2020

۴۱,۶۳ درصد در اولویت‌های بازدید خود به جنگل‌های هوراند (ارسباران) اشاره کردند. ۴۷,۵۲ درصد از نمونه مورد مطالعه جاذبه‌های گردشگری جنگل‌های هوراند را می‌شناختند و ۵۲,۴۸ درصد با آن آشنایی نداشتند. ۱۶,۱۴ درصد تمایلی به بازدید از منطقه را نداشتند، ۱۵,۲۷ درصد تمایل کم، ۱۹,۲۳ درصد با تمایل نسبی، ۱۹,۲۷ درصد با تمای زیاد و ۳۰,۰۹ درصد عنوان کرده بودند که خیلی زیاد تمایل به بازدید دارند؛ بنابراین می‌توان حدود ۶۸,۵۹ درصد از گردشگران و بازدید کنندگان شهرستان هوراند را به عنوان بازار بالقوه برای جنگل‌های هوراند در نظر گرفت و آنها را به گردشگری ژئوتوریسم و اکوتوریسم جذب کرد. این می‌تواند به این معنی باشد که جنگل‌های ارسباران قابلیت آن را دارد که به عنوان یک جاذبه گردشگری مطرح شده و مخاطبان خود را جذب نماید. بررسی نتایج حاصل از جداول توافقی نشان می‌دهد مردان، با اختلاف زیادی بیش از زنان، جنگل‌های هوراند را می‌شناختند و تمایل به بازدید از آن دارند. در میان گروه‌های سنی نیز ۲۰ تا ۳۰ ساله‌ها و ۳۰ تا ۴۵ ساله‌ها بیش از سایر گروه‌های سنی، جنگل‌های ارسباران را می‌شناختند ولی گروه سنی بالاتر از ۶۵ سال تمایل بیشتری به بازدید از آن داشتند؛ نکته قابل تأمل این است که چه استراتژی‌هایی را می‌توان به کار بست تا بتوان گروه‌های سنی دیگر به ویژه گروه‌های سنی جوان‌تر را با جنگل‌های ارسباران آشنا کرد، چراکه بنظر می‌رسد جنگل‌های ارسباران با توجه به ماهیت و قابلیت‌های نهفته در آن می‌تواند و باید به یک جاذبه اکوتوریستی برای گروه‌های سنی جوان‌تر مورد بهره‌برداری قرار گیرد. نتایج نشان می‌دهد دارندگان مدارک کارشناسی ارشد و بالاتر به لحاظ آگاهی و دانشی که دارند جنگل‌های هوراند را به واسطه گنجینه‌های نهفته شامل حیات گیاهی و جانوری و سایر جاذبه‌های اکوتوریستی در آن بیش از سایر گروه‌های تحصیلی می‌شناسند و همچنین بیش از سایر گروه‌ها تمایل به بازدید از جنگل دارند، بنابراین ضروری است بر توسعه‌ی زیر ساخت‌های گردشگری متناسب با نیازمندی این قشر تاکید شود. گردشگران و بازدید کنندگان ساکن شهر هوراند و داخل استان آذربایجان شرقی به طور طبیعی مجموعاً بیش از سایر گروه‌ها جنگل‌های هوراند را می‌شناختند و اما گردشگران سایر استان‌ها (۴۳,۲۷ درصد) تمایل بیشتری به بازدید از جنگل‌های هوراند داشتند. تمامی این آمار بر نقش جنگل‌های ارسباران به عنوان جاذبه‌ای برای گردشگری اکوتوریسم صحنه می‌گذارد و به قابلیت جنگل‌های هوراند در این حوزه اشاره دارد که باید مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

در بخش دوم نتایج حاصل از آزمون آماری کای دو در جدول شماره ۵ در سطح اعتماد ۵ درصد نشان می‌دهد بین شناخت جنگل‌های ارسباران و تمایل به بازدید از آن ارتباط معناداری وجود دارد، پس ضروری است جهت افزایش تمایل به بازدید از پتانسیل‌های گردشگری شهرستان هوراند، گردشگران و بازدید کنندگان شهرستان هوراند را با جنگل‌های ارسباران بیشتر آشنا کرده و بر فعالیت‌های بازاریابی، تبلیغ و ترویج، تاکید کرد. آزمون‌های آماری کای دو در سطح اعتماد ۵ درصد همچنین نشان می‌دهند که بین جنسیت، سن، سطح تحصیلات و محل اقامت گردشگران با شناخت جنگل‌های ارسباران یا هوراند ارتباط وجود دارد و این خود مبین این امر است که طبقه‌بندی گردشگران براساس هریک از متغیرهای جمعیت شناختی مذکور می‌تواند به انتخاب بازار هدف مناسب و انتخاب استراتژی‌های صحیح به منظور جذب گردشگر یاری رساند.

جدول شماره ۵. نتایج آزمون‌های آماری منتخب مربوط به گردشگران بالقوه

گردشگران بالقوه	آیا جنگل‌های هوراند (ارسباران) را می‌شناسید؟	آیا تمایل به بازدید از جنگل‌های هوراند (ارسباران) را دارید؟
جنسیت	آزمون کای دو سطح اعتماد (دو طرفه)	۳,۴۸۷ ۰,۰۶۷
سن	آزمون کای دو سطح اعتماد (دو طرفه)	۷,۶۳۴ ۰,۰۴۷۸
میزان تحصیلات	آزمون کای دو سطح اعتماد (دو طرفه)	۵,۴۸۰ ۰,۰۶۳۰
محل اقامت	آزمون کای دو سطح اعتماد (دو طرفه)	۱,۷۱۴ ۰,۰۰۰
وضعیت اشتغال	آزمون کای دو سطح اعتماد (دو طرفه)	۶,۳۶۰ ۰,۰۱۱۷
آیا جاذبه‌های معرفی شده شهرستان هوراند را می‌شناسید؟	آزمون کای دو سطح اعتماد (دو طرفه)	- ۰,۰۰۰

Source: Research Findings, 2020

با بررسی نتایج حاصل از پیمایش گردشگران و بازدید کنندگان بالفعل جنگل‌های هوراند مطابق جدول شماره ۶ مشخص می‌شود که آشنایی با این جاذبه از طریق دوستان و اقوام و فضای مجازی بیش از سایر موارد بوده و باید از این ابزارهای مفید حداکثر بهره را برد. می‌توان عنوان کرد با توجه به آمار به دست آمده این جنگل می‌تواند یک مقصد گردشگری خانوادگی باشد و بیشترین بازدید کنندگان آن به همراه خانواده و یا همکاران و دوستان از آن بازدید می‌کنند و این که ۳۹,۷ درصد از افراد اطلاعات مورد نیاز خود را صرفاً از طریق افراد محلی دریافت می‌کنند موید این نکته است. تمایل ۳۲ درصد از پاسخ دهندگان به همراهی با، افراد محلی، استفاده از بروشور و شناخت شخصی، به نیاز مبرم و ضروری بر تربیت کارشناسان و راهنمایان برای ارائه خدمات در جنگل‌های ارسباران تاکید دارد. با توجه به اینکه ۵۶ درصد از حجم نمونه مورد بررسی برای اولین بار از جنگل‌های هوراند دیدن می‌کنند حاکی از توان جنگل‌های ارسباران برای مطرح شدن به عنوان یک جاذبه اکوتوریستی و ژئوتوریستی دارد و همچنین رقم ۴۴ درصد برای افرادی که برای چندمین بار است از جنگل و پتانسیل‌های آن دیدن می‌کنند نشان دهنده این امر است که منطقه ارسباران می‌تواند به عنوان یک جاذبه، گردشگران وفادار خود را داشته باشد به ویژه اینکه از این تعداد، ۵۲ درصد بیش از سه بار از جنگل‌های ارسباران دیدن کرده بودند.

جدول شماره ۶. برخی از ویژگی‌های بازدید کنندگان از جاذبه‌های گردشگری جنگل‌های شهرستان هوراند

نحوه آشنایی بازدید کنندگان با جاذبه‌های گردشگری جنگل‌های شهرستان هوراند	معرفی دوستان و اقوام	فضای مجازی	رسانه‌های عمومی	تورهای گروهی	سایر موارد
درصد فراوانی	۴۳	۳۱	۸	۱۱	۷
به همراهی چه کسانی به برای دیدن از جنگل‌های هوراند آمده‌اید؟	به تنهایی	با دوستان و همکاران			
درصد فراوانی	۱۶	۴۱			۴۳
آیا اولین بار است که از جاذبه‌های گردشگری جنگل‌های هوراند بازدید می‌کنید؟	بله	خیر			
درصد فراوانی	۵۶	۴۴			
آیا بازدید از جاذبه‌های گردشگری جنگل‌های هوراند را به دیگران پیشنهاد می‌کنید؟	بله	خیر			
درصد فراوانی	۸۴	۱۶			
نحوه کسب اطلاعات مورد نیاز جاذبه‌های گردشگری جنگل‌های هوراند	افراد محلی	بروشور	مطالعات و شناخت شخصی	ترکیبی از دو یا سه مورد	
درصد فراوانی	۳۹,۷	۸,۱۱	۲۰,۱۹	۳۲	
میزان تمایل به همراهی با مردم محلی	بله	خیر			
درصد فراوانی	۷۷,۱۲	۲۲,۸۸			

Source: Research Findings, 2020

تمایل ۶۹ درصد از حجم نمونه به پیشنهاد بازدید از جنگل‌های هوراند به دیگران نشان می‌دهد که این جنگل‌ها می‌توانند به عنوان یک جاذبه گردشگری در سطح ملی مطرح شوند. میانگین نظرات گردشگران در ارتباط با زیرساخت‌های گردشگری موجود در جنگل‌های هوراند نشان می‌دهد که اطلاع‌رسانی و تبلیغات در سطح ملی و بین‌المللی و خدمات بهداشت و درمان از سایر موارد ضعیف‌تر بوده و ایجاد حس امنیت به دلیل وجود گروه‌های خانواده، دوستان و همکاران بالاترین سطح رضایت را به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۷. میانگین نظرات در ارتباط با وضعیت زیرساخت‌ها

میانگین نظرات	زیرساخت گردشگری شهرستان هوراند
۳,۹۳	مدیریت مناسب بخش‌های مختلف گردشگری
۳,۱۷	وضعیت مکان‌های پذیرایی و اقامتی (هتل، مهمانسرا و..)
۳,۱۶	خدمات بهداشت و درمان
۴,۰۵	ایجاد احساس امنیت برای گردشگران و مردم
۳,۲۱	وضعیت شبکه ارتباطی و دسترسی‌ها
۳,۰۱	اطلاع‌رسانی و تبلیغات در سطح ملی و بین‌المللی
۳,۸۱	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی
۴,۸۱	وضعیت اماکن طبیعی

Source: Research Findings, 2020

سه مورد از نظر گردشگران و بازدید کنندگان به عنوان انگیزه‌ی بازدید از جنگل‌های ارسباران و نیز بالاترین جاذبه‌های جنگل شناخته شده است که می‌توان با اتکا به این سه مورد گردشگران و بازدید کنندگان احتمالی را برای بازدید از جنگل‌های هوراند تحریک کرد: این سه مورد عبارتند از گونه‌های گیاهی و جانوری، میکرو اقلیم و تنوع آب و هوا و وجود ژئوسایت‌ها و چشم‌انداز طبیعی مکان. با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت اشاره به وجود گونه‌های گیاهی و جانوری متنوع در جنگل‌های هوراند از طرف مردم محلی نیز مورد تاکید و توجه بوده است.

جدول شماره ۸. آزمون وابستگی متغیرهای جمعیت شناختی و انگیزه‌های حضور گردشگران جنگل‌های شهرستان هوراند

انگیزه	جنسیت	سن	میزان تحصیلات	محل سکونت
گونه‌های گیاهی و جانوری	آزمون کرامر	۰,۱۵۴	۰,۰۸۱	۰,۱۲۹
	سطح اعتماد	۰,۱۱۸	۰,۸۷۴	۰,۲۱۱
میکرو اقلیم و تنوع آب و هوا	آزمون کرامر	۰,۱۳۲	۰,۱۲۴	۰,۱۸۴
	سطح اعتماد	۰,۳۲۲	۰,۶۰۱	۰,۰۸۷
ژئوسایت‌ها و چشم‌انداز طبیعی	آزمون کرامر	۰,۱۴۱	۰,۱۷۷	۰,۲۳۱
	سطح اعتماد	۰,۳۶۴	۰,۰۸۷	۰,۰۳۱
ثبت خاطرات خانوادگی، مستندسازی و..	آزمون کرامر	۰,۰۸۷	۰,۳۵۹	۰,۲۸۸
	سطح اعتماد	۰,۸۸۱	۰,۰۰۱	۰,۲۳۸
تاریخی بودن و قدمت	آزمون کرامر	۰,۶۱۱	۰,۳۸۹	۰,۴۰۱
	سطح اعتماد	۰,۰۷۷	۰,۳۹۱	۰,۳۴۰
اغذیه و گیاهان دارویی	آزمون کرامر	۰,۴۲۰	۰,۲۳۳	۰,۳۲۰
	سطح اعتماد	۰,۰۳۸	۰,۷۲۹	۰,۰۳۶
مطالعات علمی	آزمون کرامر	۰,۲۴۱	۰,۳۶۱	۰,۴۰۵
	سطح اعتماد	۰,۸۱۱	۰,۵۹۷	۰,۲۱۹

Source: Research Findings, 2020

با توجه به نتایج آزمون‌های آماری با استفاده از ضریب کرامر در سطح اعتماد ۵ درصد (جدول شماره ۸)، میان ژئوسایت‌ها و چشم‌انداز طبیعی با متغیر جمعیت شناختی محل سکونت ارتباط معنادار وجود دارد؛ چراکه ساکنین شهر هوراند بیش از سایر گروه‌ها در این متغیر با این انگیزه از جنگل بازدید کرده‌اند. وجود ارتباط بین دو متغیر جمعیت‌شناختی تحصیلات و سن با ثبت خاطرات خانوادگی، مستندسازی و.. نشان دهنده این امر است که انگیزه ثبت بازدید - گروه‌های تحصیل کرده، کارشناسی و کارشناسی ارشد و بالاتر، و نیز گروه‌های سنی ۲۰ تا ۳۰ سال را بیش از سایر گروه‌ها در هر متغیر تحریک به بازدید از جنگل‌های ارسباران کرده است. با توجه به اینکه بین جنسیت و محل سکونت با اغذیه و گیاهان دارویی ارتباط وجود دارد؛ می‌توان عنوان نمود با این انگیزه می‌توان گروه جنسیتی زنان و نیز ساکنین شهر هوراند را بیش از سایر گروه‌ها در هر متغیر تحریک کرد. وجود میکرو اقلیم و تنوع آب و هوایی نیز می‌تواند برای گروه سنی ۲۰ تا ۴۵ ساله بیشترین جذابیت را داشته باشد. به نظر می‌رسد تنوع گونه‌های گیاهی و جانوری می‌تواند برای همه گروه‌ها در هر متغیر جمعیت‌شناختی هم به عنوان انگیزه و هم به عنوان جاذبه‌ای در جنگل‌های ارسباران ایفای نقش نماید. با توجه به نتایج به دست آمده از دو پرسشنامه و نیز تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها و مشاهدات پژوهشگران، چهار سناریو به منظور توسعه گردشگری در جنگل‌های هوراند طراحی و در هر سناریو استراتژی‌هایی تعریف گردید و پرسشنامه‌ای بر پایه‌ی آنها طراحی شد. این چهار سناریو عبارتند از:

- ✓ سناریوی اول: ادامه رویه‌های فعلی؛
 - ✓ سناریوی دوم: تاکید بر توسعه و بهبود زیرساخت‌های فیزیکی و انسانی به ویژه زیرساخت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی؛
 - ✓ سناریوی سوم: تاکید بر توسعه و بهبود برنامه‌های بازاریابی با تاکید بر انتخاب بازار هدف و جذب گردشگر؛
 - ✓ سناریوی چهارم: تعریف فعالیت‌های جدید و ایجاد تنوع در عرضه جنگل به گردشگران.
- در مجموع نتایج پرسشنامه خبرگان نشان می‌دهد که از نظر این جامعه، همه استراتژی‌های مطرح شده در سناریوها لازم و ضروری به نظر می‌رسد و سه مورد (تاکید بر جذب بازار گردشگری خارجی با میانگین ۳,۳۶، برگزاری تورهای فصلی با میانگین ۳,۲۱ و تاکید بر جذب بازار داخلی با میانگین ۳,۳۵) با میانگین کمتر از ۵، موافقت کمتری را جذب کرده است. بهبود و ارتقای مدیریت مناسب بخش‌های مختلف گردشگری در تمامی زمینه‌ها به ویژه در بخش مکان‌های پذیرایی و اقامتی با میانگین وزنی ۴,۶۹ بالاترین اهمیت را از نظر کارشناسان داشته است. چرا که در صنعت گردشگری که صنعتی کاربر بوده، و تعاملات و ارتباطات انسانی از اهمیت بالایی برخوردار است: بخش اعظمی از تجربه گردشگر به نیروی انسانی ارائه دهنده خدمات شامل مکان‌های پذیرایی و اقامتی بستگی دارد. به روزرسانی، اطلاع‌رسانی و تبلیغات مستمر در سطح ملی و بین‌المللی و معرفی جنگل‌های ارسباران در وب سایت‌های رسمی گردشگری کشور (با میانگین ۴,۵۱) در درجه دوم از اهمیت قرار دارد. این مورد نیز نشان از

اهمیت روز افزون فضای مجازی در صنعت گردشگری دارد. طراحی مجدد انواع بروشور و نقشه راهنمای گردشگری با استفاده از فناوری سیستم اطلاعات جغرافیایی و Web GIS، معرفی ژئوسایت‌های ویژه با بعد اغلب محلی با میانگین ۴,۴۴ در رتبه سوم اهمیت از دید خبرگان بوده است. بهبود و توسعه خدمات بهداشت و درمان نیز با میانگین ۴,۳۹ در مرتبه چهارم اهمیت قرار دارد. با محاسبه میانگین هر سناریو با استفاده از وزن‌دهی به استراتژی‌های هر سناریو، که حاصل وزن‌دهی بر اساس دیدگاه کارشناسان است، نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که از نظر گروه خبرگان استراتژی‌های ذکر شده در سناریوی دوم (تاکید بر توسعه و بهبود زیرساخت‌های فیزیکی و انسانی به ویژه زیرساخت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی) با میانگین ۴,۶۱ ضروری‌ترین استراتژی‌هایی است که باید انجام شود. استراتژی‌های مندرج در سناریوی سوم (تاکید بر توسعه و بهبود برنامه‌های بازاریابی با تاکید بر انتخاب بازار هدف و جذب گردشگر) با میانگین ۴,۴۹ و نیز سناریوی اول (ادامه رویه‌های فعلی) با میانگین ۴,۳۷ در رتبه دوم و سوم قرار دارند. سناریوی چهارم (تعریف فعالیت‌های جدید و ایجاد تنوع در عرضه جنگل به گردشگران) نیز با میانگین ۴,۲۲ کمترین میانگین وزنی را بین چهار سناریو به خود اختصاص داده است.

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی پژوهشی

امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از صنایع برتر به شدت در حال رشد و توسعه است. با توجه به پتانسیل‌ها و موقعیت منطقه هوراند در یکی از بهترین نقاط آب و هوایی استان در دامن کوه‌های سر به فلک کشیده و حول پوشش جنگل‌ها و مراتع بزرگ منطقه ارسباران که حدود ۱۶۴ هزار هکتار می‌باشد، واقع شده و سهم این شهرستان از کل مساحت جنگلی ارسباران ۱۱ هزار هکتار بوده و بیش از ۷۰ هزار هکتار نیز مراتع می‌باشد، این جنگل‌ها زیستگاه طیف وسیعی از گونه‌های گیاهی و جانوری است. در کشور ما ایران که به عنوان سرزمین چهار فصل شناخته می‌شود و یکی از برترین کشورهای جهان به جهت داشتن آثار و جاذبه‌های گردشگری است توجه چندانی به صنعت گردشگری نمی‌شود. با توجه به اینکه توسعه پایدار به عنوان جریانی مداوم در تغییرات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی برای افزایش رفاه و خوشبختی طولانی مدت کل اجتماعات تعریف شده و پوششی چندبعدی است که به گونه‌ای پایدار درصدد وحدت اهداف اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی است، بنابراین باید توسعه گردشگری را، زمانی پایدار بنامیم که مخرب نبوده و امکان حفظ منابع آب و خاک، منابع ژنتیکی، گیاهی و جانوری را برای آیندگان فراهم آورد. یکی از این ابعاد پایداری حفظ و توسعه گردشگری اکوتوریسم و جنگل است. در واقع گردشگری پایدار جنگل باید بتواند در یک محیط، در زمانی نامحدود ادامه یابد، از نظر انسانی و فیزیکی به محیط زیست صدمه نزند و تا بدان حد فعال باشد که به توسعه سایر فعالیتها و فرایندهای اجتماعی لطمه‌ای وارد نسازد.

با توجه به نتایج حاصل از دو پرسشنامه گردشگران بالقوه و بالفعل جنگل‌های ارسباران، بدیهی است که منطقه هوراند قابلیت‌هایی برای مطرح شدن به عنوان یک جاذبه گردشگری در سطح ملی و بین‌المللی را دارد، از آن جمله می‌توان به وجود گونه‌های گیاهی و جانوری متنوع، میکرو اقلیم و تنوع آب و هوا، ژئوسایت‌ها و چشم‌انداز طبیعی

قابلیت ثبت مخاطرات خانوادگی و مستندسازی، تاریخی بودن و قدمت منطقه، تنوع غذایی و گیاهان دارویی و زمینه های مطالعات علمی اشاره کرد. در این مقاله از سه پرسشنامه استفاده شد که هدف از به کارگیری پرسشنامه اول سنجش میزان تمایل گردشگران و بازدید کنندگان به بازدید از جنگل‌های ارسباران در شهرستان هوراند بود؛ هدف از ارائه پرسشنامه دوم کسب اطلاعات از دلایل، انگیزه‌ها و میزان رضایت بازدیدکنندگان از جنگل به منظور برنامه‌ریزی‌های آتی بود و نتایج این دو پرسشنامه منجر به شکل‌گیری چهار سناریو برای توسعه گردشگری شهرستان هوراند گردید و در نهایت پرسشنامه سوم بر اساس این سناریوها برای اخذ نظرات گروه خبرگان طراحی گردید. بررسی نتایج حاصل از پرسشنامه خبرگان، حاکی از آن است که با توجه به میانگین نظرات، و اولویت یافتن سناریوی دوم نسبت به سه سناریوی دیگر، می‌توان با توجه به یافته‌های پژوهش توصیه‌های راهبردی زیر را به منظور توسعه گردشگری پایدار شهرستان هوراند ارائه نمود:

- ✓ تغییر جنگل‌های ارسباران از یک منبع گردشگری محلی به جاذبه گردشگری ملی و بین‌المللی با تاکید بر توسعه و بهبود زیرساخت‌های فیزیکی و انسانی به ویژه در بخش زیرساخت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی (اقداماتی نظیر تلاش در راستای جلب مشارکت عمومی جهت حفاظت از محیط زیست احیاء و اصلاح مراتع، بازرسی، نظارت و وضع قوانین کنترل کننده در رابطه با فعالیت واحدهای صنعتی منطقه، وجود ضمانت اجرایی به منظور پیاده‌سازی قوانین حفاظت از محیط زیست و غیره)
- ✓ تدوین و عملیاتی ساختن برنامه بازاریابی، اطلاع‌رسانی و تبلیغات در سطح ملی و بین‌المللی با نگاه به بازارهای فرادست و کشورهای همجوار؛
- ✓ تعقیب و تقویت اقدامات اثر بخش نظیر توسعه زیرساخت‌های پذیرایی و اقامتی، خدمات بهداشت و درمان، ایجاد احساس امنیت برای گردشگران و مرد و بهبود وضعیت شبکه ارتباطی و دسترسی‌ها؛
- ✓ تعریف فعالیت‌های جدید گردشگری برای گروه‌های هدف شامل گروه‌های سنی، جنسی با علائق خاص که خود سفارش دهنده آن هستند از قبیل برگزاری تورهای گردشگری فصلی، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین به منظور خدمات دهی به بازدیدکنندگان منفرد و گروهی، بازطراحی مسیرها و شبکه‌های ارتباطی محلی و توسعه فعالیت‌های جدید، شناسایی انواع ژئوسایت‌ها و بهره‌گیری از آنها به عنوان اقامتگاه یا جاذبه جدید.

References

- Albalate, D., & Fageda, X. (2016). High speed rail and tourism: Empirical evidence from Spain. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 85, 174–185.
- Alizade, Omran and Pishgahifard Zahra (2011). Evolution of the concept of environmental security and security in the 21st century. *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 6(14), 107-119.
- Ansari Movahed, Siddique; Honarmand, Mohammad Javad (2014). Formulation and selection of appropriate strategies based on SWAT matrix analysis in the Iranian publishing industry, *Mehr Book Analytical Quarterly*, No. 14, pp. 34-55.
- Chen, Z., & Haynes, K. E. (2015). Impact of high-speed rail on international tourism demand in China. *Applied Economics Letters*, 22(1), 57–60.

- East Azarbaijan Governor's Portal, Deputy of Statistics and Information, 2020.
- Ghadiri Masoom, Mojtaba, Rezvani, Mohammad Reza, Jomehpour, Mahmoud, Baghbanir Hamid Reza (2015), Leveling of livelihood capital in mountain tourism villages (study area: Balataleghan village in Taleghan city), Quarterly Journal of Space Economics and Rural Development, Fourth year, No. 3, Summer 2015, 12 consecutive, pages 18-1.
- Ghorbani, Rasoul, Zadoli, Fatemeh, Zadoli Khajeh, Shahrokh (2014), Assessing the Negative Effects of Tourism Development on Tourist Attractive Villages (Case Study: Kandovan Village - Osko County), Regional Planning Quarterly, Year 4, Issue 15, Fall 2014, Pp. 118-103.
- Heidari Chianeh, Rahim (2017). Fundamentals of Tourism Industry Planning, Samat Publications, Tehran, sixth edition.
- Hejazi, Seyed Assadollah, Javadi, Mehdi. (2020). Assessing the ecological potential of tourism development using the integrated model (AHP-TOPSIS) (case study of Sarein city). Journal of New Attitudes in Human Geography, 12 (3), 17-40.
- Hyun, Jeong Kim; Ming-Hsiang Chen & SooCheong, Shawn Jang (2006). Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan, Tourism Management, No.27, p.925-933, available from: www.elsevier.com/locate/tourman.
- Imeni Gheshlagh, Siavash., Khani, Fazileh and Hashemi, Seyed Saeed (2012). The Role of Tourism in the Development of Rural Women Entrepreneurship (Comparative Study: Kondon and Eskandan Villages of Mako County), Geography and Regional Development, No. 18, pp. 238-217.
- Jafari Nia, Saeed; Raji, Saman (2017). Implementation of strategic human resource planning in organizations; Challenges and Strategies (Case Study: Iranian Pharmaceutical Industry), First International Conference and Third National Conference on Management and Humanities Research, University of Tehran Modbar Management Research Institute, 1-19
- Jahedi, Fatemeh (2007). Gorgan Tourism Capabilities and Regional Development, Master Thesis in Urban Planning, Faculty of Geography, University of Tehran.
- Jin, C., Xu, J., & Huang, Z. (2019). Spatiotemporal analysis of regional tourism development: A semiparametric Geographically Weighted Regression model approach. Habitat International, 87, 1-10.
- Jomepour, M., Yaghoobifaz, S. (2018). The location of Tourist Resorts in the Central Alborz Protected Area with a Sustainable Development Approach. Tourism Management Studies, 13(42), 1-19. doi: 10.22054/tms.2018.9012
- Karami Benmaran, Zahra, Khosravi Pour, Bahman, Ghanian, Mansour, Baradaran, Massoud (2014), Identifying the effective factors on the formation of small and medium enterprises with a focus on tourism (Case study: Kan section of Tehran city), Research Rural, Volume 5, Number 4, Winter 2014, pp. 737-758.
- Kazemi, Mohammad (2006), Tourism Management, Tehran: Samat Publications, First Edition.
- Khadaroo, A. J., & Seetana, B. (2007). Does transport infrastructure matter in overall tourism development? Evidence from a sample of island economies. Tourism Economics, 13(4), 675-687.
- Lai, P. H. and Nepal, S. K (2006). Local perspectives of ecotourism development in Tawush: a nature reserve, Tourism Management, 27(1):1117-1129.
- Lazzeretti, L., Capone, F., & Innocenti, N. (2016). The impact of related variety on tourist destinations: An analysis of tourist firms clustering. In F. Capone (Ed.). Tourist clusters, destinations and competitiveness theoretical issues and empirical evidences (pp. 62-80). Abingdon: Routledge.
- Lotfi Khachki, Behnam (2008). Tourism as an Industry, Strategy, Year 1, Number 2, pp. 171-206
- Luo, J. M., Qiu, H., & Lam, C. F. (2016). Urbanization impacts on regional tourism development: A case study in China. Current Issues in Tourism, 19(3), 282-295.
- Momeni, Mehdi; Safari Purchaghi, Parisa (2012). Strategic planning of tourism development (Javaher Dasht village of Rudsar city), Geography of tourism space, Volume 1, Number 3, pp. 119-137.
- Mousavian, Morteza (2011). Designing a social network scenario space related to soft warfare (on the horizon of the Fifth Development Plan), Soft Power Studies, Volume 1, Number 1: 185-161.

- Munshizadeh, Rahmatullah; Nasiri, Fatemeh (2001). Rural Tourism, Agricultural Research, Education and Extension Organization, 2001.
- Musa Pourmiandehi, Parish; Moradi Astalakh Zabar, Giti (2015). Tourism and Sustainability, University Jihad Environmental Research Institute Publications, First Edition.
- Papli Yazdi, Mohammad Hossein, Saghaei, Mehdi (2014), Tourism (Nature and Concepts), Samat Publications, Tehran, ninth edition.
- Qian, J., Feng, D., & Zhu, H. (2012). Tourism-driven urbanization in China's small town development: A case study of Zhapu Town, 1986–2003. *Habitat International*, 36(1), 152–160.
- Ranjbarian, Bahram and Zahedi, Mohammad (2009). Knowledge of Tourism, Chahar Bagh Publications, Tehran.
- Rasekhi, S., Mohammadai, S. (2017). The Impact of Tourism on D-8 Countries' Income Distribution. *Majlis and Rahbord*, 24(90), 309-336.
- Rokanuddin Eftekhari, Abdolreza, Mahdavi, Davood, Akbari Samani, Nahid (2011), Presenting a Strategic Planning Model for Sustainable Rural Tourism Development (Case Study: Lavasan Kouchak Village), *Human Geography Research*, Volume 45, Number 1, Spring 2013, pp. 146-123.
- Romão, J. (2019). Economic impacts of tourism. In D. Gursoy, & R. Nunkoo (Eds.). *Routledge handbook of tourism impacts: A theoretical perspective* (pp. 143–154). London: Routledge.
- Romão, J. (2020). Tourism, smart specialisation, growth, and resilience. *Annals of Tourism Research*, 84, 102995.
- Rutty, M., Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. (2015). The global effects and impacts of tourism. In C. M. Hall, S. Gössling, & D. Scott (Eds.). *The Routledge handbook of tourism and sustainability* (pp. 36–62). Routledge.
- Sadeghi, Hamidreza (2016). The effect of tourism programs on the level of tourist satisfaction (Case study: Shahr-e Ghamsar) Master Thesis, Islamic Azad University, Naragh Unit.
- Samimi, A. J., & Sadeghi, S. (2017). The relationship between foreign direct investment and tourism development: Evidence from developing countries. *Institutions and Economies*, 5(2), 59–68.
- Shamsoddini, A., Hazeri, S., Zainali, B., Arboni, Z. (2017). On the Evaluation of the Tourist Satisfaction from Tourism Product using HOLSAT Model (Case Study: Kandovan Village). *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 12(3), 659-679.
- Shaterian, Mohsen; Slavery, Younes; Mir Mohammadi, Mohammad (2017). Evaluation of urban tourism development indicators in Kashan, *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, Volume 17, Number 46, pp. 195-214
- Shokouhi.M.A., Mansourzadeh.A.M., Shakarami, N. (2018). Tourism Strategic planning of Kurdistan province based on the regional competitiveness using meta-swat technique, 7(26), 17-30.
- Statistics Center of Iran, General population and housing census information of East Azerbaijan province, 2016.
- Yang, Y., & Fik, T. (2014). Spatial effects in regional tourism growth. *Annals of Tourism Research*, 46, 144–162.
- Yaqubzadeh; Rahim and Hejazi, Negin (2014). Tourism Economics and its Competitiveness in Iran with Emphasis on Analyzing the Tourism Situation in Iran and Presenting Strategies for the Competitive Growth of Tourism, Jihad Daneshgahi Publications.
- Zangiabadi, Ali, Mohammadi, Jamal, Zirak Bash, Diba. (2006). Analysis of Isfahan domestic tourism market. *Journal of Geography and Development*, 4 (8), 131-156. doi: 10.22111 / gdij.2006.3789.
- Ziaee, Mahmoud (2013). Geography of Tourism, Payame Noor University Press, Tehran: First Edition.

Prioritize Tourism Development Scenarios in Arasbaran Region from the Perspective of the Target Community (Case study: Horand County)

Ahmad Mehdi Zadeh

Ph.D. student in Geography & Urban Planning, Marand Branch,
Islamic Azad University, Marand, Iran

Rahmat Mohammad Zadeh*

Associate Professor, Department of Geography & Urban Planning, Marand Branch,
Islamic Azad University, Marand, Iran

Bashir Beygbabaye

Assistant Professor, Department of Geography & Urban Planning, Marand Branch,
Islamic Azad University, Marand. Iran

Abstract

Considering the potentials in the forests of Arasbaran in Iran, especially in Horand city, and the diversity of plant and animal species, planning with the aim of recognizing this gift can be a sustainable source for the development of regional tourism. This study aims to prioritize tourism development scenarios in Arasbaran region from the perspective of the target community, including potential and actual tourists, as well as designing future scenarios for tourism development and selecting preferred scenarios to achieve this important. This study is applied in terms of purpose and descriptive-analytical method. In the research process, documentary studies, field studies with the help of observation, interviews with related experts and experts, and survey of potential and actual tourists (including 384 people in 20 major groups) and expert groups (21 people) have been used. In the research process, four extracted scenarios include continuing the current situation or procedure, emphasizing the development and improvement of physical and human infrastructure, especially private and public infrastructure and investment, emphasizing the development and improvement of marketing programs with emphasis on target market selection and Attracting tourists and defining new activities and creating diversity in forest supply to tourists were presented. Natabaj shows that in the opinion of experts, all the extracted scenarios are important, but the scenario emphasizes the development and improvement of physical and human infrastructure, especially private and public infrastructure and investment, as a superior scenario and suitable solutions for the development of forest ecotourism. Provided.

Keywords: Strategic Planning, Scenario, Regional Tourism, Arasbaran Region, Horand County.

* (Corresponding author) rahmat@tabrizu.ac.ir