

برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری پایدار در مناطق خشک (نمونه موردی: شهر یزد)

حمیدرضا وارثی

دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان، ایران

سعیده مؤیدفر^۱

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۱/۰۵/۲۰

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۳/۱۰

چکیده

در برنامه‌ریزی گردشگری رویکردهای پایداری به خاطر افزایش نگرانی‌های بین‌المللی برای مسائل اکولوژیکی رشد یافته است که به نظر می‌رسد برنامه‌ریزی برای رویکردهای پایداری، الگوی کاملی برای نگهداری جاذبه‌ها چه طبیعی و چه فرهنگی باشد. با توجه به اهمیت صنعت گردشگری در عصر حاضر و درآمدزایی آن برای کشور، انجام مطالعات راهبردی و شناسایی زمینه‌ها و چالش‌های توسعه این صنعت و بخصوص توسعه پایدار آن در پهنه‌های پرجاذبه‌ای مانند مناطق خشک و کویری امری ضروری می‌نماید. بر این اساس در این مقاله با توجه به وجود جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی و تاریخی زیاد شهر یزد، ابتدا به تبیین عوامل درونی و بیرونی تأثیرگذار بر این صنعت با توجه به ابعاد پایداری پرداخته شده و سپس با استفاده از تکنیک‌های AHP و بهره‌گیری از نرم‌افزار Expert Choice درجه اهمیت نقاط قوت و ضعف و همچنین فرصت‌ها و تهدیدهای آن محاسبه، رتبه‌بندی و ارزیابی شده و در نهایت با توجه به امتیازهای کسب شده، با استفاده از نمودار SWOT، نوع راهبرد تعیین شده است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که الگوی تهاجمی، الگوی اثربخش نظام گردشگری پایدار شهر یزد بوده که با استفاده از آن می‌توان به انتخاب راهبردهایی پرداخت که با استفاده از قوت‌های موجود منطقه و با بهره‌گیری از فرصت‌های شناخته شده در این نظام می‌تواند اهداف پایداری گردشگری در این خطه را تضمین کند.

واژگان کلیدی: برنامه‌ریزی راهبردی، مدل SWOT، توسعه پایدار، نظام گردشگری، شهر یزد.

۱- مقدمه

۱-۱- بیان مسأله

در سال‌های اخیر صنعت گردشگری و بازتاب‌های اقتصادی مربوط به آن در شرایط گسترده‌تری از جهانی‌سازی دنیای اقتصادی رخ داده است (Sugiyarto & Orther, 2003:3). در واقع امروزه صنعت جهانگردی به عنوان یکی از ابزارهای مهم در شناساندن هویت ملی و فرهنگی، تحصیلی، درآمد و رشد و پویایی اقتصاد شمرده می‌شود (مشیری و نظریان، ۱۳۸۵: ۲۵).

گردشگری پایدار، حالت توسعه یافته گردشگری است که از زیان رساندن به محیط، اقتصاد و فرهنگ‌های مکان‌هایی که گردشگری در آنها اتفاق می‌افتد، اجتناب می‌کند. هدف این نوع از گردشگری، تضمین توسعه‌ای است که تجربه مثبتی را برای افراد محلی، شرکت‌های گردشگری و خود گردشگرها در بردارد (Forsyth, 2009:1). در واقع گردشگری پایدار نوعی از گردشگری است که از نظر اکولوژیکی و بوم شناختی بی‌خطر بوده و از نظر اقتصادی قابل اجرا و ممکن و از نظر اجتماعی قابل پذیرش باشد (Megan, 2002: 2).

گردشگری پایدار را نمی‌توان جدا از مفهوم توسعه پایدار دانست. گردشگری فقط بخشی از توسعه است که بر ضرورت استفاده و توسعه منابع گردشگری در یک راه سالم تأکید می‌کند و همزمان تمهیداتی فراهم می‌کند که منابع برای استفاده نسل‌های آینده باقی بماند (تقوایی و همکار، ۱۳۸۷: ۶۳).

امروزه هر نوع توسعه‌ای با برنامه‌ریزی و مدیریت یکپارچه ممکن است که این امر بویژه در مورد گردشگری پایدار ضرورت بیشتری پیدا می‌کند. در واقع برنامه‌ریزی، فعالیتی چند بعدی و یکپارچه است که در برگیرنده عوامل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، روان شناختی و تکنولوژیکی می‌باشد (Alipour, 1996:367).

هدف این نوع برنامه‌ریزی، برقراری توازن بین عوامل کنترل‌ناپذیر خارجی و عوامل قابل کنترل داخلی به خاطر استفاده از فرصت‌ها و دوری از مخاطرات است (Helmy, 2004:479). همچنین در این برنامه‌ریزی توجه به نیازهای جوامع میزبان از اهمیت زیادی برخوردار است (گی، ۱۳۸۲: ۲۸۹). اساس توسعه پایدار گردشگری، برقراری رابطه بین سه جزء گردشگران، مقصد و جامعه میزبان می‌باشد به گونه‌ای که این رابطه در درازمدت با حفظ منابع طبیعی بتواند، اعتدال خود را حفظ کند و ضمن تأمین نیازهای جاری گردشگران موجب حفظ و تقویت فرصت‌های آتی شود (تقوایی و همکار، ۱۳۸۷: ۶۵).

برنامه‌ریزی راهبردی (استراتژیک) به عنوان علم و هنر صورت بندی، تصمیم‌گیری و اجرای تصمیم در راستای تحقق اهداف مورد نظر (en.Wikipedia.org)، در واقع فرایندی است که مدیران به وسیله آن، وظیفه یا مأموریت اصلی سازمان را ترسیم می‌کنند و ابزاری را که برای رسیدن به این مأموریت لازم است، فراهم می‌سازند (مرادی مسیحی، ۱۳۸۴: ۱۰). از این رو می‌توان تصمیم‌گیرندگان را به عنوان برنامه‌ریزان راهبردی و برنامه‌ریزان راهبردی را به عنوان تسهیل‌کنندگان تصمیم‌گیری در سطوح و وظایف مختلف سازمان‌ها قلمداد و تصور کرد (پیرس و برایسون، ۱۳۸۸: ۶۷).

در برنامه‌ریزی راهبردی لازم است برای تدوین راهبردی نهایی، همه عوامل به مثابه بخشی از روند برنامه‌ریزی راهبردی در چارچوب روش تجزیه و تحلیل SWOT در نظر گرفته شوند (Bernroider, 2002: 546). از این رو برنامه‌ریزی راهبردی یکی از راه‌های مهم حمایتی برای تصمیم‌گیری و استفاده‌های مشترک در تحلیل سیستماتیک عوامل داخلی و خارجی محیط به شمار می‌آید که با تعریف نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای سازمان می‌تواند راهبردهایی بسازد که مبنای آن استفاده از فرصت‌ها، از بین بردن ضعف‌ها و مقابله با تهدیدهاست (Yuksel & Dagdeviren, 2007: 3365)

ایران از جنبه جاذبه‌های گردشگری، دارای انواع اقلیم‌ها، فضاها و فصل‌هاست و از جنبه‌های آثار طبیعی و فرهنگی با کشورهای پیشرفته برابری می‌کند. حتی واقع شدن این کشور در منطقه خشک، زیبایی‌های نادری را برای آن بوجود آورده که بررسی قابلیت‌ها و ضعف‌های آن و برنامه‌ریزی راهبردی در این سکونتگاه‌های واحه‌ای می‌تواند درآمدهای زیادی را برای کشور در برداشته باشد.

۲-۱- اهمیت و ضرورت

عصر کنونی را اگر عصر گردشگری و صنایع وابسته نامگذاری کنیم، چندان گزافه نگفته‌ایم. چرا که صنعت گردشگری به عنوان سومین صنعت حال حاضر دنیا پس از نفت و خودرو، به مرور می‌رود تا در سال‌هایی نه چندان دور به عنوان امپراتور صنعت در صدر صنایع جهان قرار گیرد. برنامه‌ریزان ایران نیز برای دور نماندن از گردش مالی ۱۰۰۰ میلیارد دلاری این صنعت، چشم‌انداز ۲۰ ساله گردشگری برای جذب یک و نیم درصد از گردشگران جهانی و دستیابی به ۲۵ میلیارد دلار را به عنوان مبنای هدف‌گذاری کرده‌اند. با این نگاه و در سایه بروز و ظهور شرایط رقابتی گردشگری در سبب جهانی تبلیغات و بازارهای موجود، پارادایم جدید «عصر جدید گردشگری» شرایطی را به وجود آورده که براساس آن محصولات جهانگردی باید در بازارهایی با رقابت بسیار فشرده عرضه شوند و تقاضاهای پیچیده و متنوع را با قیمت‌های مناسب و استاندارد پاسخ گویند. در حقیقت می‌توان گفت که خواسته یا ناخواسته بازاری با رقابت کامل در این صنعت شکل گرفته که دولت‌ها و سازمان‌هایی می‌توانند در این میدان به حیات خود ادامه دهند که اولاً قابلیت‌ها و ظرفیت‌های افزایش یابنده داشته باشند و ثانیاً بتوانند با درک عمیق مفاهیم کیفیت و رقابت، با اتخاذ مناسب‌ترین سیاست‌ها راه رشد و ترقی را هموار سازند (www.mardomsalari.com).

رشد صنعت گردشگری تاثیرات چند جانبه‌ای در کشورها به دنبال دارد. برقراری توازن و تعادل در وضعیت پرداخت‌ها، تنوع اقتصادی، افزایش درآمدها و ایجاد فرصت‌های شغلی از پیامدهای این صنعت به شمار می‌آید و دستیابی به رشد اقتصادی پایدار از شاخص‌های اصلی پیشرفت برای کشورهای در حال توسعه به شمار می‌رود (Hall & Sullivan, 1996: 13). برای بیشتر کشورهای در حال توسعه به ویژه کشورهای حداقل توسعه یافته، گردشگری، ستون اصلی توسعه اقتصادی به شمار می‌آید. البته این امر در همه کشورها به یک میزان وجود ندارد. گردشگری می‌تواند با مشارکت در سه هدف اصلی کشورهای در حال توسعه که تولید درآمد، اشتغال‌زایی و درآمد ناشی از ورود ارز خارجی است، نقش

مهمی در قالب نیروی محرک توسعه اقتصادی ایفا کند. گردشگری فرصت‌های شغلی خوبی را برای گروه‌های مختلف اجتماعی به وجود می‌آورد و در نتیجه می‌تواند نقش مهمی در ریشه کن کردن فقر در کشورهای در حال توسعه داشته باشد (Bar, 1996: 15). علاوه بر این گردشگری، دولت هر کشور را به توسعه زیرساخت‌های خود تشویق می‌کند، همچنین در توازن پرداخت‌های کشوری نیز نقش دارد. به عبارتی گردشگری موتور قدرتمند پیشرفت در کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید. از طرفی گردشگری محور توسعه پایدار کشورها به شمار می‌آید که به طور مجزا نمی‌تواند رشد کند. توسعه این صنعت در گرو رشد و توسعه بخش‌ها و زیرساخت‌های مختلف اجتماعی است (صادقیون، ۱۳۸۵: ۱). در نتیجه برای رسیدن به توسعه پایدار در عرصه گردشگری تمام قابلیت‌های جامعه باید بکار گرفته شود. توجه به صنعت گردشگری بیانگر این واقعیت است که این امر به یک سلسله تأثیرات و تغییرات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و حتی محیطی در هر کشوری می‌انجامد (Pears, 1989: 11). همچنین از آن می‌توان با عنوان «صنعت سفید» نام برد زیرا برخلاف اغلب صنایع تولیدی، بدون آلوده سازی محیط زیست انسانی، زمینه‌ساز دوستی و تفاهم بین ملت‌هاست و صلح و صفا را برای مردم به ارمغان می‌آورد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶: ۸۲).

۳-۱- اهداف

ارائه شمای کلی جاذبه‌های گردشگری در مناطق خشک و ارزیابی عوامل مؤثر بر پایداری و ناپایداری گردشگری شهری و طبیعی در این مناطق و بویژه در یزد و ارائه راهکارهایی جهت تضمین گردشگری پایدار در این مناطق

۴-۱- پیشینه تحقیق

انسان‌ها در دوران‌های مختلف زندگی خود برای دیدن جذابیت‌های طبیعی، کشف فرصت‌های اقتصادی، بهره‌مندی از امکانات زیستی مناسب‌تر، آگاهی از تنوع‌های قومی و فرهنگی بار سفر بسته‌اند و مشکلات راه را نیز تحمل کرده‌اند، بنابراین گردشگری قدمتی به بلندای تاریخ دارد (زاهدی، ۱۳۸۵: ۶۵). گردشگری یکی از پردرآمدترین بخش‌های اقتصادی است که به تجارت هزاره سوم موسوم است و جریان‌های گردشگری بین‌المللی پویاترین مبادلات اقتصادی را که ممکن است بین کشورها اتفاق بیفتد به وجود می‌آورد (ولا فرانسوا و بیچریل، ۱۳۸۴: ۹۶).

با آنکه مفاهیم توسعه پایدار از دهه ۱۹۸۰ به بعد در ادبیات اقتصادی مورد توجه صاحب‌نظران واقع شده است، اما با توجه به اثرات فعالیت‌های جهانگردی بر اقتصاد، محیط زیست و فرهنگ نقاط سیاحتی، توسعه تاریخی گردشگری پایدار از دهه ۱۹۶۰ با شناسایی اثرات بالقوه گردشگری انبوه آغاز شد و در دهه ۱۹۷۰ با تولد مفهوم گردشگری سبز که بر اساس آن ارزش سرمایه‌های طبیعی و میزان خسارت‌ها و آسیب‌های وارده بر محیط زیست برآورد می‌شود، توجه به حفاظت منابع طبیعی و فرهنگی و سایر منابع جهانگردی برای استفاده دایم نسل فعلی و نسل‌های آینده بیشتر معطوف شد. سپس در سال ۱۹۹۲ در

کنفرانس مجمع زمین در ریو و به خصوص در قطعنامه ۲۱ آن، برای تحقق توسعه گردشگری پایدار توصیه‌های مفیدی توسط WTO و WTTC به عمل آمد. به دنبال افزایش سریع تعداد جهانگردان و گسترش فرآیند صنعت گردشگری در نقاط مختلف جهان در طول دهه ۱۹۹۰، در کنفرانس دوستداران بین‌المللی طبیعت در سال ۱۹۹۹ و بسیاری دیگر از همایش‌های بین‌المللی نیز کارشناسان و صاحب‌نظران کشورهای مختلف اهمیت توجه به عوامل پایداری بخش جهانگردی را یادآور شده و نسبت به رفع یا تعدیل عوامل ناپایداری این بخش هشدار داده‌اند (عابدی، ۱۳۸۵: ۱).

به طور کلی می‌توان گفت در طی سال‌های اخیر که مقوله گردشگری و تحقیقات وابسته به آن در مجامع بین‌المللی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار شده است در ایران تحقیقات جامعی در زمینه گردشگری پایدار در مناطق خاص، بخصوص در محدوده مناطق خشک صورت نگرفته است.

۱-۵- سوالات تحقیق

باتوجه به اهمیت صنعت گردشگری در دوره‌های اخیر و دارا بودن جاذبه‌های خاص طبیعی و فرهنگی ویژه در شهرهای مناطق خشک و تاکید بر پایداری در این زمینه، سعی شده در این مقاله با بررسی توانمندی‌ها و محدودیت‌های توسعه پایدار گردشگری در مناطق خشک، راهبردها و راهکارهایی ارائه گردد تا به این سوال پاسخ دهد که چگونه می‌توان آثار تاریخی و میراث فرهنگی و طبیعی یزد را به گونه‌ای استفاده نمود که علاوه بر ایفای نقش میراث بتوانند به عنوان منبعی توسعه آور، زنده و هویت بخش با زندگی واقعی و جاری مردم عجین شده و برای آیندگان نیز این میراث را بصورت کامل هدیه نمایند؟

۱-۶- روش تحقیق

رویکرد حاکم بر این تحقیق توصیفی- تحلیلی است. برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده و با توجه به اطلاعات به‌دست آمده به بررسی وضعیت کلی گردشگری در منطقه پرداخته، سپس برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از مدل SWOT که یکی از روش‌های مناسب در تحلیل اقدامات در فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک می‌باشد استفاده شده است. سوات (SWOT) اصطلاحی است که برای شناسایی و مقایسه نقاط قوت و ضعف داخلی و فرصت‌ها و تهدیدات خارجی که یک سازمان، مجموعه و یا قلمرو جغرافیایی با آن روبروست به کاربرده می‌شود.

هدف از این مقایسه شناسایی یکی از چهار الگوی خاص برای سازگاری موقعیت‌های داخلی و خارجی یک مجموعه است. این الگو توسط چهارخانه مندرج در شکل مربوطه نشان داده شده است.

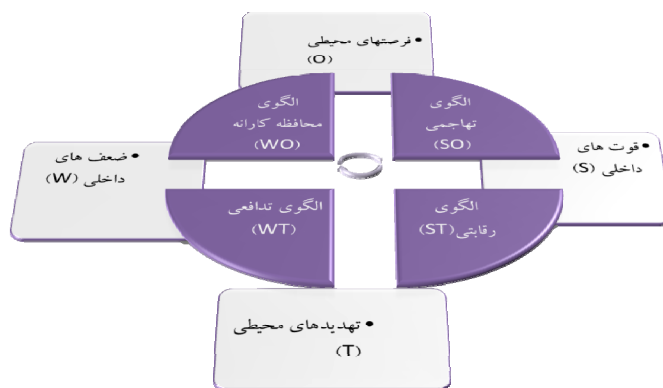
الگوی ۱؛ تدافعی: هدف کلی الگوی تدافعی یا حداقل- حداقل^۲، که می‌توان آن را الگوی بقا نیز نامید، کاهش ضعف‌های سیستم برای کاستن و خنثی‌سازی تهدیدهاست.

الگوی ۲؛ محافظه‌کارانه (حداقل - حداکثر^۳): این الگو تلاش دارد با کاستن از ضعف‌ها حداکثر استفاده را از فرصت‌های موجود ببرد. یک سازمان ممکن است در محیط خارجی خود متوجه وجود فرصت‌هایی شود، ولی به واسطه ضعف‌های سازمانی خود قادر به بهره‌برداری از آن نباشد. در چنین شرایطی، اتخاذ الگوی انطباقی می‌تواند امکان استفاده از فرصت را فراهم آورد.

الگوی ۳؛ رقابتی (حداکثر - حداقل^۴): این الگو برپایه بهره‌گرفتن از قوت‌های سیستم برای مقابله با تهدیدات تدوین می‌شود و هدف آن به حداکثر رساندن نقاط قوت و به حداقل رساندن تهدیدات است. با وجود این، از آنجا که تجارب گذشته نشان داده است که کاربرد نابجای قدرت می‌تواند نتایج نامطلوبی به بار آورد، هیچ سازمانی نباید به طور نسنجیده از قدرت خود برای رفع تهدیدات استفاده کند.

الگوی ۴؛ تهاجمی (حداکثر - حداکثر^۵): تمام سیستم‌ها خواهان وضعیتی هستند که قادر باشند همزمان قوت و فرصت‌های خود را به حداکثر برسانند. بر خلاف الگوی دفاعی که یک راه حل واکنشی^۶ است الگوی تهاجمی یک راه حل کنشگر^۷ است، در چنین وضعیتی سازمان با استفاده از نقاط قوت خویش برای گسترش بازار تولیدات و خدمات خود گام برمی‌دارد (گلکار، ۱۳۸۴: ۵۳).

به منظور تجزیه و تحلیل نظام گردشگری شهر یزد ابتدا قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای نظام مذکور شناسایی، سپس ضریب اهمیت هر یک از آن‌ها بر مبنای روش دلفی و طبق نظر متخصصان با استفاده از ماتریس‌های قطری (به منظور مقایسات زوجی) توسط نرم‌افزار Expert Choice محاسبه گردید.



شکل ۱- ابعاد چهارگانه تجزیه و تحلیل SWOT

منبع: www.blogfa.com

- 3-Mini-Maxi Strategy
- 4-Maxi-Mini Strategy
- 5-Maxi-Maxi Strategy
- 6-Reactive
- 7- Proactive

مبنای مقایسات زوجی براساس جدول میزان اهمیت توماس ال ساعتی (ترجیح یکسان تا کاملاً مرجح) می‌باشد (جدول ۱). مقایسه‌های جفتی در یک ماتریس $K \times K$ (بطور مثال 6×6) ثبت می‌شود. ماتریس داوری مقایسه‌ای جفتی را با $A = a_{ij}$ نشان می‌دهیم. لازم به ذکر است که ماتریس مقایسه‌ای، یک ماتریس معکوس^۱ است؛ یعنی اگر ترجیح سنجه یک به دو، ۵ است، پس ترجیح سنجه دو به یک ۱/۵ است و به عبارت دیگر اعداد هر یک از مقایسه‌ها به یکی از دو صورت زیر تعیین می‌شود:

اول) به صورت اعداد ۱ تا ۹؛ دوم) به صورت معکوس اعداد مذکور.

در هر یک از حالت‌های یاد شده مقدار a_{ij} (سطر i ستون j) نشان دهنده داوری برنامه‌ریز در مورد اهمیت نسبی (i) با در نظر گرفتن سنجه (j) است. با توجه به این که اولویت‌ها به دو صورت (اعداد ۱ تا ۹ و معکوس آن‌ها) نشان داده می‌شوند، اگر مقدار a_{ij} بزرگ‌تر از یک باشد، سنجه‌ای که در سطر i قرار دارد دارای اهمیت نسبی بیشتری نسبت به سنجه‌ای است که در ستون j قرار دارد و برعکس، مقادیر کم‌تر از یک نشان‌دهنده آن است که سنجه i ام اهمیت نسبی کمتری نسبت به سنجه j ام دارد.

جدول شماره ۱- مقادیر ترجیح‌ها برای مقایسه‌های زوجی

مقدار امتیاز	۱	۳	۵	۷	۹	۲ و ۴ و ۶ و ۸
درجه اهمیت در مقایسه دو به دو	ترجیح یکسان	نسبتاً مرجح	قویاً مرجح	ترجیح بسیار قوی	کاملاً مرجح	ترجیحات بین فواصل فوق

پس از تعیین ضریب اهمیت و استاندارد سازی ضرایب عوامل درونی و بیرونی از طریق تقسیم بر میانگین (مجموع ضرایب استاندارد برای عوامل درونی و بیرونی برابر با یک می‌باشد) به منظور تعیین وزن نهایی به هر یک از نقاط قوت، فرصت، ضعف و تهدید رتبه‌اتنا براساس درجه اهمیت داده شده و سپس امتیاز عوامل درونی (قوت و ضعف) و عوامل بیرونی (فرصت و تهدید) از طریق فرمول محاسبه و در آخر این امتیاز در نمودار تعیین ابعاد SWOT اعمال، الگوی اثربخش تعیین و راهبردها ارائه گردیده است.

$$V_{sw} = \sum_{i=1}^n W_s + \sum_{i=1}^n W_w \quad V_{ot} = \sum_{i=1}^n W_o + \sum_{i=1}^n W_t$$

V_{sw} : امتیاز عوامل درونی W_s : وزن نهایی قوت W_w : وزن نهایی ضعف

V_{ot} : امتیاز عوامل بیرونی W_o : وزن نهایی فرصت W_t : وزن نهایی تهدید

۱-۷- محدوده و قلمرو پژوهش

شهر یزد شهری باستانی در مرکز فلات ایران و همجوار با کویر مرکزی ایران است. این شهر با وسعت ۲۳۹۷ کیلومتر مربع اولین شهر خشت خام و دومین شهر تاریخی جهان است. این شهرستان به دلیل وجود جاذبه‌های شغلی، رفاهی و تمرکز اداری، پرجمعیت‌ترین شهرستان استان یزد به شمار می‌رود و با جمعیتی حدود چهارصد و پنجاه هزار نفر، تقریباً نیمی از کل جمعیت این استان را تشکیل می‌دهد (وبسایت سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان یزد).



شکل ۲- محدوده استان یزد

منبع: فرهنگ جغرافیایی آبادی‌های استان یزد

ویژگی‌های متنوع طبیعت در این استان اغلب برای جهانگردان و مردم غیربومی جالب و پرکشش است به طوری که طبیعت چند گونه و کاملاً متفاوت این پهنه، یکی از پرجاذبه‌ترین دیدنی‌های این شهر به شمار می‌رود. از یک سو پهنه‌های بیابان و تپه‌های ریگ روان و از دیگر سو و به فاصله نزدیک ارتفاعات زیبای شیرکوه و بیلاقات سرسبز، دره‌ها و دامنه‌های آن و گوناکونی آب و هوا از جلوه‌های جذاب برای تفریح و بهره‌مندی از طبیعت است. در این شهر بناها و فضاهای تاریخی، بازارها و سایر اماکنی که در بافت قدیم شهر قرار دارند خود از جاذبه‌های تفریحی و گردشگری به شمار می‌رود.

یزد از بناهای خشتی و بی نظیر در دنیا است که گنجینه‌ای از هنر، فرهنگ و تمدن ایرانی را در خود دارد که از آن جمله می‌توان به بناهای مذهبی، خانه‌های تاریخی، آب انبارها، باغ‌های تاریخی، بادگیرها و بازارچه‌ها اشاره کرد که بر همین اساس، این شهر به شهر بادگیرها و شهر دوچرخه‌ها نیز شهرت دارد.

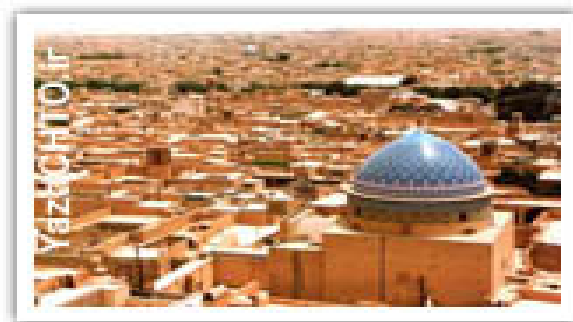
در این شهر همه چیز حکایت از حرکت و زنده بودن محیط اجتماعی دارد. نام یزد معمولاً یادآور آثار هنری و اصیل است. تولیدات صنایع دستی یزد تا قبل از دوره ماشینی شدن صنایع، به دلیل کیفیت و برخورداری از اصالت هنری دارای شهرت جهانی و هنوز هم به طور نسبی از کیفیت خوبی برخوردار است. ظرافت‌های به کار رفته در ساخت آثار هنری و معماری این منطقه در نوع خود بی‌نظیر بوده و از همین جهت دارای ارزش هنری فراوانی می‌باشد.

شهر یزد اینک در هزاره سوم، همسو با گسترش شهرسازی در عین حفظ سنت‌های معماری باستانی و بافت قدیم، اندک اندک در دشت یزد- اردکان وسعت یافته است و به شهری با صنایع مدرن، پیشرفته و معادن بزرگ و موثر در توسعه کشور تبدیل شده است. کارخانه عظیم فولاد، فیبر نوری، نساجی، بیمارستان‌های مجهز و متعدد و نیروی انسانی معتقد و متخصص، سرمایه‌های معنوی و مادی یزد هستند

که ضمن حفظ سنت گذشته، شهر یزد را در دل کویر، آباد و توانمند، پویا و در گستره توسعه حفظ می‌کنند(وب سایت سازمان میراث فرهنگی استان یزد).

۷-۱-۱- مساجد

باتوجه به مذهبی و دارالعباده بودن یزد مساجد زیادی در جای جای این استان به چشم می‌خورد که در این بین قدیمی‌ترین مسجد ایران یعنی مسجد جامع فهرج نیز قرار دارد. این بنای خشت و گلی که از صدر اسلام به همان صورت اولیه باقیمانده، در ۳۰ کیلومتری شرق یزد قرار دارد. از دیگر مساجد مهم و شاخص استان یزد می‌توان به مسجد جامع کبیر یزد اشاره کرد که به لحاظ سیر تحول تاریخی، شیوه ساختمانی و تزئینات به کار رفته در آن از اهمیت بالایی برخوردار است، ضمناً سر در رفیع و منحصر به فرد، مقرنس‌های معرق، در نفیس چوبی گره و منبت‌کاری شده، ایوان مزین به اسماء مبارکه الهی به صورت خط کوفی بنایی، گنبد روپوش، مناره‌ها، محراب معرق، کتیبه‌های ثلث و کوفی این مسجد را در عداد آثار کم نظیر جهان اسلام قرار داده است. از دیگر مساجد تاریخی و مهم می‌توان به مسجد ملا اسماعیل، مسجد میر چقماق، مسجد ریگ و مسجد چهار منار اشاره کرد(yazdchto.ir).



شکل ۳- نمایی از بقعه سید رکن الدین یزد

۷-۱-۲- زیارتگاه‌های زرتشتیان

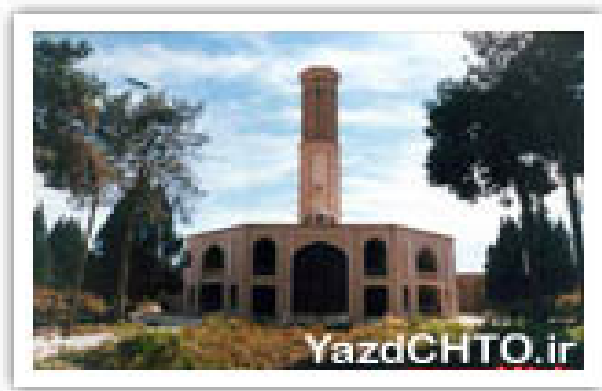
زیارتگاه پیر هریش، پارس بانو و پیر نارکی و زیارتگاه پیر چک چکو از زیارتگاه‌های زرتشتیان در است که هر ساله تعداد زیادی از زرتشتیان از نقاط ایران و جهان برای زیارت، چند روزی در جمع هم کیشان به پرستش خدای یگانه می‌ایستند که زیارتگاه پیر چک چکو(پیر مراد) از مهم‌ترین آن‌هاست و یکی از جاذبه‌های گردشگری استان یزد محسوب می‌شود. همچنین دخمه و خیل‌های آن که در ۱۵ کیلومتری جنوب شرقی یزد بر بلندای کوهی که به «کوه دخمه» معروف است واقع شده‌اند و بر بلندی این کوه، دو عمارت سنگی «مدور برج» ساخته شده است که با نام‌های «دخمه مانک، جی لیمجی هاتریا و دخمه گلستان» مشهور است(yazdchto.ir).

۳-۱-۷- خانه‌های قدیمی

خانه‌های قدیمی یزد از جمله بناهای ارزشمندی هستند که یادآور زندگی سنتی مردم این منطقه است. این خانه‌ها از لحاظ معماری و قدمت اهمیت فراوانی دارند. تنها در این شهر است که هنوز خانه‌های دوران ایلخانی قابل سکونت هستند. از ویژگی‌های مهم این خانه‌ها می‌توان به حیاط مرکزی آن، تالار، اتاق‌های سه دری، پنج دری، کریاس و فضاهای گوناگون دیگر اشاره کرد که دیوارهای بلند این خانه‌ها و نحوه آرایش و سازمان‌دهی فضاهای گوناگون دور تا دور حیاط و نماسازی زیبا برای این خانه‌ها از ویژگی‌های مهم و منحصر به فرد آن‌هاست. قدیمی‌ترین خانه ثبتی در یزد خانه توانا متعلق به دوران ایلخانی می‌باشد. از دیگر خانه‌های قدیمی یزد می‌توان به خانه محمودی، خانه لاری‌ها، خانه عرب‌زاده، خانه تقدیری و خانه مرتاض اشاره کرد (وب سایت سازمان میراث فرهنگی استان یزد).

۴-۱-۷- باغ‌های تاریخی

مراد از باغ در اینجا باغ‌هایی است که از لحاظ طراحی معماری و محوطه‌سازی و ردیف‌کاری درختان مفاهیمی ویژه را در خود دارند و بیشتر به عنوان فضای سبز و محل استراحت و تفریح در گذشته استفاده می‌شد. در استان یزد علی‌رغم کویری بودن و مشکل کم آبی باغ‌هایی یافت می‌شود که نشانه ذوق و خلاقیت معماران یزدی است. از میان این باغ‌ها در شهر یزد می‌توان به باغ دولت‌آباد، باغ خان و باغ مشیر اشاره کرد که در این میان باغ دولت‌آباد با داشتن بلندترین بادگیر ایران به ارتفاع ۳۳ متر از شاهکارهای مهندسی معماران یزد است. از دیگر خصوصیات این باغ می‌توان به داشتن فضاهایی نظیر عمارت هشتی، کلاه فرنگی، تالار آینه و حوضچه‌هایی با سنگ‌های مرمرین اشاره کرد که به جای مانده از دوران زندیه است و هر ساله مورد بازدید گردشگران خارجی و داخلی قرار می‌گیرد (yazdchto.ir).



شکل ۴- نمای از باغ دولت‌آباد یزد

۵-۱-۷- آب انبارها

یکی از شاخص‌ترین نشانه‌هایی که منظر عمومی شهر یزد را از دیگر شهرهای کشور متمایز می‌سازد آب انبارهای آن است که از عمده‌ترین مصالح ساخت آن «دیمه» می‌باشد که از آهک، خاکستر و ماسه بادی

تشکیل شده است. آب انبارها که معمولا در مرکز محله‌های شهر واقع شده‌اند، از چهار عنصر اصلی خزینه، گنبد، پاشیر و بادگیر تشکیل شده‌اند. از جمله این آب انبارها می‌توان به آب انبار شش بادگیری اشاره کرد که در این شهر، آب انبار هفت بادگیری منحصر بفرد می‌باشد (وب سایت سازمان میراث فرهنگی استان یزد).

۶-۱-۷- بادگیرها

شهر یزد همواره در بین ایرانیان به شهر بادگیرها معروف است که در واقع این بادگیرها سیستم تنفسی شهر محسوب می‌شوند که بیشتر در فضاهای مسکونی و قدیمی تعلق دارند و از چهار بخش عمده بدنه، قفسه، تیغه‌ها و سقف ساخته شده‌اند که بدنه آن‌ها به صورت مکعب مستطیل یا منشور و قاعده آن‌ها اغلب به شکل مربع، مستطیل، مسدس یا هشت وجهی می‌باشد (وب سایت سازمان میراث فرهنگی استان یزد).

۲- مفاهیم، دیدگاه‌ها و مبانی نظری

گردشگری پایدار را نمی‌توان جدا از مفهوم توسعه پایدار بحث کرد. جهانگردی فقط بخشی از توسعه است. بنابراین مفاهیم توسعه پایدار در بخش جهانگردی در قالب همان مفاهیم توسعه پایدار اقتصاد کلان قابل تبیین است. گردشگری پایدار بر ضرورت استفاده و توسعه منابع گردشگری در یک راه سالم تاکید می‌کند و نیز همزمان تمهیداتی ایجاد می‌کند که منابع برای استفاده نسل‌های آینده باقی بماند. جهانگردی و محیط به یکدیگر وابسته‌اند. محیط مادی اعم از طبیعی یا ساخته انسان، جاذبه‌های فراوانی برای جهانگردان فراهم می‌کند و در مقابل توسعه جهانگردی هم می‌تواند اثرات مثبت یا منفی بر محیط زیست وارد سازد. توسعه و مدیریت جهانگردی به طوری که با محیط زیست سازگار باشد و به آن آسیب نرزد عاملی مهم در به دست آوردن توسعه پایدار در این بخش است (عابدی، ۱۳۸۵: ۱).



شکل ۵- نمایی از حمام خان یزد

هدف توسعه گردشگری پایدار، توسعه کلی همه بخش‌های نظام جهانگردی اعم از عوامل عرضه و تقاضا و عناصر سازمانی و مادی مربوط است. از جنبه‌های مهم دیگر توسعه پایدار در بخش جهانگردی

تاکید بر فوایدی است که برای اجتماعات محلی ایجاد می‌کند. این رویکرد فنونی را به کار می‌برد تا تضمین کند که بیشتر منابع توسعه جهانگردی به ساکنان محلی و نه غیر سکنه تعلق گیرد. دیدگاه‌های غالب در زمینه گردشگری پایدار عبارتند از:

- دیدگاه نظارتی: بر پایه این دیدگاه، توسعه گردشگری اگر همراه با نظارت‌های دولت نباشد، با مبانی توسعه پایدار و حفظ منابع طبیعی، تاریخی، فرهنگی و انسانی کشورها مغایرت خواهد داشت. در برخی از کشورها، توسعه ناپایدار گردشگری به منظور مقاصد اقتصادی زودبازده منجر به تخریب منابع طبیعی و نزول ارزش‌های اضافی شده بود. این مشکلات ایجاد می‌کرد که دولت‌ها برای حفظ منافع درازمدت کشورهایشان و پاسداری از منافع آن‌ها برای نسل‌های آتی و جلوگیری از سقوط اخلاقیات در جامعه بر صنعت گردشگری نظارت کنند (الوانی و پیروزیخت، ۱۳۸۵: ۸۰).

- دیدگاه سازگاری: این دیدگاه در دهه ۸۰ مطرح شد. براساس این نظریه، دولت‌ها می‌کوشیدند تا با اتخاذ سیاست‌های مناسب گردشگری برای کشور خود، نوعی سازگاری و تطبیق میان مصالح جمعی و توسعه گردشگری اتخاذ کنند و به جای محدود ساختن گردشگری، توسعه آن را با مصالح و منافع کشور هماهنگ سازند. این دیدگاه بر توسعه پایداری گردشگری تأکید می‌ورزید.

- دیدگاه دانش‌مدار: این دیدگاه نیز از دهه ۸۰ به بعد مطرح شد. رویکردهای علمی بر گردشگری، جایگزین دیدگاه‌های صرفاً سیاسی و اقتصادی شد. در این دیدگاه، تصمیم‌های سیاسی درباره توسعه گردشگری، بر مبنای تحقیقات و پژوهش‌های علمی اتخاذ و خط‌مشی‌های منطقی، با توجه به ارزیابی علمی نتایج توسعه گردشگری، طراحی شدند که در این دیدگاه نیز بر بخش پایداری گردشگری تأکید می‌شود (محسنی، ۱۳۸۸: ۱۵۶).

۳- بحث

پردازش گردشگری پیرامون هر فضای جغرافیایی در روندی از تطبیق‌پذیری جاذبه‌ها، سکونتگاه‌ها و تسهیلات مورد نیاز، انجام می‌گیرد. این خود شکل‌دهنده روندی از پذیرش گردشگر می‌باشد که در یک رویکرد به درون برخواسته از نگرش متنی به فضاهای جغرافیایی می‌باشد. در این نگرش، خوانش فضا همچون متن، وابسته به جریان دوسویه است که در یک سوی آن شناخت گردشگری و تقاضاهای موجود در بازار آن و در سوی دیگر درک و سنجشی ژرفانگر پیرامون فضای مربوطه، قرار دارد. از این رو بررسی قابلیت‌های گردشگری در مناطق خشک وابسته به پردازش یک الگوی فضایی گردشگری می‌باشد (سقای، ۱۳۸۸: ۱). براین مبنا می‌توان گردشگری را در مناطق خشک در دو بعد به هم پیوسته از پهنه شهری و چشم‌انداز طبیعی پردازش نمود. گردشگر و فضا مندی آن، در روندی از انگیزه‌های فرهنگی، تقاضا برای چشم‌اندازهای فرهنگی و باستانی متفاوت را پیرامون شیوه زندگی در کویر شکل می‌دهد. همان‌طور که از تعریف توسعه پایدار گردشگری برمی‌آید ضمن حفاظت از محیط، باید بین فعالیت‌های گردشگری و ارزش‌های اجتماعی و اقتصادی انطباق لازم وجود داشته باشد. لذا می‌توان

گفت: برای توسعه پایدار گردشگری و اکوگردشگری باید یکپارچگی بین دو مولفه زیستی- فیزیکی^۹ شامل محیط زیست و زیرساخت‌ها و مولفه شرایط اجتماعی- اقتصادی^{۱۰} برقرار باشد (Megan, 2002:45). به عنوان مثال عدم توجه به محدودیت‌های زیستی یک ناحیه ممکن است مانع از برآورده شدن انتظارات سیاحان شود و یا این عدم هماهنگی باعث تخریب قابلیت‌های محیطی و یا حتی زیان‌های فرهنگی- اجتماعی در منطقه شود. مثل کاهش منابع آبی، ایجاد تعارض و ناسازگاری فرهنگی، از دست رفتن زمین‌های ملکی و توزیع ناعادلانه منافع حاصل از توسعه.

به نظر گتز^{۱۱} چهار روش رایج برای برنامه‌ریزی گردشگری وجود دارد: (Page&Thorn,2000:35). روش ارتقا دهنده گردشگری^{۱۲}، روش مبتنی بر صنعت- اقتصاد، روش مبتنی بر فیزیک- فضا و روش مبتنی بر انجمن(اجتماع) که هیچ کدام از این‌ها مانع الجمع نیستند و تنها روش جامع، برنامه‌ریزی پایدار گردشگری می‌باشد.

منافع گردشگری پایدار عبارتند از:

- گردشگری پایدار، درک عمیقی از اثرات گردشگری روی محیط طبیعی، فرهنگی و انسانی به وجود می‌آورد.

- گردشگری پایدار، به توزیع عادلانه از منافع و هزینه‌ها اطمینان می‌بخشد.

- گردشگری پایدار، به دنبال روش‌هایی است که در تمامی بخش‌های جامعه شامل جمعیت محلی، استفاده‌کنندگان منابع دیگر و گردشگری ایجاد همزیستی و همکاری کنند.

- گردشگری پایدار اثرات فعالیت‌های گردشگری را به خوبی ارزیابی و مدیریت می‌کند و روش‌های قابل اعتمادی از محاسبات محیطی برای برخورد با اثرات منفی جهانگردی اتخاذ و گسترش می‌دهد.

به منظور بررسی ابعاد استراتژی پایداری بایستی توجه کرد که به علت ماهیت بین بخشی فعالیت‌های گردشگری و به عنوان یک نظام مرتبط، استراتژی توسعه پایدار را نمی‌توان فقط به این بخش محدود کرد. رویکرد توسعه پایدار روش هماهنگ و منسجمی است که کنش و واکنش تمامی فعالیت‌های انسانی را در شاخه‌های مختلف اقتصاد جامعه مورد توجه و بررسی قرار می‌دهد، بنابراین ابعاد گردشگری پایدار را می‌توان در بخش‌های ذیل مورد کنکاش قرار داد(عابدی، ۱۳۸۵: ۱):

۱- بعد اکولوژیک(زیست محیطی): حفاظت از محیط طبیعی مناطق سیاحتی از پیش شرط‌های گردشگری پایدار است، بنابراین در این خصوص بایستی استراتژی‌های مربوط به صیانت از منابع، کاهش انتشار آلودگی‌های مختلف و حفظ اکوسیستم محلی مورد توجه قرار گیرد.

۲- بعد اقتصادی: فعالیت‌های گردشگری بایستی به ایجاد حداکثر ارزش افزوده ناحیه‌ای منجر شود.

۳- بعد اجتماعی- فرهنگی: فرآیند برنامه‌ریزی جهانگردی در این بعد، بایستی به گونه‌ای باشد که در مبادلات فرهنگی پویایی فرهنگ مناطق سیاحتی صیانت شده و رضایتمندی اجتماعی حاصل شود. مناطق سیاحتی در مرحله اول برای ارائه خدمات به جهانگردی و گردشگران به وجود نیامده است، بلکه محل زندگی و سکونت مردم محلی هستند. بنابراین افراد محلی به حق انتظار دارند که در نتیجه گسترش فعالیت‌های گردشگری در منطقه آن‌ها وضع اشتغال و سطح زندگی آن‌ها بهتر شده و در ضمن اصول اخلاقی عقیدتی و فرهنگی آنان خدشه‌دار نشود.

۴- بعد سازمانی و فردی: در برنامه‌ریزی و سیاست‌های گردشگری بایستی تمامی افراد، نهادها و سازمان‌هایی که به نحوی با فعالیت‌های جهانگردی سروکار دارند در نظر گرفته شوند. رویکرد برنامه‌ریزی از پایین به بالا بایستی مورد توجه قرار گیرد و به فرهنگ سفر و بافت تقاضای جهانگردان اهمیت خاصی داده شود.

۴- یافته‌ها و نتایج

۴-۱- تبیین عوامل درونی و بیرونی موثر بر گردشگری پایدار در شهر یزد

در راستای روش‌شناسی رویکرد تحلیل عوامل استراتژیک (SWOT) و شناخت فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و نقاط ضعف ناشی از عوامل بیرونی و درونی تأثیرگذار بر اهداف گردشگری، راهبردهای موجود، عملکردها و منابع و ظرفیت‌های موجود این شهر مورد توجه و بررسی قرار گرفت که در جدول ۲ آمده است. لازم به ذکر است که عوامل درونی (نقاط قوت و ضعف) منطقه از بررسی وضع موجود گردشگری استان که در بخش معرفی منطقه آورده شده است استخراج گردیده و عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) نیز با بررسی اسناد موجود در این زمینه در سطح کشور و استان استخراج گردیده است.

جدول شماره ۲- تبیین عوامل درونی (نقاط قوت و ضعف) ابعاد گردشگری پایدار در یزد

نقاط ضعف (weakness)	نقاط قوت (strengths)
(طبیعی و زیست محیطی)	(طبیعی و زیست محیطی)
W1- ضعف پوشش گیاهی درختی	S1- وجود چشم اندازهای متنوع و زیبا نظیر: کوه، دره، باغات و مزارع، پوشش گیاهی منطقه و سیمای شهرقدیمی
W2- فقدان منابع آب سطحی و زیرزمینی	S2- نزدیکی به شیرکوه و استفاده از قابلیت های طبیعی آن اعم از ورزش و تفرج در بیلاقات و کوه های اطراف.
W3- واقع بودن در منطقه آب و هوایی سرد و خشک.	S3- تنوع اقلیم در استان و وجود اکوسیستم های متفاوت دشتی، مرتعی و کوهستان در محدوده.
W4- پایین بودن میزان بارش سالانه و پایین بودن رطوبت نسبی در فصول گرم سال و گرمای نسبتاً زیاد در طول روز در فصل تابستان.	S4- آرامش جوی و وجود ساعات آفتابی زیاد.
W5- خشکسالی های اخیر و کاهش تراکم پوشش گیاهی و افزایش فرسایش خاک.	S5- قرارگیری محدوده در محل تلاقی دو اکوسیستم اصلی بیابانی و کوهستانی
W6- در برخی از نقاط وجود محدودیت های فیزیکی برای گسترش فضای سبز و ساخت و ساز.	S6- نسبت پائین آلاینده های زیست محیطی
(اجتماعی و فرهنگی)	S7- قرارگیری در خطه کویری و استفاده از جاذبه های بیابان و توره های بیابان گردی
W7- محدودیت آگاهی افراد در زمینه گردشگری	(اجتماعی و فرهنگی)
W8- کمبود مراکز اقامتی جهت ارائه خدمات	S8- وجود توانمندی های قوی فرهنگی از جمله تنوع آیین ها، سنن و رسوم محلی و بومی
W9- کمبود مراکز فرهنگی - تفریحی و ورزشی	S9- فرهنگ میهمان نوازی ساکنین این خطه
(اقتصادی)	S10- بالا بودن نرخ باسوادی در سطح استان و شهر یزد
W10- مهاجرت جوانان بخصوص اقشار تحصیل کرده.	S11- بالا بودن امنیت اجتماعی در محدوده
W11- سطح نازل سرمایه گذاری های کلان بخش خصوصی در سطح منطقه.	(اقتصادی)
W12- وجود بیکاری بویژه در سطح جوانان	S12- برجستگی توانمندی بالای اقتصادی استان
W13- پایین بودن میزان شاغلین در بخش گردشگری.	S13- ظرفیت های بالای استان در جذب سرمایه گذاری های بخش خصوصی.
(سازمانی و فردی)	S14- تنوع محصولات و صنایع دستی و خانگی
W14- کمبود مراکز اقامتی در سطح استان	S15- بالا بودن نرخ فعالیت و امکان بهره گیری آنها در صنعت گردشگری.
W15- کمبود و توزیع نامناسب رستوران ها و فقدان رستوران های با کیفیت مناسب در اکثر نقاط	(سازمانی و فردی)
	S16- همراستا بودن برنامه های توسعه گردشگری استان با شهرها و استان های همجوار
	S17- حضور مسئولین بومی در رده های مختلف مدیریتی
	S18- افزایش توجه دولت بر توسعه این صنعت و سرمایه گذاری در آن
	S19- قرار گرفتن در سر راه های ارتباطی اصلی کشور

جدول شماره ۳- تبیین عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدهای) ابعاد گردشگری پایدار در یزد

تهدیدها (Threats)	فرصت‌ها (Opportunities)
<p>(طبیعی و زیست محیطی)</p> <p>T1- عدم برنامه‌ریزی و چیدمان فضایی نامناسب کاربری‌های مختلف.</p> <p>T2- توسعه بی‌رویه و کاهش کیفیت بصری برخی از چشم‌اندازهای زیبا و مهم.</p> <p>T3- گرایش ساکنین محلی و بومی به تغییر کاربری و فروش اراضی کشاورزی.</p> <p>T4- در صورت ادامه خشکسالی و کاهش منابع آب؛ کاهش سطح مزارع و باغات و در نتیجه به تحلیل رفتن چشم‌انداز زیبای محدوده</p> <p>T5- در صورت بروز و ادامه خشکسالی‌ها کاهش آبدی قنوات، چشمه‌ها و چاه‌ها.</p> <p>(اجتماعی و فرهنگی)</p> <p>T6- تهدید فرهنگ بومی منطقه بر اثر ورود فرهنگ‌های میهمان.</p> <p>T7- بروز ناهنجاری‌های اجتماعی و فرهنگی در تعامل گردشگران برون استانی با ساکنین بومی.</p> <p>T8- تغییر ترکیب جمعیت در سطح شهرستان و استان و مهاجرت‌های صورت گرفته و خالی شدن بسیاری از روستاهای گردشگری</p> <p>T9- گسترش دامنه‌ی فعالیت‌های ساختمانی (بساژ بفروشی) به عنوان رقیبی برای جذب سرمایه در صنعت گردشگری</p> <p>T10- عدم پوشش کامل مراکز خدماتی در سطح شهرستان</p> <p>T11- عدم توجه شایسته به میراث فرهنگی</p> <p>(اقتصادی)</p> <p>T12- کم‌رنگ شدن کاربرد و تولید صنایع دستی.</p> <p>T13- خالی ماندن عرصه‌های داخلی مجموعه از فعالیت‌های اقتصادی در اثر کم‌توجهی و بی‌توجهی برنامه‌ریزان و نیز عدم انجام تبلیغات مناسب.</p> <p>T14- عدم بهره‌برداری کارا از جاذبه‌های گردشگری به دلیل کمبود خدمات رفاهی و زیربنایی در آن.</p> <p>T15- عدم رغبت سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در این امر با توجه به نبودن مباحث گردشگری و اکوگردشگری بیابان در استان</p> <p>(سازمانی و فردی)</p> <p>T16- وجود جاذبه‌های گردشگری بصورت متمرکز</p> <p>T17- عدم همکاری برخی از سازمان‌های متولی برای توسعه گردشگری</p> <p>T18- عدم توجه شایسته به سازمان میراث فرهنگی و اقدامات آن</p> <p>T19- عدم آشنایی زیاد مردم این خطه به گردشگری و ایجاد رابطه با گردشگران</p>	<p>(طبیعی و زیست محیطی)</p> <p>01- استفاده از توانمندی بالای باغات و مزارع</p> <p>02- وجود کمپینگ‌های گردشگری نظیر چشمه تامهر، نزدیکی به کوهستان شیرکوه و بیابان‌های استان</p> <p>03- امکان خلق مناظر زیبای معماری و طبیعی به واسطه توپوگرافی خاص نظیر کوهستان و کویر</p> <p>04- امکان تنظیم و توسعه سیستم‌های مناسب ذخیره‌سازی و توزیع آب</p> <p>05- ایجاد سیستم‌های مناسب جمع‌آوری و تصفیه آب‌های سطحی و فاضلاب تولیدی در بسیاری از مناطق</p> <p>06- توسعه فعالیت‌های فرهنگی مرتبط با حفظ محیط زیست در سطح منطقه به منظور سامان‌دهی جوامع انسانی در تعامل با محیط زیست طبیعی.</p> <p>07- بهره‌گیری از توان‌های فکری و اجرایی تشکلهای غیردولتی</p> <p>(اجتماعی و فرهنگی)</p> <p>08- برخورداری استان یزد از هویت گردشگری و میراثی شاخص در سطح کشور و حتی جهان و آشنایی عموم گردشگران با ویژگی‌های آن</p> <p>09- امکان احیا و باز زنده سازی جشن‌ها</p> <p>010- سابقه درخشان ارائه خدمات مخصوصا خدمات پزشکی در سطح استان</p> <p>011- امکان هم‌پیوندی با برنامه‌های گردشگری سایر شهرها و استان‌های دیگر کشور</p> <p>(اقتصادی)</p> <p>012- ارتقای شاخص‌های اقتصادی منطقه و ساکنان بومی، از طریق ایجاد خدمات وابسته به بخش گردشگری در داخل مجموعه (همچون رستوران‌ها، بوفه‌ها، هتل‌ها، متل‌ها و ...).</p> <p>013- ایجاد توسعه اقتصادی در سطح منطقه با استفاده از توان‌های مالی بخش خصوصی.</p> <p>014- افزایش سطح درآمدی ساکنان بومی منطقه از طریق ایجاد عملکردهای خرد وابسته به بخش گردشگری.</p> <p>015- ایجاد فرصت‌های شغلی جدید برای افراد تحصیل کرده و کارگران ماهر و غیرماهر منطقه</p> <p>016- تسهیل در فرایند جذب سرمایه‌های بخش خصوصی و تزریق نقدینگی به اقتصاد گردشگری</p> <p>(سازمانی و فردی)</p> <p>017- علاقمندی گردشگران به بازدید از آثار این منطقه</p> <p>018- مصوبات هیئت دولت برای ایجاد مراکز اقامتی در سطوح مختلف</p> <p>019- امکان احیای برخی از فنون اقتصادی قدیمی و سنتی، از قبیل صنایع دستی و خانگی استان</p>

منبع: یافته‌های پژوهش

۲-۴- تبیین الگوی اثربخش راهبردی گردشگری پایدار

به منظور تعیین ضریب اهمیت هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید نظام گردشگری محدوده مورد مطالعه، بر مبنای روش دلفی و طبق نظر متخصصان، از ماتریس‌های قطری به منظور مقایسات

زوجی استفاده و ضریب اهمیت هر یک از نقاط مطرح شده توسط نرم افزار Expert Choice تعیین گردید(با توجه به ابعاد پایداری، این مقایسه‌ها بصورت دو به دو در هر یک از ابعاد انجام شده است که به دلیل حجم زیاد برای نمونه، مقایسه در بعد زیست محیطی نشان داده شده است).

جدول شماره ۴- ماتریس درجه اهمیت نقاط بعد زیست محیطی نظام گردشگری شهر یزد

ضریب اهمیت	S7	S6	S5	S4	S3	S2	S1	قوت
۰,۰۴۵	۱/۷	۱/۶	۱/۶	۱/۲	۱/۴	۴		S1
۰,۰۳۳	۱/۷	۱/۵	۱/۵	۱	۱/۴		۱/۴	S2
۰,۱۱۷	۱/۵	۱	۱/۴	۴		۴	۴	S3
۰,۰۵۸	۱/۴	۱	۱/۶		۱/۴	۱	۲	S4
۰,۳۰۸	۱/۲	۶		۶	۴	۵	۶	S5
۰,۱۱۹	۱/۲		۱/۶	۱	۱	۵	۶	S6
۰,۳۲۱		۲	۲	۴	۵	۷	۷	S7

ضریب ناسازگاری = ۰,۱۱

جدول شماره ۵- ماتریس درجه اهمیت نقاط ضعف بعد زیست محیطی نظام گردشگری شهر یزد

ضریب اهمیت	W6	W5	W4	W3	W2	W1	ضعف
۰,۰۹۱	۱/۳	۳	۱	۱/۳	۱/۵		W1
۰,۴۴۹	۶	۷	۳	۴		۵	W2
۰,۱۶۱	۲	۳	۱		۱/۴	۳	W3
۰,۱۳۹	۲	۳		۱	۱/۳	۱	W4
۰,۰۶۷	۲		۱/۳	۱/۳	۱/۷	۱/۳	W5
۰,۰۹۴		۱/۲	۱/۲	۱/۲	۱/۶	۳	W6

ضریب ناسازگاری = ۰,۰۹

جدول شماره ۶- ماتریس درجه اهمیت نقاط فرصت بعد زیست محیطی نظام گردشگری شهر یزد

ضریب اهمیت	O7	O6	O5	O4	O3	O2	O1	فرصت
۰,۱۸۹	۱/۳	۴	۲	۳	۱/۶	۴		O1
۰,۰۷۲	۱	۱/۳	۱	۲	۱/۵		۱/۴	O2
۰,۳۰۵	۱	۳	۲	۴		۵	۶	O3
۰,۰۵۲	۱/۲	۱/۳	۱		۱/۴	۱/۲	۱/۳	O4
۰,۰۶۷	۱/۳	۱/۴		۱	۱/۲	۱	۱/۲	O5
۰,۱۴	۳		۴	۳	۱/۳	۳	۱/۴	O6
۰,۱۷۴		۱/۳	۳	۲	۱	۱	۳	O7

ضریب ناسازگاری = ۰,۱

جدول شماره ۷- ماتریس درجه اهمیت نقاط تهدید بعد زیست محیطی نظام گردشگری شهر یزد

ضریب اهمیت	T5	T4	T3	T2	T1	تهدید
۰,۱۲۱	۱	۱/۳	۱	۱/۴		T1
۰,۲۱۴	۱/۳	۱	۱		۴	T2
۰,۱۵۷	۱	۱/۲		۱	۱	T3
۰,۲۵۱	۱		۲	۱	۳	T4
۰,۲۵۷		۱	۱	۳	۱	T5

ضریب ناسازگاری = ۰,۱۱

در ادامه پس از استانداردسازی و اعمال رتبه به هریک از نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید جهت دستیابی به امتیاز عوامل درونی و بیرونی، ضریب اهمیت استاندارد در رتبه آن ضرب شده و نتایج نهایی ارائه شده است.

جدول شماره ۸- وزن نهایی و امتیاز عوامل درونی نظام گردشگری شهر یزد

عوامل درونی	ضریب اهمیت	ضریب استاندارد	رتبه	وزن نهایی
S1	۰,۰۴۵	۰,۰۰۵۶	۴	۰,۰۲۲۵
S2	۰,۰۳۳	۰,۰۰۴۱	۴	۰,۰۱۶۵
S3	۰,۱۱۷	۰,۰۱۴۶	۳	۰,۰۴۳۹
S4	۰,۰۵۸	۰,۰۰۷۳	۲	۰,۰۱۴۵
S5	۰,۳۰۸	۰,۰۳۸۵	۴	۰,۱۵۴۰
S6	۰,۱۱۹	۰,۰۱۴۹	۳	۰,۰۴۴۶
S7	۰,۳۲۱	۰,۰۴۰۱	۲	۰,۰۸۰۳
S8	۰,۶۳۸	۰,۰۷۹۸	۲	۰,۱۵۹۵
S9	۰,۲۰۷	۰,۰۲۵۹	۴	۰,۱۰۳۵
S10	۰,۱۲	۰,۰۱۵	۲	۰,۰۳
S11	۰,۰۳۵	۰,۰۰۴۴	۳	۰,۰۱۳۱
S12	۰,۱۷۴	۰,۰۲۱۸	۲	۰,۰۴۳۵
S13	۰,۵۷۲	۰,۰۷۱۵	۳	۰,۲۱۴۵
S14	۰,۲	۰,۰۲۵	۲	۰,۰۵
S15	۰,۰۵۴	۰,۰۰۶۸	۴	۰,۰۲۷
S16	۰,۱۹۸	۰,۰۲۴۸	۳	۰,۰۷۴۳
S17	۰,۱۲۵	۰,۰۱۵۶	۳	۰,۰۴۶۹
S18	۰,۴۰۸	۰,۰۵۱	۲	۰,۱۰۲
S19	۰,۲۶۹	۰,۰۳۳۶	۳	۰,۱۰۰۹
W1	۰,۰۹۱	۰,۰۱۱۴	۳	۰,۰۳۴۱
W2	۰,۴۴۹	۰,۰۵۶۱	۲	۰,۱۱۲۳
W3	۰,۱۶۱	۰,۰۲۰۱	۴	۰,۰۸۰۵
W4	۰,۱۳۹	۰,۰۱۷۴	۳	۰,۰۵۲۱
W5	۰,۰۶۷	۰,۰۰۸۴	۲	۰,۰۱۶۸
W6	۰,۰۹۴	۰,۰۱۱۸	۲	۰,۰۲۳۵
W7	۰,۵۷۱	۰,۰۷۱۴	۴	۰,۲۸۵۵
W8	۰,۳۷۴	۰,۰۴۶۸	۲	۰,۰۹۳۵
W9	۰,۰۵۴	۰,۰۰۶۸	۳	۰,۰۲۰۳
W10	۰,۰۵۶	۰,۰۰۷	۲	۰,۰۱۴
W11	۰,۴۳۸	۰,۰۵۴۸	۳	۰,۱۶۴۳
W12	۰,۱۸۷	۰,۰۲۳۴	۲	۰,۰۴۶۸
W13	۰,۳۱۹	۰,۰۳۹۹	۴	۰,۱۵۹۵
W14	۰,۲	۰,۰۲۵	۳	۰,۰۷۵
W15	۰,۸	۰,۱	۳	۰,۳
جمع امتیاز عوامل درونی		۱		۲,۸۲

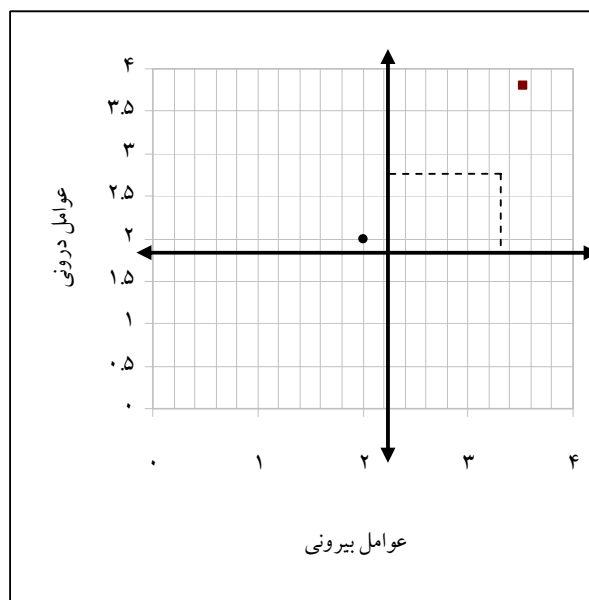
منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره ۹- وزن نهایی و امتیاز عوامل بیرونی نظام گردشگری شهر یزد

عوامل بیرونی	ضریب اهمیت	ضریب استاندارد	رتبه	وزن نهایی
O1	۰,۱۸۹	۰,۲۳۶	۲	۰,۰۴۷۳
O2	۰,۰۷۲	۰,۰۰۹	۱	۰,۰۰۹
O3	۰,۳۰۵	۰,۰۳۸۱	۴	۰,۱۵۲۵
O4	۰,۰۵۲	۰,۰۰۶۵	۱	۰,۰۰۶۵
O5	۰,۰۶۷	۰,۰۰۸۴	۴	۰,۰۳۳۵
O6	۰,۱۴	۰,۰۱۷۵	۳	۰,۰۵۲۵
O7	۰,۱۷۴	۰,۰۲۱۸	۲	۰,۰۴۳۵
O8	۰,۴۷۷	۰,۰۵۹۶	۱	۰,۰۵۹۶
O9	۰,۲۸	۰,۰۳۵	۱	۰,۰۳۵
O10	۰,۰۵	۰,۰۰۶۳	۴	۰,۰۲۵
O11	۰,۱۹۲	۰,۰۲۴	۴	۰,۰۹۶
O12	۰,۱۰۹	۰,۰۱۳۶	۳	۰,۰۴۰۹
O13	۰,۰۹	۰,۰۱۱۳	۳	۰,۰۳۳۸
O14	۰,۱۶	۰,۰۲	۲	۰,۰۴
O15	۰,۳۶۷	۰,۰۴۵۹	۱	۰,۰۴۵۹
O16	۰,۲۷۵	۰,۰۳۴۴	۴	۰,۱۳۷۵
O17	۰,۵۳۷	۰,۰۶۷۱	۱	۰,۰۶۷۱
O18	۰,۳۶۴	۰,۰۴۵۵	۴	۰,۱۸۲
O19	۰,۰۹۹	۰,۰۱۲۴	۳	۰,۰۳۷۱
T1	۰,۱۲۱	۰,۰۱۵۱	۴	۰,۰۶۰۵
T2	۰,۲۱۴	۰,۰۲۶۸	۱	۰,۰۲۶۸
T3	۰,۱۵۷	۰,۰۱۹۶	۱	۰,۰۱۹۶
T4	۰,۲۵۱	۰,۰۳۱۴	۴	۰,۱۲۵۵
T5	۰,۲۵۷	۰,۰۳۲۱	۴	۰,۱۲۸۵
T6	۰,۱۸۳	۰,۰۲۲۹	۳	۰,۰۶۸۶
T7	۰,۰۷۶	۰,۰۰۹۵	۳	۰,۰۲۸۵
T8	۰,۰۵۱	۰,۰۰۶۴	۲	۰,۰۱۲۸
T9	۰,۱۷	۰,۰۲۱۳	۲	۰,۰۴۲۵
T10	۰,۰۳۳	۰,۰۰۴۱	۱	۰,۰۰۴۱
T11	۰,۴۸۷	۰,۰۶۰۹	۴	۰,۲۴۳۵
T12	۰,۱۰۷	۰,۰۱۳۴	۱	۰,۰۱۳۴
T13	۰,۰۶۲	۰,۰۰۷۸	۴	۰,۰۳۱
T14	۰,۲۸۲	۰,۰۳۵۳	۳	۰,۱۰۵۸
T15	۰,۵۵	۰,۰۶۸۸	۴	۰,۲۷۵
T16	۰,۱۷۱	۰,۰۲۱۴	۱	۰,۰۲۱۴
T17	۰,۱۴۲	۰,۰۱۷۸	۱	۰,۰۱۷۸
T18	۰,۲۷۴	۰,۰۳۴۳	۴	۰,۱۳۷
T19	۰,۴۱۴	۰,۰۵۱۸	۴	۰,۲۰۷
جمع امتیاز عوامل بیرونی		۱		۲,۷۱

منبع: یافته‌های پژوهش

در نهایت امتیاز عوامل درونی (۲,۸۲) و بیرونی (۲,۷۱) از طریق فرمول امتحاسبه و با نمودار تعیین نوع راهبرد SWOT تطبیق داده شد. همان‌طور که در شکل ۵ ملاحظه می‌شود حوزه اثربخش برای نظام گردشگری شهر یزد، حوزه تهاجمی تعیین شده است.



شکل ۶- تجزیه و تحلیل حوزه اثربخش راهبرد نظام زیست محیطی منطقه مورد مطالعه

۳-۴- نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل نظام گردشگری مورد مطالعه با استفاده از روش SWOT حاکی از آن است که الگوی تهاجمی بهترین الگو به منظور سازگاری موقعیت‌های داخلی و خارجی منطقه می‌باشد و مفهوم این الگو انتخاب راهبردهایی است که با استفاده از قوت‌های موجود منطقه جهت بهره‌گیری از فرصت‌های شناخته شده در این نظام به هدف اصلی (توسعه پایدار در زمینه گردشگر) دست یازد. بنابراین راهبردهای توسعه پایدار نظام گردشگری شهر یزد براساس این الگو در ادامه اتخاذ گردیده است.

جدول شماره ۱۰- راهبردهای توسعه گردشگری پایدار در شهر یزد

شرح استراتژی	گروه راهبردها
<ul style="list-style-type: none"> - حفظ و حراست از بناهای تاریخی و مذهبی باستانی - بهسازی و زیباسازی محیط پیرامون بناهای تاریخی و مذهبی - حفظ طبیعت زیبای جاذبه‌های گردشگری با برنامه‌ریزی و توجه به اصول توسعه پایدار - بهسازی جاده‌ها و نصب علائم راهنمایی و رانندگی - استفاده از توانمندی منطقه جهت فقرزدائی و رفع بیکاری در منطقه - ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در منطقه - افزایش انگیزه مسافرت در بین طبقات شهرنشین - شناسایی و بهره‌گیری از جاذبه‌ها، فرآورده‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی گردشگری این منطقه - استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه به منظور ایجاد تشکل‌های تعاونی مردمی و همچنین ترویج و آموزش گردشگری - از طریق نشست‌ها و جلسات مختلف با مردم منطقه - ایجاد هماهنگی مابین نهادها و بخش‌های مختلف مرتبط با گردشگری - برگزاری نمایشگاه‌ها توسط دستگاه‌های ذیربط جهت عرضه محصولات فرهنگی منطقه 	<p>استراتژی‌های رشد داخلی (SO)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد مراکز اقامتی بیشتر در سطح شهرستان - ایجاد و توزیع مناسب رستوران‌ها و اغذیه فروشی‌ها در سطح شهرستان و توجه به کیفیت آن‌ها - تشویق و ارایه تسهیلات به بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری - توجه و سرمایه‌گذاری دولت در بخش گردشگری 	<p>استراتژی‌های تنوع (ST)</p>

<p>- ایجاد تأسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی در پیرامون جاذبه‌های تاریخی و مذهبی</p> <p>- فرهنگ سازی توسط سازمان‌های مربوطه جهت حفظ بناهای تاریخی</p> <p>- بهره‌برداری از توان تشکیلاتی، قوانین و مقررات در جهت کاهش مخاطرات و فرسودگی بناهای تاریخی و مذهبی</p> <p>- تأمین امنیت مناطق گردشگری در جهت جلوگیری از بروز تخلفات اجتماعی و سایر تخلفات</p> <p>- تنوع بخشی به امکانات، فعالیت‌ها و خدمات گردشگری به منظور جلب رضایت گردشگران و بالطبع افزایش تعداد گردشگران</p> <p>- ارزش و بها دادن به صنایع دستی شهرستان</p> <p>- پوشش خدمات بهداشتی - درمانی به نقاط گردشگری</p>	
<p>- تبلیغات جهت معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه</p> <p>- حفظ و نگهداری و ایجاد مناطق گردشگری</p> <p>- استفاده از کارشناسان و مردم بومی جهت برنامه‌ریزی برای جاذبه‌های گردشگری</p> <p>- بازرگری به نحوه توزیع امکانات، خدمات و تسهیلات گردشگری و اولویت‌دهی و تخصیص مجدد این نوع امکانات به مناطق گردشگری با قابلیت بالا و متوسط</p> <p>- بازرگری به نوع و نحوه برنامه‌ریزی و حمایت دولتی از نواحی گردشگری، بهره‌گیری منطقی از نهادها، قوانین و مقررات حمایتی در جهت توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها، تسهیلات و تجهیزات مختلف گردشگری در منطقه مورد مطالعه</p> <p>- بازرگری و توسعه نهادها و سازمان‌های مرتبط در منطقه برای آموزش مردم و گردشگران جهت استفاده مطلوب و بهینه از جاذبه‌ها</p> <p>- توجه و حمایت دولت از میراث فرهنگی</p> <p>- ارائه خدمات بهداشتی - درمانی به مناطق گردشگری</p> <p>- تقویت فرهنگ و سنن بومی منطقه</p> <p>- تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در مناطق گردشگری</p>	<p>استراتژی‌های رشد خارجی (WO)</p>
<p>- نگاه دولت به گردشگری شهرستان به لحاظ توانایی گردشگری در ایجاد درآمد</p> <p>- آموزش و برطرف کردن نیازهای مردم منطقه در جهت کاهش استفاده از جنگل‌ها و مراتع</p> <p>- جلوگیری از آلودگی منابع آب و خاک منطقه</p> <p>- پوشش مراکز بهداشتی در سطح شهرستان</p> <p>- متنوع کردن جاذبه‌های منطقه جهت جذب گردشگران بیشتر</p> <p>- آموزش ساکنین جهت برخورد مناسب با گردشگران</p> <p>- زمینه‌سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه زیرساخت‌ها، تجهیزات و تسهیلات مختلف گردشگری و کسب درآمد از این طریق و همچنین استفاده از مشارکت بخش خصوصی در زمینه‌هایی که مردم نمی‌توانند مشارکت و یا سرمایه‌گذاری نمایند</p> <p>- برگزاری سمینارها و نشست‌های مختلف توسط دستگاه‌های ذیربط در جهت توسعه گردشگری در منطقه</p> <p>- تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه‌ها و فرآورده‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب و آلودگی این منابع</p>	<p>استراتژی‌های دفاعی (WT)</p>

۴- پیشنهادات

برای پیشرفت و توسعه گردشگری نیاز اساسی و فوری به برنامه‌ریزی داریم. این برنامه‌ریزی بایستی براساس کلیه شرایط خاص محدوده مورد مطالعه طراحی شده و ضمن مطابقت با استانداردهای سازمان جهانی جهانگردی از یک پشتوانه محکم اجرایی برخوردار باشد. برنامه‌ریزی اصولی با اهداف صحیح و سازمان‌دهی فراگیر، تجهیز امکانات، منابع و هدایت و رهبری اصولی و توانمند می‌تواند از آثار با ارزش این شهرستان درآمد زیادی را فراهم آورد. لذا به نظر می‌رسد که در زمینه توسعه این صنعت و پایداری آن در شهر یزد بتوان اقدامات زیر را انجام داد:

افزایش اعتبارات عمرانی بخش گردشگری، مشارکت نظام بانکی در ایجاد اقامتگاه‌های مناسب و حمل و نقل، تخصیص بودجه مناسب برای چاپ کتاب و مقالات ارزنده در خصوص صنعت گردشگری توسط سازمان‌های مربوطه، حمایت از آژانس‌های گردشگری و توجه ویژه به صنایع دستی، جمع‌آوری اطلاعات مربوط به نظرات گردشگرهایی که به شهرستان مسافرت کرده‌اند، استخراج نتایج مربوط و ارائه آن به مراکز متولی امر گردشگری، ایجاد تیم اطلاعات هوشمند به منظور ارائه آخرین اطلاعات و مقایسه وضعیت قبلی و موجود جهت پیش‌بینی آینده، تهیه عکس، نقشه‌های ماهواره‌ای به منظور آشنایی بیشتر با منطقه و زبان‌های مختلف، تهیه فیلم و برنامه‌های رادیو تلویزیونی، آموزش گردشگرها در مورد سنت‌ها، عادات و خواسته‌های مردم از طریق اطلاعات و نوشته‌های منتشره، برگزاری مراسم سنتی، جشن‌ها و جشنواره‌ها در سطح شهرستان، چاپ تقویم و کارت‌های تبریک با تصاویر مناطق دیدنی و صنایع دستی، تنظیم یک دستورالعمل جامع و یکسان برای بازدید از مراکز مذهبی و تاریخی، ایجاد دهکده‌های گردشگری، بازسازی کاروانسراهای قدیمی، توجه بیشتر به حفظ و مرمت آثار باستانی و تاریخی، حفظ منابع موجود گردشگری طبیعی و انسانی، تغییر کاربری ابنیه تاریخی و تبدیل آن‌ها به اماکنی نظیر موزه، قهوه‌خانه‌های سنتی، کتابخانه و... و تدوین طرح جامع برای گردشگران شامل هزینه‌های بیمارستان، بیمه حوادث، برقراری امنیت در مسیرها، کنترل رعایت بهداشت ارائه مواد غذایی و ...

در نهایت اگر بخواهیم کل رهیافت‌ها و دستورالعمل‌های گردشگری پایدار را در یک جمله خلاصه کرده و آن جمله را بر سردر هر چشم‌انداز گردشگری الصاق کنیم، قطعاً آن جمله این است: محیط را به گونه‌ای ترک کنیم که انگار هرگز به آن پا نگذاشته‌ایم.

۵- منابع

الوانی، س.م، پیروزیخت، م، (۱۳۸۵)، *فرایند مدیریت جهانگردی*. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، پاپلی یزدی، حسین، سقایی، محمد، (۱۳۸۶)، *گردشگری: ماهیت و مفاهیم*. تهران: انتشارات سمت، پیرس جان و ریچارد کنت رابینسون، (۱۳۸۸)، *برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک*، ترجمه سهراب خلیلی شورینی، تهران: انتشارات یادواره کتاب.

تقوایی، مسعود، اکبری، محمود، (۱۳۸۷)، *مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و گردشگری شهری*. اصفهان: نشر پیام علوی، زاهدی، شمس‌السادات، (۱۳۸۵)، *مبانی گردشگری و اکو گردشگری پایدار*، چاپ اول، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

عابدی، خسرو، (۱۳۸۵)، *مبانی نظری گردشگری پایدار*، وبلاگ آموزش جغرافیا در ایران.

۷- گلکار، کورش، (۱۳۸۴)، *مناسب‌سازی تکنیک تحلیلی سوات (SOWT) برای کاربرد در طراحی شهری*، *مجله صفا*، شماره ۴۱، سال یازدهم، پائیز و زمستان.

گی، چاک. وای، فایو سولا، ادواردو، (۱۳۸۲)، *جهانگردی در چشم‌اندازی جامع*، ترجمه علی پارسائیان و محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی،

- محسنی، رضاعلی، (۱۳۸۸)، گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها، مجله فضای جغرافیایی، سال نهم، شماره ۲۸، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر.
- مرادی مسیحی، وراز، (۱۳۸۴)، برنامه‌ریزی استراتژیک و کاربرد آن در شهرسازی ایران و نمونه موردی کلان شهر تهران. تهران: انتشارات پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- مشیری، آقاجانی و نظریان، (۱۳۸۵)، امکان سنجی توسعه صنعت گردشگری در شهرستان اردبیل، فصلنامه چشم‌اندازهای جغرافیایی، شماره ۳، ۲۱-۳۵.
- ولا فرانسوا و بیچریل، یونل، (۱۳۸۴)، گردشگری بین‌المللی، ترجمه محمد ابراهیم گوهریان و محمد مهدی کتابچی، مؤسسه انتشاراتی امیر کبیر، ۹۶.
- سایت روزنامه مردم سالاری www.mardomsalari.com، (۱۳۸۹)، admin.
- سایت مطالعات گردشگری، (۱۳۸۸)، نوشته شده توسط مهدی سقایی.
- سایت گردشگری کشور، (۱۳۸۵)، توسعه پایدار در گردشگری، نوشته شده توسط لادن صادقیون.
- Alipour, H.(1996), Tourism Development within Planning Paradigms: The case Tutkey, Tourism management 17(5).
- Bar-O,R,(1996),Measuring the effects on tourism of violence and of promotion following violent acts. in A. Pizam, & Y.Mansfeld(Eds), Tourism,crime and international security issues. Chichester:Wiley,12-22.
- Bernroider, Edward,(2002), Factors in SWOT Analysis Applied to Micro, Small-to- Medium and Large Software Enterprises: An Austrian Study, European Management Journal, pp. 45-59.
- Forsyth, Tim,(2009), Sustainable Tourism, The London School of Economics and Political Science, web site: FATHOM, session 1.
- Helmy, E ,(2004), Toward Integration of Sustainability into Tourism Planning in Developing Countries:Egypt as a case study, Current Issues in Tourism, Vol.7, No. 6.
- Megan, Epler Wood,(2002), “ Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability ”,http://www.ecotourism.or.
- Page, S.J. and Thorn, K.J.(2000), Towards Sustainable Tourism Planning in New Zealand: Public Sector Planning Responses”, Depa rtment of Management Systems, Massey University Albany
- Pearce, D,(1989), Tourist Development, London: Longman.
- Sugiyarto, Cuntur&orther.(2003).Tourism and globalization Economic Impact in Indonesia.www.elsevier.com
- Yükseİ Hasan and Metin Dagdeviren, 2007, Using the Analytic Network Process(ANP)in a SWOT Analysis - A Case Study for a Textile Firm, Journal of Information Sciences, Vol. 177, Issue 16, Aug., pp 3364–3382
- http://en.wikipedia.org/wiki/Strategic_management
- www.YazdCHTO.ir

