

## شناسایی موانع و ظرفیت های اقتصاد گردشگری (صنعت پاک) در شهر ارومیه و

## ارائه راهکارهای سیاسی

علیرضا سلیمانی<sup>۱</sup>، مرتضی محمدی<sup>۲</sup>

## چکیده

گردشگری تنها یک عامل رشد اقتصادی نیست بلکه بستری جهت نیل به اهداف توسعه می باشد. گردشگری شهری به شکلی از صنعت گردشگری گفته می شود که با مباحثی همچون گذران اوقات فراغت و گشت و گذار شهروندان در داخل شهر و حوزه نفوذ آن ارتباط دارد چرا که روزانه تقریباً افراد یک شهر در این محیط در حال رفت و آمدند و با توجه به دگرگونی نظام محله ای و عدم حاکمیت حرکت پیاده در شهرهای تاریخی ایران ایجاد مناظر شهری جذاب در مسیر حرکت شهروندان بطوریکه باعث احساس تعلق و هویت و در نهایت نشاط اجتماعی گردد مورد نظر بوده است. گردشگری، یک پدیده ی بسیار مهم و جهانی است که عامل مهمی برای توسعه های سیاسی و اجتماعی- اقتصادی در خیلی از کشور های جهان است. گردشگری با ژرف ترین امیال انسانی است که نیاز به تفریح و سرگرمی و دیدن بهترین نقاط در جاهای مختلف است. در بسیاری از کشورها صنعت گردشگری را با نام صنعت پاک (clean industry) نامیده می شود. گردشگری یک درآمد پویا و ثابت برای هر کشور است و مخصوصاً برای کشور های در حال توسعه که متأسفانه درآمد متکی بر نفت دارند می تواند راه حل اساسی برای کسب درآمد باشد. امروزه کشور های زیادی برای سرمایه گذاری بر بخش گردشگری تأکید دارند و دولت ها سیاست های برای ارتقاء آن در کشور دارند. در این پژوهش در ابتدایی امر که مربوط به جمع آوری مطالب و موارد نظری در رابطه با تحقیق می باشد از روش اسنادی و کتابخانه ای (توصیفی) استفاده شده است. از جمع آوری اطلاعات نظری، اقدام به جمع آوری میدانی و برداشت داده ها استفاده شده است. این تحقیق دارای ماهیت کاربردی بوده و با روش توصیفی - تحلیلی صورت پذیرفته است. در تنظیم اطلاعات و محاسبات در این پژوهش از ابزارها و تکنیک های جغرافیایی، آماری و نرم افزار کامپیوتری Excel و مدل SWOT استفاده شده است.

واژگان کلیدی: شناسایی، موانع و ظرفیت های اقتصاد گردشگری، صنعت پاک، راهکارهای سیاسی

\* این مقاله مستخرج از پایان نامه کارشناسی ارشد نویسنده دوم (مرتضی محمدی) می باشد که به راهنمایی نویسنده اول در گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه پیام نور ارومیه انجام گردیده است.

<sup>۱</sup> استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه پیام نور ارومیه، ارومیه، ایران Tanri2@yahoo.com

<sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه پیام نور ارومیه، ارومیه، ایران

## مقدمه

امروزه همه کشورها در یک رقابت گسترده در زمینه صنعت گردشگری هستند و در بین انواع مختلف گردشگری، گردشگری روستایی یکی از اجزای مهم این صنعت محسوب می شود. گردشگری برای روستاها یک عامل بهبود اقتصادی و رونق تولید هم محسوب می شود و آن ها را تشویق به هر چه بیشتر و بهتر عرضه کردن محصولاتشان می کند. متنوع بودن ارائه خدمات گردشگریو یا توریسم و علاوه برآورده ساختن احتیاجات گردشگران با توجه به شرایط های محله و زمینه های زیست محیطی،ساختن راه های جدید در گردشگری با نام پیشرفت و توسعه پایدار گردشگری شده که بنیان آن دید همه جانبه به ابعاد های گوناگون اقتصادی،اجتماعی و زیست محیطی پیشرفت گردشگری و توسعه ثابت و پایدار است که رو در روی گردشگری انبوه مطرح شده است ( نجفی پور و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۵). در جهان امروز، شهرهای بزرگ یا مادر شهرها ارزش و مقام بسیار ویژه ای در به وجود آمدن شکل های اقتصادی،سیاسی،فرهنگی،اجتماعی دارند و حتی به مرکز پویایی و توجه ، به وجود آوردن و توسعه اقتصادی و اجتماعی جهان معاصر مبدل شده اند.شهر های بزرگ اکنون مرکز ثروت،قدرت،به وجود آوردن تولیدات انبوه،دست آورد های نو و جدید فرهنگی،انواع طرز فکر ها و در آخر مرکز مصرف زیاد محسوب می شوند.شهر های بزرگ علاوه بر استفاده از امتیاز های همچون تمرکز،متنوع بودن و پویایی و تحرک،امکانات فراوانی برای رشد و جذب نیروی انسانی باهوش و به دلیل آن،دسترسی به توسعه اقتصادی در شهر را دارد ( پناهی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱). توریسم یا گردشگری می تواند یک پدیده اقتصادی و اجتماعی باشد و هم به عنوان یک نوشدارو برای منافع حاصله مورد ستایش قرار می گیرد و هم به خاطر خطرات اقتصادی، اجتماعی، محیط زیستی و سیاسی که به ویژه برای جامعه میزبان می تواند به وجود آورد متهم می شود ( خیر خواهان، ۱۳۹۳: ۱). با توسعه روند گردشگری و مدیریت آن که پیامد این گسترش می باشد، محلی گرایی، منطقه مداری و خود مدیریتی از الگوهای می باشد که توسط کارشناسان ارائه شده است. با تشکیل شوراها در ایران حلقه ستون های اصلی دولت محلی تکمیل گشت. در واقع در مدیریت محلی تا قبل از تشکیل شوراها حلقه هایی تافته جدا بافته از یکدیگر بودند، ولیکن شوراها نقطه پیوند این حلقه ها و ستون ها به یکدیگر شدند و ستون های اصلی به این توانایی دست یافتن که با ایجاد شبکه ای میان یکدیگر منابعی را در جهت برنامه ریزی، توسعه و مدیریت گردشگری فراهم نمایند ( جوانمردی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۱). در صنعت گردشگری مانند هر صنعت دیگری عواملی مهم وجود دارد که توجه به آن ها برای ادامه ی حیات این صنعت درآمد زا، بسیار ضروری به نظر می رسد. توجه به این عوامل مهم توسعه ی صنعت گردشگری را به دنبال دارد. میزان موفقیت در توسعه ی گردشگری نیز تحت امری از کیفیت و نحوه مداخله عوامل تاثیر گذار بسیاری است که در حقیقت ستون گردشگری محسوب می شوند ( شیرازی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۲). تاثیرات گردشگری دارای ابعاد و اشکال گوناگونی است که اغلب تحت عنوان تاثیرات گردشگری بر اقتصاد، ساختار اجتماعی و محیط زیست فیزیکی مناطق مقصد مورد بحث و بررسی قرار می گیرند. بعد اقتصادی این تاثیرات در برگیرنده اشتغال و تعادل میان دستمزدها و ارز خارجی است؛ بعد ساختار اجتماعی نیز به مقوله

فرهنگ، سبک زندگی و تعاملات انسانی می پردازد و بعد محیط زیست فیزیکی بر مقوله چشم انداز طبیعی و استفاده از زمین در دو بخش موقعیت های طبیعی و مصنوعی تاکید می نماید. علی رغم آنکه این تاثیرات به ندرت به طور مجزا از یکدیگر اتفاق می افتند اما برای سهولت اندازه گیری و بررسی اغلب به سه گروه اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی تقسیم می گردند. مطالعات اولیه درباره تاثیرات گردشگری منحصر بر منافع اقتصادی متمرکز شد و عملاً بررسی هزینه/ سود زیست محیطی و اجتماعی را حذف نمود. با توجه به اینکه گردشگری یک فعالیت نسبتاً جدید و دارای قابلیت ایجاد توسعه اقتصادی بود، تاکید بر این جنبه از این صنعت به هیچ عنوان شگفت آور و عجیب نبود ( دنیا دیده، ۱۳۹۸: ۳۵). گردشگری به عنوان عظیم ترین صنعت ارائه خدمات در دنیا از نظر به دست آوردن پول شناخته می شود، به طوری که پیشرفت آن، باعث پیشرفت اجتماعی و اقتصادی زیاد آن می شود. آگاهی جوامع از منبع درآمد ارزی گردشگری باعث شده که گردشگری مفهوم گسترده تری در تمام ابعاد پیدا کند و به عنوان یک صنعت تلقی شود. پیشرفت صنعت برای کشور های در حال پیشرفت که با مشکلات و بحران های زیادی از جمله بیکاری، کم بود منابع ارزی و اقتصاد متکی بر تک محصولی رو به رو هستند، از اهمیت خاصی برخوردار است. به طوری که می توان با برنامه ریزی درست و مناسب در این بخش، به زیاد شدن تولید، بالا بردن سطح زندگی، رفاه و آسایش عمومی و اشتغال بسیاری دست پیدا کرد تا معضلات جوامع تا حدودی حل شود ( شیر افکن لمسو و معصوم زاده، ۱۳۹۶: ۲). در حال حاضر صنعت گردشگری در دنیا پیشرفت زیادی کرده است و خیلی از کشور ها از این را توانسته اند وضعیت خود را بهتر کرده و بسیاری از معضلات خود مثل بیکاری، کم بودن در آمد، سرانه و محدود بودن سود ارزی را جبران کنند. و به همین دلیل تاثیرات قابل توجهی در فعالیت های گردشگری در اقتصاد منطقه ی پذیرنده گردشگران به وجود می آورد و توجه زیادی به این موضوع از این فعالیت می شود. سختی ها و دشواری های موجود در زندگی شهری تعداد قابل توجهی از مردم را متوجه طبیعت و محیط زیست می کند و در این بین، منطقه های که دارائی توانمندی های طبیعی و طبیعت خوب باشند بیشتر مورد علاقه و توجه قرار می گیرند و به این ترتیب عوامل گردشگری به منظور استفاده از آرامش و زیبایی چشم نواز طبیعی به آن سو به وجود می آید ( آلبوالدی، ۱۳۹۷: ۲).

### پیشینه تحقیق

-گودرزی و همکاران، (۱۳۹۰) در پژوهش و تحقیق خود که در شهرستان نور آباد انجام داده هدف و بنیان این تحقیق بررسی نقش جاذبه های گردشگری در این شهر است و روش تجزیه و تحلیل آن با استفاده از مدل **swot** صورت گرفته است و روش تحقیق و بررسی در این مقاله ترکیب روش های توصیفی و تحلیلی است. که در این تحقیق بعد از جمع اوری اطلاعات نظری و برای به دست آوردن اطلاعات بیشتر برای بررسی منطقه مورد مطالعه از روش میدانی مورد استفاده قرار گرفته است.

-گودرزی و همکاران، (۱۳۹۲) در مقاله به بررسی قدرت اکولوژیک منطقه ی سد عباسپور بر پیشرفت ثابت و پایدار گردشگرپرداخته است و با استفاده از GIS و از دو روش اسنادی و میدانی بهره جسته است .

- گودرزی و همکاران، (۱۳۹۲) در پژوهش خود که به پیشرفت گردشگری پزشکی در شیراز پرداخته است، به این نتیجه رسیده است که گردشگری پزشکی بزرگترین پدیده جهانی سفر برای اکثر گردشگران است که مسافت های زیادی را برای دسترسی به مراکز بهداشتی و درمانی و به دلیل هزینه های بالا، و به علت فقدان بیمه مناسب و محدودیت بهره برداری از خدمات و عدم رسیدن به خدمات درمانی در مقصد می پیمایند. در این تحقیق هدف تاکید بر گردشگری پزشکی داخلی صورت گرفته است و می توان با برنامه ریزی دقیق در شیراز به پیشرفت قابل توجهی در حوزه ی گردشگری پزشکی رسید.

-گودرزی و همکاران، (۱۳۹۲)، در تحقیق خود به بررسی عوامل گوناگونی اثر گذار بر پیشرفت گردشگری پزشکی و سلامت در شیراز پرداخته است که به جهت درمان خود به مناطق دیگر سفر می کنند و این نوع گردشگری امروزه در اکثر کشور های دنیا رواج یافته است و به عنوان یکی از ابعاد تاثیر گذار گردشگری به توسعه همیشگی و پویایی اقتصادی کشور می انجامد. و به دلیل کم هزینه بودن اما با درآمد بالا این صنعت، بسیاری از کشور های در حال توسعه، وقت خود را به این بخش از صنعت متمرکز و برای آن یک برنامه ریزی مدون انجام می دهند. و به همین جهت این تحقیق با هدف تحلیل و ارزیابی دلایل و اثرات گردشگری پزشکی و سلامت در شهر شیراز مورد بررسی قرار گرفته است

-رسول زاده اقدم و همکاران، (۱۳۹۵)، در مقاله فرصت ها و محدودیت های صنعت گردشگری در ایران، بر اساس گزارش یونسکو در سال ۲۰۰۷، ایران جز پنج کشور برتر از نظر میراث فرهنگی و جز ده کشور اول در زمینه پتانسیل جذب گردشگر، در این امر به موفقیتی دست نیافته است.

-صدیقی گیلده، (۱۳۹۶)، در پایان نامه کارشناسی ارشد آینده نگاری توسعه صنعت گردشگری؛ ( مطالعه موردی: استان گیلان )، امروزه گردشگری به یکی از صنایع درآمد زا و ابزاری کارآمد برای توسعه منطقه ای تبدیل شده است. پاک بودن، درگیر ساختن زنجیره وسیعی از فعالیت ها و به تبع آن اشتغالزایی، درآمد زایی بالا، ارتقای آموزش و شکوفا شدن ذوق و استعدادها از جمله دلایلی است که دولت ها تمایل به توسعه این صنعت دارند.

-کلانتری و همکاران، (۱۳۹۵) در تحقیق تحقیق به مفهوم شهر خلاق پرداخته که از توجه دانشمندان و تحلیل گران این حوزه به ابعاد محیطی و مکانی خلاقیت ناشی شده است. برای اندازه گیری میزان خلاقیت شهرها، ویژگی های مختلفی ارائه شده است که در همه ی آن ها به خصوصیات و شرایط جامعه توجه می شود، هدف این تحقیق درست کردن خصوصیات شهر خلاق متناسب با فرهنگ جامعه ایرانی است

- دکتر مجید گودرزی و همکار وی تقوای در سال (۹۵) در مقاله ای با اسم تربیت بندی راهبردی توسعه گردشگری پزشکی در شیراز بیان می کند کشور های زیادی در حال حاضر به فکر ایجاد طرح های کاربردی و قانونی خدمات دهی و برنامه ریزی برای پیشرفت این صنعت هستند؛ اما ارزان بودن قیمت مراکز درمانی

ایران نسبت به سایر کشورها، کیفیت خوب و برابری این مراکز با جدیدترین و بهترین شیوه پزشکی در جهان دلایلی هستند که می تواند گردشگری را در ایران رونق بخشد. به همین جهت در این تحقیق با ترکیب تکنیک های تصمیم گیری چند معیاره در محیط فازی و ترکیب آن در مدل استراتژیک SWOT، به ترتیب بندی راهبرد های توسعه گردشگری پزشکی شهر شیراز پرداختند

- مجید گودرزی و همکاران وی (۱۳۹۵) در تحقیق خود تحلیلی بر فضای گردشگری شهری با رویکرد احساس امنیت در شهر جدید بهارستان، با توجه به تغییرات امروز و فعالیت بیشتر زنان در شهرها و با شکستن فکر در خانه ماندن اهمیت بازنگری در ساماندهی فضاهای شهری به منظور ساختن ریشه ی اولیه برای حضور فعال، خلاقانه و بدون آسیب زنان در برخی از فضاهای اجتماع دیده می شود.

- آلبوبالدی، (۱۳۹۷) در تحقیق خود به تحلیل نقش گردشگری در راستای توسعه همیشگی، از مشکلات ها آینده برای برنامه ریزی شهری در ایران موضوعات موبوط به همیشگی و توسعه پایدار شهر است. عوامل مختلفی در دست است که پیشرفت همیشگی شهری را تحت کنترل و تاثیر قرار می دهند که یکی از آن علت ها را می توان گردشگری و نتیجه حاصل از آن می باشد. تحقیق کامل پیامدهای گسترش در یک نقطه ی شهری مستلزم تحقیق آن در یک قالب پیشرفت و توسعه همیشگی شهری است. در این روزها ثبات و پایداری به عنوان بخشی اصلی از نظام جدید جهانی معرفی می شود. در سال های گذشته معنی مفهوم توسعه پایدار مورد تایید و توجه مسئولین و مقامات قرار گرفته است چون این معنی مبتنی بر نگه داری استاندارد های سطح زندگی پیش رویی است. با توجه به آنچه تا امروز از آن برخوردار شدیم. و پی برده ایم که امکان بهره برداری از محیط گذشته را نداریم. گسترش پایدار گردشگری انواعی از گردشگری است که به کنترل تمامی منابع منجر خواهد شد و احتیاج گردشگران فعلی و جامعه میزبان را تامین کرد بدون به خطر انداختن نیاز آیندگان

- زال و همکاران، (۱۳۹۷) در مقاله گردشگری خلاق، ابزاری برای توسعه شهری (مطالعه موردی: کلان شهر تبریز)، خلاقیت عنصری ضروری در توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی شهرهاست که برای افزایش ظرفیت تجاری شهرها ضرورت دارد. این امر تبادل دانش و تجربه های میان تمامی اقشار را آسان می کند و سبب می شود هنرمندان تمامی حوزه ها، به ویژه حوزه فرهنگ مهارت های نوآورانه را کسب کنند و تولیدات فرهنگی را ارتقا دهند.

- دنگ و همکاران (۲۰۰۴)، در پژوهش خود به بررسی جاذبه های توریسم و اکوتوریسم می پردازد. در این بررسی از ساختار سلسله مراتبی برای سنجش مناطق طبیعی مورد استفاده قرار گرفته است و برای ارزیابی توریسم از برخی مدل ها استفاده شده است

- لنگ و همکاران، (۲۰۱۴) در مقاله خود، خلاقیت در شهر جورج تاون را بررسی کردند. آن ها در مقاله به این مسئله توجه کردند که پایتخت فرهنگی تا چه حد قادر است در حکم منبع در گسترش شهر خلاق مورد استفاده واقع شده است. و همین طور مشکلات ها و چشم انداز ها یی را مورد تحقیق و بررسی قرار می دهد که جورج تاون بیان می دارد که در تلاش است برای تغییر دادن به شهر کاملاً خلاق با آن رو به رو بوده است. نتیجه

این تحقیق حاکی از آن است که راه به سوی پیشرفت برای این کار تلاش هماهنگ است که در آن سازمان های دولتی با رهبران جامعه، جامعه کسب و کار، ارگان های غیر دولتی و برخی افراد دارای سود همکاری کنند. در راستای به وجود آمدن پیشنهادهای و توصیه های برای تغییر دادن اساسی جورج تاون به یک شهر فرهنگی، برنامه های گسترش باید ادغام کننده پروژه های فرهنگی باشند که احتیاج های اجتماع را با قوانین برای کنترل و سنجش آثارهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی پروژه های فرهنگی شهر تا تامین کند -گروداچ، (۲۰۱۷) در مقاله خود، سیاست های شکل دهی شهر خلاق را واکاوی کرد. او بیان می کند در طول دو دهه گذشته، سیاست های فرهنگی شهری در شهرها بسیار با اهمیت تر شده است و هنر و فرهنگ را در حکم علتی برای مصرف و توسعه دارایی ها و صنایع دانش بیان می کند؛ همچنین اشاره می کند مفهوم شهر خلاق، زبان سیاستی جدید و توجیهی برای پیوستن سیاست فرهنگی به برنامه های سیاست های شهری است و در سیاست توسعه شهری، این سیاست گذاری های فرهنگی نقش مهمی دارند.

## اهداف

- ۱- ظرفیت های اقتصاد گردشگری صنعت پاک ارومیه
- ۲- ارائه راهکارهای سیاسی برای رونق گردشگری صنعت پاک در شهر ارومیه
- ۳- موانع اقتصاد گردشگری صنعت پاک ارومیه

## محدوده مورد مطالعه

شهرستان ارومیه یکی از شهرستان های دوازده گانه استان آذربایجان غربی است که در میان میانه آن قرار گرفته است. شهرستان ارومیه از شمال به شهرستان سلماس، از جنوب به شهرستانهای نقد به مهاباد، از شرق به دریاچه ارومیه و از غرب به مرز ایران و ترکیه محدود شده است. این شهرستان با مساحتی بالغ بر ۵۲۵۱ کیلومتر مربع حدود ۱۴ درصد از مساحت استان را به خود اختصاص داده است. شهرستان ارومیه، از نظر تقسیمات کشوری، دارای ۵ بخش، ۲۰ دهستان، ۵ شهر و ۶۱۵ آبادی است. شهر ارومیه مرکز شهرستان ارومیه و نیز مرکز استان آذربایجان غربی است که در فاصله ۱۸ کیلومتری دریاچه ارومیه، در ۴۵ درجه و ۴ دقیقه طول شرقی و ۳۷ و ۳۳ درجه عرض شمالی در داخل جلگه ای به طول ۷۰ کیلومتر و عرض ۳۰ کیلومتر واقع شده است. شهرستان (و نیز شهر) به دلیل موقعیت جغرافیایی خود و استقرار در مسیر جاده- قفقاز- ارمنستان- بین النهرین و نیز شاخه فرعی شمالی- جنوبی جاده ابریشم، بارها مورد هجوم واقع شده و خرابی های زیاد و متعددی را متحمل شده است. ضمن آنکه همین موقعیت موجب وجود تنوع قومی- فرهنگی و نیز میراث تاریخی با اهمیت در این شهرستان شده است. (فصل دوم جلد یک خصوصیات اقلیمی، ۱:۸۹).



شکل ۱: محدوده مورد مطالعه

## روش کار

تجزیه و تحلیل داده ها برای بررسی صحت و سقم فرضیه در هر نوع تحقیق از اهمیت خاصی برخوردار است و امروزه در بیشتر تحقیقاتی که متکی بر اطلاعات جمع آوری شده از موضوع مورد پژوهش می باشد تجزیه و تحلیل اطلاعات از اصلی ترین و مهم ترین بخش های پژوهش محسوب می شود. داده های خام با استفاده از نرم افزارهای آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرند و پس از پردازش به شکل اطلاعات در اختیار استفاده کننده گان قرار می گیرند. همان طور که در فصل سوم بیان گردید در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده با استفاده از پرسشنامه ای که در اختیار نمونه آماری قرار گرفت، از دو بخش آمار توصیفی و استنباطی بهره گرفته شده است.

با توجه به جدول (۱) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد نقش تدوین و تغییر بودجه در گردشگری ارومیه مخالف بوده و کمترین درصد موافق بود با توجه آمار داده های تحقیق نقش تدوین و تغییر بودجه در گردشگری ارومیه از موانع گردشگری صنعت پاک ارومیه به حساب می آید.

جدول ۱: نقش تدوین و تغییر بودجه در گردشگری ارومیه					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	26	100	50	94	80

با توجه به جدول (۲) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد فرهنگ سازی سیاسی در رونق گردشگری موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق نقش فرهنگ سازی سیاسی در رونق گردشگری صنعت پاک ارومیه عامل مهمی به حساب می آید.

جدول (۲) فرهنگ سازی سیاسی چه نقشی در رونق گردشگری دارد					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	36	30	20	94	170

با توجه به جدول (۳) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد تعامل با کشور های خارجی موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق تعامل با کشور های خارجی نقشی مهم در رونق گردشگری ارومیه دارد.

جدول (۳) تعامل با کشور های خارجی چه نقشی در رونق گردشگری دارد					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	14	20	26	105	185

با توجه به جدول (۴) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد تغییر شیوه مدیریت میراث فرهنگی موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق تغییر شیوه مدیریت میراث فرهنگی نقشی مهم در رونق گردشگری ارومیه دارد.

جدول (۴) تغییر شیوه مدیریت میراث فرهنگی چه کمکی به گردشگری می کند					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	44	36	30	100	140



با توجه به جدول (۵) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد نقش موجود بودن اقامتگاه ها و هتل های پنج ستاره موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق موجود بودن اقامتگاه ها و هتل های پنج ستاره نقش مهمی در گردشگری ارومیه دارد.

جدول (۵) نقش موجود بودن اقامتگاه ها و هتل های پنج ستاره در گردشگری					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	24	36	50	100	140

با توجه به جدول (۶) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد نقش واگذاری گردشگری به بخش خصوصی موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق نقش واگذاری گردشگری به بخش خصوصی تاثیر مهمی بر گردشگری ارومیه دارد.

جدول (۶) نقش واگذاری گردشگری به بخش خصوصی بر گردشگری					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	49	36	50	85	130

با توجه به جدول (۷) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد تاکید برگردشگری بومی موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق تاکید برگردشگری بومی تاثیر مهمی بر گردشگری ارومیه دارد.

جدول (۷) تاکید برگردشگری بومی					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	5	15	30	101	199

با توجه به جدول (۸) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد تقویت زیر ساخت های گردشگری موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق تقویت زیر ساخت های گردشگری باعث بهبود عمل کرد گردشگری ارومیه می شود.

جدول (۸) تقویت زیر ساخت های گردشگری باعث بهبود عمل کرد می شود					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	37	30	30	93	160

با توجه به جدول (۹) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد سیاست حفاظت از بناهای تاریخی و تبدیل آنها به مراکز تفریحی زیبا موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق سیاست حفاظت از بناهای تاریخی و تبدیل آنها به مراکز تفریحی زیبا باعث بهبود عمل کرد گردشگری ارومیه می شود.

جدول (۹) سیاست حفاظت از بناهای تاریخی و تبدیل آنها به مراکز تفریحی زیبا					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	10	9	35	100	196

با توجه به جدول (۱۰) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد سیاست حفاظت از مناظر طبیعی و کوه های اطراف برای جذب گردشگر موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق تقویت سیاست حفاظت از مناظر طبیعی و کوه های اطراف برای جذب گردشگر باعث بهبود عمل کرد گردشگری ارومیه می شود.

جدول (۱۰) سیاست حفاظت از مناظر طبیعی و کوه های اطراف برای جذب گردشگر					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	19	9	65	86	171

با توجه به جدول (۱۱) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد سیاست ارائه خدمات برای گردشگران موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق تقویت سیاست ارائه خدمات برای گردشگران باعث بهبود عمل کرد گردشگری ارومیه می شود.

جدول (۱۱) سیاست ارائه خدمات برای گردشگران					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	14	23	42	103	168

با توجه به جدول (۱۲) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد افزایش کیفیت خدمات اینترنتی برای گردشگران موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق تقویت افزایش کیفیت خدمات اینترنتی برای گردشگران باعث بهبود عمل کرد گردشگری ارومیه میشود.

جدول (۱۲) افزایش کیفیت خدمات اینترنتی برای گردشگران					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	40	37	30	110	133

با توجه به جدول (۱۳) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد سیاست استفاده از نیروهای محلی باعث رونق گردشگری موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق تقویت سیاست استفاده از نیروهای محلی باعث رونق گردشگری ارومیه میشود.

جدول (۱۳) سیاست استفاده از نیروهای محلی باعث رونق گردشگری می شود					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	40	15	25	115	155

با توجه به جدول (۱۴) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد افزایش ظرفیت اقتصادی برای مردم شهر با جذب شغل های پاره وقت موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق افزایش ظرفیت اقتصادی برای مردم شهر با جذب شغل های پاره وقت باعث رونق گردشگری ارومیه میشود.

جدول (۱۴) افزایش ظرفیت اقتصادی برای مردم شهر با جذب شغل های پاره وقت					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	2	0	0	160	188

با توجه به جدول (۱۵) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد تاثیر سیاست استخدام نیروی متخصص در زمینه گردشگری موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق افزایش استخدام نیروی متخصص در زمینه گردشگری باعث رونق گردشگری ارومیه میشود.

جدول (۱۵) تاثیر سیاست استخدام نیروی متخصص در زمینه گردشگری					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	0	8	30	120	192

با توجه به جدول (۱۶) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد حمایت دولت از گردشگری محلی و صنایع دولتی موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار

داده های تحقیق افزایش حمایت دولت از گردشگری محلی و صنایع دولتی باعث رونق گردشگری ارومیه میشود.

جدول (۱۶) حمایت دولت از گردشگری محلی و صنایع دولتی صورت می گیرد					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	72	70	50	66	92

با توجه به جدول (۱۷) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد آموزش عمومی برای مردم موجب پیشرفت گردشگری موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق آموزش عمومی برای مردم موجب پیشرفت گردشگری ارومیه میشود.

جدول (۱۷) آموزش عمومی برای مردم موجب پیشرفت گردشگری می شود					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	52	8	45	120	125

با توجه به جدول (۱۸) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد دارا بودن امکانات مثل شبکه ارتباطی و فرودگاه ظرفیت اقتصادی موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق افزایش امکانات مثل شبکه ارتباطی و فرودگاه و ظرفیت اقتصادی باعث رونق گردشگری ارومیه می شود.

جدول (۱۸) دارا بودن امکانات مثل شبکه ارتباطی و فرودگاه ظرفیت اقتصادی هست					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	10	14	20	100	206

با توجه به جدول (۱۹) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد راحت کردن گرفتن ویزا برای شهرهای مرزی مثل ارومیه موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق راحت کردن گرفتن ویزا برای شهرهای مرزی باعث رونق گردشگری ارومیه می شود.

جدول (۱۹) راحت کردن گرفتن ویزا برای شهرهای مرزی مثل ارومیه					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	5	15	19	130	181

با توجه به جدول (۲۰) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد بسته های حمایتی دولت برای مواقع بحرانی مثل کرونا مخالف بوده و کمترین درصد موافق بود با توجه آمار داده های تحقیق افزایش بسته های حمایتی دولت برای مواقع بحرانی باعث رونق گردشگری ارومیه میشود.

جدول (۲۰) آیا بسته های حمایتی دولت برای مواقع بحرانی مثل کرونا گردشگری را نجات می دهد					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	220	60	20	30	20

با توجه به جدول (۲۱) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد گردشگری باعث افزایش قیمت کالا در منطقه و تورم موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق راحت کردن گردشگری و کاهش قیمت کالا باعث رونق گردشگری ارومیه میشود.

جدول (۲۱) گردشگری باعث افزایش قیمت کالا در منطقه و تورم می شود					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	2	50	30	80	198

با توجه به جدول (۲۲) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد گردشگری باعث کم رنگ شدن تولید به دلیل توجه زیاد به گردشگری موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق توجه زیاد به گردشگری و تولید باعث رونق گردشگری ارومیه میشود.

جدول (۲۲) گردشگری باعث کم رنگ شدن تولید به دلیل توجه زیاد به گردشگری می شود					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	10	20	40	90	190

با توجه به جدول (۲۳) همانطور که براساس داده های تحقیق مشاهده می شود که بیشترین درصد فراوانی در مورد گردشگری با افزایش درآمد و ترغیب مردم برای مهاجرت به شهر موافق بوده و کمترین درصد مخالف بود با توجه آمار داده های تحقیق توجه زیاد گردشگری با افزایش درآمد و ترغیب مردم برای مهاجرت به شهر باعث رونق گردشگری ارومیه میشود.

جدول (۲۳) گردشگری با افزایش درآمد و ترغیب مردم برای مهاجرت به شهر می شود					
جمع	مخالف	نسبتا مخالف	نظری ندارم	نسبتا موافق	موافق
350	10	15	30	102	193

مدل تحلیلی SWOT با استفاده از موضوع تحلیل شناسایی موانع و ظرفیت های اقتصاد گردشگری (صنعت پاک) در شهر ارومیه و ارائه راهکارهای سیاسی

جدول شماره ۲۴: نظام تحلیلی و ارزیابی شناسایی موانع و ظرفیت های اقتصاد گردشگری بر پایه مدل (SWOT)

نقاط قوت (Strengths)	نقاط ضعف (Weakness)	فرصت ها (Opportunities)	تهدیدها (Threats)
تاریخی - وجود بناهای باستانی در سطح شهر - معروف بودن شهر ارومیه به جاذبه های تاریخی آن در زمینه گردشگری - قدمت زیاد بناهای تاریخی شهر وجود عوامل زیبای توریستی چون دریاچه ارومیه	- برتری بینی در میان برخی از شهر - نامتوازن بودن توزیع جمعیت باسواد در سطح شهر - عدم توجه به مرمت و نگهداری برخی بناهای کهن و تخریب بخشی از آنها - کمبود مراکز اقامتی در سطح شهر - کمبود و توزیع نامناسب رستوران ها در سطح شهر ارومیه و فقدان رستوران های با کیفیت مناسب در اکثر نقاط شهر	- هم پیوندی با برنامه های توسعه گردشگری شهرها و استان های هم جوار - حضور مسئولین بومی در رده های مختلف مدیریتی استان با آشنایی کامل نسبت به شهر ارومیه و توان آن - مصوبات هیئت دولت برای ایجاد مراکز اقامتی در سطوح مختلف	- وجود جاذبه های تاریخی متمرکز در برخی شهرها و استان های مجاور - گسترش دامنه ی فعالیت های ساختمانی (بازافروشی) به عنوان رقیبی برای جذب سرمایه در صنعت گردشگری - عدم پوشش کامل مراکز بهداشتی در سطح شهر
- وجود بناهای مذهبی بجای مانده از عصرهای گوناگون - برگزاری آیین ها و مراسم مذهبی در سطح شهر	- عدم توجه به مرمت و نگهداری برخی بناهای کهن و تخریب بخشی از آنها - کمبود مراکز اقامتی در سطح شهر - کمبود و توزیع نامناسب رستوران ها در سطح شهر ارومیه و فقدان رستوران های با کیفیت مناسب در اکثر نقاط شهر - نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی و خدماتی	- مصوبات هیئت دولت برای ایجاد مراکز اقامتی در سطوح مختلف - حضور مسئولین بومی در رده های مختلف مدیریتی استان با آشنایی کامل نسبت به شهر ارومیه و توان آن - هم پیوندی با برنامه های توسعه گردشگری شهرها و استان های هم جوار	- تمرکز جاذبه های مذهبی در شهرها و استان های مجاور - گسترش دامنه ی فعالیت های ساختمانی (بازافروشی) به عنوان رقیبی برای جذب سرمایه در صنعت گردشگری - عدم پوشش کامل مراکز بهداشتی در سطح شهر

همانگونه که در جداول بالا نشان داده شده است، در مناطق مطالعه شده تعداد نقاط قوت و ضعف داخلی، فرصت ها و تهدیدهای خارجی در مورد انواع گردشگری شناسایی و بررسی شد؛ لذا در یک جمع بندی و تحلیل ساده می توان گفت که آستانه آسیب پذیری شهر ارومیه در زمینه انواع گردشگری بسیار بالا بوده و نیازمند بازنگری و ارایه سیاست های مناسب در جهت رفع ضعف ها و تهدیدها با استفاده از نقاط قوت و فرصت ها است.

جدول شماره ۲۵: نظام تحلیل راهبردها و استراتژی گردشگری تاریخی و مذهبی بر پایه مدل (SWOT)

موضوعات تحلیل	ساختار و نظام فضایی گردشگری تاریخی و مذهبی	موضوعات تحلیل	ساختار و نظام فضایی گردشگری تاریخی و مذهبی
استراتژی نقاط قوت (SO)	<ul style="list-style-type: none"> <li>حفظ و حراست از بناهای تاریخی و مذهبی باستانی</li> <li>بهبودی و زیباسازی محیط پیرامون بناهای تاریخی و مذهبی</li> <li>بهبودی جاده ها و نصب علائم راهنمایی و رانندگی</li> <li>بالا بردن امنیت منطقه با تشکیل پلیس توریسم</li> <li>استفاده از پتانسیل منطقه جهت فقر زدایی و رفع بیکاری در منطقه</li> <li>ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه گذاری بخش خصوصی در منطقه</li> <li>افزایش انگیزه مسافرت در بین طبقات شهرنشین</li> <li>شناسایی و بهره گیری از جاذبه ها، فرآورده ها و دیگر مزیت های نسبی گردشگری این منطقه</li> <li>استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه به منظور ایجاد تشکلهای تعاونی مردمی و همچنین ترویج و آموزش گردشگری از طریق نشست ها و جلسات مختلف با مردم منطقه</li> <li>ایجاد هماهنگی مابین نهادها و بخش های مختلف مرتبط با گردشگری</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تبلیغات جهت معرفی جاذبه های گردشگری منطقه</li> <li>حفظ و نگهداری و ایجاد مناطق گردشگری</li> <li>استفاده از کارشناسان و مردم بومی جهت برنامه ریزی برای جاذبه های گردشگری</li> <li>بازنگری به نحوه توزیع امکانات، خدمات و تسهیلات گردشگری و اولویت دهی و تخصیص مجدد این نوع امکانات به مناطق گردشگری با قابلیت بالا و متوسط</li> <li>ضمن بازنگری به نوع و نحوه برنامه ریزی و حمایت دولتی از نواحی گردشگری، بهره گیری منطقی از نهادها، قوانین و مقررات حمایتی در جهت توسعه و تجهیز زیرساخت ها، تسهیلات و تجهیزات مختلف گردشگری در منطقه مورد مطالعه صورت گیرد</li> <li>بازنگری و توسعه نهادها و سازمان های مرتبط در منطقه برای آموزش مردم و گردشگران جهت استفاده مطلوب و بهینه از جاذبه ها</li> </ul>	
استراتژی نقاط ضعف (ST)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ایجاد مراکز اقامتی در سطح شهر</li> <li>ایجاد و توزیع مناسب رستوران ها و اغذیه فروشی ها در سطح شهر ارومیه و توجه به کیفیت آن ها</li> <li>تسویه و ارایه تسهیلات به بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری</li> <li>توجه و سرمایه گذاری دولت در بخش گردشگری</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>نگاه دولت به گردشگری شهر ارومیه به لحاظ توانایی گردشگری در ایجاد درآمد</li> <li>آموزش و برطرف کردن نیازهای مردم منطقه در جهت کاهش استفاده از جنگل ها و مراتع</li> <li>جلوگیری از آلودگی منابع آب و خاک منطقه</li> <li>بوشش مراکز بهداشتی در سطح شهر</li> </ul>	

<p>– متنوع کردن جاذبه‌های منطقه جهت جذب گردشگران بیشتر</p> <p>– آموزش ساکنین جهت برخورد مناسب با گردشگران</p> <p>– زمینه سازی 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 سرمایه گذاری 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>– 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>– توجه به جاده‌ها و تعمیر و نصب علائم راهنمایی و رانندگی</p> <p>– بهره برداری 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 توریستی به منظور جلب رضایت گردشگران و بالطبع افزایش تعداد گردشگران</p>
---	--	--

### نتیجه گیری

تبلور یافتن گردشگری به عنوان یک نیاز، تبدیل شدن آن به عنوان بزرگترین صنعت خدماتی دنیا و تخصصی شدن گردشگری این فرصت را فراهم آورده تا با بهره جستن از منافع حاصل از گردشگری به سمت توسعه پایدار حرکت نماییم. اما مسلماً این کار بدون شناسایی عوامل تاثیر گذار و برنامه ریزی امکان پذیر نخواهد بود. صنعت گردشگری با ویژگی‌های خاص خود، صنعتی پویا با آینده‌ای روشن تلقی می‌شود. سرمایه‌گذاری در این صنعت در تمام کشورهای دارای جاذبه‌های جهانگردی روبه افزایش است. امروزه جذب گردشگران خارجی به رقابتی فزاینده در بین نهادهای درگیر در صنعت گردشگری تبدیل شده است. زیرا این صنعت نه تنها در پیشبرد اقتصاد ملی و درآمدهای ارزی نقش دارد بلکه صنعتی است پاکیزه و عاری از آلودگی و در عین حال ایجادکننده مشاغل جدید. اینکه امروزه مشاهده می‌شود که کشورهای صنعتی تمام نیرو و توان خود را در جهت جذب جهانگرد به کار می‌گیرند، مویده جایگاه این صنعت در اقتصاد است، عایدی حاصل از گردشگری پایدار و در عین حال امکان بهره‌برداری از آن در کوتاه‌مدت فراهم است. همچنین اشتغال‌زایی در این صنعت بالا بوده و نیروی انسانی مورد نیاز آن محتاج به آموزش بلندمدت نمی‌باشد.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که قدمت ارومیه، اکوتوریسم مناسب و منحصر به فرد، وجود فرقه‌ها و مذاهب مختلف و هزینه‌های کم گردشگری در ارومیه از مهم‌ترین فرصت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری در این کشور می‌باشد. همچنین وجود محدودیت‌های سیاسی و برنامه‌ریزی، اتکای بیش از حد به درآمدهای نفتی، محدودیت‌های زیربنایی و متمرکز شدن صنایع و خدمات در چند شهر بزرگ، محدودیت‌های فرهنگی و مذهبی، محدودیت‌های مرتبط با تبلیغات و رسانه و محدودیت در زمینه آموزش از جمله مهم‌ترین چالش‌ها و



محدودیت های صنعت گردشگری در ارومیه می باشد. ارومیه مانند بسیاری از شهرهای در حال توسعه دیگر، با معضلات شدید اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی مثل نرخ بالای بیکاری، رشد سریع در سن کار جمعیت، تورم و غیره مواجه است. توسعه صنعت گردشگری با توجه به مزیت های مناسبی که در زمینه های اقتصادی، رونق کسب و کار، ایجاد اشتغال، بهبود وضعیت زندگی، ارتقاء انسجام اجتماعی و اشتراک فرهنگی دارد، می تواند به کاهش معضلات شدید اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی کمک کند. با توجه به اهمیت نقش صنعت گردشگری در کاهش معضلات و مشکلات مختلف در کشورها، برنامه ریزی و توسعه برای ارتقاء صنعت گردشگری در ارومیه عموماً به دلیل اتکای بیش از حد و بی دردرس به درآمدهای نفتی در حاشیه قرار گرفته است. هم چنین طرح های توسعه گردشگری در ارومیه، بیشتر بر روی تعداد گردشگری خارجی به ارومیه تمرکز می کنند و کمتر به عوامل موثر بر ورود این نوع گردشگر مثل توسعه زیرساختی، سیاست های کلی حکومت ها، رسانه و تبلیغات و شرایط سیاسی - اجتماعی حاکم بر جامعه توجه می کنند. به طور کلی توسعه پایدار گردشگری در ارومیه دارای نواقص مثل: (الف) فقدان جامعیت و یکپارچه سازی، (ب) عدم هماهنگی بین و در میان نهادهای مرتبط، (ج) عدم تمرکززدایی همراه با تمایل به استفاده از منافع حکومت مرکزی و (د) فقدان چشم انداز محلی می باشد.

در نهایت، برای توسعه گردشگری در ارومیه، اتخاذ یک چشم انداز جامع با توجه به هر دو سطح خرد و کلان پیشنهاد می شود. در سطح کلان، باید به بالا بردن اولویت توسعه گردشگری در درازمدت، سیاست - های توسعه ملی، توجه بیشتر به برنامه ریزی، هماهنگی و نظارت و بهبود زیرساخت های مورد نیاز برای توسعه گردشگری، توان مندسازی مسئولان محلی به منظور اجتناب از بوروکراسی و سرمایه گذاری، توجه بیشتری شود. هم چنین در سطح خرد، جوامع محلی باید در تصمیم گیری برای منطقه خود مشارکت بیشتری داشته باشند، آگاهی آنها از اثرات مثبت و منفی گردشگری (از طریق رسانه های جمعی، آموزش و پرورش، کارگاه ها و غیره) افزایش یابد. هم چنین مردم فرصت بالا بردن صدای خود را، در صورت نیاز، از طریق تقویت نهادهای مدنی داشته باشند. تبلور یافتن گردشگری به عنوان یک نیاز، تبدیل شدن آن به عنوان بزرگترین صنعت خدماتی دنیا و تخصصی شدن گردشگری این فرصت را فراهم آورده تا با بهره جستن از منافع حاصل از گردشگری به سمت توسعه پایدار حرکت نماییم. اما مسلماً این کار بدون شناسایی عوامل تاثیر گذار و برنامه ریزی امکان پذیر نخواهد بود. نتایج آزمون فرضیات مبین این است، که کارشناسان و گردشگران معتقدند مهمترین عوامل شناسایی موانع و ظرفیت های اقتصاد گردشگری (صنعت پاک) در شهر ارومیه و ارائه راهکارهای سیاسی آن نقش تدوین و تغییر بودجه در گردشگری ارومیه است " و بین ضعف بازاریابی و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری، بین ضعف امکانات زیربنایی و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در ارومیه رابطه مستقیم و معنی دار وجود دارد، همچنین وجود رابطه مستقیم و معنی دار بین تعدد مراکز تصمیم گیری و فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری شهر ارومیه فقط از دیدگاه پاسخگویان تایید گردید.

## پیشنهادات

- ۱) با توجه به اینکه کشور ایران جزء کشورهای تک محصولی می باشد و درآمد آن متکی به نفت می باشد می توان با گسترش صنعت گردشگری در ایران این کشور را از تک محصولی بودن خارج کرد و درآمدهای دولت نیز افزایش می یابند. از طرفی هم قسمتی از درآمدها صرف تولید و اشتغال شده و منجر به رشد اقتصادی می شود.
- ۲) با تربیت نیروی انسانی متخصص می توانیم فرهنگ کشورمان را برای گردشگران بازگو کرد و اعتماد آنها را کسب و سرمایه های خارجی را جذب کرد و با این سرمایه ها تولید را گسترش و رشد اقتصادی کشور را بالا برد.
- ۳) تدوین برنامه جامع توسعه گردشگری
- ۴) تلاش در جهت جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی و ایجاد انگیزه لازم در خصوص سرمایه گذاری شرکت های چند ملیتی در بخش های مختلف گردشگری.
- ۵) تشویق سرمایه گذاری در بخش گردشگری با اعطای تسهیلات کم بهره و بلندمدت و معافیت های مالیاتی برای بخش خصوصی که از این طریق رشد اقتصادی افزایش می یابد.
- ۶) توجه به زیرساخت ها و امکانات لازم برای توسعه گردشگری
- ۷) افزایش سهم بخش خصوصی از کل اعتبارات، توسعه بازارهای بورس و اوراق قرضه و استفاده از ابزارهای متنوع و پیشرفته مالی.

## منابع

- آلبوالدی، ابتسام، (۱۳۹۷)، "بررسی و نقش گردشگری در راستای توسعه پایدار شهری"، پنجمین کنفرانس ملی مهندسی عمران، معماری و توسعه شهری.
- آلبوالدی، ابتسام، (۱۳۹۷)، بررسی وضعیت نورپردازی و روشنایی پارک های شهری (نمونه موردی: منطقه ۴ اهواز)، استاد راهنما: دکتر سعید امان پور، پایان نامه کارشناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
- امان پور، سعید، آلبوالدی، ابتسام، (۱۳۹۷)، "نورپردازی و روشنایی در پارک های شهری با استفاده از مدل SWOT (نمونه موردی: منطقه ۴ اهواز)"، همایش جامع بین المللی مهندسی عمران، معماری و شهرسازی ایرانی اسلامی.
- بذرافشان، جواد، بامری، علی، (۱۳۹۷)، "بررسی و تحلیل وضعیت گردشگری خلاق در شهر زاهدان"، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، سال ۸، شماره ۳۱.
- پناهی و همکاران، (۱۳۹۷)، "قابلیت سنجی توسعه گردشگری ورزشی در استان آذربایجان شرقی"، نشریه علوم تربیتی و روانشناسی.
- جوانمردی و همکاران، (۱۳۹۷)، "شناسایی استراتژی های توسعه پایدار صنعت گردشگری ایران با استفاده از تکنیک سوات و ارائه راهکارهای مناسب"، نشریه بررسی های بازرگانی.
- خیرخواهان، مجتبی، (۱۳۹۳)، "شناسایی پتانسیل های گردشگری کوه رنگ و ارائه راهکارهای مناسب جهت توسعه گردشگری منطقه"، فصلنامه جغرافیایی سپهر.
- دنیا دیده، سیما، (۱۳۹۸)، "نقش توان مندی ها و زیرساخت های گردشگری در توسعه گردشگری مدرن و پویایی اقتصادی با تاکید بر نقش متغیرهای سیستمی به ویژه هتل ها و اقامتگاه ها"، فصلنامه علمی پژوهشی نگرش ها نو در جغرافیای انسانی.
- رباط انارکی، (۱۳۹۵)، برنامه ریزی راهبردی گردشگری خلاق (نمونه موردی: شهر نایین)، استاد راهنما: دکتر محمود محمدی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر اصفهان، دانشکده معماری و شهرسازی.
- زال و همکاران، (۱۳۹۷)، "گردشگری خلاق، ابزاری برای توسعه شهری (مطالعه موردی: کلان شهر تبریز)"، پژوهش های جغرافیایی برنامه ریزی شهری، دوره ۶، شماره ۴.
- شیر افکن لمسو و معصوم زاده، (۱۳۹۶)، "تاثیرات توسعه گردشگری ورودی در تولید و اشتغال بخش های اقتصادی، رهیافت تحلیل مسیر ساختاری"، فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه.
- شیرازی و همکاران، (۱۳۹۸)، "شناسایی اثرات گردشگری و نقش آن در توسعه شهری کاشان، فصلنامه مطالعات شهری.
- فیروزی، محمدعلی، گودرزی، مجید، زارعی، رضا و عبدالمطلب اکبری، (۱۳۹۲)، "ارزیابی توان اکولوژیک منطقه نمونه گردشگری سد شهید عباسپور با تأکید بر توسعه پایدار گردشگری"، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی سال سیزدهم، شماره ۲۸.
- قربانی و همکاران، (۱۳۹۲)، "ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری"، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری سال هشتم، شماره ۲۴.
- گودرزی و همکاران، (۱۳۹۲)، "ارزیابی توان اکولوژیک منطقه نمونه گردشگری سد شهید عباسپور با تأکید بر توسعه پایدار گردشگری"، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی.
- گودرزی، مجید، تقوایی، مسعود و علی زنگی آبادی، (۱۳۹۲)، "بررسی و ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری پزشکی در کلان شهر شیراز"، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری سال هشتم شماره ۲۳.
- گودرزی، مجید، تقوایی، مسعود و علی زنگی آبادی، (۱۳۹۲)، "توسعه گردشگری پزشکی داخلی در شهر شیراز"، مدیریت اطلاعات سلامت، دوره یازدهم، شماره ی چهارم.

- گودرزی، مجید، تقوایی، مسعود، (۱۳۹۵)، "تدوین و اولویت بندی راهبردهای توسعه گردشگری پزشکی (مطالعه موردی: کلان شهر شیراز)", نشریه پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال هفتم، شماره بیست و چهارم.
- گودرزی، مجید، ملایی، مریم و فاطمه نیکوین بروجنی، (۱۳۹۵)، "تحلیلی بر فضاهای گردشگری در شهرهای جدید با رویکرد احساس امنیت زنان (مطالعه موردی: شهر جدید بهارستان)", فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، سال ۶، شماره ۲۲.
- محمدی، جمال، ضرابی، اصغر، فیروزی، محمدعلی و مجید گودرزی، (۱۳۹۰)، "برنامه ریزی توسعه گردشگری با استفاده از مدل SWOT (مطالعه موردی: شهرستان نورآباد ممسنی)", مجله علمی تخصصی برنامه ریزی فضایی، سال اول، شماره دوم.
- میرحسینی، سید ابوالقاسم، (۱۳۹۶)، "شناسایی و اولویت بندی شاخص ها و معیارهای گردشگری پایدار طبیعی در مناطق بیابانی (مطالعه موردی: استان یزد)", فصلنامه علمی - پژوهشی جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای)، سال ۷، شماره ۴.
- نجفی پور و همکاران، (۱۳۹۸)، "مدیریت بحران در صنعت گردشگری"، انتشارات ندای کار آفرین.
- ورفی نژاد، ژیل، (۱۳۹۵)، "تحلیل تأثیرات پتانسیل های گردشگری در شکل گیری شهر خلاق (مطالعه موردی: شهر کرمانشاه)", استاد راهنما: دکتر محسن شاطریان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، گروه جغرافیا و اکوتوریسم.
- Deng, Jinyang, Brianking & Ithomas Bauer(2004): Evaluatig natural attractions for tourism, Annals of Tourism Research, Vol.29, Issue2: 422438.
- Grodach, Car. (2017). "Urban cultural policy and creative city making". Cities, 68, 82-91.
- Leng, K. S. Badarulzaman, N, Samat, N. & Sheikh D, S. R (2014). "Capitalising on urban cultural resources for creative city development: A conceptual review and the way forward for Malaysia's George Town". Malaysian Journal of Society and Space, 10(5), 20-29.
- Ross, David, Saxena, Gunjan, Correia, Fernando, Deutz, Pauline(2017), Archaeological tourism: A creative approach, Annals of Tourism Research 67, Pages 37 47.