

علوم و تکنولوژی محیط زیست، دوره بیست و چهارم، شماره پنج، مردادماه ۱۴۰۱ (۳۱-۱۹)

تعیین استراتژی‌های توسعه اکوتوریسم (مطالعه موردی: حوزه آبخیز شش رودبار استان مازندران)

مونا نهتانی^۱

قربان وهابزاده^{۲*}

gh.vahabzadeh@sanru.ac.ir

سید رمضان موسوی^۳

تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۱/۸

تاریخ دریافت: ۹۶/۹/۱۸

چکیده

زمینه و هدف: امروزه گردشگری و توسعه آن مورد توجه بسیاری از جوامع و دولت‌ها قرار گرفته و در حال حاضر یکی از پردرآمدترین بخش‌های اقتصاد جهانی می‌باشد. استان مازندران یکی از استان‌هایی که سالانه پذیرای گردشگران زیادی در سطح ملی و بین‌المللی است. وجود آب و هوای مناسب، منابع طبیعی بکر، جنگل‌ها و دریاچه خزر پتانسیل‌های طبیعی و با ارزشی است که این مهم را ارتقاء می‌دهد.

روش بررسی: در پژوهش حاضر پتانسیل‌ها و قابلیت‌های توسعه اکوتوریسم در منطقه شش رودبار واقع در شهرستان سوادکوه استان مازندران با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی، مطالعات میدانی انجام شد، تهیه و تکمیل پرسشنامه توسط افراد بومی و کارشناسان اداره گردشگری و کتابخانه‌ای شناسایی گردید. سپس با استفاده از مدل ترکیبی تحلیل استراتژیک SWOT و مدل برنامه‌ریزی استراتژیک QSPM نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها تهیه و اولویت بندی شدند. در نهایت استراتژی‌های توسعه اکوتوریسم در منطقه بدست آمد.

یافته‌ها: یافته‌های حاصل نشان داد که در منطقه مورد مطالعه تعداد ۲۸ نقطه قوت و فرصت به عنوان امکانات و مزیت‌ها و ۱۹ نقطه ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگناها دارد و نشان از توان بالای منطقه در توسعه اکوتوریسم و جذب گردشگر دارد.

بحث و نتیجه گیری: بر اساس جدول ماتریس مدل SWOT و مجموع امتیاز وزن دار هر کدام از استراتژی‌ها چنین نتیجه می‌شود که استراتژی‌های تهاجمی (SO) که بیشتر به نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی توجه دارند به عنوان استراتژی‌های بهینه در توسعه صنعت توریسم در منطقه شش رودبار باید مد نظر قرار بگیرند.

واژه‌های کلیدی: توسعه اکوتوریسم، فرصت‌ها، تهدیدها، QSPM، منطقه شش رودبار.

۱ - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد رشته آبخیزداری دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری.

۲ - دانشیار گروه آبخیزداری دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری. * (مسوول مکاتبات)

۳ - استاد یار گروه آبخیزداری دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری.

Definition of Ecotourism Development Strategies (Case Study: Shesh Roudbar Basin, Mazandaran Province)

Muna Nohtani¹

Ghorban Vahabzadeh² *

gh.vahabzadeh@sanru.ac.ir

Seyed Ramzan Mousavi³

Admission Date: January 27, 2021

Date Received: December 9, 2017

Abstract

Background and Objective: Today, tourism and its development have attracted for of many societies and governments and are now one of the most profitable sectors of the global economy. Mazandaran Province is one of the provinces that annually accept many tourists nationally and internationally. The existence of suitable climate, pristine natural resources, forests and the Caspian Sea have natural and valuable potential to upgrade this.

Material and Methodology: In this research, the potentials and capabilities of ecotourism development in Shash Rudbar region, located in Savadkuh city of Mazandaran province, were performed using descriptive-analytical method and field studies. The questionnaire was prepared and completed by local people and experts from the Tourism and Library Department. Then, using the combined strategy of strategic analysis of SWOT and the QSPM strategic planning model, the weaknesses, strengths, opportunities and threats were prepared and prioritized. Ultimately, ecotourism development strategies were developed in the region.

Findings: The results showed that in the study area there are 28 strengths and opportunities as facilities and advantages and 19 weaknesses and threats as constraints and bottlenecks and indicate the high ability of the region to develop ecotourism and attract tourists.

Discussion and Conclusion: According to the matrix table of the SWOT model and the total weighting factor of each of the strategies, it follows that aggressive strategies (SO) that focus more on internal strengths and external opportunities as optimal strategies In the development of tourism industry in the area of six Roodbar should be considered.

Key words: ecotourism development, Opportunities, Threats QSPM, Shosh Roudbar.

1- M.S of watershed management group , Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University .

2- Associate Professor of watershed management group, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University. * (Corresponding Author)

3- Assistant Professor of watershed management group, Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University.

مقدمه

گردشگری یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های عصر حاضر است که زندگی بشر امروزی را با اعمال تغییراتی در اوضاع اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی دگرگون نموده است. در سراسر جهان گردشگری به عنوان یک ابزار جهت کسب منافع اقتصادی برای یک کشور یا منطقه‌ای خاص مورد توجه قرار گرفته است (۱). امروزه صنعت گردشگری به اندازه‌ای در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها اهمیت پیدا کرده است که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند (۲) و به لحاظ درآمدزایی فراوان آن، بسیاری از کشورهای جهان را بر آن داشته است که سرمایه‌گذاری بیشتری را به این بخش اختصاص دهند (۳) بطوریکه این صنعت به پدیده‌ای تأثیرگذار در اقتصاد جهانی تبدیل شده است (۴ و ۵) و به عنوان بزرگ‌ترین صنعت خدماتی دنیا، اهمیت روزافزون یافته است. بسیاری از کشورهای پیشرفته و حتی کشورهای در حال توسعه، گردشگری را در اولویت‌های اول اقتصادی خود قرار داده و با برنامه‌ریزی‌های خردمندانانه، توانسته‌اند سهم بالایی از بازار جهانی گردشگری را به خود اختصاص دهند (۶). توسعه این صنعت برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه‌اند، اهمیت فراوانی دارد (۷) که می‌تواند به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی مورد توجه باشد (۸) و گردشگری در شمار بزرگترین فعالیت‌های اقتصادی دنیا بوده و دارای رشد سریعی می‌باشد. بررسی وضعیت صنعت گردشگری در ایران بیانگر آن است که ایران کمتر از یک هزارم درآمد جهانی حاصل از گردشگری را نصیب خود کرده است. در این بین، اکوتوریسم که گرایشی نوین در صنعت گردشگری است، ۷ درصد کل درآمد حاصل از سفرهای برون مرزی را تشکیل داده و نرخ رشد سالانه این فعالیت بین ۱۰ تا ۳۰ درصد است، در حالیکه نرخ رشد سالانه گردشگری به طور کلی حدود ۴ درصد در سال است (۱۰). اکوتوریسم شاخه‌ای از گردشگری است که می‌تواند توان بالقوه طبیعی و ویژگی‌های فرهنگی را به سرمایه‌های بالفعل تبدیل کند. بدیهی است بدون آگاهی و

شناخت پتانسیل‌ها و توان‌های بالقوه و بالفعل هر منطقه، امکان برنامه‌ریزی و پیش‌بینی وجود نخواهد داشت (۱۱). بخش بسیار مهمی از فعالیت‌های جهانگردی در دنیا مبتنی بر بهره‌مند شدن از طبیعت است که امروزه گردشگری طبیعی نام گرفته است. در فعالیت‌های مربوط به گردشگری طبیعی افراد یا گروه‌های جهانگرد با هدف بهره‌گیری از زیبایی‌های طبیعی و جلوه‌های حیرت‌انگیز خلقت، به رشته کوه‌های مرتفع، کوهستان‌ها، کوهپایه‌ها، جنگل‌ها، صحرایا و دریاها عمیق سفر می‌کنند (۱۲). فعالیت‌های گردشگری مبتنی بر اکوتوریسم، با ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمدی می‌تواند منافع اقتصادی بی‌شماری را به‌طور مستقیم و غیرمستقیم متوجه جوامع محلی میزبان و ساکنان آن‌ها نماید و با آثار چند برابری خود به رشد و توسعه اقتصاد محلی کمک کند (۱۳). سازمان جهانی گردشگری (WTO) تعداد گردشگران در سال ۲۰۰۰ را نزدیک به ۷۰۰ میلیون نفر تخمین زده و پیش‌بینی می‌کند که در سال ۲۰۲۰ به بیش از ۱/۶ میلیارد نفر در سال برسد که درآمد حاصل از آن به حدود دو هزار میلیارد دلار در سال خواهد رسید. شناخت پتانسیل‌ها و امکانات موجود در هر منطقه می‌تواند در مسیر توسعه قرار گیرد و اولین قدم برای توسعه یک منطقه، توسعه اقتصادی آن است. با توجه به اینکه هدف عمده اکوتوریسم و گردشگری تولید درآمد و جذب سرمایه برای منطقه است، نقش راهبردی و کلیدی در توسعه خواهد داشت (۱۴). در میان مدل‌های تدوین استراتژی، مدل SWOT کارآمدترین مدل در تدوین استراتژی صنعت گردشگری می‌باشد (۱۵). این مدل امکان بررسی عوامل و مقایسه‌ها، تنگناها و تهدیدها، جنبه‌های آسیب‌زننده، فرصت‌ها، تقاضاها و موقعیت‌های محیط بیرونی را همراه با نقاط قوت و ضعف راهبرد به وجود می‌آورد (۱۶). این مدل بر این منطق استوار است که استراتژی اثربخش، قوت‌ها و فرصت‌ها را حداکثر کند، در حالیکه ضعف‌ها و تهدیدهای آن را به حداقل می‌رساند (۱۷). این روش که در برنامه‌ریزی استراتژیک استفاده می‌گردد، همه عوامل محیطی تأثیرگذار

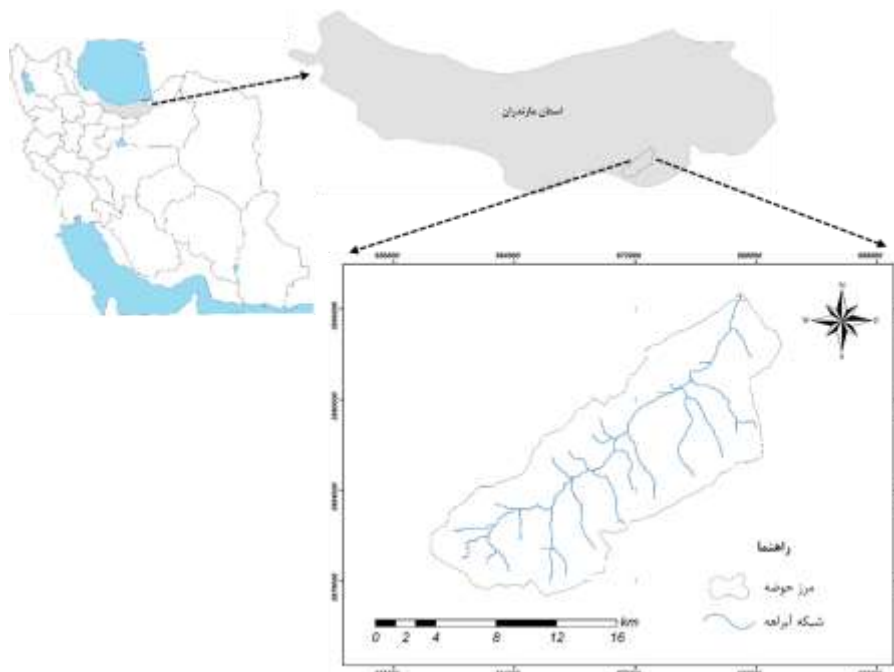
تهدیدها از دیدگاه مشارکت کنندگان و افراد ذینفع در امر گردشگری با استفاده از تکنیک SWOT می‌تواند مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد تا در نهایت راهبردها و راهکاری مناسب جهت نیل به توسعه پایدار گردشگری ارائه گردد (۲۳). استان مازندران هر ساله پذیرای گردشگران زیادی از سایر استان‌های کشورمان و دیگر مناطق دنیا می‌باشد که لازم است مکان‌های تفریحگاهی و جاذبه‌های طبیعی مناطق مختلف این استان شناسایی و معرفی گردد. هدف این تحقیق شناسایی پتانسیل‌های منطقه شش رودبار واقع در شهرستان سوادکوه استان مازندران می‌باشد که با استفاده از تکنیک SWOT نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها بدست آمده و ضمن تعیین استراتژی‌های توسعه اکوتوریسم به اولویت بندی آنها می‌پردازد.

روش بررسی

منطقه مورد مطالعه

حوضه شش رودبار در شهرستان سوادکوه، استان مازندران با مختصات جغرافیایی $40^{\circ} 46' 52''$ تا $40^{\circ} 58' 52''$ طول شرقی و $39^{\circ} 39' 58''$ تا $36^{\circ} 05' 40''$ عرض شمالی قرار دارد. شهرستان سوادکوه یکی از شهرستان‌های استان مازندران است که از چهار شهر شیرگاه، زیرآب، پل سفید و آلاشت تشکیل گردیده و حدود ۲۰۷۸ کیلومتر مربع مساحت دارد. منطقه شش رودبار شامل ارتفاعات جنوبی حوزه رودخانه چرات و ارتفاعات شمالی حوزه رودخانه شش رودبار که با جهت جنوب غرب به شمال شرق می‌باشد. کمترین و بیشترین ارتفاع حوزه به ترتیب ۶۳۰ و ۳۳۴۰ متر می‌باشد. مساحت حوزه ۲۰۱ کیلومتر مربع می‌باشد. شش رودبار منطقه‌ای کوهستانی با پوشش جنگلی کم نظیر هیرکانی و مراتع غنی ییلاقی می‌باشد. از جمله گونه‌های گیاهی منطقه عبارتند از: راش، بلند مازو، ممرز، پلت، شیردار و نمدار. متوسط بارندگی سالانه این منطقه ۷۳۳/۵ میلی‌متر، دمای آن ۱۶/۸ درجه سانتیگراد و تبخیر و تعرق آن برابر ۹۸۵/۳ میلی‌متر است. این منطقه از نظر آب و هوایی جزو مناطق سرد کوهستانی محسوب می‌شود.

محیط عملیاتی را تشخیص داده (۱۸) و آنها را مورد تحلیل قرار داده و استراتژی‌های متناسب را منعکس می‌کند (۱۹ و ۲۰). در مطالعه‌ای دیگر، تعیین راهبردهای توسعه اکوتوریسم استان کردستان با استفاده از مدل SWOT و QSPM پرداخته شد. نتایج تحقیق آنان نشان داد که در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (نقاط ضعف و قوت)، جمع نمره نهایی ۲/۴۳ بدست آمد که بیانگر کمتر بودن نقاط قوت از نقاط ضعف است. همچنین ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (تهدید و فرصت) با مجموع امتیاز ۲/۹۱ نشان دهنده آن است که در وضعیت موجود، می‌توان با تقویت فرصت‌ها در مقابل تهدیدها، واکنش راهبردی مناسبی نشان داد. بنابراین راهبرد ST بهترین راهبرد جهت حرکت به سمت توسعه مطلوب اکوتوریسم در کردستان محسوب می‌شود (۲۱). همچنین راهبردهای مناسب جهت توسعه طبیعت گردی پایدار در تالاب گندمان استان چهارمحال و بختیاری را با استفاده از مدل‌های SWOT، AHP و ANP مورد بررسی قرار داده شد. نتایج تحقیق آنان نشان داد که در مجموع ۴۵ نقطه قوت و فرصت با امتیاز ۴/۱۹ به عنوان مزیت و ۴۷ نقطه ضعف و تهدید با امتیاز وزنی ۳/۲۱ به عنوان محدودیت‌های توسعه طبیعت گردی این تالاب وجود دارد. در ادامه، ایشان متناسب با نتایج مدل SWOT، به ارائه شش استراتژی برای هر کدام از استراتژی‌های چهارگانه (WT، WO، ST، SO) اقدام نمود که در نهایت با اولویت بندی با استفاده از مدل AHP و ANP استراتژی SO، اولویت نخست، WT، اولویت دوم، WO اولویت سوم و نهایتاً ST اولویت چهارم را به خود اختصاص داد (۲۲). در کشور سریلانکا، با استفاده از ترکیب مدل SWOT و AHP به برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی توریسم و احیای گردشگری پرداخته شد. نتایج تحقیق آنان نشان داد که ارتباط فعال و فعالیت‌های تبلیغاتی بهترین استراتژی‌های بازاریابی مؤثر در احیای گردشگری است. شناخت پتانسیل‌ها و محدودیت‌های اکوتوریسم می‌تواند تأثیر سازنده‌ای بر برنامه‌ریزی مناسب بطور عام و خاص برای هر منطقه داشته باشد. نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و



شکل ۱- موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه در استان مازندران و کشور

Figure 1. Geographical location of the study area in Mazandaran province and the country

روش تحقیق

آبخیز مورد نظر که ۲۰۰۰ نفر برآورد شده است، تعداد پرسشنامه مورد نیاز با سطح اعتماد ۹۵ درصد حدوداً تعداد ۳۲۲ نمونه پرسشنامه در نظر گرفته شد. جهت عملیات میدانی پرسشنامه، از ساکنین بومی، کارشناسان منابع طبیعی آشنا به منطقه، کارشناسان گردشگری و اساتید متخصص در زمینه گردشگری، مصاحبه بعمل آمد و پس از توزیع پرسشنامه و جمع آوری و تحلیل نتایج آن ماتریس‌های مربوط به آن از جمله ماتریس ارزیابی عوامل خارجی، ماتریس عوامل داخلی و ماتریس تلفیق عوامل داخلی و خارجی، ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی QSPM بدست آمد. سپس با توجه به میزان اهمیت و حساسیت هر عامل، با مقایسه این عوامل با یکدیگر، ضریب اهمیتی بین صفر تا یک (۰-۱) به آن عوامل تعلق می‌گیرد. سپس بر حسب کلیدی بودن عامل به ترتیب رتبه ۴ یا ۳ (به فرصت‌ها) و رتبه ۲ یا ۱ (به تهدیدها) اختصاص داده می‌شود. از حاصل ضرب حساسیت هر عامل در رتبه آن امتیاز وزنی آن بدست آمد. چنانچه جمع کل امتیاز نهایی در این ماتریس بیش از ۲/۵ بود، بدین معنی است که طبق پیش

این تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی بوده و داده‌ها از طریق بررسی‌های اسنادی و مطالعات کتابخانه‌ای، عملیات میدانی و مراجعه به سازمان‌ها و ادارات ذیربط گردآوری و با توجه به اطلاعات بدست آمده است. در مطالعات میدانی از مناطق تاریخی و مذهبی و رخساره‌های ژئومورفولوژیکی و زمین‌شناختی، عکسبرداری انجام شد، جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل ترکیبی تحلیل استراتژیک SWOT و مدل برنامه‌ریزی استراتژیک کمی QSPM استفاده شده که به این منظور، عوامل محیط داخلی (نقاط قوت و ضعف) و محیط خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) منطقه مورد مطالعه و اطلاعات از گردشگران، کارشناسان مرتبط با گردشگری در حوزه (به عنوان جامعه میزبان) به وسیله پرسشنامه جمع آوری گردید و با وزن‌دهی به موارد، به تکمیل ماتریس SWOT اقدام گردید. جهت تهیه پرسشنامه، ابتدا حجم نمونه و جامعه هدف مورد نظر، و با توجه به روش‌های موجود از قبیل (روش حد نصاب کوکران، جدول مورگان و روش قضاوت شخصی) از روش جدول کریجکی و مورگان استفاده گردید. با توجه به جمعیت حوزه

مناسب جهت پتانسیل یابی گردشگری در حوزه مورد مطالعه بدست آمد و با توجه به مجموع امتیازات بهترین استراتژی برای منطقه انتخاب گردید.

یافته ها

با انجام مطالعات میدانی و کتابخانه‌ای، تهیه پرسشنامه از مردم محلی، گردشگران و کارمندان ادارات و سازمانهای ذیربط در قالب تکنیک برنامه‌ریزی SWOT عوامل چهارگانه ماتریس شامل فرصت‌ها، تهدیدهای محیط خارجی و نقاط قوت و ضعف داخلی تعیین شدند. در ادامه با استفاده از پرسشنامه‌های تهیه شده که با نظریه مردم محلی، مسافران و کارشناسان اداره کل گردشگری و کارشناسان منابع طبیعی آشنا به منطقه و اساتید متخصص در زمینه گردشگری استان مازندران تکمیل گردید، اقدام به وزنی‌دهی، تعیین امتیاز و اولویت‌بندی عوامل داخلی و خارجی که نتایج آنها برای منطقه مورد نظر در جدول ۱ تا ۳ ارائه شده است.

بینی‌ها، فرصت‌های پیش‌رو، بر تهدیدها غلبه خواهند کرد و اگر این امتیاز کمتر از ۲/۵ بود، غلبه تهدیدها بر فرصت‌ها تلقی خواهد شد. در راستای ارائه استراتژی‌های کلان بر اساس قاعده معمول، چنانچه میانگین کل امتیازات تهدیدها و ضعف‌ها کمتر از کل امتیازات فرصت‌ها و قوت‌ها باشد (WT<SO)، استراتژی کلان از نوع استراتژی تهاجمی خواهد بود، چنانچه میانگین کل امتیازات تهدیدها و ضعف‌ها بیشتر از میانگین کل امتیازات فرصت‌ها و قوت‌ها باشد (WT>SO)، در این صورت استراتژی از نوع تدافعی خواهد بود. WT و SO به ترتیب از روابط ۱ و ۲ قابل محاسبه می‌باشند.

$$SO = \sum S + \sum O \quad (1)$$

به عبارتی WT شامل مجموع امتیازات وزن‌دار ضعف‌ها و تهدیدها، و SO شامل مجموع امتیازات وزن‌دار نقاط قوت و فرصت‌ها می‌باشد. در نهایت با تشکیل ماتریس SWOT راهبردها و استراتژی‌های چهارگانه (ST، WO، WT، SO)

جدول ۱- ماتریس عوامل محیط خارجی (EFE) و محیط داخلی (IFE) در حوزه منطقه شش رودبار

Table 1- Matrix of external environment factors (EFE) and internal environment (IFE) in the area of Shash Rudbar region

تهدیدها (T):	فرصت‌ها (O):
T _۱ : دگرگونی در ساختار اجتماعی منطقه	O _۱ : اشتغالزایی و ایجاد درآمد در منطقه و بکارگیری فارغ التحصیلان منابع طبیعی
T _۲ : افزایش قیمت زمین و بورس بازی‌های اراضی بواسطه بالا رفتن ساخت ساز ویلا و سوئیت‌ها	O _۲ : توسعه امکانات ساختاری و زیربنایی اقامت گردشگران و بهبود خدمات بهداشتی به گردشگران
T _۳ : تغییر کاربری اراضی	O _۳ : شرایط مناسب برای احداث اکوکمپ‌ها، اکو پارک و ژئوپارک در منطقه
T _۴ : افزایش مشکلات و مسائل زیست محیطی	O _۴ : ایجاد فرصت‌های مناسب برای مردم محلی در جهت درک حفاظت از ارزش‌های منابع طبیعی منطقه و تلاش آنها در جهت افزایش جذابیت‌های منطقه به منظور افزایش تعداد گردشگران
T _۵ : تأثیر گذاشتن فرهنگ گردشگران بر روی فرهنگ بومی منطقه و برعکس	O _۵ : بالا بودن میزان امنیت
T _۶ : افزایش هزینه‌ها در بخش تعمیر و حفاظت راه‌های منطقه	O _۶ : قابلیت تبدیل و شناساندن منطقه به عنوان قطب گردشگری در استان و کشور
T _۷ : زوال جاذبه‌های توریستی در اثر بی‌توجهی به منابع طبیعی	O _۷ : سهولت دسترسی و قرار گیری در محور مواصلاتی استان تهران و مازندران
T _۸ : از بین رفتن فرهنگ سنتی مردم منطقه	
T _۹ : ناتوانی در برنامه ریزی گردشگری	

	<p>0۸ : سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در جهت رفاه گردشگران و ایجاد مراکز تفریحی</p>
<p>نقاط ضعف (W):</p> <p>W۱ : عدم سرمایه‌گذاری‌ها در بخش ژئوتوریسم و نبود هیچ‌گونه امکانات در این رابطه در حوزه</p> <p>W۲ : نبود فضای کافی در اماکن مذهبی جهت برپا کردن چادرهای مسافرتی گردشگران</p> <p>W۳ : برخورداری از آب و هوای سرد در اواخر پاییز و زمستان و امکان وقوع سرمازدگی، مه غلیظ و در برخی نقاط ریزش سنگ در جاده‌ها</p> <p>W۴ : عدم تبلیغات مناسب جهت معرفی پتانسیل‌های اکوتوریستی منطقه در استان و کشور</p> <p>W۵ : گستردگی سازندهای سخت در مناطق کوهستانی حوزه و نبود راه‌های مناسب دسترسی به بعضی جاذبه‌های طبیعی</p> <p>W۶ : نبود فضاهای اقامتی، تجهیزات و تأسیسات اولیه گردشگری از جمله هتل‌ها</p> <p>W۷ : کمبود سرویس‌های بهداشتی و عدم رسیدگی به سرویس‌های موجود در منطقه</p> <p>W۸ : بدون تجهیزات کوهنوردی صعود به غارهای صخره‌ای منطقه دشوار و سخت بوده</p> <p>W۹ : کمبود یا ضعف حمایت‌های دولتی جهت حمایت و تشویق بخش خصوصی گردشگری در منطقه</p> <p>W۱۰ : کمبود زیرساخت‌های محیطی و کالبدی گردشگری در منطقه</p>	<p>نقاط قوت (S):</p> <p>S۱ : وجود دره‌های عمیق آهکی مناسب برای ایجاد و احداث زیپ لاین</p> <p>S۲ : وجود گونه‌های گیاهی و جانوری و مستعد بودن برای برنامه ریزی طبیعت گردی</p> <p>S۳ : وجود اماکن مذهبی از جمله امامزاده‌ها به منظور توریسم مذهبی</p> <p>S۴ : آب و هوای معتدل و مطلوب در فصل‌های بهاری و تابستانی</p> <p>S۵ : رایگان بودن بازدید از مکان‌های طبیعت گردی منطقه</p> <p>S۶ : وجود زمینه لازم برای گردشگری گسترده با توجه به نزدیک بودن به مراکز شهری</p> <p>S۷ : وجود تونل‌های کم نظیر مربوط به معادن زغال‌سنگ</p> <p>S۸ : وجود دامنه‌های وسیع در پای کوه‌ها به منظور تأسیس ورزش‌های هوایی از جمله گلاید و پاراگلاید سواری</p> <p>S۹ : وجود صخره‌های آهکی با ارتفاع زیاد به منظور ورزش‌های صخره نوردی</p> <p>S۱۰ : امکان استفاده از غذاهای بومی و ماهیان تازه از طرح‌ها موجود در منطقه</p> <p>S۱۱ : شرایط مناسب برای برگزاری تورهای طبیعت گردی، کوه‌پیمایی و پیاده روی</p> <p>S۱۲ : برخورداری از منابع طبیعی بکر از جمله جنگل‌ها، مراتع، رودخانه‌ها و چشمه‌ها</p> <p>S۱۳ : عبور جاده آسفالتی از ابتدا تا انتهای حوزه</p> <p>S۱۴ : تنوع چشم اندازهای طبیعی موجود در منطقه</p> <p>S۱۵ : شرایط مناسب برای احداث کمپ‌های گردشگری، وجود خانه و ویلای اجاره‌ای در روستاهای منطقه</p> <p>S۱۶ : نبود هیچ گونه آلودگی هوایی از جمله ریزگردها</p> <p>S۱۷ : وجود حس مشارکت مردم محلی در طرح‌های توسعه گردشگری</p> <p>S۱۸ : وجود غارهای آهکی در حوزه به منظور ورزش غارنوردی</p> <p>S۱۹ : چشم اندازه‌های زیبا و جذاب حاصل از تنوع توپوگرافی</p> <p>S۲۰ : برخورداری از لندفرم‌ها</p>

داخلی و تعداد ۸ فرصت خارجی در برابر ۹ تهدید خارجی شناسایی و بررسی گردید. بدین ترتیب، مجموع تعداد ۲۸ نقطه

نتایج حاصل در جداول ۱ تا ۴ نشان می‌دهد که در منطقه مورد مطالعه، تعداد ۲۰ نقطه قوت داخلی در برابر ۱۰ نقطه ضعف

باشد. میتوان نتیجه گرفت که منطقه مورد نظر، پتانسیل بالایی در جذب گردشگر دارد.

قوت و فرصت به عنوان امکانات و مزیت‌ها و تعداد ۱۹ نقطه ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای پیش روی این منطقه در توسعه گردشگری و اکوتوریسم قابل شناسایی می‌-

جدول ۲- ضرایب وزنی و امتیاز نقاط قوت، ضعف و فرصت‌های ماتریس SWOT در منطقه مورد مطالعه

Table 2 . Weight coefficients and strengths, weaknesses and opportunities of SWOT matrix in the study area

اولویت	امتیاز وزن دار	امتیاز	وزن	کد عامل	اولویت	امتیاز وزن دار	امتیاز	وزن	کد عامل
۳	۰/۳۳	۳	۰/۱۱	w _۱	۱۰	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	S _۱
۲	۰/۴۴	۴	۰/۱۱	w _۲	۱۵	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	S _۲
۵	۰/۲۷	۳	۰/۰۹	w _۳	۱۹	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	S _۳
۱	۰/۴۵	۳	۰/۱۵	w _۴	۱	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	S _۴
۹	۰/۲۲	۲	۰/۱۱	w _۵	۹	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	S _۵
۶	۰/۲۷	۳	۰/۰۹	w _۶	۵	۰/۲۰	۴	۰/۰۵	S _۶
۴	۰/۳۳	۳	۰/۱۱	w _۷	۱۶	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	S _۷
۱۰	۰/۱۲	۲	۰/۰۶	w _۸	۲۰	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	S _۸
۸	۰/۲۴	۳	۰/۰۸	w _۹	۱۳	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	S _۹
۷	۰/۲۷	۳	۰/۰۹	w _{۱۰}	۱۸	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	S _{۱۰}
-	۲/۹۴	۲۹	۱	جمع	۷	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	S _{۱۱}
					۲	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	S _{۱۲}
۱	۰/۷۲	۴	۰/۱۸	O _۱	۱۴	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	S _{۱۳}
۵	۰/۳۰	۳	۰/۱۰	O _۲	۶	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	S _{۱۴}
۳	۰/۴۲	۳	۰/۱۴	O _۳	۳	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	S _{۱۵}
۴	۰/۳۰	۳	۰/۱۰	O _۴	۴	۰/۲۰	۴	۰/۰۵	S _{۱۶}
۸	۰/۲۰	۲	۰/۱۰	O _۵	۱۷	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	S _{۱۷}
۷	۰/۲۸	۲	۰/۱۴	O _۶	۱۱	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	S _{۱۸}
۲	۰/۵۶	۴	۰/۱۴	O _۷	۸	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	S _{۱۹}
۶	۰/۳۰	۳	۰/۱۰	O _۸	۱۲	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	S _{۲۰}
-	۳/۰۸	۲۴	۱	جمع	-	۳/۲۹	۶۵	۱	جمع

جدول ۳- ضرایب وزنی و امتیاز تهدیدهای ماتریس SWOT در منطقه مورد مطالعه

Table 3 . Weighting coefficients and scores of SWOT matrix threats in the study area

اولویت	امتیاز وزن دار	امتیاز	وزن	کد عامل
۸	۰/۱۴	۲	۰/۰۷	T _۱

۱	۰/۶۰	۴	۰/۱۵	T _۲
۲	۰/۵۱	۳	۰/۱۷	T _۳
۳	۰/۳۰	۳	۰/۱۰	T _۴
۷	۰/۲۰	۲	۰/۱۰	T _۵
۹	۰/۱۴	۲	۰/۰۷	T _۶
۴	۰/۳۰	۳	۰/۱۰	T _۷
۶	۰/۲۸	۲	۰/۱۴	T _۸
۵	۰/۳۰	۳	۰/۱۰	T _۹
-	۲/۷۷	۲۴	۱	جمع

تدوین برنامه ریزی توسعه توریسم در منطقه استراتژی تهاجمی خواهد بود.

بحث و نتیجه‌گیری

بدون شک بهره‌مندی از منابع و جاذبه‌های گردشگری موجود، در پیدایش و توسعه توریسم نقش اساسی را ایفاء می‌کند. به کارگیری مؤثر و کارآمد منابع طبیعی و جاذبه‌های گردشگری نیز مستلزم نگاهی همه جانبه و علمی به این مقوله می‌باشد. مقاصد گردشگری نیازمند سیاست‌گذاری‌ها، مدیریت و برنامه ریزی هستند، چرا که این منابع محدودند و خواسته‌ها برای بهره‌مندی از آنها نامحدود می‌باشد. در صورتی که برنامه‌ریزی و مدیریت مؤثری در زمینه استفاده از منابع و جاذبه‌های گردشگری وجود نداشته باشد، امکان استفاده از این منابع کاهش خواهد یافت. منابع و جاذبه‌های گردشگری هر منطقه در جذب گردشگران مختلف نقش مهمی دارند، که استفاده از این منابع اهمیت موضوع صنعت گردشگری در بخش‌های مختلف را آشکار می‌سازد. با توجه به اهمیت جهانی صنعت اکوتوریسم و ژئوتوریسم، استان مازندران و بویژه شهرستان سواد کوه به دلیل تنوع آب و هوایی، مراتع و جنگل‌های سرسبز، وجود دریاچه‌ها و رودخانه‌ها، مناطق حفاظت شده، وجود دیواره‌های صخره‌ای با شیب تند که نتیجه مقاومت سازندهای زمین شناسی در برابر عوامل فرسایش هستند، غارها، تنگ‌ها و دیگر اشکال ژئومورفولوژیک توانمندی‌ها و پتانسیل‌های بالایی برای توسعه

با توجه به منابع نظری و مطالعات به عمل آمده به منظور ارزیابی منابع موجود در حوزه شش رودبار جهت تعیین قابلیت پتانسیل گردشگری طبیعی یا اکوتوریسم از ماتریس SWOT و با استفاده از نظر سنجی مردم محلی و کارشناسان ظرفیت‌ها و محدودیت‌های حوزه مشخص گردید و راهبردهایی جهت توسعه صنعت توریسم در این حوزه ارائه گردید. با توجه به جدول ۱ تا ۲ آب و هوای معتدل و مطلوب در فصل‌های بهاری و تابستانی با کد S۴ و امتیاز وزن دار ۰/۲۸ به عنوان مهمترین نقطه قوت داخلی در رتبه نخست و برخورداری از منابع طبیعی بکر از جمله جنگل‌ها، مراتع، رودخانه‌ها و چشمه‌ها با کد S۱۲ و امتیاز وزن دار ۰/۲۴ در رتبه دوم می‌باشد. از طرفی عدم تبلیغات مناسب جهت معرفی پتانسیل‌های اکوتوریستی منطقه در استان و کشور با کد W۴ و با امتیاز وزن دار ۰/۴۵ به عنوان مهمترین عامل ضعف داخلی در منطقه می‌باشد. مهمترین فرصت خارجی توسعه اکوتوریسم و گردشگری در منطقه اشتغالزایی و ایجاد درآمد در منطقه با کد O۱ و با امتیاز وزن دار ۰/۷۲ بوده و مهمترین تهدید افزایش قیمت زمین و بورس بازی‌های اراضی بواسطه بالا رفتن ساخت ساز ویلا و سوئیت‌ها با کد T۲ و با امتیاز وزن دار ۰/۶۰ می‌باشد. با توجه به اینکه مجموع امتیازات وزن دار نقاط قوت و ضعف به ترتیب ۳/۲۹ و ۲/۹۴ و مجموع امتیازات وزن دار فرصت‌ها و تهدیدها نیز به ترتیب ۳/۰۸ و ۲/۷۷ بدست آمد. SO و WT را می‌توان محاسبه کرد که در این مطالعه SO برابر با ۶/۳۷ و WT برابر با ۵/۷۱ خواهد بود. بنابراین SO بیشتر از WT می‌باشد و استراتژی مورد نظر برای

۱- در استراتژی‌های تهاجمی می‌توان با استفاده از نقاط قوت داخلی، از فرصت‌های خارجی بیشترین استفاده را کرد.

تأثیرات منفی و آلودگی‌های زیست محیطی ناشی از گردشگری، بی‌توجهی به قوانین محیط زیست و تأثیرات سو فرهنگی و اجتماعی گردشگران بر منطقه می‌باشد. همچنین از جداول مربوط به امتیاز و وزن دهی عوامل داخلی و خارجی استنباط می‌شود که بدلیل برخورداری از آب و هوای معتدل و مطلوب و همچنین وجود منابع طبیعی بکر و جاذبه‌های طبیعی متنوع و توریستی منطقه مورد مطالعه و همچنین بالا بودن مجموع امتیازهای نقاط قوت نسبت به نقاط ضعف و فرصت‌ها نسبت به تهدیدات که بیان‌کننده بهترین موقعیت در مدل SWOT است، این منطقه پتانسیل بالایی در جذب گردشگرانی داخلی و خارجی دارد. مهمترین بخش‌های قابل گردشگری در این حوزه نیز شامل، روستاگردی، اکوتوریسم، ژئوتوریسم، ژئومورفوتوریسم، توریسم مذهبی و توریسم فرهنگی می‌باشد. از طرفی مهمترین ضعف منطقه در کمبود امکانات رفاهی - اقامتی، کمبود زیربنای مناسب برای اکوتوریسم و ژئوتوریسم، عدم تبلیغات مناسب و نبود مشارکت دولتی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی می‌باشد. با رفع ضعف‌ها و تمرکز بر روی نقاط قوت می‌توان در جهت ایجاد فرصت‌ها گام برداشت. مهمترین فرصتی که برای منطقه بوجود خواهد آمد اشتغالزایی و ایجاد درآمد بوده که امروزه با افزایش جمعیت به عنوان یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌های مردم محلی شناخته شده است و از مهاجرت روستائیان منطقه به شهرهای اطراف جلوگیری می‌کند. بنابراین ضرورت توسعه گردشگری و نهادینه کردن آن در حوزه آبخیز مورد نظر و تبدیل آن به قطب گردشگری در کنار سایر بخش‌های مرتبط با صنعت توریسم لازم و ضروری به نظر می‌رسد.

نارسایی خدمات زیربنایی، عدم برنامه ریزی و سیاست‌گذاری در زمینه توسعه اکوتوریسم از جمله مشکلاتی است که باید در حوزه آبخیز شش رودبار به آنها توجه کرد. با توجه به جداول عوامل داخلی و خارجی در جذب در حوزه مورد مطالعه می‌توان نتیجه گرفت که بایستی از منابع خدادادی و طبیعی موجود و با حفظ آنها در جهت توسعه اقتصادی و رفاه عمومی و توسعه پایدار منطقه گام برداشت. برنامه ریزی مراجع ذیربط گردشگری و مسئولین استانی بایستی در جهت کاهش برخی

این نوع از گردشگری و بالفعل رساندن توانایی‌های بالقوه استان در جذب گردشگر را دارد. حوزه آبخیز شش رودبار که در شهرستان سواد کوه واقع شده با داشتن رودخانه‌های دائمی، چشمه‌های فراوان، آب و هوای مطلوب و معتدل، مراتع بیلابیلی سرسبز و جنگل‌ها، اشکال ژئومورفیک و دیواره‌های با ارتفاع زیاد حاصل فرسایش، دشت‌های پایکوهی زیبا، چشم اندازهای روستاها و جاذبه‌های طبیعی دیگر پتانسیل لازم در جهت تبدیل به قطب گردشگری و محل تفریح و تفریح در این شهرستان و استان مازندران را دارد. بر اساس نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل مدل ماتریس SWOT، تعیین وزنی و اولویت بندی عوامل مؤثر در گردشگری حوزه در مجموع می‌توان بصورت زیر نتیجه گیری کرد. از جدول ماتریس مدل SWOT و مجموع امتیاز وزن دار هر کدام از استراتژی‌ها چنین نتیجه می‌شود که استراتژی‌های تهاجمی (SO) که بیشتر به نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی توجه دارند به عنوان استراتژی‌های پهنه در توسعه صنعت توریسم در حوزه آبخیز شش رودبار باید مد نظر قرار بگیرند:

۱- تهیه طرح جامع گردشگری با تأکید بر بازشناسی پدیده‌های ژئومورفیک و لندفرمها در منطقه

۲- تقویت سرمایه‌گذاری در بخش‌های محیط زیست و حفاظت از آن

۳- تقویت امکانات در اماکن مذهبی

۴- افزایش سرمایه‌گذاری با توجه به پتانسیل‌های منطقه

۵- تقویت راه‌های ارتباطی و استفاده از تابلوهای تبلیغاتی به منظور معرفی منطقه در محورهای مواصلاتی منطقه

۶- ایجاد و افزایش طرح‌های احداث کمپ‌های گردشگری، هتل‌ها، مجموعه‌های اقامتی و خانه‌های اجاره‌ای با قیمت مناسب با مشارکت مردم محلی

بنابراین برای رسیدن به توسعه اکوتوریسم پایدار در منطقه بهتر است ابتدا اولویت‌های راهبردهای تهاجمی در زمینه توسعه اکوتوریسم در منطقه مورد توجه قرار گیرد تا از طریق تهدیدات ناشی از اکوتوریسم نیز مرتفع گردد. بر اساس امتیاز وزن دار هر عامل مشخص گردید مهمترین تهدیدات در منطقه افزایش قیمت زمین، تخریب جنگل‌ها و مراتع و تغییر کاربری اراضی،

4. Ebrahimzadeh, I., AghasiZadeh, A., 2011, The Impact of Chabahar Free Zone on Tourism Development in its Influence Area Using Regression Model and T-Test, Journal of Geography and Development of Sistan University Balochistan, No. 21.(In Persian)
5. Beighi Firouzi, A., 2010. Development of Tourism Development Strategy of Lorestan Province Based on SWOT Analysis and Network Analysis Process (ANP). Master thesis, University of Sistan and Baluchestan, 2010: 95. (In Persian)
6. Ismailzadeh, H., 2014. Selection of Optimal Tourism Development Strategy Using SWOT Strategy Model (Case Study: Maragheh City). Journal of Environmental Education, No. 28, 172-149. (In Persian)
7. Badri, A., Rahmani, Kh., Sajadi Qidari, M., Hassanpour, O., 2011. Strategies for ecotourism development in Marivan city in 2011, Journal of Rural Researches, University of Tehran., Second year, No. 2, pp. 54-31. (In Persian)
8. Lee, T H., and Liu, R T., 2011. Strategy formulation for the recreational areas of Central Taiwan: An application of SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threat) analysis Journal of Hospitality Management and Tourism, Vol.2, No.3.
9. Tohid, F., 2011. Economic Impact of Tourism Industry, International Journal of Business and Management, vol 6, No.8.
10. Haji Nejad, A., Aghaei, v., 2013. Optimal Solutions for Ecotourism Development in Ardabil Province

نقاط ضعف و تهدیدهای بیان شده در فصل چهار باشد و نقاط قوت و فرصت‌های بوجود آمده را بایستی با کیفیت بالاتر ارتقاء داد. از طرفی مشارکت مردم محلی در ایجاد محیطی مناسب و همچنین حفاظت و حراست از جاذبه‌های گردشگری بایستی با برنامه ریزی و تبلیغات صحیح در نظر گرفته شود. البته در مورد مشارکت مردمی زمانی به نتیجه خواهیم رسید که تهدیدهای پیش رو کامل برداشته شود که در غیر اینصورت با زوال منابع دارای قابلیت جذب گردشگر در این عرصه پیشرفت چندانی نخواهیم کرد.

نتایج حاصل از نقشه‌های موقعیت جاذبه‌های طبیعی با قابلیت جذب گردشگر نشان می‌دهد می‌توان برای حوزه آبخیز شش رودبار دو سایت مربوط به فعالیت‌های گردشگری در منطقه احداث کرد که آن می‌تواند به کمک بخش خصوصی یا سرمایه گذاری دولتی انجام گیرد. موقعیت این سایت‌ها بر اساس وجود راه‌های دسترسی، وجود امکانات اولیه مانند برق، آب آشامیدنی، نزدیک بودن به غالب پدیده‌های طبیعی حوزه پیش بینی شده است که در شکل زیر موقعیت این دو سایت نشان داده شده و پیشنهاد می‌شود برای توسعه گردشگری در منطقه به آن توجه ویژه گردد. همچنین لازم به ذکر است نتایج بدست آمده با یافته‌های پژوهش یزدانی و همکاران (۲۴) همخوانی داشته و نشانگر کاربرد خوب مدل SWOT در خصوص تعیین استراتژی‌های گردشگری می‌باشد.

References

1. Eccles, G., 1995. Marketing, sustainable development and international tourism. International Journal of Contemporary Hospitality Management. Vol 7(7), Pp 20-26.
2. Shaw, G., and Williams, M A., 2004. Tourism and Tourism Space. London, SAGE Publications.
3. Tremblay, P., 2006. Desert Tourism Scoping Study, Desert Knowledge CRC, Report 12, Australia, Charles Darwin University.

- Lucknow. Waste Management, Vol 25(5), Pp 531-537.
17. Hong, C W., and Chan, N W., 2010. Strength-Weakness-Opportunities-Threats Analysis of Penang National Park for Strategic Ecotourism Management. World Applied Sciences Journal 10(Special Issue of Tourism & Hospitality).
 18. Shrestha, R.K., Alavalapati, J.R.R. and kalmbacher, R. 2004. Exploring the potential for silvopasture adoption in south central Florida: An application of SWOT-AHP method. Agricultural Systems, Vol 81(3).
 19. Robert, G.W., and Gene, E.L. 2000. Limnological analyses. 3rd edition, Academy Press, published by Springer-Verlag New York. 425 .
 20. Ritzema, H., Froebrich, J., Raju, R., Sreenivas, Ch., and Kselik, R., 2010. Using participatory modeling to compensate for data scarcity in environmental planning: A case study from India, Environmental Modeling and Software, Vol 25, pp 1450-1458.
 21. Movahed, A., Kahzadi, S., Abedinzadeh, F., 2014. The strategies for ecotourism development in Kurdistan province using the SWOT and QSPM model in 1393. Journal of Applied Geosciences Research, Vol. 14, No. 32, pp. 204-181. (In Persian)
 22. Ranjbar Arnaei, M., Seraj aldin, F., Nouri, Gh., 2015, Adopting appropriate strategies for sustainable ecotourism development using SWOT, AHP and ANP models (Case study: Gandoman wetland in Chaharmahal and Bakhtiari province) in 1394. Journal of Oceanology, Vol., Seventh year , No. 26, pp. 68-49. (In Persian)
 23. Wickramasinghe, V., and Takano, Sh., 2009. Application of Combined SWOT Using Strategic Planning Method (S in 2013). Magazine Geographic Perspectives (Human Studies), Eighth, No. 22, pp. 35-15. (In Persian)
 11. Zarabi, A., Alizadeh Asl, J., Bahari, A., 2014. An Analysis of Tourism Infrastructure in the Otomayeh Utopia Destination Using the SWOT Method in 2013. Journal of Geography and Planning, Vol. 18, No. 48, pp. 210-177. (In Persian)
 12. taghvai, M., Taghizadeh, M., Kiomarsi, H., 2011. Locating Tourist Villages Using Geographic Information System and SWOT Model (Case Study: Kafer Lake Shore) in 2011, Journal of Geography and Environmental Planning, University of Isfahan, No. 2, pp. 120-99. (In Persian)
 13. Cichowska, J., and Klimek, A., 2011. The Role of Agrotourism in The Development and Conversion of Rural Areas. Infrastructure and Ecology of Rural Areas, Vol 11 (3), Pp 97-107.
 14. Ebrahimzadeh, I., Izadi, P., Kazadi, S., 2015. Strategic Planning for Sustainable Ecotourism Development Using the Integrated Model of SWOT and ANP. Case Study: Kurdistan Province in 1394. Geographical Space Magazine, Sixth, No. 15, pp. 25-13. (In Persian)
 15. Bahrami, R., 2010 , "Investigating the capabilities and bottlenecks of rural tourism development in Kurdistan province. Proceedings of the Fourth International Congress of Geographers of the Islamic World (ICIWG, 2010). Zahedan, Iran. (In Persian)
 16. Srivastava, P. K., Kulshreshtha, K., Mohanty, C.S., Pushpangadan, P., and Singh, A. 2005. Stakeholder-based SWOT analysis for successful municipal solid waste management in

24. Yazdani, A., Vahabzadeh, Gh., Uladi, J. Mousavi, R. "Determination of Ecotourist Potential of Cherat Watershed Using SWOT Model in 1398. Environmental Science and Technology, Volume 21, Number 4, July 98.

and Analytic Hierarchy Process (AHP) for Tourism Revival Strategic Marketing Planning: A Case of Sri Lanka Tourism. Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, Vol.7, Pp 1-10.