

تعیین مؤلفه‌های توسعه اقتصاد گردشگری ایران با تأکید بر تغییرات اقلیمی

استادیار دانشکده اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

سمانه عابدی * ID

کارشناس ارشد اقتصاد محیط زیست، دانشکده اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

ملیحه صداقت ID

چکیده

با توجه به اهمیت تغییرات اقلیمی در توسعه صنعت گردشگری، این مطالعه با هدف ارزیابی وضعیت گردشگری طبیعی در ایران و ارائه راهکارهایی برای توسعه پایدار آن با تأکید بر متغیرهای اقلیمی، انجام شده است. برای این منظور با بهره‌گیری از رویکرد SWOT به تجزیه و تحلیل اطلاعات مستخرج از پرسشنامه‌های طراحی شده برای ۶۰ نفر از خبرگان و کارشناسان سازمان گردشگری و حفاظت محیط زیست، در سال ۱۳۹۷ پرداخته شده است. نتایج ماتریس SWOT بیانگر آن است که بر اساس نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی که به ترتیب ۲/۲۰۳ و ۲/۷۵۶ می‌باشد، موقعیت گردشگری ایران در وضعیت راهبردهای محافظه‌کارانه (WO) قرار دارد. همچنین نتایج حاکی از آن است که اکوسیستم‌های متفاوت و مناظر زیبا با امتیاز ۰/۲۵۶، مؤثرترین نقاط قوت توسعه گردشگری در ایران می‌باشد. علاوه بر آن کاهش بارندگی، افزایش دما و کمبود برنامه‌ریزی استراتژیک در بخش گردشگری با مشارکت سازمان محیط زیست با امتیاز ۰/۰۸۶ از جمله مهم‌ترین نقاط ضعف می‌باشند. طبق نتایج، افزایش کیفیت محیط زیست با امتیاز ۰/۱۸۸ برترین فرصت‌ها و افزایش دما، کاهش بارندگی سالانه و بالا رفتن تخریب و آلودگی‌های محیط‌زیستی مهم‌ترین تهدیدها را با امتیاز ۰/۰۶۸ در توسعه گردشگری ایران به خود اختصاص می‌دهند. بنابراین به نظر می‌رسد بهبود مدیریت نهادها و اجرای قوانین و مقررات حمایتی، نظارت بر اجرای آن‌ها و افزایش آگاهی عمومی مردم، در حیطه گردشگری و حفاظت از محیط زیست، می‌تواند در راستای توسعه هر چه بیشتر صنعت گردشگری در ایران، راهگشا باشد.

واژگان کلیدی: گردشگری طبیعی، حفاظت از محیط زیست، تغییرات اقلیمی، رویکرد SWOT، راهبردهای محافظه‌کارانه.

طبقه‌بندی JEL. L۸۳، Q۵۴.

۱. مقدمه

با توجه به وابستگی شدید ایران به درآمدهای حاصل از نفت و لزوم تجدید نظر در آن با توجه به پایان پذیر بودن این منبع و نوسان‌های قیمتی شدید آن در چند سال گذشته، لزوم تغییر در برنامه‌ریزی کلان کشور جهت استفاده و به‌کارگیری منابع جایگزین به منظور رهایی از اقتصاد تک‌محصولی بیش از پیش در کشور احساس می‌شود. در این راستا با توجه به تبدیل شدن صنعت گردشگری به یکی از صنایع برتر دنیا و توانایی بالقوه کشور در این زمینه، می‌توان از گردشگری و به ویژه فعالیت‌های اکوتوریستی به عنوان یکی از بهترین گزینه‌ها برای جایگزینی درآمدهای حاصل از نفت نام برد.^۱ طبق آمار شورای جهانی گردشگری و سفر^۲ (۲۰۱۶)، رشد گردشگری بر شاخص‌های اقتصاد کلان تأثیرگذار است، به طوری که در سال ۲۰۱۵ از میان ۱۸۴ کشور، ایران به رتبه ۳۹ در «میزان ارزش افزوده ایجاد شده در گردشگری» در میان سایر کشورها دست یافت. همچنین در این سال کشور ایران از لحاظ سهم GDP گردشگری به کل تولید ناخالص داخلی رتبه ۱۳۶ را از بین ۱۸۴ کشور به دست آورد. علاوه بر آن اثر مستقیم گردشگری در تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۱۵ برابر با ۲۹۴/۴ هزار میلیارد تومان (۲/۵ درصد از GDP کل اقتصاد) برآورد شده است.

اثر کل سفر و گردشگری نیز بر GDP برابر ۲۷۳۴۱/۸ میلیون دلار است که معادل ۶/۷ درصد از کل اقتصاد می‌باشد. مضاف بر آن، صنعت گردشگری در سال ۲۰۱۵ به طور مستقیم منجر به ایجاد ۴۷۶ هزار شغل (میزان ۱/۹ درصد از کل اشتغال) شده است. میزان اشتغال کل (مستقیم، غیر مستقیم و القایی) در سال ۲۰۱۵ برابر با ۱۳۹۸/۵ شغل است که معادل ۵/۶ درصد از کل اشتغال را شامل می‌شود (WTTC, 2016). در سند چشم‌انداز کشور نیز سهم ایران از برنامه جهانی گردشگری، جذب ۱/۵ درصد گردشگران بین‌المللی یعنی حدود ۲۰ میلیون نفر و با درآمدی حدود ۲۵ میلیارد دلار پیش‌بینی شده است که روند کنونی توسعه فعالیت‌های گردشگری با این پیش‌بینی فاصله زیادی دارد. لذا به منظور دستیابی به این مهم و استفاده بهینه از منابع و جاذبه‌ها، می‌بایست توجه ویژه‌ای به توسعه و

۱. موحد و همکاران (۱۳۹۳)

برنامه‌ریزی توریسم گردد^۱.

در این میان آب و هوای یک منطقه از عوامل محیط طبیعی هستند که در بسیاری از فعالیت‌های بازرگانی، کشاورزی و بیشتر از همه در گردشگری، از عوامل غالب بوده و بازده اقتصادی این فعالیت‌ها مستقیماً به اقلیم بستگی دارد. بر این اساس آب و هوا مهم‌ترین عامل در توسعه بخش گردشگری می‌باشد.^۲ به طوری که شرایط آب و هوایی می‌تواند عاملی برای جذابیت منطقه باشد و همچنین بر آسایش گردشگران اثر می‌گذارد.^۳ به عبارت دیگر تأثیر آب و هوا نه تنها به پیدایش گردشگری می‌انجامد، بلکه سبب تقاضای توریستی نیز می‌شود. بنابراین، اقلیم و توریست وابستگی بالایی نسبت به همدیگر دارند. به عبارت دیگر یکی از عوامل مؤثر بر جذب گردشگر تغییرات متغیرهای اقلیمی مانند میزان بارندگی و درجه حرارت و غیره می‌باشد. به طوری که وجود شرایط آب‌وهوایی مطلوب، مزیت نسبی بالقوه‌ای برای توریسم می‌باشد و بیشتر گردشگران به شرایط آب و هوایی در انتخاب مکان و زمان سفر توجه دارند.^۴

شدت افزایش دما در دهه‌های اخیر رشد چشمگیری داشته است، میانگین افزایش دما روی خشکی‌های نقاط مختلف زمین بیانگر آن است که کشور ایران در ناحیه‌ای قرار گرفته که در دهه‌های اخیر میانگین افزایش دما بین ۰/۲۵ تا ۰/۳۵ درجه سلسیوس در هر دهه را تجربه کرده است. به واسطه این افزایش دما، سطح پوشش برف‌ها در حال کاهش، یخچال‌ها در حال ذوب، دریاچه‌ها و تالاب‌ها در حال خشک شدن، الگوهای بارندگی در حال تغییر، سطح آب در آب‌ها در حال افزایش و دوره‌های خشکسالی با شدت و تواتر بیشتر رخ می‌نمایند. پدیده‌های اقلیمی غیرعادی شامل طوفان‌های تندر، سیل‌های شدید و خشکسالی‌های پی‌در پی در بسیاری از نقاط دنیا ثبت شده‌اند. گرم شدن زمین به عنوان مهم‌ترین پیامد تغییر اقلیم عواقبی مانند بالا آمدن سطح آب دریاها و کاهش منابع آب شیرین، تغییرات آب و هوای منطقه‌ای در عرض‌های بالا و نیمکره شمالی، تغییر در میزان بارش باران و جهت وزش باد، افزایش بلایای طبیعی مثل طوفان، گردباد و سیل، افزایش میزان خشکسالی و بیابان‌زایی، افزایش آلودگی هوا در برخی

۱. میرحسینی و نوجوان (۱۳۹۳)

۲. محمدی و همکاران (۱۳۸۷)

3. Vasconcelons, et al (2007)

۴. اسماعیلی و همکاران (۱۳۹۰)

مناطق در اثر افزایش بادهای گرم و اثر احتمالی بر گسترش بیماری‌هایی نظیر مالاریا در پی دارد. حال از این رو تأثیر این پدیده با عواقب مذکور بر صنعت گردشگری که در آن تعداد تقاضاهای سفر به عنوان مهمترین شاخص موفقیت این صنعت در نظر گرفته می‌شود، زیاد است. بدین صورت که عنصر کلیدی در تقاضای مسافرت تفریحی، درجه‌ای از راحتی یا ناراحتی است که در مقصد مسافر تجربه می‌شود. اکثر گردشگران تعطیلات خود را در مناطقی می‌گذرانند که آفتابی خوشایند و نه بسیار گرم دارند.^۱

در واقع یک اقلیم مناسب می‌تواند پاسخ‌های مثبت گردشگر را در پی داشته باشد و گردشگران نیز برنامه سفر خود را با توجه به شرایط اقلیمی مقصد طرح‌ریزی می‌کنند. در واقع اقلیم یک عامل پاسخ‌دهنده به نیازهای گردشگر است.^۲ همچنین، علاوه بر عوامل اقلیمی مذکور، ادبیات موضوع حاکی از اثرگذاری منفی آلودگی بر تقاضای گردشگری است. به طوری که مطالعه کونگ هوانگ^۳ (۲۰۱۲) بیانگر آن است که در اثر رشد یک درصدی آلودگی، تعداد گردشگران خارجی حدوداً ۱/۲۴ درصد کاهش می‌یابند. علاوه بر آن نتایج این مطالعه نیز نشان داد که درصد رشد انتشار گرد و غبار و گاز دی‌اکسید گوگرد به ترتیب میزان ۰/۳۱ درصد و ۰/۳۱ درصد میزان گردشگران خارجی را کاهش می‌دهد. به عبارت دیگر با کاهش کیفیت محیط‌زیست، میزان ورود گردشگران خارجی نیز کاهش یافته است.^۴

بنابراین آب و هوا از دیدگاه برنامه‌ریزی گردشگری از اهمیت خاصی برخوردار است، زیرا معمولاً گردشگران به دنبال آب و هوای مطلوب هستند که در آن هیچ‌گونه نارضایتی و عدم آسایش حرارتی و اقلیمی نداشته باشند. این عامل نقش تعیین‌کننده‌ای در تصمیم‌گیری برای مقصد گردشگری می‌باشد.^۵ هدف از توسعه گردشگری برای حفاظت از مناطق طبیعی از طریق ارائه درآمد، حفاظت از محیط زیست می‌باشد.^۶ بر اساس این ایده، محیط زیست یک منطقه و شرایط آب و هوایی آن، دلیل جذب

۱. سعیدآبادی و همکاران (۱۳۹۳)

۲. محمدی و همکاران (۱۳۸۷)

3. Cong Huang

4. Cong Huang (2012)

5. Matzarakis (2001)

6. Das and Chatterjee (2015)

گردشگران می‌باشد.^۱ ترویج فرهنگ حفاظت از محیط زیست تأثیرات منفی به وجود آمده توسط گردشگران را کاهش می‌دهد.^۲ همچنین صنعت گردشگری اثرات مثبت زیادی دارد، بسیاری معتقدند که گردشگری طبیعی به حفاظت از گونه‌های در معرض خطر کمک می‌کند. در مناطق دور افتاده، گردشگری طبیعی مسئول تولید درآمد برای حفاظت از محیط زیست است.^۳

از این رو اگرچه گردشگری دارای اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی متعددی از جمله درآمدزایی، افزایش اشتغال، افزایش رفاه، محافظت از میراث تاریخی و فرهنگی کشور و غیره می‌باشد، اما توسعه آن نیز، دارای اثرات منفی محیط‌زیستی مانند آلودگی هوا، آلودگی خاک، آلودگی آب، مشکل تراکم ترافیک، تخریب گیاهان طبیعی، تخریب حیات وحش و غیره است. در دوران کنونی در پی بروز بحران‌های زیست محیطی، نابودی منابع و ایجاد موانع در راه رسیدن به توسعه پایدار، لازم است که برنامه‌ها بر اساس شناخت و ارزیابی توان محیطی انجام شوند تا هم بهره‌برداری درخور و مستمر از محیط صورت گیرد و هم ارزش‌های طبیعی محیط حفظ شوند.^۴ لذا توسعه گردشگری به نحوی باید برنامه‌ریزی و اجرا شود که بر محیط زیست، اقتصاد و فرهنگ جامعه میزبان اثر منفی نگذارد. در واقع در این دیدگاه توسعه گردشگری با استفاده از منابع موجود به گونه‌ای است که ضمن پاسخ‌دهی به نیازهای مختلف گردشگران، در راستای حفظ محیط زیست، تعادل اقتصادی و رفاه مردم همراه با حفظ فرهنگ و ارزش‌های آنان نیز تلاش می‌شود.

در چهارچوب این دیدگاه اصولی که برای گردشگری در دستور کار برنامه محیط زیست سازمان ملل توسط کمیسیون توسعه پایدار به عنوان مسئول اجرای دستور کار در زمینه گردشگری با کمک سازمان گردشگری جهانی قرار داده‌اند که بر گردشگری پایدار اشاره می‌کند. رویکرد زیر بنایی که هم‌اکنون در برنامه‌ریزی صنعت گردشگری و در سایر انواع توسعه به کار می‌رود، رسیدن به توسعه پایدار است و بر اساس روش توسعه پایدار باید منابع طبیعی، فرهنگی و سایر منابع گردشگری برای استفاده مداوم در

1. Cobbinah (2015)
2. Ghorbani, *et al* (2015)
3. Santarem (2015)

آینده حفظ شود و در عین حال برای جامعه کنونی سودمند و مفید باشد.^۱ در این خصوص لازم به ذکر است، اگرچه زیتونلی و همکاران (۱۳۹۴) و قربانی و همکاران^۲ به ارائه مطالعاتی در زمینه ارزیابی توسعه گردشگری پرداختند اما در بخش اعظم ادبیات اقتصادی موجود، پیوند تعیین مولفه‌های توسعه گردشگری و تغییرات اقلیمی به طور مستقیم مورد مطالعه واقع نشده است. نتایج این مطالعات نشان داد که توسعه گردشگری دارای نقاط ضعف و قوت می‌باشد و بررسی این نقاط دارای اهمیت می‌باشد. لذا اولین گام در حداکثر سازی قوت‌ها و فرصت‌ها و حداقل سازی تهدیدهای بیرونی، شناسایی مؤلفه‌های اثرگذار بر آن‌ها به کمک رویکرد SWOT می‌باشد تا با استفاده از آن، ضعف‌ها را به قوت‌ها تبدیل نموده و فرصت‌های متعددی به موازات به حداقل رساندن توانان ضعف‌های درونی و تهدیدهای بیرونی، کسب شود. به طوریکه آزموده و قنبری (۱۳۹۳)، هونگ و چان^۳ (۲۰۱۰) و موحد و کهزادی (۱۳۸۹) در مطالعات خود در زمینه تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری نشان دادند که بهترین راهبرد در بررسی مشکلات و برای به حداقل رساندن آن‌ها، افزایش نقاط قوت و کاهش تهدیدها می‌باشد. به عبارت دیگر می‌توان از طریق تجزیه و تحلیل سوات بر هر ضعف و تهدید غلبه کرد و از نقاط قوت و فرصت‌ها برای بدست آوردن درآمد پایدار برای برخورداری از توسعه پایدار استفاده نمود.

مطالعات مشکینی و همکاران (۱۳۹۱) و پروازی و گودرزی (۱۳۹۲) نیز بیان می‌کنند که به منظور توسعه گردشگری نیاز به برنامه‌ریزی‌های جامع برای بازنمایی نقاط قوت، تقویت فرصت‌ها و مقابله با تهدیدها و ضعف می‌باشد. همچنین نتایج مطالعات بهرامی و همکاران (۱۳۹۰) و ریحانیان و همکاران^۴ (۲۰۱۲) حاکی از آن است که آستانه آسیب پذیری مناطق گردشگری خصوصاً مناطق روستایی بسیار بالاست و نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب در جهت رفع محدودیت‌ها و استفاده از مزیت‌های نسبی موجود می‌باشد.

در مجموع با توجه به جاذبه‌های گردشگری در ایران، این صنعت می‌تواند در خروج از

-
1. Edward Inskeep (1991)
 2. Ghorbani, *et al* (2015)
 3. Hong and Chan
 4. Anita Reihanian, *et al* (2012)

وابسءى اىران به نفء مورا ءوآه قرار آىرد. از اىن رو يكى از پىش نىازهاى برنامهرىزى و سىاسء آذارى در اىن زمىنه، مطالعه عوامل مؤءر بر ءقاضاى آردشآرى مى باشد. در اىن مىان ءآىىر اقلىم به عنوان يكى از عوامل مآىط ءبىعى مى ءوانء بر رونا آردشآرى اءر آذار باشد. لازم به ذكر اسء همآنطور كه در پىش نىز به آن اشاره آردىء ءبىق بررسى هاى انآام شده، در مطالعهء بسىار مآءووى به صورت موراى در برآى از شهرسءانها با در نظر آرفءن مءآىرهاى ءما و بارش به بررسى ءابىق ءقاضاى آردشآرى، پرداخته انء. اىن در آالى اسء كه در مطالعه آاضر، اىران به عنوان آامعه آمارى و علاوه بر آن آهء ارائه راهبرءهاى سىاسءى، با بهره آىرى از مءل SWOT، برائى اولىن بار آسىب شناسى ءوسعه آردشآرى با ءاكىء بر مولفه هاى اقلىمى در اىران، انآام آواءء شء. لءا اىن مطالعه با هءء ءعىىن بازءارنءهها و پىش برنءههاى مآىطى ءوسعه آردشآرى اىران و نىز بررسى راهبرءهاى ءوسعه آردشآرى با ءاكىء بر ءآىىرات اقلىمى در اىران با اسءءاءه از روىآرء SWOT انآام آرءىءه اسء.

۲. روش ءآقىق

آردشآرى، از ءهههاى ۱۹۵۰ به بعء آسءرءش يافء و در ءهههاى ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ بىسءر در زمىنه اقءصاء آردشآرى روستاىى برائى كشاورزان و آوامع مآلى مورا ءوآه قرار آرفء.^۱ از سوى ءىآر مفهوم ءوسعه پاىءار در اواآر ءهه ۱۹۸۰ پس از برگزارى كنفرانس آهانى زمىن^۲ (۱۹۹۲)، به طور كاملا آءى مءرآ آسء كه آن را اىنآونه ءعىف كرده انء: ءوسعه اى كه نىازهاى نسل آال را با در نظر آرفءن ءواناىى نسلهاى بعءى برائى پاسآآوبى به نىازهاى آوء ءامىن مى نماىء و شامل فرآىنء برنامهرىزى، پاىش و كءءرل مسءمر اسء.^۳ همآآىن آردشآرى به طور آشكاراى وابسءه به اقلىم اسء و در ءقاضاى آهانآرءى نقش عمءه اى ءارء.^۴ اقلىم نقش مهمى را در فعالىءهاى آردشآرى در سطوح مآءءل فىفا مى كنىء لءا با ءوآه به هءء ءآقىق، از روىآرء SWOT آهء شناساىى مءآىرهاى اقلىمى اءر آذار و ارائه راهبرءهاى ءوسعه آردشآرى با ءاكىء بر ءآىىرات اقلىمى اسءءاءه

۱. ركن الءىن افءآارى و مهءوى (۱۳۸۵)

2. United Nations Conference on Sustainable Development

3. Nelson, *et al* (1993)

4. de Freitas, *et al* (2008)

شده است.

تحلیل SWOT برای اولین بار در سال ۱۹۵۰ توسط دو فارغ التحصیل مدرسه بازرگانی هاروارد به نام‌های جورج آلبرت اسمیت و رولند کریستنسن مطرح شد (دوآرت^۱، ۲۰۰۶). در آن زمان این تحلیل ضمن کسب موفقیت‌های روز افزون به عنوان کسب ابزار مفید مدیریتی شناخته شد. اما شاید بیشترین موفقیت مشهود این تحلیل زمانی بدست آمد که جک ولج از جنرال الکتریک در سال ۱۹۸۸ از آن برای بررسی استراتژی‌های GE و افزایش بهره‌وری سازمان خود استفاده کرد.^۲ SWOT^۳ مخفف عبارات قوت‌ها (S)، ضعف‌ها (W)، فرصت‌ها (O) و تهدیدات (T) است.^۴ گام اول در مراحل برنامه‌ریزی استراتژیک تعیین رسالت، اهداف و مأموریت‌های سازمان است و پس از آن می‌توان از طریق تحلیل SWOT که یکی از ابزارهای تدوین استراتژی است، برای سازمان استراتژی طراحی کرد که متناسب با محیط آن باشد.

با استفاده از این تحلیل این امکان حاصل می‌شود که اولاً به تجزیه و تحلیل محیط‌های داخلی و خارجی پرداخته و ثانیاً تصمیمات استراتژیکی اتخاذ نمود که قوت‌های سازمان را با فرصت‌های محیطی متوازن سازد.^۵ تکنیک SWOT، ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت‌های موجود در محیط خارجی و بازشناسی ضعف‌ها و قوت‌های داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبردهای برای هدایت و کنترل آن سیستم است. این روش نتیجه مستقیم دانشکده مدیریت هاروارد است. به عبارت دیگر، مدل SWOT یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سیستمی با فرصت‌ها و تهدیدات برون سیستمی است. در واقع از بهترین تکنیک‌ها برای تحلیل و هدایت محیط می‌باشد.^۶ از دیدگاه این مدل، یک استراتژی مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این منظور، نقاط قوت و ضعف‌ها و فرصت و تهدیدات در چهار حالت کلی WT، ST، WO، SO، به صورت زیر پیوند داده می‌شود و گزینه‌های استراتژی از بین آن‌ها انتخاب می‌شود. این تکنیک شامل یک فرآیند ۸

1. Duarte (2006)
2. Carolina and Duarte (2006)
3. Strengths Weaknesses Opportunities Threats
4. Carolina and Duarte (2006)

۵. جعفریان و همکاران (۱۳۹۵)

6. Yuksel and deviren (2007)

مرحله‌ای می‌باشد. بر این اساس چهارچوب ماتریس تحلیلی SWOT را می‌توان به صورت جدول (۱) خلاصه نمود.

جدول ۱. چهارچوب ماتریس تحلیل SWOT

عوامل استراتژیک	نقاط قوت‌ها (S)	نقاط ضعف‌ها (W)
نقاط فرصت‌ها (O)	استراتژی SO: استراتژی تهاجمی یا رشد با استفاده از نقاط قوت داخلی از فرصت‌های خارجی حداکثر بهره‌برداری را می‌کند.	استراتژی WO: استراتژی ثبات یا محافظه‌کارانه از فرصت‌های محیطی جهت جبران نقاط ضعف استفاده می‌کند.
نقاط تهدیدها (T)	استراتژی ST: استراتژی ترکیبی یا رقابتی از نقاط قوت داخلی برای پشت سر گذاردن تهدیدات خارجی استفاده می‌شود.	استراتژی WT: استراتژی کاهش یا تدافعی برای کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات محیط خارجی تلاش می‌شود.

ماخذ: جعفریان و همکاران، ۱۳۹۵

از این رو در جهت برنامه‌ریزی راهبردی اطلاعات مورد نیاز از طریق روش پیمایشی و برای دوره زمانی ۱۳۹۷ گردآوری گردید. برای این منظور جهت تنظیم پرسشنامه، در ابتدا مصاحبه‌هایی با نخبگان و متخصصان این حوزه در سازمان گردشگری و حفاظت محیط زیست صورت گرفته است. سپس بر مبنای اطلاعات و نقطه نظرات اولیه کارشناسان و متخصصان، پرسشنامه مورد نظر طراحی گردید که در نهایت با مراجعه حضوری به سازمان‌های مربوطه توسط متخصصان و کارشناسان حوزه مربوطه تکمیل شده است. بر این اساس ۶۰ نفر از نخبگان (سازمان گردشگری ۳۶ نفر و سازمان حفاظت محیط زیست ۲۴ نفر) متناسب با موضوع تحقیق، به عنوان نمونه آماری انتخاب شده‌اند. پس از نظر خواهی از آن‌ها، بر اساس مدل سوات، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات توسعه گردشگری ایران با تأکید بر تغییرات اقلیمی شناسایی گردید.

۳. تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

ماتریس ارزیابی عوامل درونی^۱ IFE ابزاری برای بررسی عوامل داخلی می‌باشد. در واقع

نقاط قوت و ضعف توسعه گردشگری با توجه به تغییرات اقلیمی را ارزیابی می‌کند. ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی^۱ یا EFE ابزاری برای تجزیه و تحلیل نحوه پاسخگویی و مواجهه با فرصت‌ها و تهدیدهای خارج از صنعت گردشگری می‌باشد. پس از شناسایی عوامل داخلی و خارجی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فعالیت‌های گردشگری مشخص می‌شود و در ماتریس‌های عوامل درونی و خارجی برای هر یک از این عوامل امتیازی برحسب اهمیتی که هر یک از این عوامل در توسعه پایدار گردشگری دارند در نظر گرفته می‌شود. در مرحله بعد به هر عامل یک ضریب وزنی بین صفر (بی اهمیت) تا یک (بسیار مهم) اختصاص داده می‌شود.^۲

ضریب داده شده به هر عامل بیانگر اهمیت نسبی آن در موفقیت است، صرف نظر از این که آیا عامل مورد نظر به عنوان یک نقطه قوت و ضعف داخلی توسعه گردشگری به حساب آید، بنابراین به عاملی که دارای بیشترین اثر در عملکرد توسعه گردشگری با تأکید بر تغییرات اقلیمی است بالاترین ضریب داده می‌شود. سپس وضع موجود هر عامل با رتبه‌ای بین ۱ تا ۴ (۱- ضعف اساسی، ۲- ضعف کم، ۲/۵- متوسط (نه ضعف و نه قوت)، ۳- قوت و ۴- قوت بسیار) تعیین می‌گردد. پس از آن امتیاز هر عامل محاسبه می‌شود، بدین منظور امتیاز هر ردیف از عوامل درونی و بیرونی سازمان در وزن ضرب و در یک ستون جدید درج می‌گردد. در این مرحله جمع امتیازها محاسبه می‌شود.^۳

اگر نمره نهایی IFE گردشگری طبیعی کمتر از ۲/۵ باشد این بدان معناست که فعالیت‌های گردشگری طبیعی از نظر عوامل درونی بر روی هم دارای ضعف است. همچنین اگر نمره نهایی EFE گردشگری طبیعی کمتر از ۲/۵ باشد، این موید آن است که ایران در خصوص استفاده از فرصت‌ها و مقابله با تهدیدهای پیش روی توسعه گردشگری با در نظر گرفتن تغییرات اقلیمی به خوبی عمل نمی‌کند.^۴

1. External Factor Evaluation

۲. موحد و همکاران (۱۳۹۳)

۳. موحد و همکاران (۱۳۹۳)، میرحسین و نوجوان (۱۳۹۱) و زیتونلی و همکاران (۱۳۹۴)

۴. فرخیان و همکاران (۱۳۹۴) و کشاورز و همکاران (۱۳۹۵)

۴. نتایج و بحث

نتایج بررسی ماتریس عوامل داخلی و خارجی در جدول (۲) و (۳)، ارائه شده است. مطابق جدول (۲) بررسی نقاط ضعف و قوت گردشگری در ایران با در نظر گرفتن تغییرات اقلیمی، حاکی از آن است که جمع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی ۲/۲۰۳ است، به عبارت دیگر ضعف‌های صنعت گردشگری با توجه به شرایط آب و هوایی ایران بر قوت‌های آن غلبه خواهد کرد.

همان‌طور که در جدول (۲) مشاهده می‌شود از جمله مهم‌ترین نقاط قوت می‌توان به اکوسیستم‌های متفاوت دشتی، مرتعی و کوهستانی و وجود چشم‌اندازهای زیبا در ایران اشاره نمود که دلیل آن نیز تنوع آب و هوایی و چهار فصل بودن ایران می‌باشد. همچنین از جمله نقاط ضعف عبارتند از افزایش رطوبت و دما، کاهش بارندگی، ضعف پوشش گیاهی که در این زمینه می‌توان به دلایلی از جمله افزایش خشکسالی‌های اخیر، کمبود منابع آبی سطحی و زیرزمینی و افزایش فرسایش خاک اشاره نمود.

جدول ۲. ماتریس عوامل داخلی (IEF) گردشگری در ایران با در نظر گرفتن تغییرات اقلیمی

نمره	رتبه	وزن	عوامل راهبردی داخلی
نقاط قوت:			
۰/۲۵۶	۴	۰/۰۶۴	۱- اکوسیستم‌های متفاوت دشتی، مرتعی و کوهستانی در ایران
۰/۲۵۶	۴	۰/۰۶۴	۲- وجود چشم‌اندازهای زیبا
۰/۱۷۱	۳	۰/۰۵۷	۳- بکر بودن منابع طبیعی و برخورداری از سواحل دریایی در شهرهای مرزی ایران
۰/۱۲۹	۳	۰/۰۴۳	۴- آرامش جوی و وجود ساعات آفتابی زیاد در مناطق کویری
۰/۱۲۹	۳	۰/۰۴۳	۵- دسترسی به جاده‌های سبز
۰/۱۲۹	3	۰/۰۴۳	۶- تپه‌های ماسه‌ای طلایی برای ایجاد شرایط مناسب اتومبیل‌رانی در کویر
۰/۱۲۳	3	۰/۰۴۱	۷- تنوع محصولات و صنایع دستی و خانگی
۰/۱۲۳	۳	۰/۰۴۱	۸- استفاده از ضایعات طبیعی برای گسترش صنایع دستی
۱/۳۱۶	-	۰/۳۹۶	جمع نقاط قوت
نقاط ضعف:			
۰/۰۸۶	۲	۰/۰۴۳	۱- کاهش بارندگی و افزایش دما و در نتیجه از بین رفتن چشم‌اندازهای طبیعی در مناطق توریستی
۰/۰۸۶	۲	۰/۰۴۳	۲- کمبود برنامه‌ریزی استراتژیک و جامع در بخش جهانگردی با مشارکت سازمان محیط زیست

۰/۰۷۰	۲	۰/۰۳۵	۳- افزایش رطوبت و گرم شدن هوا و عدم آسایش و راحتی گردشگران
۰/۰۷۰	۲	۰/۰۳۵	۴- کمبود منابع آبی سطحی و زیر زمینی
۰/۰۵۸	۲	۰/۰۲۹	۵- افزایش هزینه‌های زیست‌محیطی
۰/۰۵۶	۲	۰/۰۲۸	۶- ضعف پوشش گیاهی درختی
۰/۰۵۶	۲	۰/۰۲۸	۷- گرمای نسبتاً زیاد در طول روز در فصل تابستان و خشکسالی‌های اخیر
۰/۰۲۸	۲	۰/۰۱۴	۸- محدودیت‌های فیزیکی برای گسترش فضای سبز و ساخت و ساز
۰/۰۲۸	۲	۰/۰۱۴	۹- افزایش فرسایش خاک
۰/۰۲۸	۲	۰/۰۱۴	۱۰- ایجاد آلودگی‌های صوتی از طریق راندن تفریحی موتور سیکلت در کنار ساحل‌ها و رودخانه
۰/۰۳۵	۱	۰/۰۳۵	۱۱- خشک شدن رودخانه‌ها، تالاب‌ها و دریاچه‌ها
۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	۱۲- کمبود برنامه‌های آموزشی برای جوامع محلی جهت صیانت از منابع طبیعی و محیط‌زیست
۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	۱۳- ضعف در تبلیغات و معرفی اکوسیستم‌ها و جاذبه‌های گردشگری محیطی
۰/۰۲۱	۱	۰/۰۲۱	۱۴- ساخت و ساز در حریم رودخانه‌ها و منابع طبیعی
۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	۱۵- نبود زیرساخت مناسب مدیریتی جمع آوری پسماند
۰/۰۵۰	۱	۰/۰۵۰	۱۶- کمبود قوانین محیط‌زیستی
۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	۱۷- ضعف در قوانین بازدارنده در حفظ و حمایت از منابع طبیعی و ذخائر جنگلی، و در نتیجه از بین رفتن چشم‌اندازهای طبیعی
۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳	۱۸- ضعف قوانین مناسب جهت جلوگیری از تغییر کاربری زمین‌های زراعی و دارای چشم‌انداز مناسب
۰/۸۸۷	-	۰/۶۰۴	جمع نقاط ضعف:
۲/۲۰۳	-	۱	جمع نقاط قوت و ضعف

ماخذ: یافته‌های تحقیق

همچنین طبق جدول (۳)، بررسی فرصت‌ها و تهدیدات گردشگری در ایران با در نظر گرفتن تغییرات اقلیمی نشان داده که جمع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی معادل ۲/۷۵۶ محاسبه شده است، یعنی فرصت‌های صنعت گردشگری با توجه به شرایط آب و هوایی ایران بر تهدیدهای آن غلبه می‌کند.

جدول ۳. ماتریس عوامل داخلی (EFE) گردشگری در ایران با در نظر گرفتن تغییرات اقلیمی

نمره	رتبه	وزن	عوامل راهبردی خارجی
فرصت‌ها:			
۰/۱۸۸	۴	۰/۰۴۷	۱- افزایش کیفیت محیط زیست
۰/۱۶۴	۴	۰/۰۴۱	۲- افزایش آگاهی‌های محیط‌زیستی جوامع محلی و بومی
۰/۱۶۴	۴	۰/۰۴۱	۳- مناسب بودن خدمات بهداشتی
۰/۱۶۴	۴	۰/۰۴۱	۴- سرمایه‌گذاری در ارتقا کیفیت منابع طبیعی
۰/۱۳۶	۴	۰/۰۳۴	۵- سرمایه‌گذاری در بهره برداری از منابع طبیعی در قطب‌های گردشگری
۰/۱۳۶	۴	۰/۰۳۴	۶- امکان مشارکت مردمی در طرح‌های حفاظت از محیط زیست
۰/۰۸۰	۴	۰/۰۲۰	۷- خلق مناظر زیبا به واسطه توپوگرافی خاص نظیر کوهستان و کویر
۰/۱۴۱	۳	۰/۰۴۷	۸- ارزشگذاری زیست محیطی منابع طبیعی در جهت حفاظت از آن‌ها
۰/۱۳۵	۳	۰/۰۴۵	۹- نسبت پایین آلاینده‌های محیط‌زیستی
۰/۱۰۲	۳	۰/۰۳۴	۱۰- استفاده از پتانسیل باغات و مزارع جهت ارتقای گردشگر
۰/۱۰۲	۳	۰/۰۳۴	۱۱- بهره‌گیری از توان‌های فکری و اجرایی تشکل‌های غیر دولتی
۰/۱۰۲	۳	۰/۰۳۴	۱۲- توسعه فعالیت‌های فرهنگی مرتبط با حفظ محیط‌زیست در ایران به منظور ساماندهی جوامع انسانی در تعامل با محیط زیست طبیعی
۰/۱۰۲	۳	۰/۰۳۴	۱۳- ارائه تسهیلات به بخش خصوصی در ایجاد انگیزه برای سرمایه‌گذاری در منابع طبیعی قطب‌های گردشگری
۰/۰۹۹	۳	۰/۰۳۳	۱۴- سیستم‌های مناسب جمع‌آوری و تصفیه آب‌های سطحی و فاضلاب تولیدی
۰/۰۸۱	۳	۰/۰۲۷	۱۵- معرفی مشاغل جایگزین جهت حفاظت از منابع طبیعی
۰/۰۸۱	۳	۰/۰۲۷	۱۶- توسعه سیستم‌های مناسب ذخیره‌سازی و توزیع آب
۰/۰۸۱	۳	۰/۰۲۷	۱۷- تشکل‌های مردمی در حفاظت از محیط‌زیست
۲/۰۵۸	-	۰/۶۰	جمع فرصت‌ها:
تهدیدات:			
۰/۰۶۸	۲	۰/۰۳۴	۱- افزایش دما
۰/۰۶۸	۲	۰/۰۳۴	۲- کاهش بارندگی سالانه
۰/۰۶۸	۲	۰/۰۳۴	۳- ادامه خشکسالی و کاهش منابع آب، کاهش سطح مزارع و باغات و در نتیجه به تحلیل رفتن چشم‌اندازهای زیبا
۰/۰۶۸	۲	۰/۰۳۴	۴- بالا رفتن تخریب و آلودگی‌های محیط‌زیستی
۰/۰۵۴	۲	۰/۰۲۷	۵- افزایش ریزگرد و گرد و غبار
۰/۰۵۴	۲	۰/۰۲۷	۶- آلودگی آب
۰/۰۵۴	۲	۰/۰۲۷	۷- انجام فعالیت‌های گردشگری و طبیعت‌گردی بدون تعیین ظرفیت برد، ارزیابی توان اکولوژیک و سایر ارزیابی‌های محیط‌زیستی

۰/۰۵۴	۲	۰/۰۲۷	۸- برخی از مخاطرات طبیعی از جمله سیل خیزی
۰/۰۴	۲	۰/۰۲۰	۹- عدم برخورداری از امنیت کافی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
۰/۰۲۸	۲	۰/۰۱۴	۱۰- گرایش ساکنین محلی و بومی به تغییر کاربری و فروش اراضی کشاورزی
۰/۰۴	۲	۰/۰۲۰	۱۱- فقدان برنامه مدیریتی در جهت کنترل و هدایت اذهان عمومی در جهت حفظ اکوسیستم‌های محلی و طبیعی
۰/۰۴۱	۱	۰/۰۴۱	۱۲- افزایش آلودگی هوا و انتشار CO_2
۰/۰۳۴	۱	۰/۰۳۴	۱۳- زباله و پسماند در محل‌های توریستی
۰/۰۲۷	۱	۰/۰۲۷	۱۴- فقدان نظارت و برنامه‌ریزی بر ساخت و ساز بناها در منطقه ساحلی
۰/۶۹۸	-	۰/۴	جمع تهدیدات
۲/۷۵۶	-	۱	جمع فرصت‌ها و تهدیدات

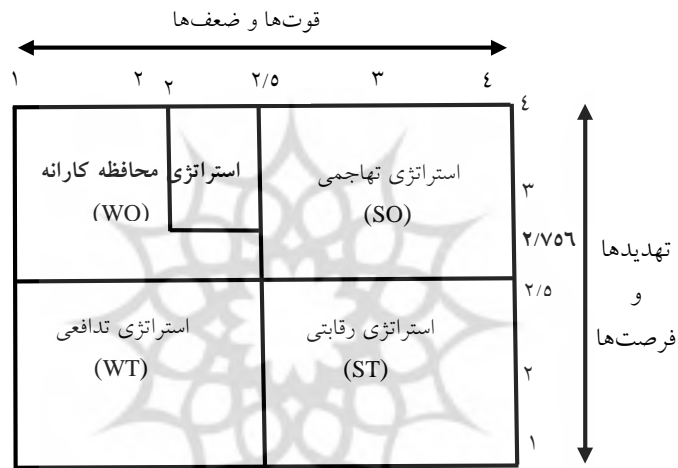
ماخذ: یافته‌های تحقیق

با توجه به جدول (۳) می‌توان دریافت که افزایش کیفیت و سرمایه‌گذاری در ارتقای کیفیت محیط زیست، سرمایه‌گذاری در بهره‌برداری از منابع طبیعی در قطب‌های گردشگری، مشارکت‌های مردمی در طرح‌های حفاظت از منابع طبیعی و افزایش آگاهی‌های محیط‌زیستی جوامع محلی و بومی فرصتی برای توسعه و ارتقای گردشگری در ایران می‌باشد. زیرا تمامی موارد ذکر شده در راستای بهبود بخشی صنعت گردشگری از ابعاد محیط‌زیستی است. همچنین افزایش دما و ریزگرد، آلودگی آب، کاهش بارندگی و ادامه خشکسالی، بالا رفتن تخریب محیط زیست و آلودگی‌های محیط‌زیستی و فقدان برنامه مدیریتی در جهت حفظ اکوسیستم‌های طبیعی از جمله تهدیداتی است که ایران در راستای توسعه گردشگری با آن مواجه شده است. بدون شک کشوری که با آلودگی‌های فراوان، خشکسالی و شرایطی روبرو باشد و همچنین عدم آسایش و رضایت خاطر گردشگر را به همراه داشته باشد، مطمئناً با کاهش تعداد توریست مواجه خواهد شد. چرا که تخریب محیط زیست علاوه بر اینکه باعث از بین رفتن چشم‌اندازهای زیبا می‌گردد، جذب گردشگر را نیز کاهش می‌دهد.

بنابراین همان‌طور که در جداول (۲) و (۳) مشاهده می‌شود، در ایران تعداد ۸ قوت داخلی در برابر ۱۸ نقطه ضعف داخلی و همچنین ۱۷ فرصت خارجی در برابر ۱۴ تهدید خارجی در ارتباط با توسعه گردشگری با توجه به تغییرات اقلیمی شناسایی و بررسی شده است. به این ترتیب تعداد ۲۵ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و تعداد ۳۲ ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگناها پیش‌روی توسعه گردشگری ایران از ابعاد

محیط‌زیستی قابل شناسایی می‌باشد. لذا در یک جمع‌بندی و تحلیل ساده می‌توان بیان کرد که آستانه آسیب‌پذیری ایران بسیار بالا بوده و نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب در جهت رفع ضعف‌ها و تهدیدها با استفاده از نقاط قوت و فرصت‌ها می‌باشد. همچنین نتایج نشان داد بر اساس ماتریس چهارخانه‌ای ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، موقعیت گردشگری در ایران با تأکید بر تغییرات اقلیمی در خانه راهبردهای محافظه‌کارانه (WO) قرار دارد که می‌توان در نمودار (۱) مشاهده نمود.

نمودار ۱. موقعیت گردشگری در ایران با تأکید بر تغییرات اقلیمی



به عبارت دیگر برای توسعه گردشگری ایران با در نظر گرفتن تغییرات اقلیمی، باید از فرصت‌های محیطی جهت جبران نقاط ضعف استفاده نمود. در این زمینه راهبردهایی در جدول (۴) به ترتیب اولویت ارائه گردیده است.

جدول ۴. راهبردهای توسعه گردشگری در ایران با در نظر گرفتن تغییرات اقلیمی

راهبرد ثبات / محافظه کارانه:
۱) حفاظت از جاده‌های سبز و کاهش هزینه‌های محیط‌زیستی برای جذب گردشگر
۲) افزایش اقدامات حفاظتی از اکوسیستم طبیعی با بهبود سیستم نظارتی در سایت‌های گردشگری
۳) کنترل و نظارت مؤثر بر اجرای مقررات محیط‌زیستی و الزامات در مناطق گردشگر پذیر
۴) برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری برای جلوگیری از تخریب اکوسیستم در جهت ساخت و سازهای بی‌رویه در مناطق گردشگری
۵) آموزش در راستای حفاظت از محیط زیست و فرهنگ سازی در این راستا از طریق رسانه‌های عمومی، دانشگاهی، کنفرانس و سازمان‌های غیر دولتی
۶) توسعه دانش و آگاهی در جهت مدیریت پسماند و کاهش آلودگی محیط زیست در سایت‌های گردشگری با استفاده از ابزارهای رسانه جمعی و برگزاری کلاس‌های آموزشی
۷) گسترش مطالعات مربوط به ارزیابی تأثیرات محیط‌زیستی در مورد پروژه‌های عمده توسعه گردشگری
۸) تنظیم زیرساخت‌های محیط‌زیستی به استانداردهای جهانی در حوزه گردشگری
۹) استفاده از درآمدهای صنعت گردشگری برای افزایش سطح حفاظت از محیط زیست

ماخذ: داده‌های تحقیق

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری، فعالیتی است که غیر از مزایای اقتصادی، تأثیرات اجتماعی و فرهنگی بسیاری دارد. با توسعه گردشگری می‌توان سطح رفاه اجتماعی کشور را بهبود بخشید. یکی از جنبه‌های مهم رونق دهنده یا بالعکس تضعیف کننده گردشگری یک منطقه، آب و هوا می‌باشد، زیرا گردشگران به دنبال آب و هوای مطلوب می‌باشند. بر این اساس هدف از این تحقیق آسیب شناسی توسعه گردشگری با در نظر گرفتن پیش برنده‌ها و بازدارنده‌های محیطی می‌باشد. لذا در پژوهش حاضر با استفاده از مدل SWOT و تحلیل وضع موجود، می‌توان عواملی درونی (ضعف و قوت) و بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) صنعت گردشگری ایران را برای برنامه‌ریزان کشور شناسایی کرد تا بتوانند گامی مؤثر در جهت ارزیابی آنها بردارند.

در این مطالعه از طریق مدل SWOT به مشکلات کلیدی و اساسی در حوزه توسعه گردشگری با تأکید بر تغییرات اقلیمی کشور اشاره شده است. همچنین با استفاده از ماتریس راهبردی راهکارهای مفیدی برای رفع این مشکلات بیان شده است. نتایج به

دست آمده از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی که به ترتیب دارای مجموع امتیازهای ۲/۲۰۳ و ۲/۷۵۶ می‌باشند، نشان‌دهنده آن است که در وضعیت موجود، سازمان گردشگری می‌تواند با تقویت فرصت‌ها و نقاط قوت در مقابل تهدیدها و ضعف‌ها به خوبی عمل کند.

نتایج تحلیل نشان داد که جایگاه گردشگری در ایران با در نظر گرفتن شرایط اقلیمی آن، در مدل SWOT در محدوده راهبردهای محافظه کارانه WO قرار دارد. همچنین بررسی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی حاکی از آن است که کاهش بارندگی و افزایش دما و در نتیجه از بین رفتن چشم‌اندازهای طبیعی در مناطق توریستی و همچنین کمبود برنامه ریزی استراتژیک و جامع در بخش جهانگردی با مشارکت سازمان محیط زیست با امتیاز ۰/۰۸۶ از مهمترین نقاط ضعف محسوب می‌شوند که برای کاهش نقاط ضعف، می‌توان از مدیریت تخصصی در بخش‌ها، نهادها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری بهره گرفت. همچنین در راستای حفاظت و استفاده بهینه از منابع طبیعی و جاذبه‌های گردشگری و همچنین جلوگیری از تخریب، آلودگی و از بین رفتن این منابع تدوین برنامه‌های کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت در راستای حفاظت از محیط زیست برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار گردشگری راهگشا می‌باشد.

علاوه بر آن، مطابق نتایج مهمترین نقاط قوت عبارت از اکوسیستم‌های متفاوت نظیر دشتی، مرتعی و کوهستانی در ایران و همچنین وجود چشم‌اندازهای زیبا و نیز بکر بودن منابع طبیعی به ترتیب با امتیازهای ۰/۲۵۶ و ۰/۲۵۶ و ۰/۱۷۱ می‌باشند که می‌توان به منظور حفاظت از چشم‌اندازهای طبیعی و توسعه زیرساخت‌های مهم محیط‌زیستی که به نوبه خود گسترش گردشگری را فراهم می‌کند، اقدام به تقویت نقاط قوت توسعه فعالیت‌های فرهنگی مرتبط با حفظ محیط‌زیست در ایران نمود. همچنین می‌توان آگاهی‌های محیط‌زیستی را در جوامع محلی و بومی در راستای جذب گردشگر افزایش داد و از توان‌های فکری و نوابغ در جهت استفاده از ضایعات طبیعی به منظور تنوع بخشی به محصولات و صنایع دستی بهره گرفت.

از سوی دیگر تجزیه و تحلیل ماتریس ارزیابی عوامل خارجی نشان می‌دهد که مهم‌ترین فرصت‌ها، افزایش کیفیت محیط زیست با امتیاز ۰/۱۸۸ و افزایش آگاهی‌های محیط‌زیستی جوامع محلی و بومی، مناسب بودن خدمات بهداشتی و همچنین سرمایه‌گذاری در ارتقای کیفیت منابع طبیعی با امتیاز ۰/۱۶۴ می‌باشند. لذا برای استفاده هر

چه بیشتر این فرصت‌ها باید در زمینه توسعه گردشگری و استفاده از نیروهای متخصص، مدیریت قوی صورت گیرد. همچنین لزوم بازنگری و به روز رسانی قوانین و مقررات موجود و تدوین قوانین و اسناد جدید برای حفاظت از محیط زیست در راستای توسعه پایدار گردشگری با پشتوانه قوی اجرایی دارای اهمیت است. در این زمینه مدیریت تخصصی جهت نظارت بر حسن اجرای این قوانین نقش مؤثری بر افزایش کارایی قوانین مذکور در حفاظت از محیط زیست دارد. همچنین برای افزایش آگاهی در عموم جامعه از منافع حفاظت از محیط زیست و نقش آن در افزایش درآمد صنعت توریسم، پیشنهاد می‌شود تا شهرداری ضمن برگزاری دوره‌های آموزشی در سراهای محله و رسانه‌های جمعی، با برنامه‌های ترویجی در گسترش آگاهی نقش اثرگذار ایفا کنند. از سوی دیگر دولت و سازمان‌های مربوطه می‌توانند با اعطای مشوق و ارائه تسهیلات برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های صنعت گردشگری، زمینه رونق صنعت گردشگری را فراهم نمایند.

در نهایت مهم‌ترین تهدیدها با امتیاز ۰/۰۶۸ به افزایش دما، کاهش بارندگی سالانه، ادامه خشکسالی و کاهش منابع آب و همچنین کاهش سطح مزارع و باغات و در نتیجه به تحلیل رفتن چشم‌اندازهای زیبا، بالا رفتن تخریب و آلودگی‌های محیط‌زیستی اختصاص دارد. در این زمینه با احداث شبکه‌های جمع‌آوری پسماند و زباله در قطب‌های گردشگری می‌توان از چشم‌اندازهای طبیعی و منحصربه‌فرد حمایت نمود. همچنین از توان تشکیلاتی، قوانین و مقررات در جهت کاهش مخاطرات و آلودگی‌های اکولوژیکی و محیط‌زیستی در مکان‌های توریستی بهره‌برداری شود. در مجموع بر اساس نتایج بیان شده، می‌توان با تقویت نقاط قوت و فرصت‌ها بر تهدیدات و نقاط ضعف توسعه گردشگری در ایران با در نظر گرفتن متغیرهای اقلیمی غلبه نمود.

منابع

- آزموده، مريم و قنبري، يوسف (۱۳۹۳)، «تحليل و ارزيابي استراتژي‌هاي مؤثر بر برنامه‌ريزي توسعه پايدار گردشگري تاريخي شهر يزد با استفاده از مدل SWOT»، نهمين سمپوزيوم پيشرفت‌هاي علوم و تكنولوجي مشهد، كميسيون اول: همائش ملي معماري، شهرسازي و توسعه پايدار.
- اسماعيلي، رضا و گندمكار، امير و حبيبي نوخندان، مجيد (۱۳۹۰)، «ارزيابي اقليم آسائشي چند شهر اصلي گردشگري ايران با استفاده از شاخص دماي معادل فيزيولوژيك (PET)»، *پژوهش‌هاي جغرافياي طبيعي*، شماره ۷۵، صفحات ۱۸-۱.
- بهرامي، رحمت‌الله و حبيبي، كيومرث و قادري، رضا (۱۳۹۰)، «برنامه‌ريزي استراتژيك توسعه گردشگري روستائي (مطالعه موردی: مناطق روستائي استان كردستان)»، *فصلنامه پژوهش‌هاي بوم‌شناسي شهري*، شماره ۲ (۲)، صفحات ۷۴-۶۱.
- بهروز، عارف (۱۳۹۲)، «بررسي نقاط ضعف و قوت، فرصت و تهديد صنعت گردشگري ايران با تأثيرگذاري بر توليد ملي واشتغال با تكنيك SWOT»، اولين همائش الكترونيكي ملي چشم‌انداز اقتصاد ايران با رويکرد حمايت از توليد ملي.
- پروازي، مهناز و گودرزي، مسعود (۱۳۹۲)، «ارزيابي كيفي شاخص‌هاي طرح‌هاي مديريت توسعه گردشگري (مطالعه موردی شهرستان فيروزكوه)»، *فصلنامه اقتصاد و مديريت شهري*، شماره ۴، صفحات ۲۷-۱۵.
- جعفریان، محمد حسن و اسكندريان، ايرج و سليمي سبحان، محمدرضا (۱۳۹۵)، «راهكارهاي توسعه گردشگري روستائي با استفاده از مدل SWOT (مورد مطالعه روستاي لاسجرد شهرستان سمنان)»، *فصلنامه جغرافيا و برنامه‌ريزي شهري چشم‌انداز زاگرس*، دوره هشتم، شماره ۳، صفحات ۱۸۳-۱۵۹.
- رکن‌الدين افتخاري، عبدالرضا و مهدوي، داوود (۱۳۸۵)، «راهكارهاي توسعه گردشگري روستائي با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان كوچك»، *فصلنامه مدرس علوم انساني*، دوره ۱، شماره ۲، صفحات ۳۰-۱.
- زيتونلي، عبدالحميد و رضايي صوفي، مرتضي و قرباني، عليرضا (۱۳۹۴)، «برنامه‌ريزي راهبردي توسعه گردشگري ورزشي با روش SWOT (مطالعه موردی: استان گلستان)»، *رويكردهاي نوين در مديريت ورزشي*، دوره سوم، شماره ۹، صفحات ۲۲-۹.
- سعيدآبادي، محمدرضا و سعادت‌فر، امير و احمدي، ناهيد (۱۳۹۳)، سومين گزارش ملي تغيير آب و هوايي.
- ضرابي، اصغر و اسلامي پريخاني، صديف (۱۳۹۰)، «سنجش تأثيرات اقتصادي، اجتماعي، فرهنگي

- و زیست محیطی توسعه گردشگری (مطالعه موردی شهرستان مشکین شهر)، پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره (۷۵)، صفحات ۳۷-۵۲.
- فرخیان، فروزان و هردانیان، نوال و دشتی، سولماز (۱۳۹۴)، «تدوین راهبردهای توسعه صنعت اکوتوریسم تالاب بین المللی شادگان بر اساس تکنیک SWO»، فصلنامه علمی پژوهشی اکوبیولوژی تالاب، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز، سال هفتم، شماره ۲۵، صفحات ۳۲-۲۳.
- کشاورز، مهناز و قدیری معصوم، مجتبی و عیاشی، اطهره و سرپرست، حسین (۱۳۹۵)، «تحلیل راهبردهای توسعه گردشگری پایدار بر اساس مدل «ماتریس داخلی و خارجی» و تحلیل استراتژیک سوات (SWOT) (مطالعه موردی: شهرستان خرم آباد)»، فصلنامه علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی، سال شانزدهم، شماره ۵۴، صفحات ۴۶-۲۱.
- کهزادی، سالار و موحد، علی (۱۳۸۹)، «تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان کردستان با استفاده از مدل SWOT»، پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال اول، شماره (۲)، صفحات ۸۵-۱۰۲.
- محمدی، حسین و رنجبر، فیروز و محمدجانی، مرتضی و هاشمی، طاهره سادات (۱۳۸۷)، «تحلیلی بر رابطه اقلیم و گردشگری»، فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۱۰، صفحات ۱۴۷-۱۲۹.
- مشکینی، ابوالفضل و سلطانزاده، اکبر و رحمتی، اکبر و زارعی، یوسف (۱۳۹۱)، «فرصت ها و معضلات توسعه صنعت گردشگری شهر مراغه»، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، شماره (۱)، صفحات ۸۳-۱۰۱.
- موحد، علی و کهزادی، سالار و عابدینزاده، فریماه (۱۳۹۳)، «راهبردهای توسعه اکوتوریسم استان کردستان با استفاده از مدل SWOT و QSPW»، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال چهاردهم، شماره (۳۲)، صفحات ۲۰۴-۱۸۱.
- میرحسینی، سید ابوالقاسم و نوجوان، محمدرضا (۱۳۹۱)، «تدوین مدل استراتژیک و رویکرد توسعه پایدار گردشگری در مناطق کویری با استفاده از ماتریس SWOT، SPACE، QSPM (مطالعه موردی: مناطق کویری استان یزد)»، فصلنامه جغرافیای طبیعی، سال هفتم، شماره ۲۵، صفحات ۹۹-۱۱۴.

References

- Altinay M. and Hussain K., (2005), "Sustainable Tourism Development: A Case Study of North Cyprus, International Journal of Contemporary Hospitality Management", no. 17, pp. 272-280.
- Arsi, S. and Nikoli, D. and Ivkovi., (2017), "Hybrid Swot-and-Fanp model for prioritization strategies of sustainable development of ecotourism in National Park Djerdap, Serbia", *Forest Policy and Economics*

,no.80, pp.11-26.

- C.R.de Freitas and Daniel scott and Geoffme Boyle (2008), "A second generation climate index for Tourism (TCI): Specification and verification", *Int J Biometrol*, no.52, pp.399-407.
- Cobbinah, P.B., (2015), "Contextualizing the meaning of ecotourism", *Tourism Management Perspectives*, no. 16, pp.179-189.
- Das, M. and Chatterjee, B. (2015), "Ecotourism: a panacea or a predicament?", *Tourism Management Perspectives*, no.14, pp.3-16.
- Duarte, C. (2006), Lawrence P. E t tkin, Marilyn M. Helms, and Michael s.Anderson. The challenge of VeneZuela: A SWOT Analysis.
- Ghorbani, A. and Raufirad, V. and Rafiaani, P. and Azadi, H. (2015), "Ecotourism sustainable development strategies using SWOT and QSPM model: A case study of Kaji Namakzar Wetland, South Khorasan Province, Iran", *Tourism Management Perspectives*, no.16, pp. 290-297.
- Hong, C-W. And Chan, N-W. (2010), "Strength-weakness-opportunities-threats Analysis of Penang National Park for Strategic Ecotourism Management", *World Applied Sciences Journals* , no.10 (Special Issue of Tourism & Hospitality), pp.134-145.
- Huang, C. (2012), "The Impact of Local Environmental Quality on International Tourism Demand: The Case of China", Master's Theses, 21.
- Inskip, E (1991), "Tourism planning integrated and sustainable development approach", New York.
- Joao, Vasconcelons and Veronica Oliveria and Paulo Lmeida and Roberto Gamboa and Victor Prior (2007), "Could climate change have appositive impaction in potugels west tourism region coasts? International conference on climate change impacts on Tourism", *Lisbon*, 7-8th September.
- Matzarakis, A. (2001), "Heat stress in Greece", *International Journal of Biometeorology*, no. 41, pp. 34-39.
- Nelson, J.G. and Butler, R. and Wall,G.(1993), " Tourism and sustainable development: Monitoring, Planning, Managing" University of Waterloo, Ontario: Department of Geography.
- Reihanian, A. and Binti Mahmood, N-Z. and Kahrom, E. and Hin, T-W. (2012), "Sustainable tourism development strategy by SWOT analysis: Boujagh National Park, Iran", *Tourism Management Perspectives* , no.4,pp. 223-228.
- Santarem, F. and Silva, R. and Santos, P. (2015), "Assessing ecotourism

potential of hiking trails: a framework to incorporate ecological and cultural textures and seasonality”, *Tourism Management Perspectives*, pp. 190-206.

Tourism Management Perspectives, no. 20, pp. 269-275.

World Travel and Tourism Council, WTTC. (2016).

Yuksel, E. and deviren, M. D. (2007), “Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis-A case study for a textile firm”, *Information Sciences*, no.177, pp. 440-458.



Determining the Components of the Development of Economic Tourism in Iran with An Emphasis on Climate Change

Samaneh Abedi

Assistant Professor, Faculty of Economics,
Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Maliheh Sedaghat

M.Sc., Environmental Economics, Faculty of
Economics, Allameh Tabataba'i University,
Tehran, Iran

Abstract

The climate change is regarded as one of the key factors affecting tourism industry. The aim of this study is to assess the current state of ecotourism in Iran and to provide solutions for its sustainable development with an emphasis on climate change variables. For this purpose, the SWOT approach and the information extracted from the questionnaires designed for 60 experts and professional in this field at the Tourism and Environmental Protection Organization have been used for the year 2018. The results of the SWOT matrix demonstrates that the final score of the internal and external factors evaluation matrix was 2/203 and 2/756, respectively. This would indicate that the status of Iranian tourism is at Home of Conservative Strategies (WO). The results also imply that the different ecosystem and spectacular and pristine landscapes weighing 0/256 are allocated the highest strengths. Likewise, reducing rainfall, increasing temperature and lack of strategic planning in the tourism sector with the participation of the Environmental Organization with a score of 0.086 are among the most important weaknesses. According to our findings, increasing the environmental quality with a score of 0.188 is the best opportunity while increasing the temperature, reducing annual rainfall and increasing the degradation and environmental pollution is one of the most important threats to the development of Iranian tourism with a score of 0.068. It follows, therefore, that with effective management of institutions and the implementation of supportive laws and regulations together with monitoring their implementation and raising public awareness in the field of tourism and conservation of the environment, to enhance further development of tourism industry in Iran.

Keywords: Ecotourism, Environment Conservation, Climate Change, SWOT Analysis, Conservative Strategies.

JEL Classification: Q54, L83.

* Corresponding Author: s.abedi@atu.ac.ir