



## **Developing a Smart Strategic Planning Model for Ecotourism Development in Peri-Urban Spaces of Mashhad Metropolitan Area**

**Reyhaneh Ezadi <sup>1</sup>, Mohammad Reza Zandmoghadam <sup>\*2</sup>, Saeed Kamyabi <sup>3</sup>,**

**Abbas Arghan <sup>3</sup>**

1- PhD student in Geography and Urban Planning, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran.

2\*- Associate Professor, Department of Geography and Urban Planning, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran.

3- Professor, Department of Geography and Urban Planning, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran.

### **Abstract**

Planning for tourism development depends on various factors and conditions, which can be achieved if they are systematically and structurally applied. This indicates the importance and necessity of developing future perspectives in the tourism development process. The importance of tourism and the need to study and research it, given its important role in our lives, is not hidden from anyone. However, today, the acceptance of tourism is more related to its economic aspect than anything else, especially since it has a high potential in the field of international trade. In the present study, an attempt is made to explain the strategic planning model for the development of ecotourism in the peri-urban spaces of the Mashhad metropolis in a practical way. In this study, data on climatic elements such as temperature, relative humidity, and data on factors such as natural landscapes, historical attractions, communication routes, and amenities were used. The research method is descriptive and analytical and of an applied type. For analysis, important tourism data and options were analyzed using SWOT and AHP methods. The results show that based on the SWOT index, the presence of natural landscapes with a score of 4.6 and historical attractions with a score of 4.3 were recognized as strengths, and the lack of health facilities with a score of 0.37 and the lack of parking with a score of 0.36 were recognized as weaknesses. By examining the AHP method, it was determined that the temperature indices with a weighted sum of 2.35, relative humidity with a weighted sum of 1.54, and natural landscapes with a weighted sum of 0.98 are the most important criteria in attracting tourism to the peri-urban spaces of the Mashhad metropolis.

**Keywords:** Sustainable tourism, AHP and SWOT models, West Azerbaijan

### **Citation:**

Ezadi, R. , Zandmoghadam, M. R. , Kamyabi, S. & Arghan, A. (2025). Developing a Smart Strategic Planning Model for Ecotourism Development in Peri-Urban Spaces of Mashhad Metropolitan Area. *Journal of Intelligent Marketing Management*, 6(1), 398-424.



## تدوین الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک هوشمند توسعه اکوتوریسم فضاهای پیراشهری کلان‌شهر مشهد

ریحانه ایزدی<sup>۱</sup>، محمدرضا زندمقدم<sup>۲\*</sup>، سعید کامیابی<sup>۳</sup>، عباس ارغان<sup>۴</sup>

۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

۲- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

۳- استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

### چکیده

برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری، به عوامل و شرایط گوناگونی وابسته است که به شرط به کارگیری نظام‌مند و ساختاری آن‌ها، می‌توان به این مهم دست یافت. این موضوع نشان از اهمیت و ضرورت تدوین چشم‌اندازهای آینده در فرایند توسعه گردشگری دارد. اهمیت گردشگری و لزوم بررسی و تحقیق در مورد آن با توجه به نقش مهم آن در زندگی ما بر هیچ کسی پوشیده نیست، با این وجود امروزه استقبال از گردشگری بیش از هر چیز مربوط به جنبه اقتصادی آن است بویژه این که قابلیت بالایی در زمینه تجارت بین‌المللی داراست. در پژوهش حاضر سعی بر آن است الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه اکوتوریسم فضاهای پیراشهری کلانشهر مشهد بصورت کاربردی تبیین گردد. در این تحقیق داده‌های عناصر اقلیمی از قبیل؛ درجه حرارت، رطوبت نسبی، و داده‌های عوامل از قبیل؛ چشم‌اندازهای طبیعی، جاذبه‌های تاریخی، راه ارتباطی و امکانات رفاهی استفاده شد. روش پژوهش پیش‌رو توصیفی و تحلیلی و از نوع کاربردی است. برای تجزیه و تحلیل، داده‌ها و گزینه‌های مهم گردشگری با روش‌های SWOT و AHP مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان‌دهنده آن است که براساس شاخص SWOT وجود چشم‌اندازهای طبیعی با امتیاز ۴/۶ و جاذبه‌های تاریخی با امتیاز ۴/۳ جزو نقاط قوت و کمبود امکانات بهداشتی با امتیاز ۰/۳۷ و کمبود پارکینگ با امتیاز ۰/۳۶ جزو نقاط ضعف شناخته شدند. با بررسی روش AHP مشخص شد که شاخص‌های دما با مجموع وزنی ۲/۳۵، رطوبت نسبی با مجموع وزنی ۱/۵۴ و چشم‌اندازهای طبیعی با مجموع وزنی ۰/۹۸ مهم‌ترین معیارها در جذب گردشگری فضاهای پیراشهری کلان‌شهر مشهد می‌باشند.

**کلیدواژه‌ها:** گردشگری پایدار، مدل‌های AHP و SWOT، آذربایجان غربی

### استناد:

ایزدی، ریحانه و زندمقدم، محمدرضا و کامیابی، سعید و ارغان، عباس. (۱۴۰۳). تدوین الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک هوشمند توسعه اکوتوریسم فضاهای پیراشهری کلان‌شهر مشهد. مدیریت بازاریابی هوشمند، ۶(۱)، ۴۲۴-۳۹۸.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۱۰

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۱/۰۱

<https://doi.org/JABM.3.2.15564.35125656565047>

نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند، ۱۴۰۴، دوره ۶، شماره ۱، پیاپی ۲۷

ناشر: نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نویسندگان



## مقدمه

گردشگری مجموعه و نظامی از عناصر بهم پیوسته است که در تمامی مراحل با یکدیگر در تعامل هستند. از جمله این عناصر زیرساخت‌هاست که نقشی حیاتی در فرآیند گردشگری و توسعه آن دارند (احدنژاد و فیضی، ۱۳۹۲). یکی از نکات مرتبط با زیرساخت‌ها چگونگی دسترسی گردشگران به آنهاست؛ زیرا میزان دسترسی و کیفیت آنها می‌تواند استقبال گردشگران را به دنبال داشته باشد و میزان بهره‌برداری اقتصادی از آنها را فراهم کند (Njoya, 2020, p. 4). در واقع، وضعیت مقصد در کنار جاذبه‌ها، خدمات، دسترسی و هزینه پنج مؤلفه اصلی گردشگری است (صیدائی و همکاران، ۱۴۰۲، ص. ۱۲۴) که این چارچوب اهمیت خدمات و زیرساخت‌ها را نشان می‌دهد. دسترسی به خدمات برای گردشگران می‌تواند به بهبود کیفیت خدمات، کاهش هزینه‌ها و استقبال بیشتر گردشگران منجر شود (Akbar et al., 2021, P. 31). بر همین اساس، اتخاذ مکان‌های بهینه برای ایجاد مراکز مختلف خدماتی در حوزه گردشگری بسیاری ضروری است؛ به طوری که به عملکرد بهتر این بخش کمک می‌کند. مکان‌یابی مراکز اقامتگاهی در حوزه گردشگری یک گام روبه جلو و برنامه‌ریزی آینده‌نگر است؛ زیرا بی‌توجهی به برخی شاخص‌های تأثیرگذار در این زمینه که برای گردشگران مهم است، می‌تواند تبعات اقتصادی ناگواری را برای مراکز اقامتی به‌ویژه در حوزه سرزمینی و منطقه‌ای داشته باشد. این وضعیت در بلندمدت منجر به رکود گردشگری و بی‌تمایلی گردشگران به مقاصد گردشگری می‌شود (Cvetkovic & Jovanovic, 2016). سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) و مدل‌های ارزیابی موجود در این زمینه می‌تواند مفید واقع شود. سیستم اطلاعات جغرافیایی با ارزیابی معیارهای مختلف انسانی، طبیعی و زیرساختی در این زمینه می‌تواند پهنه‌ها یا مکان‌های مستعد ایجاد مراکز اقامتی-گردشگری را معرفی کند (Wei, 2012). همچنین، این امکان وجود دارد که از مدل‌های مختلف که در آن نتایج متفاوتی پیشنهاد می‌شود، استفاده شود. مدل‌های هم‌پوشانی فازی نمونه بارزی از همین قابلیت‌ها در محیط GIS است که برای بررسی و تعیین پهنه‌های مستعد ایجاد مراکز اقامتگاهی-گردشگری می‌توان به آنها تأکید کرد (Albuquerque et al., 2018). زیرا براساس چارچوب آماری و منطقی نتایج متفاوتی در آن پیشنهاد می‌شود. مقایسه این مدل‌ها نیز در حوزه گردشگری می‌تواند به بهبود پژوهش‌ها در این زمینه کمک کند. امروزه گردشگری یکی از بزرگ‌ترین فعالیت‌های اقتصادی دنیاست. توسعه این فعالیت‌های اقتصادی بی‌شماری برای جوامع دارد (خیری و همکاران، ۱۴۰۰، ص. ۳) و از مهم‌ترین منابع درآمد، اشتغال و توسعه زیرساخت‌های اجتماعی و فرهنگی است که به‌صورت فراگیر و جهانی تمامی جنبه‌های زندگی افراد را تحت تأثیر قرار داده است (Christou & Sharply, 2019, P. 39). گردشگری در شش و نیم دهه اخیر رشد تاحدوی بدون وقفه داشته که نشان‌دهنده قدرت و انعطاف‌پذیری آن است (Bayih & Singh, 2020, P. 1). از این صنعت می‌توان برای حفظ و افزایش فرصت‌های مطلوب آینده، افزایش آگاهی مردم با شناسایی فرهنگ‌های خاص و ترویج آنها و حتی برای کاهش تنش‌های سیاسی استفاده کرد (Butler et al., 2022, P. 59). به‌طور کلی، دسترسی به منابع جدید سرمایه، ایجاد فرصت‌های نوین اشتغال محلی، رشد و توسعه اقتصاد عمومی، رشد فرهنگی، ایجاد عدالت اجتماعی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختارهای زیربنایی از جمله توانمندی‌های گردشگری است. با توجه به تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی این فعالیت می‌تواند به‌عنوان موتور محرکه اقتصاد باشد. در مقابل، رشد اقتصادی نیز بر توسعه گردشگری مؤثر واقع می‌شود (کاظمیان و همکاران، ۱۴۰۱، ص. ۱۰۸). بنابراین گردشگری به‌ویژه برای کشورهای درحال توسعه که معضلات بسیاری از جمله بیکاری و اقتصاد تک‌محصولی دارند، بسیار حائز اهمیت است (اسدپورکردی و همکاران، ۱۴۰۰، ص. ۲۱۱).

در پژوهش حاضر سعی بر آن دارد که ضمن بررسی سوابق مطالعات انجام یافته با بهره‌گیری از دو روش AHP و SWOT توسعه گردشگری مناطق پیراشهری کلان شهر مشهد مورد تحلیل قرار گیرد.

### مبانی نظری پژوهش

گردشگری با تعریف‌ها و کارکرد متفاوت معرفی می‌شود؛ زیرا گاهی همزمان همه ابعاد محیطی و اجتماعی را دربرمی‌گیرد؛ درحالی که در جایگاه‌های خاص خود کارکردهای متفاوت نیز اهمیت اساسی می‌یابد. محققان گردشگری را پدیده‌ای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی تعریف می‌کنند که مستلزم حرکت افراد به کشورها یا مکان‌هایی خارج از محیط معمول برای هدف‌های شخصی، تجاری و حرفه‌ای است. (Mkwizu, 2020, P. 6)، Hall باور دارد گردشگری «بیانی از سبک زندگی است که در سفر داوطلبانه یا تغییر موقت داوطلبانه محل سکونت شناسایی می‌شود. (Higgins-Desbiolles et al., 2019, P. 1932)، Artur borman» گردشگری را «مجموعه مسافرت‌هایی که به منظور استراحت، تفریح و تجارت یا دیگر فعالیت‌های شغلی و یا به منظور شرکت در مراسم خاص انجام گیرد و غیبت شخص از محل سکونت دائم خود در طی این مسافرت موقتی و گذرا باشد» تعریف می‌کند (کاظمی، ۱۳۸۵، ص. ۱۸-۱۹). در تعریف سازمان جهانی گردشگری «گردشگری عبارت است از مجموعه کارهایی که یک فرد در سفر و در مکانی غیر از محیط عادی خود انجام می‌دهد. این سفر بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف آن سرگرمی، تفریح، استراحت، ورزش و فعالیت‌هایی از این قبیل است». (WTO, 1999) واژه گردشگر نیز همانند گردشگری تعریف‌های متعددی دارد. در فرهنگ وبستر (۱۳۸۶) گردشگر به کسی اطلاق می‌شود که برای سرگرمی و تفریح یا به قصد امور فرهنگی سفر می‌کند. در فرهنگ‌های لغت فارسی گردشگری با عبارت‌هایی چون جهانگردنده آنکه در اقطار عالم بسیار سفر کند، سیاح کسی که در شهر و کشورهای دیگر سیاحت کند و جهانورد آمده است. سازمان جهانی جهانگردی ضمن تفکیک اصطلاحات «جهانگرد یا گردشگر»، مفاهیم «گردشگر یک‌روزه»، «دیدارکننده» و «مسافر» را ارائه می‌دهد مقصود از گردشگر کسی است که دست کم یک شب در یک اقامتگاه عمومی یا خصوصی در محل بازدید شده به سر برد (گی و فایوسولا، ۱۳۸۲، ص. ۲۲). گردشگر در تعریفی دیگر به هر شخصی گفته می‌شود که به مدت کمتر از ۱۲ ماه به مکانی غیر از محل سکونت معمولی خود سفر و هدف اصلی او از سفر غیر از انجام دادن فعلیتی است که از آن مزد دریافت می‌کند (Lickorish & Jenkins, 2007, P. 37).

### پیشینه پژوهش

صیدایی و صادقی (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «مکان‌یابی احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در منطقه چهارمحال و بختیاری» اشاره کردند که ارتفاع، شیب، خاک، کاربری و پوشش اراضی، نزدیکی به منابع آب، دوری از مناطق حفاظت، فاصله از خط گسل، فاصله از زمین لغزش، متوسط دما سالانه، متوسط بارش سالانه، نزدیکی به جاده ارتباطی، نزدیکی به شهر، نزدیکی به روستا، تراکم جمعیت در مکان‌یابی ایجاد اکوکمپ‌های گردشگری قابل استفاده بوده است؛ به طوری که مهم‌ترین معیار برای احداث اکوکمپ گردشگری نزدیکی به منابع آب شناخته شده است.

اسفندیاری و نظافت (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان «بررسی و ارزیابی توانمندی‌ها و پتانسیل‌های ژئوتوریستی شهرستان سرعین: مطالعه موردی: روستاهای آلوارس، درآباد، نوران» انجام دادند. نتایج نشان داد که توان ژئوتوریستی درآباد و نوران متوسط است؛ ولی منطقه آلوارس توان ژئوتوریستی خوبی و از نظر رقابت‌پذیری نسبت به سایر مناطق پتانسیل‌های مناسب‌تری را برای جذب گردشگر دارد.

عرفانی و احسان‌زاده (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان «پهنه‌بندی مناطق مستعد گردشگری ساحلی در بخشی از سواحل دریای عمان» انجام دادند. محققان در این پژوهش در تعیین پهنه‌های مستعد گردشگری ساحلی دریای عمان نشان دادند که پهنه‌های مناسب برای توسعه اکوتوریسم در امتداد خط ساحلی بوده که بیشتر عوامل طبیعی و جاذبه‌های فراوان زمین‌شناختی در این انتخاب مؤثر بوده است. نتایج تحقیق نشان داد که مکان‌های مستعد گردشگری ۲۳۳ هکتار بوده است که در قالب هفت پهنه در امتداد ساحل قرار دارد.

محمودی و بیشمی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «امکان‌سنجی و مکان‌یابی روستاهای مستعد احداث اکو کمپ بین‌المللی مطالعه موردی: استان کرمانشاه» نشان دادند که اکو کمپ باید در کنار محیط‌های کوهپایه‌ای و نزدیک به فرودگاه باشد تا گردشگران بین‌المللی به آن دسترسی داشته باشند. علاوه بر این، دسترسی به شبکه معابر، شیب مناسب، ارتفاع از سطح زمین معقول و دوری از مخاطره‌های طبیعی از مهم‌ترین معیارهای مؤثر در این زمینه است.

رضایی و قاسمی (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان «ارزیابی قابلیت‌های گردشگری و نقش آن در توسعه شهری با تأکید بر برنامه‌ریزی راهبردی: نمونه موردی: شهر کرمان» انجام دادند. در این مطالعه توجه بر توسعه گردشگری فرهنگی، طبیعی و بومگردی به دلیل وجود مزیت‌های نسبی به عنوان مهم‌ترین استراتژی توسعه پیشنهاد شد.

فان و همکاران پژوهشی با عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی استراتژی‌های توسعه گردشگری با استفاده از SWOT، QSPM و AHP: مطالعه موردی: کوه چانگ‌بای در چین» انجام دادند. محققان دریافتند که وجود ویژگی‌های طبیعی زیبا با مناظر متمایز مهم‌ترین نقطه قوت است. همچنین، ناکافی بودن امکانات رفاهی و ضعف زیرساخت‌ها مهم‌ترین نقطه ضعف است. نتایج نشان داد که استفاده از پتانسیل‌های طبیعی، تاریخی و استراتژی و ایجاد مکانیزم مناسب به منظور سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی برای بهبود شرایط مهم است. (Fan et al., 2023)

ماکونی پژوهشی با عنوان «ارزیابی پتانسیل گردشگری ماجراجویی در منطقه کوه کنیا» انجام داد. نتایج نشان داد که چشم‌اندازهای زیادی برای گردشگری ماجراجویانه در منطقه وجود دارد. کوه‌نوردی، صخره‌نوردی و کمپینگ به عنوان فعالیت‌های توسعه یافته شناسایی شد. (Makuny, 2023)

جایارامان و همکاران در پژوهشی با عنوان «تحلیل تناسب سایت مبتنی بر GIS و سنجش از دور برای توسعه گردشگری در بلوک وایشالی، بیهار: تحلیل تناسب سایت مبتنی بر GIS و سنجش از دور برای توسعه گردشگری مطلوب بوده است و عواملی مختلف از جمله مجاورت و کاربری نقش تعیین‌کننده‌ای دارند. (Jayaraman et al., 2021)

هان و سو در پژوهشی با عنوان «ارزیابی پتانسیل‌های توسعه گردشگری منطقه‌ای استان هی» ۱۸ شاخص ارزیابی را انتخاب و با استفاده از روش سلسله‌مراتب تحلیلی جامع و فرآیند خطی توانمندی توسعه گردشگری را ارزیابی کردند. نتایج نشان داد که گردشگری با مشکلاتی مانند مقیاس کوچک، زنجیره‌های کوتاه و یکپارچگی کم منابع مواجه است. آنها اقدام‌های متقابلی نظیر بهبود شرکت‌های گردشگری پیشرو، ایجاد خوشه‌های گردشگری و ترویج یکپارچگی فرهنگی را پیشنهاد کردند. (Han & Su, 2021)

چوداری در پژوهشی با عنوان «اکوتوریسم: شعار معیشت پایدار روستایی» نتیجه گرفت که مواردی چون اقلیم، وجود فرهنگ سنتی، امکانات، دسترسی به جاده ارتباطی، تنوع جاذبه‌ها، خاک، کاربری اراضی برای خدمات گردشگری و اقامتگاهی به‌عنوان شاخص‌های هستند. (Choudhury, 2019)

کرو و مارتینز در پژوهشی با عنوان «موقعیت هتل و خوابگاه در لیسبون: به‌دنبال عوامل تعیین‌کننده آنها» نتیجه گرفتند که شاخص دسترسی به جاذبه‌های گردشگری و خدمات حمل‌ونقل مهم‌ترین معیارهای تأثیرگذار در این زمینه است. (Cró & Martins, 2018)

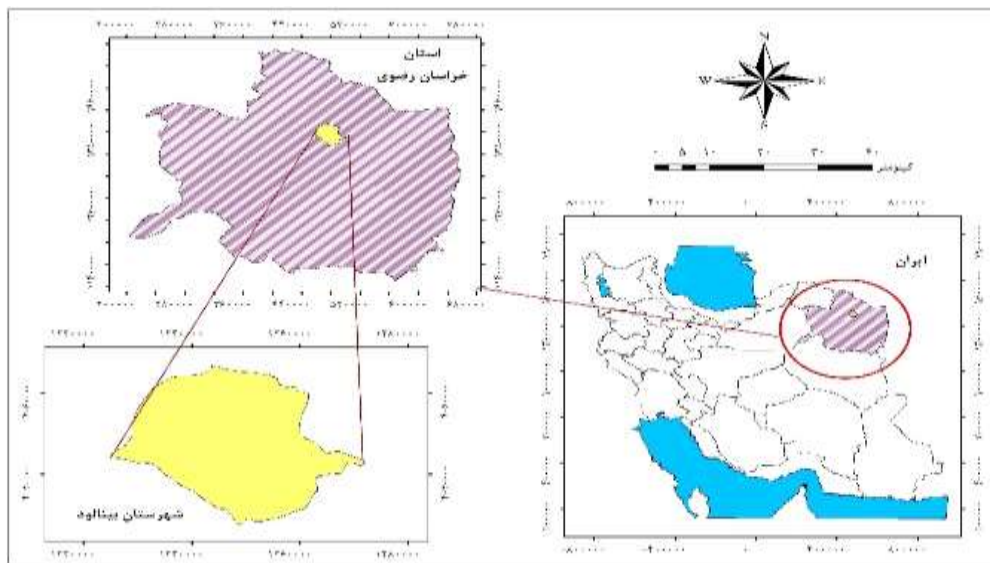
بارادواج در پژوهشی با عنوان «رضایت مشتری منجر به مزیت رقابتی پایدار: با اشاره ویژه به کمپ بوم‌گردی لالیمو در پارک ملی نامری» نتیجه گرفت که معیارهای ارتقاء، وجود جاذبه گردشگری، دسترسی به خدمات، حمل‌ونقل، کاربری سازگار و فاصله از سایر کاربری‌ها بسیار مهم هستند. (Bharadwaj, 2018)

تورتاتو و ایزو پژوهشی با عنوان «پیشرفت‌ها و موانع توسعه جگوار-گردشگری در پانتانال برزیل» انجام داد. مطابق نتایج، حیات وحش در برزیل با وجود پتانسیل بسیار زیاد تنوع زیستی قابل بهره‌برداری نیست. نبود برنامه‌های مدیریتی برای مناطق حفاظت‌شده مانع توسعه این فعالیت شده است. (Tortato & Izzo, 2017)

آگوستینا پژوهشی با عنوان «اکو کمپ پدیده گردشگری آموزشی در اندونزی» انجام داد. محقق نتیجه گرفت که در تعیین منطقه‌های مستعد ایجاد خدمات گردشگری باید به شاخص‌های مختلف مانند تنوع جاذبه‌ها، آب‌وهوا، امکانات، میزان دسترسی، فاصله جاذبه‌ها نسبت به یکدیگر، دسترسی به نقاط سکونتگاهی تأکید کرد. (Agustina, 2017)

### منطقه مورد مطالعه

شهرستان بینالود (طرقه و شان‌دیز) با مساحت ۱۲۰۰ کیلومتر مربع، دارای طول جغرافیایی ۵۹ درجه و ۱۵ دقیقه و عرض جغرافیایی ۳۶ درجه و ۲۲ دقیقه در نیمه شمالی استان خراسان رضوی و نسبت به شهرستان مشهد در سمت غرب و شمال‌غربی واقع شده است. این شهرستان بعد از شهر مشهد مهم‌ترین منطقه توریستی و نگین گردشگری استان خراسان رضوی محسوب می‌شود. مناطق طرقه و شان‌دیز دارای مراکز متعدد تفریحی، پذیرایی، اقامتی، رفاهی است این شهرستان با وجود مناطق ویژه از گذشته تا کنون بستر مهمی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی فراهم آورده است. این شهرستان به علت قرارگرفتن در دامنه‌های شمالی سلسله ارتفاعات بینالود و برخورداری از آب و هوای معتدل، آب فراوان و باغ‌های وسیع و مناظر طبیعی دیدنی، به عنوان یکی از کانون‌های عمده مسافران و گردشگران از شهر مشهد و سراسر ایران است. این شهرستان در حال حاضر شامل دو بخش طرقه و شان‌دیز بوده که از اواخر سال ۱۳۸۷ در تقسیمات کشوری تبدیل به شهرستان شده است حداکثر ارتفاع از سطح دریا این شهرستان ۳۰۵۹ متر در جاغرق و حداقل ارتفاع از سطح دریا ۱۱۷۰ متر در حوزه سد طرق می باشد. متوسط بارندگی شهرستان ۳۶۰ میلی متر و متوسط درجه حرارت ۱۱/۳ درجه، متوسط ماههای خشک سال ۴ ماه می باشد. میانگین ارتفاع شهرستان ۲۱۳۲ متر می باشد. طول جغرافیایی این شهرستان ۱۰، ۳، ۵۹ تا ۵۹، ۳۶، ۵۹ شمالی و عرض جغرافیایی ۳۷، ۳۰، ۳۶ تا ۱۸، ۰۴، ۳۶ شرقی می باشد (اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان خراسان رضوی، ۱۴۰۲).



شکل ۱: موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه (مأخذ: نگارنده: ۱۴۰۳)

## روش تحقیق

در این تحقیق داده‌های عناصر اقلیمی از قبیل؛ درجه حرارت، رطوبت نسبی، درجه روز و داده‌های عوامل از قبیل؛ چشم‌اندازهای طبیعی، جاذبه‌های تاریخی، راه ارتباطی و امکانات رفاهی استفاده شد. هدف از این تحقیق ارزیابی عوامل موثر در توسعه گردشگری مناطق پیرا شهری کلان شهر مشهد با بهره‌گیری از مدل SWOT می‌باشد. معیارهای مورد استفاده از قبیل؛ درجه حرارت هوا، آب‌های گرم و سرد معدنی، رطوبت نسبی، چشم‌انداز طبیعی، راه‌های ارتباطی و مراکز اقامتی می‌باشند. روش این تحقیق توصیفی و تحلیلی و از نوع کاربردی است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل SWOT استفاده شد. براساس مدل SWOT نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای مناطق مورد مطالعه در ارتباط با مسایل توریستی مورد بررسی قرار خواهند گرفت. در این پژوهش از روش سلسله مراتبی AHP و روش راهبردی SWOT به شرح زیر استفاده شده است.

**روش مقایسه زوجی (سلسله مراتبی):** این روش بوسیله توماس ال ساعتی (۱۹۸۰) توسعه داده شده و در آن عمدتاً از روش سلسله مراتبی تحلیلی (AHP) برای تشکیل آرایه مورد نیاز استفاده می‌شود. در این تحقیق از چهار معیار اصلی؛ اقلیم، توپوگرافی، خاک و کاربری اراضی مد نظر قرار گرفت که اهمیت نسبی هر یک از معیارها، زیرمعیارها و گزینه‌ها بررسی شد. روش محاسبه آن مستلزم انجام مراحل ذیل می‌باشد ۱- محاسبه وزن (معیارها، زیرمعیارها و گزینه‌ها) ۲- محاسبه امتیاز نهایی گزینه‌ها ۳- بررسی سازگاری منطقی قضاوت‌ها یا برآورد نسبت ثبات یا پایداری، عملیات زیر صورت می‌گیرد:

الف) با ضرب وزن مربوط به اولین معیار در ستون اول از ماتریس اولیه از مقایسه دو به دو، سپس دومین وزن در ستون دوم و به همین ترتیب کلیه معیارها محاسبه می‌شود.

ب) با تقسیم بردارهای مجموع وزنی بر وزن‌های معیار، بردار پایداری تعیین می‌گردد.

ت) در این مرحله برای تعیین نسبت پایداری می‌بایست میزان لاندا ( $\lambda$ ) و شاخص پایداری (CI) مورد محاسبه قرار می‌گیرد.

ارزش مربوط به  $\lambda$  به طور ساده شامل میانگین ارزش بردار پایداری است:

$$\lambda = \frac{\text{بردار پایداری}}{n}$$

$$\text{شاخص سازگاری} = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}$$

$$\text{ضریب سازگاری} = \text{CR} = \frac{CI}{RI} \leq 0.1$$

RI، بیانگر شاخص تصادفی است.

### شاخص راهبردی SWOT

این مدل با بررسی متغیرهای کلی، نقاط قوت، ضعف و همچنین فرصت‌ها و محدودیت‌هایی را که در فرآیند برنامه ریزی وجود دارد، روشن ساخته و راهکار مناسب را به منظور انتخاب بهترین گزینه در جهت دستیابی به اهداف مورد نظر، ارائه می‌دهد. فکر اصلی در انتخاب راهبردها، حداکثر کردن قوت‌ها و غلبه بر ضعف‌های درونی است. در این روش، با تحلیل نقاط قوت و نقاط ضعف به عنوان عوامل درونی و فرصت‌ها و تهدیدها به عنوان عوامل بیرونی-محیطی، راهبردهایی برای بهبود و توسعه مکان مورد مطالعه پیشنهاد می‌شود. این راهبردها به چهار دسته SO (استفاده از نقاط قوت برای بهره‌گیری از فرصت‌ها)، WO (رسیدگی به نقاط ضعف برای استفاده از فرصت‌ها، یا استفاده از فرصت‌ها برای پوشش نقاط ضعف)، ST (استفاده از نقاط قوت برای کاهش آسیب‌پذیری نسبت به تهدیدها) و WT (رسیدگی به نقاط ضعف برای کاهش آسیب‌پذیری در برابر تهدیدها) تقسیم می‌شوند. به این ترتیب می‌توان این عناصر را در قالب جدول ذیل آورد:

جدول ۱: ماتریس تحلیلی SWOT و نحوه تعیین راهبردها

ماتریس	نقاط قوت	نقاط ضعف	
SWOT	S	W	
فرصت‌ها	راهبردهای	راهبردهای	
O	SO	WO	
تهدیدها	راهبردهای	راهبردهای	
T	ST	WT	

در این مدل برای به دست آوردن نتایج نهایی از روش عددی وزن دهی استفاده شده است با دادن وزن به هر یک از عوامل فوق، جایگاه نسبی هر بخش روشن گردیده است. وزن‌ها از ۱ تا ۵ متغیر بوده است به این ترتیب که پاسخ خیلی خوب امتیاز ۵، خوب ۴، متوسط ۳، کم ۲ و خیلی کم ۱ می‌باشد در مرحله بعد با توجه به امتیازات به دست آمده، به رتبه‌بندی هر یک از مولفه‌ها پرداخته شد. سپس امتیازات وزنی تمامی عوامل خارجی در یک ستون با هم جمع زده شد که بر اساس آن امتیاز کل آن سیستم محاسبه می‌شود. امتیاز وزنی کل نشان می‌دهد که یک سیستم چگونه به عوامل و نیروهای موجود بالقوه در محیط بیرون پاسخ می‌دهد.

### برآورد حجم نمونه

به منظور تعیین حجم نمونه از روش کوکران استفاده گردید که شامل مراحل زیر می‌باشد:

- تعیین دقت احتمالی مطلوب
- پیش‌برآورد واریانس
- به کارگیری فرمول برآورد حجم نمونه

برای برآورد حجم نمونه یکی از مراحل اصلی برآورد واریانس صفت مورد نظر و یا پیش‌برآورد واریانس آن می‌باشد. معمولاً واریانس مورد نظر را از تحقیقات و اطلاعات قبلی به دست می‌آورند و در صورتی که مطالعه‌ای در این زمینه وجود نداشته باشد با انتخاب یک نمونه کوچک واریانس آن صفت را به طور تقریبی محاسبه می‌کنند. دقت احتمالی مطلوب در این تحقیق برابر با ۲ محاسبه شده است. به منظور ارائه فرمول مناسب برای برآورد حجم نمونه باید ابتدا روش نمونه‌گیری تعیین گردد. سپس با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه محاسبه می‌گردد.

کوکران:

فرمول

$$n = \frac{N(t.s)^2}{Nd^2 + (t.s)^2}$$

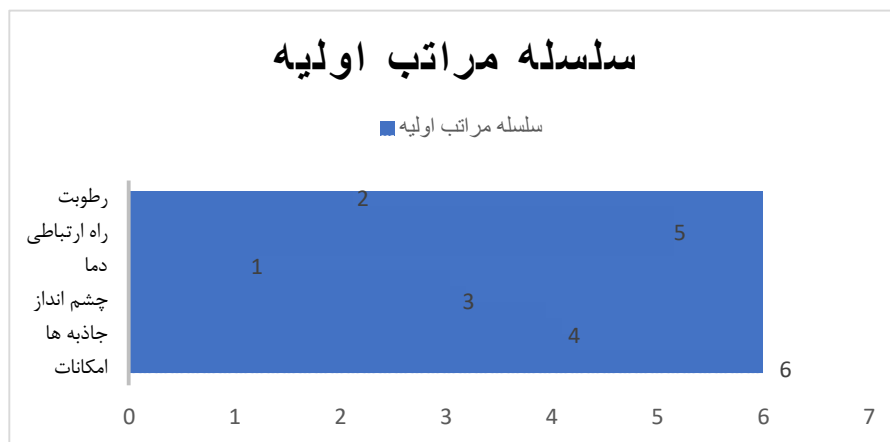
$N$  = حجم جامعه ،  $s$  = انحراف معیار ،  $T = 1/96$  ،  $d$  = دقت احتمالی مطلوب

در این پژوهش برای تعیین شرایط و اولویت‌های تعیین‌کننده‌ی جذب گردشگر در فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد: با روش AHP، شش معیار اصلی از قبیل؛ دما، چشم‌اندازهای طبیعی، جاذبه‌های تاریخی، راه ارتباطی، امکانات رفاهی و رطوبت نسبی انتخاب شد. که در جدول ۲ شاخص‌های مورد نظر مشخص شده است.

جدول ۲: سلسله مراتب اولیه‌ی شاخص‌های انتخاب شده

شاخص‌ها	سلسله مراتب اولیه‌ی اهمیت
امکانات رفاهی	۶
جاذبه‌های تاریخی	۴
چشم‌اندازهای طبیعی	۳
دما	۱
راه ارتباطی	۵
رطوبت نسبی	۲

منبع: نگارندگان ۱۴۰۳



شکل ۲: سلسله مراتب شاخص‌های انتخابی - منبع: نگارندگان ۱۴۰۳

برای محاسبه وزن معیارهای تعیین شده عملیات زیر صورت پذیرفت:

(۱) مطابق جدول شماره ۳ مجموع ارزش‌های مربوط به هر ستون از ماتریس مقایسه‌ی دوجه‌دو محاسبه گردید.

(۲) ماتریس استاندارد شده از مقایسه‌ی دوجه‌دو مورد محاسبه قرار گرفت. بدین صورت که هر عنصر ماتریس بر مقدار کل ستون آن

تقسیم گردید. این مورد در جدول شماره ۴ و شکل شماره ۳ مشهود است.

۳) میانگین عناصر مطرح در هر ردیف از ماتریس استاندارد شده محاسبه و وزن نسبی تعیین گردید.

جدول ۳: ماتریس اولیهی سلسله مراتبی

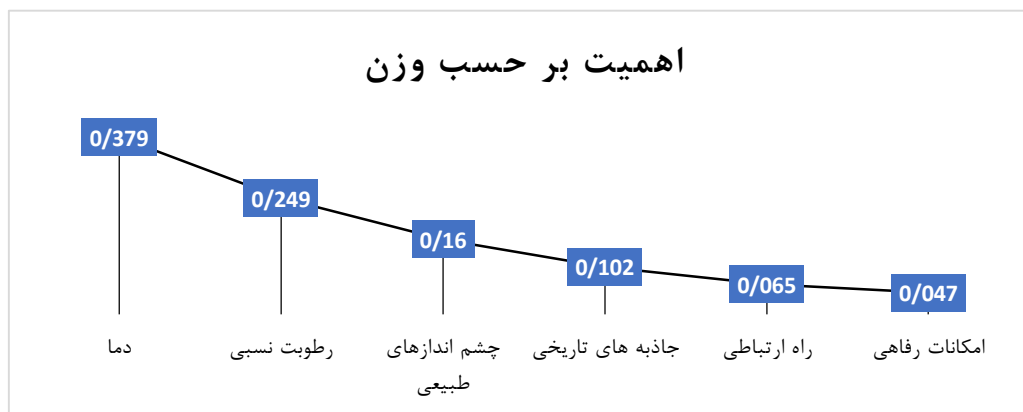
معیار	دما	رطوبت نسبی	چشم اندازهای طبیعی	جاذبه‌های تاریخی	راه ارتباطی	امکانات رفاهی
دما	۱	۲	۳	۴	۵	۶
رطوبت نسبی	۰/۵	۱	۲	۳	۴	۵
چشم اندازهای طبیعی	۰/۳۳۳	۰/۵	۱	۲	۳	۴
جاذبه‌های تاریخی	۰/۲۵	۰/۳۳۳	۰/۵	۱	۲	۳
راه ارتباطی	۰/۲	۰/۲۵	۰/۳۳۳	۰/۵	۱	۲
امکانات رفاهی	۰/۱۶۶	۰/۲	۰/۲۵	۰/۳۳۳	۰/۵	۱
مجموع ارزش ستون	۲/۴۴۹	۴/۲۸۳	۷/۰۸۳	۱۰/۸۳۳	۱۵/۵	۲۱

منبع: نگارندگان ۱۴۰۳

جدول ۴: ماتریس استاندارد شدهی سلسله مراتبی

معیار	دما	رطوبت نسبی	چشم اندازهای طبیعی	جاذبه‌های تاریخی	راه ارتباطی	امکانات رفاهی	ضریب اهمیت
دما	۰/۴۰۸	۰/۴۶۷	۰/۴۲۴	۰/۳۶۹	۰/۳۲۲	۰/۲۸۶	۰/۳۷۹
رطوبت نسبی	۰/۲۰۴	۰/۲۳۳	۰/۲۸۲	۰/۲۷۷	۰/۲۵۸	۰/۲۳۸	۰/۲۴۹
چشم اندازهای طبیعی	۰/۱۳۶	۰/۱۱۷	۰/۱۴۱	۰/۱۸۵	۰/۱۹۴	۰/۱۹۰	۰/۱۶۰
جاذبه‌های تاریخی	۰/۱۰۲	۰/۰۷۸	۰/۰۷۱	۰/۰۹۲	۰/۱۲۹	۰/۱۴۳	۰/۱۰۲
راه ارتباطی	۰/۰۸۲	۰/۰۵۸	۰/۰۴۷	۰/۰۴۶	۰/۰۶۴	۰/۰۹۵	۰/۰۶۵
امکانات رفاهی	۰/۰۶۸	۰/۰۴۷	۰/۰۳۵	۰/۰۳۱	۰/۰۳۲	۰/۰۴۷	۰/۰۴۳

منبع: نگارندگان ۱۴۰۳



شکل ۳: نمودارمقایسه‌ی میزان اهمیت شاخص‌ها و وزن‌ها- منبع: نگارندگان ۱۴۰۳

برای تخمین نسبت پایداری یا سازگاری محاسبه‌ی شاخصی به نام «نسبت پایداری» که از تقسیم «نسبت پایداری» بر «شاخص تصادفی بودن» حاصل می‌گردد. برای برآورد نسبت پایداری عملیات زیر انجام می‌شود:

الف) همانطور که در جدول شماره ۵ و ۶ مشاهده می‌گردد. با ضرب وزن مربوط به اولین معیار در ستون اول از ماتریس اولیه از مقایسه‌ی دوبه‌دو، سپس دومین وزن در ستون دوم معیارها محاسبه می‌شود. در نهایت جمع این ارزش‌ها در طول ردیف‌ها بردارهای مجموع وزنی به دست می‌آید.

جدول ۵: نسبت پایداری معیارهای مورد بررسی روش سلسله مراتبی

معیار	دما	رطوبت نسبی	چشم‌اندازهای طبیعی	جاذبه‌های تاریخی	راه ارتباطی	امکانات رفاهی
دما	۰/۳۷۹	۰/۴۹۸	۰/۴۸۱	۰/۴۱۰	۰/۳۲۷	۰/۲۶۰
رطوبت نسبی	۰/۱۹۰	۰/۲۴۹	۰/۳۲۱	۰/۳۰۷	۰/۲۶۲	۰/۲۱۷
چشم‌اندازهای طبیعی	۰/۱۲۶	۰/۱۲۴	۰/۱۶۰	۰/۲۰۵	۰/۱۹۶	۰/۱۷۴
جاذبه‌های تاریخی	۰/۰۹۴	۰/۰۸۳	۰/۰۸۰	۰/۱۰۲	۰/۱۳۱	۰/۱۳۰
راه ارتباطی	۰/۰۷۶	۰/۰۶۲	۰/۰۵۳	۰/۰۵۱	۰/۰۶۵	۰/۰۸۷
امکانات رفاهی	۰/۰۶۳	۰/۰۵۰	۰/۰۴۰	۰/۰۳۴	۰/۰۳۳	۰/۰۴۳

منبع: نگارندگان ۱۴۰۳

با تقسیم بردارهای مجموع وزنی بر وزنهای معیار، بردار پایداری تعیین گردید.

جدول ۶: مجموع وزنی و بردار پایداری

معیار	مجموع وزنی	بردار پایداری
دما	۲/۳۵۶	۶/۲۱۰
رطوبت نسبی	۱/۵۴۶	۶/۲۱۱
چشم اندازهای طبیعی	۰/۹۸۶	۶/۱۴۷
جاذبه های تاریخی	۰/۶۲۲	۶/۰۶۷
راه ارتباطی	۰/۳۹۵	۶/۰۳۱
امکانات رفاهی	۰/۲۶۳	۶/۰۶۳
مجموع پایداری		۳۶/۷۲

منبع: نگارندگان ۱۴۰۳

در این مرحله برای تعیین نسبت پایداری می بایست میزان لاندا ( $\lambda$ ) و شاخص پایداری (CI) مورد محاسبه قرار گیرد.

ارزش مربوط به  $\lambda$  به طور ساده شامل میانگین ارزش بردار پایداری است که با رابطه (۱) و (۲) محاسبه می شود.

$$\lambda = \frac{\text{بردار پایداری}}{n} \quad \text{رابطه (۱)}$$

$$\lambda = \frac{36/72}{6} = 6/12 \quad \text{رابطه (۲)}$$

محاسبه CI بر پایه مشاهداتی است که در آنها میزان لاندا برای ماتریس های مثبت دو سویه همواره بزرگ تر یا برابر با تعداد

معیارهای مورد نظر (n) است و اگر ماتریس مقایسه ای دوجه دوی یک ماتریس دارای استحکام و پایداری باشد، آن گاه خواهیم داشت (n)

$\lambda =$ ، هم چنین می توان سنجه ای از درجه عدم ثبات و پایداری در نظر گرفت.

با توجه به توضیحات ارائه شده، این سنجه با استفاده از رابطه زیر در دسترس است.

CI: مشخص کننده اندازه ی انحراف از پایداری است.

در این مرحله نسبت پایداری در قالب رابطه (۳) و (۴)، تعیین می گردد.

$$CR = \frac{CI}{RI} \leq 0/1 \quad \text{رابطه (۳)}$$

$$CR = \frac{0.024}{1.24} = 0.019 \quad \text{و RI}=1.24 \quad \text{رابطه (۴)}$$

نسبت پایداری به گونه‌ای تعیین می‌شود که اگر  $CR < 0/1$  باشد، در آن صورت این نسبت دلالت بر سطح قابل قبول پایداری دارد؛ با وجود این اگر  $CR \geq 0/1$  باشد، در آن صورت ارزش‌های نسبت بیان‌گر قضاوت‌های ناپاینده هستند. در چنین حالتی باید ارزش‌های اولیه در ماتریس باید مورد بازبینی و تجدید نظر قرار گیرد.

مقدار ضریب سازگاری کوچک‌تر از ۰/۱ و برابر ۰/۰۱۹ می‌باشد که می‌توان عنوان نمود که قضاوت‌های صورت گرفته با یکدیگر سازگار بوده و بین نتایج همگرایی وجود دارد. در ارزیابی شاخص استراتژی (SWOT) شناسایی عوامل محیطی داخلی و خارجی براساس ماتریس مربوطه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

### عوامل داخلی موثر بر گردشگری

هدف این مرحله بررسی محیط داخلی ناحیه‌ی مطالعه شده جهت شناسایی نقاط قوت و ضعف است. در بررسی قوت و ضعف در منطقه، مجموعه عوامل به شرح جدول ۷ تقسیم‌بندی شدند.

جدول ۷: ماتریس عوامل داخلی موثر بر گردشگری فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد

نقاط قوت	نقاط ضعف
- وجود چشم‌اندازهای طبیعی در (مناطق کوهستانی، چشمه، آبشار ، رود و ...)	- تفاوت‌های فرهنگی گردشگران و مردم بومی
- وجود شرایط محیطی مناسب (دما و رطوبت) برای جذب گردشگر	- کمبود شدید پارکینگ در مناطق گردشگری
- وجود جاذبه‌های تاریخی در منطقه	- فقدان زیرساخت‌های مناسب (راه دسترسی، امکانات اقامتی)
- مستعد بودن جهت سرمایه‌گذاری در امر توسعه گردشگری	- نبود برنامه‌ریزی در راستای توسعه پایدار جاذبه‌های گردشگری
- جهت استفاده از چشم‌اندازهای طبیعی و جاذبه‌های تاریخی آن به عنوان یک منطقه گردشگری	- کمبود تابلوها و علائم راهنمای گردشگران به مناطق گردشگری
- فراهم بودن امکانات و تسهیلات مناسب برای گردشگران	- عدم تمایل مردم به سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری به دلایل مختلف از جمله فقدان سرمایه و عدم آگاهی

منبع: نگارندگان ۱۴۰۳

### عوامل خارجی موثر بر گردشگری

هدف این مرحله سنجش محیط خارجی محدوده‌ی مورد مطالعه جهت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که محدوده‌ی مورد مطالعه در ارتباط با گسترش اکوتوریسم با آن مواجه است. بر اساس مطالعات انجام شده و بررسی وضعیت پیرامون ناحیه‌ی مطالعه شده، مجموعه‌ی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود و موثر بر این ناحیه از لحاظ گردشگری مورد توجه و بررسی قرار گرفتند که در جدول ۸ قابل مشاهده است.

## جدول ۸: ماتریس عوامل خارجی موثر بر گردشگری فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد

فرصت‌ها	تهدیدها
<ul style="list-style-type: none"> <li>- امکان برنامه‌ریزی و توسعه و تجهیز پتانسیل‌های فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد جهت ایجاد جاذبه‌های مصنوعی و انسان ساخت همگام با جاذبه‌های طبیعی و تاریخی</li> <li>- همجواری با مشهد الرضا (ع)</li> <li>- ایجاد امکانات تفریحی و ورزشی در جوار مناطق اکوتوریستی</li> <li>- وجود شبکه‌های ارتباطی مناسب بین فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد و همچنین با مناطق مجاور</li> <li>- تهیه و تدوین برنامه‌های آموزشی جهت بالا بردن سطح فرهنگی جوامع محلی ساکن در تمامی مناطق در ارتباط با نحوه برخورد با گردشگران</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- افزایش امکانات و خدمات به گردشگران در مناطق گردشگری رقیب و مناطق همسایه</li> <li>- عدم تراکم گردشگران در فصول مختلف سال بصورت مساوی</li> <li>- از بین رفتن فرهنگ محلی و آداب و رسوم سنتی مردم ساکن در مناطق اکوتوریستی (زبان، آداب و رسوم محلی و نوع پوشاک)</li> <li>- افزایش تخلفات اجتماعی و بزهکاری با افزایش ورود گردشگران به منطقه</li> </ul>

منبع: نگارندگان ۱۴۰۳

## تجزیه و تحلیل عوامل تأثیرگذار

همان‌طور که در جدول شماره ۹ نشان داده شده است، در محدوده‌ی مورد مطالعه ( فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد ) تعداد ۵ قوت داخلی در برابر ۷ ضعف داخلی و تعداد ۵ فرصت خارجی در برابر ۴ تهدید خارجی شناسایی و بررسی شده‌اند. به این ترتیب در مجموع ۱۰ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و ۱۱ ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد جهت گردشگری قابل شناسایی است.

جدول ۹: عوامل تأثیرگذار اصلی بر توریسم فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد

عواملی داخلی	عواملی بیرونی
<p><b>قوت ها (S)</b></p> <p>S<sub>۱</sub>- وجود چشم اندازهای طبیعی</p> <p>S<sub>۲</sub>- وجود شرایط محیطی مناسب</p> <p>S<sub>۳</sub>- وجود جاذبه های تاریخی</p> <p>S<sub>۴</sub>- مستعد بودن جهت سرمایه گذاری در امر توسعه ی گردشگری</p> <p>S<sub>۵</sub>- فراهم بودن امکانات و تسهیلات مناسب</p>	<p><b>فرصت ها (O)</b></p> <p>O<sub>۱</sub>- امکان برنامه ریزی و توسعه</p> <p>O<sub>۲</sub>- همجواری با مشهدالرضا(ع)</p> <p>O<sub>۳</sub>- ایجاد امکانات تفریحی و ورزشی</p> <p>O<sub>۴</sub>- وجود شبکه های ارتباطی مناسب</p> <p>O<sub>۵</sub>- تهیه و تدوین برنامه های آموزشی</p>
<p><b>ضعف ها (W)</b></p> <p>W<sub>۱</sub>- تفاوت های فرهنگی گردشگران و مردم بومی</p> <p>W<sub>۲</sub>- کمبود شدید پارکینگ در مناطق گردشگری</p> <p>W<sub>۳</sub>- کمبود امکانات و تجهیزات بهداشتی</p> <p>W<sub>۴</sub>- فقدان زیرساخت های مناسب</p> <p>W<sub>۵</sub>- نبود برنامه ریزی در راستای توسعه پایدار جاذبه های گردشگری</p> <p>W<sub>۶</sub>- کمبود تابلوها و علائم راهنمای گردشگران</p> <p>W<sub>۷</sub>- عدم تمایل مردم به سرمایه گذاری در زمینه ی گردشگری</p>	<p><b>تهدید ها (T)</b></p> <p>T<sub>۱</sub>- افزایش امکانات و خدمات به گردشگران</p> <p>T<sub>۲</sub>- عدم تراکم گردشگران در فصول مختلف سال</p> <p>T<sub>۳</sub>- از بین رفتن فرهنگ محلی و آداب و رسوم سنتی</p> <p>T<sub>۴</sub>- افزایش تخلفات اجتماعی و بزهکاری</p>

S	O
W	T

مأخذ: نگارندگان -۱۴۰۳

در این قسمت سعی شد تا مزیت ها و محدودیت های عمده ی ناحیه با استفاده از مقیاس رتبه ای تحلیل شود. به عبارت دیگر برای گزینه های این نوع مقیاس، سلسله مراتبی تعریف شد و ارزش عددی (رتبه ای) به هریک از مراتب نسبت داده شد. این نوع نشانگرها از طریق سنجش نگرش افراد (نظرسنجی) و سوالاتی با طیف گزینه های درجه بندی شده (خیلی زیاد تا کم) مورد اندازه گیری قرار گرفته شدند؛ تا علاوه بر مشارکتی کردن، بتوان نتیجه را بصورت کمی و منطقی و اصولی تر به دست آورد. در پژوهش حاضر حجم نمونه با استفاده از روش مورگان ۴۰۰ نفر انتخاب شده است.

پس از توضیح پرسشنامه، با توجه به نظرات ارائه شده محاسبات انجام شد که در جدول‌های ۱۰ و ۱۱ نشان داده شده است. این جدول شامل موارد زیر است:

۱- ستون یک: مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار فراروی منطقه‌ی گردشگری عنوان شده است.  
 ۲- ستون دو: پس از شناسایی عوامل، به هر کدام از عوامل بر اساس نظر پرسش‌شوندگان یک ضریب وزنی بین صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیارمهم) اختصاص داده شد. هر عامل با امتیازی بین ۱ تا ۵ با توجه به معیارهای زیر بررسی گردیدند. سپس وزن عوامل بین صفر تا یک نرمالیزه گردید. در این صورت جمع ضرایب وزنی اختصاص داده شده باید مساوی یک باشد.

خیلی زیاد=۵ زیاد=۴ متوسط=۳ کم=۲ خیلی کم=۱

۳- ستون سه: امتیاز عوامل براساس اهمیت و موقعیت کنونی منطقه به روش وزن‌دهی، بر اساس کلیه‌ی عوامل، بررسی و سپس با توجه به فراوانی پاسخ‌های مربوط به هر یک از گزینه‌ها، امتیاز مولفه محاسبه گردید که به آن «امتیاز وضع موجود» گفته می‌شود.

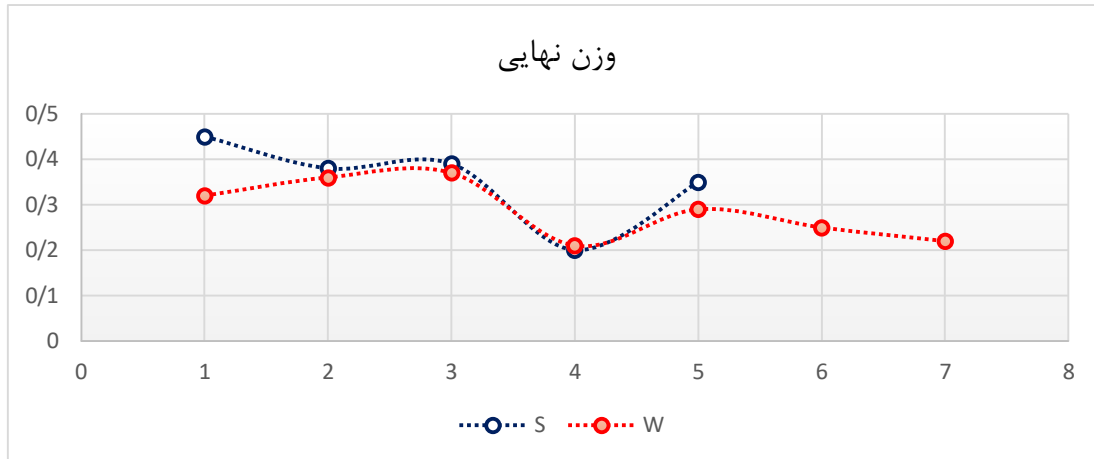
۴- ستون چهار: در این قسمت امتیاز وزن‌دار هر عامل محاسبه گردید. برای این منظور امتیاز هر ردیف از عوامل را در وزن آن ضرب و در یک ستون جدید درج کرده و در نهایت جمع امتیازات وزن‌دار محاسبه شده، که حداقل آن ۱ و حداکثر آن ۵ می‌باشد.

۵- ستون پنج: رتبه‌ی هر یک از عوامل براساس امتیاز و وزن با توجه به تعداد عوامل، تعیین شده است.

جدول ۱۰: خلاصه‌ی تجزیه و تحلیل عوامل داخلی موثر بر گردشگری فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد

رتبه	امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود	وزن	عوامل استراتژیک داخلی
قوت‌ها(S)				
۱	۰/۴۵	۴/۶	۰/۰۹۸	S <sub>۱</sub> - وجود چشم‌اندازهای طبیعی
۳	۰/۳۸	۴/۲	۰/۰۹۱	S <sub>۲</sub> - وجود شرایط محیطی مناسب
۲	۰/۳۹	۴/۳	۰/۰۹۳	S <sub>۳</sub> - وجود جاذبه‌های تاریخی
۵	۰/۲۰	۳	۰/۰۶۸	S <sub>۴</sub> - مستعد بودن جهت سرمایه‌گذاری در امر توسعه‌ی -
گردشگری				
۴	۰/۳۵	۳/۹	۰/۰۹۰	S <sub>۵</sub> - فراهم بودن امکانات و تسهیلات مناسب
ضعف‌ها(W)				
۳	۰/۳۲	۳/۸	۰/۰۸۵	W <sub>۱</sub> - تفاوت‌های فرهنگی گردشگران و مردم بومی
۲	۰/۳۶	۴	۰/۰۹۰	W <sub>۲</sub> - کمبود شدید پارکینگ در مناطق گردشگری
۱	۰/۳۷	۴	۰/۰۹۱	W <sub>۳</sub> - کمبود امکانات و تجهیزات بهداشتی
۷	۰/۲۱	۳/۱	۰/۰۶۹	W <sub>۴</sub> - فقدان زیرساخت‌های مناسب
۴	۰/۲۹	۳/۶	۰/۰۸۰	W <sub>۵</sub> - نبود برنامه‌ریزی در راستای توسعه پایدار جاذبه‌های
گردشگری				
۵	۰/۲۵	۳/۴	۰/۰۷۵	W <sub>۶</sub> - کمبود تابلوها و علائم راهنمای گردشگران
۶	۰/۲۲	۳/۲	۰/۰۷	W <sub>۷</sub> - عدم تمایل مردم به سرمایه‌گذاری در زمینه‌ی
گردشگری				
	۳/۷۹		۱	جمع

منبع: نگارندگان ۱۴۰۳



شکل ۴: نمودار مقایسه‌ی خلاصه‌ی تجزیه و تحلیل عوامل داخلی موثر بر گردشگری فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد - منبع :

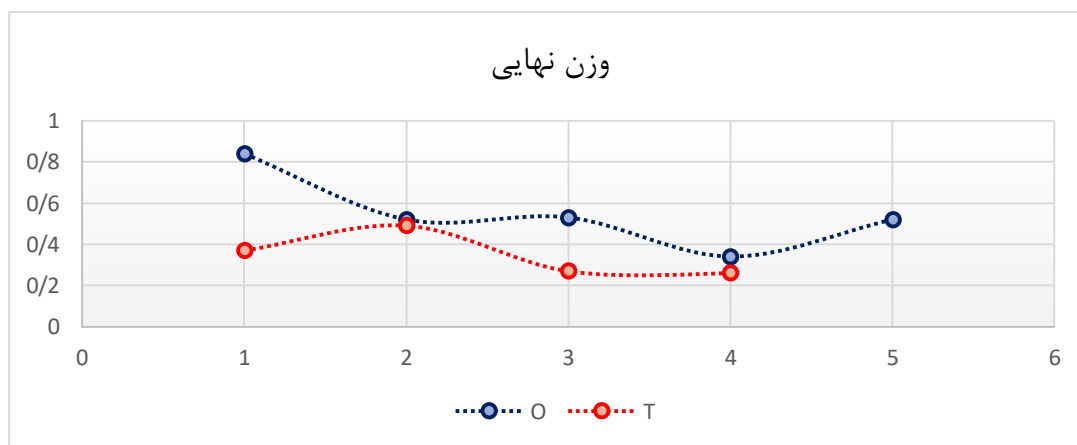
نگارندگان ۱۴۰۳

با توجه به جدول (۱۰) از عوامل قوت درونی مولفه‌ی وجود چشم‌اندازهای طبیعی با امتیاز وزنی ۰/۴۵ مهم‌ترین قوت و وجود جاذبه‌های تاریخی با امتیاز وزنی ۰/۳۹ به‌عنوان دومین قوت داخلی فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد شناخته شده است. وجود شرایط محیطی مناسب با ضریب وزنی ۰/۳۸ و مولفه‌ی مستعد بودن جهت سرمایه‌گذاری در امر توسعه‌ی گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۳۵ در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. فراهم بودن امکانات و تسهیلات مناسب با امتیاز وزنی ۰/۲ کم‌ترین امتیاز را در بین مولفه‌های قوت داخلی فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد کسب نموده است. همین‌طور مولفه‌ی کمبود امکانات بهداشتی با امتیاز وزنی ۰/۳۷ به‌عنوان برجسته‌ترین و کمبود شدید پارکینگ با امتیاز وزنی ۰/۳۶ به‌عنوان دومین عامل مهم ضعف داخلی محسوب شده‌اند. تفاوت‌های فرهنگی گردشگران و مردم بومی با امتیاز وزنی ۰/۳۲، نبود برنامه‌ریزی در راستای توسعه‌ی پایدار جاذبه‌های گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۲۹ و کمبود تابلوها و علائم راهنمای گردشگران با ضریب وزنی ۰/۲۵، عدم تمایل مردم به سرمایه‌گذاری در زمینه‌ی گردشگری با ضریب وزنی ۰/۲۲، در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. فقدان زیرساخت‌های مناسب با امتیاز وزنی ۰/۲۱ در آخرین رتبه از لحاظ ضعف داخلی شناخته شده است.

جدول ۱۱: خلاصه‌ی تجزیه و تحلیل عوامل خارجی موثر بر گردشگری فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد

رتبه	امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود	وزن	عوامل استراتژیک خارجی
<b>فرصت‌ها (O)</b>				
۳	۰/۸۴	۴	۰/۱۲	O <sub>۱</sub> - امکان برنامه‌ریزی و توسعه
۲	۰/۵۲	۴/۲	۰/۱۲۴	O <sub>۲</sub> - همجواری با مشهدالرضا(ع)
۱	۰/۵۳	۴/۲	۰/۱۲۶	O <sub>۳</sub> - ایجاد امکانات تفریحی و ورزشی
۴	۰/۳۴	۳/۴	۰/۱	O <sub>۴</sub> - وجود شبکه‌های ارتباطی مناسب
۲	۰/۵۲	۴/۲	۰/۱۲۴	O <sub>۵</sub> - تهیه و تدوین برنامه‌های آموزشی
<b>تهدیدها (T)</b>				
۲	۰/۳۷	۳/۶	۰/۱۰۵	T <sub>۱</sub> - افزایش امکانات و خدمات به گردشگران
۱	۰/۴۹	۴	۰/۱۲۳	T <sub>۲</sub> - عدم تراکم گردشگران در فصول مختلف سال
۳	۰/۲۷	۳	۰/۰۹	T <sub>۳</sub> - از بین رفتن فرهنگ محلی و آداب و رسوم سنتی
۴	۰/۲۶	۲/۹	۰/۰۸۸	T <sub>۴</sub> - افزایش تخلفات اجتماعی و بزهکاری
	۳/۷۸		۱	جمع

منبع: نگارندگان ۱۴۰۳



شکل ۵: نمودار مقایسه‌ی خلاصه‌ی تجزیه و تحلیل عوامل خارجی موثر بر گردشگری فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد - منبع: نگارندگان ۱۴۰۳

با بررسی جدول (۱۱) مشاهده می‌شود که از دیدگاه پرسش‌شوندگان ایجاد امکانات تفریحی و ورزشی با ضریب وزنی ۰/۵۳ مهم‌ترین فرصت بیرونی و مولفه‌ی تهیه و تدوین برنامه‌های آموزشی جهت بالا بردن سطح فرهنگ جوامع محلی در ارتباط با نحوه‌ی برخورد با گردشگران به همراه مولفه‌ی همجواری با کشورهای همسایه به‌طور مشترک با ضریب وزنی ۰/۵۲ به‌عنوان دومین رتبه از عوامل مهم فرصت بیرونی شناسایی شدند. شبکه‌ی ارتباطی مناسب با امتیاز وزنی ۰/۴۸ در پایین‌ترین رتبه قرار دارد. طبق نظر گردشگران مولفه‌ی عدم تراکم گردشگران در تمام فصول سال با ضریب وزنی ۰/۴۹ مهم‌ترین تهدید، افزایش امکانات و خدمات به گردشگران در مناطق گردشگری رقیب در شهرهای مجاور با ضریب وزنی ۰/۳۷ به‌عنوان دومین عامل تهدید کننده توریسم منطقه حساب شده‌اند. از بین رفتن آداب و رسوم محلی با ضریب وزنی ۰/۲۷ و افزایش تخلفات اجتماعی و بزهکاری با افزایش ورود گردشگران با ضریب وزنی ۰/۲۶ به‌عنوان مولفه‌های بعدی مورد محاسبه قرار گرفته‌اند. پس از بررسی نتایج بدست آمده از ماتریس تحلیل SWOT اقدام به تشکیل جدول اولویت‌بندی و رتبه‌بندی هر یک از عوامل تأثیرگذار در توسعه‌ی توریسم فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد گردید (جدول ۱۲).

## جدول ۱۲: اولویت‌بندی نهایی عوامل تأثیرگذار در توسعه‌ی توریسم فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد

اولویت	اولویت‌بندی تهدیدها (T)	اولویت	اولویت‌بندی فرصت - ها (O)	اولویت	اولویت‌بندی نقاط ضعف (W)	اولویت	اولویت‌بندی نقاط قوت (S)
۱	T <sub>۲</sub> - عدم تراکم گردشگران در فصول مختلف سال	۱	O <sub>۳</sub> - ایجاد امکانات تفریحی و ورزشی	۱	W <sub>۳</sub> - کمبود امکانات و تجهیزات بهداشتی	۱	S <sub>۱</sub> - وجود چشم‌اندازهای طبیعی
۲	T <sub>۱</sub> - افزایش امکانات و خدمات به گردشگران	۲	O <sub>۵</sub> - تهیه و تدوین برنامه‌های آموزشی	۲	W <sub>۲</sub> - کمبود شدید پارکینگ در مناطق گردشگری	۲	S <sub>۳</sub> - وجود جاذبه‌های تاریخی
۳	T <sub>۳</sub> - از بین رفتن فرهنگ محلی و آداب و رسوم سنتی	۳	O <sub>۲</sub> - همجواری با مشهد الرضاع (ع)	۳	W <sub>۱</sub> - تفاوت‌های فرهنگی گردشگران و مردم بومی	۳	S <sub>۲</sub> - وجود شرایط محیطی مناسب
۴	T <sub>۴</sub> - افزایش تخلفات اجتماعی و بزهکاری	۴	O <sub>۱</sub> - امکان برنامه - ریزی و توسعه	۴	W <sub>۵</sub> - نبود برنامه‌ریزی در راستای توسعه پایدار جاذبه‌های گردشگری	۴	S <sub>۵</sub> - فراهم بودن امکانات و تسهیلات مناسب
		۵	O <sub>۴</sub> - وجود شبکه‌های ارتباطی مناسب	۵	W <sub>۶</sub> - کمبود تابلوها و علائم راهنمای گردشگران	۵	S <sub>۴</sub> - مستعد بودن جهت سرمایه‌گذاری در امر توسعه - ی گردشگری
				۶	W <sub>۷</sub> - عدم تمایل مردم به سرمایه‌گذاری در زمینه‌ی گردشگری		
				۷	W <sub>۴</sub> - فقدان زیرساخت - های مناسب		

منبع: نگارندگان ۱۴۰۳

## تدوین راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد

### راهبردهای رقابتی / تهاجمی (SO)

این راهبردها بر پایه‌ی تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است. راهکارهای زیر ارائه می‌شود:

- با توجه به پتانسیل بالای فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد در جذب گردشگر به دلیل وجود چشم‌اندازهای طبیعی و جاذبه‌های تاریخی زیاد، سرمایه‌گذاری بیش‌تر در امر توسعه ضروری به نظر می‌رسد.
- بهره‌گیری مناسب از تمام جاذبه‌های تاریخی و چشم‌اندازهای طبیعی جهت رقابت با سایر مناطق همجوار توریستی.

### راهبردهای تنوع (ST)

در این نوع استراتژی تلاش می‌گردد تا با استفاده از نقاط قوت داخلی برای جلوگیری از تأثیر منفی تهدیدات خارجی، سازوکارهایی در پیش گرفته شود و یا تهدیدات را از بین ببرد. راهکارهای زیر جهت تأمین برخی نیازهای منطقه در جهت رفع تهدیدها ارائه می‌شود:

- فراهم نمودن امکانات و تسهیلات ویژه در فصول کم تراکم سال جهت جذب بیشتر گردشگران.
- بهره‌گیری از امکانات و تسهیلات در جهت فراهم کردن آسایش و رضایت گردشگران در تمام فصول سال.

### راهبردهای بازنگری (WO)

هدف از استراتژی‌های WO این است که از مزیت‌هایی که در فرصت‌ها نهفته است در جهت جبران نقاط ضعف استفاده شود؛ که در برگیرنده‌ی موارد زیر است:

- ایجاد و احداث پارکینگ‌های متناسب با تراکم گردشگران.
- توسعه‌ی مسیرهای توریستی و ایجاد و نصب علائم راهنما و تدوین دفترچه‌های راهنما برای گردشگران.
- آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در نحوه‌ی برخورد با گردشگران و همچنین می‌بایست به گردشگران در زمینه‌ی آداب و رسوم سنتی آموزش و اطلاع‌رسانی کافی صورت گیرد.
- توجه بیشتر به بهداشت منطقه و احداث سرویس‌های بهداشتی متناسب با تراکم مراجعین.
- آموزش و اطلاع‌رسانی و همچنین تشویق مردم به سرمایه‌گذاری در زمینه‌ی گردشگری.

### راهبردهای تدافعی (WT)

هدف از اجرای راهبردهای تدافعی، کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی است. در چنین موقعی وضعیت نامناسب بوده و در وضع مخاطره‌آمیز قرار خواهیم گرفت و باید سعی کنیم با انحلال، واگذاری، کاهش عملیات، ادغام و سایر روش‌ها از چنین وضعیتی پرهیز نماییم.

بدین منظور در این راهبرد راهکارهای زیر ارائه می‌شود:

- تأمین آسایش و امنیت مناطق اکوتوریستی از بروز تخلفات اجتماعی و سایر موارد مختلف
- با افزایش تسهیلات در ها و کشورهای همسایه‌ی رقیب، گسترش امکانات و تسهیلات ضروری گردشگران با ایجاد مراکز بهداشتی ضروری به نظر می‌رسد.

## بحث و نتیجه گیری

توسعه گردشگری نیازمند توجه به تمامی ابعاد و زیرساخت هاست. اماکن یا خدمات اقامتی از مهم ترین ضروریات گردشگران در هر منطقه است. در این زمینه دسترسی و توزیع مناسب مراکز اقامتی نقش مهمی در استقبال گردشگران و به طور کلی، توسعه گردشگری در هر منطقه دارد؛ از این رو بررسی و تحلیل منطقه‌های گردشگری از لحاظ مراکز اقامتی-گردشگری بسیار ضروری است. با بررسی شاخص‌های مورد مطالعه با توجه به مدل‌های به کار رفته در این پژوهش، ارزیابی معیارهای مهم محورهای توسعه‌ی توریسم قابل دست-یافتنی است. بدین صورت شاخص‌های دما و رطوبت نسبی جزء اولویت‌های برجسته‌ی منطقه‌ی مورد مطالعه در روش سلسله مراتبی شناسایی قرار گرفتند. از شاخص‌های زیرساختی و ساخت و ساز شهری دو مولفه‌ی راه ارتباطی و امکانات رفاهی بیشتر حائز اهمیت بوده و اولویت بالایی را نشان می‌دهند. وجود چشم‌اندازهای طبیعی و جاذبه‌های تاریخی زیاد در فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد که جزء مولفه‌های اصلی در توسعه‌ی گردشگری به ترتیب با ضریب‌های وزنی ۰/۱۶۰ و ۰/۱۰۲ به شمار می‌روند، می‌تواند با توسعه و تجهیز هر چه بیش تر آن‌ها را جزو مهم ترین قطب‌های گردشگری کشور نمود. طبق بررسی‌های صورت گرفته از وضعیت موجود و انجام کار میدانی برای یافتن مزایا و محدودیت‌های موجود در منطقه جهت توسعه‌ی توریسم به وسیله‌ی استراتژی SWOT، از لحاظ پتانسیل‌های جذب گردشگر بسیار مستعد است. وجود چشم‌اندازهای طبیعی و هم چنین جاذبه‌های تاریخی که در آذربایجان غربی، جزء نقاط قوت چشم گیر منطقه می‌باشند به عنوان مهم ترین مزیت برای جذب گردشگر و توسعه‌ی صنعت توریسم به حساب می‌آیند. از قابل توجه ترین عواملی که به عنوان ضعف منطقه شناخته شده‌اند، کمبود امکانات بهداشتی و کمبود شدید پارکینگ در مناطق گردشگری می‌باشد که با اولویت قرار دادن آنها و با مشارکت مسئولان دولتی و مردم، موانع توسعه بیش تر منطقه رفع می‌شود. از جمله عوامل فرصت خارجی موثر در توسعه‌ی توریسم، امکانات تفریحی و ورزشی و امکان برنامه‌ریزی و توسعه در نقاط گردشگری می‌باشد که با بهره‌گیری از راهکارهای ارائه شده می‌توان حداکثر استفاده را از شرایط حاکم نمود. از عوامل تهدید کننده‌ی توریسم عدم تراکم گردشگران در تمام فصول سال و افزایش امکانات و خدمات به گردشگران در شهرهای همجوار و کشورهای همسایه است که با توجه به راهکارهای تدافعی ارائه شده، این عوامل از لیست عوامل خارجی تهدید کننده‌ی منطقه خارج خواهند شد. طبق روش SWOT، با توجه به این که گردشگران مناسب ترین محل را از نظر آسایش برای گردشگری انتخاب می‌کنند و تراکم گردشگران اکثراً در ماه‌های فصول گرم سال رخ می‌دهد، می‌توان نتیجه گرفت که ماه‌های فصول گرم سال مناسب ترین زمان برای آسایش انسان در فضاهای پیراشهری کلان شهر مشهد می‌باشد و نیز طبق روش AHP، عامل دما و رطوبت نسبی که بیش ترین وزن را در وزن‌دهی به خود اختصاص داده بودند جزء گزینه‌های اصلی برای جذب گردشگر می‌باشند.

همچنین، نتایج نشان داد که یافته‌های این بخش از پژوهش مبنی بر اهمیت معیارهای به کار رفته با پژوهش‌های صیدایی و صادقی (۱۴۰۲)، آگوستینا، چوداری و جایارامان و همکاران (Agustina, 2017; Choudhury, 2019; Jayaraman et al., 2021) هم پوشانی دارد.

## منابع

- احدنژاد روشتی، محسن، و فیضی، سمیه. (1392). ارزیابی نقش زیرساخت‌ها در توسعه گردشگری شهری با تأکید بر پایداری. اولین همایش ملی مدیریت گردشگری، طبیعت گردی و جغرافیا، همدان. صیدائی، اسکندر، نظری، حمید، جمینی، داود، و قنبری، یوسف (۱۴۰۲). تأثیر مخاطرات محیطی بر سرمایه‌تصویری مقاصد گردشگری (مطالعه موردی: بخش میانکوه شهرستان اردل). *مجله مدیریت مخاطرات محیطی*، 1(2)، ۱۲۱۱۳۵. [10.22059/JHSCI.2023.361711.785](https://doi.org/10.22059/JHSCI.2023.361711.785).
- اسدپورکردی، مریم، امیرنژاد، حمید، ناصری اوجاکی، سید هادی، و شیرزادی لسکوکلایه، سمیه. (1401). بررسی توسعه صنعت گردشگری ایران با تأکید بر کارایی این صنعت. *گردشگری و توسعه*، 1(1)، ۲۱۱۲۲۴. [https://www.itsairanj.ir/article\\_133848.html](https://www.itsairanj.ir/article_133848.html)
- اسفندیاری درآباد، فریبا، و نطافت تکل، بهروز (۱۴۰۱). بررسی و ارزیابی توانمندی‌ها و پتانسیل‌های ژئوتوریستی شهرستان سرعین (مطالعه موردی: روستاهای آلوارس، درآباد، نوران). *فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی*، 44(1)، ۱۳۰. <https://sanad.iau.ir/journal/ges/Article/693537?jid=693537>
- خیری، ابراهیم، مروتی، مریم، نشاطی، اکرم، و سیاحتی اردکانی، غلامرضا (۱۴۰۰). تعیین پتانسیل‌ها و تدوین برنامه استراتژیک توسعه گردشگری با استفاده از رویکرد تلفیقی تحلیل SWOT (و AHP منطقه مورد مطالعه: منطقه حفاظت‌شده اشترانکوه). *علوم و تکنولوژی محیط زیست*، 23(1)، ۱۱۶. <https://sanad.iau.ir/Journal/jest/Article/838081>
- رضایی، محمدرضا، و قاسمی، مسلم (۱۴۰۰). ارزیابی قابلیت‌های گردشگری و نقش آن در توسعه شهری با تأکید بر برنامه‌ریزی راهبردی (نمونه موردی: شهر کرمان). *برنامه‌ریزی و توسعه محیط شهری*، 5(2)، ۱۱۶. <https://sanad.iau.ir/Journal/juep/Article/909988>
- عرفانی، ملیحه، و احسان‌زاده، ناهید. (۱۴۰۰). پهنه‌بندی مناطق مستعد گردشگری ساحلی در بخشی از سواحل دریای عمان. *سنجش از دور و سامانه اطلاعات جغرافیایی در منابع طبیعی*، 12(1)، ۱۰۷۱۲۳. [10.30495/GIRS.2021.677894](https://doi.org/10.30495/GIRS.2021.677894)
- کازمپی، مهدی. (1385). مدیریت گردشگری. سمت.
- کازمیان، غلامرضا، ضیائی، محمود، یآوری گهر، فاطمه، و بابایی، یاور (۱۴۰۱). ارائه مدل توسعه مکمل‌گرای گردشگری با رویکرد فراترکیب. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، 40(1)، ۱۰۳۱۳۲. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2022.21272.3524>
- گی، چاک، و فایوسولا، ادوارد. (1390). جهانگردی در چشم‌اندازی جامع (علی پارسائیان و محمد اعرابی، مترجم). دفتر پژوهش‌های فرهنگی. (اثر اصلی منتشر شده در ۱۹۹۷)
- محمودی، مصطفی، و بیشمی، بهار (۱۴۰۰). امکان‌سنجی و مکان‌یابی روستاهای مستعد احداث اکو کمپ بین‌المللی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه). *مسکن و محیط روستا*، 40(175)، ۳۵۴۶. [10.22034/40.175.35](https://doi.org/10.22034/40.175.35)
- Agustina, S. (2017). Eco camp educational tourism phenomenon in indonesia. *Journal of Sustainable Development Education and Research*, 1(1), 4554. <https://doi.org/10.17509/jsder.v1i1.6243>

- Akbar, F.H., H., Rivai, F., Abdullah, A. Z., & Awang, A. H. (2021). Relationship between information access, service quality, costs saving, cultural similarity and supporting service towards medical (dental) tourism patients' satisfaction. *Journal of Dentomaxillofacial Science*, 6(1), 3134. <https://jdmfs.org/index.php/jdmfs/article/view/1106>
- Albuquerque, H., Costa, C., & Martins, F. (2018). The use of geographical information systems for tourism marketing purposes in aveiro region (Portugal). *Tourism Management Perspectives*, 26(1), 172178. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.009>
- Bayih, B. E., & Singh, A. (2020). Modeling domestic tourism: motivations satisfaction and tourist behavioral intentions. *Heliyon*, 6(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04839>
- Bharadwaj, S. (2018). Customer satisfaction leads to sustainable competitive advantage: with special reference to the Lalimou ecotourism camp in nameri national park. *International Journal of Research In Humanities, Arts And Literature*, 6(7), 2938. <https://paper.researchbib.com/view/paper/173426>
- Butler, G., Szili, G., & Huang, H. (2022). Cultural heritage tourism development in panyu district, guangzhou: community perspectives on pride and preservation and concerns for the future. *Journal of Heritage Tourism*, 17(1), 118. <http://dx.doi.org/10.1080/1743873X.2021.1881524>
- Choudhury, A. S. B. (2019). Ecotourism: The mantra for sustainable rural livelihood. *IJRAR International Journal of Research And Analytical Reviews (IJRAR)*, 6(1), 227229. <https://www.ijrar.org/papers/IJRAR1AGP042.pdf>
- Christou, P., & Sharpley, R. (2019). Philoxenia offered to tourists? A rural tourism perspective. *Tourism Management*, 72(3), 3951. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.007>
- Cró, S., & Martins, A. M. (2018). Hotel and hostel location in Lisbon: Looking for their determinants. *Tourism Geographies*, 20(3), 504523. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1360386>
- Cvetkovic, M., & Jovanovic, S. S. (2016). The application of GIS technology in tourism. *Quaestus*, (8), 116. <https://www.quaestus.ro/wpcontent/uploads/2012/03/cvetkovic.jovanovic.pdf>
- Fan, P., Zhu, Y., Ye, Z., Zhang, G., GU, S., Shen, Q., & Alvandi, E. (2023). Identification and prioritization of tourism development strategies using SWOT QSPM and AHP: A case study of changbai mountain in China. *Sustainability*, 15(6), 4962. <https://doi.org/10.3390/su15064962>
- Han, L., & Su, Y. (2021). Evaluation of development potentials of regional tourism industry—taking Hebei province as an example. *Journal of Physics*, 1774(1), 012034. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/17426596/1774/1/012034/meta>
- HigginsDesbiolles, F., Carnicelli, S., Krolkowski, C., Wijesinghe, G., & Boluk, K. (2019). Degrowing tourism: Rethinking tourism. *Sustainable Tourism*, 27(12), 19261944. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1601732>
- Jayaraman, R., Kumar, B. S., & Singh, S. K. (2021). Remote sensing and gis based site suitability analysis for tourism development in vaishali block, bihar: Remote sensing and GIS based

- site suitability analysis for tourism development. *Acta Geographica Debrecina Landscape & Environment Series*, 15(2), 1222. <https://doi.org/10.21120/LE/15/2/2>
- Lickorish, L. J., & Jenkins, C. L. (2007). *Introduction to tourism*. Routledge. Makuny, I. E. W. (2023). Assessment of the potential of adventure tourism in the Mt. Kenya region. *Tourism Management*, 7(1), 3743. <https://doi.org/10.11648/j.ijhtm.20230701.15>
- Mkwizu, K. H. (2020). Digital marketing and tourism: opportunities for Africa. *International Hospitality Review*, 34(1), 5–12. <https://doi.org/10.1108/IHR0920190015>
- Njoya, E. T. (2020). An analysis of the tourism and wider economic impacts of pricereducing reforms in air transport services in Egypt. *Research In Transportation Economics*, 79(2), 117. <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2019.100795>
- Tortato, F. R., & Izzo, T. J. (2017). Advances and barriers to the development of jaguartourism in the Brazilian pantanal. *Perspectives In Ecology and Conservation*, 15(1), 6163. <https://doi.org/10.1016/j.pecon.2017.02.003>
- Wei, W. (2012). Research on the application of geographic information system in tourism management. *Procedia Environmental Sciences*, 12(4), 11041109. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2012.01.394>
- WTO. (1999). Tourism: 2020 vision. WTO.