

شناسایی رابطه بین توسعه صنعت گردشگری و رشد اقتصادی استان

زنجان

اسماعیل نصیری هنده خاله*
دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام‌نور استان البرز، کرج، ایران

فرامرز هادوی
دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام‌نور تهران، تهران، ایران

مهدی زمانی
دکتری جغرافیای طبیعی - ژئومورفولوژی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

دریافت: ۹۴/۰۴/۰۲ پذیرش: ۹۴/۰۵/۰۷

چکیده: رشد صنعت گردشگری در هر کشور، نیاز به استراتژی مناسب و برنامه‌ریزی و مدیریت بالنده دارد. در این پژوهش، وضعیت صنعت گردشگری استان زنجان با استفاده از تکنیک SWOT و جدول داده-ستانده، ارزیابی شده است. برای بهره‌گیری از قضاوت خبرگان، از روش دلفی استفاده شده است؛ بدین صورت که پس از قضاوت گروه کارشناسی، فهرستی از عوامل داخلی (قوت و ضعف) و خارجی (فرصت و تهدید) تأثیرگذار بر محدوده مورد مطالعه، تهیه و سپس مراحل کمی‌سازی انجام شد. این تحقیق، از نوع کاربردی و روش انجام پژوهش، توصیفی-تحلیلی می‌باشد. با توجه به یافته‌های تحقیق، استان زنجان به لحاظ موقعیت خاص جغرافیایی خود و واقع شدن بین دو قطب صنعتی تهران و آذربایجان شرقی، ظرفیت تبدیل شدن به یکی از قطب‌های بزرگ گردشگری کشور را دارا است. نوع استراتژی، استراتژی تدافعی را نشان می‌دهد و در پایان تحقیق، راهبردها بر اساس ماتریس QSPM، اولویت‌بندی و پیشنهاد شدند. براساس یافته‌های پژوهش در استان زنجان، صنعت گردشگری و بخش‌های مرتبط با این صنعت، از لحاظ برقراری پیوند با سایر بخش‌های اقتصادی این استان می‌تواند از بخش‌های پیشرو در اقتصاد استان زنجان محسوب شود، لذا این صنعت می‌تواند از طریق کانال عرضه خدمات گردشگری و تقاضا برای بهره‌مندی از خدمات گردشگری، تولید محصولات گردشگری در سایر بخش‌ها، کل اقتصاد زنجان را رونق بخشد. با توجه به این پتانسیل‌ها باید گردشگری به‌عنوان یک اولویت در دستورکار برنامه‌ریزان استانی قرار گیرد و بهره‌برداری لازم از این پتانسیل، در راستای اقتصادی استان انجام گیرد.

واژگان کلیدی: صنعت گردشگری، توسعه اقتصادی، استان زنجان، جدول داده-ستانده، تکنیک SWOT

طبقه‌بندی JEL: O۱۶, N۳۵, C۰۱, L۸۳

* مسئول مکاتبات: esmael.nasiri@yahoo.com

فصلنامه علمی - پژوهشی

اقتصاد و مدیریت شهری

شاپا: ۲۳۴۵-۲۸۷۰

نمایه در ISC, Econbiz, SID,

Ensani, Magiran, Noormags

Civilica, RICEST

www.Iueam.ir

سال چهارم، شماره سوم (پیاپی ۱۵)

صفحات ۷۵-۹۴

تابستان ۱۳۹۵

۱- مقدمه

امروزه شهرها، هم‌زمان با بزرگ شدن و توسعه، پیچیده‌تر می‌شوند و تحت تأثیر عوامل مختلف انسانی و طبیعی، تغییر و تحول می‌یابند. گاهی این تغییرات، شهرها را به نواحی متمایز و متفاوت از یکدیگر تبدیل می‌کنند که هر کدام خصوصیات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خاصی دارند، به خصوص شهرهایی که از لحاظ اقتصادی پویاتر هستند و مکانی برای یافتن فرصت‌های شغلی می‌باشند. یکی از بخش‌هایی که عامل تغییرات اساسی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در شهرها بوده و امروزه به‌عنوان یک صنعت پویای اقتصادی از آن نام برده می‌شود، گردشگری است. این صنعت پویا، در بسیاری از کشورها، منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی است (Dallen, ۲۰۱۴). صنعت گردشگری، نقش قابل توجهی در توسعه اقتصادی نواحی مختلف دارد و می‌تواند تغییرات فرهنگی و اجتماعی مهمی را در مقصد ایجاد کند و از طریق توزیع درآمد، اشتغال‌زایی و کاهش فقر، باعث توسعه و پیشرفت اجتماعی شود و رفاه و سلامت عمومی را ایجاد کند. این صنعت، تأثیرات چشمگیری بر اقتصاد و مسائل اقتصادی شهرها، نواحی و کشورها از قبیل: اشتغال، منابع انسانی، درآمد سرانه، تجارت بین‌المللی، تراز پرداخت‌ها و ... دارد (Landberg, ۲۰۱۰). ضریب تکاثر توریسم، اندازه‌گیری تأثیرات اقتصادی مطلوب توریسم می‌باشد. از ترکیب مخارج مستقیم (به وسیله گردشگران)، غیرمستقیم (مانند عرضه مجدد) و مخارج القایی (مانند استفاده از دستمزد) گردشگران، اثر تکاثری به‌دست می‌آید. این ضریب، نشت درآمد توریسم به بیرون از ساختار اقتصاد و آثار غیرمستقیم ایجاد شده در اقتصاد را اندازه‌گیری کرده و به صورت نسبت بیان می‌کند؛ برای مثال ضریب تکاثر درآمدی در بیشتر موارد بین ۰/۴ تا ۲ درصد است. در اقتصادهای بزرگ که

متنوع و گسترده هستند، ضریب تکاثر درآمد، در بالاترین حد بین ۱/۵ تا ۲ درصد است و در اقتصادهایی که از تنوع کمتری برخوردارند، این ضریب حدود ۰/۵ درصد می‌باشد. در محاسبات اقتصادی توریسم، به دو ضریب فزاینده اشاره شده که اولی، ضریب افزایش درآمد و دیگری، ضریب افزایش اشتغال است. ضریب افزایش درآمد در توریسم سبب افزایش ثروت و ضریب افزایش اشتغال سبب افزایش مشاغل در بخش ساختمان و خدمات‌رسانی می‌شود (داس‌ویل^۱، ۱۳۷۹). طبیعت و حجم صنعت توریسم و مسافرت‌ها در چهل سال گذشته بسیار متحول شده‌اند. امروزه توریسم، یکی از بزرگ‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان است و درآمدهای حاصل از آن بیش از چند صد میلیارد دلار است که بیشتر از صنایع نفت، اتومبیل و صنایع شیمیایی می‌باشد و به نظر می‌رسد الگوی رشد آن، به گونه‌ای است که تا پایان این قرن، بزرگ‌ترین صنعت صادراتی جهان خواهد شد. هرگونه برنامه‌ریزی برای توسعه صنعت توریسم نیازمند آن است که بر شرایط و اوضاع و احوال خاص ملی، منطقه‌ای و محلی استوار باشد که خود مستلزم دسترسی به مدل‌های پیشرفته‌ای برای تحلیل و برنامه‌ریزی می‌باشد.

پتانسیل‌های موجود در زمینه گردشگری در استان زنجان با تاریخ کهن نشان می‌دهند که شهرهای این استان، پذیرای گردشگران در ایام مختلف سال می‌باشند؛ لذا صنعت گردشگری و رونق آن در سطح شهرهای استان زنجان، می‌تواند به طور مستقیم، موجبات رشد و توسعه اقتصادی شهرها را فراهم آورد. حضور گردشگران در شهرهای استان زنجان، سبب افزایش درآمد و ایجاد اشتغال در نواحی شهر می‌شود؛ زیرا هزینه‌های گردشگران برای افراد جامعه، به عنوان درآمد اقتصادی تلقی می‌شود. درآمد حاصل از گردشگران در سال ۱۳۹۰

در شهرهای استان زنجان در ماه‌های تیر، مرداد و شهریور، ۸۳۵۲۱۴ میلیون ریال بوده است که در مجموع، تعداد اشتغال مستقیم ناشی از ورود گردشگران به ۱۲۰۰ نفر بالغ شده است که اگر فرصت‌های شغلی غیرمستقیم را در کنار آن قرار دهیم، رقم چشم‌گیری خواهد شد (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان زنجان، ۱۳۹۰). این امر، فرصت مناسبی را برای سرمایه‌گذاری و توسعه اقتصادی فراهم کرده تا با مهیا شدن تسهیلات و تأسیسات مناسب، به طور هم‌زمان، مورد استفاده ساکنان و گردشگران قرار گیرند. از این رو این تحقیق با هدف ارزیابی، شناسایی و تبیین سهم پتانسیل‌های گردشگری استان زنجان به‌عنوان یک فعالیت مهم و سودآور اقتصادی، سعی دارد که به بررسی تأثیر این صنعت در پویایی

اقتصادی شهرهای استان زنجان بپردازد. مقاله حاضر با این هدف در پی پاسخ به این سؤال می‌باشد که نقش اقتصادی حوزه گردشگری بر رشد اقتصادی استان زنجان چیست؟ فرضیه تحقیق عبارت است از: یکی از محرک‌های اصلی رشد اقتصادی استان زنجان، توسعه صنعت گردشگری به خاطر داشتن پتانسیل‌های فراوان در این استان می‌باشد.

۲- پیشینه تحقیق

طی چند سال اخیر، تحقیقات متعددی در زمینه توریسم به‌عنوان یک صنعت نوپا انجام شده است که نتایج آنها، حاکی از اهمیت نقش توسعه گردشگری در توسعه اقتصادی مناطق و نواحی مختلف است. در جدول ۱، نتایج برخی از پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه گردشگری، اشاره شده است.

جدول ۱- خلاصه و نتایج پژوهش‌های انجام‌شده مرتبط با موضوع

پژوهشگر	سال پژوهش	عنوان	خلاصه و نتیجه پژوهش
نوربخش و اکبریور سراسکانرودی	۱۳۸۹	نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلان‌شهرها	در این مقاله فرایند گردشگری شهری، جاذبه‌های گردشگری و انواع آن و نیز تأثیر اقتصادی گردشگری شهری به‌خصوص در کلان‌شهرها بررسی شده است. هدف اصلی این مقاله، ارائه رابطه بین گردشگری شهری با توسعه اقتصاد شهری می‌باشد.
مهرابی بشرآبادی و همکاران	۱۳۹۰	بررسی نقش گردشگری در اقتصاد استان کرمان و توسعه کالبدی شهرستان‌های آن	در این پژوهش، به بررسی رابطه بین توسعه گردشگری شهری و توسعه اقتصادی در استان کرمان پرداخته شده است. در این مقاله، شاخص توسعه کالبدی با استفاده از منطق فازی و براساس دوازده شاخص اجتماعی و اقتصادی و چهار مؤلفه توسعه اقتصادی، زیربنایی، اجتماعی و فرهنگی شهرستان‌های استان، محاسبه گردیده است.
موحد و کهزادی	۱۳۸۹	تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان کردستان	در این پژوهش بیان شده است که توسعه صنعت گردشگری در استان کردستان که با معضلاتی همچون بیکاری مواجه است، از اهمیت فراوانی برخوردار است. از این رو به‌منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی استان کردستان و درآمدهای ارزی و نیز ایجاد فرصت‌های جدید شغلی در این استان، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است.
رنجبر و جرفی	۱۳۹۱	ارزیابی پیامدهای گردشگران شهری در اقتصاد شهر به روش آماری نمونه موردی: شهر اهواز	در این پژوهش نتایج به دست آمده در خصوص تأثیرات اقتصادی حضور گردشگران نروزی در شهر اهواز از نگاه فعالان مستقیم اقتصادی؛ از جمله فعالیت‌های هتلداری و رستوران، صنایع غذایی و پوشاک، صنایع دستی و حمل‌ونقل نشان دادند که پیامدهای مثبت اقتصادی به ویژه در بخش خدمات را دارا بوده‌اند. همچنین نتایج پژوهش نشان دادند که گردشگری در شهر اهواز از نظر اقتصادی، گستردگی زمینه اشتغال و ایجاد بازده در اقتصاد جامعه میزبان را فراهم کرده و در بخش‌های مختلف، منجر به اقتصاد چندکارکردی در نواحی شهری شده است.
لندبرگ ^۱	۲۰۱۰	توسعه توریسم در نواحی شهری	سود اقتصادی حاصل از فعالیت گردشگری به صورت مستقیم و غیرمستقیم قابل بررسی است و از لحاظ اقتصادی، درآمد حاصل از گردشگری برای ایتالیا حکم صادرات را دارد.
سازمان جهانی گردشگری ^۲	۲۰۱۲	پیش‌بینی توریسم تا سال ۲۰۲۰	گردشگری از لحاظ اقتصادی بزرگترین و متنوع‌ترین صنعت در بسیاری از استان‌های کشور ترکیه به حساب می‌آید و گردشگری، یکی از پنج منبع مهم کسب ارز خارجی برای کشور ترکیه است.
ویور ^۳	۲۰۱۳	مقدمه‌ای بر تأثیر توریسم در اقتصاد شهری	نتایج این مطالعه نشان دادند که بین توسعه مراکز خرید و ایجاد فروشگاه‌های ویژه گردشگران با تقویت اقتصاد شهری و توسعه سایر بخش‌های اقتصادی در برزیل، رابطه‌ای همسو وجود دارد.
هامان ^۴	۲۰۱۴	توریسم و توسعه اقتصادی	در این تحقیق، ارتباط بین جاذبه‌های گردشگری و توسعه اقتصادی نواحی به اثبات رسیده است. این مطالعه در ایالت کالیفرنیا آمریکا انجام شد و نشان داد که با توجه به منابع گردشگری در سطح ایالت کالیفرنیا طی سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۴، موجب افزایش ارزش ملی و تقویت اقتصاد در نواحی شهری شده است. بنابراین تقویت اقتصاد شهری، از نتایج مستقیم سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری بوده است.

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

۱- Landberg

۲- World Tourism Organization

۳- Weaver

۴- Haman

۳- مبانی نظری

امروزه توریسم، به یکی از بزرگ‌ترین اهرم‌های تحولات اجتماعی- اقتصادی تاریخ بشر تبدیل شده است؛ به طوری که تعداد توریست‌های بین‌المللی که در سال ۱۹۵۰ از ۲۵۰ میلیون نفر تجاوز نمی‌کرد، در سال ۱۹۹۲ به بیش از ۵۹۴ میلیون نفر رسید. همچنین براساس گزارش‌های سازمان جهانی توریسم، تعداد توریست‌ها در سال ۲۰۱۰ به یک میلیارد نفر افزایش یافت (قربانی، ۱۳۸۲). یافته‌های شورای جهانی مسافرت و توریسم^۱ نشان دادند که حدود ۴ میلیون و ۲۶۰ هزار نفر از سراسر جهان در مشاغل وابسته به صنعت توریسم به دلیل تقاضای ایجاد شده از طریق مسافرت در سال ۲۰۱۱ استخدام شدند. آمارها نشان می‌دهند که امروزه مسافرت و توریسم به طور مستقیم یا غیرمستقیم، بیش از ۱۰ درصد در ایجاد مشاغل در سطح جهانی، ملی و منطقه‌ای، مؤثر هستند (Goldener & Ritchie, ۲۰۰۳).

توجه به مقوله گردشگری زمانی مهم تر جلوه می‌کند که براساس آمارهای موجود، صنعت گردشگری امروزه، به عنوان دومین منبع درآمد بیش از ۴۹ کشور در حال توسعه است. همچنین براساس گزارش‌های سازمان جهانی گردشگری، در سال ۲۰۱۰ بیش از ۴۳ درصد از اشتغال جهان مربوط به بخش گردشگری بوده است (سقایی، ۱۳۸۵). به‌طور فزاینده‌ای، توریسم، به عنوان یک جزء مهم از استراتژی‌های توسعه اقتصادی، استفاده می‌شود و توریسم شهری می‌تواند به‌طور بالقوه، درآمد بسیار و اشتغال‌زایی فراوانی داشته باشد و به‌عنوان مکملی برای جذب سرمایه‌گذاری‌ها در نظر

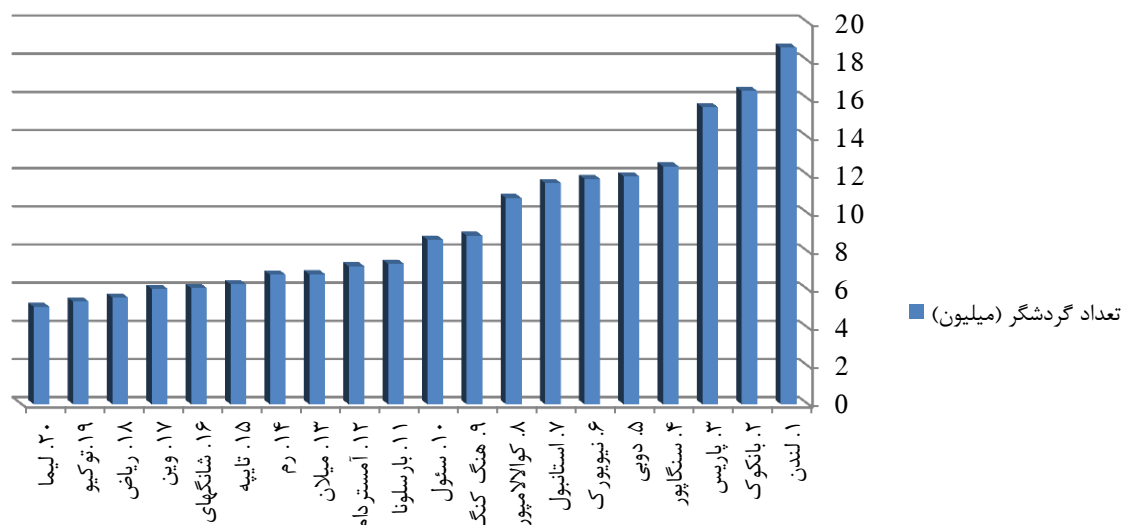
گرفته شود. مزایای مستقیم گردشگری، به اشتغال‌زایی در تسهیلاتی مانند: هتل‌ها، رستوران‌ها و مرکز توریستی مربوط می‌شود، دوره‌های ثانویه مصرف رخ می‌دهند، سوبسید و صنایع حمایتی ایجاد می‌شوند و اقتصاد محلی نیز از تأثیرات ایجادشده بر درآمدهای خانوار بهره‌مند می‌شود (Selby, ۲۰۰۴).

به طور خلاصه، اهمیت صنعت توریسم ناشی از موارد زیر است: ۱- مولد شغل است. ۲- موجب ورود ارز خارجی به کشور می‌شود (درآمد ارزی را افزایش می‌دهد). ۳- باعث بالا رفتن درآمدهای مالیاتی در کشور می‌شود. ۴- توزیع مجدد ثروت را سهولت می‌بخشد (کهن^۲، ۱۳۷۷). ظهور توریسم، به‌عنوان فرایندی که می‌تواند جایگاه غالبی را در اقتصاد کشورهای صنعتی داشته باشد و در عمل، اقتصاد این کشورها را به اقتصاد خدماتی تبدیل کند، از مباحث قابل توجه اقتصادی در دو دهه اخیر بوده است. در گروه‌بندی مناطق توریست جهان، متوجه پیشرفت و یک‌تازی کشورهای پیشرفته غربی در صدر فعالیت‌های توریستی جهان می‌شویم، به‌طوری که این کشورها، هم از لحاظ درآمدهای توریستی و هم به لحاظ جذب توریست، در رده‌های اول قرار گرفته‌اند. بر اساس آمار شرکت بین‌المللی مسترکارت^۳، بیست مقصد گردشگری جهان در سال ۲۰۱۳ به شرح نمودار ۱، بوده است.

۲- Kohn

۳- MasterCard Worldwide

۱- World Travel & Tourism Concl



نمودار ۱- بیست مقصد برتر گردشگری شهری جهان در سال ۲۰۱۳

منبع: (Hedrick-Wong & Choog, ۲۰۱۳)

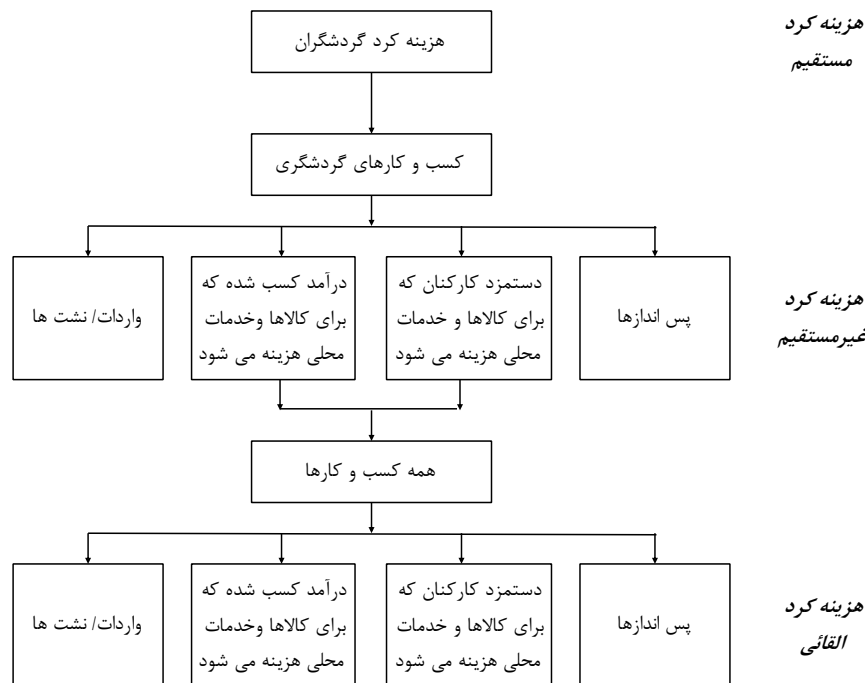
منطقه کمتر توسعه یافته مشاهده می شود، افزایش هر دلار جدید، اثر تکاثری نامحسوسی خواهد داشت. این اقتصاد دارای میل شدیدی به واردات است، بدین ترتیب بخش اعظم پول موردنظر قبل از آن که اثرات تکاثری داشته باشد، از عرصه اقتصاد خارج می شود. در اقتصاد توسعه یافته ای همچون اقتصاد کشور کانادا، میزان این نشاندک است و دلارهای حاصل از گردشگری، پیش از آن که به طور کامل مصرف شوند، تأثیر محرکی در حدود ایجاد ۲/۵ دلار خواهند داشت (یعنی اثر تکاثری به میزان ۲/۵). در شکل ۱ و جدول ۲، فرایند تکاثری درآمد و ضریب اثر تکاثری درآمد به دست آمده از گردشگری برای تعدادی از کشورها نشان داده شده است. این کشورها را می توان مطابق میزان وابستگی آنها به واردات کالاها و خدمات و میل آنها به واردات گردشگری، طبقه بندی کرد.

براساس شواهد و پیش بینی سازمان جهانی توریسم، انتظار می رود که خاورمیانه با رشد ۶/۷ درصد تا سال ۲۰۲۰، مقام اول را در جذب توریست کسب کند و بعد از آن، آسیای جنوبی و آفریقا در رده های بعدی قرار گیرند. همچنین پیش بینی شده است که در سال ۲۰۲۰ بیش از ۱۵۶۰ میلیون نفر در سراسر جهان به گردشگری خواهند پرداخت. بنابراین توسعه شبکه ارتباطی (مخصوصاً حمل و نقل هوایی)، ضرورتی تام به شمار می رود. در توسعه صنعت توریسم در سطح بین المللی، کشورهایی موفق خواهند بود که به طور مؤثر محصولات توریسم را تولید کنند و در این میان میزان تفاوت منابع اولیه این صنعت نقش اصلی را بازی می کند. منابعی که از آنها تحت عنوان مزیت های نسبی یاد می شود و قادرند کشور یا ناحیه ای را در شرایط رقابتی مطلوب نگهدارند. در یک اقتصاد معیشتی، از جمله اقتصادی که در یک

جدول ۲- ضریب تکاثری درآمد گردشگری

مبدأ	ضریب تکاثر درآمدی	مبدأ	ضریب تکاثر درآمدی
ترکیه	۱/۹۶	ایرلند شمالی	۱/۱۰
بریتانیا	۱/۷۳	ایسلند	۰/۶۴
جمهوری ایرلند	۱/۷۲	هنگ کنگ	۱/۰۲
مصر	۱/۲۳	جمهوری دومینیکن	۱/۲۰
جامائیکا	۱/۲۳	قبرس	۱/۱۴

منبع: (Fletcher et al., ۲۰۱۳)



شکل ۱- فرایند تکاثری درآمد گردشگری

منبع: (شارپلی و تelfر، ۱۳۹۱)

صنعت توریسم در ایران

سازمان جهانی توریسم در سال ۱۹۹۸ در گزارشی در مورد توریسم در ایران بیان کرد با این که این صنعت در ایران با رشد ۲۱ درصدی در میزان ورود توریست های بین المللی و افزایش ۲۲ درصدی درآمدهای به دست آمده از این صنعت مواجه بوده است، ولی این ارقام در مقایسه با پتانسیل های توسعه توریسم در این کشور

بسیار ناچیز است. همچنین در این سال، ۷۳ درصد از توریست بین المللی وارد شده به ایران از کشورهای همسایه، ۷ درصد از سایر کشورهای خاورمیانه و ۲۰ درصد از سایر نقاط جهان بودند. به عبارت دیگر، براساس آمار موجود، بزرگ ترین بازار توریسم ایران، کشورهای همسایه آن می باشد. طبق آمار سال ۱۳۷۸، آذربایجان و ترکیه بزرگ ترین بازار جهانگردی برای ایران بودند

(حیدری و حسین‌زاده دلیر، ۱۳۸۲). در گزارش نشریه سازمان جهانی جهانگردی در سال ۲۰۰۲، ایران از نظر تعداد گردشگر خارجی، شصت و هفتمین کشور در سطح جهان و از نظر درآمد حاصل از گردشگری، هفتاد و دومین کشور می‌باشد. در سال ۲۰۰۰ میلادی، تعداد جهانگردانی که وارد ایران شده‌اند، در حدود ۰/۰۰۲ (در حدود ۰/۲ درصد) از تعداد جهانگردانی است که در جهان مسافرت کرده‌اند و همچنین درآمدی که ایران از محل جهانگردی کسب نموده، در حدود ۰/۰۰۱ (در حدود ۰/۱ درصد) کل درآمدی است که کشورهای مختلف جهان از جهانگردی کسب کرده‌اند. رتبه ایران در میان کشورهای خاورمیانه در زمینه تعداد گردشگر ورودی خارجی، ۷ و در زمینه کسب درآمد حاصل از ورود گردشگران خارجی نیز ۷ می‌باشد (World Tourism Organization, ۲۰۱۲). ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری و تاریخی جزو ۱۰ کشور اول جهان محسوب می‌شود، این در حالی است که این کشور هنوز نتوانسته است سهمی درخور جایگاهش از گردشگری بین‌المللی داشته باشد. به طوری که حتی وجود آثاری چون: تخت جمشید، نقش رستم، چغازنبیل و گنبد تاریخی سلطانی (در استان زنجان) که در فهرست میراث جهانی یونسکو به ثبت رسیده‌اند و همچنین تنوع اقلیمی و چهار فصل بودن کشورمان، تاکنون موفق نشده جان تازه‌ای به صنعت گردشگری ایران بخشد.

۴- روش تحقیق

رویکرد حاکم بر فضای این تحقیق، کیفی و کمی و نوع تحقیق، کاربردی است. اطلاعات از طریق مطالعه کتابخانه‌ای، جمع‌آوری شدند. منابع موجود، اطلاعاتی از محدوده مورد مطالعه را در اختیار گذاشته که اغلب این اطلاعات از طریق مطالعات میدانی قابل‌دسترس

نمی‌باشند. برای ارزیابی نقش صنعت گردشگری در توسعه اقتصادی استان زنجان، از جدول داده-ستانده و روش SWOT استفاده شده است. SWOT، روشی کیفی است؛ با این حال در این پژوهش برای دستیابی به نتایج قوی‌تر، سعی بر کمی‌سازی روش شده است و برای بهره‌گیری از قضاوت خبرگان، از روش دلفی نیز استفاده شده است (Skulmoski et al., ۲۰۰۷). جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارشناسان و متخصصان حوزه گردشگری است که از طریق فرمول کوکران، ۳۰۰ نفر از متخصصان در حوزه گردشگری، به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در ادامه پس از قضاوت گروه کارشناسی، فهرستی از عوامل داخلی (قوت و ضعف) و خارجی (فرصت و تهدید) تأثیرگذار بر صنعت گردشگری، تهیه شده و مراحل زیر جهت کمی‌سازی انجام شده‌اند. در واقع، روش تجزیه و تحلیل مدل ذکرشده در چهار مرحله زیر، به صورت سلسله‌مراتبی انجام شده است:

۱- ارزیابی عوامل استراتژیک درونی و بیرونی ساختار زیست‌محیطی و جغرافیایی استان زنجان: کلیه عوامل درونی و بیرونی ساختار زیست‌محیطی و جغرافیایی استان زنجان، ارزیابی گردیدند و عوامل مهم و با اهمیت، شناسایی شده و اولویت آنها نیز تعیین شدند. برای ارزیابی عوامل استراتژیک درونی و بیرونی، از ماتریس‌های IFE^۱ و EFE^۲ استفاده شده است.

۲- نحوه تعیین نوع استراتژی‌ها بر روی محور مختصات: بر اساس امتیاز وضع موجود برای نقاط قوت و فرصت، بدترین مقدار، ۱ و بهترین مقدار، ۵ و همین‌طور برای نقاط ضعف و تهدید، بدترین مقدار، ۵- و بهترین مقدار، ۱- داده شده است و سپس، بر ضریب وزنی که براساس میزان اهمیت داده می‌شود، ضرب شده است. در

^۱- Internal Factor Evaluation

^۲- External Factor Evaluation

نهایت، تمام نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به صورت جداگانه، جمع شده‌اند و سپس نمره‌های روی محور Xها که شامل نمره نهایی نقاط قوت و ضعف می‌باشند، با هم جمع شده و سپس نمره‌های روی محور Yها که شامل نمره نهایی فرصت‌ها و تهدیدها می‌باشند، با هم جمع شده‌اند.

۳- تدوین راهبردهای استراتژیکی چهارگانه SWOT: از مقایسه نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت در جدول SWOT و انجام تجزیه و تحلیل‌هایی، راهبردهای چهارگانه SWOT ارائه گردیده است. از طریق این ارزیابی، چهار نوع راهبرد WT, ST, SO, WO به دست آمده است (جدول ۳).

جدول ۳- راهبردهای چهارگانه SWOT

محیط داخلی			محیط خارجی
نقاط قوت (s)		نقاط ضعف(w)	
فرصت‌ها (o)	استراتژی تهاجمی (SO) (حداکثر - حداکثر)	استراتژی انطباقی (WO) (حداقل - حداکثر)	
تهدیدها (t)	استراتژی اقتضائی (ST) (حداکثر - حداقل)	استراتژی دفاعی (WT) (حداقل - حداقل)	

منبع: (حکمت‌نیا و موسوی، ۱۳۹۰)

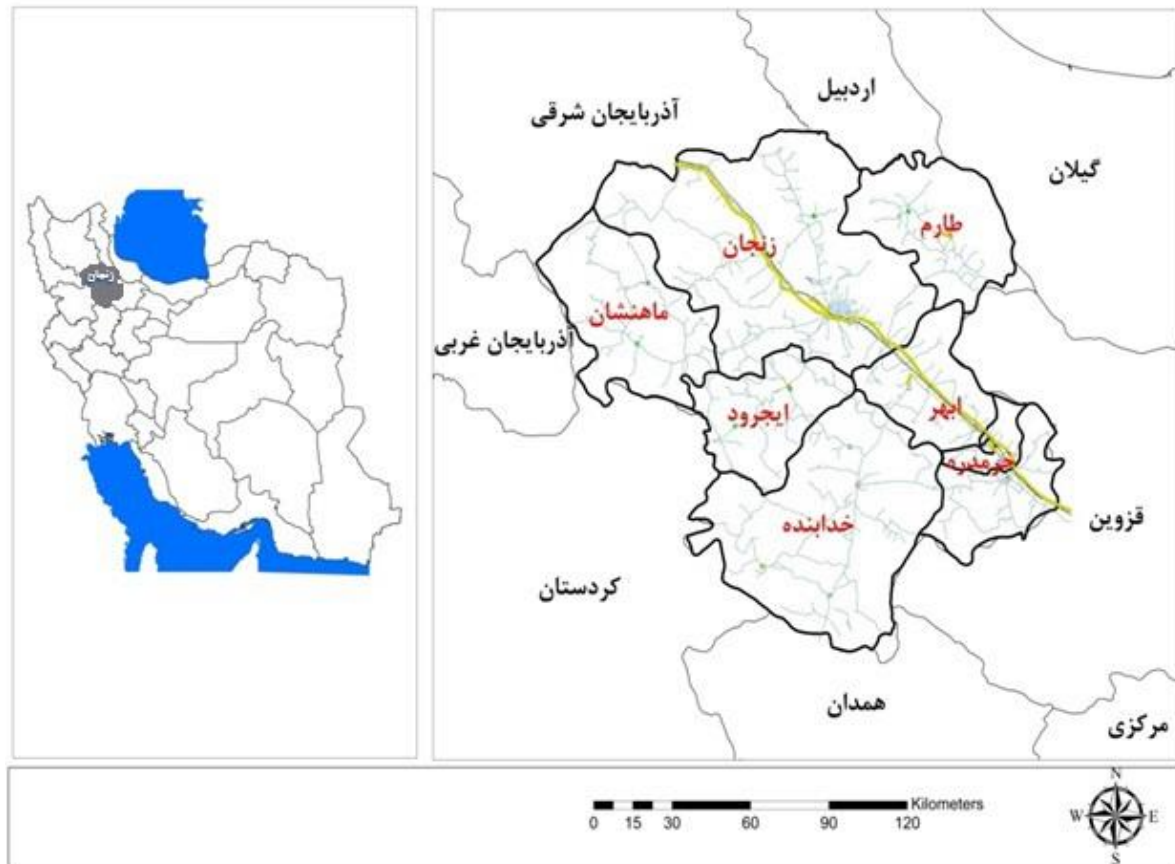
۴- اولویت‌بندی راهبردها با استفاده از ماتریس QSPM.

معرفی محدوده مورد بررسی

استان زنجان در قسمت شمال غربی کشور جمهوری اسلامی ایران، بین عرض جغرافیایی ۳۵° و ۳۵° تا ۳۷° و ۱۵° شمالی و طول جغرافیایی ۴۷° و ۱۰° تا ۴۹° و ۲۸° شرقی از نصف‌النهار گرینویچ واقع شده است. این استان با هفت استان همسایه می‌باشد: از شمال به شهرستان خلخال (از استان اردبیل)، شهرستان رودبار (از استان گیلان) از شمال و مشرق به شهرستان تاکستان، بویین زهرا و قزوین (از استان قزوین)، از جنوب به شهرستان همدان (از استان همدان)، از جنوب غربی به شهرستان بیجار (از استان کردستان)، از مغرب به

شهرستان تکاب (از استان آذربایجان غربی) و از شمال غرب به شهرستان میانه و هشترود (از استان آذربایجان شرقی) (نقشه ۱). این استان در سال ۱۳۸۵ با ۲۲۱۶۴ کیلومترمربع به میزان ۱/۳۶ درصد از مساحت کل کشور را اشغال نموده است. از جمله عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری این استان، موقعیت جغرافیایی آن در کشور است. نزدیکی استان به منطقه توسعه یافته مرکزی ایران و پایتخت، قرار گرفتن در مسیر توسعه، عبور جاده ترانزیت، عبور راه هوایی جهانی از این استان، قرار گرفتن در مسیر استان‌های مهم و بزرگی مانند: آذربایجان شرقی و قزوین و وجود شرایط آب و هوایی خاص ناشی از قرار گرفتن در دامنه‌های البرز جنوبی؛ از جمله عوامل مؤثر بر جذب گردشگر در این منطقه می‌باشد.

استان زنجان در قسمت شمال غربی کشور جمهوری اسلامی ایران، بین عرض جغرافیایی ۳۵° و ۳۵° تا ۳۷° و ۱۵° شمالی و طول جغرافیایی ۴۷° و ۱۰° تا ۴۹° و ۲۸° شرقی از نصف‌النهار گرینویچ واقع شده است. این استان با هفت استان همسایه می‌باشد: از شمال به شهرستان خلخال (از استان اردبیل)، شهرستان رودبار (از استان گیلان) از شمال و مشرق به شهرستان تاکستان، بویین زهرا و قزوین (از استان قزوین)، از جنوب به شهرستان همدان (از استان همدان)، از جنوب غربی به شهرستان بیجار (از استان کردستان)، از مغرب به



نقشه ۱- موقعیت محدوده مورد مطالعه و استان های همجوار آن

منبع: (Google Maps)

۵- یافته های تحقیق

پتانسیل های توریستی استان زنجان

استان زنجان با برخورداری از جاذبه های تاریخی، فرهنگی، طبیعی و موقعیت خاص جغرافیایی، قابلیت تبدیل شدن به محور عمده گردشگری در شمال غرب کشور را دارد. ضمن وجود آثار تاریخی همچون بنای عظیم گنبد سلطانی، بنای رختشوی خانه، مقبره ها و غیره، جاذبه های طبیعی همانند: غار زیبای کتله خور، دشت سهرین و آب و هوای معتدل کوهستانی، موجب شده تا زنجان به لحاظ وجود پتانسیل های گردشگری، موقعیتی خاص در کشور داشته باشد. بنابراین با توجه به وجود چهار منطقه طارم، سلطانی، زنجان و گرماب، می توان محور گردشگری را از طارم به سوی همدان

ترسیم کرد. این محور زمانی از اهمیت بیشتری برخوردار خواهد شد که موقعیت جغرافیایی استان، همچنین امکانات ارتباطی موجود و شبکه مناسب راه های ارتباطی ریلی و جاده ای را نیز در نظر بگیریم. با توجه به جدول ۴، استان زنجان در مجموع دارای ۵۸۳ گونه جاذبه گردشگری ثبت شده است که از این میان، ۱۵۳ گونه جاذبه (۲۶/۳ درصد) در زمره جاذبه های فرهنگی و تاریخی و ۴۳۰ گونه جاذبه (۷۳/۷ درصد) طبیعی می باشند (مهندسین مشاور سبز اندیش پایش، ۱۳۸۳).

در جداول ۵ و ۶ به ترتیب تعداد گردشگران بازدیدکننده از استان در سال های گذشته و آمار بازدیدکنندگان از جاذبه های شاخص گردشگری در استان آورده شده است.

جدول ۴- توزیع جاذبه‌های گردشگری استان زنجان

گونه جاذبه	تعداد	درصد
کل	۵۸۳	۱۰۰
طبیعی	۴۳۰	۷۳/۷
فرهنگی-تاریخی	۱۵۳	۲۶/۳

منبع: (مهندسین مشاور سبزاندیش پایش، ۱۳۸۳)

جدول ۵- تعداد گردشگران بازدیدکننده از استان در سال‌های گذشته

سال	ایرانی	درصد افزایش	خارجی*	درصد افزایش	جمع	درصد افزایش
۱۳۵۶	۶۷۳۰۰	۰	۳۸۲۵	۰	۷۱۱۲۵	۰
۱۳۶۰	۶۸۰۰۰	۰	۱۱۰۰	۰	۶۹۱۰۰	۰
۱۳۶۵	۷۰۰۰۰	۰	۱۳۰۰	۰	۷۰۱۳۰	۰
۱۳۷۰	۷۲۷۴۲	۰	۲۹۰	۰	۷۳۰۳۲	۰
۱۳۷۵	۷۸۴۷۰	۰	۳۶۸	۰	۷۸۸۳۸	۰
۱۳۷۶	۷۹۱۴۱	۱	۴۴۶	۱۷	۷۹۵۸۷	۱
۱۳۷۷	۸۱۱۰۰	۲	۵۱۳	۱۳	۸۱۶۱۳	۲
۱۳۷۸	۸۱۸۳۷	۱	۷۶۳	۳۳	۸۲۶۰۰	۱
۱۳۷۹	۸۲۵۰۰	۱	۱۱۰۰	۳۱	۸۳۶۸۵	۱
۱۳۸۰	۸۳۸۵۵	۲	۸۴۵	-۳۰	۸۴۷۰۰	۱
۱۳۸۱	۸۵۶۰۰	۲	۹۰۰	۶	۸۶۵۰۰	۲
۱۳۸۲	۸۸۵۰۰	۳	۸۶۵	-۴	۸۹۳۶۵	۳
۱۳۸۳	۹۴۶۰۰	۶	۱۵۳۳	۴۴	۹۶۱۳۳	۷
۱۳۸۴	۱۱۰۴۰۰	۱۴	۲۱۵۱	۲۹	۱۱۲۵۵۱	۱۵
۱۳۸۵	۱۳۰۲۰۰	۱۵	۲۲۳۴	۴	۱۳۲۴۳۴	۱۵
۱۳۸۶	۱۸۰۵۰۰	۲۸	۲۸۹۴	۲۳	۱۸۳۳۹۴	۲۸
۱۳۸۷	۱۹۵۰۰۰	۷	۳۲۱۰	۱۰	۱۹۸۲۱۰	۷
۱۳۸۸	۳۷۴۰۰۳	۴۸	۲۵۱۵	-۲۸	۳۷۶۵۱۸	۴۷
۱۳۸۹	۲۸۱۰۲۲	-۳۳	۱۶۶۳	-۵۱	۲۸۲۶۸۵	-۳۳
۱۳۹۰	۳۱۳۹۶۲	۱۰	۱۴۵۰	-۱۵	۳۱۵۴۱۲	۱۰
۱۳۹۱	۲۸۶۴۲۶	-۱۰	۱۱۱۰	-۳۱	۲۸۷۵۳۶	-۱۰
۱۳۹۲	۲۸۸۶۶۱	۱	۱۲۰۹	۸	۲۸۹۷۸۰	۱

*براساس تعریف سازمان جهانی جهانگردی، گردشگران اقامت گزیده در استان مبنای محاسبه قرار گرفته‌اند.

منبع: (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان، ۱۳۹۳)

جدول ۶- آمار بازدیدکنندگان از جاذبه‌های شاخص گردشگری در استان زنجان

سال / جاذبه	گنبد سلطانیه (نفر)	درصد افزایش	رختشوی خانه (نفر)	درصد افزایش	مردان نمکی (نفر)	درصد افزایش
۱۳۸۳	۵۱۵۰۷	۰	۲۸۳۴۲	۰	-	۰
۱۳۸۴	۵۹۸۴۹	۱۴	۳۷۹۴۶	۲۵	-	۰
۱۳۸۵	۸۵۹۶۵	۳۰	۳۹۸۰۱	۵	-	۰
۱۳۸۶	۱۰۵۲۳۷	۱۸	۵۴۲۶۴	۲۷	-	۰
۱۳۸۷	۱۶۱۱۲۲	۳۵	۸۸۴۸۴	۳۹	۷۲۴۳۵	۰
۱۳۸۸	۱۸۷۰۲۰	۱۴	۲۰۲۸۲۴	۵۶	۳۲۴۹۵	-۱۲۳
۱۳۸۹	۱۶۵۳۲۹	-۱۳	۸۸۶۹۳	-۱۲۹	۴۱۹۶۰	۲۳
۱۳۹۰	۱۳۴۳۶۳	-۲۳	۶۵۰۱۶	-۳۶	۵۱۶۹۰	۱۹
۱۳۹۱	۱۱۲۵۰۹	-۱۹	۴۶۲۰۶	-۴۱	۵۴۷۳۷	۶
۱۳۹۲	۱۱۶۷۵۰	۴	۵۰۸۵۸	۹	۶۳۷۴۵	۱۴

منبع: (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان، ۱۳۹۳)

ارزیابی صنعت توریسم در استان زنجان

با وجود جایگاه و اهمیت صنعت نوپای توریسم و نقشی که این صنعت می‌تواند در توسعه اقتصادی استان زنجان ایفا کند، بازنمایی این نقش به صورت توصیفی باقی مانده است و صنعت توریسم در این استان با معضلاتی رو به رو است. برخی از معضلات پیش‌روی صنعت توریسم استان

عبارتند از: تنگناهای زیربنایی، ارتباطی و حمل‌ونقلی، اقامتی، مدیریتی و سازمان‌دهی، اطلاع‌رسانی، بازاریابی و زیست‌محیطی. از این رو در اولین گام بررسی مقوله توریسم، اولویت‌بندی توانایی‌ها و تنگناها، از اهمیت اساسی برخوردار هستند که بدین منظور، از روش ارزیابی SWOT استفاده شده است (جداول ۷ و ۸).

جدول ۷- ماتریس IFE ساختار حوزه گردشگری در استان زنجان

عوامل استراتژیک داخلی	وزن	امتیاز وضع موجود	امتیاز وزن دار	توضیحات
W _۱ - ضعف اطلاع رسانی درباره اکوتوریسم استان در سطح مجامع و محافل علمی و اجتماعی استان و کشور	۰/۰۶۳	۱	۰/۰۶۳	ناشناخته ماندن بسیاری از جاذبه های توریستی استان
W _۲ - کمبود زیرساخت های گردشگری از جمله نبود هتل و اقامتگاه های مناسب و مشکلات زیرساخت های ارتباطی	۰/۰۶۳	۳	۰/۱۹۰	-
W _۳ - آلودگی آب های جاری اطراف شهرهای استان	۰/۰۴۸	۲	۰/۰۹۵	-
W _۴ - افزایش طول دوره سرما و یخبندان در سال و وجود مناطق برفگیر	۰/۰۳۲	۴	۰/۱۲۷	-
W _۵ - طغیانی بودن رودخانه قزل اوزن و عدم وجود امکانات لازم برای کنترل سیلاب ها و شوری آب در برخی از مناطق	۰/۰۳۲	۴	۰/۱۲۷	-
W _۶ - نامناسب بودن مراکز دفع زباله های شهری	۰/۰۴۸	۳	۰/۱۴۳	-
W _۷ - ترک زود هنگام استان توسط توریست ها به دلیل کمبود امکانات اقامتی و تفریحی	۰/۰۴۸	۳	۰/۱۴۳	-
W _۸ - شرایط جوی نامساعد در فصل زمستان و تشکیل پدیده مه غلیظ در برخی از ماه های سال	۰/۰۳۲	۴	۰/۱۲۷	-
W _۹ - پراکنش نامناسب شبکه شهری استان	۰/۰۴۸	۳	۰/۱۴۳	-
W _{۱۰} - عدم توازن در سلسله مراتب شهری استان	۰/۰۶۳	۳	۰/۱۹۰	-
S _۱ - وجود گونه های نادر محافظت شده جانوری و گیاهی در دشت آهوخیز سهرین در ۲۵ کیلومتری مرکز استان با وسعت ۱۲۰۰ هکتار و با جمعیت بالغ بر ۱۶۰۰ رأس آهو در داخل منطقه حفاظت شده سرخ آباد واقع شده است.	۰/۰۶۳	۴	۰/۲۵۴	-
S _۲ - وجود قله های معروف و مرتفع برای علاقمندان ورزش کوهنوردی با ارتفاع ۳۳۳۲ متر در منطقه انگوران و مناطق سرسبز شهرستان طارم به همراه پیست اسکی در پایایی برای اسکی بازان	۰/۰۴۸	۲	۰/۰۹۵	وجود پتانسیل برای جذب توریست های ماجراجو
S _۳ - وجود غار کتله و خرمنه سر و سایر غارهای طبیعی بی نظیر که منبع عظیمی در جذب گردشگر به استان محسوب می شود.	۰/۰۴۸	۲	۰/۰۹۵	-
S _۴ - وجود رودخانه های قزل اوزن، زنجانرود، ابهررود، اینجه گلایر، سارمساقلو، تالاب های باکلور در طارم و خندقلو در ماهنشان، سد طبیعی جمال آباد در طارم، سد تهم در زنجان و آبشار شارشار که از نظر علاقه مندان به سواحل آبی، ارزشمند می باشد.	۰/۰۶۳	۳	۰/۱۹۰	مهیاشدن زمینه های تفریحات آبی
S _۵ - وجود دو پارک جنگلی، یک پناهگاه حیات وحش و سه منطقه حفاظت شده در استان	۰/۰۷۹	۳	۰/۲۳۸	امکان دیدن مناطق بکر طبیعی برای گردشگران
S _۶ - رسیدن به سطح شاخص های بهره برداری کشور در تأسیسات ذخیره آب و تنظیم آب های سطحی و کانال های آبرسانی، شبکه های آبیاری و زهکشی استان	۰/۰۴۸	۲	۰/۰۹۵	-
S _۷ - شهرت تاریخی جاده ابریشم، کاروانسرای سنگی و کاروانسرای حاج داداش، فرصت کافی برای توسعه گردشگری در طبیعت به ویژه گردشگری شبانه را فراهم می سازد.	۰/۰۳۲	۲	۰/۰۶۳	جغرافیای تاریخی غنی منطقه
S _۸ - وجود مناطق شکار ممنوع خراسانلو، قیدار، خرمنه سر و فیله خاصه با گونه های مختلف جانوری	۰/۰۴۸	۳	۰/۱۴۳	-
S _۹ - تنوع پوشش گیاهی، ترکیب جنگل ها، بیشه زارها، بوتله زارها، و چمنزارها و زیستگاه ها در سطح استان	۰/۰۶۳	۲	۰/۱۲۷	-
S _{۱۰} - وجود اراضی مناسب در حاشیه رودخانه ها جهت برداشت و توسعه آب های سطحی در استان	۰/۰۳۲	۲	۰/۰۶۳	-
جمع	۱	-	۲/۷۱۴	-

منبع: (یافته های نگارندگان)

جدول ۸- ماتریس EFE ساختار حوزه گردشگری در استان زنجان

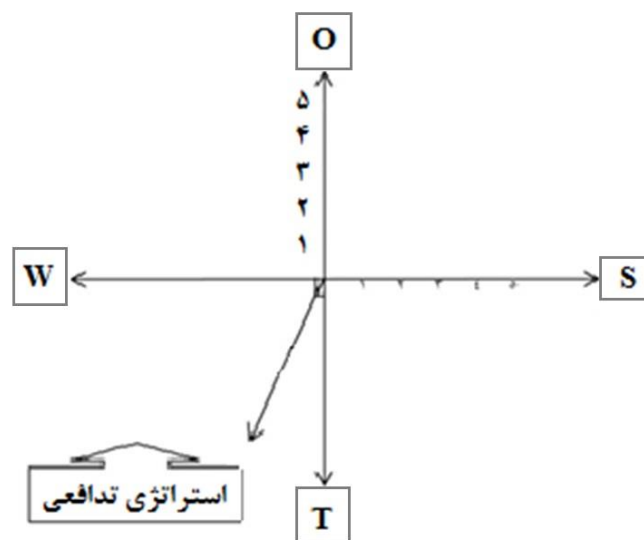
توضیحات	امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود	وزن	عوامل استراتژیک خارجی	
افول چهره طبیعی منطقه، در نتیجه دخالت بیش از حد انسان	۰/۱۳۸	۳	۰/۰۴۶	T۱- تغییر کاربری اراضی کشاورزی و منابع طبیعی	نقاط تهدید
فرسوده شدن خاک	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	T۲- چرای مفرط و خارج از ظرفیت و بوته‌کنی	
-	۰/۰۹۲	۳	۰/۰۳۱	T۳- فقدان نظام بهره‌برداری کارآمد جهت بهره‌برداری از امکانات ایجاد شده	
ایجاد انواع آلودگی‌ها و مناظر زشت	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	T۴- نامناسب بودن مراکز دفع زباله‌های شهری	
-	۰/۱۲۳	۲	۰/۰۶۲	T۵- ناتوانی مالی اکثریت صاحبان صنایع در زمینه تجهیز و راه‌اندازی سیستم‌های کنترل آلودگی هوا و به‌کارگیری تصفیه‌خانه فاضلاب	
-	۰/۱۵۴	۲	۰/۰۷۷	T۶- در برخی از موارد عدم ارائه طرح‌های ارزیابی‌کننده زیست‌محیطی در پروژه‌های عمرانی	
-	۰/۱۳۸	۳	۰/۰۴۶	T۷- ورود و خروج بی‌رویه دام	
-	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	T۸- قرار گرفتن استان بر روی کمربند بین‌المللی زلزله و آسیب‌پذیر بودن نواحی و مناطق استان	
-	۰/۱۳۸	۳	۰/۰۴۶	T۹- وجود بیان منفی آب‌های زیرزمینی در برخی از دشت‌های بین منطقه‌ای	
نابودی منابع طبیعی	۰/۱۲۳	۲	۰/۰۶۲	T۱۰- استفاده زیاده از حد منابع و بهره‌برداری بیش از ظرفیت قابل تحمل محیط طبیعی	
-	۰/۱۳۸	۳	۰/۰۴۶	O۱- وجود شرایط مناسب برای اصلاح و احیای مراتع در شمال غرب کشور	نقاط فرصت
-	۰/۲۴۶	۴	۰/۰۶۲	O۲- شهرت جهانی مناطق حفاظت‌شده استان و گونه‌های نادر آهو	
-	۰/۱۸۵	۴	۰/۰۴۶	O۳- وجود پدیده‌ها و آثار ژئومورفولوژیک در سطح استان و امکان ایجاد ژئوپارک برای جذب گردشگران	
-	۰/۲۴۶	۴	۰/۰۶۲	O۴- وجود محیط و شرایط مناسب برای توسعه بوم‌گردی در نقاط مختلف استان	
-	۰/۲۴۶	۴	۰/۰۶۲	O۵- نزدیکی به شهرهای تهران و تبریز، به‌عنوان دو کانون جذب گردشگران و همچنین همجواری و همسایگی با هفت استان کشور، این امکان را برای استان زنجان فراهم کرده که برای جذب این گردشگران به استان برنامه‌ریزی شود.	
-	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	O۶- وجود راه ارتباطی زنجان به گیلان، زنجان به همدان، زنجان به اردبیل و تنوع توپوگرافی، اقلیمی و پوشش گیاهی آن، فرصت کافی برای گردشگران ایجاد می‌کند.	
-	۰/۰۶۲	۲	۰/۰۳۱	O۷- قابلیت جمعیت‌پذیری شهرهای استان به واسطه استقرار در کنار منابع آب و نزدیکی به جاده	
-	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۴۶	O۸- علاوه بر دشت‌ها و اراضی در محور اصلی تهران- زنجان، فعالیت غالب کشاورزی در اراضی شمال و شرق خدابنده، حاشیه رود قزل‌اوزن، زنجانرود و غیره، قابل توجه بوده و می‌تواند در گردشگری استان مدنظر قرار گیرد.	
-	۰/۱۳۸	۳	۰/۰۴۶	O۹- دسترسی‌های جاده‌ای موجود استان به منابع گردشگری (طبیعی و فرهنگی)	
-	۰/۱۳۸	۳	۰/۰۴۶	O۱۰- استقرار شهرهای استان در یک منطقه نسبتاً هموار، امکان گسترش شبکه ارتباطی بین شهری و داخل شهری را به سهولت فراهم نموده و حوزه نفوذ مستقیم و غیرمستقیم را با یک شبکه فراگیر به آن داده است.	
-	۲/۷۶۹	-	۱	جمع	

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

با توجه به جداول فوق مهم‌ترین ضعف‌ها، قوت‌ها، تهدیدها و فرصت‌ها، براساس امتیاز وزن‌دار که از اهمیت و وضع موجود آنها و نیز از ساختار زیست‌محیطی استان زنجان حاصل شده‌اند، به شرح زیر می‌باشند: مهم‌ترین ضعف‌ها؛ شامل شکار و صید غیرمجاز در استان (W^2) و عدم توازن در سلسله‌مراتب شهری استان (W^{10}) با امتیاز وزنی $0/190$ می‌باشند که در یک سطح قرار می‌گیرند و مهم‌ترین قوت نیز وجود گونه‌های نادر محافظت‌شده جانوری و گیاهی در دشت آهوخیز سهرین (S^1) که در 25 کیلومتری مرکز استان با وسعت 1200 هکتار و با جمعیت بالغ بر 1600 رأس آهو در داخل منطقه حفاظت‌شده سرخ‌آباد واقع شده است و با امتیاز وزنی $0/254$ می‌باشد. مهم‌ترین تهدید در برخی از موارد، عدم ارائه طرح‌های ارزیابی‌کننده زیست‌محیطی در پروژه‌های عمرانی (T^6) با امتیاز وزنی $0/154$ و

مهم‌ترین فرصت‌ها نیز شهرت جهانی مناطق حفاظت‌شده استان و گونه‌های نادر آهو (O^2)، وجود محیط و شرایط مناسب برای توسعه بوم‌گردی در نقاط مختلف استان (O^6) و نزدیکی به تهران و تبریز به عنوان دو کانون جذب گردشگر و همچنین همجواری و همسایگی با هفت استان کشورمان (O^5) می‌باشند که با امتیاز وزنی $0/246$ ، در یک سطح قرار می‌گیرند.

موقعیت نوع استراتژی در ساختار زیست‌محیطی و جغرافیایی استان زنجان در شکل ۲ بدین شرح است: نمره روی محور X ها، $0/146$ - و روی محور Y ها، $0/28$ - می‌باشد که استراتژی تدافعی را نشان می‌دهد که وضعیت مناسبی نداشته و در موضع مخاطره‌آمیزی قرار گرفته است. هدف کلی الگوی تدافعی یا حداقل - حداقل که می‌توان آن را الگوی بقا نیز نامید، کاهش ضعف‌های سیستم به منظور کاستن و خنثی‌سازی تهدیدهاست.



شکل ۲- نوع استراتژی برخورد با حوزه گردشگری در استان زنجان

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

جدول ۹- ماتریس استراتژی‌های چهارگانه SWOT در حوزه گردشگری استان زنجان

عوامل داخلی عوامل خارجی	عوامل داخلی عوامل خارجی	قوت‌ها (S)	ضعف‌ها (W)
		قوت‌ها (S)	ضعف‌ها (W)
مزیت‌ها (O)	برخوراک (O)	SO۱- استفاده و الگوبرداری از تجارب کشورها و استان‌های موفق در جذب توریست داخلی و بین‌المللی	WO۱- تدوین قوانین جهت جلوگیری از تخریب جاذبه‌های تاریخی و طبیعی
		SO۲- تهیه و تدوین یک منبع جامع و پایگاه اطلاعاتی در زمینه جاذبه‌های توریستی استان	WO۲- توجه به گردشگر داخل استانی (استانگردی) به عنوان عاملی مؤثر بر توزیع درآمد و ایجاد تعادل منطقه‌ای
		SO۳- تأکید بر توسعه گردشگری طبیعی و گردشگری بومی به دلیل وجود مزیت‌های نسبی برای توسعه	WO۳- بازنگری در نوع و نحوه برنامه‌ریزی و حمایت دولتی از نواحی توریستی و بهره‌گیری منطقی از آنها، قوانین، مقررات حمایتی در جهت توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها با تسهیلات و تجهیزات مختلف از نواحی شهری استان
		SO۴- استفاده از نیروی متخصص و باتجربه به منظور ایجاد تشکلهای تعاونی مردمی و همچنین ترویج و آموزش گردشگری از طریق نشست‌ها و جلسه‌های مختلف با مردم	WO۴- بازنگری در نحوه توزیع امکانات، خدمات و تسهیلات توریستی و اولویت‌دهی تخصیص مجدد این نوع امکانات با قابلیت بالا و متوسط جذب گردشگر به استان
		SO۵- زمینه‌سازی و بهره‌برداری از حمایت بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری استان، از طریق شفاف‌سازی سیاست‌های دولتی و برنامه‌های محلی، نحوه اخذ مالیات و پرداخت یارانه، تسهیلات بانکی و...	WO۵- ضمن بازنگری در نوع و نحوه بهره‌گیری از مشارکت‌های مردمی توسعه، تهیه و اجرای طرح‌ها و تجهیز مناطق شهری و فراشهری از لحاظ امکانات و خدمات توریستی، لازم است از طرف نیروهای متخصص و نهادهای مختلف، در راستای احیاء و توسعه این مناطق اقدام‌هایی صورت گیرد.
تهدیدها (T)	تهدیدها (T)	ST۱- تهیه طرح‌های گردشگری برای قطب‌های توریستی استان با توجه به قابلیت‌ها و توانمندی‌های بالقوه و بالفعل تمامی مناطق توریستی استان	ST۱- تهیه طرح‌های گردشگری برای قطب‌های توریستی استان با توجه به قابلیت‌ها و توانمندی‌های بالقوه و بالفعل تمامی مناطق توریستی استان
		ST۲- احداث مجتمع‌های تفریحی و اقامتی مجهز در کنار مکان‌های توریستی	ST۲- احداث مجتمع‌های تفریحی و اقامتی مجهز در کنار مکان‌های توریستی
		ST۳- استفاده اقتصادی از منابع توریستی و توجه به مقوله توریسم صنعتی-تجاری با احداث کارخانه و کارگاه‌های مرتبط	ST۳- استفاده اقتصادی از منابع توریستی و توجه به مقوله توریسم صنعتی-تجاری با احداث کارخانه و کارگاه‌های مرتبط
		ST۴- ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در مکان‌های مختلف توریستی در استان در جهت کاهش فشار و تراکم بیش از حد به این مکان‌ها و جاذبه‌ها و جلوگیری از بین رفتن و تخریب آنها	ST۴- ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در مکان‌های مختلف توریستی در استان در جهت کاهش فشار و تراکم بیش از حد به این مکان‌ها و جاذبه‌ها و جلوگیری از بین رفتن و تخریب آنها
		ST۵- توسعه و تجهیز مسیرهای توریستی و ایجاد نصب علائم و قوانین مقررات در این مکان‌ها و تدوین دفترچه‌های راهنما برای گردشگران و آموزش آنها	ST۵- توسعه و تجهیز مسیرهای توریستی و ایجاد نصب علائم و قوانین مقررات در این مکان‌ها و تدوین دفترچه‌های راهنما برای گردشگران و آموزش آنها

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

تحلیل جایگاه صنعت گردشگری در اقتصاد استان

زنجان

جدول داده- ستانده در زمینه انواع تحلیل‌های اقتصادی؛ از جمله قابلیت تولید، برنامه‌ریزی رشد

اقتصادی و برنامه‌ریزی توریسم، کاربردهای غیرقابل انکاری دارد (دهقانی‌زاده، ۱۳۸۷). به منظور تحلیل تأثیرات اقتصادی صنعت گردشگری در استان زنجان، جدول داده- ستانده زیر ارائه شده است.

جدول ۱۰- رتبه‌بندی فعالیت‌های هتل و خوابگاه و رستوران براساس شاخص‌های جدول داده- ستانده

رتبه فعالیت	شاخص یکپارچگی	رتبه فعالیت	پیوند پیشین جزء	رتبه فعالیت	پیوند پسین	فعالیت اقتصادی
۱	۰/۲۳	۶	۰/۲۲	۳	۰/۲۸	هتل و خوابگاه
۲۰	۰/۱۵	۲۵	۰/۰۵	۶	۰/۱۹	رستوران
رتبه فعالیت	شاخص تکاثر	رتبه فعالیت	شاخص حساسیت	رتبه فعالیت	شاخص انتشار	فعالیت اقتصادی
۳	۱/۳	۶	۱/۲	۳	۱/۱۷	هتل و خوابگاه
۶	۱/۲	۳۲	۰/۷	۵	۱/۰۲	رستوران

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

اطلاعات جدول ۱۱ در زمینه پیوندهای پیشین جزء بیانگر آن است که توسعه راهبردهای گردشگری از سمت عرضه نیز نقش معنی‌داری در توسعه اقتصادی استان زنجان ایفا می‌کند. شاخص‌های قدرت انتشار و حساسیت در جدول مزبور بیانگر رابطه مستقیم تقاضا و عرضه است؛ یعنی توسعه راهبردهای صنعت گردشگری، تأثیر مستقیمی بر توسعه و رونق فعالیت‌های هتل و رستوران دارد که باعث افزایش تقاضای این بخش‌ها برای تولیدات سایر بخش‌های اقتصادی استان زنجان می‌شود. به عبارتی دیگر، زمینه تحرک تولیدی در ساختار اقتصادی استان زنجان را فراهم می‌کند. همچنین جدول ۱۱، مجموع درآمدهای حاصل از گردشگری استان زنجان در سال ۱۳۹۰ را نشان داده است.

بخش‌های هتل و خوابگاه و رستوران با ضرایب پسین جزء ۰/۲۸ و ۰/۱۹ در میان بخش‌های اقتصادی استان زنجان در رتبه‌های هفتم و دهم قرار دارند. پیوندهای پسین این دو بخش، بیانگر آن است که تقاضای این بخش‌ها با ورود گردشگر به استان زنجان، ارتباط مستقیمی دارد و می‌تواند نقش قابل‌توجهی در رونق اقتصادی فعالیت‌های مرتبط با صنعت گردشگری، از طریق ایجاد تقاضا برای تولیدات آن بالاخص در نواحی که دارای مزیت‌های گردشگری هستند، داشته باشد. از این رو باید افزود که توسعه گردشگری از طریق ایجاد تقاضا برای کالاها و خدمات مرتبط با گردشگری در بخش‌های مختلف استان زنجان، باعث گسترش تولید و فعالیت‌های تولیدی در استان می‌شوند. از طرف دیگر

جدول ۱۱- برآورد مجموع درآمدهای حاصل از گردشگری استان زنجان در ماه‌های تیر لغایت شهریور سال ۱۳۹۰

(ارقام به میلیون ریال)

عنوان	اقامت	جاذبه‌های دیدنی	غذا	ایاب و ذهاب	خرید سوغات	جمع کل
میزان درآمد	۱۳۴۴۶۹	۲۲۵۵۰۷	۱۵۱۱۷۳۷۳	۱۸۹۵۹۳۵۷	۱۳۱۹۶۳	۸۳۵۲۱۴
درصد	۱۶/۱	۲۷/۳	۱۸/۱	۲۲/۷	۱۵/۸	۱۰۰

منبع: (محاسبات نگارندگان براساس آمار میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری سالنامه آماری استان زنجان، ۱۳۹۰)

تشکیل ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)^۱:

با استفاده از ماتریس QSPM یا ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی، همه راهبردها، بررسی و اولویت‌بندی شدند. در واقع، هر عامل استراتژیک را با استراتژی (راهبرد) موردنظر سنجیده شده و به آن امتیاز داده شده است. جمع امتیازات، محاسبه گردید که این اعداد همان امتیاز اولویت استراتژی می‌باشد. به این ترتیب، گزینه‌های مختلف استراتژی‌ها در ساختار زیست‌محیطی و جغرافیایی استان زنجان با مقدار عددی، تعیین و اولویت‌بندی شده و با یکدیگر قابل مقایسه می‌باشند. در اینجا به دلیل حجم بالای جداول محاسبه ماتریس QSPM، از آوردن آنها اجتناب شده و راهبردهای به دست آمده، در بخش پیشنهادها ارائه شده‌اند.

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

یکی از مهم‌ترین دلایل توجه دولت‌ها به صنعت گردشگری، اثرات اقتصادی آن است. مهم‌ترین اثرات اقتصادی گردشگری در سطح ملی و استانی، ایجاد درآمد ارزی، موازنه تراز پرداخت‌ها، ایجاد اشتغال، تنوع‌بخشی به اقتصاد و توسعه منطقه‌ای است. تأثیرات اقتصادی گردشگری دارای اثر تکاثری بوده و در اجزای مختلف نظام اقتصادی گسترش می‌یابند. زنجیره ارزش صنعت گردشگری، طیف مختلفی از بخش‌های تولیدی و خدماتی را دربر می‌گیرد. بنابراین هزینه‌کرد مستقیم گردشگران برای دریافت خدمات گردشگری، علاوه بر ایجاد درآمد و اشتغال مستقیم، در سایر کسب‌وکارهای اقتصادی که تأمین‌کننده کالاها و خدمات گردشگری هستند نیز به‌صورت غیرمستقیم تحرک ایجاد می‌کند. درآمد کسب‌شده توسط نیروی کار شاغل به‌صورت

مستقیم و غیرمستقیم، مجدداً هزینه می‌شود و اثر مضاعفی را به‌صورت القایی ایجاد می‌کند. از سوی دیگر، درآمد‌های مالیاتی دولت، افزایش یافته و سرمایه‌گذاری‌های جدیدی از سوی بخش خصوصی وارد بخش گردشگری می‌شود. بروز اثرات اقتصادی در صنعت گردشگری مانند هر بخش دیگر، به عوامل و شرایطی وابسته است که شدت و وسعت این اثرات را تعیین می‌کنند. ساختار اقتصادی کشور، مدیریت صنعت گردشگری، عملکرد زنجیره تأمین صنعت گردشگری و فصلی بودن تقاضا، از جمله این عوامل هستند. بنابراین صنعت گردشگری برای آن که بتواند به‌عنوان یک بخش فعال در شرایط رکود اقتصادی عمل کند، دارای نقاط قوت و ضعف می‌باشد و با فرصت‌ها و تهدیدهایی روبه‌روست که در این میان استان زنجان نیز به‌عنوان قطب گردشگری با دارا بودن یک میراث ثبت‌شده جهانی (گنبد سلطانیه) و همچنین با جاذبه‌های متعدد تاریخی، طبیعی و فرهنگی از این امر مستثنی نمی‌باشد. با بررسی نقاط قوت و ضعف و فرصت و تهدیدهای صنعت گردشگری در استان زنجان، می‌توان به این نتیجه رسید که با وجود توان‌ها و استعدادها بالقوه استان زنجان برای جذب گردشگر، هنوز راه درازی جهت استفاده مطلوب از نقاط قوت صنعت گردشگری در این استان وجود دارد.

همچنین نتایج پژوهش بیانگر آن هستند که بهره‌مندی از مزایای صنعت توریسم، نیازمند توجه به تمام بخش‌های مرتبط با این صنعت بوده و ایجاد هماهنگی‌های لازم بین آنها، مدیریت واحد و تقسیم کار بین بخش‌های دست‌اندرکار در صنعت توریسم زنجان در بخش‌های دولتی و خصوصی را طلب می‌کند. صنعت توریسم در این استان به سمت نقاط قوت و فرصت گردشگری تمایل دارد؛ بنابراین نیازمند برنامه‌ریزی جامع برای استفاده از قوت و فرصت و مقابله با تهدیدها و

^۱- Quantitative Strategic Planning Matrix

ضعف‌هاست. از این رو باید افزود که توجه به صنعت گردشگری در استان زنجان، یکی از بسترهای لازم برای توسعه درون‌زا است؛ لذا در سایه برنامه‌ریزی جامع مبتنی بر آینده‌نگری و توجه به عوامل انسجام‌دهنده این صنعت، می‌توان افق روشنی را برای آن ترسیم کرد. از این رو به منظور جذب توریسم و حرکت به سمت توسعه پایدار که خود بتواند توسعه یکپارچه و هماهنگ را در استان زنجان به‌وجود آورد، توجه به راهبردها و راهکارهای توسعه این صنعت را ضروری می‌نماید. بنابراین نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهند که راهبردهای توسعه گردشگری در استان زنجان، می‌تواند محرک خوبی در توسعه اقتصاد استان زنجان باشد. نتایج به دست آمده از تحلیل جدول داده- ستانده بیانگر آن هستند که صنعت گردشگری می‌تواند از لحاظ عرضه و تقاضا و تولید، اقتصاد استان زنجان را رونق دهد. همچنین توجه به راهبردهای نظام فضایی توریسم در استان زنجان در قالب بازنگری در رویکردهای ذیل نیز لازم و ضروری به نظر می‌رسد:

۱- بهره‌گیری از ظرفیت و پتانسیل‌های جذب سرمایه‌گذاری در بخش‌های خصوصی و دولتی به منظور بسط‌سازی برای توسعه همه‌جانبه امکانات لازم در حوزه گردشگری

۲- استفاده از اراضی دولتی به‌منظور ایجاد خدمات و زیرساخت‌های رفاهی لازم برای گردشگران در فصول مختلف سال

۳- افزایش و ارتقای منابع گردشگری و توسعه کیفی آنها

۴- شناسایی پتانسیل‌های توسعه گردشگری به جامعه میزبان و توسعه آموزش برای شاغلان این بخش

۵- تنوع‌بخشی به قوانین و سیاست‌گذاری‌های مناسب در جهت توسعه گردشگری

۶- بازنگری در سیستم مدیریتی یکپارچه و انتخاب یک مدیریت واحد جهت توسعه و پیشبرد اهداف گردشگری پایدار

۷- ساماندهی فضایی-کالبدی به‌منظور ایجاد سازوکار مناسب برای سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی در زمینه تسهیلات و خدمات گردشگری در استان زنجان.

همچنین ماتریس عوامل استراتژیکی داخلی و خارجی ساختار حوزه گردشگری در استان زنجان، نشان می‌دهد که کل امتیاز وزن‌دار جدول ماتریس عوامل داخلی، ۲/۷۱۴ می‌باشد که این عدد کمتر از میانگین ۳ می‌باشد و از قوت‌ها به خوبی برای غلبه بر ضعف‌ها استفاده نشده است و ضعف‌ها در ساختار حوزه گردشگری استان زنجان بر قوت‌ها غلبه دارند و جمع امتیاز وزن‌دار جدول ماتریس عوامل خارجی ۲/۷۶۹ می‌باشد. در اینجا نیز عدد به‌دست‌آمده کمتر از میانگین بوده و نشان می‌دهد که تهدیدها بر فرصت‌ها، غالب هستند و از فرصت‌ها به خوبی برای غلبه بر تهدیدها استفاده نشده؛ اما در مجموع، ماتریس عوامل خارجی در مقایسه با ماتریس عوامل داخلی، وضعیت نسبتاً مساعدتری را داراست.

اما راهبردهای که از ماتریس QSPM حاصل شده‌اند، برای برون‌رفت از وضع موجود در ساختار حوزه گردشگری استان زنجان و حرکت به سوی جذب توریست و استفاده از پتانسیل‌های استان و کنترل آثار منفی توریسم، به ترتیب اولویت براساس امتیاز نهایی به شرح جدول ۱۲، پیشنهاد شده‌اند.

جدول ۱۲- راهبردهای ترکیبی در حوزه گردشگری استان زنجان

اولویت	امتیاز نهایی	راهبردهای ترکیبی در حوزه گردشگری استان زنجان
۱	۱۰/۹۰۶	ST _۱ - تهیه طرح‌های گردشگری برای قطب‌های توریستی استان با توجه به قابلیت‌ها و توانمندی‌های بالقوه و بالفعل تمامی مناطق توریستی استان
۲	۱۰/۱۴۹	WT _۴ - دعوت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و ایجاد تسهیلات و امتیازات ویژه سرمایه‌گذاری در زمینه احداث هتل‌ها، مجتمع‌های اقامتی، تفریحی، جنگلی، ایجاد زمین‌های ورزشی و ...
۳	۱۰/۰۵۸	SO _۳ - تأکید بر توسعه گردشگری طبیعی و گردشگری بومی به دلیل وجود مزیت‌های نسبی برای توسعه
۴	۹/۸۱۵	WO _۳ - ضمن بازنگری به نوع و نحوه برنامه‌ریزی و حمایت دولتی از نواحی توریستی بهره‌گیری منطقی از آنها، قوانین، مقررات حمایتی در جهت توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها با تسهیلات و تجهیزات مختلف از نواحی شهری استان
۵	۹/۷۳۵	WT _۳ - برگزاری سمینارها و نشست‌های توسعه سرمایه‌گذاری در صنعت توریسم با سایر دستگاه‌ها و مسئولان مرتبط و کارآفرینان
۶	۹/۲۸۱	SO _۵ - زمینه‌سازی و بهره‌برداری از حمایت بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری استان از طریق شفاف‌سازی سیاست‌های دولتی و برنامه‌های محلی، نحوه اخذ مالیات و پرداخت یارانه و تسهیلات بانکی و ...
۷	۸/۹۱۵	WT _۵ - تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه جاذبه‌ها و فرآورده‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب، آلودگی و از بین رفتن این منابع در این نواحی
۸	۸/۴۱۳	WO _۵ - ضمن بازنگری به نوع و نحوه بهره‌گیری از مشارکت‌های مردمی توسعه، تهیه و اجرای طرح‌ها و تجهیز مناطق شهری و فراشهری از لحاظ امکانات و خدمات توریستی، لازم است از طرف نیروهای متخصص و نهادهای مختلف در جهت احیاء و توسعه این مناطق، اقدام‌هایی صورت گیرد.
۹	۸/۲۰۴	ST _۲ - احداث مجتمع‌های تفریحی و اقامتی مجهز در کنار مکان‌های توریستی
۱۰	۷/۸۷۸	SO _۴ - استفاده از نیروی متخصص و با تجربه به‌منظور ایجاد تشکل‌های تعاونی مردمی و همچنین ترویج و آموزش گردشگری از طریق نشست‌ها و جلسه‌های مختلف با مردم
۱۱	۷/۷۰۸	WT _۱ - تبیین مفهوم توریسم به‌عنوان صنعتی که برای جوامع میزبان، منافع منحصر به فردی دارد.
۱۲	۷/۴۲۵	ST _۴ - ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در مکان‌های مختلف توریستی در استان در راستای کاهش فشار و تراکم بیش از حد به این مکان‌ها و جاذبه‌ها و جلوگیری از بین رفتن و تخریب آنها
۱۳	۷/۰۸۹	WO _۱ - تدوین قوانین جهت جلوگیری از تخریب جاذبه‌های طبیعی به دست دشمنان طبیعت
۱۴	۶/۸۶۹	ST _۵ - توسعه و تجهیز مسیرهای توریستی و ایجاد نصب علائم و قوانین مقررات در این مکان‌ها و تدوین دفترچه‌های راهنما برای گردشگران و آموزش آنها
۱۵	۶/۴۶۶	SO _۲ - تهیه و تدوین یک منبع جامع و پایگاه اطلاعاتی در زمینه جاذبه‌های توریستی استان
۱۶	۶/۳۳۲	WO _۴ - بازنگری در نحوه توزیع امکانات، خدمات و تسهیلات توریستی و اولویت‌دهی تخصیص مجدد این نوع امکانات با قابلیت بالا و متوسط جذب گردشگر به استان
۱۷	۶/۱۵۸	ST _۳ - استفاده اقتصادی از منابع توریستی و توجه به مقوله توریسم صنعتی- تجاری با احداث کارخانه و کارگاه‌های مرتبط
۱۸	۶/۰۱۶	WO _۲ - توجه به گردشگر داخل استانی (استانگردی) به عنوان عاملی مؤثر بر توزیع درآمد و ایجاد تعادل منطقه‌ای
۱۹	۶/۰۱۴	SO _۱ - استفاده و الگوبرداری از تجارب کشورها و استان‌های موفق در جذب توریست داخلی و بین‌المللی
۲۰	۵/۴۷۶	WT _۲ - توسعه آموزش نیروی انسانی در فعالیت‌های بخش گردشگری به منظور ارائه خدمات کارآمد در این بخش

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

۷- منابع

- حکمت نیا، حسن؛ موسوی، میرنجف. (۱۳۹۰). کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه ریزی شهری و ناحیه ای، تهران: انتشارات علم نوین.
- حیدری، رحیم؛ حسین زاده دلیر، کریم. (۱۳۸۲). جستاری پیرامون ارزیابی صنعت توریسم در ایران، نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز، ۳ (۹).
- داس ویل، راجر. (۱۳۷۹). مدیریت جهانگردی. ترجمه محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
- دهقانی زاده، مجید. (۱۳۸۷). بررسی اشتغال زایی فعالیت های اقتصادی استان یزد با استفاده از جدول داده- ستانده، مجموعه مقالات اولین همایش ملی توسعه فعالیت های اقتصادی.
- رنجبر، محسن؛ جرفی، احمد. (۱۳۹۱). ارزیابی پیامدهای گردشگران شهری در اقتصاد شهر به روش آماری نمونه موردی: شهر اهواز، فصلنامه جغرافیایی چشم انداز زاگرس، ۴ (۱۱).
- سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان زنجان. (۱۳۹۰). سالنامه آماری استان زنجان.
- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان. (۱۳۹۳).
- سقای، مهدی. (۱۳۸۵). چالش های صنعت توریسم در ایران و راهکارهای بهبود و توسعه آن، مجموعه مقالات همایش جغرافیا و قرن بیست و یکم، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد.
- شارپلی، ریچارد؛ تلفر، دیوید. (۱۳۹۱). برنامه ریزی توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه. ترجمه حمید ضرغام بروجنی، تهران: انتشارات مهکامه.
- قربانی، رسول. (۱۳۸۲). توریسم و پویایی فضای شهری، نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز، شماره ۳.
- کهن، گوئل. (۱۳۷۷). صنعت توریسم و توسعه پایدار نمادی از مدیریت پویا، مجله محیط شناسی، شماره ۲۱ و ۲۲.
- مهرابی بشرآبادی، حسین؛ جلالی اسفندآبادی، سید عبدالمجید؛ شکیبایی، علیرضا؛ جاویدان، ابراهیم. (۱۳۹۰). بررسی نقش گردشگری در اقتصاد استان کرمان و توسعه کالبدی شهرستان های آن، اولین کنفرانس اقتصاد شهری ایران.
- مهندسين مشاور سبز اندیش پایش (ساپ). (۱۳۸۳). طرح جامع گردشگری استان زنجان، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان زنجان.
- موحد، علی؛ کهزادی، سالار. (۱۳۸۹). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان کردستان با استفاده از مدل SWOT، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی شهری، ۱ (۲).
- نوریخ، سید مرتضی؛ اکبرپور سراسکانرودی، محمد. (۱۳۸۹). نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلان شهرها، فصلنامه اقتصاد شهر، سال دوم، ویژه نامه گردشگری.
- Dallen, J. (۲۰۱۴). *Tourism and economic growth*. Dehli publish.
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (۲۰۱۳). *Tourism: principles and practice*. Pearson Higher Ed.
- Goldener, C R., Ritchie, J.R.B. (۲۰۰۳). *Tourism and principles, practices philosophies*. (۹ th ed), New York, NY: John Wiley and Sons.
- Haman, G. (۲۰۱۴). *Tourism and economy development*, New York: Longman.
- Hedrick-Wong, Y., & Choog, D. (۲۰۱۳). MasterCard global destination cities index. *MasterCard Worldwide Insights*.
- Landberg, G. (۲۰۱۰). *Tourism development in urban region*, New York: Long man.
- Selby, M. (۲۰۰۴). *Understanding urban tourism: Image, culture and experience*. IB Tauris.
- Skulmoski, G J., Hartman, F T., Krahn, J. (۲۰۰۷). The Delphi Method for Graduate Research, *Journal of Information Technology Education*, Volume ۶.
- Weaver, L. (۲۰۱۳). *Introduction to sport and tourism development and impact to urban economy*, Publishing London.
- World Tourism Organization. (۲۰۱۲). *Golobal tourism forecasts to the year ۲۰۲۰, The world, Vol ۲*.