



Solutions for Regional Ecotourism Development Using the SOAR Framework (Case Study: Yazd)

Mohammad Reza Rezvani¹, Zabih Allah Torabi^{*2}, Amir Reza Khavariyan Garmsir³,
Seyyed Mohammad Zare Ashkezari⁴

1. Professor, Faculty of Geography, Member of the Center of Excellent in Rural Studies and Planning, University of Tehran, Tehran, Iran
2. PhD Student, Department of Geography and Rural Planning, University of Tehran, Tehran, Iran
3. PhD Student, Department of Geography and Urban Planning, University of Tehran, Tehran, Iran
4. PhD Student, Department of Geography and Urban Planning, University of Payam-e-Noor, Tehran, Iran

Abstract

Today, the tourism industry has been recognized as an important and influential factor in the global economy, and the various countries of the world are taking advantage of this industry to achieve sustainable economic, social, cultural development, and so on. In this industry, natural attractions have a dual value; one of the most important forms is ecotourism or natural tourism. Not only governmental organizations, but private organizations also have only a superficial understanding of ecotourism activities; as it is still at the beginning point, the economic, social and cultural effects of ecotourism's development in Iran have not yet been identified. With the aim of identifying and introducing ecotourism attractions, this research presents a clear picture of the ecotourism conditions of Yazd province and the effects of these natural capacities on tourism development. Finally, there are some practical solutions for the development of ecotourism in Yazd province. This is a descriptive-analytical research and data was collected using documentary, surveying and field studies methods. The SOAR analytical technique has been used to elaborate a development strategy and to describe the strengths, opportunities, aspirations and measurable results. Based on the results obtained, with regard to the identified strengths such as the existence of areas of people's participation in the tourism activities and Yazd province being located in Central Iran, etc., opportunities have been provided such as increasing employment and development of the province, which ultimately, will lead to opportunities, such as achieving a sustainable environment, reaching the highest levels of prosperity and comfort in the province, achieving full employment, etc. It is also expected to achieve results such as doubling of funding, the creation of a camp and a recreational hotel in Shirkouh area and the construction of a traditional restaurants with garden in the countryside of Deh-bala and Sunnij.

Keywords: Regional, Ecotourism Development, SOAR Framework

This open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution NonCommercial 3.0 License (CC BY-NC 3.0).

Rezvani, M.R., Torabi, Z.A., Khavariyan Garmsir, A.R., & Zare Ashkezari, M. (2019). Solutions for Regional Ecotourism Development Using the SOAR Framework (Case Study: Yazd). *Tourism Research*, 2(1), 13-27



Corresponding Information: Zabih Allah Torabi, PhD Student, Department of Geography and Rural Planning, University of Tehran, Tehran, Iran

■ راهکارهای توسعه اکوتوریسم منطقه‌ای با استفاده از چهارچوب SOAR
(مطالعه موردی: استان یزد)

محمد رضا رضوانی^۱، ذبیح‌الله ترابی^{۲*}، امیررضا خاوریان گرمسیر^۲، سیدمحمد زارع اشکذری^۳

۱. قطب علمی برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران
۲. گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران
۳. گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام‌نور تهران، تهران، ایران

چکیده: امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان عاملی مهم و تأثیرگذار در اقتصاد جهانی پذیرفته‌شده و کشورهای مختلف دنیا برای رسیدن به توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره از این صنعت بهره می‌گیرند. در این صنعت، جاذبه‌ها و جلوه‌های طبیعی ارزش دوچندانی دارد و یکی از مهم‌ترین اشکال آن «اکوتوریسم» یا گردشگری طبیعی است. نه‌تنها سازمان‌های دولتی، بلکه سازمان خصوصی نیز فقط برداشتی سطحی از فعالیت‌های اکوتوریستی دارند و هنوز آثار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ناشی از توسعه اکوتوریسم در ایران به‌علت در آغاز راه بودن شناسایی نشده است. این پژوهش با هدف شناسایی و معرفی جاذبه‌های اکوتوریستی، به تصویر روشنی از وضعیت اکوتوریستی استان یزد ارائه می‌دهد، تأثیر این توانمندی‌های طبیعی را بر توسعه گردشگری بررسی می‌کند و در انتها راهکارهایی اجرایی برای توسعه اکوتوریسم در استان یزد طرح می‌کند. پژوهش انجام‌شده توصیفی - تحلیلی و روش جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل اطلاعات لازم به‌صورت اسنادی، پیمایشی و میدانی فراهم شده است. برای تدوین استراتژی توسعه و تشریح نقاط قوت، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج قابل‌اندازه‌گیری از تکنیک تحلیلی SOAR استفاده شده است. براساس نتایج به‌دست‌آمده، با توجه به نقاط قوت شناسایی شده از قبیل وجود زمینه‌های مشارکت مردم در بخش فعالیت‌های گردشگری و قرارگیری استان یزد در ایران مرکزی و غیره، فرصت‌هایی از قبیل افزایش اشتغال و توسعه استان فراهم شده است که درنهایت با توجه به این نقاط قوت و فرصت، آرمان‌هایی از قبیل دست‌یافتن به محیط‌زیست پایدار، رسیدن به بالاترین سطح رفاه و آسایش در استان، رسیدن به اشتغال کامل و غیره در نظر گرفته شده است و انتظار می‌رود به نتایجی از قبیل افزایش دوبرابری بودجه، ایجاد کمپ و هتل تفریحی در منطقه شیرکوه و احداث باغ - رستوران‌های سنتی در مناطق بیلاقی مثل ده بالا و سانج منجر شود.

واژه‌های کلیدی: توسعه اکوتوریسم منطقه‌ای، چهارچوب SOAR، استان یزد

مقدمه

در ایران، مطالعاتی در این زمینه صورت گرفته است که از میان آنها می‌توان به پژوهش‌های افرادی چون هاشمی (۱۳۸۹)، سراسکانرود و نوربخش (۱۳۸۹)، رخشانی‌نسب و ضرابی (۱۳۸۸) و تقوایی، پیرمرادیان و صفرآبادی (۱۳۹۱) اشاره کرد. هاشمی طی مقاله‌ای با هدف نگاه کاربردی به گردشگری و اکوتوریسم، برترین نقاط قوت توسعه اکوتوریسم در جوامع روستایی را اشتغال‌زایی و کاهش فقر و افزایش مشارکت روستاییان می‌داند و عقیده دارد در این راستا، جدا از ضعف‌ها و تهدیدها، فرصت‌هایی مثل تأمین زیرساخت‌های اساسی و بهبود کیفیت خدمات عمومی پیش روی جوامع خواهد بود. سراسکانرود و نوربخش بر این نکته تأکید دارند که برای توسعه گردشگری و قرار گرفتن در ردیف قطب‌های گردشگری منطقه و جهان، در مرحله نخست باید نگرش مردم و دولت به این صنعت تغییر یابد و سپس برای تأمین امکانات و زیرساخت‌ها و همچنین پیاده‌سازی الگوی موفق گردشگری در کشور گام برداشت. رخشانی‌نسب و ضرابی در مطالعاتی با هدف شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های توسعه اکوتوریسم در ایران، به این نتیجه رسیدند که چالش‌های فراوانی در صنعت اکوتوریسم کشور هست؛ به‌گونه‌ای که سالانه حدود ۹۰ دلار از سهم تولید ملی هر خانوار ایرانی برای رونق توریسم و اکوتوریسم به بازار جهانی توریسم پرداخت می‌شود؛ در حالی که از این بازار، سهم اندکی به ایران اختصاص می‌یابد. تقوایی، پیرمرادیان و صفرآبادی در پژوهشی با هدف امکان‌سنجی توسعه اکوتوریسم در ناحیه سامان چهارم‌محال و بختیاری، دریافتند که علل توسعه‌نیافتگی گردشگری در آن ناحیه، کمبود امکانات و تأسیسات زیربنایی و نبود سرمایه‌گذاری‌های مکفی در اماکن اقامتی است؛ بنابراین، با ارائه طرح‌های جامع و مدون گردشگری و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی، می‌توان زمینه توسعه اقتصادی و اجتماعی ناحیه سامان را فراهم آورد.

جاذبه‌های طبیعی از زیباترین بخش‌های دیدنی هر کشور به شمار می‌رود. کشور ما به دلیل برخورداری از شرایط متنوع آب‌وهوایی، چشم‌اندازهای طبیعی زیبا و متنوعی دارد. در صنعت جهانگردی، هریک از این جاذبه‌ها به‌تنهایی پتانسیل جذب جهانگردان را با هر نوع سلیقه فراهم می‌کند. موقعیت جغرافیایی ایران، به‌عنوان کشوری کوهستانی با برخورداری از بیلاق‌های خوش‌آب‌وهوا و نیز قله‌های برف‌گیر زیبا و دیدنی که امکان استفاده از ورزش‌های زمستانی را فراهم می‌کند، می‌تواند عامل

اکوتوریسم، گردشگری مبتنی بر طبیعت است که سه هدف اصلی را دنبال می‌کند: ۱. به حداقل رساندن اثرات منفی زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی که اغلب با گردشگری انبوه همراه است. ۲. نشان دادن مشارکت مثبت خالص در حفاظت از محیط‌زیست. ۳. بهبود معیشت مردم بومی (Butcher, 2011; Gibson, 2014; Yoder, 2017; D. D. Zhao, 2018). به‌طور خلاصه، اکوتوریسم همان گردشگری است که قصد به حداقل رساندن اثرات منفی گردشگری متعارف را دارد و در عوض سهم مثبت جایگزین در چالش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی ایجاد می‌کند.

اگرچه اکثر رویکردهای مبتنی بر بازار نسبت به حفاظت در سال‌های اخیر به چالش کشیده شده‌اند، اکوتوریسم استثنا است. بسیاری از طرفداران حفظ منابع طبیعی، اکوتوریسم را شیوه‌ای از دادن انگیزه‌های اقتصادی به مردم بومی می‌دانند که آنها را به حفاظت از تنوع زیستی تشویق می‌کند؛ به‌ویژه از زمان گزارش برانت لند، در سراسر جهان، متخصصان فنی و سرمایه‌فراوانی به جوامع بومی نزدیک مناطق حفاظت‌شده انتقال یافته است (Jeong, Garcia-Moruno, Hernandez-Blanco, & Jaraiz-Cabanillas, 2014; Stanculescu & Tirca, 2010; Winters, Corral, & Mora, 2013).

در حوزه نگرش توسعه پایدار اکوتوریسم، انگیزه و رفتار مسئولانه، پژوهش‌های نسبتاً زیادی انجام شده است. از جمله نتایج این پژوهش‌ها می‌توان به مواردی از آنها اشاره کرد؛ تارنت و گرین^۱ (۱۹۹۹) در پژوهشی با عنوان «تفرج و تأیید نگرش زیست‌محیطی» ارتباط بین نگرش و رفتار را در فعالیت‌های اکوتوریسمی تأیید کردند. کایزر و همکاران (۱۹۹۹) پژوهشی با نام «رفتار بوم‌شناختی، نگرش و احساس مسئولانه زیست‌محیطی» انجام دادند که در آن دانش زیست‌محیطی، ارزش‌های زیست‌محیطی و احساس مسئولانه در کنار یکدیگر ۴۵ تا ۵۰ درصد از واریانس رفتار بوم‌شناختی را پیش‌بینی کرده است. نتایج پژوهش کیم، بورگز و چان^۲ (۲۰۰۶) حاکی از آن است که از نظر انگیزه میان گروه‌های نگران محیط‌زیست تفاوت معناداری وجود دارد.

1. Tarrent & Green

2. Kim, Borges & Chon

مستعدی برای جلب جهانگردان باشد (دیلمانی، ۱۳۷۸: ۷۵).
ایران رتبه پنجم جاذبه‌های طبیعی را در جهان دارد.

استان یزد از نظر برخورداری از جاذبه‌های طبیعی، منحصربه‌فرد است؛ به طوری که از آن با عنوان «پردیس کویر یا نگین کویر» نام برده می‌شود و می‌تواند یکی از قطب‌های اکوتوریستی کشور باشد. این استان از نظر معماری، فرهنگی و مذهبی نیز مورد توجه گردشگران خارجی است. از این رو می‌توان در راستای توسعه اکوتوریسم استان، راهکارهایی پیشنهاد داد که گردشگران را به دیدن جاذبه‌های طبیعی استان سوق دهد. بررسی جاذبه‌های اکوتوریستی استان یزد به منظور ارائه راهکارهای عملی از این جنبه‌ها حائز اهمیت است و می‌تواند نکات مثبتی در پی داشته باشد:

۱. معرفی جاذبه‌های طبیعی استان یزد

۲. توسعه گردشگری

۳. شناسایی قابلیت‌های اکوتوریستی استان

۴. اشتغال‌زایی

از این رو این پژوهش با هدف شناسایی و معرفی جاذبه‌های اکوتوریستی و نمایش تصویر روشنی از وضعیت اکوتوریسم استان یزد انجام شده است و تأثیر این توانمندی‌های طبیعی را بر توسعه گردشگری بررسی می‌کند و در نهایت راهکارهایی اجرایی در راستای توسعه اکوتوریسم در استان یزد ارائه می‌دهد. بر این اساس، بررسی جاذبه‌های اکوتوریستی و معرفی قابلیت‌ها و توانمندی‌های طبیعی و اقلیمی استان یزد و همچنین نقش آنها در رشد و توسعه صنعت گردشگری، برای برنامه‌ریزان از مهم‌ترین کارها خواهد بود.

در دهه‌های اخیر، گردشگری در سطح بین‌المللی، از لحاظ تعداد گردشگران و درآمدزایی ارزی در حال رشد بوده است (Thomas et al, 2005: 13). گردشگری، نوعی استفاده از فضا، با انگیزه‌ها و اهداف متنوع و دربرگیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و کنش متقابل میان آنها است که در فضای جغرافیایی تأثیرات مختلفی بر جای می‌گذارد (Briednhann, 2004: 73). در همین راستا اگر اثرات گردشگری با مصالح اجتماعی و مقررات اکولوژیکی در فضای جغرافیایی همسو نباشد، برنامه‌ریزی تنظیم‌شده به شکست منجر خواهد شد (تقدیسی‌زنجانی و

دانشورعنبران، ۱۳۸۶: ۱۸۶). بنابراین تحلیل فعالیت گردشگری از طریق به‌کارگیری روش‌های دقیق کاربردی و منطقی، برای مدیریت بهینه نواحی و مکان‌های گردشگری نیز بیش‌ازپیش احساس می‌شود (Prato, 2001: 325). از این رو گردشگری را به انواع مختلف تقسیم کرده‌اند که بهترین آنها بخش‌بندی سازمان جهانی جهانگردی است (نمودار ۱).

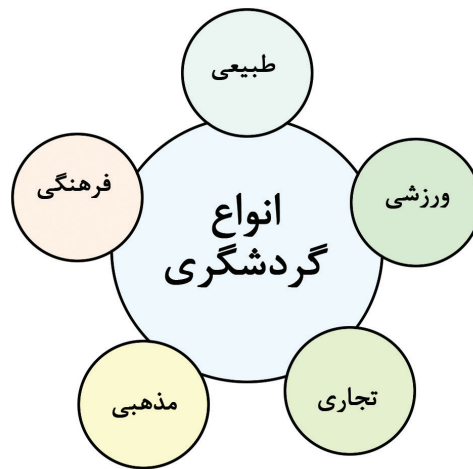
اکوتوریسم یکی از بخش‌ها و زیرمجموعه‌های مهم و اصلی گردشگری است. به این مدل از گردشگری در مناطق جغرافیایی با پتانسیل بالای طبیعی و جاذبه‌های طبیعی و محیطی توجه ویژه‌ای می‌شود (بدری و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۲). این نوع از گردشگری در ادبیات فارسی، طبیعت‌گردی نام دارد و گرایش نو و پدیده‌ای نسبتاً تازه در صنعت جهانگردی است که فقط بخشی از این صنعت را تشکیل می‌دهد (رضوانی، ۱۳۸۰: ۲۳۵).

واژه اکوتوریسم را نخستین بار هکتور، بالوس و لازکورین، در دهه ۱۹۸۰ به کار بردند و این تعریف جامع، معتبر و کوتاه تقریباً از سوی همه پذیرفته شده و نخستین بار در دهه ۱۹۸۰ وارد ادبیات توریسم شد. اولین تعریف جامع، کوتاه و معتبر را انجمن بین‌المللی اکوتوریسم در سال ۱۹۹۰ بیان کرد: «سفر مسئولانه به مناطق طبیعی، به منظور حفظ محیط‌زیست و بهبود اوضاع اقتصادی جوامع محلی». هم‌زمان با کسب آگاهی و تجربه بیشتر، نیاز به تعریفی جامع و کامل نیز بیشتر احساس شد. بهترین و

کامل‌ترین تعریف را هانی (۱۹۹۹)، بیان کرد:

«اکوتوریسم، سفر به مناطق حساس، بکر، سالم و معمولاً حفاظت‌شده است. اکوتوریسم برای گردشگر یک سفر آموزنده است که درآمد آن صرف حفاظت محل شده و به‌طور مستقیم در رشد و توسعه اقتصادی و تقویت سیاسی جوامع محلی تأثیر گذاشته و همچنین موجب تکریم فرهنگ‌های گوناگون و حقوق بشر می‌شود» (درام، ۱۳۸۸: ۱)

از طرفی تغییر سلیقه گردشگران موجب شده است صنعت گردشگری، رویکرد مسافرت به مکان‌های سرسبز را در پیش بگیرد و این عامل باعث روی آوردن به اکوتوریسم و رشد آن شده است. گردشگران در پی مکان‌ها و بازارهای جدید تجاری و به دنبال فرصتی هستند تا از این راه به مدیریت منابع طبیعی کمک کنند. بسیاری از شرکت‌های مسافرتی با شرایط تغییر یافته بازار توریسم هماهنگ شده و بعضی از شرکت‌ها تورهای ساحلی



نمودار ۱. انواع گردشگری

با شرایط و الزامات قابل‌پیش‌بینی و پیش‌بینی‌ناپذیر سال‌های آینده منطبق و سازگار باشد. برنامه‌ریزی راهبردی به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد که با شیوه‌ای خلاق و نوآورانه عمل کنند و سرنوشت خود را رقم بزنند و آینده را تحت کنترل درآورند (بهرامی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۲-۱۱).

محدوده مطالعه

استان یزد در مرکز ایران و در قلمرو سلسله‌جبال مرکزی ایران بین عرض‌های جغرافیایی ۲۹ درجه و ۴۸ دقیقه تا ۳۳ درجه و ۳۰ دقیقه شمالی و طول جغرافیایی ۵۲ درجه و ۴۵ دقیقه تا ۵۶ درجه و ۳۰ دقیقه شرقی از نصف‌النهار مبدأ قرار گرفته است. استان یزد از شمال و غرب به استان اصفهان، از شمال شرقی به استان خراسان، از جنوب غربی به استان فارس و از جنوب شرقی به استان کرمان محدود می‌شود. استان یزد حدود ۷۲۱۵۶ کیلومتر مربع وسعت دارد و تقریباً ۴/۳۷ درصد از وسعت کل ایران را در بر می‌گیرد. براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰، جمعیت استان ۱۰۷۴۴۲۸ نفر بوده است که از این حدود ۸۲/۷ درصد جمعیت شهری و ۱۲/۳ درصد جمعیت روستایی را تشکیل داده‌اند. در نقشه ۱ موقعیت فضایی استان یزد در ایران و منطقه خاورمیانه مشاهده می‌شود.

روش بررسی

پژوهش حاضر با توجه به ماهیت موضوع و رویکرد حاکم بر فضای پژوهش، توصیفی-تحلیلی است. برای تدوین چهارچوب

را کاهش داده‌اند و بیشتر در جست‌وجوی سفر به نقاط بکر و دست‌نخورده هستند. شرکت‌های جدید نیز سعی دارند سفر به مناطق طبیعی را برنامه‌ریزی کنند. تقاضای مردم برای سفر به مناطق طبیعی و بازدید از آنها، به تغییر رویکرد در صنعت توریسم منجر شده است (درام، ۱۳۸۸: ۱۱). از این رو راه‌های زیادی هست که می‌توان از آنها برای حفاظت از محیط‌زیست استفاده کرد.

در بسیاری از کشورها مدیریت گردشگری، به‌ویژه گردشگری پایدار، نمادی از هویت فرهنگی، طبیعی و انسانی است و از بخش‌های مهم اقتصادی محسوب می‌شود (تقوایی و صفرآبادی، ۱۳۹۰: ۳۶). فوکات، مدیریت طبیعت‌گردی مبتنی بر جامعه را نوعی حرکت به‌سوی پایداری و هدف بیان می‌کند و دلیل گسترش این مدیریت را به‌ویژه در کشورهایی با تنوع زیستی زیاد، ایجاد صلح و آرامش و حفظ و نگهداری تنوع زیستی، قومی و محلی می‌داند. به باور او مشارکت در این مدیریت، جامعه را به سمت تعهد و باور حفاظت محلی سوق می‌دهد (Foucat, 2003: 511). از سوی دیگر تجربه نشان داده است هرکجا گردشگری به‌طور اتفاقی و بدون وجود برنامه‌ریزی و استراتژی مشخص توسعه یابد، مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی متعددی ظهور پیدا می‌کند و در درازمدت، مشکلات گردشگری از فواید آن بیشتر می‌شود (رکن‌الدین‌افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵: ۳). در نتیجه امروزه برنامه‌ریزی جامع‌تری لازم است تا بتوان راهبردهای هماهنگ‌شده‌ای برای توسعه سازمانی تدوین کرد که



تصویر ۱. موقعیت فضایی استان یزد در ایران و منطقه خاورمیانه مطابق با تقسیمات جدید سال ۱۳۹۲.
(مأخذ: نگارندگان)

استراتژی به ارزیابی نقاط مثبت (قوت‌ها و فرصت‌ها) و منفی (ضعف‌ها و تهدیدها) می‌پردازد. نهادها و سازمان‌هایی که این استراتژی را دنبال می‌کردند، به امید ایجاد تعادل، عوامل خارجی و داخلی را ارزیابی می‌کردند؛ اما یافتن نقاط ضعف و تهدیدها اغلب به جای سود باعث زیان می‌شد و به جای اجتناب از موانع و شکاف‌ها، به احساسی فزاینده از ناامیدی و ترس می‌انجامید. این تغییرات ناشی از تکرار تحلیل چیزی است که غلط و اشتباه بوده و همچنین آگاهی زیاد حول محور آنچه مطلوب نبوده است. این عامل سبب می‌شد برای پرداختن به بخشی از چشم‌اندازهای مطلوب آینده فرصت اندکی باقی بماند. دومین ویژگی مشخص استراتژی‌های توسعه سنتی، رویکرد برنامه‌ریزی بالا به پایین آن بود، یعنی گروه اندکی از افراد مافوق، مسئول ایجاد استراتژی و راهبرد بودند (Silbert and Silbert, 2007: 1).

استراتژی SOAR دربرگیرندهٔ مراحل است که طی آن، ایجاد یک‌سری از تغییرات به چشم‌انداز کلی در سیستم دست خواهد یافت. این امر میسر نمی‌شود مگر با درگیرکردن آن دسته از عواملی که در یک سیستم در ارتباط با هم بوده و دربرگیرندهٔ افراد جامعه، مسئولان، متفکران و آن دسته از افراد و اشخاص حقیقی و غیرحقیقی است که به‌نوعی در جامعه و مقصد برنامه‌ریزی‌شدهٔ ما دخیل هستند. این موضوع تمام

نظری تحقیق و مروری بر تحقیقات پیشین، از روش کتابخانه‌ای (اسنادی) بهره گرفته شد. از سوی دیگر برای دسترسی به اطلاعات لازم، از بررسی‌های میدانی و ابزار پرسش‌نامه استفاده شده است. به‌منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائهٔ راهبرد توسعهٔ گردشگری در استان یزد، مدل SOAR به کار رفته است. در این راستا، نخست به شناسایی قابلیت‌های توریستی و اکوتوریستی استان یزد پرداخته شد و درنهایت با توجه به این قابلیت‌ها، راهبردهای فرهنگی و اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و زیرساختی و خدماتی ارائه شد.

مدل استراتژیک SOAR

امروزه سازمان‌ها و شرکت‌ها توفیق اندکی در دستیابی به اهداف و استراتژی‌های خود داشته‌اند. مانکینز^۱ در یک ارزیابی تخمین می‌زند استراتژی‌ها فقط به ۶۳ درصد از اهداف اقتصادی خود می‌رسند که نشان‌دهندهٔ وجود شکاف و خلأهایی درون استراتژی‌ها است (Stavros and Hinrichs, 2009: 4). در دیدگاه سنتی استراتژی‌های توسعه، آغاز فرایند با تحلیلی از فاکتورها و عوامل داخلی و خارجی همراه است. سپس این فرایند به‌وسیلهٔ ایجاد چند چشم‌انداز و برنامه‌ریزی ادامه می‌یافت. از جمله جنبه‌های تحلیلی این دیدگاه، استراتژی SWOT است، این

1. Mankins



کرد. در استان یزد، جاذبه‌های طبیعی کوهستان در کنار بیابان، دو قطب متفاوت گردشگر را جذب می‌کند. همان‌طور که در نمودار شماره ۲ می‌بینید می‌توان جاذبه‌های اکوتوریستی استان یزد را به اکوتوریسم کوهستان، اکوتوریسم بیابان، اکوتوریسم منابع آبی و اکوتوریسم پوشش گیاهی تقسیم کرد (پوراکبر، ۱۳۸۹: ۱۱۸)

قابلیت‌های اکوتوریستی کوهستان

تجمع شرایط مناسب از جمله وجود اقلیم و بارش، توپوگرافی و ساختار زمین‌شناسی خاص، وجود پوشش گیاهی، چشمه‌سارها و حیات‌وحش متنوع در منطقه باعث شده است شیرکوه در مناطق هم‌جوار خود، چشم‌اندازها و تفرجگاه‌های زیبای طبیعی به وجود آورد که از جاذبه‌های مهم اکوتوریستی استان به شمار می‌آیند و همواره پذیرای خیل گردشگران و دوستداران طبیعت است. قلّه شیرکوه مسیرهای مختلفی برای صعود اصلی دارد که این مسیرها هرکدام جاذبه خاص خود را دارند. تعدادی از آنها برای کوه‌پیمایی در تابستان مناسب بوده و برخی دارای ارزش تخصصی برای صعودهای زمستانی هستند (مطالعات راهبردی، ...، ۱۳۸۵: ۲۷). تغییر پدیده‌های ژئومورفولوژیکی و دیگر مناظر طبیعی در فاصله‌های نزدیک به هم و چشم‌اندازهای جالب و بسیار زیبایی که در بسیاری از مناظر طبیعی وجود دارد، می‌تواند نظر اکوتوریست‌ها را به خود جلب کند. جدول شماره ۱ نشان‌دهنده قابلیت‌های اکوتوریستی استان یزد است. وجود مورن‌های یخچالی و سرگردان (در ارتفاع ۱۸۰۰ متری از سطح دریا)، و همچنین سیرک‌ها و دره‌های یخچالی، منطقه شیرکوه را به‌صورت جذاب‌ترین موزه طبیعی دنیا درآورده است.

مشارکت‌کنندگان را به تفکر درباره محل زندگی خود، به‌عنوان سیستمی که متشکل از قسمت‌هایی با وابستگی متقابل است، وا می‌دارد. این استراتژی برای سرعت‌دادن به برنامه‌های راهبردی، تمرکز خود را مستقیماً روی آن دسته از عناصر معطوف می‌کند که انرژی حیاتی و انگیزه خوبی برای آینده ایجاد می‌کنند. این انرژی حیاتی میان مردم قرار دارد و از طریق روابط و گفتگو بین افراد دارای سهم در جامعه به وجود می‌آید. باید توجه داشت که در اینجا ما با استراتژی مبتنی بر نقاط قوت روبه‌رو هستیم که طی آن تمام افراد صاحب سهم در جامعه، با کمک یکدیگر چشم‌اندازی مشترک ایجاد می‌کنند که باعث ایجاد انرژی و تعهد جهت دستیابی به نتایج مطلوب می‌شود.

استراتژی SOAR با تحقیقی استراتژیک آغاز می‌شود. طی این تحقیق، بزرگ‌ترین نقاط قوت و فرصت‌ها در جامعه از طریق افراد مشارکت‌کننده و دارای سهم کشف خواهد شد. سپس از افراد مشارکت‌کننده در این فرایند دعوت می‌شود آرمان‌ها و آرزوهایی که می‌خواهند در آینده به آن برسند، برگزینند. درنهایت با برنامه‌های تشویقی و بازنگرانه نتایج مطلوب قابل‌اندازه‌گیری انتخاب خواهند شد.

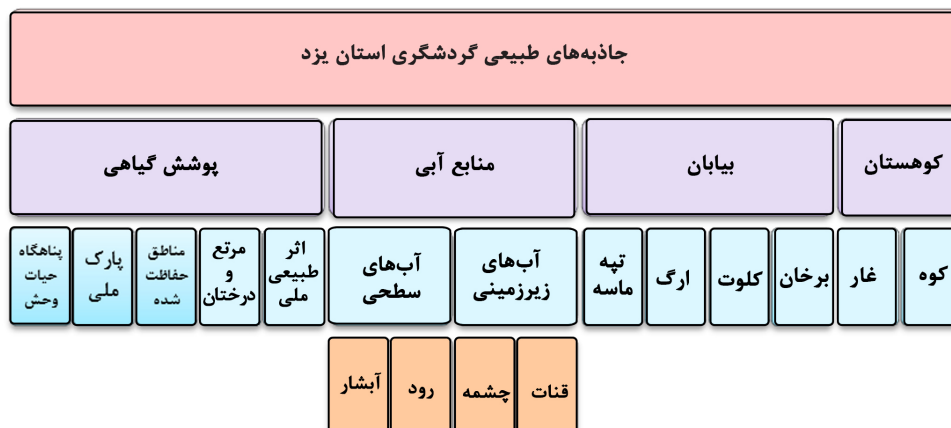
استراتژی SOAR شامل چهار مرحله کلیدی است که این مراحل شامل شناسایی نقاط قوت، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج می‌شود. در جدول شماره ۱ این چهار مرحله مشاهده می‌شود:

جاذبه‌های اکوتوریستی استان یزد

جاذبه‌های اکوتوریستی، جاذبه‌هایی هستند که به‌طور طبیعی در جهان وجود دارند و می‌توان از آنها برای جذب گردشگر استفاده

جدول ۱. چهار عامل کلیدی در مدل SOAR

تحقیق استراتژیک	Strengths	Opportunities
	بزرگ‌ترین دارایی‌ها و جنبه‌های مثبت ما کدام است؟	بهترین فرصت‌های ممکن، پیش روی ما کدام است؟
تصمیمات مثبت	Aspirations	Results
	آینده مطلوب و آرمانی ما کدام است؟	بهترین نتایج قابل‌اندازه‌گیری کدام است؟



نمودار ۲. قابلیت‌های اکوتوریستی استان یزد (ترسیم: نگارندگان)

جاذبه‌های مهم کویری و بیابانی استان هستند که می‌توانند زمینه مناسبی برای جذب تورهای گردشگری به استان فراهم کنند. وجود تپه‌های ماسه‌ای (ارگ‌ها) در استان به‌ویژه در اطراف یزد می‌تواند برای اکوتوریست‌ها بسیار جذاب باشد. این مجموعه حدود ۱۱ درصد استان را در بر می‌گیرد. وسعت تپه‌های ماسه‌ای ارگ یزد به ۲۷۰۰۰۰ هکتار می‌رسد که در آن انواع تپه‌های ماسه‌ای اعم از هلالی، هرمی، طولی و شمشیری دیده می‌شود (اختصاصی، ۱۳۸۳: ۱۲). از طرفی دلایل ویژه اکوتوریست کویر را می‌توان در مواردی همچون فضای آرام، ساکت و پاک و بی‌آلایش کویری در اغلب ماه‌های سال، وجود مناظر عجیب و شگفت‌انگیز و ناهمواری‌های کلوت، وجود دشت‌های وسیع، هموار و مناسب برای انواع ورزش‌ها و سرگرمی‌ها و وجود تپه‌های ماسه‌ای جهت تفریحات از جمله اتومبیل‌رانی دانست.

یافته‌ها

در مطالعات گردشگری با استفاده از مدل SOAR، به‌علت ماهیت پایین به بالا بودن روند برنامه‌ریزی در این مدل و نقش اساسی مردم و همه گروه‌های مؤثر در امر گردشگری، نخستین گام تشکیل تیمی متشکل از مردم استان، مسئولان، متفکران و صاحب‌نظران و دیگر افرادی است که به‌نوعی در فرایند اکوتوریسم این استان سهیم هستند. البته در کشور ما برای محققان، به‌علت مشکلات و تنگناهای بسیار، امکان ایجاد نشستی با حضور همه گروه‌ها از قبیل مسئولان و مردم و صاحب‌نظران کمتر وجود دارد؛ ولی در راستای اجرا و اتخاذ تصمیمات درست در این زمینه، نیازمند

از جاذبه‌های دیگر دیدنی استان یزد، وجود غارهای طبیعی در کوهستان‌ها و کوهپایه‌ها است. در این استان بیش از ۳۵ غار شناسایی شده است که بیشتر آنها از نظر زمین‌شناسی و یا تاریخی اهمیت دارند. غارها حفره‌های زیرزمینی طبیعی هستند که به‌قدر کافی برای ورود انسان به داخل آنها بزرگ شده است. چندین نوع متفاوت غار وجود دارد: ولکانیک، یخچالی، شکافی، فرسایشی و انحلالی کارستیک. غارهای انحلالی در سنگ آهک و ژئیس اتفاق می‌افتد (فانیان، ۱۳۸۷: ۲۶). غارها معمولاً پتانسیل‌هایی طبیعی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی هستند و استان یزد با داشتن غارهای متعدد و بکر، از این نظر در موقعیت مناسبی قرار دارد (مطالعات راهبردی، ۱۳۸۵: ۷۰).

قابلیت‌های اکوتوریستی بیابان

کویر و بیابان، از مشخصه‌های طبیعی ایران محسوب می‌شود و از دیرباز با زندگی اقتصادی - اجتماعی و حیات مردمان ایران زمین درآمیخته است. جنبه‌های بارزی از فرهنگ و تمدن ایرانی، به‌ویژه در دوران شکوفایی اسلامی، فرهنگ و تمدن کویری است. پدیده‌های طبیعی مناطق بیابانی و کویری استان، جاذبه بسیار مهم اکوتوریستی محسوب می‌شود. وجود چشم‌اندازهای طبیعی مثل روزهای آفتابی همراه با شب‌های خنک و درخشان کویر، تپه‌های ماسه‌ای و ماسه‌های روان، شوره‌زارها، آبراهه‌ها، بوته‌های گیاهی خشکی‌پسند همراه با پدیده‌های خاص ژئومورفولوژیکی نظیر فرونشست زمین، سنگ‌فرش بیابانی، نیک‌کاه، ریپل مارک‌ها و دیگر پدیده‌های ناشی از عملکرد فرسایش بادی از جمله

در گام نخست این پژوهش، تیم و هسته اصلی برنامه‌ریزی متشکل از نویسندگان این پژوهش تشکیل شد. در گام بعدی افراد ذی‌نفع و دخیل در توسعه اکوتوریسم استان شناسایی شدند. این افراد حقیقی و حقوقی شامل ساکنان استان یزد، گردشگران، استانداری یزد، فرمانداری همه شهرستان‌ها، شهرداری‌های همه شهرها، هتل‌داران و فروشندگان مرتبط با امر گردشگری و صاحب‌نظران و نخبگان استان و سرمایه‌گذاران می‌شود. طی جلسات و نشست‌هایی با برخی از این افراد درباره توسعه اکوتوریسم استان بحث‌هایی صورت گرفت و در نهایت نقاط و فرصت‌ها، و در گام بعد آرمان‌ها و نتایج شناسایی شدند.

سپاسگزاری

نویسندگان مقاله از کلیه کسانی که در مراحل مختلف انجام این پژوهش ما را یاری کردند، تشکر و قدردانی می‌کنند.

تعارض منافع

در این مقاله هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد.

چنین نشست‌ها و جلساتی هستیم و تمام نقاط قوت و فرصت و آرمان‌ها و نتایج در کاری گروهی به دست خواهند آمد. به واقع یکی از تفاوت‌های موجود بین استراتژی‌های توسعه سنتی با استراتژی‌های مثبت‌شناس برای برنامه‌ریزی، از پایین به بالا بودن برنامه‌های مثبت‌یاب است. پس از انجام مصاحبه‌های گوناگون با اқشار مختلف جامعه و طرح این موضوع در جلسات مختلف، در نهایت نقاط مثبت و فرصت‌ها استخراج شد (جدول ۲ و ۳).

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، نقاط قوت زیادی در اکوتوریسم استان یزد وجود دارد که به‌صورت کامل در جدول ۲ ذکر شده است. در ادامه پس از انجام مصاحبه‌های متعدد و ارائه مهم‌ترین نقاط قوت، مهم‌ترین فرصت‌ها استخراج شد که در جدول ۳ مشاهده می‌شود.

گام بعدی در یک برنامه‌ریزی راهبردی با استفاده از مدل SOAR، تبیین آرزوها و آرمان‌های جامعه برنامه‌ریزی‌شده و در نتیجه دست‌یافتن به این نکته است که آینده آرمانی جامعه مدنظر چیست. در واقع تفاوت موجود بین این مدل استراتژیک با مدل SWOT از این مرحله به بعد است. در جدول ۴ مجموعه‌ای از آرمان‌ها و اهداف نهایی اکوتوریسم در استان یزد مشاهده می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

اکوتوریسم، مفهومی است که هم‌زمان با رشد سریع گردشگری طبیعی طی ۲۰ سال گذشته، میان مجامع مسئول حفاظت از محیط و مردم ساکن در اطراف مناطق حفاظت‌شده، تکامل یافته است. داشتن برنامه‌ای مدون و راهبردی در فرایند توسعه گردشگری از ضروریات است. از این‌رو یکی از تکنیک‌های نوینی که در عرصه برنامه‌ریزی استراتژیک مطرح شده، مدل استراتژیک SOAR است. این مدل جایگزین مناسبی برای مدل SWOT است که با توجه به نقاط ضعف و تهدید باعث هدایت انسان به سمت نقاط منفی و توجه نکردن به نقاط مثبت خواهد شد. از این‌رو با ترکیب نظریه مثبت‌شناسی و مدل SWOT، مدل جدید و مثبت‌شناس SOAR شکل گرفت. این پژوهش از نخستین پژوهش‌هایی است که با استفاده از این مدل به برنامه‌ریزی و تدوین راهبرد در زمینه گردشگری پرداخته است.

جدول ۲. مجموعه قوت‌های اکوتوریسم استان یزد

Strengths				
چه ویژگی‌های مثبتی ما را ساخته است؟				
منابع و نواحی گردشگری	فرهنگی و اجتماعی	محیط‌زیست	اقتصادی	زیرساخت و خدمات
وجود پتانسیل گردشگری رشته‌کوه شیرکوه	داشتن فرهنگ مهمان‌نوازی	وجود زیست‌گاه‌های مرتعی نسبتاً مطلوب	کم‌هزینه بودن برای گردشگری	وجود امکانات زیربنایی و فراهم بودن زمینه مناسب برای توسعه زیرساخت‌ها
برخورداری از تپه‌های ماسه‌ای و پتانسیل بکر گردشگری آنها	وجود زمینه‌های مشارکت مردم در بخش فعالیت‌های گردشگری	وجود انواع گوناگون پستانداران مانند یوزپلنگ آسیایی	کاهش نرخ بیکاری به واسطه افزایش فعالیت‌های گردشگری	تمایل سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی (هتل - مَتل و ...)
وجود پیست اسکی سخوید	برخورداری شمار بسیاری از مردم، از مشارکت غیررسمی در امور خیرخواهانه	وجود انواع پرندگان مانند: هوبره	کم‌هزینه‌تر بودن سرمایه‌گذاری در بخش اکوتوریسم	اکوتوریسم به امکانات اقامتی - رفاهی کمتری نیازمند است.
داشتن برف‌خانه طرزجان	عضویت افراد در انجمن‌ها و تشکل‌ها	وجود پناهگاه‌های حیات‌وحش در سطح استان	روند روبه‌رشد منابع سرمایه‌گذاری در بخش توسعه اکوتوریسم و بازاریابی آن	وجود تأسیسات اقامتی و پذیرایی
داشتن روستاهای بیلاقی زیبا و خوش‌اب‌هوا	داشتن پیشینه تاریخی و فرهنگی و آداب مختلفی همچون عزاداری‌هایی که می‌تواند جنبه گردشگری داشته باشد؛ مثل نخل‌برداری در روزهای عاشورا	داشتن پارک ملی سیاه‌کوه	افزایش گردشگری داخلی با هدف اکوتوریسم	داشتن منابع فرهنگی و تاریخی و استفاده از آنها در جهت اکوتوریسم
وجود پدیده‌های طبیعی (مورن‌ها، سپرک‌ها، زبانه‌های یخی، تافونی، کلوت‌ها، ارگ‌ها و...)	داشتن ادیان مختلف در کنار هم (زرتشتیان و مسلمانان)	داشتن درختان سرو با قدمت‌های طولانی	افزایش هتل‌ها و مهمان‌پذیرها	داشتن عکس‌ها و کارت‌پستال‌های زیبا از مناطق
غارهای طبیعی با زمینه‌های تاریخی و زمین‌شناسی	داشتن آب‌های معدنی و آب‌های گرم	داشتن گیاهان دارویی	تأسیس مکان‌های گردشگری مثل کوهستان پارک یزد	داشتن سازمان‌های متولی اکوتوریسم مثل محیط‌زیست و منابع طبیعی در کنار سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی
داشتن منابع آبی مثل آبشار دره گاهان	چشمه مرتضی علی طَبس	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش زیر نظر کارشناسان	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	داشتن مسیری‌های گردشگری و اکوتوریسم
داشتن چشمه‌های آب‌گرم مثل چشمه مرتضی علی طَبس	قابلیت ورزشی داشتن مناطق کوهستانی و داشتن مسیر کوهنوردی	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	داشتن مسیری‌های گردشگری و اکوتوریسم
طبیعت درمانی: آب درمانی و ماسه درمانی	همه‌فصل بودن اکوتوریسم کوهستان	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	داشتن مسیری‌های گردشگری و اکوتوریسم
امکان آموزش و پژوهش در مناطق مختلف استان	داشتن اثر ملی - طبیعی سرو ابرکوه	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	داشتن مسیری‌های گردشگری و اکوتوریسم
داشتن پتانسیل ورزشی بیابانی مثل شترسواری، ماشین سواری	داشتن پتانسیل ورزشی بیابانی مثل شترسواری، ماشین سواری	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	داشتن مسیری‌های گردشگری و اکوتوریسم
داشتن آسمان صاف برای رصد ستارگان	داشتن آسمان صاف برای رصد ستارگان	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	داشتن مسیری‌های گردشگری و اکوتوریسم
داشتن قنات‌های فراوان برای اکوتوریسم آبی	داشتن قنات‌های فراوان برای اکوتوریسم آبی	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	داشتن مسیری‌های گردشگری و اکوتوریسم
داشتن صنایع دستی در کل استان.	داشتن صنایع دستی در کل استان.	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	داشتن مسیری‌های گردشگری و اکوتوریسم
داشتن مکان‌های زیارتگاه‌های زرتشتیان و جذب توریست مذهبی از کشورهای دیگر.	داشتن مکان‌های زیارتگاه‌های زرتشتیان و جذب توریست مذهبی از کشورهای دیگر.	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	حفاظت و تکثیر حیات‌وحش شهر بافق	داشتن مسیری‌های گردشگری و اکوتوریسم

جدول ۳. مجموعه فرصت‌های اکوتوریسم استان یزد

opportunities				
بهترین فرصت‌های ممکن، پیش روی ما کدام است؟				
منابع و نواحی گردشگری	فرهنگی و اجتماعی	محیط‌زیست	اقتصادی	زیرساخت و خدمات
❖ تقویت و بهبود هویت محلی	❖ مرکزیت استان در کشور	❖ تهیه کانتینرهایی برای جمع‌آوری زباله و ریختن آنها در محل مناسب	❖ عرضه صنایع‌دستی در نمایشگاه‌ها	❖ قرارگیری منطقه در مسیر سفر به خراسان رضوی به‌عنوان مقصد مهم گردشگری
❖ توسعه اکوتوریسم کوهستان	❖ وجود مراکز زیارتی مثل امامزاده‌ها	❖ آگاه‌سازی و آموزش مردم با حفاظت از محیط‌زیست	❖ تعیین مکان‌های توسعه گردشگری	❖ استفاده از محصولات داخلی برای گردشگری
❖ افزایش فرصت‌های شغلی	❖ قرار داشتن در مسیر زیارتی شهر مشهد	❖ ممنوع اعلام‌شدن هر نوع فعالیت و ساخت‌وساز در نواحی حفاظت‌شده مگر با اخذ مجوز از سازمان محیط‌زیست	❖ ارائه اطلاعات و راهنمایی‌های لازم به گردشگران	❖ نزدیکی به استان‌های کرمان، اصفهان و شیراز برای گردشگری تاریخی
❖ توسعه نوآوری‌های مرتبط با اکوتوریسم	❖ نزدیکی به شهر اصفهان و شیراز که می‌تواند در مسیر توریست‌های خارجی باشد.	❖ توسعه و نوآوری‌های مردمی در زمینه گردشگری	❖ پژوهش و تحقیق در زمینه سرمایه‌گذاری‌های مناسب	❖ تشویق بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری
❖ افزایش توریسم ورزشی	❖ بالابردن سطح فرهنگ مردم استان	❖ برگزاری نمایشگاه‌های صنایع‌دستی در استان	❖ ارتباط داشتن با کشورهای دیگر در زمینه گردشگری تا از طرح‌های گردشگری آنها ایده گرفت؛ مثل چین	❖ داشتن شیرکوه به‌عنوان یک پتانسیل عالی برای جذب اکوتوریسم و کم‌هزینه بودن آن
❖ توجه به اهمیت صنایع‌دستی به‌عنوان حامل ارزش‌های فرهنگی منطقه	❖ توسعه و نوآوری‌های مردمی در زمینه گردشگری	❖ برگزاری نمایشگاه‌های صنایع‌دستی در استان	❖ جمع‌آوری اطلاعات و گرفتن آمار از نظرات گردشگران	❖ توسعه زیربنایی
❖ فعالیت سازمان‌های غیردولتی (NGO) در راستای حفاظت از جاذبه‌های گردشگری منطقه	❖ وجود دانشگاه‌ها و مراکز علمی در زمینه گردشگری	❖ وجود دانشگاه‌ها و مراکز علمی در زمینه گردشگری	❖ دادن تسهیلات به بخش گردشگری	❖ توسعه در بخش گردشگری و حمایت از طرح‌های گردشگری
❖ وجود گردشگر گذری - زیارتی در مسیر ارتباطی	❖ برگزاری تورهای اکوتوریستی از سوی بعضی از آژانس‌ها و ورزشگاه‌ها	❖ فرصت‌های جدید اجتماعی و اقتصادی که باعث کاهش نابرابری‌های اجتماعی می‌شود.	❖ اعطای وام‌های کم‌بهره و بخشودگی مالیاتی	❖ اعطای جوایز به افراد موفق و تشویق دیگران در استان
❖ بهبود نسبی سطح عمومی زندگی و افزایش تمایل به سفر و تفریح	❖ توسعه تشکیلات گردشگری	❖ رقابت بین شرکت‌ها و دفاتر گردشگری	❖ حفظ یکپارچگی و انسجام فرهنگی و همبستگی اجتماعی بین جوامع	❖ به‌کارگیری و اشتغال نیروهای انسانی به‌ویژه جوامع محلی به‌دلیل نیاز اکوتوریسم به منابع انسانی
❖ افزایش توجه سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری به توسعه توریسم و اکوتوریسم در سال‌های اخیر	❖ رقابت بین شرکت‌ها و دفاتر گردشگری	❖ رقابت بین شرکت‌ها و دفاتر گردشگری	❖ حفظ یکپارچگی و انسجام فرهنگی و همبستگی اجتماعی بین جوامع	❖ ساختن مکان‌هایی برای طبیعت‌درمانی
❖ استفاده از گیاهان دارویی در زمینه اقتصادی				

جدول ۴. مجموعه‌ای از آرمان‌ها و اهداف نهایی اکوتوریسم در استان یزد

Aspirations				
آینده مطلوب و آرمانی ما کدام است؟				
منابع و نواحی گردشگری	فرهنگی و اجتماعی	محیط‌زیست	اقتصادی	زیرساخت و خدمات
❖ ارتفاعات یزد به‌عنوان منطقه نمونه گردشگری ورزشی و کوهستانی در کشور	❖ فرهنگ مردمان یزد به‌عنوان یک فرهنگ نمونه و الگو برای سایر مناطق کشور	❖ محیط‌زیست پایدار در استان یزد	❖ مردمان استان یزد به‌عنوان مردمانی در رفاه و آسایش	❖ رسیدن سطح زیرساخت‌ها و خدمات استان یزد به بالاترین کیفیت ممکن.
❖ اماکن زیارتی و مذهبی استان یزد به‌عنوان یکی از مقاصد اصلی گردشگران مذهبی در ادیان اسلام و زرتشتی	❖ یکپارچگی و مشارکت مردم در امور و مسائل شهری به‌ویژه در بحث توسعه گردشگری	❖ رونق گردشگری در استان تا آنجا که به صنایع آلاینده در این استان نیاز نباشد.	❖ یزد به‌عنوان صادرکننده بزرگ گیاهان دارویی در کشور و جهان	❖ استان یزد به‌عنوان یک استان نمونه در خدمات‌دهی به گردشگران راهی استان قدس رضوی
❖ استان یزد به‌عنوان یکی از پایگاه‌های مهم طبیعت‌درمانی در کشور و خاورمیانه	❖ دست‌یافتن به درجه بالایی از فرهنگ و وحدت اجتماعی به‌واسطه تبادلات فرهنگی با گردشگران ورودی به استان	❖ مشارکت حداکثری مردم در فرایند حفظ محیط‌زیست و ایجاد احساس مسئولیت در مردم در این باره	❖ احیا و رونق‌یافتن بازار صنایع‌دستی در استان یزد و اشتغال زیاد افراد در این بخش به‌واسطه رونق اکوتوریسم	❖ ایجاد امکانات و خدماتی متفاوت و نو به گردشگران طبیعی این استان
❖ قرارگیری نمایشگاه صنایع‌دستی استان یزد در فهرست مهم‌ترین نمایشگاه‌های کشور	❖ بقای نسل جانوران کمیاب در استان که در معرض نابودی قرار دارند.	❖ رسیدن سطح بیکاری در استان به پایین‌ترین درصد ممکن	❖ استفاده صددرصد از سرمایه‌های اجتماعی موجود در استان و همکاری این قشر در تعالی استان	❖ ایجاد اشتغال گسترده در نواحی اکوتوریستی در بحث غذاهای محلی و ایجاد استقلال اقتصادی برای زنان خانه‌دار یزدی از طریق توریسم غذایی

Results

نتایج محسوس و قابل اندازه‌گیری ما کدام است؟

منابع و نواحی گردشگری	فرهنگی و اجتماعی	محیط‌زیست	اقتصادی	زیرساخت و خدمات
❖ ایجاد مجموعه گردشگری و اقامتی در ارتفاعات شیرکوه در روستای ده بالا	❖ مطالعه جامع و گسترده فرهنگ و آداب‌ورسوم یزد و اقدام به فرهنگ‌سازی و پرکردن خلأ موجود	❖ ایجاد تبلیغات گسترده رسانه‌ای و همچنین دیواری در باب حفظ محیط‌زیست و هدایت گردشگران به سمت حفظ محیط‌زیست	❖ افزایش بودجه گردشگری استان به دو برابر	❖ کمپ تفریحی در منطقه شیرکوه
❖ استفاده از باغ‌های شهرهای تفت و مهریز و تبدیل این باغات به مجتمع‌های توریسم سلامت در این شهرها	❖ برگزاری مسابقات آشپزی در شهر یزد و شهرهای اطراف و جمع‌آوری غذاهای محلی که پتانسیل خوبی در جذب گردشگر دارد.	❖ آگاهی‌دادن به گردشگران و مردم از حیواناتی که در استان در حال نابودی هستند.	❖ ایجاد اشتغال در مناطق گردشگرپذیر از طریق ایجاد فروشگاه	❖ اصلاح و ترمیم افزایش پهناى مسیر جاده ده بالا به تفت
❖ ایجاد مجموعه پارک‌های مانسهای شبیه آنچه ما امروزه در کشورهای دنیا مثل امارات می‌بینیم در دشت یزد اردکان.	❖ برگزاری همایش توسعه گردشگری در شهر یزد با حضور مردمان بومی در این همایش	❖ در نظر گرفتن برنامه‌های جنبی و تشویقی درباره حمایت از افراد و گردشگرانی که حافظ طبیعت هستند.	❖ معافیت مالیاتی برای آن دسته از افرادی که در راستای گردشگری طبیعی فعالیت می‌کنند	❖ مجموعه تفریحی و صحرانوردی در اطراف شهر اردکان
❖ ایجاد رصدخانه‌ای پیشرفته و زیبا در دل کویر استان.	❖ برگزاری نخستین مسابقه سرودها و آداب‌ورسوم بومی - محلی استان یزد و شناسایی افراد شاخص در این عرصه	❖ ایجاد یک NGO حفاظت از محیط‌زیست از طریق گردشگری و دعوت از سایر NGO ها برای سفر به استان یزد	❖ الگوگیری از استان اصفهان در زمینه ایجاد اشتغال و درآمدزایی از گردشگران	❖ نخستین مرکز خانه باغ‌های گردشگری سلامت در شهر تفت و مهریز
❖ تکمیل مجموعه بام تفت و ایجاد تأسیسات ورزش‌هایی مثل کایت و چتربازی و پاراگلایدر در این مکان به علت پتانسیل بالا.	❖ شناسایی مشاهیر و افراد صاحب‌نظر در استان یزد و دادن برخی از امتیازات و اختیارات در زمینه توسعه گردشگری به آنها	❖ برگزاری نخستین همایش گردشگری زیست‌محیطی در استان یزد	❖ بهره‌گیری از تجربه دومی در احداث مناطق تفریحی در بیابان و کسب درآمد از آنها	❖ کمپ‌ها و دفترهای راهنمای گردشگر در نقاط بیلاقی و جاده‌های مواصلاتی مهم استان
❖ طراحی مسیر گردشگری طبیعی در استان.	❖ ایجاد تیزرها و تبلیغات رسانه‌ای از جاذبه‌های اکوتوریسمی یزد و بخش آن از شبکه یزد و رایزنی برای پخش در شبکه سراسری	❖ زیست‌محیطی در استان یزد	❖ ایجاد فروشگاه‌های صنایع‌دستی از سوی سازمان میراث فرهنگی در مناطق طبیعی و گردشگرپذیر و فروش محصولات آنها در این نمایشگاه‌ها	❖ سرویس بهداشتی وضوخانه و نمازخانه در تمامی مراکز بیلاقی تفریحی
❖ تدوین سند چشم‌انداز توسعه گردشگری در استان یزد.	❖ برگزاری مسابقه اتومبیل‌رانی در زمین‌های بیابانی و ماسه در دشت یزد اردکان و تبدیل این مسابقه به مسابقه‌ای معتبر در سطح ملی و در گام بعدی در تقویم جهانی.	❖ تقدیر و تشکر از فعالان اقتصادی در عرصه گردشگری و بهره‌گیری از تجربیات آنها و دادن برخی تسهیلات به آنها	❖ الگوگیری از استان اصفهان در زمینه ایجاد اشتغال و درآمدزایی از گردشگران	❖ پارکینگ در تمامی مراکز بیلاقی و تفریحی
❖ برگزاری تورهای شترسواری در کویر.	❖ شرکت فعال تیم‌های یزدی در مسابقاتی که منجر به توسعه اکوتوریسم می‌شود مانند ورزش‌های ساحلی که نیاز به ماسه زاد دارند، یا موتورسواری و اتومبیل‌رانی.			❖ آلاچیق‌های مجهز به کباب‌پز در تمامی مناطق بیلاقی و بین‌راهی

فهرست منابع

- اختصاصی، محمدرضا، طبیعت لخت یزد، مجموعه مقالات همایش تحول در توسعه استان، مؤسسه مدیریت و مهندسی توسعه استان یزد، ۱۳۸۳.
 - اکبریور سراسکانرود، محمد؛ نوربخش، فاطمه (۱۳۸۹). نقش اکوتوریسم در توسعه پایدار شهری و روستایی نمونه موردی: جزیره قشم. نشریه مسکن و محیط روستا. شماره ۱۳۲.
 - بدری، سید علی؛ رحمانی، خلیل؛ سجاسی قیداری، مجید؛ حسن پور، امید (۱۳۹۰). راهبردهای توسعه اکوتوریسم در شهرستان مریوان. پژوهش های روستایی. سال دوم. شماره دوم.
 - بهرامی، حسین؛ نادری خورشیدی، علیرضا؛ کثیری نژاد، تقی (۱۳۸۹). چستی و چرایی برنامه ریزی راهبردی و بررسی الگوهای رایج آن. دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس. سال هفتم. شماره ۳۳.
 - پورا کبر، راحله، بررسی جاذبه های اکوتوریستی استان یزد با استفاده از GIS، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، ۱۳۸۹.
 - تقدیسی، س؛ دانشور، ف (۱۳۸۶) توریسم روستایی؛ تصویری مجازی یا الگویی حقیقی در برنامه ریزی روستایی، مجله جغرافیا و ۱۷۹-۱۹۲: توسعه ناحیه ای، شماره ۸.
 - تقوایی، مسعود؛ پیرمادیان، زهرا؛ صفرا بادی، اعظم (۱۳۹۱). امکان سنجی توسعه اکوتوریسم در ناحیه سامان چهارمحال و بختیاری. فصلنامه علمی - پژوهشی فضای جغرافیایی اهر. سال ۱۲. شماره ۴۰.
 - تقوایی، مسعود؛ صفرا بادی، اعظم (۱۳۹۰). نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه ی پایدار گردشگری شهری مطالعه موردی شهر کرمانشاه؛ فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک. سال اول. شماره چهارم.
 - توکلی، مرتضی؛ امان گلدی، شرافت سید (۱۳۸۸). جاذبه های گردشگری طبیعت با تاکید بر ایران. فصلنامه سپهر، شماره ۷۰.
 - درام، اندی و دیگران، مقدمه ای بر برنامه ریزی و مدیریت اکوتوریسم، ترجمه محسن رنجبر، انتشارات ایژ، چاپ اول، تهران، ۱۳۸۸.
 - دیلمانی، فریدون، گسترش جهانگردی در ایران به جای فروش نفت، تهران، نشر چشم انداز، چاپ اول، ۱۳۷۸.
 - رخشانی نسب، حمیدرضا؛ ضرابی، اصغر (۱۳۸۸). چالشها و فرصتهای توسعه اکوتوریسم در ایران. مجله علمی پژوهشی فضای جغرافیایی اهر. سال نهم. شماره ۲۸.
 - رضوانی، علی اصغر، اکوتوریسم و نقش آن در حفاظت از محیط زیست، ماهنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۱۷۴ - ۱۷۳، ۱۳۸۰.
 - رکن الدین افتخاری، عبدالرضا؛ مهدوی، داوود. راهکارهای توسعه گردشگری دهستان لواسان کوچک با استفاده از مدل SWOT. فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۵.
 - سرشماری نفوس و مسکن، استان یزد، ۱۳۹۰.
 - فانیان، اخترا السادات، ژئومورفولوژی کارست از دیدگاه اقتصادی اجتماعی و اکوتوریسم منطقه یزد، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه یزد، ۱۳۸۷.
 - مبین، محمد حسین، بررسی و ارزیابی پدیده های طبیعی جاذب گردشگری در استان یزد، طرح پژوهشی، دانشگاه یزد، ۱۳۸۲.
 - مطالعات راهبردی گردشگری استان یزد، سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان یزد، ۱۳۸۵.
 - وای گی، چاک، جهانگردی در چشم انداز جامع، ترجمه پارسائیان و همکاران، چاپ پنجم، تهران، پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۸۷.
 - هاشمی، نیلوفر (۱۳۸۹). نقش اکوتوریسم در توسعه پایدار روستایی. فصلنامه روستا و توسعه. سال ۱۳. شماره ۳.
-
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream?. *Tourism management*, 25(1), 71 - 79.
 - Foucat, V. A. (2002). Community-based ecotourism management moving towards sustainability, in Ventanilla, Oaxaca, Mexico. *Ocean & Coastal Management*, 45(8), 511 - 529.
 - Ke, L. (2012). The weakness and innovation of China Eco-tourism. *Physics Procedia*, 25, 953 - 957.
 - Prato, T. (2001). Modeling carrying capacity for national parks. *Ecological economics*, 39(3), 321 - 331.
 - Silbert, J. H., & Silbert, T. (2007). SOARing from SWOT: Four lessons every strategic plan must know. *AI Practitioner: International Journal of AI Best Practice*, 1 - 4.
 - Stavros, J. M., & Hinrichs, G. (2011). *The thin book of® SOAR: Building strengths-based strategy*. Thin Book



Publishing.

- Thomas, R. N., Pigozzi, B. W., & Sambrook, R. A. (2005). Tourist carrying capacity measures: Crowding syndrome in the Caribbean. *The Professional Geographer*, 57(1), 13 - 20.
- Wang, H., Zhou, L. (2000). The Development of Eco-tourism. *Science press*, 1.