



## راهبردهای مناسب برای توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان

سید هدایت‌اله نوری: دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران  
نصرت مرادی‌هوسین: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران\*  
مامند خوش‌نظر: دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

دریافت: ۱۳۹۰/۷/۱۶ - پذیرش: ۱۳۹۱/۱/۲۲، صص ۶۸-۵۳

### چکیده

امروزه گردشگری یکی از بزرگترین و سودآورترین صنایع دنیا به حساب می‌آید و بخاطر اهمیت و نقش این صنعت، بسیاری از کشورها آن را در استراتژی‌ها و برنامه‌های توسعه گنجانده‌اند. یکی از جدیدترین شاخه‌های گردشگری، ژئوتوریسم یا گردشگری جغرافیایی است. این نوع گردشگری که شاخه‌ای از گردشگری مناطق طبیعی و شکلی از گردشگری پایدار به شمار می‌رود، روی ژئوسایت‌ها و چشم‌اندازهای ژئومورفولوژیکی تأکید دارد. این شکل گردشگری به واسطه برنامه‌ریزی مناسب و شناخت مزیت‌ها و محدودیت‌ها، می‌تواند نقش مهمی در توسعه ملی و تنوع بخشیدن به اقتصاد منطقه داشته باشد. غار سهولان به عنوان یکی از منابع ژئوتوریسمی در شمال غرب کشور، با وجود توانمندی بسیار زیاد در زمینه توسعه ژئوتوریسم هنوز نتوانسته است به جایگاه واقعی خود در این زمینه دست پیدا کند بنابراین، این سؤال مطرح می‌شود که پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توسعه ژئوتوریسم این منطقه کدامند؟ و چه خط‌مشی‌ها و سیاست‌های راهبردی می‌تواند، توانمندی‌های ژئوتوریسم غار آبی سهولان را به فرصتی برای توسعه منطقه‌ای و ملی تبدیل نماید؟ هدف این پژوهش از نوع کاربردی و روش تحقیق از نوع تحلیلی، توصیفی و پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل ۲۰ نفر از کارشناسان مرتبط با صنعت گردشگری در شهرستان مهاباد و ارومیه بودند که با روش تمام شماری انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS و تعیین استراتژی‌های توسعه ژئوتوریسم منطقه از تکنیک SWOT استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که منطقه مورد مطالعه با ۱۷ نقطه قوت و امتیاز وزنی ۴/۱۶ و ۱۸ فرصت و امتیاز وزنی ۴/۲۲ در برابر ۱۷ نقطه ضعف و امتیاز وزنی ۱/۵۴ و ۱۱ تهدید و امتیاز وزنی ۲/۹۲ توانمندی‌های بسیار زیادی برای توسعه ژئوتوریسم در منطقه شمال غرب کشور دارد ولی ضعف‌ها و تهدیدهای موجود مانع از بالفعل شدن این توانمندی‌ها گردیده است؛ بنابراین، چنانچه نقاط ضعف و تهدیدهای داخلی توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان کاهش یابد و با سیاست‌های مناسب و مدیریت واحد از مزایا و نقاط قوت موجود استفاده شود، می‌توان این منطقه را به یکی از قطب‌های ژئوتوریسم کشور تبدیل نمود.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، ژئوتوریسم، غار سهولان، مدل SWOT

## ۱- مقدمه

## ۱-۱- طرح مسأله

یکی از راهبردهایی نوینی که در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته توسعه توریسم در نواحی مستعد گردشگری است. این نقش مهم گردشگری باعث شده که امروزه این صنعت به یکی از سریع‌ترین بخش‌های اقتصادی تبدیل گردد و این رشد سرسام‌آور در آینده نیز ادامه پیدا کند، به طوری که در سال ۲۰۰۴ طی ۱۰ سال نرخ رشد این صنعت ۲۵ درصد بوده و سازمان جهانی گردشگری (WTO) برآورد کرده که تا سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران بین‌المللی به ۱/۶ میلیارد نفر خواهد رسید؛ این بدان معناست که متوسط رشد تعداد گردشگران سالانه حدود ۴/۳ درصد خواهد بود (Weaver, 2001: 64). طبق گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری<sup>۱</sup> صنعت گردشگری در سال ۲۰۰۶ بطور مستقیم و غیر مستقیم ۱۰/۳ درصد تولید خالص داخلی، ۲۳۴/۳ میلیون شغل و ۸/۷ درصد کل اشتغال را به خود اختصاص داده است (Holden, 2008: 5). در سال ۱۹۹۲ در کنفرانس محیط زیست و توسعه سازمان ملل متحد در ریودژانیرو در دستور ۲۱، از ژئوتوریسم به عنوان وسیله‌ای عملی و کاربردی جهت رسیدن به توسعه پایدار نام برده شد و امروزه نیز ژئوتوریسم به عنوان ابزاری مناسب برای توسعه پایدار شناخته شده است. بدون شک اهمیت ژئوتوریسم در این است که در آن تأکید روی نوعی دیدگاه مدیریتی کل نگر در زمینه‌هایی نظیر تاریخ پدیده‌های زمین شناسی، اکوسیستم‌ها، کاربری اراضی، گردشگری طبیعی و

آموزش زیست محیطی و پایداری است (Kim, etl., 301: 2008 ژئوتوریسم به عنوان یک گزینه جدید نه تنها بر روی همه ویژگی‌های انسانی و طبیعی تأکید دارد بلکه به عملکرد هر یک از مکان‌ها نیز توجه دارد. این شکل گردشگری می‌تواند به وسیله برنامه‌ریزی مبتنی بر شناخت فرصتها و محدودیت‌های ژئوتوریسم، نقش مهمی در توسعه ملی و تنوع بخشیدن به اقتصاد منطقه ایفا کند (Beigi & Pakzad, 2010: 169). ژئوتوریسم می‌تواند نوعی تجربه مطلوب برای گردشگر فراهم آورد و در عین حال کیفیت منحصر به فرد مقاصد گردشگری را به صورت یک پارچه حفظ کند، از اینرو می‌توان آن را برای هر دو گروه گردشگران و مردم بومی مفید و سودمند دانست (Boley, 2011: 568).

ایران دارای تمدن و فرهنگی غنی و نیز محیط طبیعی کم نظیر است. ویژگی‌های طبیعی و فرهنگی متنوع در ایران باعث شده که این کشور به لحاظ مکان‌های دیدنی و جاذبه‌های توریستی در ردیف یکی از ده کشور برتر دنیا قرار گیرد. جاذبه‌های باستانی، فرهنگی و طبیعی ایران مبنای بسیار مطلوبی برای توسعه ژئوتوریسم تشکیل داده است (Newsome, 78: 2006). توانمندی‌های کشور ایران در زمینه ژئوتوریسم سبب شده که مناطقی از ایران با توجه به ویژگی‌های طبیعی، زمین شناسی و ژئومورفولوژیکی مانند کویر لوت، کوهستان‌های سهند و سبلان و انواع غارها از نامزدهای پیشنهادی برای ثبت در فهرست جهانی یونسکو در حوزه ژئوتوریسم معرفی شوند (کریمی، ۱۳۸۶: ۱۱۷). در طول سالها ویژگی‌های زمین شناسی ایران توسط محققانی از سراسر جهان مورد مطالعه قرار گرفته است. ایران با وسعت ۱/۶ میلیون

1. WTTC

کردستان»، پتانسیل‌های گردشگری این منطقه را با استفاده از دو فاکتور راه‌های دسترسی و پتانسیل گردشگری مورد بررسی قرار دادند و نتایج پژوهشی آنان نشان داد که غار کرفتو نسبت به موقعیت‌های دیگر جایگاه نسبتاً پایدارتری دارد.

فاضل نیا و هدایت (۱۳۸۹) در پژوهشی با استفاده از روش پیمایشی و میدانی و تعیین نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها گردشگری به شیوه SWOT به ارائه استراتژی‌های توسعه گردشگری دریاچه زریوار پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که آستانه آسیب‌پذیری این دریاچه به خاطر گردشگری بودن بسیار بالاست و نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب و همچنین مدیریت واحد برای رفع محدودیت‌ها و قابلیت‌ها و توانمندی‌های آن است.

خداوردیزاده و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط، به برآورد ارزش اکوتوریسمی غار سهولان پرداختند و نشان دادند که حدود ۸۸/۴ درصد بازدیدکنندگان حاضر به پرداخت مبلغی برای استفاده از غار سهولان هستند.

بیگی و پاک زاد (۲۰۱۰) در تحقیقی با عنوان «قابلیت‌های ژئوتوریسمی تالاب گاو خونی با استفاده از مدل SWOT»، مهم‌ترین قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها، و تهدیدهای گردشگری تالاب گاو خونی را مورد بررسی قرار دادند و به ارائه استراتژی برای توسعه ژئوتوریسم این منطقه پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که گرچه این منطقه توانمندی‌های بسیار متنوعی در زمینه توسعه ژئوتوریسم دارد ولی ژئوتوریسم در سراسر این منطقه با تهدیدهای جدی مواجه است.

کیلومتر مربع و کلکسیون پدیده‌های زمین‌شناسی، دارای عنوان بهشت زمین شناسان یا موزه زمین‌شناسی است، با این وجود ژئوتوریسم آن توسعه چندانی پیدا نکرده و هنوز مراحل اولیه و ابتدایی خود را می‌گذراند (Newsome, 2006: 78).

در ایران طیف گسترده‌ای از غارها با ساختارهای متفاوت وجود دارد. یکی از مهم‌ترین این غارها، غار آبی سهولان در شمال غرب کشور است. این غار که به عنوان دومین غار آبی کشور شناخته می‌شود، مجموعه کم‌نظیری برای توسعه ژئوتوریسم این منطقه فراهم کرده ولی عدم مطالعه، بی‌توجهی و نبود برنامه اساسی برای توسعه این غار تا این زمان، موجب شده که از این توانمندی مناسب برای توسعه ژئوتوریسم کشور، تنها استفاده بسیار اندکی به عمل آید. پژوهش حاضر سعی دارد با دیدگاهی سیستماتیک با تبیین مهم‌ترین قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و محدودیت‌ها به این مهم پاسخ دهد:

چه خط‌مشی‌ها و سیاست‌های راهبردی می‌تواند، توانمندی‌های ژئوتوریسم غار آبی سهولان را به فرصتی برای توسعه منطقه‌ای و ملی تبدیل نماید؟

#### ۱-۲- پیشینه پژوهش

با توجه به این که ژئوتوریسم شاخه‌ای نسبتاً جدید در صنعت گردشگری به شمار می‌رود، مطالعات موجود در این زمینه از قدمت زیادی برخوردار نیست. از مهم‌ترین مطالعاتی که به طور عام درباره ژئوتوریسم و به طور خاص درباره گردشگری غار یا غارنوردی صورت گرفته‌اند، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

بیاتی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان «ژئوتوریسم رویکردی نو در بهره‌گیری از جاذبه‌های ژئومورفولوژی مطالعه موردی: غار کرفتو استان

استراتژی‌های مناسب از تکنیک SWOT استفاده شده است.

یکی از روش‌های مهم در فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک، روش SWOT است (Lee, et al., 2009, 88). SWOT مخفف واژه‌های Strengths (قوت‌ها)، Weaknesses (ضعف‌ها)، Opportunities (فرصت‌ها) و Threats (تهدیدها) است و ابزاری بسیار مهم برای تحلیل سیستماتیک عوامل داخلی و خارجی یک سازمان است (Yuksel, 2007, 3365). از طریق این مدل سعی می‌شود ضعف‌ها به قوت‌ها تبدیل شوند و با به حداقل رساندن ضعف‌های داخلی و تهدیدهای خارجی، از فرصت‌ها حداکثر استفاده به عمل آید (Arslan & Deha, 2008, 902). وقتی SWOT کاملاً به کار رود می‌تواند پایه‌ای مناسب برای فرمول‌بندی سیاست و خط‌مشی ارائه دهد (Mcdonald, 1993, 143). در این مدل برای امکان تحلیل موضوع باید مراحل زیر را طی نمود:

-تهیه فهرست فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و نقاط ضعف حتی المقدور به صورت کمی؛  
- محاسبات کمی و وزن‌دهی به شاخص‌ها؛  
-تهیه ماتریسی (به صورتی که در جدول ۱ آمده) که در آن شاخص‌های چهارگانه اولیه به صورت دو به دو ترکیب می‌شوند.

ترابی فارسانی و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان «ژئوتوریسم و ژئوپارک‌ها استراتژی‌های نو برای توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی»، به مقایسه ۲۵ ژئوپارک متفاوت به عنوان مقصدهای گردشگری در اروپا، آسیا، استرالیا و جنوب آمریکا پرداختند و به این نتیجه رسیدند که ژئوپارک‌ها به عنوان استراتژی‌های نو در بهبود شرایط زندگی جوامع محلی، بهبود و تحریک رشد اقتصادی و مشارکت این جوامع نقش بسیار مهم و اساسی دارند.

### ۳-۱- روش تحقیق

این پژوهش که به منظور دستیابی به راهبردهای مناسب جهت توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهلان انجام گرفته است، به لحاظ هدف، از نوع کاربردی و از نظر ماهیت و روش، از نوع تحقیقات کیفی و از لحاظ جمع‌آوری اطلاعات یک مطالعه اسنادی - پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل ۲۰ نفر از کارشناسان مرتبط با صنعت گردشگری در شهرستان مهاباد و ارومیه (از جمله کارشناسان سازمان‌های میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، شهرداری، سازمان حفاظت محیط زیست، آموزش و پرورش، منابع طبیعی) هستند که با روش تمام شماری انتخاب شدند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های از نرم افزار SPSS و تعیین

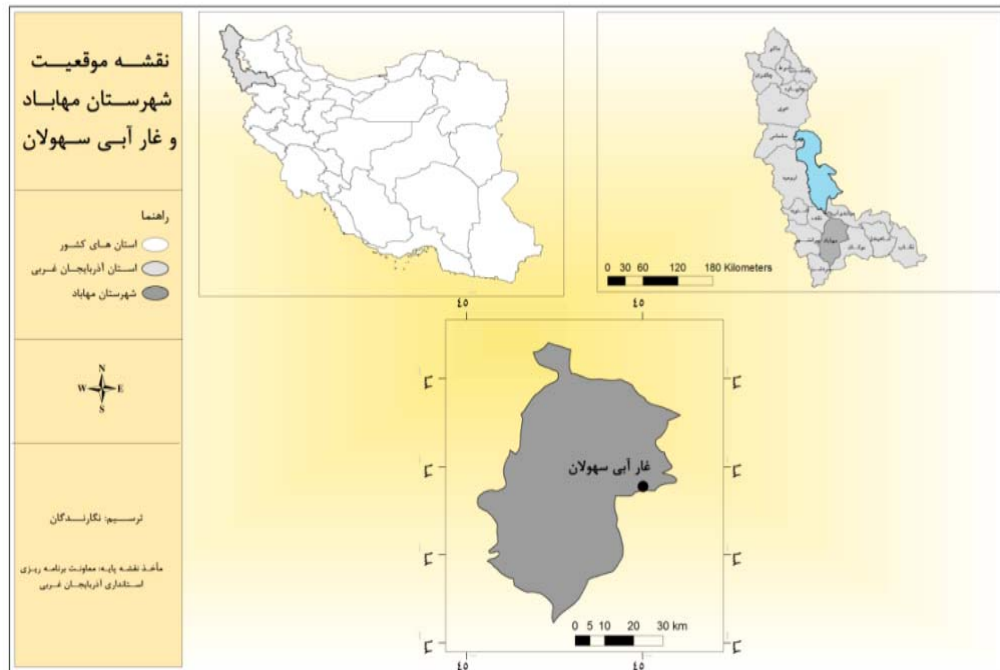
جدول ۱- ماتریس SWOT و نحوه تعیین استراتژی‌ها

ماتریس SWOT	نقاط قوت S	
فرصت‌ها O	استراتژی‌های SO	استراتژی‌های WO
تهدیدها T	استراتژی‌های ST	استراتژی‌های WT

۱-۴- محدوده پژوهش

غار آبی سهولان در جنوب استان آذربایجان غربی و جنوب شرق شهرستان مهاباد در ۳۶ درجه، ۳۹ دقیقه و ۲۱ ثانیه عرض شمالی و ۴۵ درجه، ۵۷ دقیقه و ۱۳ ثانیه طول شرقی واقع شده است. دسترسی به این غار از طریق جاده مهاباد- بوکان تا سه راهی روستای عیسی کندی و از آن پس از جاده فرعی به سمت روستای سهولان امکان پذیر بوده که طول آن حدود ۴۰ کیلومتر است. غار در دامنه کوهی به نام کونه کوتر به ارتفاع ۲۲۲۲ متر قرار گرفته و دارای دو بخش خشک و آبدار است که سطح آبدار آن در داخل غار حدود ۱۷۵۰ متر بالاتر از سطح دریاهاى آزاد و تقریباً ۲۰ متر پایین تر از ورودی اصلی غار است

(اصغری مقدم، ۱۳۸۵: ۵۹). غار آبی سهولان یکی از غارهای معروف شمال غرب کشور و از جمله مناطق گردشگری است که بعد از غار علیصدر همدان دومین غار آبی بزرگ ایران محسوب می شود. اخیراً با نور پردازی انجام گرفته در محیط درونی غار با انواع لامپها و نورافکنها، مناظر شگفت انگیزی را در داخل غار می توان مشاهده نمود. این غار از یک طرف به عنوان یک منبع زیست محیطی و از سوی دیگر به عنوان مهمترین منبع گردشگری استان آذربایجان غربی، دارای پتانسیلها و تواناییهای زیادی است که هر کدام دلیلی بر اهمیت غار و لزوم توجه به حفظ و توسعه آن است (خداوردیزاده، ۱۳۹۰: ۲۰۷).



شکل ۱- موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

## ۲- مفاهیم، دیدگاه‌ها و مبانی نظری

کلمه "Tour" از واژه لاتین "Tornus" گرفته شده که به معنای دایره است. کلمه "Tour" به معنای حرکتی دایره‌وار است که در آن فرد از یک نقطه حرکت می‌کند و بعد از طی مسافتی دوباره به مکان اولیه خود برمی‌گردد. کلمه Tourist برای نخستین بار در سال ۱۸۰۰ میلادی در «فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد»<sup>۲</sup> چاپ گردید و به معنای کسی بود که برای تفریح یا آموختن و یا برای رسیدن به اهداف شخصی خود از چندین مکان دیدن می‌کند (Tribe, 2009, 31-44). درباره توریسم تعاریف متعددی وجود دارد ولی «سازمان جهانی گردشگری»<sup>۳</sup> که وابسته به سازمان ملل است بعنوان یک مرجع جهانی درباره مسائل و خط‌مشی‌های توریسم سعی کرده اصطلاحات و طبقه‌بندی‌های گردشگری را در سراسر جهان استانداردسازی کند (C. Frechtling, 2001: 3). در این راستا، این سازمان در سال ۱۹۹۱ در «کنفرانس بین‌المللی آمار گردشگری و مسافرت»<sup>۴</sup> که در کشور کانادا برگزار شد، از توریسم تعریف زیر را ارائه نمود: «توریسم یا گردشگری مجموعه فعالیت‌هایی است که در آن افراد به مکان‌هایی غیر از مکان عادی خود برای مدتی کم‌تر از یک سال متوالی، به منظور گذراندن اوقات فراغت، تجارت و دیگر اهداف مسافرت می‌کنند (Goeldner & Ritchie, 2006: 7).

ژئوتوریسم یکی از گرایش‌ها و پدیده‌ای جدید در صنعت توریسم است که از دو بخش "Geo" به معنای مفهومی مشترک در شاخه‌های زمین‌شناسی، ژئومورفولوژی و منابع طبیعی نظیر بستر چشم‌اندازها، لندفرم‌ها، لایه‌های فسیلی، صخره‌ها و کانی‌ها است و "Tourism" به معنای دیدار از این پدیده‌هاست (Dowling & Newsome, 2006: 3). مفهوم ژئوتوریسم از اوایل دهه ۱۹۹۰ به بعد توسعه یافت. نخستین تلاش‌ها برای تعریف ژئوتوریسم توسط هوز<sup>۵</sup> صورت گرفت. وی روی ابعادی نظیر مکان‌های ژئولوژیکی<sup>۶</sup> و ژئومورفولوژیکی یا ژئوسایت‌ها<sup>۷</sup> تأکید داشت (Novelli, 2005: 28). در مجله جغرافیای ملی<sup>۸</sup>، ژئوتوریسم به عنوان شکلی از توریسم تعریف شده که باعث حفظ و ارتقاء ویژگی‌های جغرافیایی یک منطقه از جمله محیط، فرهنگ، زیبایی‌ها، میراث و حتی بهبود وضعیت اقتصادی ساکنان آن می‌گردد. ژئوتوریسم به معنای توریسم جغرافیایی است که به طور ضمنی بر ویژگی‌های زمین‌شناسی و ژئومورفولوژیکی، به عنوان بستر کلیه فعالیت‌های انسانی و خصیصه‌های جغرافیایی تأکید دارد. با این حال ویژگی‌های فرهنگی و باستان‌شناسی و دیگر جاذبه‌های گردشگری را نیز از نظر دور نمی‌دارد. بنابراین می‌توان ادعان نمود که این نوع گردشگری به دلیل ماهیت جغرافیایی خود از کلی‌نگری جغرافیا بهره برده است (ثروتی و کزازی، ۱۳۸۵: ۶). ژئوتوریسم با

5. Hose  
6. geological  
7. geosites  
8. National Geographic

2. The Shorter Oxford English Dictionary  
3. World Tourism Organization (WTO)  
4. Travel and Tourism Statistics Conference

### ۳- تحلیل یافته‌ها

در پژوهش حاضر پس از تهیه فهرست شاخص‌ها و پالایش و طبقه‌بندی آن‌ها، مجموعه این شاخص‌ها در چهار دسته موضوعی اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، محیطی و نهادی در جدول‌های (۲) و (۳) در دو گروه عوامل درونی و بیرونی مجزا شده‌اند. معیار سنجش و درجه‌بندی هر یک از شاخص‌ها بدین صورت بوده که برای هر شاخص در دامنه‌ای از (۱) تا (۵) امتیازدهی شده که (۱) به معنای داشتن اهمیت خیلی کم، (۲) به معنای اهمیت کم، (۳) به معنای اهمیت متوسط، (۴) به معنای اهمیت زیاد و (۵) به معنای اهمیت خیلی زیاد در توسعه گردشگری منطقه است. سپس داده‌های گردآوری شده بر حسب مجموع وزن، وزن نسبی و امتیاز وزنی آن‌ها محاسبه شده و مجموع امتیاز نهایی هر یک از شاخص‌های چهارگانه به منظور شناسایی وضعیت هریک از آن‌ها ارائه شده است. در نهایت با مجموع امتیازات شاخص‌های چهارگانه به وضعیت موجود از نظر عوامل داخلی و خارجی پی برده شده است.

مفاهیمی نظیر اکوتوریسم، گردشگری پایدار، گردشگری بدیل<sup>۹</sup>، طبیعت‌محور<sup>۱۰</sup>، گردشگری آموزشی<sup>۱۱</sup>، گردشگری محیطی<sup>۱۲</sup> و نیز گردشگری فرهنگی همپوشانی دارد ولی با این اشکال گردشگری متفاوت است (Novelli, 2005: 28). هدف ژئوتوریسم تنها مسافرت به مناطق طبیعی دست نخورده یا مراکزی فعالیت‌های انسانی نیست. بلکه ژئوتوریسم سفر به مقاصد است که انسان و طبیعت با یکدیگر چشم اندازه‌های زیبا ایجاد می‌کنند و مردم بومی نیز همانند گردشگران برای جاذبه‌های ژئوتوریستی ارزش قائلند (Polovitz, 2011, 568). بطور کلی ژئوتوریسم مبتنی بر پنج اصل کلیدی است که عبارتند از: - اتکا بر جاذبه‌های زمین شناسی، - اصل پایداری، - آموزش محوری، - سودمند برای اقتصاد محلی و رضایت گردشگران (Dowling, 2011:3). غارها یکی از مهم‌ترین منابع ژئوتوریسمی به شمار می‌روند. غار نوردی مورد توجه کسانی است که به دیدن مناظر زیبای طبیعی از جمله غارها و محیط طبیعی اطراف آن و حفاظت از مناظر زمین شناسی و کسب اطلاعات جدید درباره زمین و مردمی که بر روی آن زندگی می‌کنند، علاقمند هستند. غارها منبع الهام گردشگران در ابعاد مختلف علمی، زیباشناسی، تفریح و فرهنگی هستند که هر کدام طیف وسیعی از ارزش‌ها و زیبایی‌ها را در خود دارد (S. Kim et al., 2008: 301).

- 
- 9. Alternative Tourism
  - 10. Nature-Based Tourism
  - 11. Educational Tourism
  - 12. Environmental Tourism

## جدول ۲- نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (IFAS)

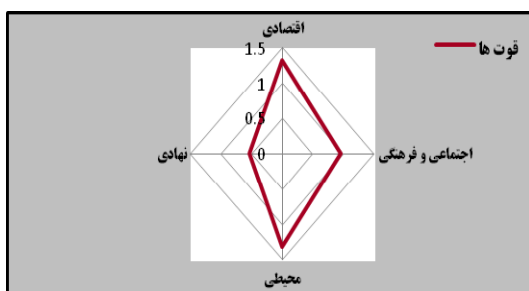
عوامل داخلی									
شاخص	قوت	وزن	درجه بندی	امتیاز وزنی	ضعف	وزن	وزن نسبی	درجه	امتیاز وزنی
توسعه اقتصادی	۱- ایجاد تنوع در فعالیتهای اقتصادی	۱۶/۴	۵	۰/۰۶۲	۱- عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی جهت توسعه گردشگری غار آبی سهولان	۱۶	۰/۰۷۱	۵	۰/۳۵۵
	۲- افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی مردم	۱۵/۴	۴	۰/۰۵۸	۲- عدم استقبال سرمایه گذاران جهت سرمایه گذاری در زمینه توسعه گردشگری	۱۲/۲	۰/۰۵۴	۳	۰/۱۶۲
	۳- کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال	۱۷/۲	۵	۰/۰۶۵	جمع	۲۸/۲	۰/۱۲۵		۰/۵۱۷
	۴- بهبود زیرساختها و امکانات در منطقه	۱۵/۲	۴	۰/۰۵۷	۳- کمبود امکانات امنیتی در این ناحیه	۱۰	۰/۰۴۴	۲	۰/۰۸۸
	۵- مناسب بودن روستای سهولان جهت ایجاد نمایشگاه و غرفه‌های عرضه و فروش صنایع دستی و محصولات محلی	۱۶	۴	۰/۰۶۰	۴- تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم منطقه	۱۰	۰/۰۴۴	۲	۰/۰۸۸
فرهنگ و میراث	جمع	۸۰/۲	۰/۳۰۲	۱/۳۳۵	۵- عدم آشنایی مردم منطقه و عدم آموزش آنها در نحوه برخورد با گردشگران	۱۲/۸	۰/۰۵۶	۳	۰/۱۶۸
	۶- امکان آشنایی مردم بومی با نحوه زندگی مردمان دیگر	۱۵/۴	۴	۰/۰۵۸	۶- عدم آشنایی گردشگر با فرهنگ و آیین اعتقاد مردمی	۱۱/۲	۰/۰۴۹	۲	۰/۰۹۸
	۷- ایجاد وسعت نظر و بسط حوزه دید مردم	۱۴/۶	۳	۰/۰۵۵	۷- تبلیغات نادرست از فرهنگ و اعتقادات و رسومات مردم	۱۵/۴	۰/۰۶۸	۵	۰/۳۴
	۸- احیای سنت‌های محلی	۱۳	۵	۰/۰۳۹	جمع	۶۴/۸	۰/۲۶۱		۰/۷۸۲
	۹- روحیه مهمان‌نوازی مردم مهاباد جهت جذب گردشگران	۱۷/۶	۲	۰/۰۶۶	۸- نامناسب بودن زیرساختهای محیطی و کالبدی	۱۴/۲	۰/۰۶۳	۴	۰/۲۵۲
	۱۰- سنتها و آداب و رسوم محلی	۱۰/۴	۵	۰/۰۳۹	۹- نامناسب بودن تسهیلات ارتباطی و حمل و نقل جاده‌های شهر	۱۱/۸	۰/۰۵۲	۳	۰/۱۵۶
	جمع	۷۱	۰/۲۶۷	۰/۹۵۵	۱۰- نامناسب بودن تسهیلات دسترسی، ارتباطی و حمل و نقل	۱۱/۸	۰/۰۵۲	۳	۰/۱۵۶
توسعه اجتماعی	جمع	۸۰	۰/۳۰۲	۱/۳۳۸	۱۱- نامناسب بودن امکانات تبلیغ جاذبه‌ها	۱۱/۸	۰/۰۵۲	۳	۰/۱۵۶
	۱۱- قابلیت‌های بالای غار آبی سهولان برای جذب گردشگر	۱۶/۶	۵	۰/۰۶۳	۱۲- عدم هدایت و راهنمایی گردشگران در این منطقه	۱۱/۲	۰/۰۴۹	۲	۰/۰۹۸
	۱۲- مطرح بودن غار آبی سهولان به عنوان قطب گردشگری در سطح کشور	۱۶/۴	۵	۰/۰۶۲	۱۳- نامناسب بودن تسهیلات و امکانات درمانی (درمانگاه‌ها وغیره)	۱۵/۸	۰/۰۷۰	۵	۰/۳۵
	۱۳- استقبال زیاد گردشگران از جاذبه ژئوتوریسمی غار آبی سهولان	۱۵/۲	۴	۰/۰۵۷	۱۴- عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده در این بخش	۱۵	۰/۰۶۶	۵	۰/۳۳
	۱۴- آب و هوای مناسب منطقه	۱۵/۸	۴	۰/۰۶۰	۱۵- عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی در این بخش	۱۶	۰/۰۷۱	۵	۰/۳۵۵
	۱۵- وجود کوههای اطراف محدوده غار جهت کوه پیمايي، پیاده روی و ...	۱۵/۸	۴	۰/۰۶۰	۱۶- ناشناخته بودن و عدم معرفی منطقه	۱۶	۰/۰۷۱	۵	۰/۳۵۵
	جمع	۸۰	۰/۳۰۲	۱/۳۳۸	۱۷- عدم وجود جاذبه‌های گردشگری انسان ساخت (مانند پارک‌ها و فضای سبز...)	۸/۲	۰/۰۳۶	۱	۰/۰۳۶
	۱۶- اعتقاد مسئولین به تأثیر تبلیغات و رسانه‌های گروهی (رادیو، تلویزیون و...)	۱۶/۸	۵	۰/۰۶۳	جمع	۹۴	۰/۴۱۵		۱/۶۸
	۱۷- اعتقاد مسئولین به تأثیر توزیع بروشور، راهنما و نقشه را در محل جاذبه‌های گردشگری برای تبلیغات	۱۵	۴	۰/۰۵۷	مجموع امتیازها	۸	۰/۹۶۸		۱/۵۴۳
	جمع	۳۱/۸	۰/۱۲	۰/۵۴۳	مجموع امتیازها	۲۶۳	۰/۹۹۱		۴/۱۶۱



جدول ۳- نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (EFAS)

عوامل خارجی										
شاخص	فرصت	وزن	وزن نسبی	درجه بندی	امتیاز وزنی	تهدید	وزن	وزن نسبی	درجه بندی	امتیاز وزنی
اقتصادی	۱- ایجاد تنوع در فعالیتهای اقتصادی ۲- افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی مردم ۳- کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال ۴- بهبود زیر ساخت‌ها و امکانات شهرستان	۱۶/۴	۰/۰۵۸	۵	۰/۲۹	۱- عدم تمایل مردم و بخش	۱۴/۸	۰/۱۰۵	۴	۰/۴۲
		۱۵/۴	۰/۰۵۴	۴	۰/۲۱۶	خصوصی جهت سرمایه گذاری در				
		۱۷/۲	۰/۰۶۱	۵	۰/۳۰۵	بخش گردشگری				
		۱۵/۲	۰/۰۵۴	۴	۰/۲۱۶	۲- عدم استقبال سرمایه گذاران				
	جمع	۶۴/۲	۰/۲۲۳		۱/۰۲۷	جمع	۱۲/۲	۰/۰۸۷	۲	۰/۱۷۴
فرهنگی	۵- توسعه تسهیلات فرهنگی در شهرستان ۶- امکان آشنایی مردم بومی با نحوه زندگی مردمان دیگر ۷- ایجاد امکان انتقال ارزش‌های فرهنگی مثبت به سایر مردمان ۸- کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال	۱۵/۶	۰/۰۵۴	۴	۰/۲۱۶	۳- تعارض میان فرهنگ گردشگران	۱۰	۰/۰۷۱	۱	۰/۰۷۱
		۱۵/۴	۰/۰۵۴	۴	۰/۲۱۶	۴- عدم آشنایی گردشگر با فرهنگ	۱۱/۲	۰/۰۷۹	۲	۰/۱۵۸
		۱۳/۶	۰/۰۴۸	۳	۰/۱۴۴	و آیین اعتقادی مردم منطقه	۱۵/۴	۰/۱۰۹	۵	۰/۵۴۵
		۱۷/۲	۰/۰۶۱	۵	۰/۳۰۵	۵- تبلیغات نادرست از فرهنگ و اعتقادات و رسومات مردم منطقه	۱۱/۴	۰/۰۸۱	۲	۰/۱۶۲
	جمع	۶۱/۸	۰/۲۱۷		۰/۸۸۱	جمع	۴۸	۰/۳۴		۰/۹۳۶
زیست‌محیطی	۹- آب و هوای منطقه ۱۰- پتانسیل‌های داخلی غار مانند قندیل‌ها و جاذبه‌های آبی ۱۱- وجود جاذبه‌های محیطی در محدوده غار ۱۲- قابلیت‌های بالای غار آبی سهولان برای جذب گردشگر	۱۵/۸	۰/۰۵۶	۴	۰/۲۲۴	۷- نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (همانند جاده‌ها و فاضلاب و...)	۱۴/۲	۰/۱۰۱	۴	۰/۴۰۴
		۱۷	۰/۰۶۰	۵	۰/۳	۸- تخریب محیط زیست توسط گردشگران	۱۱	۰/۰۷۸	۱	۰/۰۷۸
		۱۶/۲	۰/۰۵۷	۵	۰/۲۸۵					
		۱۶/۶	۰/۰۵۸	۵	۰/۲۹					
	جمع	۶۵/۶	۰/۲۳۱		۱/۰۹۹	جمع	۲۵/۲	۰/۱۷۹		۰/۴۸۲
توسعه	۱۳- اعتقاد مسئولین به تأثیر گردشگری در تنوع در فعالیتهای اقتصادی ۱۴- اعتقاد مسئولین به تأثیر گردشگری در افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی مردم ۱۵- اعتقاد مسئولین به تأثیر گردشگری در کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال ۱۶- امکان آشنایی مردم بومی با نحوه زندگی مردمان دیگر ۱۷- اعتقاد مسئولین به تأثیر سازمان‌های خصوصی در توسعه صنعت گردشگری ۱۸- اعتقاد مسئولین به تأثیر سرمایه‌داران در توسعه صنعت توریسم	۱۶/۴	۰/۰۵۸	۵	۰/۲۹	۹- عدم توجه دولت در زمینه توسعه گردشگری منطقه	۱۲/۲	۰/۰۸۷	۲	۰/۱۷۴
		۱۵/۴	۰/۰۵۴	۴	۰/۲۱۶	۱۰- نامناسب بودن امکانات تبلیغ جاذبه‌های گردشگری شهرستان	۱۱/۸	۰/۰۸۴	۲	۰/۱۶۸
		۱۷/۲	۰/۰۶۱	۵	۰/۳۰۵	۱۱- تعلل دولت در برنامه ریزی و سرمایه گذاری در زمینه توسعه گردشگری منطقه	۱۶	۰/۱۱۴	۵	۰/۵۷
		۱۵/۴	۰/۰۵۴	۴	۰/۲۱۶					
	جمع	۸۹/۹	۰/۳۱۵		۱/۲۱۷	جمع	۲۴	۰/۱۷۱		۰/۹۱۲
	مجموع امتیازها	۲۸۱/۴	۰/۹۸۶		۴/۲۲۴	مجموع امتیازها	۱۴۰/۲	۰/۹۹۶		۲/۹۲۴

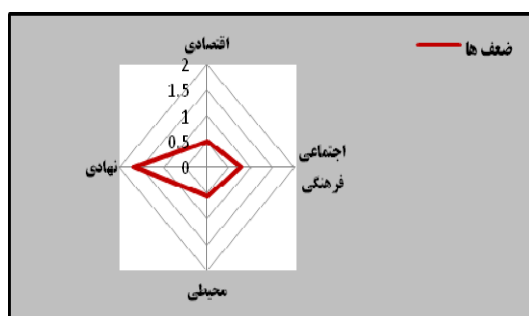
منبع: محاسبات نگارندگان



شکل ۲- نتایج امتیازبندی نقاط قوت

- نقاط ضعف

مطابق شکل (۳) بالاترین نقطه ضعف‌های توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان مربوط به عامل نهادی است. امتیاز وزنی این عامل ۱/۶۸ محاسبه شد که نشان دهنده ضعف‌های اساسی در این زمینه است. مهم‌ترین ضعف‌های نهادی شهرستان شامل نامناسب بودن امکانات تبلیغ جاذبه‌های گردشگری، عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده، عدم وجود جاذبه‌های گردشگری انسان ساخت در مجاورت غار و عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در بخش گردشگری است.



شکل ۳- نتایج امتیازبندی نقاط ضعف

- تجزیه و تحلیل عوامل خارجی ۱۴ (EFAS)

- فرصت‌ها

در شکل (۴) کشیدگی نمودار به طرف چهار عامل گرایش دارد که نشان می‌دهد منطقه در کلیه

چنان که در جدول‌های (۲) و (۳) مشاهده می‌شود ۱۷ نقطه قوت در برابر ۱۷ نقطه ضعف و ۱۸ فرصت در برابر ۱۱ تهدید برای توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان وجود دارد. در مجموع ۳۵ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و ۲۸ نقطه ضعف و تهدید به عنوان محدودیت‌ها و تنگنای توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان قابل شناسایی است.

۱-۳- تحلیل SWOT از عوامل مؤثر بر توسعه

ژئوتوریسم غار آبی سهولان

- تجزیه و تحلیل عوامل داخلی<sup>۱۳</sup> (IFAS)

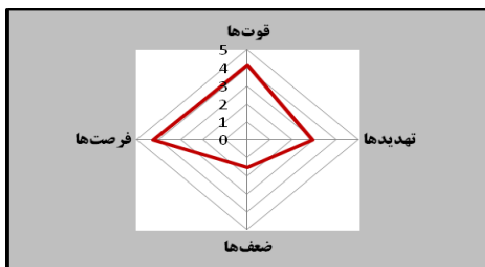
- نقاط قوت

نگاهی به شکل شماره (۲) نشان می‌دهد بیشترین نقاط قوت جهت توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان مربوط به عامل اقتصادی با امتیاز وزنی ۱/۳۳ و عامل محیطی با امتیاز وزنی ۱/۳۲ است. از مهم‌ترین نقطه قوت‌های عامل اقتصادی می‌توان به تأثیر توسعه ژئوتوریسم در ایجاد تنوع در فعالیت‌های اقتصادی منطقه، کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال، مناسب بودن روستای سهولان جهت ایجاد نمایشگاه و غرفه‌های عرضه و فروش صنایع دستی و محصولات محلی اشاره نمود. قابلیت‌های بالای غار سهولان برای جذب گردشگران، آب و هوای منطقه و وجود مناظر و چشم‌اندازهای کوهستانی اطراف غار به عنوان مهم‌ترین نقاط قوت محیطی شناسایی شدند. عامل نهادی با امتیاز وزنی ۰/۵۴ کم‌ترین امتیاز را به خود اختصاص داده است که می‌توان آن را ناشی از کم بودن نقاط قوت منطقه در زمینه نهادی و اعتقاد مسئولان به تأثیرات کم تبلیغات در توسعه گردشگری منطقه دانست.

پس از تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی، به منظور تبیین وضعیت کلی ژئوتوریسم این محدوده، به صورت سیستماتیک به بررسی تطبیقی این عوامل پرداخته شده است؛ شکل (۶) این وضعیت را نشان می‌دهد. همان طور که مشاهده می‌شود کشیدگی نمودار به سمت فرصت‌ها و قوت‌ها گرایش دارد. بالا بودن امتیاز هر یک از فرصت‌ها (مجموع امتیاز وزنی ۴/۲۲) و قوت‌ها (مجموع امتیاز وزنی ۴/۱۶)، نشان دهنده توانمندی‌های بالای منطقه در زمینه توسعه ژئوتوریسم است ولی در عین حال در زمینه توسعه ژئوتوریسم غار سهولان ضعف‌های اساسی وجود دارد و تهدیدهای اساسی نیز ژئوتوریسم غار را تهدید می‌نماید.

جدول ۴- امتیاز نهایی شاخص‌ها

شاخص	امتیاز
قوت‌ها	۴/۱۶
ضعف‌ها	۱/۵۴
فرصت‌ها	۴/۲۲
تهدیدها	۲/۹۲



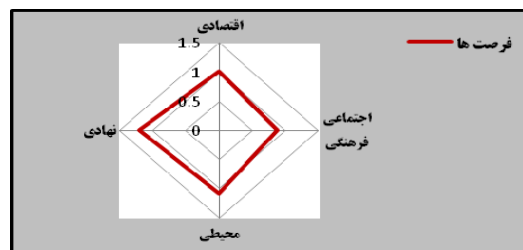
شکل ۶- بررسی تطبیقی SWOT از نقاط قوت و

ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

### ۳-۲- تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS)

پس از تجزیه و تحلیل جدول‌های عوامل داخلی و خارجی و ترکیب آن‌ها، مهم‌ترین عوامل استراتژیک در توسعه ژئوتوریسم غار سهولان ارائه شده است. با تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک، برنامه‌ریزانی که

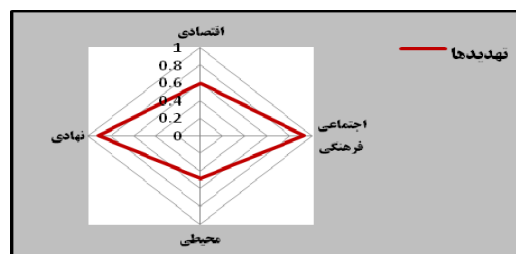
ابعاد اقتصادی، اجتماعی فرهنگی، محیطی و نهادی فرصت‌های بسیار زیادی برای توسعه ژئوتوریسم دارد که با برنامه‌ریزی‌های اصولی و تغییر رویکردهای حاضر می‌توان از این مزیت‌ها استفاده لازم را نمود.



شکل ۴- نتایج امتیازبندی فرصت‌ها

- تهدیدها

مطابق شکل (۵) مهم‌ترین تهدیدهای توسعه ژئوتوریسم غار سهولان شامل تهدید اجتماعی فرهنگی با امتیاز وزنی ۰/۹۳ و تهدید نهادی با امتیاز وزنی ۰/۹۱ است. از مهم‌ترین تهدیدهای اجتماعی فرهنگی می‌توان به تبلیغات نادرست از فرهنگ و اعتقادات و رسومات مردم منطقه اشاره کرد. مهم‌ترین تهدید نهادی تعلل دولت در برنامه ریزی و سرمایه‌گذاری در زمینه توسعه گردشگری منطقه شناسایی شد. با توجه به نقش مهم دولت در توسعه طرح‌های حفظ محیط زیست، در صورت عدم توجه به این تهدید دامنه تهدیدات به سمت عوامل محیطی نیز گرایش پیدا خواهد کرد و ژئوتوریسم این منطقه را چالش‌های جدی مواجه خواهد ساخت.



شکل ۵- نتایج امتیازبندی تهدیدهای توسعه اکوتوریسم

شهرستان

تصمیم‌های استراتژیک اتخاذ می‌کنند، می‌توانند نقاط قوت، نقاط ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها را به تعداد کم‌تری از عوامل محدود نمایند. در واقع، عوامل داری امتیاز بالاتر در دو جدول عوامل داخلی و خارجی از حیث وزن، به جدول تجزیه و تحلیل عوامل

استراتژیک منتقل شدند. بر این اساس مهم‌ترین عوامل استراتژیک توسعه ژئوتوریسم در قالب جدول SFAS تهیه شده که این عوامل بعنوان مبنا و پایه در تدوین استراتژی توسعه ژئوتوریسم منطقه مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

جدول ۵- تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS)

امتیاز وزنی	درجه‌بندی	وزن نسبی	وزن	عوامل استراتژیک
۰/۳۱	۵	۰/۰۶۲	۱۶/۴	S1- ایجاد تنوع در فعالیتهای اقتصادی
۰/۲۳۲	۴	۰/۰۵۸	۱۵/۴	S2- افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی مردم بومی
۰/۳۲۵	۵	۰/۰۶۵	۱۷/۲	S3- کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال
۰/۲۴	۴	۰/۰۶۰	۱۶	S4- مناسب بودن اطراف غار یا روستای سهولان جهت ایجاد نمایشگاه و عرضه صنایع دستی و
۰/۳۳	۵	۰/۰۶۶	۱۷/۶	S5- روحیه مهمان نوازی مردم مهاباد جهت جذب گردشگر
۰/۳۱	۵	۰/۰۶۳	۱۶/۶	S6- قابلیت بالای غار آبی سهولان برای جذب گردشگر
۰/۲۴	۴	۰/۰۶۰	۱۵/۸	S7- آب و هوای مناسب منطقه
۰/۲۴	۴	۰/۰۶۰	۱۶	S8- وجود کوههای اطراف محدوده غار، کوه پیمایی، پیاده روی
۰/۳۵۵	۵	۰/۰۷۱	۱۶	W1- عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری جهت توسعه ژئوتوریسم غار سهولان
۰/۲۵۲	۴	۰/۰۶۳	۱۴/۲	W2- نا مناسب بودن زیر ساخت‌های محیطی و کالبدی(همانند جاده
۰/۳۵	۵	۰/۰۷۰	۱۵/۸	W3- نا مناسب بودن امکانات و تسهیلات درمانی(درمانگاه و غیره
۰/۳۳	۵	۰/۰۶۶	۱۵	W4- عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده در این بخش
۰/۳۵۵	۵	۰/۰۷۱	۱۶	W5- عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی در این بخش
۰/۳۵۵	۵	۰/۰۷۱	۱۶	W6- ناشناخته بودن و عدم معرفی منطقه
۰/۲۱۶	۴	۰/۰۵۴	۱۵/۲	O1- بهبود زیر ساختها و امکانات در شهرستان
۰/۲۱۶	۴	۰/۰۵۴	۱۵/۶	O2- توسعه تسهیلات فرهنگی در شهرستان
۰/۲۸۵	۵	۰/۰۵۷	۱۶/۲	O3- وجود جاذبه‌های محیطی در داخل غار مانند قندیل‌ها و جاذبه‌های آبی
۰/۲۹	۵	۰/۰۵۸	۱۶/۶	O4- قابلیت‌های بالای محیط پیرامون غار آبی سهولان
۰/۲۹	۵	۰/۰۵۸	۱۶/۴	O5- اعتقاد مسئولین به تأثیر گردشگری در تنوع در فعالیتهای اقتصادی
۰/۲۱۶	۴	۰/۰۵۴	۱۵/۴	O6- اعتقاد مسئولین به تأثیر گردشگری در افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی -
۰/۳۰۵	۵	۰/۰۶۱	۱۷/۲	O7- اعتقاد مسئولین به تأثیر گردشگری در کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال
۰/۴۲	۴	۰/۱۰۵	۱۴/۸	T1- عدم تمایل مردم و بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری
۰/۵۷	۵	۰/۱۱۴	۱۶	T2- عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی در زمینه توسعه گردشگری -
۰/۵۴۵	۵	۰/۱۰۹	۱۵/۴	T3- تبلیغات نادرست از فرهنگ و اعتقادات و رسومات مردم منطقه
۰/۴۰۴	۴	۰/۱۰۱	۱۴/۲	T4- نا مناسب بودن زیر ساختهای محیطی و کالبدی(مانند جاده‌ها و فاضلاب..)

منبع: محاسبات نگارندگان

#### ۴- نتیجه گیری

بررسی عوامل داخلی و خارجی با استفاده از مدل SWOT نشان می‌دهد که منطقه مورد مطالعه با ۱۷ نقطه قوت و امتیاز وزنی ۴/۱۶ و ۱۸ فرصت و امتیاز وزنی ۴/۲۲ در مقابل ۱۷ نقطه ضعف و امتیاز وزنی ۱/۵۴ و ۱۱ تهدید و امتیاز وزنی ۲/۹۲، توانمندی‌های بسیار زیادی برای توسعه ژئوتوریسم در منطقه شمال غرب کشور دارد ولی ضعف‌ها و تهدیدهای موجود مانع از بالفعل شدن این توانمندی‌ها گردیده است. بر این اساس جهت رفع تهدیدها و ضعف‌ها و استفاده از فرصت‌ها و مزیت‌های موجود، بر پایه جدول تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک و تداخل هر یک عوامل بر یکدیگر، راهبردهای چهارگانه رقابتی/تهاجمی (SO)، تنوع (ST)، بازنگری (WO)، و تدافعی (WT) تدوین می‌شود.

- استراتژی‌های توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان

- راهبردهای رقابتی/تهاجمی (SO)

در این راهبردها تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است. در واقع استراتژی‌هایی هستند که براساس بررسی راه‌هایی که یک مجموعه می‌تواند برای بهره‌گیری از نقاط قوت خود و به منظور سود بردن از فرصت‌ها بپیماید، طراحی و ساخته می‌شوند.

- توسعه آگروتوریسم بخصوص تورهای باغ گردی در اطراف غار سهولان جهت کسب درآمد و افزایش سطح رفاه مردم منطقه و نیز جلوگیری از تخریب باغات، مزارع و پوشش گیاهی.

- ایجاد نمایشگاه‌ها و بازارهای هفتگی در مجاورت غار و روستای سهولان جهت عرضه و فروش صنایع دستی و اقلامی مانند لبنیات، غذاهای محلی، عسل و ...

- با توجه به این که مسئولان و کارشناسان شهرستان اعتقاد راسخی به تأثیر ژئوتوریسم غار سهولان در افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی، کاهش بیکاری و تنوع فعالیت‌های اقتصادی دارند، بایستی بودجه، اعتبارات کافی در اختیار این افراد قرار داده شود تا بتوانند در راستای توسعه ژئوتوریسم این منطقه گام بردارند.

- بهره‌گیری از توان محیط‌های کوهستانی اطراف غار برای ایجاد چشم اندازهای زیبا مانند پارک جنگلی و کوهستانی و نیز تعیین و ایجاد مسیرهای ویژه در این منطقه برای انواع ورزش‌ها مانند کوهپیمایی و صخره نوردی.

- توجه به قابلیت‌های بالای غار آبی سهولان برای جذب گردشگر و برنامه ریزی توسعه پایدار جهت حفظ پتانسیل‌های این غار.

- راهبردهای تنوع (ST)

این راهبردها در تنوع بخشی بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز بوده و نقاط قوت را به عنوان روشی برای پرهیز از تهدیدها مورد توجه قرار می‌دهند.

- ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاران و مردم بومی جهت شرکت و سرمایه گذاری در طرح‌های توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان.

- تنوع بخشیدن به امکانات و تسهیلات مطابق با خواسته‌های گردشگران و تلاش در جهت بالا بردن ماندگاری گردشگران در این منطقه.

#### ۵-۴- راهبردهای تدافعی (WT)

این راهبردها بر نقاط ضعف درونی و تهدیدهای بیرونی استوار هستند و اساساً ماهیتی تدافعی دارند و بر حداقل کردن نقاط ضعف و رفع آسیب‌پذیری مجموعه تاکید می‌کنند.

- انجام مطالعات و تحقیقات گسترده و برنامه‌ریزی برای معرفی غار سهولان به عنوان ژئوپارک منطقه شمال غرب کشور.

- تخصیص بودجه و اعتبارات کافی جهت معرفی و تبدیل روستای سهولان به منطقه ویژه گردشگری.

- ارائه چشم‌انداز توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان برای دوره‌های چندساله.

در نهایت، اگر نقاط ضعف و تهدیدهای توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان کاهش یابد و از مزایا و نقاط قوت موجود استفاده شود، می‌توان این منطقه را به یکی از قطب‌های ژئوتوریسم کشور تبدیل نمود. با توجه به جایگاه مهم این محدوده در زمینه توسعه ژئوتوریسم و تأثیرات مهم توسعه ژئوتوریسم در توسعه اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و محیطی، می‌توان از این رویکرد به عنوان یکی از ابزارهای مهم، کم هزینه و سودمند در توسعه پایدار منطقه استفاده نمود.

- بازنگری به نوع و نحوه برنامه ریزی و حمایت دولتی درباره توسعه ژئوتوریسم این منطقه و بهره گیری منطقی از نهادها، قوانین و مقررات جهت توسعه و تجهیز زیر ساختها، تسهیلات و تجهیزات گردشگری منطقه.

- با توجه به پتانسیل‌های بالای غار سهولان جهت توسعه ژئوتوریسم و شرایط جغرافیایی این ناحیه و در کل به صرفه بودن سرمایه گذاری‌ها در این منطقه، بایستی توسعه زیر ساخت‌های کالبدی مانند جاده، تقویت دسترسی و حمل و نقل در اولویت برنامه‌ریزی توسعه ژئوتوریسم قرار داده شود.

#### - راهبردهای بازنگری (WO)

در راهبردهای بازنگری ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف مجموعه است.

- استفاده از تسهیلات فرهنگی شهرستان در معرفی و شناسایی فرهنگ و آداب و رسوم مردم شهرستان مهاباد و از این طریق ترغیب و جذب گردشگران به این منطقه.

- ایجاد پایگاه‌ها و تجهیزات پزشکی و درمانی از جمله پزشک، آمبولانس و نیروهای امداد در مجاورت غار.

- تخصیص بودجه و اعتبارات کافی به مسئولین جهت تبلیغ و شناسایی و معرفی ارزش‌های ژئوتوریسمی غار سهولان در سطح ملی و منطقه‌ای.

جدول ۶- ماتریس راهبردها و راهکارهای توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان

<p>تهدیدها (T):</p> <p>T<sub>۱</sub>- عدم تمایل مردم و بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری</p> <p>T<sub>۲</sub>- تعلل دولت در برنامه ریزی و سرمایه گذاری در زمینه توسعه گردشگری منطقه</p> <p>T<sub>۳</sub>- تبلیغات نادرست از فرهنگ و اعتقادات و رسومات مردم منطقه</p> <p>T<sub>۴</sub>- نامناسب بودن زیر ساختهای محیطی و کالبدی (مانند جاده‌ها و فاضلاب..)</p>	<p>فرصت‌ها (O):</p> <p>O<sub>۱</sub>- بهبود زیر ساختها و امکانات در شهرستان</p> <p>O<sub>۲</sub>- توسعه تسهیلات فرهنگی در شهرستان</p> <p>O<sub>۳</sub>- وجود جاذبه‌های محیطی در داخل غار مانند قندیل‌ها و جاذبه‌های آبی</p> <p>O<sub>۴</sub>- قابلیت‌های بالای محیط پیرامون غار آبی سهولان</p> <p>O<sub>۵</sub>- قابلیت‌های بالای محیط پیرامون غار آبی سهولان</p> <p>O<sub>۶</sub>- اعتقاد مسئولین به تأثیر گردشگری در افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی-</p> <p>O<sub>۷</sub>- ایجاد امکان انتقال ارزش‌های فرهنگی مثبت به سایر مردمان</p> <p>O<sub>۸</sub>- اعتقاد مسئولین به تأثیر گردشگری در کاهش بیکاری و ایجاد</p>	<p>تحلیل SWOT</p> 
<p>راهبردهای تنوع (ST):</p> <p>- ترغیب و تشویق سرمایه گذاران و مردم بومی جهت شرکت و سرمایه گذاری در طرح‌های توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان.</p> <p>- بازنگری به نوع و نحوه برنامه ریزی و حمایت دولتی درباره توسعه ژئوتوریسم این منطقه و بهره گیری منطقی از نهادها، قوانین و مقررات جهت توسعه و تجهیز زیر ساختها، تسهیلات و تجهیزات گردشگری منطقه.</p> <p>- با توجه به پتانسیل‌های بالای غار سهولان جهت توسعه ژئوتوریسم و شرایط جغرافیایی این ناحیه و در کل به صرفه بودن سرمایه گذاری‌ها در این منطقه، بایستی توسعه زیر ساخت‌های کالبدی مانند جاده، تقویت دسترسی و حمل و نقل در اولویت برنامه ریزی توسعه ژئوتوریسم قرار داده شود.</p>	<p>راهبردهای رقابتی / تهاجمی (SO):</p> <p>- توسعه آگروتوریسم بخصوص تورهای باغ گردی در اطراف غار سهولان جهت کسب درآمد و افزایش سطح رفاه مردم منطقه و نیز جلوگیری از تخریب باغات، مزارع و پوشش گیاهی.</p> <p>- ایجاد نمایشگاه‌ها و بازارهای هفتگی در مجاورت غار و روستای سهولان جهت عرضه و فروش صنایع دستی و اقلامی مانند لبنیات، غذاهای محلی، عسل و ....</p> <p>- با توجه به این که مسئولین و کارشناسان شهرستان اعتقاد راسخی به تأثیر ژئوتوریسم غار سهولان در افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی، کاهش بیکاری و تنوع فعالیت‌های اقتصادی دارند، بایستی بودجه، اعتبارات و اختیارات لازم به این افراد داده شود تا بتوانند در راستای توسعه ژئوتوریسم این منطقه گام بردارند.</p> <p>- بهره گیری از توان محیط‌های کوهستانی اطراف غار برای ایجاد چشم اندازهای زیبا مانند پارک جنگلی و کوهستانی و نیز تعیین و ایجاد مسیرهای ویژه در این منطقه برای انواع ورزش‌ها مانند کوهپیمایی و صخره نوردی.</p> <p>- توجه به قابلیت‌های بالای غار سهولان برای جذب گردشگر و برنامه‌ریزی توسعه پایدار جهت حفظ پتانسیل‌های غار.</p>	<p>قوت‌ها (S):</p> <p>S<sub>۱</sub>- ایجاد تنوع در فعالیتهای اقتصادی</p> <p>S<sub>۲</sub>- افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی مردم بومی</p> <p>S<sub>۳</sub>- کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال</p> <p>S<sub>۴</sub>- مناسب بودن روستای سهولان جهت ایجاد نمایشگاه و غرفه‌های عرضه و فروش صنایع دستی و محصولات محلی برای گردشگران</p> <p>S<sub>۵</sub>- روحیه مهمان نوازی مردم مهیاد جهت جذب گردشگر</p> <p>S<sub>۶</sub>- قابلیت بالای غار آبی سهولان برای جذب گردشگر</p> <p>S<sub>۷</sub>- آب و هوای مناسب منطقه</p> <p>S<sub>۸</sub>- وجود کوه‌های اطراف محدوده غار جهت کوه پیمایی، پیاده روی</p>
<p>راهبردهای تدافعی (WT):</p> <p>- انجام مطالعات و تحقیقات گسترده و برنامه‌ریزی جهت معرفی غار سهولان به عنوان ژئوپارک منطقه شمال غرب کشور.</p> <p>- تخصیص بودجه و اعتبارات کافی جهت معرفی و تبدیل روستای سهولان به منطقه ویژه گردشگری.</p> <p>- توسعه و بهبود امکانات موجود از جمله انتقال پارکینگ به مکانی نزدیک غار و ایجاد تأسیسات برق اضطراری به غار.</p> <p>- بازنگری در نوع و نحوه برنامه‌ریزی و حمایت دولتی از ژئوتوریسم منطقه</p>	<p>راهبردهای بازنگری (WO):</p> <p>- استفاده از تسهیلات فرهنگی شهرستان در معرفی و شناسایی فرهنگ و آداب و رسوم مردم شهرستان مهیاد و از این طریق ترغیب و جذب گردشگران به این منطقه.</p> <p>- ایجاد پایگاه‌ها و تجهیزات پزشکی و درمانی از جمله پزشک، آمبولانس و نیروهای امداد و نجات در مجاورت غار.</p> <p>- تخصیص بودجه و اعتبارات کافی به مسئولین جهت تبلیغ و شناسایی و معرفی ارزش‌های ژئوتوریسمی غار سهولان در سطح ملی و منطقه ای.</p> <p>- تنوع بخشیدن به امکانات و تسهیلات مطابق با خواسته‌های گردشگران و تلاش در جهت بالا بردن ماندگاری گردشگران در این منطقه.</p>	<p>ضعف‌ها (W):</p> <p>W<sub>۱</sub>- عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی جهت توسعه گردشگری غار آبی سهولان</p> <p>W<sub>۲</sub>- نامناسب بودن زیرساختهای محیطی و کالبدی (همانند جاده تسهیلات ارتباطی و حمل و نقل جاده‌های شهر</p> <p>W<sub>۳</sub>- نامناسب بودن تسهیلات و امکانات درمانی (درمانگاه‌ها و غیره)</p> <p>W<sub>۴</sub>- عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده در این بخش</p> <p>W<sub>۵</sub>- ناشناخته بودن و عدم معرفی منطقه</p>

مأخذ: یافته‌های تحقیق

- C. Frechtling, D. (2001), *Forecasting tourism demand: Methods and strategies*. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Dowling, R. K. (2011). *Geotourism's global growth*. *Geoheritage*, 3(1), 1-13.
- Dowling, R., Newsome, D. (2006), *Geotourism; Sustainability, impacts and management*. Oxford, Butterworth-Heinemann.
- Goeldner, C., Brent Ritchie, J.R. (2006), *Tourism principles practices philosophies*. Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Holden, A. (2008), *Environment and tourism*. New York: Routledge.
- Kim, S., etl. (2008), *Cave tourism: Tourists' characteristics, Motivations to visit*. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 13, No. 3, pp. 299-318.
- Liang Lee, K., Chih Huang, W., Yuan Teng, J. (2009), *Locating the competitive relation of global logistics hub using quantitative SWOT analytical method*. *Quant*, pp. 87-107.
- McDonald, M. H. B. (1993), *Marketing plans*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Newsome, D. (2006), *Geotourism sustainability, impacts and management*. Oxford, Butterworth-Heinemann.
- Novelli, M. (2005), *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases*. Oxford, Butterworth-Heinemann.
- Polovitz, N., etl. (2011), *Measuring geotourism: Developing and testing the geotraveler tendency scale (GTS)*. *Journal of Travel Research*, pp. 567-578.
- Torabi Farsani, N., etl. (2011), *Geotourism and geoparks as strategies for socio-economic development in rural areas*. *International Journal of Tourism Research*, pp. 68-81.
- Tribe, J. (2009), *Philosophical issues in tourism*. Channel View Publications.
- Weaver, D. (2001), *The encyclopedia of ecotourism*. Wallingford, CABI Publishing.
- Yuksel, I., Dagdeviren, M. (2007), *Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis - A case study for a textile firm*. *Information Sciences* 177 (2007) 3364-3382.
- منابع  
اصغری مقدم، اصغر و همکاران (۱۳۸۵)، مطالعه ژئومورفولوژی و زمین شناسی غار آبی سهولان، نشریه دانشکده علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه تبریز، صص ۹۱-۵۹.
- بیاتی، مریم و همکاران (۱۳۸۹)، ژئوتوریسم و رویکردهای نو در بهره‌گیری از جاذبه‌های ژئومورفولوژیکی، مطالعه موردی: غار کرفتو استان کردستان، مجله فضای جغرافیایی، شماره ۲۹، صص ۲۷-۵۰.
- ثروتی، محمدرضا، کزازی، الهام (۱۳۸۵)، ژئوتوریسم و فرصت‌های برنامه‌ریزی آن در استان همدان، مجله فضای جغرافیایی، شماره ۱۶.
- خداوردیزاده، محمد، و همکاران (۱۳۹۰)، برآورد ارزش‌های اکوتوریسمی با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط، مطالعه موردی: غار آبی سهولان، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۲۳، صص ۲۱۶-۲۰۳.
- فاضل نیا، غریب، هدایت، صلاح (۱۳۸۹)، راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زریبار، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۱۹، صص ۱۷۰-۱۴۵.
- کرمی، فریبا (۱۳۸۶)، توانمندی‌های ژئوتوریسم در توسعه کندوان، مجله فضایی جغرافیایی، شماره ۲۰، صص ۱۱۵-۱۲۹.
- Arslan, O., Deha Er, I. (2008), *SWOT analysis for safer carriage of bulk liquid chemicals in tankers*. *Journal of Hazardous Materials* 154 (2008) 901-913.
- Beigi, h., Pakzad p. (2010), *Investigating geotourism capabilities of the Gavkhoni Wetland according to the SWOT model*. *Journal of Sustainable Tourism* IV, pp. 169-179.





University Of Isfahan

Urban - Regional Studies and Research Journal

Vol 5 – No. 17 - Summer 2013

ISSN (online): 2252-0848

ISSN (Print): 2008-5354

<http://uijs.ui.ac.ir/urs>

# Suitable Strategies for the Development of Sahoolan Watery Cave Geotourism

**H. Nouri, N. Moradi Hovasin, M. Khoshnazar**

Received: October 08, 2011 / Accepted: April 10, 2012, 15-18 P

## Extended abstract

### 1-Introduction

Today, tourism is one of the largest and most beneficial industries in the world and in many countries it is used as a development strategy. Geotourism or geological tourism is emerging as a new global phenomenon. It is a form of natural area tourism that specifically focuses on geology and landscape. Because of appropriate planning and recognizing advantages and limitations, this kind of tourism can play an important role in the national development and diversification of local economy. There is a wide variety of caves in Iran, including calcareous (karst), salt, ancient and human-made caves which Sahoolan is one of the most important of

them. Though Sahoolan has a great range of potentials for geotourism development, geotourism is just emerging and taking its first developmental steps. So these questions arise: What are the potentialities and limitations of Geotourism development in this region? Which strategies are required for developing this type of tourism and following national and regional development?

### 2. Theoretical Bases

Geotourism is a new phenomenon in tourism industry. It is defined as tourism activity pertaining to geology and geomorphology, and the natural resources of landscape, landforms, fossil beds, rocks and minerals, with an emphasis on appreciating the processes that are creating and have created such features. Geotourism's first definition appeared after 1990s. An early definition of geotourism was made by Thomas Hose. He specifically focused on geology and geomorphologic sites. The goal of geotourism is to maintain the character of place. It is not just travelling to undisturbed natural areas or to centers of human activity

---

#### Author (s)

**H. Nouri**

Associate Professor of Geography and Rural Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran

**N. Moradi Hovasin** (✉)

Ph.D Student of Geography and Rural Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran  
e-mail: [nt.moradi@hotmail.com](mailto:nt.moradi@hotmail.com)

**M. Khoshnazar**

MA. Student in Geography and Tourism Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran

but travelling to destinations where nature and humans come together to produce a working landscape. The focus is to encourage visitation to an area by visitors who value the same working landscapes valued by the residents. Ideally, geotourism can be beneficial for both the tourist and the host because it can provide the tourist with an “authentic” experience while holistically sustaining the destination’s unique qualities. There are five characteristics that are considered to be essential for a product to be regarded as geotourism:

- Geologically Based
- Sustainable
- Geologically Informative
- Locally Beneficial
- Tourist Satisfaction

Caves are one of the most important attractions of geotourism. Cave tourism is likely to be preferred, especially by those who have great interest in enjoying the picturesque and wondrous scenery of caves and their surrounding environment, and who are interested in the conservation of geological landscapes or features. In addition, cave tourism is likely to be enjoyed by those who have a desire to gain new knowledge related to geology, geography, mineralogy and anthropology.

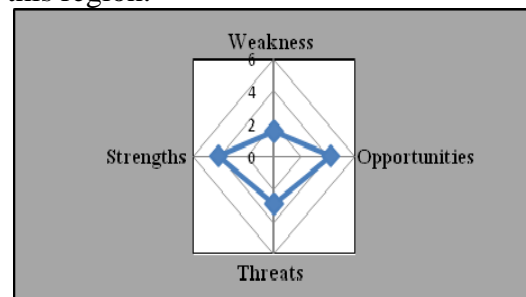
### 3- Discussion

In this study, after preparing indicators list and refining and classifying them, collection of this indices are separated in the four thematic categories which includes economic, social, environmental and institutional factors. Then, the data are analyzed in terms of weight, relative weight and weight score. After that, for determining the status of four indices the final score is offered. Finally, current situation with aggregating of four indices in terms of internal and external factors are conceived. Comparison of internal and external factors

shows that there are 17 strength against 17 weakness and 18 opportunities against 11 threats against the development of Sahoolan watery cave. Totally there are 35 strengths and opportunities as advantages and 28 weakness and threats as limitations and obstacles against Sahoolan geotourism development. Analysis of the interior factors shows that the highest strengths for development of Sahoolan geotourism associate with economic factor. Institutional factors constitute the highest point of weakness for Sahoolan Geotourism development. Analysis of external factors, which include opportunities and threats, suggests that while the region enjoy opportunities in all dimensions of economic, social, cultural, environmental and institutional for geotourism development but serious threats include social-cultural and institutional threaten Geotourism in this region.

### 4. Conclusion

Investigating internal and external factors by using SWOT model shows that the study area with the sum of 17 strengths and with weight points of 4.16 and 18 opportunities with weight points of 4.22 against 17 weakness with weight points of 1.54 and sum of 11 threats with weight points of 2.92 has many potentials and capabilities for geotourism development in northwest of Iran but current weakness and threats are the main obstacles of geotourism development in this region.



## 5- Suggestions

After analysis of the internal and external factors and composition of them, the most important strategic factors for Sahoolan geotourism development have been offered. These factors have been used as the basis and groundwork for determining Sahoolan Geotourism development strategies. So in order to decrease threats and weaknesses and take advantage of opportunities and strengths, the following four strategies have been suggested:

- SO Strategies: These strategies focus on internal strengths and external opportunities.

- ST Strategies: These strategies focus on internal strengths and external threats.

-WO Strategies: These strategies focus on external opportunities in order to decrease weaknesses.

-WT Strategies: These strategies are based on internal weaknesses and external threats and basically, they are defensive in nature.

**Key Words:** Tourism, Geotourism, Sahoolan Cave, SWOT Model.

## References

- Arslan, O., Deha Er, I. (2008), SWOT analysis for safer carriage of bulk liquid chemicals in tankers. *Journal of Hazardous Materials* 154 (2008) 901–913.
- Asghari M., etl. (2006), The study of geomorphology and geology of Sahoolan watery cave. *Journal of Faculty of Humanities and Social Sciences, Tabriz University*, pp. 59-91.
- Bayati, M., etl. (2010), Geotourism and new approaches in utilizing of geomorphological attractions, a case study: Carafto cave in Kurdistan province, *Journal of Geographic Space*, No. 29, pp. 27-50.
- Beigi, h., Pakzad p. (2010), Investigating geotourism capabilities of the Gavkhoni Wetland according to the SWOT model. *Journal of Sustainable Tourism* IV, pp. 169-179.
- C. Frechtling, D. (2001), *Forecasting tourism demand: Methods and strategies*. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Dowling, R. K. (2011). Geotourism's global growth. *Geoheritage*, 3(1), 1-13.
- Dowling, R., Newsome, D. (2006), *Geotourism; Sustainability, impacts and management*. Oxford, Butterworth-Heinemann.
- Fazelniya, G., Hedayat, S. (2010), Suitable strategies for tourism development of Zarivar lake, *Journal of Geography and Development*, No. 19, pp. 145-170.
- Goeldner, C., Brent Ritchie, J.R. (2006), *Tourism principles practices philosophies*. Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Holden, A. (2008), *Environment and tourism*. New York: Routledge.
- Karami, F. (2005), Potentials of geotourism in Kandovan development, *Journal of Geographic Space*, No. 20, pp. 115-129.
- Khodaverdizadeh, M., etl. (2011), estimation of ecotourism values by using Contingent valuation method, A case study: Sahoolan cave, *Journal of Geography and Development*, No. 23, pp. 203-216.
- Kim, S., etl. (2008), Cave tourism: Tourists' characteristics, Motivations to visit. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 13, No. 3, pp. 299-318.
- Liang Lee, K., Chih Huang, W., Yuan Teng, J. (2009), Locating the competitive relation of global logistics hub using quantitative SWOT analytical method. *Quant*, pp. 87–107.
- McDonald, M. H. B. (1993), *Marketing plans*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Newsome, D. (2006), *Geotourism sustainability, impacts and management*. Oxford, Butterworth-Heinemann.

- Novelli, M. (2005), *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases*. Oxford, Butterworth-Heinemann.
- Polovitz, N., etl. (2011), *Measuring geotourism: Developing and testing the geotraveler tendency scale (GTS)*. *Journal of Travel Research*, pp. 567 – 578.
- Sarvati, M., Kozazi, A. (2006), *Geotourism and it's planning opportunities in Hamadan Province*, *Journal of Geographic Space*, No. 16, pp. 1-37.
- Torabi Farsani, N.,etl. (2011), *Geotourism and geoparks as strategies for socio-economic development in rural areas*. *International Journal of Tourism Research*, pp. 68–81.
- Tribe, J. (2009), *Philosophical issues in tourism*. Channel View Publications.
- Weaver, D. (2001), *The encyclopedia of ecotourism*. Wallingford, CABI Publishing.
- Yuksel, I., Dagdeviren, M. (2007), *Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis – A case study for a textile firm*. *Information Sciences* 177 (2007) 3364–3382.