

ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران

میرستار صدر موسوی - استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه تبریز*

جواد دخیلی کهنموئی - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری - مرکز آموزش عالی فنی تبریز

دریافت مقاله: ۱۳۸۴/۵/۳۰ تایید نهایی: ۱۳۸۴/۱۰/۲۶

چکیده

بر اساس گزارش‌های ارائه شده به وسیله سازمان جهانی گردشگری، درآمد اغلب کشورها از گردشگری در سال‌های اخیر با سرعتی چشمگیر در حال افزایش بوده است. استان آذربایجان شرقی علی‌رغم دارا بودن قابلیت‌های بسیار بالا، نتوانسته است هماهنگ با این رشد، صنعت گردشگری (خارجی و داخلی) خود را متحول سازد. مقاله حاضر با هدف یافتن پاسخ به این سؤال که چه عامل یا عواملی باعث شده است تا این سرزمین از مزایای متعدد گردشگری بی‌بهره بماند، تهیه شده است. مقاله بر اساس یافته‌ها و نتایج یک بررسی میدانی از سه جاذبه گردشگری استان آذربایجان شرقی (کندوان، قلعه بابک و شرفخانه) در تابستان ۱۳۸۲ تهیه شده است. تحقیق به صورتی برنامه‌ریزی شده است که ضمن شناخت ویژگی‌های گردشگران، میزان رضایت آنان از امکانات و خدمات گردشگری مناطق گردشگری استان ارزیابی شده و پیشنهادهای برای استفاده بهینه از قابلیت‌ها و امکانات موجود گردشگری ارائه نماید. براساس نتایج به دست آمده، مکان‌های گردشگری استان در اغلب زمینه‌ها فاقد امکانات و تسهیلات لازم برای جلب رضایت گردشگران می‌باشند. برنامه‌ریزی اصولی و به‌ویژه تهیه و اجرای طرح جامع گردشگری استان نه تنها می‌تواند امکان جذب گردشگر بیشتر را فراهم آورد، بلکه می‌تواند آثار زیان‌بار توسعه گردشگری بر محیط زیست و فرهنگ جامعه را نیز کاهش دهد. در خاتمه پیشنهادهای برای توسعه گردشگری استان ارائه شده است.

کلید واژه‌ها: گردشگر، خدمات گردشگری، آذربایجان شرقی، قلعه بابک، کندوان.

مقدمه

گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در سال‌های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه‌ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به بهسازی زیستگاه‌های حیات وحش، توسعه نواحی روستایی دارای جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از برون کوچی جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است (صدر موسوی و دخیلی کهنموئی ۱۳۸۳، ۹۲). در کنار مزایای صنعت گردشگری بعضی عواقب منفی از جمله در اقتصادهای وابسته و در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی در کشورهای گردشگر پذیر مشاهده شده است.

در دهه‌های اخیر، اهمیت گردشگری در سطح بین‌المللی هم از لحاظ تعداد گردشگران و هم از لحاظ درآمد ارزی همواره و به طور بی‌سابقه‌ای در حال افزایش بوده است (Pigozzi B. and Sambrook R. 2005, Thomas R.) و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۱۰ سالیانه بیش از یک میلیارد جهانگرد در سراسر جهان سفر کنند. در سال ۲۰۰۰ بیش از ۶۹۸ میلیون نفر به یک کشور غیر از کشور خود مسافرت کردند که در این میان حدود ۵۰۰ میلیارد دلار، از این طریق عاید کشورهای میزبان شد. درآمد از طریق گردشگری با رشدی معادل ۱۰/۳ درصد بین سالهای ۲۰۰۳ و ۲۰۰۴، به ۶۲۲ میلیارد دلار در سال گذشته میلادی بالغ شد. از کل درآمدهای جهانی توریسم در سال ۲۰۰۴، از نظر منطقه‌ای، ۵۲ درصد به کشورهای اروپایی، ۲۱ درصد به قاره آمریکا و ۲۰ درصد نیز به کشورهای آسیا و اقیانوسیه تعلق داشته است (WTO, 2005b). درآمد کشور ایران، علی‌رغم دارا بودن پتانسیل‌های بسیار بالای گردشگری، معادل ۱/۷۷۷ میلیارد دلار یعنی تنها حدود یک هشتم درآمد کشور ترکیه گزارش شده است (WTO, 2004b).

مطالعات صورت گرفته در مناطق مختلف جهان نشان می‌دهد که همزمان با این رشد سریع، تأثیرات منفی توریسم نیز در حال گسترش بوده است. بنابراین، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان هر کشوری باید برای افزایش درآمد از طریق گردشگری برنامه‌ریزی کنند ولی در عین حال باید توجه داشته باشند که این افزایش نباید به بهای مخاطره افتادن توسعه پایدار گردشگری صورت پذیرد (Haiyan S. 2005, Papatheodorou A.).

تاریخچه گردشگری در ایران نشان می‌دهد که عواملی مانند ناآرامی‌های دوران انقلاب، سوء برداشتها از اوضاع داخلی ایران در جهان و آغاز جنگ تحمیلی باعث شده است که رکودی در جهانگردی ایران به وجود آید. گرچه در سال‌های اخیر این صنعت از وضعیت روبه رشد نسبی در کشور برخوردار بوده است، اما این رشد در مقایسه با توان‌های توریستی کشور بسیار بطنی بوده است (حیدری چیاغه ۱۳۸۳، ۴).

با توجه به تأثیر شگرف گردشگری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جوامع امروز، باید با نظری بلند و مدیریتی عالمانه، آگاهانه و با برنامه‌ریزی درست، در جهت گسترش آن تلاش کرده و آثار منفی آن را به حداقل رسانید (محلای، ۱۳۸۰، ۶).

آذربایجان شرقی با وجود قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری فراوان همچنان برای گردشگرها ناآشناست. حتی گردشگران داخلی نیز تا اندازه‌ای با آن بیگانه‌اند. این استان با دارا بودن جاذبه‌های متعدد طبیعی مانند کوهها، دریاچه زیبای ارومیه، جنگل‌های ارسباران، دره‌ها و دشت‌های سرسبز، چشمه‌های آب معدنی، غارها، آبشارها، رودخانه‌های زیبا و همچنین با داشتن جاذبه‌های فرهنگی متنوع از قبیل روستاهای تاریخی، شهرهای زیبا و بناهای متعدد تاریخی و فرهنگی، همچنان از مواهب گوناگون صنعت گردشگری بی‌بهره مانده است (دخیلی کهنمویی ۱۳۸۲). توریسم استان نیازمند شناخت توانمندی‌ها و برنامه‌ریزی بلند مدت و نگرش واقع بینانه تمامی دستگاه‌های مرتبط با این صنعت می‌باشد.

مبانی نظری

گردشگری عبارت است از گذران اختیاری مدتی از اوقات فراغت خویش در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به قصد التذاذهای گردشگری (باهر؛ ۱۳۷۷، ۹۴). بعضی دیگر نیز گردشگری را به‌عنوان اقدام به مسافرت با هدف تفریح و ارائه خدمات برای این عمل تعریف کرده‌اند. تعریف جامع‌تری نیز به‌وسیله سازمان جهانی گردشگری^۱ از توریسم ارائه شده است:

گردشگری یک صنعت خدماتی است که شامل تعدادی از ترکیبات مادی^۲ و غیر مادی^۳ می‌باشد. عناصر مادی شامل سیستم‌های حمل و نقل (هوایی، راه آهن، جاده‌ای، آبی و امروزه فضایی)، پذیرایی (مسکن، غذا، تورها) و خدمات مربوط به آن نظیر خدمات بانکی، بیمه و خدمات بهداشتی و ایمنی می‌شود. عناصر غیرمادی شامل استراحت، آرامش، فرهنگ، فرار، ماجراجویی، و تجربیات جدید و متفاوت می‌باشد (WTO, 2004a).

گردشگری به دلیل ماهیت پیچیده خود می‌تواند تأثیرات مفید یا مخربی در بر داشته باشد. در اینجا به برخی نقش‌ها و کارکردهای گردشگری اشاره می‌شود:

الف) نقش اقتصادی گردشگری

ایجاد اشتغال، کسب درآمد ارزی برای کشور میزبان و بهبود تراز پرداخت‌ها، افزایش درآمدهای مالیاتی از محل فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، ایجاد تعادل منطقه‌ای، تعدیل ثروت، دگرگون ساختن فعالیت‌های اقتصادی و سوق دادن درآمد از مناطق شهری به روستاها و بالاخره جلوگیری از برون کوچی روستاییان (استاد حسین، ۱۳۷۹، ۱۴، ۱۵).

ب) نقش اجتماعی و فرهنگی توریسم

گردشگری فرهنگی از انواع بسیار مهم گردشگری در جهان امروز به شمار می‌رود و می‌تواند نقش بسیار مهمی در کاهش فقر در مناطق محروم و دور افتاده که دارای منابع غنی فرهنگی و غیر مادی نظیر آداب و رسوم و فولکلور هستند، بازی کند (WTO, 2005a). افزایش درک متقابل، برانگیختن حس احترام و خوش‌نگری به جامعه و فرهنگ حاکم، توجه به هنرهای محلی (به ویژه موسیقی، تئاتر و صنایع دستی) را می‌توان از جمله نقش‌های اجتماعی و فرهنگی گردشگری برشمرد (داس ویل، راجر، ۱۳۷۹، ۱۹۰). همچنین تغییر در ساختار اجتماعی و نیز تغییر در نقش‌های اجتماعی، ایجاد فرصت‌های جدید اجتماعی برای ساکنان، کاهش نابرابری‌های اجتماعی و کمک به حفظ میراث فرهنگی از دیگر نقش‌های مهم صنعت گردشگری در این زمینه به حساب می‌آید (Kin Hang, 2004).

ج) نقش زیست محیطی گردشگری

کمک به حفظ نواحی طبیعی مهم و حیات وحش، کمک به اصلاح کیفیت محیطی نواحی (چرا که جهانگردان علاقه مند به بازدید از جاهای جذاب، تمیز و بدون آلودگی هستند)، توسعه و بهبود تشکیلات زیر بنایی، جاده سازی، لوله کشی آب، تدارک سیستم فاضلاب و ... که موجب بهبود شرایط محیطی و کاهش انواع آلودگی‌ها می‌شود (گی، چاک، ۱۳۷۷، ۳۵۹). البته به هیچ عنوان نباید از پیامدهای منفی گردشگری غافل بود چون که هرگونه توسعه بدون برنامه در این صنعت می‌تواند عواقب منفی زیست محیطی و اجتماعی و حتی اقتصادی را در پی داشته باشد.

بیان مساله و ضرورت تحقیق

آذربایجان شرقی از دیرباز دیار آشنای جهانگردان، سفرنامه نویسان، تجار و طالبان علم بوده است. سفرنامه‌های متعدد جهانگردان مسلمان و شرق شناسان غربی حکایت از جایگاه والای جغرافیایی، فرهنگی و تاریخی این سرزمین دارد. اما چه عامل

یا عواملی باعث شده که این سرزمین از مواهب اقتصادی و فرهنگی توریسم که تبدیل به یکی از بخش‌های اقتصادی - پردرآمد جهان شده است، بی‌بهره بماند؟ و از چه روشی می‌توان این صنعت نوپا و سود آور را در استان توسعه داد؟ برای رسیدن به پاسخ سؤالات فوق شناخت امکانات، کاستی‌ها، انتظارات گردشگران و برنامه ریزی متناسب با شرایط اجتماعی، طبیعی و فرهنگی استان ضرورت دارد. متأسفانه تحقیقات اندکی در زمینه نقش توریسم در توسعه نواحی مختلف کشور انجام شده است. در این میان استان آذربایجان شرقی نیز در بحث گردشگری زمینه زیادی برای تحقیق و بررسی دارد.

اهداف تحقیق

اهداف این تحقیق عبارتند از:

- بررسی و شناخت وضعیت امکانات و تسهیلات توریستی در مناطق توریستی استان آذربایجان شرقی؛
- شناخت ویژگیهای گردشگران ورودی به مناطق توریستی استان آذربایجان شرقی؛
- بررسی میزان رضایت گردشگران از امکانات، تجهیزات و خدمات گردشگری مناطق توریستی استان؛
- ارائه پیشنهادات برای استفاده بهینه از قابلیت‌ها و امکانات موجود گردشگری استان آذربایجان شرقی.

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه‌های این تحقیق به قرار زیر است:

- به نظر می‌رسد بین تبلیغات و تعداد گردشگران ورودی رابطه وجود دارد؛
- به نظر می‌رسد بین مکان اقامت (شهر نشینی یا روستا نشینی) و علاقه به طبیعت گردی (اکوتوریسم) رابطه وجود دارد؛
- به نظر می‌رسد بین رفتار شهروندان با گردشگران و مقدار هزینه کردن گردشگرها رابطه وجود دارد؛
- به نظر می‌رسد بین وضعیت امکانات موجود در محل و تعداد گردشگران رابطه وجود دارد؛

تعیین متغیرهای پژوهش^۱

متغیرهای مستقل

تبلیغات، مکان اقامت، رفتار شهروندان و امکانات موجود در مکان‌های گردشگری؛

متغیرهای وابسته

تعداد گردشگران ورودی، علاقه به اکوتوریسم، مقدار هزینه کردن گردشگرها و تعداد آن‌ها؛

روش شناسی تحقیق

فرایند کار تحقیق

در این پژوهش پس از مطرح شدن سوال تحقیق، مطالعات مقدماتی در باره موضوع تحقیق انجام شد. پس از انتخاب موضوع تحقیق، مرحله تحقیق اسنادی و کتابخانه‌ای آغاز شد. در این مرحله با مراجعه به منابع کتابخانه‌ای و بانک‌های اطلاعاتی On-line، اطلاعات مورد نظر فیش برداری و جمع آوری شد. برای مطالعات میدانی پس از طرح سؤالات و تنظیم پرسشنامه، این پرسشنامه در مکانهای مورد نظر به وسیله گردشگران تکمیل شد و سپس داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از

نرم افزارهای Excel و SPSS مورد پردازش و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. تنظیم یافته‌ها و بالاخره نگارش، آخرین مرحله فرایند تحقیق حاضر را تشکیل داده است.

شیوه گردآوری اطلاعات

در تحقیق حاضر به لحاظ ماهیت نظری - کاربردی مباحث مطرح شده، از دو روش مطالعه اسنادی^۱ و مطالعات میدانی^۲ استفاده شده است. مطالعات میدانی از آن جهت صورت گرفته است که مکان‌های گردشگری پذیر استان فاقد اطلاعات قابل استناد در این تحقیق بودند.

با توجه به اینکه استان آذربایجان شرقی از نظر اقلیمی جزء مناطق سردسیر کشور بوده و گردشگری استان بیشتر ماهیت فصلی دارد، جهت دسترسی به گردشگران از هر نوع و طبقه ای، فصل تابستان به عنوان زمان پرسشگری انتخاب شد.

جامعه آماری

کلیه گردشگرانی که در تابستان ۱۳۸۲ از مناطق گردشگری استان بازدید کرده اند؛ به عنوان جامعه آماری و افراد گردشگر به عنوان واحد آماری مد نظر بوده‌اند.

در عین حال با توجه به گستردگی منطقه مطالعه شده و عدم امکان مطالعه تمامی جاذبه‌ها، ابتدا جاذبه‌های گردشگری استان به دو گروه جاذبه‌های فعال و جاذبه‌های غیر فعال تقسیم شد. منظور از جاذبه فعال، جاذبه‌ای است که امکان دسترسی به گردشگران از هر طبقه‌ای امکانپذیر باشد. جاذبه‌های فعال از نظر نوع جاذبه نیز، قابل تقسیم می‌باشند. جاذبه‌های آبی، بناهای تاریخی، روستاهای تاریخی، جاذبه‌های کوهستانی، مناطق جنگلی، جاذبه‌های شهری و... . همچنین این جاذبه‌ها از نظر بعد فاصله نسبت به مرکز استان به عنوان بزرگترین مرکز گردشگرفرست استان به سه گروه جاذبه‌های نزدیک، نسبتاً نزدیک و دور تقسیم شدند، سپس از هر گروه یک جاذبه به عنوان مکان تحقیق انتخاب شد. از جاذبه‌های نزدیک، کندوان، از جاذبه‌های نسبتاً نزدیک، شرفخانه و از جاذبه‌های دور قلعه بابک، به عنوان مکان‌های پرسشگری برگزیده شدند. این مناطق ویژگی‌هایی دارند که بهتر می‌توانند نماینده همه مناطق توریستی استان باشند. قلعه بابک علاوه بر جاذبه تاریخی، جاذبه‌های اکوتوریستی را نیز عرضه می‌دارد. کندوان علاوه بر نوع معماری و به عنوان یک روستای منحصر به فرد تاریخی، جاذبه‌های دیگری مانند آب معدنی و جاذبه‌های کوهستانی را نیز در خود جای می‌دهد. بندر شرفخانه در ساحل دریاچه ارومیه، علاوه بر استفاده تفریحی، به عنوان یک منطقه آب درمانی و لجن درمانی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری و کاربرد نداشتن فرمول‌های رایج در برآورد حجم نمونه، پرسشنامه‌ها در روزهای تعیین شده در این مناطق تکمیل شد. در طی این روزها در قلعه بابک ۱۱۲ نفر و در کندوان و شرفخانه هر کدام ۱۰۰ نفر پرسشگری شده و در مجموع از سه مکان گردشگری مطالعه شده از ۳۱۲ نفر پرسشگری به عمل آمد.

ابزار اندازه‌گیری

در این تحقیق از پرسشنامه به‌عنوان ابزار جمع‌آوری بهره‌گرفته شده است. این پرسشنامه حاوی ۳۶ سوال درباره موضوع تحقیق است. این سؤالات به دو صورت سؤالات باز و سؤالات بسته می‌باشند. در سؤالات باز، سؤالاتی از قبیل جنس، سن، محل سکونت، مبلغی که هزینه کرده‌اند و مانند آن مطرح شده است. در سؤالات بسته نیز از طیف لیکرت استفاده شده است. این طیف از شش قسمت مساوی که میزان موافقت و مخالفت گردشگران را با سؤالات مطرح شده نشان می‌دهد، تشکیل شده است. به دلیل وضعیت واحد آماری (گردشگر)، تلاش شده طراحی سؤالات به گونه‌ای باشد که در کوتاه‌ترین زمان ممکن قابل پاسخ‌گویی باشند.

با این وجود ماهیت برخی از متغیرها به گونه‌ای است که با یک سؤال قابل سنجش هستند و لذا برای به‌دست آوردن اطلاعات درباره آن‌ها فقط از یک گویه استفاده شده است. برای مثال مکان اقامت، رضایت از رفتار شهروندان و مبلغ هزینه شده. ولی برخی از متغیرها از جمله تبلیغات، علاقه به طبیعت‌گردی و امکانات موجود در محل با استفاده از سؤالات گوناگون مورد اندازه‌گیری قرار گرفته‌اند که در این مورد از طیف لیکرت استفاده شده است. بعد از اینکه پایداری درونی این گویه‌ها از طریق آلفای کرونباخ بررسی شد، روایی به دست آمده از این گویه‌ها $\alpha = 0/62$ محاسبه شده که نشان‌دهنده روایی قابل قبول گویه‌های ذکر شده می‌باشد.

برای اندازه‌گیری علاقه به طبیعت‌گردی نیز از ۶ گویه استفاده شده است. ابتدا میزان روایی و آلفای کرونباخ آنها آزمون شد و آلفای $\alpha = 0/64$ به دست آمد که نشان‌دهنده روایی قابل قبول و پایداری درونی گویه‌های مربوط به اندازه‌گیری علاقه به طبیعت‌گردی می‌باشد.

یافته‌های تحقیق

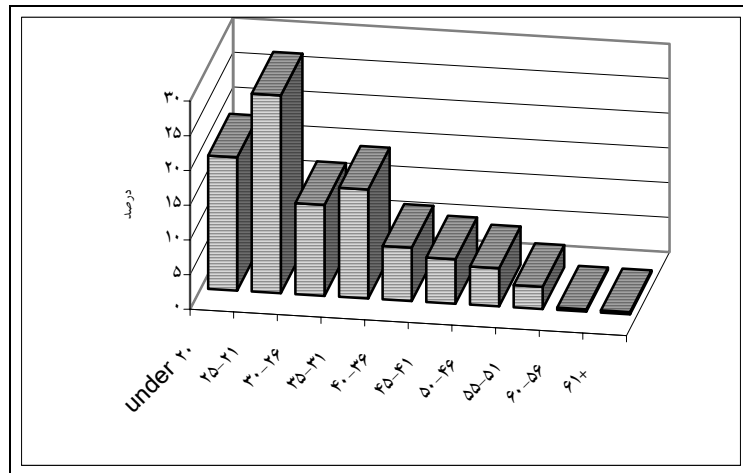
الف) نتایج توصیفی

- وضعیت جنسی گردشگران

بررسی ترکیب جنسی نشان می‌دهد که ۶۸/۶ درصد گردشگران را مردان و ۳۱/۴ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. توزیع مکانی گردشگران از نظر جنسی نشان می‌دهد که گروه گردشگران مرد در کندوان با ۷۲ درصد نسبت به شرفخانه و قلعه بابک اندکی بیشتر است.

- توزیع سنی گردشگران

بررسی نشان می‌دهد در گروه‌های ده‌گانه سنی، بیشترین تعداد گردشگران مربوط به گروه سنی ۲۱-۲۵ ساله می‌باشد که ۲۸/۵ درصد گردشگران را شامل می‌شود. در رده‌های بعدی، گروه سنی کمتر از ۲۰ سال با ۱۹/۲ درصد و گروه سنی ۳۱-۳۵ ساله با ۱۵/۷ درصد بیشترین تعداد گردشگران را به خود اختصاص داده‌اند. در مجموع ۸۴/۲ درصد گردشگران را افراد زیر ۴۰ سال تشکیل می‌دهند و در این میان ۶۰/۸ درصد گردشگران در گروه‌های سنی زیر ۳۰ سال قرار دارند.



شکل ۱ توزیع سنی گردشگران در گروه‌های سنی

- وضعیت تحصیلات گردشگران

بررسی میزان تحصیلات گردشگران نشان می‌دهد که بیشترین تعداد گردشگران، یعنی ۴۷/۱ درصد آنها دارای تحصیلات متوسطه می‌باشند. ۲۰/۵ درصد گردشگران لیسانس یا دانشجوی دوره کارشناسی بوده‌اند. بعد از این دو گروه ۱۲/۲ درصد دارای مدرک ابتدایی و سیکل، ۹/۶ درصد دارای مدرک راهنمایی، ۴/۵ درصد فوق دیپلم، ۳/۵ درصد دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر و تنها ۲/۶ درصد گردشگران بی‌سواد می‌باشند.

- مبدا مکانی گردشگران

بررسی وضعیت گردشگران از نظر مکان اقامت (شهر-روستا) گویای این مطلب است که ۹۱ درصد از گردشگران ساکن شهر و تنها ۹ درصد ساکن روستا می‌باشند. با توجه به نسبت شهرنشینی در کشور و استان، ارقام فوق حاکی از این موضوع است که ساکنان شهر بیشتر از هم‌تایان روستایی خود سفر می‌کنند. در مکان‌های سه گانه گردشگری مطالعه شده، تعداد گردشگران شهرنشین در قلعه بابک، اندکی بیش از کندوان و شرفخانه است که البته اختلاف بسیار ناچیز است.

- وسیله نقلیه گردشگران

حدود ۶۰/۶ درصد در سفر از وسیله شخصی استفاده کرده‌اند. البته این رقم افرادی را که به همراه نزدیکان و دوستان و با استفاده از وسیله شخصی آنان سفر کرده‌اند نیز شامل می‌شود. ۳۷/۲ درصد نیز از وسایل نقلیه عمومی استفاده کرده‌اند. ۲/۲ درصد نیز از سایر روش‌ها، نظیر تورهای گردشگری و اردوهای تفریحی خود را به مکان مورد نظر رسانده‌اند. بررسی مناطق سه گانه گردشگری نشان می‌دهد که استفاده از وسایل نقلیه عمومی در سفر به کندوان بیشتر از شرفخانه و قلعه بابک بوده است که علت عمده آن نیز نزدیکی فاصله به تبریز و فراهم بودن وسایط نقلیه عمومی به‌طور منظم از تبریز به این مکان و بالعکس می‌باشد.

- تعداد دفعات بازدید از مکان‌های توریستی بررسی شده

بررسی نشان می‌دهد که ۴۵/۵ درصد گردشگران برای اولین بار از مکان‌های توریستی مطالعه شده بازدید کرده‌اند. ۱۷ درصد برای دومین بار و ۶/۱ درصد نیز برای سومین بار از مکان‌های مورد بررسی بازدید کرده‌اند. ۳۱/۴ درصد نیز برای چهارمین بار و بیشتر به منطقه مطالعه شده سفر کرده‌اند. ارقام فوق حاکی از آن است که نزدیک به یک سوم گردشگران از بازدیدکنندگان

مداوم آن مکان‌ها می‌باشند. باتوجه به رقم بالای افرادی که برای اولین بار به مناطق گردشگری سه‌گانه سفر می‌کنند، احساس رضایت آنان در اولین سفر می‌تواند آنها را به بازدیدکنندگان منظم تبدیل کند. تعداد افرادی که چهاربار و بیشتر از مناطق گردشگری بازدید کرده‌اند، در کندوان بیشتر از دو منطقه دیگر است و علت عمده آن نزدیکی فاصله تا تبریز است که افراد معمولاً در پایان هفته به طور نسبتاً منظم به خاطر آب و هوای مطبوع این منطقه از آن استفاده می‌کنند.

- میزان رضایت از رفتار و برخورد شهروندان و اهالی با گردشگران

در مجموع، ۷۶/۴ درصد از گردشگران رفتار و برخورد اهالی و شهروندان را در مناطق سه‌گانه گردشگری خوب و بسیار خوب ارزیابی کرده‌اند. تنها ۲،۶ درصد گردشگران از رفتار و برخورد شهروندان ابراز نارضایتی کرده‌اند.

بیشترین میزان نارضایتی در روستای توریستی کندوان بوده است. به نظر می‌رسد که علت عمده نارضایتی در کندوان از این مسأله ناشی می‌شود که فعالیت‌های گردشگری در این روستا کاملاً در بطن روستا یا در مناطق کشاورزی اطراف روستا جریان دارد و از آنجایی که گاهی حریم خصوصی مردم روستا یا زمین‌های کشاورزی روستائیان به وسیله برخی گردشگران مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرد، ممکن است در این مورد سوء تفاهمی میان اهالی و گردشگران به وجود آید. این در حالی است که منطقه گردشگری قلعه بابک و شرفخانه خارج از محدوده فعالیت‌های روزانه ساکنان شهرهای کلبر و شرفخانه قرار دارند.

- میزان رضایت از امکانات خرید

مطالعه نشان می‌دهد که ۴۰/۷ درصد از پاسخگویان، امکانات خرید در مکانهای توریستی را به وسیله ارزیابی کرده‌اند. ۲۹/۸ درصد، امکانات خرید را خوب و ۷/۷ درصد نیز امکانات خرید را بسیار خوب ارزیابی کرده‌اند. ۲۱/۸ درصد از پاسخگویان امکانات خرید را در مکان‌های سه‌گانه مطالعه شده، نامناسب و بسیار نامناسب دانسته‌اند. در مجموع می‌توان چنین گفت که با برنامه ریزی صحیح‌تر و دادن فرصت‌های بیشتر به بخش‌های خصوصی می‌توان شاهد بهبود ارائه خدمات خرید به گردشگران بود. قلعه بابک از نظر امکانات خرید وضعیت مناسب‌تری نسبت به کندوان و شرفخانه دارد، به طوری که ۵۰ درصد گردشگران امکانات خرید در این مکان را خوب و بسیار خوب ارزیابی کرده‌اند. این رقم در کندوان ۳۸ درصد می‌باشد.

- وضع راه، کیفیت و ایمنی جاده‌های منتهی به مکان‌های گردشگری

بررسی نشان می‌دهد که ۴۶/۸ درصد پاسخ‌گویان از وضع راه، کیفیت و ایمنی جاده‌های منتهی به مکان‌های گردشگری رضایت کامل داشته‌اند. ۱۷/۶ درصد آن‌ها وضعیت راه را نامناسب و ۶/۱ درصد نیز آن را بسیار نامناسب دانسته‌اند. بیشترین نارضایتی مربوط به راه منتهی به کندوان بوده است. یکی از دلایل نارضایتی بیشتر از جاده کندوان را می‌توان با کوهستانی بودن راه در ارتباط دانست. از طرف دیگر با توجه به اینکه جاده تبریز به کندوان در مسیر خود از داخل مناطق مسکونی از جمله اسکو، فسقندیس و اسفنجان عبور می‌کند، جاده در داخل این مناطق از کیفیت و ایمنی مطلوبی برخوردار نیست.

- وضعیت پارکینگ در مکان‌های گردشگری

ارقام بیانگر آن است که ۳۷/۲ درصد پاسخگویان وضعیت پارکینگ را نامطلوب می‌دانند. بیشترین نارضایتی از پارکینگ مربوط به کندوان با ۴۳ درصد و سپس شرفخانه با ۳۲ درصد و قلعه بابک با ۳۱/۲ درصد می‌باشد. دلیل عمده این امر را می‌توان

به کمبود فضا در کندوان به دلیل کوهستانی بودن منطقه دانست. البته پارکینگ نسبتاً وسیعی در محل ورودی روستا احداث شده است که متأسفانه به دلیل بعد مسافت تا داخل روستا، در حال حاضر هیچ استفاده‌ای از آن به عمل نمی‌آید. مطلب قابل ذکر درباره منطقه گردشگری قلعه بابک نیز آن است که متأسفانه به دلیل ورود وسایل نقلیه به داخل منطقه توریستی، مسائلی از قبیل تخریب جنگلها، آلودگی هوا و آلودگی صوتی در این مکان کاملاً مشهود است که با اندکی توجه، سرمایه گذاری و ایجاد یک یا چند پارکینگ در قسمتهای مختلف منطقه می‌توان این مشکل را مرتفع ساخت. البته وضعیت پارکینگ در شرفخانه نیز چندان مطلوب نیست.

- وضع سرویس‌های بهداشتی

بررسی نشان می‌دهد ۲۶/۱ درصد وضعیت سرویس‌های بهداشتی متوسط، ۳۳/۴ درصد خوب و بسیار خوب و ۴۰/۵ درصد نیز وضعیت سرویس‌های بهداشتی را نامطلوب دانسته‌اند. با توجه به اینکه سرویس‌های بهداشتی یکی از ضروری‌ترین امکانات هر منطقه گردشگری است، ارقام فوق به هیچ وجه رضایت‌بخش نبوده و ضرورت توجه به این مسئله را می‌رساند. بیشترین میزان نارضایتی از وضع سرویس‌های بهداشتی مربوط به منطقه قلعه بابک می‌باشد.

- وضعیت دسترسی به آب سالم

دسترسی آسان به آب سالم و بهداشتی یکی از اصول مهم در برنامه ریزی تفریح‌گاه‌ها می‌باشد. در کل، ۶۳/۴ درصد پاسخ‌گویان نحوه دسترسی به آب سالم را خوب و بسیار خوب ارزیابی کرده‌اند. ۸/۷ درصد گردشگران در مناطق سه‌گانه دسترسی به آب سالم را نامطلوب دانسته‌اند. بیشترین میزان نارضایتی از دسترسی به آب سالم در منطقه قلعه بابک به میزان ۱۱/۶ درصد می‌باشد.

جدول ۱ میزان رضایت گردشگران از گویه‌های مطرح شده در مکان‌های گردشگری مطالعه شده

جمع	ارزیابی گردشگران (درصد موثر)					گویه‌ها
	بسیار خوب	خوب	متوسط	نامناسب	بسیار نامناسب	
۱۰۰	۲۵/۸	۶/۵۰	۲۱	۱	۱/۶	رضایت از رفتار و برخورد اهالی محل
۱۰۰	۷/۷	۲۹/۸	۴۰/۷	۱۸/۹	۲/۹	رضایت از امکانات خرید
۱۰۰	۲۳/۶	۳۷/۲	۲۰/۵	۹/۴	۹/۴	رضایت از برخورد نیروی انتظامی
۱۰۰	۱۳/۸	۳۳	۲۹/۵	۱۷/۶	۶/۱	وضع راه، کیفیت و ایمنی جاده‌ها
۱۰۰	۱۰/۵	۱۹/۳	۳۲/۹	۲۰/۳	۱۶/۹	وضعیت پارکینگ
۱۰۰	۸/۲	۲۵/۲	۲۶/۵	۲۲/۵	۱۸	وضع سرویس‌های بهداشتی
۱۰۰	۱۷/۹	۴۵/۵	۲۷/۹	۷/۴	۱/۳	دسترسی به آب سالم
۱۰۰	۸	۲۶	۳۹/۴	۱۷/۶	۹	پاکیزگی محیط
۱۰۰	۸/۲	۳۳/۱	۳۷	۱۵/۷	۵/۹	تعداد و کیفیت مکانهای فروش مواد غذایی
۱۰۰	۳/۲	۱۵/۵	۴۰/۶	۲۶/۸	۱۳/۹	رضایت از قیمت مواد غذایی

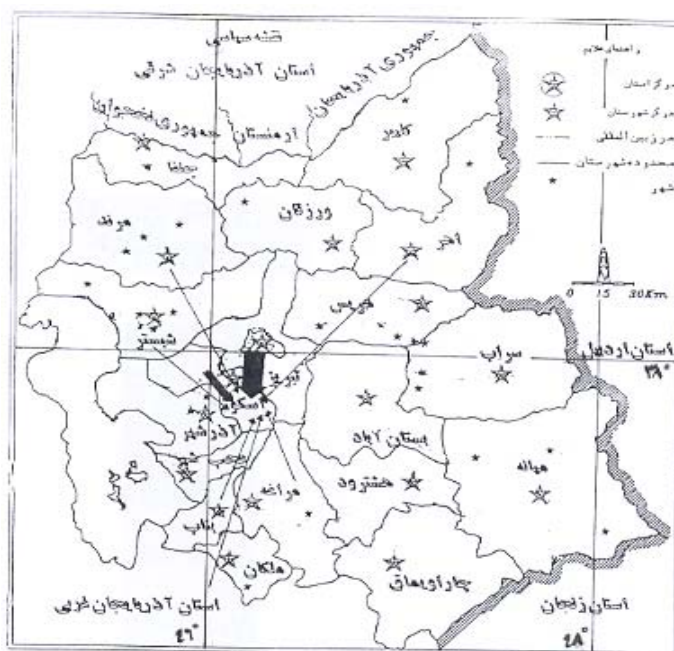
- منبع کسب اطلاع درباره جاذبه گردشگری

از مجموع ۳۰۸ نفر پاسخ‌گو به این سؤال که از طریق چه منبعی از وجود جاذبه‌های مورد نظر خود، آگاه شده‌اند، ۷۴ درصد پاسخ‌گویان بیان کرده‌اند که از طریق دوستان و آشنایان با مکان گردشگری آشنا شده‌اند. ۹/۴ درصد گردشگران، تبلیغات رسانه‌ها و ۷/۱ درصد تورهای جهانگردی را عامل اصلی آگاهی خود از وجود جاذبه گردشگری دانسته‌اند. ۳/۲ درصد گردشگران حضور خود را در مکان‌های گردشگری سه گانه، اتفاقی و گذری دانسته‌اند. ۶/۲ درصد گردشگران نیز سایر روش‌ها مانند مطالعه کتب و پوسته‌های تبلیغاتی را وسیله اطلاع خود بیان کرده‌اند.

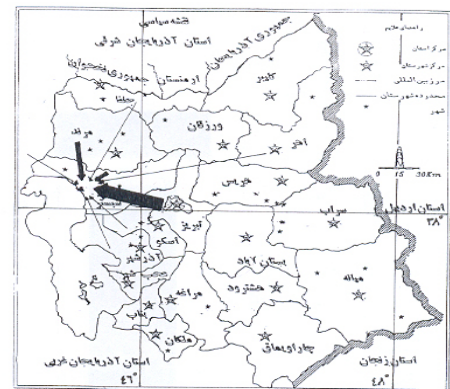
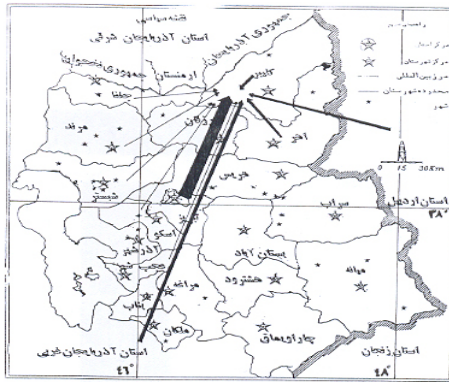
- محل سکونت گردشگران

بررسی توزیع جغرافیایی محل سکونت گردشگران نشان می‌دهد که در هر سه مکان گردشگری مطالعه شده، شهر تبریز به عنوان مهمترین مرکز فرستادن گردشگر به هر سه مکان گردشگری است. همچنین می‌توان چنین استنباط کرد که اغلب گردشگران مراجعه کننده به مکان‌های مطالعه شده، گردشگران داخل استانی می‌باشند. تنها درباره قلعه بابک می‌توان تعداد قابل ملاحظه‌ای از گردشگران را از سایر استان‌های کشور مشاهده نمود. در این میان گردشگران استان تهران و آذربایجان غربی نسبت به دیگر استان‌ها بیشتر به چشم می‌خورند.

توزیع گردشگران برحسب شهرستان محل سکونت نشان می‌دهد که جز درباره قلعه بابک که گردشگران از توزیع نسبتاً گسترده‌تری برخوردارند، در کندوان و شرفخانه، گردشگران به‌طور عمده از نواحی پیرامون و شهرستان‌های مجاور به آن مکان روی آورده‌اند و از شهرستان‌های دور گردشگر زیادی مشاهده نمی‌شود. البته درباره شرفخانه می‌توان چنین استدلال کرد که به دلیل وجود سواحل قابل شنا در جزیره اسلامی و بندر رحمانلو، از شهرستان‌های جنوبی این استان گردشگری در این مکان مشاهده نمی‌شود.



شکل ۱ توزیع جغرافیایی محل سکونت گردشگران در روستای توریستی کندوان



شکل ۳ توزیع جغرافیایی محل سکونت گردشگران در بندر شرفخانه
شکل ۴ توزیع جغرافیایی محل سکونت گردشگران در قلعه بابک

موانع و مشکلات سر راه گردشگران

بررسی موانع و مشکلات بر سر راه مسافرت گردشگران در مناطق بررسی شده نشان می‌دهد که ۳۰/۶ درصد گردشگران، مشکلات مالی را مهمترین مانع سفر می‌دانند. نبود وسیله نقلیه با ۲۳/۳ درصد و کمبود وقت با ۱۴/۶ درصد مهمترین موانع سفر گردشگران عنوان شده است. مشکلات خانوادگی، مشکلات کاری، امکانات مالی و وقت توأمأ، امنیت جاده‌ها، مشکلات جسمی، محدود بودن جامعه و نیروی انتظامی از دیگر موانعی است که در مسافرت گردشگران تأثیر گذار است.

جدول ۲ مهمترین موانع و مشکلات بر سر راه مسافرت گردشگران

نوع مشکل	قلعه بابک	کندوان	شرفخانه	درصد موثر
مشکل مالی	۲۳/۳	۲۹	۲۹	۳۰/۶
نبود وسیله نقلیه	۱۷	۲۵	۲۰	۲۳/۳
کمبود وقت	۱۷	۱۱	۱۰	۱۴/۶
مشکلات خانوادگی	۸	۷	۸	۸/۸
مشکلات کاری	۸/۹	۵	۷	۸
امکانات مالی و وقت	۴/۵	۴	۵	۵/۱
امنیت جاده ها	۴/۵	۲	۲	۳/۳
مشکل جسمی	۱/۸	۳	۲	۲/۶
محدودیت جامعه	۲/۷	۱	۳	۲/۶
نیروی انتظامی	۰/۹	۰	۲	۱/۱
مجموع پاسخگویان	۸۸/۴	۸۷	۸۸	۱۰۰
بدون جواب	۱۱/۶	۱۳	۱۲	-
جمع	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

ب) نتایج مربوط به آزمون فرضیه‌ها

- آزمون فرضیه اول: (به نظر می‌رسد بین تبلیغات و تعداد گردشگر ورودی، رابطه وجود دارد).

برای سنجش متغیرها و آزمون فرضیه فوق از آزمون پیرسون استفاده شده است، زیرا سطوح سنجش متغیرهای مستقل و وابسته هر دو (فاصله‌ای - فاصله‌ای) بوده‌اند. با عنایت به اینکه سطح معناداری محاسبه شده ($Sig = 0.00$) از سطح معناداری مورد نظر ($\alpha = 0.05$) کمتر می‌باشد، لذا این فرضیه تأیید می‌شود. به عبارتی بین دو متغیر تبلیغات و تعداد گردشگران رابطه

خطی معنادار حاصل آمده است. ضمناً نوع رابطه مستقیم می‌باشد، یعنی هرچه تبلیغات بیشتری در خصوص مکان‌های گردشگری صورت گیرد، به همان اندازه تعداد گردشگران ورودی افزایش پیدا می‌کند و برعکس. همچنین شدت رابطه بین این دو 0/38 می‌باشد که بیانگر همبستگی متوسط به پایینی است. در جدول ۳ نتایج مربوط به آزمون پیرسون آمده است.

جدول ۳ آزمون I پیرسون برای بررسی رابطه تبلیغات - تعداد گردشگران

آلفای مورد نظر	سطح معناداری	شدت همبستگی	تعداد	نوع آزمون
۰/۰۵	۰/۰۰	۰/۳۸	۱۹۱	پیرسون

- آزمون فرضیه دوم: به نظر می‌رسد بین محل سکونت (شهر - روستا) و علاقه به طبیعت گردی (اکوتوریسم) رابطه وجود دارد. چون سطح سنجش متغیر مستقل (اسمی دو حالت) و سطح سنجش متغیر وابسته (فاصله ای) است، لذا از آزمون T-Test (آزمون تفاوت میانگین‌ها) استفاده شده است. نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد میانگین علاقه به اکوتوریسم به تفکیک محل سکونت (شهر - روستا) تفاوت معناداری از هم دارند. زیرا $\text{Sig} = 0.45 < 0.05$. جداول ۴، ۵، ۶ مربوط به این فرضیه است.

جدول ۴ آزمون لون فرضیه رابطه بین محل سکونت (شهر - روستا) و علاقه به طبیعت گردی

سطح معناداری	کمیت f	آزمون
۰/۰۰۰	۳۷/۰۷۴	لون

جدول فوق نشان می‌دهد که واریانس‌ها همگن نیستند در این صورت در جدول پایینی باید قضاوت از روی ردیف مربوط به ستون ناپرابری واریانس‌ها صورت پذیرد.

جدول ۵ آزمون T-Test (محل سکونت - علاقه به طبیعت گردی)

تفاوت میانگین‌ها	سطح معناداری	درجه آزادی	کمیت t	برابری واریانسها
۲/۱۱۸۹	۰/۰۰۳	۲۹۴	۲/۹۹۴	برابری واریانسها
۲/۱۱۸۹	۰/۰۴۵	۲۸/۹۴۷	۱/۹۵۷	نابرابری واریانسها

در واقع جدول بالایی نشان می‌دهد که میزان علاقه روستاییان با شهریها در خصوص طبیعت گردی تفاوت معناداری با هم دارد. یعنی با توجه به جدول ۶ شهری‌ها علاقه زیادتری نسبت به روستائیان برای طبیعت گردی دارند.

جدول ۶ آمارهای توصیفی علاقه به طبیعت گردی به تفکیک محل سکونت

اشتباه معیار از میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد	محل سکونت
۰/۲۰۰۵	۳/۲۸۲۰	۲۱/۴۴	۲۶۸	شهر
۱/۰۶۴۲	۵/۶۳۱۰	۱۹/۳۲	۲۸	روستا

- آزمون فرضیه سوم: به نظر می‌رسد بین رفتار شهروندان با گردشگران و مقدار هزینه کردن گردشگرها رابطه وجود دارد. چون سطوح سنجش متغیرهای مستقل و وابسته به ترتیب (اسمی چند حالت و فاصله‌ای) بوده است؛ لذا از آزمون آنالیز واریانس استفاده شد. پاسخ آزمون معنادار بود زیرا $\text{Sig} = 0.001 < 0.05$. با توجه به نتایج به دست آمده، این فرضیه مورد تأیید واقع

می‌شود. به عبارتی هر چه رفتار شهروندان و اهالی محل معقول باشد، به همان اندازه گردشگرها در حد امکان هزینه خواهند کرد که این امر بهبود وضعیت رفاهی شهروندان را در پی خواهد داشت. جدول ۷ مربوط به این فرضیه است.

جدول ۷ آزمون آنالیز واریانس یک‌طرفه (رفتار شهروندان - مقدار هزینه کردن گردشگرها)

آلفای مورد نظر	سطح معناداری محاسبه شده	کمیت f	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات
۰/۰۵	۰/۰۰۱	۴/۷۲۲	۰/۰۰۰۰۰۴۵۰	۴	۰/۰۰۰۰۰۰۱۸
-	-	-	۹۵۳۱۵۷۹۸	۲۳۲	۰/۰۰۰۰۰۰۰۲۲۱
-	-	-	-	۲۳۶	۰/۰۰۰۰۰۰۰۲۳۹

همچنین شدت همبستگی $\eta^2/27$ نشان دهنده همبستگی متوسط به پایین بین دو متغیر مذکور است.

- آزمون فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد بین وضعیت امکانات موجود در محل و تعداد گردشگران رابطه وجود دارد.

با توجه به اینکه سطوح سنجش متغیرهای مطرح شده در فرضیه بالایی (فاصله‌ای - فاصله‌ای) بوده‌اند، لذا از آزمون پیرسون استفاده شده است. چون سطح معناداری محاسبه شده $\text{Sig} = 0.4$ از سطح معناداری مورد نظر $\alpha = 0.05$ بیشتر بود، لذا این فرضیه مورد تأیید واقع نشد. به عبارتی با توجه به یافته‌های به دست آمده، وضعیت امکانات موجود تأثیری در افزایش گردشگران نداشته است یا به عبارت دیگر بین این دو متغیر رابطه خطی معناداری وجود ندارد. از این رو می‌توان استنباط کرد که گردشگران فارغ از اینکه مکان گردشگری مورد نظر از چه امکاناتی برخوردار است، صرفاً به دلیل زیبایی و جاذبیت آن مکان، اقدام به سفر کرده‌اند.

جدول ۸ آزمون I پیرسون برای بررسی رابطه بین امکانات موجود در محل و تعداد گردشگران

آلفای مورد نظر	سطح معناداری	شدت همبستگی	تعداد	آزمون
۰/۰۵	۰/۴	۰/۰۶۱	۱۸۴	I پیرسون

نتیجه گیری

از مباحث مطرح شده و تجزیه و تحلیل داده‌ها در مطالعه میدانی مناطق سه گانه قلعه بابک، کندوان و شرفخانه می‌توان استنباط کرد که سن، جنس و محل اقامت در میزان سفر تأثیر گذارند. جوانان بیشتر از میانسالان و سالمندان، مردان بیشتر از زنان و شهرنشینان بیشتر از روستا نشینان سفر می‌کنند. بیشتر گردشگران با وسیله نقلیه شخصی سفر کرده و حدود نیمی از گردشگران اولین بار است که از منطقه مطالعه شده بازدید کرده‌اند. گردشگران به طور عمده از برخورد شهروندان و اهالی محل و برخورد نیروی انتظامی رضایت داشته‌اند. امکانات زیربنایی از جمله راه ارتباطی، پارکینگ، سرویس‌های بهداشتی چندان مطلوب نبوده و به دلیل ازدحام شدید جمعیت در روزهای تعطیل، وضعیت زیست محیطی این مناطق نیازمند توجه جدی است. تبلیغات و معرفی این مناطق می‌تواند در آینده گردشگری این مناطق موثر باشد. در عین حال مشکلات مالی، نبود وسایل نقلیه و کمبود وقت از جمله مهمترین مشکلاتی است که گردشگران را از سفر باز می‌دارد.

درباره پراکندگی جغرافیایی محل سکونت گردشگران، اکثر گردشگران، مبدأ درون استانی داشته‌اند و از این نظر منطقه قلعه بابک پراکندگی جغرافیایی گسترده‌تری را نشان می‌دهد. بیشترین گردشگران خارج از استان متعلق به استان تهران و آذربایجان غربی بوده است.

در یک بیان کلی می‌توان گفت که:

- بین تبلیغات و تعداد گردشگران ورودی رابطه وجود دارد؛
 - بین محل سکونت (شهر و روستا) و علاقه به طبیعت گردی رابطه معناداری وجود دارد؛
 - بین رفتار شهروندان با گردشگران و مقدار هزینه کردن گردشگرها رابطه وجود دارد؛
 - بین امکانات موجود در محل و تعداد گردشگران رابطه معناداری وجود ندارد؛ یعنی وضعیت کمی و کیفی امکانات موجود در محل تأثیری در افزایش گردشگران نداشته است.
- از مجموع آنچه که بیان شد می‌توان به این نتیجه رسید که با وجود توان‌ها و استعدادها بالقوه استان آذربایجان شرقی برای جذب گردشگر، به برنامه ریزی‌های اساسی برای استفاده مطلوب از این توان‌ها مورد نیاز است.
- بهره مندی از مزایای گردشگری مانند درآمد و اشتغال‌زایی، نیازمند توجه تمام بخش‌های اقتصادی و اداری کشور و استان به این صنعت و تلاش در جهت هماهنگی این بخش‌ها با یکدیگر می‌باشد.
- مطالعه موردی در مکان‌های گردشگری قلعه بابک، کندوان و شرفخانه نشان داد که آن‌ها از بسیاری جهات، فاقد امکانات و تسهیلات لازم برای جلب رضایت گردشگران می‌باشند. برنامه‌ریزی اصولی و به‌ویژه تهیه و اجرای طرح جامع گردشگری استان نه تنها می‌تواند امکان جذب گردشگر بیشتر را فراهم آورد، بلکه می‌تواند آثار زیان‌بار توسعه گردشگری بر محیط زیست و فرهنگ جامعه را نیز کاهش می‌دهد.

پیشنهادها

- تهیه طرح جامع گردشگری استان با توجه به قابلیت‌ها و توانمندی‌های بالقوه و بالفعل مناطق مختلف استان؛
- تبلیغات منظم و موثر جاذبه‌های استان بویژه جاذبه‌های غیر فعال استان در سطح کشور؛
- توجه به گردشگری داخل استانی به‌عنوان عامل موثر در توزیع درآمد و ایجاد تعادل در توسعه منطقه‌ای؛
- توسعه آموزش نیروی انسانی در فعالیت‌های بخش گردشگری به‌منظور ارائه خدمات کارآمد در این بخش؛
- ایجاد واحداث مجتمع‌های گردشگری در ساحل دریاچه ارومیه به‌ویژه در جزیره اسلامی و بندر رحمانلو؛
- تلاش در جهت خارج کردن گردشگری استان از ماهیت فصلی بودن این صنعت و فعال کردن توریسم زمستانی که این مسئله می‌تواند از طریق تجهیز و تبلیغ پیست‌های اسکی استان و فعال کردن جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی صورت گیرد؛
- توسعه و بهسازی شبکه ارتباطی استان به‌ویژه مسیرهای منتهی به جاذبه‌های مهم گردشگری استان؛
- توسعه گردشگری کوهستان به عنوان یکی از قابلیت‌های ممتاز استان از طریق تجهیز ارتفاعات مهم استان به پناهگاه و راه ارتباطی؛

منابع

- ۱- استاد حسین، رضا (۱۳۷۹) صنعت گردشگری و جنبه‌های اقتصادی آن، تازه‌های اقتصاد، شماره ۹۰.
- ۲- باهر، حسین (۱۳۷۷) دگراندیشی پیرامون گردشگری (ایرانگردی و جهانگردی)؛ فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۲۰، دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
- ۳- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۲) مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، انتشارات سمت، تهران.

- ۴- حیدری چیانه، رحیم (۱۳۸۳) ارزیابی برنامه ریزی صنعت توریسم در ایران، رساله دکتری رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
- ۵- داس ویل، راجر (۱۳۷۹) مدیریت جهانگردی مبانی راهبردها و آثار؛ ترجمه: سید محمد اعرابی و داود ایزدی؛ دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ دوم تهران.
- ۶- دخیلی کهنمویی، جواد (۱۳۸۲) بررسی راهکارهای توسعه توریسم در آذربایجان شرقی؛ پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
- ۷- صدر موسوی، میرستار و جواد دخیلی کهنمویی (۱۳۸۳) درآمدی بر برنامه ریزی تفریحگاههای توریستی، نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، شماره پیاپی ۱۷، دانشگاه تبریز.
- ۸- گی، چاک، وای (۱۳۷۷) جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران.
- ۹- محلاتی، صلاح الدین (۱۳۸۰) درآمدی بر جهانگردی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.

10- Kin Hang (2004) The Southern Sound (Nanyin): Tourism for the Preservation and Development of Traditional Arts, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 9, No. 4, pp. 373-382.

11- Papatheodorou A. Haiyan S., (2005) International Tourism Forecast: Time Series Analysis of World and Regional Data, *Tourism Economics*, Vol. 11, No. 1, pp 11-23.

12- Thomas R., Pigozzi B. and Sambrook R, (2005) Tourist Carrying Capacity Measures: Crowding Syndrome in the Caribbean, *The Professional Geographer*, Vol. 57, No. 1, pp. 13-20.

13- WTO, <http://www.answers.com/tourism&r=67>, 2004a.

14- WTO, <http://www.world-tourism.org/facts/menus.html>, 2004b.

15- WTO, *Cultural Tourism and Poverty Alleviation: The Asia Pacific Perspective*, Vol. 1, No. 1, 2005a, pp 1-265.

16- WTO, <http://www.world-tourism.org/newsroom/Release/2005/July>, 2005b.