

تدوین راهبردهای توسعه اکوتوریسم بیابان در دشت لوت

نورمحمد یعقوبی*، زینب قصابزاده لنگری**، فرحناز آهنگ***،

حسن غفاری***

چکیده

با توجه به شیفتگی پسانوگرایی، سکوت و تنهایی، گردشگری بیابان ارزش معنوی و جدیدی از گشت-وگذار در مناطق ساکت و بایر ایجاد کرده که این امر باعث رشد پیوسته آن در مناطق مختلف جهان شده است. از طرفی توسعه اکوتوریسم علاوه بر ایجاد درآمد برای افراد محلی و به طور کلی افزایش GDP، می‌تواند در حفاظت از اکوسیستم بیابان‌ها تأثیر به‌سزایی داشته باشد. از این رو پژوهش حاضر به تدوین راهبردهای توسعه اکوتوریسم بیابان در دشت لوت پرداخت. این پژوهش از حیث هدف کاربردی و از نظر روش بررسی، جزء تحقیقات توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش را ۳۰ نفر از کارشناسان مرتبط با صنعت گردشگری استان کرمان و همچنین افراد آشنا به دشت لوت تشکیل دادند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و در نتیجه ارائه راهبردهای مناسب از روش تحلیلی SWOT و ماتریس کمی QSPM استفاده شد. پژوهش در پنج فاز انجام گردید. نتایج حاصل از اجرای چهار فاز نخست نشان داد که منطقه تهاجمی به‌منزله موقعیت راهبردی برتر در توسعه اکوتوریسم دشت لوت است. در فاز پنجم از طریق ماتریس کمی QSPM راهبردهای منطقه تهاجمی به ترتیب جذابیت الویت‌بندی شد و راهبرد اول این منطقه به‌مثابه جذاب‌ترین راهبرد تعیین گردید.

کلیدواژه‌ها: گردشگری؛ اکوتوریسم؛ دشت لوت؛ SWOT؛ QSPM

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۹/۱۷، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۱۱/۰۷.

* استاد، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

** دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه سیستان و بلوچستان (نویسنده مسئول)

Email: ghasabzadeh64@pgs.usb.ac.ir

*** دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

۱. مقدمه

گردشگری، به مثابه پدیده‌ای پویا [۴۰] در دهه‌های اخیر به رشد اقتصادی کشورها کمک فراوانی نموده است [۲۷]، تا آنجا که بیش از ۱۰ درصد از درآمد ناخالص داخلی کشورها در سطح جهان را گردشگری تشکیل می‌دهد. طبق آمارهای سازمان جهانی گردشگری^۱ (۲۰۱۸)، در سال ۲۰۱۷ تعداد گردشگران بین‌المللی به بیش از ۱/۳ میلیارد نفر و درآمد حاصل از این صنعت به یک میلیارد و سیصد و چهل میلیون دلار رسیده است.

گردشگری به سفر و اقامت در مکان‌هایی خارج از محیط همیشگی با هدف گذراندن اوقات فراغت، کسب و کار یا اهداف دیگر که مدت زمان آن بیش از یک سال نباشد اطلاق می‌شود [۳۰] و شامل فرآیندهای است که از طریق تداوم و تغییرات در طول زمان تکامل یافته است [۲۹]. این صنعت اگر به درستی برنامه‌ریزی شود، به افزایش تولید، افزایش درآمد، بهبود سطح زندگی، رفاه عمومی و اشتغال بیشتر منجر می‌گردد. از این رو برنامه‌ریزان دولتی توجه خود را بر توسعه گردشگری در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی متمرکز نموده‌اند [۳۹، ۴۷].

گردشگری بر مبنای نوع فعالیت به گردشگری فرهنگی، ماجراجویانه، ورزشی، دینی، سلامت، تجاری، دیداری از اقوام و آشنایان، آموزشی، نوستالژیک، عصر نوین، اجتماعی و اکوتوریسم تقسیم می‌شود [۵۱].

مهم‌ترین انگیزه گردشگران حس کنجکاوی برای شناخت و بررسی گونه‌های گیاهی و جانوری کمیاب و ذخایر طبیعی است که موجب شناخت و درک بیشتر آنان از طبیعت می‌شود. نکته بسیار مهم در این مورد، آن است که جاذبه‌های طبیعی هیچ‌گاه تکراری نیست، زیرا رفتن به سفرهایی با قصد دیدار از طبیعت بیشتر در راستای اهدافی است که مهم‌ترین آن‌ها تغییر آب و هوا، تفریح، استراحت، رفع خستگی، کسب آرامش روحی و تجدید نیرو برای کار مجدد است. بنابراین، این ویژگی اکوتوریسم، امتیاز این گونه از گردشگری را نسبت به دیگر گونه‌های آن نشان می‌دهد و همین امر موجب شده است که شمار بازدیدکنندگان از جاذبه‌های طبیعی، پارک‌های ملی و غیره، در حال افزایش باشد [۳۲].

اکوتوریسم نسبت به بخش‌های دیگر گردشگری کاملاً متفاوت عمل می‌کند. زیرا بر اساس مفاهیمی مانند حفاظت از مناطق طبیعی، آموزش بازدیدکنندگان با توجه به توان محیط و منفعت مردمان محلی تعریف شده است [۳۱]. پیش‌بینی می‌شود برای دهه‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۳۰ رشد صنعت گردشگری به ۳/۳ و ۱۰/۵ درصد برسد که بدین صورت شمار طبیعت‌گردان بالغ بر ۵۰ درصد

^۱ World Tourism Organization

خواهد بود. لذا اغلب کشورهای جهان در رقابتی تنگاتنگ و نزدیک در پی بهره‌گیری از توانمندی‌های طبیعی خود هستند تا بتوانند سهم بیشتری از درآمد ناشی از اکوتوریسم را به خود اختصاص دهند [۳۴].

قلمروی جغرافیایی ایران نیز با ظرفیت‌های بالقوه‌ای که تحقق چشم‌انداز توسعه منطقه‌ای را دو چندان کرده است [۱۰، ۴۳]. وجود بزرگ‌ترین دریاچه جهان در شمال کشور، خط ساحلی ۱۲۰۰ کیلومتری خلیج فارس، داشتن ۵۰ دریاچه که در میان آن‌ها ۱۸ دریاچه در شمار دریاچه‌های کنوانسیون بین‌المللی رامسر قرار دارد، دریاچه ارومیه، وجود بازمانده جنگل‌های هیرکانی در شمال غرب مازندران، تالاب بین‌المللی شبه جزیره میانکاله، خلیج گرگان، دریاچه پریشان بیابان‌ها و کویرها که بخش اعظمی از کشور ایران را اشغال کرده و بهترین راه آبادانی آن‌ها توجه به توانمندی‌های ذاتی آن‌ها و توسعه ارزش‌ها و جنبه‌های گردشگری بیابانی می‌باشد، همه نمونه‌های از جاذبه‌ها و ظرفیت‌های بی‌نظیر اکوتوریسم در ایران است [۵۰، ۱۸].

اهمیت توسعه اکوتوریسم زمانی برای کشور نمایان می‌شود که بدانیم زمان متوسط سفر ۵۰ درصد اکوتوریست‌های جهان بین ۸ تا ۱۴ روز است و هر اکوتوریست به‌طور متوسط بین یک هزار تا یک هزار و پانصد دلار درآمد ارزی به ارمغان می‌آورد [۸]، ولی آمار شورای جهانی سفر و گردشگری نشان از وضعیت نامناسب صنعت گردشگری کشور و استفاده نکردن از قابلیت‌ها و استعدادهای کشور دارد [۵۱]. متأسفانه اقتصاد تک محصولی متکی بر درآمدهای نفتی [۱۳] و نداشتن و راهبردهای مناسب در زمینه گردشگری مانع از توجه به این بخش از اقتصاد در کشور شده است. دشت لوت، یکی از زیباترین و منحصربه‌فردترین کویرهای جهان است که ثبت شدن این مکان طبیعی در سازمان جهانی یونسکو در سال ۲۰۱۶ دال بر این موضوع می‌باشد. دشت لوت با دارا بودن جاذبه‌های طبیعی منحصربه‌فرد خود می‌تواند به یکی از بزرگ‌ترین مقاصد گردشگری در زمینه اکوتوریسم بیابان تبدیل شود. با وجود ظرفیت‌های بالای این منطقه نبود برنامه و راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری در آن به وضوح احساس می‌شود. از طرفی روش تحلیلی^۱ SWOT با تمرکز بر عوامل داخلی و خارجی‌ای که توسعه‌ی صنعت اکوتوریسم در این منطقه با آن روبه‌روست می‌تواند به ارائه راهبردها و برنامه‌هایی جهت بهبود گردشگری در این کویر منحصربه‌فرد بپردازد.

در این پژوهش ضمن بررسی ادبیات گردشگری بیابان و نیز بررسی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری منطقه دشت لوت از نظر صاحب‌نظران، کارشناسان و همچنین پژوهش‌های مشابه؛ با استفاده از ماتریس SWOT به ارائه راهبردهای مناسب برای توسعه اکوتوریسم در این کویر زیبا و پهناور پرداخته می‌شود و پس از آن به منظور بهره‌گیری هدفمند از نقاط قوت و فرصت‌ها و از

^۱ Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

بین بردن نقاط ضعف و تهدیدها در جهت توسعه گردشگری در دشت لوت و همچنین اولویت‌بندی راهبردهای ارائه شده در ماتریس SWOT از ماتریس کمی^۱ QSPM استفاده می‌شود.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اهمیت گردشگری. گردشگری به‌منزله بخشی از برنامه‌های ژئوپلیتیک دولتی، محرکی قوی برای درک محیط است [۳]. مقوله گردشگری زمانی اهمیت یافت که در سال ۲۰۱۵، گردشگری بین‌المللی ۴/۴ درصد رشد کرد و به مجموع ۱ میلیون و ۱۸۴ هزار نفر رسید. پس از بحران ۲۰۱۰ در ششمین سال متوالی تازه‌واردان بین‌المللی، این رقم به بالاتر از حد متوسط یعنی ۴ درصد رسید. تقریباً در این سال بیش از ۵۰ میلیون گردشگر در مقایسه با سال ۲۰۱۴، به مقصدهای بین‌المللی سراسر جهان سفر کردند [۴۵].

در کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بالای بیکاری، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است [۴۹]. صنعت گردشگری به‌مثابه یکی از صنایع پر درآمد و در عین حال سالم و پاک برای هر منطقه و کشور محسوب می‌گردد. رونق این صنعت بیانگر ثبات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، امنیتی، فرهنگی و علمی کشورهای جهان است. به بیان دیگر صنعت گردشگری با برخورداری از امتیازات منحصر به فرد، همزمان چندین هدف را در فضای یک منطقه تأمین می‌نماید. در حالی که صنایع دیگر هر کدام به تنهایی تأمین‌کننده بخشی از اهداف مورد نظر هستند [۲].

مطالعات مختلف به بررسی تأیید رابطه بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی پرداختند [۲۳، ۳۸، ۲۰]. گردشگری با افزایش درآمدهای دولتی در قالب مالیات و هزینه‌های پرداخت شده توسط شرکت‌هایی گردشگری و افزایش سطح زندگی جمعیت محلی به رشد اقتصادی کمک می‌نماید [۵]. بخش گردشگری به ازای هر دلار درآمد اضافه، اشتغال بیشتری نسبت به سایر بخش‌ها ایجاد می‌کند. با افزایش تعداد مشاغل موجود نرخ فقر کاهش و نابرابری درآمدها کمتر می‌شود [۳۵، ۴۱]. گردشگری با متنوع‌سازی اقتصاد کشور نیز فرصت‌های جدید برای خلق ثروت را فراهم ساخته و در نتیجه می‌تواند کیفیت زندگی ساکنان محلی را تحت تأثیر قرار دهد [۲۸].

گردشگری بیابان و کویر. مناطق کویری و بیابانی با توجه به شرایط خاص محیطی و جغرافیایی و تنگناها و محدودیت‌های توسعه‌ای ناشی از آن، همواره به‌مثابه حوزه‌های پرچالش در عرصه مدیریت و برنامه‌ریزی قلمداد شده‌اند. در کشورهای مختلف به ویژه طی دهه‌های اخیر، گردشگری از مهم‌ترین راهبردها در جهت تحقق توسعه پایدار محیطی، اجتماعی و اقتصادی در این‌گونه مناطق مطرح بوده است [۱]. گردشگری بیابان و کویر، یکی از گونه‌های طبیعت‌گردی،

^۱ Quantitative Strategic Planning Matrix

گردشگری ماجراجویانه یا زمین گردشگری است که امروزه در برخی از کشورها مانند تونس تنها از گردشگری در بیابان خود سالانه تا سه میلیارد دلار درآمد کسب می‌کنند [۲۵].

گردشگری در کویر در مقایسه با دیگر مقاصد از جمله کوهستان‌ها، شهرها یا بناهای تاریخی نسبتاً دیر شروع شد. یک دلیل فقدان زیر بنای لازم و نیز تصورات و خطرات مرتبط با کویر است. از اواخر قرن بیستم به بعد گردشگری در کویر و بیابان به‌منزله نوع خاصی از گردشگری در جهان مطرح شد و کم‌کم مورد توجه قرار گرفت. برگزاری تورهای عظیم گردشگری کویر و بیابان، سازمان‌دهی مناطق کویری و بیابانی، ایجاد تسهیلات گردشگری در این مناطق و بهره‌برداری از جاذبه‌های طبیعی این مناطق سالانه درآمدهای زیادی را نصیب کشورهای می‌کند که از این جاذبه طبیعی بهره‌مند و در این زمینه سرمایه‌گذاری کرده‌اند [۱۲]. این نوع گردشگری نه تنها باعث مزایای اقتصادی بسیاری است، بلکه برخی از شیوه‌های سنتی فراموش شده مانند صنایع دستی و شتربانی را احیاء کرده و به بهبود سطح زندگی جوامع محلی می‌افزاید [۲۵].

اکوتوریسم. صنعت گردشگری در چهار پنجم کشورهای جهان، یعنی در بیش از ۱۵۰ کشور، یکی از پنج منبع مهم کسب ارز خارجی است و در ۶۰ کشور، رتبه اول را به خود اختصاص داده است. در این میان اکوتوریسم از چنان جایگاهی برخوردار است که سازمان ملل، سال ۲۰۰۲ را سال بین‌المللی اکوتوریسم نامید [۲۵]. با توجه به تقابل بین توسعه اقتصادی و حفاظت از محیط زیست از دهه ۱۹۸۰ اکوتوریسم، به‌منزله رویکردی مسئولانه، حفاظتی و علمی [۱۷] به‌منظور پایداری در توسعه اقتصادی-اجتماعی جامعه بومی و حفاظت از محیط طبیعی و احترام به زندگی زیست محیطی و اعتقادات ساکنان مناطق گردشگری به‌وجود آمد [۱۹]. اکوتوریسم یک موازنه سازگار در برابر گردشگری انبوه است [۱۶]. این حوزه مطالعاتی با ترکیب نمودن موارث فرهنگی، تاریخی و اکولوژی، پتانسیل‌های بالایی را در راستای گردشگری پایدار عرضه می‌کند [۳۶]. اکوتوریسم شامل تمام اشکال گردشگری مبتنی بر طبیعت است که انگیزه اصلی گردشگر، مشاهده و درک طبیعت و فرهنگ‌های سنتی غالب در مناطق طبیعی است. هدف آن به حداقل رساندن تأثیر منفی فعالیت‌های گردشگری بر محیط طبیعی و اجتماعی-فرهنگی است [۴۲].

توجه کردن به تمامی محوطه‌های توریستی اعم از جنگل‌های طبیعی، پارک‌های ملی و حیات‌وحش، رودخانه‌ها و طبیعت پیرامون آن‌ها و به‌ویژه کوهسارها و کوهستان‌ها و آبشارها، چشمه‌های آبگرم، چشمه‌های طبیعی، باتلاق‌ها و مناطق ویژه شکار و صید ماهی، و دریا و دریاچه-ها، سواحل و کرانه‌های پیرامون آن‌ها، زیست‌گاه‌های طبیعی پرندگان مهاجر و بومی و سایر خزندگان، غارهای طبیعی، بیابان و کویر گستره این بخش از گردشگری را رقم می‌زند [۲۴]. اکوتوریسم مهم است، زیرا به لطف اجرای آن، تأثیرات گردشگری بر محیط طبیعی و انسانی در نظر گرفته می‌شود. بر اساس نظر انجمن بین‌المللی گردشگری اهمیت اکوتوریسم بر مبنای

اصل ایجاد یک وجدان زیست محیطی و ارزش‌های اخلاقی در رابطه با طبیعت است. اکوتوریسم با ایجاد یک حس اخلاقی فراتر از لذت مسافرت، به دنبال ترویج رفاه جوامع محلی است که به مثابه حافظه محیط طبیعی عمل می‌کنند. سرمایه‌گذاران اکوتوریسم تلاش می‌کنند تا گردشگران بتوانند طبیعت غیر انسانی را تجربه کنند و از طبیعت به‌طور فعال محافظت نمایند [۴]. طبیعت‌گردی فرصت‌هایی را برای بازدیدکنندگان فراهم می‌کند تا مظاهر طبیعت و فرهنگ را تجربه کنند و درباره اهمیت حفاظت از تنوع زیستی و فرهنگ‌های محلی بیاموزند.

حیدری علمدارلو و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش به "مطالعه شاخص اقلیم آسایش گردشگری در مناطق خشک به ارزیابی اقلیم گردشگری استان یزد" از مهم‌ترین استان‌های گردش‌پذیر در مناطق خشک کشور پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که به ترتیب ماه‌های مهر، اردیبهشت، آبان و فروردین بهترین ماه‌ها برای فعالیت‌های گردشگری در استان یزد است و مناطق کوهستانی یزد با ارتفاع بیش از ۲۷۰۰ تا ۳۰۰۰ متر و مناطق اطراف آن در فصول خشک که بارش و کاهش دما عامل محدودکننده نبوده دارای بهترین شرایط گردشگری بوده است. مناطق دیگر با ارتفاع کمتر از ۲۷۰۰ تا ۳۰۰۰ متر در فصول بهار و پاییز بهترین شرایط اقلیمی را برای گردشگری دارند [۱۴].

ملکی و سجادیان (۱۳۹۷) در پژوهش "آسیب‌شناسی کیفیت رقابت‌آمیز مدیریت مقصد گردشگری کویر؛ مطالعه موردی: کویر شهداد کرمان" اظهار داشتند در ایران مسأله این است که با توجه به قابلیت‌های گردشگری بیابان و کویر، جذب گردشگر با موفقیت همراه نبوده است و به نظر می‌رسد از جمله عوامل مؤثر، آسیب‌هایی است که بر مدیریت مقصد گردشگری بیابان و کویر از دیدگاه رقابتی وارد است. در این زمینه بیشترین ضعف در استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات به‌منظور بهره‌گیری از آن در بازاریابی و تبلیغ و افزایش راندمان مشاهده می‌شود [۲۵]. گلچویی دیوا و صالحی (۱۳۹۷)، در پژوهش "بررسی پتانسیل‌های اکوتوریسمی مناطق مرزی نشان دادند که بین معیارهای انتخاب شده برای پهنه‌بندی اکوتوریسمی شهرستان مرزی پاره"، معیارهای راه‌های مواصلاتی و شیب به ترتیب بیشترین وزن را دارند. معیار دما نیز کمترین امتیاز را دارد [۱۱]. موسوی (۱۳۹۷) در پژوهش "ارزیابی ظرفیت برد گردشگری منطقه حفاظت شده کرخه" نشان داد که پهنه گردشگری گسترده با مساحت ۱۶۳۸۴ هکتار دارای ظرفیت برد فیزیکی ۲۰۴۸۰۳۰۲ نفر در سال و پهنه گردشگری متمرکز با مساحت ۱۴۷۶ هکتار دارای ظرفیت برد فیزیکی ۵۵۵۶۷۸۸ نفر در سال و ظرفیت برد واقعی ۹۹۹۸۰ نفر در طول سال است. همچنین با توجه به توان مدیریتی و امکانات محدود موجود در حال حاضر امکان عملی نمودن فقط ۱۰ درصد ظرفیت برد واقعی یعنی ۱۷۹۵۲ نفر در سال در کل پهنه‌های گردشگری گسترده و متمرکز تحت عنوان ظرفیت برد مؤثر وجود دارد [۳۳]. حیدری سورشجانی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود"

تأثیر آموزش و ترویج طبیعت‌گردی در حفظ محیط زیست" اظهار می‌دارند، آموزش و ترویج طبیعت‌گردی به حفظ محیط زیست کمک شایانی می‌نماید [۱۵]. شاطریان و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش "شناسایی و تبیین علّی عوامل مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی در مناطق کویری با رویکرد اکوتوریسم" نشان دادند که عامل اجتماعی بیشترین بار عاملی اثر- گذاری بر توسعه کارآفرینی اکوتوریستی را با ۹۴ درصد به خود اختصاص داده است. پس از آن عوامل زیرساختی و عوامل خدماتی و محیطی با بار عاملی ۸۶ درصدی در جایگاه دوم قرار گرفتند. عوامل خدماتی و محیطی با بار عاملی ۸۶ درصدی مشترکاً جایگاه سوم را به خود اختصاص داده‌اند. عامل‌های نهادی و اقتصادی نیز با بارهای عاملی ۷۰ و ۶۹ درصدی در رتبه‌های بعدی تأثیرگذاری بر گسترش فرصت- های کارآفرینی هستند [۴۶].

ولی‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش "جایگاه اکوتوریسم در دستیابی به اهداف اقتصاد مقاومتی" ضمن تبیین مفاهیم مربوط به اقتصاد مقاومتی و همچنین اکوتوریسم، به دنبال میزان هم‌سویی اهداف این دو موضوع برآمدند. که در این راستا به میزان قابل توجهی از همسو بودن اهداف اکوتوریسم و اقتصاد مقاومتی دست یافته و نتایج را به صورت یک مدل مفهومی از ارتباط گردشگری و به طور اخص اکوتوریسم با اقتصاد مقاومتی ارائه نمودند [۴۸]. ملک‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش "بررسی پتانسیل‌های موجود جهت توسعه اکوتوریسم ورزشی در کویر"، اظهار می‌دارند در صورت وجود استراتژی‌های قوی مدیریتی، همکاری و پشتیبانی سازمان‌ها و ارتقای سطح امکانات منطقه می‌توان قدم‌های محکمی در جذب گردشگر و گردشگر ورزشی برداشت [۲۶]. علی‌پور و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش "نقش گردشگری در توسعه پایدار اجتماعی مناطق کویری و بیابانی مورد پژوهی: استان کرمان" نشان دادند که، غالب مناطقی که با روند کاهش جمعیتی، مهاجرفرستی و سطح پایین پایداری اجتماعی مواجه هستند در بخش کویری و بیابانی استان استقرار یافته‌اند؛ این امر در حالی است که مناطق مزبور دارای جاذبه‌ها و قابلیت‌های بالای گردشگری هستند؛ به نحوی که شناسایی این گونه ظرفیت‌ها و بهره‌گیری از آن‌ها می‌تواند به طور کاملاً مستقیمی در رفع مشکلات اجتماعی و اقتصادی این مناطق مؤثر است و زمینه‌های رشد و ارتقاء وضعیت درآمدی و معیشتی و استقرار پایدار جمعیت آن‌ها را فراهم سازد [۱].

نینو و همکارانش در سال ۲۰۱۷ در پژوهشی ظرفیت و توانایی نواحی مختلف در کشور اتیوپی را برای رشد و توسعه اکوتوریسم بررسی نمودند. آن‌ها در پژوهش خود از داده هوایی شامل نقشه پوشش، نواحی حضور حیات وحش، نقشه مکان‌های خاص نقشه توپوگرافی و در نهایت فاصله تا راه‌ها استفاده نمودند. در این پژوهش از وزن‌دهی به لایه‌های مذکور بین ۱ تا ۱۰ استفاده شده است که در این بین لایه‌های پوشش گیاهی و لایه حضور حیوانات وحشی بالاترین وزن‌ها را به خود اختصاص داده و زیر معیارهای آن‌ها نیز متناسب با اهمیت بین ۱ تا ۱۰ تغییر کلاس یافته‌اند.

در نهایت با استفاده از GIS داده‌ها را تلفیق نموده درجه تناسب نواحی مختلف برای رشد و توسعه اکوتوریسم را به دست آوردند [۳۷]. لیو و ما (۲۰۱۷) در مقاله‌ای به بررسی ذهنیت و ادراک متفاوت درباره گردشگری و تأثیر آن بر بهره‌وری‌های اقتصادی این صنعت در شهر ژیان چین پرداخته است. بر این اساس، نویسندگان با شناسایی سه گروه دارای ادراک متفاوت، شامل مسئولان دولتی، سهامداران بخش خصوصی چین و سهامداران بین‌المللی، به این نتیجه رسیده است که هرچه تعداد گروه‌های ذی‌نفع و درگیر در گردشگری شهر ژیان چین افزایش یابد، این شهر می‌تواند ظرفیت‌های گردشگری خود در ابعاد مختلفی از جمله تفریحی، صنعتی، طبیعت‌گردی، هنری، بازارگردی و آثار تاریخی تقویت کند. همچنین، از دیگر مزیت‌های افزایش تنوع و میزان سهامداران در بخش گردشگری شهر ژیان چین، افزایش و تنوع ساختارها و امکانات گردشگری برای گردشگران است [۲۱]. کوینا و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی تأثیر اکوتوریسم در منطقه کاموم چین پرداختند. نتایج پژوهش ایشان نشان داد که اکوتوریسم باعث افزایش درآمد دولت و سازمان‌های گردشگری می‌شود [۶].

در ادامه نوآوری پژوهش حاضر در مقایسه با کار پژوهشگران ذکر شده، در این حوزه بیان می‌گردد.

حیدری علمدارو و همکاران (۱۳۹۸) فقط به ارزیابی اقلیم گردشگری استان یزد به‌مثابه منطقه خشک کشور پرداخته‌اند و در حوزه جذب اکوتوریسم بیابان یا مناطق خشک راهبرد خاصی پیشنهاد نکرده‌اند در حالی که، پژوهش پیش‌رو ضمن ارزیابی دشت لوت از مهم‌ترین مناطق در جذب گردشگران اکوتوریسم داخلی و خارجی در کشور ایران به ارائه راهبردهای مناسب برای جذب گردشگری در این منطقه پرداخته است [۱۴].

در پژوهش ملکی و سجادیان (۱۳۹۷) [۲۵]، نیز فقط کیفیت رقابت‌آمیز مدیریت گردشگری کویر، آسیب‌شناسی شده و به مسأله توسعه اکوتوریسم بیابان در دشت لوت نپرداخته است. گلچوبی دیوا و صالحی (۱۳۹۷) [۱۱]، به بررسی پتانسیل‌های اکوتوریسمی مناطق مرزی پرداخته‌اند و در مورد گردشگری بیابان یا دشت لوت، بررسی خاصی را انجام نداده‌اند. موسوی (۱۳۹۷) [۳۳]، نیز مانند گلچوبی و همکاران، اشاره خاصی به گردشگری بیابان یا اکوتوریسم دشت لوت نداشته است.

حیدری سورشجانی و همکاران (۱۳۹۷) [۱۵]، در مقایسه با پژوهش پیش‌رو راهبردی را برای توسعه اکوتوریسم بیابان اظهار نکرده‌اند و بیشتر به بحث آموزش در حوزه ترویج طبیعت‌گردی در حفظ محیط زیست به صورت کلی برای توسعه پایدار پرداخته‌اند.

شاطریان و همکاران (۱۳۹۷) [۴۶]، برخلاف پژوهش پیش‌رو ضمن در نظر داشتن رویکرد اکوتوریسمی، تمرکز خویش را بر توسعه کارآفرینی در مناطق کویری به‌طور کلی گذاشته‌اند و در مورد جذب گردشگر به این مناطق بررسی انجام نداده‌اند.

ولی‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) [۴۸]، با در نظر داشتن مسأله اکوتوریسم و اهمیت آن برای دستیابی به اهداف اقتصاد مقاومتی، همسویی اهداف اکوتوریسم را با این موضوع بررسی کرده‌اند و مسأله اکوتوریسم را به‌طور کلی بررسی کرده‌اند، در حالی که در پژوهش حاضر به‌طور خاص به مسأله اکوتوریسم در دشت لوت و به‌ویژه کلوت‌های شهداد پرداخته و در این جهت راهبردهای ویژه ارائه کرده است.

در مقایسه با پژوهش ملک‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) [۲۶]، نیز که به بررسی گردشگری ورزشی در منطقه کویر پرداخته‌اند و استراتژی‌های خاصی را ارائه کرده‌اند، پژوهش پیش‌رو در حوزه اکوتوریسم بیابان در دشت لوت راهبرد بیان کرده است.

علی‌پور و همکاران (۱۳۹۶) [۱]، نقش گردشگری در توسعه پایدار اجتماعی مناطق کویر کرمان را بررسی کرده‌اند که مانند دیگران در بحث اکوتوریسم دشت لوت وارد نشده‌اند.

نینو و همکارانش در (۲۰۱۷) [۳۷]، پتانسیل نواحی مختلف در اتیوپی را برای رشد اکوتوریسم بررسی کرده‌اند که در پژوهش پیش‌رو نیز پتانسیل گردشگری نواحی بیابان و گردشگری بیابان به‌طور اخص در دشت لوت بررسی شده است.

۳. روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر در سال ۱۳۹۸ در دشت لوت استان کرمان و به‌طور اخص با در نظر داشتن کلوت‌های شهداد انجام شده است. این پژوهش از حیث هدف کاربردی و از نظر روش بررسی جزء تحقیقات توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش با توجه به بررسی‌های پژوهشگران کلیه افراد فعال؛ اعم از کارشناس یا استاد دانشگاه در حوزه دشت لوت، کلوت‌های شهداد و گردشگری در استان کرمان بود که تعداد این افراد به ۳۰ نفر رسید. پرسشنامه پژوهش با توجه به اینکه یک پرسشنامه مقایسات زوجی است و با در نظر داشتن معیارهای جمع‌آوری شده از پژوهش-های اکوتوریسم بیابان در پژوهش‌های مشابه تنظیم شده است؛ نیازی به روایی و پایایی ندارد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و در نتیجه ارائه راهبردهای توسعه اکوتوریسم بیابان در دشت لوت از روش تحلیلی SWOT و ماتریس کمی QSPM استفاده شد. این پژوهش در پنج فاز انجام گردید.

در مرحله اول به منظور شناخت دشت لوت و بررسی جاذبه‌ها، خدمات، زمینه و امکانات اکوتوریسم در این منطقه از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با کارشناسان فعال در این زمینه استفاده شد و قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای مربوطه تعیین گردید.

در مرحله دوم نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدات‌های شناسایی شده در قالب پرسش‌نامه در اختیار کارشناسان گردشگری و همچنین افراد آشنا با دشت لوت قرار گرفت، تا به هریک از نقاط امتیاز داده و وزن هر یک از نقاط را تعیین نمایند. خروجی این مرحله ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFEM)^۱ و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFEM)^۲ است.

در مرحله سوم راهبردهای هر یک از مناطق چارگانه شناسایی و ارائه گردید. در مرحله چهارم با بهره‌گیری از داده‌های مراحل قبل ماتریس چهار نقطه‌ای داخلی و خارجی (IE) تدوین شد.

و در مرحله پنجم ماتریس کمی QSPM تشکیل شد که با استفاده از این ماتریس و اجرای گام به گام آن، راهبردها اولویت‌بندی شدند.

همان‌طور که گفته شد، در این پژوهش برای ارائه راهبرد مناسب برای توسعه اکوتوریسم دشت لوت از تحلیل SWOT استفاده شد که در ادامه شرح اجمالی‌ای از روش مذکور بیان شده است. **SWOT**: تکنیک یا ماتریس SWOT، ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت‌های موجود در محیط خارجی یک سیستم و بازشناسی ضعف‌ها و قوت‌های داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبرد برای هدایت و کنترل آن سیستم است. به‌طور اجمالی می‌توان گفت که این تکنیک ابزاری برای تحلیل وضعیت و تدوین راهبرد است و این امور از طریق: بازشناسی و طبقه‌بندی قوت‌ها و ضعف‌های درونی سیستم؛ بازشناسی و طبقه‌بندی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در محیط خارج سیستم؛ تکمیل ماتریس سوات؛ و تدوین راهبردهای گوناگون برای هدایت سیستم در آینده؛ صورت می‌گیرد. مدل SWOT تحلیلی سیستماتیک را برای شناسایی این عوامل و انتخاب استراتژی که بهترین تطابق بین آن‌ها را ایجاد می‌نماید، ارائه می‌دهد. از دیدگاه این مدل، یک استراتژی مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این منظور، نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها در چهار حالت کلی WO، ST، SO، و WT پیوند داده می‌شوند و گزینه‌های استراتژی از بین آن‌ها انتخاب می‌شوند [۷]. مفهوم راهبردهای SO، استفاده مناسب از فرصت‌ها با بهره‌برداری از نقاط قوت است. راهبردهای WO، به دنبال بهره‌برداری مناسب از فرصت‌های محیطی با توجه به ضعف‌هاست. راهبردهای ST نیز در

¹ Internal Factors Evaluation Matrix

² External Factor Evaluation Matrix

ارتباط با کاهش یا حذف اثرات تهدیدهای محیطی از طریق استفاده مطلوب از نقاط قوت است و راهبردهای WT با در نظر گرفتن نقاط ضعف اثرات تهدیدهای محیطی را کاهش می‌دهد [۹].

جدول ۱. نمایه کلی از ماتریس SWOT / [۴۴].

ماتریس SWOT	نقاط قوت - S سیاهه نقاط قوت	نقاط ضعف - W سیاهه نقاط ضعف
فرصت‌ها - O سیاهه فرصت‌ها	راهبردهای تهاجمی (SO) استفاده از نقاط قوت در راستای بهره‌مندی از فرصت‌ها	راهبردهای بازنگری / ترمیم / محافظه‌کارانه (WO) فائق آمدن بر نقاط ضعف با استفاده از فرصت‌ها
تهدیدها - T سیاهه تهدیدها	راهبردهای تنوع‌بخشی / اقتضایی / رقابتی (ST) استفاده از نقاط قوت جهت پیشگیری از تهدیدها	راهبردهای تدافعی (WT) کمینه کردن نقاط ضعف برای جلوگیری از تهدیدها

پس از تدوین راهبردها، ماتریس چهار نقطه‌ای (IE) تدوین می‌شود. این ماتریس بر اساس استقرار داده‌ها در دو بعد اصلی شکل می‌گیرد:

الف. جمع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی که بر روی محور Xها نشان داده می‌شود؛

ب. جمع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی که بر روی محور Yها نوشته می‌شود. در ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی؛ جمع امتیاز نهایی عوامل داخلی بر روی محور Xها چنان چه در محدوده‌ای از ۱ تا ۱/۹۹ قرار گیرد، نشان دهنده ضعف داخلی سیستم است. امتیازهای ۲ تا ۲/۹۹ نشان از قرارگیری سیستم در وضع متوسط دارد و بالاخره امتیازهای ۳ تا بیانگر قوت سیستم است. به همین شیوه جمع امتیاز نهایی عوامل خارجی بر روی محور Y از ۱ تا ۱/۹۹ بیانگر ضعف سیستم، امتیازهای ۲ تا ۲/۹۹ بیانگر این واقعیت است که سیستم در وضع متوسط قرار داشته و نهایتاً امتیازهای ۴ تا بیانگر قرارگرفتن سیستم در وضع عالی است [۹].

۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

نتایج اجرای مراحل اول و دوم پژوهش به شرح جدول‌های ۲ و ۳ است.

جدول ۲: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFEM)

وزن	امتیاز نهایی	امتیاز	عوامل داخلی
نقاط قوت			
۰/۰۴۱۱	۳/۹۰۹۰	۰/۱۶۰۶	۱. برخورداری از محیط آرام و دور از شلوغی شهر و برخورداری از سکوت ژرف و شگفت‌انگیز کویر
۰/۰۴۰۹	۳/۱۱۸۱	۰/۱۵۶۱	۲. اقلیم و آب و هوایی متفاوت منطقه (در ۶۰ کیلومتری کلوت‌های شهداد قله‌هایی وجود دارد که در اکثر اوقات سال برف‌گیر است و این اعجاز باشکوه دشت لوت است)
۰/۰۳۸۹	۳/۳۶۳۶	۰/۱۳۰۸	۳. وجود فرودگاه در مرکز استان و برنامه برای احداث فرودگاه گردشگری در شهر شهداد برای پرواز بر فراز گندم‌بریان و گرم‌ترین نقطه زمین.
۰/۰۳۲۹	۳/۲۷۲۷	۰/۱۰۷۶	۴. وجود ظرفیت مناسب برای ورزش‌های بیابانی نظیر دو ماراتون، سافاری، دوچرخه-سواری، موتورسواری و...
۰/۰۳۵۳	۳/۳۶۳۶	۰/۱۱۸۷	۵. برخورداری از تنوع گونه‌های گیاهی و جانوری کمیاب در کوه‌های حاشیه دشت لوت (گیاهانی مانند گون، تاغ، گز، خارشتر و شور محصول کویر هستند و حیرت‌آورتر این است که تنوع گیاهی در کویرها بیشتر از شمال ایران است. همچنین جانورانی مانند یوز آسیایی، گوره‌خر، روباه شنی، گربه شنی و بیش از ۹۲ گونه خزنده از موجودات خاص این منطقه به شمار می‌روند.)
۰/۰۴۱۷	۴	۰/۱۶۶۸	۶. وجود کلوت‌های کویر شهداد، بزرگ‌ترین عارضه کلوخی طبیعی دنیا که در نوع خود منحصربه‌فردترین، زیباترین و جذاب‌ترین عارضه کویری است. همچنین عارضه‌های دیگری چون گندم بریان، ریگ‌های یلان، چاله ملک محمد، رود شور، آبشار مکی و ...
۰/۰۳۸۹	۳/۶۳۶۳	۰/۱۴۱۴	۷. فاصله کم منطقه خشک و بیابانی دشت لوت با آبادی‌های سرسبز حاشیه لوت
۰/۰۳۸۳	۳/۷۲۷۲	۰/۱۴۲۷	۸. پذیرش اجتماعی ساکنان نسبت به ورود گردشگران و روحیه خونگرمی و مهمان‌نوازی آن‌ها در کانون‌های گردشگری و در مقابل گردشگران
۰/۰۳۳۵	۳/۹۰۹۰	۰/۱۰۳۵	۹. باور مردم میزبان به دستیابی به محتوای توسعه پایدار با فراهم‌سازی قابلیت‌های گردشگری با توجه به ثبت جهانی منطقه
۰/۰۳۰۴	۳/۲۷۲۷	۰/۰۹۹۴	۱۰. وجود آداب و رسوم محلی و سنتی در بین مردم منطقه که از گذشته به جا مانده.
۰/۰۳۴۷	۳/۶۳۶۳	۰/۱۲۶۱	۱۱. وجود گرم‌ترین نقطه جهان در بخش مرکزی دشت لوت.
۰/۰۳۵۵	۳/۴۵۴۵	۰/۱۲۲۶	۱۲. وجود آفتاب سالم و بدون اشعه‌ی مضر برای استفاده گردشگران. همچنین استفاده از شن درمانی و محیط سرشار از آرامش برای گردشگران سلامت.
۰/۰۴۰۹	۳/۹۰۹۰	۰/۱۵۹۸	۱۳. وجود آسمان صاف و پر ستاره‌ی شب دشت لوت برای رصد ستارگان
۰/۰۲۶۳	۳/۱۸۱۸	۰/۰۸۳۳	۱۴. وجود تمدن‌هایی با سابقه بیش از ۵۰۰۰ سال در منطقه (تمدن ارتا)
نقاط ضعف			
۰/۰۲۸۲	۱/۳۶۳۶	۰/۰۲۸۴	۱. ناشناخته بودن دشت لوت و ثبت جهانی آن، حتی برای برخی از اهالی بومی منطقه

امتیاز نهایی		امتیاز وزن		عوامل داخلی
۰/۰۴۸۹	۱/۵۴۵۴	۰/۰۳۱۷	۲	۲. کمبود زیرساخت‌ها و مرکز اقامتی و کمپ‌های با امکانات مناسب و مشهود گردشگری بیابان برای همه اقشار در منطقه
۰/۰۶۲۶	۱/۶۳۶۳	۰/۰۳۸۳	۲	۳. روبه‌های سرمایه‌گذاری پیچیده در کشور و همچنین مقاومت برخی از مردم بومی منطقه در برابر تغییر.
۰/۰۷۴۶	۱/۵۴۵۴	۰/۰۳۷۳	۲	۴. کمبود فعالیت‌های گروه‌ها و آژانس‌های گردشگری بین‌المللی
۰/۰۵۹۷	۱/۶۳۶۳	۰/۰۳۶۵	۲	۵. فقدان آگاهی لازم بازار اکوتوریسم بیابان در اکثر عوامل صنعت گردشگری.
۰/۰۴۶۶	۱/۵۴۵۴	۰/۰۳۰۲	۲	۶. نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی نظیر جاده‌ها و مخابرات در منطقه.
۰/۰۵۹۳	۱/۶۳۶۳	۰/۰۳۶۳	۲	۷. سرمایه‌گذاری کم در بخش گردشگری در دشت لوت
۰/۰۶۳۷	۱/۷۲۷۲	۰/۰۳۶۹	۲	۸. ضعف شدید تبلیغات از دشت لوت با وجود منحصر بفرد بودن جاذبه‌های آن و فقدان توجه به مقوله برندسازی این دشت.
۰/۰۵۵۷	۱/۴۵۴۵	۰/۰۳۶۱	۲	۹. کمبود شدید نیروهای متخصص و آموزش‌دیده در منطقه
۰/۰۷۶۵	۱/۹۰۹۰	۰/۰۴۰۱	۲	۱۰. نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، درمانی و خدماتی
۰/۰۴۲۹	۱/۳۶۳۶	۰/۰۳۱۵	۲	۱۱. وجود آب‌وهوای بسیار گرم و خشک در فصول تابستان و آب‌وهوای سرد و خشک در زمستان و همچنین طوفان‌ها و بادهای فصلی
۰/۰۴۸۹	۱/۳۶۳۶	۰/۰۳۵۹	۲	۱۲. نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی
۰/۰۵۱۸	۱/۶۳۶۳	۰/۰۳۱۷	۲	۱۳. فقدان حیات شبانه مقصد گردشگری مخصوص گردشگران
۰/۰۵۹۱	۱/۵۴۵۴	۰/۰۳۸۳	۲	۱۴. فقدان هماهنگی سازمان‌های مرتبط با گردشگری در جهت دستیابی به محتوای توسعه پایدار با فراهم‌سازی قابلیت‌های گردشگری
جمع				۲/۶۰۸۱

جدول ۲ نشان می‌دهد که مجموع نمره نهایی نقاط قوت و ضعف، برابر ۲/۶۰۸۱ شده است که این عدد بیشتر از میانگین مورد نظر (۲/۵) است. نتیجه آن که دشت لوت دارای شرایط خوب درونی است به طوری که این کویر از نظر عوامل داخلی دچار قوت است.

جدول ۳: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFEM)

امتیاز نهایی		امتیاز وزن		عوامل خارجی
فرصت‌ها				
۰/۱۷۹۲	۴	۰/۰۴۴۸	۲	۵. اشتغال‌زایی برای افراد بومی و افزایش درآمد سالانه و در نتیجه جلوگیری از مهاجرت افراد از منطقه
۰/۱۷۹۰	۳/۸۱۸۱	۰/۰۴۶۹	۲	۶. برخورداری از شرایط خوب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در حوزه اکوتوریسم بیابان در جهت تأسیسات زیربنایی و رونمایی

وزن	امتیاز	امتیاز نهایی	عوامل خارجی
۰/۰۴۲۱	۳/۴۵۴۵	۰/۱۴۵۴	۷. افزایش حمایت دستگاه‌های ذی‌نفع و ذی‌نفع‌داری در سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری خارجی در حوزه اکوتوریسم بیابان و وجود باور به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در این بخش.
۰/۰۳۸۱	۳/۳۶۳۶	۰/۱۲۸۱	۸. افزایش تمایل به ورزش‌های کویری در بازار گردشگری
۰/۰۲۹۳	۳/۱۸۱۸	۰/۰۹۳۴	۹. در مقایسه گردشگری بیابانی و سنتی، گردشگری کویری توانایی آن را دارد که جذابیت‌های گردشگری تاریخی و فرهنگی را کاهش دهد.
۰/۰۳۳۵	۳/۳۶۳۶	۰/۱۱۲۸	۱۰. تمرکز سند چشم‌انداز برنامه توسعه ۱۴۰۴ به توسعه توریسم و اکوتوریسم.
۰/۰۳۸۶	۳/۱۸۱۸	۰/۱۴۷۵	۱۱. به‌کارگیری درآمد آتی گردشگری برای ارتقاء سطح حفاظت از اکوسیستم‌های طبیعی و تلاش جهت کاهش تأثیرات منفی
۰/۰۴۵۸	۳/۷۲۷۲	۰/۱۷۰۷	۱۲. وجود بیشترین جاذبه‌های دشت لوت در استان کرمان که دارای جاذبه‌های تاریخی بسیاری نیز هست.
۰/۰۵۳۶	۳/۱۸۱۸	۰/۲۰۴۹	۱۳. شناخت نسبی گردشگران داخلی و خارجی از منطقه؛ با توجه به اینکه دشت لوت تاز معدود مکان‌های طبیعی کشور ایران است که ثبت جهانی یونسکو می‌باشد.
۰/۰۳۹۷	۳/۴۵۴۵	۰/۱۳۷۴	۱۴. افزایش انگیزه مردم شهرنشین جهت گذراندن اوقات فراغت خود در مناطق کویری با توجه به سکوت کویر
۰/۰۳۷۴	۳/۵۴۵۴	۰/۱۳۲۸	۱۵. افزایش انگیزه آژانس‌های خدمات مسافرتی کشور جهت ارسال گردشگر بیشتر به منطقه مورد مطالعه بعد از ثبت جهانی آن.
۰/۰۴۵۳	۳/۷۲۷۲	۰/۱۶۹۰	۱۶. امنیت بالای کشور ایران نسبت به کشورهای رقیب از جمله ترکیه که در همسایگی هستند.
تهدیدات			
۰/۰۳۴۴	۱	۰/۰۳۴۴	۱. توزیع نامناسب گردشگر فصلی به سبب شرایط اقلیمی کویر و در نتیجه پراکنش نامناسب فصلی بازدیدکنندگان
۰/۰۴۳۹	۱/۵۴۵۴	۰/۰۶۷۹	۲. وجود تقابل فرهنگ مدرن و فرهنگ سنتی در گردشگری کویری. تضاد و تقابل دو فرهنگ تبدیل به تهدید اصلی توسعه گردشگری کویر خواهد شد.
۰/۰۴۳۷	۱/۶۳۶۳	۰/۰۷۱۵	۳. تضاد بین توسعه و حفاظت. گردشگری کویری یک عمل توریستی است که هم مسئول حفاظت از محیط زیست طبیعی و هم مدعی ایجاد توسعه اقتصادی در منطقه می‌باشد.
۰/۰۴۲۸	۱/۷۲۷۲	۰/۰۷۳۹	۴. ناشناخته بودن اهمیت گردشگری کویری و نبود آگاهی در رابطه با برندسازی در مورد آن.
۰/۰۴۳۷	۱/۹۰۹۰	۰/۰۸۳۴	۵. افزایش ظرفیت گردشگری کویری در دیگر کویرهای رقیب داخلی و خارجی و همچنین سرمایه‌گذاری ویژه این کشورها برای توسعه اکوتوریسم بیابان.
۰/۰۳۸۱	۱/۶۳۶۳	۰/۰۶۲۴	۶. خطر انقراض گونه‌های جانوری مثل گورخر آسیایی و یوز آسیایی.

وزن	امتیاز	امتیاز نهایی	عوامل خارجی
۰/۰۴۷۶	۲	۰/۰۹۵۳	۷. خطر آلوده‌سازی و تخریب اکوسیستم کویر
۰/۰۴۱۶	۱/۲۷۲۷	۰/۰۵۳۰	۸. کمبود شدید سرمایه‌گذاری خصوصی افراد غیربومی در منطقه
۰/۰۴۲۳	۱/۷۲۷۲	۰/۰۷۳۱	۹. بی‌توجهی و نبود انگیزه در بین مسئولان استان کرمان جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری در منطقه.
۰/۰۴۵۱	۱/۵۴۵۴	۰/۰۶۹۶	۱۰. محرومیت شدید منطقه و هجوم جمعیت مهاجر از روستاهای اطراف کویر به شهر کرمان.
۰/۰۴۵۳	۱/۷۲۷۲	۰/۰۷۸۳	۱۱. تبلیغات منفی در سطح جهانی علیه ایران
۰/۰۴۶۵	۱/۷۲۷۲	۰/۰۸۰۳	۱۲. کمبود امکانات خدماتی و رفاهی و مراکز اسکان گردشگری برای گردشگران در روستاها و نزدیکی دشت لوت.
۱/۰۰۰۰		۲/۶۴۳۳	جمع

جدول ۳ نشان می‌دهد که مجموع نمره نهایی فرصت‌ها و تهدیدها، برابر ۲/۶۴۳۳ شده است که این امتیاز به این معناست که گردشگری در دشت لوت تا حدودی توانسته است از عواملی که فرصت یا موقعیت ایجاد می‌کنند بهره‌برداری کرده و یا از عوامل تهدیدزا دوری گزیند.

در فاز سوم راهبردهای ممکن شناسایی و ارائه گردید.

راهبردهای تهاجمی (SO): راهبرد مطلوب. از آنجا که طبق نتایج مراحل قبل، راهبرد تهاجمی باید به‌منزله راهبرد اصلی توسعه اکوتوریسم بیابان در دشت لوت مد نظر قرار گیرد، پنج راهبرد زیر جهت بهره‌برداری از فرصت‌ها با در نظر داشتن نقاط قوت به‌منظور توسعه در این منطقه معرفی می‌شود:

راهبرد اول: در نظر گرفتن یک برنامه گردشگری ویژه از طرف دستگاه‌های ذی‌نفع و ذی‌نفوذ سرمایه‌گذار در بخش گردشگری داخلی و خارجی استان تاریخی کرمان برای کلوتهای شهادت و رصد ستارگان که در نزدیکی مرکز این استان واقع هستند.

راهبرد دوم: توجه به امر گردشگری سلامت جسم و روان با در نظر داشتن افزایش انگیزه مردم شهرنشین دنیا به درمان‌های طبیعی و استفاده از سکوت و آرامش کویر.

راهبرد سوم: بهره‌گیری از تنوع گونه‌های بی‌نظیر گیاهی و جانوری منطقه و همچنین عارضه‌های منحصربه‌فرد زمین‌شناختی آن در جهت تقویت و جذب گردشگری اکوتوریسم برای به‌کارگیری درآمد ویژه‌ی آن در راستای حفاظت از این اکوسیستم‌های طبیعی.

راهبردهای رقابتی (ST). راهبرد اول: به‌کارگیری برنامه‌های ارزیابی تخصصی در هر یک از پروژه‌های توسعه گردشگری دشت لوت؛ مطابق با فهرست‌های ملی و بین‌المللی نظیر اتحادیه

بین‌المللی حفاظت از طبیعت^۱ (IUCN) و غیره برای کاهش تضاد بین توسعه اقتصادی گردشگری و حفاظت از اکوسیستم کویر.

راهبرد دوم: توجه ویژه به ثبت جهانی و جاذبه‌های منحصر به فرد دشت لوت برای ترغیب سرمایه‌گذاری دولت و بخش خصوصی افراد غیربومی در منطقه و در نهایت برندسازی آن برای رقابت با دیگر کشورهای فعال در گردشگری کویری.

راهبرد سوم: ایجاد تسهیلات و شرایط رفاهی و خدماتی مورد نیاز ورزشی و گردشگری سلامت برای جذب گردشگران خارجی با توجه به وجود ظرفیت برای ایجاد آن‌ها در دشت لوت. راهبرد چهارم: تهیه نقشه جامع گردشگری که توسط مراجع محلی، سازمان‌ها و دیگر عوامل مرتبط با صنعت گردشگری تهیه شده باشد.

راهبردهای محافظه کارانه (WO). راهبرد اول: با در نظر داشتن سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و حمایت دولت از توسعه اکوتوریسم و همچنین برخورداری دشت لوت از شرایط مناسب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی؛ می‌توان زیرساخت‌های محیطی و تسهیلات بهداشتی، خدماتی و درمانی را در این منطقه توسعه داد.

راهبرد دوم: تبلیغات و توسعه فعالیت‌های آگاه‌بخشی در رسانه‌ها برای جذب گروه‌ها و آژانس‌های گردشگری بین‌المللی در جهت افزایش انگیزه آن‌ها برای فعالیت در منطقه و زدودن نگاه منفی گردشگران در مورد ناامنی کشور ایران نسبت به کشورهای رقیب.

راهبرد سوم: توسعه و بهبود شبکه اطلاعاتی گردشگری و خدماتی برای اکوتوریسم و توجه ویژه به این مسأله که اکثر جاذبه‌های دشت لوت در استان تاریخی کرمان واقع شده است که این امر، خود در تبلیغات و برندسازی این منطقه تأثیر به‌سزایی دارد.

استراتژی‌های تدافعی (WT). راهبرد اول: تسهیل رویه‌های سرمایه‌گذاری در اکوتوریسم دشت لوت به منظور ایجاد اشتغال، کاهش فقر و مهاجرت افراد بومی این منطقه از روستاهای مجاور به شهرها.

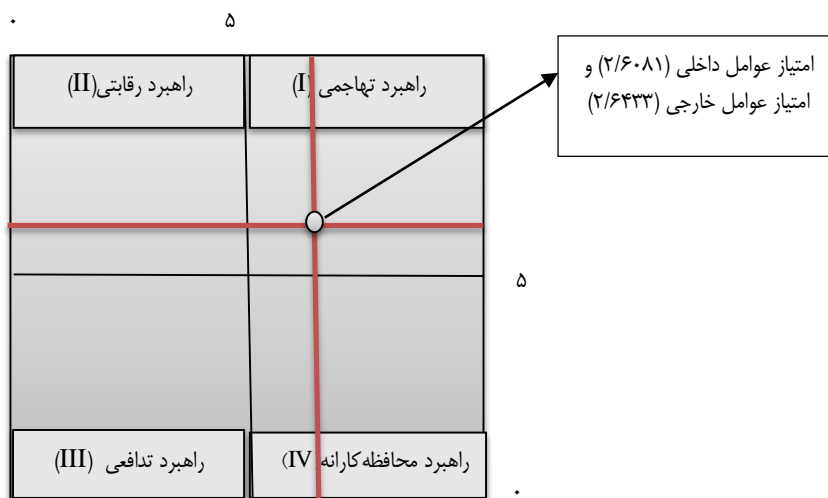
راهبرد دوم: ایجاد برنامه‌های آموزشی، ویژه راهنمایان گردشگری و همچنین کلیه دستگاه‌های ذی‌نفع و ذی‌نفوذ در جهت آشنایی با استانداردهای ملی و بین‌المللی حفاظت از محیط زیست در حوزه اکوتوریسم.

راهبرد سوم: استفاده از مدیران حرفه‌ای در قسمت‌های مختلف گردشگری و پیاده‌سازی برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت در رابطه با اکوتوریسم.

^۱ International Union for Conservation of Nature

راهبرد چهارم: تلاش در جهت ایجاد هماهنگی بین سازمان‌های مرتبط در حیطه اکوتوریسم بیابان به منظور افزایش تبلیغات و برندسازی دشت لوت.

ماتریس چهار نقطه‌ای داخلی و خارجی (IE) در مرحله چهارم که در شکل ۱ در زیر آورده شده است، به شرح زیر تدوین شد: برای تجزیه و تحلیل همزمان عوامل داخل و خارجی و تعیین موقعیت دشت لوت و در نتیجه تعیین استراتژی مناسب، از این ماتریس استفاده می‌شود. برای تشکیل این ماتریس باید نمرات حاصل از ارزیابی داخلی و خارجی توسعه اکوتوریسم بیابان دشت لوت را که در جداول ۲ و ۳ به دست آمد؛ در ابعاد افقی و عمودی آن قرار داد.



شکل ۱. ماتریس چهار نقطه‌ای داخلی و خارجی (IE)

در مرحله پنجم پژوهش آن دسته از راهبردها را جهت ارزیابی و انتخاب در ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM) برمی‌گزیدیم که مربوط به منطقه راهبردی تعیین شده باشند. استراتژی اصلی برای توسعه اکوتوریسم بیابان در دشت لوت استراتژی تهاجمی است (قدرت درونی، فرصت بیرونی). در این پژوهش در راستای اولویت‌بندی راهبردهای سه‌گانه در چارچوب استراتژی کلان تهاجمی اقدامات زیر صورت پذیرفت: به این منظور پرسش‌نامه‌ای حاوی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید تدوین و از کارشناسان و افراد آشنا به دشت لوت خواسته شد به هر یک از این نقاط نسبت به راهبردهای منطقه تهاجمی نمره‌ای از ۱ تا ۵ اختصاص دهند. با جمع‌آوری داده‌های و نرمالایز کردن آن‌ها و ضرب عدد حاصله در وزن هر یک نقاط نمره جذابیت هر راهبرد تعیین گردید. مجموع نمره جذابیت هر کدام از راهبردها معیار پژوهش، برای انتخاب راهبرد برتر بود. نتیجه این فرآیند

نشان داد که امتیاز راهبرد اول ۶/۲۸۸۹، امتیاز راهبرد دوم ۵/۹۸۶۹ و امتیاز راهبرد سوم ۵/۵۷۰۸ است؛ بنابراین راهبرد اول جهت تقویت قوت‌ها و تضعیف ضعف‌های داخلی، بهره‌گیری از فرصت‌ها و در نهایت به حداقل رساندن تهدیدهای بیرونی بیشترین قابلیت را دارد.

جدول ۴: ماتریس کمی (QSPM) (منبع: یافته‌های نگارندگان)

ردیف	وزن	نمره جذابیت به راهبرد اول	نمره جذابیت به راهبرد دوم	نمره جذابیت به راهبرد سوم
S1	۰/۰۴۱۱	۰/۰۸۲۲	۰/۱۸۴۹	۰/۰۶۱۶
S2	۰/۰۴۰۹	۰/۱۴۳۱	۰/۰۴۰۹	۰/۱۰۲۲
S3	۰/۰۳۸۹	۰/۱۹۴۵	۰/۱۵۵۶	۰/۰۵۸۳
S4	۰/۰۳۳۹	۰/۱۱۵۱	۰/۰۹۸۷	۰/۰۳۳۹
S5	۰/۰۳۵۳	۰/۰۸۸۲	۰/۰۸۸۲	۰/۱۷۶۵
S6	۰/۰۴۱۷	۰/۲۰۸۵	۰/۰۴۱۷	۰/۱۸۷۶
S7	۰/۰۳۸۹	۰/۰۹۷۲	۰/۰۵۸۳	۰/۰۵۸۳
S8	۰/۰۳۸۳	۰/۱۱۴۹	۰/۰۹۵۷	۰/۰۳۸۳
S9	۰/۰۳۳۵	۰/۱۵۰۷	۰/۱۰۰۵	۰/۰۶۷۰
S10	۰/۰۳۰۴	۰/۰۴۵۶	۰/۰۶۰۸	۰/۰۳۰۴
S11	۰/۰۳۴۷	۰/۱۵۶۱	۰/۰۶۹۴	۰/۰۵۲۰
S12	۰/۰۳۵۵	۰/۰۷۱۰	۰/۱۷۷۵	۰/۱۰۶۵
S13	۰/۰۴۰۹	۰/۱۸۴۰	۰/۱۶۳۶	۰/۰۸۱۸
S14	۰/۰۲۶۲	۰/۰۳۹۳	۰/۰۳۹۳	۰/۰۳۹۳
W1	۰/۰۲۸۲	۰/۱۱۲۸	۰/۰۸۴۶	۰/۰۴۲۳
W2	۰/۰۳۱۷	۰/۰۴۷۵	۰/۰۴۷۵	۰/۰۳۱۷
W3	۰/۰۲۸۳	۰/۱۱۴۹	۰/۰۷۶۶	۰/۰۷۶۶
W4	۰/۰۳۷۳	۰/۱۴۹۲	۰/۱۳۰۵	۰/۱۱۱۹
W5	۰/۰۳۶۵	۰/۱۶۴۲	۰/۱۶۴۲	۰/۱۶۴۲
W6	۰/۰۳۰۲	۰/۰۹۰۶	۰/۰۹۰۶	۰/۰۳۰۲
W7	۰/۰۳۶۳	۰/۱۴۵۲	۰/۱۴۵۲	۰/۱۴۵۲
W8	۰/۰۳۶۹	۰/۱۸۴۵	۰/۱۶۶۰	۰/۱۶۶۰
W9	۰/۰۳۶۱	۰/۱۰۸۳	۰/۱۰۸۳	۰/۱۴۴۴
W10	۰/۰۴۰۱	۰/۱۴۰۳	۰/۱۴۰۳	۰/۰۶۰۱
W11	۰/۰۳۱۵	۰/۰۹۴۵	۰/۰۹۴۵	۰/۱۱۰۲
W12	۰/۰۳۵۹	۰/۰۵۳۸	۰/۲۱۵۶	۰/۰۳۵۹
W13	۰/۰۳۱۷	۰/۱۲۶۸	۰/۱۴۲۶	۰/۰۴۷۵
W14	۰/۰۳۸۳	۰/۱۵۳۲	۰/۱۳۴۰	۰/۱۳۴۰

ردیف	وزن	نمره جذابیت به راهبرد اول	نمره جذابیت به راهبرد دوم	نمره جذابیت به راهبرد سوم
امتیاز عوامل داخلی به هر راهبرد				
		۳/۳۷۶۲	۳/۱۱۵۶	۲/۳۹۱۷
O1	-/۰.۴۴۸	-/۰.۱۷۹۲	-/۰.۱۷۹۲	-/۰.۱۷۹۲
O2	-/۰.۴۶۹	-/۰.۱۸۷۶	-/۰.۱۸۷۶	-/۰.۱۶۴۱
O3	-/۰.۴۲۱	-/۰.۰۶۳۱	-/۰.۰۶۳۱	-/۰.۱۲۶۳
O4	-/۰.۳۸۱	-/۰.۰۳۸۱	-/۰.۱۳۳۳	-/۰.۰۳۸۱
O5	-/۰.۲۹۳	-/۰.۰۸۷۹	-/۰.۱۰۲۵	-/۰.۱۰۲۵
O6	-/۰.۳۳۵	-/۰.۰۶۷۰	-/۰.۰۶۷۰	-/۰.۰۶۷۰
O7	-/۰.۳۸۶	-/۰.۰۳۸۶	-/۰.۰۷۷۲	-/۰.۱۹۳۰
O8	-/۰.۴۵۸	-/۰.۲۲۹۰	-/۰.۰۹۱۶	-/۰.۰۹۱۶
O9	-/۰.۵۳۶	-/۰.۲۱۴۴	-/۰.۲۱۴۴	-/۰.۲۱۴۴
O10	-/۰.۳۹۷	-/۰.۱۱۹۱	-/۰.۱۹۸۵	-/۰.۰۵۹۵
O11	-/۰.۳۷۴	-/۰.۱۸۷۰	-/۰.۱۶۸۳	-/۰.۱۴۹۶
O12	-/۰.۴۵۳	-/۰.۱۳۵۹	-/۰.۱۳۵۹	-/۰.۱۳۵۹
T1	-/۰.۳۴۴	-/۰.۰۸۶۰	-/۰.۱۰۳۲	-/۰.۱۲۰۴
T2	-/۰.۴۳۹	-/۰.۱۳۱۷	-/۰.۰۸۷۸	-/۰.۰۴۳۹
T3	-/۰.۴۳۷	-/۰.۰۸۷۴	-/۰.۰۸۷۴	-/۰.۲۱۸۵
T4	-/۰.۴۲۸	-/۰.۱۷۱۲	-/۰.۱۷۱۲	-/۰.۱۷۱۲
T5	-/۰.۴۳۷	-/۰.۲۱۸۵	-/۰.۱۳۱۱	-/۰.۱۹۶۶
T6	-/۰.۳۸۱	-/۰.۰۳۸۱	-/۰.۰۳۸۱	-/۰.۱۹۰۵
T7	-/۰.۴۷۶	-/۰.۰۴۷۶	-/۰.۰۴۷۶	-/۰.۲۳۸۰
T8	-/۰.۴۱۶	-/۰.۱۶۶۴	-/۰.۱۴۵۶	-/۰.۱۲۴۸
T9	-/۰.۴۲۳	-/۰.۱۶۹۲	-/۰.۱۶۹۲	-/۰.۱۲۶۹
T10	-/۰.۴۵۱	-/۰.۱۳۵۳	-/۰.۱۳۵۳	-/۰.۱۱۳۷
T11	-/۰.۴۵۳	-/۰.۰۶۷۹	-/۰.۰۹۰۶	-/۰.۰۶۷۹
T12	-/۰.۴۶۵	-/۰.۰۴۶۵	-/۰.۰۴۶۵	-/۰.۰۴۶۵
امتیاز عوامل خارجی به هر راهبرد				
		۲/۹۱۲۷	۲/۸۷۱۳	۳/۱۷۹۱
جمع کل				
		۶/۲۸۸۹	۵/۹۸۶۹	۵/۵۷۰۸

۱۷. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

بر خلاف اهمیت دشت پهناور لوت نسبت به ظرفیت اکوتوریسمی آن، تلاش قابل توجهی برای معرفی موقعیت فعلی و راهبرد توسعه پایدار اکوتوریسم انجام نشده است. دست یافتن به توسعه پایدار، زیست‌بوم‌شناسی بی‌خطری است که امکان توسعه اقتصادی-اجتماعی توأم با حفاظت

زیست محیطی در آن فراهم می‌شود. از این‌رو در این پژوهش پیاده‌سازی گردشگری مورد بررسی قرار گرفت. در ادامه با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه اکوتوریسم بیابان در دشت لوت، به شناسایی نقاط قوت و ضعف این صنعت در حال حاضر و نیز عوامل محیطی اثرگذار بر آن، با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و داخلی، پرداخته شد و عوامل اولویت‌دار تعیین گردید. سپس با بهره‌گیری از این عوامل و ترکیب بهینه آن‌ها راهبردهای رقابتی، تهاجمی، تدافعی و محافظه‌کارانه ممکن که با توجه به شرایط و موقعیت کنونی به‌کارگیری آن‌ها برای دستیابی به هدف مورد نظر، اثربخش و مؤثر خواهد بود، ارائه شد. در مرحله آخر با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی کمی (QSPM) از میان راهبردهای مطلوب ارائه شده در مرحله قبل، جذاب‌ترین راهبرد معرفی گردید.

در بین نقاط قوت در منطقه، عواملی مانند «وجود کلوتهای کویر شهداد، بزرگ‌ترین عارضه کلوخی طبیعی دنیا که در نوع خود منحصربه‌فردترین، زیباترین و جذاب‌ترین عارضه کویری است؛ همچنین عارضه‌های دیگری چون گندم بریان، ریگ‌های یلان، چاله ملک محمد، رود شور، آبشار مکی و ...» و همچنین «برخورداری از محیط آرام و دور از شلوغی شهر و برخورداری از سکوت ژرف و شگفت‌انگیز کویر». به‌منزله مهم‌ترین مزیت این نواحی جهت توسعه اکوتوریسم بیابان به حساب می‌آید. به‌منظور استفاده بهینه از این عوامل، بایستی تأکید بر برنامه‌های گردشگری طبیعی، اکوتوریسم و ژئوتوریسم و گردشگری سلامت است. با توجه به نتایج به‌دست آمده «نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، درمانی و خدماتی» و «کمبود فعالیت‌های گروه‌ها و آژانس‌های گردشگری بین‌المللی» و «ضعف شدید تبلیغات از دشت لوت با وجود جاذبه‌های منحصر به‌فرد آن و عدم توجه به مقوله برندسازی این دشت». نقاط ضعف اصلی پیش‌روی برنامه‌ریزی توسعه اکوتوریسم در دشت لوت هستند. از طرفی «برخورداری از شرایط خوب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در حوزه اکوتوریسم بیابان در جهت تأسیسات زیربنایی و روبنایی» و «اشتغال‌زائی برای افراد بومی و افزایش درآمد سالانه و در نتیجه جلوگیری از مهاجرت افراد از منطقه» و «وجود اکثر جاذبه‌های دشت لوت در استان کرمان که دارای جاذبه‌های تاریخی بسیاری نیز هست» مهم‌ترین فرصت‌های بیرونی و در مقابل، «خطر آلوده‌سازی و تخریب اکوسیستم کویر» و «افزایش ظرفیت گردشگری در دیگر کویرهای رقیب داخلی و خارجی و همچنین سرمایه‌گذاری ویژه این کشورها برای توسعه اکوتوریسم بیابان» و «کمبود امکانات خدماتی و رفاهی و مراکز اسکان گردشگری برای گردشگران در روستاها و نزدیکی دشت لوت» به‌منزله مهم‌ترین تهدیدات خارجی از نقطه نظر کارشناسان شناخته شدند.

به‌طور کلی، نتایج تحلیل کیفی SWOT حاکی از آن بود که راهبرد کلان مطلوب، راهبرد تهاجمی است (که در بخش‌های قبل به آن‌ها اشاره شد). نتایج ماتریس کمی (QSPM) نیز نشان

داد که راهبرد اول؛ «در نظر گرفتن یک برنامه گردشگری ویژه از طرف دستگاه‌های ذی‌نفع و ذی‌نفوذ سرمایه‌گذار در بخش گردشگری داخلی و خارجی استان تاریخی کرمان برای کلوت‌های شهداد و رصد ستارگان که در نزدیکی مرکز این استان واقع هستند» بیشترین قابلیت را در تقویت قوت‌های داخلی، کاهش ضعف‌ها، حداقل کردن تهدیدات و همچنین استفاده مؤثر از فرصت‌های بیرونی داراست. طبق این راهبرد، دولت‌های محلی و مسئولان مربوطه استان کرمان باید کلوت‌های شهداد و آسمان کویر را در عمل تبدیل به یک منطقه نمونه گردشگری منحصربه‌فرد در کشور کنند، نقش تسهیل‌گری داشته و از طریق توسعه زیرساخت‌ها و ارائه خدمات علمی و مشاوره‌ای در سطح بالا، به حمایت مادی، اجتماعی-انتظامی و معنوی بپردازد.

دولت‌های محلی باید از موضوع جغرافیای سیاسی ناپایدار آگاه باشند. همکاری بین ذی‌نفعان برای جلوگیری از تخریب اکوتوریسم توسط عوامل مربوطه (مثل قانون‌شکنان و تروریست‌ها) و حفظ اهداف مدنظر در بیابان، امری ضروری است. تغییرات اقلیمی نیز ممکن است موفقیت اکوتوریسم بیابان و حفظ تنوع زیستی آن را در آینده به چالش بکشد، با تخمین‌هایی که اخیراً زده شده اکوسیستم‌های بیابان با بالاترین سرعت در تغییرات دما مواجه هستند. پیگیری این موضوع در پژوهش‌های آتی اکوتوریسم بیابان پیشنهاد می‌شود.

یکی از بدترین تغییرات صورت گرفته تغییر گونه جانوری است؛ اگر چه اکوتوریسم قادر است تا فقر را کاهش دهد و منابع زیستی را حفظ کند اما سرتاسر بیابان‌ها مملو از هشدارهای ضروری است. لذا در حال حاضر اکوتوریسم نمی‌تواند به‌منزله یک معجزه‌گر ظاهر شود اما اگر به‌صورت پایدار توسعه یابد خواهد توانست الگوی فعلی بیابان‌ها را تغییر دهد. نبود مطالعات اکوتوریسم با داده‌های کمی قوی به ویژه در اکوسیستم‌های بیابان، دانش ما را پیرامون نوع عملکرد در این مناطق تحت تأثیر قرار می‌دهد. اگر اکوتوریسم بیابان به درستی مدیریت شود خواهد توانست با تشکیل یک رویکرد مکمل برای سیاست‌های برنامه‌های حفاظت از محیط زیست و وضع اقتصادی جوامع محلی منطقه مفید واقع شود. همچنین ممکن است اکوتوریسم عهده‌دار بررسی حیات‌وحش و سیر تکاملی آن باشد، اگر اکوتوریسم بیابان رونق پیدا کند احتمالاً تصور بیابان بایر فاقد جاذبه حیات و فرهنگ، از بین خواهد رفت. آینده توسعه اکوتوریسم در بیابان‌ها باید در بافت آن باشد و ویژگی‌های منطقه را در نظر بگیرد.

برای پژوهشگران آینده در رابطه با توسعه اکوتوریسم بیابان پیشنهاد می‌شود که راهبردهای توسعه در دیگر بیابان‌های ایران بررسی گردیده و با پژوهش حاضر مقایسه گردد. همچنین برای تحلیل توسعه و تدوین راهبرد می‌توان از روش‌های جدید MCDM بالأخص در محیط فازی در حوزه دشت لوت، کلوت‌های شهداد و گردشگری استان کرمان استفاده کرد.

از محدودیت‌های پژوهش می‌توان به فقدان وجود سازمانی فعال در منطقه که مختص به کلوت‌های شه‌داد باشد اشاره کرد. همچنین کم‌کاری و آشنایی کم مسئولان گردشگری استان با مسئله مهم اکوتوریسم باعث کندتر شدن زمان جمع‌آوری اطلاعات و اجبار پژوهشگران به صرف زمان بیشتر برای تفهیم موضوع به کارشناسان گردید. از دیگر محدودیت‌های پژوهش می‌توان به محدودیت‌های پیش آمده در تحلیل SWOT و تدوین نقاط قوت، ضعف و تهدید، فرصت منطقه اشاره کرد که در اغلب موارد علاقه و عرق کارشناسان موجب می‌شد که نقاط قوت را پررنگ‌تر دیده و ناخودآگاه نقاط ضعف را کم‌اهمیت جلوه دهند و یا تهدیدات را نادیده بگیرند.

منابع

1. Alipour, A. Hashemi, S. M. Khalifa, I., & Moradi, A. (2018). Studying of the role of tourism in the social sustainable development of the sandy and salty regions, case study: Kerman Province. *Journal Management System*, 7 (28), 39-50.
2. Asadpour, A. A. (2017). Investigating the Relationship between Tourism Industry and Economic Growth According to the Outlook Document. *Quarterly of Geography (Regional Planning)*, 28(1), 285-295.
3. Bhandari, K. (2019). Tourism and the geopolitics of Buddhist heritage in Nepal. *Annals of Tourism Research*, 75, 58–69.
4. Bluwstein, J. (2017). Creating ecotourism territories: Environmentalities in Tanzania's community-based conservation. *Geoforum*, 83, 101–113.
5. Bunghez, C. L. (2016). The Importance of Tourism to a Destination's Economy. *Eastern Europe Research in Business & Economics*, 1-9.
6. Cobbinah, P. B. Amenuvor, D. Black, R. & Peprah, C. (2017). Ecotourism in the Kakum Conservation Area, Ghana: Local politics, practice and outcome. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 20, 34–44.
7. Ebrahimzadeh, I. & Aghasi Zadeh, A. (2009). The Analysis of Effective Factors in the Expansion of Coastal Region of Chabahar Tourism through SWOT Model. *urban regional studies and research*, 1 (1), 107-128.
8. Ebrahimzadeh, I. Izadi, P. & Kohzadi, S. (2015). Strategic Planning of Sustainable Development of Eco tourism with Applied of Combined SWOT and ANP: Case Study (Kurdistan). *Geographical Planning of Space Quarterly Journal*, 5(15), 13-25.
9. Ebrahimzadeh, I. Maleki, G. & Farhadinejad, H. (2015). Strategic Planning of Tourism Development with Emphasis on Sustainable Development in Khorram Abad Region. *Journal Management System*, 5 (14), 1-24.
10. Fallah Tafti, H. Manshadian, S. & Farazi Yazdan Abad, S. (2019). Analysis of the Interaction Effects of Insurance Industry and Tourism in Iran with the Structural Equation Modeling Approach. *Journal of Tourism and Development*, 7(3), 74-87.
11. Golchubi Diva, S. & Salehi, I. (2019). The Study of the Ecotourism Potential of Border Areas Using GIS and MCDM (Case Study: Paveh Border City). *Journal Management System*, 7(3), 147-171.
12. Hashemi, S.S. & Pourshateri, M. (2017). Identification the factors affecting Tourists attraction to desert Region. *Journal of Tourism*, 3 (4), 39-46.
13. Hataminejad, H. Habibian, B. & Amirshakari, M. (2017). Ranking the strategies of religious tourism development in Dezfoul city. *Urban Tourism Quarterly*, 3(1), 59-67.
14. Heidari Alamdarloo, E. Khosravi, H. & Nasabpour Molaei, S. (2019). The Study of Tourism Comfort Climate Index in Desert Area (Case Study:

- Yazd Province). *Scientific Journals Management System*, 19(54),205-217.
15. Heidari Sorshjani, R. Dehghani Bidgoli, R. Asheri, A. & Rahmani Azad, E. (2018). The Effect of Ecotourism Education and Promotion to Environmental Protection (Case study: Education of Female Students in District 18 of Tehran) . *Quarterly Journal of Enviromental Education and Sutainable Development*,6(3).61-78.
 16. Holub, M. (2015). Ecotourism certification programs: standards and benefits. *Baltic Journal of Economic Studies*, 1(1): 67-74.
 17. Hsu, P. (2019). Economic impact of wetland ecotourism: An empirical study of Taiwan’s Cigu Lagoon area. *Tourism Management Perspectives*, 29, 31–40.
 18. Khadem al-Rasoul, Z. Ghazavi, R. & Mousavi, S. H. (2016). Feasibility Sustainable Development of desert ecotourism in Shiraz Desert. *Iranian Journal of Rangeland and Desert Research*, 23 (1), 70-79.
 19. Lee, J. (2019). Conflict mapping toward ecotourism facility foundation using spatial Q methodology. *Tourism Management*, 72, 69–77.
 20. Liu, A. & Wu, D. CH. (2019). Tourism productivity and economic growth. *Annals of Tourism Research*, 76, 253–265.
 21. Liu, J. & Ma, Y. (2017). The Perceptual Differences among Stakeholders in the Tourism Supply of Xi’an City. *Sustainability*, 9 (20), 2-21.
 22. Llorca-Rodríguez, C. M, García-Fernández, R. M. & Casas-Jurado, A. C. (2018). Domestic versus inbound tourism in poverty reduction: evidence from panel data. *Current Issues in Tourism*, 1-20.
 23. Mahadevan, R. & Suardi, S. (2017). Panel evidence on the impact of tourism growth on poverty, poverty gap and income inequality. *Current Issues in Tourism*, 1–12.
 24. Mahdavi Najafabadi, R. Ahmadi Kohanali, J. Khorani, A.A. & Ormazdi, M. R. (2016). Comparison of Ecotourism Capacities of Jazmourian Region in Normal and Drought Conditions. *Geography and Environmental Planning*,27(64), 159-174.
 25. Maleki, S. & Sajadian, M. (2018). Pathology Quality competitive tourism Desert destination management (Case Study: Shahdad Kerman desert) . *Geography And Development Iranian Journal*, 16 (51), 81-98 .
 26. Malekzadeh, F. Ayatollahi, S. M.H. & Shahri, S. (2017). Investigating the Potentials for Development of Sport Ecotourism in Iranian Desert. *Studies in Physical Education and Sport Sciences*,2(1), 22-32.
 27. Martins, L.. F. Gan, Y. & Ferreira-Lopes, A. (2017). An empirical analysis of the influence of macroeconomic determinants on World tourism demand. *Tourism Management*, 61, 248-260.
 28. Mathew, P.V. & Sreejesh, S. (2017). Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 83-89.

29. Mellon, V. & Bramwell, B. (2018). The temporal evolution of tourism institutions. *Annals of Tourism Research*, 69, 42–52.
30. Meshkini, A. Aliipour, S. & Hajizadeh, M. (2018). Assessing the Impact of Virtual Media on the Development of the Tourism Industry from the Viewpoint of Virtual Network Users. *Urban Tourism*, 5 (2), 53-69.
31. Mir Karimi, S.H. Saeedi, S. & Saeedi, S. (2016). Principles and Concepts to Achieve Successful Ecotourism. *Human and Environment*, 14(2), 13-23.
32. Moshiri, S. R. & Sayed Abou Saeedi, S. A. (2011). The Role of Ecotourism in Sustainable and Rural Development Case Study: Torqaba. *Encyclopedia*, 82, 49-62.
33. Mousavi, M. (2018). Evaluation of Tourism Board Capacity of Karkheh Protected Area. *Modern Geographical Sciences, Architecture and Urban Studies Journal of Geographical New Studies. Architecture and Urbanis*, 2 (17), 169-184.
34. Mousavi, S. H. Abbasi, A. & Zoormand, P. (2017). Evaluation of Ecological Potential of Ecotourism Development on Extensive and Focused Outing in Shahreza. *Geographical Sciences Applied Research*, 17(46), 119-138.
35. Nassani, A. A. Aldakhil, A. M. Abro, M. M. Q. Islam, T. & Zaman, K. (2018). The Impact of Tourism and Finance on Women Empowerment. *Journal of Policy Modeling*.
36. Negahban, S. Dartaj, D. & Rahimi, S. (2018). The Assessment of the Geological Heritage of Tourism Capabilities and Capacities in the Fields of Geo-tourism: A Case Study of the Geomorphosite of the Province of Hormozgan. *Journal management System*, 8(29), 125-140 .
37. Nino, K. Mamo, Y. Mengesha, G. & Kibret, K. S. (2017). GIS based ecotourism potential assessment in Munessa Shashemene Concession Forest and its surrounding area. *Ethiopia, Applied Geography*, 82(2017): 48-58.
38. Njoya, E. T. & Seetaram, N. (2018). Tourism contribution to poverty alleviation in Kenya: A dynamic computable general equilibrium analysis. *Journal of Travel Research*, 57(4), 513–524.
39. Peng, K. H. & Tzeng, G. H. (2017). Exploring heritage tourism performance improvement for making sustainable development strategies using the hybridmodified MADM model. *Current Issues in Tourism*, 1-27.
40. Pulido-Fernández, J. I. & Merinero-Rodríguez, R. (2018). Destinations' relational dynamic and tourism development. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, 140–152.
41. Raza, S. A. & Shah, N. (2017). Tourism growth and income inequality: Does Kuznets curve hypothesis exist in top tourist arrival countries. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(8), 874–884.

42. Ruhanen, L. (2019). The prominence of eco in ecotourism experiences: An analysis of post-purchase online reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 110–116.
43. Sanadgol, M. & Sharifinia, Z.. (2017). Survey of Developing Tourism Problems (Case study: Ghaemshahr) . *Quarterly of Geography(Regional Planning)*.25(1-1),71-83 .
44. Sevkli, M. Oztekin, A.. Uysal, O. Torlak, G. Turkyilmaz, A. & Delen, D. (2012). Development of a fuzzy ANP based SWOT analysis for the airline industry in Turkey. *Expert systems with Applications*, 39(1), 14-24.
45. Sharafi, H. A. Khabazi, M & Soleimani, M. (2019). Measuring the impact of monuments tourism with the approach of urban prosperity (Case study: The hills of Konar Sandal city of Jiroft) . *Urban Tourism Quarterly*, 5 (4), 19-36.
46. Shatarian, M. Kiani Salmi, S. & Zourmand, P. (2018). Modeling and explaining the effective factors on entrepreneurial opportunities in desert areas with ecotourism approach(Case Study: Maranjab) . *Geography*, 57, 83-95.
47. Shirafkan Lamsso, M. & Masoomzadeh, S. (2017). Study of Impact of Exchange Rate on Tourism Balance of Payment in Countries with Top Tourist Attractions (Vector Error Correction Approach) . *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, eISSN: 2395-7654, 4 (1), 10-20.
48. Walizadeh, M. Rostami, M. & Hemati, E. (2017). The position of ecotourism in achieving the goals of the resistive economy. *New Research in Humanities*, 3(20): 167-184.
49. Yousefi, J.(2018). Importance-Performance Analysis of Religious Tourism Services (The Case of the City of Birjand. *Tourism Planning and Development*, 7 (24), 38-58.
50. Zare, G.H. & Gharachorloo, M. (2016). Geographical perspective on the concepts of ecotourism and geotourism. *Geography Education Growth*, 114, 43-49.
51. Zargham Borojeni, H. Mahmoodzadeh, S. M. Morovati Sharifabadi, A. & Asadian Ardakani, F. (2020). Religious Tourism, Requirements, Strategies and Consequences. *Scientific Journal of Islamic Management*,26(2),213-237.