



## بررسی فرصت‌ها و موانع تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری، ارائه طرح‌های مطلوب

علیرضا غریبی

فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد، گروه مدیریت گردشگری، گرایش بازاریابی، قزوین، ایران.

### چکیده

هدف از این پژوهش "بررسی فرصت‌ها و موانع تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری، ارائه طرح‌های مطلوب" است. این تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی است که برای بررسی و حل تهدیدها، ضعف‌ها در قبال صنعت گردشگری در استان اردبیل انجام شده است. به لحاظ روش تحقیق از نوع توصیفی با رویکرد کمی-کیفی با استفاده از تکنیک ماتریس سوات (SWOT) است. از لحاظ مسیر اجرا از نوع مطالعات راهبردی است. جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان، خبرگان و صاحب‌نظران در زمینه گردشگری، مناطق آزاد و گردشگری بین‌المللی بودند. با مصاحبه توسط پرسشنامه باز ۱۶ مورد نقاط قوت، ۱۳ مورد نقاط ضعف، ۱۶ مورد فرصت و ۱۶ مورد تهدید شناسایی شد که در مرحله بعد براساس ماتریس سوات مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج تحلیل ماتریس سوات حاکی از آن است که تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری از نظر عوامل درونی دارای نقاط قوت است. همچنین تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری از نظر استفاده از فرصت‌ها و مقابله با تهدیدها مورد توجه قرار گرفته است. براساس چارچوب SWOT، راهبرد توسعه گردشگری بین‌المللی منطقه آزاد اردبیل در موقعیت استراتژیک تهاجمی (SO) قرار دارد. از این رو حداکثر استفاده از فرصت‌ها با بکارگیری نقاط قوت منطقه باید بکار گرفته شود.

**واژگان کلیدی:** فرصت‌ها، موانع، منطقه آزاد، منطقه بین‌المللی گردشگری، اردبیل.



## مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان بزرگترین و متنوع ترین صنعت در جهان محسوب می شود. در آغاز قرن بیست و یکم، گردشگری به پدیده جهانی امروز تبدیل شد و به یکی از اجزای قدرتمند توسعه اقتصادی و عاملی در شکل دهی چهره بسیاری از کشورهای جهان تبدیل شد. اکثر کشورها این صنعت پویا را منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت ها می دانند. گردشگری بین المللی به عنوان بخشی از فرآیند توسعه و یکپارچگی جهانی، به یکی از عوامل تأثیرگذار تبدیل شده است که رشد اقتصاد، افزایش رقابت پذیری کشور در بازارهای جهانی و بهبود رفاه جمعیت به آن بستگی دارد. در حال حاضر، حوزه گردشگری بیش از ۲۵۰ میلیون نفر یعنی هر دوازدهم کارمند در جهان را استخدام کرده است. این صنعت ۷ درصد از کل سرمایه گذاری، ۱۱ درصد از هزینه های مصرف کننده جهانی، ۵ درصد از کل درآمدهای مالیاتی و یک سوم تجارت جهانی در خدمات را تشکیل می دهد. مناطق آزاد و ویژه اقتصادی ایران دارای فرصت های مختلف گردشگری هستند. بناهای تاریخی و جاذبه های طبیعی از جمله فرصت ها و امکاناتی هستند که در صورت برنامه ریزی و بهره برداری صحیح و به موقع می توانند به گنجینه ای برای کشور تبدیل شوند و اهداف این مناطق را محقق سازند.

## بیان مسئله

یکی از رویکردها سرمایه گذاری در مناطق آزاد است. یعنی مناطق خاصی از یک کشور که در آن تعرفه های تجاری عادی است، سهمیه بندی حذف می شود و بوروکراسی که مانع جذب تجارت جدید و سرمایه خارجی می شود کاهش می یابد (اکبری، ازبری، و چایجانی، ۲۰۱۸). راه دیگر توسعه، ایجاد مکانیسم جایگزینی واردات در مناطق ویژه اقتصادی بدون دسترسی سرمایه خارجی به آن است. کاربالو (۲۰۱۶)؛ به موارد زیر اشاره می کند:

با این حال، هنوز راه های مختلفی برای تشویق تولیدکنندگان داخلی وجود دارد؛ اما دولت باید خلاقیت بیشتری داشته باشد. برخی از کانال ها هزینه های انرژی را کنترل می کنند، فناوری بیشتری را ارائه می دهند و مشکلات واردات را افزایش می دهند. مشوق های صنایع نوپا باید مشروط به دستاوردهای رشد این شرکت ها باشد نه ایجاد حمایت دائمی از این شرکت ها، که جنبه ناگوار برنامه جایگزینی واردات است.

صنعت گردشگری جایگاه ویژه ای در توسعه بسیاری از کشورها دارد، به عنوان مثال در مصر، کرواسی، تایلند، بودجه کشور به طور مستقیم به گردشگری ورودی وابسته است. گردشگری صنعتی است که تصویری از منطقه را در نگاه جامعه جهانی و گردشگران داخلی شکل می دهد. با کمک خدمات توریستی سطح خدمات در منطقه و کشور گسترش می یابد. بنابراین مناطق ویژه اقتصادی گردشگری و تفریحی باید از همه سطوح دولتی حمایت و پیشرفت کنند (کوچومو و همکاران، ۲۰۱۹). در موقعیت فعلی دنیا پروسه آزاد سازی اقتصادی یک فوریت الزامی می باشد. لذا لزوم تاسیس مناطق آزاد از نظر مفهوم جهانی شدن احتیاج مبرم است که باید واکاوی نمود مناطق آزاد دارای استراتژی و اهداف متفاوتی هستند که این مناطق به عنوان سر لوح پیشرو برای انجام اصطلاحات اقتصادی و تجاری کشورها می باشد. مناطق آزاد به عنوان فضای گسترش و تحلیل صادرات به بازارهای جهانی مرتبط به عنوان جذب سرمایه گذاری و تکنولوژی خارجی و گردشگران یکی از راهکارهای مهم اهداف می باشند (معمودی مهر و مدامی بحر پیما، ۱۳۹۰). یکی از بهترین روش

های مهم در پیشبرد اهداف مناطق آزاد جذب توریسم در این مناطق می باشد (ابراهیم زاده و آقاسی زاده، ۱۳۹۰). اکنون بیشتر کشورها باتوجه به زیرساخت های توریسم موجبات جذب بیشتر توریسم گردیده اند. کشورهای در حال توسعه به ایجاد این مناطق اهتمام دارند و ایمان دارند که ایجاد این مناطق به رفع فقر و عقب ماندگی کشورها منجر می گردد (قادری و همکاران، ۱۳۹۰). اقتصاد گردشگری بهترین پتانسیل برای کشورهای می باشد که تک محصول هستند و یا محدود بودن درآمدهای کم در این مناطق ناکارآمدی اقتصادی شده است. توسعه زیر ساخت های گردشگران در مناطق آزاد می رود تا به یکی از بزرگترین واقعیت های اقتصادی این مناطق تبدیل شود. به عبارتی توسعه توریسم یکی از راهکارهای ایجاد بهره برداری اقتصادی جامعه مناطق جهان می باشد که هم اکنون مورد توجه اندیشمندان و محققان و برنامه ریزان می باشد. مناطق آزاد با داشتن توان در جهت افزایش صادرات، اشتغال زایی، جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی و جذب گردشگران داخلی و خارجی می توانند نقش مهمی در اقتصاد کشور ایفا نمایند و همچنین ساختار اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و قوانین حاکم بر آنها می تواند بستر مناسبی برای توسعه توریسم را مهیا نمایند مناطق آزاد به جهت ساختار و ماهیت خود، همچنین ارتباطات موجود می توانند تعاملات سازنده ای در راستای توسعه، مخصوصاً در زمینه گردشگری فراهم کنند. شناسایی پتانسیل های توانمندی ها و جاذبه های گردشگری و میزان برخورداری منطقه از تسهیلات و خدمات گردشگری و برنامه ریزی برای توسعه مناطق آزاد، از جمله مقدمات توسعه گردشگری در مناطق آزاد و به ویژه منطقه آزاد اردبیل است؛ بنابراین با در نظر گرفتن اهمیت رویکردهای مختلفی برای توسعه واحدهای سرزمینی در قالب مناطق ویژه اقتصادی وجود دارد (یعقوب زاده و همکاران، ۱۳۹۴).

استان اردبیل با داشتن شرایط محیطی خنک و در شرایط بیوکلیمایی تحریک ملایم، بهتری نقاط قوت برای تبدیل به منطقه آزاد گردشگری در کشور قلمداد می شود. علی رغم انبوه مسافر در اغلب ماه های سال هنوز هم این منطقه در زیر ظرفیت استاندارد در حوزه گردشگری فعال است. این استان تاکنون نتوانسته است عملاً جایگاه ویژه ای در دینا به دست آورد؛ چرا که اقتصاد کشور شدیداً به درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام وابسته است و آثار زیان بار اقتصاد تک محصولی وابسته به نفت اکنون بیش از هر زمان دیگری برای تصمیم گیران و مسئولان کشور ثابت شده و همگان بر ضرورت تغییر این وضعیت و توسعه اقتصادی کشور در ابعاد و حوزه های گوناگون تاکید دارند. لذا توجه ویژه ای به گردشگری مناطق آزاد در کشور شده است (صیدی و هدایتی مقدم، ۱۴۰۰). استفاده صحیح از ظرفیت های گردشگری مناطق آزاد کشور ممکن است سودی معادل دو برابر ذخایر نفتی را نصیب کشور نماید (اسدپور کردی و همکاران، ۱۴۰۱). قصابی، پناهی و آذر (۱۳۹۹) به اثبات مناطق آزاد تجاری بر توسعه فعالیت های گردشگری و اقتصاد منطقه آزاد ارس پرداختند و دریافتند بیشترین تاثیرگذاری آن بر مولفه های اشتغالزایی، جذب سرمایه ی داخلی و خارجی، افزایش درآمدهای مالیاتی از محل فعالیت های اقتصادی مرتبط با توریسم افزایش عایدی ارزی بوده است. عسگری و جعفری (۱۳۹۵) در مقاله ای نشان دادند آثار معافیت های مالیاتی مناطق آزاد ایران شامل میزان صادرات کالا از مناطق آزاد تاثیر مثبتی بر میزان تولیدات این مناطق داشته و افزایش صادرات کالا پیامد افزایش میزان تولید در این مناطق بوده است. همچنین میزان سرمایه گذاری داخلی و خارجی انجام شده در مناطق آزاد اثر مثبتی بر تولیدات این مناطق داشته است. به عقیده آنها مناطق آزاد تجاری در ایران نتوانسته اند به اهداف معین و گسترش صادرات کمک قابل اعتنایی بنمایند و در همان مراحل اولیه اهداف خود سیر می کنند. از طرفی شکری پور و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله ای نشان دادند عوامل و منابع پشتیبان و خط مشی، برنامه ریزی و توسعه از موانع توسعه گردشگری شهر اردبیل بوده اند. استان اردبیل با توجه به وضعیت خاص جغرافیایی خود و داشتن مرزهای طولانی با جمهوری آذربایجان و در نتیجه نزدیکی به بازار قفقاز و روسیه دارای ظرفیت خاصی برای توسعه است، تجارت خارجی و بالطبع گسترش صنایع صادرات محور از مولفه های اساسی توسعه منطقه می باشد و در این میان ایجاد منطقه آزاد تجاری، صنعتی نیز نقش موثری در رونق این بخش از اقتصاد و در نتیجه توسعه متوازن استان خواهد داشت. اشتغال زایی، افزایش سرمایه گذاری در منطقه به دلیل معافیت های گمرکی و سود بازرگانی، رفع مشکل بیکاری، توسعه صادرات، افزایش مراودات بازرگانی با کشورهای همسایه، ایجاد بازارهای تجاری و صنعتی مشترک با همسایگان از جمله مزایای مناطق آزاد تجاری و صنعتی در مناطق محروم و مرزی کشور از جمله منطقه آزاد اردبیل است. بنابراین مسئله اصلی تحقیق حاضر این است که فرصت ها و موانع تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین المللی گردشگری کدامند؟



## مبانی نظری پژوهش

### گردشگری

افراد زمانی توریست می شوند که به طور داوطلبانه محیط عادی خود را که در آن زندگی می کنند برای بازدید از محیط دیگری ترک کنند. این افراد صرف نظر از اینکه این محیط (مقصد) چقدر نزدیک یا چقدر دور است، معمولاً در فعالیت های مختلفی شرکت می کنند (هال<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۸). بنابراین، گردشگران بازدیدکننده هستند و کاری که شما هنگام بازدید از مکان دیگری انجام می دهید ممکن است به عنوان گردشگری در نظر گرفته شود. در سال ۱۹۶۳، کنفرانس سازمان ملل<sup>۲</sup> در مورد مسافرت و جهانگردی بین المللی<sup>۳</sup> موافقت کرد که از اصطلاح «بازدیدکنندگان» (به غیر از ساکنان) برای توصیف افرادی که از کشور دیگری بازدید می کنند استفاده کند. این تعریف دو دسته از بازدیدکنندگان را در بر می گرفت: گردشگران به عنوان بازدیدکنندگان موقت طبقه بندی می شدند که حداقل ۲۴ ساعت در یک مقصد اقامت داشتند. اگر آنها برای تفریح، سلامتی، ورزش، تعطیلات، مطالعه یا مقاصد مذهبی سفر می کنند، بازدید آنها می تواند به عنوان اوقات فراغت طبقه بندی شود. از طرف دیگر، گردشگران، از جمله مسافران سفر تفریحی، اگر کمتر از ۲۴ ساعت در مقصدی اقامت داشته باشند، ممکن است به عنوان بازدیدکنندگان موقت در نظر گرفته شوند. با این حال، این تعریف، گردشگران داخلی را در نظر نمی گیرند. در سال ۱۹۷۶، مؤسسه گردشگری (که بعداً به انجمن جهانگردی<sup>۴</sup> تبدیل شد) پیشنهاد کرد که گردشگری عبارت است از جابجایی موقت و کوتاه مدت افراد به مقاصد خارج از مکان هایی که معمولاً در آن زندگی و کار می کنند. بنابراین، گردشگری شامل جابجایی افراد برای همه مقاصد، از جمله بازدیدهای روزانه یا گشت و گذار است (کوپر<sup>۵</sup>، ۲۰۰۸). این تعریف گسترده تر در کنفرانس بین المللی گردشگری تفریحی که توسط شبکه جهانی کارشناسان گردشگری (AIEST<sup>۶</sup>) و انجمن گردشگری در کاردیف<sup>۷</sup> در سال ۱۹۸۱ سازماندهی شد، کمی اصلاح شد: «گردشگری را می توان بر حسب فعالیت های خاصی تعریف کرد که توسط آن انتخاب شده اند. انتخاب، و خارج از محیط خانه انجام شود. گردشگری ممکن است شامل اقامت یک شبه دور از خانه باشد یا نباشد (کامیلیری<sup>۸</sup>، ۲۰۱۸).

در سال ۱۹۹۱، سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل متحد اعلام کرد که «گردشگری شامل فعالیت های افرادی است که به مکان هایی خارج از محیط معمول خود سفر می کنند یا در آن اقامت می کنند تا بیش از یک سال متوالی برای اوقات فراغت، کسب و کار یا اهداف دیگر». در این مرحله می توان بین گردشگری داخلی و بین المللی تفاوت قائل شد. اولی به سفرهایی اشاره دارد که منحصرأ در داخل مرزهای ملی کشور متبوع مسافر انجام می شود. مورد دوم به سفر در داخل مرزهای کشور خود اشاره دارد. سفرهای داخلی بر تراز پرداخت ها تأثیر می گذارد و خروج پول از کشور محل اقامت گردشگران را کاهش می دهد (یوکسل<sup>۹</sup>، ۲۰۰۴).

### گردشگری منطقه بین المللی

اکنون چندین دهه است که بسیاری از دولت ها در سراسر جهان با تعیین مناطق «ویژه» یا «آزاد» اقتصادی، به دنبال تقویت و بهره برداری از قدرت اقتصادی مناطق خاص خود بوده اند. این روند در سال های اخیر و شاهد افزایش سریع تعداد این مناطق بوده است (حکیمیان، ۲۰۱۱).

<sup>1</sup> Hall

<sup>2</sup> United Nations Conference

<sup>3</sup> International Travel and Tourism

<sup>4</sup> Tourism Society

<sup>5</sup> Cooper

<sup>6</sup> Worldwide Network of Tourism Experts

<sup>7</sup> Cardiff

<sup>8</sup> Camilleri

<sup>9</sup> Yuksel

## منطقه آزاد تجاری

معرفی مناطق آزاد تجاری و ویژه اقتصادی به عنوان مولفه های کلیدی سیاست های برون گرا بسیاری از کشورهای در حال توسعه در دهه های اخیر برجسته شده است. این روند از چند جهت توجیه شده است. اولاً، مناطق آزاد توسط کشورهای میزبان به عنوان یک پلان اساسی استراتژی آنها برای جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی، ترویج صادرات تولیدی و دستیابی به تنوع و رشد اقتصادی بلندمدت در نظر گرفته می شود.

ثانیاً، برای کشورهایی که نرخ بیکاری بالایی دارند، این مناطق به عنوان پیشرو برای ایجاد شغل و کاهش بیکاری در زمینه های منطقه ای و ملی تلقی می شوند.

سوم، یک درخواست - هرچند ضمنی - از مناطق این بوده است که راه اندازی آنها مسیری جزئی برای اصلاحات و جایگزینی قابل قبول تر برای آزادسازی کامل ارائه می دهد که ممکن است دستیابی به آن هم از نظر عملی و هم از نظر سیاسی دلبه آورتر باشد (حکیمیان، ۲۰۱۱).

منطقه به راحتی قابل تعریف نیست. برای تشخیص این موضوع، برخی اصطلاحات رایج در حوزه های زیر آورده شده است: منطقه ۱ و ۲، منطقه تجاری، صنعتی، منطقه ۳ تجاری - منطقه ۴ صنعتی پردازش صادرات منطقه ۵ و ۶ منطقه ویژه اقتصادی، منطقه ۷ تجارت خارجی، منطقه ۸ آزاد صادراتی، منطقه ۹ صادرات ساز، منطقه ۱۰ گمرک قانون، ۱۱ منطقه آزاد؛ ۱۲ بودجه توسعه منطقه ای (ILO، ۲۰۰۷). در اینجا دو تعریف از پروتکل کیوتو و بانک جهانی آورده شده است. گمرک مشترک (تسهیلاتی را برای سرمایه گذاران خارجی فراهم می کند و تسهیل اسکان در این منطقه معمولاً با مشوق های دیگری همراه است و جذب فناوری مدرن، فرصت های کسب درآمد ارزی را فراهم می کند. مناطق به مناطقی گفته می شود که با توجه به ویژگی های طبیعی آن (مانند قرار گرفتن در بزرگراه های تجاری، مناطق پرتراکم اقتصادی)، با قابلیت های بالقوه حائز اهمیت است. ارگان های رسمی سرزمین اصلی درگیر در برخی از این مناطق (عمدتاً گمرکات و مؤسسات اقتصادی) به منظور جذب سرمایه گذاری از جمله سرمایه گذاری بانکی، تجاری یا گردشگری صنعتی را به حداکثر ممکن می رساند (Zones, 2008). اصطلاح یا مفهوم تجارت آزاد و مفهوم منطقه آزاد تجاری قدیمی است، اما فقط صحبت از شکل جدید آن در چند دهه اخیر دراماتیک بوده است. اولین مناطق آزاد تجاری، مفهوم اولیه ای بود که در زمان های قدیم با تجارت بزرگ آغاز شد. به عنوان مثال، "دلوز"<sup>۱۱</sup> اشاره کرد، ایالات جزیره کوچک از جمله جزایر Skalds آتن بین ۳۱۵ و ۱۶۶ قبل از میلاد، تاسیس اولین مراکز اداری تجاری، در قرون وسطی در اروپا برای افراد تجاری و شهرها آزادی هایی داده شد مناطق در سراسر جهان در چند مرحله ایجاد شدند (میایو<sup>۱۲</sup>، ۱۹۹۹):

مرحله اول رشد آهسته، تعداد مناطق آزاد در جهان، بیشتر در اروپا و آمریکای لاتین در اوایل دهه ۱۹۷۰، رشد سیستم تجاری نیاز به حذف مقررات محدودکننده داشت و گمرک انگیزه اصلی ایجاد این منطقه بود. در این دوره تعدادی از مناطق آزاد اندکی پس از جنگ جهانی اول یا دوم ایجاد شد و برخی مانند بندر هامبورگ<sup>۱۳</sup> متعلق به قرن گذشته هستند.

مرحله دوم رشد متوسط که شامل اواخر دهه ۷۰ و اوایل دهه ۸۰ می باشد. کشورهای آسیای جنوب شرقی و برخی مناطق آفریقایی ایجاد شد. اولین مرتبه گسترش تجارت جهانی و مناطق توسعه با سرعت نسبتاً بیشتری در این دوره صورت گرفت (گراهام<sup>۱۴</sup>، ۲۰۰۴).

<sup>10</sup> ILO

<sup>11</sup> Delves

<sup>12</sup> ۳

<sup>13</sup> Hamburg

<sup>14</sup> Graham

مرحله سوم رشد سریع در توسعه و سیر فکری و رهنمودهای بانک جهانی و صندوق بین المللی پول و موج گسترده تفکر اقتصادی «نئولیبرال»<sup>۱۵</sup> که جهانی در حرکت را به دنبال داشت. در این مرحله بیشتر دهه ۸۰ و اوایل دهه ۹۰ متعلق به مرحله دوم فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی است. این روند پس از فروپاشی مناطق آزاد در روسیه و سایر جمهوری های شوروی سابق و همچنین افزایش نفوذ چهارم، جابجایی نسبی و مکث که از اوایل دهه ۹۰ تا کنون ادامه دارد، شتاب گرفت. در این مرحله، تعدادی از کشورها مانند کره و برزیل مناطق مستأصل یا آزاد هستند و به تدریج آنها را می سازند یا به این نتیجه می رسند که این مناطق به اشباع رسیده اند (ابریز، ۲۰۱۲).

### گردشگری در منطقه آزاد تجاری

ایجاد مناطق آزاد در جهان سابقه چند دهه ای دارد. در سال ۱۳۷۰ نخستین گام ها برای ایجاد «مناطق آزاد تجاری- صنعتی» برداشته شد که در بحث های مختلف در مورد آن در مطبوعات، رادیو و تلویزیون، مجلس، اقتصادی و اجتماعی در محافل مختلف صورت گرفت و دیدگاه های مختلفی ارائه شد. اما واقعیت هنوز پس از ۱۸ سال، به جز معبود "منطقه آزاد" است که نباید دقیقاً روشن شود. اکنون که ضوابط مناطق آزاد تجاری - صنعتی مصوب دولت، مجلس و مجمع تشخیص مصلحت نظام اطلاعات کافی را از حوزه های موفقیت انکارناپذیر در جذب سرمایه گذاری و فناوری، ایجاد اشتغال، کاهش واردات، افزایش صادرات، تغییر وضعیت اجتماعی دریافت می کند. بافت مناطق جنوبی و مرکزی، تغییرات مثبت در مهاجرت داخلی و خارجی و گردشگری در اختیار علاقه مندان قرار خواهد گرفت (ابریز، ۲۰۱۲). مناطق آزاد و ویژه اقتصادی ایران دارای فرصت های مختلف گردشگری هستند. آثار تاریخی و جاذبه های طبیعی از جمله فرصت ها و امکاناتی هستند که در صورت برنامه ریزی و استفاده صحیح و به موقع می توانند به گنجینه ای برای کشور تبدیل شوند و اهداف پنهان ها را محقق سازند. قانون مناطق آزاد صنعتی و تجاری در تاریخ ۲۹ مرداد ۱۳۷۲ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. اهدافی چون امور زیربنایی، توسعه، رشد و توسعه اقتصادی، سرمایه گذاری و افزایش درآمدهای عمومی، ایجاد شغل/کارآفرینی، تنظیم بازار کار و کالا، مشارکت فعال در بازارهای بین المللی و منطقه ای و ارائه خدمات عمومی تعیین شد. مناطق آزاد ایران در حال حاضر می توانند در راستای تحقق اهداف اقتصادی همانطور که در قانون مناطق آزاد و همچنین برنامه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور آمده است، مشارکت داشته باشند و کمک های ویژه ای به کشورهای جهان بکنند. صنعت گردشگری و جذب گردشگر هر یک از این مناطق دارای مشخصات منحصر به فردی هستند که برای تحقق اهداف مربوطه در این زمینه کاملاً مناسب هستند (نیواند<sup>۱۷</sup> و همکاران، ۲۰۱۴).

### معرفی منطقه آزاد اردبیل

اردبیل از موقعیتی شمالی تر با قرار گرفتن در حوالی عرض ۳۸ درجه دنسبت به دیگر مناطق کشور قرار گرفته است که این عامل موجب تاثیر چشمگیر ویژگی های رطوبتی آن شده است. در دیدگاه کلی اردبیل از دو سیستم جوی متمایز در دوره سرد و گرم سال تاثیر پذیری دارد. در فصل گرم سال پرفشار جنب حاره با حاکمیت خود منجر به هوای نسبتاً گرم و خشک و در طول دوره سرد سال با تاثیر امواج غربی دارای شرایط نسبتاً مرطوبی است (اداره کل هواشناسی استان اردبیل، ۱۳۹۰: ۳).

استان اردبیل دارای ۳۸۰ کیلومتر مرز خشکی با جمهوری آذربایجان است. مناطق مرزی از جمله استان اردبیل از یک محرومیت تاریخی و شکاف توسعه ای با مناطق برخوردار کشور رنج می برند و برای رفع این عقب ماندگی و حرکت در مسیر توسعه متوازن نیاز به ابزارهای حمایتی ویژه ای دارند و از جمله مهمترین این مولفه ها ایجاد مناطق آزاد تجاری و صنعتی در آنها می باشد. اشتغال زایی، افزایش حضور سرمایه گذاران در منطقه به دلیل معافیت های گمرکی و سود بازرگانی، رفع مشکل بیکاری، توسعه صادرات، افزایش مراودات بازرگانی با کشورهای همسایه، ایجاد بازارهای تجاری و صنعتی مشترک با همسایگان از جمله مزایای ایجاد مناطق آزاد در این منطقه است. استان

<sup>15</sup> neoliberal

<sup>16</sup> Abriz

<sup>17</sup> Niavand



اردبیل با توجه به وضعیت خاص جغرافیای خود و داشتن مرزهای طولانی با جمهوری آذربایجان و در نتیجه نزدیکی به بازار قفقاز و روسیه دارای ظرفیت خاصی برای توسعه است، تجارت خارجی و بالطبع گسترش صنایع صادرات محور از مولفه‌های اساسی توسعه منطقه می‌باشد.



شکل ۱- موقعیت منطقه آزاد در استان اردبیل

استان اردبیل با آب و هوای مطبوع از قدیمی ترین مراکز تفریحی و گردشگری در کشور بوده است و به عنوان یکی از استان های تاریخی کشور، از گذشته های دور تا به امروز از پتانسیل های عظیم تاریخی، طبیعی و صنایع دستی به خصوص در فصول گرم سال برخوردار است و یکی از مهمترین مراکز هدف گردشگران داخل و خارج قرار گرفته است. اردبیل رشد فضایی و اهمیت داشتن خود را مدیون موقعیت جغرافیایی است.

### سوابق و پیشینه های پژوهش

دلیری (۱۴۰۱) در مقاله ای به «تاثیر منطقه آزاد انزلی در گردشگری در استان گیلان: روش کنترل ترکیبی» پرداخت. در این مطالعه، به منظور پاسخ به این سوال از روش کنترل ترکیبی استفاده شده است. با توجه به نتایج حاصل از اجرای روش کنترل ترکیبی، تأسیس منطقه آزاد انزلی اثر مثبت و معناداری بر توسعه ارزش افزوده گردشگری در استان گیلان داشته است؛ به گونه ای که نتایج شبیه سازی شده در مقایسه با حالتی که اگر منطقه آزاد انزلی تأسیس نمی شد نشان دهنده آن است که تأسیس منطقه آزاد انزلی باعث شده سرانه ارزش افزوده گردشگری در استان گیلان بیش از ۳۰ درصد افزایش یابد. به عبارت دیگر، در صورت تأسیس نشدن منطقه آزاد انزلی در سال ۱۳۸۴، در حال حاضر سرانه ارزش افزوده گردشگری در استان گیلان، تقریباً ۷۰ درصد مقدار کنونی بود.

قصابی، پناهی و آذر (۱۳۹۹) در پژوهشی به تحلیل تاثیرات مناطق آزاد تجاری بر توسعه ی فعالیت های گردشگری و اقتصاد منطقه ای مطالعه موری: منطقه آزاد ارس پرداختند. آنها بیان کردند که؛ شکل گیری منطقه آزاد ارس تاثیرات مثبتی بر توسعه ی فعالیت های گردشگری از راه جذب سرمایه و ایجاد زیر بناها و مقدرات تفریحی و اقامتگاهی داشته است و نیز گسترش فعالیت های گردشگری در منطقه آزاد ارس نیز تاثیرات مثبتی بر اقتصاد منطقه گذاشته است که در این بین بیشترین تاثیرگذاری آن بر مولفه های اشتغالزایی،

جذب سرمایه‌ی داخلی و خارجی، افزایش درآمدهای مالیاتی از محل فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با توریسم افزایش عایدی ارزی بوده است از نگاهی گسترش عملکردهای توریسم منطقه الکن بوده است و تاثیر مهمی در کاهش نابرابری‌های درآمدی و افزایش سطح رفاه خانوار داشته باشد.

فروغی فر و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله‌ای به «طراحی الگوی جذابیت سرمایه‌گذاری مناطق آزاد ایران» پرداختند. در این مطالعه کاربردی، با رویکرد آمیخته ترتیبی سعی شده است تا با بررسی ادبیات موضوع مبتنی بر روش نظریه داده بنیاد عوامل جذابیت بازار مناطق آزاد در قالب الگوی اولیه تدوین شود. سپس با ارایه این چارچوب مفهومی به خبرگان و استفاده از مصاحبه‌های عمقی، نظرات تخصصی آنان در خصوص الگوی عوامل جذب سرمایه‌گذاری در بازار مناطق آزاد ایران استخراج گردید. در بخش کمی نیز نتایج این بخش به کمک نظرات تخصصی کارشناسان و صاحبان صنایع منطقه آزاد انزلی مورد ارزیابی قرار گرفت تا با تبیین روابط بین ابعاد، الگوی مورد نظر طراحی گردد. در نهایت نیز شاخص‌های تقاضا، رقابت پذیری، سهولت کسب و کار، جذابیت سرمایه‌گذاری و تجربه خرید به عنوان مهمترین عوامل موجود در جذابیت بازار مناطق آزاد ایران (منطقه انزلی) تعیین که به کمک آنها راهکارهای بهبود ارایه گردید.

سوانگ یانگ و کورنپیفات (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی گردشگری پایدار در اکوتوریسم منطقه حرا در کلانگ کونه تایلند پرداختند. آنها بیان کردند که؛ عوامل داخلی نقاط قوت کلیدی شامل، درآمد مرتبط با گردشگری حامی طبیعت و ضعف‌های کلیدی مثل، آگاهی و درک ذینفعان محلی از مکانیسم‌های اکولوژی بود. عوامل بیرونی شامل فرصت‌های ناشی از سیاست‌های گردشگری و روابط عمومی و تهدیدهای شهر و برنامه ریزی شهری و آلودگی از مناطق مجاور بود.

واکاس - آوان<sup>۱۸</sup> و همکاران (۲۰۲۱) به بینش جدید در مورد نقش درآمد شخصی در گردشگری بین‌المللی پرداختند. برای این منظور، این مطالعه استراتژی‌های مختلفی را در چارچوب یک مدل گرانشی، با استفاده از داده‌های سالانه از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۶ و جریان‌های گردشگری دوجانبه بین ۱۹۲ کشور اعمال می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که کشش درآمدی به میزان قابل توجهی توسط درآمد سرانه در کشور مبدأ تعیین می‌شود و رابطه U معکوس بین کشش درآمد و درآمد شخصی را تأیید می‌کند. این مطالعه نشان می‌دهد که کشورهای با درآمد متوسط کشش بیشتری نسبت به کشورهای کم درآمد و با درآمد بالا دارند، در حالی که کشورهای با درآمد بالا یک رابطه غیرکشش یا غیر قابل توجه را نشان می‌دهند.

کورو و مارتیز<sup>۱۹</sup> (۲۰۱۷) در مقاله‌ای به شکست‌های ساختاری در تقاضای گردشگری بین‌المللی: آیا آنها ناشی از بحران هستند یا بلایا؟ پرداختند. در این مقاله، تعداد و تاریخ وقفه‌های ساختاری در سری‌های ورود گردشگری بین‌المللی برای ۲۵ کشور و جزیره مادیرا را با استفاده از آزمون شکست ساختاری بای و پرون (۱۹۹۸) برآورد شد. تاریخ بحران‌ها و بلایای گردشگری را با تاریخ‌گذاری این گسست‌های ساختاری مقایسه شد. مشاهده شد که بحران‌ها و بلایای گردشگری تا حد زیادی با تاریخ استراحت مطابقت دارند. بنابراین، این روش این امکان را می‌دهد شکاف در صنعت گردشگری که مربوط به تخصیص صحیح شوک‌های منفی در تقاضای ورود گردشگری بین‌المللی به پدیده‌های بحران یا فاجعه است، حل شود.

### روش تحقیق

به منظور ارزیابی وضعیت موجود منطقه آزاد اردبیل، پرسشنامه با سوالات باز تنظیم شد و طی مصاحبه با خبرگان و کارشناسان گردشگری مناطق آزاد، وضعیت فعلی منطقه آزاد اردبیل به لحاظ نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها تعیین گردید. سپس با استفاده از مدل ماتریس SWOT از طریق ارزش‌گذاری، وزن دهی و شدت هر یک از عوامل موقعیت راهبردی گردشگری مناطق آزاد

<sup>18</sup> Waqas-Awan

<sup>19</sup> Cró & Martins



اردبیل شناخته شد. سپس با توجه به راهبرد فعلی، راهکارهایی کاربردی در جهت بهبود وضعیت گردشگری منطقه آزاد اردبیل و تبدیل به منطقه بین‌المللی گردشگری ارائه شد.

### شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید

نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای منطقه آزاد اردبیل توسط خبرگان و کارشناسان دانشگاهی و سازمانی به صورت جدول ۱ شناسایی شد.

جدول ۱- شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای منطقه آزاد اردبیل

نقاط قوت	نقاط ضعف
۱. جغرافیایی و ژئواستراتژیکی منطقه آزاد اردبیل	۱. موقعیت امکانات خدماتی و رفاهی برای
۲. مطبوع در فصول گرم	۲. هوای زیرساخت های شهری
۳. آرام و به دور از هیاهوی شهرهای بزرگ	۳. محیطی مکان های مناسب برای اقامت
۴. بدنه سرزمین اصلی	۴. اتصال به تجهیزات تفریحی و ورزشی
۵. محیط های طبیعی و بکر و مناظر مختلف جغرافیایی	۵. تنوع سرد در نیمی از سال
۶. بالقوه منطقه برای برنامه ریزی سرمایه گذاری و گردشگری	۶. ظرفیت ثبات در مدیریت و مدیریت و
۷. انواع کالاها در مناطق آزاد	۷. صادرکننده نیروی متخصص و کارآمد در
۸. انواع کالاها از مناطق آزاد	۸. واردکننده پایگاه های اطلاعاتی مناسب
۹. به امکانات بهتر و بیشتر شهری	۹. دسترسی بالا برای سفر به منطقه (به و)
۱۰. فرصت های شغلی پایدار	۱۰. ایجاد امکانات بهداشتی و درمانی
۱۱. بسترهای مناسب شغلی	۱۱. ایجاد مسیرهای حمل و نقل مناسب
۱۲. درآمدهای دائمی برای بومیان	۱۲. کسب فعالیت های تبلیغاتی، روابط
۱۳.	۱۳. افزایش

درآمدهای ارگان های دولتی (شهرداری ها، میراث فرهنگی، گردشگری و ...)	افزایش	های محیطی و سازمانی نامنا
۱۴. درآمدهای نهادهای و شرکت های خصوصی (رستوران ها، کمپ ها و ...)	بهبود	
۱۵. وضعیت خیابان ها، معابر و خدمات عمومی، حمل و نقل، فضای سبز و ...	وجود	
۱۶. ظرفیت های گردشگری بین المللی در منطقه آزاد اردبیل		
فرصت ها	تهدیدها	
۱. سرمایه گذاری داخلی	۱. جذب	۱. ساز بی رویه
۲. فرصت های سرمایه گذاری	۲. ایجاد	۲. تردد
۳. سرمایه گذاری های خارجی	۳. جذب	۳. کیفیت ساکنین در این مناطق
۴. کردن بستر شغلی	۴. فراهم	۴. سرو صدا و آلودگی صوتی در
۵. اشتغال / کارآفرینی برای کشور	۵. ایجاد	۵. کیفیت محیط زیست مناطق
۶. درآمد ارزی برای کشور	۶. ایجاد	۶. تجاوز به حریم منابع طبیعی
۷. تخصص ها و استعدادها	۷. جذب	۷. زیست محیطی ناشی از زباله
۸. نمودن فرصت تجربه گردشگری	۸. فراهم	۸. گذاری خارجی اندک در بخش
۹. منطقه آزاد اردبیل به عنوان منطقه گردشگری بین المللی	۹. معرفی	۹. انگیزه برای سفر به مناطق رق
۱۰. دولت به ایجاد اشتغال/کارآفرینی، فقرزدایی از طریق توسعه گردشگری بین المللی	۱۰. توجه	۱۰. طرح ها و برنامه های توسعه
۱۱. درآمد ارزی، تعاملات اقتصادی و فرهنگی از طریق توسعه گردشگری بین المللی	۱۱. ایجاد	۱۱. امکانات رفاهی گردشگری در
۱۲. انگیزه و تقاضا برای سفر و تفریح در بین مردم	۱۲. افزایش	۱۲. برنامه های راهبردی و عملیات
۱۳. جمهوری آذربایجان و ایجاد روابط اقتصادی- فرهنگی و ...	۱۳. نزدیکی به	۱۳. میان فرهنگ گردشگران و بو



۱۴.	وجود	۱۴.	شباهت های قومی و نزدیکی فرهنگی با ساکنین همسایگان خارجی
۱۵.	دور بودن	۱۵.	از مناطق بحرانی و تنش زا
۱۶.	ایجاد	۱۶.	بازارهای مرزی
نهادهای تصمیم گیرنده متعدد			
تحریم ها و تبلیغات منفی دید			
قیمت اراضی و بالتبع افزایش			

### راهکارهای تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین المللی گردشگری

با توجه به موقعیت استراتژیک تهاجمی تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین المللی گردشگری راهکارهای زیر را می توان ارائه دارد:

- جلب سرمایه گذران داخلی و خارجی به منظور توسعه گردشگری بین المللی از جمله: هتل، رستوران، مراکز خرید، و ...
- برگزاری مسابقات، جشن ها، و گردهمایی و همایش ها در منطقه گردشگری اردبیل با توجه به مقرون به صرفه بودن هزینه ها نسبت به دیگر مناطق و فراهم بودن خدمات پشتیبانی و رفاهی در منطقه
- ایجاد سازوکارهای گسترش گردشگری بین المللی و اختصاص مشوق های مالی به منظور جلب سرمایه گذاران
- ایجاد دفاتر، شرکت ها و موسسات گردشگری در خارج از مرزها در کشورهای هدف
- استفاده از موقعیت ژئواستراتژیکی اسقرار منطقه آزاد اردبیل و ایجاد زمینه های میزبانی نمایشگاه های مختلف در راستای توسعه گردشگری بین المللی
- انعقاد تفاهم نامه ها و توافق نامه بین منطقه آزاد اردبیل و کشورهای همسایه برای توسعه گردشگری بین المللی
- سوق دادن سرمایه گذاران داخلی و جذب آنها به این منطقه به منظور توسعه گردشگری بین المللی
- توجه به بازاریابی گردشگری در فصل گرم سال و جذب گردشگر از شهرهای گرمسیر برای بازدید از منطقه آزاد اردبیل
- حمایت از بخش خصوصی برای ایجاد تسهیلات اقامتی و رفاهی از طریق واگذاری و متخصصین و ترجیحا بومی مجرب گردشگری منطقه آزاد اردبیل
- بررسی رتبه بندی نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدها

به منظور رتبه بندی نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدهای تبدیل تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری از آزمون فریدمن استفاده شد. نتایج آزمون فریدمن در رتبه بندی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری نشان داد اختلاف معنی‌داری در بین نقاط قوت و ضعف تعیین شده وجود دارد.

مجموع امتیاز نهایی عوامل داخلی تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری در ماتریس عوامل داخلی، ۳/۱۱۶ (بیشتر از ۳) به دست آمده است. این نشان می‌دهد که تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری از نظر عوامل درونی دارای نقاط قوت است. عبارتی نشان دهنده غلبه قوت ها بر ضعف های موجود برای تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری است.

مجموع امتیاز نهایی عوامل خارجی تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری در ماتریس عوامل داخلی، ۳/۱۸۰ (بیشتر از ۳) به دست آمده است. عبارتی نشان دهنده غلبه فرصت ها بر تهدیدهای موجود برای تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری است. این نشان می‌دهد که تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری از نظر استفاده از فرصت ها و مقابله با تهدیدها مورد توجه قرار گرفته است.

نتایج تحلیل ماتریس عوامل داخلی و خارجی نشان داد موقعیت استراتژیک تبدیل منطقه آزاد اردبیل به گردشگری بین‌المللی در موقعیت تهاجمی قرار دارد. در اجرای استراتژی های تهاجمی (SO) گردشگری منطقه بایستی با استفاده از نقاط قوت داخلی، از فرصت های خارجی حداکثر بهره برداری را نماید.

با اولویت بندی موانع و فرصت های تبدیل منطقه آزاد اردبیل به گردشگری بین‌المللی، نتایج نشان داد عوامل موقعیت جغرافیایی و ژئواستراتژیکی منطقه آزاد اردبیل و وجود ظرفیت های گردشگری بین‌المللی در منطقه آزاد اردبیل با آماره نهایی ۰/۱۷۲ مهمترین نقاط قوت منطقه آزاد اردبیل برای تبدیل شدن به گردشگری بین‌المللی و دسترسی به امکانات بهتر و بیشتر شهری با نمره نهایی ۰/۰۴ کم اهمیت ترین نقاط قوت است. از نظر نقاط ضعف عامل فشار بر زیرساخت های شهری با آماره نهایی ۰/۱۵۲ مهمترین نقاط ضعف منطقه آزاد اردبیل برای تبدیل شدن به گردشگری بین‌المللی و کمبود مسیرهای حمل و نقل مناسب با هزینه کم با نمره نهایی ۰/۰۲۳ کم اهمیت ترین نقاط ضعف است. بعلاوه عامل ایجاد اشتغال / کارآفرینی برای کشور با آماره نهایی ۰/۱۸۸ مهمترین فرصت منطقه آزاد اردبیل برای تبدیل شدن به گردشگری بین‌المللی و دور بودن از مناطق بحرانی و تنش زا با نمره نهایی ۰/۰۲۱ کم اهمیت ترین فرصت است. از نظر تهدیدها عامل وجود نهادهای تصمیم گیرنده متعدد در منطقه آزاد با آماره نهایی ۰/۱۹۲ مهمترین تهدید منطقه آزاد اردبیل برای تبدیل شدن به گردشگری بین‌المللی و تعارض میان فرهنگ گردشگران و بومیان با نمره نهایی ۰/۰۶۳ کم اهمیت ترین تهدید به شمار می‌آید.

## بحث و نتیجه گیری

صنعت گردشگری به عنوان بزرگترین و متنوع ترین صنعت در جهان محسوب می‌شود. اکثر کشورها این صنعت پویا را منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت ها می‌دانند. دنیا پر از شگفتی ها و کشورهایی با فرهنگ ها و آداب و رسوم مختلف از آثار باستانی و تاریخی و جاذبه های گردشگری، با تماس افراد متنوع از کشورهای دیگر و مناطق مجاور است. صنعت گردشگری به منظور تسهیل و تحکیم روابط بین آنها ایجاد پل ارتباطی بین کشورها و فرهنگ های مختلف مردم و ملت ها با یکدیگر نامیده می‌شود. به عبارت دیگر شغل و رونق گردشگری تجارت و درآمد است. صنعت گردشگری با فرهنگ، سیاست و انواع فنون آشنا می‌کند و روش های دوستی و صلح را میان مردم و ملت ها آشنا می‌کند. مناطق آزاد و ویژه اقتصادی ایران دارای فرصت های مختلف گردشگری هستند. آثار تاریخی و جاذبه های طبیعی از جمله فرصت ها و امکاناتی هستند که در صورت برنامه ریزی و استفاده صحیح و به موقع می‌توانند به گنجینه ای برای کشور تبدیل شوند و اهداف پهنه ها را محقق سازند. منطقه آزاد قلمرو معینی است که غالباً در محدوده داخل یک بندر یا مجاورت آن قرار دارد و در آن تجارت آزاد با سایر نقاط جهان مجاز است. در واقع منطقه آزاد محدوده حراست

شده بندری و غیربندری است که از شمول برخی از مقررات جاری کشور متبوع خارج بوده و با بهره‌گیری از مزایایی نظیر معافیت‌های مالیاتی، بخشودگی سود و عوارض گمرکی، نبود تشریفات زائد ارزی، اداری و مقررات دست و پاگیر و همچنین سهولت و تسریع در فرآیندهای صادرات و واردات با جذب سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال فناوری به توسعه سرزمین اصلی کمک می‌کند. در طول نیم قرن گذشته، پویایی گردشگری بین‌المللی در سایر مناطق جهان با توسعه مناطق نسبتاً جوان گردشگری تغییر قابل توجهی یافته است، که به دلیل عوامل منفی سیاسی و اقتصادی، این امر تغییر نمی‌کند که به طور کامل از پتانسیل موجود خود استفاده کنند. اما برای رقابت پذیری در بازار جهانی، ارتقای محصول گردشگری، بهتر شدن آن و گسترش همکاری با کشورهای دیگر به ویژه کشورهای همسایه به منظور ایجاد مسیرهای مشترک گردشگری و تبلیغ مشترک محصولات گردشگری ضروری است. هدف از این پژوهش بررسی فرصت‌ها و موانع تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری، ارائه طرح‌های مطلوب بود. رویکرد تحقیق، کیفی-کمی بود که ابتدا وضعیت فعلی منطقه آزاد اردبیل به لحاظ نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها تعیین شد. سپس با استفاده از ماتریس سوات (SWOT) از طریق ارزش‌گذاری، وزن دهی و شدت هر یک از عوامل موقعیت راهبردی گردشگری مناطق آزاد اردبیل تعیین شد و در پایان طرح‌های مطلوب برای تبدیل منطقه آزاد اردبیل به منطقه بین‌المللی گردشگری پیشنهاد شد.

به عقیده دبیرکل سازمان جهانی گردشگری (WTO<sup>20</sup>)، "صنعت گردشگری با تولید بیش از ۶۶۰ میلیون گردشگر به بزرگترین صنعت قرن بیست و یکم تبدیل خواهد شد". اگر می‌خواهیم سهم خود را از این صنعت عظیم در بخش‌های مختلف صنعت افزایش دهیم باید موانع فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و مذهبی مرتبط با گردشگری بین‌المللی و اصول برنامه ریزی دقیق را نادیده بگیریم. این هم‌افزایی مستلزم تماس‌ها و هماهنگی‌های بیشتر همه دستگاه‌ها و مراجع اجرایی و گردشگری و جهانگردی است. به ویژه در مناطق آزاد تجاری، توسعه زیرساخت‌های ظرفیت موجود، خدمات گردشگری را بیش از سایر بخش‌ها افزایش می‌دهد.

با توجه به اینکه در منطقه آزاد صادرات کالا و جذب سرمایه‌های خارجی به طور کامل آزاد بوده و با راهکارهای بسیار تسهیل‌کننده‌ای برای صادرات و جذب سرمایه‌های خارجی از طریق این مناطق، دولت باید سعی کند زمینه‌های مناسب را برای سرمایه‌گذاری و توسعه صادرات و کسب درآمدهای ارزی در این منطقه به وجود آورد. بعلاوه برخورداری از انواع معافیت‌های مالیاتی، امکان ورود ماشین‌آلات و قطعات و مواد اولیه برای صنایع منطقه بدون عوارض گمرکی از دیگر مزایای چشمگیر ایجاد مناطق آزاد بین‌المللی است. اما موضوعی که باید مورد توجه قرار گیرد، موضوع راهبردهای کلان گردشگری در سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی است. چرا که تکنیک ظرفیت‌تحمیل بیشتر گردشگری را در سطح خرد دنبال می‌کند و با مدل‌های پایداری و تقریباً بدون تحلیل در سطح کلان، وضعیت فعالیت‌های گردشگری را برآورد و تحلیل می‌کند و عناصر مؤثری را در سطح کلان در حال و آینده در نظر نمی‌گیرد. وضعیت یک مکان گردشگری بین‌المللی در حالی که روابط عوامل سیاسی، اقتصادی، امنیتی و فرهنگی بین مناطق مختلف یک کشور و بین کشورها در سطح بین‌المللی از عوامل اساسی گردشگری است که بردار آن را در سطح کلان ترسیم می‌کند. بر این اساس، ظرفیت گردشگری در مناطق آزاد مفهومی پویا و در حال تحول است و مقادیر حاصل از یک رویکرد واحد ممکن است در دو جامعه مختلف یا در یک جامعه در دو بازه زمانی متفاوت بسته به شرایط اجتماعی-اقتصادی، قوانین، اهداف مدیریت و به طور کلی، سطح درک عمومی از جوامع در مورد حفظ اکوسیستم و منابع طبیعی متفاوت باشد. به طور کلی در پی توسعه مناطق گردشگری بین‌المللی در مناطق آزاد بایستی کمیته‌ای برای بررسی و تشریفات روادید با کاهش موانع گردشگری خارج از کشور - و بخش خصوصی سودآور برای حمایت از صنعت گردشگری - با صدور مجوزهای لازم برای ورود به کشور تشکیل شود. تجهیزات مورد نیاز از جمله تجهیزات هتل‌ها - بیشتر در داخل و خارج از کشور - مراکز تبلیغات و ایجاد مراکز آموزشی برای توسعه فرهنگ گردشگری، پایگاه داده آمار گردشگری - امنیت و آسایش گردشگران در شهرها و مناطق گردشگری می‌توان اشاره نمود.

## منابع و مأخذ

<sup>20</sup> World Tourism Organization



- ابراهیم زاده، عیسی. آقاسی زاده، عبدالله. (۱۳۹۰) تاثیر منطقه آزاد چابهار بر توسعه گردشگری حوزه نفوذ آن با بهره گیری از مدل رگرسیون و آزمون T-test، ۹(۲۱)، ۵-۲۶.
- اسدپور کردی، مریم، امیرنژاد، حمید، ناصری اوجاکی، سیدهادی، شیرزادی لسکوکلایه، سمیه، ۱۴۰۱، بررسی توسعه صنعت گردشگری ایران با تأکید بر کارایی این صنعت، فصلنامه گردشگری و توسعه، سال یازدهم، شماره اول.
- صیدایی، سیداکندر، هدایتی مقدم، زهرا، ۱۴۰۰، نقش امنیت در توسعه گردشگری، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شوشتر، ۴(۸)، ۹۷-۱۱۰.
- قادری، اسماعیل. فرجی راد، عبدالرضا. بروجی، سمیرا. (۱۳۹۰). جایگاه گردشگری در سیاست ها و برنامه های توسعه مناطق آزاد (مطالعه موردی: قشم)، ۱۱(۱)، ۱۱۴-۱۰۱.
- معتمدی مهر، اکبر. مدامی بحریما، محسن. (۱۳۹۴) تحلیل نقش و تاثیر منطقه آزاد بر رشد و توسعه کالبدی شهر بندر انزلی، اولین همایش بین المللی عمران، معماری توسعه اقتصاد شهری، شیراز.
- یعقوب زاده، رحیم. عمویی، صدرا. جانبانژاد، محمد حسین. (۱۳۹۴) ارزیابی مناطق آزاد ایران به لحاظ توریسم و توسعه زیرساخت های توریستی؛ مطالعه موردی: منطقه آزاد قشم، نشریه مطالعات فرهنگی و سیاسی خلیج فارس، ۲(۳)، ۹۹-۱۱۶.
- Abriz, M. B. (2012). The Role of Free Trade Zones in Economic Development (Case Study: Iran's Aras Free Trade Zone).
- Akbari, Mohsen., Ebrahimpour Azbari, Mostafa., & Hoshmand Chaijani, Milad. (2018). Performance of the Firms in a Free-Trade Zone: The Role of Institutional Factors and Resources. European Management Review.
- Camilleri, M. A. (2018). The tourism industry: An overview. Travel marketing, tourism economics and the airline product, 3-27.
- Cooper, C. (2008). Tourism: Principles and practice. Pearson education.
- Hakimian, H. (2011). Iran's Free Trade Zones: Back Doors to the International Economy?. Iranian Studies, 44(6), 851-874.
- ILO, "Database on Export Processing Zones (Revised)," International Labor Office, Scrotal Activities Programmed, Working Paper No. 251 (Geneva, 2007).
- K. Miyagiwa, "The Location Choice for Free-Trade Zones, Rural versus Urban Options," Journal of Zones," World Bank Development Research Group, Policy Research Working Paper 2238 (Washington, DC, 1999).
- Kuchumov, Artur. Karpova, Galina. Voloshinova, Marina. Testina, Yana. author, Corresponding. (2019). Challenges And Opportunities Of Development Of Tourism And Recreation Special Economic Zones, Conference: SCTCMG 2019 - Social and Cultural Transformations in the Context of Modern Globalism.
- Niavand, A., Salarzahi, H., & Tash, M. N. S. (2014). A Study of Strategic Role of Chabahar Free Zone on Tourism Industry Development Using SWOT Model in Iran. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 4(2), 202.
- Quoted in E. M. Graham, "Do Export Processing Zones Attract FDI and its Benefits? The Experience from China," International Economics and Economic Policy, 1 (2004): 100.
- Yuksel, A. (2004). Shopping experience evaluation: a case of domestic and international visitors. Tourism Management, 25(6), 751-759.
- Zones: Performance, Lessons Learned, and Implications for Zone Development," World Bank, (Washington, DC, 2008), 10-11.
- Hall, M. C., & Williams, A. (2008). Tourism and innovation. Routledge.





## Examining the opportunities and obstacles to transform the Ardabil Free Zone into an international tourism zone, presenting favorable plans

**Alireza Gharibi**

Master's degree, Department of Tourism Management, Marketing, Qazvin, Iran.

### **Abstract**

The purpose of this research is to "investigate the opportunities and obstacles to transform the Ardabil Free Zone into an international tourism zone, to present favorable plans". This research is practical in terms of purpose, which was done to investigate and solve the threats and weaknesses of the tourism industry in Ardabil province. In terms of the research method, it is a descriptive type with a quantitative-qualitative approach using the SWOT matrix technique. In terms of the implementation path, it is of the type of strategic studies. The statistical population of the research included experts, experts and experts in the field of tourism, free zones and international tourism. 16 cases of strengths, 13 cases of weaknesses, 16 cases of opportunities and 16 cases of threats were identified by interview through an open questionnaire, which were analyzed based on the SWAT matrix in the next step. The results of SWAT matrix analysis indicate that the transformation of Ardabil Free Zone into an international tourism zone has strong points in terms of internal factors. Also, the transformation of Ardabil Free Zone into an international tourism zone has been considered in terms of using opportunities and dealing with threats. Based on the SWOT framework, the international tourism development strategy of Ardabil Free Zone is in an offensive strategic position (SO). Therefore, the maximum use of opportunities by using the strengths of the region should be used.

**.Keywords:** opportunities, obstacles, free zone, international tourism zone, Ardabil