

برنامه‌ریزی راهبردی توسعه‌ی گردشگری با تأکید بر نقش مشارکت اجتماعات محلی (مطالعه‌ی موردی: استان البرز)

- حسین حاتمی نژاد^{۱*}، علی‌رضا گروسی^۲، زینب شاهرخی فر^۳ و مصطفی توکلی نغمه^۴
۱. دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
 ۲. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تربیت‌مدرس، تهران، ایران.
 ۳. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.
 ۴. کارشناس ارشد آمایش سرزمین، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۲۵

اطلاعات مقاله چکیده

فعالیت گردشگری در طول سال‌های اخیر نسبتاً پایدار بوده است و با وجود چشم‌انداز نامشخص اقتصاد جهانی، تنش‌های اقتصاد کلان و بیکاری در بسیاری از کشورها مشخص شده که این بخش از روند فرایند جهانی شدن بهره‌مند شده است؛ در چنین زمینه‌ای با توجه به توسعه علوم و فنون و پیشرفتی که در مدل‌های پژوهشی حاصل شده است برنامه‌ریزی با استفاده از مدل‌هایی جدید درصدد برنامه‌ریزی در زمینه گردشگری می‌باشند. برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری در استان البرز با تأکید بر مشارکت اجتماع محلی در این برنامه‌ریزی‌ها موجب اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی این استان خواهد شد. براین اساس در این پژوهش که با روش توصیفی - تحلیلی صورت گرفته است سعی شده با استفاده از تلفیق مدل‌های سوات و AHP در زمینه توسعه‌ی گردشگری استان البرز راهبردهایی ارائه گردد؛ لذا بر اساس محاسبات مدل سوات تهدیدات با نمره ۲/۹۳۹ بالاترین ضریب و پس از آن، نقاط ضعف با مقدار ۲/۹۳۶، فرصت‌ها با مقدار ۲/۹۱۱ و در نهایت نقاط قوت با مقدار ۲/۹۰۳ پایین‌ترین ضریب را به دست آورده‌اند؛ اما پس از تلفیق نتایج مدل سوات با مدل AHP، راهبرد تدافعی (WT) با مقدار برآورد شده ۴/۰۷۸ بالاترین مقدار وزن محاسبه را به دست آورده است و پس از آن به ترتیب راهبردهای تهاجمی با مقدار اندازه‌گیری شده ۳/۸۹۵، راهبرد رقابتی با مقدار اندازه‌گیری شده ۳/۷۷۳ و در نهایت نیز راهبرد محافظه‌کارانه با مقدار ۳/۶۲۶ در پایین‌ترین مرتبه از سلسله‌مراتب راهبردهای موردنظر قرار گرفته است بدین ترتیب بر اساس این خروجی پیشنهاداتی در زمینه توسعه بخش گردشگری استان البرز ارائه شده است.

دوره ۱، شماره ۲، زمستان ۱۳۹۹
صص. ۲۰-۳۴

DOR:20.1001.1.27173747.1399.1.2.2.3

کلیدواژه‌ها: توسعه‌ی گردشگری، مشارکت اجتماع محلی، مدل SWOT-AHP، استان البرز.

مقدمه

گردشگری به‌عنوان یکی از پردرآمدترین فعالیت‌ها در جهان مطرح بوده و اقتصاد گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی تجارت جهانی است (گروسی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۲۲). فعالیت مسافرت و گردشگری در طول سال‌های اخیر نسبتاً پایدار بوده است و باوجود چشم‌انداز نامشخص اقتصاد جهانی، تنش‌های اقتصاد کلان و بیکاری در بسیاری از کشورها مشخص شده که این بخش از روند فرایند جهانی شدن بهره‌مند شده است؛ در چنین زمینه‌ای، مسافرت و گردشگری همچنان یک بخش حیاتی برای توسعه اقتصادی و حفظ اشتغال در کشورها است (Blanke & Chiesa, 2013: 13) به‌طوری‌که گردشگری بخش مهمی از سیاست‌های اجتماعی و اقتصادی توسعه‌ی این کشورهاست (Stasiukynasmet al, 2013: 929). از دیدگاه سیاست‌گذاری و مدیریتی، سیاست‌گذاران و سایر ذی‌نفعان صنعت گردشگری می‌توانند از فرصت‌هایی که این صنعت برای رشد اقتصادی پایدار در کشورشان ارائه می‌دهند، بهره‌برند، زیرا توسعه گردشگری، رشد اقتصادی را از طریق ایجاد مشاغل جدید، درآمد‌های مالیاتی، سرمایه‌گذاری‌ها و دیگر عوامل اقتصادی ارتقا می‌بخشد (Dogru & Bulut, 2018: 4) و بسیاری از آن‌ها با به‌کارگیری این رهیافت توانسته‌اند وضعیت خویش را تا حد قابل توجهی بهبود بخشند؛ از این رو بخش گردشگری، پرشتاب‌ترین رشد را در میان فعالیت‌های اقتصادی جهان داراست و عامل مهمی در توسعه اقتصادی ملی و محلی در سراسر جهان محسوب می‌شود (Scott and Lemieux, 2010: 146). از دیگر سو توسعه این بخش به‌عنوان یک راهبرد و استراتژی در آمایش سرزمین به‌منظور کاستن از عدم توازن‌های منطقه‌ای و سرزمینی در جهت تعدیل نابرابری میان روستا و شهر از حیث فرصت‌ها، منابع و منافع، ضرورتی اساسی و اجتناب‌ناپذیر به شمار می‌رود و بایستی به‌عنوان یکی از محورهای اساسی آمایش سرزمین مطرح و به‌طور همه‌جانبه مورد بررسی و اجرا قرار گیرد (Mills, 2002: 42). در برنامه‌ریزی‌های گردشگری تلاش جهت شناخت نواحی گردشگری، معرفی نواحی گردشگری مستعد، ارزیابی نوع جاذبه مناطق، ارزیابی مناطق مستعد سرمایه‌گذاری، تلاش جهت توسعه پایدار نواحی گردشگری و تمرکز بر فعالیت‌های خاص در این مناطق مدنظر قرار می‌گیرد؛ لذا بر اساس این رویکرد، از یک‌سو مناطق مستعد باید شناسایی شوند و از سوی دیگر در برنامه‌ریزی توسعه توریسم راهبردها و مقرراتی تنظیم و به کار گرفته شود که جواب‌گوی نیاز گردشگران و متناسب با توسعه پایدار باشد (نسترن و همکاران، ۱۳۹۰: ۵). در طول دهه ۱۹۸۰، دیدگاه گسترده‌ای از گردشگری به‌عنوان یک صنعت به منابعی که آن را حفظ می‌کنند توجه داشت. در میان منابع گردشگری، ساکنان مناطق مقصد به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان هسته اصلی محصول گردشگری دیده می‌شوند. همچنین تشخیص داده شده است که تأثیرات گردشگری، چه مثبت و چه منفی، در سطح جامعه مقصد مشهود است. در پاسخ، برنامه‌ریزان گردشگری نیاز به عدم تمرکز برنامه‌ریزی گردشگری و ادغام آن در اهداف کلی جامعه را تأکید می‌کنند. محوریت این ایده‌ها، مشارکت بیش‌تر مردم در تعریف محصول گردشگری در جامعه است (مجموعه‌ای از منابعی که یک جامعه مایل به ارائه‌ی آن به بازار گردشگری هستند)؛ به گفته‌ی مورفی: محصول و تصویری که واسطه‌ها بسته‌بندی و به فروش می‌رسانند، تجربه‌ی مقصد است و به‌این ترتیب، صنعتی را ایجاد می‌کند که وابسته به حسن نیت و همکاری جوامع میزبان باشد. این جامعه محلی است که باید با نتیجه‌ی انباشته‌ی چنین تحولاتی زندگی کند و باید در نحوه‌ی بسته‌بندی و فروش جامعه خود به‌عنوان یک محصول توریستی سهم بیش‌تری داشته باشد؛ به بیان دیگر توسعه‌ی گردشگری از رهیافت‌های رایج اقتصادمحور، به سمت رویکرد توسعه‌ی پایدار اجتماعات محلی سوق یافته است و سعی دارد با تأثیرگذاری در سه بعد پایداری اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی ضمن جلب مشارکت جوامع محلی در توسعه‌ی اقتصاد ملی از طریق حفاظت از پتانسیل‌ها و حمایت از منابع طبیعی و محیط‌زیست به توسعه‌ی محلی نیز بیانجامد (یاری‌حصار و باختر، ۱۳۹۵: ۱۲۲). اجتماع محلی با مشارکت در حوزه‌ی گردشگری می‌تواند برنامه‌ریزی در این سیستم را دقیق‌تر و منسجم‌تر نماید. همچنین مشارکت در گردشگری نیز می‌تواند رضایت محلی ایجاد کند و مردم محلی را به حمایت از فعالیت‌های گردشگری تشویق کند. سوم، مردم محلی می‌توانند منبع عالی

اطلاعاتی باشند که برای دیگران قابل دسترس نیست؛ و توسعه‌ی متناسب گردشگری را با سبک و سرعتی که مطابق با نیازها و اشتیاق آن‌هاست، شناسایی کنند (Garrod, 2003: 39). ایده گردشگری پایدار جامعه‌محور معتقد است که ساکنان محلی باید توسعه بخش گردشگری را از طریق درگیر شدن در گردشگری و اهداف و استراتژی‌های توسعه آن کنترل نموده و در اجرای استراتژی‌ها و نیز امکانات و خدمات عملیاتی زیرساخت‌های گردشگری برای مدیریت اثربخش منابع محلی و توزیع بهتر مزایای توسعه‌ی گردشگری مشارکت کنند (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۲۶). این نوع گردشگری معمولاً به صورت چندبعدی، دارای خصوصیات فیزیکی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی تلقی می‌شود؛ و توسعه و تقویت آن بدون راهنمایی چارچوب و راهبردهای از پیش تعیین شده برای دستیابی به اهداف توسعه و به صورت موقت غیرممکن است. صنعت گردشگری هر کشور شامل اشکال مختلف گردشگری است که تطبیق و انطباق راهبردها با ماهیت مقصد ضروری است (Asadi & Daryaei, 2011: 144). کشور ایران نیز به عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه که اتکای شدیدی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت دارد و متغیرهای کلان اقتصادی آن با پیروی از قیمت جهانی نفت در طول زمان دچار نوسانات شدیدی می‌شوند. روند حاکم بر متغیرهایی مانند تولید ناخالص ملی، سرمایه‌گذاری ناخالص، درآمد سرانه و غیره در سه دهه‌ی اخیر به روشنی نشان‌دهنده‌ی این موضوع می‌باشد. بر این اساس، سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری و توجه بیش‌تر به این بخش ضرورت می‌یابد. از سوی دیگر کشور ایران به دلیل برخورداری از شرایط متنوع آب و هوایی، آثار و بناهای تاریخی و مناظر زیبا، تاریخ و تمدن کهن و سایر امکانات فرهنگی و تاریخی و موقعیت خاص جغرافیایی در منطقه، از نظر جاذبه‌های گردشگری جزو ده کشور اول جهان قرار دارد (فیروزجاییان و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۱)؛ باین حال توسعه این صنعت موضوعی است که باتوجه به ظرفیت‌ها و قابلیت‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی و ... هنوز به جایگاه واقعی خود نرسیده و با اندکی تدبیر و برنامه‌ریزی می‌توان جمهوری اسلامی ایران را در ردیف کشورهای پیشرفته در بخش گردشگری قرارداد.

در این بین استان البرز موقعیت بسیار مطلوب و ویژه‌ای از نظر جغرافیایی و همچنین ظرفیت‌های متنوع گردشگری دارا می‌باشد. یکی از مهم‌ترین اقداماتی که در حوزه اقتصادی برای این استان می‌توان انجام داد، توسعه‌ی صنعت گردشگری در این کلان‌شهر است. با توجه به اینکه استان البرز دارای قابلیت‌های فراوانی در حوزه گردشگری است لذا می‌توان با توسعه این صنعت زمینه‌های توسعه اقتصادی را نیز در این استان فراهم آورد. لذا باید فرصت‌های سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری در استان انجام شود و با تقویت این حوزه مسیر اقتصادی به سمت پیشرفت و توسعه پیش برود. در نتیجه باید فرصت‌های سرمایه‌گذاری گردشگری شناسایی و تقویت شوند تا بتوانیم با استفاده از این مهم در مسیر توسعه گردشگری استان گام‌های اساسی را برداریم و سرمایه‌گذاری در این حوزه سبب خواهد شد تا درآمدهایی پایدار در این استان ایجاد شود. با اهتمام و برنامه‌ریزی کاربردی می‌توان این استعدادها را شناسایی و تقویت کرد؛ به عبارت دیگر مجاورت با تهران به عنوان پایتخت اداری - سیاسی کشور و اتصال غرب به شرق و همچنین شمال به جنوب کشور از یک طرف و دسترسی از طریق راه‌های ارتباطی استان البرز به حدود ۱۴ استان کشور یک موقعیت ویژه‌ای برای این استان رقم زده است؛ اما نکته‌ای که مهم است باتوجه به حجم بالای مهاجرت در سال‌های گذشته به استان البرز و به ویژه شهر کرج معضلاتی در این استان و شهرستان‌های آن ایجاد کرده است. وضعیت رشد افقی شهرها و مسائل اجتماعی - اقتصادی همچون بیکاری و انتخاب تهران به عنوان محل کار و انتخاب استان البرز به عنوان خوابگاه از جمله مسائلی می‌باشد که می‌تواند از راهکار گردشگری پایدار و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در این استان به بهبود آن اقدام کرد. برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در استان البرز و دخیل کردن اجتماع محلی و مشارکتشان در این برنامه‌ریزی‌ها در وهله اول علاوه بر بهبود و ایجاد انسجام اجتماعی موجب اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی این استان خواهد شد تا استان البرز بتواند خود را از سایه استان تهران بیرون کشیده و نقاط ضعف ناشی از مجاورت با تهران به فرصت تبدیل شود. در تحقیق حاضر سعی بر آن است تا با گردآوری شاخص‌های مختلف در

زمینه‌ی توریسم و گردشگری پایدار فرصت‌ها و چالش‌های برنامه‌ریزی توریسم در استان البرز را شناسایی و مورد بررسی قرار داد.

مبانی نظری و پیشینه‌ی پژوهش

گردشگری

واژه‌ی گردشگری به مفهوم دقیق کلمه عبارت است از مسافرت اشخاصی که به طور موقت از محل سکونت خود دور می‌شوند تا نیازهای اولیه فرهنگی و شخصی خود را با مصرف کالاهای اقتصادی و فرهنگی برآورده کنند. در تعریفی از ماتیسون و وال گردشگری به جابه‌جایی موقت مردم به مکانی خارج از محل زندگی و کار معمولی‌شان اطلاق شده است؛ به طوری که مسافران در مدت اقامت در مقصد، فعالیت‌هایی انجام می‌دهند و برای رفع نیازهای آن‌ها تسهیلات ویژه‌ای فراهم می‌شود. همچنین گردشگری پدیده‌ای پیچیده است و تعاملی موقت بین مهمانان و میزبانانی است که از ترکیب ذی‌نفعانی که به طور کامل یا تقریباً، مستقیم یا غیرمستقیم درگیر فعالیت‌های گردشگری هستند، ساخته شده است (Van der Zee and Vanneste, 2015: 47) و غالباً به‌عنوان بیان رفتار انسان تلقی می‌شود.

گردشگری یک شاخه اقتصادی است که بیش‌ترین تأثیر روانی و اجتماعی را بر مردم دارد و باعث جذب سرمایه، مبادلات بین فرهنگی و ارتباط‌های اجتماعی به نفع کشور می‌شود. درآمد حاصل از فعالیت‌های گردشگری می‌تواند به یک پل واقعی اقتصادی با اثرات روانی و اجتماعی تبدیل شود (Jarcaet al, 2011: 1807). گردشگری را از منظر سیستمی نیز می‌توان مورد بررسی قرار داد. از این منظر گردشگری نیز مانند هر سیستم دیگری از اجزایی تشکیل شده است که برای دستیابی به هدف‌هایی مشخص با یکدیگر در ارتباط و کنش متقابل‌اند. در واقع در این صنعت، روندهایی به سیستم وارد شده و در فرایند تبدیل قرار می‌گیرند و پس از انجام عملیاتی معین، به‌عنوان برون‌داد یا خروجی از سیستم خارج می‌شود. طبیعی است که خروجی این سیستم، با توجه به نوع درون‌دادها و نوع عملیاتی که در فرایند تبدیل انجام می‌گیرد؛ می‌تواند متفاوت، مطلوب و یا نامطلوب باشد. در نتیجه سیستم گردشگری در معرض تأثیرات گوناگونی است که از تغییرات جامعه به آن وارد می‌شود (Holden, 2016: 9-10).

گردشگری پایدار

امروزه موضوع پایداری سرلوحه‌ی تمامی فعالیت‌ها و برنامه‌های توسعه از جمله گردشگری روستایی است. از این رو اندیشمندان بارها بر ارزش‌ها و اهداف سه‌گانه‌ی توسعه پایدار تأکید کرده‌اند که دربرگیرنده ابعاد زیست‌محیطی و اقتصادی و اجتماعی فرهنگی است. آنان به‌صراحت بیان داشته‌اند که دستیابی به توسعه پایدار بدون هم‌گرایی در ابعاد مذکور و تلفیق آن‌ها با یکدیگر، امری محال خواهد بود. (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۸۶). گردشگری پایدار عامل مؤثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و افزایش سطح کیفیت زندگی می‌شود (گروسی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۲۳). بر اساس رویکرد گردشگری پایدار، موفقیت هر پروژه‌ی گردشگری مستلزم شناخت و درک کیفیت حمایت جامعه‌ی میزبان می‌باشد (حیدری و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۶)؛ به بیان دیگر مشارکت اجتماع محلی یکی از الزامات گردشگری پایدار می‌باشد. توسعه‌ی گردشگری پایدار نیازهای گردشگران و مناطق میزبان کنونی را برطرف ساخته و همچنین فرصت آیندگان را حفظ کرده و ارتقا می‌دهد. این توسعه منجر به مدیریت تمامی منابع می‌شود به‌گونه‌ای که نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیبایی‌شناختی برآورده شده، درحالی‌که انسجام فرهنگی، فرایندهای حیاتی اکولوژیکی، تنوع زیستی و سیستم‌های حامی زندگی حفظ می‌شود. درواقع این بیانگر سه نکته اصلی در گردشگری پایدار می‌باشد: ۱- بهینه‌سازی مصرف منابع به‌منظور حفظ محیط‌زیست ۲- احترام به اجتماعات محلی ۳- تقسیم منافع گردشگران میان تمامی ذی‌نفعان (عبدی و همکاران، ۱۳۹۴: ۸۰).

مشارکت مردم در گردشگری

مشارکت یک اقدام آگاهانه، داوطلبانه به موجب پذیرش مسئولیت توسط ذی‌نفعان محلی گردشگری برای دستیابی به فرصت‌های برابر است (شفیعی ثابت و هراتی فرد، ۱۳۹۸: ۷۶). هرگاه فعالیت‌های گردشگری ارتباط نزدیکی با جامعه‌ی محلی داشته باشد، گردشگری می‌تواند موجب تغییر در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، محیطی و اقتصادی مقصد گردد (Beeton, 2006: 100). اگر مردم احساس کنند منافع ناشی از گردشگری از هزینه‌های آن بیش‌تر است ممکن است بخواهند در مبادله و پشتیبانی از گردشگری مشارکت نمایند (Kim, 2002: 13-14). نظریه تبادل اجتماعی ثابت کرده است که گردشگری منافع و همچنین هزینه‌هایی را برای جمعیت میزبان در نواحی توسعه‌ی گردشگری ایجاد می‌کند. این مطالعه نشان داده است که ساکنان جوامعی که فعالیت اقتصادی پایین و توسعه گردشگری کمی را شاهد هستند، امیدها و یا انتظارات بالایی برای توسعه گردشگری در آینده دارند. علاوه بر این ساکنان جوامع با فعالیت اقتصادی بالا و توسعه گردشگری بالا مزایای توسعه گردشگری را درک نموده و از نگرش مطلوب‌تری نسبت به توسعه گردشگری برخوردارند؛ و آن دسته از جوامع با فعالیت اقتصادی بالا و توسعه گردشگری کم که از نظر اقتصادی نیز پایدارترند، ساکنانش نیاز به توسعه گردشگری را احساس نمی‌کنند. مشارکت مردم در روند توسعه نزد صاحب‌نظران از چنان اعتباری برخوردار است که بعضاً توسعه را معادل مشارکت می‌دانند (حیدری و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۶). بقا و تداوم جوامع انسانی به کنش‌ها و روابط اعضای آن‌ها وابسته است. سطح و عمق روابط در یک گروه نشان‌دهنده پیوستگی، انسجام و همدلی میان اعضا است. اعضای جامعه یکی از جنبه‌های اجتماعی هستند که مشارکت آن‌ها نقش مهمی در تشویق توسعه گردشگری در یک ناحیه دارد. در این راستا، سرمایه‌ی اجتماعی یکی از مهم‌ترین متغیرهای حامینگر مشارکت اجتماعی در بسیاری از فعالیت‌هاست (Macbeth et al, 2004: 509)

مشارکت و کنترل محلی به توسعه موفقیت‌آمیز گردشگری کمک کرده و برای بقای آن در طولانی‌مدت ضروری است. مشارکت اجتماعی رهیافتی است برای توسعه که در آن مشارکت و دخالت‌دادن بخش‌های مختلف گردشگری ضروری می‌باشد.

امروزه الگوی گردشگری جامعه‌محور در چارچوب رویکرد گردشگری پایدار در پی پیاده‌سازی تغییرات از گردشگری انبوه به گردشگری محلی بر اساس اقتصاد محلی و حداقل مصرف انرژی می‌باشد. درواقع این نوع گردشگری علاوه بر منتفع ساختن اجتماعات محلی موجب پایداری زیست‌محیطی می‌شود (تولایی و همکاران، ۱۳۹۶: ۹۸). طبق راهنمای سال ۲۰۰۵ برنامه زیست‌محیطی سازمان ملل و سازمان جهانی گردشگری، گردشگری پایدار، نوعی گردشگری است که حساب کامل اثرات اقتصادی، اجتماعی و محیطی حال و آینده را دارد و به نیازهای بازدیدکنندگان، بخش گردشگری، محیط و جامعه میزبان توجه می‌کند. طبق این تعریف می‌توان مشاهده کرد که مفهوم توسعه گردشگری پایدار، بیش‌ترین تأکید را بر جامعه میزبان دارد. به‌منظور دستیابی به توسعه گردشگری، جامعه میزبان باید هم‌زمان با حفظ یکپارچگی فرهنگی و محیطی منتفع شود. با استناد به تعریف سازمان جهانی گردشگری، پیش‌نیاز توسعه گردشگری پایدار، تلفیق و هماهنگی اهداف اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی و فرهنگی است. این امر متضمن تأمین منافع درازمدت جامعه میزبان، گردشگران و حفاظت از منابع طبیعی و میراث فرهنگی است (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۲۴) برای دستیابی به توسعه گردشگری پایدار، اجتماع محلی باید در ارکان اقتصادی، اجتماعی و محیطی مشارکت کند. مشارکت اجتماع محلی به‌صورت گسترده‌ای در توسعه گردشگری پایدار پذیرفته شده است (cole, 2006: 635). مشارکت اجتماعی در فرایند توسعه گردشگری، الگویی انعطاف‌پذیر و انطباقی است که اجازه می‌دهد اجتماع محلی در مقاصد مختلف گردشگری و در سطوح مختلف توسعه در فرایند تصمیم‌گیری توسعه گردشگری مشارکت کنند که شامل به اشتراک گذاشتن منافع و تعیین نوع و مقیاس توسعه گردشگری در محلشان می‌باشد.

پیشینه‌ی پژوهش

تأثیرات مختلف مرتبط با رشد گردشگری نشان می‌دهد که در سازمان‌های دولتی به‌عنوان بازیگران اصلی در برنامه‌ریزی گردشگری، مشارکت عمومی در برنامه‌ریزی حق مردم برای مشارکت در فعالیت‌هایی که بر زندگی روزمره‌ی آن‌ها تأثیر می‌گذارد، یک اصل گسترده است که در سراسر جهان دمکراتیک پذیرفته شده است. اگرچه دستیابی به این ایده‌آل دشوار است، زیرا مشارکت در برنامه‌ریزی اغلب توسط قانون تضمین می‌شود. هم‌چون حمل‌ونقل، انرژی، پارک‌ها، تفریحات، مدیریت منابع آب و غیره. از آن‌جاکه گردشگری به‌عنوان ابزاری برای توسعه منطقه‌ای از اهمیت ویژه‌ای برخوردار شده است، باید با خواستار افزایش نظارت و مشارکت عمومی مواجه شود. طی سال‌های اخیر مطالعات متعددی در زمینه‌ی گردشگری انجام شده است که می‌توان پژوهش‌های زیر اشاره کرد:

ابراهیمی پور و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر مشارکت در توسعه‌ی گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات گردشگری، مطالعه‌ی موردی: شهر سرعین توسعه گردشگری در حوزه‌ی اثرات اجتماعی فرهنگی گردشگری، به گونه‌ای نبوده که بتواند سرمایه اجتماعی جامعه‌ی محلی سرعین را با خود همراه کند. همچنین نتایج نشان داد که سرمایه‌ی اجتماعی به صورت غیرمستقیم و با نقش میانجی اثرات اقتصادی گردشگری بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار تأثیر مثبت و معناداری دارد. اما رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی با نقش میانجی اثرات اجتماعی فرهنگی گردشگری بر مشارکت در توسعه‌ی گردشگری پایدار در شهر سرعین مورد تأیید قرار نگرفت.

تولایی و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان نقش مشارکت اجتماعات محلی در بخش گردشگری؛ مطالعه موردی: سرعین به دنبال تعیین وضعیت مشارکت ساکنان محلی این شهر در زمینه‌ی گردشگری پایدار و همچنین معرفی رویکرد مشارکتی به‌عنوان راهبردی برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در منطقه‌ی مورد مطالعه می‌باشند. نتایج نشان می‌دهد که مشارکت اقتصادی در درجه‌ی اول و مشارکت زیست‌محیطی در درجه‌ی دوم از طریق تأثیرگذاری بر مشارکت اجتماعی - فرهنگی ساکنان، زمینه‌ی توسعه‌ی پایدار گردشگری را در سرعین فراهم می‌سازند.

حیدری و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان تحلیل عوامل مؤثر مشارکت اجتماع محلی در برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری کشاورزی؛ مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان تنکابن، به بررسی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر نگرش جامعه‌ی محلی به مشارکت در ایجاد و توسعه‌ی گردشگری کشاورزی پرداخته‌اند. یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که وضعیت متغیرهای اجتماعی، نهادی، اقتصادی و محیطی از دیدگاه ساکنان در راستای ایجاد و توسعه‌ی گردشگری کشاورزی در شرایط مطلوبی قرار دارد. همچنین میزان اثر کل به‌دست‌آمده از مدل تحلیل مسیر نشان می‌دهد که متغیر مستقل اقتصادی با مقدار (۰/۴۴۶) بیش‌ترین تأثیر را بر میزان مشارکت ساکنان در راستای ایجاد و توسعه‌ی گردشگری کشاورزی دارد و مابقی متغیرها به ترتیب متغیر نهادی، متغیر اجتماعی و متغیر محیطی، بر متغیر وابسته مشارکت تأثیرگذارند؛ بنابراین عامل اقتصادی مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر مشارکت پاسخ‌گویان در ایجاد و توسعه‌ی گردشگری کشاورزی است.

در تحقیق دیگری ضیایی و همکاران (۱۳۹۲) با عنوان ارزیابی ظرفیت اجتماع محلی برای توسعه‌ی پایدار گردشگری با استفاده از ابزار پرسش‌نامه در منطقه‌ی نمونه گردشگری پاسارگاد به این نتیجه رسیدند که ظرفیت اجتماع محلی پیرامون منطقه‌ی نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار ندارد و کم‌تر از حد متوسط می‌باشد؛ لذا ظرفیت‌سازی و ایجاد بستر مناسب جهت نیل به توسعه‌ی پایدار گردشگری در بخش پاسارگاد و اجتماع محلی پیرامون آن ضروری است. همان‌گونه که ذکر گردیده است پژوهشگران از زوایای مختلف صنعت گردشگری را مورد مطالعه قرار داده‌اند، اما تعداد اندکی از آن‌ها به بررسی توسعه‌ی گردشگری با تأکید بر نقش مشارکت اجتماعات محلی خصوصاً در استان البرز پرداخته‌اند. به‌عبارت‌دیگر در این زمینه که نقش مشارکت محلی را در افزایش و توسعه‌ی گردشگری دخیل بدانیم و از تجربه‌ی آن‌ها در این زمینه بهره ببریم تحقیقات اندکی صورت گرفته است که

هدف اصلی پژوهش حاضر تأکید در این بعد می‌باشد چراکه علاوه بر بهبود و ایجاد انسجام اجتماعی موجب اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی این استان خواهد شد تا استان البرز بتواند خود را از سایه‌ی استان تهران بیرون کشیده و نقاط ضعف ناشی از مجاورت با تهران به فرصت تبدیل شود.

لیو و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی نقش سرمایه‌ی اجتماعی در تشویق ساکنان مناطق گردشگری طبیعی جامعه‌محور به رفتارهای زیست‌محیطی پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد سرمایه‌ی اجتماعی به‌عنوان عامل میانجی در بهبود رفتار زیست‌محیطی ساکنان عمل می‌کند و منجر به توسعه‌ی گردشگری طبیعی جامعه‌محور می‌شود. همچنین، سرمایه‌ی اجتماعی هرم نتیجه و هم محرک توسعه گردشگری طبیعی جامعه‌محور است.

کیم و همکاران (۲۰۱۴) در مطالعه‌ی موانع مشارکت جامعه‌ی محلی در برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری جامعه‌محور را در کشورهای در حال توسعه، با تمرکز بر دهکده‌ای در لائوس مورد بررسی قرار داد. موانع اصلی مشارکت جامعه‌ی محلی که در این پژوهش شناخته شد شامل: سطح تحصیلات پایین و فقدان دانش درباره گردشگری، شرایط زندگی فقیرانه و فقدان حمایت مالی، مشغله‌های روزانه و فقدان زمان کافی برای مشارکت در گردشگری، ادراکات جامعه محلی از گردشگری به‌عنوان کسب‌وکاری فصلی با درآمد پایین و اختلافات قدرت، نهادهای بازدارنده و بی‌اعتمادی محلی به مقامات می‌باشد.

روش پژوهش

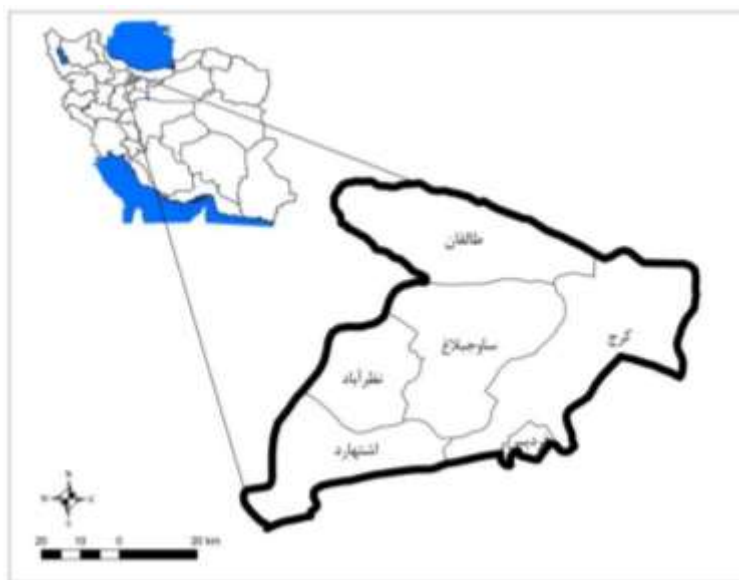
روش این تحقیق از نوع پیمایشی با استفاده از شاخص‌های ذهنی مبتنی بر پرسش‌نامه است. اطلاعات موردنیاز برای تهیه شاخص‌ها با مطالعه‌ی کتب و پایان‌نامه‌های مربوطه (روش کتابخانه‌ای) و همچنین با توجه به موضوع و شناخت منطقه‌ی مورد مطالعه، برای بومی‌سازی شاخص‌های پژوهش از روش‌های میدانی استفاده شده است. برای تدوین چارچوب نظری پژوهش و همچنین استخراج متغیرهای پژوهش از روش کتابخانه‌ای و برای ظرفیت‌سنجی اجتماع محلی در برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری علاوه بر مشاهده مستقیم و روش میدانی، از پرسش‌نامه و نظرات نخبگان و کارشناسان حوزه‌ی گردشگری بهره گرفته شده است. جامعه‌ی آماری پژوهش کارشناسان گردشگری استان البرز و نمونه آماری ۳۰ نفر از این کارشناسان به روش نمونه‌گیری تصادفی می‌باشند. برای سنجش پایایی و اعتبار سؤالات پرسش‌نامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. به‌منظور درک ابعاد مختلفی که در میزان مشارکت ساکنان محلی نقش دارد، ابعاد اجتماعی-اقتصادی - محیطی و نهادی منتج از توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری مورد بررسی قرار گرفته و در ادامه برای تعیین میزان مشارکت از طریق مدل SWOT انجام و در نهایت با توجه به قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها، راهبردهای مؤثر برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری در استان البرز مشخص و اولویت‌بندی می‌شود.

محدوده‌ی پژوهش

استان البرز با وسعت ۵۲۸۴ کیلومترمربع در دامنه رشته‌کوه‌های البرز واقع شده است و دارای ۲,۷۱۲,۴۰۰ نفر جمعیت بوده و پس از تهران و مشهد سومین شهر پرجمعیت ایران یعنی کرج مرکز این استان می‌باشد و رتبه‌ی دوم کشور را در میزان خالص مهاجرت با رقم ۴/۱ درصد و رتبه‌ی اول مهاجران وارد شده را با میزان ۷/۹ درصد به خود اختصاص داده است. تراکم جمعیتی استان ۵۱۳ نفر در کیلومترمربع معادل ۱۰/۴۶ برابر میانگین کشوری می‌باشد و پس از استان تهران دومین استان پرتراکم جمعیتی کشور می‌باشد. ۹۳ درصد از جمعیت استان البرز را شهرنشینان شکل داده‌اند و مابقی جمعیت استان در روستاها سکنی دارند. موارد ذکر شده از جایگاه خاص این استان خبر می‌دهد. از سوی دیگر استان البرز به دلیل قرارگیری در موقعیت جغرافیایی خاص با توجه به مجاورت با پایتخت کشور از اهمیت فراوانی در برنامه‌ریزی برای توسعه برخوردار است. در واقع این استان به دلیل قرارگیری در مجاورت مرکزیت سیاسی و اقتصادی کشور و داشتن زمینه‌های مناسب طبیعی برای کشاورزی، گردشگری و صنعت، از بسترهای فراوانی برای

برنامه‌ریزی راهبردی توسعه/حاشیای نژاد و همکاران

توسعه برخوردار است (رهنما و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۴۲). با توجه به وجود انواع ظرفیت‌های گردشگری تاریخی، طبیعی، فرهنگی و ... در استان البرز همچون محوطه‌های باستانی ۹۰۰۰ ساله ازبکی، تالاب صالحیه، کاروان‌سرای شاه‌عباسی، کاخ شمس و کاخ سلیمانیه، ارتفاعات و پیست بین‌المللی اسکی دیزین، آرامگاه دکتر محمد مصدق، باغ گل‌های کرج، جاده چالوس به‌عنوان یک جاده مهم و زیبا، کویر نجم‌آباد، فرودگاه آموزش پرواز آزادی، سد امیرکبیر، سد طالقان و ... توسعه گردشگری با مشارکت جامعه محلی یکی از پیش‌راندن‌های توسعه‌ی این استان خواهد بود.



شکل ۱. محدوده‌ی مورد مطالعه، منبع نویسنده‌گان، ۱۳۹۹

روش پژوهش

مشارکت اجتماع محلی در فرایندهای توسعه‌ی گردشگری می‌تواند ناشی از عوامل فردی، اجتماعی، اقتصادی، محیطی و نهادی مختلفی باشد با عنایت به این موضوع و با توجه به نیاز پژوهش شاخص‌های موردنیاز در راستای تجزیه‌وتحلیل یافته‌های پژوهش با بررسی پژوهش‌های مختلف و نیاز کسب اطلاعات از متخصصان و خبرگان استخراج‌شده است که در جدول شماره ۱ آمده است:

جدول ۱. متغیرهای مورد/استفاده در تحقیق

ردیف	متغیر	گویه
۱	اقتصادی	ایجاد درآمد؛ ایجاد اشتغال؛ ایجاد کارآفرینی؛ ایجاد سرمایه‌گذاری داخلی؛ افزایش بهره‌وری، بسترسازی برای سرمایه‌گذاری خارجی
۲	اجتماعی	تصمیمات مشارکتی، انسجام اجتماعی و خانوادگی، افزایش کیفیت زندگی محلی؛ افزایش آگاهی از اثرات گردشگری بر زندگی محلی؛ افزایش آگاهی عمومی از حقوق و نقش‌های اجتماعی؛ ترویج فرهنگ و سنت‌های محلی حفظ فرهنگ و سنت‌های محلی؛ افزایش حس‌تعلق مکانی و مسئولیت در حفظ فرهنگ و سنت؛ کاهش درگیری درون اجتماعی (حفظ خرده فرهنگ‌ها).
۳	محیطی	افزایش حفاظت محیط‌زیست محلی؛ افزایش منابع مورداستفاده مدیریت (کاربری اراضی، آب، برق، مدیریت و دفع مواد زائد جامد)؛ افزایش آگاهی از محیط‌زیست پایدار.
۴	نهادی	بهبود مهارت‌های برنامه‌ریزی و مدیریت؛ افزایش برنامه‌های آموزشی و ظرفیت‌سازی؛ ارائه برنامه‌ها و راهکارها برای توسعه گردشگری محلی؛ ایجاد نقش‌ها و مسئولیت‌های واضح و روشن، ایجاد همکاری میان دولت محلی و اجتماع محلی؛ توزیع قدرت در میان جامعه؛ ایجاد اتحاد در میان جامعه، تعیین مسیر حرکت نهادهای دولتی و غیردولتی

یافته‌ها و بحث

برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری مستلزم بررسی دقیق و شناخت از منطقه‌ی مورد مطالعه و مستلزم دسترسی به مدل‌های برجسته‌ای برای تحلیل برنامه‌ریزی است. به‌منظور ارائه‌ی راهکار و سیاست‌های توسعه‌ی گردشگری، شناخت عوامل ۴ گانه (SWOT) در جهت رفع ضعف‌ها، تهدیدها و بهبود قوت‌ها و فرصت‌ها امری اجتناب‌ناپذیر تلقی می‌شود، بر این مبنای راهکار توسعه‌ی این نواحی با فهرست نمودن مهم‌ترین نقاط قوت و فرصت‌ها به‌منظور ارائه ۱- طرح راهبردی تهاجمی مبتنی بر بهره‌گیری از برتری‌های رقابتی محدوده‌ی هدف گردشگری ۲- تبیین مهم‌ترین فرصت‌های پیشرو به‌منظور رفع نقاط ضعف درون ناحیه‌ای از طریق ارائه‌ی راهبرد دهی بازرگاری به‌منظور تخصیص مجدد منابع ۳- طرح مهم‌ترین قوت‌های درون ناحیه‌ای به منظور رفع تهدیدهای برون ناحیه‌ای با تأکید بر راهبردهای تنوع بخشی در جهت رفع نیازمندی‌های محدوده‌ی گردشگری و نیز ۴- طرح راهبردی تدافعی به منظور رفع آسیب‌پذیری ناحیه‌ای می‌باشد.

عوامل مؤثر بر گردشگری استان البرز

پس از استخراج گویه‌های موردنیاز در این پژوهش، پرسش‌نامه‌ای تنظیم و مؤلفه‌های موردتوجه در آن تنظیم و به‌منظور کسب اطلاعات و نظر متخصصان به تعداد ۲۰ نفر از خبرگان فعال در حوزه‌ی گردشگری ارائه‌شده است و در قالب طیف لیکرت از آن‌ها تقاضا شده است که به ارائه‌ی نمره به هر یک از مؤلفه‌ها از ۱ کم‌ترین مقدار تا ۵ بیش‌ترین مقدار اقدام نمایند. پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌های موردنظر در نرم‌افزار excel اقدام به محاسبه‌ی ضریب‌های سه‌گانه شده است که شرح آن در جدول شماره ۲ آمده است:

جدول ۲. محاسبات مربوط به مدل SWOT

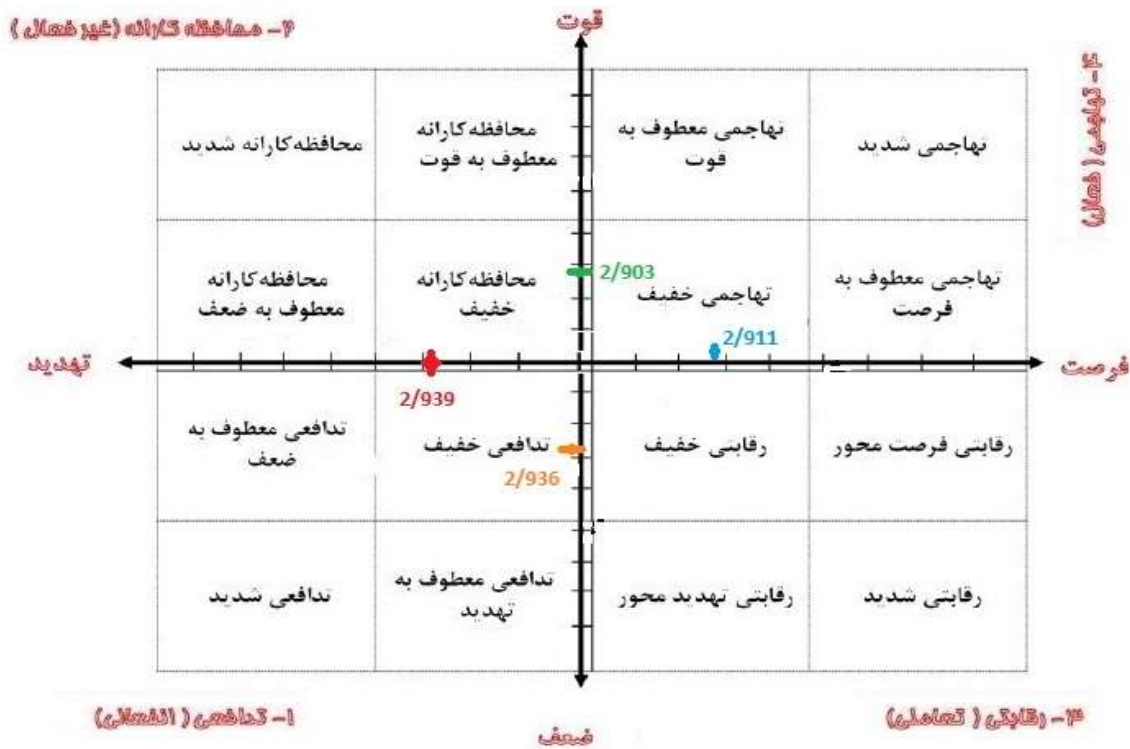
ردیف	مؤلفه (نقاط قوت)	ضریب ۱	ضریب ۲	رتبه	ضریب ۳
۱S	وجود افراد تحصیل‌کرده و متخصص بومی در استان	۷۲	۰/۲۰۶	۲	۰/۴۱۳
۲S	توجهات ملی نسبت استفاده از ظرفیت‌های گردشگری	۷۰	۰/۲۰۱	۴	۰/۸۰۲
۳S	جاذبه‌های فرهنگی و قومی بسیار	۶۰	۰/۱۷۲	۵	۰/۸۶۰
۴S	ظرفیت‌های اقلیمی خاص در این منطقه	۷۱	۰/۲۰۳	۳	۰/۶۱۰
۵S	وجود ظرفیت‌های غنی هتل‌داری	۷۶	۰/۲۱۸	۱	۰/۲۱۸
	جمع	۳۴۹	۱		۲/۹۰۳
مؤلفه‌ی نقاط ضعف					
۱W	محدودیت‌های طبیعی در منطقه از جمله خشکی اقلیم	۷۳	۰/۱۹۵	۴	۰/۷۷۹
۲W	تضاد و تعارضات قومی و قبیله‌ای	۸۲	۰/۲۱۹	۱	۰/۲۱۹
۳W	عدم توسعه اقتصادی منطقه	۷۵	۰/۲۰۰	۲	۰/۴۰۰
۴W	ضریب بالای بیکاری در منطقه	۷۴	۰/۱۹۷	۳	۰/۵۹۲
۵W	محدودیت‌های فرهنگی در زمینه‌ی جذب گردشگر خارجی	۷۱	۰/۱۸۹	۵	۰/۹۴۷
	جمع	۳۷۵	۱		۲/۹۳۶
مؤلفه‌ی فرصت‌ها					
۱O	موقعیت جغرافیایی (نزدیکی به منطقه خوش‌آب‌وهوای طالقان)	۷۹	۰/۲۱۴	۱	۰/۲۱۴
۲O	الزامات قانونی و سند چشم‌انداز برای توسعه‌ی گردشگری	۶۵	۰/۱۷۶	۵	۰/۸۸۱
۳O	ظرفیت‌های بالای نرم‌افزاری در منطقه	۷۳	۰/۱۹۸	۴	۰/۷۹۱
۴O	اعطای معافیت‌های مالیاتی به سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در حوزه‌ی گردشگری	۷۸	۰/۲۱۱	۲	۰/۴۲۳

برنامه‌ریزی راهبردی توسعه/حاشی نژاد و همکاران

۵۰	زیرساخت‌های حمل‌ونقل ریلی و جاده‌ای	۷۴	۰/۲۰۱	۳	۰/۶۰۲
جمع					
		۳۶۹	۱		۲/۹۱۱
مؤلفه‌ی تهدیدها					
۱T	تهاجمات فرهنگی و قومی	۷۹	۰/۲۱۱	۱	۰/۲۱۱
۲T	تبلیغات گسترده بر ضد جامعه‌ی ایران	۷۳	۰/۱۹۵	۴	۰/۷۷۹
۳T	عدم فرهنگ‌سازی مناسب در زمینه‌ی رفتار با گردشگر	۷۸	۰/۲۰۸	۲	۰/۴۱۶
۴T	ضعف و خلأ قانونی در زمینه‌ی توسعه‌ی زیرساخت‌های گردشگری	۷۰	۰/۱۸۷	۵	۰/۹۳۳
۵T	محدودیت‌ها و آلودگی‌های اجتماعی و زیست‌محیطی	۷۵	۰/۲۰۰	۳	۰/۶۰۰
جمع					
		۳۷۵	۱		۲/۹۳۹

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۹

پس از انجام محاسبات مربوطه در نهایت قسمت تهدیدات با نمره ۲/۹۳۹ بالاترین ضریب و پس از آن، نقاط ضعف با مقدار ۲/۹۳۶، فرصت‌ها با مقدار ۲/۹۱۱ و در نهایت نقاط قوت با مقدار ۲/۹۰۳ پایین‌ترین ضریب را به دست آورده‌اند. در گام بعد به‌منظور مشخص نمودن نوع راهبرد پیشنهادی اوزان به‌دست‌آمده را در نمودار SWOT قرار داده و با این حساب راهبرد تدافعی خفیف به‌منظور برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری پیشنهاد گردید. به این معنا که ضمن این‌که بایست در این زمینه ضعف‌ها و کمبودها جبران گردد، نقاط تهدید نیز با برنامه‌ریزی و آینده‌نگری مناسب به فرصت تبدیل نمود شکل زیر که بیانگر نمودار سوات است به شکل مطلوبی دلیل انتخاب این راهبرد را نشان می‌دهد.



شکل ۲. نمودار SWOT منبع نویسندگان، ۱۳۹۹

بر اساس نتایج حاصل مدل تحلیلی سوات در گام بعد راهبردهای موردنظر در هر بخش از جدول سوات ارائه شده است که در جدول شماره (۳) آمده است شایان‌ذکر است راهبردهای ارائه‌شده در زیر به‌صورت خام بوده و بر اساس نتایج صرفاً مدل سوات بوده است لذا به‌منظور ارائه تحلیل دقیق‌تر راهبردهای موردنظر در قالب مدل AHP ارائه‌شده است.

جدول ۳. راهبردهای خروجی از مدل تحلیلی سوات

نقاط ضعف (W)	نقاط قوت (S)	راهبردهای مدل سوات
<p>Wo1 استفاده از ظرفیت‌های تکنولوژی نوین در جهت کنترل و بهره‌گیری از ظرفیت‌های طبیعی</p> <p>Wo2 اعطای معافیت‌های مالیاتی در جهت توسعه و عمران گردشگری در منطقه</p> <p>Wo3 توسعه فرصت‌های حمل‌ونقل به‌منظور توسعه و تحرک اقتصادی منطقه</p>	<p>So1 استفاده از ظرفیت تاریخی و فرهنگی نظیر تپه‌های ازبکی با ایجاد بستر مناسب سرمایه‌گذاری</p> <p>So2 استفاده از پتانسیل ظرفیت‌های طبیعی با بهره‌گیری از پیشرفته‌های تکنولوژیک</p> <p>So3 زمینه‌سازی برای تدوین و یا اجرای سند جامع توسعه‌ی گردشگری با تأکید بر اسناد بالادستی</p>	فرصت‌ها (O)
<p>Wt1 مدیریت جریان تبلیغات منفی رسانه‌های دشمن</p> <p>Wt2 جبران خلأهای قانونی در جهت عمران و توسعه‌ی منطقه‌ای</p> <p>Wt3 تلاش در جهت عمران و توسعه‌ی منطقه به‌منظور دفع اثرات تبلیغات دشمن</p>	<p>St1 استفاده از ظرفیت‌های اشتراکات قومی و قبیله‌ای در جهت کاهش تأثیر تبلیغات</p> <p>St2 جبران خلأهای قانونی با بهره‌گیری از توجهات نظام برنامه‌ریزی به توسعه‌ی گردشگری</p> <p>St3 استفاده از ظرفیت‌های اقلیمی در جهت کاهش اثرات دشواری (سخت زیستی) و قهر طبیعت</p>	تهدیدات (T)

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۹

پس از مشخص شدن راهبردهای موردنظر به‌منظور طرح در توسعه گردشگری استان البرز به‌منظور رتبه‌بندی راهبردها و نیز گویه‌های مندرج در هر یک از مؤلفه‌های چهارگانه با استفاده از مدل هیبریدی که در واقع تلفیق دو مدل SWOT و نیز AHP می‌باشد سلسله‌مراتب مطرح در مدل AHP تشکیل شد به‌گونه‌ای که در بالاترین مرتبه از این مدل مؤلفه‌های چهارگانه S, W, O, T به‌عنوان معیار و در سطح بعد هر یک از گویه‌های مرتبط با این مؤلفه‌ها به‌عنوان زیر معیار فرض و مقایسه زوجی میان آن‌ها صورت گرفته است که جداول زیر مرتبط با اوزان به‌دست‌آمده از این مقایسه زوجی می‌باشد. لازم به ذکر است با توجه به نتایج حاصل ضرب ماتریس مقایسه زوجی در ستون وزن‌های مربوط به معیارها شاخص‌ها (محاسبه بردار AW) شاخص L ، شاخص سازگاری و شاخص ضریب سازگاری از رابطه‌های زیر محاسبه گردیده است که مقادیر هر یک به ترتیب $۵/۸۹$ ، $۰/۲۳$ و $۰/۰۲۴$ بوده است. با عنایت به این‌که شاخص ضریب سازگاری از مقدار $۰/۱$ کم‌تر می‌باشد لذا حسن عملیات تحلیل سلسله‌مراتبی تأیید می‌گردد:

$$L = \frac{1}{n} [\sum_{i=1}^n (AW_i l w_i)] \quad (\text{فرمول شماره ۱- نحوه‌ی محاسبه شاخص } L)$$

$$CI = \frac{l-n}{n-1} \quad (\text{فرمول شماره ۲- نحوه‌ی محاسبه شاخص سازگاری})$$

$$CR = \frac{CI}{0.9} \quad (\text{فرمول شماره ۳- نحوه‌ی محاسبه شاخص ضریب سازگاری})$$

جدول ۴. اوزان به‌دست‌آمده در مرتبه معیارهای مدل SWOT-AHP

وزن عامل	عامل	ردیف
۲/۹۰۳	Strenghts	۱
۲/۹۱۱	Opportunties	۲
۲/۹۳۶	Threats	۳
۲/۹۳۹	Weaknesses	۴

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۹

برنامه‌ریزی راهبردی توسعه/حاکمی نژاد و همکاران

به‌منظور دستیابی به اوزان مربوط به سطح زیر معیار درخت سلسله مراتبی در نرم‌افزار Excel تشکیل و در آن نسبت به مقایسه زوجی معیارها و زیر معیارها اقدام شده است که البته این مقایسه بر مبنای پرسش‌نامه‌ای دیگر تنظیم و توسط کارشناسان حوزه‌ی گردشگری صورت‌گرفته است که نتایج آن در قالب جدول شماره ۵ آمده است:

جدول ۵. اوزان به‌دست‌آمده از مقایسه زوجی زیر معیارها

مؤلفه (معیار)	زیر معیار	حاصل ضرب معیار و زیر معیار
۲/۹۰۲۵۷۹	۰/۱۶۳۷۴۲	۰/۴۷۵۲۷۴
	۰/۲۶۰۵۳۴	۰/۷۵۶۲۲۱
	۰/۳۲۴۶۲	۰/۹۴۲۲۳۶
	۰/۱۴۳۹۴۴	۰/۴۱۷۸۰۸
	۰/۱۰۷۱۶	۰/۳۱۱۰۴
۲/۹۳۶	۰/۰۶۰۰۲۴	۰/۱۷۶۲۳
	۰/۱۶۰۰۹۹	۰/۴۷۰۰۵۲
	۰/۴۷۲۹۶۲	۱/۳۸۸۶۱۷
	۰/۱۷۳۶۲۳	۰/۵۰۹۷۵۸۵
	۰/۱۳۳۲۹۱	۰/۳۹۱۳۴۳
۲/۹۱۰۵۶۹	۰/۵۶۳۲۹۴	۱/۶۳۹۵۰۷
	۰/۲۳۱۸۴	۰/۶۷۴۷۸۵
	۰/۰۳۸۹۲	۰/۱۱۳۲۸
	۰/۱۰۶۶۲	۰/۳۱۰۳۲۶
	۰/۰۵۹۳۲۵	۰/۱۷۲۶۷
۲/۹۳۸۶۶۷	۰/۱۰۶۸۱۲	۰/۳۱۳۸۸۴
	۰/۰۵۸۵۲۴	۰/۱۷۱۹۸۳
	۰/۲۴۵۳۸۹	۰/۷۲۱۱۱۷
	۰/۰۴۴۳۵۳	۰/۱۳۰۳۳۹
	۰/۵۴۴۹۲۲	۱/۶۰۱۳۴۴

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۹

پس از انجام محاسبات مربوط به وزن گزینه‌های مربوط به زیر معیارها، شاخص وزن نهایی برای گزینه‌ها از طریق فرمول زیر مورد محاسبه قرار گرفته است که نتایج آن در قالب جدول ۶ آورده شده است:

$$\text{فرمول شماره ۴- امتیاز نهایی گزینه‌ها} \left(\sum_{k=1}^n \sum_{i=1}^m W_k W_i (g_{ij}) \right)$$

جدول ۶. وزن نهایی راهبردها

ردیف	عامل	وزن عامل
۱	SO	۳/۸۹۵۹۳۸۱۹
۲	WO	۳/۷۷۳۶۶۹۳۱۶
۳	ST	۳/۶۲۶۶۱۶۵۵۲
۴	WT	۴/۰۷۸۳۸۱۰۹۴

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۹

پس از انجام محاسبات مرتبط با مدل AHP و با توجه به خروجی مندرج در جدول شماره ۵ راهبرد تدافعی (WT) که مشتمل بر از بین بردن مؤلفه‌های تهدید و تبدیل آن به فرصت‌های متناسب با طرح توسعه منطقه است، با مقدار برآورد شده ۴/۰۷۸ بالاترین مقدار وزن محاسبه را به دست آورده است و پس از آن به ترتیب راهبردهای تهاجمی که

مبتنی بر استفاده حداکثری از نقاط قوت در ضمن کاهش نقاط ضعف می‌باشد، با مقدار اندازه‌گیری شده ۳/۸۹۵، راهبرد رقابتی مبتنی بر از بین بردن نقاط ضعف در عین سرمایه‌گذاری بر فرصت‌ها و پتانسیل‌های موجود در منطقه است، با مقدار اندازه‌گیری شده ۳/۷۷۳ و درنهایت نیز راهبرد محافظه‌کارانه که مبتنی بر تکیه بر نقاط قوت و نیز دفع زمینه‌های موجود در بخش تهدیدات در منطقه است، با مقدار ۳/۶۲۶ در پایین‌ترین مرتبه از سلسله‌مراتب راهبردهای موردنظر قرار گرفته است.

نتیجه‌گیری

فعالیت گردشگری در طول سال‌های اخیر نسبتاً پایدار بوده است و با وجود چشم‌انداز نامشخص اقتصاد جهانی که با رشد اقتصاد جهانی شکننده، تنش‌های اقتصاد کلان و بیکاری در بسیاری از کشورها مشخص شده که این بخش از روند فرایند جهانی شدن بهره‌مند شده است؛ در چنین زمینه‌ای با توجه به توسعه علوم و فنون و پیشرفتی که در مدل‌های پژوهشی حاصل شده است برنامه‌ریزان با استفاده از مدل‌هایی جدید درصدد برنامه‌ریزی در زمینه‌ی گردشگری می‌باشند. برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری در استان البرز و دخیل کردن جامعه محلی و مشارکتشان در این برنامه‌ریزی‌ها در وهله‌ی اول علاوه بر بهبود و ایجاد انسجام اجتماعی موجب اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی این استان خواهد شد. بر این اساس در این پژوهش که با روش توصیفی-تحلیلی صورت گرفته است سعی شده با استفاده از تلفیق مدل‌های سوات و AHP در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری استان البرز راهبردهایی ارائه گردد. مدل تحلیلی سوات، به‌منظور ارائه‌ی راهبردهای کلی در زمینه‌ی توسعه‌ی بافتگی، چشم‌اندازسازی و سناریونویسی از جمله راهبردهای متداول در برنامه‌ریزی منطقه‌ای و شهری و روستایی می‌باشد؛ اما یکی از نقاط ضعف آن، نارسایی در اولویت‌بندی راهبردها بوده است که بر این اساس برنامه‌ریزان به‌منظور جبران این نقیصه سعی در استفاده از روش‌های ترکیبی نظیر مدل‌های هیبریدی می‌نمایند. در این پژوهش نیز از روش هیبریدی در زمینه‌ی کارایی بهتر مدل تحلیلی سوات استفاده شد. همان‌گونه که در بخش محاسبات این پژوهش نیز آمده است بر اساس صرف مطالعات مبتنی بر مدل سوات راهبردهای موردنظر به‌منظور طرح در برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری استان به ترتیب مبانی بر راهبردهای تدافعی در وهله‌ی اول و سپس به ترتیب راهبردهای محافظه‌کارانه، رقابتی و تهاجمی بوده است (شکل شماره ۲)؛ اما پس از اعمال مدل تلفیقی در این پژوهش اولویت‌های برنامه‌ریزی در زمینه‌ی توسعه مناطق مرزی جنوب شرق تغییر کرده و به صورتی که در جدول شماره ۵ آمده است، راهبرد تدافعی با مقدار اندازه‌گیری شده ۴/۰۷۸ به‌عنوان راهبرد برتر و پس از آن راهبرد تهاجمی با مقدار ۳/۸۹۵ به‌عنوان راهبرد مکمل آمده است که نشان‌دهنده‌ی تأثیر مقایسه‌های زوجی گویه‌های مندرج در مدل سوات می‌باشد. بر این اساس پیشنهادهای زیر در جهت تکمیل فرآیند این پژوهش ارائه می‌گردد.

جدول ۷. پیشنهادهای پژوهش (بر اساس خروجی مدل هیبریدی SWOT-AHP)

رتبه	وزن	راهبرد	پیشنهادها
۱	۷/۳۹۶۹۰۲	wt2	جبران خلأهای قانونی در جهت عمران و توسعه‌ی گردشگری (تبدیل دستورالعمل، آیین‌نامه‌ها و بخش‌نامه‌ها به قانون)
۲	۶/۷۲۰۵۳۲	so3	زمینه‌سازی برای تدوین سند جامع توسعه‌ی گردشگری استان
۳	۶/۷۲۰۵۳۲	wo2	اعطای تسهیلات یا معافیت‌های مالیاتی در جهت سرمایه‌گذاری در زمینه‌ی گردشگری
۴	۵/۸۷۰۹۲۵	st3	استفاده از ظرفیت‌های تاریخی و فرهنگی نظیر محوطه باستانی ازبکی، کاخ مروارید، کاروان‌سرای شاه‌عباسی، تالاب صالحیه و ...
۵	۳/۵۵۶۰۶	so2	استفاده از پتانسیل ظرفیت‌های اقلیمی با بهره‌گیری از پیشرفت‌های تکنولوژیک
۶	۳/۵۵۶۰۵	wt3	تلاش در جهت کنترل و دفع اثرات تبلیغات دشمن
۷	۳/۲۳۰۸۹۵	st2	جبران خلأهای قانونی با بهره‌گیری از توجهات نظام برنامه‌ریزی به مساله گردشگری
۸	۲/۸۲۲۴۴۶	wo3	توسعه‌ی فرصت‌های حمل‌ونقل به‌منظور توسعه و تحرک اقتصادی منطقه

برنامه‌ریزی راهبردی توسعه/حاشی نژاد و همکاران

۹	۱/۷۷۸۰۳	wol	استفاده از ظرفیت‌های فناوری نوین در جهت کنترل و بهره‌گیری از ظرفیت‌های طبیعی
۱۰	۱/۷۷۸۰۲	stl	استفاده از ظرفیت‌های اشتراکات قومی و قبیله‌ای در جهت کاهش تأثیر تبلیغات
۱۱	۱/۴۱۱۲۲۳	sol	استفاده از ظرفیت‌ها طبیعی مجاور استان نظیر منطقه‌ی گردشگری طالقان با ایجاد بستر مناسب سرمایه‌گذاری

منابع

- ابراهیم‌پور، حبیب؛ بابایی، یاور و سخن‌دان، الناز. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت توسعه‌ی گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات گردشگری (مطالعه‌ی موردی: شهر سرعین)، مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری، ۶(۲۲)، صص ۱۱۸-۱۴۳.
- پوراحمد، احمد، حسینی، سیاه‌گلی؛ و صفدری مولان، امین. (۱۳۹۵). ارزیابی شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری در جوامع میزبان (مطالعه موردی: شهر ساری)، مجله‌ی آمایش جغرافیایی فضا، دانشگاه گلستان، سال ششم، شماره‌ی مسلسل بیست و یکم، پاییز.
- تولایی، سیمین؛ سلیمانی، محمد؛ جهانی دولت‌آباد، رحمان؛ و جهانی دولت‌آباد، اسماعیل. (۱۳۹۶). نقش مشارکت جوامع محلی در صنعت گردشگری پایدار؛ مطالعه موردی: سرعین، فصلنامه‌ی پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۱(۴۹)، صص ۹۵-۱۱۳.
- حیدری، زهرا؛ رضوانی، محمدرضا؛ و بدری، سید علی. (۱۳۹۵). تحلیل عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماع محلی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری کشاورزی؛ مطالعه‌ی موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان تنکابن، نشریه‌ی آمایش جغرافیایی فضا، ۶(۲۱)، صص ۱۳-۲۶.
- راهنما، محمد رحیم؛ شاکرمی، کیان؛ و عباسی، حامد. (۱۳۹۷). شناسایی و تحلیل پیشران‌های مؤثر بر توسعه منطقه‌ای استان البرز با رویکرد برنامه‌ریزی سناریو مینا، نشریه‌ی آمایش سرزمین، ۱۰(۱۰)، صص ۱۳۹-۱۶۶.
- رضوانی، محمدرضا؛ بدری، سید علی؛ ترابی، ذبیح‌الله؛ و ملکان، احمد. (۱۳۹۵). ارزیابی توسعه‌ی پایدار گردشگری در مناطق روستایی حاشیه کلان‌شهر تهران (مورد مطالعه: روستای آهار)، فصلنامه‌ی پژوهش‌های روستایی، ۷(۲)، صص ۲۸۶-۲۹۹.
- شفیعی‌ثابت، ناصر؛ و هراتی فرد، سعیده. (۱۳۹۸). توانمندسازی ذی‌نفعان محلی برای مشارکت در توسعه‌ی پایدار گردشگری با نقش میانجی اثرات ادراک شده از گردشگری، نشریه‌ی برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری، ۸(۲)، صص ۷۱-۹۰.
- ضیایی، محمود؛ امین‌بیدختی، علی اکبر؛ و قربانی، فاطمه. (۱۳۹۲). ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه‌ی پایدار گردشگری، فصلنامه‌ی مطالعات مدیریت گردشگری، ۸(۲۴)، صص ۵۹-۸۸.
- عبدی، مرجان؛ عباس‌نیا، سید محمد؛ و تقوی فرد، محمدتقی. (۱۳۹۴). برنامه‌ریزی توسعه‌ی پایدار گردشگری بر اساس مدل ترکیبی SWOT و ANP مطالعه موردی: استان خراسان جنوبی، نشریه فضای گردشگری، ۴(۱۶)، صص ۷۸-۹۵.
- فیروزجائیان، علی‌اصغر؛ فیروزجائیان، مجتبی؛ هاشمی پطروودی، سید حمید؛ و غلام‌رضا زاده، فاطمه. (۱۳۹۲). کاربرد تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) در مطالعات گردشگری (تحلیلی با رویکرد آسیب شناسانه)، مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری، ۲(۶)، صص ۱۲۹-۱۵۹.
- گروسی، علیرضا؛ توکلی، مصطفی؛ و علوی، سید علی. (۱۳۹۵). تدوین استراتژی گردشگری شهر نظرآباد با کاربرد مدل SWOT، نشریه فضای گردشگری، ۴(۲۰)، صص ۱۲۱-۱۳۶.
- نسترن، مهین؛ حسن زاده، محمد مهدی؛ و کهزادی، اسفندیار. (۱۳۹۰). تحلیل و سطح بندی پتانسیل‌های گردشگری در استان کهگیلویه و بویر احمد با استفاده از مدل چند متغیره TOPSIS، همایش گردشگری و توسعه پایدار، همدان

- یاری حصار، ارسطو؛ و باختر، سهیلا. (۱۳۹۵). ارزیابی شاخص‌های گردشگری پایدار روستایی از منظر جامعه‌ی محلی و گردشگران (مطالعه موردی: شهرستان نیر)، فصلنامه‌ی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۶(۲۲)، صص ۱۲۱-۱۳۴.
- Asadi, R. & Daryaei, M. (2011). Prioritization of forms of tourism in Iran to formulate national strategies. *European Journal of Scientific Research*, 65(1), 144-152. (in Persian)
- Beeton, S. (2006). Community development through tourism, In: *Land link Press*, Australia.
- Blanke, J. & Chiesa, T. (2013). The travel & tourism competitiveness report 2013. In *The World Economic Forum*.
- Cole, S. (2006). Information and Empowerment: The keys to Achieving Sustainable Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6): 629- 644.
- Dogru, T. & Bulut, U. (2018). Is tourism an engine for economic recovery? Theory and empirical evidence. *Tourism Management*, 67, 425-434.
- Garrod, B. (2003). Local Participation in the Planning and Management of Ecotourism: A Revised Model Approach, *Journal of Ecotourism*, 2(1): 33-53.
- Holden, A. (2016). *Environment and tourism*. Routledge.
- Iarca , Ion; Lupu, Elena; Mihaela Stanescu, Denisa; Lavinia Mocanu, Daniela. (2011): The psycho-social impact of the Olympic Winter Games organization on the Romanian tourism
- Kim, K. (2002). *The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community* (Doctoral dissertation, Virginia Tech).
- Kim, k., Uysal, M. and Sirgy, J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents, *Tourism Management*, Vol. 13, June 2013, PP:527-540.
- Liu, J., Qu, H., Huang, D., Chen, G., Yue, X., Zhao, X. and Liang, Z. (2014), The role of social capital in encouraging residents' pro-environmental behaviors in community-based ecotourism, *Tourism Management*, 41(1):190-201.
- Macbeth, J. Carson, D. and Northcote, J. (2004). Social capital, tourism and regional development: SPCC - as a basis for innovation and sustainability, *Current Issues in Tourism*, 7(6): 502-522.
- Mills, R. C. (2002). Tourism the international business. *Englewood Cliffs*: Prentice Hall.
- Scott, d. Lemieux, c, (2010): Weather and Climate Information for Tourism, *Environmental Sciences*, No 1, pp 146-183.
- Stasiukynas, A. Raslanas, S. Jurgelaityte, E. (2013): Sustainability Assessment Studies of Recreational Buildings, *Procedia Engineering*, No 57, pp 929-937.
- van der Zee, Egbert. Dominique Vanneste. 2015. Tourism networks unraveled; a review of the literature on networks in tourism management studies. *Tourism Management Perspectives*, 15: 46-56.