

توریسم روستایی و توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی: منطقه توریستی - گردشگری هچیرود، نمک آبرود)

زهرا ناصری^۱، داود رودگر نژاد^۲

چکیده

در عصر حاضر صنعت گردشگری به عنوان بزرگترین صنعت جهان امروز و یکی از ارکان توسعه پایدار معرفی می شود. توریسم اشکال مختلفی دارد که اکنون شکلی نوین از توریسم با عنوان توریسم روستایی، با هدف توسعه پایدار جوامع محلی در نواحی روستایی، بعنوان ابزاری جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی و یکی از مهمترین مشاغل مدرن در مناطق روستایی تجسم یافته است. روستاها به لحاظ شرایط اقلیمی و داشتن پتانسیل های انسانی و طبیعی ویژه می توانند به عنوان جاذبه های منحصر به فرد مطرح شوند. روند مهاجرت از روستاها به شهرها و روند شهرنشینی نشان می دهد که برخی کمبودهایی چون کمبود در زمینه امکانات اجتماعی (ضعف زیرساخت ها) و درآمد (ضعف اقتصادی) از دلایل اساسی مهاجرت روستاییان است. همچنین ارزیابی اهمیت و اثرات اقتصادی توریسم موضوع مهمی است. این تحقیق با هدف بررسی توریسم روستایی و توسعه پایدار روستایی در منطقه نمک آبرود و هچیرود با استفاده از روش بحث گروهی متمرکز، مصاحبه عمیق و کاربرد مدل تحلیلی SWOT انجام شد و نتایج حاصل از آن نشان داد که وجود جذابیت های و ظرفیت های یک منطقه از نکات کلیدی حضور گردشگران در آن می باشد. همچنین وجود مسئولین مقتدر و آشنا به مسیولیت های محوله و دلسوز نسبت به منطقه می تواند از جمله مهمترین زمینه های زیر بنایی حفظ و گسترش گردشگر و به تبع آن افزایش علاقه جوانان به منطقه محل سکونت و تشویق برای رونق بخشی به منطقه محسوب شود. در این دو منطقه مورد مطالعه از مهمترین دلایل افزایش گردشگر و توسعه پایدار این منطقه علاوه بر جذابیت های خدادادی، وجود نیروهای متعهد می باشد که با توجه به اشراف کامل محقق به منطقه آنها تمامی تلاش های خود را جهت افزایش امکانات منطقه و افزایش ظرفیت های خود جهت رفاه گردشگران مبذول می دارند.

کلیدواژه: توریسم، روستا، توسعه پایدار و نمک آبرود و هچیرود

^۱. دانشجوی دکترای دانشگاه آزاد واحد تهران غرب
^۲. کارشناس ارشد زراعت و اصلاح نباتات

Rural Tourism and Sustainable Rural Development
Case Study: the Touristic Regions of Hachiroud and Namakabroud
Zahra Naseri¹, Davoud Roudgar Nezhad²

Abstract

In the present era the tourism industry as the biggest industry, is introduced as one of the factors of sustainable development. Tourism has many forms. At the present a new form of tourism called “rural tourism” is introduced in rural areas with the aim of sustainable development of regional communities as a tool for the economic and social development and one of the most important modern jobs in the rural areas. For their climatic conditions and human and natural potentials, villages can be introduced as unique attractions. The process of immigration of villages to the cities and the process of urbanism shows that some of the shortages such as the shortage of social facilities (weakness of infrastructures) and income (economic weakness) are the main reasons for the immigration of rural people. Also, the evaluation of the importance and economic effects of tourism is an important subject. The aim of the present study is to investigate the rural tourism and sustainable rural development in the area of Hachiroud and Namakabroud with the use of centralized group discussions, in depth interviews and the use of analytical model SWOT. Results showed that the existence of attractions and the capacities of a region are the key points for the presence of tourists. Also, the existence of powerful authorities who are familiar with their responsibilities, and who care for the region can be among the most important infrastructures for the maintenance and development of tourism and following that creation of interest among youth for that region as their living place and encouraging the prosperity of the region. In these two areas among the most important reasons for the increase in the number of tourist and the sustainable development of this region beside the natural attractions, is the existence of responsible authorities that with the familiarity and knowledge of the researcher do their best for the improvement of the facilities of the region and increasing their capacities for the welfare of tourists.

Keywords: tourism, village, sustainable development, Namakabroud and Hachiroud.

¹ . PHD student at Islamic Azad University, West Tehran Branch

² . M.A of Agronomy and Plant Breeding

مقدمه

جهان ما پوشیده از زیبایی‌های نامشهودی است که یکی از آن‌ها زیبایی پنهان و مسحورکننده طبیعت است که پیرامون ما وجود دارد. طبیعتی که علاوه بر جنبه زیبایی چشمگیرش، جنبه کارکردی نیز دارد. جنبه کارکردی زیبایی‌های طبیعی و همچنین میراث ماندگار تاریخی در دهه‌های اخیر در تولید ثروت و درآمد و بانام توریسم جایگاه ممتازی در اقتصاد جهان یافته است. (از کیا، ۱۳۹۴: ۳۱۳)

از انواع مهم و در حال رشد توریسم، توریسم در محیط روستایی و مناطق روستایی است. توریسم وابسته به روستا در کشورهایی که دارای صنعت توریسم رشد یافته‌ای هستند به شدت در حال گسترش و رشد است. توریسم روستایی که باهدف دیدن و بهره‌مند شدن از طبیعت و زیبایی‌ها و جاذبه‌های متنوع محیط طبیعی روستاها انجام می‌گیرد، می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای توسعه روستایی در روستاها هدف گردشگری مورد استفاده قرار گیرد به شرطی که برنامه‌ریزی توریسم روستایی با مشارکت مردم و مدنظر قرار دادن اثرات مثبت و منفی مقوله گردشگری و در نظر گرفتن همه جوانب امر صورت پذیرد، چراکه رابطه توریسم با کشاورزی رابطه‌ای متقابل و دوسویه است یعنی فقط به فعالیت‌های توریستی اعتبار اختصاص داده نشود بلکه در کنار آن کمک‌های حمایتی نیز از کشاورزی به عمل آورده شود. (از کیا، ۱۳۹۴: ۳۱۴)

تنوع بخشی به اقتصاد، بالا بردن شاخص‌های توسعه‌ی انسانی، مشکلات ناشی از صنعتی شدن و آلودگی بیش از حد استاندارد شهرها به ویژه شهرهای بزرگ، مهاجرت‌های روستایی، افزایش بهره‌وری و کارآمدی نیروی انسانی، اشتغال زایی، تعامل فرهنگ‌ها و گفت‌وگوها، حفظ محیط زیست، و در مجموع توسعه‌ی پایدار از دغدغه‌هایی است که جهان امروز با آن روبرو است. هر یک از کشورها در هر سطحی از توسعه در تلاشند که پاسخ لازم به دغدغه‌های مذکور را بیابند. در این میان، کشورهایی که به متنوع سازی اقتصاد روی آورده‌اند و می‌خواهند خود را از اقتصاد تک پایه‌ای برهانند در جستجوی شناخت راه‌های آن یا خلق راه‌ها و روش‌های جدیدند. یکی از این روش‌ها گردشگری است که اغلب کشورها به ویژه کشورهایی که به لحاظ موقعیت مکانی از این مزیت برخوردارند، آن را در برنامه‌های توسعه‌ی ملی خود گنجانده‌اند تا از این طریق بتوانند فرآیند توسعه‌ی ملی خود را سرعت بخشند. توریسم انواع مختلفی دارد که اکنون شکلی نوین و گزیداری از توریسم با عنوان توریسم روستایی، با هدف توسعه پایدار جوامع محلی در نواحی روستایی، به‌عنوان ابزاری جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی و یکی از مهمترین مشاغل مدرن در مناطق روستایی ارتقاء یافته است. از انواع مهم و در حال رشد توریسم، توریسمی است که مربوط به روستا و مناطق روستایی می‌باشد. توریسم وابسته به روستا در کشورهایی که دارای صنعت توریسم رشد یافته‌ای هستند به شدت در حال رشد و گسترش می‌باشد. (Walpole & Goodwin, ۲۰۰۰).

با توجه به ویژگی بارز گردشگری روستایی به مثابه یکی از مردمی‌ترین اشکال گردشگری، می‌توان انتظار داشت که این صنعت از یک سو به رشد اقتصادی و تنوع فعالیت‌های روستایی و از سوی دیگر با جذب مازاد نیروی انسانی، به ایجاد اشتغال و درآمد زایی برای ساکنان روستاها کمک کند و فرصتی برای توسعه همه جانبه قلمداد شود. (سبزیان ملایی و خسروی پور، ۱۳۹۱، ۲).

توریسم در محیط روستا نقش بسیار مهمی در توسعه پایدار روستایی ایفا می‌کند چراکه توسعه روستایی پایدار عبارت است از وحدت میان ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی به‌منظور بالا بردن سطح معیشت، کیفیت زندگی و رفاه مردم روستایی است. (از کیا، ۱۳۹۴: ۳۱۴)

برای درک ضرورت توریسم در محیط روستایی توجه به ابعاد توسعه پایدار روستایی حائز اهمیت است. برای رسیدن به توسعه پایدار روستایی لزوم گذشتن از دیدگاه‌ها و تئوری‌های پیشین توسعه روستایی که فقط توسعه را تک‌بعدی و آن‌هم بیشتر در بعد اقتصادی

می‌دیدند و ابعاد دیگر از قبیل اجتماعی، فرهنگ و ... تا آنجا مورد توجه قرار می‌گرفت که در خدمت بعد اقتصادی باشد، احساس می‌شود. (از کیا، ۱۳۹۴: ۳۱۵)

به‌علاوه بررسی روند مهاجرت از روستاها به شهرها و روند شهرنشینی نشان می‌دهد که برخی کمبودهایی چون کمبود در زمینه امکانات اجتماعی (ضعف زیرساخت‌ها) و درآمد (ضعف اقتصادی) از دلایل اساسی مهاجرت روستاییان است. از طرفی روستاها به لحاظ شرایط اقلیمی و داشتن پتانسیل‌های انسانی و طبیعی ویژه می‌توانند به‌عنوان جاذبه‌های منحصربه‌فرد مطرح شوند. همچنین ارزیابی اهمیت و اثرات اقتصادی توریسم موضوع مهمی است. چنانچه چانگ در بررسی اثرات اقتصادی توریسم، تنوعی از تکنیک‌های برآورد ف تحلیل‌های درون‌داد - برن‌داد، تئوری اقتصاد پایه، تکنیک‌های اقتصادی، مدل‌های ترکیبی و روش‌های غیر پیمایشی را بکار برده است. (از کیا، ۱۳۹۴: ۳۱۵)

اهداف

- افزایش سهم گردشگری در اشتغال‌زایی به‌ویژه برای جوانان
- تحکیم همکاری توسعه منطقه‌ای و پیوند و همبستگی بین جوامع محلی
- کمک به حفظ و حمایت از منابع فرهنگی - اجتماعی و زیست‌محیطی اماکن روستایی
- شناسایی آسیب‌های اجتماعی ناشی از گردشگری

مبانی نظری

دات^۱ گردشگری روستایی را فعالیتی چندوجهی می‌داند که در محیط خارج از شهر صورت می‌گیرد و به گردشگران ماهیت زندگی روستایی را نشان می‌دهد. به اعتقاد آپرمان^۲ گردشگری روستایی به فعالیت‌های مزرعه‌ای و غیر مزرعه‌ای گفته می‌شود که در جوامع و نواحی روستایی انجام می‌شود. در کل بر اساس تعریفی جامع‌تر، گردشگری روستایی عبارت است از مجموعه فعالیت‌ها، خدمات و مهمان‌نوازی‌هایی که توسط کشاورزان و روستاییان به‌منظور جذب گردشگران به روستایشان برای درآمد جنبی صورت می‌گیرد.

سیمای منطقه هچیرود

مشخصات جمعیتی حوزه نفوذ مستقیم شهر

براساس نتایج سرشماری ۱۳۹۰ روستاهای واقع در حوزه نفوذ شهر هچیرود در دهستان کلارستاق شرقی و غربی به لحاظ طبقات جمعیتی به شرح ذیل تفکیک گردیده‌اند که عبارتند از:

۳۰۰-۰ نفر: شامل روستاهای اکبرآباد بالا و پایین، پل کرات، محمدآباد، سرچشمه، شهرک توپ‌ابراهیمی در دهستان کلارستاق شرقی و روستاهای میانکی، پیچیده، نجارکلا، گیل‌کلا، سپیده در دهستان کلارستاق غربی.

۸۰۰-۳۰۰ نفر: شامل روستاهای آهنگرکلا، نعمت‌آباد، سردآبرود، شهرک شهید رجایی در دهستان کلارستاق غربی و تجن کلا در دهستان کلارستاق شرقی.

۱۲۰۰-۸۰۰: شامل روستاهای زوات غرب و شرق در دهستان کلارستاق شرقی.

۱۲۰۰ و بیشتر: شامل روستاهای سینوا، تازه‌آباد، علی‌آباد، حسین‌آباد، مازوپشته در دهستان کلارستاق شرقی.

1.Dot

2.Oppermann

با توجه به نتایج سرشماری‌های رایج کشور در دهه ۵۵ بعد خانوار در دهستان کلارستاق شرقی ۵،۵ و کلارستاق غربی ۵،۲ نفر و در کل بخش مرکزی دارای بعد خانوار ۵،۴ نفر بوده است. در دهه ۶۵ بعد خانوار در دهستان کلارستاق شرقی ۵،۶ و غربی ۸،۶ نفر افزایش یافته است. در سرشماری ۷۵ تا ۹۰ این روند در دوره ۷۵-۸۵-۹۰ با کاهش روبرو گردیده است. در کل بخش مرکزی بعد خانوار از ۵۵ تا ۶۵ افزایش یافته و در ۷۵ تا ۹۰ به ۳،۴ نفر نزول کرده است.

خصوصیات جمعیتی و ترکیب آن (وضع جمعیت در گذشته و حال)، مهاجرت، رشد جمعیت

شهر هچیرود متشکل از ۱۳ پارچه آبادی است که امروز ۱۳ محله و بدنه اصلی شهر را تشکیل داده‌اند. هر یک از این محلات خدمات مختلفی را از مرکز شهر (محله مرکزی شهر یعنی محله هچیرود) اخذ می‌کند.

ساختار سنی

دسته اول: جمعیت‌های ساخت سنی جوان که کمتر از ۱۴ سال دارند که در این شهر ۱۹۴۳ نفر از کل جمعیت شهر و به عبارتی ۲۱ درصد از کل جمعیت شهر را به خود اختصاص داده که دارای باروری بالاتری هستند.

دسته دوم: جمعیتی تشکیل می‌دهند که دارای ساخت سنی جوان و میانسال هستند و بین ۱۵ تا ۶۴ سال دارند که این افراد ۶۷۵۲ نفر و به عبارتی ۷۳ درصد از کل جمعیت (۹۱۶۷ نفر) را تشکیل می‌دهند. این جوامع باروری عموماً در سطح پایینی قرار دارند و در مقابل افراد دیگر از امید زندگی بالاتری برخوردار هستند.

دسته سوم: جمعیتی را تشکیل می‌دهد که سن آنها بالای ۶۵ سال می‌باشد که تعداد آنها ۵۵۵ نفر و معادل ۶ درصد از جمعیت شهر هچیرود می‌باشد.

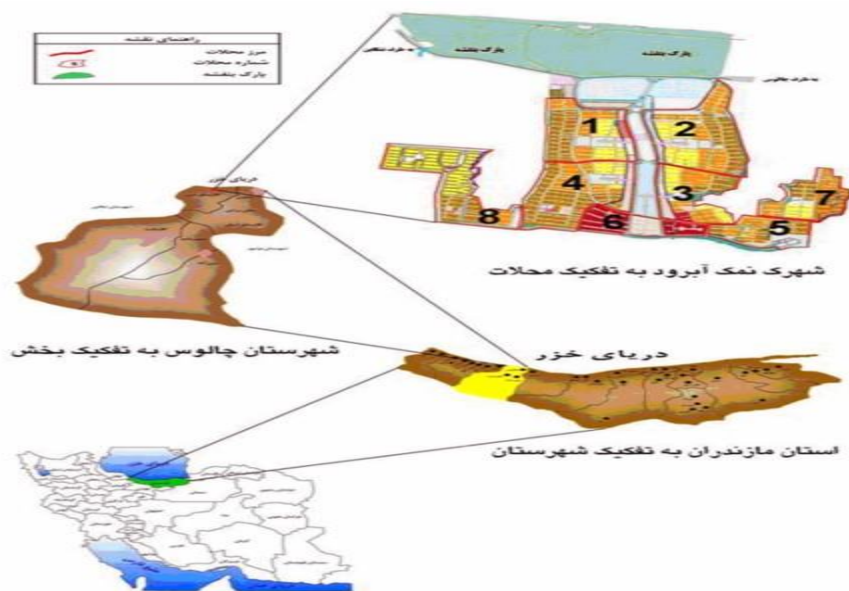
وضع توپوگرافی

بطور متوسط ارتفاع شهر هچیرود از سطح دریای آبیاد ۲۴- متر است که بسوی جهات شمال و بسوی دریا می‌باشد. استقرار شهر هچیرود در منطقه جلگه‌ای - ساحلی واقع شده است که قسمت جنوب آن محدود به اراضی باتلاقی شالیزاری و از طرف شمال به دریای خزر از سمت شرق به آبادی‌های حوزه نفوذ و از سمت غرب به شهرک نمک‌آبرود متصل است همانطور که اشاره شد شیب‌های عمومی معمولاً به طرف شمال و دارای شیب ملایم صفر تا ۲ درصد است.

سیمای نمک‌آبرود

محدوده و موقعیت شهرستان چالوس به جهاتی از دیر باز محل اسکان و گذر مردمانی باتفکرات گوناگون بوده و آنانی که برای احیاء و حصول فرهنگ سرمایه عمرشان را صرف نموده اند آن را مورد بازدید قرار داده اند. این منطقه در بخش غربی مازندران و بر سر سه راهی قرار گرفته که به نوعی محل تلاقی سه استان می‌باشد. این شهرستان از سمت شرق با نوشهر که خود بندری بزرگ است همسایه می‌باشد که اهمیت آن به جهت وجود کلیه معاملات و تبادلات تجاری و توریستی برون مرزی با کشورهای حاشیه دریای خزر می‌باشد. از طرف شمال به بزرگترین و زیباترین دریاچه جهان دریای خزر متصل می‌باشد و از سمت جنوب با کوه‌های همیشه سبز و بلند قامت البرز برابر است که جاده پریچ و خم و ماریچی کندوان با چشم انداز بسیار زیبایی از دل آن می‌گذرد و دارای آب و هوایی پاک و عاری از آلودگی به نسبت شهرستانهای دیگر است که خود موجبات جلب توریست را فراهم می‌کند. اما نکته مهم مکانی زیبا و دلنشین و توریست پذیر به نام نمک‌آبرود می‌باشد که در نوع خود با ساخت و ساز مدرن در قالب شهرکی بزرگ حائز اهمیت است این منطقه در فاصله ۱۲ کیلومتری غرب چالوس قرار دارد که از شمال با دریا و از جنوب به کوه مدوین از سلسله جبال البرز واز غرب و شرق به اراضی کشاورزی منطقه محدود شده است و در زمینی با وسعت ۶۵۰ هکتار طراحی شده و عملیات اجرایی آن در فازهای مختلف هم اکنون در دست اجرا می‌باشد این شهر با توجه به جمعیت ساکن و توریستی که به استناد مطالعات انجام شده بر آن متصور

است از پنج محله مسکونی به همراه مراکز تفریحی ورزشی خدماتی تجاری فرهنگی - مذهبی - بهداشتی و آموزشی تشکیل گردیده که خدمات مورد نیاز و نظر ساکنین را در اشکال مختلف محله ای و شهری ارائه می دهد.



شهر توریستی نمک آبرود که در دوازده کیلومتری غرب چالوس واقع شده قسمتی از اراضی منطقه را با وسعت تقریبی ۶۵۰ هکتار در بر می گیرد. حد شمالی این اراضی را دریای خزر و حد جنوبی آن را ارتفاعات مدوبن (از ارتفاعات سلسله جبال البرز) تشکیل داده است. وجود پارک های جنگلی بنفشه و شمشاد در قسمت شمالی این مجموعه با وسعت تقریبی ۲۰۰ هکتار مناظر بدیعی را در این قسمت از اراضی به وجود آورده است. ضمن آنکه در جنوب این اراضی دامنه کوه مدوبن به صورت جنگلی فشرده و با جاذبه های بصری فوق العاده واقع شده است.



طرح اولیه شهرک به وسیله مهندسین مشاور داض ، چرخاب و هوارد همفری تهیه شده است. در گزارش هوارد همفری فرض بر این بوده است که جاده چالوس - رامسر منطقه را به دو بخش شمالی و جنوبی تقسیم می کند که بخش جنوبی جاده اختصاص به ویلاسازی داشته و بخش شمالی آن هتل های و قسمت پیشنهادی مارینا و تأسیسات مربوطه و مجتمع آپارتمانی را شامل می شد.

روش تحقیق

روش تحقیق حاضر مبتنی بر بحث گروهی متمرکز، مصاحبه عمیق و کاربرد مدل تحلیلی SWOT هست. در این رابطه محقق سعی دارد با برگزاری دو الی سه جلسه بحث گروهی با گروه‌های آگاه در رابطه با موضوع تحقیق، مصاحبه با روستائیان بومی و اجرای پرسشنامه مربوطه به روش SWOT به بررسی موضوع تحقیق بپردازد.

اساساً SWOT یک برنامه‌ریزی استراتژیک است. روش SWOT (نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها)، نتیجه مستقیم مدل دانشگاه تجاری هاروارد و به طور ساده، ابزار بررسی قوت‌ها و ضعف‌های درون سازمانی (درون ناحیه) و فرصت‌ها و تهدیدهای محیط برون سازمانی (برون ناحیه‌ای) است و در مفهوم کلی، ابزاری برای بهره‌برداری در مراحل مقدماتی تصمیم‌گیری و پیش‌درآمدی در امر برنامه‌ریزی استراتژیک در نوع کاربردی آن است (مرادی مسیحی، ۱۳۸۱: ۴۱-۴۰). SWOT در حقیقت ابزاری است که عموماً برای کنار هم قرار دادن یافته‌های تحلیل فشارهای خارجی و قابلیت‌های داخلی استفاده می‌شود و تحلیل قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها، تهدیدهاست که مستلزم شناسایی نقاط قوت و ضعف ناحیه، در ارتباط با بازار، فرصت‌ها و تهدیدهایی است که براساس روندهای پیش‌بینی شده محیطی ارائه شده است.

درخصوص برنامه‌ریزی فضایی، این روش نکات زیر را دربر می‌گیرد:

۱. تحلیل خارجی (سازمان، بخش یا منطقه) که تهدیدات عمده و فرصت‌های ارائه شده از محیط بیرونی را مشخص می‌سازد.
۲. تحلیل داخلی (سازمان، بخش یا منطقه) که درواقع حسابرسی از منابع باتهیه فهرستی از نقاط قوت و ضعف در ارتباط با هر یک از موضوعات استراتژیک است (همان).

بنابراین، همان‌طور که گفته شد، از این روش برای تحلیل وضعیت موجود و بررسی نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها به منظور شناسایی مسائل استراتژیک و ارائه استراتژی مناسب در بلندمدت، برای یک ناحیه استفاده می‌شود. این روش در متون برنامه‌ریزی، به صورت‌های مختلف به کار برده شده است که هر یک از مراحل متفاوتی را برای این روش بیان کرده‌اند. در این تحقیق یک فرایند برنامه‌ریزی پنج مرحله‌ای برای این روش در نظر گرفته شده که به اجمال به تشریح آنها می‌پردازیم:

۱. تعیین حدود و مشخص کردن موضوعات تحقیق: اولین گام در SWOT (همانند دیگر روش‌های برنامه‌ریزی)،

تعریف و تحلیل موضوع مورد بررسی و تعیین محدوده و قلمرو برنامه‌ریزی است (برایسون، ۱۳۷۲: ۲۸).

۲. بیانیه مأموریت (مأموریت، اهداف و مقاصد): گام بعدی پس از تعیین موضوع قلمرو برنامه‌ریزی و در نظر داشتن

آنچه که ناحیه در آینده، در حالت کلی شبیه آن خواهد بود، روشن کردن مسیر منتهی به وضعیت آینده مطلوب است. لازمه این فرایند، بیانیه‌ای روشن از مقصد و اهداف ناحیه است که ممکن است به اشکال متفاوت بیان شود. اما اکنون معمول‌ترین شکل آن، بیانیه مأموریت است که با اهداف یا آرمان‌ها در سطوح متوالی جزئی‌نگری پیش‌بینی می‌شود. بیانیه مأموریت است که با اهداف یا آرمان‌ها در سطوح متوالی جزئی‌نگری پیش‌بینی می‌شود. بیانیه مأموریت، به صورت کلی، مقصد شاخص‌های اساسی ماندگار یک ناحیه و نقش آنها را در جامعه تعریف می‌کند. (آنچه که سعی در انجام آن دارد). این بیانیه باید آنقدر کلی باشد که امکان تغییر در مجموعه محصول یا خدمات، تا زمانی که فعالیت اصلی، ثابت باقی مانده است وجود داشته باشد، اما باید کاملاً مشخص نیز باشد که ناحیه در بین دیگر نواحی

هم نوع خود متمایز شود. علاوه بر این، باید به شکل منظم، بازبینی شود و دارای عمری سه تا پنج سال به منظور ایجاد ثبات مقصد باشد (همان، ۲۹).

۳. تحلیل SWOT (تحلیل محیط داخلی و خارجی ناحیه): در این مرحله با تجزیه و تحلیل و سنجش محیط داخلی

ناحیه، نقاط قوت و ضعف درونی (جنبه‌هایی که در راه دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی و اجرای تکالیف آن مساعد یا بازدارنده‌اند)، شناسایی می‌شوند و همچنین با کندو کاو عوامل تأثیرگذار محیط خارجی، فرصت‌ها و تهدیدهایی که این نواحی، در ارتباط با موضوع مورد مطالعه، ناحیه مطالعاتی را تحت تأثیر قرار می‌دهند، بررسی می‌شود و در نهایت، همانطور که در شکل ۱-۸ نشان داده شده، فهرست کوتاهی از این موارد فراهم می‌سازیم (پیرس و رایبسون، ۱۳۷۷: ۳۰۵).

۴. ماتریس تحلیلی SWOT: در مرحله بعد، در فرایند تدوین سیاست‌ها و استراتژی توسعه، با لحاظ کردن جهات قبلی و

باتوجه به نوع واکنش، در مقابل و نحوه تعامل هر عامل داخلی و خارجی، می‌توان ماتریسی را ترسیم کرد که دارای چهار منطقه با چهارنوع استراتژی متفاوت است.

بنابراین ماتریس ناحیه باید بتواند قوت‌ها و فرصت‌های موجود را حفظ، نقاط ضعف و تهدیدها را حذف و تبدیل به نقاط قوت و فرصت کند یا دستکم برای کاهش تأثیرات منفی و مخرب آنها بر سازمان، دامنه این عوامل را کاهش دهد. این استراتژی‌ها عبارتند از (علوی، ۱۳۷۸: ۴۶-۴۵)

* استراتژی‌های S-O: این استراتژی‌ها، برتری‌های رقابتی نواحی گردشگری را نشان می‌دهند و تحت تأثیر استراتژی‌های

تهاجمی، نامگذاری می‌شوند. در این سیاست‌ها راهکارهای پیشنهادی برای استفاده مطلوب از نقاط قوت، در جهت بهره‌برداری از فرصت‌های پیش‌رو در نظر گرفته می‌شود.

* استراتژی‌های W-O: استراتژی‌های W-O استراتژی‌های بازنگری شناخته می‌شوند. در این منطقه به پیشنهادها و

راهکارهای اجرایی برای رفع نقاط ضعف با بهره‌برداری بهینه از فرصت‌ها به ویژه از راه تخصیص مجدد منابع توجه می‌شود.

* استراتژی‌های S-T: این استراتژی‌ها، استراتژی‌های تنوع، شناسایی شده‌اند و با شناسایی مهمترین نقاط قوت درون

سازمانی، به مقابله با تهدیدهای برون سازمانی می‌پردازند که نواحی گردشگری با آن مواجه‌اند. بنابراین تأمین نیازهای لازم برای مقابله با تهدیدات فراوری ناحیه مهمترین بخش پیشنهادات را به خود اختصاص می‌دهد.

* استراتژی‌های W-T: این استراتژی‌های تدافعی، بر آند تا با ارائه راهکارهای اجرایی، ضمن به حداقل رساندن نقاط

ضعف نواحی گردشگری، از تهدیدهای برون سازمانی نیز اجتناب کنند. نواحی گردشگری در این منطقه، بیشترین آسیب پذیری را دارند.

* بدین ترتیب می‌توان ماتریس تطبیفی SWOT را باتوجه به توضیحات فوق شکل ۱-۸ ترسیم کرد.

۵. برنامه ریزی کاربردی (عملیاتی): در نهایت، باتوجه به نتایج تحلیل SWOT و استراتژی‌های مشخص شده، برای

رسیدن به اهداف برنامه توسعه گردشگری باید اهم فعالیت‌ها و اقدامات کلیدی اجرا شدنی در ناحیه را خلاصه و از ابتدا تا انتها با هم مقایسه کرد و سپس برای مشخص شدن روند کار و چگونگی پیشرفت برنامه، اولویت‌های برنامه‌های فعال و اجرایی را که قبلاً مشخص شده‌اند، در یک برنامه زمان‌بندی شده آورد (Wehrich, 2001: 45).

دستاوردها

الف - تحلیل سوات

| رتبه | میانگین وزنها | مجموع وزنها | تحلیل SWOT |
|------------|---------------|-------------|---|
| قوتها (S) | | | |
| ۳ | ۴.۵ | ۱۱۷ | S1= چشم انداز منحصر به فرد و زیبا |
| ۵ | ۴.۰۷ | ۱۰۶ | S2= وجود ارتفاعات و قله مرتفع برای انجام فعالیتهای ورزشی |
| ۴ | ۴.۴۲ | ۱۱۵ | S3= جاذبه های تفریحی و ورزشی |
| ۲ | ۴.۷۳ | ۱۲۳ | S4= دسترسی آسان گردشگران به منطقه |
| ۶ | ۳.۷۶ | ۹۸ | S5= آداب و رسوم و فرهنگ محلی و بومی |
| ۱ | ۴.۸۰ | ۱۲۵ | S6= وجود امنیت برای گردشگران در منطقه |
| ضعفها (W) | | | |
| ۱ | ۴.۳۸ | ۱۱۴ | W1= نامناسب بودن تسهیلات خدماتی و بهداشتی |
| ۴ | ۴.۱۱ | ۱۰۷ | W2= تمایل نداشتن مردم به سرمایه گذاری در بخش گردشگری |
| ۴ | ۴.۱۱ | ۱۰۷ | W3= نبود نیروی متخصص و آموزش دیده |
| ۴ | ۴.۱۱ | ۱۰۷ | W4= توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال |
| ۳ | ۴.۲۶ | ۱۱۱ | W5= فقدان برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی در منطقه هجیرو |
| ۵ | ۳.۵۳ | ۹۲ | W6= تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم |
| ۲ | ۴.۳۴ | ۱۱۳ | W7= ناآشنایی مردم منطقه در برخورد با گردشگران |
| فرصتها (O) | | | |
| ۴ | ۴.۳۰ | ۱۱۲ | O1= ایجاد و افزایش انگیزه برای مسافرت به منطقه با تبلیغات |
| ۲ | ۴.۴۶ | ۱۱۶ | O2= افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری |
| ۱ | ۴.۵۳ | ۱۱۸ | O3= افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این منطقه |
| ۳ | ۴.۳۴ | ۱۱۳ | O4= نبود فضاهای تفریحی مناسب در شهرها و استانهای همجوار |

| تهدیدها (T) | | | |
|-------------|------|-----|---|
| ۲ | ۴.۱۱ | ۱۰۷ | T1=افزایش امکانات در مناطق رقیب |
| ۳ | ۴.۰۷ | ۱۰۶ | T2=افزایش تمایل گردشگران به مسافرت به مناطق تفریحی اطراف |
| ۱ | ۴.۶۱ | ۱۲۰ | T3=فقدان امنیت اجتماعی از قبیل دزدی و آشوب و اغتشاش |
| ۱ | ۴.۶۱ | ۱۲۰ | T4=از بین رفتن محیط زیست شامل تخریب جنگلها، آلودگی آبها و محیط زیست |

تحلیل SWOT برای شناسایی و بررسی عوامل موثر درونی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل تأثیرگذار بیرونی منطقه (فرصت‌ها و تهدیدها) بر گردشگری، در منطقه مورد مطالعه به کار می‌رود. در حقیقت از این روش، به صورت ابزاری برای شناسایی مسائل استراتژیک و ارائه راهبردها و استراتژی‌های مناسب استفاده می‌شود. در ابتدا با سنجش محیط داخلی و خارجی منطقه، نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها شناسایی و فهرستی از آنها تهیه می‌شود و سپس با نظرخواهی از مردم و وزن‌دهی به هر یک از این مسائل و محاسبه و تحلیل آنها، اولویت‌ها مشخص می‌شوند و برای برطرف کردن یا تقلیل نقاط ضعف و تهدیدها و تقویت و بهبود نقاط قوت و فرصت‌های موجود در ارتباط با گردشگری در منطقه مورد مطالعه، در نتیجه‌گیری، پیشنهادها و استراتژی‌های مناسبی ارائه می‌شود.

شناسایی نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها

برای ارائه راهکارها و سیاست‌های توسعه منطقه‌ای از راه گسترش گردشگری، شناسایی عوامل چهارگانه فوق برای رفع ضعف‌ها و تهدیدها و بهبود قوت‌ها و فرصت‌ها امری اجتناب‌ناپذیر می‌شود. بر این مبنا، راهکار توسعه این منطقه با فهرست کردن مهم‌ترین نقاط قوت و فرصت‌ها به منظور طرح استراتژی‌های تهاجمی مبتنی بر بهره‌گیری از برتری‌های رقابتی منطقه، تبیین مهم‌ترین فرصت‌های پیش رو به منظور رفع نقاط ضعف درون ناحیه‌ای با ارائه استراتژی‌های بازنگری به منظور تخصیص مجدد منابع، طرح مهم‌ترین قوت‌های درون ناحیه‌ای برای رفع تهدیدهای برون ناحیه‌ای با تأکید بر استراتژی‌های تنوع بخشی در جهت رفع نیازمندی‌های منطقه و نیز طرح استراتژی‌های تدافعی به منظور رفع آسیب‌پذیری مناطق صنعتی به اجرا گذاشته می‌شود که در این قسمت به ارائه آن می‌پردازیم.

عوامل داخلی موثر بر گردشگری در منطقه مورد مطالعه

هدف این مرحله، سنجش محیط داخلی منطقه مورد مطالعه برای شناسایی نقاط قوت و ضعف است، یعنی جنبه‌هایی که در راه دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی و اجرای تکالیف آن مساعد با بازدارنده است. در این بخش سه مقوله استراتژی‌های موجود، عملکردها و منابع، مورد توجه و بررسی قرار گرفته و با عنوان نقاط قوت و ضعف و در چهارچوب توسعه منطقه‌ای (اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، بوم‌شناختی و نهادی) به شرح زیر تقسیم بندی شده است:

نقاط قوت

| | |
|-----------|--|
| اقتصادی | * مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری برای استفاده از منابع طبیعی و انسانی و معرفی آن به صورت قطب مهم گردشگری در شمال کشور * وجود محصولات متنوع کشاورزی برای عرضه به گردشگران و مناطق بکر * ایجاد بازار محلی برای تولیدات سنتی و بومی منطقه |
| اجتماعی - | * وجود آگاهی و سواد بالا در بین مردم منطقه و حس همکاری و مشارکت در بین مردم |

| | |
|------------|--|
| فرهنگی | * وجود آداب و رسوم و فرهنگ بومی و محلی * روحیه بالای مهمان نوازی در بین مردم منطقه |
| بوم شناختی | * وجود چشم اندازهای زیبا و منحصربه فرد به همراه باغات و فضای سبز * وجود ارتفاعات و قله های مرتفع برای انجام فعالیت های ورزشی متناسب * وجود دریا و جنگل در مجاورت هم * وجود مناطق حفاظت شده با حیات وحشی متنوع |
| نهادی | * اعتقاد مردم به اشتغالزایی و درآمدزا بودن گردشگری در منطقه |

نقاط ضعف

| | |
|---------------------|---|
| اقتصادی | * فقدان برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی در این ناحیه * تمایل نداشتن مردم منطقه به سرمایه گذاری در بخش گردشگری به دلایل مختلف، از جمله آشنایی نداشتن با صنعت گردشگری * کمبود تقاضا برای این صنعت به دلایل مختلف |
| اجتماعی - فرهنگی | * عدم کفایت تسهیلات خدماتی و بهداشتی * عدم کفایت تسهیلات اقامتی و رفاهی |
| بوم شناختی | * نامناسب بودن زیرساخت های محیطی و کالبدی (مانند جاده، فاضلاب و نظایر آن) * نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی |
| نهادی | * آشنایی نداشتن مردم با گردشگری و آموزش ندیدن برای نحوه برخورد با گردشگران |

عوامل خارجی موثر بر گردشگری در منطقه مورد مطالعه

هدف این مرحله، کندوکاو آثار محیط خارجی در ناحیه مورد مطالعه برای شناسایی فرصت ها و تهدیدهایی است که منطقه در ارتباط با گسترش گردشگری با آن مواجه است. باید گفت فرصت ها، مجموعه امکان ها و فعالیت هایی است که خارج از منطقه، بر عملکرد نواحی گردشگری به طور مستقیم یا غیرمستقیم موثر واقع می شوند و همچنین تهدیدها نیز عوامل خارج از ناحیه محسوب می شوند که در ناکارایی این نواحی تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم دارند. براساس مطالعات انجام شده و بررسی وضعیت محیط و پیرامون منطقه مورد مطالعه، مجموعه فرصت ها و تهدیدهای موجود و موثر بر این منطقه از لحاظ گردشگری عبارتند از:

فرصت ها

| | |
|---------------------|---|
| اقتصادی | * افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری * افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این منطقه |
| اجتماعی - فرهنگی | * افزایش انگیزه برای مسافرت و تفریح در بین مردم مناطق اطراف * ایجاد و افزایش انگیزه برای مسافرت به منطقه با تبلیغات |
| بوم شناختی | * وجود شهرها و قطب های جمعیتی در نزدیکی این منطقه * نبود فضاهای تفریحی مناسب در شهرها و استان های همجوار |
| نهادی | * وجود نیروهای متخصص بومی ساکن در شهرهای بزرگ برای معرفی این پتانسیل ها در منطقه |

تهدیدها

| | |
|---------|--|
| اقتصادی | * سرمایه گذاری های بزرگ ممکن است به شکست بیانجامد. |
|---------|--|

| | |
|---------------------|--|
| اجتماعی - فرهنگی | * افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی و گردشگری رقیب در مقایسه با این منطقه * افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی * از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی |
| بوم شناختی | * از بین رفتن پوشش گیاهی و آثار تخریبی آن، همانند تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی * آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این منطقه نسبت به مناطق رقیب |
| نهادی | * عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت برای گسترش خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری در این منطقه. |

تحلیل نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها

باتوجه به شکل از مجموعه عوامل و معیارهای SWOT که در بالا بیان شد، برای تهیه و آماده کردن پرسشنامه استفاده شده است. معیار سنجش و درجه‌بندی هر یک از عوامل فوق بدین صورت است که برای هر عامل در دامنه‌ای از ۱ تا ۵ درجه‌بندی شده، به طوری که امتیاز ۱ به معنای نداشتن اهمیت (اصلاً)، امتیاز ۲ به معنای اهمیت خیلی کم، امتیاز ۳ به معنای کم اهمیت بودن، امتیاز ۴ به معنای اهمیت زیاد و امتیاز ۵ به معنای اهمیت خیلی زیاد آن عامل در توسعه گردشگری است.

سپس اطلاعات و داده‌های گردآوری شده برحسب مجموع وزن‌ها به درون دسته‌ها و گروه‌های مختلف SWOT به کار گرفته شده است. لازم به ذکر است که در این مطالعه، موضوعات در چهار دسته عامل اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، بوم شناختی و نهادی قرار گرفته و هر یک از نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها بر پایه چهار عامل مذکور و پنج درجه شدت، بررسی و ارزیابی شده‌اند.



ماتریس SWOT (عوامل اصلی تأثیرگذار بر گردشگری در منطقه مورد مطالعه)

همانطور که در شکل ۳-۸ نشان داده شده است، در منطقه مورد مطالعه تعداد ۶ قوت داخلی در مقابل ۵ نقطه ضعف داخلی، و ۴ فرصت بیرونی در برابر ۴ تهدید بیرونی شناسایی و بررسی شده است. بدین ترتیب در مجموع ۱۰ نقطه قوت و فرصت به صورت مزیت-ها و ۹ نقطه ضعف و تهدید به صورت محدودیت‌ها و تنگناهای پیش روی منطقه هچیرود، برای گسترش گردشگری شناسایی شده است. بنابراین، در یک جمع‌بندی و تحلیل ساده می‌توان گفت مزیت‌ها محدودیت‌های گسترش گردشگری در منطقه مورد مطالعه از لحاظ کمی، در یک سطح، اما از لحاظ کیفی نیازمند ارزیابی دقیق‌تر است.

نتایج حاصل از آزمون سوات

تحلیل سوات نشان می‌دهد که از دیدگاه مسئولین و متخصصان شهر هچیرود و نمک‌آبرود، وجود امنیت و دسترسی آسان گردشگران به منطقه با میانگین وزنی ۴.۸۰ و ۴.۷۳ مهمترین نقاط قوت داخلی این منطقه می‌باشد و چشم‌انداز منحصر به فرد و زیبا، جاذبه‌های تفریحی و ورزشی، وجود ارتفاعات و قله مرتفع برای انجام فعالیتهای ورزشی و آداب و رسوم و فرهنگ محلی و بومی با میانگینهای وزنی ۴.۵، ۴.۴۲، ۴.۰۷ و ۳.۷۶ در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در مقابل آن نامناسب بودن تسهیلات خدماتی و بهداشتی با میانگین وزنی ۴.۳۸ و ناآشنایی مردم منطقه در برخورد با گردشگران با میانگین وزنی ۴.۳۴ مهمترین نقاط ضعف این منطقه محسوب می‌شود. همچنین مولفه‌های فقدان برنامه ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی، تمایل نداشتن مردم به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری، نبود نیروی متخصص و آموزش دیده، توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال و تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم با میانگین وزنی ۴.۲۶، ۴.۱۱، ۴.۱۱، ۴.۱۱ و ۳.۵۳ در اولویتهای بعدی نقاط ضعف داخلی می‌باشند. همانطور که در جدول بالا مشاهده می‌شود از جمله مهمترین فرصتهای این منطقه افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این منطقه با میانگین وزنی ۴.۵۳ و افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه‌گذاری با میانگین وزنی ۴.۴۶ می‌باشند و نبود فضاهای تفریحی مناسب در شهرها و استانهای مجاور با میانگین وزنی ۴.۳۴ و ایجاد و افزایش انگیزه برای مسافرت به منطقه با تبلیغات با میانگین وزنی ۴.۳۰ در رتبه‌های بعدی فرصتهای این منطقه محسوب می‌شوند. در مورد تهدیدهای این منطقه مولفه‌های فقدان امنیت اجتماعی از قبیل دزدی و آشوب و اغتشاش و از بین بردن محیط زیست شامل تخریب جنگلها، آلودگی آبها و محیط زیست با میانگین وزنی ۴.۶۱ از مهمترین موارد تهدید توسعه گردشگری روستایی در این منطقه محسوب می‌شود و مولفه‌های افزایش امکانات در مناطق رقیب با میانگین وزنی ۴.۱۱ و افزایش تمایل گردشگران به مسافرت به مناطق تفریحی اطراف با میانگین وزنی ۴.۰۷ در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

ارائه استراتژی‌های توسعه گردشگری منطقه‌ای براساس تحلیل SWOT استراتژی‌های رقابتی / تهاجمی (SO)

در استراتژی‌های تهاجمی که تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی است، موارد زیر برای بهره‌برداری از برتری‌های موجود به منظور توسعه گردشگری ارائه می‌شود:

* تأکید بر توسعه گردشگری فرهنگی، گردشگری طبیعی و گردشگری بومی، به دلیل وجود مزیت‌های نسبی برای توسعه این نوع از گردشگری در منطقه

* شناسایی و بهره‌گیری از جاذبه‌های این منطقه همانند نزدیکی دریا و کوه برای رقابت با سایر مناطق تفریحی رقیب
* بهره‌گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه مسافرت در بین مناطق اطراف

* استفاده از نیروهای متخصص و باتجربه به منظور ایجاد تشکل‌های تعاونی مردمی و همچنین ترویج و آموزش گردشگری با برقراری نشست‌ها و جلسات مختلف با مردم منطقه مورد مطالعه

* ایجاد هماهنگی میان نهادها و بخش‌های مختلف مرتبط، برای یکپارچه‌سازی کارکردهای گردشگری روستایی

* زمینه‌سازی و بهره‌برداری از حمایت‌های بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری

* تمرکز عمده فعالیت‌های گردشگری بر بهره‌برداری از منابع و جاذبه‌های موجود و بلااستفاده گردشگری

استراتژی‌های تنوع (ST)

در این استراتژی‌ها، تنوع بخشی بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی تمرکز است. موارد زیر به منظور تأمین پاره‌ای از نیازمندی‌های منطقه‌ای، برای رفع تهدیدها ارائه می‌شود:

* تنوع بخشی به امکانات، فعالیت‌ها و خدمات گردشگری، برای جلب نظر گردشگران

* توسعه گردشگری کشاورزی به منظور بهره‌برداری مناسب از مناظر، مزارع و باغات روستایی مانند تولید گل‌های شاخه بریده

* تنوع بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های طبیعی و انسانی، ویژگی‌های بارز فرهنگی، معماری و آداب و

رسوم بومی منطقه

* بهره‌برداری از توان تشکیلاتی، قوانین و مقررات، برای کاهش مخاطرات و از بین رفتن چشم‌اندازهای طبیعی و محیط زیست

* تأمین امنیت مکان‌های گردشگری این منطقه، برای جلوگیری از بروز تخلفات اجتماعی و سایر تخلفات

استراتژی‌های بازنگری (WO)

در استراتژی‌های بازنگری، ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر آن است تا با بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی، پیشنهادهایی اساسی برای رفع نقاط ضعف فراروی نواحی گردشگری ارائه شود که در زیر به آنها اشاره می‌کنیم:

* بازنگری در نوع و نحوه برنامه‌ریزی و حمایت دولتی از نواحی گردشگری

* بازنگری در نحوه سرمایه‌گذاری و توزیع امکانات، خدمات تسهیلات گردشگری در سطح منطقه

* بازنگری در نوع و نحوه بهره‌گیری از مشارکت‌های مردمی در توسعه

* بازنگری و توسعه نهادها و سازمان‌های مرتبط در منطقه مورد مطالعه، برای آموزش مردم و گردشگران، به منظور بهره‌گیری

بهینه و هدفمند از منافع و اثرات مثبت گردشگری

استراتژی‌های تدافعی (WT)

* برگزاری سمینارها و نشست‌های «توسعه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری» به همت شورای شهر هچیرود با سایر دستگاه-

ها و مسئولان مرتبط و کارآفرینان

* آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگر و گردشگری در منطقه مورد مطالعه، به منظور جلوگیری از

تعارض بین گردشگران و مردم

* تدوین قوانین و مقررات ویژه برای استفاده بهینه از جاذبه‌ها و فراورده‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب، آلودگی و از

بین رفتن این منابع در این نواحی

* زمینه‌سازی و تشویق مردم به مشارکت در توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها، تسهیلات و تجهیزات گردشگری

* ترغیب و تشویق مردم به مسافرت به این منطقه و همچنین توسعه گردشگری در این منطقه با استفاده از تحقیقات در زمینه

گردشگری و تحقیقات بازاریابی.

نتایج تحلیل swot

- ۱- از مجموع عوامل داخلی موثر بر توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه تعداد ۶ عامل نقاط قوت و ۵ عامل نقاط ضعف شناخته شده است .
- ۲- از مجموع عوامل خارجی موثر بر گردشگری در منطقه مورد مطالعه ۴ عامل فرصت خارجی و ۴ عامل تهدید خارجی پیش روی این منطقه محسوب می شود .
- ۳- نتایج جنبه های کیفی هریک از عوامل موثر داخلی و خارجی شناسایی شده بیان کننده این مطلب است که:
 - سطح قوت منطقه به لحاظ توسعه گردشگری بسیار بالاست .
 - برتریها و مزیت های این منطقه نسبت به مناطق مشابه و همجوار اصلا قابل قیاس نمی باشد و از برتری بالایی برخوردار می باشد .
 - نیازمندی های این منطقه به لحاظ گردشگری با توجه به تهدیدها و محدود بودن فرصتها بسیار بالاست بخصوص نیازمند نگاه ویژه دولت و مرکز استان می باشد .
 - این منطقه نیازمند توزیع و تخصیص منابع از سوی دولت و مرکز استان به لحاظ دارا بودن شرایط منحصر به فرد گردشگری می باشد .

ب . تحلیل مصاحبه گروهی

در این بخش دو جلسه بحث گروهی تشکیل شد . یک جلسه با اعضاء محترم شورای شهر و شهردار هچیرود و یک جلسه نیز با مسئولین منطقه گردشگری نمک آبرود برگزار گردید. نتایج حاصل از مصاحبه گروهی با توجه به اهداف مطرح شده و سوالات مربوط به آن به شرح زیر می باشد .

- **افزایش سهم گردشگری در اشتغالزایی به ویژه برای جوانان**
در این منطقه بیشتر درآمد مردم از گردشگری می باشد . کلیه فروشگاهها و مراکز تفریحی ایجاد شده به دلیل وجود گردشگران است که این مراکز نیروهای خود را از اهالی منطقه تامین می کنند .
شهرک نمک آبرود به دلیل ورور گردشگر ۵۰۰ شغل مستقیم و ۷۵۰ شغل غیر مستقیم ایجاد کرده که تقریبا بالای ۹۷٪ از شاغلین این شهرک مربوط به اهالی این منطقه می باشد .
پروانه های کسب صادر شده در چند سال اخیر افزایش داشته که نشان اشتغالزایی در این منطقه است . باز شدن راه ساحلی باعث اشتغال جوانان شده است .

- تحکیم همکاری توسعه منطقه ای و پیوند و همبستگی بین جوامع محلی

در این رابطه بازدیدی از مناطق تفریحی اطراف مانند رامسر ، قزوین ، همدان و حتی کیش باعث شده از تجربیات آنها استفاده کنند . در رابطه با طرح نمک آبرود بازدید از کشور ترکیه ، مالزی و .. منجر شده الگوبرداری نمایند . ولی در هر حال در مقام مقایسه با وجود اینکه شهر هچیرود ۵۸ شهر استان مازندران است و در زمینه گردشگری در رتبه های نخست قرار دارد . شهرک نمک آبرود به عنوان یکی از برترین مناطق گردشگری کشور محسوب می شود که سالانه با انجام عملیاتی در زمینه افزایش جذابیت و تجهیزات این

پیشرو بودن در زمینه گردشگری را حفظ می کند. شعار این شهرک مبنی بر اینکه برای نمک آبرود یک روزکم است حاکی از امکانات گسترده و وجود مراکز تفریحی برای همه گروههای سنی، نظافت عمومی منطقه بی نظیر و فضای کافی پارکینگ ماشین از جمله مزیت‌های بی رقیب این منطقه در زمینه گردشگری می باشد.

- کمک به حفظ و حمایت از منابع فرهنگی - اجتماعی و زیست محیطی اماکن روستایی

شهرک نمک آبرود در زمینه حفظ محیط زیست فعالیتهای شایان توجهی انجام داده و توانسته برند سبز را از سازمان محیط زیست دریافت کند. این شهرک سالانه دو میلیارد تومان جهت حفظ محیط زیست هزینه می کند. در شانزدهمین نمایشگاه بین المللی محیط زیست ایران شرکت کرده و غرفه ای با شعار نمک آبرود حامی قرقاول خزری در توسعه پایدار محیط زیست نقش پسترده ای داشته است. نمک آبرود پابلوت قرقاول خزری در کشور است. به دلیل وجود نیروهای خدماتی زیاد که هزینه های بالایی جهت اشتغال آنان صورت می گیرد، پاکیزگی و حفظ محیط زیست به بهترین نحو صورت می گیرد و منجر به رعایت پاکیزگی از سوی گردشگران می شود. این شهرک سه برابر سرانه استانداردها هر فرد در زمینه فضای سبز را دارا می باشد. در همین رابطه و حفظ محیط زیست به طور مثال جهت راه اندازی سورت‌مه در این شهرک طبق نقشه طراحی شده جهت اجرای آن از سوی کشور آلمان می بایست برخی از درختان صنوبر و درخچه های دیگر قطع می شد ولی با همت و درایت مدیریت و عوامل این شهرک با صرف هزینه های بیشتر از قطع درختان جلوگیری و ریل سورت‌مه از لابلائی درختان عبور داده شد. ولی از نظر مسئولین این شهرک هنوز گردشگران سهم خود را در حفظ محیط زیست این منطقه به خوبی انجام نمی دهند و این روند بهتر شده ولی هنوز درجه استاندارد و مطلوب نرسیده است. در این شهرک سطلهای زباله جهت تفکیک زباله وجود دارد که به زیباترین شکل طراحی شده و دارای شعارهایی در زمینه حفظ محیط زیست می باشد.

در شهر هچیرود نیز ورور فاضلابها به دریا و نهرها منجر به آلودگی شدید آب و تغییر و از بین رفتن زیست آبیان می شود. در بحث زباله به مدد همکاری مردم و فعالیتهای گسترده شهرداری و اعضای شورای شهر، با توجه به اینکه تا قبل از سال ۸۲ جمع آوری زباله به خوبی و منظم صورت نمیگرفته، در حال حاضر جمع آوری زباله ها هر روز صورت میگیرد و تفکیک زباله نیز در برخی مناطق صورت میگیرد. در این زمینه و پاکسازی ساحلها نهادهای مردمی و NGO ها نقش موثری داشتند. شهرداری نیز در نظر دارد با تهیه ماشینی به جمع آوری زباله های ساحلی بپردازد و شورای شهر نیز بناهای ساخته شده بالای سیصد متر را مجبور به تاسیس و راه اندازی سیستم septing در زمینه فاضلاب کرده که این امر به حفظ محیط زیست و عدم آلایندهای آبهای این منطقه منجر می شود.

البته ناگفته نماند که به دلیل حجم بالای گردشگر در این منطقه هزینه های حفظ محیط زیست از عهده شهرداری و شورای شهر خارج می باشد و در برخی زمینه ها نیاز جدی به حمایت و نگاه ویژه مسئولین و دولت به این منطقه دارد.

در زمینه فرهنگ بومی شهرک نمک آبرود در حفظ و احیای این فرهنگ چندان اقدام قابل توجهی انجام نداده و اگر هم فعالیتی داشته یا از جذابیت زیادی برخوردار نبوده و یا استقبال خوبی از سوی گردشگران صورت نگرفته. در این زمینه وجود عکاسخانه سنتی با لباسهای محلی این منطقه قابل ذکر می باشد. در سالهای گذشته تاکسیدرمیهای حیوانات بومی منطقه مازندران صورت گرفته بود که چندان با استقبال گردشگران مواجه نشد. البته قابل ذکر است که در شرح وظایف و خدمات شهرک نمک آبرود که یک نگاه ویژه اقتصادی دارد این مبحث فرهنگی گنجانده نشده است.

در شهر هچیرود به دلیل مهمانپذیر بودن اکثر خانواده از گردشگران تبادلات فرهنگی صورت گرفته است و این تبادل دوطرفه می باشد. ولی با نگاهی عمیق تر به زمینه های تغییرات فرهنگی می توان دریافت که سهم گردشگران در این زمینه بسیار اندک می باشد و این در مقایسه با سهم گسترده رسانه های تصویری، ماهواره و رسانه های دیجیتال می باشد.

به هر حال با توجه به نظر شهردار و اعضای شورای شهر این تاثیر هم جنبه مثبت دارد و هم منفی و این که شهروندان در این منطقه از کدامیک از خصوصیات گردشگران اثری برداشت کنند به زمینه های تحصیلی و فرهنگی و خانوادگی آنها بر میگردد .

- شناسایی آسیبهای اجتماعی ناشی از گردشگری

در شهرک نمک آبرود به دلیل شرایط حاکم بر آن درگیریها و آسیبهای اجتماعی بسیار بسیار اندک است و اینها به دلیل وجود قوانین و نظارت گسترده و اشراف به حوزه کاری است . در شهر هچیرود نیز این آسیبها بسیار اندک شده است . منشا اصلی رفتارهای آسیب رسان تفاوت طبقاتی و تغییر نگاه مسافران و مسافر پذیران می باشد . نگاه تهرانی و شهرستانی . تهرانیها به قول مسئولین نمک آبرود وقتی به سفر می روند تغییر شخصیت پیدا می کنند و بسیاری از خطوط قرمز را زیر پا می گذارند مثلا با کمک اهالی منطقه به دنبال مشروب و یا مواد مخدر هستند و یا موارد دیگر . این اعمال و رفتارها می تواند برای خانواده های مهمانپذیر این منطقه آسیب به شمار آید . در شهرک نمک آبرود با آموزش کارکنان و نظارت و عملکرد آنها آسیبهای اجتماعی از جمله سرقت و دزدی بسیار پایین است . از نظر شورای شهر هچیرود به دلیل افزایش میزان تحصیلات در این منطقه و وجود شهرکهای ویلایی مربوط به قشر فرهیخته از جمله دانشگاهیان ، آسیبهای اجتماعی بسیار اندک است و سیر نزولی دارد .

با توجه بحث گروهی صورت گرفته به نظر میرسد منطقه گردشگری نمک آبرود از پیشرفتها و استانداردهای خوبی و قابل توجهی جهت جذب گردشگر برخوردار است که با درایت مسئولین این منطقه بخوبی از ظرفیتهای خود استفاده می کند و از رکود و مستهلک شدن امکانات جلوگیری می نماید . لذا منجر به اشتغالزایی و ایجاد یک منبع درآمد خوب برای اهالی و ساکنین منطقه و نقاط همجوار شده است . به لحاظ زیست محیطی با توجه به برخورداری از نعمت کوه و دریا در کنار هم با فاصله کمتر از سه کیلومتر این منطقه از جذابیتهایی بسیار بالایی برای گردشگری برخوردار است و جهت حفظ محیط زیست این منطقه تلاشهای بسیار خوبی نیز صورت گرفته که در مقام مقایسه در کشور بی نظیر می باشد .

این منطقه به دلیل دارا بودن تقریبا دومیون گردشگر ، منجر به ایجاد اماکن تفریحی و مراکز خرید گوناگون شده است که از طریق مالیات به افزایش درآمد شهر هچیرود کمک شایانی می کند . در زمینه حفظ و جذب گردشگر منطقه زیبای نمک آبرود از استراتژیهای خوبی استفاده می کند که از آن جمله حفظ محیط زیست ، امکانات تفریحی برای تمامی سنین ، داشتن محیط پاک و پاکیزه ، امنیت بالا و نبود آسیبهای اجتماعی و نیروهای خدماتی گسترده جهت ارائه بهترین امکانات به گردشگران و ...

شهر هچیرود نیز تقریبا از زمان مستقل شدن از شهر چالوس تغییرات شگرفی در زمینه مدیریت داشته است که منجر به زیاتر شدن محیط شهری این منطقه ، افزایش امکانات جهت رفاه گردشگران و فعالیتهای زیست محیطی بسیار عالی که منجر به آزاد سازی سواحل دریا شده است همه همه به جذابیت این منطقه جهت حفظ و افزایش گردشگران کمک می کند .

با توجه به اینکه شهر هچیرود دارای درآمد سرانه ثابت کشوری و استانی و درآمد متغیر شهرداری می باشد گسترش امکانات و رفع مشکلات منطقه نیازمند سرمایه گذاری و نگاه ویژه دولت به این منطقه می باشد . با توجه به اینکه نبود یک مسیر مطمئن و ایمن در جهت دسترسی به این منطقه در تمامی فصول سال و در نتیجه آن توزیع نامناسب گردشگران در طول سال ، منجر به مشکلات عدیده ای برای مسئولین و ساکنان این منطقه شده است از جمله ترافیکهای سنگین شب عید و تعطیلات تابستان به دلیل حجم بالای گردشگر و نبود ظرفیتهای زیربنایی لازم جهت رفاه گردشگران .

البته شایان ذکر است که به دلیل وجود حجم بالای گردشگر در این منطقه و مشکل تامین آب انجام فعالیتهای کشاورزی بسیار دشوار و در برخی مواقع غیر ممکن است . این مساله ناشی از کمبود سرمایه گذاریها جهت اشتغال نیز می باشد . لذا کشاورزان بجای کشت

زمینهای خود ترجیح می دهند آنها را خشک و قطعه بندی نمایند . زیرا به دلیل وجود مناطق بکر و چشم اندازهای بسیار زیبای این منطقه و نزدیکی کوه و دریا و نزدیکی این منطقه به پایتخت درخواست برای خرید زمین و ساختن ویلا در این منطقه روز به روز افزایش می یابد و اگرچه منجر به از بین رفتن محیط زیست می شود ولی به رونق کسب و کار اهالی و کسب یک سرمایه برای برطرف کردن مشکلات خود کمک شایان توجهی می کند .

وجود ظرفیتهای بالقوه برای تبدیل زمینهای کشاورزی جهت امور دیگر چون کشت و پرورش گلکهای شاخه بریده و تبدیل این منطقه خوش آب و هوا به قطب گلکهای شاخه بریده و یا ظرفیت پرورش شتر مرغ و بلدرچین از دیگر مواردی است که نیاز به توجه مدیران استانی و کشوری دارد . همچنین با آگاهی و آموزش اهالی منطقه جهت برپایی بازارهای محلی در زمینهای کشاورزی و تعامل بیشتر در این زمینه با گردشگران می توان به حفظ محیط زیست نیز کمک کرد .

نتیجه گیری

در این تحقیق محقق با هدف بررسی توریسم روستایی و توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی: منطقه توریستی - گردشگری هچیرود ، نمک آبرود) دست به فعالیت زد . در این راستا با بیان مسائل و ضرورت انجام این تحقیق بیان داشت که توریسم در محیط روستا نقش بسیار مهمی در توسعه پایدار روستایی ایفا می کند چراکه توسعه روستایی پایدار عبارت است از وحدت میان ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و زیست محیطی به منظور بالا بردن سطح معیشت، کیفیت زندگی و رفاه مردم روستایی است. لذا اهداف خود را مشخص نمود که به قرار زیر می باشد :

- افزایش سهم گردشگری در اشتغالزایی به ویژه برای جوانان
- تحکیم همکاری توسعه منطقه ای و پیوند و همبستگی بین جوامع محلی
- کمک به حفظ و حمایت از منابع فرهنگی - اجتماعی و زیست محیطی اماکن روستایی
- شناسایی آسیبهای اجتماعی ناشی از گردشگری

جهت حصول به هدف مورد نظر با سه روش مصاحبه ، بحث گروهی و پرسشنامه SWOT وارد میدان تحقیق شد و متناسب با اهداف سوالاتی نیز طرح نمود . در بحث گروهی محقق طی دو جلسه بحث با شش نفر از مسئولین شهرک توریستی نمک آبرود و شش نفر از اعضای شورای شهر و شهردار شهر هچیرود سوالات را مطرح و نکات کلیدی را علاوه بر یادداشت ، ضبط نیز نمود . در راستای اهداف تحقیق ۲۵ پرسشنامه سوات نیز بین افراد مطلع و صاحب نظر و مسئولین این دو منطقه توزیع شد و در نهایت با اهالی منطقه در رابطه با ورود گردشگران و مزایا و معایب آن به گفتگو پرداخته شد .

با توجه به مطالب مطرح شده در بخشهای گذشته که به تفصیل هر سه روش توضیح داده شد و تشابه و تفاوت آن با مبانی نظری مطرح شد به نظر می آید وجود جذابیتهای و ظرفیتهای یک منطقه از نکات کلیدی حضور گردشگران در آن می باشد . همچنین وجود مسئولین مقتدر و آشنا به مسیولیتهای محوله و دلسوز نسبت به منطقه می تواند از جمله مهمترین زمینه های زیر بنایی حفظ و گسترش گردشگر و به تبع آن افزایش علاقه جوانان به منطقه محل سکونت و تشویق برای رونق بخشی به منطقه محسوب شود . در این دو منطقه مورد مطالعه از مهمترین دلایل افزایش گردشگر و توسعه پایدار این منطقه علاوه بر جذابیتهای خدادادی ، وجود نیروهای متعهد می باشد که با توجه به اشراف کامل محقق به منطقه آنها تمامی تلاشهای خود را جهت افزایش امکانات منطقه و افزایش ظرفیتهای خود جهت رفاه گردشگران مبذول می دارند . ولی وجود نگاههای کوتاه نظران بخصوص از سوی استان منجر به حفظ برخی مشکلات شده

است که کمک مسئولین بالاتر را می طلبد. نگاه ویژه دولت جهت افتتاح جاده در دست احداث تهران شمال و زیباییهای این منطقه و سرمایه گذاری در زمینه های مختلف جهت اشتغالزایی بیشتر می تواند این منطقه را یک منطقه نمونه گردشگری در کشور تبدیل نماید. با توجه به مطالب و نتایج حاصل از تحقیق پیشنهاد می شود:

- احداث چنین هتل با سرمایه گذاری دولتی و خصوصی با قیمت مناسب جهت رفاه هرچه بیشتر گردشگران
- موافقت و همکاری لازم با کشاورزان جهت تبدیل زمینهای کشاورزی به گلخانه های بزرگ تولید گلهای شاخه بریده
- همکاری ارگانهای انتظامی با شورای شهر و شهرداریها جهت برگزاری و اجرای تفریحات سالم و مفرح برای گردشگران

منابع

- ازکیا مصطفی، ایمانی علی (۱۳۹۴) توسعه پایدار روستایی، اطلاعات، تهران
- سبزیان ملایی، خدیجه و بهمن خسروی پور، ۱۳۹۱، اکوتوریسم روستایی و نقش آن در توسعه پایدار، نخستین همایش منطقه ای توسعه پایدار منابع طبیعی غرب کشور: چالشها و راهکارها، الشتر، دانشگاه پیام نور استان لرستان
- Swarbrooke, J., 1996, Culture, Tourism, and Sustainability of Rural Areas in Europe in Robinson, M., Evans, N., Callaghan, P., 1996, Managing Cultural Resources for the Tourist: Tourism and Culture - towards the 21st Century (Conference Proceedings), University of North Umbria, Newcastle.
- Walpole, M.J. & Goodwin, H.J. (2000). "Local Economic Impacts of Daragon in Indonesia". Journal of Annals of Tourism Research, Vol.27, No.3.
- Woods, Mike D., V. Jack Frye, and Stanley R. Ralston, 1999, Blueprints for Your Community are Future: creating a Strategic Plan for Local Economic Development. Stillwater, OK: Oklahoma Cooperative extension Service, WF-916.
- Woods, Mike, 2000, Diversifying the rural economy: Tourism development, Available: srdc.msstate.edu/publications/woods.pdf
- 20_WTO (1994) National and Regional Tourism Planning: methodologies and Case Studies, London: World Tourism Organization and Routledge.