

بررسی و تحلیلی بر نقش و جایگاه آئین‌های بومی و سنتی در توسعه پایدار گردشگری روستایی (مورد مطالعه: منطقه سوادکوه در استان مازندران^۱)

بهرام ایمانی^۲

استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

علی ناصری منش

دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، مدرس دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

علی مهدی

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۸/۲۴

چکیده

امروزه شکلی نوین از توریسم با عنوان توریسم فرهنگی و روستایی تجسم یافته است. با علم به اهمیت این موضوع، پژوهش حاضر در قالب طرح پژوهشی، به مطالعه این مهم در محدوده مورد اشاره پرداخته است. روش تحقیق در این پژوهش که بر مطالعه موردی استوار است، توصیفی و تحلیلی می‌باشد که جهت دسترسی به داده‌های تحلیلی مورد نیاز با استفاده از روش مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی به مطالعه پرداخته شده است. نتایج این مطالعه که با استفاده از نرم افزار تحلیلی SPSS و آزمونهای مختلف آماری به دست آمده است، نشان می‌دهد که امروزه آئین‌های بومی و سنتی فراوانی در محدوده مورد مطالعه وجود دارد که با توجه به استقبال و ذهنیت مردم محلی، زمینه‌های واقعی توسعه پایدار گردشگری روستایی را می‌تواند ایجاد نماید. البته در این مسیر، مسائل و مشکلاتی نیز شناسایی شده است و جهت کاهش آن برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری نیز پیشنهاد گردیده است.

واژگان کلیدی: گردشگری پایدار، گردشگری، گردشگری فرهنگی، گردشگری روستایی، آئین‌های بومی و سنتی.

۱- این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی با همین عنوان تحت حمایت معاونت پژوهشی و فناوری دانشگاه محقق اردبیلی در سال ۱۳۹۵ به انجام رسیده است.

۲- (نویسنده مسئول) bahram_imani60@yahoo.com

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری، به‌عنوان صنعتی پویا و منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای مختلف را به خود اختصاص داده است (UNWTO, 2007, p11) این صنعت که در بردارنده تمام پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان مختلف جهت جذب و پذیرایی از گردشگران است (Mcintosh et al, 1995, p9)، تأثیرات بسیار زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه‌ای، صلح جهانی، سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی و... داشته است (Sadr, 2007, p129) Moussavi, & Kahnmouei, 2007, p129) توریسم یا گردشگری عواید اقتصادی فراوانی برای کشورها دارد، بطوری‌که امروزه توریسم، گسترده‌ترین بخش اقتصادی دنیا می‌باشد (Davenport, 2006, pp280-292). در واقع تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان بعد از جنگ جهانی دوم بویژه در زمینه سهولت تحرک و جابجایی در رابطه با بهبود راه‌های ارتباطی و حمل و نقل، افزایش اوقات فراغت، گسترش شهرنشینی، افزایش آلودگی محیط زیست، بهبود رفاه اجتماعی و امکان تخصیص بخشی از درآمد برای امور غیر از امور روزمره موجب رواج گردشگری در سطح گسترده‌ای شده است (Rezvani, 2006, p45). با توجه به اهمیت صنعت گردشگری، علاوه بر عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، عوامل محیط طبیعی نیز نقش مهمی را در توسعه گردشگری و همچنین جذب گردشگر ایفا می‌کنند. در واقع گردشگر از یک فضای جغرافیایی استفاده می‌کند که این فضا، دارای یک ساختار فیزیکی و طبیعی شامل عوامل زیست‌شناسی و طبیعی (اقلیم، زمین‌شناسی، توپوگرافی و جامعه گیاهی و جانوری) و همچنین برخی از عواملی است که به وسیله فعالیت انسانها به وجود آمده است (Gomez, 2005, p573). چنین مواهبی در تعامل و ارتباط تنگاتنگ با ابعاد اقتصادی، اجتماعی، مدیریتی و سازمانی، آموزشی و تحقیقاتی، فرهنگی و تبلیغاتی و... قرار دارد که زمینه‌های توسعه و یا عدم توسعه این صنعت مهم را رقم می‌زند (Yousefi, 2001, p33). در این رابطه، آیین‌های فرهنگی مذهبی، به‌عنوان یکی از مظاهر اصلی باورها و جاذبه‌های فرهنگ دینی یک ملت و قوم، به‌عنوان یک جاذبه گردشگری فرهنگی شناخته شده و طی دوران‌های مختلف به صورت جشن‌ها و عزاداری‌ها در میان مردم رایج بوده‌اند (Ghadiri, Ezzati, Hafizizadeh, 2009, p75). گردشگری بومی و محلی به‌عنوان یکی از موارد شاخص در این زمینه که درحال حاضر بالغ بر ۲۶ درصد از کل جریان‌های گردشگری جهان را به‌خود اختصاص داده است (ICEP, 1997, p30). کشور ایران نیز با داشتن تمدنی دیرین و فرهنگ‌های گوناگون، همواره کانون یکتاپرستی و خواستگاه ادیان بزرگی چون زرتشت، اسلام و مذهب حق طلبی مانند شیعه بوده که برگزاری مراسم و آیین‌های گوناگون در آن، ریشه در گذشته‌های بسیار دور دارد و به دلیل پیوند با اندیشه و تفکرات دینی و مذهبی مردم، امروزه به‌عنوان بستر مناسبی برای توسعه گردشگری از ابعاد فرهنگی و محلی شناخته می‌شود. (Ranjbarian, Zahedi, 2008, p29) لیکن با وجود اهمیت بسیار گردشگری در توسعه و شکوفایی اقتصادی کشورها، سهم ایران از نظر میزان جذب درآمد گردشگری ناچیز و در پایین‌ترین سطر کشورهای توریست پذیر قرار داشته و این درحالی است که به دلیل توجه خاص و تأکید بر این امر در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ ه. ش، می‌توان با شناخت و معرفی مناسب توانایی‌های بالقوه و بالفعل موجود، برنامه‌ریزی‌های اصولی و هدفمند (کوتاه مدت - میان مدت و بلند مدت)، بهره‌گیری از تجارب کارشناسان متخصص و متعهد توسعه گردشگری و معرفی فرهنگ اصیل

ایرانی در جای جای کشور (Stelaghi, Khosh-Nit Bayani, 2012, p253), انقلابی در توسعه کشور بوجود آورد. بر همین اساس و با توجه به ظرفیت‌های عظیم گردشگری بومی و سنتی با تأکید بر آئین‌های مختلف محلی و استانی و نیز ضعف‌های مدیریت و برنامه‌ریزی در این عرصه، ضرورت و اهمیت مطالعه و برنامه‌ریزی راهبردی در این عرصه، بیش از هر زمان دیگر، احساس می‌گردد (Blokabashi, 2004, p44), برنامه‌ریزی که منجر به تدوین، ساخت و تثبیت تفکر استراتژیک و هدایت عملیات جهت حصول اهداف تحقیق گردد. تحقیق حاضر با استفاده از روش، توصیفی-تحلیلی به جمع‌آوری اطلاعات بر مبنای مطالعات کتابخانه‌ای و پیمایشی (توزیع ۲۶۰ پرسشنامه، براساس جدول نمونه‌گیری مورگان^۱، در میان حاضرین) پرداخته و در کنار ابزارهای دیگری چون مصاحبه، مشاهده سعی در پاسخ به سؤالات ذیل نموده و در نهایت با استفاده از نرم‌افزار SPSS، جهت آزمون‌های مختلف و برقراری رابطه معنی‌دار بین متغیرهای گوناگون بهره گرفته است.

- تنوع و تعداد آئین‌های بومی-محلی منطقه سوادکوه استان مازندران چگونه است؟
- مهم‌ترین مسائل و مشکلات پیش روی توسعه آئین‌های بومی و محلی گردشگری پایدار منطقه سوادکوه استان مازندران چیست؟
- نقش برنامه‌ریزی راهبردی و استراتژیک در توسعه آئین‌های بومی و محلی گردشگری پایدار در منطقه سوادکوه استان مازندران چیست؟

مبانی نظری

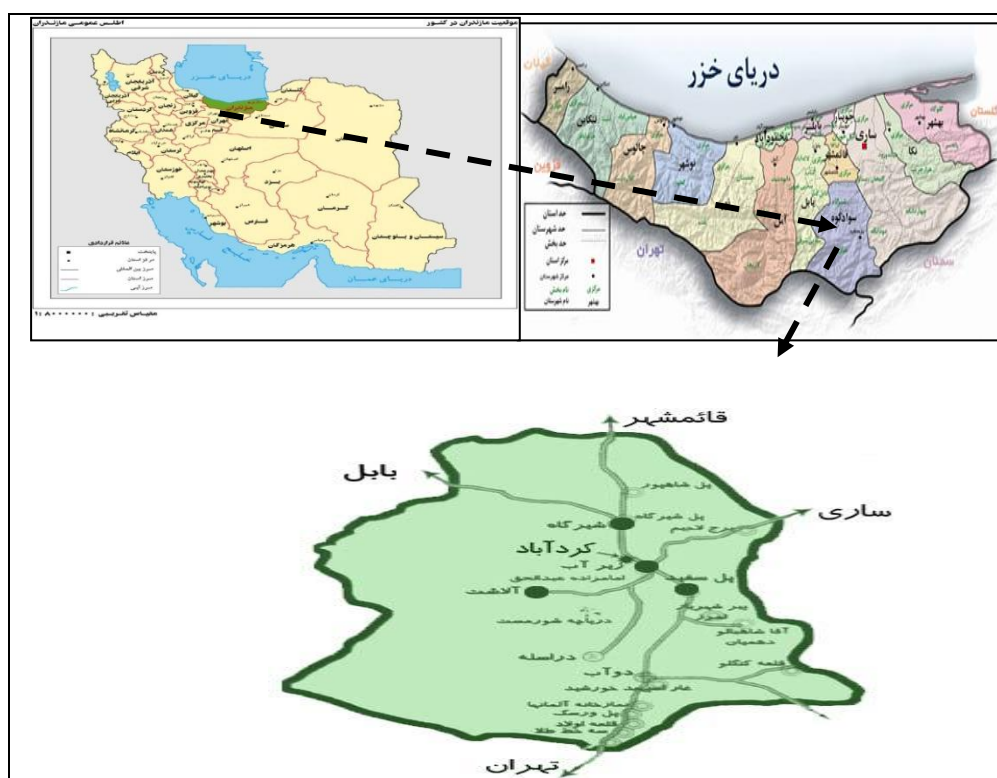
سازمان جهانی گردشگری، گردشگری را مجموعه فعالیت‌های افرادی تعریف می‌کند که به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود به قصد تفریح و استراحت و انجام امور دیگر مسافرت می‌کنند و اقامت آنها در محل کمتر از یک سال به طول می‌انجامد (Dos Weil, 2007, p19), در ادبیات جامعه‌شناختی نیز، مفهوم «مصرف»^۲ که از ایده خرید چیزی صرفاً برای رفع نیازهای فیزیولوژیک فراتر می‌رود با ورود جوامع غربی به سطوح بالای سرمایه‌داری به محور مرکزی در سبک زندگی شهرنشینان بدل شده است. در این معنا، توریسم به عنوان شکلی از گذران اوقات فراغت نوعی «مصرف» تعریف می‌شود، چراکه «مبتنی بر مصرف تجربیاتی از طریق تعامل با زیست‌محیط‌هایی متشکل از حیات وحش، طبیعت و فرهنگ‌های بومی است و بیابان‌ها، زیباترین مناظر، و جالب‌ترین فرهنگ‌ها در سراسر جهان صحنه نمایش کارکردهای این صنعت را تشکیل می‌دهند» و از سوی دیگر این پدیده با «انتقال پیام‌های فرهنگی درباره سبک زندگی و هویت» همراه است. یکی از اصلی‌ترین کانون‌های جغرافیایی گردشگری، مقصدهای گردشگری می‌باشند. در این مقصدهاست که گردشگران با اجتماع و محیط زیست محلی برخورد و تعامل پیدا می‌کنند. این تعامل منجر به اثراتی بر جمعیت محلی، محیط خود و گردشگران می‌شود. از این رو توجه به نظریه‌های مهم گردشگری به فهم ما از چگونگی رشد و در برخی موارد افول مقصدهای گردشگری کمک می‌کنند (Mason, 2011, p34). گردشگری آمیزه‌ای از فعالیت‌های صرفاً تجاری نیست، بلکه هم چنین بیان جهان بینی

۱-زمانی که نه از واریانس جامعه و نه از احتمال موفقیت یا ناموفقیت متغیر اطلاع نداریم از جدول نمونه‌گیری مورگان استفاده می‌کنیم. جمعیت منطقه هنگام برگزاری مراسم ۳۰۰۰ نفر می‌باشند.

تاریخ، طبیعت و سنت است؛ بیانی که قدرت آرایش دوباره‌ی فرهنگ و طبیعت را بر اساس نیازهای خود دارد (Niyazi, Salehi, 2010, p75) تا قبل از دهه ۱۹۹۰ مطالعات چندانی در زمینه‌ی گردشگری فرهنگی صورت نگرفته است. در واقع این رشته فقط در سال‌های اخیر نظر پژوهشگران را جلب کرده و شاخه‌ای از گردشگری جهانی معرفی شده است. پژوهش‌های اولیه مانند تحقیق برال (۱۹۸۱) و توربان (۱۹۸۶) نشان داده است که گردشگری فرهنگی و میراث پدیده‌ای با بازار در حال رشد است، اما در مورد ساختار این بازار مطالعات کمی صورت گرفته است. یافته‌های ریچاردز در سال ۲۰۱۰ با نام گردشگری فرهنگی و مقاصد که شامل افزایش جاذبه‌های یک مکان با استفاده از منابع فرهنگی می‌باشد، در پی یافتن رابطه‌ای معنادار بین گردشگری و فرهنگ و تأکید ویژه بر مکان پذیرای گردشگری می‌باشد وی با ارائه‌ی مدل فرهنگ، توریسم و جاذبه‌های بالقوه و بالفعل به تشریح موضوع مورد مطالعه‌اش می‌پردازد. همچنین پرسیلیا بونی فیس (۲۰۰۸) در تحقیق خود به نام مدیریت گردشگری فرهنگی به بررسی مدیریت کیفی گردشگری فرهنگی برای دستیابی به بازدیدهای شاد بخش و رضایتمند از میراث فرهنگی پرداخته است. وی در فصل سوم کتاب به بررسی چگونگی برآوردن نیازها هنگامی که هدف جذب گردشگران به سوی یکشی فرهنگی است، پرداخته و با بیان نمونه‌هایی از انگلستان، هلند، فرانسه و چند کشور اروپایی به تشریح تجربه این کشورها در جذب گردشگر در بخش گردشگری فرهنگی پرداخته است.

محدوده پژوهش

شهرستان سوادکوه مازندران، از شمال به قائم شهر، از غرب به بابل، از شرق به دودانگه ساری و از جنوب از طریق خط الرأس کوه‌های البرز، به استان تهران و سمنان محدود شده است.



شکل شماره ۱: نقشه موقعیت فضایی محدوده مورد مطالعه
(Source: Mazandaran Governorate, 2011).

بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵، جمعیت شهرستان سوادکوه، ۸۲۴۴۰ هزار نفر بوده است که ۴۶ درصد جمعیت آن روستا نشین و بقیه شهرنشین هستند (Statistics Center of Iran, 2006). از نظر پراکندگی جمعیت، هر چه از سمت جنوب به شمال پیش می‌رویم، به تراکم جمعیت افزوده می‌شود. این شهرستان تا سال ۱۳۵۹ یکی از بخش‌های شهرستان قائم‌شهر به‌شمار می‌رفت، ولی با توجه به موقعیت ارتباطی، و استخراج معادن، به‌صورت شهرستان مستقل درآمد است.

از اماکن مذهبی شهرستان سوادکوه، می‌توان به بقعه امامزاده عبدالحق در زیرآب، آرامگاه امامزاده زکریا، امامزاده یحیی، امامزاده صالح و امامزاده حسن اشاره نمود. از آثار تاریخی مهم شهرستان سوادکوه نیز برج لاجیم است و پل ورسک، تونل گدوک، سه خط راه‌آهن ورسک معروف به سه خط طلا، و غارهای مختلف پل شاپور نزدیک شیرگاه، از دیدنی‌ها و آثار تاریخی شهرستان سوادکوه می‌باشد. به‌طورکلی، شهرستان سوادکوه با در نظر گرفتن موقعیت جغرافیایی، مناظر زیبای طبیعی، اعتدال آب و هوا در تابستان، پوشش گیاهی انبوه، رودخانه‌ها و چشمه‌سارهای متعدد، یکی از مناطق دیدنی استان مازندران به‌شمار می‌رود و می‌تواند گردشگران زیادی را جذب نماید.

یافته‌ها (بررسی فرصت‌های ناشی از توسعه گردشگری بومی - محلی روستایی منطقه سوادکوه)

H1: گسترش آیین‌های بومی - محلی منطقه سوادکوه استان مازندران در توسعه پایدار گردشگری روستایی نقش دارد.

H0: گسترش آیین‌های بومی - محلی منطقه سوادکوه استان مازندران در توسعه پایدار گردشگری روستایی نقش ندارد.

در این تحقیق برای آزمون فرضیه اول تحقیق ابتدا از آزمون t تک نمونه‌ای/تک گروهی (one- sample T Test) استفاده شده است که میانگین برای هر یک از گویه‌های تحقیق را با مقدار ۳ می‌سنجیم زیرا با توجه به شکل لیکرت تحقیق گزینه تا حدودی مقدار ۳ اختصاص داده شده است و هر چه مقدار t آزمون از مقدار ۳ بزرگ‌تر باشد نتیجه می‌گیریم که فرضیه مطرح شده با اطمینان بیشتر می‌پذیریم. و یا به عبارتی فرضیات تحقیق بصورت زیر بیان می‌شود که منظور از μ ، میانگین نقش گسترش آیین‌های بومی - محلی منطقه سوادکوه استان مازندران در توسعه پایدار گردشگری روستایی تحقیق می‌باشد. بنابراین هر چه میانگین نظرات از عدد ۳ بزرگ‌تر باشد میانگین نقش گسترش آیین‌های بومی - محلی منطقه سوادکوه استان مازندران در توسعه پایدار گردشگری روستایی بیشتر خواهد بود. با توجه به جدول ۱ به نتایج زیر می‌رسیم:

جدول ۱: - تی تک نمونه‌ای

ردیف	گویه های نقش آیین‌های بومی در توسعه گردشگری پایدار روستایی	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	آماره t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
۱	نقش آیین‌های محلی در سفر مجدد گردشگران	۴۲۵	۳/۹۹	۱/۰۶۲۸۶	۱۹/۲۵۹	۴۲۴	۰/۰۰۰
۲	نقش احیای آیین‌های محلی سنتی در جذب گردشگران	۴۲۶	۴/۳۷	۱/۰۴۶۴۵	۲۷/۰۳۹	۴۲۵	۰/۰۰۰
۳	نقش آیین‌های محلی در پویایی فرهنگ بومی	۴۲۶	۳/۷	۱/۱۱۱۱۵	۱۳/۰۸۱	۴۲۵	۰/۰۰۰
۴	وجود بافت قدیمی و خانه‌های خشتی	۴۱۳	۳/۷۸	۱/۱۲۳۲۵	۱۴/۱۹۴	۴۱۲	۰/۰۰۰
۵	نقش تنوع آیین‌های محلی در توسعه گردشگری سوادکوه	۴۳۰	۳/۳۴	۱/۳۲۶۶۷	۵/۳۸۰	۴۲۹	۰/۰۰۰
۶	نقش آیین‌های محلی در توسعه امکانات و تبلیغ جاذبه‌های گردشگری	۴۲۶	۳/۷۵	۱/۱۸۱۳۴	۱۳/۱۶۵	۴۲۵	۰/۰۰۰
۷	طبیعت و چشم انداز زیبای سوادکوه	۴۲۳	۳/۱۳	۱/۲۷۶۱۹	۳/۷۳۴	۴۲۲	۰/۰۰۰

Source: Research findings

جهت سنجش و بررسی نقش گسترش آیین‌های بومی - محلی منطقه سواد کوه استان مازندران در توسعه پایدار گردشگری در تحقیق حاضر همچنان که در بخش آماره‌های توصیفی ذکر شد، این ۷ گویه که در سطح سنجش- ترتیبی بر روی یک طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای استفاده شده‌است پس از گردآوری مورد ترکیب قرار گرفته شده است. در جهت سنجش معنی‌داری یا عدم معنی‌داری متغیر مذکور، با توجه به سطح سنجش متغیر (فاصله‌ای) و همچنان پس از نرمال بودن توزیع داده‌ها (نتیجه آزمون اسمیرنوف کولموگروف ۰/۴۸۵)، از آزمون تی-تک نمونه استفاده شده‌است.

جدول ۲: آماره‌های توصیفی تی تک نمونه

متغیر مستقل	میانگین	انحراف استاندارد
نقش گسترش آیین‌های بومی - محلی منطقه سواد کوه استان مازندران در توسعه پایدار گردشگری	۲۵/۸۲	۶/۲۹۴۳

Source: Research findings

بررسی آماره‌های توصیفی حاصل از آزمون تی تک نمونه نشان داد که نقش گسترش آیین‌های بومی - محلی منطقه سواد کوه استان مازندران در توسعه پایدار گردشگری از منظر پاسخگویان و بر اساس سؤالات مورد بحث در تحقیق حاضر در سطح ۲۵/۸۲ قرار دارد. که در سطح بالایی است. اما در جهت سنجش معنی‌داری میانگین مذکور به بررسی آماره‌های استنباطی آزمون مذکور در جدول ۳ پرداخته شده است.

جدول ۳: آزمون تی تک نمونه نقش گسترش آیین‌های بومی - محلی در توسعه پایدار گردشگری

میانگین مفروض: ۲۱				
متغیر مستقل	مقدار تی	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین
بررسی نقش گسترش آیین‌های بومی - محلی منطقه سواد کوه استان مازندران در توسعه پایدار گردشگری	۱۵/۸۹۰	۴۲۹	۰/۰۰۰	۴/۸۲۳۲۶

Source: Research findings

مطابق اطلاعات موجود در شکل ۴، میانگین نقش گسترش آیین‌های بومی - محلی منطقه سواد کوه استان مازندران در توسعه پایدار گردشگری، ۲۵/۸۲ می‌باشد که در سطح بیشتری از میانگین مفروض (۲۱) قرار دارد، همچنین با توجه به آماره تی بدست آمده ۱۵/۸۹۰ و سطح معنی‌داری بدست آمده ۰،۰۰۰ که کوچکتر از ۰،۰۱ می‌باشد، می‌توان در سطح اطمینان ۰،۹۹ گفت که فرضیه شماره یک تحقیق حاضر مورد تأیید قرار می‌گیرد و فرض خلاف آن رد می‌شود. بدین معنی که گسترش آیین‌های بومی - محلی منطقه سواد کوه استان مازندران در توسعه پایدار گردشگری روستایی این منطقه نقش دارد.

"فرضیه دوم"

H1: ضعف زیرساخت‌های موجود در مناطق محلی، از دلایل ضعف توسعه این صنعت گردشگری بومی - محلی در استان مازندران است.

H0: ضعف زیرساخت‌های موجود در مناطق محلی، از دلایل ضعف توسعه این صنعت گردشگری بومی - محلی در استان مازندران نیست.

جهت بررسی میزان نقش هریک از موانع و چالش‌ها از آزمون رگرسیون ترتیبی (Ordinal regression(OR) استفاده گردیده است. نتایج حاصل از آزمون رگرسیون ترتیبی به شرح شکل ذیل می‌باشد.

جدول ۴: آزمون رگرسیون ترتیبی نقش هر یک از موانع و چالش‌ها در توسعه گردشگری بومی-محلی

شماره	شاخص	میانگین	طبقات	Estimate	درجه آزادی	سطح معنی داری	اولویت مشکلات	
							توسعه گردشگری	نتیجه تأیید
۱	نبود اقامتگاه‌هایی برای مسافران و اسکان آنها	۴/۱۴	دوم	-۲/۴۲۹	۱	۰/۰۰۰	۲	*
				-۱/۰۱۵	۱	۰/۰۱۶		
۲	نا مناسب بودن امکانات و تجهیزات بهداشتی	۳/۸	اول	-۳/۵۰۲	۱	۰/۰۰۴	۸	*
۳	ضعف شبکه‌های راه‌های حمل و نقل روستایی	۳/۸۷	اول	-۳/۴۵۹	۱	۰/۰۰۲	۷	*
۴	عدم وجود نقشه‌های گردشگری	۳/۷۷	اول	-۱/۷۷۸	۱	۰/۰۱۰	۱۰	*
				-۲/۳۳۵	۱	۰/۰۰۰		
۵	نبود تابلوها و علائم راهنمایی برای گردشگران	۴/۰۶	دوم	-۲/۶۰۴	۱	۰/۰۰۶	۵	*
				-۳/۵۸۷	۱	۰/۰۰۰		
۶	عدم پذیرش گردشگر از طرف روستاییان	۳/۱۵	اول	-۶/۷۴۲	۱	۰/۰۰۰	۱۲	*
				-۴/۱۸۸	۱	۰/۰۰۰		
۷	عدم آشنایی و آموزش روستاییان در نحوه برخورد با گردشگران	۴/۱۳۲	دوم	-۴/۱۸۸	۱	۰/۰۰۰	۴	*
				-۱/۵۳۵	۱	۰/۰۰۰		
۸	کمبود بودجه مالی برای روستاهای هدف	۳/۷۸	دوم	-۱/۳۸۴	۱	۰/۰۰۰	۹	*
				-۲/۰۰۴	۱	۰/۰۰۰		
۹	عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستایی	۴/۱۵	دوم	-۱/۶۶۷	۱	۰/۰۰۰	۱	*
۱۰	نبود تورهای سیاحتی و گردشگری	۳/۳۸	دوم	-۱/۲۴۰	۱	۰/۰۰۱	۱۱	*
				-۱/۶۰۵	۱	۰/۰۰۰		
۱۱	بی توجهی و فعالیت کم رسانه‌ها، مطبوعات و ...	۳/۹۲	دوم	-۱/۷۱۷	۱	۰/۰۰۰	۶	*
				-۱/۳۵۱	۱	۰/۰۰۰		
۱۲	ضعف برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری	۴/۱۳۵	اول	-۷/۹۷۴	۱	۰/۰۰۰	۳	*
				-۲/۰۲۴	۱	۰/۰۰۶		
				-۱/۵۲۳	۱	۰/۰۰۰		

Source: Research findings

همانطوری که در شکل فوق مشاهده می‌شود نقش موانع و چالش‌های مورد بررسی در عدم توسعه گردشگری بومی-محلی روستایی در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۵ معنی دار است. همچنین، ضریب و جهت تأثیر تمامی این شاخص‌ها بر توسعه گردشگری منفی است. یعنی همراه با افزایش مقادیر این شاخص‌ها، احتمال توسعه گردشگری کاهش می‌یابد. اما مرحله بعدی این است که مشخص کنیم سهم هر یک از متغیرهای مستقل در تغییرات میزان عدم توسعه گردشگری بومی و محلی روستایی چقدر است. برای این کار باید از مقادیر Estimate استفاده کرد. بر اساس مقادیر این آماره، در مورد نقش متغیر نبود اقامتگاه‌هایی برای مسافران و اسکان بر عدم توسعه گردشگری پایدار روستایی برابر ۲/۴۲۹- است و این نشان می‌دهد که با فرض ثابت ماندن تمامی متغیرهای مدل، کاهش یک واحد در متغیر مستقل نبود اقامتگاه‌هایی برای مسافران و اسکان آنها، با افزایش ۲/۴۲۹ واحد در توسعه گردشگری بومی-محلی روستایی دهستان کسلیان همراه خواهد بود. بررسی میانگین ضعف موجود در منطقه حاکی از آن است

که عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستایی با میانگین ۴/۱۵ از ۵ نقش بیشتری در عدم توسعه گردشگری دارد و بعد از آن نبود اقامتگاه‌هایی برای مسافران و اسکان آنها با میانگین ۴/۱۴ بیشترین تأثیر را در عدم توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه دارا می‌باشد. عدم پذیرش گردشگر از طرف روستاییان با میانگین ۳/۱۵ نقش کمتری در عدم توسعه گردشگری منطقه مورد مطالعه دارا می‌باشد.

"برنامه‌ریزی راهبردی و استراتژیک، زمینه‌ساز توسعه گردشگری و تحولات اقتصادی مناطق هدف است."

جدول ۵: عوامل داخلی مؤثر بر توسعه و گسترش گردشگری بومی - محلی روستایی منطقه کسلیان سوادکوه

نقاط قوت	نقاط ضعف
S1: مجاورت و نزدیکی به مراکز روستایی بکر و زیبا	w1: نبود اقامتگاه‌هایی برای مسافران و اسکان آنها
S2: مطلوب بودن شرایط آب و هوایی	w2: نا مناسب بودن امکانات و تجهیزات بهداشتی
S3: دسترسی آسان و مناسب به این نواحی برای گردشگران	w3: ضعف شبکه‌های راه‌های حمل و نقل روستایی
S4: وجود محصولات متنوع کشاورزی و دستی و امکان ایجاد بازار محلی	w4: عدم وجود نقشه‌های گردشگری
S5: وجود تنوع در آیین‌های بومی و محلی در منطقه	w5: نبود تابلوها و علائم راهنمایی برای گردشگران
S6: برخورد مناسب بومیان با گردشگران	w6: عدم پذیرش گردشگر از طرف روستاییان
S7: وجود چشم اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز در روستاها	w7: عدم آشنایی و آموزش روستاییان در نحوه برخورد با گردشگران
S8: وجود اقلیم معتدل در فصول بهار و تابستان	w8: کمبود بودجه مالی برای روستاهای هدف
S9: علاقه‌مندی فراوان مدیران محلی به فرهنگ توسعه و اشتغال‌زایی از طریق توسعه توریسم بومی و محلی	w9: عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستایی
	w10: نبود تورهای سیاحتی و گردشگری
	w11: بی توجهی و فعالیت کم رسانه‌ها، مطبوعات و ...
	w12: ضعف برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری

Source: Research findings

جدول ۶: عوامل خارجی مؤثر بر توسعه و گسترش گردشگری بومی - محلی روستایی منطقه کسلیان

فرصت‌ها	تهدیدها
O1: آشنایی مردم بومی با نحوه زندگی مردمان دیگر	T1: افزایش ازدحام و شلوغی
O2: افزایش رفاه و کیفیت زندگی ساکنان	T2: افزایش جرم و جنایت
O3: ایجاد وسعت نظر و بسط حوزه دید مردم	T3: کاهش کیفیت زندگی جوامع محلی
O4: غنی شدن تجارب فرهنگی افراد جامعه	T4: ایجاد ناراحتی و عدم آرامش برای جامعه محلی به خاطر گردشگران
O5: افزایش سطح آگاهی و دانش مردم	T5: کاهش دسترسی به امکانات و خدمات تفریحی برای جامعه میزبان
O6: ایجاد امکان انتقال ارزش‌های فرهنگی مثبت به سایر مردمان	T6: استفاده بیش از حد گردشگران از منابع و جاذبه‌های تفریحی
O7: حفظ میراث تاریخی و زنده نگهداشتن فرهنگ محلی و حفظ هویت فرهنگی حوزه	T7: کاهش انسجام و همپوندی خانواده‌ها
O8: احیای سنت‌های محلی	T8: افزایش تقاضا برای خدمات و زیرساخت‌ها
O9: توسعه تسهیلات تفریحی و فرهنگی	T9: تغییرات فرهنگی نامطلوب در رفتار ساکنین در تقلید از گردشگران
O10: افزایش فضاها و مکان‌های عمومی	T10: ایجاد مشکلات فرهنگی برای مردم محلی
O11: کمک به افزایش احساس تعلق خاطر روستائیان نسبت به روستا	T11: تعارض بین جامعه محلی و گردشگران
O12: افزایش اشتغال برای زنان	T12: افزایش مشکلات زیست محیطی به واسطه فعالیت‌های گردشگری
O13: کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم درآمد	T13: تأثیر بر گسترش سوداگری و دلالی زمین‌های روستا
O14: بهبود زیر ساخت‌ها و امکانات موجود در شهرستان	
O15: ارتقای سطح زندگی مردم روستا	

Source: Research findings

جدول ۷: ماتریس تحلیل swot (نقاط قوت) (از دید مردم، مسئولان و گردشگران)

رتبه	مستولین			گردشگران			مردم			تحلیل swot نقاط قوت		
	وزن نسبی	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها	رتبه	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها	وزن نسبی	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها			
۹	۰/۰۹	۳/۳۶	۷۴	۸	۰/۱۰۶	۳/۶۵	۵۲۲	۳	۰/۱۱۵	۳/۸۵	۹۸۳	s1: مجاورت و نزدیکی به مراکز روستایی بکر و زیبا
۲	۰/۱۲	۴/۱۷	۹۶	۳	۰/۱۱۶	۴	۵۷۷	۶	۰/۱۰۸	۳/۶۲	۹۳۶	s2: مطلوب بودن شرایط آب و هوایی
۳	۰/۱۱۸	۴/۰۸	۱۰۱	۴	۰/۱۱۳	۳/۹۲	۵۶۱	۵	۰/۱۱۰۵	۳/۷۱	۹۵۱	s3: دسترسی آسان و مناسب به این نواحی برای گردشگران
۵	۰/۱۱	۳/۸	۹۵	۲	۰/۱۱۸	۴/۰۵	۵۶۳	۲	۰/۱۱۶	۳/۹	۹۸۴	s4: وجود محصولات متنوع کشاورزی و دستی و ...
۱	۰/۱۳	۴/۲۴	۱۰۶	۱	۰/۱۲۲	۴/۲۲	۶۱۳	۱	۰/۱۱۷	۳/۹۳	۱۰۲۴	s5: وجود تنوع در آیین‌های بومی و محلی در منطقه
۴	۰/۱۱۵	۳/۸۸	۹۷	۵	۰/۱۱	۳/۸۱	۵۴۹	۴	۰/۱۱۱	۳/۷۲	۹۶۰	s6: برخورد مناسب بومیان با گردشگران
۷	۰/۱۰۶	۳/۶۸	۹۲	۷	۰/۱۰۵	۳/۶۲	۴۹۷	۷	۰/۱۰۸	۳/۶۱	۸۹۹	s7: وجود چشم انداز های زیبا و منحصر به فرد به ...
۸	۰/۱۰۴	۳/۶	۹۰	۹	۰/۱۰۲	۳/۵۳	۵۰۹	۵	۰/۱۱۰۵	۳/۷۱	۹۶۳	s8: وجود اقلیم معتدل در فصول بهار و تابستان
۶	۰/۱۰۷	۳/۶۹	۸۵	۶	۰/۱۰۸	۳/۷۱	۵۰۲	۸	۰/۱۰۴	۳/۵۱	۹۱۴	s9: علاقه‌مندی فراوان مدیران محلی به فرهنگ توسعه و ...
		۳۴/۵				۳۴/۴۲				۳۳/۵۶		مجموع

Source: Research findings

جدول ۸: ماتریس تحلیل swot (نقاط قوت) (از دید مردم، مسئولان و گردشگران)

رتبه	مستولین			گردشگران			مردم			تحلیل swot نقاط ضعف		
	وزن نسبی	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها	رتبه	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها	وزن نسبی	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها			
۱	۰/۰۹۴	۴/۱۶	۱۰۴	۲	۰/۰۸۹	۴/۱۸	۵۹۰	۳	۰/۰۸۹	۴/۱۲	۱۰۳۹	w1: نبود اقامتگاه‌هایی برای مسافران و اسکان آنها
۷	۰/۰۸	۳/۶	۹۰	۷	۰/۰۸۳	۳/۸۸	۵۶۳	۸	۰/۰۸۲	۳/۷۸	۹۸۳	w2: نا مناسب بودن امکانات و تجهیزات بهداشتی
۷	۰/۰۸	۳/۶	۹۰	۵	۰/۰۸۵	۳/۹۶	۵۶۳	۶	۰/۰۸۳	۳/۸۵	۹۹۲	w3: ضعف شبکه‌های راه‌های حمل و نقل روستایی
۸	۰/۰۷۹	۳/۵۲	۸۸	۹	۰/۰۸۱	۳/۸	۵۴۴	۷	۰/۰۸۲	۳/۷۹	۹۷۸	w4: عدم وجود نقشه‌های گردشگری
۵	۰/۰۸۹	۳/۹۶	۹۹	۴	۰/۰۸۸	۴/۱۳	۵۸۳	۴	۰/۰۸۷	۴/۰۴	۱۰۲۷	w5: نبود تابلوها و علائم راهنمایی برای گردشگران
۱۰	۰/۰۶۷	۳	۷۵	۱۱	۰/۰۶۸	۳/۱۶	۴۵۹	۱۰	۰/۰۶۸	۳/۱۶	۸۲۲	w6: عدم پذیرش گردشگر از طرف روستاییان
۲	۰/۰۹۱	۴/۰۴	۱۰۱	۳	۰/۰۸۹	۴/۱۷	۶۰۵	۲	۰/۰۸۹	۴/۱۱	۱۰۷۱	w7: عدم آشنایی و آموزش روستاییان در نحوه برخورد...
۶	۰/۰۸۲	۳/۶۸	۹۲	۸	۰/۰۸۲	۳/۸۱	۵۴۲	۸	۰/۰۸۲	۳/۷۸	۹۶۱	w8: کمبود بودجه مالی برای روستاهای هدف
۳	۰/۰۹	۴/۰۴	۱۰۱	۱	۰/۰۹	۴/۲۲	۶۱۲	۱	۰/۰۹۱	۴/۱۳	۱۰۷۵	w9: عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه‌گذاری در ...
۹	۰/۰۶۸	۳/۲	۷۷	۱۰	۰/۰۷۲	۳/۳۷	۴۸۶	۹	۰/۰۷۴	۳/۴۱	۸۸۴	w10: نبود تورهای سیاحتی و گردشگری
۴	۰/۰۸۹	۴	۱۰۰	۶	۰/۰۸۴	۳/۹۲	۵۵۰	۵	۰/۰۸۴	۳/۹	۹۸۹	w11: بی توجهی و فعالیت کم رسانه‌ها، مطبوعات و ...
۲	۰/۰۹۱	۴/۰۴	۱۰۱	۲	۰/۰۸۹	۴/۱۸	۶۰۳	۲	۰/۰۸۹	۴/۱۱	۱۰۶۶	w12: ضعف برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری
		۴۴/۶۶				۴۶/۸۸				۴۶/۱۸		مجموع

Source: Research findings

جدول ۹: ماتریس تحلیل swot (فرصت‌ها) (از دید مردم، مسئولان و گردشگران)

تحلیل swot			مردم			گردشگران			مسئولین		
فرصت‌ها	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	رتبه	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	رتبه	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	رتبه	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها
O1: آشنایی مردم بومی با نحوه زندگی مردمان دیگر	۹۱۶	۳/۵۶	۱۳	۵۱۰	۳/۵۴	۱۲	۸۳	۳/۳۲	۱۰	۰/۰۵۹	۱۰
O2: افزایش رفاه و کیفیت زندگی ساکنان	۸۵۳	۳/۳۱	۱۴	۴۸۱	۳/۳۴	۱۴	۸۴	۳/۳۶	۱۱	۰/۰۵۷	۱۱
O3: ایجاد وسعت نظر و بسط حوزه دید مردم	۱۰۳۴	۴/۰۵	۴	۵۵۳	۳/۹۵	۳	۱۰۲	۴/۰۸	۴	۰/۰۶۹	۴
O4: غنی شدن تجارب فرهنگی افراد جامعه	۱۰۲۴	۳/۹۸	۵	۵۶۰	۳/۸۸	۴	۱۰۲	۴/۰۸	۴	۰/۰۶۹	۴
O5: افزایش سطح آگاهی و دانش مردم	۹۶۵	۳/۸۱	۸	۵۱۳	۳/۶۳	۱۱	۹۵	۳/۸	۸	۰/۰۶۳	۸
O6: ایجاد امکان انتقال ارزش‌های فرهنگی مثبت به ...	۱۰۰۵	۳/۹۵	۷	۵۴۲	۳/۷۹	۷	۹۴	۳/۷۶	۹	۰/۰۶۳	۹
O7: حفظ میراث تاریخی و زنده نگهداشتن فرهنگ...	۹۴۷	۳/۷۲	۱۲	۵۰۳	۳/۵۱	۱۳	۹۶	۳/۸۴	۷	۰/۰۶۴	۷
O8: احیای سنت‌های محلی	۱۰۵۰	۴/۱۳	۲	۵۸۶	۴/۰۹	۲	۱۰۲	۴/۰۸	۴	۰/۰۶۹	۴
O9: توسعه تسهیلات تفریحی و فرهنگی	۹۹۵	۳/۹۸	۵	۵۵۳	۳/۹۵	۳	۹۵	۴/۸	۱	۰/۰۸	۱
O10: افزایش فضاها و مکان‌های عمومی	۹۷۷	۳/۸	۹	۵۴۴	۳/۷۷	۸	۱۰۲	۴/۰۸	۵	۰/۰۶۸	۵
O11: کمک به افزایش احساس تعلق خاطر روستائیان	۹۶۹	۳/۷۸	۱۰	۵۴۲	۳/۷۶	۹	۱۰۱	۴/۰۴	۶	۰/۰۶۷	۶
O12: افزایش اشتغال برای زنان	۹۴۱	۳/۷۶	۱۱	۵۱۵	۳/۶۷	۱۰	۹۴	۳/۷۶	۹	۰/۰۶۳	۹
O13: کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم	۱۰۶۵	۴/۱۶	۱	۵۷۹	۴/۱۹	۱	۱۰۵	۴/۲	۲	۰/۰۷	۲
O14: بهبود زیر ساختها و امکانات شهرستان	۱۰۴۰	۴/۰۶	۳	۵۸۱	۴/۰۳	۵	۱۰۵	۴/۲	۲	۰/۰۷	۲
O15: ارتقای سطح زندگی مردم روستا	۱۰۰۶	۳/۹۷	۶	۵۵۱	۳/۸۵	۶	۱۰۴	۴/۱۶	۳	۰/۰۶۹	۳
مجموع	۵۸/۵۶	۱	۱	۵۶/۹۵	۱	۱	۵۹/۵۶	۱	۱	۵۹/۵۶	۱

Source: Research findings

جدول ۱۰: ماتریس تحلیل swot (تهدیدها) (از دید مردم، مسئولان و گردشگران)

تحلیل swot			مردم			گردشگران			مسئولان		
تهدیدها	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	رتبه	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	رتبه	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	رتبه	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها
T1: افزایش ازدحام و شلوغی	۹۰۵	۳/۵۶	۱۲	۵۰۱	۳/۵۵	۱۲	۸۸	۳/۵۲	۱۰	۰/۰۶۹	۱۰
T2: افزایش جرم و جنایت	۱۰۶۰	۴/۰۹	۵	۵۹۸	۴/۱۵	۴	۹۹	۳/۹۶	۶	۰/۰۷۷	۶
T3: کاهش کیفیت زندگی محلی	۹۹۱	۳/۹	۸	۵۲۲	۳/۷	۱۰	۹۵	۳/۸	۸	۰/۰۷۴	۸
T4: ایجاد ناراحتی و عدم آرامش برای جامعه محلی به	۱۰۰۶	۳/۸۸	۹	۶۰۹	۴/۲۲	۲	۱۰۱	۴/۲	۳	۰/۰۸۱	۳
T5: کاهش دسترسی به امکانات و خدمات تفریحی برای	۹۷۷	۳/۸	۱۱	۵۵۹	۳/۹۳	۷	۱۰۰	۴/۱۶	۴	۰/۰۸	۴
T6: استفاده بیش از حد گردشگران از منابع و جاذبه‌های	۱۰۴۷	۴/۱	۶	۵۷۶	۴/۰۵	۵	۹۸	۳/۹۲	۷	۰/۰۷۵	۷

۱۱	۰/۰۶۶	۳/۴۴	۸۶	۱۱	۰/۰۷	۳/۶۵	۵۲۶	۱۲	۰/۰۶۹	۳/۵۶	۹۱۵	T7: کاهش انسجام و همپوندی خانواده‌ها
۹	۰/۰۷	۳/۶۶	۸۸	۹	۰/۰۷۳	۳/۷۸	۵۳۸	۱۰	۰/۰۷۴	۳/۸۳	۹۶۳	T8: افزایش تقاضا برای خدمات و زیرساخت‌ها
۷	۰/۰۷۵	۳/۹۲	۹۸	۱	۰/۰۸۶	۴/۴	۶۳۴	۲	۰/۰۸۳	۴/۳۳۲	۱۱۲۲	T9: تغییرات فرهنگی نامطلوب در رفتار ساکنین در ...
۱	۰/۰۸۸	۴/۵۴	۱۰۹	۸	۰/۰۷۵	۳/۸	۵۳۳	۱	۰/۰۸۳	۴/۳۳۹	۱۰۹۸	T10: ایجاد مشکلات فرهنگی برای مردم محلی
۲	۰/۰۸۶	۴/۴	۱۱۰	۴	۰/۰۸	۴/۱۵	۵۹۹	۴	۰/۰۸۱	۴/۲	۱۰۸۱	T11: تعارض بین جامعه محلی و گردشگران
۴	۰/۰۸	۴/۱۶	۱۰۴	۳	۰/۰۸۱	۴/۲۱	۵۹۹	۳	۰/۰۸۱	۴/۲۲	۱۰۸۱	T12: افزایش مشکلات زیست محیطی به ...
۵	۰/۰۷۹	۴/۰۴	۱۰۱	۶	۰/۰۷۸	۳/۹۵	۵۶۱	۷	۰/۰۷۸	۴/۰۲	۱۰۳۰	T13: تأثیر بر گسترش سوداگری و دلالتی زمین‌های روستا
		۵۱/۷۲				۵۱/۵۴				۵۱/۸۳۱		مجموع

Source: Research findings

تحلیل دیدگاه مردم، گردشگران و مسئولین

دیدگاه مردم

تحلیل SWOT نشان می‌دهد که از دیدگاه مردم، مؤلفه وجود تنوع در آیین‌های بومی و محلی در منطقه با میانگین رتبه‌ای ۳/۹۳ و وزن نسبی ۰/۱۱۷ به عنوان مهم‌ترین نقاط قوت داخلی و پس از آن وجود محصولات متنوع کشاورزی و دستی و امکان ایجاد بازاری محلی با میانگین ۳/۹ و وزن نسبی ۰/۱۱۶ در منطقه مورد مطالعه قرار دارد. در مقابل علاقه‌مندی فراوان مدیران محلی به فرهنگ توسعه و اشتغال‌زایی از طریق توسعه توریسم بومی و محلی در منطقه با میانگین رتبه‌ای ۳/۵۱ و وزن نسبی ۰/۱۰۴ به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت داخلی در توسعه صنعت گردشگری بومی و محلی روستایی منطقه سواد کوه می‌باشد. علاوه بر این از دیدگاه مردم عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستایی با میانگین رتبه‌ای ۴/۱۳ و وزن نسبی ۰/۰۹۱ به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی و بعد از آن مؤلفه ضعف برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری و عدم آشنایی و آموزش روستاییان در نحوه برخورد با گردشگران با میانگین رتبه‌ای ۴/۱۱ و وزن نسبی ۰/۰۸۹ در ردیف بعدی از نقاط ضعف منطقه سوادکوه در زمینه توسعه گردشگری روستایی قرار گرفته است. نیز مؤلفه کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم درآمد عدم پذیرش گردشگر از طرف روستاییان با میانگین رتبه‌ای ۳/۱۶ و وزن نسبی ۰/۰۶۸ کمترین اولویت را در نقاط ضعف داخلی داراست. همچنین بومیان در مورد فرصت‌های بیرونی اظهار داشته‌اند که کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم درآمد با میانگین رتبه‌ای ۴/۱۶ و وزن نسبی ۰/۰۸۲ به عنوان مهم‌ترین فرصت بیرونی و پس از احیای سنت‌های محلی با میانگین رتبه‌ای ۴/۱۳ با وزن نسبی ۰/۰۷۱ در اولویت بعدی می‌باشد. در حالی که افزایش رفاه و کیفیت زندگی ساکنان منطقه با میانگین رتبه‌ای ۳/۳۱ و وزن نسبی ۰/۰۵۶ به عنوان گزینه کم‌اهمیت در فرصت‌های بیرونی به منظور توسعه گردشگری بومی - محلی روستایی توسط مردم بیان شده است. همچنین اعتقاد بر این بوده است ایجاد مشکلات فرهنگی برای مردم محلی با میانگین رتبه‌ای ۴/۳۳۹ و وزن نسبی ۰/۰۸۳ به عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی و تغییرات فرهنگی نامطلوب در رفتار ساکنین در تقلید از گردشگران با میانگین

رتبه‌ای ۴/۳۳۲ و وزن نسبی ۰/۰۸۳ در تهدیدات خارجی، کم اهمیت‌ترین گزینه در مسیر توسعه گردشگری بومی - محلی روستایی منطقه سواد کوه مطرح می‌شود.

دیدگاه گردشگران

تحلیل SWOT نشان می‌دهد که از دیدگاه گردشگران، مؤلفه وجود تنوع در آیین‌های بومی و محلی در منطقه با میانگین رتبه‌ای ۴/۲۲ و وزن نسبی ۰/۱۲۲ به عنوان مهم‌ترین نقاط قوت داخلی و پس از آن وجود محصولات متنوع کشاورزی و دستی و امکان ایجاد بازاری محلی با میانگین ۴/۰۵ و وزن نسبی ۰/۱۱۸ در منطقه مورد مطالعه قرار دارد. در مقابل وجود اقلیم معتدل در فصول بهار و تابستان در منطقه با میانگین رتبه‌ای ۳/۵۳ و وزن نسبی ۰/۱۰۲ به عنوان کم اهمیت‌ترین نقطه قوت داخلی در توسعه صنعت گردشگری بومی و محلی روستایی منطقه سواد کوه می‌باشد. علاوه بر این از دیدگاه گردشگران عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستایی با میانگین رتبه‌ای ۴/۲۲ و وزن نسبی ۰/۰۹ به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی و بعد از آن مؤلفه ضعف برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری و نبود اقامتگاه‌هایی برای مسافران و اسکان آنها با میانگین رتبه‌ای ۴/۱۸ و وزن نسبی ۰/۰۸۹ در ردیف بعدی از نقاط ضعف منطقه سوادکوه در زمینه توسعه گردشگری روستایی قرار گرفته است. نیز مؤلفه عدم پذیرش گردشگر از طرف روستاییان با میانگین رتبه‌ای ۳/۱۶ و وزن نسبی ۰/۰۶۸ کمترین اولویت را در نقاط ضعف داخلی داراست. همچنین گردشگران در مورد فرصت‌های بیرونی اظهار داشته‌اند که کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم درآمد با میانگین رتبه‌ای ۴/۱۹ و وزن نسبی ۰/۰۸ به عنوان مهم‌ترین فرصت بیرونی و پس از احیای سنت‌های محلی با میانگین رتبه‌ای ۴/۰۹ با وزن نسبی ۰/۰۷۲ در اولویت بعدی می‌باشد. درحالی‌که افزایش رفاه و کیفیت زندگی ساکنان منطقه با میانگین رتبه‌ای ۳/۳۴ و وزن نسبی ۰/۰۵۹ به عنوان گزینه کم اهمیت در فرصت‌های بیرونی به منظور توسعه گردشگری بومی - محلی روستایی توسط گردشگران بیان شده است. همچنین اعتقاد بر این بوده است تغییرات فرهنگی نامطلوب در رفتار ساکنین در تقلید از گردشگران با میانگین رتبه‌ای ۴/۴ و وزن نسبی ۰/۰۸۶ به عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی و افزایش ازدحام و شلوغی با میانگین رتبه‌ای ۴/۳۳۲ و وزن نسبی ۰/۰۸۳ در تهدیدات خارجی، کم اهمیت‌ترین گزینه در مسیر توسعه گردشگری بومی - محلی روستایی منطقه سواد کوه مطرح می‌شود.

دیدگاه مسئولین

تحلیل SWOT نشان می‌دهد که از دیدگاه مسئولین، مؤلفه وجود تنوع در آیین‌های بومی و محلی در منطقه با میانگین رتبه‌ای ۴/۲۴ و وزن نسبی ۰/۱۳ به عنوان مهم‌ترین نقاط قوت داخلی و پس از آن مطلوب بودن شرایط آب و هوایی با میانگین ۴/۱۷ و وزن نسبی ۰/۱۲ در منطقه مورد مطالعه قرار دارد. در مجاورت و نزدیکی به مراکز روستایی بکر و زیبا با میانگین رتبه‌ای ۳/۳۶ و وزن نسبی ۰/۰۹ به عنوان کم اهمیت‌ترین نقطه قوت داخلی در توسعه صنعت گردشگری بومی و محلی روستایی منطقه سواد کوه می‌باشد. علاوه بر این از دیدگاه مسئولین نبود اقامتگاه‌هایی برای مسافران و اسکان با میانگین رتبه‌ای ۴/۱۶ و وزن نسبی ۰/۰۹۴ به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی و بعد از آن مؤلفه عدم آشنایی و آموزش روستاییان در نحوه برخورد با گردشگران با میانگین رتبه‌ای ۴/۰۴ و

وزن نسبی ۰/۰۹۱ در ردیف بعدی از نقاط ضعف منطقه سوادکوه در زمینه توسعه گردشگری روستایی قرار گرفته است. نیز مؤلفه عدم پذیرش گردشگر از طرف روستاییان با میانگین رتبه‌ای ۳ و وزن نسبی ۰/۰۶۷ کمترین اولویت را در نقاط ضعف داخلی داراست. همچنین مسئولین در مورد فرصت‌های بیرونی اظهار داشته‌اند که توسعه تسهیلات تفریحی و فرهنگی با میانگین رتبه‌ای ۴/۸ و وزن نسبی ۰/۰۸ به عنوان مهمترین فرصت بیرونی و پس از کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم درآمد با میانگین رتبه‌ای ۴/۲ با وزن نسبی ۰/۰۷ در اولویت بعدی می‌باشد. درحالیکه افزایش رفاه و کیفیت زندگی ساکنان منطقه با میانگین رتبه‌ای ۳/۳۶ و وزن نسبی ۰/۰۵۷ به عنوان گزینه کم اهمیت در فرصت‌های بیرونی به منظور توسعه گردشگری بومی-محلی روستایی توسط گردشگران بیان شده است. همچنین اعتقاد بر این بوده است ایجاد مشکلات فرهنگی برای مردم محلی با میانگین رتبه‌ای ۴/۵۴ و وزن نسبی ۰/۰۸۸ به عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی و کاهش انسجام و همپوندی خانواده‌ها با میانگین رتبه‌ای ۳/۴۴۲ و وزن نسبی ۰/۰۰۶۶ در تهدیدات خارجی، کم اهمیت‌ترین گزینه در مسیر توسعه گردشگری بومی-محلی روستایی منطقه سواد کوه مطرح می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج مقاله حاضر نشان می‌دهد که شهرستان سوادکوه از سابقه طولانی در زمینه‌های تاریخی- فرهنگی برخوردار است. وجود این پیشینه تاریخی غنی و طبیعت بکر، سوادکوه را در زمره مقصدهایی قرار داده است که پذیرای گردشگران مختلفی می‌باشد. آیین‌های باستانی و مذهبی چون تیر ماه سیزده شو، روز خورشید، برگزاری تعزیه در محرم الحرام و بیست شش عید ماه (عید مردگان) که همچنان در این شهرستان برگزار می‌شود، از نظر غنای محتوا می‌تواند بستر بسیار مناسبی جهت توسعه همه جانبه گردشگری و جذب گردشگران از سراسر دنیا باشد. در یک جمع‌بندی از نتیجه مطالعه حاضر، می‌توان نتیجه گرفت که استقبال از این مراسم‌ها، سال به سال از وضعیت مناسب‌تری برخوردار می‌شود که این مسئله لزوم برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب از تمام ابعاد بویژه از بعد تأمین امکانات و تأسیسات مورد نیاز گردشگران و افراد بومی شرکت‌کننده در مراسم را می‌طلبد. نتایج مطالعات و آزمون‌های مختلف جهت بررسی فرضیه‌های طرح شده، حاکی از تأیید فرضیه‌های مطرح شده می‌باشد. به‌طوری‌که رابطه معناداری میان برگزاری آیین‌های مذهبی- فرهنگی بومی و توسعه گردشگری در سواد کوه مشاهده می‌شود، همچنین ارتباط قوی بین کیفیت و وجود تجهیزات و تأسیسات زیربنایی و میزان رشد و توسعه صنعت گردشگری در منطقه مورد مطالعه وجود دارد، مسئله‌ای که به‌وضوح ضعف مدیریت شهری (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، شهرداری، ورزش‌های محلی و...) را در زمینه ارائه خدمات و جلب رضایت مشتریان آشکار نمود (نتایج حاصل از تحلیل پرسشنامه در زمینه ارزیابی عملکرد مدیریت شهری و سازمان‌های دخیل همچون سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، شهرداری، ورزش‌های محلی و...)، از دیدگاه حاضرین در مراسم). همچنین با توجه به مطالعات میدانی صورت گرفته از این مراسم و شرایط موجود (تحلیل پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده)، می‌توان عنوان نمود که سازمان‌های مورد اشاره می‌توانند با شناسایی پتانسیل‌های موجود در منطقه و با مطالعه کامل ابعاد آئین‌های سنتی و فرهنگی که در این مطالعه اشاره شده است، جهت رفع کمبودهای موجود در برگزاری این آیین (عدم وجود سرویس بهداشتی مناسب، وضعیت رفاهی و اقامتی نامناسب، ضعف نظارت سازمان‌ها و ارگان‌های خصوصی و

دولتی و...) اقدام نمایند، به طوری که نخست شاهد رفع مشکلات مربوطه و دوم شاهد حفظ و رونق این آیین‌ها برای نسل‌های بعدی و توسعه گردشگری در مقصد باشیم.

در این تحقیق موضوع مورد مطالعه از دیدگاه جامعه آماری مورد بررسی قرار گرفت. تحلیل SWOT نشان می‌دهد که از دیدگاه مردم، مؤلفه وجود تنوع در آیین‌های بومی و محلی در منطقه با میانگین رتبه‌ای $3/93$ و وزن نسبی $0/117$ به عنوان مهم‌ترین نقاط قوت داخلی و در مقابل علاقه‌مندی فراوان مدیران محلی به فرهنگ توسعه و اشتغال‌زایی از طریق توسعه توریسم بومی و محلی در منطقه با میانگین رتبه‌ای $3/51$ و وزن نسبی $0/104$ به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت داخلی در توسعه صنعت گردشگری بومی و محلی روستایی منطقه سواد کوه می‌باشد. علاوه بر این از دیدگاه مردم عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستایی با میانگین رتبه‌ای $4/13$ و وزن نسبی $0/091$ به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی و مؤلفه کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم درآمد عدم پذیرش گردشگر از طرف روستاییان با میانگین رتبه‌ای $3/16$ و وزن نسبی $0/068$ کمترین اولویت را در نقاط ضعف داخلی داراست. همچنین بومیان در مورد فرصت‌های بیرونی اظهار داشته‌اند که کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم درآمد با میانگین رتبه‌ای $4/16$ و وزن نسبی $0/082$ به عنوان مهم‌ترین فرصت بیرونی می‌باشد. درحالی‌که افزایش رفاه و کیفیت زندگی ساکنان منطقه با میانگین رتبه‌ای $3/31$ و وزن نسبی $0/056$ به عنوان گزینه کم‌اهمیت در فرصت‌های بیرونی به منظور توسعه گردشگری بومی-محلی روستایی توسط مردم بیان شده است. همچنین اعتقاد بر این بوده است ایجاد مشکلات فرهنگی برای مردم محلی با میانگین رتبه‌ای $4/339$ و وزن نسبی $0/083$ به عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی و تغییرات فرهنگی نامطلوب در رفتار ساکنین در تقلید از گردشگران با میانگین رتبه‌ای $4/332$ و وزن نسبی $0/083$ در تهدیدات خارجی، کم‌اهمیت‌ترین گزینه در مسیر توسعه گردشگری بومی-محلی روستایی منطقه سواد کوه مطرح می‌شود. تحلیل SWOT نشان می‌دهد که از دیدگاه گردشگران، مؤلفه وجود تنوع در آیین‌های بومی و محلی در منطقه با میانگین رتبه‌ای $4/22$ و وزن نسبی $0/122$ به عنوان مهم‌ترین نقاط قوت داخلی در منطقه مورد مطالعه قرار دارد. در مقابل وجود اقلیم معتدل در فصول بهار و تابستان در منطقه با میانگین رتبه‌ای $3/53$ و وزن نسبی $0/102$ به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت داخلی در توسعه صنعت گردشگری بومی و محلی روستایی منطقه سواد کوه می‌باشد. علاوه بر این از دیدگاه گردشگران عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستایی با میانگین رتبه‌ای $4/22$ و وزن نسبی $0/09$ به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی و بعد از آن مؤلفه ضعف برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری و نیز مؤلفه عدم پذیرش گردشگر از طرف روستاییان با میانگین رتبه‌ای $3/16$ و وزن نسبی $0/068$ کمترین اولویت را در نقاط ضعف داخلی داراست. همچنین گردشگران در مورد فرصت‌های بیرونی اظهار داشته‌اند که کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم درآمد با میانگین رتبه‌ای $4/19$ و وزن نسبی $0/08$ به عنوان مهم‌ترین فرصت بیرونی می‌باشد. درحالی‌که افزایش رفاه و کیفیت زندگی ساکنان منطقه با میانگین رتبه‌ای $3/34$ و وزن نسبی $0/059$ به عنوان گزینه کم‌اهمیت در فرصت‌های بیرونی به منظور توسعه گردشگری بومی-محلی روستایی توسط گردشگران بیان شده است. همچنین اعتقاد بر این بوده است تغییرات فرهنگی نامطلوب در رفتار ساکنین در تقلید از گردشگران با میانگین رتبه‌ای $4/4$ و وزن نسبی $0/086$ به عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی و افزایش ازدحام و شلوغی با میانگین رتبه‌ای $4/332$ و وزن

نسبی ۰/۰۸۳ در تهدیدات خارجی، کم اهمیت‌ترین گزینه در مسیر توسعه گردشگری بومی - محلی روستایی منطقه سواد کوه مطرح می‌شود. تحلیل SWOT نشان می‌دهد که از دیدگاه مسئولین، مؤلفه وجود تنوع در آیین‌های بومی و محلی در منطقه با میانگین رتبه‌ای ۴/۲۴ و وزن نسبی ۰/۱۳ به عنوان مهم‌ترین نقاط قوت داخلی در منطقه مورد مطالعه قرار دارد. در مجاورت و نزدیکی به مراکز روستایی بکر و زیبا با میانگین رتبه‌ای ۳/۳۶ و وزن نسبی ۰/۰۹ به عنوان کم اهمیت‌ترین نقطه قوت داخلی در توسعه صنعت گردشگری بومی و محلی روستایی منطقه سواد کوه می‌باشد. علاوه بر این از دیدگاه مسئولین نبود اقامتگاه‌هایی برای مسافران و اسکان با میانگین رتبه‌ای ۴/۱۶ و وزن نسبی ۰/۰۹۴ به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف داخلی از نقاط ضعف منطقه سوادکوه در زمینه توسعه گردشگری روستایی قرار گرفته است. نیز مؤلفه عدم پذیرش گردشگر از طرف روستاییان با میانگین رتبه‌ای ۳ و وزن نسبی ۰/۰۶۷ کمترین اولویت را در نقاط ضعف داخلی داراست. همچنین مسئولین در مورد فرصت‌های بیرونی اظهار داشته‌اند که توسعه تسهیلات تفریحی و فرهنگی با میانگین رتبه‌ای ۴/۸ و وزن نسبی ۰/۰۸ به عنوان مهم‌ترین فرصت بیرونی می‌باشد. درحالی‌که افزایش رفاه و کیفیت زندگی ساکنان منطقه با میانگین رتبه‌ای ۳/۳۶ و وزن نسبی ۰/۰۵۷ به عنوان گزینه کم اهمیت در فرصت‌های بیرونی به منظور توسعه گردشگری بومی - محلی روستایی توسط گردشگران بیان شده است. همچنین اعتقاد بر این بوده است ایجاد مشکلات فرهنگی برای مردم محلی با میانگین رتبه‌ای ۴/۵۴ و وزن نسبی ۰/۰۸۸ به عنوان مهم‌ترین تهدید خارجی و کاهش انسجام و همپیوندی خانواده‌ها با میانگین رتبه‌ای ۳/۴۴۲ و وزن نسبی ۰/۰۰۶۶ در تهدیدات خارجی، کم اهمیت‌ترین گزینه در مسیر توسعه گردشگری بومی - محلی روستایی منطقه سواد کوه مطرح می‌شود.

با این تفاسیر در این فصل به انواع راهبردهای قابل اشاره در ارتباط با فرضیات تحقیق اشاره می‌گردد.

راهبردهای تنوع بخشی st: راهبردهای تنوع بخشی بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است و هدف آن به حداکثر رساندن نقاط قوت و به حداقل رساندن تهدیدها است. راهکارهایی نیز به منظور تأمین بخشی از نیازمندی‌های نواحی روستایی در جهت رفع تهدیدها در ذیل اشاره شده است.

- ✓ گسترش شرکت‌های خصوصی در زمینه گردشگری بومی و ایجاد زمینه رقابتی در شهرستان
- ✓ عدم تخریب خانه‌های سنتی در روستاهای هدف
- ✓ تأمین امنیت مناطق گردشگری در جهت جلوگیری از بروز تخلفات اجتماعی و سایر تخلفات
- ✓ افزایش امکانات و خدمات گردشگری در مناظر و اماکن تفریحی روستاهای هدف برای رقابت با سایر تفریحگاه‌های مجاور روستاها
- ✓ تنوع بخشی و افزایش برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی، ویژگی‌های معماری و آداب و رسوم منطقه و شرکت فعالانه در جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های مختلف
- ✓ پایین آوردن قیمت خدمات و کالا و اجاره‌های مسکن به منظور رفاه بیشتر برای گردشگران
- ✓ تهیه دفترچه‌های راهنما و معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری

* **راهبردهای رقابتی-تهاجمی SO:** در این راهبرد تمرکز بر نقاط قوت دورنی و فرصت‌های بیرونی استوار است. تمام سیستم‌ها خواهان وضعیتی هستند که قادر باشند همزمان قوت و فرصت‌های خود را به حداکثر برسانند. راهبرد تهاجمی یک راه حل کنشگر است، در چنین وضعیتی سازمان با استفاده از نقاط قوت خویش برای گسترش بازار تولیدات و خدمات خود گام برمی‌دارد. راهکارهایی جهت بهره‌برداری از برتری‌های موجود به منظور توسعه‌ی گردشگری بومی در شهرستان مطالعه شده ارائه می‌شود.

- ✓ ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در منطقه
- ✓ بهسازی جاده‌ها و نصب علائم راهنمایی و رانندگی
- ✓ استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه به منظور ایجاد تشکل‌های تعاونی مردمی و همچنین ترویج و آموزش گردشگری از طریق نشست‌ها و جلسات مختلف با مردم منطقه
- ✓ بازاریابی و تبلیغات و تهیه برنامه
- ✓ برپایی جشنواره‌های بومی و محلی با توجه به فرهنگ غنی
- ✓ توسعه صنایع دستی محلی و ایجاد انجمن‌های فرهنگی، جهت ایجاد انگیزه و حفظ صنایع
- ✓ توجه ویژه به پتانسیل‌های گردشگری در روستا جهت ایجاد کار و جلوگیری از مهاجرت
- ✓ تلاش به منظور ایجاد اقامت‌گاه‌های موقت (کمپینگ) و دائم (متل و هتل)
- ✓ تاکید بر بهره‌برداری از منابع و جاذبه‌های موجود و بلااستفاده توریستی همچون فضای سبز، رودخانه‌ها، ارتفاعات، آیین‌های باستانی و ... در راستای ایجاد اشتغال و افزایش درآمد عمومی
- ✓ مشارکت دادن هر چه بیشتر جامعه محلی در برنامه‌های گردشگری، به منظور بهرمنند شدن آنها از منافع حاصل از گردشگری و ایجاد دید مثبت بین آنها نسبت به گردشگری و در نتیجه حمایت از برنامه‌های توسعه گردشگری.
- ✓ زمینه‌سازی مناسب جهت سرمایه‌گذاری‌های افراد مختلف در روستاهای هدف گردشگری

* **راهبرد بازنگری WO:** در راهبردهای بازنگری ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف و رفع آسیب‌پذیری نواحی گردشگری روستایی می‌باشد. یک سازمان ممکن است در محیط خارجی خود متوجه وجود فرصت‌هایی شود، ولی به واسطه‌ی ضعف‌های خود قادر به بهره‌برداری از آنها نباشد، به این منظور راهکارهایی در ذیل اشاره می‌گردد.

- ✓ آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در نحوه‌ی برخورد با گردشگر به منظور جلوگیری از تعارض بین گردشگران و مردم منطقه
- ✓ استفاده از توان مشارکتی بومیان منطقه جهت جذب گردشگران و استفاده از توانهای بالقوه محیطی جهت توسعه گردشگری و جذب گردشگر
- ✓ بازنگری و توسعه‌ی نهادها و سازمان‌های مرتبط در منطقه‌ی مطالعه شده برای آموزش مردم و گردشگران به منظور بهره‌گیری بهینه و هدفمند از منافع و آثار مثبت گردشگری
- ✓ آگاه نمودن بومیان از عواید ورود گردشگر به روستاهای شهرستان

- ✓ تلاش جهت کسب اعتبارات عمرانی برای جلوگیری از تخریب بافت و معماری روستاها
- ✓ تبلیغات و شناساندن جاذبه‌های گردشگری روستا
- ✱ **راهبردهای تدافعی wt:** هدف کلی راهبردهای دفاعی، کاهش ضعف‌های سیستم برای کاستن و خنثی‌سازی تهدیدها است که بر این اساس راهکارهای زیر ارائه می‌شود:
 - ✓ تدوین مقررات و ضوابط ویژه به منظور استفاده‌ی بهینه از جاذبه‌ها و دما‌ت گردشگری روستاها برای گردشگران جهت جلوگیری از تخریب و از بین رفتن این منابع در این نواحی
 - ✓ جلب مشارکت‌های مردمی در ترویج، حفاظت و بهره‌مندی پایدار از منابع طبیعی و تاریخی- فرهنگی و بومی گردشگری منطقه
 - ✓ برنامه‌ریزی جهت حفظ و احیای آثار معنوی، تاریخ، آداب و رسوم و فرهنگ خاص مناطق مختلف شور در جهت جلوگیری از اضمحلال آنها
 - ✓ برگزاری سمینارها و همایش‌ها در جهت توسعه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری بومی روستایی توسط سازمان میزات فرهنگی و گردشگری در منطقه مورد مطالعه
 - ✓ تدوین بورشورهایی در زمینه معرفی پتانسیل‌های موجود در منطقه جهت توسعه گردشگری بومی با تاکید بر احیا و حفظ آیین‌های بومی
 - ✓ فرهنگ‌سازی و توسعه فرهنگ مشارکت و آگاهی بخشی به روستاییان جهت توسعه گردشگری

پیشنهادات

منطقه گردشگری سوادکوه یکی از شهرستان‌های استان مازندران در شمال ایران است که در ناحیه البرز مرکزی و در مجاورت استان سمنان قرار گرفته است که با توجه به پتانسیل‌های موجود در آن می‌تواند در سال‌های آتی یکی از مناطق اصلی گردشگری استان باشد که برای رسیدن به این هدف اجرای طرح آماده‌سازی منطقه گردشگری بومی- محلی روستایی سوادکوه، اصلاح جاده‌های منتهی به این منطقه و احداث محل اقامتی مناسب از برنامه‌های اولویت- دار بوده، نیاز است با اطلاع‌رسانی مناسب و فراهم کردن جاذبه‌های گردشگری حضور مردم در این منطقه را پررونق‌تر نمود. در ذیل سعی گردیده با ارائه برخی پیشنهادات زمینه جهت توسعه گردشگری بومی روستایی بهبود یابد:

- ✓ هماهنگی بین سازمان‌های گردشگری با دیگر ارگان‌ها و مشارکت دادن مردم در امر تصمیم‌سازی و خلق ایده‌های جدید با توجه به پتانسیل‌های بومی جهت جذب گردشگر
- ✓ تدوین تقویم فرهنگی استان برای تعیین زمان و مکان هر جشنواره بومی - محلی و معرفی به گردشگران
- ✓ حفظ و بازسازی بافت و معماری قدیمی روستاها در راستای توسعه گردشگری پایدار
- ✓ سرمایه‌گذاری مناسب در بخش فرهنگی و آموزشی مردم جهت برقراری مناسب گردشگران با برگزاری جشنواره‌ها و تبلیغات گسترده

- ✓ بهبود تاسیسات و تسهیلات اقامتی و پذیرایی و ایجاد کمپ‌های اقامتی موقت ارزان قیمت در مناطق بکر و طبیعی
- ✓ تبلیغات برای شناساندن جاذبه‌های جهانگردی بومی روستاها شهرستان سوادکوه به گردشگران از طریق چاپ و انتشار پوسترهای مختلف
- ✓ تبلیغات و بهره‌گیری از اطلاعات بومیان منطقه جهت معرفی مکان‌ها و آیین‌های مختلف منطقه به گردشگران غیر بومی، جهت ماندگاری بیشتر گردشگران در منطقه.
- ✓ تهیه فیلم‌های کوتاه از آیین‌های بومی و محلی و جاذبه‌های طبیعی منطقه مورد مطالعه و پخش آن از طریق سیمای استان و سراسری و ارسال آن به جشنواره‌های منطقه‌ای و ملی و در صورت امکان فراملی
- با توجه به نتایج فوق و در اهمیت توجه به توریسم فرهنگی، ضرورت توجه به این بُعد از صنعت اقتصادی- فرهنگی، باید همگام با کشورهای توسعه یافته، قدم‌های بلند و رو به ترقی را برداشت تا شاهد پیشرفت همه جانبه کشور بود. در این میان شهرستان سوادکوه در استان مازندران در زمره مقصدهایی است که بدلیل بهره‌مندی از فرهنگ و آیین‌های فولکلور، ویژه می‌تواند در مقوله توریسم فرهنگی- مذهبی بسیار فعال باشد و در جذب گردشگران مشتاق به شناخت به دیگر فرهنگ‌ها که ریشه در باورها و اعتقادات یک جامعه دارند نقش بسزایی ایفا کند. نتایج حاصل از مشاهدات میدانی بیانگر این حقیقت است که این شهرستان با دارا بودن جاذبه‌های فراوان فرهنگی، تاریخی، مذهبی و قدمت تاریخی زیاد آن، از محرومیت‌های گسترده‌ای رنج می‌برد که ریشه بسیاری از آن‌ها ضعف بنیان‌های اقتصادی خانوار است. در این شرایط و با توجه به پتانسیل‌های گردشگری شهرستان، این سؤال مطرح می‌شود که چه عامل یا عواملی باعث شده که این شهرستان علی‌رغم برخورداری از امکانات توسعه صنعت گردشگری که امروزه تبدیل به یکی از بخش‌های اقتصادی و پردرآمد جهان شده، از مواهب آن بی‌بهره بماند؟ و از چه روشی می‌توان این صنعت نوپا و سودآور را در شهرستان توسعه داد؟ با توجه به اهمیت این مسئله، مطالعه حاضر به این موارد در راستای توسعه پایدار روستایی و منطقه‌ای محدوده پژوهش پاسخ گفته است.

References

- Blokabashi, A., (2004). *Palm Trees, An Illustration of the Immortality of Martyrs' Life*, [In Persian], The Office of Cultural Research, Tehran.
- Christine Saint, A., (1990). *Iran during Sassanian*, [In Persian], translated by Rashid Yasemi, 6th edition, Tehran: World of Books.
- Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization of Mazandaran Province., (2011). [In Persian]
- Dos Weil, R., (2007). *Tourism Management Basics, Strategy and Works*, [In Persian], Translators Seyyed Mohammad Arabi and Davoud Izadi, Fourth Edition, Tehran: Publications Office of Cultural Studies.
- Ghadiri, I., Ezzati, E., & Hafizizadeh, S., (2009). Strategies for using the Tasooa and Ashura ceremonies as potential cultural-religious tourism in the central part of Tehran, [In Persian], *Geographic Space Magazine*, Vol.9, No. 28: 101-75
- Gomes, S., (2005). Fatina: Religious tourism in a Sanctuary-City.
- ICEP (1997). "Turismo Religions", *Tourism- Mercados Emissores*, n12.
- Mahdi, A., (2011). *An Investigation and Analysis of Health and Access to Health Indicators in Marginal Sites, Case, Shadqoli Khan District, Qom City*, [In Persian], Master's Degree, Faculty of Geography, University of Tehran.

- Mason, P., (2011). *Tourism Effects, Planning and Management*, [In Persian], Translators Roozbeh Mirzaei and Puneh Torabian, Second Edition, Tehran: Terme Publishing.
- Mazandaran Governorate., (2016). [In Persian]
- Mazandaran Organization for Management and Planning, Social and Economic Report of Savadkooh, Deputy Directorate for Coordination and Planning, (2015). [In Persian]
- Mcintosh, W., Robert, Charles R. Golden., (1995), *Tourism Principles, Practices, Philosophies*.
- Niyazi, M., Salehi, A, & Kermani Nasrabadi, M., (2010). *Tourism Anthropology*, [In Persian], First Edition, Tehran: Sokhnaran Publications..
- Ranjbarian, B, Zahedi, M., (2008). *Tourism Recognition*, [In Persian], Isfahan: Chaharbagh Publications.
- Rezvani, A,A., (2006). *Geography and Tourism Industry*, [In Persian], Seventh Edition, Tehran: Payame Noor Publications.
- Sadr Moussavi, M, & Kahnmouei, J., (2007). Assessment of the status of tourism facilities of East Azarbaijan from the viewpoint of tourists, [In Persian], *geographic research*, NO 61: 129-143.
- Statistics Center of Iran (2006). [In Persian]
- Stelaghi, A, & Khosh-Nit Bayani, M., (2012). Recognition of Tourism Capabilities and Providing Optimal Models of Tourism Development from the Point of View of Applied Geography (Case Study, Ray City), [In Persian], *Journal of the Iranian Geographic Society*, Vol. 10, No. 34: 275-251.
- UNWTO(2007), *Tourism Highlights 2007 Edition*, Available in "www.unwto.com.
- WTO (2006): *yearbook of tourism statistics*, Vol 3.
- Yousefi, F., (2001). *Culture and Traditions of Savadkouh*, [In Persian], First Edition, Sari: Cultural Research Publishing.
- <http://www.hawzah.net/FA/MagArt.htm>.
- <http://tabarestan.4t.com/township.htm>.
- <http://www.gtalk.ir>.