

نقش توان‌ها و قابلیت‌های گردشگری در توسعه شهری

مطالعه موردی منطقه ۲۲ شهر تهران

زینب ازی محمد^۱

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

مجید ولی شریعت پناهی

دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره)، تهران، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۰۴/۲۶

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۰۲/۰۱

چکیده

تحقیق حاضر با هدف شناسایی توان‌ها و قابلیت‌های صنعت گردشگری در رابطه با توسعه شهری در منطقه ۲۲ تهران انجام شده است. این منطقه در شمال کوهستان البرز مرکزی در شرق با حریم رودخانه کن جنوب با آزاد راه تهران کرج و در غرب به جنگل‌های دست کاشت وردآورد محدود می‌شود. این منطقه با مناطق ۵ و ۲۱ شهر تهران همجوار است. آنچه که این منطقه را از دیگر منطقه‌ها متمایز می‌کند این است که در آینده نزدیک قرار است به قطب گردشگری شهر تهران تبدیل شود. سوال اصلی این است که قابلیت‌های گردشگری منطقه ۲۲ شهر تهران کدامند و چه راهکارهایی جهت سهولت دسترسی آسان به قطب‌های گردشگری منطقه ۲۲ شهر تهران می‌توان پیدا کرد؟ روش تحقیق، توصیفی برای بیان وضع موجود، علی برای کشف و درک دلایل و موردی-زمینه‌ای برای بیان وضع یک محدوده (منطقه ۲۲ شهر تهران) می‌باشد. در نتیجه با توجه به مطالعه‌ای که از ساکنین و گردشگران منطقه ۲۲ شهر تهران انجام شد، اکثریت قابل توجه مردم تاکید بر این دارند که این منطقه مکانی برجسته و استثنایی و دارای هوایی به مراتب بهتر از مرکز شهر است. خصوصاً ایجاد مراکز جدید گردشگری مانند دریاچه شهدای خلیج فارس، آبشار تهران و بوستان جوانمردان ایران و همچنین ساخت ادامه بزرگراه شهید همت که یکی از دسترسی‌های مهم به سمت غرب است، همه مویده این موضوع می‌باشد که در زمان حال و آینده این منطقه مقصد گردشگران تهرانی و شهرستانی است و در صورت تبلیغات رسانه‌ای حتی قابلیت و پتانسیل این را دارد که پذیرای گردشگران خارج از کشور نیز باشد.

واژگان کلیدی: قابلیت‌های گردشگری، قطب‌های گردشگری، توسعه شهری، منطقه ۲۲ تهران

مقدمه

کارشناسان اقتصاد منطقه ای، گردشگری را به عنوان تنها عامل استقرار منابع و توسعه مناطق کمتر توسعه یافته معرفی نموده‌اند. کشور ما نیز توانایی‌های نهفته قابل توجهی را برای توسعه گردشگری داراست و با عنایت به اهمیت گردشگری در اقتصاد جهانی و عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی به ناچار توجه به این بخش در ایران اساسی می‌باشد.

در حال حاضر مدیریت رایج در کشور ما مدیریت سنتی است. در بخش گردشگری نیز چنین وضعیتی مشهود است. حرکت از مدیریت سنتی به سمت مدیریت مدرن و عملی هنوز در کشور ما و به خصوص در بخش دولتی و عمومی تحقق نیافته است.

حال با توجه به زندگی در استرس، دود و هیجانات کاذب شهری به نظر میرسد که تهران به یک ریه تنفسی جدید نیاز داشت که منطقه ۲۲ از منطقه ۵ تهران تفکیک شد و به عنوان یک منطقه جدید معرفی شد. با توجه به بیماری‌های مبتلا به شهروندان ایرانی و با توجه به مشکلات مسافرت‌های طولانی اینگونه به نظر میرسد که با طی مسیر کوتاه از تمام نقاط شهر تهران از طریق دسترسی‌های اتوبان‌های امام علی، یادگار امام، شیخ فضل الله نوری و... و توسط اتوبان‌های شهید همت، حکیم و نیایش وهم چنین توسط دسترسی بسیار عالی اتوبان بزرگ آزادگان به این منطقه، امکانی فوق العاده برای شهروندان تهرانی است که بدون سفر به شهرستان‌های دور، آب و هوایی استثنایی را تجربه کنند. حال با این مقدمه باید دریافت با توجه به تاریخ و پیشینه ی فرهنگی و توانمندی‌ها و قابلیت‌های انسانی، محیطی و اجتماعی خودمان میتوانیم در توسعه شهری و گردشگری اقدام نماییم.

همان گونه که میدانیم هر گونه رشد و پیشرفت در هر زمینه‌ای باید تابع قوانین علمی و پایه دار باشد. تاکید اینجانب بر روی کلمه پایدار است که با توسعه مناطق گردشگری به قسمت‌ها و اجزای دیگر بدنه ی شهری لطمه وارد نشود. در اینجا ذکر نکاتی لازم و ضروری است که با افزایش جمعیت و تردد بیش از اندازه در این منطقه متاسفانه اتفاقات بدی در حال وقوع است که از آن جمله می‌توان کاهش حجم باغات کن در همجواری منطقه ۲۲، ساخت و سازها و برج سازی‌های بی رویه و افسار گسیخته و نبود امکانات بهداشتی و بیمارستان‌های لازم را نام برد.

حال با توجه به نکات ذکر شده سوال ما این است که قابلیت‌های گردشگری منطقه ۲۲ شهر تهران کدامند و چه راهکارهایی جهت سهولت دسترسی آسان به قطب‌های گردشگری منطقه ۲۲ شهر تهران می‌توان پیدا کرد و در مجموع چگونه می‌توان گردشگری را در منطقه ۲۲ گسترش داد؟

روش تحقیق، توصیفی برای بیان وضع موجود، علی برای کشف و درک دلایل و موردی- زمینه‌ای برای بیان وضع یک محدوده(منطقه ۲۲ شهر تهران) می‌باشد.

جامعه آماری، جمعیت ساکن در منطقه ۲۲ می‌باشد که با شروع تحقیق پس از روشن شدن حجم جامعه آماری کل از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی اقدام به نمونه‌گیری شده و جهت تعیین حجم نمونه نیز از روش‌های آماری توصیفی (جدول، نمودار، تحلیل)، آمار استنباطی (نرم افزار spss، آزمون chi-square) و مدل SWOT استفاده می‌شود.

تعریف گردشگری

گردشگری یک پدیده چند عاملی است که حرکت از محل اقامت معمول و ماندن در آن جا را شامل می‌شود؛ مقایسه عناصر پویا و ایستا و نتایج آنها. (Mathieson, A and Wall, G, 1982)

تعریف گردشگر

گردشگر فردی است که برای مدت زمانی، دست کم یک شب و کمتر از یک سال متوالی، به کشوری غیر از وطن یا محل سکونت معمولی خود مسافرت می‌کند و هدف او کار کردن و کسب درآمد نیست (UNWTO).

اهمیت گردشگری

در سال‌های اخیر گردشگری به عنوان صنعت بدون دود، منبع درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود و تنظیم موازنه بازرگانی و تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها شده است (Lea and John, P, 1940).

بازاریابی گردشگری

بازاریابی گردشگری یک روند مدیریت فنی شامل پیش‌بینی نیازها و جلب رضایت گردشگران فعلی و آتی است، به طوری که شرکت‌های مسافرتی و عرضه‌کنندگان را در رقابت با یکدیگر قرار داده است (Pender, 1999).

تفاوت‌های گردشگری و جهانگردی

جهانگردی در قیاس با گردشگری، هیچ شباهتی را باز نمی‌نماید. هرکدام از این دو پدیده هرچند در پیرامون صورتبندی خود کنش‌پذیری جغرافیایی را در برمیگیرند ولی هریک دارای یکتاگونگی خاص خود در فضای سنتی و مدرن می‌باشند. جهانگردی برآمده از نیازهای جوامع سنتی در حال تکامل است و بیرون از انگیزه‌های فردی قرار دارد. از آن روکه در جوامع سنتی زندگی شخصی همیشه تابعی از زندگی اشتراکی و جمعی می‌باشد و تنها ارزش‌های اشتراکی جامعه سنتی تعیین‌کننده نوع اعتقاد و ارزش‌های فردی‌اند (Nabavi, S, 79:1351). جهانگردی نیز به تبع در این چارچوب قرار می‌گیرد و به عنوان یک امر اقتصادی - اجتماعی، بازتابنده نیازهای اشتراکی جوامع می‌باشد و از حیطه فردی خارج است. در حالی که گردشگری در انگیزه فردی و بر پایه فردانیت خاص مدرن شکل می‌گیرد. سفر در گردشگری امر کاملاً فردی و مربوط به انگیزه‌های شخصی است.

رابطه میان گردشگری و توسعه شهری

روند نوگرایی یا مدرنیزاسیون که از اواسط قرن هجدهم با تمرکز سرمایه‌گذاری در شهرها و افزایش جمعیت و ساختار فیزیکی آنها همراه بود، توسعه شدید شهرنشینی را به دنبال داشت. این روند هر چند مزایا و شرایط رفاهی مناسبی را در شهرها فراهم آورد، اما خود باعث مشکلاتی مانند آلودگی، ازدحام جمعیت و غیره گردید. در چنین فضایی افزایش و توسعه وسایل حمل و نقل، کاهش ساعات کار و افزایش دستمزدها که حاصل ماشینی شدن زندگی شهری بود، زمینه‌های گذران اوقات فراغت و روند گریز از محیط‌های شهری را مهیا نمود. این امر منجر به توسعه شهرنشینی و رشد گردشگری به طور همگام گردید (Kaplan and al, 2004).

نظریه مکتب کلاسیک و نئو کلاسیک در ارتباط با گردشگری

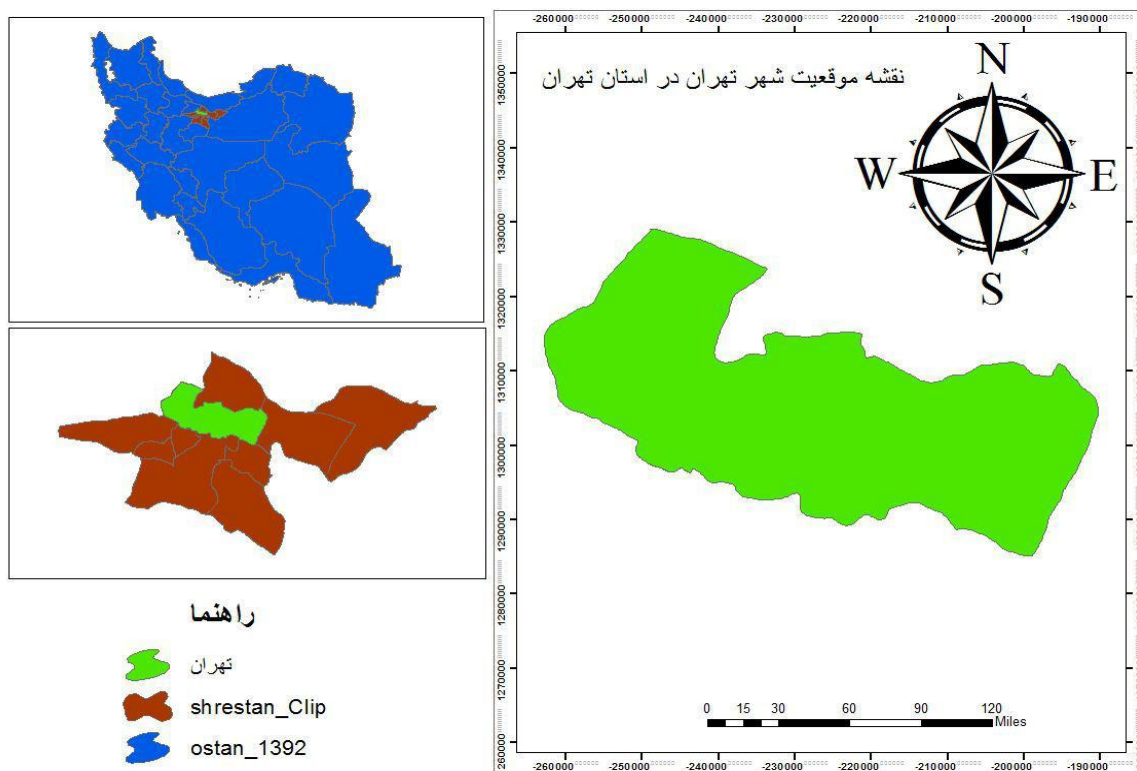
با توجه به یکی بودن اصول و پایه‌های مکتب کلاسیک و نئوکلاسیک و باور هر دو مبتنی بر عدم دخالت دولت، مواضع این مکاتب در خصوص صنعت گردشگری و سازوکارهای آن مواضع واحدی خواهد بود. در واقع نظر پیروان این مکاتب در مورد این صنعت با توجه به اصول کلی آنان مبتنی بر عدم دخالت دولت، خصوصی سازی، پیروی از اصل بازار آزاد و رقابت کامل می‌باشد (Akbarpoor, M and Noorbakhsh, M, 2010).

نظریه نئولبرال و اقتصاد بازار آزاد و گردشگری

این مکتب نیز با پررنگ کردن نقش دولت به شکل انحصاری، صدمات زیادی را به آزادی‌های اقتصادی وارد نموده و کلاسیک‌ها یا همان لیبرال‌های سنتی با شعار آزادی نامحدود، در بسیاری از موارد شرایط رقابت کامل را از بین بردند (Akbarpoor, M and Noorbakhsh, M, 2010).

موقعیت جغرافیایی شهر تهران

شهر تهران در شمال ایران، در کوهپایه‌های جنوبی رشته کوه البرز در حد فاصل طول جغرافیایی ۵۱ درجه و ۲ دقیقه شرقی تا ۵۱ درجه و ۳۶ دقیقه شرقی، به طول تقریبی ۵۰ کیلومتر و عرض جغرافیایی ۳۵ درجه و ۳۴ دقیقه شمالی تا ۳۵ درجه و ۵۰ دقیقه شمالی به عرض تقریبی ۳۰ کیلومتر گسترده شده است. ارتفاع شهر در بلندترین نقاط شمال به ۲۰۰۰ متر و در جنوبی‌ترین نقاط به ۱۰۵۰ متر از سطح دریا می‌رسد. تهران از شمال به نواحی کوهستانی، از جنوب به نواحی کویری منتهی شده، در نتیجه در جنوب و شمال دارای آب و هوایی متفاوت است. نواحی شمالی از آب و هوای سرد و خشک و نواحی جنوبی از آب و هوای گرم و خشک برخوردارند (www.tehran.ir).



نقشه شماره ۱- موقعیت شهر تهران در استان تهران و کشور ایران

Source: Research findings

موقعیت جغرافیایی منطقه ۲۲ تهران

منطقه ۲۲ با وسعت ۶ هزار هکتار محدوده شهری و ۳۲ هزار هکتار حریم از شمال به ارتفاعات کوهپایه‌های البرز، از شرق به بوستان جوانمردان (مسیل کن)، از جنوب به آزادراه تهران - کرج و از غرب به حوزه استحفاظی شهرستان کرج محدود میگردد. این منطقه بزرگترین منطقه شهر تهران بوده و ده درصد از مساحت کل پایتخت را در بردارد. منطقه ۲۲ شهرداری تهران، بین طولهای شرقی "۵۱° ۵' ۱۰" تا "۵۱° ۲۰' ۴۰" و عرضهای شمالی "۳۵° ۳۲' ۱۶" تا "۳۵° ۵۷' ۱۹" در قسمت شمال غربی شهر تهران و در پایین دست حوضه آبریز رودخانه کن و وردیج واقع شده است (www.region22.tehran.ir).



نقشه شماره ۲- منطقه ۲۲ شهر تهران

Source: www.region22.tehran.ir

جمعیت

جدول شماره ۱- پارامترهای جمعیتی و تعداد خانوار مناطق منتخب شهرداری تهران در سال ۱۳۸۹

منطقه	میزان جمعیت	تعداد خانوار	سهم جمعیتی	سهم خانواری	بعد خانوار
منطقه ۲۲	۱۱۳۲۶۲	۳۰۲۷۶	۱.۳۸%	۱.۲۸%	۳.۷

Source: www.tehran.ir

مراکز مهم گردشگری منطقه ۲۲

پارک جنگلی چیتگر

پارک چیتگر با مساحت تقریبی ۹۵۰ هکتار از دیرباز مرکز جذب جمعیت جهت گذراندن اوقات فراغت ساکنان شهرتهران بوده است (www.region22.tehran.ir).

آبشار تهران

نشانی: ۳۵ متری شمال بزرگراه شهید خرازی، ارتفاعات شمال غرب بوستان جنگلی لتمامال کن
مساحت: حدود ۷۰ هکتار (۸۵٪ فضای سبز و ۱۵٪ برکه، آبراه و معابر) (www.region22.tehran.ir).

بوستان جوانمردان ایران

محل استقرار: حد فاصل بزرگراه شهید همت و شهید حکیم

وسعت در منطقه ۲۲ و ۵:۶۶ هکتار

وسعت در منطقه ۲۲: ۳۶ هکتار (www.region22.tehran.ir).

دریاچه شهدای خلیج فارس

اهداف اصلی طرح:

- افزایش توان اکولوژیکی منطقه

- تلطیف هوای منطقه ۲۲ و حوزه غرب تهران

- توسعه فضای تفریحی و تفریحی در شهر تهران

- احداث و توسعه فضای سبز ویژه شهری (www.region22.tehran.ir).

باغ موزه گیاه شناسی (باغ ملی ایران)

باغ گیاهشناسی از بیش از سه هزار گونه از انواع گیاهان از قبیل درخت، درختچه، پیچ، بوته و پیاز و... تشکیل شده و علاوه بر اهداف تحقیقاتی و علمی که دارد با هدف آموزش برای ارائه خدمات آموزشی فرهنگی به شهروندان سازماندهی شده است (www.region22.tehran.ir).

مجموعه ورزشی آزادی

مجموعه ورزشی آزادی به منظور برگزاری هفتمین دوره بازیهای آسیائی تهران در سال ۱۳۵۳ و در استانداردهای بین المللی و با مساحت ۴۶۰ هکتار در غرب تهران احداث گردید.

این مجتمع بزرگ ورزشی علاوه بر قابلیت اجرای اکثر رشته‌های ورزشی، محلی مناسب برای برگزاری جشن‌ها و گردهمایی‌ها و مراسم‌های مختلف و همچنین تشکیل اردوهای ورزشی میباشد (www.region22.tehran.ir).

پروژه‌های در دست ساخت

شهرسازی هزار و یک شهر (تهران لند)

این پروژه بزرگترین شهرسازی کشور است که با سرمایه گذاری بخش خصوصی و با استفاده از دانش و تکنولوژی روز دنیا به عنوان یک اکو پارک ویژه ساخته خواهد شد (www.region22.tehran.ir).

آزادراه تهران - شمال

پروژه آزادراه تهران - چالوس به منظور تأمین ارتباط مطمئن، سریع و ارزان بین منطقه شمالی و مرکزی کشور و سهولت ارتباط با کشورهای همسایه شمالی در حال اجراست (www.region22.tehran.ir).

مراکز بزرگ خرید تات مال

تالارشهر

مجتمع تجاری خدماتی المپیک

مجموعه سوارکاری ابرش

مجتمع تجاری اداری ساحل (www.region22.tehran.ir).

نتایج بحث

برای نمونه‌گیری در این تحقیق دو گروه پاسخ‌دهنده در نظر گرفته شده است. گروه اول شامل ۱۰۰ نفر ساکن منطقه و گروه دوم شامل ۱۰۰ نفر گردشگر منطقه می‌باشد. سوالات پرسش‌نامه به شرح زیر است:

تحلیل توصیفی یافته‌ها

روش توصیفی

الف. آمار توصیفی

در این قسمت نتایج حاصل نمونه‌گیری از طریق جدول و نمودار بررسی می‌شود و تحلیل توصیفی روی آن انجام می‌شود.

جدول و نمودار مربوط به پاسخ ساکنین منطقه (تعداد افراد در این نمونه‌گیری تصادفی برابر با ۱۰۰ نفر است).
سوالات

۱. به نظر شما توسعه گردشگری در منطقه ۲۲ چه تاثیری در افزایش اشتغال در سطح منطقه دارد؟
۲. از نظر شما ایجاد دریاچه شهدای خلیج فارس تا چه حد در توسعه صنعت گردشگری در منطقه تاثیر داشته است؟

۳. شما تا چه حد با حضور گردشگران در منطقه موافق هستید؟

۴. به نظر شما حضور گردشگران در منطقه تا چه حد باعث توسعه فرهنگ در سطح منطقه شده است؟

۵. به نظر شما وجود پارک جنگلی چیتگر به عنوان قدیمی‌ترین عنصر گردشگری منطقه تا چه اندازه در رشد اقتصادی منطقه داشته است؟

۶. شما تا چه میزان ارائه خدمات و امکانات گردشگری را به گردشگران منطقه مفید می‌دانید؟

۷. به نظر شما گسترش اماکن اقامتی در سطح منطقه چه میزان بر توسعه صنعت گردشگری منطقه تاثیر مثبت می‌گذارد؟

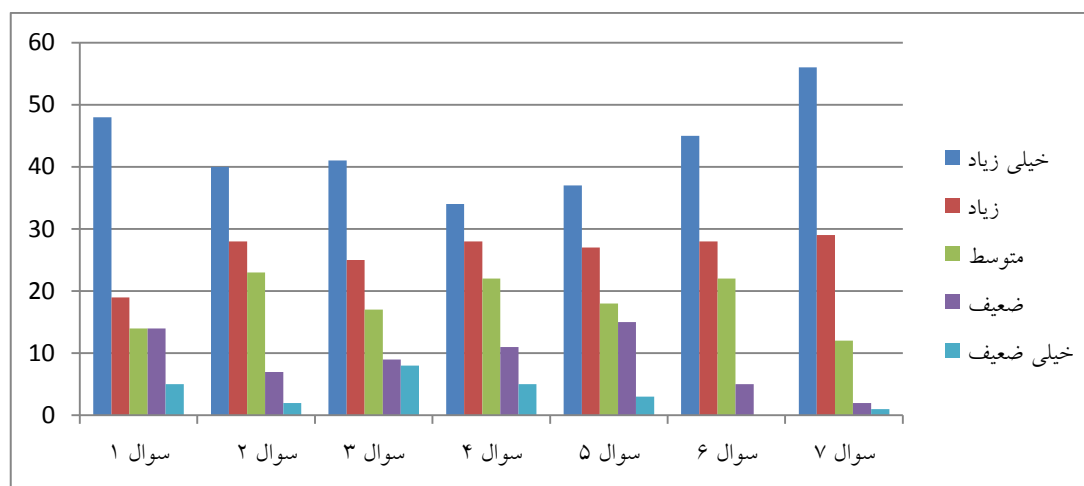
پاسخ آنها به شرح زیر بوده است:

جدول شماره ۲- پاسخ ساکنین منطقه به سوالات پرسش نامه اول

سوال	خیلی زیاد		زیاد		متوسط		ضعیف		خیلی ضعیف	
	تعداد	درصد پاسخ دهندگان	تعداد	درصد پاسخ دهندگان	تعداد	درصد پاسخ دهندگان	تعداد	درصد پاسخ دهندگان	تعداد	درصد پاسخ دهندگان
سوال ۱	۴۸ نفر	۴۸٪	۱۹ نفر	۱۹٪	۱۴ نفر	۱۴٪	۴ نفر	۴٪	۵ نفر	۵٪
سوال ۲	۴۰ نفر	۴۰٪	۲۸ نفر	۲۸٪	۲۳ نفر	۲۳٪	۷ نفر	۷٪	۲ نفر	۲٪
سوال ۳	۴۱ نفر	۴۱٪	۲۵ نفر	۲۵٪	۱۷ نفر	۱۷٪	۹ نفر	۹٪	۸ نفر	۸٪
سوال ۴	۳۴ نفر	۳۴٪	۲۸ نفر	۲۸٪	۲۲ نفر	۲۲٪	۱۱ نفر	۱۱٪	۵ نفر	۵٪
سوال ۵	۳۷ نفر	۳۷٪	۲۷ نفر	۲۷٪	۱۸ نفر	۱۸٪	۵ نفر	۵٪	۳ نفر	۳٪
سوال ۶	۴۵ نفر	۴۵٪	۲۸ نفر	۲۸٪	۲۲ نفر	۲۲٪	۵ نفر	۵٪	۰ نفر	۰٪
سوال ۷	۵۶ نفر	۵۶٪	۲۹ نفر	۲۹٪	۱۲ نفر	۱۲٪	۲ نفر	۲٪	۱ نفر	۱٪

جمع: ۱

Source: Research findings



نمودار شماره ۱- پاسخ ساکنین منطقه به سوالات پرسش نامه اول

Source: Research findings

در این نمونه‌گیری، اکثر پاسخ دهندگان ساکن منطقه ۲۲ یعنی ۴۸٪ آنها تاثیر توسعه گردشگری را در افزایش اشتغال منطقه بسیار زیاد دانستند و بیشتر تاکیدشان روی افزایش املاک‌ها و رستوران‌ها در سطح منطقه بود.

همانطور که میدانیم ایجاد دریاچه شهدای خلیج فارس در منطقه تاثیر بسیار زیادی در توسعه گردشگری داشته و تنها ۹٪ پاسخ دهندگان با این موضوع موافق نبودند و تاثیر ایجاد دریاچه در منطقه را در توسعه گردشگری، ضعیف و خیلی ضعیف دانستند.

اکثر ساکنان منطقه با وجود گردشگران در منطقه موافق بودند اما درصد کمی از آنها هم با این مسئله مخالف بودند. این افراد خواستار دنج و آرام و بکر باقی ماندن منطقه هستند و وجود گردشگران را مزاحم آرامش خود و منطقه می‌دانند.

جدول‌ها و نمودارهای مربوط به پاسخ گردشگران منطقه (تعداد افراد در این نمونه‌گیری تصادفی برابر با ۱۰۰ نفر است).

۱. شما تا چه اندازه از جاذبه‌های گردشگری منطقه ۲۲ استفاده می‌کنید؟

جدول شماره ۳- اهمیت جاذبه‌های گردشگری از نظر گردشگران

سوال ۱	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	ضعیف	خیلی ضعیف	وزن	
						درصد	تعداد
	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	درصد
	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	درصد
	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	درصد
	۸ نفر	۱۱ نفر	۴۳ نفر	۲۱ نفر	۱۷ نفر	۱۷ نفر	۱۱٪

Source: Research findings

۲. هزینه‌های گردشگری منطقه ۲۲ از نظر شما به چه صورت می‌باشد؟

جدول شماره ۴- میزان هزینه‌های گردشگری از دید گردشگران

سوال ۲	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	ضعیف	خیلی ضعیف	وزن	
						درصد	تعداد
	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	درصد
	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	درصد
	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	درصد
	۵ نفر	۲۶ نفر	۳۴ نفر	۲۳ نفر	۱۲ نفر	۱۲ نفر	۱۲٪

Source: Research findings

۳. میزان درآمد شما در چه میزان است؟

جدول شماره ۵- میزان درآمد گردشگران

سوال ۳	۰ تا ۵۰۰ تومان	۵۰۰ تا ۱۰۰۰ تومان	۱۰۰۰ تا ۲۰۰۰ تومان	۲۰۰۰ تا ۳۰۰۰ تومان	۳۰۰۰ تا ۴۰۰۰ تومان	۴۰۰۰ تا ۵۰۰۰ تومان	بالاتر	وزن	
								درصد	تعداد
	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	درصد	تعداد
	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	درصد	تعداد
	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	درصد	تعداد
	۳۳ نفر	۲۷ نفر	۱۱ نفر	۱۵ نفر	۱۴ نفر	۱۴ نفر	۱۴ نفر	۱۴٪	۱۳۱

Source: Research findings

۴. از نظر شما کدام یک از اماکن اصلی منطقه ۲۲ دارای جاذبه گردشگری بیشتری است؟

جدول شماره ۶- میزان علاقه متدی گردشگران به اماکن گردشگری

سوال ۴	پارک جنگلی چیتگر	آبشار تهران	دریاچه شهدای خلیج فارس	بوستان جوانمردان ایران	پارک جنگلی لتمان کن	وزن	
						درصد	تعداد
	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	درصد
	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	درصد
	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	درصد
	۱۶ نفر	۵ نفر	۶۵ نفر	۱۰ نفر	۴ نفر	۴ نفر	۴٪

Source: Research findings

۵. شما برای کدام یک از موارد زیر در زمینه گردشگری منطقه هزینه ی بیشتری را صرف می‌کنید؟

جدول شماره ۷- میزان هزینه برای موارد گردشگری از دید گردشگران

سوال ۵	تفریح	غذا	حمل و نقل	اقامت	تحقیق	وزن	
						درصد	تعداد
	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	درصد
	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	درصد
	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	درصد
	۵۰ نفر	۴۴ نفر	۳ نفر	۲ نفر	۱ نفر	۱ نفر	۱٪

Source: Research findings

۶. مدت اقامت شما در منطقه چه میزان است؟

جدول شماره ۸- مدت اقامت گردشگران در منطقه

چند ساعت	یک روز	چند روز	یک هفته	بیشتر از یک هفته
تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد
درصد	درصد	درصد	درصد	درصد
نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات
پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده
۹۵ نفر	۲ نفر	۰ نفر	۰ نفر	۳ نفر
٪۹۵	٪۲	٪۰	٪۰	٪۳
سوال ۶				۰.۲۰۹

Source: Research findings

۷. تبلیغات رسانه‌ای و دولتی در زمینه جاذبه‌های گردشگری منطقه ۲۲ چه میزان تاثیری در جذب شما در منطقه داشته است؟

جدول شماره ۹- تاثیر تبلیغات در جذب گردشگران

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	ضعیف	خیلی ضعیف
تعداد	تعداد	تعداد	تعداد	تعداد
درصد	درصد	درصد	درصد	درصد
نفرات	نفرات	نفرات	نفرات	نفرات
پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده	پاسخ‌دهنده
۷ نفر	۱۵ نفر	۱۰ نفر	۱۷ نفر	۵۱ نفر
٪۷	٪۱۵	٪۱۰	٪۱۷	٪۵۱
سوال ۷				۰.۰۹۰

Source: Research findings

نکته: جمع وزن سوالات مربوط به گردشگران هم مانند سوالات مربوط به ساکنین برابر ۱ می‌شود.

ب. تحلیل میدانی

طی تحقیقات میدانی و مصاحبه با ساکنین منطقه ۲۲ شهر تهران و هم چنین گردشگرانی که در این منطقه حضور داشتند، چندین نکته مهم و قابل توجه مشاهده شد. در زیر به طور مختصر به بیان آنها پرداخته می‌شود. اکثر ساکنین منطقه اعتراض شدیدی نسبت به بالا رفتن قیمت مسکن در منطقه داشتند و با اینکه خانه‌های خود نیز به طرز شگفت‌انگیزی گران شده بود، با این افزایش قیمت مخالف بودند و آینده اقتصادی جوانان خود را بسیار سخت دانستند.

روش تشریحی

در این تحقیق از مدل SWOT برای شناخت و تحلیل قوت‌ها و ضعف‌های درونی و فرصت‌ها و تهدیدهای بیرونی منطقه ۲۲ شهر تهران استفاده شده است.

جدول شماره ۱۰- ارزیابی نقاط قوت و ضعف ناشی از عوامل داخلی

نقاط قوت	عوامل	وزن	رتبه	نمره نهایی
۱	وجود فضای سبز بسیار زیاد	۰.۰۷۱	۴	۰.۲۸۴
۲	سرمایه گذاری‌های کلان در منطقه	۰.۰۵۳	۳	۰.۱۵۹
۳	وجود معابر باز و خیابان‌های پهن	۰.۰۷۱	۳	۰.۲۱۳
۴	وجود اماکن گردشگری بسیار	۰.۰۵۳	۴	۰.۲۱۲
۵	وجود راه‌های ارتباطی اصلی مثل اتوبان همت و حکیم	۰.۰۷۱	۳	۰.۲۱۳
۶	وجود اولین دریاچه مصنوعی شهر تهران در منطقه	۰.۰۷۱	۳	۰.۲۱۳
۷	پایین بودن هزینه‌های گردشگری	۰.۰۵۳	۴	۰.۲۱۲
۸	قطب بودن منطقه از لحاظ گردشگری	۰.۰۳۵	۳	۰.۱۰۵
۹	پیوستن منطقه به سازمان استاندارد جهانی	۰.۰۷۱	۴	۰.۲۸۴

۱۰	هوای بسیار مناسب و چندین درجه خنک تر نسبت به سایر مناطق تهران	۰.۰۱۷	۴	۰.۰۶۸
نقاط ضعف				
۱	نبود سیستم حمل و نقل عمومی به طور کافی	۰.۰۷۱	۲	۰.۱۴۲
۲	ساخت و سازهای بی رویه آپارتمان‌های مسکونی	۰.۰۵۳	۲	۰.۱۰۶
۳	عدم افتتاح به موقع جاده تهران شمال	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵
۴	تغییر مدیریت شهرداری و بخش‌های خدماتی	۰.۰۵۳	۲	۰.۱۰۶
۵	مخالفت برخی از ساکنین نسبت به حضور گردشگران در منطقه	۰.۰۵۳	۱	۰.۰۵۳
۶	کمبود اماکن اقامتی مثل هتل‌ها	۰.۰۱۷	۱	۰.۰۱۷
۷	کمبود مجتمع‌های تجاری و مراکز خرید	۰.۰۳۵	۲	۰.۰۷۰
۸	کمبود تبلیغات برای شناخت و گسترش گردشگری منطقه	۰.۰۱۷	۲	۰.۱۴۲
۹	عدم وجود امکانات و تسهیلات لازم و روزمره در منطقه	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵
جمع کل: ۱: جمع کل: ۵۰ جمع کل: ۲.۶۶۹				

Source: Research findings

چنانچه ملاحظه می‌شود امتیاز عوامل داخلی بیشتر از ۲.۵ (یعنی ۲.۶۶۹) بوده که این عدد بیانگر قوت داخلی سیستم می‌باشد.

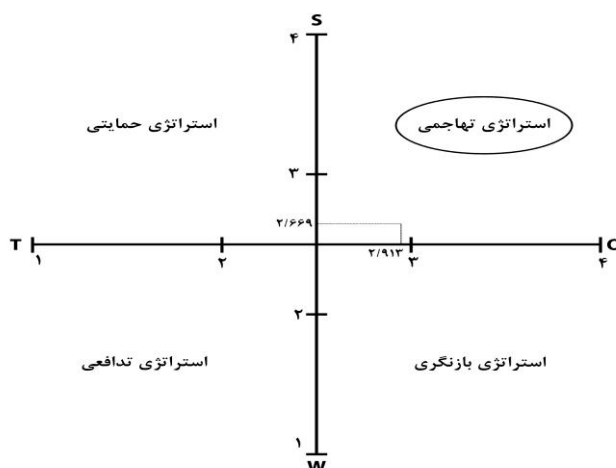
جدول شماره ۱۱- ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدها ناشی از عوامل خارجی

فرصت‌ها	عوامل	وزن	رتبه	نمره نهایی
۱	جذب سرمایه‌های بیرونی در مناطق تفریحی و گردشگری	۰.۱۴۲	۴	۰.۵۶۸
۲	وجود برج‌های مسکونی کنار دریاچه جهت سرمایه‌گذاری افراد و ارگانها	۰.۱۴۲	۳	۰.۴۲۶
۳	توسعه اشتغال به ویژه در املاک به دلیل خرید مسکن توسط افراد غیر بومی	۰.۱۰۷	۴	۰.۴۲۸
۴	توجه ویژه شهرداری به گسترش گردشگری در منطقه	۰.۱۴۲	۴	۰.۵۶۸
۵	وجود گردشگران خارجی و پر درآمد در منطقه	۰.۱۰۷	۳	۰.۳۲۱
تهدیدها				
۱	وجود بوستان نجح البلاغه در نزدیکی منطقه و دارا بودن امکانات و تسهیلات بیشتر نسبت به بوستان جوانمردان ایران	۰.۰۷۱	۱	۰.۰۷۱
۲	وجود پارک جنگلی کوهسار و جاده کن-سولقان در کنار منطقه	۰.۱۴۲	۲	۰.۲۸۴
۳	بهره‌برداری از منطقه چهارم آزاد راه تهران-شمال در چالوس و عدم بهره‌برداری به موقع منطقه اول این پروژه در منطقه	۰.۰۳۵	۲	۰.۰۷۰
۴	ورود افراد غیر بومی برای ارائه خدمات به گردشگران	۰.۰۳۵	۱	۰.۰۳۵
۵	تحت شعاع قرارگرفتن فرهنگ ساکنین منطقه به دلیل ورود گردشگران متنوع	۰.۰۷۱	۲	۰.۱۴۲
جمع کل: ۱: جمع کل: ۲۶ جمع کل: ۲.۹۱۳				

Source: Research findings

چنانچه ملاحظه می‌شود امتیاز عوامل خارجی نیز بیشتر از ۲.۵ (یعنی ۲.۹۱۳) بوده که این عدد بیانگر شرایط مطلوب خارجی سیستم می‌باشد.

بر اساس داده‌های فوق نمودار سوات به شرح زیر ترسیم می‌گردد:



نمودار شماره ۲- تحلیل مدل سوات

Source: Research findings

راهبردهای تهاجمی (SO)

در این راهبردها تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است. راهکارهای زیر جهت بهره‌وری از برتری‌های موجود گردشگری به منظور رسیدن به توسعه شهری در منطقه مورد مطالعه ارائه می‌شود:

- فراهم نمودن نیروی متخصص برای ارائه امکانات بیشتر به گردشگران
- امتداد خط اتوبوس BRT اتوبان حکیم تا دهکده المپیک
- افزایش بیشتر حضور ساکنین در اماکن گردشگری و تاکید آنها بر مزایای گردشگری منطقه
- استفاده از افراد بومی برای ارائه خدمات به گردشگران
- توجه مسئولین به کمبود اماکن اقامتی در منطقه
- توجه مسئولین به ایجاد تبلیغات لازم برای گسترش گردشگری در منطقه
- ایجاد مراکز تجاری و مراکز خرید در منطقه
- جلوگیری از ساخت و سازهای بی رویه در امتداد اتوبان همت غرب (شهید خرازی)

تحلیل استنباطی یافته‌ها

در بحث آمار استنباطی در این تحقیق از نرم افزار SPSS و آزمون نا پارامتریک خی دو (chi-square) در این نرم افزار استفاده شده است.

بعد از ورود داده‌ها و انجام آزمون خی دو برای هر پرسش نامه نتایج زیر به دست آمد که به تحلیل آنها پرداخته می‌شود.

جدول شماره ۱۲- نتایج به دست آمده از پرسش نامه مربوط به ساکنین در آزمون خی دو

Test Statistics							
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	
Chi-Square	54.100 ^a	48.300 ^a	37.000 ^a	28.500 ^a	32.800 ^a	32.720 ^b	106.300 ^a
Df	4	4	4	4	4	3	4
Asymp. Sig.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 20.0.

Source: Research findings

جدول شماره ۱۳- نتایج به دست آمده از پرسش نامه مربوط به گردشگران در آزمون خی دو

Test Statistics							
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7
Chi-Square	38.200 ^a	26.500 ^a	18.000 ^a	131.100 ^a	122.500 ^a	.140 ^b	63.200 ^a
Df	4	4	4	4	4	2	4
Asymp. Sig.	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000

a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 20.0 .

b. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 33.3 .

Source: Research findings

در نتایج حاصل از آزمون خی دو، وقتی سطح معنا داری (sig) کمتر از ۰.۰۵ باشد یعنی به احتمال بیش از ۹۵٪ آزمون معنی دار است و نتایج نمونه به کل قابل تعمیم است. همان طور که مشاهده می‌شود سطح معنا داری تمامی سوال‌های این دو پرسش نامه ۰.۰ و ۰.۰۱ است (کمتر از ۰.۰۵) پس نتایج این نمونه به کل قابل تعمیم است. بنابراین می‌توان گفت به احتمال بیش از ۹۵٪ فرضیه اول تحقیق (به نظر میرسد منطقه ۲۲ شهر تهران از پتانسیل‌های لازم برای توسعه گردشگری برخوردار است) تایید می‌شود.

نتیجه‌گیری

با توجه به مطالعه‌ای که از ساکنین و گردشگران منطقه ۲۲ شهر تهران انجام شد، اکثریت قابل توجه مردم تاکید بر این دارند که این منطقه مکانی برجسته و استثنایی و دارای هوایی به مراتب بهتر از مرکز شهر است. خصوصاً ایجاد مراکز جدید گردشگری مانند دریاچه شهدای خلیج فارس، آبشار تهران و بوستان جوانمردان ایران و همچنین ساخت ادامه ی بزرگراه شهید همت که یکی از دسترسی‌های مهم به سمت غرب است، همه موید این موضوع می‌باشد که در زمان حال و آینده این منطقه مقصد گردشگران تهرانی و شهرستانی است و در صورت تبلیغات رسانه‌ای حتی قابلیت و پتانسیل این را دارد که پذیرای گردشگران خارج از کشور نیز باشد. در این راستا تکمیل روند ساخت بیمارستان مغز و اعصاب (پروفسور سمیعی) که در نزدیکی آبشار تهران است، بیمارستان سوانح و سوختگی که در جوار بوستان جوانمردان ایران می‌باشد و چند بیمارستان تخصصی در حال ساخت، می‌تواند منطقه ۲۲ را به قطب پزشکی نیز تبدیل کند. جلوگیری از ساخت و سازهای بی رویه در پیرامون دریاچه شهدای خلیج فارس نیز، نکته بسیار مهمی است. طرح ساخت دریاچه از ابتدا بدین منظور بود که بادهایی که از غرب تهران می‌وزند از پارک جنگلی چیتگر عبور کرده سپس به سطح دریاچه برخورد نموده و به مانند کولر بزرگی عمل نماید که نتیجه آن وزش بادهای خنک به تهران باشد. اما متأسفانه ساخت برج‌های بزرگ پیرامون دریاچه مانع گردش هوا می‌شود لذا جلوگیری از ساخت این برج‌ها می‌تواند هدف اولیه احداث دریاچه شهدای خلیج فارس را محقق سازد. با توجه به تحقیقات انجام شده می‌توان گفت اکثریت مردم خواهان استفاده بیشتر از توان‌های این منطقه در زمینه گردشگری هستند و این امر را عاملی برای توسعه منطقه ۲۲ و هم چنین توسعه شهر تهران می‌دانند و با افزایش شدید برج‌های مسکونی در منطقه موافق نیستند.

بسیاری از مردم نسبت به افزایش شدید قیمت مسکن در این منطقه اعتراض داشتند. در نتیجه باید سیاست‌های جلوگیری از افزایش قیمت مسکن در این منطقه توسط دولت اجرا گردد.

این منطقه از لحاظ هزینه‌های مربوط به امر گردشگری شرایط بسیار خوبی را به خود اختصاص داده است. این هزینه‌ها در منطقه ۲۲ پایین است و گردشگران می‌توانند با کم‌ترین هزینه بیشترین استفاده را از امکانات گردشگری داشته باشند.

همان‌طور که در فصل قبل مشاهده شد اکثریت قابل توجه گردشگران را دریاچه شهدای خلیج فارس به خود جذب کرده است. این دریاچه نقش به‌سزایی در توسعه منطقه ۲۲ در شهر تهران و هم‌چنین در کشور داشته است. از نظر اکثر گردشگران اماکن اقامتی در سطح منطقه بسیار کم است و آنهایی که از شهرستان می‌آیند و مسافر هستند، یا منزل اقوام در منطقه اقامت دارند یا در هتل‌های مناطق دیگر شهر تهران که این امر نیز نقطه ضعف بسیار بزرگی در امر توسعه گردشگری و یک عامل دافعه برای جذب توریست‌های خارجی و گردشگران شهرستانی به شمار می‌رود. امید است که با تلاش دولت و شهروندان، اماکن اقامتی بیشتری در منطقه ۲۲ ایجاد شود.

از دیگر موارد خاص منطقه ۲۲، وجود پارک جنگلی قدیمی چیتگر است که به لحاظ جغرافیایی هماهنگی کامل طبیعی را با دریاچه تازه احداث شهدای خلیج فارس ایجاد نموده است که در گردش بعد از ظهری کاملاً مشهود می‌باشد.

به نظر می‌رسد منطقه ۲۲ بر پایه توسعه و از آن مهم‌تر توسعه پایدار قدم بر می‌دارد که در این راستا مدیریت شهرداری و مدیریت‌های مراکز خدماتی، هماهنگی لازم را دارا می‌باشند که این موضوع نوید بخشی برای شهر تهران است.

امید است که این منطقه الگویی باشد برای دیگر مناطق شلوغ و پرهممه تهران و سراسر کشور.

References

- Kaplan, D. H. et al. (2004), Urban Geography, John Wiley & Sons, Inc
- Leo and John, P. (1940) Tourism and development in the third world.
- Mathison, A. and G. Wall (1982). Tourism: Economics, physical and social Impacts, London: longman.
- Nabavi, S and Rampoor. (1351). Society and civilization [In Persian].
- Noorbakhsh, M and Akbarpoor, M. (2010). The role of urban tourism in economic development of metropolises, Journal of urban tourism economy [In Persian].
- Pender, Lesley. (1999). Marketing Management for travel and Tourism. Stanley Thornes Publishers Ltd. Cheltenham
- World tourism organization (WTO) (2013). Sustainable tourism development: Guide for local planners. Madrid: world Tourism Organization.
- World tourism organization (WTO) (2003). National and regional tourism planning, Translated by Dr. Abdollahzdeh, M [In Persian].
- www.tehran.ir
- www.region22.tehran.ir