

ارزیابی استراتژی‌های توسعه گردشگری پیرامون نواحی کلان‌شهری: (شهرستان شمیرانات، بخش لواسانات)^۱ الهام افتخاری^۲

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
و عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور واحد البرز، کرج، ایران

مسعود مهدوی حاجیلویی

استاد گروه جغرافیا، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

پرویز کردوانی

استاد گروه جغرافیا، واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۶/۱۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۱۰

چکیده

برقراری ارتباط متوازن و استراتژیک بین تقاضای روزافزون جمعیت شهری برای گذراندن اوقات فراغت و تفریح در سکونتگاه‌های روستایی و ضرورت توسعه این سکونتگاه‌ها با استفاده از منابع و پتانسیل‌های گردشگری موجود در این مناطق راهبرد مدیریت و برنامه‌ریزی اقتصادی عصر حاضر به شمار می‌رود. هدف این مقاله تحلیل و بررسی راهبردهای توسعه گردشگری بخش لواسانات در شهرستان شمیرانات به منظور پاسخگویی به دو نیاز توسعه منطقه و تقاضا برای گردشگری است. با توجه به موقعیت پیرامونی بخش لواسانات در شهرستان شمیرانات نسبت به کلان‌شهر تهران از یک طرف و پتانسیل‌های گردشگری آن از طرف دیگر سؤال اصلی مقاله این است که بهینه‌ترین استراتژی برای توسعه گردشگری در این منطقه کدام استراتژی است؟ فرضیه‌ای را که در این مقاله برای پاسخ‌گویی به سؤال اصلی در صدد آزمون آن هستیم این است که به نظر می‌رسد مناسب‌ترین استراتژی برای توسعه گردشگری در ناحیه مورد مطالعه استراتژی‌های تهاجمی (SO) یعنی توجه به نقاط قوت داخلی این منطقه (پتانسیل‌های گردشگری) و بهره‌گیری از فرصت‌های موجود در پیرامون آن (تقاضا برای گذران اوقات فراغت در کلان‌شهر تهران) است. روش تحقیق مقاله تلفیقی از روش‌های تحلیل شبکه‌ای (ANP) و سوات (SWOT) است و برای سنجش وزن سنجه‌ها از آزمون تک نمونه استفاده شده که جامعه آماری مورد مطالعه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۹ نفر متشکل از ۲ گروه (مردم و مسئولان) تعیین شد و میزان پایایی و روایی پرسش‌نامه به روش آلفای کرونباخ (۰.۸۹) برای مردم و (۰.۹۱) برای مسئولین به دست آمده است. نتایج مقاله نشان می‌دهد که مناسب‌ترین استراتژی برای توسعه گردشگری در محدوده مورد مطالعه استراتژی تهاجمی و در اولویت بعد رقابتی (SO) (توسعه‌ای) است و نیز از میان سنجه‌های ۶۶ گانه مدل سوات سنجه‌های SO_1 ، W_{15} و T_1 بیشترین امتیاز را کسب کرده‌اند.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، کلان‌شهرها، توسعه منطقه‌ای، مدل سوات، بخش لواسانات.

۱- این مقاله مستخرج از رساله دکتری خانم الهام افتخاری می‌باشد.

۲- (نویسنده مسئول) elham_ef99@yahoo.com

مقدمه

یکی از زمینه‌های حرکت از اقتصاد تک قطبی به سمت اقتصاد چند قطبی، تغییر ساختار اقتصادی است. تضعیف فعالیت‌های سنتی اقتصادی در مناطق روستایی همچون کشاورزی، معدن و جنگل طی سه دهه پیشین، ضرورت جستجو و به کارگیری راهکارهای جدید جهت تقویت پایه‌های اقتصادی و تنوع بخشی به فعالیت‌های تولیدی در مناطق روستایی را بیش از پیش ضروری نموده است (برد و همکاران، ۲۰۰۹: ۶۹۷). در این راستا طی سال‌های اخیر گردشگری روستایی به عنوان یکی از مهم‌ترین صنایعی که از پتانسیل‌های لازم برای کمک به جوامع محلی در راستای توسعه فعالیت‌های اقتصادی برخوردار است، مورد توجه قرار گرفته است (McGarry & Anderc, 2004: 98). در این راستا گردشگری می‌تواند به عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه اقتصادی کشور مورد توجه ویژه قرار گیرد. امروزه گردشگری یکی از امیدبخش‌ترین فعالیت‌هاست که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد می‌کنند (Savarberg, 1998: 5). به عبارتی گردشگری به عنوان اهرمی قدرتمند در الگوی توسعه مورد تأیید قرار گرفته است (Wawkins, 2007: 350). در هم تنیدگی فعالیت‌های اقتصادی به حدی است که به عنوان مثال رشد اقتصادی موجب رشد گردشگری و افول اقتصادی موجب افول گردشگری می‌گردد (Ebrahimi, 1997: 475). بسیاری از برنامه ریزان و سیاست‌گذاران توسعه صنعت گردشگری را به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند (Sharif 2002: 52). امروزه گردشگری به عنوان یکی از صنایع؛ از بخش‌های اقتصادی با رشد بالا در جهان و بخصوص در کشورهای در حال توسعه است (Rinzin, 2007: 114).

این صنعت نقش عمده‌ای را در اقتصاد جهانی؛ منطقه‌ای و محلی داشته و در کشورهای در حال توسعه غالباً به عنوان موتور رشد تلقی می‌شود چرا که اصولاً و در برخی موارد تنها راه توسعه را عرضه می‌دارد (Edwards 2008: 32) و به عنوان یک صنعت جزء معدود بخش‌هایی است که منجر به رشد اقتصادی در مناطق حاشیه‌ای و کمتر توسعه یافته می‌شود (Nilsson, 2008: 97). به منظور غلبه بر برداشت‌های گوناگون از تعریف گردشگری روستایی لین (۱۹۹۴) تعریفی کلی ارائه می‌دهد و به طور ساده می‌گوید: گردشگری روستایی نوعی از گردشگری است که در حومه رخ می‌دهد (Lin, 1994: 8-7). در همین راستا سازمان بین‌المللی همکاری اقتصادی و توسعه گردشگری روستایی را فعالیتی چند وجهی و پیچیده تعریف می‌کند که مواردی چون: گذران تعطیلات در مزرعه، طبیعت‌گردی، پیاده‌روی و کوهنوردی، سوارکاری، ماجراجویی، بهداشت و سلامت، شکار و ماهیگیری، سفرهای آموزشی و پژوهشی، فرهنگ و هنر، میراث تاریخی و در پاره‌ای از نواحی گردشگری بازدید از جوامع قومی و نژادی را در بر می‌گیرد. لین در سال ۲۰۰۹ میلادی در یک بازنگری کلی می‌گوید پیش‌زمینه‌های بسط گردشگری روستایی نشان از مفهومی پیچیده و چند وجهی دارد. این مفهوم در آغاز بیشتر در ارتباط با گردشگری مزرعه و گردشگری کشاورزی به کار می‌رفت اما بعدها اشکال متنوعی از گردشگری روستایی ظهور یافت؛ به طوری که می‌توان گفت گردشگری روستایی به مانند چتری است که الگوهای گوناگونی از گردشگری در نواحی روستایی را در بر می‌گیرد، مانند اکوتوریسم، گردشگری مبتنی بر طبیعت، گردشگری مزرعه، گردشگری کشاورزی، گردشگری ماجراجویی، گردشگری ورزشی، گردشگری سوارکاری اسب‌سواری، گردشگری فرهنگی و میراث تاریخی، گردشگری غذاخوری (Lin, 1994: 8-7). لازم به ذکر است که گردشگری خانه‌های دوم و گردشگری جشنواره‌ها

نیز از جمله اشکال مهم و شناخته شده در بخش گردشگری در نواحی روستایی به شمار می‌آیند (Coaster et al., 2010: 148).

گردشگری روستایی^۱ یکی از این ظرفیت‌های گردشگری است که مخاطبان خاص و بسیار زیادی در دنیا دارد. بسیاری برای دیدن زندگی روزمره روستاییان مثلاً طریقه دوشیدن یک گاو یا پخت نان محلی و نوشیدن نوشیدنی‌های ارگانیک و کاشت دانه و برداشت میوه در باغات، حاضرند پول‌های خوبی بدهند و به جای هتل چند ستاره، در خانه یک کشاورز اسکان کنند. شناخت راحت و بهتر سبک زندگی سنتی روستاییان و طیف‌های گوناگون جامعه مقصد از طریق کشاورزی روستایی امکان‌پذیر است که در دنیای امروزی، مخاطبان بسیاری به دنبال این سبک گردشگری هستند. سبکی که شما را با واقعیت‌های بیش‌تری از زندگی و فعالیت‌های شهروندان کشورهای مختلف دنیا آشنا می‌کند (Zamany, 1395). گردشگری روستایی به عنوان بخش مهمی از فعالیت‌های توسعه‌ی روستایی پذیرفته شده است، لازم است که از آن در راستای بهبود و شکوفایی مستمر بخش‌های مختلف روستا بهره‌گیریم و از آن به مثابه اهرمی در جهت پیشبرد توسعه‌ی مثبت روستایی استفاده کنیم. با توجه به این اهمیت اقدام به شناسایی روستاهای هدف گردشگری شد. روستاهای هدف روستاهایی هستند که توان جذب گردشگر و پتانسیل توسعه گردشگری در آن‌ها وجود دارد. اگر در این روستاها، یک برنامه‌ریزی دقیق و مدون با هدف توسعه‌ی روستایی انجام پذیرد، گردشگری روستایی می‌تواند موانع و مشکلات فراوانی را مرتفع سازد و شاخص‌های توسعه را در مناطق روستایی را تقویت کند. بر این اساس نقاط ضعف و قوت و فرصت‌ها و تهدیدهای بسیاری از این روستاها شناسایی شد و برنامه‌های توسعه گردشگری برای آن‌ها نوشته شد. استراتژی‌های مختلفی در راستای رسیدن به اهداف برنامه‌ها تدوین شد. روستاهای افجه و برگ جهان از روستاهای منطقه لواسانات نیز از جمله روستاهایی هستند که به عنوان روستاهای هدف شناسایی شدند و استراتژی‌های کلانی برای رسیدن به اهداف برای آن‌ها تدوین شد. با گذشت زمان بسیاری از استراتژی‌ها به دلیل کمبود منابع مالی و غیرواقعی بودن در عمل موفق نبوده‌اند، لذا این تحقیق بر آن هست تا با روش‌های تصمیم‌گیری و انتخاب و اولویت‌بندی، استراتژی‌های تدوین شده را با توجه به ظرفیت روستاهای نامبرده اولویت‌بندی کرده تا بتوان ضمن صرفه‌جویی در منابع مالی و زمان، استراتژی‌ها را عملیاتی‌تر کرد. همچنین در پایان با توجه به شباهت‌های بافتی و اقلیمی روستاهای کنده سفلی و کنده علیا از روستاهای بخش لواسانات با روستاهای افجه و برگ جهان، اقدام به تدوین استراتژی برای روستاهای مذکور نیز بنماید. با توجه به موقعیت پیرامونی بخش لواسانات در شهرستان شمیرانات نسبت به کلان‌شهر تهران از یک طرف و پتانسیل‌های گردشگری آن از طرف دیگر سؤال اصلی مقاله این است که بهینه‌ترین استراتژی برای توسعه گردشگری در این منطقه کدام استراتژی است؟ فرضیه‌ای را که در این مقاله برای پاسخ‌گویی به سؤال اصلی در صدد آزمون آن هستیم این است که به نظر می‌رسد مناسب‌ترین استراتژی برای توسعه گردشگری در ناحیه مورد مطالعه استراتژی‌های تهاجمی (SO) یعنی توجه به نقاط قوت داخلی این منطقه (پتانسیل‌های گردشگری) و بهره‌گیری از

^۱. rural tourism

فرصت‌های موجود در پیرامون آن (تقاضا برای گذران اوقات فراغت در کلان‌شهر تهران) است. روش تحقیق مقاله تلفیقی از روش‌های تحلیل شبکه‌ای (ANP) و سوات (SWOT) است.

رویکرد مفهومی و نظری

۱- گردشگری

گردشگری یک فرایند دینامیک و مشتمل بر عناصر متعددی است که چالش‌های قابل ملاحظه و نیز فرصت‌های جدیدی را در کشورهای مقصد ایجاد می‌کند و در بسیاری از مقاصد به عنوان کنش برای تحولات اقتصادی و اجتماعی عمل می‌کند (Abby & Geoffry, 2006:159). گردشگری نظامی مرکب از گردشگران و خدمات مرتبط با آنان است به نحوی که در تحرک و جابه‌جایی آنان تسهیل شود. پیش‌نیازهای گردشگری جذابیت‌های گردشگری، تسهیلات، دسترسی، انگیزش و توانایی سفر است. گردشگری یکی از سریع‌الرشدترین صنایع در جهان به شمار می‌رود و در بین مجموعه فعالیت‌های بشری که اثرات مهمی بر محیط زیست گذارده‌اند بدون شک گردشگری را می‌توان در زمره مهم‌ترین‌ها قلمداد کرد (Nasiri, 2000). گردشگری به عنوان یکی از تأثیرگذارترین پدیده‌ها و محصولات مدرنیته به حساب می‌آید. در زندگی مدرن گردشگری تبدیل به نیازی اساسی برای بشر تبدیل شده است (Robbins, 2002: 73). صنعت گردشگری متکی بر اشتراک ۳ عامل اقتصاد، فرهنگ و سیاست است که بسته به محیط‌های انسانی و طبیعی گوناگون متفاوت است چرا که قطعاً سیاست، اقتصاد و فرهنگ در جوامع انسانی مختلف تفاوت‌های اساسی با هم دارند (Gharlakho, 2007: 91). از این رو هر کشور و سرزمینی می‌تواند با ارائه فعالیت‌های خدماتی مناسب زمینه پیشرفت و توسعه گردشگری را فراهم کند (Timothy, 2005: 6).

۲- گردشگری روستایی

مجموعه برنامه‌ها برای به دست آوردن اهداف یا نتایج صورت می‌پذیرد که یکی از کلیدهای دسترسی به اهداف رفاه عمومی و پیشرفت اجتماعی را برآورده می‌سازد، توسعه گردشگری روستایی است (Bovens, 2012:14). امروزه صنعت گردشگری در نواحی روستایی و جوامع محلی به دلیل جهانی شدن و پیش به سوی دهکده جهانی رفتن اهمیت روزافزونی یافته است. در کشورهای در حال توسعه از گردشگری روستایی به عنوان مکمل کارکردهای فضای روستایی، ساماندهی آمایش و پراکندگی مناسب امکانات و خدمات در روستاهای هدف گردشگری استفاده می‌شود (Lepp, 2007:885). گردشگری و توسعه آن ابزاری ضروری برای برنامه‌ریزی توسعه روستا به شمار می‌آید که به شکوفایی روستا بسیار کمک می‌کند. گردشگری روستایی حاصل کنش متقابل اقتصاد امروز جهان؛ بنیان‌های از تجارت آزاد و رویکردی به تعدیل اقتصادی فضاهای سرزمینی در روندی از پذیرش مزیت نسبی محسوب می‌شود (Weaver, 2002:257). گردشگری روستایی به کلیه فعالیت‌ها و خدماتی گفته می‌شود که توسط کشاورزان، مردم و دولت‌ها برای تفریح و استراحت گردشگران و هم‌چنین جذب گردشگران در نواحی روستایی صورت می‌گیرد و می‌تواند شامل توریسم کشاورزی، توریسم مزرعه، توریسم طبیعی و توریسم فرهنگی باشد (Monshishadeh, 2005). در جهان پرتلاطم کنونی، روستاها به کانون تردد انسان‌ها بدل گشته‌اند تا آن‌جا که برای فرار از زندگی پرهیاهوی شهری و زندگی ماشینی به روستاها سفر می‌نمایند. امروزه، گردشگری روستایی با توجه به دامنه‌ی تقاضا و نیازهای محیط‌های روستایی رو به توسعه گذاشته است و روزبه‌روز بر اهمیت و جاذبه‌ی خاص آن افزوده می‌شود. در فرآیند برنامه-

ریزی منطقه‌ای، گردشگری روستایی می‌تواند به منزله‌ی ابزاری برای افزایش اشتغال محلی و بهبود کیفیت زندگی و بالاخره بالا بردن سطح رفاه اقتصادی و امکانات اجتماعی منطقه‌ای به حساب آید (Ibid., 20).

جدول شماره ۱- انواع گردشگری روستایی

گردشگری طبیعی	Natural Tourism	به طور عمده در تعامل با جاذبه‌های طبیعی قرار دارد.
گردشگری فرهنگی	Cultural Tourism	مرتبط با فرهنگ، تاریخ، میراث فرهنگی و باستان‌شناسی روستا
اکوتوریسم	Eco- Tourism	علاوه بر بازدید از جاذبه‌های طبیعی با زندگی و هنجارهای زندگی اجتماعی مردم نیز در تعامل است.
گردشگری دهکده‌ای	Village Tourism	گردشگران در خانه‌های روستا یا دهکده مدتی کوتاه سکونت کرده و در فعالیت‌های روستائیان مشارکت می‌کنند.
گردشگری کشاورزی	Agro- Tourism	گردشگران بدون ایجاد پیامدهای منفی روی اکوسیستم مناطق میزبان با فعالیت کشاورزی سنتی، از آن‌ها بازدید نموده و در فعالیت کشاورزی مشارکت دارند.

Source: (Ashtari Mehrjardi, 2004: 9)

با توجه به آنچه گفته شد، هدف از توسعه گردشگری روستایی را می‌توان در دو بعد مورد توجه قرار داد که هدف نهایی هر دو نوع نگرش، بایستی حل معضلات و مشکلات سکونتگاه‌های روستایی باشد. الف) پاسخگویی به تقاضای روزافزون جمعیت شهری؛ برای گذراندن اوقات فراغت و تفریح در سکونتگاه‌های روستایی، (این بعد در حومه‌های بیلاقی و روستاهای هم‌جوار با شهرهای بزرگ بیشتر مصداق پیدا می‌کند). ب) توسعه خود سکونتگاه‌های روستایی. در دیدگاهی دیگر به گردشگری روستایی، این نوع گردشگری در استراتژی را دنبال می‌کند (Khatoon 7: Abadi and Rastqalam, 2011). گردشگری روستایی به عنوان مکمل فعالیت‌های روستایی و ۲. متحول سازی نواحی روستایی کمتر توسعه یافته.

دیدگاه‌های غالب در زمینه گردشگری

۱- دیدگاه حمایتی مثبت

در این دیدگاه، گردشگری به مثابه یک صنعت مولد که یاری دهنده اقتصاد و توسعه کشورهاست، در نظر گرفته می‌شود (Alvani, 2006: 8).

۲- دیدگاه گسست (منفی)

طرفداران این دیدگاه عقیده دارند که طرح‌ها و برنامه‌های گردشگری، همه داشته‌های فرهنگی جامعه را در خدمت پول و درآمد ارزی قرار می‌دهد و این درآمد به بهای گزافی به دست می‌آید. از این روست که در قبال ایده‌ها و برنامه‌های توریسم و جهانگردی مقاومت و عکس‌العمل منفی نشان می‌دهند.

۳- دیدگاه نظارتی

بر پایه این دیدگاه توسعه گردشگری اگر همراه با نظارت‌های دولت نباشد، با مبانی توسعه پایدار و حفظ منابع طبیعی، تاریخی، فرهنگی و انسانی کشورها مغایرت خواهد داشت (Ibid., 81-80).

۴- دیدگاه سازگاری

این دیدگاه در دهه ۸۰ مطرح شد. بر اساس این نظریه، دولت‌ها می‌کوشیدند تا با اتخاذ سیاست‌های مناسب گردشگری برای کشور خود، نوعی سازگاری و تطبیق میان مصالح جمعی و توسعه گردشگری اتخاذ کنند و به‌جای

محدود ساختن گردشگری، توسعه آن را با مصالح و منافع کشور هماهنگ سازند. این دیدگاه بر توسعه پایدار گردشگری تأکید می‌ورزید.

۵- دیدگاه دانش‌مدار

این دیدگاه از دهه ۸۰ به بعد مطرح شد. رویکردهای علمی بر گردشگری، جایگزین دیدگاه‌های صرفاً سیاسی و اقتصادی شد. در این دیدگاه، تصمیم‌های سیاسی درباره توسعه گردشگری، بر مبنای تحقیقات و پژوهش‌های علمی اتخاذ و خط‌مشی‌های منطقی، با توجه به ارزیابی علمی نتایج توسعه گردشگری، طراحی شدند. در دیدگاه دانش‌مدار، تأسیس دانشکده‌ها و پژوهشکده‌های گردشگری و توسعه تحقیقات گردشگری مورد تأکید بسیار قرار گرفت. بر اساس همین دیدگاه بود که رشته گردشگری به‌مثابه یک رشته مستقل علمی در جهان مطرح شد.

قلمرو مورد مطالعه پژوهش

شمیرانات یکی از شهرستان‌های استان تهران است که در دامنه‌های البرز جنوبی قرار گرفته است. این شهرستان از شهر شمیران (شامل تمامی منطقه ۱ شهرداری تهران، بخش اعظم از منطقه ۳ و شرق و شمال منطقه ۲ و بخش‌های لواسانات و رودبار قصران تشکیل می‌شود. شهر شمیران در مجاورت شهر تهران و در شمال و شمال شرق آن قرار دارد و به علت گسترش تدریجی شهر تهران، شمیران در شهر تهران ادغام شده و تحت نظارت مناطق ۱ و ۲ و ۳ شهرداری تهران اداره می‌شود. در گفتار عامیانه به شمیران، شمرون می‌گویند. شهرستان شمیران از دو بخش و سه دهستان و چهار شهر تجریش، لواسان، اوشان، فشم، میگون و شمشک تشکیل شده است:

۱- بخش رودبار قصران

۱. دهستان رودبار قصران

۲. شهرها: تجریش، اوشان، فشم، میگون (شهر قصران) و شمشک (تأسیس در آبان ۱۳۹۱).

۲- بخش لواسانات

۱- دهستان لواسان بزرگ

۲- دهستان لواسان کوچک

۳- شهر: لواسان

۴- دهستان لواسان کوچک در شرق شهرستان شمیرانات و در شمال شرقی شهر تهران قرار دارد.

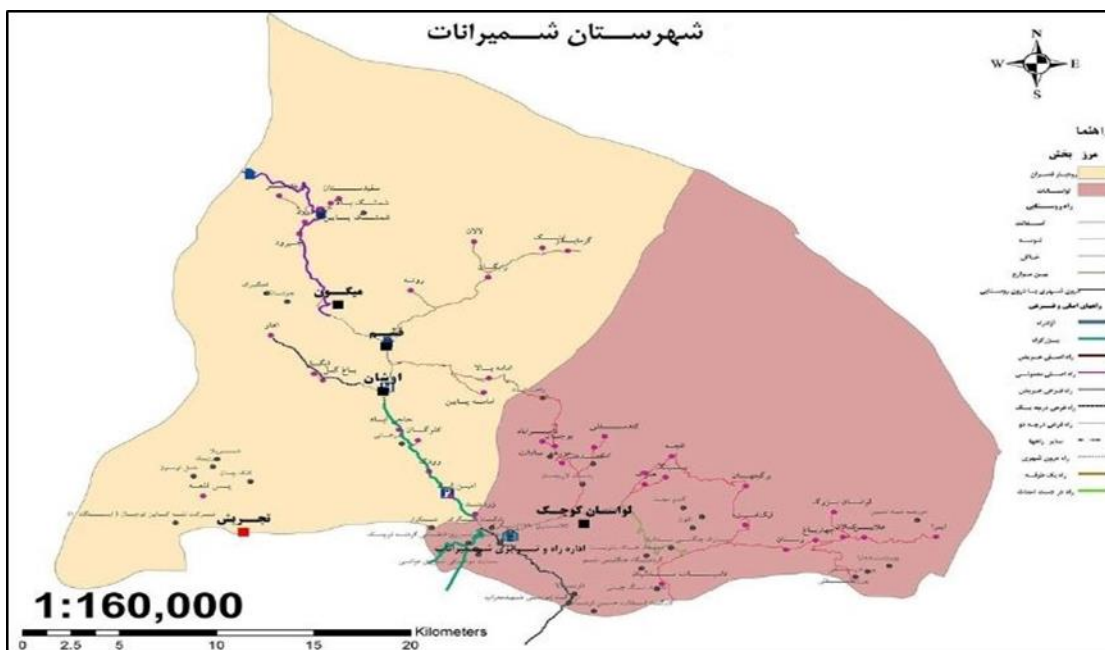
شمیران در گذشته منطقه‌ای ییلاقی و خوش آب و هوا در شمال تهران به شمار می‌آمد و محل اقامت تابستانی و تفرجگاه پادشاهان قاجار و دودمان پهلوی بوده است و چندین مجموعه کاخ و اقامتگاه توسط آنان در شمیران ساخته شده است. کاخ موزه سعدآباد و کاخ نیاوران نمونه‌هایی از این کاخ‌ها به شمار می‌رود. به علت گسترش تدریجی شهر تهران، شمیران رفته رفته در شهر تهران ادغام شده و تحت نظارت مناطق ۱ و ۲ و ۳ شهرداری تهران اداره می‌شود. شمیران به دلیل قرارگیری بر روی دامنه‌های رشته کوه البرز، از آب و هوای لطیف و معتدل کوهستانی برخوردار است و دارای زمستان‌هایی سرد و مرطوب و تابستان‌هایی خنک است. شمیران دارای فضای سبز گسترده‌ای است و تعداد بی‌شماری درخت چنار تنومند و کهنه سال در آن به چشم می‌خورد؛ به گونه‌ای که درخت چنار به نمادی از این منطقه تبدیل شده است.



نقشه شماره ۱- موقعیت شهرستان شمیرانات

Source: (<https://shemiran.ostan-th.ir>)

مساحت شهرستان به تقریب حدود ۱۱۱۱ کیلومتر مربع و ۵/۹ درصد مساحت استان است؛ و در بین ۱۴ شهرستان استان تهران، مقام پنجم را دارد. از این مساحت، حدود ۶۰ کیلومتر مربع مربوط به شهر شمیران شامل منطقه یک و غرب منطقه چهار شهرداری تهران بزرگ، حدود ۶۰۰ کیلومتر مربع مساحت بخش لواسان و حدود ۵۰۰ کیلومتر مربع مساحت بخش رودبار قصران است.



نقشه شماره ۲- شهرستان شمیرانات

Source: (<https://shemiran.ostan-th.ir>)

در آمارنامه استان تهران سال ۱۳۷۷ مساحت شهرستان شمیران ۱۱۱۱ کیلومتر مربع آمده است. براساس سرشماری سال ۱۳۹۰ جمعیت لواسان حدود ۹۶۷۰ نفر اعلام شده که سهم دهستان لواسان کوچک از این جمعیت حدود ۵۹۱۸ نفر است. مرکز این دهستان روستای افجه بوده و دارای ۴۵ آبادی و مزرعه است که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند

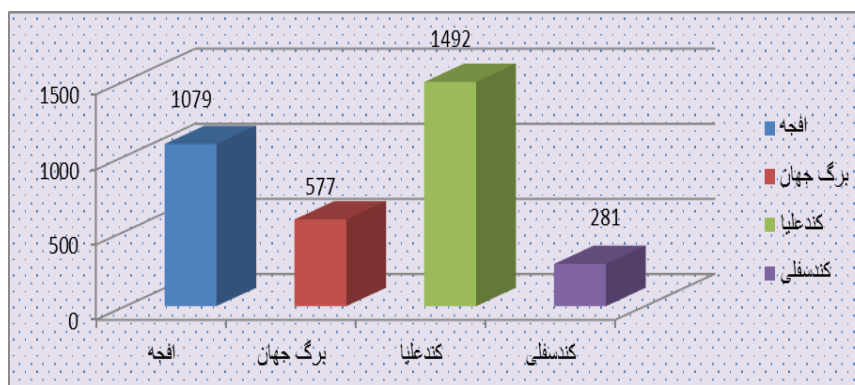
از: افجه، آلون، انباج، باغ دهقان، برگ جهان، بوجان، کند سفلی، کند علیا، کند کیور، ناصر آباد و... جدول (۱) و نمودار (۲) تعداد جمعیت روستاهای دهستان لواسان کوچک را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۲- آبادی‌های دارای سکنه دهستان لواسان

نام آبادی	جمعیت	مرد	زن
افجه	۱۰۷۹	۵۴۳	۵۳۶
برگ جهان	۵۷۷	۴۰۸	۲۶۹
کندسفلی	۲۸۱	۱۹۱	۱۹۰
کندعلیا	۱۴۹۲	۷۸۵	۷۰۷

Source: (<https://www.amar.org.ir>)

دهستان لواسان کوچک به مرکزیت روستای آباد و مشهور قدیمی افجه و ۱۲ روستای دیگر که در گذشته سال‌های سال مرکز تمامی سرزمین لواسان و رودبار قصران با ۴۵ روستا و آبادی بوده است. شهر لواسان شهری جدید با مساحت حدود ۵۰ کیلومتر مربع که در سال ۱۳۴۹ به صورت شهر درآمد و در دشت نیمه هموار گلندوک (که از رسوب‌های جاجرود و رودخانه‌های کند و افجه پدید آمده است) در حال رشد سریع است؛ و روستاها و باغ‌ها و مزارع وسیع سراسر جنوب دهستان لواسان کوچک را در بر گرفته است. این توسعه در آغاز از آبادی قدیمی گلندوک (گل هم دو رودک) شروع شد و سپس به آبادی‌های شرق و غرب نیز سرایت کرد (در شرق آبادی‌های نجارکلا، قاضی آباد، ناران، تیمورآباد، سیوبزرگ و سبو کوچک، در غرب جائیج، شورکاب، احمدآباد، دکترکشفیان، استلک، توک زرعه، نوشانی، لشگرک و همچنین در جنوب و جنوب شرقی با دست انداختن به آبادی قدیمی کلاک و محو اثرهای باستانی و تپه سیدپیاز و عبور از پشته‌ها و مسیل‌ها، خود را به لبه دریاچه سد لتیان که نامش را از آبادی غرق شده درکف خود گرفته، می‌رساند).



نمودار شماره ۱- تعداد جمعیت روستاهای هدف گردشگری دهستان لواسانات (Research findings)

برخی از جاذبه‌های گردشگری این شهرستان عبارت‌اند از: روستای زیبای دربندسر، دریاچه سد لتیان، پارک جنگلی لویزان، آبشار دوقلو، آبشار اسون، آبشار پسنگ، آبشار سوتک، آبشار منظریه، پیست توچال، پیست دربندسر، پیست شمشک، پیست دیزین از جاده بالا، دیواره یخی هملون میگون، امامزاده قاسم (شمیرانات)، بقعه سلطان، آرامگاه‌های خواجه احمد، موسی، سید میر سلیم و مکان‌های تاریخی و چون مسجد امام حسن عسگری، قلعه دختر ضحاک، قصر ضحاک، گورستان زرتشتیان، تپه کله قندی، قبر تاج الدین، سعادت آباد و تپه حصارک، پارک جنگلی تلو، پارک جنگلی لویزان، باغ پرندگان لویزان و غیره.

روش‌شناسی تحقیق

این مقاله از نظر هدف کاربردی و از نظر روش و ماهیت، توصیفی - تحلیلی است. جهت تحلیل و بررسی موضوع مورد مطالعه مقاله از تلفیقی از روش‌های پیمایشی و روش توصیفی و تحلیلی به منظور بررسی و تحلیل استراتژی‌های گردشگری و پیامدهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی گردشگری در منطقه مورد مطالعه، استفاده شده است که در این راستا برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل سوات و روش رتبه‌بندی ANP استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل سوات شناسایی نظام‌مند عواملی است که راهبرد باید بهترین سازگاری را با آن‌ها داشته باشد. منطق رویکرد مذکور این است که راهبرد اثر بخش باید قوت‌ها و فرصت‌های سیستم را به حداکثر، ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل برساند. این منطق اگر درست بکار گرفته شود نتایج بسیار خوبی برای انتخاب و طراحی یک راهبرد اثر بخش خواهد داشت. همچنین این مدل یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سیستمی با فرصت‌ها و تهدیدات برون سیستمی است (هریسون و کارون، ۱۳۸۲: ۱۹۲). مدل سوات تحلیل سیستماتیکی را برای شناسایی این عوامل و انتخاب استراتژی که بهترین تطابق بین آن‌ها را ایجاد می‌نماید ارائه می‌دهد. در راستای ارائه راهبرد و استراتژی کلان بر اساس قاعده معمول روش سوات چنان چه مجموع امتیازات تهدیدات (T)، ضعف‌ها (W) کمتر از مجموع امتیازات فرصت‌ها (O) و قوت‌ها (S) باشد استراتژی ما تهاجمی (SO) و چنان چه مجموع امتیازات تهدیدات و ضعف‌ها بیشتر از مجموع امتیازات فرصت‌ها و قوت‌ها باشد، استراتژی ما تدافعی (WT) است (Harrison & Caron, 2003: 20).

یافته‌های تحقیق

الف- یافته‌های توصیفی

جامعه آماری در این تحقیق کلیه افراد بالای ۱۵ سال خانوارهای روستاهای مورد مطالعه و همچنین مسئولین مرتبط با موضوع است. بر اساس اطلاعاتی که از سازمان ثبت احوال شهرستان و همچنین خانه بهداشت روستاهای مورد مطالعه جمع‌آوری شد، میزان جمعیت بالای ۱۵ سال در روستای افجه ۱۰۷۹ نفر و در روستای برگ جهان ۵۷۷ نفر بوده است؛ بنابراین جامعه آماری ما در این تحقیق ۱۶۵۶ نفر است. روش نمونه‌گیری در این تحقیق به صورت تصادفی ساده انجام گرفته شده است، حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۹ نفر تعیین شد. انتخاب مسئولان با توجه به تعداد کارکنان هر بخش و به صورت تصادفی بوده است. در ادامه لیست ارگان‌ها و تعداد مصاحبه‌شوندگان از هر بخش به صورت جدول (۱-۴) آورده می‌شود.

جدول شماره ۲- حجم نمونه مصاحبه‌شوندگان

نوع	عنوان	تعداد مصاحبه‌شوندگان
	شورای اسلامی روستا	۴
	جهاد کشاورزی	۲
اجتماعی	دهیاری	۲
	بخشداری	۲
	میراث گردشگری و فرهنگی	۳
اقتصادی	شرکت‌های تعاونی و خدمات	۴

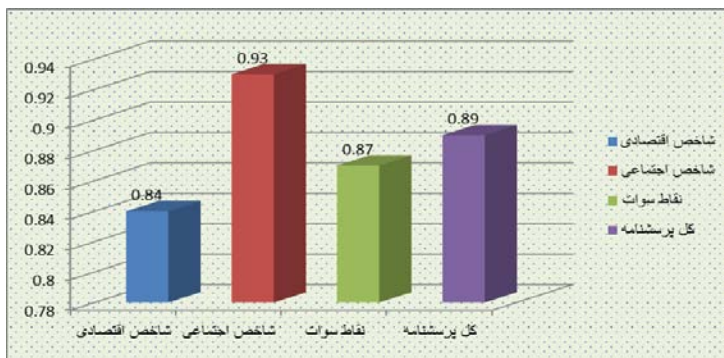
Source: (Research findings)

آلفای کروناخ محاسبه شده برای پرسشنامه‌های تحقیق در جدول شماره ۳ به صورت زیر است:

جدول شماره ۳- درصدهای آلفای کروناخ

ردیف	موارد	آلفای کروناخ پرسشنامه اهالی	آلفای کروناخ پرسشنامه مسئولان
۱	شاخص‌های اقتصادی	۸۴.۰	۸۸.۰
۲	شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی	۹۳.۰	۸۴.۰
۳	نقاط ضعف، قدرت، فرصت و تهدید	۸۷.۰	۹۲.۰
۴	کل پرسشنامه	۸۶.۰	۰.۱۶

Source: (Research findings)



نمودار شماره ۲- درصدهای آلفای کروناخ (Source: Research findings)

ب- یافته‌های تحلیلی

در این پژوهش جهت دستیابی به استراتژی‌های کارآمد توسعه گردشگری در بخش لواسانات ابتدا تمامی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر این استراتژی‌های در با تفکیک چهار گانه سوات دسته بندی شده است، سپس طبق سلسله مراتب برنامه‌ریزی استراتژیک ابتدا استراتژی‌های کلی در قالب اهداف، سپس تاکتیک‌ها (راهکارها) و در انتهای برنامه‌های عملیاتی جهت کنترل و راهبری توسعه گردشگری در بخش لواسانات ارائه گردیده است.

جدول شماره ۴- نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای گردشگری روستاهای هدف گردشگری

فرصت‌ها (O)	قوت‌ها (S)
O ₁ = افزایش توجه بخش دولتی و خصوصی به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	S ₁ = رونق باغداری و زینورداری و دامداری در روستا
O ₂ = ایجاد انگیزه کاری در میان مردم محلی به منظور جلب گردشگر	S ₂ = توسعه تدریجی فعالیت‌های خدماتی در ساختار اشتغال
O ₃ = امکان خرید و فروش محصولات بومی روستا	S ₃ = وجود سطح قابل قبول سواد در بین مردم و نیز وجود حس همکاری، مهمان‌نوازی و مشارکت در بین ساکنین
O ₄ = مورد توجه واقع شدن گردشگری روستایی در سطح ملی و بین‌المللی	S ₄ = قبیل فروشگاه و مغازه و اشتغال
O ₅ = تمایل عمومی مردم ایران به مقوله گردشگری	S ₅ = همگنی بالای اهالی روستا و مشارکت آن‌ها در حل مشکلات روستا
O ₆ = افزایش امکانات مسافرتی و اقامتی برای اغلب افراد جامعه	S ₆ = جایگاه مناسب شورای اسلامی روستا در ساختار قدرت و تصمیم‌گیری روستایی (اولویت نخست روستاییان در حل مسائل روستا)
O ₇ = تمایل مردم روستا به مشارکت در شغل‌های ایجاد شده در بخش گردشگری	S ₇ = وجود امنیت برای گردشگران با توجه به پایین بودن نرخ آسیب‌های اجتماعی
O ₈ = ظرفیت گردشگر پذیری اهالی روستا از فرهنگ‌های مختلف	S ₈ = حوزه کشش مناسب در زمینه جذب گردشگر
O ₉ = توجه دولت به روستای برگ جهان و افجه به عنوان روستای هدف گردشگری	S ₉ = وجود دید بسیار متنوع از قسمت‌های مختلف مجموعه روستایی به مناظر و تپه‌های اطراف و ارتفاعات و جنگل‌ها
O ₁₀ = نزدیکی به شهر لواسان به عنوان یک شهر تفرجگاهی	S ₁₀ = وجود باغات وسیع و نزدیکی به دشت‌هایی چون دشت هویج، سیواسان و در نتیجه وجود پوشش گیاهی و جانوری بسیار مناسب و متنوع و تلفیق آن با معماری روستا
O ₁₁ = پیش‌بینی تعریض، ساماندهی و تجهیز محور اصلی ارتباطی درون مجموعه روستایی و کنترل ساخت و سازهای جدید در طرح هادی روستا	S ₁₁ = سیستم حمل و نقل عمومی مناسب از لواسان به روستا
O ₁₂ = امکان ارائه خدمات گردشگری در فضای نوساز مطابق الگوی معماری بومی	S ₁₂ = افزایش کاربری‌های خدماتی و تجاری در اثر فعالیت‌های گردشگری
O ₁₃ = سرویس‌های ویژه در زمان‌های حضور گسترده گردشگران نظیر توسعه کوهنوردی، پیست اسکی و ...	S ₁₃ = وجود دره و ارتفاعاتی چون فراق کش، گاوپینی، مرق، گزواره، مازهو، مرق، سرسیاه غار، کوه‌های ریزان، آتشکوه و مهرچال
O ₁₄ = بالا بودن تعداد روزهای یخبندان (۸۶ روز در سال) در جهت توسعه ورزش‌های زمستانی و آسایش اقلیمی در فصول بهار و تابستان	S ₁₄ = استقرار روستاها در ارتفاع ۲۰۰۰-۲۵۰۰ متری و بارش مناسب برف در دو فصل پاییز و زمستان
O ₁₅ = تشکیل دوره‌های زیست‌گردشگری و (NGOs) زیست‌محیطی	S ₁₅ = وجود اشکال ژئوتوریستی مانند غار لویی خمیره
O ₁₆ = امکان استفاده از مناظر طبیعی پیرامون روستا	S ₁₆ = جریان رودخانه برگ جهان و افجه در شرق روستاها و نزدیکی آبشارهای پسچویک، مواب، چرند سواستان

Source: (Research findings)

جدول شماره ۵- مقادیر معیارها و زیر معیارهای تحقیق نسبت به هدف تحقیق برای هر چهار عامل سوات

ضعف‌ها (W)	تهدیدها (T)
W ₁ = نبود بازار و بازارچه و عدم رونق فعالیت صنایع دستی در روستا جهت فروش محصولات بومی روستا	T ₁ = افزایش قیمت زمین و بورس بازی زمین و بالطبع افزایش بار مالی جهت ایجاد تجهیزات و تسهیلات گردشگری و مقرون به صرفه نبودن آن‌ها
W ₂ = افزایش صنعت ساخت و ساز، تغییر کاربری بسیاری از باغات به ویلاسازی و فعالیت کارگران افغانی در بخش ساختمان در روستا	T ₂ = کاهش فعالیت کشاورزی در بلندمدت به علت رونق ویلا سازی
W ₃ = عدم ایجاد ارزش افزوده مناسب در اقتصاد روستا از قبل فعالیت‌های گردشگری	T ₃ = ایجاد ناهمگونی اجتماعی به دلیل استمرار مهاجرت افراد با فرهنگ‌های متفاوت (به ویژه افغانه)
W ₄ = وضع نامطلوب امکانات آموزشی، رفاهی و خدماتی در روستا	T ₄ = نبود افراد متخصص در رابطه با گردشگری در روستا
W ₅ = جایگاه ضعیف تحصیل کرده‌ها در ساخت قدرت در روستا	T ₅ = مسائل و آسیب‌های ناشی از نبود مکان اقامتی
W ₆ = عدم معرفی مناسب روستا و پتانسیل‌های گردشگری آن و ناآشنا ماندن روستا نزد گردشگران نسل جدید	T ₆ = نگرانی مردم بومی از افزایش آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی با ورود گردشگران به منطقه
W ₇ = تبدیل شدن به یک روستای خوابگاهی به علت نزدیکی به تهران و مهاجرفرستی روستاها	T ₇ = احساس عدم امنیت برای گردشگران (ضعف کنترل اجتماعی رسمی)
W ₈ = تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و اهالی روستا	T ₈ = گسترش ویلاسازی بر روی زمین‌های کشاورزی و منابع طبیعی و در نتیجه از بین رفتن دید و منظر روستا با ساخت‌وسازهای غیراصولی
W ₉ = عدم همگنی بافت روستا ناشی از ساخت و سازهای جدید و استفاده از مصالح ناسازگار در پوشش سقف، بدنه و جداره و کف‌سازی در این ساخت‌وسازها	T ₉ = ناهمگنی مصالح ساخت‌وساز جدید و معماری بومی و در نتیجه عدم انتظام بافت سنتی و مدرن روستا
W ₁₀ = تداخل مسیرهای پیاده و سواره در برخی از بخش‌های بافت روستا	T ₁₀ = عدم دسترسی سواره و ساماندهی نامناسب گره‌های محلی در بافت روستا
W ₁₁ = عدم دسترسی سواره مناسب و خاکی بودن راه‌های روستا و بروز مشکلات در زمان مراجعه گردشگران به ویژه در روزهای بارانی	T ₁₁ = استقرار در پهنه با خطر زلزله خیزی بالا
W ₁₂ = جمع آوری نامناسب زباله و آلودگی زیست محیطی باغات ناشی از پراکنش پساب خانه‌های روستایی و پسماند و پساب گردشگران	T ₁₂ = تخریب باغات کشاورزی و نابودی برخی از گونه‌های گیاهی به جهت حضور گردشگران
W ₁₃ = ساماندهی نامناسب گره‌های محلی در بافت روستا	T ₁₃ = پراکنش پسماند در محیط‌های طبیعی و آلودگی منابع آب چشمه‌ها و رودخانه‌ها در اثر استفاده غیراصولی گردشگران
W ₁₄ = وجود گسل‌های فعال در منطقه	T ₁₄ = ریزش و لغزش در ارتفاعات و مسدود شدن جداره‌های تپه‌ها و جاده‌ها
W ₁₅ = تجاوز به زمین‌های منابع طبیعی و تفکیک قطعات باغی و نابودی مراتع و تغییر کاربری آن‌ها	T ₁₅ = متغیر بودن حجم آب رودخانه‌ها و چشمه‌ها، خشک شدن رودخانه‌ها به‌ویژه در فصول خشکسالی
W ₁₆ = دمای پایین در ماه‌های سرد سال	T ₁₆ = توسعه ناموزون راه‌ها بدون توجه به اثرات زیست محیطی آن‌ها
W ₁₇ = نبود زیرساخت‌های مناسب برای جمع آوری زباله و همچنین تصفیه فاضلاب و تبدیل شدن رودخانه‌ها به کانال فاضلاب روستاها و رستوران‌ها به علت نبود زیرساخت‌های مناسب برای تصفیه فاضلاب	T ₁₇ = تبدیل شدن رودخانه‌ها به کانال فاضلاب روستاها و رستوران‌ها به علت نبود زیرساخت‌های مناسب برای تصفیه فاضلاب

Source: (Research findings)

جدول شماره ۶- مقادیر معیارها و زیر معیارهای تحقیق نسبت به هدف تحقیق

عوامل سوات	اولویت زیر عوامل سوات نسبت به هدف تحقیق		زیر عوامل سوات	اولویت زیر عوامل سوات نسبت به هدف تحقیق		
	Normal	Limiting		رتبه‌بندی	Normal	Limiting
فرصت‌ها	۰,۱۱	۰,۰۵۰	O ₁	۱	۰,۲۸۳	۰,۰۰۵۶
			O ₂	۱۳	۰,۰۷۱	۰,۰۰۱۴
			O ₃	۶	۰,۱۳۴	۰,۰۰۳۴
			O ₄	۱۶	۰,۰۳۵	۰,۰۰۰۹
			O ₅	۱۱	۰,۰۹۹	۰,۰۰۱۹
			O ₆	۸	۰,۱۲۹	۰,۰۰۳۱
			O ₇	۴	۰,۲۱۳	۰,۰۰۴۱
			O ₈	۱۲	۰,۰۷۴	۰,۰۰۱۵
			O ₉	۹	۰,۱۱۶	۰,۰۰۲۸
			O ₁₀	۷	۰,۱۳۱	۰,۰۰۳۳
			O ₁₁	۳	۰,۲۳۷	۰,۰۰۴۷
			O ₁₂	۱۴	۰,۰۶۳	۰,۰۰۱۴
			O ₁₃	۲	۰,۲۴۹	۰,۰۰۵۱
			O ₁₄	۱۰	۰,۱۰۹	۰,۰۰۲۲
			O ₁₅	۱۵	۰,۰۵۳	۰,۰۰۱۳
			O ₁₆	۵	۰,۱۶۳	۰,۰۰۳۷
			S ₁	۱	۰,۱۷۱	۰,۰۰۷۸
S ₂	۳	۰,۱۶۰	۰,۰۰۷۴			
S ₃	۸	۰,۱۴۴	۰,۰۰۶۵			

نقاط قوت	۰,۳۱	۰,۰۸۶	S ₄	۶	۰,۱۴۶	۰,۰۰۶۸
			S ₅	۱۳	۰,۰۴۶	۰,۰۰۲۷
			S ₆	۱۱	۰,۰۵۵	۰,۰۰۳۹
			S ₇	۱۰	۰,۰۶۲	۰,۰۰۴۲
			S ₈	۱۴	۰,۰۴۳	۰,۰۰۲۵
			S ₉	۴	۰,۱۵۷	۰,۰۰۷۱
			S ₁₀	۲	۰,۱۶۷	۰,۰۰۷۶
			S ₁₁	۵	۰,۱۵۴	۰,۰۰۷۰
			S ₁₂	۷	۰,۱۴۵	۰,۰۰۶۵
			S ₁₃	۹	۰,۰۶۷	۰,۰۰۴۴
			S ₁₄	۱۲	۰,۰۴۸	۰,۰۰۳۲
			S ₁₅	۱۵	۰,۰۴۲	۰,۰۰۲۴
			S ₁₆	۱۶	۰,۰۳۳	۰,۰۰۲۰

Source: (Research findings)

جدول شماره ۷- مقادیر معیارها و زیر معیارهای تحقیق نسبت به هدف تحقیق

عوامل سوات	اولویت عوامل سوات نسبت به هدف تحقیق		زیر عوامل سوات	اولویت زیر عوامل سوات نسبت به هدف تحقیق		
	Normal	Limiting		رتبه‌بندی	Normal	Limiting
تهدیدها	۰,۴۳	۰,۱۲۳	T ₁	۱	۰,۱۷۳	۰,۰۱۳۹
			T ₂	۲	۰,۱۶۹	۰,۰۱۳۴
			T ₃	۸	۰,۱۲۱	۰,۰۱۱۱
			T ₄	۴	۰,۱۴۹	۰,۰۱۳۴
			T ₅	۶	۰,۱۳۲	۰,۰۱۱۹
			T ₆	۱۲	۰,۰۹۹	۰,۰۰۹۹
			T ₇	۱۵	۰,۰۷۵	۰,۰۰۸۴
			T ₈	۱۴	۰,۰۹۷	۰,۰۰۹۶
			T ₉	۱۱	۰,۱۰۲	۰,۰۱۰۳
			T ₁₀	۹	۰,۱۰۹	۰,۰۱۰۶
			T ₁₁	۷	۰,۱۲۳	۰,۰۱۱۴
			T ₁₂	۵	۰,۱۴۷	۰,۰۱۲۹
			T ₁₃	۱۳	۰,۰۹۹	۰,۰۰۹۸
			T ₁₄	۱۶	۰,۰۷۱	۰,۰۰۷۹
			T ₁₅	۱۷	۰,۰۶۶	۰,۰۰۶۸
			T ₁₆	۳	۰,۱۵۳	۰,۰۱۳۸
			T ₁₇	۱۰	۰,۱۰۳	۰,۰۱۰۴
نقاط ضعف	۰,۳۸	۰,۱۱۹	W ₁	۶	۰,۲۱۳	۰,۰۱۰۵
			W ₂	۵	۰,۲۱۷	۰,۰۱۰۸
			W ₃	۸	۰,۲۰۷	۰,۰۱۰۱
			W ₄	۳	۰,۲۲۵	۰,۰۱۱۴
			W ₅	۴	۰,۲۲۴	۰,۰۱۱۳
			W ₆	۲	۰,۲۳۱	۰,۰۱۱۹
			W ₇	۹	۰,۱۶۷	۰,۰۰۹۱
			W ₈	۱۱	۰,۱۴۵	۰,۰۰۸۲
			W ₉	۱۲	۰,۰۹۵	۰,۰۰۶۷
			W ₁₀	۱۶	۰,۰۸۵	۰,۰۰۴۰
			W ₁₁	۱۳	۰,۰۹	۰,۰۰۴۹
			W ₁₂	۱۰	۰,۱۵۶	۰,۰۰۸۶
			W ₁₃	۱۷	۰,۰۵۵	۰,۰۰۲۹
			W ₁₄	۱۵	۰,۰۸۶	۰,۰۰۴۱
			W ₁₅	۱	۰,۲۳۳	۰,۰۱۲۱
			W ₁₆	۱۴	۰,۰۸۸	۰,۰۰۴۲
			W ₁₇	۷	۰,۲۱۱	۰,۰۱۰۳

Source: (Research findings)

همان‌طور که جداول بالا نشان می‌دهد، نتایج رتبه‌بندی عوامل و زیر عوامل سوات در دو ستون نرمال و حدی نمایش داده شده‌اند. مقادیر نرمال بر اساس فرم مقایسه‌های زوجی بوده و مستقیماً از سوپر ماتریس وزنی تحقیق استخراج گردیده است. مقادیر حدی به صورت مستقیم از سوپر ماتریس حد گرفته شده است. نتایج این دو ستون با هم مطابقت داشته و رتبه‌بندی یکسانی را برای عوامل و زیر عوامل نشان می‌دهند. با توجه به رتبه‌بندی اعلام شده، مهم‌ترین عوامل و زیر عواملی که جهت توسعه صنعت گردشگری منطقه لواسان ابتدا باید بر آن‌ها تمرکز نمود، مشخص شده است. پس از تعیین اولویت معیارها و زیر معیارهای تحقیق، نوبت به محاسبه اولویت‌های تحقیق (استراتژی‌ها) نسبت به هدف می‌رسد. با استفاده از سوپر ماتریس حد، اولویت این استراتژی‌ها در جدول (۶) مشخص گردید.

جدول شماره ۸- مقادیر گزینه‌های تحقیق نسبت به هدف تحقیق

استراتژی‌ها	مقادیر استراتژی‌ها نسبت به هدف تحقیق			
	Name	Ideals	Normals	Raw
SO	۰,۸۰۴۷۸۸	۰,۲۶۸۴۱۲	۰,۰۹۲۳۴۱	
ST	۱,۰۰۰۰۰۰	۰,۳۳۳۵۱۹	۰,۱۰۸۳۰۲	
WO	۰,۷۴۱۷۵۷	۰,۲۴۷۳۹۰	۰,۰۸۳۲۵۴	
WT	۰,۶۵۳۲۲۵	۰,۲۱۷۸۶۳	۰,۰۷۹۴۸۰	

Source: (Research findings)

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، نتایج در سه ستون نرمال، خام و ایده‌آل نشان داده شده‌اند. ستون نرمال اولویت هر یک از گزینه‌ها را بر اساس فرم مقایسه‌های زوجی نمایش داده و معمول‌ترین روش برای مشاهده نتایج است. مقادیر ستون ایدئال از تقسیم مقادیر هر یک از اعداد ستون نرمال بر بزرگ‌ترین عدد این ستون به دست می‌آید، بنابراین مقادیر عددی گزینه‌های منتخب همواره ۱ است. مقادیر ستون خام به صورت مستقیم از سوپر ماتریس حدی اخذ می‌گردد. مطابق نتایج نشان داده شده است.

*نتایج حاصل از ماتریس Swot در زمینه نقاط قوت (S) ۱۶ نقطه قوت مطرح گردید، بیانگر آن است که رونق باغداری و زنبورداری و دامداری در روستا به عنوان مهم‌ترین و مؤثرترین نقطه قوت تلقی می‌گردد و جریان رودخانه برگ جهان و افجه در شرق روستاها و نزدیکی آبشارهای پسچویک، موآب، چرند سواستان به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقاط قوت در زمینه گردشگری محدوده مورد مطالعه به شمار می‌آید.

* در زمینه نقاط ضعف (Weaknesses)، عامل (تجاوز به زمین‌های منابع طبیعی و تفکیک قطعات باغی و نابودی مراتع و تغییر کاربری آن‌ها) به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف تلقی می‌گردد و (ساماندهی نامناسب گره‌های محلی در بافت روستا) به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه ضعف به حساب می‌آید.

* در زمینه فرصت‌ها (Opportunity) ۱۶ فرصت مطرح گردید که (افزایش توجه بخش دولتی و خصوصی به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری) و (نبود افراد متخصص در رابطه با گردشگری در روستا) به ترتیب اهمیت‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین فرصت‌ها عنوان شده است.

* در زمینه تهدیدات ۱۷ عامل مطرح شده است که (افزایش قیمت زمین و بورس بازی زمین و بالطبع افزایش بار مالی جهت ایجاد تجهیزات و تسهیلات گردشگری و مقرون به صرفه نبودن آن‌ها) و (متغیر بودن حجم آب رودخانه‌ها و چشمه‌ها، خشک شدن رودخانه‌ها به ویژه در فصول خشکسالی) به ترتیب مؤثرترین و کم‌مؤثرترین

عامل مطرح گردیده است؛ بنابراین منطق رویکرد مدل Swot این است که استراتژی اثر بخش قوت‌ها (S) و فرصت‌ها (O) به حداکثر و ضعف‌ها (W) و تهدیدات (T) را به حداقل برسانیم. لذا بر اساس نتایج فوق استراتژی مورد نظر در گردشگری محدوده استراتژی تهاجمی (SO) است. همچنین در زمینه قوت عامل S1، عامل ضعف W15، فرصت O1 و تهدید T1 به ترتیب بیشترین امتیاز را دارا هستند.

آزمون فرضیات

در ارتباط با موضوع رساله و به دنبال پاسخگویی به سؤالات پژوهش سه فرضیه مطرح می‌گردد که به شرح زیر هستند:

فرضیه اول:

به نظر می‌رسد استراتژی‌های کلان گردشگری در روستاهای هدف گردشگری متناسب با ویژگی‌های محیطی-اکولوژیک و اقتصادی-اجتماعی منطقه تدوین نشده است.

برای سنجش این فرضیه ما نیازمند دستیابی با استراتژی‌های ارائه شده توسط مشاور تهیه طرح‌های گردشگری روستاهای هدف هستیم؛ بنابراین با رجوع به طرح فوق‌الذکر مشخص گردید که استراتژی‌ها و راهبردهای زیر در راستای توسعه گردشگری در چهار روستای هدف گردشگری در یک تیپ پیشنهاد شده‌اند که به شرح زیر است: لازم به ذکر است که جدول زیر در راستای رد و تأیید فرضیات تحقیق مورد استفاده قرار می‌گیرد.

جدول شماره ۹- استراتژی‌های توسعه فعالیت‌های گردشگری در طرح فرادست (طرح گردشگری روستاهای هدف)

نقاط قوت - S	نقاط ضعف - W
در جدول ماتریس ارزیابی عوامل داخلی حاکم بر گردشگری روستا، نقاط قوت از S1 تا S32 توضیح داده شده است که نشان دهنده ۳۷ نقطه قوت شناسایی شده برای منطقه هستند.	در جدول ماتریس ارزیابی عوامل داخلی حاکم بر گردشگری روستا، نقاط ضعف از W1 تا W39 لیست شده‌اند.
فرصت‌ها - O	استراتژی‌های SO
در جدول ماتریس ارزیابی عوامل خارجی حاکم بر گردشگری روستا، فرصت‌ها از O1 تا O25 لیست شده‌اند.	So1: توسعه و رشد جاذبه‌های طبیعی روستا با اولویت طبیعت‌گردی به منظور ایجاد فرصت‌های شغلی برای جامعه میزبان So2: بهره‌گیری از ورزش‌ها و فعالیت‌های برفی و کوهستانی در بلندمدت به منظور کاهش الگوی تقاضای فصلی و بهینه نمودن پتانسیل‌های منطقه So3: استفاده از نیروی انسانی بومی در مباحث خدماتی و مدیریتی به منظور کاهش مهاجرت و اشتغال زایی So4: توسعه گردشگری مبتنی بر ژئوتوریسم در منطقه
تهدیدات - T	استراتژی‌های ST
در جدول ماتریس ارزیابی عوامل خارجی حاکم بر گردشگری روستا، تهدیدات از T1 تا T26 لیست شده‌اند.	ST1: توسعه منابع انسانی بخش گردشگری در منطقه ST2: تأکید بر بازارهای کنونی جهت حفظ موقعیت کنونی منطقه در مقابل رقبا ST3: ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاران در بخش گردشگری منطقه ST4: تأکید بر فرهنگ گردشگری پذیری بالای ساکنان منطقه ST5: تأکید بر استفاده از نیروی جوان منطقه به منظور جلوگیری از ورود مهاجران غیرقانونی شغلی
استراتژی‌های WO	استراتژی‌های WT
Wo1: مشارکت فعال سازمان محیط‌زیست و منابع طبیعی در توسعه گردشگری روستا و تعامل با متولیان امر گردشگری Wo2: بهبود زیرساخت‌های گردشگری منطقه Wo3: بهبود سیمای بصری منطقه با اعمال مدیریت مناسب اثرات گردشگری Wo4: گسترش فعالیت‌های بازاریابی در بزرگ‌ترین بازار هدف کشور (تهران) Wo5: استفاده از کدهای اخلاقی گردشگری و قوانین زیست‌محیطی به منظور جلوگیری از تخریب محیط زیست و باغات توسط گردشگران	WT1: پرهیز از افزایش ورود گردشگران بدون توجه به ظرفیت تحمل محیط WT2: پرهیز از عرضه خدمات گردشگری تنها برای طیف خاصی از گردشگران WT3: پرهیز از ساخت و ساز در نقاط با ریسک طبیعی بالا (مناطق سیل خیز، محدوده‌های گسلی و...)

راهبردهای کلی نیز به شرح زیر می‌باشند:

۱- توسعه و رشد جاذبه‌های طبیعی روستا با اولویت طبیعت‌گردی به منظور ایجاد فرصت‌های شغلی برای جامعه میزبان

۲- پرهیز از افزایش ورود گردشگران بدون توجه به ظرفیت تحمل محیط

۳- بهبود زیرساخت‌های گردشگری منطقه

۴- استفاده از کدهای اخلاقی گردشگری و قوانین زیست‌محیطی به منظور جلوگیری از تخریب محیط زیست و باغات توسط گردشگران

۵- ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاران در بخش گردشگری منطقه (طرح گردشگری روستاهای هدف)

برای سنجش فرضیه فوق در ابتدا ما نیازمند بررسی شرایط محیطی-اکولوژیک و اقتصادی-اجتماعی روستاهای هدف و استراتژی‌های ارائه شده در این زمینه هستیم.

استراتژی‌های توسعه گردشگری در روستاهای افجه و برگ جهان

- استراتژی‌های رقابتی/تهاجمی (SO)^۱

این استراتژی متمرکز بر مزیت‌ها یعنی نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی است، در واقع مواد اولیه این راهبرد عواملی هستند که به مقصد گردشگری مورد مطالعه، امکان رقابت با مقصدهای دیگر را می‌دهند. موارد زیر جهت بهره‌برداری از برتری‌های موجود به منظور توسعه گردشگری در شهر ارائه می‌گردد.

* تأکید ویژه بر جاذبه‌های طبیعی شامل: کوه‌ها، چشم‌اندازها، جنگل‌ها و رودخانه‌ها و فضای سبز، مرداب و... به منظور کسب درآمد و ایجاد اشتغال و توسعه روستایی.

* تأکید بر توسعه گردشگری طبیعی^۲ و اکوتوریسم^۳، به دلیل وجود مزیت‌های نسبی برای توسعه این نوع گردشگری در مناطق مورد مطالعه.

* با توجه به اینکه بیشتر گردشگران دارای انگیزه تفریحی و پس از آن تفریحی-تجاری هستند، لذا اقدامات مناسب جهت جلب رضایت آن‌ها و بهره‌گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه مسافرت به جهت نزدیکی با مراکز شهری پرجمعیت (نظیر لواسان، تهران و...) در جهت بهره‌برداری از جاذبه‌ها و فرآورده‌های گردشگری به منظور ایجاد اشتغال و درآمد برای ساکنین مورد مطالعه صورت گیرد.

* تقویت و ساماندهی وضعیت مراکز اقامتی موجود.

* شناسایی و بهره‌گیری از جاذبه‌ها، فرآورده‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی گردشگری این مناطق از جمله (کوه، رودخانه‌ها، چشمه‌ها، جنگل‌ها و اماکن تاریخی و...) جهت رقابت با سایر مناطق.

¹ Strengthes & opportunities

² Natural Tourism

³ Ecotourism

* استفاده از جمعیت باسواد و نیروهای متخصص و با تجربه و آموزش به افراد مستعد و علاقه‌مند به امر گردشگری، به منظور ایجاد تشکل‌های تعاونی مردمی و هم‌چنین ترویج و آموزش گردشگری از طریق نشست‌ها و جلسات مختلف با مردم روستاهای مورد مطالعه.

* ایجاد هماهنگی بین نهادها و بخش‌های مختلف مرتبط، به منظور یکپارچه‌سازی کارکردهای گردشگری به وسیله برگزاری نشست‌ها و به‌کارگیری تدابیر مدیریتی هماهنگ‌کننده با حضور سازمان‌های دولتی، مردم و کارآفرینان.

* زمینه‌سازی و بهره‌برداری از حمایت‌های بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری، از طریق شفاف‌سازی سیاست‌های دولتی، برنامه‌های محلی، نحوه اخذ مالیات و پرداخت یارانه و تسهیلات بانکی و...

- استراتژی‌های تنوع‌بخشی (ST)^۱

در استراتژی‌های تنوع‌بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، موارد زیر به منظور تأمین پاره‌ای از نیازمندی‌های گردشگری و تنوع‌بخشی به گردشگران آن در جهت رفع تهدیدها ارائه می‌گردد.

* تنوع‌بخشی به مراکز خدماتی-اداری گردشگری این مناطق، به‌منظور جلب رضایت گردشگران و امکان رقابت با مناطق رقیب.

* تدوین قوانین و مقررات دقیق جهت جلوگیری از سوداگری زمین و مسکن و نیز ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در مکان‌های مختلف گردشگری روستاهای مورد مطالعه و نظارت دقیق از طرف مسئولین پس از این مرحله.

* تأمین امنیت مکان‌های مختلف گردشگری این روستاها جهت جلوگیری از بروز تخلفات اجتماعی و سایر تخلفات.

* تنوع‌بخشی به امکانات، فعالیت‌ها و خدمات گردشگری به منظور جلب رضایت گردشگران و بالطبع افزایش تعداد گردشگران در استان و به ویژه این روستاها و هم‌چنین به کارگیری طبقات مختلف مردم در فعالیت‌های متنوع و مختلف.

* توسعه و گسترش گردشگری کشاورزی^۲ به منظور بهره‌برداری مناسب از مناظر، مزارع و باغات روستایی در جهت کسب درآمد و نیز جلوگیری از تخریب مزارع و پوشش گیاهی.

* تنوع‌بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی و جشنواره‌های خاص نظیر گل، گیاه، تجاری و... برای معرفی جاذبه‌های طبیعی و انسانی روستاها و مناطق مورد مطالعه و کمک به دائمی بودن گردشگری در این مناطق.

* توسعه و تجهیز مسیرهای گردشگری روستاها و ایجاد و نصب علائم، قوانین و مقررات در این مکان‌ها و تدوین دفترچه‌های راهنما برای گردشگران و آموزش آن‌ها.

- استراتژی‌های بازنگری (WO)^۳

* در استراتژی‌های بازنگری، ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر آن است تا با بهره‌گیری از فرصت‌های

¹ Strengthes & treathe

² Agritourism

³ Weaknesses & oppportunities

بیرونی، پیشنهادات اساسی در جهت رفع نقاط ضعف فراروی مناطق گردشگری روستایی ارائه شود که بدین منظور موارد زیر ارائه می‌گردد.

* بازنگری در جذب و استفاده از سرمایه‌های خارجی و بخش خصوصی جهت تجهیز مراکز گردشگری موجود و توسعه امکانات و تسهیلات آن‌ها، ضمن بازنگری به نوع و نحوه برنامه‌ریزی و حمایت دولتی از مناطق گردشگری.

* بازنگری به نحوه توزیع امکانات، خدمات و تسهیلات گردشگری و تقویت و تجهیز مراکز گردشگری روستاهای مورد مطالعه، با اولویت تخصیص مجدد این نوع امکانات به مناطق کوهی و جنگلی و مناطق با قابلیت بالا و متوسط جذب گردشگر.

* بازنگری در نحوه بهره‌گیری منطقی از نهادها، قوانین و مقررات حمایتی در جهت توسعه زیرساختها، تسهیلات و تجهیزات مختلف گردشگری در مناطق مورد مطالعه.

* بازنگری به قوانین و مقررات اراضی (زمین) روستایی و مکان‌های گردشگری این مناطق به منظور بهره‌برداری و استفاده از قسمت‌های مختلف آن برای عموم (مردم و گردشگران) و هم‌چنین جلوگیری از بورس بازی زمین.

* بازنگری در نوع و نحوه مشارکت‌های مردمی در توسعه گردشگری و چگونگی جذب سرمایه در این راستا.

* بازنگری و تدوین ساز و کارهای مناسب جهت ساماندهی مراکز اقامتی-گردشگری روستاهای مورد مطالعه.

* بازنگری در دیدگاه‌ها و توسعه و هماهنگی بیشتر و بهینه نهادها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری در روستاهای مورد مطالعه جهت یکپارچه‌سازی کارکردهای توسعه گردشگری و آموزش مردم و گردشگران به منظور بهره‌گیری بهینه و هدفمند از منابع و اثرات مثبت گردشگری.

- استراتژی‌های تدافعی (WT)^۱

این راهبرد به منظور مقابله با ضعف‌های درونی و تهدیدهای بیرونی ارائه می‌گردد. همان‌گونه که قبلاً اشاره شد، با توجه به نقاط ضعف درونی و تهدیدهای بیرونی موجود در روستاهای برگ جهان و افجه، استفاده از این راهبرد در مورد آن، از اولویت بیشتری برخوردار است. در این راهبرد به منظور مقابله با ضعف‌های درونی و تهدیدهای بیرونی راه‌کارهای زیر ارائه می‌گردد:

* تبدیل بخش‌های جنگلی مجاور کوه به پارک جنگلی.

* تجهیز کوه‌ها و قله‌های این مناطق به ویژه برای فصول برف خیز سال به امکانات و تجهیزات لازم و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های کوه‌نوردی و جنگل‌گردی از طریق ایجاد فعالیت‌های تفریحی (مانند تله کابین، اسکی و سایر ورزش‌های کوهی) و صدور مجوز جهت موسیقی‌های بومی و محلی و...

* ایجاد فضاهای تجاری با جاذبه‌های بصری مناسب و نظارت ویژه بر عملکرد آن‌ها.

* دعوت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و ایجاد تسهیلات و امتیازات ویژه سرمایه‌گذاری در زمینه احداث هتل-ها، مجتمع‌های اقامتی، تأسیسات تفریحی همچون پارک‌های تفریحی و جنگلی، ایجاد زمین‌های ورزشی و مؤسسات آموزشی و علمی چون باغ پرندگان، موزه تاریخ طبیعی و مناظر روستایی و...

^۱ Weaknesses & treathe

- * آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگر و گردشگری در این مناطق به‌منظور جلوگیری از تعارض بین گردشگران و مردم.
- * آموزش به گردشگران در زمینه فرهنگ و آداب و رسوم، مکان‌های خاص و سایر موارد.
- * ایجاد و توسعه پارک‌ها و فضاهای تفریحی در داخل روستاها.
- * زمینه‌سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه زیر ساختارها، تجهیزات و تسهیلات مختلف گردشگری و کسب درآمد از این طریق و همچنین استفاده از مشارکت بخش خصوصی در زمینه‌هایی که مردم نمی‌توانند مشارکت و یا سرمایه‌گذاری نمایند.
- * ایجاد جایگاه سوخت‌رسانی بنزین و گاز در محدوده بین شهری جهت ارائه خدمات بهتر.
- * توسعه، تجهیز و تنوع‌بخشی در سیستم حمل‌ونقل درون و برون‌شهری (شبکه‌ها، پایانه‌ها و ...)
- * توسعه و تجهیز مسیرهای پیاده در داخل روستاها و مسیرهای منتهی به مراکز گردشگری به‌منظور تشویق پیاده‌روی و کاهش استفاده از وسایل نقلیه موتوری.
- * نصب تابلوهای نشانگر قیمت مصوب و معمول کالاها در مراکز گردشگری برای جلوگیری از سوءاستفاده‌ها و در نتیجه نارضایتی گردشگران.
- * انجام مطالعات جامع در خصوص وضعیت گردشگری در مناطق مورد مطالعه و ایجاد بانک اطلاعاتی و برآورد دقیق تعداد گردشگران این مناطق به‌منظور تدارک نیازهای آن‌ها.
- * استفاده از نیروهای متخصص، آموزش دیده و با تجربه در توسعه گردشگری و ارائه آموزش‌های لازم به افرادی که به نوعی با گردشگران در ارتباط هستند.
- * تنوع‌بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی در راستای معرفی جاذبه‌های گردشگری مناطق هدف گردشگری و در نتیجه استفاده بهینه از پتانسیل‌های گردشگری این مناطق.
- * در نهایت روش تجزیه و تحلیل SWOT به شکل نظام‌یافته هر یک از عوامل قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها را که در مرحله قبل شناسایی شده‌اند مورد تحلیل قرار داده و استراتژی‌های متناسب با موقعیت را منعکس می‌سازد. در مدل SWOT پس از فهرست نمودن هر یک از عوامل قوت، ضعف، فرصت و تهدید که در مرحله قبل شناسایی شده و نوشتن آن‌ها در سلول‌های مربوطه به خود بر حسب ترتیب امتیاز وزن‌دار از محل تلاقی هر یک از آن‌ها استراتژی‌های مورد نظر حاصل می‌گردد؛ بنابراین همواره این ماتریس منجر به چهار دسته استراتژی ST، WT، WO و SO می‌شود.

ارائه استراتژی‌هایی برای گسترش گردشگری در روستاهای کند علیا و کند سفلا بر اساس مدل SWOT

به‌منظور ارائه سیاست‌های توسعه گردشگری در نواحی روستایی با استفاده از مدل سوات، چهار نوع استراتژی به عنوان راهبردهای تهاجمی، راهبردهای بازنگری، راهبردهای تنوع‌بخشی و راهبردهای تدافعی ارائه می‌گردد.

راهبرد تهاجمی (SO)

مبنای راهبرد تهاجمی بر گرفته از نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی است. در این ارتباط با توجه به یافته‌های میدانی تحقیق راهبردهای زیر در این دو روستا ارائه می‌گردد:

* توجه و تأکید ویژه بر گردشگری فرهنگی و الگوی زندگی جوامع محلی در روستاهای مورد مطالعه؛
* برنامه‌ریزی در زمینه بهره‌گیری از پتانسیل‌های محیط طبیعی روستا با توجه به داشتن طبیعتی بکر و نزدیکی به کلان‌شهر تهران که محیط مساعدی را برای تعطیلات افراد فراهم می‌کند.
* بهره‌برداری از منابع آبی موجود (آب پشت سدها و رودخانه‌ها) جهت توسعه و گسترش پارهای از ورزش‌ها و همچنین فعالیت‌ها جهت جذب گردشگر؛

* توسعه فعالیت‌ها و زیرساخت‌های مربوط به ورزش‌های زمستانی، کوهنوردی و... (با توجه به اینکه در فصول پاییز و زمستان بیشتر منطقه پوشیده از برف است، لذا می‌توان با بهبود زیرساخت‌ها مسافران و گردشگران زیادی را وارد منطقه کرد)؛

* باز زنده سازی الگوهای فرهنگ محلی و شیوه زندگی قدیمیان جهت برگزاری جشنواره ایی به منظور جذب گردشگر (به دلیل نزدیکی به شهر تهران در صورت به انجام رسیدن چنین کار، مسلماً شاهد جذب گردشگران بسیاری در نواحی روستایی خواهیم بود)؛

* بهره‌برداری بهینه از بازار مصرف کلان‌شهر تهران در راستای فروش تولیدات محلی و صنایع دستی روستاییان.

راهبرد تنوع (ST)

در راهبردهای تنوع‌بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، راهکارهای زیر به منظور تأمین پاره‌ای از نیازمندی‌های نواحی روستایی در جهت رفع تهدیدها ارائه می‌گردد:

* برنامه‌ریزی هدفمند در راستای حفظ فرهنگ و ارزش‌های تاریخی - فرهنگی جامعه محلی با توجه به قرارگیری در نزدیکی شهر تهران و ورود گردشگران از این کلان‌شهر به روستاهای منطقه؛

* برنامه‌ریزی جامع و یکپارچه جهت حفظ چشم‌اندازهای محیطی بکر و دست‌نخورده و عدم تخریب محیط‌زیست روستا در نتیجه‌ی ورود گردشگران به مناطق روستایی؛

* تصویب قوانین محکم و هدفمند جهت جلوگیری از تخریب بافت بومی روستا در نتیجه‌ی ساخت‌وساز ویلا در منطقه که باعث بروز آسفتگی در بافت کالبدی روستاهای می‌گردد؛

* ایجاد تشکل‌ها و نهادهای محلی جهت برخورد با گسترش مفاسد اخلاقی با توجه به نزدیکی شهر تهران و ورود برخی گردشگرانی که با این هدف وارد مناطق روستایی می‌شوند؛

* ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در مکان‌های مختلف توریستی در روستاهای مورد مطالعه؛

* گسترش گردشگری زراعی و دامی به منظور بهره‌برداری بهینه از پتانسیل‌های موجود در این زمینه و نیز جلوگیری از تخریب مراتع، مزارع و باغات در منطقه؛

* تأمین امنیت در روستاهای هدف گردشگری با توجه به ورود سیلی از گردشگران به منطقه.

راهبردهای بازنگری (WO)

- در راهبردهای بازنگری ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف فراروی گردشگری روستایی است. بدین منظور راهکارهای زیر ارائه می‌شود.
- * به دلیل نبود بازار فروش محصولات کشاورزی در روستا می‌تواند از پتانسیل بالای شهر تهران و لواسان به دلیل نزدیکی به روستاهای هدف به عنوان بازار فروش محصولات محلی استفاده کرد؛
 - * با توجه به این منطقه مورد مطالعه هنوز در اذهان بسیاری از افراد ناشناخته باقی مانده است، بنابراین می‌توان از فرصت شهر لواسان که به عنوان شهری خوابگاهی و گردشگری است در راستای تبلیغ و شناسایی جاذبه‌های گردشگری این روستاها استفاده کرد؛
 - * فعال کردن تورهای گردشگری در روستا در جهت جذب توریست با تأکید بر محوریت و مدیریت نیروهای جوان محلی که در حال حاضر در حال ترک روستا می‌باشند؛
 - * از آنجایی که گرایش شهروندان در سال‌های اخیر به شرکت در فعالیت‌های روستایی از جمله کشاورزی افزایش یافته و همچنین کشاورزی منطقه به حالت سنتی باقی مانده است، می‌توان با برگزاری تورهای کشاورزی جهت شرکت در فعالیت‌های کشاورزی و آشنایی با الگوهای سنتی کشت به رونق فعالیت‌های کشاورزی و همچنین افزایش درآمد در منطقه اقدام نمود؛
 - * بازسازی مسکن بومی منطقه و واگذار کردن آن‌ها در قالب اجاره جهت اقامت گردشگران در منطقه جهت کسب درآمد و همچنین حفظ میراث و دانش بومی گذشتگان (در حال حاضر گرایش بیشتر به مسکن شهری در منطقه در حال افزایش است)؛
 - * ساخت اقامتگاه‌ها در سازگاری با چشم‌انداز طبیعی و محلی روستاهای هدف گردشگری؛

راهبردهای تدافعی (WT)

- در این راهبرد ضمن تأکید بر رفع آسیب‌پذیری ناحیه مورد مطالعه، راهکارهای زیر ارائه می‌گردد:
- * توجه ویژه به گسترش مسکن بومی به عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری در منطقه که در حال حاضر با توجه به توسعه ویلا سازی در منطقه مورد غفلت واقع شده است؛
 - * آموزش و اطلاع رسانی به مردم در ارتباط با برخورد مناسب روستاییان با گردشگران و همچنین الگوی رفتاری بهینه گردشگران در ارتباط با فرهنگ محلی؛
 - * برنامه‌ریزی و تأمین منابع مالی جهت تأسیس آژانس‌های سفر برای جذب گردشگر؛
 - * ساخت جاده‌های مناسب برای گردشگران و کاهش ازدحام مسافران فقط در یک نقطه؛
 - * آموزش زیست محیطی به سازنده‌های هتل، ویلا و تورگردان‌ها برای کاهش اثرات زیست محیطی در منطقه؛
 - * بکارگیری کارشناسان مدیریت محیط زیست برای اداره و آموزش در زمینه کاهش زباله و آلودگی در منطقه مورد مطالعه؛

* اطلاع‌رسانی توریست‌ها و اکوتوریست‌ها با استفاده از راهنماهای محلی، توزیع روزنامه‌ها، مجلات و نصب علائم برای جلوگیری از آلودگی منطقه.

بنابراین فرضیه تحقیق با عنوان به نظر می‌رسد استراتژی‌های کلان گردشگری در روستاهای هدف گردشگری متناسب با ویژگی‌های محیطی-اکولوژیک و اقتصادی-اجتماعی منطقه تدوین نشده است، تأیید می‌گردد و در ادامه استراتژی‌های متناسب با شرایط محیطی-اکولوژیک، اجتماعی-اقتصادی و فرهنگی-تاریخی آن‌ها ارائه می‌گردد. فرضیه دوم: به نظر می‌رسد در استراتژی‌های کلان گردشگری در منطقه به گردشگری فرهنگی-تاریخی توجه ویژه‌ای صورت نگرفته است.

در راستای سنجش این فرضیه به بررسی مطالعات صورت گرفته توسط ادارات ذینفع و مقایسه آن‌ها با داده‌های جمع‌آوری شده توسط محقق باید پرداخت. بررسی استراتژی‌های ارائه شده توسط سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در راستای توسعه گردشگری در روستاهای هدف نشان می‌دهد که در استراتژی‌های چهارگانه توجه خاصی به توسعه گردشگری فرهنگی-تاریخی صورت نگرفته است؛ به عبارت دیگر در راهبردهای رقابتی/تهاجمی (SO) ارائه شده بیشتر توسعه طبیعت‌گردی، توسعه ورزش‌ها و فعالیت‌های برفی و ژئوتوریسم مد نظر قرار گرفته است. در راهبرد بازننگری (WO) استراتژی‌هایی در ارتباط با بهبود زیرساخت‌ها، بازاریابی و مشارکت روستائیان مورد تأکید قرار گرفته است. در راهبرد تنوع (ST) بیشتر بر آموزش بعد انسانی درگیر در توسعه گردشگری و در راهبرد تدافعی (WT) نیز بعد زیست‌محیطی گردشگری مورد توجه قرار گرفته است.

در ارتباط با این مقوله باید گفت که در حال حاضر در سطح جهان، گردشگری فرهنگی و تاریخی بخش اعظم گردشگری را به خود اختصاص می‌دهد که متأسفانه در کشور ما هنوز توجه ویژه‌ای بدین مقوله صورت نگرفته است (همان‌طور که از مستندات فوق پیدا است). این خود باعث بی‌توجهی روستائیان به سرمایه‌های بومی و دانش بومی می‌گردد که نتیجه این فرآیند تخریب و از بین رفتن این منابع گردشگری می‌شود؛ به عبارت دیگر بررسی فعالیت‌های اقتصادی صورت گرفته در روستا نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از روستائیان در فعالیت‌های کشاورزی و دامداری مشغول هستند و دارای جاذبه‌های ابزاری و فرهنگی قابل توجهی در این بخش هستند؛ بنابراین برنامه‌ریزی در زمینه توسعه صنایع دستی و الگوهای فرهنگی موجود می‌تواند به فعال نمودن اقتصاد روستا کمک شایانی کند. یکی دیگر از جاذبه‌های گردشگری موجود در منطقه نیز مقوله پوشاک محلی و همچنین غذاهای محلی در منطقه است که خود می‌تواند در جذب گردشگر مؤثر باشد. در این ارتباط نیز استراتژی‌های توسعه گردشگری این بخش را مورد غفلت قرار داده است. علاوه بر این نتایج مطالعات میدانی نشان داد که در روستاهای هدف جاذبه‌های از جمله بقایای کاخ ناصرالدین شاه، امام زاده اسماعیل و حمام قدیمی وجود دارد که خود سرشار از جاذبه می‌باشند؛ بنابراین ضروری است که در راستای بهره‌برداری از این پتانسیل‌ها در منطقه در طرح‌های فرادست توجه ویژه‌ای صورت بگیرد ولی در عمل این پتانسیل‌ها مورد بی‌توجهی و بی‌مهری قرار بگیرد؛ بنابراین با توجه به یافته‌ها و توضیحات فوق این فرضیه که به نظر می‌رسد در استراتژی‌های کلان گردشگری در منطقه به گردشگری فرهنگی-تاریخی توجه ویژه‌ای صورت نگرفته است، تأیید می‌گردد.

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد راهبردهای تهاجمی (SO) و راهبرد بازنگری (WO) مهم‌ترین راهبردهای توسعه فعالیت‌های گردشگری و پایداری جوامع روستایی در منطقه مورد مطالعه هستند.

در راستای سنجش این فرضیه باید در ابتدا عامل فرصت‌های بیرونی و اینکه چگونه می‌تواند در توسعه فعالیت‌های گردشگری در منطقه نقش‌آفرینی کند، با استناد به یافته‌های میدانی تشریح گردد (لازم به ذکر است که عامل فرصت‌های بیرونی برای تمام روستاهای مورد مطالعه تقریباً مشابه است). اولین امری که در این زمینه باید مورد توجه قرار بگیرد بعد مسافت است. مطالعات میدانی نشان می‌دهد که تمام روستاهای مورد مطالعه به طور میانگین در فاصله ۳۵ کیلومتری از تهران بزرگ قرار دارند. این بدین مفهوم است که بزرگ‌ترین بازار مصرف کشور یعنی تهران در فاصله نزدیک این روستاهای هدف گردشگری قرار دارد و در کوتاه‌ترین زمان شهروندان تهرانی به این جاذبه‌های گردشگری دست خواهند یافت. عامل دیگری که در همین زمینه ارتباط پیدا می‌کند فشارهای ناشی از شهرنشینی از جمله خستگی کاری، مشکلات ترافیکی و از همه مهم‌تر آلودگی هوا است. این عوامل در سال‌های اخیر فشارهای روحی و جسمی فراوانی را به ساکنان شهری متحمل کرده است که شهروندان به دنبال یافتن اندک فرصتی هستند تا بتوانند با گشت‌وگذار در یک محیط بکر از فشارها، آلودگی‌ها و... رهایی یابند؛ بنابراین به دلیل نزدیکی روستاهای هدف گردشگری با شهر تهران، با برنامه‌ریزی جامع و هدفمند می‌توان به توسعه فعالیت‌های گردشگری در زمینه ژئوتوریسم، توریسم ورزشی و مهم‌تر از همه بازسازی الگوهای فرهنگی در حال نابودی (موارد بسیاری از جاذبه‌های فرهنگی و سنتی در روستاهای کشور و علی‌الخصوص منطقه مورد مطالعه از بین رفته‌اند) پرداخت.

علاوه بر این به دلیل اینکه تهران شهری است که از بیشتر نقاط جهان سالانه چه به صورت همایش یا سمینار و چه به صورت محل زندگی و اقامت، افراد خارجی زیادی را به خود جذب می‌کند؛ بنابراین از آنجایی که بیشتر گردشگران خارجی علاقه فراوانی به تجربه الگوهای فرهنگی زندگی (طریقه لباس پوشیدن، مسکن بومی همساز با نیازهای اجتماعی - اقتصادی و...) دارند لذا در درجه اول آموزش و اطلاع‌رسانی در ارتباط با آشنا نمودن این افراد با جاذبه‌های گردشگری روستاهای هدف و در درجه بعدی آموزش ساکنان محلی در ارتباط با رعایت نمودن حقوق گردشگر و تأمین امنیت آن‌ها می‌تواند سیل فراوانی از گردشگران خارجی را وارد این روستا کند که خود در رسیدن به توسعه پایدار منطقه‌ای مؤثر و یاری‌رسان باشد؛ بنابراین آنچه از یافته‌های فوق برمی‌آید این نکته است که عامل بیرونی (شهر تهران) به عنوان یکی از تسهیل‌کننده‌های توسعه پایدار در منطقه مورد مطالعه است. همچنین وجود توره‌های گردشگری در شهر تهران نیز فرصتی جهت وارد نمودن گردشگران به این روستاها است.

یکی از رویکرد توسعه در سال‌های اخیر رویکرد توسعه درون‌زای نوین^۱ است. دیدگاه این رویکرد بر این اصل استوار است که برای رسیدن به توسعه ما باید به قابلیت‌ها و توانمندی‌های درونی با نگاهی به تحولات اقتصادی - اجتماعی و سیاسی بیرونی داشته باشیم. در این ارتباط توجه به فضاهای و فرآیندهای بیرونی در بالا بحث و بررسی گردید که منظور همان پتانسیل و ظرفیت تهران جهت رونق فعالیت‌های گردشگری در روستاهای هدف است. در ارتباط با نقاط قوت و ضعف درونی نیز باید گفت که روستاهای مورد مطالعه به لحاظ توانمندی در عرضه‌های

^۱ Neo indigenous development approach

اقتصادی- اجتماعی، محیطی- اکولوژیک و تاریخی- فرهنگی بسیار با استعداد هستند؛ به عبارت دیگر در زمینه محیطی- اکولوژیک این روستا فضای مناسبی را جهت توسعه فعالیت‌ها و ورزش‌های زمستانی فراهم کرده‌اند و همچنین زمینه توسعه فعالیت‌های کوه‌نوردی، طبیعت‌گردی، بهره‌گیری از مناطق خوش آب‌وهوا و همچنین بهره‌گیری از پتانسیل‌های پهنه‌های آبی موجود در منطقه را فراهم کرده است. در ارتباط با فعالیت‌های اقتصادی- اجتماعی نیز باید گفت که منطقه مورد مطالعه دارای فعالیت‌های متعدد اقتصادی از جمله زراعت، دامداری، باغداری، صنایع دستی و... است که هر کدام از آن بستر مناسبی جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری مختص به خود است و گردشگر خاص خود را دارا است. یکی دیگر از جاذبه‌های مهم گردشگری در منطقه وجود بناهای تاریخی است که شامل امامزاده اسماعیل، بقایای کاخ ناصرالدین شاه، حمام قدیمی و... است که خود یکی از پتانسیل‌های بسیار مهم جهت جذب گردشگران علاقه‌مند در زمینه بناها و الگوهای تاریخی- فرهنگی است؛ بنابراین روستاهای مورد مطالعه به لحاظ قابلیت و توانمندی درونی در سطح بسیار بالایی قرار دارند. در ارتباط با نقاط ضعف موجود در منطقه نیز یافته‌های میدانی حاکی از آن است که مهاجرت‌های روستا- شهری در منطقه وجود دارد و روستاها در حال از دست دادن نیروهای جوان خود است که خود مانع بزرگی در راه رسیدن به توسعه پایدار است. علاوه بر این عدم آشنایی روستاییان با برخی از توان‌های فرهنگی خود در ارتباط با توسعه گردشگری نیز یکی از مشکلات منطقه است. همچنین عدم آموزش روستاییان در زمینه برخورد با گردشگران و همچنین روش بازاریابی تولیدات و... از مهم‌ترین نقاط ضعف پیش روی توسعه گردشگری در روستاهای هدف منطقه مورد مطالعه است.

بنابراین با توجه به یافته‌های میدانی فوق‌الذکر این فرضیه تحقیق با عنوان به نظر می‌رسد راهبردهای تهاجمی (SO) و راهبرد بازنگری ((WO) مهم‌ترین راهبردهای توسعه فعالیت‌های گردشگری و پایداری جوامع روستایی در منطقه مورد مطالعه می‌باشند، تأیید می‌گردد.

ب: ارائه استراتژی‌هایی برای گسترش پایدار گردشگری در روستاهای هدف گردشگری دهستان لواسانات (افجه، برگ جهان، کند علیا و کند سفلی)

*استراتژی‌های تهاجمی یا رقابتی (SO)

این استراتژی متمرکز بر مزیت‌ها یعنی نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی است، در واقع مواد اولیه این راهبرد عواملی هستند که به مقصد گردشگری مورد مطالعه، امکان رقابت با مقصدهای دیگر را می‌دهند. موارد زیر جهت بهره‌برداری از برتری‌های موجود به منظور توسعه گردشگری در شهر ارائه می‌گردد.

۱- تأکید ویژه بر جاذبه‌های طبیعی شامل: کوه‌ها، چشم‌اندازها، جنگل‌ها و رودخانه‌ها و فضای سبز، مرداب و... به منظور کسب درآمد و ایجاد اشتغال و توسعه روستایی.

۲- تأکید بر توسعه گردشگری طبیعی^۱ و اکوتوریسم^۲، به دلیل وجود مزیت‌های نسبی برای توسعه این نوع گردشگری در مناطق مورد مطالعه.

^۱ Natural Tourism

^۲ Ecotourism

۳- با توجه به اینکه بیشتر گردشگران دارای انگیزه تفریحی و پس از آن تفریحی-تجاری هستند، لذا اقدامات مناسب جهت جلب رضایت آن‌ها و بهره‌گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه مسافرت به جهت نزدیکی با مراکز شهری پرجمعیت (نظیر لواسان، تهران و ...) در جهت بهره‌برداری از جاذبه‌ها و فرآورده‌های گردشگری به منظور ایجاد اشتغال و درآمد برای ساکنین مورد مطالعه صورت گیرد.

۴- تقویت و ساماندهی وضعیت مراکز اقامتی موجود.

*استراتژی‌های محافظه‌کارانه یا تنوع (ST)

در استراتژی‌های تنوع‌بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، موارد زیر به منظور تأمین پاره‌ای از نیازمندی‌های گردشگری و تنوع‌بخشی به گردشگران آن در جهت رفع تهدیدها ارائه می‌گردد.

۱- تنوع‌بخشی به مراکز خدماتی-اداری گردشگری این مناطق، به منظور جلب رضایت گردشگران و امکان رقابت با مناطق رقیب.

۲- تدوین قوانین و مقررات دقیق جهت جلوگیری از سوداگری زمین و مسکن و نیز ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در مکان‌های مختلف گردشگری روستاهای مورد مطالعه و نظارت دقیق از طرف مسئولین پس از این مرحله.

۳- تأمین امنیت مکان‌های مختلف گردشگری این روستاها جهت جلوگیری از بروز تخلفات اجتماعی و سایر تخلفات.

۴- تنوع‌بخشی به امکانات، فعالیت‌ها و خدمات گردشگری به منظور جلب رضایت گردشگران و بالطبع افزایش تعداد گردشگران در استان و به ویژه این روستاها و هم‌چنین به کارگیری طبقات مختلف مردم در فعالیت‌های متنوع و مختلف.

۵- توسعه و گسترش گردشگری کشاورزی^۱ به منظور بهره‌برداری مناسب از مناظر، مزارع و باغات روستایی در جهت کسب درآمد و نیز جلوگیری از تخریب مزارع و پوشش گیاهی.

۶- تنوع‌بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی و جشنواره‌های خاص نظیر گل، گیاه، تجاری و ... برای معرفی جاذبه‌های طبیعی و انسانی روستاها و مناطق مورد مطالعه و کمک به دائمی بودن گردشگری در این مناطق.

استراتژی‌های تدافعی (wt)

این راهبرد به منظور مقابله با ضعف‌های درونی و تهدیدهای بیرونی ارائه می‌گردد. همان‌گونه که قبلاً اشاره شد، با توجه به نقاط ضعف درونی و تهدیدهای بیرونی موجود در روستاهای برگ جهان و افجه، استفاده از این راهبرد در مورد آن، از اولویت بیشتری برخوردار است. در این راهبرد به منظور مقابله با ضعف‌های درونی و تهدیدهای بیرونی راه‌کارهای زیر ارائه می‌گردد:

۱- تبدیل بخش‌های جنگلی مجاور کوه به پارک جنگلی.

^۱ Agritourism

۲- تجهیز کوه‌ها و قله‌های این مناطق به ویژه برای فصول برف خیز سال به امکانات و تجهیزات لازم و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های کوه‌نوردی و جنگل‌گردی از طریق ایجاد فعالیت‌های تفریحی (مانند تله کابین، اسکی و سایر ورزش‌های کوهی) و صدور مجوز جهت موسیقی‌های بومی و محلی و ...

۳- ایجاد فضاهای تجاری با جاذبه‌های بصری مناسب و نظارت ویژه بر عملکرد آن‌ها.

۴- دعوت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و ایجاد تسهیلات و امتیازات ویژه سرمایه‌گذاری در زمینه احداث هتل‌ها، مجتمع‌های اقامتی، تأسیسات تفریحی همچون پارک‌های تفریحی و جنگلی، ایجاد زمین‌های ورزشی و مؤسسات آموزشی و علمی چون باغ پرندگان، موزه تاریخ طبیعی و مناظر روستایی و ...

۵- آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگر و گردشگری در این مناطق به‌منظور جلوگیری از تعارض بین گردشگران و مردم.

۶- آموزش به گردشگران در زمینه فرهنگ و آداب و رسوم، مکان‌های خاص و سایر موارد.

*استراتژی‌های رقابتی یا بازننگری (WO)

در استراتژی‌های بازننگری، ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر آن است تا با بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی، پیشنهادها اساسی در جهت رفع نقاط ضعف فراروی مناطق گردشگری روستایی ارائه شود که بدین منظور موارد زیر ارائه می‌گردد.

۱- بازننگری در جذب و استفاده از سرمایه‌های خارجی و بخش خصوصی جهت تجهیز مراکز گردشگری موجود و توسعه امکانات و تسهیلات آن‌ها، ضمن بازننگری به نوع و نحوه برنامه‌ریزی و حمایت دولتی از مناطق گردشگری.

۲- بازننگری به نحوه توزیع امکانات، خدمات و تسهیلات گردشگری و تقویت و تجهیز مراکز گردشگری روستاهای مورد مطالعه، با اولویت تخصیص مجدد این نوع امکانات به مناطق کوهی و جنگلی و مناطق باقابلیت بالا و متوسط جذب گردشگر.

۳- بازننگری در نحوه بهره‌گیری منطقی از نهادها، قوانین و مقررات حمایتی در جهت توسعه زیرساخت‌ها، تسهیلات و تجهیزات مختلف گردشگری در مناطق مورد مطالعه.

۴- بازننگری به قوانین و مقررات اراضی (زمین) روستایی و مکان‌های گردشگری این مناطق به‌منظور بهره‌برداری و استفاده از قسمت‌های مختلف آن برای عموم (مردم و گردشگران) و هم‌چنین جلوگیری از بورس بازی زمین.

۵- بازننگری در نوع و نحوه مشارکت‌های مردمی در توسعه گردشگری و چگونگی جذب سرمایه در این راستا.

۶- بازننگری و تدوین سازوکارهای مناسب جهت ساماندهی مراکز اقامتی-گردشگری روستاهای مورد مطالعه.

۷- بازننگری در دیدگاه‌ها و توسعه و هماهنگی بیشتر و بهینه نهادها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری در روستاهای مورد مطالعه جهت یکپارچه‌سازی کارکردهای توسعه گردشگری و آموزش مردم و گردشگران به‌منظور بهره‌گیری بهینه و هدفمند از منابع و اثرات مثبت گردشگری.

*استراتژی‌های تدافعی (WT) این راهبرد به منظور مقابله با ضعف‌های درونی و تهدیدهای بیرونی ارائه می‌گردد. همان‌گونه که قبلاً اشاره شد، با توجه به نقاط ضعف درونی و تهدیدهای بیرونی موجود در روستاهای برگ جهان و

افجه، استفاده از این راهبرد در مورد آن، از اولویت بیشتری برخوردار است. در این راهبرد به منظور مقابله با ضعف-های درونی و تهدیدهای بیرونی راهکارهای زیر ارائه می‌گردد:

- ۱- تبدیل بخش‌های جنگلی مجاور کوه به پارک جنگلی.
- ۲- تجهیز کوه‌ها و قله‌های این مناطق به ویژه برای فصول برف خیز سال به امکانات و تجهیزات لازم و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های کوه‌نوردی و جنگل‌گردی از طریق ایجاد فعالیت‌های تفریحی (مانند تله کابین، اسکی و سایر ورزش‌های کوهی) و صدور مجوز جهت موسیقی‌های بومی و محلی و ...
- ۳- ایجاد فضاهای تجاری با جاذبه‌های بصری مناسب و نظارت ویژه بر عملکرد آن‌ها.
- ۴- دعوت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و ایجاد تسهیلات و امتیازات ویژه سرمایه‌گذاری در زمینه احداث هتل‌ها، مجتمع‌های اقامتی، تأسیسات تفریحی همچون پارک‌های تفریحی و جنگلی، ایجاد زمین‌های ورزشی و مؤسسات آموزشی و علمی چون باغ پرندگان، موزه تاریخ طبیعی و مناظر روستایی و ...
- ۵- آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگر و گردشگری در این مناطق به‌منظور جلوگیری از تعارض بین گردشگران و مردم.

نتیجه‌گیری

در این مقاله ابتدا عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) صنعت گردشگری منطقه مورد مطالعه شناسایی و سپس با استفاده از ماتریس SWOT، این عوامل داخلی و خارجی با هم تلاقی یافته و استراتژی‌های مناسب توسعه صنعت گردشگری منطقه مورد مطالعه در چهار دسته SO، ST، WO و WT تعیین گردیدند؛ که با توجه به جداول مربوطه و نتایج حاصل از بررسی جدول سوات، با توجه به نقاط قوت موجود در روستاهای مورد مطالعه، استراتژی‌های تنوع‌بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، به منظور تأمین پاره‌ای از نیازمندی‌های گردشگری و تنوع‌بخشی به گردشگران در جهت رفع تهدیدها به عنوان اولویت اول در بین استراتژی‌های توسعه صنعت گردشگری در روستاهای مورد مطالعه مشخص گردیده و بعد از استراتژی تنوع‌بخشی، به ترتیب استراتژی‌های رقابتی-تهاجمی که متمرکز بر مزیت‌ها یعنی نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی بوده و به مقصد گردشگری مورد مطالعه، امکان رقابت با مقصدهای دیگر را می‌دهند، استراتژی‌ای‌های بازنگری که ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر آن دارند تا با بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی، پیشنهادات اساسی در جهت رفع نقاط ضعف فراوری مناطق گردشگری روستایی ارائه دهند و در نهایت استراتژی‌های تدافعی، به منظور مقابله با ضعف‌های درونی و تهدیدهای بیرونی، در اولویت‌های بعدی توسعه صنعت گردشگری روستاهای افجه و برگ جهان قرار گرفته‌اند. برای اجرای برنامه‌های توسعه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه لازم است که به کلیه بخش‌ها و دستگاه‌های اجرایی مرتبط با اجرای طرح، اطلاعات لازم داده شده و اطلاع‌رسانی‌هایی نیز در سطح منطقه صورت گیرد. رویکرد اصلی این برنامه‌ریزی مبتنی بر ایجاد تحرک و پویایی سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، به ویژه سرمایه‌گذاری خود روستاییان است، به نحوی که حتی خود روستاییان بتوانند در بسیاری موارد جایگزین بخش دولتی شده و کارها را به پیش برند. بنابراین می‌بایست برای این بخش انگیزه لازم فراهم شود که در این زمینه لازم است اقدامات زیر صورت پذیرد: واگذاری بخشی از تصدی‌گری و اجرایی بخش دولتی به بخش خصوصی و

روستاییان؛ فراهم ساختن تسهیلات بانکی و اعطاء وام‌های کم‌بهره به بخش خصوصی و روستاییان؛ خارج ساختن عملیات اداری سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و روستاییان از روندهای مرسوم و گسترده اداری و به راه انداختن کار آن‌ها در کم‌ترین فاصله زمانی. از لحاظ اقتصادی، با توجه به کوهستانی بودن منطقه و نبود زمین‌های کشاورزی کافی برای کشت و گذران معاش از این طریق که منجر به وابسته شدن اکثر روستاییان از لحاظ اقتصادی به گردشگری شده و تقریباً اکثر آن‌ها نیز در روستا با آن درگیر هستند، لازم است که این نکات مد نظر قرار گیرد:

- روستا با داشتن ظرفیت‌هایی همچون تنوع قابل ملاحظه منابع گردشگری که امکان گسترش بازار را فراهم می‌سازد و وضعیت مطلوب روستا از نظر ویژگی‌های عمومی جمعیت از قبیل جوانی جمعیت، میزان باسوادی؛ تولید و عرضه مازاد بر مصرف برای بازار؛ تنوع زمانی دسترسی به محصولات و پتانسیل ایجاد بازار برای ایجاد فرصت‌های گردشگری در طول سال؛ نزدیکی به مقصدهای مهم گردشگری مثل لواسان و راه‌های متصل به آن‌ها؛ فرصت‌هایی را برای توسعه دارد که در این زمینه با توجه به کمبود منابع مالی و سرمایه در روستا نیاز به حمایت دولت از قبیل فراهم ساختن تسهیلات بانکی و اعطاء وام‌های کم‌بهره به بخش خصوصی و روستاییان و خارج ساختن عملیات اداری سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و روستاییان از روندهای مرسوم و گسترده اداری و به راه انداختن کار آن‌ها در کم‌ترین فاصله زمانی و حمایت و کمک از اجرای پروژه‌های مربوط به تقویت و ایجاد صنعت مهمانخانه‌داری کوچک در روستا توسط روستاییان، دارد.

- در رابطه با عوامل فرهنگی و اجتماعی که شاید بتوان گفت یکی از مهم‌ترین عوامل در برنامه‌ریزی و توسعه روستایی در ایران است، لازم است که از طرف مردم و با مشارکتشان با دولت اقدامات زیر صورت گیرد: تهیه و اجرای یک استراتژی اطلاع‌رسانی مرتبط با بخش گردشگری به‌ویژه در رابطه با آداب و رسوم منطقه به گردشگران؛ این کار با هدف آگاه ساختن آن‌ها و احترام و ارزش گذاشتن به رسوم و سنت‌های روستاییان از طرف گردشگران؛ تجهیز مدارس موجود در روستا به‌ویژه دبیرستان روستاها؛ ایجاد کتابخانه و مراکز فرهنگی در روستاها؛ اجرای برنامه‌های فرهنگی و اوقات فراغت در روستاها؛ اجرا و تهیه برنامه‌هایی برای بالا بردن سطح آگاهی از گردشگری و گردشگران؛ ایجاد زیرساخت‌های مناسب و احداث تأسیسات و امکانات لازم جهت حفظ آثار، سنن و فرهنگ محلی صورت پذیرد.

- از لحاظ عوامل زیست‌محیطی با توجه به پتانسیل‌های منطقه چون وجود اکوسیستم‌های کوهستانی؛ منطقه ییلاقی، چشم‌انداز بسیار زیبا با انواع گونه‌های گیاهی و جانوری؛ وجود تپه‌های بی‌نظیر و متعدد لازم است که اقداماتی برای جلوگیری از ایجاد عوامل زیست‌محیطی منفی نظیر چرای مفرط و خارج از ظرفیت؛ تغییر کاربری اراضی کشاورزی و منابع طبیعی؛ نامناسب بودن وضعیت بهداشتی بسیاری از منابع مهبای گردشگری و ریختن زباله در سطح مراتع و روستا؛ بهره‌برداری ناپایدار از معادن از طرف مردم و دولت، صورت گیرد. به‌ویژه با توجه به درگیری و دعوای مردم با سازمان جنگل‌ها و مراتع در رابطه با ساخت مغازه و مهمانخانه بر روی زمین‌های کشاورزی خود و ندادن مجوزهای لازم به مردم، مناسب است که محل‌هایی مناسب در روستا با رضایت خود آن‌ها به این موارد اختصاص یابد تا از تغییر کاربری اراضی جلوگیری شود.

- در رابطه با عوامل زیر ساختاری و حمل و نقل نیز روستا دارای نقاط قوت بسیاری است که لازم است بهره‌برداری‌های پایدار از آن‌ها به عمل آید. از جمله متصل بودن به قطب مهم گردشگری استان (لواسانات)؛ وجود میسر اصلی منتهی به روستا؛ برخورداری از امکانات حمل و نقل؛ وجود راه‌های خاکی و نامناسب برای رسیدن به منابع گردشگری روستا که زمینه‌های لازم برای درست کردن آن‌ها مهیا است، می‌تواند در این خصوص راه‌گشا باشد.

این مقاله با این رویکرد که گردشگری می‌تواند احیاء کننده مناطق روستایی باشد و به‌سوی توسعه پایدار سوق دهد انجام گرفت که نتایج ماتریسی حاصل از مدل سوات و تحلیل شبکه‌ای به دست آمده بیانگر آن است که: نتایج حاصل از ماتریس Swot در زمینه نقاط قوت (S) ۱۶ نقطه قوت مطرح گردید، بیان گر آن است که رونق باغداری و زنبورداری و دامداری در روستا به عنوان مهم‌ترین و مؤثرترین نقطه قوت تلقی می‌گردد و جریان رودخانه برگ جهان و افجه در شرق روستاها و نزدیکی آبشارهای پسچویک، موآب، چرند سواستان به عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقاط قوت در زمینه گردشگری محدوده مورد مطالعه به شمار می‌آید، در زمینه نقاط ضعف (Weaknesses)، عامل (تجاوز به زمین‌های منابع طبیعی و تفکیک قطعات باغی و نابودی مراتع و تغییر کاربری آن‌ها) به‌عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف تلقی می‌گردد و (ساماندهی نامناسب گره‌های محلی در بافت روستا) به‌عنوان کم‌اهمیت‌ترین نقطه ضعف به حساب می‌آید، در زمینه فرصت‌ها (Opportunity) ۱۶ فرصت مطرح گردید که (افزایش توجه بخش دولتی و خصوصی به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری) و (نبود افراد متخصص در رابطه با گردشگری در روستا) به ترتیب اهمیت‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین فرصت‌ها عنوان شده است، در زمینه تهدیدات ۱۷ عامل مطرح شده است که (افزایش قیمت زمین و بورس بازی زمین و بالطبع افزایش بار مالی جهت ایجاد تجهیزات و تسهیلات گردشگری و مقرون به صرفه نبودن آن‌ها) و (متغیر بودن حجم آب رودخانه‌ها و چشمه‌ها، خشک شدن رودخانه‌ها به‌ویژه در فصول خشک‌سالی) به ترتیب مؤثرترین و کم مؤثرترین عامل مطرح گردیده است؛ بنابراین منطق رویکرد مدل Swot این است که استراتژی اثربخش قوت‌ها (S) و فرصت‌ها (O) به حداکثر و ضعف‌ها (W) و تهدیدات (T) را به حداقل برسانیم. لذا بر اساس نتایج فوق استراتژی موردنظر در گردشگری محدوده استراتژی تهاجمی (SO) است. همچنین در زمینه نقاط قوت عامل S1، عامل ضعف W15، فرصت O1 و تهدید T1 به ترتیب بیشترین امتیاز را دارا می‌باشند؛ بنابراین لازمه رسیدن به یک توسعه پایدار به‌ویژه در زمینه توسعه روستایی نگاه ویژه و غیر آمرانه (برنامه‌ریزی از پایین به بالا) به مقوله گردشگری که یکی از شقوق رسیدن به توسعه پایدار است؛ و گردشگری در صورتی توسعه پایدار منطقه را به دنبال دارد که از محیط زیست منطقه و منابع زیستی محیطی و میراث فرهنگی آن حفاظت کند و حرمت جامعه بومی و ساکن منطقه را پاس بدارد.

Reference

- Abby.L,Geoffry.W(2006)Planing Tourism emphyoyment: a developing country prospective. Tourism mangemwnt.
- Alwanani, Mahdi (1994), Principles and Foundations of Tourism, Publisher of Economic Deputy and Planning of the Foundation of the Oppressed Victims of the Islamic Revolution. (in persian).
- Bovens.M(2012)Assessing policy outcomes:social and political biases. Inpublic policy London.
- Byrd, E., Bosley, H. and Dornberger, M. (2009). Comparision of stakeholder perception of tourism impact in rural eastern North Carolina, Tourism Management, No. 30: 693-703.

- Edwards, d. Giffn, hayllar, B (2011) urban tourism research developing, and agenda. Annals of tourism research.
- Gharlakho, Mahdi (2007), Geography of Tourism and Leisure Planning; Tehran: Jahad University Press (in persian).
- Hafez Nia, Mohammad Reza (2008), Introduction to the Research Method in the Humanities, Tehran: Side Publishing (in persian).
- Harrison, Jeffrey & Caron John (2003), Strategic Management, Translation by Behrouz Ghasemi, Tehran: Publishing Board (in persian).
- Koster, R. L., Harvey, L. and Agnew, K. (2010). Frolicking in the Fringe: An Assessment of the State of Exurban Tourism in Canada. In: Kenneth B. Beesley, The Rural-Urban Fringe in Canada: Conflict and Controversy, Rural Development Institute, Political Science.
- Lane, B. (1994). What is rural tourism, Journal of Sustainable Tourism, 2: 721.
- Lane, B. (2009). Rural tourism: An overview, In: Tazim Jamal, Mike Robinson, The Sage Handbook of Tourism Studies, SAGE Publications Ltd.
- Liu, A. (2006) planning tourism employment. a developing country perspective tourism management.
- Mahdavi, Masoud (2003), Statistics and Methods for Data Analysis in Geography, Tehran: Ghomes Publications (in persian).
- McGehee, N. and Andereck, K. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism, Travel Research, 3(43): 131-140.
- Nilsson, P. A. (2008) tourism in cold Water islands: A matter of contract experiences from destination development in the polar north. Islands studies
- Rinzin, c. Walter, J. yermoulen. y. Q. (Glasbergen. 2007). Ecotourism As A Mechanism for Sustainable Development, the Csa of Bhutan, Environmental Sciences
- Robbins, Stephen (2002), Basis of Organizational Behavior, Translation Ali Parsian, Tehran: Cultural Research Office (in persian).
- Shams, Shahabuddin and Abolhassan Hosseini and Radman Khorshidian (2016). Analysis and Evaluation of Application of Fuzzy Analytical Hierarchy Process in Prioritizing Rural Tourism Development Scenarios. Journal of Tourism Planning and Development, 5 (18), 158-178 (in persian).
- Sharifzadeh, Abolqasem et al. (2002), Sustainable Development of Rural Tourism; Socio-Economic Monthly, Construction Jihad (in persian).
- Sowar, B. (1998) urban management in development countries.
- Timothy, D. J. (2005). Rural Tourism Business: A North American Overview. In: Derek Hall, Irene Kirkpatrick, and Morag Mitchell, Rural Tourism and Sustainable Business, Channel View Publications.
- Timothy, D Allen J (2005) aspects of tourism, shopping tourism, retailing and leisure channel view publications tourism.
- Wavkins, E (2007) toward Quality urban tourism, enterprive directorate, general tourism unit.
- Wearver, David (2002) and opper mum tourism manegment.
- Yazdani Zanganeh, Maryam, Bahman Khosravi Pur and Mansurgahnian (2009), Strategy for Sustainable Development of Employment in Rural Tourism, Work and Society, No. 109, 107-109 (in persian).
- Zamani, Ali (2016), A look at rural tourism in France and Italy