

بررسی میزان مشارکت شهروندان در طرح‌های گردشگری (مطالعه موردی منطقه ۲۲ شهر تهران)*

بهار بیشمی^۱ - عضو هیئت علمی پژوهشکده گردشگری پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری
مصطفی محمودی^۲ - کارشناس ارشد برنامه‌ریزی گردشگری دانشگاه تهران

دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۴/۱۶ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۲/۲۴

چکیده

توسعه گردشگری را صرفاً نمی‌توان با مؤلفه‌های مستقیم اقتصادی و مادی تضمین کرد و برای پیشرفت، شرکت جامعه محلی از جمله نیروهای فکری و یدی گروه‌های مختلف نیز نیاز است. مقاله حاضر قصد دارد به بررسی مشارکت مردم محلی در فعالیت‌های گردشگری منطقه ۲۲ شهر تهران بپردازد. روش بررسی، تلفیقی از روش کتابخانه‌ای و میدانی است؛ جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران به ترتیب ۱۷۰ نفر بازدیدکننده و ۱۵۰ نفر مردم بومی‌اند که به صورت نمونه‌گیری هدفمند و نیز روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای انتخاب شده‌اند. میانگین جذابیت گردشگری منطقه متوسط است و مردم محلی در فعالیت‌های مربوط به گردشگری هیچ نقشی ندارند. این در حالی است که آنان علاوه بر نگرش مثبت به گردشگری، برای مشارکت با شهرداری منطقه علاقه دارند. برای پایدارشدن گردشگری منطقه و ارتقای سطح جاذبه‌ها، استفاده از مشارکت شهروندان یکی از بهترین گزینه‌هاست، اما هنوز کارهای جدی در این زمینه صورت نگرفته است.

کلیدواژه‌گان: توسعه پایدار، گردشگری، گردشگری پایدار، مشارکت.

* مقاله حاضر بخشی از پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان «مطالعه وضعیت توسعه پایدار گردشگری در منطقه ۲۲ شهر تهران» است.

1. bbeishami@yahoo.com
2. m_mahmoodi@ut.ac.ir

مقدمه

در گذشته و حتی اکنون، طرز تلقی مسلط در برخی مکان‌ها این است که برنامه‌ریزی جهانگردی عبارت است از فرایند ساده‌تسویق‌گشایش هتل‌های جدید و اطمینان از وجود نظام حمل‌ونقل برای دسترسی به آن و ساماندهی فعالیت تبلیغی جهانگردی. تنها برنامه‌ریزی نظام‌مندی که باید اجرا شود عبارت است از انتخاب محل مناسب برای هتل و منزلگاه تفرجگاهی و اجرای برنامه‌ریزی منزلگاهی، محوطه‌سازی، و طراحی استانداردهای مهندسی برای توسعه. این رویکرد اغلب برای توسعه هتل‌های خصوصی یا تفرجگاه‌های کوچک، در زمان قبل از جهانگردی انبوه، موفق بوده است (ضرغام ۱۳۸۹: ۵۹). حال و پیچ معتقدند که با پنج دیدگاه کلی می‌توان به صنعت گردشگری پرداخت:

۱. دیدگاه اقتصادی محض، در این رویکرد از گردشگری به‌مثابه اهرم و ابزاری برای بهبود شاخص‌های اقتصادی یک جامعه یاد می‌شود؛

۲. رویکرد اقتصادی، در این دیدگاه گردشگری به‌مثابه صنعتی محض بررسی می‌شود؛

۳. رویکرد فیزیکی/ فضایی، در این دیدگاه گردشگری به‌منزله پدیده‌ای فضایی و منبعی مورد استفاده در ساماندهی فضاها مطالعه می‌شود؛

۴. دیدگاه اجتماعی، در این دیدگاه گردشگری به‌مثابه پدیده‌ای برای شکوفایی شرایط زیستی جوامع و بهبود عنوان می‌شود؛

۵. رویکرد پایدار، این دیدگاه مجموعه‌ای است از رویکردهای یادشده و به علاوه، گردشگری به‌مثابه ابزاری توانمند در راستای اجرای سیاست‌های توسعه پایدار بررسی و تحلیل می‌شود (Hall & Page 1999: 250). به نقل از حیدری (۱۳۸۷: ۳۵).

از مسائل بحث‌شده در پایداری گردشگری، میزان مشارکت اجتماع محلی در طرح‌ها و تصمیم‌گیری‌های مورد نظر برای بخش گردشگری است. از آنجا که مشارکت عمومی بخشی پذیرفته‌شده از بیشتر فعالیت‌هاست، شناسایی ویژگی‌های خاص مشارکت، که به پذیرش گسترده آن منجر شده، تلاش باارزشی است. کان و کان^۱ پیشنهاد می‌کنند که ارزش‌های مشارکت در سه طبقه‌بندی وسیع قرار گیرند. این مشارکت عبارت‌اند از:

۱. وسیله‌ای برای به تحرک درآوردن منابعی که به حد کافی بهره‌برداری نمی‌شوند (منابع کارگری یا تولیدی)؛

۲. منبعی از اطلاعات و دانش (اصلاح‌کننده و خلاق) است؛ ۳. پایانه‌ای در خودش است (تأیید دموکراسی و حذف بیگانگی، خصومت، و کمبود ایمان). به این موارد مورد چهارمی، که شاید سود برتری هم داشته باشد، اضافه می‌شود که عبارت است از: ۴. اتخاذ تصمیم‌گیری بهتر (ایان ۱۳۸۵: ۱۱۸).

مقیاس توصیفی ایردکس داکسی^۲ (۱۹۷۵)، تغییرات یک‌سویه در نگرش ساکنان را، زمانی که مقاصد در چرخه رشد گردشگری حرکت می‌کنند، شرح می‌دهد. در مراحل اولیه، ساکنان در حالت رضایتمندی و خوشحالی‌اند و زمانی که تعداد گردشگران با توسعه و ادغام مقصد افزایش می‌یابد، وارد حالت آزردهی و رنجش و حتی شاید خصومت شوند. اگرچه مدل داکسی ساده است، برای توضیح اینکه چگونه گرایش‌ها به سمت گردشگری در طول زمان منفی‌تر می‌شود مفید است (Jennings & Nickerson 2006: 119).

منطقه‌ای که سال‌ها به‌منزله یکی از مناطق محروم در تهران شناخته می‌شد حالا به یکی از مکان‌های مستعد گردشگری تبدیل شده است که این امر می‌تواند بر زندگی عادی ساکنان تأثیر بگذارد. در حال حاضر، منطقه ۲۲ با ساخت پروژه‌های عظیم گردشگری سعی دارد قطبی گردشگری در این نقطه از شهر ایجاد کند و مسئله‌ای که باید مورد توجه قرار گیرد این موضوع است که ساکنان این منطقه چه نقشی در پایداری گردشگری منطقه بازی خواهند کرد. برای موفقیت طرح‌های گردشگری منطقه ۲۲ و ایجاد یک گردشگری کیفی، حضور فعال شهروندان یکی از ارکان اساسی است و در صورت فراموش شدن این قشر، گردشگری پایدار، که هدف آن انتفاع مردم محلی از این صنعت است،

تحقق نمی‌یابد. به نظر میشل و رید^۱ (2001: 114) «مردم محلی و جامعه‌شان باید هدف توسعه و نه در معرض توسعه باشند» (Sharpley & Telfer 2002: 149).

از این رو، در مطالعه حاضر این سؤال مطرح می‌شود که میزان مشارکت شهروندان در طرح‌های گردشگری منطقه ۲۲ شهر تهران چه اندازه بوده و تابع چه متغیرهایی است؟

منابع موجود در زمینه تحقیق حاضر به دو دسته مطالعات خارجی و داخلی تقسیم می‌شوند که در ادامه به چند نمونه اشاره‌ای مختصر می‌شود:

- تُسان (Tosun 2000) در مقاله‌ای با عنوان «محدودیت‌های مشارکت اجتماعی در فرایندهای توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه» به علت عدم مشارکت در گردشگری می‌پردازد. طبق بررسی‌های انجام‌شده محقق، مشخص شد که محدودیت‌ها در بخش‌های اجرایی، ساختاری، و فرهنگی باعث مشارکت نکردن مردم محلی در برنامه‌های گردشگری کشورهای در حال توسعه می‌شود (البته میزان آن در مقاصد گردشگری مختلف متغیر است)؛

- سیمونز (Simmons 1994) در مقاله‌ای با عنوان «مشارکت اجتماعی در برنامه‌ریزی توریسم»، دو علت را دلیل توجه به مشارکت مردم محلی در گردشگری می‌داند: ۱. تأثیرات گردشگری در مقاصد محلی به شدت احساس می‌شود؛ ۲. ساکنان، یکی از اجزای اساسی در فضای مهمان‌پذیری^۲ شناخته می‌شوند. به نظر او، اکنون حق مردم برای مشارکت در فعالیت‌های برنامه‌ریزی که بر زندگی روزانه آن‌ها تأثیر می‌گذارد یک اصل پذیرفته‌شده در کل جهان دموکراتیک است (Simmons 1994: 99)؛

- کیو (Keogh, 1990) در پژوهشی با نام "مشارکت همگانی در برنامه‌ریزی گردشگری اجتماعی" به بررسی عوامل کمک‌کننده و بازدارنده در مشارکت شهروندان کپ-پله^۳ کانادا می‌پردازد. یافته‌های او نشان می‌دهد که فقدان اطلاعات یکی از مسائل مهم بوده، و موضوع دیگر اینکه اطلاعات موجود و پیشنهادها برای موقعیت‌ها و شرایط، در ساکنان حس بیگانگی ایجاد کرده که این خود می‌تواند اثر معکوسی دیدگاه‌های کلی مردم بگذارد؛

- طالب، بخشی‌زاده، و میرزایی (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان «مبانی نظری مشارکت اجتماع روستایی در برنامه‌ریزی گردشگری روستایی در ایران» مدلی نظری برای برنامه‌ریزی گردشگری روستایی در ایران ارائه کرده‌اند. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که در سال‌های گذشته، گردشگری روستایی در ایران به‌طور گسترده در حال افزایش بوده و برنامه‌ریزی تعاملی با رهیافت ارزیابی مشارکتی روستایی برای این نوع گردشگری مناسب‌ترین برنامه‌ریزی محسوب می‌شود که با توجه به موقعیت و خصوصیات هر روستا صورت می‌گیرد و برای اقتصاد جامعه و محیط زیست روستاها نیز روشی مناسب به‌شمار می‌رود (طالب، بخشی‌زاده، و میرزایی، ۱۳۸۷: ۴۹)

- علی‌پور، شیانی، و زاهدی (۱۳۸۸) در مقاله خود با عنوان «اعتماد و مشارکت» به بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در شهر تهران می‌پردازند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان می‌دهد که بین اعتماد اجتماعی در سه شکل متفاوت آن (فردی، تعمیم‌یافته، و نهادی) و مشارکت اجتماعی سازمان‌یافته رابطه معنادار وجود دارد.

- لاگارس و والانسندو (۲۰۱۵) درباره ادراک و مشارکت در فرایند گردشگری اندونزی، جوهونگ (۲۰۱۴) در زمینه توسعه گردشگری شهری، هنرجو (۲۰۱۴) در مورد تأثیرات توسعه گردشگری شهری، و لویتو و رادولسکو و دوسیو (۲۰۱۳) در خصوص شاخصه‌های گردشگری شهری مقالاتی کاربردی ارائه کرده‌اند.

مبانی نظری

در سال‌های کنونی، توسعه پایدار به‌منزله روشی تازه مطرح شده است که جوامع می‌توانند بدین‌وسیله درباره سطح زندگی، عدالت اجتماعی، و حفظ منابع بیندیشند. مانند دیگر صنایع، گردشگری بر محیط‌های طبیعی از طریق یک سلسله از توسعه زیرساخت‌ها، مصرف منابع و فرایندهای تولید پسماند تأثیر می‌گذارد. در مقایسه با تعداد زیادی از صنایع این

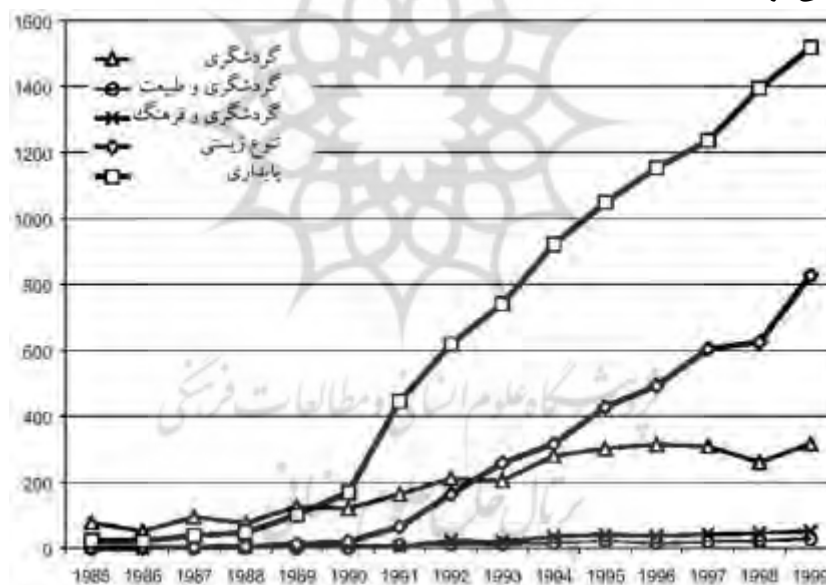
1. Mitchell & Reid
2. Hospitality Atmosphere
3. Cap-Pele

مراحل در بعضی مکان‌های از نظر اکولوژیکی شکننده سیاره زمین، مانند محیط‌های ساحلی، کوهستانی، و رودخانه‌ای، اتفاق می‌افتد. بسیاری از مطالعات نشان می‌دهد که گردشگران مقدار بیشتری انرژی، آب، و مواد را در مقاصد گردشگری در مقایسه با مصرف خانگی خود استفاده می‌کنند. این رفتارهای مصرفی به‌طور درخور توجهی فرصت برای پایداری بیشتر را محدود می‌کند (Williams & Ponsford 2009: 396-398).

عمده افکار و عقاید به توسعه پایدار گردشگری از برنامه‌های مقدماتی و نتایج نشست تاریخی صاحب‌نظران جهان، که در سال ۱۹۹۲ برگزار شد و چارچوب‌های زیر را تعقیب می‌کرد، سرچشمه گرفته است:

- مسافرت و گردشگری در هدایت زندگی‌های سلامت، پربار، و هماهنگ با طبیعت باید به مردم کمک کند؛
- مسافرت و گردشگری باید به حراست، حفاظت، و اعاده زیست کره زمین کمک کند؛
- مسافرت و گردشگری باید براساس شکل‌های پایدار تولید و مصرف بنا شده باشد؛
- ملتها باید با یکدیگر همکاری داشته باشند تا یک نظام باز اقتصادی را، که در آن می‌تواند یک تجارت بین‌المللی با زیربنایی مستحکم در خدمات سفر و گردشگری پدید آید، ترویج کنند؛ و... (World Travel and Tourism Commission 1995:1؛ به نقل از اجل ۱۳۸۸: ۴۰).

تغییرات صورت گرفته در حوزه صنعت گردشگری و حرکت آن به سمت شاخص‌های پایداری حاصل پیامدهای منفی است که مقاصد گردشگری با آن روبه‌رو شده‌اند که این پیامدها نادرست‌بودن دیدگاه‌های سنتی و کلاسیک صنعت گردشگری را نمایان می‌کند. در تصویر ۱، که تغییرات در ادبیات گردشگری را نمایش می‌دهد، موضوع تغییر موضع در این صنعت ملموس‌تر می‌شود:



تصویر ۱. تغییر صورت گرفته در ادبیات گردشگری

(Carter, Baxter & Hockings 2001: 268)

امروزه، در برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای جهانی، جایگاه بزرگی به برنامه‌ریزی تفریح اختصاص داده شده، که هدف نهایی آن اعتدالی کیفیت محیط زندگی شهری از طریق تأمین نیازهای فراغتی و تفریحی مردم است. به همین دلیل، در نظام‌های جدید منطقه‌بندی معمولاً یک یا چند منطقه به‌منزله منطقه تفریحی یا منطقه گذران فراغت در نظر گرفته می‌شود. اما متأسفانه در شرح خدمات تهیه طرح‌های جامع شهری و ناحیه‌ای در ایران موضوع برنامه‌ریزی و آینده‌نگری برای نیازهای گردشگری و تفریحی، به صورتی کم‌رنگ و فرعی، مطرح شده است (کوشش تبار ۱۳۸۷: ۱۳۲).

در توریسم سنتی، لازم نبود برای ارتقای حفظ محیط زیست یا آموزش برنامه‌ریزی شود. توریسم سنتی مزایایی برای مردم محلی ندارد و به‌سرعت می‌تواند به مناطق حساس و آسیب‌پذیر صدمه وارد کند. در نتیجه، این عوامل قادر است بسیاری از منابع و فرهنگ‌هایی را که با آن در ارتباط است تخریب یا به شیوه نادرستی تغییر بدهد. در مقابل، گردشگری

پایدار از ابتدا برای سودرساندن به ساکنان محلی، احترام به فرهنگ بومی، حفظ منابع طبیعی، آموزش بازدیدکنندگان، و ساکنان محلی به شیوه‌ای سنجیده برنامه‌ریزی شده است:

جدول ۱. توریسم سنتی و گردشگری پایدار

| گردشگری پایدار | توریسم سنتی |
|---|--|
| ۱. برنامه‌ریزی برای سود اقتصادی، محیط زیست، و اجتماع؛ | ۱. داشتن یک هدف، آن هم سود اقتصادی؛ |
| ۲. برنامه‌ریزی از قبل با مشارکت همه ذینفعان؛ | ۲. بدون برنامه‌ریزی از قبل، به صورت اتفاقی؛ |
| ۳. محلی محور؛ | ۳. گردشگر محور؛ |
| ۴. کنترل محلی، حداقل در مواردی؛ | ۴. کنترل از طریق بخش‌های بیرونی؛ |
| ۵. تمرکز روی تجربه آموزشی؛ | ۵. تمرکز روی تفریح گردشگران؛ |
| ۶. اولویت حفظ منابع طبیعی؛ | ۶. نبود اولویت حفاظت از محیط زیست؛ |
| ۷. اولویت قدردانی از فرهنگ بومی؛ | ۷. عدم اولویت اجتماع محلی؛ |
| ۸. ماندن بیشتر درآمدها برای اجتماع محلی. | ۸. اختصاص بیشتر درآمدها به تورگردانان و سرمایه‌گذاران خارجی. |

(IUCN, 2004:4)

یک جنبه مهم توسعه پایدار تأکید بر توریسم محلی است. این شیوه توریسم بر دخالت دادن جامعه محلی در برنامه‌ریزی و توسعه توریسم تأکید و توجه دارد و آن نوع گردشگری را توسعه و گسترش می‌دهد که به منافع جامعه محلی بینجامد (سازمان جهانی جهانگردی ۱۳۷۹: ۲۳). تسان و تیموتی^۱ (۲۰۰۳) همچنین بحث می‌کنند که مشارکت جامعه، عنصری ضروری در اجرای برنامه‌ها و استراتژی‌های گردشگری است و مزایایی را در مشارکت اجتماعی هنگام توسعه گردشگری فراهم می‌کند، که شامل: افزایش رضایت گردشگر؛ کمک به متخصصان گردشگری برای برنامه‌ریزی بهتر گردشگری؛ کمک به توزیع متوسط هزینه‌ها و مزایا در اعضای جامعه؛ کمک به ارضای نیازهای شناخته شده محلی؛ و تقویت دموکراسی در مقاصد گردشگری (Moscardo 2008: 62). در مطالعه حاضر، متغیر اصلی، یعنی مشارکت در صنعت گردشگری، سنجیده می‌شود. از این رو، در ادامه به نظریه‌های مرتبط در حوزه مشارکت پرداخته می‌شود:

مشارکت

اوکلی (۱۹۹۹) برای تعریف مشارکت به بیان سه تفسیر در خصوص مشارکت می‌پردازد که عبارت‌اند از: ۱. مشارکت به منزله سهم داشتن که معتقد است این تفسیر در مورد پروژه‌های بهداشتی، تأمین آب، جنگلداری، منابع طبیعی، امور زیربنایی در جهان سوم، که هدف‌های از پیش تعیین شده‌ای داشته باشند، صادق است؛ ۲. مشارکت به منزله سازمان که در این تفسیر سازمان به مثابه ابزار و سازوکار اصلی مشارکت مطرح شده و بر تشکیل تعاونی‌ها، مؤسسه‌های کشاورزی، کمیته‌های مربوط به مدیریت آب، و... تأکید می‌شود؛ و ۳. مشارکت به منزله توانمندسازی، در این تفسیر به بهره‌مند شدن مشارکت‌کنندگان از مهارت، دانش، قابلیت‌های توسعه‌ای، و توان تصمیم‌گیری تأکید می‌شود (ازکیا و غفاری ۱۳۸۰: ۱۳-۱۴).

یک شباهت عمده نیازهای اساسی و قابلیت‌های اساسی که آن‌ها را از مطلوبیت‌گرایی متمایز می‌کند، تأکید بیشتر بر منابع/ کارکردها نسبت به درآمد است؛ کارکردهایی مبتنی بر خواسته‌ها و عمل فرد نظیر برخورداری از سلامتی، امکان مشارکت اجتماعی، برخورداری از مسکن، و مواردی از این قبیل (غفاری و امید ۱۳۸۸: ۳۰-۳۵). مشارکت عمومی مؤلفه‌ای اساسی در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی جهانگردی به‌شمار می‌رود. مشارکت عمومی عبارت است از: تصمیم‌گیری از سوی گروه هدف، مردم، و گروه‌های ذی‌نفع علاقمند یا تصمیم‌گیری از سوی افراد و گروه‌هایی که از رویه‌های دموکراتیک استفاده کرده و در جهت منافع عمومی حرکت می‌کنند (هال و جنکینز ۱۳۷۸: ۸۲).

مزایای بالقوه زیادی وجود دارد اگر ساکنان یک مقصد گردشگری، که در آن کار یا زندگی می‌کنند، در برنامه‌ریزی گردشگری درگیر شوند. اگر این درگیری به این معنا باشد که اعضای جامعه تأثیر مهمی در تصمیماتی که روی زندگی روزانه‌شان اثر می‌گذارد داشته باشند، مشروعیت سیاسی به طرز چشمگیری افزایش خواهد یافت. بسیاری از مفسران عقیده دارند که گردشگری پایدار باید شامل دیدگاه‌ها و آرای مردم در مورد نیازها و رفاه امروز و فردای آنان و همچنین شامل مسائل محیط زیستی، اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی آن‌ها باشد (Hall & Richards 2000: 26).

مدل‌های مختلفی در نوع‌شناسی مشارکت شهروندان در جامعه ارائه شده است که از مهم‌ترین آن‌ها نردبان مشارکت است. مدل نردبان مشارکت آرنشتاین^۱ (۱۹۶۹) هشت نوع یا مرحله از مشارکت را تقسیم‌بندی می‌کند. پایین‌ترین پله‌های نردبان ظاهر فریبی^۲ و درمان^۳ هستند. این دو پله سطوحی از عدم مشارکت را شرح می‌دهند که از سوی تعداد اندکی از افراد برای جابه‌جا کردن مشارکت واقعی طراحی شده‌اند. در بالاترین پله‌ها، یک نقش فعال و درگیرانه برای شهروندان انعکاس می‌یابد که این پله‌ها با نام‌های شراکت^۴، تفویض قدرت^۵، و کنترل شهروندی^۶ شناخته می‌شوند که در آن‌ها مردم مردم وارد مشارکت و همکاری با مسئولان اجرایی می‌شوند (Arnstein 1969: 217).

توماس^۷ (۱۹۹۵) در زمینه مشارکت مدل دیگر رامطرح کرده است. طبق نظر او، پنج رویکرد تصمیم‌گیری وجود دارد که نمایندگان مردمی می‌توانند اتخاذ کنند (که به نوعی با نردبان مشارکت آرنشتاین موازی است). در یک سر طیف متولیان عمومی تصمیمات مستقلی را بدون دخالت مردم می‌گیرند و در سر دیگر طیف مدیران بخش عمومی، بعد از رایزنی کامل و گسترده با مردم، تصمیم خود را می‌گیرند. در بین این دو سر طیف، مسئولان سطوح مختلفی از مشارکت شهروندی را، از قبیل انتخاب گروه مشاوران تا فرایندهای بسیار گسترده‌تر، برمی‌گزینند (Callahan 2007: 1184).

امروزه، در آمریکا و انگلیس، همکاری‌های گردشگری امری نسبتاً رایج است. گفته می‌شود یک دلیل اصلی برای این همکاری، ایجاد تبوتاب رقابتی در مقاصد گردشگری است. به‌طور کلی، مشارکت در تدوین سیاست‌های گردشگری به احساس قدرت و برابری کردن، مزایای عملیاتی و یک محصول گردشگری بهبودیافته منجر می‌شود (میسون ۱۳۹۰: ۲۲۷). بحث مشارکت اجتماعی با توجه به انتخاب گردشگری برای کشورهای در حال توسعه، به صورت گسترده‌ای حمایت و تشویق می‌شود. مشارکت اجتماعی در اکوتوریسم گسترده‌ای را که اجتماع محلی قادر به کنترل آن‌اند افزایش می‌دهد. آن‌ها قادر به توانمند کردن مردم و افزایش اتکای آن‌ها به خودشان می‌شود یا به آن‌ها حس مالکیت در پروژه‌ها را می‌دهد (Butcher 2007: 65).

مفهوم مشارکت جامعه محلی مسئله‌ای مهم در بحث‌های توسعه گردشگری در کشورهای جهان سوم است که معمولاً درباره رابطه رشد گردشگری انبوه و تأثیرات منفی آن بر جوامع محلی بحث می‌کند. در کشورهای جهان سوم، رشد گردشگری اغلب با ایجاد پیوند محلی در توزیع مزایای رشد در جامعه، بخش‌ها، و حوزه‌های منطقه‌ای همراه نبوده است (Hall & Richards 2000: 170). جنکینز (۱۹۹۳) هفت مانع را بر سر راه مشارکت محلی در برنامه‌ریزی گردشگری مؤثر می‌داند. این عوامل به‌طور خلاصه عبارت‌اند از:

- عامه مردم معمولاً در فهم موضوعات تخصصی و پیچیده برنامه‌ریزی مشکل دارند؛
- عامه مردم لزوماً نمی‌دانند که فرایند برنامه‌ریزی چگونه اداره می‌شود یا تصمیمات چگونه اخذ می‌شوند؛
- مشکل در نظر گرفتن همه عقاید و آرای مختلف در فرایند تصمیم‌گیری؛
- بی‌اعتنایی در میان تعدادی (نه اکثریت) از شهروندان؛
- هزینه روزافزون در رابطه با وقت و پول کارمندان؛
- این واقعیت که در نتیجه مشارکت جامعه، تصمیم‌گیری زمان زیادتری به طول می‌انجامد؛

1. Arnstein
2. Manipulation
3. Therapy
4. Partnership
5. Delegated power
6. Citizen control
7. Thomas

- کارایی کلی (به‌خصوص از نظر وقت، پول، و اجرای یک‌دست) فرایند تصمیم‌گیری به‌شدت تحت‌تأثیر قرار می‌گیرد (میسون ۱۳۹۰: ۲۰۴).

روش پژوهش

در این پیمایش، واحد مشاهده فرد و سؤالات پرسشنامه از طریق اعتبار صوری و با استفاده از مبانی نظری تحقیق انتخاب شدند. برای نشان‌دادن میزان پایایی و اعتماد تحقیق، با انجام آزمون آلفای کرونباخ بر ۵۰ پرسشنامه جامعه میزبان و ۵۰ پرسشنامه بازدیدکنندگان، میزان اعتماد به‌دست‌آمده بدین قرار بوده است:

۱. پرسشنامه ساکنان شامل: مشارکت شهروندان ۰/۷۰، اعتماد به مسئولان ۰/۷۳، نگرش به گردشگری ۰/۵۲ و کل پرسشنامه ۰/۸۱؛
۲. میزان جذابیت منطقه در پرسشنامه بازدیدکنندگان ۰/۷۵.

بحث و یافته‌ها

توزیع پاسخگویان جامعه میزبان و بازدیدکنندگان در جدول ۲ به صورت خلاصه ارائه شده است:

جدول ۲. مشخصات عمومی پاسخگویان

| پاسخگویان | تعداد | جنسیت | وضعیت تأهل | میانگین سن | میانگین تحصیلات | درآمد |
|--------------|---------|-----------------------|---------------------------|------------|-----------------|-----------------|
| جامعه میزبان | ۱۵۰ نفر | مرد ۶۶/۵٪ زن ۳۳/۵٪ | متاهل ۷۸/۵٪ مجرد ۲۱/۵٪ | ۳۸/۵ سال | ۱۴/۸ سال | ۱۰۲۰ هزار تومان |
| بازدیدکننده | ۱۷۰ نفر | مرد ۴۶٪ زن ۵۴٪ | متاهل ۶۸/۸٪ مجرد ۲۱/۲٪ | ۳۲/۸۷ سال | ۱۴/۳۶ سال | ۸۰۰ هزار تومان |

حدود ۸۱/۵ درصد از پاسخگویان جامعه بازدیدکننده ساکن تهران (که ۲۲/۱ درصد ساکن منطقه ۵ تهران)، ۱۵/۱ درصد ساکن حومه تهران و بقیه از شهرهای دیگر کشور بودند. از پاسخگویان جامعه میزبان ۵۷/۳ درصد مالک خانه و ۴۲/۷ درصد نیز مستأجر بودند.

۱. میزان جذابیت گردشگری منطقه ۲۲ شهر تهران از دید بازدیدکنندگان:

برای بررسی میزان جذابیت منطقه هشت گویه به گونه‌ای انتخاب شده‌اند که ابعاد مختلف گردشگری منطقه را شامل شوند. در زمینه تبلیغات، منطقه هنوز به یک سطح مطلوب نزدیک نشده است، ولی ویژگی‌های طبیعی این منطقه، مانند زیبایی و وجود آرامش، یکی از دلایل جذب گردشگر در این منطقه است که بدون هیچ هزینه‌ای افراد را به این محل می‌کشاند. در زمینه طراحی ساختمان‌ها، که با یک مقصد گردشگری متناسب‌اند، نمره متوسطی داده شده است که در مقایسه با گویه ۳، یعنی شرایط طبیعی، مقداری ضعف نشان می‌دهد. در زمینه رفع همه نیازهای تفریحی، منطقه فقط در طبیعت‌گردی موفق است و هنوز از دیگر انواع گردشگری به بازدیدکنندگان هیچ عرضه‌ای صورت نگرفته است. البته طبق آمار، شهرداری منطقه با طرح‌های خود در آینده انواع دیگری از تفریحات را به این منطقه اضافه خواهد کرد که از نمونه‌های آن می‌توان از پروژه رود دره کن، محور تجاری و اداری چهارباغ، دریاچه شهدای خلیج فارس، پروژه هزارویک شهر، و مجتمع‌های تجاری (المپیک، ساحل، و تهران مال در محور تجاری اداری چهارباغ) نام برد (اطلاعات آماری اداره سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های منطقه ۲۲ تهران ۱۳۹۰).

جدول ۳. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جذابیت منطقه ۲۲ به تفکیک گویه‌ها

| | | | | | | | | | |
|---|--|---------|------|------|------|------|------|------|------|
| ۱ | محیط آرام | فراوانی | ۶ | ۱۲ | ۳۹ | ۵۲ | ۶۰ | ۱ | ۳,۸۸ |
| | | درصد | ۳,۵ | ۷,۱ | ۲۲,۹ | ۳۰,۶ | ۳۵,۳ | ۰,۶ | |
| ۲ | داشتن زیبایی بصری | فراوانی | ۱۹ | ۱۴ | ۵۵ | ۳۸ | ۳۰ | ۱۴ | ۳,۲۹ |
| | | درصد | ۱۱,۲ | ۸,۲ | ۳۲,۴ | ۲۲,۴ | ۱۷,۶ | ۸,۲ | |
| ۳ | محیط تمیز و بدون زباله | فراوانی | ۱۴ | ۱۳ | ۷۴ | ۴۶ | ۱۹ | ۴ | ۳,۲۶ |
| | | درصد | ۸,۲ | ۷,۶ | ۴۳,۵ | ۲۷,۱ | ۱۱,۲ | ۲,۴ | |
| ۴ | طراحی زیبای ساختمان‌های مسکونی | فراوانی | ۳۱ | ۲۴ | ۴۳ | ۳۹ | ۱۵ | ۱۸ | ۲,۸۹ |
| | | درصد | ۱۸,۲ | ۱۴,۱ | ۲۵,۳ | ۲۲,۹ | ۸,۸ | ۱۰,۶ | |
| ۵ | سطح مراکز تفریحی در مقایسه با دیگر مناطق گردشگری | فراوانی | ۳۱ | ۲۷ | ۵۰ | ۳۸ | ۱۱ | ۱۳ | ۲,۸۲ |
| | | درصد | ۱۸,۲ | ۱۵,۹ | ۲۹,۴ | ۲۲,۴ | ۶,۵ | ۷,۶ | |
| ۶ | تمایل به دوباره آمدن | فراوانی | ۱۲ | ۲۰ | ۶۹ | ۴۸ | ۱۵ | ۶ | ۳,۲۱ |
| | | درصد | ۷,۱ | ۱۱,۸ | ۴۰,۶ | ۲۸,۲ | ۸,۸ | ۳,۵ | |
| ۷ | رفع همه نیازهای تفریحی در این منطقه | فراوانی | ۴۲ | ۴۰ | ۶۳ | ۲۱ | ۱ | ۳ | ۲,۴۰ |
| | | درصد | ۲۴,۷ | ۲۳,۵ | ۳۷,۱ | ۱۲,۴ | ۰,۶ | ۱,۸ | |
| ۸ | اطلاع‌رسانی و پاسخ‌گویی به سؤالات مردم | فراوانی | ۵۷ | ۴۲ | ۲۵ | ۹ | ۵ | ۳۲ | ۲,۰۱ |
| | | درصد | ۳۳,۵ | ۲۴,۷ | ۱۴,۷ | ۵,۳ | ۲,۹ | ۱۸,۸ | |

یکی از شاخص‌های مهم این منطقه دسترسی آسان به مراکز مختلف و وجود چند بزرگراه در درون آن است که به سهولت حمل‌ونقل در منطقه کمک شایانی کرده است. در حال حاضر، طول شبکه بزرگراهی منطقه ۶۰ کیلومتر، طول رمپ و لوپ ۱۵ کیلومتر، طول شریانی درجه یک ۷۰ کیلومتر، طول شریانی درجه دو ۱۱ کیلومتر، طول جمع‌کننده و محلی ۲۳۰ کیلومتر، ۲۰۰۰ محل پارک حاشیه‌ای، و ۶۰۰۰ محل پارک غیرحاشیه‌ای داشته‌های منطقه ۲۲ در حوزه شبکه راهی و حمل‌ونقل اند (اطلاعات و آمار حمل‌ونقل و ترافیک منطقه ۲۲، ۱۳۹۰). موضوع دیگر اینکه برای پایدارشدن گردشگری نیازمند دسترسی همگانی هستیم، ولی از نظر ساختار فیزیکی، منطقه متناسب با شرایط افراد ناتوان نیست. این در حالی است که معلولان و افراد ناتوان می‌توانند به‌عنوان گردشگر محسوب شوند. در کل، میانگین گویه‌های جذابیت منطقه عدد ۲/۸ است که حاکی از متوسط بودن وضعیت این منطقه در جذب گردشگر است.

۲. بررسی میزان تمایل به مشارکت در طرح‌های گردشگری منطقه از سوی افراد محلی:

از جمله عوامل دخیل برای مشارکت بومیان در طرح‌های گردشگری، وجود توان برای مشارکت و نیز دیدگاه مثبت به گردشگری و تأثیرات آن است و در صورت نبودن این عوامل نه‌تنها مردم تمایل کافی برای مشارکت ندارند، حتی ممکن است مانع ایجاد گردشگری در منطقه شوند. عواملی مانند جوان‌بودن جمعیت، سطح تحصیلات، و نگرش مثبت به گردشگری از جمله مواردی است که برای احراز مشاغل گردشگری منطقه نیاز است که داده‌های این تحقیق به وجود این عناصر در این نقطه تهران تأکید دارد. جدول ۴ گویه‌های تأثیرات گردشگری را نمایش می‌دهد، که میانگین نمره ۳/۵ به این بخش نشان‌دهنده دید مثبت مردم منطقه به صنعت گردشگری است. حدود ۷۸ درصد افراد اذعان داشتند که اگر این منطقه به یک نقطه توریستی تبدیل شود، حاضر نیستند از آنجا بروند. یکی از دلایل مخالفت با گردشگری این تفکر است که این صنعت با خود جرم و جنایت به همراه می‌آورد که مردم این منطقه چنین پیش‌فرضی ندارند.

جدول ۴. توزیع فراوانی برحسب نگرش به گردشگری

| میانگین | میزان | | | | | | گویه |
|---------|---------|-------------|-------|----------------------|-------|-------------|---------|
| | بی‌جواب | بسیار موافق | موافق | نه موافق نه مخالف | مخالف | بسیار مخالف | |
| ۳,۸۲ | ۷ | ۲ | ۱۰ | ۳۹ | ۵۳ | ۳۹ | فراوانی |
| | ۴,۷ | ۱,۳ | ۶,۷ | ۲۶ | ۳۵,۳ | ۲۶ | درصد |
| ۴,۰۵ | ۷ | ۴۴ | ۷۰ | ۲۲ | ۶ | ۱ | فراوانی |
| | ۴,۷ | ۲۹,۳ | ۴۶,۷ | ۱۴,۷ | ۴ | ۰,۷ | درصد |
| ۳,۲۱ | ۹ | ۶۰ | ۶۶ | ۹ | ۶ | ۰ | فراوانی |
| | ۶ | ۴۰ | ۴۴ | ۶ | ۴ | ۰ | درصد |
| ۲,۵۵ | ۹ | ۸ | ۳۱ | ۴۶ | ۲۶ | ۲۰ | فراوانی |
| | ۶ | ۵,۳ | ۲۰,۷ | ۳۰,۷ | ۲۴ | ۱۳,۳ | درصد |
| ۲,۵۵ | ۱۲ | ۱۷ | ۵۷ | ۴۰ | ۱۹ | ۵ | فراوانی |
| | ۸ | ۱۱,۳ | ۳۸ | ۲۶,۷ | ۱۲,۷ | ۳,۳ | درصد |
| ۴,۹۳ | ۸ | ۱ | ۶۷ | ۶۱ | ۱۲ | ۱ | فراوانی |
| | ۵,۳ | ۰,۷ | ۴۴,۷ | ۴۰,۷ | ۸ | ۰,۷ | درصد |

یکی از دلایل مشارکت نکردن افراد با سازمان‌ها نبود حس اعتماد به آن‌ها در انجام دادن مسئولیت‌هایشان است. از نمره‌های ارائه شده در جدول ۵ مشخص می‌شود که میزان اعتماد به شهرداری منطقه از سایر سازمان‌ها و نهادها بالاتر بوده و در پرسشی دیگر حدود ۷۰ درصد مصاحبه‌شوندگان خواهان همکاری با شهرداری منطقه در حفظ منابع طبیعی منطقه بودند. پایین‌ترین نمره‌ها مربوط به شورایی‌های موجود در محلات است که نماینده مردم برای مطالباتشان‌اند و پایه‌های مشارکت باید از سوی این نهاد چیده شود و آرای شهروندان از سوی این افراد به گوش مسئولان ذی‌ربط رسانده شود. با اینکه مردم منطقه نگرش مثبتی به گردشگری دارند، بی‌اعتمادی به برخی از دست‌اندرکاران و مسئولان منطقه باعث می‌شود که شهروندان از همکاری با این نهادها خودداری کنند و در این صورت ساکنان در معرض طرح و برنامه‌هایی قرار بگیرند که از سوی دیگران برای آن‌ها گرفته شده است که این موضوع در مخالفت جدی با اصل انتفاع بومیان در گردشگری پایدار است و شاید حتی در آینده باعث رنجش و ناراحتی ساکنان از گردشگری در منطقه و افت کیفیت زندگی آنان شود.

جدول ۵. توزیع فراوانی برحسب اعتماد به مسئولان

| میانگین | میزان | | | | | | گویه |
|---------|---------|-----------|------|-------|------|---------|---------|
| | بی‌جواب | خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | خیلی کم | |
| ۳,۴۳ | ۱ | ۱۸ | ۵۳ | ۶۱ | ۹ | ۸ | فراوانی |
| | . | ۱۲,۱ | ۳۵,۶ | ۴۰,۹ | ۶ | ۵,۴ | درصد |
| ۳,۳۴ | ۱ | ۱۸ | ۴۹ | ۵۴ | ۲۱ | ۷ | فراوانی |
| | . | ۱۲,۱ | ۳۲,۹ | ۳۶,۲ | ۱۴,۱ | ۴,۷ | درصد |
| ۲,۱۱ | ۲۸ | ۴ | ۲ | ۳۲ | ۴۹ | ۳۵ | فراوانی |
| | . | ۳,۳ | ۱,۶ | ۲۶,۲ | ۴۰,۲ | ۲۸,۷ | درصد |
| ۱,۹۸ | ۳۰ | ۳ | ۳ | ۲۷ | ۴۲ | ۴۵ | فراوانی |
| | . | ۲,۵ | ۲,۵ | ۲۲,۵ | ۳۵ | ۳۷,۵ | درصد |
| ۲,۸۶ | ۲۶ | ۱۳ | ۲۲ | ۴۵ | ۲۳ | ۲۱ | فراوانی |
| | . | ۱۰,۵ | ۱۷,۷ | ۳۶,۳ | ۱۸,۵ | ۱۶,۹ | درصد |
| ۲,۱۴ | ۲۷ | ۲ | ۷ | ۳۹ | ۲۳ | ۴۲ | فراوانی |
| | . | ۱,۶ | ۵,۷ | ۳۱,۷ | ۲۶,۸ | ۳۴,۱ | درصد |

در مورد این فرض که «نگرش به گردشگری با جنسیت، سن، سطح تحصیلات، و محله سکونت افراد ارتباط دارد»، جدول ۶ که متناسب با نوع داده‌ها آماره موردنظر انتخاب شده است، نشان می‌دهد که هیچ رابطه معناداری بین نگرش به گردشگری با جنسیت، تحصیلات، و محل سکونت پاسخگویان به لحاظ آماری وجود ندارد، اما با سن آن‌ها در ارتباط است و شدت آن متوسط و جهت آن مثبت است.

جدول ۶. رابطه بین جنسیت، سن، سطح تحصیلات، و محله با نگرش به گردشگری

| محله | سطح تحصیلات | سن | جنسیت | آزمون آماری |
|-------|-------------|---------|-------|-------------|
| ۵،۰۳۸ | ۱۳۴،۳۰۴ | ۱۰۴۹،۳۹ | ۲۰،۶۲ | کای اسکوتر |
| --- | ۰،۰۵ | ۰،۰۶ | --- | دی سامرز |
| ۰،۳۶۵ | --- | --- | ۰،۳۶ | وی کرامرز |
| ۰،۶۵۵ | ۰،۷۶ | ۰،۰۳ | ۰،۴۸ | سطح خطا |

در مورد این فرض که «اعتماد به سازمان‌ها با جنسیت، سن، سطح تحصیلات، و محله سکونت افراد ارتباط دارد»، در جدول ۷ هیچ ارتباطی به لحاظ آماری بین آن‌ها مشاهده نشد.

جدول ۷. رابطه بین جنسیت، سن، سطح تحصیلات، و محله با اعتماد به مسئولان

| محله | سطح تحصیلات | سن | جنسیت | آزمون آماری |
|-------|-------------|---------|-------|-------------|
| ۵،۸۲۷ | ۲۳۱،۱۶ | ۱۷۵۸،۹۳ | ۴۲،۰۶ | کای اسکوتر |
| --- | ۰،۰۴ | ۰،۰۴ | --- | دی سامرز |
| ۰،۴۴ | --- | --- | ۰،۵۳ | وی کرامرز |
| ۰،۵۶ | ۰،۹۴ | ۰،۱۶ | ۰،۳۴ | سطح خطا |

۳. میزان مشارکت ساکنان منطقه ۲۲ در طرح‌های گردشگری:

برای پاسخگویی به این سؤال از ۵ گویه استفاده شد که نتایج آن در جدول ۸ ارائه شده است. پاسخ‌های ارائه شده نشان‌دهنده ناکامی منطقه در بخش مشارکت است. نبود همکاری شهروندان در تصمیم‌گیری‌های صورت گرفته در منطقه و نیز عدم توانمندسازی آن‌ها در زمینه صنعت گردشگری یک مانع برای تحقق گردشگری پایدار در این منطقه است. در کل، میانگین نمره ۱،۸ به گویه‌های این بخش نشان از ضعف در جذب مشارکت محلی در برنامه‌ها و فعالیت‌های مربوط به گردشگری است. این در حالی است که نگرش منفی به گردشگری در منطقه وجود ندارد.

جدول ۸. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان مشارکت

| میانگین | میزان | | | | | | گویه |
|---------|-----------|------|-------|------|---------|----------|--|
| | خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | خیلی کم | نمی‌دانم | |
| ۲،۱۸ | ۳ | ۶ | ۱۵ | ۱۸ | ۲۴ | ۸۴ | درخواست برای شرکت اهالی در پروژه‌ها |
| | ۲ | ۴ | ۱۰ | ۱۲ | ۱۶ | ۵۶ | |
| ۱،۴۱ | ۰ | ۱ | ۹ | ۲۳ | ۷۵ | ۴۲ | بررسی نظر مردم قبل از مبادرت به هر طرح |
| | ۰ | ۰،۷ | ۶ | ۱۵،۳ | ۵۰ | ۲۸ | |
| ۲،۲۴ | ۶ | ۱۰ | ۳۴ | ۳۲ | ۴۲ | ۲۶ | تعداد مشوق و امتیاز برای استفاده از جاذبه‌ها |
| | ۴ | ۶،۷ | ۲۲،۷ | ۲۱،۳ | ۲۸ | ۱۷،۳ | |
| ۱،۹۶ | ۱ | ۶ | ۲۳ | ۳۹ | ۴۳ | ۳۸ | آموزش اهالی به صنعت گردشگری |
| | ۰،۷ | ۴ | ۱۵،۳ | ۲۶ | ۲۸،۷ | ۲۵،۳ | |
| ۱،۵۲ | ۱ | ۱ | ۹ | ۲۸ | ۶۲ | ۴۹ | برنامه‌های آموزشی برای کسب مشاغل گردشگری |
| | ۰،۷ | ۰،۷ | ۶ | ۱۸،۷ | ۴۱،۳ | ۳۲،۷ | |

نتیجه‌گیری

از جمله راه‌های افزایش کیفیت جاذبه‌ها و پایداری گردشگری منطقه ۲۲، همکاری با مردم محلی در برنامه‌ها و پروژه‌هاست؛ متأسفانه این گروه به نوعی از همه طرح‌ها کنار گذاشته شده‌اند و هیچ نقشی در گردشگری منطقه ندارند. طبق مبانی نظری شاید این منطقه در مرحله درمان نردبان آرنشتاین قرار دارد و به اصول دموکراتیک در تصمیم‌گیری‌ها

توجه ویژه‌ای ندارد. از اصول پایداری در گردشگری توانمندسازی بومیان و سهم‌کردن آنان در عواید و سودهای حاصل گردشگری است و استفاده‌نکردن از تصمیمات شهروندان و متنفع‌کردن آن‌ها از مزایای گردشگری چیزی است که در طی این بررسی‌ها مشاهده می‌شود. هیچ کاری برای توانمندسازی ساکنان برای کسب مشاغل گردشگری انجام نشده و اندک مشاغل موجود در تفرجگاه‌ها به غیربومیان داده شده است. هیچ سوآلی از آن‌ها برای بیان نیازهای تفریحی‌شان نمی‌شود و نمایندگانی که برای پیگیری خواسته‌های مردم در شوراهای محلات انتخاب شده‌اند به دلیل ضعف عملکرد و انگیزه کسب منفعت شخصی، که مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره می‌کردند، هیچ اعتمادی به آن‌ها وجود ندارد. این در حالی است که شهروندان با دیدگاه مثبتی که به گردشگری و تأثیرات آن دارند و وجود جمعیت جوان و تحصیل‌کرده قادر خواهند بود به بهترین شکل به تحقق آن کمک کنند. طبق نظر داکسی، که در قسمت‌های قبل ارائه شد، در این وضعیت، محتمل است مردم محلی احساس کنند گردشگری نه تنها برای آن‌ها منفعتی ندارد، بلکه فقط تأثیر منفی بر زندگی عادی آن‌ها می‌گذارد و به شیوه‌های مختلف به مخالفت با آن پردازند. مهم‌ترین هدف گردشگری پایدار بهبود وضعیت بومیان است و تا زمانی که این موضوع تحقق نیابد، صحبت از مزایای مثبت گردشگری و توسعه پایدار بی‌هوده خواهد بود.

برای بالابردن میزان مشارکت شهروندان منطقه و بهره‌بردن آن‌ها از مزایای گردشگری و همچنین بالارفتن سطح جذابیت منطقه، پیشنهادهایی ارائه می‌شود:

۱. تأسیس بخش مدیریت گردشگری منطقه ۲۲ به صورت حرفه‌ای فقط با استفاده از کارشناسان این رشته؛
۲. بررسی نیازهای گردشگران و شهروندان منطقه برای متنوع کردن گردشگری منطقه؛
۳. ساخت مجموعه‌های مختص معلولان برای استفاده افراد ناتوان منطقه و جذب افراد دیگر مناطق؛
۴. ارائه تخفیف به شهروندان منطقه در زمان استفاده از جاذبه‌های موجود؛
۵. یافتن شیوه‌های جدید و علمی برای افزایش و جلب رضایت اهالی برای مشارکت؛
۶. استفاده از فناوری‌های روز مانند پیامک برای آگاه‌سازی اهالی از پروژه‌ها و طرح‌های در حال اجرا؛
۷. آگاه‌سازی مردم از گردشگری و آموزش آن‌ها برای کسب مشاغل این صنعت؛
۸. فراهم آوردن شرایط سرمایه‌گذاری شهروندان در طرح‌های گردشگری؛
۹. واگذاری مشاغل موجود در سایت‌های گردشگری به شهروندان همین منطقه؛
۱۰. تشکیل تیم نظارت بر کار شورای محلات برای جلوگیری از سوءاستفاده‌های احتمالی و انجام وظایف محوله.

انطباق نتایج تحقیق

دستاوردها و نتایج این تحقیق با نتایج پژوهش‌های ذیل اشتراک دارد:

شعبانی‌فرد، پوراحمد، و همکاران با مقاله «بررسی ظرفیت پذیرش گردشگری شهری منطقه ۱۲ تهران»، در بخش رضایت گردشگران و حفظ منافع جامعه میزبان در گردشگری شهری با اینسکیپ ۱۹۹۱، در بخش سطح مشارکت خانواده‌ها در گردشگری شهری با نتایج پایان‌نامه تجاری‌نسب ۱۳۹۰ و در بخش سنجش عوامل مشارکت شهروندان در مدیریت شهری با مقاله ۱۳۸۸ تقوایی و بابانسیب، با فرضیه‌های اقتصادی و اجتماعی مقاله و در بخش ارتقای کیفیت زندگی شهروندان مقاله شفیعا ۱۳۹۲ که در تحقیق پورجابری ۱۳۹۳ به آن اشاره شده است و در بخش مقالات خارجی ۲۰۱۵ گارنس و والانسندو مشارکت در فرایند گردشگری و در بخش توسعه گردشگری شهری با تحقیق جوهونگ ۲۰۱۴ و لویتو و رادولسکوو دویسو ۲۰۱۳ در بعد شاخصه‌های گردشگری شهری و جوهونگ ۲۰۱۴ توسعه گردشگری شهری، هم‌پوشانی دارد.

منابع

۱. اجل، دیوید ال (۱۳۸۸). مدیریت گردشگری پایدار: میراثی برای آینده، ترجمه علیرضا موسایی و حمیدرضا جعفری، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.

۲. ازکیا، مصطفی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۰). «بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در نواحی روستایی شهر کاشان»، نامه علوم اجتماعی، ش ۱۷، ص ۳-۳۱.
۳. اطلاعات آماری اداره حمل و نقل و ترافیک منطقه ۲۲ در سال ۱۳۹۰.
۴. اطلاعات آماری اداره سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های منطقه ۲۲ در سال ۱۳۹۰.
۵. ایان، توماس (۱۳۸۵). «ارزیابی پیامدهای زیست‌محیطی در استرالیا»، ترجمه منوچهر طبیبیان، تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۶. تقوایی، بابانسیب و موسوی (۱۳۸۸). «سنجش عوامل مؤثر مشارکت شهروندان در مدیریت شهری، مطالعه موردی منطقه ۴ شهرداری تبریز»، مطالعات پژوهش شهر و منطقه‌ای، س اول ش ۲.
۷. حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷). «مبانی برنامه‌ریزی صنعت توریسم، تهران: سمت.
۸. زاهدی، محمدجواد؛ شیانی، ملیحه؛ علی‌پور، پروین (۱۳۸۸). «اعتماد و مشارکت: بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در شهر تهران»، مجله جامعه‌شناسی/ایران، ش ۲، ص ۱۰۹-۱۳۵.
۹. سازمان جهانی گردشگری (۱۳۷۹). «برنامه‌ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای»، ترجمه بهرام رنجبریان و محمد زاهدی، اصفهان: جهاد دانشگاهی.
۱۰. شعبانی‌فرد، محمد؛ پوراحمد، احمد؛ حسینی، علی؛ رشیدی، مصطفی. (۱۳۸۸) «بررسی سنجش ظرفیت پذیرش گردشگری شهری در منطقه ۱۲ تهران»، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ج ۱۱، ش ۱۴.
۱۱. ضرغام بروجنی، حمید (۱۳۸۹). «برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی، تهران: مهکامه.
۱۲. ضیایی، محمود؛ کروی، مهدی؛ تاجری‌نسب، ثمینه؛ (۱۳۹۰)، «اولویت‌بندی عوامل بازدارنده مشارکت شهروندان در گردشگری کوتاه‌مدت حومه»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
۱۳. طالب، مهدی؛ بخشی‌زاده، حسن؛ میرزایی، حسین (۱۳۸۷). «مبانی نظری مشارکت اجتماع روستایی در برنامه‌ریزی گردشگری روستایی در ایران»، فصلنامه روستا و توسعه، س ۱۱، ش ۴، ص ۲۵-۵۲.
۱۴. غفاری، غلامرضا؛ امید، رضا (۱۳۸۸). «کیفیت زندگی: شاخص توسعه اجتماعی، تهران: شیرازه.
۱۵. کوشش‌تبار، محسن (۱۳۸۷). «صنعت گردشگری ابزاری برای توسعه پایدار در مدیریت شهر»، مؤسسه فرهنگی، اطلاع‌رسانی، و مطبوعاتی سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.
۱۶. میسون، پیتر (۱۳۹۰). «گردشگری: اثرات، برنامه‌ریزی، و مدیریت»، ترجمه روزبه میرزایی، تهران: ترمه.
۱۷. هال، کالین مایکل؛ جنکینز، جان ام (۱۳۷۸). «سیاست‌گذاری جهانگردی، ترجمه سید محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
18. Arnstein, S.R. (1969). "A Ladder of citizen participation". AIP Journal, pp 216-224.
19. Butcher, J. (2007). "Ecotourism, NGOs and Development: A critical analysis". London, Routledge.
20. Callahan, K. (2007). "Citizen Participation: Models and Methods". International Journal of Public Administration, 30: 11, pp 1179-1196.
21. Carter, R. W and Baxter, G. S and Hockings, M. (2001). "Resource Management in Tourism Research: A New Direction?". Journal of Sustainable Tourism, 9:4, pp 265-280.
22. Hall. D and Richards. G. (2000). "Tourism and Sustainable Community Development". London, Routledge.
23. Honarjo, M (2014). The Impact of Tourism Development on the Urban Dimensions, Journal of Applied Environmental and Biological Sciences, 4, pp 2-4.
24. Hong, J (2014). Study on Urban Tourism Development Based on Experience Economy in Shanghai, International Journal of Business and Social Science, Vol. 5 No. 4, pp 60-62.
25. Inskeep, E (1991) Tourism planning. An Integrated and sustainable Development approach. Van Nostrand reinhold, New York.

26. IUCN (2004). "Managing Marine Protected Areas: A Toolkit for the Western Indian Ocean". IUCN Eastern African Regional Programme, Nairobi, Kenya.
27. Jennings, G and Nickerson, N. (2006). "Quality Tourism Experiences". London, Butterworth-Heinemann.
28. Keogh, B. (1990). "Public participation in community tourism planning", Annals of Tourism Research, Vol. 17, pp. 449-465.
29. Lagarene, B & Walansendow, A (2015). Exploring Residents' Perceptions and Participation on Tourism and Waterfront Development: The Case of Manado Waterfront Development in Indonesia, Asia Pacific Journal of Tourism Research, Volume 20, Issue 2, pp 14-16.
30. Lovitu, M & Radulescu, C & Docu, M (2013). Tourism Planning in Urban Areas – Trends, Best Practices and Priorities in Bucharest. Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology. 5, pp 1-3.
31. Moscardo, G. (2008). "Building Community Capacity for Tourism Development". Wallingford, Cabi Publications.
32. Sharpley, R and Telfer, D (2002). "Tourism and Development". Clevedon, Channel View Publications.
33. Simmons, D. (1994). "Community participation in tourism", Tourism Management 15 (2), 98-108.
34. Tosun, C. (2000). "Limits to community participation in the tourism development process in developing countries", Tourism Management 21, pp 613- 633.
35. Travel Leisure (2013). World's Most-Visited Tourist Attractions. Available at: <http://www.travelandleisure.com/articles/worlds-most-visited-tourist-attractions>
36. Williams, W and Ponsford, I. (2009). "Confronting tourism's environmental paradox: Transitioning for sustainable tourism". Sciencedirect, pp 396-404.