

برنامه‌ریزی مقاصد گردشگری با تأکید بر توسعه پایدار اقتصادی (مطالعه موردی: شهر کیاسر، شهرستان ساری)*

کمیل عبدی^۱ - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران
اسدا... دیوسالار - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
مصطفی صفایی رینه - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۹۵/۰۶/۲۴

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۳/۱۸



چکیده

گردشگری یکی از منابع اصلی درآمد ملی کشورهای توسعه‌یافته و برخی کشورهای در حال توسعه را تشکیل می‌دهد. بسیاری از کشورهای پیشرفته و در حال توسعه با درک جایگاه جهانگردی در چرخه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، ارتباطات و مسائل سیاسی این فعالیت انسانی و پویا و صنعت بدون آلودگی را سرلوحه فعالیت‌های پیشرو در کشورشان قرار داده‌اند. هدف از پژوهش حاضر مطالعه و تدوین برنامه راهبردی و اجرایی توسعه صنعت گردشگری در راستای رشد و توسعه اقتصادی در شهر کیاسر می‌باشد. ادبیات تحقیق از منابع اسنادی - کتابخانه‌ای و همچنین روش پیمایشی گردآوری شده است. روش تحقیق از نوع هدف توصیفی - تحلیلی می‌باشد و با استفاده از مدل برنامه‌ریزی راهبردی SWOT، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید توسعه گردشگری شهر شناسایی و راهبردهای مناسب در راستای توسعه گردشگری در منطقه ارائه شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، با وجود جاذبه‌های فراوان اکوتوریستی، شهر کیاسر نتوانسته از فرصت‌های پیش رو استفاده لازم را در زمینه اقتصادی به عمل بیاورد. از مهم‌ترین نقاط ضعف آن نیز نبود برنامه‌ریزی‌های جامع توسعه گردشگری، ضعف مدیریتی و نبود سرمایه لازم در این زمینه می‌باشد. راهبردهای تهاجمی تدوین شده توسعه گردشگری شهر کیاسر به ایجاد یک نظام برنامه‌ریزی مناسب، فراهم آوردن امنیت در شهر، دسترسی آسان و توجه به فرهنگ و آداب و رسوم بومی مردم می‌پردازد.

کلمات کلیدی: مقاصد گردشگری، کیاسر، توسعه اقتصادی، توسعه گردشگری، SWOT، ساری، مازندران

*این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی مطالعه و تدوین برنامه راهبردی و اجرایی توسعه صنعت اقتصادی و گردشگری شهر کیاسر بوده است.

مقدمه

هر منطقه با توجه به پتانسیل‌ها و امکانات موجود خود می‌تواند از راه‌های مختلف در محور توسعه قرار بگیرد و با توسعه در یک بخش، زمینه توسعه در سایر بخش‌ها را فراهم کند. اولین قدم برای توسعه منطقه، توسعه اقتصادی آن است. در نتیجه، با توجه به هدف اصلی گردشگری که تولید درآمد و جذب سرمایه برای منطقه است، نقش راهبردی و کلیدی گردشگری در توسعه هر منطقه‌ای نمایان می‌شود (صدادقتی و فغفوریان، ۱۳۹۰: ۱). گردشگری در حال حاضر به‌عنوان یکی از صنایع دارای رشد سریع در سطح جهان می‌باشد (Ma et al, 2014). گردشگری مسئله‌ای بسیار مهم برای بسیاری از کشورهای جهان است و به‌عنوان یک بخش حیاتی و مهم برای توسعه و رشد اقتصادی قلمداد می‌شود. بنابراین حمایت از گردشگری یک بخش اساسی در استراتژی اقتصادی، جهت ارتقا و توسعه‌ی سطح اقتصادی محسوب می‌شود. برای مثال ایجاد شغل، افزایش درآمد ملی یا مزایای رقابت‌های عمومی اقتصاد، تحت تأثیر توسعه‌ی بخش گردشگری است (Cristea, 2014: 128). در سال‌های اخیر، گردشگری به‌عنوان یک فعالیت بنیادی که به اقتصاد شهری کمک می‌کند، شناخته شده است. با توجه به اینکه بیشتر جمعیت جهان در نواحی شهری زندگی می‌کنند، بنابراین بیشتر مسافرت‌ها نیز به این نواحی صورت می‌گیرد. شهرهای بزرگ، پرتعدادترین مقصدها برای گردشگران هستند و جذابیت‌های زیادی برای جذب گردشگران دارند (Aminian, 2012: 512). در دوره‌های اخیر فعالیت‌های گردشگری به یک عامل استراتژیک اقتصادی برای تعدادی از کشورها و نواحی تبدیل شده است، به‌گونه‌ای که در وضعیت بحران اقتصادی در سال ۲۰۰۸، حدود ۹۲۴ میلیون گردشگر بین‌المللی (که افزایش ۲ درصد سالانه را نشان می‌دهد) وجود داشته که تأثیرات مثبت زیادی بر اقتصاد داشت (Irina & Andrei, 2010: 70). در بسیاری از شهرها گردشگری فعالیت مهمی است و به اهمیت آن به‌عنوان عامل رشد در آینده پی برده‌اند. تعداد زیادی از شهرها به مقصدهای گردشگری تبدیل شده‌اند. آن‌ها با ثروت بی‌نظیر چشم‌اندازهای متنوع فرهنگی و نیز با دارا بودن چشم‌اندازهای طبیعی، گردشگران را جذب می‌کنند (Juta, 2000: 404). امروزه تجربه نشان داده است هرکجا گردشگری به‌طور اتفاقی و بدون برنامه‌ریزی و استراتژی مشخص توسعه یابد، مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی متعددی به وجود می‌آورد و در درازمدت، مشکلات گردشگری بیش از فوایدش می‌شود (گرمسیر و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲۸). توسعه‌ی صنعت گردشگری، به‌ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه هستند، از اهمیت فراوانی برخوردار است (کریمی‌پور، ۱۳۹۱: ۱؛ Azizi, et al, 2011). گردشگری پدیده‌ای است که از تحرک بالایی در تغییرات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و محیطی برخوردار می‌باشد. گردشگری باعث ایجاد الگوهای فضایی خاص شده است (فرجی‌راد و سید نصیری، ۱۳۸۹: ۳۰-۲۹). پژوهش‌های متعددی در زمینه گردشگری انجام شده است، از جمله می‌توان بررسی سنجش ظرفیت پذیرش گردشگری شهری (شعبانی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۸)، امکان‌سنجی گردشگری ساحلی (کشوری و همکاران، ۱۳۸۸)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری براساس تحلیل SWOT (هادیانی و همکاران، ۱۳۹۰)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه صنعت گردشگری راهی برای توسعه اقتصادی شهرها (صدادقتی و فغفوریان، ۱۳۹۰)، مدیریت گردشگری (Delitheou, et al, 2010) نام برد.

لغت گردشگری^۱ از کلمه‌ی (tour) به معنی گشت‌وگذار که ریشه در لغت لاتین^۲ به معنی دور زدن و رفت‌وبرگشت بین مبدأ و مقصد دارد که از زبان یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در آخر به انگلیسی راه‌یافته است. به‌طور کلی گردشگری به منظور مسافرت تفریحی در نظر گرفته می‌شود و شخصی که از محیط کار یا زندگی خود به‌عنوان هرگونه مسافرتی خارج شود، گردشگری می‌باشد^۳. گردشگری در مفهوم پایداری دربرگیرنده پردازش معنایی خاص خود است. در این میان

1. tourism

2. turns

3. gardeshgari.persianblog.ir

زایش این مفهوم در ادبیات گردشگری حاصل تلاش در دستیابی به توسعه پایدار در تمامی زمینه‌های توسعه می‌باشد. بخصوص بعد از اجلاس زمین در سال ۱۹۹۲ در ریودوژانیرو که دولت‌ها را به سمت توسعه‌ای سوق داد که حداقل زیان و لطمه را بر محیط‌زیست وارد سازد؛ توافقات حاصله در دستور کار جلسه ۲۱ (یعنی برنامه‌های مربوط به قرن بیست و یکم) قرار گرفت (لومسدن، ۱۳۸۰: ۳۷۵). جلب و جذب گردشگر به‌منظور بازدید از مکان‌های دیدنی و آثار ملی و باستانی به سرمایه‌گذاری بسیاری در زمینه آماده‌سازی مکان‌های مورد بازدید، احداث جاده‌های مطلوب قابل دسترسی، هتل‌های چند ستاره، وسایل نقلیه مناسب و نظایر این‌ها نیازمند است (Jiang, 2008: 23). در میان مناطق مختلف گردشگری، مناطق مجاور شهرها مخصوصاً شهرهای بزرگ که از جاذبه‌های طبیعی نظیر کوه‌ها، رودخانه‌ها، دریاچه‌ها و غیره برخوردارند، نقش مهمی را در توسعه گردشگری و نیز تفرج‌گری ایفا می‌نمایند که هم برای جوامع محلی این مناطق، منافع اقتصادی و اجتماعی در بردارد و هم ساکنان چنین شهرهایی فرصت می‌یابند در ایام تعطیل اوقات فراغت خود را در این نواحی گذرانده و به‌دوراز زندگی کسالت‌آور شهری به تندرذ اعصاب پرداخته و خود را برای ادامه کار و زندگی آماده سازند (امیرعزیدی و ولی شریعت‌پناهی، ۱۳۸۹: ۱۶۸). هدف از اکوتوریسم پایدار حفظ جذابیت‌های جغرافیایی و پدیده‌های زیست‌محیطی برای نسل امروز و فردا است. درحالی‌که امروزه تحت عنوان اکو توریسم، خسارات جبران‌ناپذیری بر منابع طبیعی وارد می‌شود. برای رسیدن به توسعه پایدار در صنعت گردشگری، نیاز و آفری به برنامه‌ریزی‌های بنیادین به‌منظور توسعه و مدیریت صنعت گردشگری احساس می‌شود. یکی از اهداف مهم سیاست‌گذاری برای توسعه پایدار، توجه به محیط‌زیست و تلاش برای حفظ آن است (الوانی، ۱۳۷۲: ۱۰).

گردشگری پایدار سعی در تنظیم روابط بین جامعه میزبان، مکان گردشگری و گردشگران دارد چراکه این رابطه می‌تواند پویا و سازنده باشد و به دنبال تعدیل فشار و بحران بین این عناصر است تا آسیب‌های محیطی و فرهنگی را به حداقل رسانده، رضایت بازدیدکنندگان را فراهم آورد و به رشد اقتصادی ناحیه کمک می‌کند. افزایش مشارکت افراد محلی، حفظ یکپارچگی و انسجام فرهنگی و همبستگی اجتماعی و احترام به فرهنگ بومی، سازگاری برنامه‌های گردشگری پایدار با دیگر برنامه‌های محلی، منطقه‌ای و ملی نیز از جمله دیگر ویژگی‌ها و اهداف گردشگری پایدار توصیه‌شده است (الوانی و دهدشتی، ۱۳۷۳: ۱۴۲). اکوتوریسم به‌عنوان الگوی فضایی گردشگری در طبیعت، می‌تواند آثار مثبت فراوانی را بر جای گذارد. هدف از این الگوی گردشگری، توسعه صنعت گردشگری بدون لطمه زدن به محیط‌زیست است. گردشگری طبیعی با گرایش به توسعه پایدار می‌تواند زمینه‌ساز توسعه منطقه‌ای و شکل‌گیری گردشگری طبیعی باشد (پناهنده و جمال‌زاد فلاح، ۱۳۸۸: ۱). ارزش‌گذاری مناطق گردشگری و کارکردهای زیست‌محیطی برای تصحیح تصمیمات اقتصادی که اغلب به منابع زیست‌محیطی به‌عنوان کالا و خدمات رایگان می‌نگرند، گام مهمی محسوب می‌گردد (Gao et al, 2001: 142).

مفهوم گردشگری شهری یک سیستم گردشگری پیچیده را که بر نواحی شهری متمرکز است، معین می‌کند که شامل همه شرایط فعالیت‌های گردشگری است که در این نواحی اتفاق می‌افتد. دلایل اصلی برای بازدید از شهر شامل: مکان‌های دیدنی، مشارکت در رویدادهای فرهنگی و ورزشی، مشارکت در مراسم مذهبی، سرگرمی، خرید، مأموریت‌های شخصی، بازدید از خانواده و دوستان، آموزش، شرکت در جلسات شغلی و اجلاس‌های تجاری می‌شوند (lapko, 2014: 208)) براساس اجلاس ملی گردشگری شهری، گردشگری شهری، دسته‌ای از منابع و فعالیت‌هاست که در شهرها جا گرفته‌اند و در دسترس گردشگرانی قرار گرفته‌اند که با اهداف سرگرمی، تجارت و یا دلایل دیگر به آن شهرها می‌روند (Valentia & Ioan, 2013:195). امروزه در عصر حاضر گردشگری شهری به‌صورت یک مسئله و فعالیتی مهم در مدیریت شهری و توسعه محلی پایدار شهرها درآمده است، این فعالیت شهری تغییرات فضایی و کاربری‌های گسترده‌ای را برای شهرها به وجود آورده است. درواقع ویژگی‌های منحصربه‌فرد شهرها باعث این شده که گردشگران شهری متفاوت‌تر از سایر گروه‌های گردشگری باشند. امروزه گردشگری شهری نقش مهمی از نظر فرهنگی در جریان‌های

شهری و انطباق این شهرها با جهانی‌شدن و به‌روز شدن شهرها دارد (موحد، ۱۳۸۶: ۳۴). راهبرد توسعه گردشگری شهری: شهرها غالباً گستره وسیعی از جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، بازار، رستوران‌ها، هتل‌ها و پارک‌های شهری را شامل می‌شوند. بسیاری از جاذبه‌ها و تسهیلات رفاهی شهری اساساً برای خدمت به شهروندان توسعه‌یافته‌اند، از طرفی شهرها ممکن است دروازه ورودی و خروجی گردشگران به کشور یا منطقه باشند و به‌عنوان پایگاهی برای گردشگرانی که به نواحی اطراف شهرها مسافرت می‌کنند، به‌حساب آیند. این نوع راهبرد باید به‌دقت برنامه‌ریزی شود و احداث هتل‌ها و سایر تسهیلات گردشگری و جاذبه‌ها، باید به‌دقت عمل شود. امروزه احداث یا عمران مجدد برخی از نواحی شهری که در جهت استفاده جهانگردان و اوقات فراغت ساکنان آن ناحیه‌ها قرار می‌گیرد، امری متداول شده است (مدهوشی، ۱۳۸۲). ایران به لحاظ فرهنگ، طبیعت و مکان‌های تاریخی‌اش، پتانسیل بالایی برای جذب انواع گردشگر دارد، اما با دلیل اتخاذ سیاست‌های ناپایدار و غلط که نتیجه‌ای جز زوال جاذبه‌ها و افت بازدید از مکان‌ها و کاهش گردشگری که پتانسیل ایجاد فرصت‌های اشتغال برای ۲/۵ میلیون نفر و ۳ درصد از GDP را دارا بوده است را نداشته است. اگرچه برنامه‌ریزی برای توسعه‌ی گردشگری در ایران از ۱۸۵۸ شروع شده است، اما به دلیل قائل شدن حق تقدم برای سایر برنامه‌ریزی‌ها و به دلیل وجود نفت و منابع دیگر، این فعالیت نادیده گرفته شده و یا به ایجاد استراتژی‌های قاعده‌مند برای آن هرگز احساس نشده است (Asadi, 2011:193) بلنک^۱ پنج عامل را برای توسعه گردشگری شهری برمی‌شمارد (Anuar, et al, 2012:478):

- برخورداری از موقعیت مکانی با جمعیت بالا، این عامل باعث جذب تعداد زیادی از گردشگران که به دیدار دوستان و بستگان‌شان می‌آیند، می‌شوند.
- ابتدا یا انتهای مسیر حرکت اصلی سفر که به‌عنوان ورودی‌ها یا نقاط انتقال به مقصدهای دیگر کمک می‌کند.
- نقاط کانونی برای تجارت و بازرگانی، صنعت و سرمایه مالی.
- تمرکز بندرگاه خدمات مردمی مثل آموزش، مرکز اداری - دولتی، سلامت و بهداشت، و دیگر موارد.
- مکان‌هایی که تنوع گسترده‌ای از تجربه‌های فرهنگی، هنری و تفریحی را ارائه می‌دهند.

جدول ۱. آثار مثبت و منفی اجتماعی و فرهنگی گردشگری

عوامل	اثرات مثبت	اثرات منفی
استفاده از فرهنگ به‌عنوان یک عامل جذب	افزایش حمایت از فرهنگ سنتی، به نمایش گذاردن هویت قومی، تجدید حیات هنرهای سنتی، جشن‌ها و زبان	تغییر در فعالیت‌های سنتی و هنری به‌منظور متناسب ساختن برای جهانگردان، وارد حریم محدوده‌های سنتی شدن، شلوغی و ازدحام بیش‌ازحد در مکان‌های سنتی
تماس مستقیم بین جهانگردان و ساکنان	از بین بردن نموده‌های منفی، افزایش فرصت‌های اجتماعی	تقویت‌های کلیشه‌ای منفی، افزایش بازاری‌گری (منفعت‌طلبی)، شیوع بیماری و بروز بیماری‌های تازه، آثار ناشی از جمعیت انبوه
تغییر در مشاغل و ساختار اقتصادی و نیز تغییر در نقش‌های اجتماعی	فرصت‌های جدید اجتماعی و اقتصادی که باعث کاهش نابرابری‌های اجتماعی می‌شود	تضاد و تعارض بین اعضای جامعه، افزایش نابرابری اجتماعی، از بین رفتن زبان
توسعه تشکیلات جهانگردی	افزایش محل گردش و تفریح	خارج از دسترس قرارگرفته مکان‌های تفریحی
افزایش جمعیت ناشی از توسعه امور جهانگردی	تأسیس تشکیلات بهداشتی و آموزشی برای بالا رفتن کیفیت زندگی	شلوغی و تراکم جمعیت، افزایش جرم و جنایت

منبع: چاک.وای.گی، ۱۳۸۲: ۲۹۳

استان مازندران با قابلیت‌های محیطی فراوان یکی از مهم‌ترین استان‌های گردشگری پذیر کشور محسوب می‌شود و هرساله پذیرای گردشگران داخلی و خارجی زیادی می‌باشد. بخش چهاردانگه یکی از مهم‌ترین بخش‌های شهرستان ساری محسوب می‌شود که تنها نقطه شهری این بخش شهر کیاسر می‌باشد که مرکز بخش چهاردانگه است. این منطقه با وجود اینکه دارای جاذبه‌های طبیعی فراوان و جذاب می‌باشد و در موقعیت مناسبی قرار گرفته است اما نتوانسته از این فرصت‌های موجود استفاده نماید. نیاز به یک برنامه‌ریزی راهبردی و با قابلیت اجرایی بالا برای ساماندهی و توسعه گردشگری منطقه و همچنین توسعه اقتصادی وابسته به آن ضروری می‌باشد. بر این اساس پژوهش حاضر در صدد پاسخ‌گویی به سوال‌های زیر می‌باشد:

وضعیت موجود شهر کیاسر با توجه به شاخص‌های توسعه پایدار اقتصادی چگونه است؟

عوامل مؤثر بر توسعه اقتصادی شهر کیاسر با تأکید بر صنعت گردشگری کدامند؟

با اتخاذ چه راهکارهایی می‌توان زمینه توسعه پایدار اقتصادی گردشگری در شهر کیاسر را فراهم نمود؟

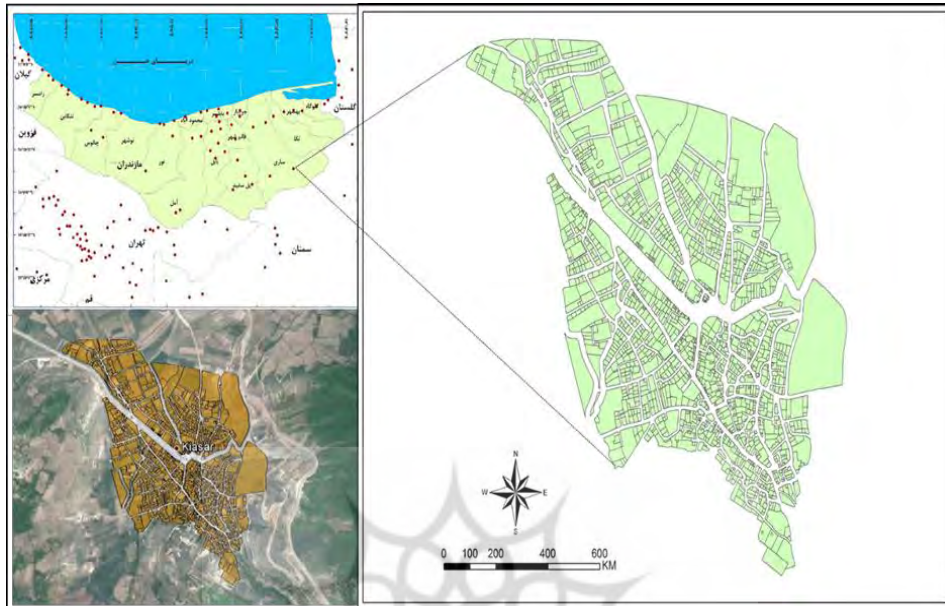
روش پژوهش

روش تحقیق حاضر از نوع ماهیت توصیفی- تحلیلی و از لحاظ هدف جزو پژوهش‌های کاربردی بشمار می‌رود. برای گردآوری اطلاعات از دو روش روش اسنادی (کتابخانه‌ای) که شامل مطالعه مقالات، مجلات و کتاب‌های موجود در زمینه مورد پژوهش، پژوهش‌های پیشین، پایگاه‌های اینترنتی، منابع محلی موجود مانند طرح‌های جامع شهری و پروژه‌های گردشگری و روش میدانی (پیمایشی) که شامل مشاهده و شناخت کامل و مناسب از خصوصیات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهر کیاسر، مصاحبه با مسئولین شهری و مردم با بهره‌گیری از پرسش‌نامه می‌باشد، استفاده شده است. در مطالعه صورت گرفته جامعه آماری هزار نفر جمعیت ساکن در شهر کیاسر می‌باشد. حجم نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای ۳۰ نفر می‌باشد که از کارشناسان و مسئولان شهری می‌باشند. پس از جمع‌آوری اطلاعات میدانی که با استفاده از نرم‌افزار SPSS و آزمون T تک نمونه‌ای، روابط بین متغیرها تحلیل شد و از مدل SWOT برای شناسایی وضع موجود و ارائه راهکارها استفاده شده است. همچنین برای نمایش نتایج داده‌های تحلیلی و توصیفی از نرم‌افزار GIS و Excel استفاده شده است. برای محاسبه پایایی سؤال‌های در این پژوهش از پرسش‌نامه‌ها مطرح شده در بین کارشناسان با استفاده از آزمون آلفا کرونباخ نتیجه ۱۰ پرسش‌نامه مورد آزمون قرار گرفته شد که مقدار آلفای بدست آمده از این آزمون برابر ۰/۸۹ با پایایی بسیار خوب برای پژوهش بوده است.

محدوده مورد مطالعه

بخش چهاردانگه یکی از مهم‌ترین بخش‌های شهرستان ساری محسوب می‌شود. در سال ۱۳۸۸ این بخش دارای سه دهستان (پشت کوه، چهاردانگه، گرماب) یک نقطه شهری (کیاسر) و ۱۰۷ آبادی که ۱۲ آبادی خالی از سکنه و ۹۵ آبادی دارای سکنه است. شهر کیاسر تنها نقطه شهری بخش چهاردانگه است که در فاصله ۷۱ کیلومتری جنوب شرقی مرکز استان یعنی شهر ساری قرار گرفته است. در جنوب یک دشت میانکوهی نسبتاً وسیع و در حوزه رودخانه تجن در دامنه کوه‌های جنگلی و مشرف بر دشت فوق از موقعیت جغرافیایی ویژه‌ای برخوردار است. این شهر با وسعت معادل ۶۶۴/۵ هکتار مرکز بخش چهاردانگه محسوب می‌شود. کیاسر در سال ۱۳۷۲ به شهر تبدیل شده است به‌عنوان مرکز بخش به روستاهای اطراف به صورت مستقیم و غیرمستقیم خدمات‌دهی می‌کند. شهر کیاسر در ۱۳۷۸ متری از سطح دریا و ۳۶ درجه و ۱۴ دقیقه و ۱۶ ثانیه شمالی و ۵۳ درجه و ۳۲ دقیقه و ۱۶ ثانیه شرقی واقع شده است (سرشماری نفوس و مسکن استان مازندران، ۱۳۹۰). در سال ۱۳۹۰، جمعیت فعال اقتصادی روستاهای حوزه نفوذ مستقیم شهر کیاسر حدود ۱۵۹۳

نفر بود که از این تعداد ۷۸۸ نفر شاغل و ۸۰۵ نفر بیکار بوده است به عبارت دیگر نرخ اشتغال ۴۹/۵ درصد و نرخ بیکاری ۵۰/۵ درصد بوده است. بالا بودن نرخ بیکاری موجب مهاجرت جوانان و به‌ویژه مردان می‌شود که نتیجه آن کاهش جمعیت روستاها است (شهرداری شهر کیاسر ۱۳۹۳؛ سرشماری نفوس و مسکن استان مازندران، ۱۳۹۰).



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه در شهرستان ساری

یافته‌ها و بحث

برای دستیابی به هر نتیجه‌ای نیازمند استفاده درست از روش‌های هستیم که بتواند موضوع تحقیقمان را به‌طور کامل پوشش داده و نتایج حاصل از آن کارگشای محققان در آن زمینه خاص باشد. با توجه به اهداف و فرضیه‌های مطرح‌شده در این پژوهش تجزیه و تحلیل یافته‌ها در ۲ بخش مورد بررسی قرار می‌گیرد. در بخش اول آمار توصیفی مشخصات فردی پاسخ‌گویان تحقیق، مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. در بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها، با توجه به نوع داده‌ها، فرضیه‌های موجود را آزمودن کرده تا پیوند بین متغیرهای مستقل و متغیرهای وابسته در رابطه با توسعه گردشگری در شهر کیاسر پرداخته شده است. به همین منظور برای بررسی وضعیت گردشگری شهر کیاسر پرسش‌نامه‌ای تهیه شد و بین ۳۰ نفر از خبرگان توزیع گشت. در بین پاسخ‌دهندگان ۸۰ درصد را مرد و ۲۰ درصد زن بودند و میانگین سنی بیشتر پاسخ‌دهندگان بین ۳۱-۴۰ سال می‌باشد. همچنین نزدیک به ۵۷ درصد پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات لیسانس می‌باشند. یافته‌ها نشان می‌دهد نزدیک به ۶۳ درصد پاسخ‌دهندگان بیشتر از ۱۱ سال و حدود ۳۳ درصد آن‌ها حتی بیش از ۲۰ سال در منطقه سکونت داشتند که نشان از شناخت کافی پاسخ‌شوندگان از محدوده مورد مطالعه می‌باشد.

ارزیابی وضع موجود گردشگری

به منظور بررسی وضع موجود گردشگری در شهر کیاسر، چهار معیار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، زیرساختی و زیست‌محیطی مشخص و برای هر کدام شاخص‌هایی تعیین شد. این شاخص‌ها با توجه به نظر کارشناسان و مردم مورد ارزیابی قرار گرفتند. در این سنجش آزمون t تک نمونه‌ای برای آزمون فرضیه‌های تحقیق بکار رفته است. نتایج نشان می‌دهد میزان سطح معناداری (sig) برای چهار معیار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، زیرساختی و زیست‌محیطی زیر

می‌باشد یعنی به احتمال ۹۹ درصد فرض تحقیق اثبات می‌شود و مجموع عوامل فوق بر روی گردشگری تأثیر می‌گذارند.

جدول ۲. شاخص‌های شهر کیاسر

سطح معناداری	حد متوسط	میانگین وضع موجود	آماره t	شاخص		
۰/۰۰۰	۲۱	۲۹/۸۳	۱/۸۹	مردم	اقتصادی	صنعت گردشگری اقتصادی
۰/۰۰۰	۲۱	۲۸/۱۴	۲/۰۶	کارشناسان		
۰/۰۰۱	۲۷	۳۱/۴۳	۲/۱۳	مردم	اجتماعی و فرهنگی	
۰/۰۰۰	۲۷	۳۴/۱۱	۲/۷۸	کارشناسان		
۰/۰۰۰	۲۱	۲۵/۰۰	۱/۸۸	مردم	زیرساختی	
۰/۰۰۰	۲۱	۲۲/۳۹	۱/۱۶	کارشناسان		
۰/۰۰۰	۱۸	۱۹/۵۱	۲/۰۹	مردم	زیست‌محیطی	
۰/۰۰۰	۱۸	۲۱/۲۸	۱/۱۶۵۱	کارشناسان		

تحلیل SWOT

برای شناسایی عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری از ماتریس سوات استفاده شده است. بدین منظور ابتدا به کمک مطالعات اسنادی و مصاحبه با تعدادی از صاحب نظران شهرستان شامل اساتید دانشگاه و مسئولان محلی و کارشناسان خبره، ماتریس نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید تهیه، سپس به وسیله آن پرسش‌نامه‌ای تدوین شد که میزان ارزش هر پارامتر به کمک طیف لیکرت از (۱: خیلی کم تا ۵: خیلی زیاد) و همچنین ضریب اهمیت یا رتبه پارامتر مربوطه را با ارزش گذاری از ۱ تا ۵، از منظر کارشناسان تعیین گردید. پرسش‌نامه تهیه‌شده در میان نمونه‌های آماری تحقیق که براساس نمونه‌گیری غیر احتمالی قضاوتی انتخاب گردیده و شامل ۳۰ نفر از کارشناسان بوده است.

- نقاط قوت

به‌منظور بررسی نقاط قوت گردشگری در شهر کیاسر ۱۹ عامل شناسایی و با توجه به نظر کارشناسان و خبرگان مورد ارزیابی قرار گرفت. در این بررسی عواملی که بیشترین امتیاز را گرفتند به ترتیب عبارت‌اند از: امنیت اجتماعی بالا، تفرجگاه زیبا طبیعی مثل دشت شقایق و لاله، وجود منابع و کانی‌های معدنی، وجود اعیاد و جشن‌ها و رسومات محلی، صنایع دستی و بومی محلی، امکانات رفاهی و تفریحی، غذاهای محلی و بومی، وجود گیاهان دارویی، امامزاده و مساجد و تکایای قدیمی، وجود درختان و باغ‌های میوه، هوای پاک و سالم، وجود ابنیه تاریخی، فعالیت‌ها و خدمات گردشگری، وجود کشت صیفی‌جات و سبزی‌ها، امکانات رفاهی و خدمات نسبی، وجود نیروی کار ارزان، علاقه مردم در مشارکت طرح‌ها، همکاری مدیران و مسئولان با سرمایه‌گذاران و وجود روحیه مهمان‌نوازی شهروندان.

جدول ۳. محاسبه ضرایب نقاط قوت در شهر کیاسر

عدد نهایی	ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	ضریب اولیه	عامل
۳/۳۷۵	۰/۲۴	۴	۰/۰۶۰۱	۱۰۰	وجود درختان و باغ‌های میوه
	۰/۲۸	۴	۰/۰۷۳۰	۱۲۰	هوای پاک و سالم
	۰/۱۲۶	۳	۰/۰۴۲۶	۷۰	وجود ابنیه تاریخی
	۰/۱۶۱	۴	۰/۰۴۸۲	۸۰	صنایع دستی و بومی محلی
	۰/۱۳۴	۳	۰/۰۴۸۵	۸۱	امامزاده و مساجد و تکایای قدیمی
	۰/۱۶۵	۴	۰/۰۴۲۶	۷۰	امکانات رفاهی و تفریحی
	۰/۲۰	۴	۰/۰۵۴۸	۹۰	غذاهای محلی و بومی
	۰/۱۵۴	۳	۰/۰۵۴۸	۹۰	وجود گیاهان دارویی
	۰/۱۲۲	۳	۰/۰۴۴۲	۷۳	وجود اعیاد و جشن‌ها و رسومات محلی
	۰/۱۵۰	۳	۰/۰۵۷۸	۹۵	وجود منابع و کانی‌های معدنی
	۰/۱۵۲	۳	۰/۰۵۲۹۸	۸۷	امنیت اجتماعی بالا
	۰/۶۱۱	۲	۰/۰۳۸۹	۶۴	تفرجگاه زیبا طبیعی مثل دشت شقایق و لاله
	۰/۲۰۳	۴	۰/۰۵۴۸	۹۰	علاقه مردم در مشارکت طرح‌ها
	۰/۲۴۰	۴	۰/۰۶۳۱	۱۰۵	وجود نیروی کار ارزان
	۰/۱۱۲	۲	۰/۰۶۰۹	۱۰۰	همکاری مدیران و مسئولان با سرمایه‌گذاران
	۰/۱۵۲	۳	۰/۰۵۶۲	۹۲	وجود روحیه مهمان‌نوازی شهروندان
	۰/۱۵	۳	۰/۰۵۱۷	۸۵	فعالیت‌ها و خدمات گردشگری
	۰/۲۰۴	۴	۰/۰۵۴۸	۹۰	امکانات رفاهی و خدمات نسبی
۰/۱۵	۳	۰/۰۵۴۸	۹۰	وجود کشت صیفی‌جات و سبزی‌ها	
-	-	-	۱۶۴۲	جمع	

- نقاط ضعف

نقاط ضعف هم‌مانند نقاط قوت از عوامل داخلی مؤثر در توسعه گردشگری هست که توسعه گردشگری را در این شهر با مشکل مواجه ساخته است. در این بین ۱۴ عامل انتخاب شد که به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: ضعف شبکه حمل و نقل درون شهری، مهاجرت نیروی جوان و فعال به دلیل نبود شغل و کمبود امکانات، کم‌توجهی برنامه‌های توسعه به نقش فعالیت گردشگری، کمبود نیروی متخصص و آموزش‌دیده در معرفی و برنامه گردشگری در سطح شهر، ناکافی بودن تسهیلات اقامتی و رفاهی در سطح شهر، فقدان تورها و آژانس‌های گردشگری، ساخت‌وسازهای بی‌رویه در محیط بکر و زیبا، ضعف امکانات بهداشتی درمانی، وجود کاربری‌های ناسازگار در حریم استحقاقی شهر، نادیده انگاشتن بخش گردشگری در طرح توسعه شهر، نداشتن طرح اجرایی مناسب در بخش گردشگری، ضعف بنیه مالی شهروندان، عدم وجود تبلیغات جهت معرفی منطقه و کمبود خدمات گردشگری در سطح شهر.

جدول ۴. محاسبه ضرایب نقاط ضعف در شهر کیاسر

عدد نهایی	ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	ضریب اولیه	عامل
۱/۰۲۳	۰/۰۷۵	۱	۰/۰۷۵	۵۱	ضعف شبکه حمل‌ونقل درون‌شهری
	۰/۰۸۱	۱	۰/۰۸۱	۵۵	مهاجرت نیروی جوان و فعال به دلیل نبود شغل و کمبود امکانات
	۰/۰۷۱	۱	۰/۰۷۱	۴۸	کم‌توجهی برنامه‌های توسعه به نقش فعالیت گردشگری
	۰/۲۸	۴	۰/۰۷۵	۵۱	کمبود نیروی متخصص و آموزش‌دیده در معرفی و برنامه گردشگری در سطح شهر
	۰/۰۱۶	۲	۰/۰۸۹	۶۰	ناکافی بودن تسهیلات اقامتی و رفاهی در سطح شهر
	۰/۰۶۸	۱	۰/۰۶۸	۴۶	فقدان تورها و آژانس‌های گردشگری
	۰/۰۱۲	۲	۰/۰۶۶	۴۵	ساخت‌وسازهای بی‌رویه در محیط بکر و زیبا
	۰/۰۱۴	۲	۰/۰۷۴	۵۰	ضعف امکانات بهداشتی درمانی
	۰/۰۱۵	۳	۰/۰۵۱	۳۵	وجود کاربری‌های ناسازگار در حریم استحقاقی شهر
	۰/۰۸۹	۱	۰/۰۸۹	۶۰	نادیده انگاشتن بخش گردشگری در طرح توسعه شهر
	۰/۰۴۸	۱	۰/۰۴۸	۳۳	نداشتن طرح اجرایی مناسب در بخش گردشگری
	۰/۰۶۴	۱	۰/۰۶۴	۴۱	ضعف بنیه مالی شهروندان
	۰/۰۲۱	۳	۰/۰۷۷	۵۲	عدم وجود تبلیغات جهت معرفی منطقه
	۰/۰۷۳۴	۱	۰/۰۷۳۴	۴۷	کمبود خدمات گردشگری در سطح شهر
-	-	-	۶۷۴	جمع	

- نقاط فرصت

فرصت‌ها عوامل خارجی هستند که از بیرون می‌توانند بر روی گردشگری شهر کیاسر اثرگذار باشند که با برنامه‌ریزی می‌توان از فرصت‌ها در راستای بهبود وضعیت گردشگری شهر کیاسر استفاده نمود. بدین منظور ۱۴ عامل جهت شناخت فرصت‌های منطقه کیاسر تدوین شده است که در این بین عوامل دسترسی مناسب از دو استان مازندران و سمنان به شهر و روستای منطقه، وجود صنایع دستی بومی در روستاهای پیرامون شهر، قوانین و مقررات تسهیل بخش به توسعه صنعت گردشگری کشور، وجود گیاهان دارویی فراوان در رویشگاه‌های پیرامون، استعداد منطقه در جهت پرورش گونه‌های مادر حیوانی مثل اسب گاو گوسفند بز و غیره، نگرش مثبت مدیران و مسئولان استانی به توسعه صنعت گردشگری در ارتفاعات و بخش البرز میانی به ترتیب اولویت از مهم‌ترین عوامل بشمار می‌روند.

جدول ۵. محاسبه ضرایب نقاط فرصت در شهر کیاسر

عدد نهایی	ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	ضریب اولیه	عامل
۳/۱۷	۰/۱۵۲	۳	۰/۰۵۸	۶۶	قرارگیری شهر در حد میانی و فاصله میان مازندران و سمنان
	۰/۲۱	۳	۰/۰۷۵	۸۵	وجود مناظر طبیعی فراوان و پدیده‌های توریستی نظیر: سورت- آبشارها و چشمه‌سارها و غیره
	۰/۱۴	۲	۰/۰۷۵	۸۵	وجود افراد علاقه‌مند به ساخت خانه‌های دوم در روستا
	۰/۲۴	۴	۰/۰۶۵	۷۴	وجود صنایع دستی بومی در روستاهای پیرامون شهر
	۰/۱۰	۲	۰/۰۵۳	۶۰	وجود یادمان‌های تاریخی نظیر حمام گبری، قله شاهدژ
	۰/۰۷۵	۱	۰/۰۷۵	۸۵	وجود طبیعت بکر و زیبا و چشم‌انداز منحصربه‌فرد
	۰/۲۱	۳	۰/۰۷۹	۹۰	وجود گیاهان دارویی فراوان در رویشگاه‌های پیرامون
	۰/۲۱	۳	۰/۰۷۹	۹۰	استعداد منطقه در جهت پرورش گونه‌های مادر حیوانی مثل اسب گاو گوسفند بز و غیره
	۰/۱۴	۲	۰/۰۷۵	۸۵	استعداد فراوان خاک‌های روستا پیرامون شهر جهت پرورش سبزی و صیفی‌جات
	۰/۲۸	۴	۰/۰۷۰	۸۰	دسترسی مناسب از دو استان مازندران و سمنان به شهر و روستای منطقه
	۰/۲۱۲	۳	۰/۰۷۵	۸۵	وجود قوانین و مقررات تسهیل بخش به توسعه صنعت گردشگری کشور
	۰/۲۱	۳	۰/۰۷۰	۸۰	نگرش مثبت مدیران و مسئولان استانی به توسعه صنعت گردشگری در ارتفاعات و بخش البرز میانی
	۰/۱۸	۳	۰/۰۶۶	۷۵	وجود فرودگاه دشت ناز و دسترسی مناسب از طریق شهرستان ساری به منطقه
	۰/۱۴	۲	۰/۰۷۹	۹۰	علاقه سرمایه‌گذاران بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در محیط امن و دارای استعداد در سطح کشور و استان
-	-	-	۱۱۳۰	جمع	

- نقاط تهدید

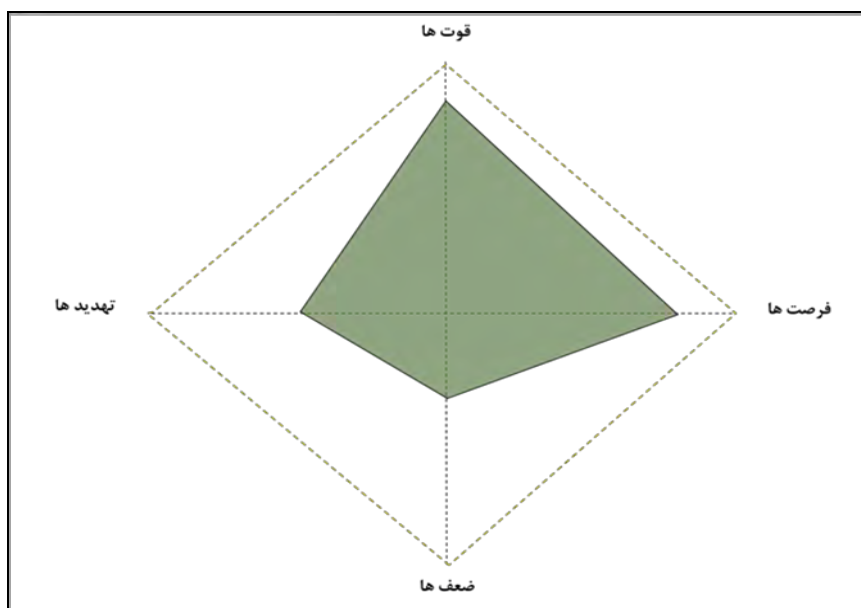
نقاط تهدید هم از عوامل خارجی بشمار می‌آیند که در صورت برخورد نامناسب با آن‌ها می‌توانند تهدیدات جدی برای گردشگری شهر کیاسر به وجود بیاورند. به‌منظور شناخت نقاط تهدید پیشروی توسعه گردشگری شهر کیاسر ۱۰ عامل مورد ارزیابی قرار گرفت که به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: کم‌توجهی به پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل گردشگری منطقه در طرح‌های جامع گردشگری، ضعف مدیریت و برنامه‌ریزی برای بهره‌گیری مناسب از توان‌ها و پتانسیل‌های منطقه، بورس‌بازی در مناطق کوهستانی و استفاده اختصاصی از فضای زیبای مناطق کوهستانی کیاسر، وجود مخاطرات طبیعی فراوان در مناطق کوهستانی کیاسر، بی‌توجهی به فرهنگ سنتی و بومی منطقه، ضعف امنیت جاده‌ای و اجتماعی در مناطق کوهستانی برای گردشگران در فصول مختلف، رشد مناطق گردشگری در سطح استان و رغبت گردشگر و سرمایه‌گذاران در بخش گردشگری، تخریب مناظر طبیعی در اثر دخالت گردشگران و رواج فرهنگ نامناسب و ناسازگار در اثر رشد گردشگری در سطح منطقه.

جدول ۶. محاسبه ضرایب نقاط تهدید در شهر کیاسر

عدد نهایی	ضریب نهایی	رتبه	ضریب ثانویه	ضریب اولیه	عامل
۲/۰۱	۰/۰۹۰	۱	۰/۰۹۰	۴۱	تخریب مناظر طبیعی در اثر دخالت گردشگران
	۰/۱۲۰	۱	۰/۱۲۰	۵۵	بی‌توجهی به فرهنگ سنتی و بومی منطقه
	۰/۱۰۹	۱	۰/۱۰۹	۵۰	ضعف امنیت جاده‌ای و اجتماعی در مناطق کوهستانی برای گردشگران در فصول مختلف
	۰/۱۲۲	۲	۰/۰۶۵	۳۰	وجود مخاطرات طبیعی فراوان در مناطق کوهستانی کیاسر
	۰/۱۴۰	۲	۰/۰۷۹	۳۵	بورش‌بازی در مناطق کوهستانی و استفاده اختصاصی از فضای زیبای مناطق کوهستانی کیاسر
	۰/۲۴	۲	۰/۱۲۰	۵۵	ضعف مدیریت و برنامه‌ریزی برای بهره‌گیری مناسب از توان‌ها و پتانسیل‌های منطقه
	۰/۰۹۸	۱	۰/۰۹۸	۴۵	رفتار ناشایست و برخورد نامناسب با گردشگران غیربومی
	۰/۰۷۲	۱	۰/۰۷۲	۳۳	رواج فرهنگ نامناسب و ناسازگار در اثر رشد گردشگری در سطح منطقه
	۰/۱۰۵	۱	۰/۱۰۵	۴۸	رشد سایر مناطق گردشگری در سطح استان و رغبت گردشگر و سرمایه‌گذاران در بخش گردشگری
	۰/۲۶	۲	۰/۱۳۸	۶۳	کم‌توجهی به پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل گردشگری منطقه در طرح‌های جامع گردشگری
-	-	-	۴۵۵	جمع	

همان‌طور که جداول ماتریس SWOT نشان می‌دهند شهر کیاسر با توجه به موقعیت قرارگیری آن (واقع‌شدن در استان مازندران) از ویژگی‌های طبیعی همچون؛ آب‌وهوای خوب، مناظر دیدنی، خاک حاصلخیز، دسترسی آسان و... برخوردار هست. که می‌توان با برنامه‌ریزی صحیح و مدیریت درست از پتانسیل‌های موجود در منطقه استفاده به عمل آید تا گامی در جهت توسعه اقتصادی و درآمد پایدار برداشته شود. در جدول وزن دهی عوامل چهارگانه ذکر شده نقاط قوت و فرصت نسبت به تهدید و ضعف امتیاز بالاتری دارا می‌باشند و در شکل ماتریس عوامل داخلی و خارجی (شکل ۲) بخش تهاجمی (SO) از امتیاز بالاتری برخوردار است به همین در تدوین استراتژی‌های توسعه صنعت گردشگری در شهر کیاسر بر این بخش تأکید شده است. استراتژی‌هایی که در این زمینه تدوین شده‌اند شامل: برقراری امنیت اجتماعی در سطح منطقه جهت ایجاد انگیزه در گردشگران برای ساخت خانه‌های دوم، برنامه‌ریزی مدیران و مسئولان برای تدوین قوانین و مقررات تسهیل بخش در توسعه صنعت گردشگری، بهبود راه‌ها دسترسی به منطقه و فراهم آوردن امکانات تفریحی و رفاهی، ایجاد انگیزه برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و دولتی و سرمایه‌گذاری در بخش میراث فرهنگی و بناهای تاریخی و برپایی جشن‌ها و آیین‌های محلی و مذهبی در منطقه برای حفظ فرهنگ بومی در منطقه و تعاملات اجتماعی در بین مردم.

همچنین در سایر بخش‌ها نیز استراتژی‌هایی در نظر گرفته شده است؛ از جمله توجه به بخش گردشگری در طرح‌ها و برنامه‌ریزی‌ها، پیوند فرهنگی گردشگران با بومیان محلی با حفظ فرهنگ اصیل محلی، بازاریابی مناسب گردشگری و اطلاع‌رسانی از خدمات و امکانات محلی، توجه به وضعیت املاک و جلوگیری از بورس‌بازی زمین و ... شرح کامل استراتژی‌های تدوین شده در جدول (۷) آمده است.



شکل ۲. ماتریس عوامل داخلی و خارجی توسعه گردشگری شهر کیاسر

جدول ۷. استراتژی توسعه گردشگری

استراتژی WO	استراتژی SO
<ul style="list-style-type: none"> - افزایش امکانات و خدمات گردشگری در سطح شهر در زمینه حضور افراد علاقه‌مند به ساخت خانه‌های دوم در روستاهای پیرامون شهر - توجه به بخش گردشگری در طرح توسعه شهر و از بین بردن کاربری‌های ناسازگار و ساخت‌وسازهای بی‌رویه حریم شهر - تقویت و توسعه اشتغال در صنعت گردشگری برای کاهش مهاجرت نیروی جوان و فعال به دلیل نبود شغل و کمبود امکانات - تقویت تسهیلات اقامتی و رفاهی در سطح شهر و همچنین توسعه شبکه حمل‌ونقل درون‌شهری و بین‌شهری منطقه - بهره‌مندی از نیروی متخصص و آموزش‌دیده در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری شهر - ترمیم و مرمت یادمان‌های تاریخی نظیر حمام گبری، قلعه شاهدژ و... - توجه خاص به برنامه‌ریزی‌های بازاریابی و اطلاع‌رسانی به بازارهای گردشگری منطقه 	<ul style="list-style-type: none"> - توجه به امنیت اجتماعی در سطح منطقه جهت ایجاد انگیزه در گردشگران برای ساخت خانه‌های دوم در روستا - برنامه‌ریزی مدیران و مسئولان برای تدوین قوانین و مقررات تسهیل بخش در توسعه صنعت گردشگری - بهبود راه‌های ارتباطی برای دسترسی مناسب از دو استان مازندران و سمنان به شهر و روستای منطقه به جهت امکانات رفاهی و تفریحی - وجود فرودگاه دشت ناز و دسترسی مناسب از طریق شهرستان ساری به منطقه زمینه‌ساز علاقه سرمایه‌گذاران بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در محیط امن و دارای استعداد در سطح کشور و استان را فراهم نموده است - ایجاد انگیزه برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و دولتی و سرمایه‌گذاری در بخش میراث فرهنگی و بناهای تاریخی - برپایی جشن‌های محلی و آیین‌های ملی و مذهبی منطقه
استراتژی WT	استراتژی ST
<ul style="list-style-type: none"> - برنامه‌ریزی مخاطرات محیطی در مناطق کوهستانی و تقویت شبکه حمل‌ونقل - توجه به فرهنگ سنتی و بومی منطقه - توجه ویژه برنامه‌های توسعه به نقش فعالیت گردشگری و هدایت نیروی متخصص و آموزش‌دیده در معرفی و برنامه گردشگری در سطح شهر - توسعه امکانات بهداشتی درمانی و خدماتی گردشگری در سطح شهر - ایجاد مدیریت و برنامه‌ریزی مناسب برای بهره‌گیری مناسب از توان‌ها منطقه و توجه به پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل گردشگری منطقه در طرح‌های جامع گردشگری نظیر اعیاد و جشن‌ها و رسومات محلی، تفرجگاه زیبا طبیعی مثل دشت شقایق و لاله - تقویت امنیت اجتماعی و جلوگیری از رفتار ناشایست و برخورد نامناسب با گردشگران غیره - مدیریت و برنامه‌ریزی توان‌های منطقه در جهت توسعه صنایع دستی و بومی محلی - شناسایی مناطق گردشگری در سطح منطقه و ایجاد انگیزه در گردشگران و سرمایه‌گذاران برای ورود به منطقه - هوای پاک و سالم زمینه‌ساز توسعه فعالیت‌ها و خدمات گردشگری - جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی در اثر دخالت گردشگران 	<ul style="list-style-type: none"> - پیوند فرهنگ گردشگران و فرهنگ جدید با فرهنگ سنتی و بومی منطقه - تأمین اجتماعی منطقه و برقراری امنیت معابر مناطق کوهستانی برای تردد گردشگران در فصول مختلف - جلوگیری از بورس‌بازی در مناطق کوهستانی و استفاده اختصاصی از فضای زیبای مناطق کوهستانی کیاسر - توجهی به پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل گردشگری منطقه در طرح‌های جامع گردشگری نظیر اعیاد و جشن‌ها و رسومات محلی، تفرجگاه زیبا طبیعی مثل دشت شقایق و لاله - تقویت امنیت اجتماعی و جلوگیری از رفتار ناشایست و برخورد نامناسب با گردشگران غیره - مدیریت و برنامه‌ریزی توان‌های منطقه در جهت توسعه صنایع دستی و بومی محلی - شناسایی مناطق گردشگری در سطح منطقه و ایجاد انگیزه در گردشگران و سرمایه‌گذاران برای ورود به منطقه - هوای پاک و سالم زمینه‌ساز توسعه فعالیت‌ها و خدمات گردشگری - جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی در اثر دخالت گردشگران

نتیجه‌گیری

امروزه اهمیت صنعت گردشگری به حدی رسیده است که به‌عنوان بزرگ‌ترین صنعت خدماتی جهان درآمده و سالانه میلیون‌ها نفر توریست در سرتاسر جهان بانگیزه‌های گوناگون در حال جابه‌جایی و سفر می‌باشند. بسیاری از کشورهای پیشرفته و درحال توسعه با درک جایگاه جهانگردی در چرخه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، ارتباطات و مسائل سیاسی این فعالیت انسانی و پویا و صنعت بدون دود را سرلوحه فعالیت‌های پیشرو در کشورشان قرار داده‌اند و از منافع کوتاه‌مدت و بلندمدت آن که در پرتو برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح نمایان می‌گردد بهره‌مند می‌شوند توسعه‌ی صنعت گردشگری، به‌ویژه برای کشورهای درحال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه هستند، از اهمیت فراوانی برخوردار است. با توجه به نتایج بدست آمده از تحقیق فرض اول تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان پذیرفت که وضعیت موجود شهر کیاسر با توجه به شاخص‌های توسعه پایدار اقتصادی در شرایط مطلوب قرار دارد. در همین راستا به‌منظور اثبات فرضیه دوم تحقیق، چهار شاخص (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیرساختی و زیست‌محیطی) مورد بررسی قرار گرفته شده است با توجه به نتایج بدست آمده از تحقیق فرضیه دوم نیز تأیید می‌شود و طبق نظر کارشناسان و یافته‌های تحقیق عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیرساختی و زیست‌محیطی در توسعه صنعت گردشگری شهر کیاسر مؤثر واقع شدند. در بخش دوم پژوهش با استفاده از ماتریس سوات به شناسایی و تجزیه و تحلیل عوامل توسعه گردشگری در شهر کیاسر پرداخته شد. پس از شناسایی عوامل در چهار بخش قوت، ضعف، فرصت و تهدید با نظر خبرگان و کارشناسان بومی مورد ارزیابی قرار گرفت. و استراتژی‌های توسعه گردشگری شهر با توجه به عوامل که امتیاز بالاتری به خود اختصاص دادند تدوین شد. در بین استراتژی‌های تدوین شده استراتژی‌های SO از ارزش بالاتری برخوردارند و می‌توانند راهگشای مدیران و مسئولان شهری در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی گردشگری باشد.

منابع

۱. الوانی، مهدی؛ ۱۳۷۲، مدیریت عمومی، تهران: نی.
۲. الوانی، مهدی و زهره دهدشتی، شاهرخ. (۱۳۷۳). اصول و مبانی جهانگردی، تهران: بنیاد مستضعفان و جانبازان.
۳. امیر عضدی، طوبی و ولی شریعت پناهی، مجید. (۱۳۹۰). بررسی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری در شمیرانات، جغرافیای انسانی، دوره ۲، شماره ۴، ۱۶۷-۱۸۵.
۴. پناهنده، محمد و جمال‌زاد فلاح، فریبرز. (۱۳۸۸). اکو توریسم و نقش آن در حفاظت محیط‌زیست و توسعه پایدار، پژوهش‌کده محیط‌زیست.
۵. چاک، وای، گی. (۱۳۸۸). جهانگردی در چشم‌انداز جامع. ترجمه علی پارسیان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
۶. خاوریان گرمسیر، امیررضا؛ استاورس، ژاکلین‌ام و علیان، مهدی. (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهری با استفاده از مدل استراتژیک SOAI (نمونه موردی: شهر تفت)، برنامه‌ریزی و آمایش فضا، دوره ۱۷، شماره ۳، ۱۲۷-۱۴۳.
۷. رهنمایی، محمدتقی؛ فرهودی، رحمت‌الله؛ دیتمان، آندریاس و قدمی، مصطفی. (۱۳۸۶). بررسی ظرفیت تحمل حوزه مقصد گردشگری با تأکید بر جامعه میزبان (نمونه موردی: مطالعه شهر کلاردشت)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۶، ۱۷-۳۳.
۸. شعبانی فرد، محمد؛ پوراحمد، احمد؛ حسینی، علی و رشیدی، مصطفی. (۱۳۸۸). بررسی سنجش ظرفیت پذیرش گردشگری شهری و مدل‌سازی شهرهای گردشگری پایدار از بعد کالبدی (نمونه موردی: منطقه ۱۲ تهران)، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، دوره ۹، شماره ۱۴، ۴۷-۷۴.
۹. شهرداری شهر کیاسر؛ ۱۳۹۳، آمار و اطلاعات جمعیتی، کالبدی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کیاسر.

۱۰. صداقتی، عاطفه و فغفوریان، مهسا. (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه صنعت گردشگری راهی برای توسعه اقتصادی شهرها (نمونه موردی شهر نیشابور)، در اولین مقالات اجلاس اقتصاد شهری ایران، مشهد.
۱۱. فرجی‌راد، عبدالرضا و سید نصیری، سیده‌زله. (۱۳۸۹). رویکردهای تحلیلی در توسعه پایدار گردشگری شهری، جغرافیایی سرزمین، دوره ۷، شماره ۲۵، ۲۹-۴۰.
۱۲. کرمی‌پور، عارفه. (۱۳۹۱). نقش صنعت گردشگری در توسعه اقتصاد منطقه‌ای، شناخت امکانات و محدودیت‌ها در ایران و جهان. دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی با محوریت برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشگاه آزاد واحد سنندج، ۴-۶.
۱۳. کشوری، بهاره و تیموری، پرویز. (۱۳۸۹). کاربرد GIS و TIS در امکان‌سنجی گردشگری ساحلی، نمونه موردی: شهر بابلسر، جغرافیای انسانی، دوره ۲، شماره ۴، ۷۳-۹۰.
۱۴. لس، لومسدن. (۱۳۸۰). بازاریابی گردشگری، ترجمه: محمدابراهیم گوهریان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۵. مدهوشی، مهرداد و ناصرپور، نادر. (۱۳۸۲). ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۸، ۲۵-۵۸.
۱۶. معاونت برنامه‌ریزی استان مازندران، ۱۳۹۰، سرشماری عمومی نفوس و مسکن استان مازندران. آمار و اطلاعات، مازندران.
۱۷. موحد، علی؛ ۱۳۸۶، گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران، اهواز.
۱۸. هادیانی، زهره؛ احدنژاد، محسن؛ کاظمی‌زاد، شمس‌اله و قنبری، حکیمه. (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری براساس تحلیل SWOT (مطالعه موردی: شهر شیراز)، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، دوره ۲۳ (پیاپی ۴۷)، شماره ۳، ۱۱۱-۱۳۲.

19. Aminian, A. (2012). Environmental performance measurement of tourism accommodations in the pilgrimage urban areas: The case of the Holy City of Mashhad, Iran. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 35, 514-522.
20. Anuar, A. N. A., Bookhari, S. N., & Aziz, N. A. (2012). The effectiveness of Safe City Programme as safety basic in tourism industry: Case Study in Putrajaya. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 42, 477-485.
21. Asadi, R. (2011). Strategies for Development of Iran Urban Tourism. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9), 1933-1943.
22. Azizi, H., Biglari, M., & Joudi, P., (2011). Assessment the feasibility of sustainable tourism in urban environment employing the cumulative linear model, *Procedia Engineering*, 21, 24-33. doi:10, 1016/j. proeng. 2011, 11, 1983.
23. Cîrstea, Ş. D. (2014). Travel & Tourism Competitiveness: A Study of World's Top Economic Competitive Countries. *Procedia Economics and Finance*, 15, 1273-1280.
24. Delitheou, V., Vinieratou, M., & Touri, M. (2010). The contribution of public and private investments to the growth of conference tourism in Greece, *Management Research and Practice*, 2(2), 165-178.
25. Gao, Xiao, X, Gan, Y. and Zheng, Y. (2001). Ecosystem functions, services and their values a case study in xingshan country of china, *Ecological Economics*, 38: 141- 154. Gardeshgari.persianblog.ir.
26. Popescu, R. I., & Corbos, R. A. (2010). The role of Urban Tourism in the strategical development of Brasov Area. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, (16), 69.
27. Jiang, J. (2008). Evaluation of the Potential of Ecotourism to the Contribute to Local Sustainable Development: A Case Study of Tengtou Village. *China, Massey University, New Zealand*.
28. Jutla, R. (2000). Visual image of the city: Tourists' versus residents' perception of simla, ahill station in northern India, tourism geographies: *An International Journal of Tourism space, Place and Environment*, 2(4):404-420.

29. Łapko, A. (2014). Urban tourism in Szczecin and its impact on the functioning of the urban transport system. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 151, 207-214.
30. Ma, T., Hong, T., & Zhang, H. (2015). Tourism spatial spillover effects and urban economic growth. *Journal of Business Research*, 68(1), 74-80.
31. Gârbea, R. V. (2013). Urban tourism between content and aspiration for urban development. *Management & Marketing*, 11(1), 193-201.

