

نقش گردشگری کویری در توسعه روستایی (مطالعه موردی شهرستان گرمسار)

حسن رهایی

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

علیرضا استعلاجی^۱

استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

محسن رنجبر

دانشیار گروه جغرافیا، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مجید ولی شریعت پناهی

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

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۹/۲۷

چکیده

هدف از این پژوهش تبیین نقش کویر در توسعه گردشگری مناطق روستایی شهرستان گرمسار بود. در این راستا با اتخاذ پارادایم ترکیبی و غور در نظریه‌ها و مدل‌های مختلف گردشگری، گردشگری کویر و پایداری روستایی، گردشگری پایدار روستایی اقدام به مفهوم‌سازی سازه‌های مفهومی تحقیق گردید. جامعه آماری پژوهش در سطح کلان شهرستان گرمسار و کارشناسان اجرایی و سیاست‌گذاران گردشگری مرتبط با موضوع پژوهش، اعضای شورای اسلامی و دهیاران دهستان حومه و لجران شهرستان گرمسار به تعداد ۲۰ نفر و گردشگران پارک ملی کویر به تعداد ۲۰۰ نفر بود. از روش تحلیل فازی، تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی و معادلات ساختاری در تحلیل داده‌ها استفاده گردید. یافته‌های تحقیق نشان داد مدل بهینه توسعه گردشگری کویر با محوریت پارک ملی کویر در محدوده مورد مطالعه نشان از برتری و اهمیت مدل ژئومورفوتوریسم در فرایند توسعه گردشگری ارک ملی کویر با توجه به ماهیت و دارایی آن می‌باشد. این مدل از بین شش مدل مشهود و منتخب جهانی در توسعه گردشگری یعنی مدل گونه‌شناسی کوهن، مدل چرخه عمر باتلر، مدل رنجش داکسی، مدل توسعه تفرجگاهی پریدوکس، مدل رقابت‌پذیری تفرجگاهی کراچ و ریچی و مدل ژئومورفوتوریسم تحلیل و انتخاب گردید. همچنین شناسایی پیشران‌های قابل اتکا برای برندسازی گردشگری در توسعه گردشگری مناطق روستایی نشان داد که شش پیشران اصلی در این امر تأثیر راهبردی دارد که از آگاهی تا کیفیت اقتصادی-راهبردی را در بر می‌گیرد. همچنین پایداری گردشگری مناطق روستایی در محدوده مورد مطالعه از طریق شش شاخص یعنی پایداری اقتصادی، پایداری اجتماعی، پایداری فرهنگی، پایداری سیاسی، پایداری اکولوژیکی و پایداری تکنولوژیکی مورد تحلیل قرار گرفت. در آخر، یافته‌های تحقیق بر این استوار بود که آیا مدل ژئومورفوتوریسم می‌تواند به تحقق برند گردشگری مناسب با توسعه گردشگری مناطق روستایی و همچنین پایداری گردشگری مناطق روستایی در شهرستان گرمسار کمک کند؟ این فرایند از طریق سنجش ساختار ارتباطی بین این دو در قالب مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام گرفت و نتایج نشان داد که مدل ژئومورفوتوریسم می‌تواند در ساخت برند گردشگری و پایداری مناطق روستایی شهرستان گرمسار مؤثر باشد. بر اساس یافته‌های تحقیق، با توجه به دستاوردهای نظری و عملیاتی آن، اقدام به ارائه مدل تبیین‌کننده نهایی موضوع و هدف پژوهش گردید که از دو بخش کلان (سیاست‌ها) و خرد (راهبردها) و راهکارهای تحقق بخشی خاص هر سطح تشکیل شده است.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، گردشگری کویر، گردشگری پایدار روستایی، گرمسار.

مقدمه

از نیمه قرن بیستم به بعد عواملی چون جهانی‌سازی، توسعه سرمایه‌داری، پیشرفت ابزارهای حمل و نقل و توسعه ارتباطات تکنولوژیکی منجر به توسعه صنعت گردشگری گردیده است (World and Zandi, 2014). این حوزه امروزه به عنوان سومین صنعت اقتصادی در جهان شناخته می‌شود (پرچکانی و همکاران، 2017). چرا که به گزارش بانک جهانی در اواخر سال ۲۰۰۵ این صنعت با ایجاد حدود ۲۱۴ میلیون شغل و سهمی معادل ۱۰/۵ تولید ناخالص داخلی در سطح جهانی نقش عمده‌ای ایفا کرده است (Khadat al-Rasoul et al., 2016). از سوی دیگر مطابق جدیدترین گزارش سازمان جهانی گردشگری^۲ نشان می‌دهد تعداد گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۱۸ با رشد ۶ درصدی همراه بوده و به ۱/۴ میلیارد نفر رسیده است؛ این رقم در حالی ثبت می‌شود که در سال ۲۰۱۷ مجموع یک میلیارد و ۳۲۳ میلیون سفر گردشگری انجام شده بود و نسبت به سال قبل از آن رشد ۸۴ میلیونی سفرها را نشان می‌داد (Akadiri et al., 2019). در عین حال پیش‌بینی می‌شود تعداد گردشگران بین‌المللی در سال جدید میلادی با رشدی بین ۳ تا ۴ درصد همراه شود بنابراین می‌توان گفت که این حوزه چه تأثیری در درآمد ناخالص داخلی کشورهای پیش رو در این زمینه دارد (Yazdan Panah Shahabadi et al., 2019).

علاوه بر این، این صنعت یکی از بزرگ‌ترین شاخه‌های ارزیابی پویایی یک ملت در سطح کلان و یا یک مکان در سطح خرد به شمار می‌رود. چرا که هم زمان می‌تواند بهترین داشته‌ها و میراث یک ملت را در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، محیطی، فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیکی به معرض نمایش بگذارد (Danekar and Mahmoudi, 2013) به دلیل تأثیر عمده این صنعت در شناخت جوامع و آگاهی از نگرش‌های جوامع انسانی و تأثیرات آن در ابعاد مختلف توسعه و پیشرفت جوامع انسانی، داشتن یک رویکرد پایدار در این حوزه ضرورت دارد (Rezvani & Moradi, 2010).

پرواضح است که در این حوزه علاوه بر تأثیرات گسترده‌ای که در مباحث اقتصادی آن است، برای شناسایی و ترویج میراث عظیم فرهنگی، اجتماعی و اکولوژیکی گذشته و حال یک مکان یا سرزمین و نمایاندن هویت عظیم مکانی توسط این صنعت تسهیل در شرایط و داشتن نگرش پایدار در دو بعد مهم و تأثیرگذار در پایداری این حوزه یعنی ابعاد سیاسی و تکنولوژیکی نیز بسیار حائز اهمیت است (Alizadeh et al., 2003). چرا که ایدئولوژی و نگرش حاکم بر جامعه میزبان در مبحث پذیرش و نوع نگاه آن به مبحث گردشگری، ارائه تسهیلات لازم و تدوین آیین-نامه‌های مناسب و مشوق که تحت عنوان تسهیلات سیاسی موضوع بدان نگریسته می‌شود (Maleki & Alizadeh, 2015) و همچنین تجهیز جامعه میزبان به تکنولوژی‌های پیشرفته ارتباطی و اطلاعاتی در زمینه‌های اطلاع رسانی و تبلیغ داشته‌ها و حمل و نقل پیشرفته با توجه به نیاز زمان و پیشرفت‌های رخ داده در زمینه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی از جمله مواردی است که می‌تواند سایر ابعاد پایداری در این حوزه را شکوفا سازد (Ahmadi et al., 2017). مهم‌ترین مقوله در این زمینه برای دستیابی به اثرات گردشگری در شکل ویژه و پایدار آن می‌تواند در مناطق روستایی باشد. گردشگری روستایی بخشی از بازار گردشگری و منبعی برای اشتغال و درآمد بوده و می‌توان

۲. UNWTO

آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی - اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد کرد (Boroumand et al., 2018). در کشورهای بسیاری این امر با خط‌مشی‌های کشاورزی و در بعضی دیگر بسته به جایگاه و موقعیت مناطق روستایی این امر متغیر می‌باشد. حتی راهبرد توسعه گردشگری در مناطق روستایی غالباً به عنوان راهبردی برای حفظ محیط‌زیست و فرهنگ روستایی نیز مورد بهره‌برداری و تأکید قرار گرفته است (Jaafertash & Pouyan, 2018).

بنابراین می‌توان گفت گردشگری، راهبردی برای توسعه روستایی و پاسخی به جهانی شدن و بازساخت روستاها است. توسعه گردشگری مستلزم نگرشی جامع و سیستماتیک به همه عناصر تشکیل‌دهنده آن است (Ambler, 1997). روستاهای واقع در مناطق گرم و خشک به ویژه در حاشیه مناطق کویری به رغم برخورداری از جاذبه‌های متعدد طبیعی و انسانی گردشگری، در فقر و محرومیت به سر می‌برند (Andrades & Dimanche, 2017). مهم‌ترین یا قوی‌ترین عنصر در بعد عرضه گردشگری، جاذبه‌های مقصد است. جاذبه‌ها منبع انرژی‌زا و قدرت‌دهنده به سیستم گردشگری‌اند. جاذبه‌ها، نیروهای کششی یا جذب‌کننده گردشگران محسوب می‌شوند. بدون وجود جاذبه‌ها، احتمالاً فقط سکنه محلی از این تسهیلات استفاده خواهند کرد (Jalalian et al., 2018).

در این بین مناطق بیابانی و کویر به عنوان یکی از زیباترین، ناشناخته‌ترین و بکرترین جاذبه گردشگری در روستاهای مناطق بیابانی و نیمه بیابانی محسوب می‌شود. شناخت اصولی و دقیق توان‌های نواحی کویری الگوی گردشگری و حتی برنامه‌ریزی برای ساخت برند معتبر برای آن می‌تواند مقدمه‌ای بر توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و در کل گردشگری مناطق موجود به‌خصوص مناطق روستایی موجود واقع در آن‌ها گردد (Baker, 2007). ضروریات اساسی برای توسعه اجتماعی و اقتصادی روستاها است. بهره‌مندی از کویر و ظرفیت‌های گردشگری مکان‌های کویری، یکی از رویکردها و رهیافت‌های پایدار مکان‌های سکونتی و اقتصادهای محلی حاشیه کویر است (Barnes et al., 2014). یافته‌ها نشان می‌دهد مکان‌های گردشگری کویری جاذبه هدف و عامل توسعه یکپارچه گردشگری است و بدین سان نقش اصلی در پیوند و همگرایی مکان‌های گردشگری با مکان‌های سکونتی دارد (Rezvani et al., 2017). اهمیت این مسئله تا جایی است که گردشگری کویر در جهان سهم و جایگاه بالایی در تولید ناخالص داخلی کشورهای کویری در آمریکای جنوبی همچون شیلی و برخی از کشورهای آفریقایی در حواشی صحرای سینا و مراکش و کشورهای حاشیه خلیج فارس دارد (Razvani & Safai, 2005).

در سطح ملی با توجه به این که ایران کشوری با آب‌وهوای گرم و خشک است، بنابراین دشت‌های کویری متعددی در نقاط مختلف و به خصوص مرکز آن گسترده شده‌اند. از میان این سرزمین‌ها برخی به عنوان مقاصد گردشگری کویری شناخته شده‌اند که هر یک بسته به ویژگی‌های اقلیمی و منطقه‌ای برای گروه خاصی از گردشگران جذابیت بیشتری دارند از جمله مناطق کویری ایران که در جذب گردشگر نقش بسزایی داشته‌اند می‌توان به کویر مصر، کویر مرنجاب، کویر شهداد، کویر خور و بیابانک، کویر زردگاه، کلوت‌های بیابان لوت، کویر ریگ زرین و پارک ملی کویر اشاره کرد. شهرستان گرمسار و مناطق روستایی آن به عنوان بستر هدف و مورد مطالعه پژوهش حاضر یکی از نقاطی است که با قرارگیری در حاشیه غربی استان سمنان و منطقه گرو خشک بیابانی پهنه‌ای جذاب برای ارزیابی توان این منطقه و جاذبه برای توسعه گردشگری روستایی با محوریت کویر است. از جمله جاذبه‌های گردشگری این

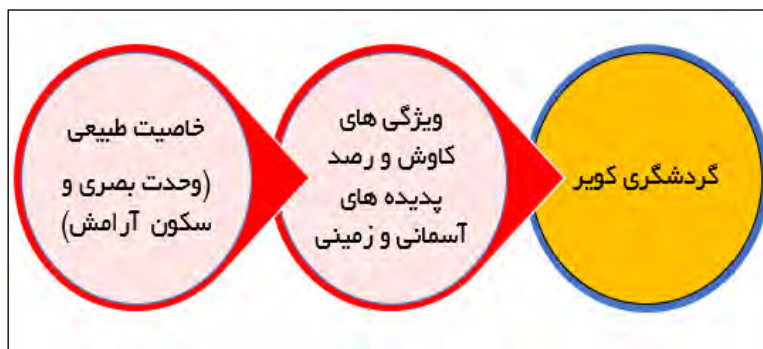
منطقه علاوه بر پارک ملی کویر که شهرت فراوانی در سطح کشور در راستای توان گردشگری آن دارد، می‌توان به جاذبه‌های جاده سنگفرش شاه عباسی، سیاه کوه، جوی سنگی، قصر عین الرشید، قصر حرم‌سرا، گنبد‌های نمکی دشتی (گلدان‌های کریستال نمکی کویری)، خانه‌های سنتی (خشتی و گلی)، آب‌انبار حوض صحرایی، باغ‌های میوه، مزارع خربزه هندوانه، پنبه و همچنین استخرهای پرورش ماهی و چاه‌های آب به صورت و شکل واحه‌های بیابانی از دیگر دیدنی‌ها در آن سرزمین حاشیه کویر (نمکزار) است، اشاره کرد که هر کدام به عنوان محرکی برای توسعه گردشگری روستای واقع در این محدوده است. در این راستا پژوهش حاضر بر آن است تا به ارزیابی شناخت الگوی گردشگری مناسب منطقه یاد شده و پیشران‌های تبیین کننده برای ساخت برند گردشگری کویر در مناطق روستایی شهرستان گرمسار و تأثیر شناخت الگوی گردشگری منطقه بر تحقق برند آن بپردازد. مطالعه حاضر با هدف‌گذاری کاربردی و با روش‌شناسی «توصیفی-تحلیلی» به انجام رسیده است. در این راستا برای گردآوری داده‌های توصیفی از مطالعات اسنادی متن پایه به صورت مقالات پژوهش و کتب و مراجع معتبر پژوهشی استفاده شده است. مهم‌ترین مرحله در این بخش گردآوری مدل‌های توسعه و تبیین گردشگری و مؤلفه‌های تبیین کننده برند گردشگری بود که به روش تحلیل محتوا خوانش محتوایی تدوین و گردآوری شده است. برای گردآوری داده‌های تحلیلی پژوهش به روش پیمایشی با ابزار پرسشنامه اقدام شده است. جامعه آماری پژوهش در سطح کلان شهرستان گرمسار و کارشناسان اجرایی و سیاست‌گذاران گردشگری مرتبط با موضوع پژوهش و گردشگران پارک ملی کویر و اعضای شورای اسلامی و دهیاران دهستان حومه و لجران شهرستان گرمسار است.

حجم نمونه پژوهش حاضر ۲۰۰ نفر از گردشگران پارک ملی کویر می‌باشند که به روش اتفاقی ساده در دسترس انتخاب و مورد پرسش قرار گرفته‌اند. با توجه به متغیر بودن جامعه نمی‌توان عدد آماری خاصی برای حجم نمونه در نظر گرفت؛ بنابراین از این روش برای نمونه‌گیری و تشکیل حجم نمونه استفاده شده است. در این روش محقق افرادی را مورد مطالعه قرار می‌دهد که در دسترس هستند و مصاحبه‌گر در چارچوب تعداد و حجم نمونه افرادی را به طور اتفاقی انتخاب کرده و با آن‌ها مصاحبه می‌کند. به عنوان مثال محقق می‌خواهد نگرش مردم را نسبت به یک نمایشگاه بسنجد، از میان افرادی که از نمایشگاه دیدن کرده‌اند به طور اتفاقی چند نفر را انتخاب می‌کند. با توجه به موضوع تحقیق مکان‌هایی که این نمونه‌گیری می‌تواند در آن صورت گیرد مانند ایستگاه اتوبوس، بازار، فروشگاه، بیمارستان و یا مکان‌های بازدید عمومی... است. توجه داشته باشید که در نمونه‌گیری قضاوتی محقق افراد خاص را انتخاب می‌کند اما در نمونه‌گیری اتفاقی، هرچند محقق در مکان‌های خاصی قرار می‌گیرد، اما به طور اتفاقی افرادی در آن مکان‌ها را انتخاب می‌کند. نمونه‌گیری اتفاقی عمدتاً با مشاهده مشارکتی و آزمایشی توأم است و از طریق آن محقق همواره موضوعات و محیط‌هایی را که به آسانی قابل دسترسی باشند، مورد مطالعه قرار می‌دهد. همچنین در این پژوهش به روش دلفی و با نمونه‌گیری هدفمند از نظرات ۲۰ کارشناس اجرایی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شهرستان گرمسار اساتید دانشگاه در رشته برنامه‌ریزی گردشگری و دهیاران و اعضای شورای اسلامی دهستان‌های حومه و لجران شهرستان گرمسار که در حومه پارک ملی کویر قرار دارند و از اثرات آن نفع می‌برند استفاده شده است.

با توجه به اهداف در نظر گرفته شده برای پژوهش حاضر، سنجه‌های پژوهش در راستای تبیین مدل‌های شش‌گانه یاد شده در زمینه شناخت الگوی بهینه گردشگری کویر در راستای توسعه گردشگری کویر در شهرستان گرمسار در قالب مدل‌های (چرخه عمر باتلر، شاخص رنجش داکسی، گونه‌شناسی کوهن، مدل توسعه پریدوکس، مدل رقابتی کراچ و ریچر و مدل ژئومورفوتوریسم رینارد و پیرا)، شناخت برندسازی و الگوهای ساخت آن در عرصه برند گردشگری کویر و توسعه گردشگری در مناطق روستایی شهرستان گرمسار که از طریق روش تحلیل محتوا و خوانش متن پایه از منابع معتبر داخلی و خارجی گردآوری شده و در قالب سنجه‌های عملیاتی یا متغیرهای مفهومی در قالب مدل‌های یاد شده و برندسازی گردشگری کویر تدوین گردیده‌اند و همچنین شاخص‌های تبیین‌کننده پایداری در گردشگری روستایی می‌باشد که به روش تحلیل محتوا گردآوری شده‌اند.

رویکرد نظری

یکی از انواع شاخصه‌های گردشگری در بعد مکانی گردشگری کویر می‌باشد. این نوع گردشگری بر پایه بهره‌گیری از پتانسیل‌های کویر و مناطق بیابانی به عنوان ظرفیتی بزرگ برای توسعه گردشگری می‌باشد. در مناطق کویری و بیابانی ارزیابی ظرفیت پذیرش بالأخص در حوزه اجتماعی نسبت به اکولوژیکی پیچیده‌تر و پویاتر است (Lewis and D'Alessandro, 2019). گردشگری بیابانی یا کویر برای آن دسته از گردشگران که علاقه به سفر به نواحی خشک و گرمسیر را دارند و یا رؤیای سفر بر کوهان شتر را در سر می‌پروراند و یا قصد تحقیق در مورد خاک، موجودات زنده و آب و هوای نواحی بیابانی را دارند اهمیت دارد. ایران با دارا بودن دو صحرای بزرگ لوت و دشت کویر از این لحاظ نیز برای گردشگری جذاب است (Manrai et al., 2019). گردشگری نیز یکی از زمینه‌های سرمایه‌گذاری در کویر است که شرایط کویر، شن‌های روان، تپه‌های چشم‌نواز شنی و آسمان زیبای کویر در شب و بعضاً چشمه‌های آب‌های درمانی در کویر از جاذبه‌های گردشگری در کویر به حساب می‌آیند که سالانه می‌تواند توریست‌های داخلی و خارجی زیادی را در ۱۸ استان کشور پذیرایی کنند. کشور ما در حال حاضر از ۱۶۴/۸ میلیون هکتار مساحت، در حدود ۳۴ میلیون هکتار را بیابان‌ها، کویرها و شن‌زارها و در حدود ۱۶ میلیون هکتار را مراتع فقیر کویری اشغال نموده‌اند که حدود ۳۰ درصد از مساحت کل کشور می‌شود که این مساحت در ۱۸ استان کشور پخش شده است؛ بنابراین ظرفیت این نوع گردشگری که در اکثر کشورهای جهان درآمد بالایی را نصیب آن‌ها می‌کند در کشور ما هم بسیار بالاست (Rezvani, 2009).



شکل ۱: واژه‌های کلیدی در تعاریف و اهمیت گردشگری کویر

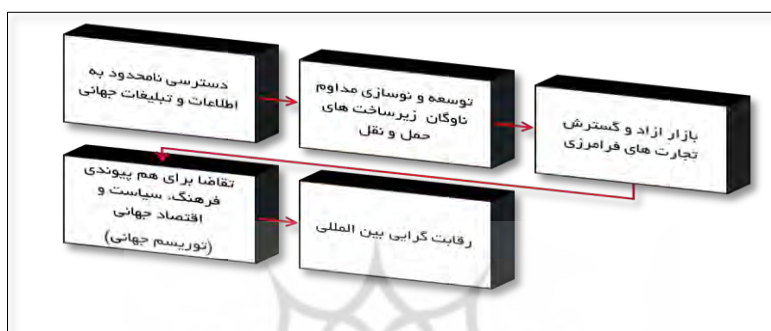
Source: Inference from Carson et al., 2009: 219

در تعریف گردشگری کویر توجه به اکوتوریسم امری بسیار مهم هست. در این راستا اکوتوریسم عبارت است از مسافرت به نقاط تخریب نشده محیط به منظور مشاهده و لذت بردن از منابع زیست‌شناسی، به طوری که آسیب‌های محیطی به حداقل رسیده، آداب و رسوم محلی محترم شمرده شده و در عین حال منافع همه استفاده‌کنندگان تأمین گردد گردش در بیابان و نواحی کویری و دیدار از جاذبه‌های بیابانی و کویری، پوشش گیاهی، حیات جانوری، اشکال مورفولوژیک، انجام فعالیت‌های ورزشی و دیدار از سایر جاذبه‌های آن، گونه خاصی از گردشگری را به وجود آورده که گردشگری بیابان نامیده می‌شود. این نوع از گردشگری به عنوان شاخه‌ای از اکوتوریسم می‌باشد در بیابان بیشتر از همه جا، با مکان‌هایی که هنوز دور از تأثیرات گردشگری بوده است، پایداری می‌تواند نقشی حیاتی و ویژه را ایفا کند (Roknoddin etfekhari & Ghaderi, 2002).

بیابان‌گردی به ویژه برای بسیاری از ساکنان کشورهای اروپایی که از نعمت این بوم طبیعی جهان بی‌بهره‌اند، یکی از زمینه‌های گردشگری پرجاذبه محسوب می‌شود. سیمای منحصر به فرد بیابان‌ها که در بسیاری از مناطق آذین یافته به تل‌ماسه‌های روان است، زندگی جانوری و گیاهی آن، آرامش و افق دید بی‌نظیر آن، سختی و شدت شرایط اقلیمی و تفاوت‌های بسیار میان شب و روز از این حیث یادمان‌های تاریخی و تطابق‌هایی که زندگی انسانی در طول زمان در پهنه‌های بیابانی یافته است در کنار قصص و داستان‌هایی که برای بیابان‌روها، کاروان‌ها و بیابان‌گردها رخ داده است، همواره بیابان را به یکی از جاذبه‌های بی‌بدیل طبیعت تبدیل نموده و گردشگران را مشتاق به بازدید از بیابان و تجربه کردن شرایط بیابانی نموده است. حتی گروهی از گردشگران ماجراجو، با پذیرش سختی‌های فراوان برای گذر از بیابان‌های بزرگ و تاب شرایط سخت بیابانی، سفرهایی پرماجرا را برای خود رقم زده‌اند. شرایط یادشده، بیابان را به عنوان یک اکوسیستم پایدار بر روی کره زمین که به سبب ویژگی‌های جغرافیایی و اقلیمی پدید آمده و به پایداری بوم‌شناختی رسیده است را به یکی از کانون‌های گردشگری در طبیعت تبدیل نموده و گردشگران بسیاری را به خود مجذوب نموده است. امروز برخی از کشورها مانند تونس تنها از گردشگری در بیابان‌های خود سالانه حدود سه میلیارد دلار درآمد کسب می‌نمایند. این درحالی است که رونق گردشگری در بیابان یا بیابان‌گردی نه تنها سبب بازده اقتصادی برای گستره وسیعی از کشور که ظرفیت‌های تولید کشاورزی و صنعتی رقابتی ندارد، فراهم می‌آورد بلکه برخی شیوه‌های سنتی فراموش شده مانند شتربانی را احیا می‌کند، ارزش‌های تاریخی به فراموش سپرده شده بیابان‌های ایران را زنده خواهد نمود و خود زمینه‌ساز شناخت و مطالعه بیشتر بیابان‌های ایران، ایجاد بانک اطلاعات جغرافیایی، تهیه نقشه و ممیزی طبیعی بیابان‌های کشور و بازسازی کاروانسراهای بیابانی خواهد شد (Zarei Moghaddam and Zareghi Moghaddam, 2018).

تاریخ فرایند جهانی‌سازی دقیقاً به اندازه تاریخ روابط بین‌الملل غنی است. اولین سرچشمه‌های این موضوع در اواخر قرن ۱۷ ظاهر شد و سپس در دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ اهمیت پیدا کرد. از آن زمان، پدیده جهانی شدن موضوع مطالعات بی‌شماری بوده است. تحقیقات در مورد این موضوع مورد توجه پژوهشگران مختلف، نه تنها اقتصاددانان، بلکه دانشمندان علوم سیاسی و جامعه‌شناسان و نمایندگان سایر زمینه‌ها از جمله جغرافیا بوده است. نظریه‌پردازان اصلی

جهانی‌سازی شامل مک لووهان^۳ که نظریه جهانی دهکده را ارتقاء داده است و همچنین، رایت^۴ که نویسنده مفهوم فرهنگ مشترک و کوپلین^۵ که نظریه ترویج ایده فرهنگ جهانی را ارائه داده است (Salari & Arjmandi, 2009). از مهم‌ترین شاخصه‌های تحت تأثیر جهانی شدن می‌توان به اقتصاد، فرهنگ و سیاست جهانی اشاره کرد که جامعه جهانی را تحت تأثیر پیشرفت‌های همگرا و شگرف خود قرار داده است. در فرایند آنچه مد نظر می‌باشد همگرایی و وحدت جهانی در این حوزه هست که جهان را بدون مرز تصور می‌کند (Annabestani & Wesall, 2015). در این فرایند با توجه به اهداف گردشگری در اشتراک و هم پیوندی فرهنگ‌ها و دارایی‌ها، این حوزه جزوی از جهانی‌سازی به شمار می‌رود.



شکل ۲: ارتباط گردشگری با جهانی‌سازی

Source: Inferred from: Brelik, 2018; 42 Akadiri et al., 2019; 424;

گردشگری با نزدیک کردن مردم و فرهنگ‌های مختلف نقش مهمی در اقتصاد جهانی بازی می‌کند و از آنجا که گردشگری نیز در چارچوب یک سیستم از عرضه و تقاضا شکل می‌گیرد، رشد تجارت جهانی گسترش گردشگری را در مناطق مختلف جهان در قالب تجارتي سودآور سبب می‌شود گردشگری یکی از عوامل تسهیل‌کننده و یکی از اصلی‌ترین ابزارهای جهانی شدن به حساب می‌آید و جهانی شدن اقتصاد بستری را فراهم می‌آورد که در رابطه مستقیم با جریان گردشگری قرار می‌گیرد. با افزایش دسترسی و سهولت حرکت در کشورها و آشنا شدن با فرهنگ‌ها، بازار توریسم برای برآورده کردن درخواست فزاینده پذیرش انواع مختلف مسافران توسعه یافته است. همان‌طور که مقصدها گسترش می‌یابد، مردم بیشتری در جست‌وجوی تجارب خاص و متفاوت هستند. خاص بودن و تفاوت غالباً یا انتظاراتی که جهانی شدن ایجاد کرده، تطابق ندارد. در حالی که هتل‌های لوکسی مانند هیلتون در جهان همچنان نوع خاصی از توریست را به خود جذب می‌کنند. نوع خاصی از بازار توریسم در جست‌وجوی جایی است که جهانگرد بتواند در محیطی با جامعه و فرهنگی کاملاً متفاوت خود را بیابد (Ghanbari et al., 2017).

گفته شده، کشورهای که در دایره فقر خود که در واقع طبیعت اقتصادشان است گرفتار شده‌اند، گردشگری را براساس منابع طبیعی خود، تولیدات دستی یا خدماتی که می‌دهند پایه‌گذاری کرده‌اند. در بسیاری از این کشورها، توریسم نقش مهمی در پیوستن به جهان دارد. گردشگری یکی از عوامل تسهیل‌کننده جهانی شدن محسوب می‌شود. گردشگری در الگوهای فضایی سه‌گانه در فرآیندی از جهانی شدن به سوی شکل دادن به یک دهکده گردشگری در

³ H. M. McLuhan

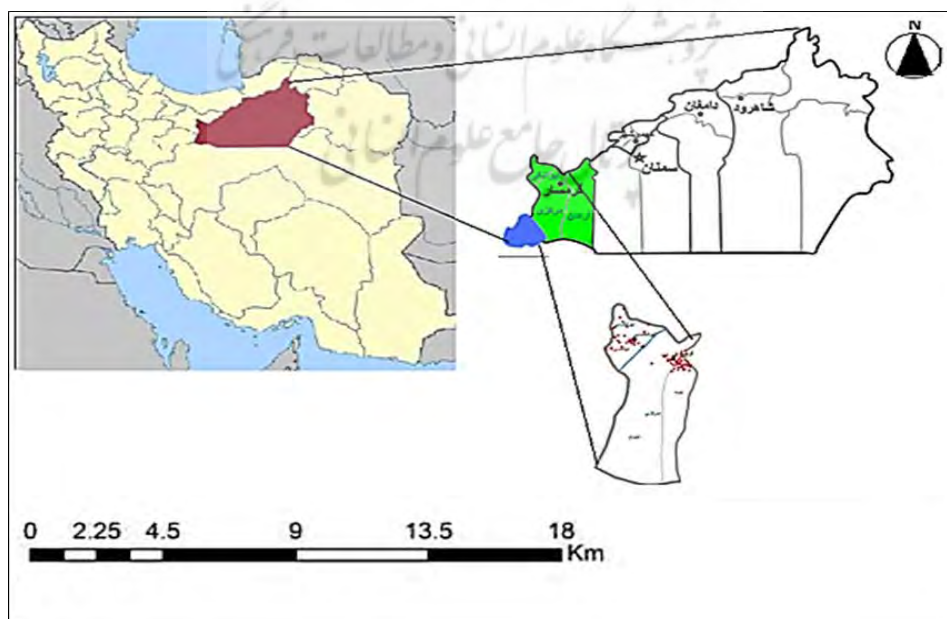
⁴ Wright

⁵ Coplin

حرکت است و به مانند بازار آزاد مشترکی می‌ماند که تمامی کشورها، درخور تلاش خود از آن بهره می‌برند. اصول مشترک در این دهکده گردشگری سیستم‌های رزرو و رایانه‌ای شدن جهانی می‌باشد (Lotfi & Ghanbari, 2012). رقابت جهانی و داد و ستد گردشگری، اصول اقتصادی و توزیع سودمندی از گردشگری را دیکته می‌کند. در این راستا گردشگری برای رسیدن به توازن بین دو بعد اتحاد تفاوت‌ها و تنوع‌ها تلاش می‌کند. از این رو گردشگری برگزیده‌ای از چهره‌های مثبت جهانی شدن می‌باشد؛ که بر ویژگی‌ها و جذابیت‌های محلی شدن تأکید می‌کند. در این میان فرآیند جهانی شدن به برداشتن موانع و مرزها برای سفر به کشورها کمک کرده و از یک چشم انداز، در زمینه گردشگری به ایجاد یک بازار مشترک با توزیع عادلانه نیروی انسانی، مادی و رفاهی برای همه مردم جهان منتهی می‌شود (Nekouei et al., 2009).

معرفی جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

شهرستان گرمسار با مساحت ۵۱۸۲ کیلومتر مربع غربی‌ترین شهرستان استان سمنان بوده و در جوار استان‌های تهران و قم قرار گرفته است. این شهرستان از طرف شرق با شهرستان تازه تأسیس آرادان همسایه می‌باشد. همچنین از شمال به شهرستان‌های فیروزکوه و دماوند از استان تهران و در جنوب به استان اصفهان محدود می‌شود. حداقل طول شرقی جغرافیایی شهرستان گرمسار ۵۱ درجه و ۵۱ دقیقه و حداقل عرض شمالی ۳۴ درجه و ۱۸ دقیقه قرار داشته و ارتفاع ایستگاه هواشناسی مرکز شهرستان از سطح دریا ۸۹۹/۹ متر و اختلاف ساعت مرکز شهرستان با شهر تهران ۵ دقیقه می‌باشد. مساحت این شهرستان ۵۱۶۲ کیلومتر مربع می‌باشد. این شهرستان در مسیر تهران به مشهد قرار گرفته و از طریق شبکه بزرگراهی و راه آهن با این شهرها در ارتباط می‌باشد. همچنین شهر گرمسار از طریق شبکه آزادراهی با قم در ارتباط بوده و از این طریق با مناطق جنوبی کشور ارتباط برقرار می‌کند. راه آهن شمال کشور نیز از شهر گرمسار عبور کرده و ارتباط این شهرستان را با شمال کشور برقرار می‌سازد. مرکز این شهرستان شهر گرمسار است.



شکل ۳: نقشه موقعیت جغرافیایی شهرستان گرمسار

Source: Authoring and Editing Author, 2019

شهرستان گرمسار یکی از شهرستان‌های ۶ گانه استان سمنان بوده و دارای ۲ بخش است که شامل ۳ دهستان می‌باشند. بخش ایوانکی شامل دهستان ایوانکی بوده و بخش مرکزی از ۲ دهستان حومه و لجران تشکیل شده است. این شهرستان دارای ۲ نقطه شهری گرمسار و ایوانکی می‌باشد. شهر گرمسار مرکز این شهرستان است.

جدول ۱: تقسیمات اداری شهرستان گرمسار

نقاط شهری	دهستان	بخش	مرکز شهرستان	
			ایوانکی	گرمسار
ایوانکی	ایوانکی	ایوانکی	گرمسار	گرمسار
	حومه	مرکزی		
	لنجران			

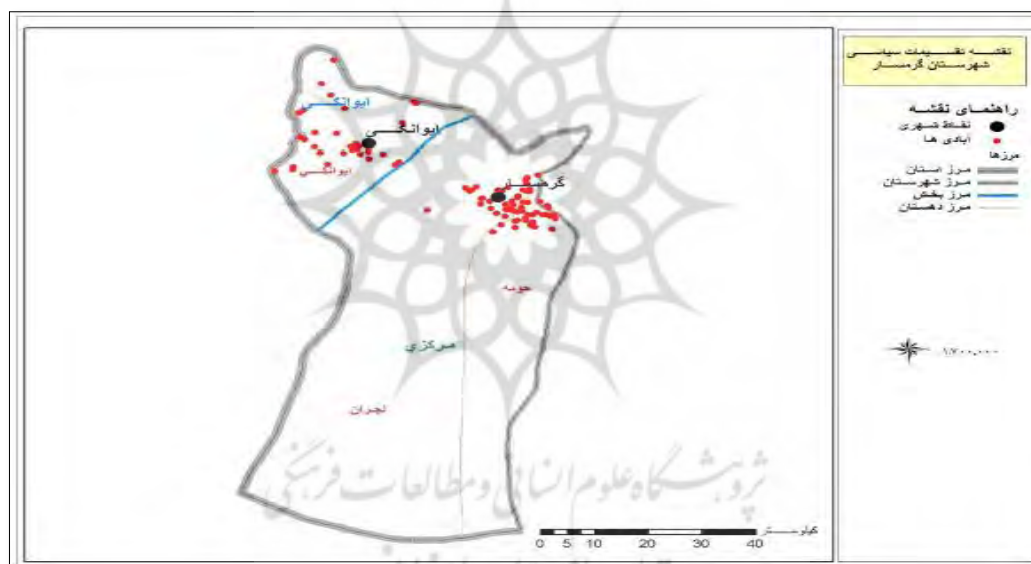
Source: Semnan Province Census, 2016

این شهرستان براساس سرشماری سال ۱۳۹۵ دارای ۶۹ آبادی دارای سکنه و ۲۳۲ آبادی خالی از سکنه بوده است.

جدول ۲: وضعیت روستاهای شهرستان گرمسار

شهرستان	آبادی در شهرستان		نام بخش	آبادی در بخش	
	دارای سکنه	خالی از سکنه		دارای سکنه	خالی از سکنه
گرمسار	۸۹	۲۳۲	ایوانکی	۴۲	۷۶
			مرکزی	۵۷	۱۵۶

Source: Semnan Province Development Document, 2017



شکل ۴: نقشه تقسیمات سیاسی شهرستان گرمسار

Source: Semnan Province Development Detailed Document, 2017

تاریخچه شهرستان گرمسار

شهر گرمسار یکی از مهم‌ترین شهرهای تاریخی ایران محسوب می‌شود و سابقه تاریخی این شهر را می‌توان به دوران قبل از اسلام، مادها و پارت‌ها نسبت داد. شهر گرمسار مدت‌ها به عنوان قشلاق و مدتی به عنوان تبعیدگاه و مدت‌ها نیز محل تاخت و تاز مغول‌ها و ترکمن‌ها بوده است و بدین دلیل دارای تاریخ غنی با وقایع تاریخی بسیار است. گرمسار را در قدیم خوار می‌نامیدند. خوار اسمی است قدیمی و به دوران قبل از اسلام و ایران باستان مربوط می‌شود. در کتب قدیمی و تاریخی ایران این نام با جزئی اختلاف به همین شکل ذکر شده است. بطلمیوس خوار را به صورت خوارا و ایزیدور خارکس و خاره نه ثبت نموده است. قریه این بلوک خوار است که در این زمان به اسم

ترکی قشلاق(محل سکونت زمستانی) معروف می‌باشد. در زمان اشکانیان گرمسار یکی از ایالات تابع آن‌ها و خوآرن نام داشت و امروزه سمنانیان هنوز آن را خوآره می‌نامند.

ابن حوقل در قرن چهارم می‌گوید: خوآر شهری نیکو و کوچک است و فریب یک چهارم میل وسعت دارد و منطقه ای است آباد و خوش آب و هوا، آب آن از ناحیه دبنوند (کوه دماوند) جاری است و مشتمل بر چند قریه و روستا است. برخی از مورخین این شهر را خوآر ری نامیده‌اند تا با خوآر فارس اشتباه نشود؛ اما در واقع خوآر(گرمسار) یکی از روستاها و دهات آباد شهر ری به شمار می‌رفت و از آن جایی که شهر ری در آن زمان قطب تجارت و بازرگانی به حساب می‌آمد اغلب تجار گرمسار را به عنوان قشلاق خود انتخاب نمودند که به همین امر آن را خوآر ری می‌نامیدند. شهر گرمسار تا زمان رضاخان به همان نام خوآر نامیده می‌شد اما پس از احداث راه آهن سرتاسری و عبور آن از این ناحیه نام آن از خوآر به گرمسار تغییر یافت اما هنوز اغلب سمنانیان همان‌طور که قبلاً ذکر شد این شهر را به نام خوآر می‌شناسند(Garmsar Master Plan, 2009).

مراحل رشد و توسعه شهر

مراحل رشد توسعه و گسترش شهر را می‌توان به ۶ دوره تقسیم نمود.

دوره اول: در این دوره در واقع مرحله شکل‌گیری هسته‌های اولیه روستایی است که در آینده منجر به شکل‌گیری شهر گرمسار گردیده‌اند. دشت گرمسار به واسطه ویژگی‌ها طبیعی محیط مطلوبی برای سکونت محسوب می‌گردیده است. اراضی حاصلخیز دشت گرمسار و منابع آب‌های سطحی رودخانه و چشمه عوامل اصلی استقرار جمعیت در این دشت محسوب می‌گردند. استفاده از حفر قنات و بهره‌برداری از منابع آب‌های زیرزمینی دشت گرمسار در توسعه بهره‌برداری از اراضی دشت و افزایش جمعیت در آن بی‌تأثیر نبوده است. بر این اساس امکانات طبیعی دشت گرمسار سبب شده است که این منطقه خواستگاه ایلات و اقوام گذشته واقع شده و این گروه‌های جمعیتی با بهره‌گیری از اراضی کشاورزی و مراتع اطراف، اطراف رودخانه‌ها و چشمه‌ها و قنات‌ها را به‌عنوان مکان‌های سکونت دائم خود انتخاب نمایند.

دوره دوم: احداث راه‌های ارتباطی بین شرق و غرب یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه شهر گرمسار محسوب می‌گردد در این دوران موقعیت جغرافیایی گرمسار(خوآر) باعث شده که این ناحیه در مسیر ارتباطی مابین شرق و غرب ایران قرار گیرد. یکی از قدیم‌ترین راه‌های ارتباطی و مهم ایران باستان راهی بود که از بابل آغاز و پس از عبور از ناحیه ایران غربی و ری از گرمسار گذشته و به شرق ایران ختم می‌گشت. این مسیر از آنجایی که یک مسیر ارتباطی بسیار مهم تجاری بین شرق و غرب بوده طی قرون متمادی گذرگاه کاروان‌های تجارته و مسافری محسوب گردیده و اقوام مهاجر، سپاهیان و مهاجمان مختلف نیز از این مسیر برای عبور استفاده نمایند. بهر حال آب و هوای مناسب، وجود آب و امکان تأمین غذا در این منطقه به‌ناچار شهر گرمسار به عنوان یکی از مناطق اسکان مسافران انتخاب گردیده و در آن بازار و کاروان‌سراها متعددی احداث گردید. بدین ترتیب شهر گرمسار دارای موقعیت تجاری گردید و بر جمعیت آن افزوده شد.

از عوامل مؤثر دیگر در توسعه شهر گرمسار دوره تبدیل گشتن شهرری به عنوان یکی از قطب‌های مهم اقتصادی و تجارت است. توسعه شهرری روستاها و آبادی‌های اطراف آن را تحت تأثیر قرار می‌داد و چه‌بسا گرمسار که به

عنوان یکی از آبادترین دهات شهری به شمار می‌رفت و به مرور زمان این روستا به منطقه‌ای مناسب برای قشلاق تجار و بازرگانان روستاها و شهرهای اطراف تبدیل گردید و در آن دوره تعداد بسیاری از افراد و ایل‌ها از شهرهای مهم و روستاهای اطراف مانند سمنان به گرمسار مهاجرت کرده و در آنجا سکنا گزیدند. این دوره یکی از مهم‌ترین دوره‌های توسعه و شکل‌گیری شهر گرمسار محسوب می‌شود. در این دوره شهر گرمسار از حالت روستایی خارج شده و در کنار بازار، کاروانسراها ایجاد شده رشد و توسعه یافت.

دوره سوم: این دوره که مصادف با اوائل دوران حکومت قاجار بود، یکی از دوران مهم در توسعه شهر گرمسار به شمار می‌رود. در این دوران تهران به عنوان پایتخت برگزیده شد و به تبع آن بر اهمیت روستاها و آبادی‌ها و شهرهای اطراف تهران افزوده گشت. برای ایجاد امنیت و حفظ پایتخت از تجاوز ترکمن‌ها که هر چند مدت یک‌بار به نواحی اطراف تهران حمله می‌نمودند و به قتل و غارت مردم می‌پرداختند. به امر دولت ایل اصانلو به منظور دفاع از پایتخت و آبادی‌های اطراف از حمله ترکمن‌ها از زنجان به سمت گرمسار کوچ کردند و در منطقه خالصه پایین مسکن گزیدند.

این ایل که در خالصه پایین استقرار یافته بود به منظور تأمین مایحتاج زندگی خود به دامداری و کشاورزی پرداختند و دولت وقت زمین‌های قابل کشت و زرع و قسمتی از دهات خوار (گرمسار) را در اختیارشان قرار دادند و از آن تاریخ افراد ایل اصانلو به دولت وقت سربازی می‌دادند و همچنین ضمن همکاری با حکام محل از خطر ترکمن‌ها جلوگیری به عمل می‌آوردند. در این دوره روند توسعه شهر در نزدیکی خالصه پایین و خالصه بالا به صورت متمرکز آغاز گردید.

دوره چهارم: طی سال‌ها به دلیل کمبود بارندگی توسعه شهر متوقف و بسیاری از مردم از این دیار کوچ کردند. در این مدت گرمسار شهری مهاجر فرست بود و نرخ رشد جمعیت در آن منفی بود و همین امر باعث شد که گرمسار به علت گرمی آب و هوا به تبعیدگاه افراد شرور و سرکش و قانون شکن و مخالفین دولت تبدیل گردید. این افراد در اطراف مراکز قدیمی شهر و در کنار آب انبارها استقرار یافتند، اما پس از گذشت چند سال و پایان خشک‌سالی اوضاع آب و هوا تا حدودی تغییر کرد، اوضاع کشاورزی بهبود یافت و شهر دوباره رو به آبادی گذاشت و جمعیت آن افزون گشت.

دوره پنجم: این دوره مصادف با احداث راه‌های ارتباطی آسفالتی و خطوط راه آهن است. سرعت ارتباط بین شهر و روستا و دسترسی به شهرهای بزرگ و پایتخت و احداث ایستگاه راه آهن بر اهمیت شهر گرمسار افزود. در این دوره رشد و توسعه شهر از حالت متمرکز در کنار کاروانسراها و بازار و آب انبارها خارج و توسعه کالبدی شهر به صورت خطی در کنار مسیرهای ارتباطی اصلی شهر شکل گرفت. گسترش شهر تا اوایل دهه پنجاه به صورت خطی و در اطراف محورهای اصلی شهر یعنی خیابان امام خمینی، خیابان محمد منتظری و خیابان آیت اله سعیدی است. دوره ششم: یکی دیگر از مراحل توسعه و رشد شهر گرمسار از اوایل دهه پنجاه به بعد را شامل می‌شود. در ابتدای این دوره تا اوایل انقلاب توسعه شهر به صورت پراکنده و در سطوح خالی بین بافت‌های قدیمی و با روندی آرام انجام گرفت اما بعد از پیروزی انقلاب اسلامی این شهر رشد و توسعه قابل ملاحظه‌ای یافت و علل مختلفی در چگونگی رشد و توسعه شهر در این دوره مؤثر بودند. این عوامل به شرح زیر قابل طبقه‌بندی است.

۱- جنگ ایران و عراق: به واسطه جنگ تعدادی از خانواده‌ها و اهالی روستاها و شهرهای مرزی به شهرها و روستاهای مناطق مرکزی کشور مهاجرت نمودند. گرمسار به علت موقعیت جغرافیایی و نزدیکی به تهران تعدادی از این مهاجران را جذب نموده است. ۲- افزایش نرخ رشد جمعیت در کشور و مهاجرت روستائیان اطراف به شهر ۳- واگذاری مسکن و اراضی به کارکنان دولت. ۴- احداث مراکز آموزش عالی ایجاد اشتغال در بخش صنعت و تمرکز خدمات در شهر یکی دیگر از عوامل توسعه و گسترش شهر در این دوره می‌باشد. برتری سطح خدماتی شهر گرمسار نسبت به روستاها و آبادی‌های اطراف آن زمینه مناسبی برای ایجاد اشتغال و جذب جمعیت از روستاها را نموده است. طی این دوره فضاهای خالی بین هسته مرکزی شهر و روستاهای اطراف شهر پر شده و تعداد زیادی از روستاهای اطراف شهر جزو محدوده خدماتی شهر محسوب شده‌اند. نقشه شماره ۳-۱ موقعیت کالبدی شهر در دوره اخیر را نشان می‌دهد.

جمعیت و نیروی انسانی

بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵ جمعیت شهرستان ۶۳۱۰۲ نفر بوده که در سرشماری سال ۱۳۹۰ به ۶۵۷۴۹ نفر رسیده و در سرشماری سال ۱۳۹۵ به ۷۷۴۲۱ نفر افزایش یافته است، سهم جمعیت شهرستان از کل جمعیت استان در سال ۱۳۸۵، ۱۰/۰۷ درصد بوده است که در دوره بعدی به ۱۰/۰۴ و در سال ۱۳۹۵ به ۱۱/۰۲ درصد رسیده است و در طی این مدت به طور متوسط با افزایش ۳۱٪ روبرو بوده است؛ و رشد همزمان و همراه با متوسط استان نداشته و به همین دلیل اندکی به سهم آن افزوده شده است. تراکم نسبی جمعیت در دوره مورد بررسی از ۱۲/۲ نفر در سال ۱۳۸۵ در هر کیلومتر مربع به ۱۱/۰۲ نفر در سال ۱۳۹۵ رسیده است. این شاخص برای متوسط استان در سال ۱۳۹۵، برابر با ۷/۲۰ نفر در هر کیلومتر مربع به دست آمده است. مقایسه اطلاعات جمعیتی در طی ده سال گذشته نشان می‌دهد که در طی دوره مورد بررسی از نظر تعداد ۱۴۳۱۹ نفر افزایش داشته و به طور متوسط در هر سال ۲/۱۸ درصد رشد داشته است در حالی که متوسط نرخ رشد ۲/۱۶ درصد در همین دوره به دست آمده است و این نشان می‌دهد که رشد جمعیت شهرستان در حالت عادی استان کمتر از حد انتظار بوده و نشان از مهاجر فرست بودن شهرستان دارد؛ و حتی از نرخ رشد طبیعی جمعیت تفاوت موالید با مرگومیر نیز کمتر بوده است.

جدول ۳: جمعیت و نیروی انسانی شهرستان گرمسار

شاخص	واحد شاخص	بازسازی اطلاعات سال ۱۳۸۵	بازسازی اطلاعات سال ۱۳۹۰	برآورد اطلاعات سال ۱۳۹۵	اختلاف حسابی سال ۱۳۹۵ نسبت به سال ۱۳۸۵	متوسط نرخ رشد / میزان تغییرات طی سالهای
تعداد کل جمعیت	نفر	۶۳۱۰۲	۶۵۷۴۹	۷۷۴۲۱	۱۴۳۱۹	۲٫۱۸
تعداد جمعیت نقاط شهری	نفر	۴۹۹۱۹	۵۲۹۸۰	۶۲۱۹۰	۱۲۲۷۱	۲٫۳۲
تعداد جمعیت نقاط روستایی	نفر	۱۳۱۸۳	۱۲۷۶۹	۱۵۲۳۱	۲۰۴۸	۱٫۶۰
تعداد کل خانوار	خانوار	۱۷۲۸۵	۱۹۹۸۹	۲۵۵۸۵	۸۳۰۰	۴٫۱۵
تعداد کل خانوار نقاط شهری	خانوار	۱۳۷۲۲	۱۶۱۲۳	۲۰۶۹۴	۶۹۷۲	۴٫۲۲
تعداد کل خانوار روستایی	خانوار	۳۵۶۳	۳۸۶۶	۴۸۹۱	۱۳۲۸	۳٫۴۴
بعد کل خانوار	نفر در خانوار	۳٫۶۵	۳٫۲۹	۳٫۰۳	-۰٫۶۲	-۱٫۸۸
بعد خانوار شهری	نفر در خانوار	۳٫۶۴	۳٫۲۹	۳٫۰۱	-۰٫۶۳	-۱٫۹۱
بعد خانوار روستایی	نفر در خانوار	۳٫۷۰	۳٫۳	۳٫۱۱	-۰٫۵۹	-۱٫۷۹
سهم جمعیت در نقاط شهری از کل جمعیت	درصد	۷۹٫۱۱	۸۰٫۵۸	۸۰٫۳۳	۱٫۲۲	-۰٫۱۵
سهم جمعیت در نقاط روستایی از کل جمعیت	درصد	۲۰٫۸۹	۱۹٫۴۲	۱۹٫۶۷	۱٫۲۲	-۰٫۶۳
مساحت	کیلومترمربع	۵۰۱۸۲	۵۰۱۸۲	۵۰۱۸۲	-	-۰٫۰۰
تراکم نسبی جمعیت	نفر در کیلومترمربع	۱۲٫۱۸	۱۲٫۶۹	۱۴٫۹۴	۲٫۷۶	۲٫۱۷
سهم جمعیت شهرستان از کل استان	درصد	۱۰٫۷	۱۰٫۴۲	۱۱٫۰۲	-۰٫۳۲	-۰٫۳۱

عمران شهری و روستایی شهرستان گرمسار

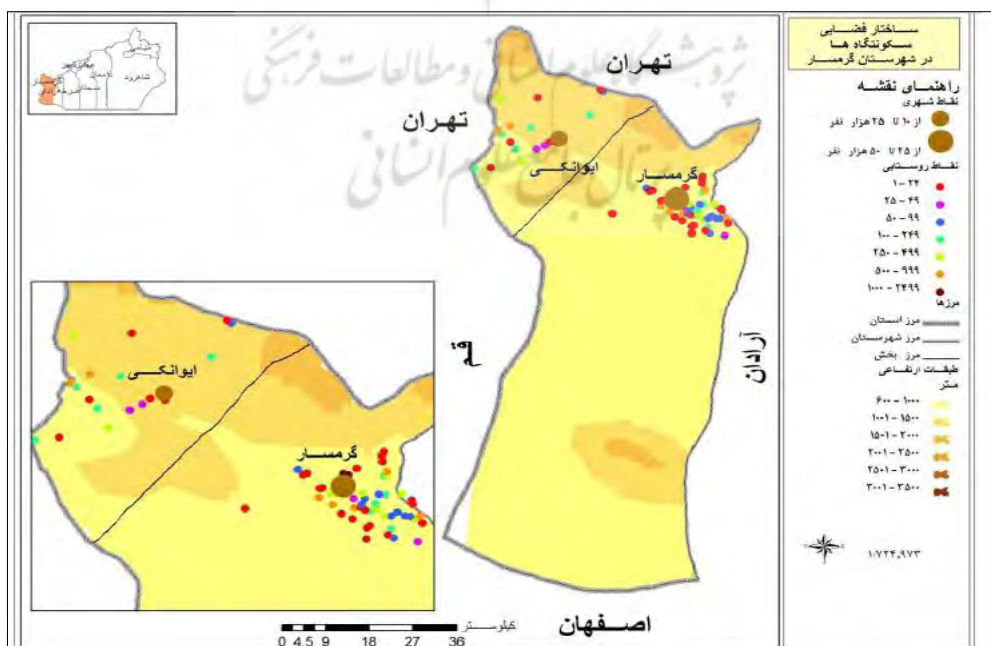
الف: عمران شهری

عمران شهری شامل مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، آموزشی و زیر بنایی است که در گستره شهر صورت می‌گیرد تا کالبد و محیط‌زیست شهر برای شهروندان و ساکنانش را، محیطی سرشار از رفاه، آرامش، آسایش و شادابی نماید. ایجاد تأسیسات، تجهیزات و تسهیلات زیربنایی و اساسی جهت ارائه خدمات گوناگون شهر به گونه‌ای که رضایت شهروندان را به دنبال داشته باشد، مجموعه فعالیت‌های هستند که جهت عمران و آبادانی شهرها انجام می‌گیرد.

جدول ۴: شاخص‌های عمران شهری شهرستان گرمسار

تاسیسات	واحد	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
طول شبکه جمع‌آوری فاضلاب شهری	کیلومتر	۰	۰	۰	۱	۲
تعداد انشعابات فاضلاب شهری	فقره	۲۴۰	۴۸۰	۵۲۰	۵۴۰	۵۴۰
تعداد شهرهای دارای شبکه فاضلاب	شهر	۱	۱	۱	۱	۱
تعداد شهرهای متصل به تصفیه خانه فاضلاب	شهر	۰	۰	۰	۰	۰
جمعیت شهری بهره‌مند از شبکه جمع‌آوری دفع فاضلاب	نفر	۴۸۹	۰	۱۰۴۰	۱۱۱۴	۱۱۴۷
تعداد انشعابات فاضلاب شهری	فقره	۲۴۰	۴۸۰	۵۲۰	۵۴۰	۵۴۰
حجم فاضلاب شبکه	متر مکعب	۰	۰	۰	۰	۰
حجم آب فاضلاب تصفیه شده	متر مکعب	۰	۰	۰	۰	۰
طول شبکه جمع‌آوری فاضلاب شهری	کیلومتر	۰	۰	۰	۰	۰
تعداد شهرهای گاز رسانی شده	شهر	۲	۲	۲	۲	۲
تعداد خانوار برخوردار از گاز نقاط شهری	خانوار	۱۶۱۲۳	۱۶۱۲۳	۱۶۱۲۳	۱۶۱۲۳	۱۶۱۲۳
کشتارگاه	فقره	۱	۱	۲	۱	۱
ایستگاه آتشی نشانی	فقره	۴	۱	۲	۳	۳
میدانین میوه و تره بار	فقره	۵	۵	۲	۲	۲
فضای سبز شهری	هکتار	۶۸	۶۴	۶۴	۶۶	۱۴۴
زیاله حمل شده	تن	۱۸۹۲۲	۱۹۲۵۰	۲۱۸۲۵	۲۰۹۸۵	۲۱۱۲۰
پارک عمومی	فقره	۱۹	۱۹	۱۳	۲۶	۳۴
گورستان	فقره	۲	۲	۲	۲	۲
غسالخانه	فقره	۲	۲	۲	۴	۰

Source: Semnan Province Development Detailed Document, 2018



شکل ۵: نقشه موقعیت نواحی شهری در شهرستان گرمسار Source: Semnan Province Development Detailed Document, 2018

ب: عمران روستایی

عمران روستایی شامل مجموعه فعالیت‌هایی است که به توسعه روستایی منتج می‌شوند. توسعه روستایی را می‌بایست همان بازسازی روستایی بدانیم. لیکن بازسازی روستا از دیدگاه فکری، اندیشه‌ای، آموزشی تکنولوژی و تولید.

جدول ۵: شاخص‌های عمران روستایی در شهرستان گرمسار

۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	واحد شاخص	شاخص
۰	۴	۳	۰	۰	روستا	تعداد روستاهای بالای ۲۰ خانوار دارای طرح هادی مصوب
۰	۴	۳	۰	۰	روستا	تعداد روستاهای دارای طرح هادی (بالای ۲۰ خانوار)
۳۱	۳۱	۳۰	۲۶	۲۵	روستا	تعداد روستاهای دارای طرح هادی اجرا شده (تجمعی)
۰.۸۳	۰.۸۳	۰.۸۱	۰.۷	۰.۶۸	درصد	نسبت روستاهای دارای طرح هادی اجرا شده به کل روستاهای دارای طرح هادی (بالای ۲۰ خانوار) (تجمعی)
۲۸	۶۶	۱۹	۷۱	۴۶	واحد	مسکن روستایی مقاوم سازی شده
۳۱	۳۱	۳۰	۲۶	۲۵	واحد	تعداد طرح‌های هادی روستایی اجرا شده (تجمعی)
۵۲	۱۶۸	۱۹۲	۹۶	۸۰	واحد	تعداد واحدهای مسکن مهر واگذار شده
		۷۱۹			واحد	کل واحدهای مسکن مهر مصوب
۳۱	۳۱	۳۰	۲۶	۲۵	روستا	تعداد روستاهای دارای طرح هادی اجرا شده (تجمعی)
۰	۰	۰	۰	۰	روستا	تعداد روستاهای بهسازی شده دارای بافت با ارزش
					واحد	کل مسکن فرسوده روستایی
					واحد	تعداد کل واحدهای مسکونی روستایی
۵۵	۲۴۹	۱۸۷	۲۱۸	۱۳	فقره سند	صدور اسناد مالکیت اراضی روستایی

Source: Semnan Province Development Detailed Document, 2018

جدول ۶: ادامه شاخص‌های عمران روستایی در شهرستان گرمسار

۱۳۹۵	۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	واحد شاخص	شاخص
۰	۰	۰	۰	۰	تعداد	تهیه طرح هادی روستاهای هدف گردشگری
۰	۰	۰	۰	۰	تعداد	اجرای طرح هادی روستاهای هدف گردشگری
۰	۰	۰	۰	۰	تعداد	تهیه طرح بهسازی بافت با ارزش روستا
۰	۰	۰	۰	۰	تعداد	طرح بهسازی بافت با ارزش روستا
۵	۰	۱	۰	۰	تعداد	بازبینی طرح های هادی روستایی
۰	۰	۱	۰	۰	روستا	باز سازی مناطق آسیب دیده از حوادث طبیعی
۳۱۵	۱۲۵	۱۳۵	۱۷۶	۱۸۰	فقره	صدور پروانه ساختمانی روستایی
۷۶۱۱۰	۴۴۲۵۰	۴۷۷۹۰	۶۲۳۰۴	۶۳۷۲۰	متر مربع	صدور پروانه ساختمانی روستایی
۲۷۴۴	۶۴۶۸	۱۸۶۲	۶۹۵۸	۴۵۰۸	متر مربع	مقاوم سازی مسکن روستایی
					خانوار	افراد تحت پوشش حساب ۱۰۰ امام
۸۹	۸۹	۸۹	۸۹	۸۹	روستا	تعداد کل روستاهای داری سکنه استان
۱۴۹۲۴	۱۴۹۲۴	۱۴۹۲۴	۱۴۹۲۴	۱۴۹۲۴	نفر	تعداد جمعیت روستایی استان
۱۴۱۶۴	۱۴۱۶۴	۱۴۱۶۴	۱۴۱۶۴	۱۴۱۶۴	نفر	تعداد جمعیت روستاهای بالای بیست خانوار استان
۳۱	۳۱	۳۰	۲۶	۲۵	روستا	تعداد روستاهای شامل اصلاح معابر (تجمعی)
-	۲۷	-	-	-	تعداد	تعداد واحد مسکونی احداث شده توسط بنیاد مسکن
۴۰	۴۰	۴۰	۴۰	۴۰	روستا	تعداد روستاهای دارای آب لوله‌کشی
۷۵	۷۵	۷۵	۷۵	۷۵	روستا	تعداد روستاهای دارای برق
۳۷	۳۷	۳۵	۳۳	۳۱	روستا	تعداد روستاهای دارای گاز
۲۵۵۴	۲۵۵۴	۲۵۵۴	۲۵۵۴	۲۵۵۴	خانوار	تعداد خانوارهای دارای دسترسی به شبکه آب آشامیدنی لوله‌کشی در روستاها
۲۵۵۶	۲۵۵۶	۲۵۵۶	۲۵۵۶	۲۵۵۶	خانوار	تعداد خانوار برخوردار از آب آشامیدنی سالم
۱.۵۵	۰.۹	۰	۰.۱۴	۰.۴۵	کیلومتر	طول شبکه توزیع آب

Source: Semnan Province Development Detailed Document, 2018

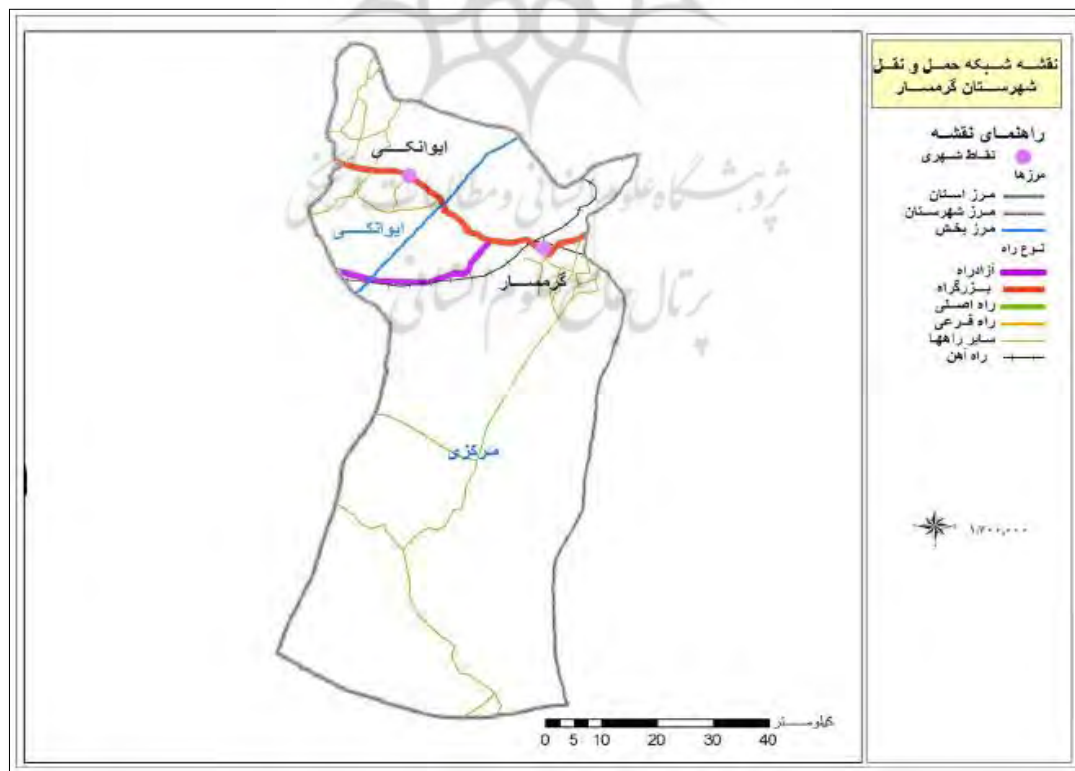
حمل و نقل و دسترسی پذیری شهرستان گرمسار

بی شک زیرساخت های راه و ترابری از مهم ترین زیرساخت های لازم برای توسعه استان و شهرستان می باشد. به ویژه، استان سمنان به دلیل وسعت قابل توجه آن و جمعیت تقریباً کم دارای تراکم بسیار اندکی بوده و لذا حمل و نقل جاده ای در این استان از اهمیت زیادی برخوردار است. اهمیت توسعه راه و ترابری برای پیشرفت شهرستان نیز انکارناپذیر به نظر می رسد. در سال ۱۳۹۵، شهرستان گرمسار دارای ۳۰ کیلومتر آزادراه، ۵۵ کیلومتر راه فرعی و ۲۰۰ کیلومتر راه روستایی بوده است. در همین سال طول بزرگراه های این شهرستان ۶۶ کیلومتر است. در سال ۱۳۹۵ همانند سال قبل از آن، طول خطوط اصلی ریلی در این شهرستان برابر با ۳۴ کیلومتر بوده است.

جدول ۶: شاخص های بخش حمل و نقل و دسترسی پذیری شهرستان گرمسار

شرح	واحد	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
طول راه های روستایی	کیلومتر	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰
طول آزاد راه	کیلومتر	۰	۰	۳۰	۳۰	۳۰
طول راه اصلی	کیلومتر	۳۷	۳۷	۳۷	۰	۰
طول راه فرعی	کیلومتر	۵۵	۵۵	۵۵	۵۵	۵۵
طول بزرگراه (چهار خطه)	کیلومتر	۶۶	۶۶	۶۶	۶۶	۶۶
طول خطوط اصلی ریلی	کیلومتر	۳۴	۳۴	۳۴	۳۴	۳۴
طول خطوط فرعی و مانوری ریلی	کیلومتر	۰	۰	۰	۰	۰
طول خطوط صنعتی و تجاری	نفر	۰	۰	۰	۰	۰
تعداد ایستگاه راه آهن	تعداد	۰	۰	۰	۰	۰
تعداد مسافر جابجا شده در حمل و نقل جاده ای	هزار نفر	۶۳۸	۵۶۲	۴۱۲	۴۵۴	۴۲۲
میزان وزن بار جابجا شده در حمل و نقل جاده ای	هزار تن	۱۴۵۶	۱۴۲۲	۱۵۹۶	۱۷۱۰	۱۷۱۴

Source: Semnan Province Development Detailed Document, 2018



شکل ۶: نقشه حمل و نقل و دسترسی پذیری شهرستان گرمسار Source: Semnan Province Development Detailed Document, 2018

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

در این بخش از پژوهش متناسب با ماهیت پژوهش به ارائه ویژگی‌های توصیفی جامعه نمونه پژوهش که ۲۰۰ نفر از گردشگران بازدید کننده از پارک ملی کویر و جاذبه‌های اطراف و ۲۰ نفر از کارشناسان و متخصصان مرتبط با موضوع آورده شده است. در این فرایند سه مشخصه عمده توصیفی آن‌ها یعنی ویژگی‌های جنسیتی، سن و میزان تحصیلات آن‌ها در ادامه این بخش تشریح شده است. همچنین در بخش گردشگران به میزان بازدید آن‌ها از پارک ملی کویر و جاذبه‌های پیرامونی نیز اشاره شده است.

یافته‌های استنباطی (تحلیلی)

در این مرحله از پژوهش تلاش شده است تا متناسب با اهداف و سؤال‌های طرح شده به تحلیل داده‌های گردآوری شده پرداخته شود.

۱- شناخت الگوی مطلوب توسعه گردشگری کویر با توجه به قابلیت‌ها و پتانسیل‌های آن

در این مرحله از پژوهش همان طور که در بخش روش‌شناسی و قبل از آن در بخش چهارچوب نظر تشریح گردید ۶ مدل نظری برای توسعه گردشگری در سطح جهانی انتخاب و با توجه به شرایط موجود منطقه تدوین و در قالب مصاحبه با گردشگران و کارشناسان مورد تحلیل قرار گرفت. این مدل‌ها عبارت بودند از مدل چرخه حیات باتلر، مدل گونه‌شناسی کوهن، مدل رنجش داکسی، مدل توسعه تفرجگاهی پریدوکس، مدل رقابت‌پذیری تفرجگاهی کراچ و ریچر و همچنین مدل ژئومورفوتوریسم رینارد و پریرا.

در این مرحله از پژوهش با استفاده از مدل شباهت به گزینه ایده‌آل فازی (FTOPSIS) تلاش شد تا به تحلیل اولویت ۶ مدل یاد شده نسبت به انتخاب آن‌ها برای الگوی مطلوب توسعه گردشگری کویر (پارک ملی کویر) پرداخته شود. در این فرایند داده‌های گردآوری شده از دیدگاه گردشگران و کارشناسان ابتدا به اعداد فازی مثلثی تبدیل شده و سپس ماتریس بی‌مقیاس و ماتریس بی‌مقیاس موزون فازی برای آن‌ها محاسبه گردد.

در این مرحله ابتدا نمونه ماتریس بی‌مقیاس موزون فازی برای متغیرهای مدل‌های شش گانه بر اساس متغیرهای تشکیل دهنده آن‌ها که در فصل سوم و در بخش سازه‌های تحلیلی پژوهش تشریح شده است، محاسبه و ارائه شده است.

جدول ۷: ماتریس بی‌مقیاس موزون فازی برای متغیرهای مدل کوهن

متغیرهای تحلیلی	Fuzzy Min	Fuzzy Mean	Fuzzy Max
A_1	0.03	0.14	0.5
A_2	0.03	0.131	0.5
A_3	0.03	0.148	0.5
A_4	0.03	0.145	0.5
A_5	0.03	0.1452	0.5
A_6	0.03	0.127	0.5
A_7	0.03	0.14	0.5
A_8	0.03	0.131	0.5
A_9	0.03	0.148	0.5
A_{10}	0.03	0.1452	0.5

Source: Research findings, 2018

جدول ۸: ماتریس بی مقیاس موزون فازی برای متغیرهای مدل داکسی

متغیرهای تحلیلی	Fuzzy Min	Fuzzy Mean	Fuzzy Max
B₁	0.05	0.2372	0.8
B₂	0.05	0.2502	0.8
B₃	0.05	0.2632	0.8
B₄	0.05	0.2534	0.8
B₅	0.05	0.2663	0.8
B₆	0.05	0.2567	0.8
B₇	0.05	0.2535	0.8
B₈	0.05	0.2665	0.8
B₉	0.05	0.2697	0.8
B₁₀	0.05	0.2567	0.8
B₁₁	0.05	0.2632	0.8
B₁₂	0.05	0.2697	0.8
B₁₃	0.05	0.2665	0.8
B₁₄	0.05	0.2597	0.8
B₁₅	0.05	0.2527	0.8
B₁₆	0.05	0.2602	0.8
B₁₇	0.05	0.2367	0.8
B₁₈	0.05	0.2665	0.8
B₁₉	0.05	0.2627	0.8

Source: Research findings, 2018

جدول ۹: ماتریس بی مقیاس موزون فازی برای متغیرهای مدل باتلر

متغیرهای تحلیلی	Fuzzy Min	Fuzzy Mean	Fuzzy Max
C₁	0.065	0.324	0.8
C₂	0.065	0.312	0.8
C₃	0.065	0.32	0.8
C₄	0.065	0.324	0.8
C₅	0.065	0.312	0.8
C₆	0.095	0.328	0.8
C₇	0.065	0.336	0.8
C₈	0.065	0.3	0.8
C₉	0.065	0.321	0.8
C₁₀	0.065	0.331	0.8
C₁₁	0.065	0.322	0.8
C₁₂	0.065	0.327	0.8
C₁₃	0.095	0.316	0.8
C₁₄	0.065	0.309	0.8
C₁₅	0.065	0.323	0.8
C₁₆	0.065	0.321	0.8
C₁₇	0.065	0.316	0.8
C₁₈	0.065	0.320	0.8

Source: Research findings, 2018

جدول ۱۰: ماتریس بی مقیاس موزون فازی برای متغیرهای مدل پریدکس

متغیرهای تحلیلی	Fuzzy Min	Fuzzy Mean	Fuzzy Max
D₁	0.02	0.072	0.3
D₂	0.02	0.076	0.3
D₃	0.02	0.082	0.3
D₄	0.02	0.076	0.3
D₅	0.02	0.077	0.3
D₆	0.02	0.077	0.3
D₇	0.02	0.082	0.3
D₈	0.02	0.08	0.3
D₉	0.02	0.078	0.3
D₁₀	0.02	0.078	0.3

Source: Research findings, 2018

جدول ۱۱: ماتریس بی مقیاس موزون فازی برای متغیرهای مدل کراج و ریچی

متغیرهای تحلیلی	Fuzzy Min	Fuzzy Mean	Fuzzy Max
E₁	0.05	0.2421	0.8
E₂	0.05	0.252	0.8
E₃	0.05	0.232	0.8
E₄	0.05	0.2632	0.8
E₅	0.05	0.2531	0.8
E₆	0.05	0.2804	0.8
E₇	0.05	0.2305	0.8
E₈	0.05	0.2091	0.8
E₉	0.05	0.271	0.8
E₁₀	0.05	0.2456	0.8
E₁₁	0.05	0.2802	0.8
E₁₂	0.05	0.2806	0.8
E₁₃	0.05	0.281	0.8
E₁₄	0.05	0.2541	0.8

Source: Research findings, 2018

جدول ۱۲: ماتریس بی مقیاس موزون فازی برای متغیرهای مدل رینارد و پیرا

متغیرهای تحلیلی	Fuzzy Min	Fuzzy Mean	Fuzzy Max
F_1	0.07	0.366	0.9
F_2	0.07	0.348	0.9
F_3	0.07	0.344	0.9
F_4	0.07	0.34	0.9
F_5	0.07	0.328	0.9
F_6	0.07	0.32	0.9
F_7	0.07	0.392	0.9
F_8	0.07	0.324	0.9
F_9	0.07	0.368	0.9
F_{10}	0.07	0.374	0.9
F_{11}	0.07	0.362	0.9
F_{12}	0.07	0.372	0.9
F_{13}	0.07	0.348	0.9
F_{14}	0.07	0.384	0.9
F_{15}	0.07	0.382	0.9
F_{16}	0.07	0.337	0.9
F_{17}	0.07	0.341	0.9
F_{18}	0.07	0.35	0.9

Source: Research findings, 2018

بعد از محاسبه ماتریس بی مقیاس موزون فازی برای تمامی مدل‌های منتخب جهت اولویت‌بندی و شناخت مدل بهینه و مطلوب توسعه گردشگری کویر در پارک ملی کویر اقدام به محاسبه شاخص فاصله از ایده آل مثبت فازی (S^+) و شاخص فاصله از ایده آل منفی فازی (S^-) گردید. این فرایند در ادامه برای مدل‌های شش گانه تشریح شده است.

جدول ۱۳: محاسبه شاخص فاصله از ایده آل مثبت و منفی برای متغیرهای مدل کوهن

متغیرهای تحلیلی	S^+	S^-
A_1	0.279	0.2848
A_2	0.2792	0.2974
A_3	0.2744	0.2988
A_4	0.2792	0.2974
A_5	0.2784	0.2976
A_6	0.2784	0.2976
A_7	0.2744	0.2988
A_8	0.276	0.2983
A_9	0.2776	0.2979
A_{10}	0.2776	0.2979

Source: Research findings, 2018

جدول ۱۴: محاسبه شاخص فاصله از ایده آل مثبت و منفی برای متغیرهای مدل داکسی

متغیرهای تحلیلی	S^+	S^-
B_1	0.7087	0.773
B_2	0.6985	0.7763
B_3	0.6883	0.7797
B_4	0.6959	0.7771
B_5	0.6857	0.7806
B_6	0.6934	0.778
B_7	0.6959	0.7771
B_8	0.6857	0.7806
B_9	0.6832	0.7815
B_{10}	0.6934	0.778
B_{11}	0.6883	0.7797
B_{12}	0.6832	0.7815
B_{13}	0.6814	0.7824
B_{14}	0.6925	0.7778
B_{15}	0.6871	0.7742
B_{16}	0.6853	0.7818
B_{17}	0.6783	0.7819
B_{18}	0.6931	0.7781
B_{19}	0.6877	0.7788

Source: Research findings, 2018

جدول ۱۵: محاسبه شاخص فاصله از ایده آل مثبت و منفی برای متغیرهای مدل باتلر

متغیرهای تحلیلی	S ⁺	S ⁻
C ₁	0.7012	0.7793
C ₂	0.7009	0.7754
C ₃	0.711	0.778
C ₄	0.7163	0.7793
C ₅	0.7053	0.7724
C ₆	0.7063	0.7743
C ₇	0.7098	0.7884
C ₈	0.7091	0.7748
C ₉	0.7062	0.7773
C ₁₀	0.7055	0.7744
C ₁₁	0.7003	0.7876
C ₁₂	0.7052	0.7734
C ₁₃	0.7096	0.7709
C ₁₄	0.7067	0.77
C ₁₅	0.7056	0.7804
C ₁₆	0.7068	0.7743
C ₁₇	0.7003	0.7804
C ₁₈	0.7021	0.7731

Source: Research findings, 2018

جدول ۱۶: محاسبه شاخص فاصله از ایده آل مثبت و منفی برای متغیرهای مدل پریدوکس

متغیرهای تحلیلی	S ⁺	S ⁻
D ₁	0.2961	0.324
D ₂	0.2989	0.3541
D ₃	0.2944	0.3125
D ₄	0.2992	0.3221
D ₅	0.2984	0.3251
D ₆	0.2904	0.3252
D ₇	0.2954	0.3261
D ₈	0.2913	0.3202
D ₉	0.2986	0.3342
D ₁₀	0.2906	0.3338

Source: Research findings, 2018

جدول ۱۷: ماتریس بی مقیاس موزون فازی برای متغیرهای مدل کراچ و ریچی

متغیرهای تحلیلی	S ⁺	S ⁻
E ₁	0.6059	0.6998
E ₂	0.6363	0.7793
E ₃	0.6453	0.7754
E ₄	0.6393	0.778
E ₅	0.6363	0.7793
E ₆	0.6453	0.7754
E ₇	0.5862	0.6194
E ₈	0.5797	0.6212
E ₉	0.631	0.6912
E ₁₀	0.6056	0.6147
E ₁₁	0.6047	0.6992
E ₁₂	0.6371	0.7791
E ₁₃	0.6455	0.7757
E ₁₄	0.6399	0.7781

Source: Research findings, 2018

جدول ۱۸: ماتریس بی مقیاس موزون فازی برای متغیرهای مدل رینارد و پیرا

متغیرهای تحلیلی	S ⁺	S ⁻
F ₁	0.7583	0.8779
F ₂	0.8033	0.9724
F ₃	0.8185	0.9661
F ₄	0.8109	0.9692
F ₅	0.7884	0.9791
F ₆	0.7101	0.7859
F ₇	0.781	0.9826
F ₈	0.8109	0.9692
F ₉	0.7385	0.8716
F ₁₀	0.7447	0.8692
F ₁₁	0.7477	0.868
F ₁₂	0.7355	0.8728
F ₁₃	0.7447	0.8692
F ₁₄	0.7508	0.8668
F ₁₅	0.7485	0.7751
F ₁₆	0.7477	0.868
F ₁₇	0.7601	0.8634
F ₁₈	0.7633	0.8624

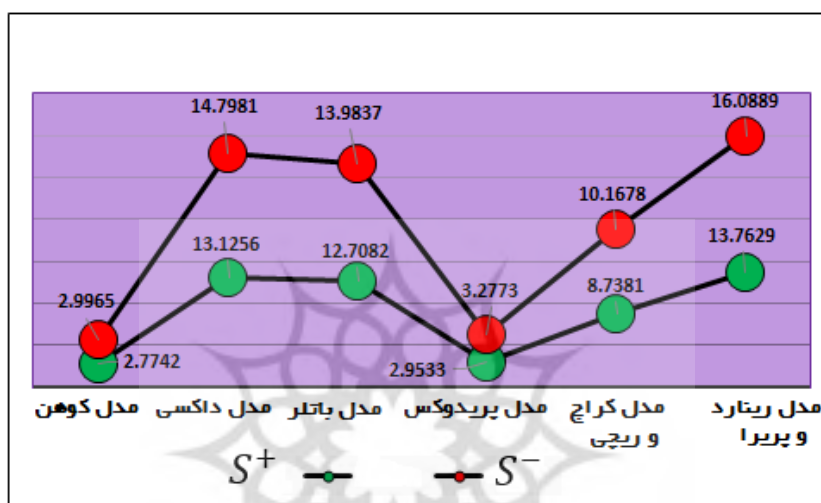
Source: Research findings, 2018

بعد از تشریح توابع فاصله از ایده آل مثبت و منفی فازی برای مدل‌های پژوهش در قالب متغیرهای آن‌ها با ترکیب وزن‌های به دست آمده در این توابع به محاسبه شاخص ایده‌آل مثبت (S^+) و منفی (S^-) و شاخص شباهت فازی نهایی (CC_i) برای ۶ مدل جهت تشخیص مدل مطلوب پارک ملی کویر در راستای توسعه گردشگری آن اقدام شده است.

$$S_i^+ = \sum_{j=1}^n d = (\tilde{v}_{ij}, v_j^*)$$

$$S_i^- = \sum_{j=1}^n d = (\tilde{v}_{ij}, v_j^-)$$

$$CC_i = \frac{S_i^-}{S_i^+ + S_i^-}$$



Source: Research findings, 2018

جدول ۱۹: محاسبه وزن‌هایی و اولویت مدل‌های توسعه گردشگری

متغیرهای تحلیلی	S^+	S^-	CC_i	Rank
مدل کوهن	2.7742	2.9965	0.516	6
مدل داکسی	13.1256	14.7981	0.5299	3
مدل باتلر	12.7082	13.9837	0.5238	5
مدل پریدوکس	2.9533	3.2773	0.5260	4
مدل کراچ و ریچی	8.7381	10.1678	0.5377	2
مدل رینارد و پیرا	13.7629	16.0889	0.5389	1

Source: Research findings, 2018

نتایج تحلیل نهایی ارزیابی مطلوبیت مدل‌های منتخب در این بخش از پژوهش نشان می‌دهد که بر اساس وزن‌های فازی نهایی مدل ژئومورفوتوریسم ارائه شده توسط پیرا و رینارد در رتبه اول اولویت برای تشخیص مدل بهینه برای توسعه گردشگری کویر قرار دارد. این مدل با کسب 0.5389 امتیاز شاخص ثبات فازی نهایی (CC_i) نسبت به سایر مدل‌ها در اولویت اول قرار گرفته است. این نتیجه بیانگر آن است که توجه و ارزیابی پارک ملی کویر از دیدگاه ژئوتوریسم ارزش بالایی دارد. در این مدل بر پایه دیدگاه رینارد و پیرا از روش‌های نوین در ارزیابی و ارزش‌گذاری ژئومورفوسایت‌ها از ابعاد مختلف می‌باشد که به وسیله آن می‌توان:

❖ ارزش علمی شامل (نایاب بودن نسبت به منطقه، دست نخوردگی و سالم بودن پدیده، قابلیت آموزشی فرآیندهای ژئومورفولوژیک، کمیاب بودن چشم اندازها در سطح ملی، تعداد اشکال ژئومورفولوژیک جذاب (تنوع)، دیگر اشکال زمین‌شناسی با ارزش میراثی، مطالعات علمی در نشریه ژئومورفولوژی)

❖ ارزش مکمل شامل (عیار فرهنگی، ارزش اکولوژیکی، ارزش‌های زیبایی)

❖ ارزش محافظت شامل (دست نخوردگی، آسیب‌پذیری در صورت استفاده از سایت و ارزش کاربردی شامل میزان دسترسی، قابلیت رؤیت، تجهیزات و سرویس پشتیبانی، قوانین محافظت و محدودیت‌های استفاده، استفاده کنونی از جذابیت‌های ژئومورفولوژیکی، استفاده کنونی از دیگر جذابیت‌های طبیعی و فرهنگی) ژئومورفوسایت‌ها را تعیین و در نهایت به

❖ ارزش ژئومورفولوژیکی و مدیریتی هر کدام از آن‌ها پی برد و با توجه به امتیاز عیار آن‌ها می‌توان در برنامه‌ریزی‌های گردشگری آن‌ها را گنجانند و در حوزه ژئوتوریسم بر روی این مکان‌ها سرمایه‌گذاری نمود.

در ترکیب با مدل رینارد نیز می‌توان این ارزش‌ها را یافت. یک ژئومورفوسایت بر اساس سه ارزش علمی، افزوده و ترکیبی تفسیر می‌گردد. در ارزش علمی، شاخص‌های در هم تنیدگی، قابلیت مشاهده مجدد، کمیابی، تمامیت و ارزش جغرافیای دیرینه مدنظر است. در ارزش افزوده، شاخص‌های اکولوژیک، زیبایی، ارزش اقتصادی، فرهنگی و تاریخی در نظر گرفته می‌شود. در ارزش ترکیبی، شاخص‌های جهانی، آموزشی، تهدیدها و نحوه مدیریت مدنظر قرار می‌گیرند؛ بنابراین می‌توان گفت که مدل بهینه توسعه گردشگری کویر با توجه به قابلیت‌ها و پتانسیل‌های آن در پارک ملی کویر و جاذبه‌های پیرامون را می‌تواند بر اساس مدل ژئومورفوتوریسم رینارد و پریرا که در برگیرند عیار علمی، تاریخی-فرهنگی زیبایی‌شناسانه و عیار مدیریتی-محافظتی که ترکیبی از مهم‌ترین سنجه‌های توسعه اکوتوریسم پارک ملی بر اساس مدل ژئومورفوتوریسم هست می‌باشد.

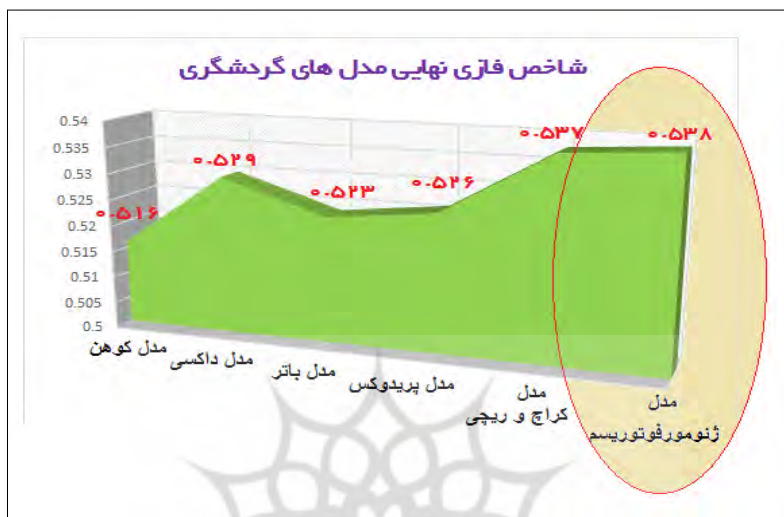
نتیجه‌گیری و دستاورد علمی پژوهشی

پایداری گردشگری روستایی به نوعی محرک توسعه پایدار در نواحی روستایی می‌تواند به شمار رود. در این پژوهش شاخص‌های تبیین‌کننده پایداری گردشگری در شش بعد ارزیابی گردیدند که نشان داد تا چه میزان رهیافت‌های پایداری در حوزه نهادی و سیاست‌گذاری برای پایداری گردشگری روستایی در شهرستان گرمسار لازم می‌باشد. از سوی دیگر این ابعاد یعنی پایداری اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اکولوژیکی و تکنولوژیکی مؤثر از مدل و الگوی بهینه گردشگری کویر با محوریت پارک ملی کویر هستند که می‌تواند رونق به سزایی را در منطقه به بار آورد. در واقع زیست‌پذیری و کیفیت زندگی پایدار مناطق روستایی می‌تواند از دستاورد این تأثیرگذاری و تأثیرپذیر در منطقه یاد شده باشد.

متناسب با ماهیت هر پژوهش علمی و با توجه به روند روش‌شناسی آن، برای پیشبرد پژوهش از بعد تحلیلی تلاش شد تا فرضیه‌های بر آن در دستور کار قرار گیرد. در این راستا ۵ فرضیه متناسب با اهداف سؤال‌های طرح شده برای پژوهش در نظر گرفته شده بود که در ادامه به تشریح آن‌ها پرداخته شده است.

❖ فرضیه اول پژوهش بر این اساس بود که الگوی گردشگری کویر بر مبنای قابلیت‌ها و پتانسیل‌های پارک ملی کویر بر اساس الگوی ژئومورفوتوریسم تبیین و تعریف می‌گردد. برای آزمون این فرضیه از دیدگاه گردشگران و

کارشناسان و نخبگان مرتبط با موضوع پژوهش در محدوده مورد مطالعه استفاده شد. تحلیل نتایج نیز با استفاده از مدل شباهت به گزینه ایده‌آل فازی (FTOPSIS) انجام گردید. در مجموع شش مدل مشهور جهانی در راستای توسعه گردشگری و مقاصد تفرجگاهی گردشگری یعنی مدل چرخه عمر باتلر، مدل گونه‌شناسی کوهن، مدل رنجش داکسی، مدل توسعه تفرجگاهی پریدوکس، مدل رقابت‌پذیری تفرجگاهی کراچ و ریچی و مدل ژئومورفوتوریسم پیرا و رینارد برای پیشبرد پژوهش جهت انتخاب مدل بهینه گردشگری پارک ملی کویر مینا قرار گرفت.

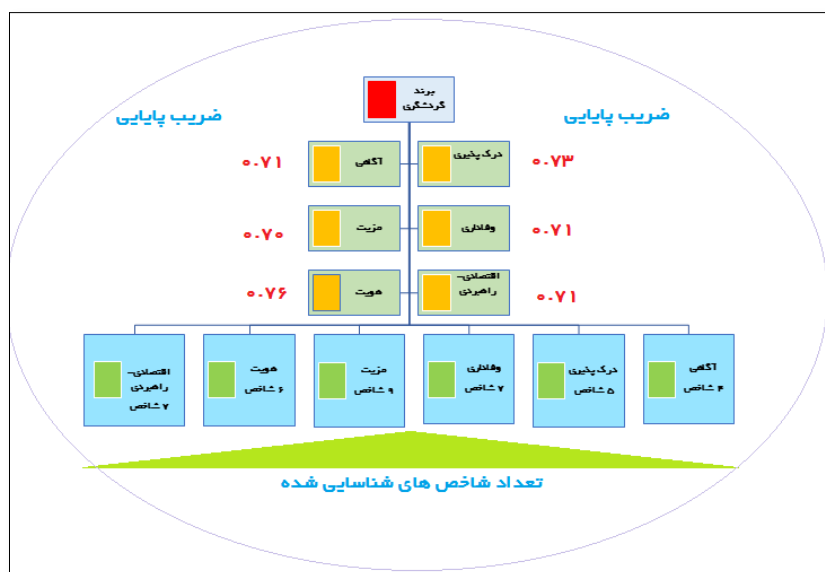


شکل ۷: نمودار اولویت مدل‌های منتخب برای انتخاب مدل بهینه گردشگری (Source: Research findings, 2018)

نتایج به دست آمده از تحلیل فازی اولویت و اهمیت مدل‌های گردشگری منتخب برای ارائه مدل بهینه گردشگری کویر در پارک ملی کویر نشان داد که مدل ژئومورفوتوریسم در اهمیت نخست در این زمینه قرار دارد و به درستی با توجه به وضع موجود و ماهیت منطقه، می‌تواند مدل بهینه توسعه گردشگری کویر در پارک ملی گردشگری کویر قرار گیرد. با توجه به این نتیجه، فرضیه اول پژوهش مور تأیید قرار گرفت.

❖ فرضیه دوم پژوهش بر این قرار بود که پیشران‌های تبیین‌کننده ساخت برند گردشگری کویر در توسعه گردشگری روستایی شهرستان گرمسار بر اساس کیفیت آگاهی، کیفیت درک‌پذیری، کیفیت مزیت، کیفیت وفاداری، کیفیت هویت و کیفیت اقتصادی-راهبردی برند تفسیر و تبیین می‌شوند. برای آزمون این فرضیه از مدل تحلیل عاملی اکتشافی در قالب نرم‌افزار معادلات ساختاری ایموس استفاده گردید.

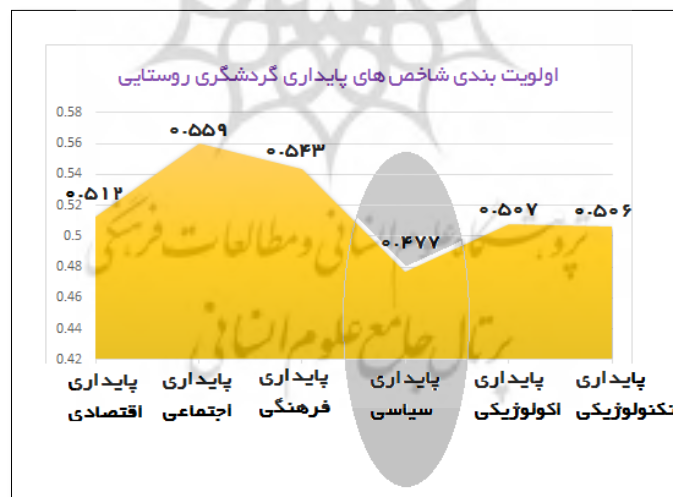
نتایج به دست آمده از مدل‌سازی معادلات ساختاری در قالب مدل تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که ۶ پیشران تحت عنوان کیفیت‌های تبیین‌کننده برند گردشگری مناطق روستایی گرمسار و پارک ملی کویر نقش اساسی دارند. این کیفیت‌ها به صورت آگاهی بخشی برند یا ۴ شاخص تبیین‌کننده، درک‌پذیری برند یا ۵ شاخص تبیین‌کننده، وفاداری به برند یا ۷ شاخص تبیین‌کننده، مزیت برند یا ۹ شاخص تبیین‌کننده، هویت مندی برند یا ۶ شاخص تبیین‌کننده کیفیت اقتصادی-راهبردی برند یا ۷ شاخص تبیین‌کننده تشریح و شناسایی شدند؛ بنابراین با توجه به نتایج این مرحله، فرضیه دوم پژوهش تأیید می‌شود.



شکل ۸: طرح‌واره پیش‌ران‌های شناسایی شده برای برند گردشگری مناطق روستایی گرمسار و پارک ملی کویر

Source: Research findings, 2018

❖ فرضیه سوم پژوهش بر این قرار بود که اولویت شاخص‌های پایداری گردشگری مناطق روستایی شهرستان گرمسار بر اساس پایداری اقتصادی تبیین می‌گردد. برای آزمون این فرضیه از مدل شباهت به گزینه ایده آل فازی استفاده گردید. شش شاخص پایداری گردشگری روستایی یعنی پایداری اقتصادی، پایداری اجتماعی، پایداری فرهنگی، پایداری سیاسی، پایداری اکولوژیکی و پایداری تکنولوژیکی مبنای تحلیل قرار گرفت.

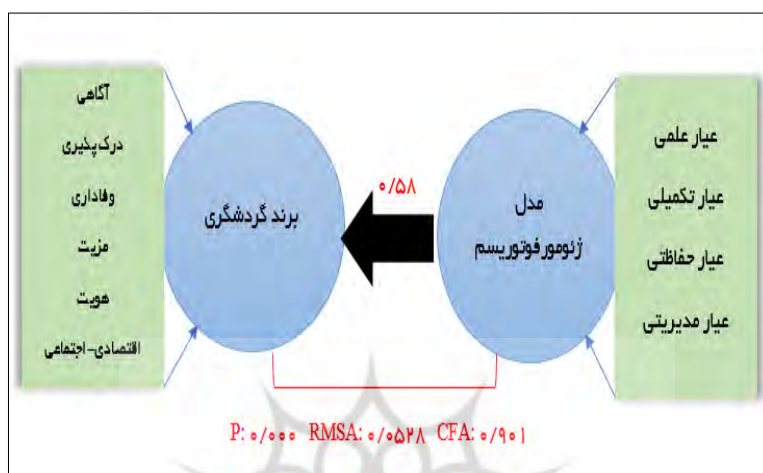


شکل ۹: نمودار اولویت شاخص‌های پایداری گردشگری روستایی

Source: Research findings, 2018

نتایج به دست آمده نشان داد که شاخص پایداری سیاسی نسبت به سایر شاخص‌ها در وضعیت نامناسب‌تری برای تحقق پایداری قرار دارد. این مقوله نشان داد که حمایت از سیاست‌ها و ارائه راهکارهای قانونی- نهادی برای توسعه گردشگری روستایی می‌تواند در پایداری آن در مناطق روستایی شهرستان گرمسار بسیار حائز اهمیت باشد. با این نتیجه فرضیه سوم پژوهش مبنی بر اولویت شاخص پایداری اقتصادی تأیید نمی‌گردد.

❖ فرضیه چهارم پژوهش بر این اساس بود که ساختار ارتباطی و تأثیر الگوی منتخب گردشگری کویر در تحقق برند مناسب گردشگری روستایی شهرستان گرمسار مثبت و معنادار می‌باشد. برای آزمون این فرضیه از مدل‌سازی معادلات ساختاری AMOS بهره برده شد. در این فرایند مدل ژئومورفوتوریسم گردشگری کویر که به عنوان مدل بهینه توسعه گردشگری کویر حول محور پارک ملی کویر شناخته شد به عنوان متغیر مستقل یا پیش بین و برند گردشگری مناطق روستایی گرمسار و پارک ملی کویر به عنوان متغیر وابسته یا ملاک وارد مدل گردید.

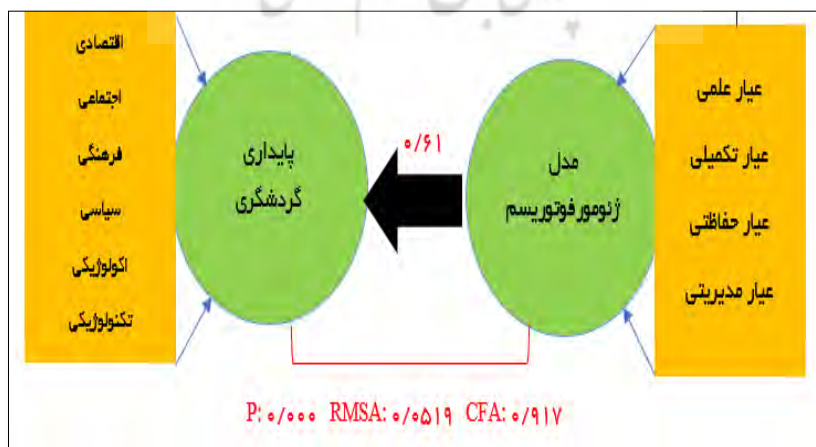


شکل ۱۰: طرح‌واره تأثیر مدل گردشگری ژئومورفوتوریسم بر برندسازی گردشگری مناطق روستایی گرمسار

Source: Research findings, 2018

نتایج به دست آمده در این مرحله از پژوهش با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که مدل ژئومورفوتوریسم توسعه گردشگری کویر با رگرسیون وزن دار ۰/۵۸ تأثیر مثبت و معناداری بر تحقق برند گردشگری مناطق روستایی گرمسار و پارک ملی کویر داشته است. با این نتیجه می‌توان اذعان کرد که فرضیه چهارم پژوهش نیز تأیید گردید.

❖ فرضیه پنجم پژوهش از این قرار بود که ساختار ارتباطی و تأثیر الگوی منتخب گردشگری کویر در تحقق پایداری گردشگری مناطق روستایی شهرستان گرمسار مثبت و معنادار می‌باشد. برای آزمون این فرضیه نیز از مدل‌سازی معادلات ساختاری در قالب نرم‌افزار ایموس استفاده گردید.



شکل ۱۱: طرح‌واره تأثیر مدل گردشگری ژئومورفوتوریسم بر پایداری گردشگری مناطق روستایی گرمسار

Source: Research findings, 2018

نتایج به دست آمده در این مرحله از پژوهش با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که مدل ژئومورفوتوریسم توسعه گردشگری کویر با رگرسیون وزن‌دار ۰/۶۱ تأثیر مثبت و معناداری بر تحقق پایداری گردشگری مناطق روستایی گرمسار داشته است. با این نتیجه می‌توان اذعان کرد که فرضیه پنجم پژوهش نیز تأیید گردید.

References

- Jahanian, Manouchehr, and Ebtahal Zandi (2014), Investigation of Ecotourism Potentials of Desert and Desert Areas around Yazd Province Using SWOT Analysis Model. *Human Geography Research*, No. 74, pp. 61-74
- Parchkani, Parvaneh and Saeed Saeed Hashemi and Abdolreza Rakneddin Eftekhari and Mohammad Hossein Imani Khoshkhoo (2017), Evaluation of Sustainable Brand Indicators in Coastal Tourism Purposes (Case Study: Chabahar Coastal Area). *Journal of Tourism and Development*, Volume 6, Number 1, pp. 1-6.
- Khadat al-Rasoul, Zahra and Reza Ghazavi and Seyed Hojat Mousavi (2016), Feasibility of Sustainable Desert Ecotourism Development in Shiraz Desert. *Iranian Rangeland and Desert Research*: 2016, Volume 23, Number 1, pp: 70-79.
- Seedworker, Afshin and Baitullah Mahmoudi (2013), *Nature Tourism: Development and Design Criteria*. University of Tehran Publications. First Edition.
- Rezvani MR and Mehrnoush Moradi (2010), Feasibility Study of Tourism Development by Systematic Approach in the Desert Villages of Miqan Arak Desert, *Space Economy and Rural Development*, Volume 1, Number 2, pp. 15-40.
- Alizadeh, Hadi and Mohammad Ali Firoozi and Mohammad Ejaza Shokouhi and Seyedeh Narges Naqibi Rokni (2003), Measurement and Evaluation of Sustainability Indicators in Tourism in Ahvaz. *Space Planning and Preparation* Volume 17, pp: 145-172.
- Maleki, Saeed and Hadi Alizadeh (2015), Analysis and Forecasting of Sustainability Indicators in Iranian Tourism Industry. *Journal of Geographical Space*, Volume 15, Number 50, pp. 39-58.
- Ahmadi, Manijeh and Mehdi Cheraghi and Mina Soltani (2017), Analysis of Factors Affecting Ecotourism Development in Rural Areas of Semnan City Case: Sohrain Plain Villages. *Space Economics and Rural Development*, pp. 215-231.
- Boroumand, Babak and Ali Kazemi and Bahram Ranjbariani (2018), Development of an Indigenous Model of Measuring Tourism Competitiveness of Iranian Tourism Intentions. *Modern Marketing Research Journal*. Issue 2, pp: 105-122.
- Jafarashash, Barzin and Nasrin Pouyanzadeh (2018), Evaluating and Prioritizing the Competitiveness Indicators of Iranian Tourism Industry, *Journal of Development Management Process*, Issue 3, pp: 85-105.
- Jalalian, Hamid and Mohammad Reza Razvani and Asghar Tahmasebi and Hassan Oruji (2018), Explaining Rural Tourism System Development Model Using Chaotic Theory and Butler Model (Case Study: Egyptian Village, Khor and Biabank City), *Journal of Rural Research* 9, No. 9, pp. 1-6.
- Razvani, Mohammad Reza and Hassan Ali Faraji Stabbar and Alireza Darban Astana and Seyed Hadi Karimi (2017), Analysis of the Role of Factors and Environmental Quality Indicators in Effective Branding of Rural Tourism Destinations. *Journal of Tourism Planning and Development*, Successive 1, pp. 2-1.
- Razvani Mohammad Reza and Javad Safaei (2005), Tourism in Second Homes and its Impact on Rural Areas: Opportunity or Threat: Case: Rural Areas of North Tehran (؛ Geographical Research, no. 5).
- Rezvani, MR (2009), *Rural Tourism Development with a Sustainable Tourism Approach*, First Edition, University of Tehran Publications.
- Roknoddin Eftekhari, Abdolreza and Ismail Qadri (2002), The Role of Rural Tourism in Rural Development (Critical Analysis of Theoretical Frameworks), *Teacher of Humanities*, Volume 6, Number 2, pp. 23-40.

- Zarei Moghaddam, Somayeh and Narges Zarei Moghadam (2018), Evaluation of Urban Branding Capability Using a Tourist Perspective (Case Study: Yasuj City), No. 1, pp: 123-140.
- Salari, Abdollah and Reza Arjmandi (2009), Environmental Management of Nature Tourism in Desert National Park Using GIS. *Journal of Environmental Science and Technology*, Volume 11, Number 1, p
- Semnan Province Detailed Document (2018), Land Preparation and Related Studies Semnan Province Extension Document and its County. Budget Planning Organization.
- Annabestani, Ali Akbar and Zeinab Vesal (2015), Analysis of Factors Affecting Tourism Brand Development in Rural Settlements, Case Study: Binalood City, *Journal of Tourism Planning and Development*, No. 16, pp: 127-148.
- Ghanbari, Abolfazl and Fariba Karami and Omid Karami (2017), Geomorphic Feasibility Analysis of Saraward County with Reynard and Pereira Models, *Geographical Space Quarterly*, No. 57, pp. 195-211.
- Lotfi, Haidar and Mandana Ghanbari (2012), Design of Garmsar Desert National Park as a Model of Tourism in the Country, *Geographical Information Quarterly*, Volume 21, pp. 11-16.
- Nekui, Zahra and Hamid Zargham and Mohammad Hossein Imani Khoshkhou (2009), Investigating the Relationship between Globalization and Tourism Development (Case Study: Tehran). *Journal of National Studies*, No. 41, pp: 109-144.
- Yazdan Panah Shahabadi, Mohammad Reza and Hassan Sajjadzadeh, and Mojtaba Rafieian (2019), Explaining the Conceptual Model of Location Branding: A Review of Theoretical Literature. *Bagh Nazar Journal*, No. 16, pp: 13-33.
- Lewis, C., and D'Alessandro, S. (2019). Understanding why: Push-factors that drive rural tourism amongst senior travelers. *Tourism Management Perspectives*, Volume 32, Pages: 1-19
- Manrai, L., Lascu, D., and Manrai, A. (2019). A study of safari tourism in sub-Saharan Africa: An empirical test of Tourism A-B-C (T-ABC) model. *Journal of Business Research*, In press, corrected
- Akadiri, S.S., Alola, A.A., Akadiri, A. Ch. (2019) The role of globalization, real income, tourism in environmental sustainability target. Evidence from Turkey. *Science of The Total Environment*, Volume 687, Pages 423-432
- Ambler, T. (1997). Do Brands Benefit Consumers? *International Journal of Advertising*. Volume 16, Issue 3, Pages 167-198
- Andrades, L., Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*, Volume 62, Pages 360-376.
- Baker, B. (2007). *Destination Branding for Small Cities: The Essentials for Successful Place Branding*. Destination Branding Book Press.
- Barnes, S. J., Mattsson, J., Sørensen, F. (2014). Destination brand experience and visitor behavior: Testing a scale in the tourism context. *Annals of Tourism Research*, Volume 48, September 2014, Pages 121-139