

## Urban Economics and Planning

Homepage: <http://eghtesadeshahr.tehran.ir/>

### ORIGINAL RESEARCH PAPER

## Strategic planning for tourism development in periurban areas, Case study: Vardij-Varish tourism axis; District 22 of Tehran Municipality

Mohammad Kazem Shams Pouya<sup>1\*</sup>, Jamileh Tavakolinia<sup>2</sup>, Saeed Yousefi Babadi<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Researcher; PhD in Geography and Urban Planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

<sup>2</sup> Associate Prof in Geography and Urban Planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

<sup>3</sup> PhD Student in Geography and Urban Planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Received 2021-09-03

Accepted 2021-12-10

#### Keywords:

Strategic planning

Periurban Tourism

Periurban Areas

Agritourism and Ecotourism

Vardij-Varish Tourism Axis

### ABSTRACT

Today, tourism is one of the drivers of community development. Meanwhile, periurban tourism, like other types of tourism, plays an important role in local and regional development and local economy. The purpose of the present study, which has been conducted in the Vardij-Varish tourism axis, is to formulate tourism development strategies. The research method is descriptive-analytical. To collect data, documentary methods and reference to library and survey resources have been used. The SWOT model and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) were also used for data analysis. The results show that the appropriate strategy for tourism development in the study area is competitive. The approach of local and regional managers to the issue of tourism and the need to develop the tourism axis and proximity to population centers and the activities of Tehran and Alborz provinces are among the important opportunities of the tourism axis. Also, based on the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), strategies such as planning to shift to agricultural tourism and ecotourism, diversify rural employment to create sustainable livelihoods and attract tourists to rural areas, and diversification strategies to tourism activities and facilities and services to increase job diversity gained the highest rank and priority, respectively. Diversification of advertising programs to introduce attractions to tourists and attract public participation in the protection and sustainable use of natural resources with emphasis on environmental protection is another important strategy in tourism development on the Vardij-Varish axis.

DOI: [10.22034/UE.2022.2.04.04](https://doi.org/10.22034/UE.2022.2.04.04)

### COPYRIGHTS

©2022 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, as long as the original authors and source are cited. No permission is required from the authors or the publishers.



### HOW TO CITE THIS ARTICLE

Shams Pouya MK, Tavakolinia J, Yousefi Babadi S. (2022). Strategic planning for tourism development in periurban areas, Case study: Vardij-Varish tourism axis; District 22 of Tehran Municipality. *Urban Economics and Planning*, 2(2): 296-311.

DOI: [10.22034/UE.2022.02.04.04](https://doi.org/10.22034/UE.2022.02.04.04)



\*Corresponding Author: Email: [kpouya1@gmail.com](mailto:kpouya1@gmail.com)

## فصلنامه اقتصاد و برنامه ریزی شهری

سایت نشریه: <http://eghtesadeshahr.tehran.ir>

### مقاله پژوهشی

## برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری در نقاط پیراشهری؛ مورد پژوهی: محور گردشگری وردیج- واریش؛ منطقه ۲۲ شهرداری تهران

محمد کاظم شمس پویا<sup>۱\*</sup>، جمیله توکلی‌نیا<sup>۲</sup>، سعید یوسفی بابادی<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> پژوهشگر؛ دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

<sup>۲</sup> دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

<sup>۳</sup> دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

### چکیده:

امروزه گردشگری به‌عنوان یکی از پیشران‌های توسعه جوامع به‌شمار می‌رود. در این میان، گردشگری پیراشهری نیز همچون سایر گونه‌های گردشگری نقش مهمی در توسعه محلی و منطقه‌ای و اقتصاد محلی به عهده دارد. هدف پژوهش حاضر که به صورت موردی در محور گردشگری وردیج- واریش صورت پذیرفته، تدوین راهبردهای مناسب توسعه گردشگری است. روش انجام پژوهش، توصیفی- تحلیلی است که برای گردآوری داده‌ها از روش‌های اسنادی و مراجعه به منابع کتابخانه‌ای و پیمایشی و به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از مدل سوات و ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM) استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد راهبرد مناسب توسعه گردشگری در محور مطالعه‌شده، راهبرد رقابتی است. رویکرد مدیران محلی و منطقه به موضوع گردشگری و لزوم توسعه محور گردشگری و نزدیکی به قطب‌های جمعیتی و فعالیت کلان‌شهرهای تهران و البرز در زمره فرصت‌های مهم محور گردشگری به‌شمار می‌رود. همچنین، در اولویت‌بندی راهبردها بر اساس ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی، راهبرد برنامه‌ریزی برای سوق دادن محور به سوی استفاده از آگروتوریسم و اکوتوریسم، تنوع‌بخشی به اشتغال روستاییان برای ایجاد معیشت پایدار و جلب گردشگران به روستاها و راهبرد تنوع‌بخشی به فعالیت‌ها و امکانات و خدمات و تسهیلات گردشگری به منظور افزایش تنوع شغلی به‌ترتیب بالاترین امتیازها را کسب کردند؛ در نتیجه از اولویت بیشتری برخوردارند. تنوع‌بخشی به برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های محور به گردشگران و جلب مشارکت‌های مردمی در حفاظت و بهره‌برداری پایدار از منابع طبیعی با تأکید بر حفظ محیط زیست نیز از دیگر راهبردهای مهم در توسعه گردشگری در محور وردیج- واریش است.

DOI: 10.22034/UE.2022.02.04.04

### اطلاعات مقاله

#### تاریخ‌های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۱۱

تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۰۹/۱۹

#### کلمات کلیدی:

آگروتوریسم و اکوتوریسم

برنامه‌ریزی راهبردی

گردشگری پیراشهری

نواحی پیراشهری

محور گردشگری وردیج- واریش

### مقدمه

شکل‌گیری فضاهای پیراشهری<sup>۱</sup> یا پهنه‌های گذار<sup>۲</sup> شده است (موندال و سن<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰). فضاهای پیراشهری با همزیستی عناصر شهری و روستایی مشخص می‌شوند و در ماهیت بسیار پویا هستند و تغییرات

در چند دهه اخیر به سبب شهرنشینی و گسترش فضایی شهرها در فراسوی مرزهای شهری، ارتباطات و تعاملات پیچیده‌ای بین شهر و نواحی روستایی پیرامونی آن شکل گرفته که در نتیجه، منجر به

نویسنده مسئول:

ایمیل: [kpouya1@gmail.com](mailto:kpouya1@gmail.com)

1 Peri-urban Spaces

2 Zones of Transition

3 Mondal and Sen

سیاست‌گذاری‌های مرسوم است، زیرا تا کنون چنین مرسوم بوده که در بسیاری از تصمیم‌گیری‌ها و تحقیقات علمی مرتبط با گردشگری به صورت سنتی به نقاط شهری و روستایی و مانند آن توجه شده است، حال آنکه ظرفیت‌ها و قابلیت‌های گردشگری پیراشهری نکته‌ای است که در بسیاری از تحقیقات علمی مورد غفلت واقع شده است که این موضوع بر اهمیت تحقیق حاضر می‌افزاید. فعالیت‌های گردشگری در کشور ما نیز به گونه‌ای است که برخی از سکونتگاه‌های پیراشهری با برخورداری از پتانسیل‌های مطلوب توسعه مبتنی بر گردشگری، به مکانی برای گذران اوقات فراغت، به‌ویژه تعطیلات آخر هفته و زندگی در دل طبیعت تبدیل شده‌اند.

منطقه ۲۲ شهرداری کلان‌شهر تهران، بنا بر ضوابط طرح جامع جزء گسترش پیوسته شهر است و در سازمان فضایی پیشنهادی طرح جامع نقش «مرکز گردشگری و خدمات مجموعه شهری تهران» برای آن مد نظر قرار گرفته که منجر به ایجاد موقعیت ویژه‌ای برای اجرای الگوی مناسب و مطلوب شهری شده است. در این میان، روستاهای وردیج و واریش که در بخش کن و سولقان شهرستان تهران و در حریم منطلق ۲۲ شهرداری کلان‌شهر تهران قرار دارند، با برخورداری از طبیعت منحصربه‌فرد و کوهستانی البرز و همچنین، مجاورت با کلان‌شهرهای تهران و کرج، قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بسیاری برای توسعه محلی و منطقه‌ای پایدار مبتنی بر گردشگری پیراشهری دارند که به همین واسطه می‌توانند سالانه مبالغ درخور توجهی را از بخش گردشگری به منطقه تزریق کنند. از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری وردیج می‌توان به شکل‌های زمین‌شناختی، رودخانه فصلی وردیج، آبشار لت مال و باغ‌ها اشاره کرد. منحصربه‌فردترین ویژگی وردیج، شکل‌های تافونی و شواهد سازند توف هستند که با نام‌های مختلفی همچون عروسک یا آدمک‌های سنگی و دامنه ارواح سنگی شناخته می‌شود. روستای واریش نیز در ارتفاع ۲۲۵۰ متر از سطح دریا، آب‌وهوای خنک‌تری نسبت به وردیج دارد و بسیار سرسبزتر است. وجود چشمه، باغ‌های میوه همچون شاتوت، زردآلو، گیلاس و خرمالو از جذابیت‌ها و پتانسیل‌های واریش به شمار می‌رود. از دیگر جاذبه‌های روستای واریش، می‌توان به امامزاده بی‌بی زرین‌قمر، جاده مسیح‌الله دین‌محمد و ارتفاعات پهنه‌حصار و قله چشمه‌شاهی اشاره کرد (خبرگزاری برنا، ۱۳۹۷). البته بی‌توجهی برخی بازدیدکنندگان به محیط زیست، از بین رفتن باغ‌ها، کمبود امکانات و تسهیلات، ضعف ساختارها و زیرساخت‌ها در به فعلیت رساندن پتانسیل‌های منحصربه‌فرد روستاها از مهم‌ترین ضعف‌ها و تهدیدهای زیست‌بوم‌های این محور به شمار می‌رود. گردشگری پیراشهری کارکردهای گوناگونی دارد که با تقویت قوت‌ها و بهره‌گیری از فرصت‌ها و کاهش ضعف‌ها و اجتناب از تهدیدها می‌توان گام‌های محکمی در جهت توسعه گردشگری برداشت؛ موضوعی که لزوم برنامه‌ریزی راهبردی را مبرهن می‌سازد. در برنامه توسعه گردشگری منطقه ۲۲ تهران نیز به لزوم ساماندهی محور گردشگری وردیج-واریش و تهیه طرح مطالعاتی برای آن توجه شده است (مهندسین مشاور آمایش و توسعه البرز، ۱۳۹۶)؛ بنابراین پژوهش پیش رو در راستای رفع کمبودهای

بسیاری را در کاربری زمین، ویژگی‌های جمعیتی و سیستم‌های اجتماعی تجربه می‌کنند (موندال و بنرجی، ۲۰۲۱) و از روند مهاجرت شهری و صنعتی شدن نیز تأثیر می‌پذیرند (کاتولی، ۲۰۲۱). مناطق پیراشهری و حوزه‌های پیرامونی دارای قابلیت گردشگری که بیشتر متأثر از تمایلات توسعه شهری‌اند، جایگاه و اهمیت ویژه‌ای در مطالعات شهر و پیرامون دارند. در سال‌های اخیر، نیروهای اثرگذار و فرایندهای فضایی جدیدی میان شهر و پیرامون در قالب سفرهای گردشگری به‌وجود آمده که بیشتر ناشی از انگیزه گردشگری و گذران اوقات فراغت ساکنان شهری است. در این راستا، گردشگری پیراشهری برای برآوردن نیاز شهرها و ساکنان شهری به گردشگری، رخ نموده است (علی‌اکبری و همکاران، ۱۳۹۶). وجود کشاورزی و پارک‌های کشاورزی<sup>۴</sup> در نواحی پیراشهری نیز از جمله عوامل افزایش تقاضا و جذب گردشگر در نواحی پیراشهری به‌شمار می‌رود (آیونا، ۲۰۲۱). گردشگری جایگاه خاصی در ارتقای ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها دارد. توسعه گردشگری می‌تواند از تک‌محصولی بودن کشورها جلوگیری کند (رضایی و جلیلیان، ۱۳۹۸). برای نمونه در سال ۲۰۱۹، گردشگری منجر به ایجاد ۳۳۴ میلیون شغل (۱۰/۶ درصد از کل مشاغل) شده است که این میزان در سال ۲۰۲۰ به ۲۷۲ میلیون شغل رسید که ۸/۹ درصد از کل مشاغل را در بر می‌گیرد (شورای جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۲۱). همچنین، انتظار می‌رود گردشگران ورودی در سراسر جهان بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ ۲۰۳۰ درصدی برابر با ۳/۳ درصد را تجربه کند و در سال ۲۰۳۰ به ۱/۸ میلیارد نفر برسد (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۵). بنابراین، افزایش ورود گردشگران به یک منطقه تأثیر مستقیم و غیرمستقیم در اشتغال‌زایی و تقویت اقتصاد محلی و منطقه‌ای دارد، ولی متأسفانه میزان اشتغال ایجادشده توسط صنعت گردشگری در ایران فقط ۲ درصد از کل مشاغل را شامل می‌شود. ایران، با داشتن جاذبه‌های فراوان گردشگری که سبب شده در ردیف ده کشور نخست جهان قرار گیرد، سهم بسیار اندکی از صنعت گردشگری دارد (فرجام و همکاران، ۱۳۹۷). در ایران مطابق آمارها در سال ۱۳۹۷ تعداد گردشگران خارجی با ۵۰ درصد رشد به ۷ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر رسید. در بهار ۱۳۹۸ نیز میزان رشد به ۴۱ درصد و در ۷ ماه ابتدایی ۱۳۹۸، ۲۴ درصد تعیین شده است که بنا بر آن، ۵ میلیون و ۸۹۰ هزار نفر گردشگر خارجی وارد ایران شده‌اند. در مهر ۱۳۹۸ هم ۸۰۰ هزار نفر گردشگر خارجی به کشور وارد شده‌اند (دنیای اقتصاد، ۱۳۹۸). بر اساس پیش‌بینی‌ها در پایان برنامه هفتم توسعه (۱۳۹۹-۱۴۰۳) که مصادف با پایان سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور است باید تعداد گردشگران به ۲۰ میلیون نفر برسد (شجاعی و تراب‌احمدی، ۱۳۹۳). رسیدن به جایگاه یادشده نیازمند بازنگری در برنامه‌ریزی و

4 Mondal, D and Banerjee

5 Cattivelli

6 Agricultural Parks

7 Ivona

8 World Travel & Tourism Council

9 World Tourism Organization

همکاران، ۲۰۱۳). ناحیه پیراشهری می‌تواند به لحاظ فضایی و بر حسب فرم، ترکیبی از عوامل فضایی و کارکردی و یا در ارتباط با نواحی کلان‌شهری تعریف شود (باکستون<sup>۱۴</sup> و همکاران، ۲۰۰۶). نواحی پیراشهری را می‌توان به‌عنوان مجموعه پیچیده‌ای از روابط بین بازیگران در نظر گرفت که فراسوی حومه‌های ساخته‌شده متصل<sup>۱۵</sup> به شهر مرکزی شکل گرفته و در یک منطقه کارکردی<sup>۱۶</sup> به‌شدت متأثر از مراکز شهری عمل می‌کنند (یورگنسن<sup>۱۷</sup> و همکاران، ۲۰۲۱). شایان یادآوری است که طی دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ گردشگری به‌عنوان تابعی از مناطق روستایی دورافتاده بود و گردشگری پیراشهری نادیده گرفته می‌شد (ایبانسکیو<sup>۱۸</sup> و همکاران، ۲۰۱۶)؛ با این وجود، طی سه دهه گذشته علاقه‌مندی به توسعه گردشگری در فضاهای پیراشهری افزایش یافته است (اشورث و پیچ<sup>۱۹</sup>، ۲۰۱۱). گردشگری پیراشهری شکل جدیدی از زندگی در بسیاری از شهرهاست. برای نمونه، هر شهر چینی یک ناحیه پیراشهری در امتداد یک (یا بیشتر) کریدورهای خارج از شهر دارد که برای مسافران و بازدیدکنندگان روزانه و آخر هفته مناسب است. تا کنون بیش از ۱۳۰۰ پارک کشاورزی<sup>۲۰</sup> در حومه شهر پکن ساخته شده است که سالانه حدود ۳۵ میلیون بازدیدکننده دارد که بیشتر آن‌ها مسافران و بازدیدکنندگان آخر هفته هستند. این نقاط پیراشهری با هتل‌های کوچک، باغ‌های پیرامونی (برای چیدن میوه)، زمین‌های کشاورزی و مزارع برنج و رستوران‌های متعدد شناخته می‌شوند (آبرامسون و کی<sup>۲۱</sup>، ۲۰۱۱). البته در کشور چین، آگروتوریسم ابزاری برای توسعه روستایی و پیراشهری است و پیراشهرنشینی با رشد اقتصادی منطقه‌ای ارتباط تنگاتنگی دارد (فنگ<sup>۲۲</sup>، ۲۰۲۱). به‌تازگی چشم‌اندازهای پیراشهری در آسیای شرقی تنوع بسیاری یافته و پیچیده‌تر شده است. ظهور نسل دوم چشم‌اندازهای پیراشهری<sup>۲۳</sup> به دلیل افزایش چشمگیر مصرف داخلی، رشد شتابان طبقات متوسط و مرفه و گسترش جریان جدید سرمایه به سوی نواحی تفریحی و مجتمع‌های ورزشی و توسعه خانه‌های دوم<sup>۲۴</sup> و گردشگری کشاورزی و آخر هفته و توسعه فرودگاه‌های بزرگ است (وبستر<sup>۲۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۴). نواحی پیراشهری آسیای شرقی هم‌اکنون شامل کاربری‌های مختلفی همچون فرودگاه‌ها، گردشگری کشاورزی و تفریحی (در ایام بازنشستگی)، خانه‌های دوم، اجتماعات تفریحی، مجتمع‌های بزرگ مذهبی، پیست‌های مسابقه فرمول یک و پارک‌های موضوعی می‌شود (لیگیتس و هودالا<sup>۲۶</sup>،

موجود نگارش یافته است. از این‌رو، با شناسایی و معرفی جاذبه‌های روستاهای اشاره‌شده و ساماندهی محور گردشگری وردیج- واریش و ارائه راهبردهای متناسب می‌توان از قابلیت‌های روستاهای یادشده برای فعالیت‌های ورزشی- گردشگری (کوهنوردی، سنگ‌نوردی، صخره‌نوردی، دوچرخه‌سواری کوهستان و...)، بهبود اقتصاد محلی و آگروتوریسم و ژئوتوریسم بهره برد. در مجموع، در نوشتار حاضر محققان بر آن‌اند بر پایه برنامه‌ریزی راهبردی، مهم‌ترین راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری در محور گردشگری وردیج- واریش را ارائه کنند. در واقع، در پژوهش حاضر تلاش می‌شود به این پرسش پاسخ داده شود که راهبرد مناسب توسعه محور گردشگری وردیج- واریش کدام است؟

### پیشینه تحقیق

توریسم<sup>۱</sup> واژه‌ای فرانسوی و از ریشه تور است. تور در زبان فرانسه به معنای پیمودن و گردش کردن، و معنای فارسی آن گردشگری است. گردشگری، پدیده‌ای است که کهن که در جوامع انسانی وجود داشته و طی مراحل مختلف تاریخی، به وضعیت اقتصادی، اجتماعی و صنعتی کنونی رسیده است. گردشگری در نیمه دوم قرن ۱۸ میلادی با گسترش شهرنشینی، ارتقای وسایل حمل‌ونقل، گسترش خطوط راه آهن، توسعه خطوط هوایی از سال ۱۳۴۵ به بعد، تغییرات اجتماعی، افزایش طبقه میانی اجتماع و اوقات فراغت بیشتر، توسعه یافت (ملک حسینی و دیگران، ۱۳۹۱).

سفرهای مذهبی و زیارت نیز با تمدن شرقی ارتباط تنگاتنگی دارند. زیارت در اولین مکان‌های بودایی بیش از ۲ هزار سال پیش آغاز شد. زیارت مکه هم از قدمت مشابهی برخوردار است. البته از جنگ جهانی دوم به بعد بود که دولت‌ها به گردشگری به عنوان نوعی واردات نامرئی و به عنوان ابزاری برای دیپلماسی علاقه نشان دادند که خود عاملی مؤثر بر گسترش گردشگری به‌شمار می‌رفت (والتون<sup>۱۱</sup>، ۲۰۲۱). سیر و سیاحت در ایران نیز از دیرباز رونق داشته است و آمد و شد خاورشناسان، وجود کاروانسراها، چاپارخانه‌های قدیمی و راه‌های گسترده در دوره هخامنشیان نیز دلیلی بر این مدعاست (ملک حسینی و دیگران، ۱۳۹۱).

به هر روی، طی زمان شکل‌های مختلفی از گردشگری از جمله گردشگری پیراشهری شکل گرفته است که نقش مهمی در افزایش رقابت‌پذیری و مطلوبیت نقاط پیراشهری و توسعه محلی به عهده دارد. در تعریفی، پیراشهر، فضایی در پیرامون نواحی شهری است که با چشم‌اندازهای روستایی در هم آمیخته می‌شود (پی‌یور<sup>۱۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۱). در کشورهای صنعتی قدیمی‌تر یا کشورهای پساصنعتی، پیراشهر ناحیه‌ای با تغییرات اجتماعی، اقتصادی و بازساخت فضایی و در کشورهای به‌تازگی صنعتی شده و اغلب کشورهای در حال توسعه، پیراشهر ناحیه‌ای با شهرنشینی آشفته است که منجر به پراکنده‌رویی می‌شود (راوتر<sup>۱۳</sup> و

14 Buxton  
15 Continuously Build-up Suburbs  
16 Functional Region  
17 Jørgensen  
18 Ibanescu  
19 Ashworth & Page  
20 Agro-parks  
21 Abramson & Qi  
22 Feng  
23 Second-generation Peri-urban Landscapes  
24 Second Home  
25 Webster  
26 Legates & Hudalah

10 Tourism  
11 Walton  
12 Piore  
13 Ravetz

پیراشهری دارای آثار مثبت و منفی است که از آثار منفی آن می‌توان به ایجاد فاصله بین جوامع همجوار و رقابت برای جذب گردشگر، ایجاد مشاغل با دستمزد کم و پاره‌وقت و کم‌کیفیت، افزایش قیمت زمین و از آثار مثبت آن می‌توان به رشد اقتصادی، توسعه مشاغل، احساس غرور و افتخار به اجتماع محلی و تعامل فرهنگی و ارائه و بهبود خدمات در نواحی پیراشهری و روستایی اشاره کرد. مسائل یادشده در تحقیق واندورف<sup>۳۹</sup> (۲۰۰۸) مورد بررسی قرار گرفته است. نقش توسعه گردشگری در بازآفرینی محلی و حفاظت از میراث طبیعی و توسعه اقتصاد محلی توسط آندره پوپا<sup>۴۰</sup> (۲۰۱۲) و توجه به افزایش ظرفیت تحمل<sup>۴۱</sup> گردشگری در پژوهش گریگوس<sup>۴۲</sup> (۲۰۰۴) که به صورت موردی در انگلستان صورت پذیرفته، مورد اهتمام قرار گرفته است. بررسی اهمیت گردشگری به‌منابه قدرتمندترین پیشران اقتصادی در پژوهش نیکل و کوبزوا<sup>۴۳</sup> (۲۰۱۹) که در والنسیا اسپانیا صورت پذیرفته نیز اثبات شده است. البته طبق نتایج تحقیق سان<sup>۴۴</sup> و همکاران (۲۰۱۶) زیرساخت‌های گردشگری و تسهیلات خدماتی نیز نقش مهمی در شکل‌گیری احساسات مثبت گردشگران و تشویق آنان به سفر به عهده دارد، ولی همان‌گونه که لی<sup>۴۵</sup> و همکاران (۲۰۲۱) خاطرنشان می‌کنند، باید منافع و حساسیت‌های روستاییان و ارتقای چشم‌اندازهای روستایی و پیراشهری و ابعاد فرهنگی و طبیعی و اقتصادی و زیست‌محیطی گردشگری مورد توجه قرار گیرد. نتایج پژوهش کاریل و ویلا<sup>۴۶</sup> (۲۰۱۲) که در کاتالونیا اسپانیا انجام شده است نیز نشان می‌دهد گردشگران پیراشهری بر اهمیت و نقش گردشگری کشاورزی و کشاورزی پیراشهری واقف هستند که این موضوع مهمی است، زیرا اغلب تحقیقات، نقش اوقات فراغت را مورد توجه قرار داده‌اند. کدیور و سقای (۱۳۸۵) در مقاله خود با بررسی گردشگری در نقاط پیراشهری، معتقدند که عدم ساماندهی گردشگری باعث می‌شود که نه تنها جریان گردشگری سودی برای ساکنان محل نداشته باشد، بلکه خسارت‌هایی را نیز برای آن‌ها به ارمغان آورد. افراخته و خدائی (۱۳۹۰) در مقاله‌ای نشان می‌دهند که در ساماندهی گردشگری ناحیه، محیط طبیعی هم از توان گردشگری برخوردار است و هم دارای ظرفیت تحمل است. یافته‌های پژوهش قرشی مینآباد و همکاران (۱۳۹۳) گویای آن است که توسعه گردشگری در شیوه ساخت‌وساز، چشم‌انداز طبیعی روستا، کاربری زمین و مسائل زیست‌محیطی با پیامدهای منفی همراه بوده است، ولی پیامدهایی مانند ایجاد اشتغال، مستحکم‌سازی ساختمان، توسعه زیرساخت‌ها و افزایش آگاهی‌های مردم بومی، در زمره پیامدهای مثبت ارزیابی شده است. سقای و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق خود به پهنبندی گردشگری در تفرجگاه‌های پیراشهری پرداخته و بر لزوم اجتناب از احداث کاربری‌های

در دهه اخیر شانگهای نیز از شهری با تصویر صنعتی به‌سوی شهری خدمات‌محور و فرهنگی و تقویت گردشگری پیراشهری فرهنگ‌محور حرکت کرده است (لی<sup>۴۷</sup>، ۲۰۲۰). در اروپا نیز پیراشهرنشینی<sup>۴۸</sup> به‌سرعت در حال گسترش است (گوترو<sup>۴۹</sup> و همکاران، ۲۰۲۱) که این موضوع بر خدمات اکوسیستم<sup>۵۰</sup> همچون تأمین آب، کنترل سیلاب، کیفیت خاک و... اثر می‌گذارد. همچنین، نواحی پیراشهری<sup>۵۱</sup> برای بهره‌مندی از اوقات فراغت و گردشگری و مسکن و خدمات تحت فشارند (پی‌یور و همکاران، ۲۰۱۱). البته نقاط پیراشهری علاوه بر ماهیت مسکونی و نقش فراغتی برای گذرانیدن تعطیلات آخر هفته، به‌عنوان اقامتگاه ثانویه برای گردشگران نیز مورد توجه قرار می‌گیرند (کاریل و ویلا<sup>۵۲</sup>، ۲۰۱۲). روی هم‌رفته می‌توان دریافت که گردشگری پیراشهری نیز همچون سایر گونه‌های گردشگری نقش مهمی در توسعه محلی و اقتصاد محلی به عهده دارد. گردشگری مانند هر فعالیت صادراتی، منبع درآمد و اشتغال است و زنجیره‌ای از کل فعالیت‌های اقتصادی را به‌وجود می‌آورد. همچنین، تقاضا برای صنایع و هنرهای دستی و فعالیت‌هایی که نیاز به نیروی کار بیشتری دارند را ارتقا می‌دهد (محسنی، ۱۳۸۸). در سال‌های اخیر محققان مختلفی از سراسر جهان همت گماشته و درباره گردشگری و مفهوم‌سازی آن، و همچنین زوایای گوناگون آن تحقیق کرده‌اند. هلاند<sup>۵۳</sup> و همکاران (۲۰۰۳) بر ایجاد فعالیت‌های مکمل یا متحول کردن نواحی روستایی و پیرامونی آن با توجه به منابع زمینی و انسانی آن‌ها و جانسون<sup>۵۴</sup> (۲۰۰۳) بر هزینه‌های بوم‌شناختی (اکولوژیک) ناشی از توسعه فضای ساخته‌شده در دسترس و کل مصرف انرژی هر بازدیدکننده تأکید کرده‌اند. جانسون و دوونیش<sup>۵۵</sup> (۲۰۰۸) بر متغیرهایی مانند داشتن شناخت از مقصد، رضایتمندی از مقصد، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گردشگران و فعالیت‌های گردشگری و همچنین، لاه کنتا یولیتریسنا دیوی<sup>۵۶</sup> (۲۰۱۴) در تحقیق خود که در بالی اندونزی انجام شده، بر نقش تغییرات کاربری زمین و کاهش کیفیت محیط به‌عنوان مهم‌ترین اثرات گردشگری انگشت تأکید گذاشته‌اند. نقش کیفیت مقاصد گردشگری بر رضایتمندی گردشگران و ارتقای تجربه گردشگری و افزایش رقابت‌پذیری گردشگری از سوی سازمان جهانی گردشگری<sup>۵۷</sup> (۲۰۱۹) مورد توجه قرار گرفته است. ایبانسکیو<sup>۵۸</sup> و همکاران (۲۰۱۶) نیز ارتباط مستقیم بین توسعه گردشگری پیراشهری با دینامیک گردشگری شهر و اندازه جمعیتی شهر در رومانی را به اثبات رسانده‌اند. گفتنی است که گردشگری

- 27 Li  
28 Peri-urbanization  
29 Gottero  
30 Ecosystem Services  
31 Peri-urban Areas  
32 Carril & Vila  
33 Holland  
34 Johnson  
35 Jonsson and Devonish  
36 Luh Ketut Yulitrisna Dewi  
37 World Tourism Organization  
38 Ibanescu

- 39 Vanderwerf  
40 Popa  
41 Carrying Capacity  
42 Garrigos  
43 Knickel and Kobzeva  
44 Sun  
45 Li  
46 Carril



کیلومتر و فاصله دو روستا نسبت به هم نیز ۳ کیلومتر است (شکل ۱). برای گردآوری داده‌ها از روش اسنادی و مراجعه به اسناد کتابخانه‌ای و همچنین، روش میدانی و بهره‌گیری از مشاهده، مصاحبه و تکمیل پرسشنامه توسط ۲۰ تن از خبرگان و متخصصان استفاده شده است. برای تعیین حجم نمونه نیز از روش گلوله برفی بهره گرفته شده که در واقع، گونه‌ای نمونه‌گیری هدفمند است. روش کار به این صورت بوده است که از صاحب‌نظران و کارشناسان آشنا با موضوع و محدوده مطالعه شده خواسته شد تا افراد مطلع و خبره در سازمان‌ها و مراجع تخصصی دیگر را معرفی کنند. بنابراین، تخصص و آشنایی با موضوع تحقیق و محدوده مطالعه شده مهم‌ترین ملاک‌های انتخاب خبرگان و متخصصان بوده است. به بیان دیگر، پس از انتخاب اولین نمونه، از آن برای شناسایی و انتخاب نمونه‌های دیگر کمک گرفته، و نمونه شبیه یک گلوله برفی به تدریج بزرگ‌تر می‌شود. در این معنا انتخاب جمعیت نمونه از این طریق و به صورت زنجیروار تا هنگامی که دیگر نمونه‌ای پیدا نشود، ادامه می‌یابد. برای بررسی روایی پرسشنامه‌ها از روایی محتوا مدد گرفته شده است. به این منظور، پرسشنامه‌های طراحی شده در اختیار جمعی از صاحب‌نظران قرار گرفت و پرسش‌ها با نظر آن‌ها تعدیل و مورد بازنگری قرار گرفت و سپس، پرسشنامه‌ها میان جامعه آماری توزیع شد. برای سنجش پایایی نیز از روش آلفای کرونباخ<sup>۴۷</sup> استفاده شد که مقدار آن ۰/۷۸ به دست آمد که این میزان با توجه به اینکه بیشتر از ۰/۷ است، حکایت از پایایی و اعتمادپذیری مطلوب پرسشنامه دارد.

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از تکنیک سوات (SWOT) و ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM) و اکسل (EXCEL) استفاده شده است. تکنیک سوات به شناسایی قوت‌ها و ضعف‌های داخلی و درونی سیستم گردشگری می‌پردازد و به دنبال استفاده حداکثری از قوت‌های داخلی، حذف ضعف‌ها، بهره‌برداری از فرصت‌های بیرونی و دوری از تهدیدهای بیرونی است. به این ترتیب، چهار راهبرد مطرح می‌شود که عبارت‌اند از:

- راهبردهای SO (تهاجمی یا توسعه‌ای): در این راهبردها تلاش بر این است که با توجه به قوت‌های داخلی از فرصت‌های خارجی بهره‌برداری شود. در این راهبرد، هدف حذف ضعف‌های داخلی است.
- راهبردهای WO (محافظه کارانه یا بازنگری): هدف، بهبود ضعف‌های داخلی همراه با بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در خارج است.
- راهبردهای ST (تنوع یا رقابتی): راهبرد تنوع، در واقع بهره‌گیری از قوت‌های داخلی با هدف حذف یا کاهش تهدیدهای بیرونی است.
- راهبردهای WT (تدافعی): هدف، کاهش ضعف‌های درونی و احتراز از تهدیدهای بیرونی است (اعرابی و همکاران، ۱۳۹۰).

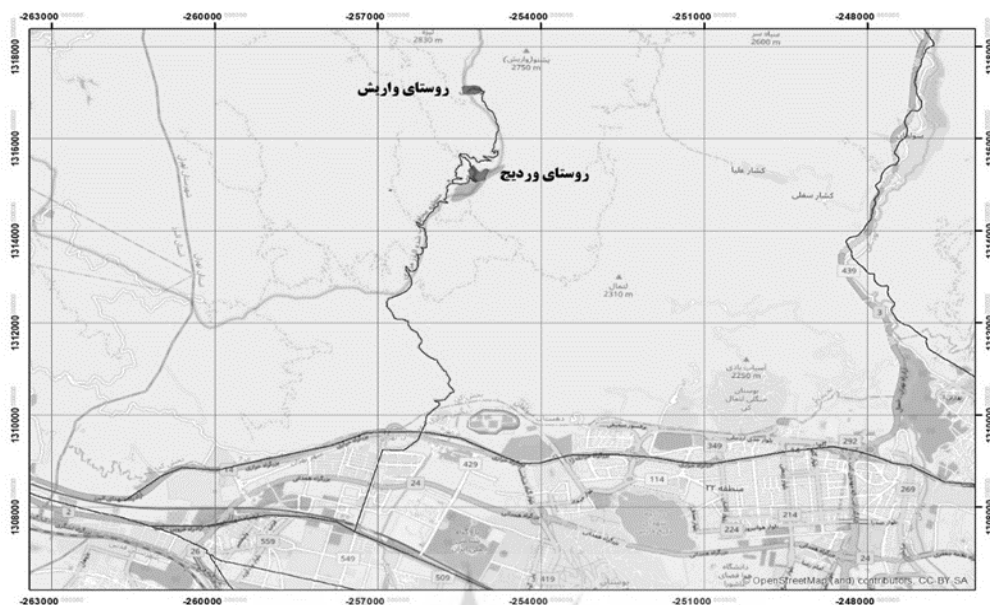
در واقع، تدوین عوامل داخلی و خارجی و انجام مقایسه بین آن‌ها، مهم‌ترین و مشکل‌ترین بخش ماتریس SWOT به‌شمار می‌رود. بنابراین، پس از انتخاب جامعه نمونه، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و عوامل خارجی شکل گرفت و به منظور تعیین ضریب هر یک از عوامل

جدید در پهنه‌های حفاظت محیط زیست تمرکز کرده‌اند. قاسمی و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله‌ای بر تشکیل سلسله‌مراتبی از نواحی گردشگری که بتواند چارچوب مؤثری برای توزیع گردشگر و ارائه خدمات مناسب و کارکرد مطلوب داشته باشد، تأکید کرده‌اند. علی‌اکبری و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی به شناخت مناسبات و وابستگی‌های شهر و محیط پیرامون بر مبنای بررسی ظرفیت‌ها و انگیزه‌های ارتباط شهر و پیرامون و الگوی تغییرات در روابط شهر و پیرامون توجه نشان داده‌اند. صفری علی‌اکبری و صادقی (۱۳۹۹) نیز با بررسی اثرات گردشگری در تحولات سکونتگاه‌های پیراشهری به این نتیجه رسیده‌اند که بیشترین اثرات اجتماعی، مربوط به کاهش مهاجرت و تثبیت جمعیت، بیشترین تأثیر از نظر اقتصادی مربوط به شاخص افزایش فرصت‌های شغلی و گسترش مشاغل خدماتی بوده است. شاخص ورود دلالان شهری در بحث زمین به عنوان یکی از اثرات منفی اقتصادی گردشگری بوده است. بیشترین اثر کالبدی گردشگری در روستا مربوط به شاخص نگهداری و مرمت آثار تاریخی است. ایجاد و توسعه امکانات و خدمات با توجه به آستانه جمعیت، تسریع و نظارت بر اجرای صحیح پروژه‌های فیزیکی روستایی و افزایش سطح آگاهی مدیریت محلی در مورد اهمیت بهبود کیفیت مسکن در فرایند توسعه پایدار روستایی و روستاهای پیراشهری نیز در تحقیق سپهوند و همکاران (۱۴۰۰) مورد تأکید قرار گرفته است. همچنین، کمبود فرصت‌های شغلی و سطح پایین درآمد به دلیل خشکسالی و جذب جمعیت جوان و تحصیل کرده در شهرهای صنعتی خارج از ناحیه و حتی استان، از مهم‌ترین نتایجی است که هیاس نجف و اکبرپور (۱۴۰۰) در پژوهش خود به آن رسیده‌اند.

## مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و به شیوه پیمایشی و در محور گردشگری وردیج-واریش صورت پذیرفته است. بر مبنای تقسیمات متداول پژوهش به الگوهای بنیادی، کاربردی و عملی (حافظنیا، ۱۳۸۸)، می‌توان گفت که پژوهش حاضر از نوع کاربردی است، زیرا نتایج حاصل از آن در برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها قابل استفاده است.

طبق آخرین تقسیمات سیاسی کشور در سال ۱۳۹۵، روستاهای وردیج و واریش در شهرستان تهران و در بخش کن و دهستان سولقان قرار گرفته‌اند. در این دهستان ۱۶ آبادی قرار دارد که ۳ آبادی خالی از سکنه و ۱۳ آبادی دارای جمعیت هستند. جمعیت روستای وردیج در سرشماری سال ۱۳۹۵ برابر با ۷۷۸ نفر و جمعیت روستای واریش نیز در همین سال برابر با ۴۸۳ نفر بوده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). درخور یادآوری است که هر دو روستا در حریم منطقه ۲۲ شهرداری تهران قرار دارند. فاصله روستای واریش تا بزرگراه شهید خرازی ۱۴ کیلومتر و فاصله روستای وردیج تا بزرگراه یادشده ۱۱ کیلومتر است. نزدیک‌ترین ایستگاه مترو به روستاهای مطالعه‌شده، متروی وردآورد است که فاصله روستای واریش تا آن ۱۷ کیلومتر و فاصله روستای وردیج تا متروی وردآورد ۱۴



شکل ۱. موقعیت نسبی روستاهای وردیج و واریش

- برای تعیین نمره نهایی هر عامل، باید ضریب هر عامل را در نمره آن ضرب کرد.
- مجموع نمره‌های نهایی هر عامل را محاسبه کرد تا نمره نهایی آن مشخص شود.

اگر میانگین آن‌ها کمتر از  $\frac{2}{5}$  باشد، یعنی سازمان از نظر عوامل داخلی دچار ضعف است و اگر نمره میانگین بیشتر از  $\frac{2}{5}$  باشد، سازمان دارای قوت است. برای تهیه ماتریس ارزیابی عوامل خارجی<sup>۴۹</sup> نیز مانند موارد قبل عمل می‌شود. به بیان دیگر، برای هر یک از عوامل یک امتیاز بین ۱-۴ داده می‌شود. این امتیاز بیانگر میزان اثربخشی راهبردهای کنونی مطرح‌شده برای محور در نشان دادن واکنش نسبت به عوامل یادشده است. عدد ۴ به معنای بیشترین امتیاز و نشان‌دهنده اهمیت آن فرصت است و عدد ۱ به این معناست که واکنش، بسیار ضعیف است. تعبیر هر یک از امتیازها می‌تواند به این ترتیب باشد: ۴ به معنای فرصت طلایی، ۳ به معنای فرصت قابل اعتنا (واکنش خوب)، ۲ تهدید قابل اعتنا (واکنش بد و منفی) و ۱ به معنای تهدید جدی (واکنش خیلی بد). امتیاز ۴ نشان می‌دهد محور گردشگری دارای موقعیتی برجسته است. به بیان دیگر، نشان‌دهنده واکنش عالی محور گردشگری در استفاده از فرصت‌ها و به حداقل رساندن اثر تهدیدهاست (اعرابی و همکاران، ۱۳۹۰). در ادامه، بر اساس مطالعات و یافته‌های میدانی و نظرات کارشناسان و خبرگان، عوامل داخلی و خارجی محور گردشگری وردیج- واریش ارزیابی می‌شود.

49 External Factor Evaluation Matrix (EFE)

و تصمیم‌گیری پیرامون عوامل راهبردی با اهمیت بالا و پایین از نظرات متخصصان استفاده شد، تا نتایج حاصل از ماتریس‌ها برای اخذ نمره نهایی به کار گرفته شود. در ادامه و پس از تدوین و انتخاب راهبرد منتخب، از طریق ماتریس راهبردی کمی (QSPM) به اولویت‌بندی راهبردها مبادرت شده است.

#### یافته‌ها

مدل SWOT یکی از ابزارهای استراتژیک برای ارزیابی عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و خارجی (فرصت و تهدید) مؤثر بر سیستم است؛ از این‌رو در این نوشتار از این مدل برای تدوین راهبردها استفاده می‌شود. در این مدل چهار مفهوم قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها بنیان اصلی را تشکیل می‌دهند که متأثر از عوامل اثرگذار درونی (داخلی) و بیرونی (خارجی) بر گردشگری پیراشهری هستند.

برای تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی<sup>۴۸</sup> ابتدا قوت‌ها و سپس، ضعف‌ها را فهرست کرده و به هر عامل یک ضریب وزنی بین صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیار مهم) اختصاص داده می‌شود. در این صورت جمع ضرایب وزنی اختصاص داده‌شده باید مساوی یک باشد.

- به هریک از این عامل‌ها نمره ۱ تا ۴ داده می‌شود. نمره ۱ بیانگر ضعف اساسی، نمره ۲ ضعف کم، نمره ۳ بیانگر قوت و نمره ۴ نشان‌دهنده قوت بسیار زیاد عامل است.

48 Internal Factor Evaluation (IFE)

### جدول ۱. ارزیابی عوامل داخلی

نمره	رتبه	ضریب	قوت
۰.۲۲	۴	۰.۰۵۷	- جاذبه های متنوع طبیعی
۰.۱۹	۴	۰.۰۴۸	- جاذبه های متنوع انسانی
۰.۲۲	۴	۰.۰۵۶	- آب و هوای مطلوب گردشگری
۰.۲۳	۴	۰.۰۵۸	- داشتن محیط آرام و فرح بخش
۰.۲۱	۴	۰.۰۵۳	- اشتغال بخشی از شاغلان روستا در فعالیتهای مرتبط با آگروتوریسم/گردشگری کشاورزی
۰.۱۴	۳	۰.۰۴۹	- وجود افراد تحصیل کرده و باسواد در روستاهای مطالعه شده
۰.۱۸	۴	۰.۰۴۷	- شناخت و آگاهی خوب مردم از مواهب و چشم اندازهای طبیعی
۰.۱۴	۳	۰.۰۴۸	- مشارکت درون گروهی (مذهبی و غیررسمی) مردم
۰.۱۴	۳	۰.۰۴۸	- استفاده از مصالح بوم آورد در مساکن، جداره ها و معماری روستا
۰.۲۲	۴	۰.۰۵۶	- آگاهی نسبی مدیران محلی به وظایف خویش
نمره	رتبه	ضریب	ضعف
۰.۱۰	۲	۰.۰۵۴	- دسترسی ضعیف به خدمات بهداشتی- درمانی
۰.۰۵	۱	۰.۰۵۲	- کمبود مراکز خرید گردشگری
۰.۰۵	۱	۰.۰۵۱	- ضعف در دسترسی به سرویس بهداشتی عمومی
۰.۱۰	۲	۰.۰۵۳	- تبلیغات محدود و بی توجهی به برندسازی روستا
۰.۰۵	۱	۰.۰۵۹	- کافی نبودن تسهیلات و تجهیزات رفاهی برای اقامت گردشگران
۰.۰۵	۱	۰.۰۵۳	- بیکاری (دائم و فصلی) و عدم تنوع شغلی
۰.۰۹	۲	۰.۰۴۹	- نبود نیروی متخصص و راهنما برای معرفی آثار گردشگری در روستا
۰.۱۱	۲	۰.۰۵۷	- گرایش غالب باغ داران به استفاده اختصاصی از باغ ها
۰.۰۵	۱	۰.۰۵۲	- ضعف بنیة اقتصادی اهالی برای مشارکت در تأمین مالی پروژه ها
۲.۶		۱	جمع

درمانی، تبلیغات محدود و بی توجهی به برندسازی روستا هر دو با امتیاز وزنی ۰/۱۰ به ترتیب مهم ترین ضعفها به شمار می روند.

#### ارزیابی عوامل خارجی

عوامل خارجی به نقاط فرصت و تهدید محور گردشگری برمی گردد. به بیان دیگر، عوامل خارجی از بیرون از محیط بر محور مورد مطالعه اثر می گذارند. مجموع فرصتها و تهدیدهای محور وردیج- واریش در جدول ۲ ارائه شده است.

در میان عوامل خارجی می توان به نزدیکی به کلان شهر تهران و قطب های جمعیتی و فعالیت و امکان توسعه بخش گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۳۱، توجه مسئولان به موضوع گردشگری دو روستا و امکان

#### ارزیابی عوامل داخلی

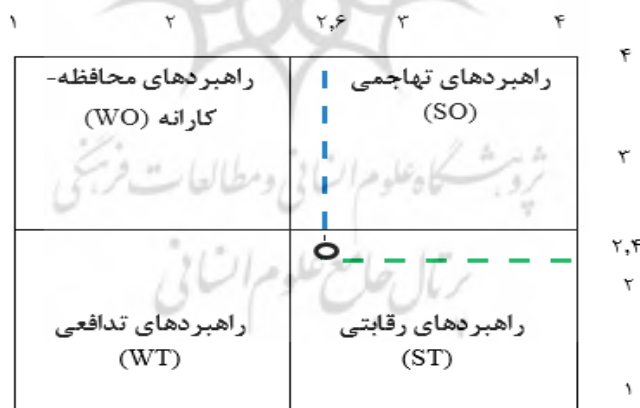
عوامل داخلی به قوتها و ضعفهای محور گردشگری برمی گردد. به بیان دیگر، عوامل داخلی از داخل محیط بر محور مورد مطالعه اثر می گذارند. مجموع قوتها و ضعفهای محور وردیج- واریش در جدول ۱ ارائه شده است.

از میان قوتها، مواردی نظیر داشتن محیط آرام و فرح بخش با امتیاز وزنی ۰/۲۳، جاذبه های متنوع طبیعی، آب و هوای مطلوب گردشگری و آگاهی نسبی مدیران محلی به وظایف خویش هر سه با امتیاز وزنی ۰/۲۲ بیشترین امتیازها را کسب کردند و دارای اهمیت بیشتری هستند. همچنین، در میان ضعفها، گرایش غالب باغ داران به استفاده اختصاصی از باغها با امتیاز وزنی ۰/۱۱، دسترسی ضعیف به خدمات بهداشتی-



## جدول ۲. ارزیابی عوامل خارجی

نمره	رتبه	ضریب	فرصت
۰.۲۳	۳	۰.۰۷۹	- امکان توانمندسازی روستاهای مورد نظر برای رقابت پذیری گردشگری
۰.۳	۴	۰.۰۷۶	- توجه مسئولان به موضوع گردشگری دو روستا و امکان توسعه گردشگری پایدار
۰.۳۱	۴	۰.۰۷۸	- نزدیکی به کلان شهر تهران و قطب های جمعیتی و فعالیت و امکان توسعه بخش گردشگری
۰.۲۴	۳	۰.۰۸۲	- امکان ایجاد فرصت های جدید اقتصادی و متنوع سازی اقتصاد روستایی
۰.۳	۴	۰.۰۷۶	- تمایل عموم مردم برای گردشگری و سفر به منطقه ۲۲ و محدوده مطالعه شده
۰.۲۳	۳	۰.۰۷۸	- افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این محدوده
نمره	رتبه	ضریب	تهدید
۰.۰۷	۱	۰.۰۷۶	- احتمال آلودگی های زیست محیطی به دلیل عدم رعایت مسائل زیست محیطی از جانب گردشگران
۰.۱۴	۲	۰.۰۷۲	- افزایش هزینه های زندگی و کاهش قدرت خرید
۰.۰۷	۱	۰.۰۷۶	- حاکمیت برنامه ریزی بخشی و عمودی در نظام برنامه ریزی کشور و بی توجهی به هماهنگی بین بخشی
۰.۱۵	۲	۰.۰۷۹	- قدرت محدود نهادهای انتخابی و سازمان های مردم نهاد در نظام اجرایی و تصمیم گیری کشور
۰.۱۴	۲	۰.۰۷۲	- تعارض منافع سازمانی
۰.۱۵	۲	۰.۰۷۸	- عدم کارایی قوانین و آیین نامه های مربوط به حفاظت محیط زیست
۰.۰۷	۱	۰.۰۷۸	- دیوان سالاری و سنگ اندازی در برابر فعالیت اتریش سازمان های مردم نهاد
۲.۴		۱	جمع



شکل ۲. راهبردهای چهارگانه و انتخاب راهبرد نهایی محور گردشگری

و تصمیم گیری کشور، و عدم کارایی قوانین و آیین نامه های مربوط به حفاظت محیط زیست هر دو با امتیاز وزنی ۰/۱۵ و تعارض منافع سازمانی و افزایش هزینه های زندگی و کاهش قدرت خرید هر دو با امتیاز وزنی ۰/۱۴ به عنوان مهم ترین تهدیدها نام برد.

توسعه گردشگری پایدار و تمایل عموم مردم برای گردشگری و سفر به منطقه ۲۲ و محدوده مطالعه شده هر دو با امتیاز وزنی ۰/۳ به عنوان مهم ترین فرصت های محور گردشگری اشاره کرد. همچنین، می توان از قدرت محدود نهادهای انتخابی و سازمان های مردم نهاد در نظام اجرایی

جدول ۳. ماتریس کمی‌سازی برنامه‌ریزی استراتژیک (QSPM) توسعه گردشگری در محور گردشگری وردیج- واریش؛ منطقه ۲۲ شهرداری تهران

راهبردها										عوامل داخلی	
ST5		ST4		ST3		ST2		ST1		ضریب	قوت
جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت		
۰,۱۵	۳	۰,۰۵	۱	۰,۰۵	۱	۰,۲	۴	۰,۲	۴	۰,۰۵	- جاذبه های متنوع طبیعی (S1)
۰,۰۴	۱	۰,۰۸	۲	۰,۰۸	۲	۰,۱۶	۴	۰,۱۶	۴	۰,۰۴	- جاذبه متنوع انسانی (S2)
۰,۱۵	۳	۰,۰۵	۱	۰,۰۵	۱	۰,۱۵	۳	۰,۱	۲	۰,۰۵	- آب و هوای مطلوب گردشگری (S3)
۰,۰۵	۱	۰,۰۵	۱	۰,۱	۲	۰,۱۵	۳	۰,۰۵	۱	۰,۰۵	- داشتن محیط آرام و فرحبخش (S4)
۰,۱۵	۳	۰,۰۵	۱	۰,۱	۲	۰,۲	۴	۰,۲	۴	۰,۰۵	- اشتغال بخشی از شاغلین روستا در فعالیتهای مرتبط با آگروتوریسم گردشگری کشاورزی (S5)
۰,۱۲	۳	۰,۱۲	۳	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	- وجود افراد تحصیلکرده و با سواد در روستاهای مورد مطالعه (S6)
۰,۱۶	۴	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	- شناخت و آگاهی خوب مردم از مواهب و چشم اندازهای طبیعی (S7)
۰,۱۶	۴	۰,۱۲	۳	۰,۰۴	۱	۰,۱۲	۳	۰,۱۲	۳	۰,۰۴	- مشارکت درون گروهی (مذهبی و غیررسمی) مردم (S8)
۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	۱	۰,۰۴	- استفاده از مصالح بوم آورد در مساکن، جدارهها و معماری روستا (S9)
۰,۱۵	۳	۰,۲	۴	۰,۱۵	۳	۰,۱۵	۳	۰,۱۵	۳	۰,۰۵	- آگاهی نسبی مدیران به وظایف خویش (S10)

راهبردها										عوامل داخلی	
ST5		ST4		ST3		ST2		ST1		ضریب	ضعف
جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت		
				۰,۰۵	۱					۰,۰۵	- دسترسی ضعیف به خدمات بهداشتی-درماتی (W1)
								۰,۰۵	۲	۰,۰۵	- کمبود مراکز خرید گردشگری (W2)
				۰,۰۵	۱					۰,۰۵	- ضعف در دسترسی به سرویس بهداشتی عمومی (W3)
		۰,۲	۴							۰,۰۵	- تبلیغات محدود و عدم توجه به برندسازی روستا (W4)
				۰,۰۵	۱					۰,۰۵	- تکافی بودن تسهیلات و تجهیزات رفاهی برای اقامت گردشگران (W5)
				۰,۲	۴	۰,۲	۴	۰,۲	۴	۰,۰۵	- بیکاری (دائم و فصلی) و عدم تنوع شغلی (W6)
۰,۰۴	۱	۰,۰۸	۲							۰,۰۴	- نبود تیروی متخصص و راهنما برای معرفی آثار گردشگری در روستا (W7)
				۰,۱۵	۳	۰,۱۵	۳	۰,۰۵	۱	۰,۰۵	- گرایش غالب باغداران به استفاده اختصاصی از باغات (W8)
				۰,۲	۴	۰,۲	۴	۰,۱	۲	۰,۰۵	- ضعف بنیه اقتصادی اهالی برای مشارکت در تأمین مالی پروژهها (W9)

جدول ۳. ماتریس کمی سازی برنامه ریزی استراتژیک (QSPM) توسعه گردشگری در محور گردشگری وردیج- وارش؛ منطقه ۲۲ شهرداری تهران

راهبردها										عوامل خارجی	
ST5		ST4		ST3		ST2		ST1		ضریب	فرصت
جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت		
۰,۰۷	۱	۰,۱۴	۲	۰,۲۱	۳	۰,۲۱	۳	۰,۱۴	۲	۰,۰۷	- امکان توانمندسازی روستاهای مورد نظر برای رقابت پذیری گردشگری (O <sub>1</sub> )
۰,۱۴	۲	۰,۲۸	۴	۰,۲۸	۴	۰,۲۸	۴	۰,۲۸	۴	۰,۰۷	- توجه مسئولین به موضوع گردشگری دو روستا و امکان توسعه گردشگری پایدار (O <sub>2</sub> )
۰,۰۷	۱	۰,۲۱	۳	۰,۱۴	۲	۰,۱۴	۲	۰,۱۴	۲	۰,۰۷	- نزدیکی به کلان شهر تهران و قطبهای جمعیتی و فعالیت و امکان توسعه بخش گردشگری (O <sub>3</sub> )
۰,۰۸	۱	۰,۰۸	۱	۰,۳۲	۴	۰,۳۲	۴	۰,۳۲	۴	۰,۰۸	- امکان ایجاد فرصت های جدید اقتصادی و متنوع سازی اقتصاد روستایی (O <sub>4</sub> )
۰,۰۶	۱	۰,۱۸	۳	۰,۰۶	۱	۰,۱۲	۲			۰,۰۶	- تمایل عموم مردم برای گردشگری و سفر به منطقه ۲۲ و محدوده مورد مطالعه (O <sub>5</sub> )
۰,۰۷	۱	۰,۲۱	۳	۰,۱۴	۲	۰,۲۱	۳	۰,۲۱	۳	۰,۰۷	-افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این محدوده (O <sub>6</sub> )

راهبردها										عوامل خارجی	
ST5		ST4		ST3		ST2		ST1		ضریب	تهدید
جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	نمره جذابیت		
۰,۱۸	۳					۰,۰۶	۱			۰,۰۶	- احتمال آلودگی های شدید زیست محیطی به دلیل عدم رعایت مسائل زیست محیطی از جانب گردشگران (T <sub>1</sub> )
		۰,۰۶	۱	۰,۰۶	۱			۰,۱۸	۳	۰,۰۶	- افزایش هزینه های زندگی و کاهش قدرت خرید (T <sub>2</sub> )
۰,۰۷	۱									۰,۰۷	-حاکمیت برنامه ریزی بخشی و عمودی در نظام برنامه ریزی کشور و بی توجهی به هماهنگی بین بخشی (T <sub>3</sub> )
۰,۱	۲									۰,۰۵	-قدرت محدود نهادهای انتخابی و سازمان های مردم نهاد در نظام اجرایی و تصمیم گیری کشور (T <sub>4</sub> )
						۰,۰۷	۱			۰,۰۷	-تعارض منافع سازمانی (T <sub>5</sub> )
						۰,۰۶	۱			۰,۰۶	-عدم کارایی قوانین و آیین نامه های مربوط به حفاظت محیط زیست (T <sub>6</sub> )
۰,۰۶	۱									۰,۰۷	- دیوانسالاری و سنگ اندازی در برابر فعالیت اتریخس سازمان های مردم نهاد (T <sub>7</sub> )
۲,۱۱		۲,۲۴		۲,۶		۳,۲۷		۲,۷۳			جمع کل

- مدیریت محلی) و روستاهای مطالعه شده و زمینه سازی برای حضور و مشارکت سازمان های مردم نهاد
- توجه به توسعه پایدار و ظرفیت تحمل منطقه و تلاش برای به حداقل رساندن تأثیرات منفی ناشی از توسعه گردشگری
- عدم کشت گونه های گیاهی آبدوست در نواحی شیب دار

#### راهبردهای رقابتی (تنوع) (ST)

- تنوع بخشی به اشتغال روستاییان برای ایجاد معیشت پایدار و جلب گردشگران به روستاها
- برنامه ریزی برای سوق دادن محور به سوی استفاده از آگروتوریسم و اکوتوریسم
- تنوع بخشی به فعالیت ها و امکانات و خدمات و تسهیلات گردشگری به منظور افزایش تنوع شغلی
- تنوع بخشی به برنامه های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه های محور به گردشگران
- جلب مشارکت های مردمی در ترویج و بهره برداری پایدار از منابع طبیعی با تأکید بر حفظ محیط زیست
- در ادامه با استفاده از ماتریسم برنامه ریزی راهبردی کمی (QSPM) به اولویت بندی راهبردهای رقابتی (تنوع) مبادرت می شود. ماتریس برنامه ریزی راهبردی کمی روشی تحلیلی است که با آن جذابیت نسبی راهبردها مشخص می شود. با این روش می توان به صورت عینی راهبردهای گوناگونی که در زمره بهترین راهبردها هستند، مشخص کرد. برای تهیه این ماتریس، از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی و نتیجه ماتریس سوات استفاده می شود. در این روش، ابتدا فرصت ها و تهدیدهای خارجی و قوت ها و ضعفها در ستون سمت راست ماتریس برنامه ریزی کمی نوشته شده، سپس ضریب به دست آمده در ماتریس ارزیابی، در ستون مقابل آن نوشته می شود. در مرحله بعد نمره جذابیت تعیین می شود. برای تعیین نمره جذابیت باید عوامل داخلی و خارجی را که در موفقیت سیستم نقش دارند و میزان جذابیت آن به راهبردها را تعیین کرد. به بیان دیگر، مشخص شود این عامل در فرایند انتخاب و گزینش راهبردها چه نقشی داشته است. نمره جذابیت ۱ (بدون جذابیت) تا ۴ بسیار جذاب است. نمره جذابیت از طریق نظرخواهی از متخصصان و خبرگان تعیین و اعمال شده است، سپس این نمره در ضریب ضرب شده و مجموع جمع امتیاز جذابیت، اولویت راهبرد را مشخص می کند. در حالت استاندارد، جمع امتیازهای هر راهبرد، نشان دهنده راهبرد برتر است (پورا احمد و همکاران، ۱۳۹۲).

- با توجه به نتایج جدول یاد شده می توان گفت که در میان راهبردهای رقابتی، راهبرد برنامه ریزی برای سوق دادن محور به سوی استفاده از آگروتوریسم و اکوتوریسم (ST<sub>۲</sub>) با امتیاز ۳/۲۷، تنوع بخشی به اشتغال روستاییان برای ایجاد معیشت پایدار و جلب گردشگران به روستاها (ST<sub>۱</sub>) با امتیاز ۲/۷۳ و تنوع بخشی به فعالیت ها و امکانات و خدمات و تسهیلات گردشگری به منظور افزایش تنوع شغلی (ST<sub>۳</sub>) با امتیاز ۲/۶

- در مجموع، تحلیل سوات حکایت از آن دارد که عوامل داخلی (قوت ها و ضعفها) دارای اهمیتی برابر با ۲/۶ و عوامل خارجی (فرصت ها و تهدیدها) دارای اهمیتی برابر با ۲/۴ بوده اند. از این رو، با توجه به محور مختصات (شکل ۲)، راهبرد نهایی محور گردشگری، راهبرد رقابتی (تنوع) است.
- در ادامه ابتدا راهبردهای تهاجمی، محافظه کارانه و تدافعی و سپس، راهبردهای رقابتی ارائه می شود.

#### راهبردهای تهاجمی (SO)

- بهره گیری از جاذبه های طبیعت محور و ژئوتوریستی و پدیده های ژئومورفیک برای جلب گردشگر و سرمایه گذار
- بهره گیری از جاذبه ها و استعداد های گردشگری باغ ها، و فراهم کردن محیطی مناسب در روستاها برای جذب گردشگر برای رقابت با سایر مناطق
- استفاده از نیروهای متخصص و جوان و بومی برای آموزش و ترویج گردشگری (تقویت نقش جوانان و اهالی در آموزش و ترویج گردشگری)
- ارتقای کیفیت منظر طبیعی و مصنوع به منظور افزایش کیفیت زندگی و جلب گردشگر و سرمایه گذار
- بهره گیری از مناظر طبیعی و پدیده های ژئومورفیک و زمین شناسی برای تقویت فعالیت های ورزشی و کوهنوردی و گردشگری ماجراجویانه به منظور کاهش الگوی تقاضای فصلی

#### راهبردهای محافظه کارانه (بازنگری) (WO)

- بازنگری در خدمات و تسهیلات عرضه شده به گردشگران (زیرساخت های مرتبط با گردشگری در روستاها) به منظور بهبود زیست پذیری و حضور راحت تر گردشگران به ویژه در فصل زمستان
- ایجاد بستری برای تعامل و همفکری بین نهادهای دولتی، غیردولتی و خصوصی برای پیشبرد بهتر طرح های محلی با تأکید بر مشارکت جامعه محلی
- گسترش فعالیت های بازاریابی در بازار هدف تهران
- بازنگری در طرح های محلی با لحاظ کردن تمامی ابعاد توسعه پایدار و توجه به مشارکت های مردمی در تهیه و اجرای طرح

#### راهبردهای تدافعی (WT)

- آموزش و اطلاع رسانی به ساکنان در ارتباط با شیوه برخورد با گردشگران به منظور جلوگیری از ایجاد تعارض بین جامعه محلی و گردشگران و آشنا کردن گردشگران با فرهنگ بومی
- فعالیت های فرهنگی و تقویت نیروهای نظارتی با همکاری اهالی به منظور جلوگیری از تخلفات اجتماعی و فرهنگی و افزایش بزه کاری ناشی از ورود گردشگران به روستاهای مطالعه شده
- اصلاح و بهبود عناصر نهادی گردشگری منطقه (توانمندسازی

دستور کار قرار گیرد (کدیور و سقای، ۱۳۸۵) و به حساسیت‌ها و روحیات ساکنان لی<sup>۵۴</sup> و همکاران (۲۰۲۱) توجه شود تا از خسارت‌های احتمالی ممانعت به عمل آید.

افزون بر موارد یادشده، بیکاری و فقدان تنوع شغلی در روستا که در برخی نقاط دیگر کشور و از جمله در پژوهش هیاس نجف و اکبرپور (۱۴۰۰) نیز گزارش شده است، و نبود مشاغل متناسب با وضعیت تحصیلی برخی اهالی روستاها و کمبود امکانات منجر به جابه‌جایی و خروج ساکنان از روستاهای وردیج و واریش به کلان‌شهرهای تهران و البرز شده است. انجام امور اداری و فروش محصولات باغی و کشاورزی به میادین میوه و تره‌بار نیز موجب ارتباط ساکنان با شهر تهران و نقاط پیرامونی شده است، ولی باید این ارتباط یک‌سویه به پیوندی مستحکم و دوسویه تبدیل شود؛ که خود در گرو بهبود زیرساخت‌ها، بهبود وضعیت تسهیلات و دسترسی‌ها، اشتغال‌زایی و... است. از طرف دیگر، دسترسی به منطقه ۲۲ و استان البرز خود نقش مهمی در جذب گردشگر و افزایش تقاضای سفر به این محدوده دارد که به آشنایی گردشگران با روستاها و اهالی آن‌ها و معرفی جاذبه‌های محور به سایرین می‌انجامد که مجموعه این موارد نتایج تحقیق علی‌اکبری و همکاران (۱۳۹۶) مبنی بر استفاده از ظرفیت‌های گردشگری وابستگی و پیوند شهر و پیرامون را به اثبات می‌رساند.

#### بحث و نتیجه‌گیری

طی چند دهه گذشته گردشگری نقش مهمی در بهبود اقتصاد جوامع و توسعه محلی و منطقه‌ای بازی کرده و به عنوان راه حل بسیاری از مسائل اقتصادی و اجتماعی مطرح شده است؛ البته این موضوع مستلزم برنامه‌ریزی و تدوین راهبردها و راهکارهای مناسب است. بر این مبنای پژوهش حاضر کوشیده است تا بر پایه برنامه‌ریزی راهبردی، مهم‌ترین راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری در محور گردشگری وردیج- واریش را ارائه کند.

در این راستا، شناسایی عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) از مهم‌ترین اقدامات است که نگاه واقع‌بینانه‌ای را پیش پای مدیران محلی قرار می‌دهد. در نوشتار حاضر پس از بررسی‌های کتابخانه‌ای و فعالیت‌های میدانی و مصاحبه با متخصصان و مدیران، ۱۰ قوت، ۹ ضعف، ۶ فرصت و ۷ تهدید شناسایی شد. به بیان دیگر، می‌توان از ۱۶ قوت و فرصت به عنوان مزیت‌ها و پیش‌برنده‌های توسعه محور گردشگری و همچنین، ۱۶ ضعف و تهدید به عنوان تنگناها و بازدارنده‌های توسعه محور گردشگری نام برد. در این میان، بر پایه برنامه‌ریزی راهبردی و مدل سوات و نتایج امتیازها، راهبرد نهایی محور، راهبرد رقابتی (تنوع) برگزیده شد؛ بنابراین باید راهبردهای توسعه محور گردشگری به سوی بهره‌گیری از قوت‌های داخلی و کاهش یا حذف تهدیدهای بیرونی حرکت کند.

یافته‌ها نشان می‌دهد جاذبه‌های طبیعی محور همچون شکل‌های

به‌ترتیب بیشترین امتیازها را کسب کردند؛ در نتیجه از اولویت بیشتری برخوردارند که ضرورت دارد برنامه‌ریزی‌های مربوط به توسعه گردشگری محور وردیج- واریش در راستای اولویت‌های یادشده جهت‌گیری کند. در جمع‌بندی یافته‌های تحقیق می‌توان گفت که مجموع قوت‌ها و فرصت‌های روستاهای وردیج و واریش موقعیت کم‌نظیری برای توسعه گردشگری پیراشهری را فراهم آورده است. شایان یادآوری است که هرچند مشارکت درون‌گروهی در روستاهای وردیج و واریش به‌منابه نقطه قوت محسوب می‌شود، باید مشارکت به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی از سطح روابط فردی و درون‌گروهی به سطح برون‌فردی و نهادی تعمیم یابد که نتایج آن در توسعه گردشگری پایدار پیراشهری ملموس‌تر خواهد بود که این موضوع در تحقیقات اشاره‌شده در پیشینه تحقیق کمتر بررسی شده است. همچنین، افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این محدوده نقش عوامل و پیشران‌های اقتصادی در توسعه گردشگری را روشن می‌سازد که نتایج تحقیق نیکل و کوبزوا<sup>۵۵</sup> (۲۰۱۹) را تأیید می‌کند.

احتمال آلودگی‌های زیست‌محیطی به دلیل عدم رعایت مسائل زیست‌محیطی از جانب گردشگران در زمره تهدیدهای محور گردشگری است که به‌تدریج به سبب توسعه طرح‌های گردشگری هزینه‌های بوم‌شناختی ناشی از آن افزایش می‌یابد که با نتایج تحقیق جانسون<sup>۵۱</sup> (۲۰۰۳) مطابقت می‌یابد. بر این مبنای باید همان‌گونه که در پژوهش گریگوس (۲۰۰۴) و افراخته و خدائی (۱۳۹۰) نشان داده شد ظرفیت تحمل محیطی افزایش یابد و در هرگونه برنامه‌ریزی و مدیریت محور گردشگری و ساماندهی آن مورد توجه قرار گیرد. البته عدم کارایی قوانین و آیین‌نامه‌های مربوط به حفاظت محیط زیست از مهم‌ترین نکات است که از سوی پاسخ‌دهندگان مورد تأکید قرار گرفته و از نقاط تمایز پژوهش حاضر با سایر تحقیقات است.

دسترسی ضعیف به خدمات و ضعف در زیرساخت‌ها در محور گردشگری به کاهش کیفیت زندگی منجر شده است که به نوبه خود با نتایج تحقیق سان<sup>۵۲</sup> و همکاران (۲۰۱۶) همپوشانی دارد؛ بنابراین افزایش کیفیت زندگی مقاصد گردشگری می‌تواند تجربه غنی‌تر و رضایتمندی بیشتری را به ارمغان آورد که این مطلب از سوی برخی نهادها از جمله سازمان جهانی گردشگری<sup>۵۳</sup> (۲۰۱۹) نیز به اثبات رسیده است. توجه به تبلیغات و برندسازی و نیروهای بومی و متخصص و راهنما برای معرفی آثار گردشگری روستاها به گردشگران در نوشتار حاضر از جمله نکاتی است که در سایر تحقیقات کمتر بررسی شده است. در روستاهای مطالعه‌شده، باغداران غالباً به استفاده اختصاصی از باغ‌ها گرایش دارند و در برخی موارد بی‌توجهی گردشگران به حفظ محیط زیست روستا و روحیات و فرهنگ اهالی به بروز تنش‌های محدودی منجر شده است. بر این اساس، باید برنامه‌ریزی و ساماندهی محور گردشگری در

50 Knickel and Kobzeva

51 Johnson

52 Sun

53 World Tourism Organization



سرمایه‌گذاری و شیوه‌های جذب بخش خصوصی به محیط‌های پیراشهری با هدف توسعه گردشگری پیراشهری نیز از جمله مهم‌ترین تحقیقاتی است که می‌تواند به غنی شدن ادبیات موجود بینجامد.

### تقدیر و تشکر

مقاله برگرفته از نتایج پروژه پژوهشی انجام‌شده در مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران است.

### منابع

- افراخته، ح و خدائی، ب. (۱۳۹۰). «ساماندهی گردشگری در تفرجگاه‌های پیراشهری هماهنگ با ظرفیت تحمل محیطی»، *فصلنامه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۱۱(۲۰)، ۶۹-۸۸.
- عربی، س. م؛ آقازاده، ه و نظامی‌وند چگینی، ه. (۱۳۹۰). *دستنامه برنامه‌ریزی استراتژیک*، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- پوراحمد، ا؛ حسینی، ع؛ اروچی، ح و علیزاده، م. (۱۳۹۲). «اولویت‌سنجش راهبردهای توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه الموت قزوین»، *فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*، ۴۵(۳)، ۱-۱۷.
- حافظ‌نیا، م. ر. (۱۳۸۸). *مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی*، تهران: انتشارات سمت.
- خبرگزاری برنا. (۱۳۹۷). «تهران‌گردی کنیم / این هفته روستاهای وردیج و واریش»، ۹ اسفند، کد خبر: ۸۱۸۰۹۴، تهران
- دنیای اقتصاد. (۱۳۹۸). «توریست ورودی در مسیر کاهش»، ۱۹ بهمن، شماره خبر: ۳۶۲۳۶۸۱، تهران
- رضایی، ع و جلیلیان، س. (۱۳۹۸). «بررسی عوامل راهبردی مدیریت گردشگری روستایی با استفاده از تکنیک SWOT و تشکیل ماتریس QSPM در استان کرمانشاه»، *فصلنامه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، ۱۵(۱)، ۲۰۱-۲۱۸.
- سپهوند، ف؛ تقدیسی، ا و رضوانی، م. ر. (۱۴۰۰). «ارزیابی کیفیت محیط سکونتی در روستاهای پیراشهری (مورد مطالعه: شهرستان شیراز)»، *فصلنامه پژوهش‌های روستایی*، ۱۱(۱)، ۱۱۰-۱۲۵.
- سقای، م؛ حاتم‌نژاد، ح و ثابت کوشکی‌نیا، م. (۱۳۹۵). «پهنه‌بندی گردشگری در تفرجگاه‌های پیراشهری (مطالعه موردی: بوستان خورشید مشهد)»، *فصلنامه فضای گردشگری*، ۵(۱۸)، ۱۰۱-۱۲۳
- شجاعی، م و تراب احمدی، م. (۱۳۹۳). «بررسی تحقق‌پذیری اهداف کمی سند چشم‌انداز توسعه گردشگری ایران ۱۴۰۴»، *اولین همایش بین‌المللی علمی-راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش‌ها و چشم‌اندازها*، مشهد.
- صفری‌علی‌اکبری؛ م و صادقی، ح. (۱۳۹۹). «اثرات گردشگری در تحولات سکونتگاه‌های پیراشهری شهرستان ایذه»، *مجله توسعه فضاهای پیراشهری*، ۲(۲)، ۱۱۱-۱۲۸.
- فرجام، س؛ نساجی کامرانی، م و بردبار، ز. (۱۳۹۷). «بررسی تأثیر ارزش ویژه برند مقصد بر وفاداری گردشگران به منطقه گردشگری شیراز»، *فصلنامه گردشگری و توسعه*، ۷(۳)، ۱۰۷-۱۲۶.
- قاسمی، ع؛ نوابخش، م و کردوانی، پ. (۱۳۹۶). «اولویت‌بندی مقاصد گردشگری پیرامونی کلان‌شهرها مورد: حومه‌های بیلاقی شمال تهران»، *فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۶(۲)، ۱۷۳-۱۸۷.
- قرشی میناآباد؛ م؛ مولایی هاشجین، ن و یعقوبی، م. (۱۳۹۳). «تبیین پیامدهای

سنگی وردیج موسوم به دامنه ارواح سنگی، باغ‌های میوه و چشمه‌ها و رود و کوه‌های محدوده و آب‌وهوای مطبوع آن، از عوامل جاذب گردشگر است که باید در برنامه‌ریزی‌ها و مدیریت گردشگری مورد توجه قرار گیرد. از سوی دیگر، نگاه و رویکرد مدیران محلی و منطقه به موضوع گردشگری و لزوم توسعه محور گردشگری و نزدیکی به قطب‌های جمعیتی و فعالیت کلان‌شهرهای تهران و البرز در زمره فرصت‌های مهم محور گردشگری وردیج- واریش به شمار می‌رود. همچنین، طبق نتایج ماتریس کمی‌سازی برنامه‌ریزی راهبردی، راهبردهای برنامه‌ریزی برای سوق دادن محور به سوی استفاده از آگروتوریسم و اکوتوریسم (ST<sub>پ</sub>)، تنوع‌بخشی به اشتغال روستاییان برای ایجاد معیشت پایدار و جلب گردشگران به روستاها (ST<sub>ر</sub>) و تنوع‌بخشی به فعالیت‌ها و امکانات و خدمات و تسهیلات گردشگری به منظور افزایش تنوع شغلی (ST<sub>ش</sub>) بیشترین امتیازها را کسب کردند؛ بنابراین از اولویت بیشتری برخوردارند.

روی‌هم‌رفته با توجه به اشتغال اغلب جمعیت دو روستا در فعالیت‌های مرتبط با کشاورزی و باغداری، باید مدیران محلی به موضوع آگروتوریسم توجه بیشتری کنند. از این گذشته، طبیعت بکر محدوده و آب‌وهوای مطبوع آن، لزوم تقویت نقش اکوتوریسم و برگزاری تورهای طبیعت‌گردی در محدوده را دوچندان می‌سازد. البته باید سایر فعالیت‌ها از جمله صنایع دستی نیز گسترش یابد و تنوع‌بخشی به ساختار شغلی روستاها و برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های محور به گردشگران در دستور کار قرار گیرد. جلب مشارکت‌های مردمی در ترویج و بهره‌برداری پایدار از منابع طبیعی با تأکید بر حفظ محیط زیست نیز از دیگر راهبردهای مهم در توسعه محور گردشگری وردیج- واریش است. در پایان، به‌عنوان نتیجه‌گیری کلی و پایانی نوشتار می‌توان گفت که ساماندهی محور گردشگری نیازمند رویکرد جامع و یکپارچه و مدیریت مشارکتی است؛ با ذکر این نکته که در ساماندهی و توسعه گردشگری پیراشهری نباید فقط به ابعاد کالبدی و یا اقتصادی توجه داشت، بلکه باید ابعاد فرهنگی، اجتماعی، نهادی و زیست‌محیطی نیز مورد اهتمام برنامه‌ریزان و مدیران محلی قرار گیرد و در این مسیر افزون بر نیازهای گردشگران به عنوان یکی از ارکان گردشگری، به رفع نیازهای جوامع میزبان گردشگر نیز مبادرت شود.

درخور یادآوری است که هر پژوهشی با محدودیت‌ها و مشکلاتی روبه‌روست، از مهم‌ترین مشکلات و محدودیت‌های تحقیق پیش رو می‌توان به نبود مدیریت یکپارچه شهری و روند بروکراسی اداری و تعارض منافع سازمانی اشاره کرد که ایجاد هماهنگی میان عناصر یادشده و کسب اطلاعات را با مشکل مواجه ساخت. محیط کوهستانی محور گردشگری و وجود آب‌وهوای متغیر در فصول مختلف سال و به‌ویژه سختی آب‌وهوا در نیمه دوم سال نیز از دیگر محدودیت‌های تحقیق در چنین محیط‌هایی است. در پایان، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی در رابطه با نقش مدیریت یکپارچه شهری در تحقق گردشگری پایدار پیراشهری و گردشگری پیراشهری در پرتو حکمروایی شایسته صورت پذیرد. سنجش ردپای بوم‌شناختی (اکولوژیک) مقاصد گردشگری پیراشهری، مشوق‌های

- “Carrying capacity in the tourism industry: a case study of Hengistbury Head”, *Tourism Management*. 25(2), 275-283.
- Gottero, E, Cassatella, C and Larcher, F. (2021). “Planning Peri-Urban Open Spaces: Methods and Tools for Interpretation and Classification”. *Land*, 10(8), 1-19.
- Holland, G, Burian, M and Dixey, L. (2003). “Tourism in Poor Rural Areas: Diversifying the Product and Expanding the Benefits in Rural Uganda and the Czech Republic”. *PPT working paper*, 12, 1-40.
- Ibanescu, B, Bulai, M and Eva, M. (2016). “Tourism behaviour of periurban localities in relation to the urban centres, Case study: Romania”. 3rd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2016, SGEM2016 Conference Proceedings, Albena, Bulgaria.
- Ivona, A. (2021), “Sustainability of Rural Tourism and Promotion of Local Development”. *Sustainability*, NO. 13. pp. 1-7.
- Johnson, P. A. (2003). “*Exploring the Ecological footprint of tourism in Ontario*”. Waterloo: University of Waterloo.
- Jonsson, C and Dwayne, D. (2008). “Does Nationality, Gender, and Age Affect Travel Motivation a Case of Visitors to The Caribbean Island of Barbados”. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(3-4), 3-4
- Jørgensen, M. T, Sundbo, J and Fuglsang, L. (2021), “Conditions for tourism development in the peri-urban, and how to overcome them”, Pp: 26-27, In: Nilsson, J, Johansson, M. (2021). “Developing urban tourism in green infrastructure”. Atlas SIG meeting urban tourism, Netherlands: Lund University.
- Knickel, K, Kobzeva, M. (2019). “Interactions and dependencies between rural, peri-urban and urban areas and contemporary governance approaches”. *Germany: PRAC – Policy Research and Consultancy*.
- Legates, R and Hudalah, D. (2014). “Peri-urban Planning for Development East Asia: Learning from Chengdu, China and Yogyakarta/Indonesia”. *Journal of Urban Affairs*, 36, 334-353.
- Li, J. (2020). “Culture and tourism-led peri-urban transformation in China – The case of Shanghai”, *Cities*, 99, 1-18
- Li, W, Zhou, Y and Zhang, Z. (2021). “Strategies of Landscape Planning in Peri-Urban Rural Tourism: A Comparison between Two Villages in China”. *Land*, 10, 1-13
- Mondal, D and Banerjee, A. (2021). “Exploring peri-urban dynamism in India: Evidence from Kolkata Metropolis”. *Journal of Urban Management*. Pp. 1-11. Available at: <https://en.x-mol.com/paper/>
- مکانی- فضایی گردشگری بر روستاهای شهرستان رضوان‌شهر». *فصلنامه چشم‌انداز جغرافیایی در مطالعات انسانی*، ۹(۲۷) ۵۳-۷۷.
- کدیور، ع و سقایی، م. (۱۳۸۵). «ساماندهی گردشگری در تفرجگاه‌های پیرامون شهری (مطالعه موردی: دره اخلمد)». *فصلنامه تحقیقات جغرافیایی*، سال ۲۱، شماره ۴، صص ۱۱۱-۱۳۴.
- علی‌اکبری، ا؛ طالشی، م و عذرا، ع. (۱۳۹۶). «الگوی توسعه کالبدی یکپارچه شهر و پیرامون با استفاده از ظرفیت‌های گردشگری مناطق پیراشهری». *فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه کالبدی*، ۲(۱)، ۵۵-۷۰.
- محسنی، ر. (۱۳۸۸). «گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها». *فضای جغرافیایی*، ۹(۲۸)، ۱۴۹-۱۷۱.
- مرکز آمار ایران. (۱۳۹۵). *سرشماری عمومی نفوس و مسکن*، نتایج سرشماری تهران
- ملک حسینی، ع؛ درگاهی، م. و امیری، م. (۱۳۹۱). «گردشگری روستایی و توسعه پایدار (با تأکید بر روستای سیمین ابرو شهرستان همدان)». *فصلنامه جغرافیایی و برنامه‌ریزی شهری چشم‌انداز زاگرس*، ۴(۱۳)، ۱۶۳-۱۸۴.
- مهندسیین مشاور آمایش و توسعه البرز. (۱۳۹۶). *تهیه طرح برنامه توسعه گردشگری منطقه ۲۲*. تهران: مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران.
- هیاس نجف، ع و اکبرپور، م. (۱۴۰۰). «واکاوی کیفیت محیط زندگی در روستاهای پیراشهری بخش مرکزی شهرستان خانیقین عراق». *مجله توسعه فضاهای پیراشهری*، ۳(۱۳)، ۱۵۹-۱۸۲.
- Adell, G. (1999). “*Theories and Models of the Peri-urban Interface: A Changing Conceptual Landscape*”. Strategic Environmental Planning and Management for the Peri-urban Interface. Development Planning Unit (DPU). London: University College London.
- Ashworth, G and Page, S. J. (2011). “Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes”. *Tourism Management*, 32(1), 1-15.
- Abramson, D. B and Qi, Y. (2011). “Urban-rural integration in the earthquake zone: Sichuan’s post-disaster reconstruction and the expansion of the Chengdu Metropole”. *Pacific Affairs*, 84(3), 495-524.
- Buxton, M, Tieman, G, Bekessy, S, Budge, T, Mercer, D, Coote, M and Morcombe, J. (2006). “Change and Continuity in Peri-urban Australia: State of the Peri-urban Regions – A Review of the Literature. Monograph 1 – Change and Continuity in Peri-Urban Australia”. Melbourne: RMIT University.
- Carril, V. P and Vila, N.A. (2012). “Agrotourism in Peri-urban Areas: Lessons from a Vegetable Tourism Initiative in The Baix Llobregat Agrarian Park (CATALONIA) “. *Cuadernos de Turismo*, 29, 281-286.
- Cattivelli, V. (2021). “Methods for the identification of urban, rural and peri-urban areas in Europe”. *Journal of Urban Regeneration and Renewa*, 14(3), 240-246
- Feng, L. (2021). “Agri-tourism and Rural Revitalization in China’s Peri-urban Areas: The Case of Dutang”. Thesis (Master), *Netherlands: University of Groningen*.
- Garrigos, F, J, Narangajavana, Y and Marques, D. P. (2004).

- Wellness of Urban Residents: A Case Study of Dapeng District, Shenzhen City". *Procedia Environmental Sciences*, 36, 34 – 41.
- UNWTO. (2015). "*Tourism Highlights*". Madrid: UNWTO publications.
- Vanderwerf, J. L. (2008). "Creative Destruction and Rural Tourism Planning: The Case of Creemore, Ontario". Thesis (Master), University of Waterloo, Ontario, Canada.
- Walton, J. K. (2021). "Tourism", *Encyclopædia Britannica*, Available at: <https://www.britannica.com/topic/tourism>
- Webster, D, Cai, J and Muller, L. (2014). "The New Face of Peri-urbanization in East Asia: Modern Production Zones, Middle-Class Lifestyles, and Rising Expectations". *Journal of Urban Affairs*, 36(1), 315–333.
- World Tourism Organization. (2019). "*UNWTO Tourism Definitions*". Madrid: UNWTO.
- World Travel & Tourism Council. (2021). "Travel & Tourism: Economic Impact & Trends 2021". *United Kingdom: WTTC and Oxford Economics*.
- Yulitrisna, D. L. K. (2014). "Modeling the Relationships between Tourism Sustainable Factor in the Traditional Village of Pancasari". *Procedia (Social and Behavioral Sciences)*, 135, 57- 63.
- article/1415859155766026240
- Mondal, D and Sen, S. (2020). "Methodological Dimensions of Delineating Peri-urban Areas: The Case of Kolkata Metropolis". 11(2), 183-194
- Piorr, A, Ravetz, J and Tosics, I. (2011). "*Peri-Urbanization in Europ Towards European Policies to Sustain Urban-Rural Futures*. Forest & Landscape". PLUREL Project Copenhagen, Copenhagen: University of Copenhagen,
- Popa, A. (2012). "*Development of Peripheral Areas trough Tourism- disadvantages and benefits: case study for Romanian Coastal Area*". 6th Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU): TOURBANISM. Barcelona.
- Ravetz, J, Fertner, C and Nielsen, T. S. (2013). "*The Dynamics of Peri urbanization*". In: "Peri-urban futures: Scenarios and models for land use change in Europe" Available from: <http://www.springer.com/978-3-642-30528-3>.
- Steyn, J. N and Spencer, J. P. (2011). "South African tourism: An historic evaluation of macro tourism policies". *African Journal for Physical, Health Education, Recreation & Dance*, 17(2), unpaginated.
- Sun, Y, Chan, E. H. W and Ma, H. (2016). "The Influence of Traditional Peri-urban Villages on Improving the Mental