

ارزیابی میزان مشارکت جوامع محلی در توسعه گردشگری منطقه ۲۲ شهرداری تهران

محسن سوری^۱، یوسفعلی زیاری^{۲*}، ناصر اقبالی^۲

۱. دانشجوی دکتری گروه جغرافیا، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. دانشیار، گروه جغرافیا، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳. دانشیار، گروه جغرافیا، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۰۹/۳۰

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۷/۰۳

چکیده

غفلت از جوامع محلی در فعالیت‌های صنعت گردشگری خلأیی اساسی در برنامه‌ریزی مشارکتی به منظور دستیابی به توسعه پایدار گردشگری محسوب می‌شود. الگوی توسعه گردشگری جامعه محور می‌کوشد بخشی از این خلأ اساسی را پر کند. تحقیق حاضر با محوریت الگوی توسعه گردشگری جامعه محور به دنبال تعیین وضعیت مشارکت ساکنان محلی سرعین در زمینه گردشگری پایدار و هم‌چنین معرفی رویکرد مشارکتی به عنوان راهبردی برای توسعه پایدار گردشگری در منطقه مورد مطالعه بوده است. روش این پژوهش توصیفی - تحلیلی بوده و برای تبیین و تشریح موضوع مورد نظر از دو روش اسنادی و میدانی استفاده شده است. هدف این پژوهش، رابطه تعلق اجتماعی و مشارکت اجتماعی با توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات ادراک شده در جامعه محلی کاشان بوده است. شرکت‌کنندگان ۱۲۰ نفر از جامعه خبرگان بوده اند که با نرم‌افزار سناریو ویزاد در ۸ سناریو بین عوامل اقتصادی، اجتماعی، نهادی و محیطی در سطح محلی بودند که همه آنها مقیاس‌های تعلق اجتماعی، مشارکت اجتماعی، منافع و هزینه‌های درک شده و حمایت برای توسعه گردشگری پایدار را برای درک بهتر مورد بررسی قرار گرفته اند. در نهایت پس از تحلیل نهایی جمع‌بندی کلی از ارائه نقش هر عامل مشخص گردیده است.

کلید واژه‌ها: مشارکت، سناریو ویزاد، منطقه ۲۲.

مقدمه

توریسم از مهم‌ترین فعالیت‌های انسانی معاصر است که همراه با بوحود آوردن تغییرات شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، منش و روش زندگی انسان‌ها را دگرگون می‌سازد (تولایی، ۱۴۰۰). توریسم هم مانند یک علم و صنعت برای رشد و پیشرفت خود نیاز به پژوهش دارد و نخستین گام برای ارتقاء صنعت توریسم شناخت جاذبه‌های توریستی است (رهنمایی، ۱۳۹۶). صنعت گردشگری آنچنان در توسعه اقتصادی- اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نامیده‌اند (رضوانی، ۱۳۹۸). یکی از بخش‌هایی که در صنعت توریسم مورد توجه گردشگران و جهانگردان قرار گرفته است، صنعت اکوتوریسم است. توسعه اکوتوریسم می‌تواند با ایجاد فرصت‌های شغلی منافع اقتصادی بی‌شماری را به طور مستقیم متوجه مردم بومی کشورها کند. اکوتوریسم از بنیان‌های توسعه پایدار جوامع و راهی برای حفظ چشم‌اندازها و ذخایر طبیعی است که بیش از تأسیسات رفاهی و اقامتی به منابع انسانی نیاز دارد به همین دلیل نیازی به جذب سرمایه‌گذاری‌های سنگین ندارد. بدون آگاهی و شناخت پتانسیل‌ها در هر منطقه، امکان برنامه‌ریزی وجود نخواهد داشت. در واقع شناخت پتانسیل‌های هر منطقه به محقق این امکان را می‌دهد تا بر اساس وضع موجود و توان منطقه متناسب با آن توسعه و جهت آن را شناسایی کند (محلای، ۱۳۹۹). گردشگری، صنعت عظیمی است که پویاترین بخش‌های اقتصاد کشورها را در دست دارد تا جایی که میتوان آن را به عنوان یکی از منابع مهم اقتصادی و فرهنگی به شمار آورد. امروزه گردشگری در دنیا یکی از مهم‌ترین ابزار دولت‌ها برای معرفی فرهنگ خود به سایر ملت‌ها است (بدری، ۱۳۹۵).

منطقه ۲۲ تهران از بخش‌های شمال غربی کلان شهر تهران است. این منطقه با مساحت ۵۸۸۱ هکتار از ۴ ناحیه تشکیل شده است و طبق سرشماری سال ۱۳۹۰ تقریباً ۱۲۸ هزار نفر جمعیت دارد. منطقه ۲۲ تهران از لحاظ موقعیت شهری در شمال غربی شهر تهران قرار دارد و از شمال در همسایگی بزرگراه شهید خرازی و از جنوب در مجاورت بزرگراه شهید فهمیده یا همان بزرگراه تهران - کرج قرار دارد. از آن سو در غرب منطقه ۲۲ به بزرگراه آزادگان منتهی می‌شود و در شرق، منطقه ۵ آن را محدود می‌کند. علاوه بر آن بزرگراه شهید همدانی از میان آن عبور می‌کند. بنابراین بهتر است که بگوییم که این منطقه در محاصره‌ی راه‌ها و بزرگراه‌های اصلی قرار دارد. این منطقه به علت وجود مناطق درختکاری جنگلی دارای آب و هوای مطلوب بوده و لذا به عنوان ریه تهران از آن نام برده می‌شود. برج‌های بلند از دیگر ویژگی‌های این منطقه از تهران است. این منطقه به جهت قابلیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری مختلف چون بوستان جنگلی چیتگر، دریاچه شهدای خلیج فارس (با هدف افزایش توان اکولوژیکی منطقه و ایجاد قطب فرهنگی و هنری و گردشگری در محدوده غرب تهران)، آبشار تهران، بوستان جوانمردان ایران (با هدف بهبود شرایط اجتماعی شهروندان حوزه غرب تهران و ساخت فضاهای خدماتی، ورزشی، فرهنگی و تفریحی در اراضی بالادست و هویت بخشی مجموعه از طریق احداث عناصر کالبدی مانند تندیس‌های مشاهیر و جوانمردان ایرانی و معرفی فرهنگ غنی ایرانی اسلامی به گردشگران داخلی و خارجی)، هزار و یک شهر، باغ ملی گیاه‌شناسی، مجموعه فرهنگی ورزشگاه آزادی نقش انکارناپذیری در توسعه گردشگری شهر دارد. این پتانسیل‌ها سالانه صدها هزار نفر را از نقاط مختلف شهر و نیز کشور جذب می‌کنند. به طوری که سالانه بسیاری

از گردشگران داخلی و خارجی به این مکان می‌روند. این روند زمانی حالت توسعه ای به خود می‌گیرد که مشارکت جوامع محلی، در فرآیند توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری وضعیت مطلوبی داشته باشد؛ بنابراین، هدف این پژوهش تعیین وضعیت مشارکت جامعه محلی منطقه ۲۲ تهران در زمینه گردشگری و همچنین معرفی رویکرد مشارکتی به عنوان راهبردی برای توسعه گردشگری شهری در منطقه مورد مطالعه است. براین اساس، در گام نخست شاخص های مناسب مشارکت جوامع محلی در گردشگری انتخاب می‌شود. در گام دوم، میزان مشارکت شهروندان منطقه ۲۲ تهران در زمینه شاخص های مذکور تعیین می‌شود و در گام سوم به منظور رسیدن به وضعیت مطلوب گردشگری از منظر مشارکت مردم، راهکارهایی وضع می‌شود.

پیشینه تحقیق و مبانی نظری

شافعی و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله ای با عنوان نقش مشارکت مشتریان در ایجاد ارزش اقتصادی و اجتماعی در اکوسیستم کسب و کار گردشگری مورد مطالعه: مشتریان شرکت های فعال حوزه گردشگری، روش پژوهش به لحاظ ماهیت از نوع پژوهش های هم بستگی و بر اساس هدف از نوع پژوهش های کاربردی و بر اساس روش اجرا و جمع آوری اطلاعات، پیمایشی است. تعداد چهارصد نفر از مشتریان دفاتر خدمات گردشگری غرب کشور برای نمونه انتخاب شدند و روش نمونه گیری غیر تصادفی انتخاب گردیده. اطلاعات لازم به دو روش کتابخانه ای و پیمایشی گردآوری شده است و ابزار اصلی گردآوری اطلاعات پرسش نامه بوده است. داده های به دست آمده از پرسش نامه ها با فنون آماری توصیفی و استنباطی به وسیله نرم افزار اس پی اس و پی ال اس تجزیه و تحلیل شده است. نتایج به دست آمده نشان دهنده اثر مثبت و معنادار مشارکت مشتریان در ایجاد ارزش اقتصادی و ایجاد ارزش اجتماعی در اکوسیستم کسب و کار است. انگیزش و عوامل جامعه شناختی نیز دو محرک اثرگذار در میزان مشارکت مشتریان شناخته شده اند. همچنین، متغیرهای فرعی مانند جنسیت، استان مشتریان و تعداد دفعات مراجعه به آژانس های گردشگری در بازه زمانی یک سال، در برخی از روابط اصلی پژوهش اثر تعدیل کنندگی داشته است.

حاتمی نژاد و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی تحت عنوان برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری با تاکید بر نقش مشارکت اجتماعات محلی مطالعه موردی: استان البرز به این نتیجه رسیدند با تلفیق مدل های سوات و AHP در زمینه توسعه گردشگری استان البرز راهبردهایی ارائه دادند. لذا با توجه به محاسبات سوات تهدیدات بالاترین ضریب و پس ازان نقاط ضعف و سپس فرصت ها و در نهایت نقاط قوت پایین ترین ضریب را بدست آورده اند و راهبردهای تدافعی بالاترین وزن محاسبه شده را به دست آورده است.

یانگ زونگ (۲۰۲۲) در مقاله ای با عنوان احساس امنیت نسبت به مقاصد گردشگری: دیدگاه سازنده اجتماعی، با استفاده از رویکرد ساختارگرایی اجتماعی، و به منظور رفع یک شکاف تحقیقاتی موجود، جزییات بیشتری از چگونگی شکل گیری فرآیند ایجاد حس امنیت در گردشگران نسبت به مقصد گردشگری را مورد پژوهش و بررسی قرار دهد. داده هایی که از طریق یک شبکه اجتماعی چینی جمع آوری شد نشان می‌دهد که احساس ایمنی در گردشگر، بر اساس مسائل و موارد

مهمی که گردشگر در طول مراحل سفر خود از قبیل مرحله قبل از سفر، حین سفر، و بعد از سفر با آن‌ها مواجه می‌شود، شکل می‌گیرد. یافته‌های این پژوهش با توجه بر تاکید بر روی مسافران، حس ایمنی توسط گردشگر در زمان و مکان‌های مختلف دارد، می‌تواند بر روی سایر پژوهش‌هایی که بر روی موضوع ایمنی گردشگری کار می‌کنند، تاثیرگذار باشد. با توجه به این که فرآیند شکل‌گیری احساس ایمنی در گردشگر، از چندین مرحله تشکیل شده است؛ این پژوهش می‌تواند به منظور افزایش ایمنی گردشگری محلی و مدیریت آن، یکسری مفاهیم و نتایج کاربردی را در اختیار سازمان‌های مدیریت مقاصد گردشگری قرار دهد.

ویلی ابرهام (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با عنوان تحقیقاتی کاوشگرانه درباره مشارکت اجتماعی آشکار در توریسم، با بررسی مسافرانی که نسبت به یک مقصد تعطیلات خصومت دارند، ممکن است تمایلی به تبدیل آن به تعطیلات انتخابی خود نداشته باشند. یکی از مشارکت‌های مطالعه حاضر بر این یافته است که سطوح پایین خصومت ممکن است تأثیری بر تمایل مسافران به سفر نداشته باشد، اما زمانی که به سطح کافی بالا می‌رسد، می‌تواند مفیدتر شود. اگرچه این بارقه‌ای از امید را برای آژانس‌های مسافرتی ایجاد می‌کند، اما سطح خصومت باید اندازه‌گیری شود تا اطمینان حاصل شود که بر انتخاب مقصد تأثیر نمی‌گذارد. از آنجایی که این یادداشت پژوهشی ماهیت اکتشافی دارد، تحقیقات بیشتر برای روشن کردن نقطه‌ای که در آن تأثیر خصومت به احتمال زیاد برجسته می‌شود ضروری است.

گسترش گردشگری بنا به اهمیت پیچیده و چند بُعدی خود با اثرات گوناگون مثبت و منفی و نتایج متعارض همراه است، بنابراین به مطالعه و ارزیابی همه جانبه نیاز دارد. مهم‌ترین ابعاد و اثرات توسعه گردشگری را می‌توان در سه میدان: اثرات زیست محیطی، اثرات اقتصادی و اثرات اجتماعی و فرهنگی آن جست. هر چند هیچ‌شکی نیست که گردشگری نقش مهمی را در احیاء و متنوع‌سازی اقتصادی جوامع ایفا می‌کند، اما در عین حال می‌تواند باعث تغییراتی در محیط اجتماعی - اقتصادی و فضای زیستی نواحی میزبان شود (لیا، ۲۰۰۶). اثرات و تغییراتی که این صنعت بر جامعه می‌گذارد می‌تواند به صورت فیزیکی، اقتصادی یا اجتماعی - فرهنگی باشد (شاهپور آبادی، ۱۳۹۰).

به هر حال از آنجا که معمولاً دستاوردهای صنعت گردشگری بسیار پیچیده بوده و در مناطق گوناگون متفاوت است، بنابراین اثراتی را که بر جای می‌گذارد نیز بسیار متفاوت و در مناطق و نواحی مورد بازدید مختلف است. از اینرو شناسایی پیامدها و تأثیرات بجای مانده در مناطق توریستی به منظور برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه گردشگری و افزایش فواید حاصله از توسعه گردشگری و کاهش زیان‌های احتمالی یا تأثیرات منفی در جوامع میزبان و در نهایت دستیابی به توازن و توسعه پایدار مناطق میزبان، امری اجتناب‌ناپذیر است (ضیایی، ۱۳۹۶).

در باب مفهوم مشارکت ادبیات گسترده‌ای در دهه‌های اخیر تولید شده است که تمامی آنها به ضرورت اتخاذ مکانیزم‌های انگیزشی در برنامه‌ریزی تأکید دارند که در تدوین بهینه اهداف و تحقق نتایج نهایی بسیار مؤثر است. مشارکت در اجتماع محلی بیانی جدید برای تعریف مفاهیم مرتبط بر حضور مؤثر اجتماعات محلی بود که به معنای دخالت مردم در ایجاد و مدیریت محیط زندگی خود تصور می‌شد (یعقوب‌زاده، ۱۳۹۱). استفاده از فرآیند مشارکتی فقط یک آرمان زیبا نیست. بلکه می‌تواند سبب بهینه‌سازی فرآیند و بهبود نتیجه طرح‌ها گردد. الانگ (۱۹۷۵) اعتقاد داشت مردم می‌باید در همه فرآیندهای

برنامه‌ریزی محله‌ای از شروع مرحله آگاهی تا تحقق نتایج و اجرای برنامه‌ها حضور مستمر و تعریف شده‌ای داشته باشند تا مسئولیت نتایج را نیز بتوانند برعهده بگیرند در مواردی نیز نهادهای محلی در اشتراک مسئولیت خود می‌توانند مداخله نمایند (افشارنیا، ۱۳۹۲).

ویژگی‌ها و مراتب مشارکت

اگرچه هر فرآیند معین مشارکت فی‌نفسه موقعیتی محسوب نمی‌شود، ولی می‌توان اذعان داشت که ایجاد و نهادینه ساختن چنین جریانی ناکامی‌ها را به حداقل خواهد رساند. چهار ویژگی اساسی مشارکت به شرح زیر می‌باشد.

۱- مشارکت فی‌نفسه سودمند و مؤثر است.

۲- مشارکت منبع شناخت و اطلاعات درباره شرایط محلی، نیازها و نگرش‌هاست و بنابراین، کارایی تصمیمات را بهبود می‌بخشد.

۳- مشارکت رویکردی فراگیر و کثرت‌گراست که از طریق آن نیازهای پایه‌ای انسان برآورده می‌شوند.

۴- مشارکت وسیله دفاع از منافع گروه‌های مردم و افراد و همچنین ابزاری برای تامین نیازهای آنها در سطوح مختلف است که اغلب در جریان تصمیم‌گیری نادیده انگاشته می‌شود یا به دلیل سلطه سازمان‌های متولی و نهاد‌های بزرگ دولتی عموماً به شکل تشریفاتی اتفاق می‌افتد (فراهانی، ۱۳۹۱).

انواع مشارکت

۱- مشارکت طبیعی: این نوع مشارکت در گروه‌های اجتماعی طبیعی موجود است. منشاء و یا خاستگاه این نوع مشارکت در سنت‌های اجتماعی است. عضویت افراد در آن غیر ارادی و طبیعی است و کارکرد آن تقویت عادت، سنت‌ها و گروه‌های اجتماعی است. این نوع مشارکت در گروه خانوادگی، گروه خویشاوندی، گروه هم‌بازی ... وجود دارد و این که این نوع مشارکت در جوامع سنتی قوی است (یگانه، ۱۳۹۱).

۲- مشارکت ارادی: مشارکت ارادی فرآیندی است که از طریق مشارکت کنندگان و بدون نفوذ و با دخالت عوامل دیگر پدید آمده و سازمان می‌یابد. شرکت فرد در این گروه ارادی و داوطلبانه است و کارکرد آن می‌تواند ارضای نیازهای تازه، آفرینش رفتارهای جدید، تطبیق و سازگاری با تغییرات اجتماعی و تداوم دگرگونیها و مبارزه علیه آنها و غیره می‌باشد. نمونه این گونه مشارکت‌ها می‌تواند در احزاب سیاسی، تعاونی‌ها، مشاهده شود (وثوقی، ۱۳۹۵).

۳- مشارکت خود به خودی: ویژگی این نوع از مشارکت تا حدودی شبیه خصوصیات مشارکت ارادی بوده، ولی تفاوت‌هایی نیز دارند. این نوع مشارکت سیال و زودگذر است. سازمان مشخص و آشکاری ندارند. غالباً دارای کارکرد پنهان هستند و برای ارضای نیازهای روانی مشارکت‌کنندگان صورت می‌گیرد. این گروه‌ها معمولاً کوچک هستند مثل گروه‌های همسایگی یا گروه دوستان، داری ساخت معینی نیستند و بسیار انعطاف پذیرند، مشارکت در آنها ارادی، ضمنی و بعضاً ناخودآگاه است. فاقد جنبه تخصصی هستند اگر چه ممکن است مشارکت بعضاً وسیله ارضای نیازها باشد، ولی غالباً خود مشارکت هدف است، مثل قدم زدن با دوست در پارک و با گفتگوی ساکنان یک واحد مسکونی و با همسایگان نزدیک. این نوع مشارکت را می‌توان جیزی بین مشارکت طبیعی و ارادی دانست، که در جامعه در حال گذار از اهمیت

ویژه برخوردارند. (ایمانی، خوشوف ۱۳۹۵).

روش پژوهش

عمده‌ترین مسئله نمونه‌گیری، انتخاب واقعی نمونه است. ملاحظه‌های نظری که در این رابطه باید مورد توجه قرار گیرد، عبارتست از: الف) نماینده واقعی جامعه ب) تصادفی بودن جامعه آماری این رساله شامل تمامی کارشناسان شهرداری تهران و متخصصان و اساتید دانشگاه می‌باشد که بر اساس آمار بدست آمده از تعداد کل جامعه، شامل ۱۲۰ نفر که از آن تعداد ۵۰ نفر کارشناس شهرداری و مابقی ۷۰ نفر متخصصان و خبرگان پژوهش هستند. در این پژوهش به علت تعداد محدود جامعه آماری بررسی‌ها با استفاده از سرشماری صورت گرفته است که آمار بدست آمده ۱۰۰ نفر می‌باشند، که پاسخ دهندگان مرد (۵۵،۷) و (۴۴،۳) زن بودند، از این میزان (۶۱،۲) کارشناسی ارشد و (۳۸،۸) دکتری بودند. برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از روش تحلیل ساختاری که یکی از روش‌های تصمیم‌گیری مقایسه‌ای است که بین معیارها و میزان ارتباط آنها و الویت‌بندی به کار می‌رود. این پژوهش از نوع کاربردی و روش تحقیق آن توصیفی تحلیلی است. در این فرایند، متناسب با داده‌های مورد نیاز پژوهش، از روش کتابخانه‌ای و منابع مرجع استفاده گردیده است. ابزار گردآوری اطلاعات شامل پرسشنامه می‌باشد که به صورت محاسبات ماتریس متقاطع در آینده پژوهی توسط نرفازار Scenario Wizard که با این نرم افزار به تحلیل اثرات و میزان ارتباط میان متغیرها با حوزه‌های مربوطه توسط خبرگان بررسی می‌گردد. میزان اثرات بین ۰ تا ۳ سنجیده می‌شود. ۰ به منزله بدون تاثیر، ۱ به منزله تاثیر ضعیف، ۲ به منزله تاثیر متوسط و در نهایت عدد ۳ به منزله تاثیر زیاد است. که در نهایت متغیرها به صورت رتبه‌بندی و استخراج عوامل کلیدی صورت می‌گیرد. متغیرها بر گرفته از عوامل اصلی اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، محیطی، نهادی است.

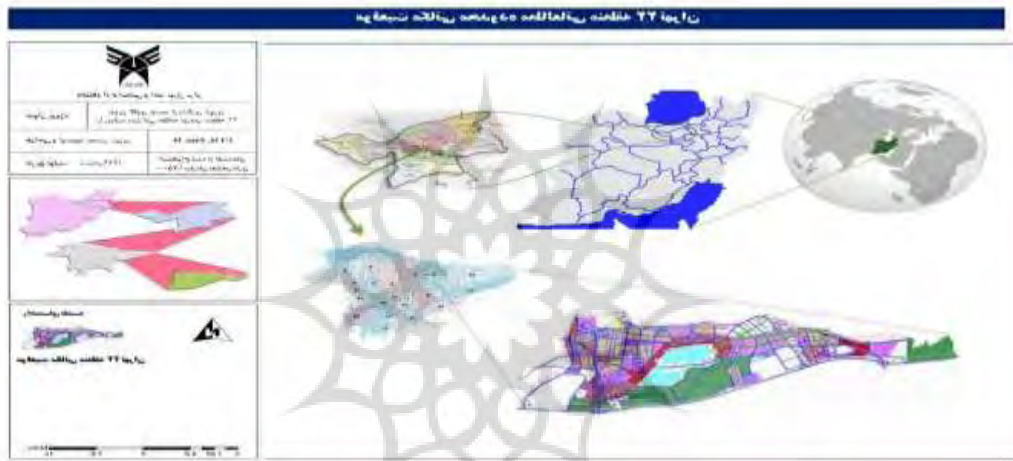
جدول ۱ - متغیرهای مورد استفاده در تحقیق

متغیر	گویه
اقتصادی	ایجاد درآمد، ایجاد اشتغال، ایجاد کارآفرینی، ایجاد سرمایه‌گذاری داخلی، افزایش بهره‌وری، بسترسازی برای سرمایه‌گذاری خارجی
اجتماعی	تصمیمات مشارکتی، انسجام اجتماعی و خانوادگی، افزایش کیفیت زندگی محلی، افزایش آگاهی از اثرات گردشگری و زندگی محلی، افزایش آگاهی عمومی از حقوق و نقش‌های اجتماعی، ترویج فرهنگ و سنت‌های محلی، حفظ فرهنگ و سنت‌های محلی، افزایش حس تعلق مکانی و مسئولیت در حفظ فرهنگ و سنت، کاهش درگیری درون اجتماعی (حفظ خرده فرهنگ‌ها)
محیطی	افزایش حفاظت محیط زیست محلی، افزایش منابع مورد استفاده مدیریت (کاربری اراضی، آب، برق، مدیریت و دفع مواد زائد جامد) افزایش آگاهی از محیط زیست پایدار
نهادی	بهبود مهارت‌های برنامه‌ریزی و مدیریت، افزایش برنامه‌های آموزشی و ظرفیت‌سازی، ارائه برنامه‌ها و راهکارها برای توسعه گردشگری محلی، ایجاد نقش‌ها و مسئولیت‌های واضح و روشن، ایجاد همکاری میان دولت محلی و اجتماع محلی، توزیع قدرت در میان جامعه، ایجاد اتحاد در میان جامعه، تعیین مسیر حرکت نهادهای دولتی و غیردولتی

ماخذ: نگارندگان ۱۴۰۱

محدوده مورد مطالعه

منطقه ۲۲ شهرداری تهران در ۵۱ درجه و ۶ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۳۸ دقیقه طول شرقی و ۳۵ درجه و ۳۴ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۵۱ دقیقه عرض شمالی قرار گرفته است. این منطقه واقع در شمال غرب تهران با وسعتی حدود ده هزار هکتار (که بیش از ۶۰۰۰ هکتار آن جزء محدوده خدماتی است) معادل دو برابر بزرگترین منطقه شهر تهران بوده و یک هفتم مساحت شهر را تشکیل می دهد. این منطقه از شمال به ارتفاعات ۱۸۰۰-۱۴۰۰ متر کوهپایه های البرز، از جنوب به آزاد راه تهران- کرج، از شرق به مسیل کن و از غرب به حوزه استحفاظی شهرستان کرج محدود می گردد. به این ترتیب مرزهای شمال و شرق با عوامل محدود کننده طبیعی یعنی ناهمواری ها و مسیل، مرز غربی و جنوبی با عامل محدود کننده انسان ساخت یعنی محدوده شهری و آزاد راه تهران کرج تثبیت می شود.



نقشه ۱ - موقعیت مکانی محدوده مورد مطالعه منطقه ۲۲ تهران



نقشه ۲ - موقعیت منطقه ۲۲ در بین مناطق ۲۲ گانه تهران (منبع نگارنده)

دریاچه مصنوعی چیتگر یا شهدای خلیج فارس

دریاچه‌ای مصنوعی است که در شمال غرب تهران و در منطقه ۲۲ شهرداری تهران واقع شده است. مساحت دریاچه چیتگر ۱۳۰ هکتار است و در مجاورت آن ۱۲۰ هکتار مجموعه تفریحی نیز در پهنه خشکی ایجاد شده است. دریاچه مصنوعی شهدای خلیج فارس در شمال پارک جنگلی چیتگر قرار گرفته و جنوب دریاچه به آزاد راه تهران-کرج، شمال آن به بزرگراه همت، شرق آن به بزرگراه آزادگان می‌رسد و از غرب به بافت مسکونی منطقه ۲۲ شهرداری تهران محدود می‌باشد.

حدود ۸۰ درصد از آب این دریاچه از محل آب رودخانه کن و مابقی از روان‌آب‌های حوزه میانی و سطحی منطقه تأمین می‌شود. دریاچه چیتگر و پارک جنگلی چیتگر به دلیل قرارگرفتن در مسیر بادهای غربی - شرقی تهران می‌تواند علاوه بر تلطیف هوا و بالا بردن رطوبت در سطح شهر تهران با استقرار کاربری‌های تفریحی-گردشگری مناسب سهم به‌سزایی در جذب گردشگران داخلی و خارجی داشته باشد. این دریاچه هم‌چنین علاوه بر ایجاد چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد می‌تواند سبب کاهش خطرات ناشی از سیلاب‌های فصلی و هم‌چنین تغذیه سفره‌های آب زیرزمینی گردد.

امکانات تفریحی دریاچه چیتگر

- محیطی زیبا و دلنشین برای گردشگران منطقه ای و فرا منطقه ای
- چشم‌اندازهای زیبا و متنوع با توجه به عناصر عملکردی درونی و بیرونی دریاچه
- جزایر تفریحی، جزایر حیات وحش، جزایر آموزشی، اسکله قایقرانی، پارک آبی، باشگاه ورزش‌های آبی، اسکله تفریحی، امکانات خدماتی رفاهی، شهربازی و امکانات اقامتی از جمله امکانات تفریحی این مجموعه می‌باشد.
- این مجموعه به دلیل مجاورت با پارک جنگلی چیتگر، پارک جنگلی لئمال کن، پارک ارم، محور چهار باغ، مجموعه ورزشی آزادی، شهر بازی هزار و یک شهر (تهران‌لند)، پردیس اسب سواری، آبشار البرز و رود دره کن (بوستان جوانمردان) قابلیت مناسبی برای برطرف سازی نیازهای تفریحی - گردشگری شهروندان تهرانی دارد.



شکل ۱ - نقشه جزئیات و فضاهای خدماتی دریاچه

یافته‌ها

بررسی و تحلیل وضعیت معیارهای کالبدی، اقتصادی، اجتماعی، طبیعی و مدیریتی در نرم‌افزار Scenario Wizard: به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و دقت بالا در پژوهش از نرم‌افزار سناریو ویزارد استفاده شده است که گام‌های آن تشریح گردید. این مرحله، نتایج حاصل از بکارگیری این الگو، برای تعیین ارتباطات و اثرگذاری‌ها ارائه می‌گردد. شایان ذکر است به علت حجم زیاد محاسبات تاثیرگذاری و اثرپذیر بودن معیارها ترسیم می‌گردد. که منتج از زیر معیارهای کالبدی، اقتصادی، اجتماعی، مدیریتی و طبیعی است. برای بالا بردن دقت از ۸ سناریو استفاده گردیده است تا اثرات به درستی نشان داده شود. ساختار تحلیلی به شرح ذیل می‌باشد:

جدول ۲ - سناریو شماره یک

۱Scenario No.		
Weight : ۱	عوامل دخیل در سناریو شماره ۱	اقتصادی
Consistency value : -۲		اجتماعی
Incons. descript. : ۳		محیطی
Total impact score: ۱۳		نهادی

جدول ۳ - سناریو شماره دو

۲Scenario No.		
Weight : ۱	عوامل دخیل در سناریو شماره ۲	اقتصادی
Consistency value : -۲		اجتماعی
Incons. descript. : ۵		محیطی
Total impact score: ۱۴		نهادی

جدول شماره ۴: سناریو شماره سه

۳Scenario No.		
Weight : ۱	عوامل دخیل در سناریو شماره ۳	اقتصادی
Consistency value : -۲		اجتماعی

Incons. descrpt. : ۴		محیطی
Total impact score: ۱۷		نهادی

جدول ۵ - سناریو شماره چهار

Scenario No. ۴		
Weight : ۱	عوامل دخیل در سناریو شماره ۴	اقتصادی
Consistency value : -۲		اجتماعی
Incons. descrpt. : ۱		محیطی
Total impact score: ۱۵		نهادی

جدول ۶ - سناریو شماره پنج

Scenario No. ۵		
Weight : ۱	عوامل دخیل در سناریو شماره ۵	اقتصادی
Consistency value : -۱		اجتماعی
Incons. descrpt. : ۴		محیطی
Total impact score: ۲۰		نهادی

جدول ۷ - سناریو شماره شش

Scenario No. ۶		
Weight : ۱	عوامل دخیل در سناریو شماره ۶	اقتصادی
Consistency value : -۲		اجتماعی
Incons. descrpt. : ۳		محیطی
Total impact score: ۲۰		نهادی

جدول ۸ - سناریو شماره هفت

√Scenario No.		
Weight : ۱	عوامل دخیل در سناریو شماره ۷	اقتصادی
Consistency value : -۲		اجتماعی
Incons. descript. : ۴		محیطی
Total impact score: ۱۶		نهادی

جدول ۹ - سناریو شماره هشت

^Scenario No.		
Weight : ۱	عوامل دخیل در سناریو شماره ۸	اقتصادی
Consistency value : -۲		اجتماعی
Incons. descript. : ۳		محیطی
Total impact score: ۱۷		نهادی

برآورد مدل و ارزشیابی برازندگی مدل عوامل موثر مشارکت در گردشگری

جهت سنجش برازش مدل با استفاده از معادلات ساختار ۴ متغیر "نهادی"، "اقتصادی"، "محیطی" و "اجتماعی" به عنوان عوامل پنهان و موثر بر منطقه ۲۲ در نظر گرفته شدند. و با توجه به پرسشنامه تحقیق، برای سنجش هر شاخص گویه هایی از پرسش های پرسشنامه بر اساس چارچوب نظری پژوهش، اختصاص داده شد. جمع بندی نهایی از نرم افزار سناریو ویزارد نشان دهنده آن است که عوامل اثر گذار از معیار های با رتبه ۱۳ که تاثیر متوسط بر روی یکدیگر دارند که در تحلیل آن می توان به این نتیجه دست یافت عامل اقتصادی در جذب گردشگر و نیز مشارکت و سرمایه گذاری نقش بسیار بالایی دارد و سپس عوامل دخیل در اجتماع که محور اصلی میباشد. هم چنین شرایط محیطی و در انتها عامل نهادی از مهم ترین ارکان میباشد.

نتیجه گیری و ارائه پیشنهادها

افزایش گردشگران و خدمات و صنایع وابسته به گردشگری، صنعت توریسم را به عنوان یکی از بزرگترین اهرم های تحولات اجتماعی - اقتصادی تاریخ بشر تبدیل کرده است و این امر ضرورت مطالعات علمی و برنامه ریزی های دقیق را نمایان می سازد. برنامه ریزی توسعه گردشگری و دخیل کردن جامعه محلی و مشارکتشان در این برنامه ریزی ها باعث ایجاد انسجام اجتماعی موجب اشتغال زایی و رشد اقتصادی در منطقه خواهد شد. پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش

مشارکت اجتماعات محلی در توسعه گردشگری منطقه ۲۲ شهر تهران انجام شده است. نتایج نشان داد که شاخص های مشارکت اجتماعات محلی در توسعه گردشگری نهادی، محیطی، اقتصادی و اجتماعی در محدوده مهم ترین عامل عامل اقتصادی است و شاخص اجتماعی رتبه دوم است. هم چنین از وزن های بدست آمده عامل محیطی و سپس عامل نهادی رتبه های نهادی می باشد. برترین مسیر جهت توسعه گردشگری با مشارکت اجتماعات محلی در محدوده مورد مطالعه و مسیر نهادی تاثیرگذارترین در توسعه گردشگری با مشارکت اجتماعات محلی در محدوده مورد مطالعه دارد.

نتایج به دست آمده به طور کلی مؤید تأثیرات مشارکت محلی در ایجاد ارزش اقتصادی و اجتماعی در میزان مشارکت است. بنابراین پیشنهاد می شود سازوکاری نظام مند برای تسهیل مشارکت مردم به عنوان یک فرهنگ سازمانی که همکاری بین اعضای اکوسیستم محلی را تسهیل می کند ایجاد شود. و الیان امر باید با ارائه و ارتقای خدمات برای مشارکت مشتریان انگیزه ایجاد کنند و آنان را به مشارکت ترغیب نمایند. پیشنهاد می شود شهرداری منطقه مورد مطالعه در جهت توسعه مشارکت مردم عوامل انگیزشی را جدی بگیرند و با طبقه بندی آن ها در دو دسته عوامل درونی و بیرونی سیاست هایی را در جهت تقویت و برانگیختن آن ها در پیش گیرند. هم چنین، به عنوان ابتکار سرمایه گذاری بلندمدت، پیشنهاد می شود شهرداری در فعالیتهای حوزه مسئولیت اجتماعی محلی مشارکتی فعال داشته باشند. اگرچه بازده این نوع سرمایه گذاری مستقیم و بلافاصله نیست، اما به عنوان سرمایه اجتماعی منطقه از طریق جذب توریست بازگردانده می شود.

منابع

- رهنمایی، محمدتقی، (۱۳۹۶). جغرافیای اوقات فراغت و گردشگری، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- تولایی، س، سلیمانی، م، جهانی، د، رحمان (۱۴۰۰). نقش مشارکت جامعه محلی در صنعت گردشگری پایدار، مطالعه موردی: سرعین. فصلنامه علمی و پژوهشی تحقیقات جغرافیای انسانی، دوره ۴۹، شماره ۱.
- رضوانی، علی، (۱۳۹۹). جغرافیا و صنعت گردشگری، تهران، انتشارات پیام نور ۹.
- محلای، سعید، (۱۳۹۹). درآمد حاصل از گردشگری تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ص. ۲۸
- بدری، سیدعلی، عبدالرضا رکن الدین افتخاری، محمد سلیمانی، داداله بهمند (۱۳۹۵). نقش نظام های بهره برداری زراعی (خانوادگی) در توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی: شهرستان قیر و کارزین استان فارس). پژوهش های جغرافیای انسانی ۷۶. ۳۳.
- شافعی، رضا. احمدی زاد، آرمان. مولایی، زینب، (۱۴۰۰). نقش مشارکت مشتریان در ایجاد ارزش اقتصادی و اجتماعی در اکوسیستم کسب و کار گردشگری، مورد مطالعه: مشتریان شرکت های فعال حوزه گردشگری، فصلنامه علمی و پژوهشی گردشگری و توسعه، سال دهم زمستان ۱۴۰۰، شماره ۳ (پیاپی ۲۹).
- سقای، مهدی، حاتمی نژاد، حجت، ثابت کوشکی نیان، مجتبی، (۱۳۹۹). پهنه بندی گردشگری در تفرجگاه های پیراشهری (مطالعه موردی: بوستان خورشید مشهد. نشریه: جغرافیایی فضای گردشگری سال: ۱۳۹۵، دوره: ۵، شماره: ۱۸ صفحات: ۱۰۱-۱۲۳.

شاپورآبادی، محمدعلی، (۱۳۹۰). تحلیلی بر ظرفیت های توسعه گردشگری مذهبی فرهنگی کلان شهر قم مطالعات ملی : تابستان ۱۳۹۰، دوره ۱۲، شماره ۲.

محمود ضیایی (۱۳۹۶) رابطه شخصیت کالبدی- اجتماعی شهر و شخصیت گردشگر با انتخاب مقصد دوره ۴، پیاپی ۵، بهار ۱۳۹۶، صفحه ۳۹-۵۴.

یعقوبزاده، رحیم زندی، ابتهال، جانعلی زاده چوب بستی، حیدر، (۱۳۹۱). تحلیل بازار گردشگر خارجی ورودی به ایران (مطالعه موردی: سه کلانشهر تهران، شیراز و اصفهان).

مهرنوش افشارنیا، (۱۳۹۲). در مقاله ای با عنوان مدیریت و برنامه ریزی گردشگری در رقم یا تأکید بر توریسم مذهبی، فصلنامه علمی و پژوهشی سرزمین سال ۱۳۹۲، تابستان، شماره ۲ پیاپی ۳۸.

حسین فراهانی، احمد رومیانی و محمد ولایی، (۱۳۹۱). تحلیلی بر گردشگری مذهبی و تاثیر آن بر توسعه روستایی (مطالعه موردی: شهرستان میاندوآب بخش مرحمت آباد) اولین همایش ملی جغرافیا و گردشگری در هزاره سوم. دانشگاه آزاد اسلامی نجف آباد سال ۱۳۹۱.

یگانه، بهروز محمدی، چراغی، مهدی، ولایی، (۱۳۹۱). نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی با تاکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی با مطالعه موردی: قیچاق شهرستان میاندوآب. منبع تحقیق: کاربردی علوم اجتماعی، سال سیزدهم شماره ۳۰.

وثوقی، لیلا، خانی، فضیله، (۱۳۹۵). مروری بر موانع، رویکردها و مدل های برنامه ریزی گردشگری، تهران انتشارات مهکامه.

ایمانی خوشو، محمد حسین، شهرابیه فرآهانی، عراقی، مهدیه، (۱۳۹۵). بررسی ارتباطات سفر و معنویت در ادیان پیش از اسلام. مطالعه موردی ادیان ذرتشت، یهودیت و مسیحیت. محل انتشار: سمینار علمی جایگاه گردشگری در اقتصاد مقاومتی ص ۱.

Yongguang Zou, Qionglei, Yu b. Sense of safety toward tourism destinations: A social Constructivist perspective. Journal of Destination Marketing & Management. Journal of Destination Marketing & Management 24; 2022.

Villy, Abrahama, Yaniv, Poriab. A research note exploring socially visible consumption in tourism. Tourism Management. Tourism Management, 2019; 70: 56-58.

Lal, R. Enhancing crop yields in the developing countries through restoration of the soil organic carbon pool in agricultural lands. Land Degradation & Development, 2006; 17(2): 197-209.

Along, J., Martin, R. Assessment of the Adoption of Sustainable Agriculture Practices: Implications for Agricultural Education, Journal of Agricultural Education, 1995; 36(3): 34-40.

Evaluation of the Participation of Local Communities in the Development of Tourism in the 22nd District of Tehran Municipality

Mohsen Suri¹, Yusuf Ali Ziyari^{2*}, Naser Iqbali³

1. Doctoral student of Department of Geography, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
2. Associate Professor, Department of Geography, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
3. Associate Professor, Department of Geography, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abstract

Neglecting local communities in the activities of the tourism industry is considered a fundamental gap in participatory planning in order to achieve sustainable development of tourism. The model of community-oriented tourism development tries to fill a part of this basic gap. The current research, focusing on the community-oriented tourism development model, has sought to determine the participation status of the local residents of Serene in the field of sustainable tourism, as well as introducing the participatory approach as a strategy for the sustainable development of tourism in the study area. The method of this research is descriptive-analytical, and two documentary and field methods have been used to explain and describe the topic. The purpose of this research was the relationship of social belonging and social participation with the development of sustainable tourism with the mediating role of perceived effects in the local community of Kashan. The participants were 120 people from the community of experts who used Scenario Wizard software in 8 scenarios between economic, social, institutional and environmental factors at the local level, all of which are scales of social belonging, social participation, perceived benefits and costs, and support. For the development of sustainable tourism, they have been examined for a better understanding. Finally, after the final analysis, a general summary of the presentation of the role of each factor has been determined.

Keywords: Participation, Scenario wizard, Region 22.