

توسعه گردشگری زمستانی در مقاصد روستایی (مطالعه موردی: روستاهای حاشیه پست اسکی شمشک شمال تهران)

مسعود مهدوی حاجیلویی - استاد گروه جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران
بهار بیشمی* - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۰۵/۳۰ تأیید نهایی: ۱۳۹۲/۰۶/۲۶

چکیده

وجود جاذبه‌های گردشگری، یکی از مهم‌ترین دلایل مسافرت مردم به مقصدی خاص است. جاذبه‌ها به‌عنوان عامل کشش، با توجه به ویژگی‌های خاصی که دارند، گردشگران را از نقاط و سرزمین‌های دور جذب می‌کنند. در این میان، روستاها جاذبه‌های گردشگری فراوان دارند و همواره گردشگران زیادی را به سوی خود جذب می‌کنند؛ بنابراین، توسعه پایدار گردشگری روستایی و مدیریت خردمندانه آن نیازمند برنامه‌ریزی است. در این میان، ایران با وجود جاذبه‌های فراوان فرهنگی، تاریخی و طبیعی هنوز نتوانسته است جایگاه خود را به‌عنوان یک کشور پذیرنده گردشگر در بازار جهانی صنعت گردشگری بیابد؛ از این رو، سهم ناچیزی از درآمدهای این صنعت، نصیب کشور شده است. این مسئله، در زمینه گردشگری داخلی و به‌ویژه گردشگری روستایی نیز صدق می‌کند. سؤال کلیدی پژوهش آن است که راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری زمستانی در مناطق روستایی حاشیه پست اسکی شمشک چیست؟ به این منظور، مقاله حاضر با استفاده از روش پیمایشی و مطالعه‌های میدانی در سطح کارشناسان و خبرگان با مدل SWOT به ارائه راهبرد کانونی برای توسعه گردشگری زمستانی در مناطق روستایی پرداخته است. قلمرو زمانی تحقیق، زمستان ۱۳۸۹ و آذر تا بهمن ۱۳۹۰ است. روایی پرسشنامه با استفاده از پانل متخصصان گردشگری و اساتید دانشگاهی تأیید شد و برای سنجش پایایی، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که ضریب به‌دست‌آمده ۷۲ درصد است. نتایج، نشان‌دهنده این است که راهبردهای توسعه گردشگری زمستانی در روستاهای منطقه حاشیه پست اسکی شمشک در وضع موجود، جهت‌گیری به سوی راهبرد رقابتی است که در قالب ۸ راهبرد فرعی، قابل بیگیری و عملیاتی‌سازی است، اما برای دستیابی به جایگاه مطلوب، در توسعه گردشگری زمستانی، با محوریت مشارکت روستاهای حاشیه پست اسکی شمشک، اتخاذ راهبرد جهشی تهاجمی ضرورت دارد.

کلیدواژه‌ها: استان تهران، پست اسکی شمشک، توسعه روستایی، گردشگری، گردشگری زمستانی.

مقدمه

براساس یک برآورد، گردشگری با تأمین یک دهم تولید ناخالص داخلی و اشتغال، بزرگ‌ترین منبع تولید ناخالص داخلی و اشتغال در دنیاست و در قرن ۲۱، به موتور متحرک اقتصاد جهانی تبدیل خواهد شد. «گردشگری در مقایسه با انواع دیگر فعالیت‌های اقتصادی، تنها صنعتی است که توسعه آن در چارچوب یک سیاست صحیح و مقررات آگاهانه امکان‌پذیر است. در هر تحقیق علمی، مطالعه و بررسی پژوهش‌های انجام‌گرفته درباره موضوع، ضروری است؛ چرا که بدون دستیابی به نتایج پژوهش‌های دیگران و توسعه و تکمیل آن‌ها، رسیدن به پاسخ مناسب و تجزیه و تحلیل دقیق امکان‌پذیر نیست.

درباره موضوع گردشگری زمستانی در نواحی روستایی، در سطح جهان، در کشورهای با جاذبه اسکی، مطالعه‌هایی در قالب مقاله و گزارش و... انجام شده است، ولی در ایران چند مقاله بیشتر دیده نمی‌شود.

تقوایی و هدایتی‌مقدم (۱۳۸۸) در نشریه آموزش جغرافیا، در مقاله‌ای با عنوان «معیارهای مکان‌گزینی و طراحی پیست‌های اسکی و مسائل و مزایای آن در ایران» پس از معرفی مهم‌ترین پیست‌های اسکی در ایران، اصول و معیارهای گزینش مکان مناسب طراحی پیست را ارائه می‌دهند و مشکل‌های بهره‌برداری و استفاده از پیست‌های اسکی در ایران را معرفی می‌کنند.

وثوقی و دیگران (۱۳۹۰) در نشریه مطالعات جهانگردی، مقاله‌ای با عنوان «ارزیابی عوامل مؤثر بر رضایت در گردشگری زمستانی، مورد مطالعه: دو مقصد زمستانی شمشک و دربندسر» رضایت گردشگران از پیست‌های اسکی را ناشی از عرضه مناسب دانسته‌اند و ویژگی‌های خاص منطقه و علاقه و انگیزه شخصی به ورزش اسکی را از عوامل مؤثر رضایتمندی گردشگران عنوان کرده‌اند.

بدری و وثوقی (۱۳۸۸) در مقاله «مکان‌یابی نقاط گردشگری اسکی، مورد مطالعه: استان اردبیل» به مکان‌یابی پیست‌های اسکی پرداخته‌اند و به این نتیجه دست یافته‌اند که در این منطقه، نقاط متعدد و مناسب بالقوه برای گردشگری اسکی وجود دارد.

مقاله کوئینینگ آبگ «آثار اقلیمی در گردشگری زمستانی کوه‌های سوئیس» که در نشریه گردشگری پایدار (۱۹۹۷) چاپ شده است، به بررسی تأثیرهای اقلیمی در گردشگری زمستانی کوه‌های سوئیس پرداخته و ضمن بررسی تغییرهای آب و هوایی، پیشنهادهایی برای صنعت گردشگری زمستانی این کشور ارائه کرده است.

مقاله فلاگستاد و کریستین (۲۰۰۱) با عنوان «راهبردهای موفق شناسایی مقاصد ورزش‌های زمستانی، به‌عنوان ارزش و معیاری پایدار»، یکی از گزارش‌ها و پژوهش‌های دقیقی است که تاکنون در بعد بین‌المللی، با موضوع شناسایی مقاصد گردشگری زمستانی منتشر شده است. این مقاله که در نشریه بین‌المللی «مدیریت گردشگری» چاپ شده است، براساس یک گزارش سالانه در اروپا و آمریکای شمالی، مناطق اسکی را به‌عنوان مقاصد گردشگری، مطالعه کرده است.

- اندرو هولدن (۲۰۰۰)، در مقاله «گردشگری زمستانی و محیط زیست»، تضاد این دو موضوع مهم در جهان را بررسی کرده و به‌عنوان حوزه مطالعه در اسکاتلند، آثار مثبت و منفی زیست‌محیطی گردشگری بر کوهستان‌ها را به‌دقت توضیح داده است.

- برلینگ و چارمازا (۱۹۹۹) در مقاله «تأثیرهای گرمایش جهانی بر گردشگری زمستانی و اسکی»، شرایط و کیفیت برف را براساس یک مدل منطقه‌ای در کشور اتریش بررسی کرده‌اند.

- اسکات و دیگران (۲۰۰۶) در مقاله «تغییرهای آب و هوایی و پایداری در گردشگری، بر مبنای اسکی در شمال شرقی آمریکا» تغییرهای گرمایشی در چهار منطقه ویژه اسکی آمریکا را از نظر تأثیرهای زیست‌محیطی بررسی کرده‌اند.

- گردشگری زمستانی و فعالیت‌ها و ورزش‌های زمستانی، یعنی فعالیت‌هایی که به بارش مناسب برف وابسته است. مقصد ورزش‌های زمستانی می‌تواند این‌گونه تعریف شود: «یک واحد جغرافیایی، اقتصادی و اجتماعی که مشتمل بر شرکت‌ها، سازمان‌ها، فعالیت‌ها و... است و برای سرویس‌دهی یا خدمات‌رسانی به گردشگران، نیازمند فعالیت‌ها و ورزش‌های زمستانی و اطمینان از برف کافی در محدوده است. همچنین گردشگر زمستانی از دید بیازیت، عبارت است از «فردی که با انگیزه پرداختن به ورزش‌های زمستانی و لذت بردن از جاذبه‌های طبیعی وابسته به برف سفر می‌کند. در این زمینه، اسکی رایج‌ترین و پرتعدادترین ورزش زمستانی شناخته می‌شود» (بیازیت، ۲۰۱۰: ۶۷۹). به همین سبب در کشورهای توسعه‌یافته، برف به طلای سفید مشهور شده است (سربولنت، ۲۰۰۷) و گردشگری زمستانی به‌عنوان یک الزام، به بارش مناسب برف نیاز دارد (لوت، ۲۰۰۷: ۲). مناسب‌ترین عمق برف برای این منظور، ۳۰ تا ۵۰ سانتیمتر است که حداقل ۱۰۰ روز ماندگاری داشته باشد. این امر به عوامل دیگری مانند جهت شیب و زاویه تابش آفتاب، بستگی کامل دارد (کارمر، ۲۰۰۲: ۹۱). اسکی به‌عنوان یکی از پرتعدادترین ورزش‌های زمستانی، بسته به اندازه برف، منافع بسیاری برای جامعه محلی دارد که عبارتند از: تنوع اقتصادی و درآمدی، بهبود زیرساخت‌ها و خدمات و ایجاد امنیت روانی میان ساکنان و کاهش تأثیر بر محیط زیست (لاسانتا، ۲۰۰۷: ۱۳۲۷). یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های گردشگری زمستانی، فصلی بودن آن است که این ویژگی تابعی مستقیم از دو عامل مهم آب و هوا و وجود تعطیلی‌های مناسب است (آهاس، ۲۰۰۷). اهمیت گردشگری زمستانی از یک سو و وجود گردشگران فراوان علاقه‌مند به آن از سوی دیگر، زمینه مطالعه‌های مختلفی درباره گردشگری زمستانی شده است. به‌طور کلی، بیشتر مطالعه‌های میدانی و علمی که در سطح جهان و ایران انجام شده است، بر این موضوع اتفاق نظر دارند که گردشگری، عاملی مؤثر در توسعه اجتماعی-اقتصادی، احیا و نوزایش جوامع است (کاواکو، ۱۹۹۵؛ اپرمن، ۱۹۹۶؛ ویلیام و شاو، ۱۹۹۸). پیرس (۲۰۰۵) مطالعه‌های زیادی درباره تبدیل نواحی کوهستانی و روستایی زمستانی به یک مقصد گردشگری انجام داده است. در تحقیق‌هایی که توسط پیرس و کونو در فاصله سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ صورت گرفته، معیارهای اصلی یک منطقه با توانمندی‌های اسکی برای تبدیل شدن به مقصد گردشگری، در قالب موارد زیر تعیین شده است:

۱. مناسب بودن شیب در پیست‌های اسکی؛ ۲. تنوع مسیرهای اسکی؛ ۳. شرایط و کیفیت برف (امنیت، قابلیت اعتماد و عمق برف) و دسترسی به برف پودری؛ ۴. فاصله و دسترسی به پیست (در صورت نزدیکی، می‌توان زمان بیشتری به اسکی اختصاص داد)؛ ۵. هزینه و کیفیت خدمات اسکی (فواصل کویدن برف، بالابرها، مدت انتظار در نوبت)؛ ۶. محیط و فضای پیست؛ ۷. اطلاعات ضروری مانند (نقشه پیست، مسیرها، شیب‌ها و نقاط مخاطره‌آمیز و مستعد بهممن و اطلاعات هواشناسی)؛ ۸. کیفیت امکانات و فعالیت‌ها و سرگرمی‌های تفریحی؛ ۹. امکان اسکی در شب (وجود نورپردازی‌های مناسب)؛ ۱۰. امکانات پذیرایی (رستوران و خدمات داخل و بیرون پیست اسکی از نظر تنوع، کیفیت و گنجایش)؛ ۱۱. مهارت کارکنان و شیوه رفتار آن‌ها؛ ۱۲. پذیرش گردشگر توسط جامعه محلی؛ ۱۳. امکانات اقامتی (فاصله تا پیست، کیفیت، کمیت و قیمت)؛ ۱۴. امکانات خرید و تهیه لوازم اسکی و غیر اسکی.

بدری و وثوقی (۱۳۸۸) در مقاله «مکان‌یابی نقاط گردشگری اسکی از طریق GIS» بهترین اولویت‌های مکانی برای ساخت‌های اسکی در استان اردبیل را بررسی کرده‌اند. همچنین وثوقی و دیگران (۱۳۹۰) در مقاله «ارزیابی عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران زمستانی، مورد مطالعه: دو مقصد زمستانی شمشک و دربندسر براساس گویه‌های علمی» میزان رضایت گردشگران را تجزیه و تحلیل کرده‌اند. نوحه‌گر و دیگران (۱۳۷۸) در مطالعه خود، به بررسی «قابلیت‌های طبیعت‌گردی و تدوین بهترین راهبردها برای رونق و بهبود عملکرد مدیریت طبیعت‌گردی در جزیره قشم» پرداخته‌اند. امیری و گلپریان (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «گردشگری روستایی و توسعه پایدار»، روستای سیمین‌ابروی شهرستان همدان را مطالعه کردند و نتیجه گرفتند که گردشگری روستایی منبع بارزش اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد و عاملی مهم در

توسعه اجتماعی - اقتصادی جوامع روستایی است. فرج‌زاده اصل و رفیق کریم‌پناه (۱۳۸۷) محدوده استان کردستان را برای توسعه اکوتوریسم ارزیابی کرده‌اند و اراضی استان را برای انجام شش فعالیت اکوتوریستی شامل کوهنوردی، دامنه‌نوردی، اسکی، طبیعت‌درمانی، ورزش‌های آبی و طبیعت‌گردی تقسیم‌بندی کرده‌اند؛ در نهایت مشخص کرده‌اند که تنها یک درصد از مساحت استان، هیچ‌گونه قابلیت برای توسعه اکوتوریسم ندارد.

بنابراین، با توجه به آنچه درباره گردشگری زمستانی بیان شد و همچنین پیشینه تحقیق، در این مطالعه تلاش شده تا با رویکرد و روش‌شناسی جدید، به توسعه گردشگری زمستانی توجه شود؛ زیرا توسعه ورزش‌های متناسب با گردشگری زمستانی، بدون برنامه‌ریزی بلندمدت و آینده‌نگر امکان‌پذیر نیست، اما باید توجه داشت که راهبرد توسعه گردشگری زمستانی، برای برقراری ارتباط بین قوت‌ها و ضعف‌ها به‌عنوان عوامل محیط درونی، و فرصت‌ها و تهدیدها به‌عنوان عوامل بیرونی در زمینه گردشگری در مناطق روستایی حاشیه کلان‌شهر تهران، بسیار پیچیده است. بر این اساس، هدف این تحقیق، شناسایی فرصت‌ها، تهدیدها، ضعف‌ها و قوت‌های مؤثر در توسعه گردشگری زمستانی در زمینه اسکی در روستاهای حاشیه استان تهران و سپس ارائه راهبردهای توسعه گردشگری زمستانی در روستاهای واقع در مناطق کوهستانی و برف‌خیز است؛ زیرا تهیه و تدوین راهبردهای توسعه گردشگری زمستانی برای مناطق روستایی، این امکان را فراهم می‌سازد که تمامی فعالیت‌های گردشگری زمستانی، به‌ویژه اسکی، به صورت منظم با رویکرد آینده‌نگر انجام شود و هریک از نهادهای اجرایی در فرایند گردشگری زمستانی، با سایر اجزا به‌صورت یکپارچه عمل نمایند و همگی در راستای تحقق راهبرد کانونی حرکت کنند. بدین منظور، مطالعه در سطح کارشناسان متخصص انجام پذیرفته است. با توجه به موارد بیان‌شده می‌توان پرسش کلیدی پژوهش را بدین ترتیب صورت‌بندی کرد: راهبرد کانونی برای توسعه گردشگری زمستانی در روستاهای کوهستانی استان تهران کدام است و اولویت‌های راهبردی برای اقدام چیست؟ برای پاسخگویی به پرسش و دستیابی به نتایج، از مدل ترکیبی SWOT استفاده شده است.

روش پژوهش

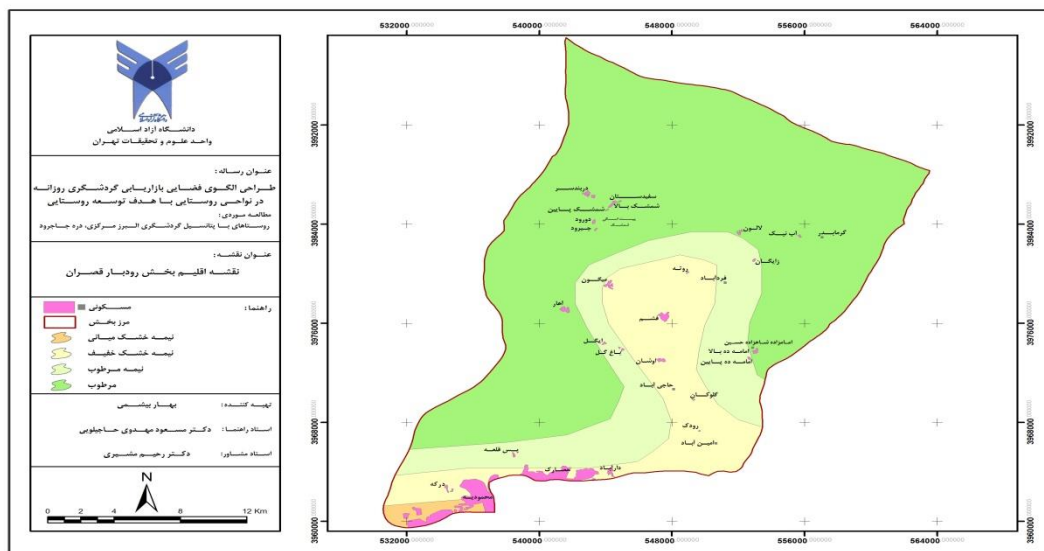
معرفی منطقه مورد مطالعه

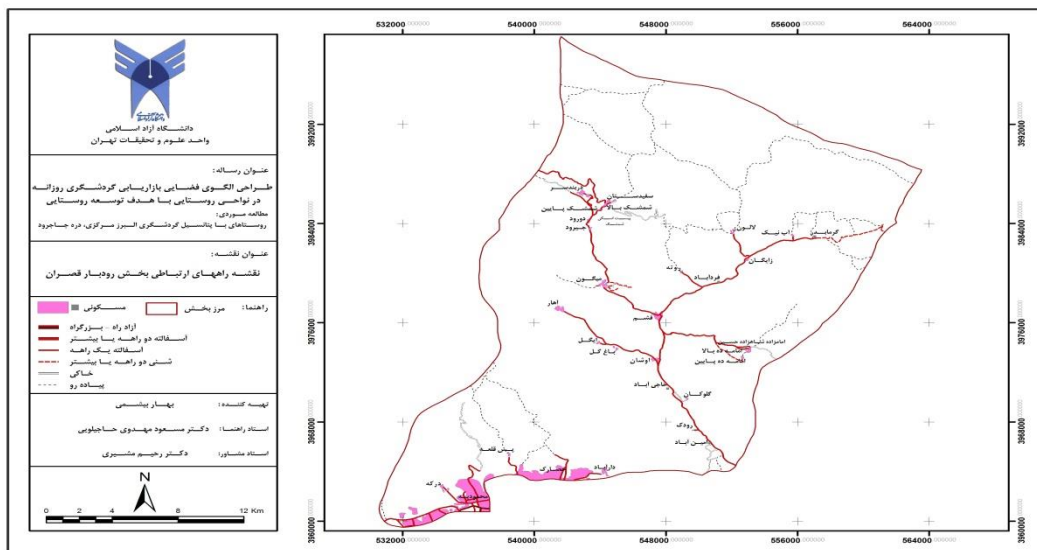
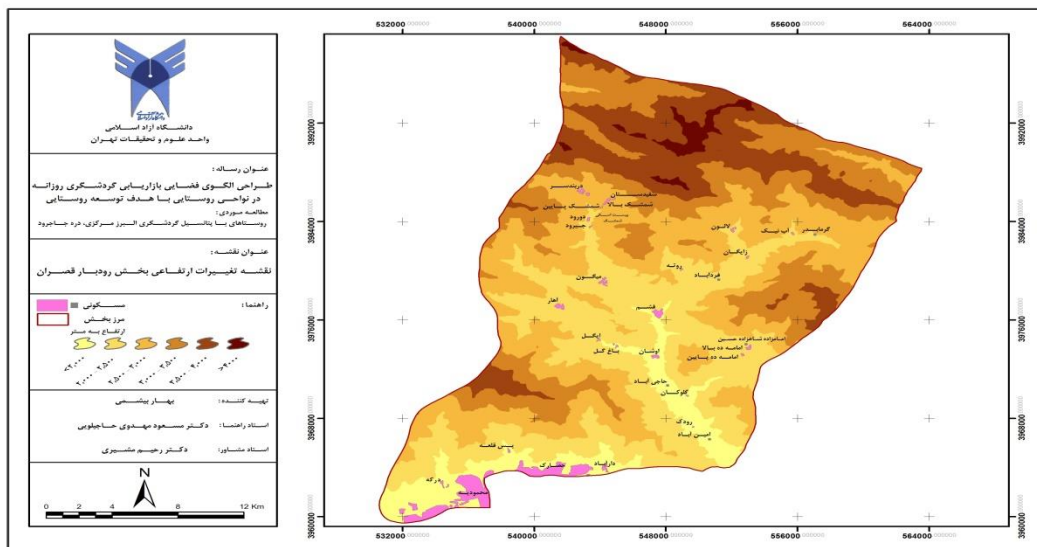
پژوهش حاضر از نوع کاربردی است و روش استفاده‌شده در این پژوهش، تحلیلی با بهره‌گیری از تکنیک SWOT^۱ است. مدل هاروارد یا سوات که به‌عنوان بخشی از واحد خط مشی بازرگانی از دهه ۱۹۲۱ تاکنون در مدرسه بازرگانی هاروارد تدریس می‌شود، الهام‌بخش اصلی بیشتر مدل‌های تدوین راهبرد در بخش‌های مختلف اقتصادی، خدماتی، دولتی و غیر انتفاعی به شمار می‌آید (برایسون، ۲۰۰۲: ۳۱). هدف اساسی این مدل، ایجاد ارتباط بین سازمان و محیط آن، برای دستیابی به بهترین گزینه‌های راهبردی است. آنچه در مدل هاروارد در درجه اول اهمیت قرار می‌گیرد، توجه به توانمندی‌ها و ضعف‌های داخلی سازمان و فرصت‌ها و تهدیدهای مؤثر بر آن است. بر این اساس، در این مطالعه، داده‌ها از طریق مطالعه‌های میدانی با استفاده از پرسشنامه باز جمع‌آوری شد. در ابتدا با بررسی محیط درونی و بیرونی منطقه، قوت‌ها و ضعف‌ها و فرصت‌ها و تهدیدها را مشخص و برای رتبه‌دهی به آن‌ها از پرسشنامه استفاده کردیم. با این روش، از کارشناسان مرتبط با موضوع، نظرسنجی به عمل آمد. در کل، تعداد ۸۲ پرسشنامه ارسال شد که در نهایت، ۷۴ پرسشنامه کارشناسان در سطح استانی و محلی تکمیل شد. آزمون روایی که در این پژوهش به کار گرفته شد، روایی، صوری و محتوایی است که از طریق خود کارشناسان انجام شد. برای آزمون پایایی پرسشنامه نیز، روش آلفای کرونباخ را به کار بردیم (مؤمنی، ۱۳۸۶: ۲۱۱).

آزمون کرونباخ آلفای این پرسشنامه را از طریق نرم‌افزار SPSS بررسی کردیم و هر گویه، به‌عنوان یک متغیر تعریف شد که در نهایت، ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه با ضریب $0/72$ تأیید شد. پس از جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسشنامه و رتبه‌بندی قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها با استفاده از نرم‌افزار Excel، داده، محاسبه و براساس مدل SWOT، تجزیه و تحلیل شده است. تمرکز جغرافیایی مطالعه، استان تهران و منطقه شمشک است.

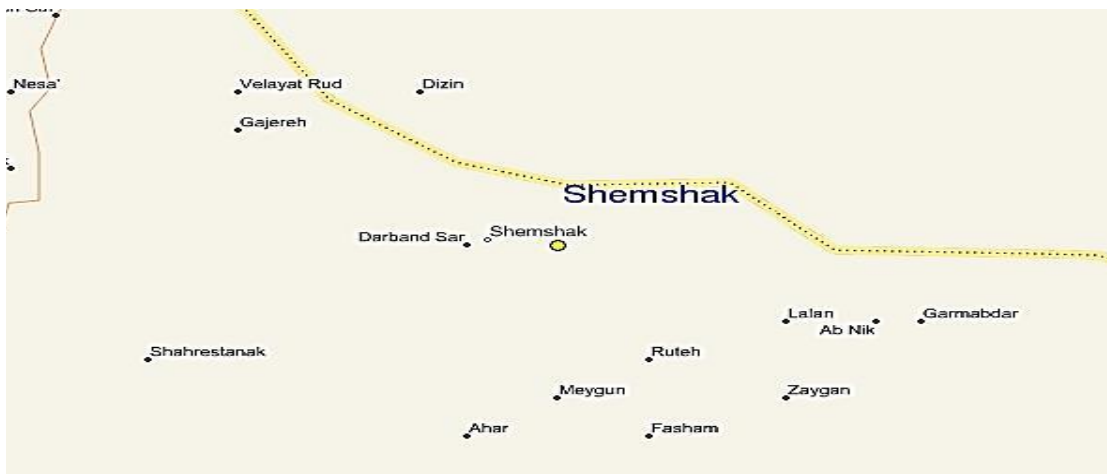
منطقه شمشک در رودبار قصران شمیرانات تهران، با وجود جاذبه منحصر به فرد طبیعی و فرهنگی و پیست بین‌المللی اسکی، ظرفیت بالایی در جذب گردشگر داخلی و خارجی دارد، اما با چالش‌ها و فرصت‌هایی برای توسعه روبه‌روست. مناطق شمالی استان تهران، از دیرباز مرکز توجه جمعیت شهر تهران و اطراف آن بوده است. یکی از متفاوت‌ترین این بخش‌ها، رودبار قصران است که از لحاظ روند توسعه اقتصادی، فرهنگی و همچنین جایگاه جغرافیایی، ویژگی‌های منحصر به فردی دارد. این ویژگی‌ها همان پتانسیل‌ها و استعدادهای طبیعی است. روستای شمشک، به‌عنوان نقطه مورد مطالعه، از توابع بخش رودبار قصران شهرستان شمیرانات، با مختصات جغرافیایی 51° درجه و $30'$ دقیقه، طول شرقی و 36° درجه و $2'$ دقیقه، عرض شمالی، در 45 کیلومتری شمال شرقی تهران واقع شده است.

این روستا، میان قله سرک‌چال و قله خورتنگ یا کلون‌بست کوچک و گردنه دیزین استقرار یافته و 2531 متر از سطح دریا ارتفاع دارد. آب‌وهوای روستای شمشک، معتدل کوهستانی با زمستان‌هایی سرد و پربرف و تابستان‌هایی معتدل و دلپذیر است. ارتفاع‌های اطراف شمشک تا اواسط تابستان، از برف زمستانی پوشیده شده است (شکل ۱). روستای شمشک، قدمتی دیرینه دارد و به‌ویژه از دوره قاجاریه و پس از آن، به‌عنوان یکی از بیلاق‌های خوش‌آب‌وهوای پایتخت و مردم منطقه محسوب می‌شده است. در حال حاضر، به‌علت ساخت ویلاهای متعدد، آثار اندکی از کالبد قدیمی روستا به جا مانده است. بناهای عمومی روستا از قبیل حمام، حسینیه، امامزاده و... بازسازی شده‌اند.





مأخذ: رساله دکتري، مسعود مهدوی و بهار بيشمی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقيقات تهران



مأخذ: سایت فدراسیون اسکی جمهوری اسلامی ایران

موقعیت جغرافیایی، راه‌های ارتباطی، سطوح ارتفاعی و شرایط اقلیمی منطقه و استقرار آن در دامنه قله پربرف، موقعیت منحصر به فردی به روستای شمشک بخشیده است. پیست اسکی شمشک، از اوایل دی‌ماه تا اواخر اردیبهشت‌ماه، با چشم‌اندازهای کوهستانی بسیار زیبا و طبیعت منحصر به فرد، اسکی‌بازان را به سوی خود جلب می‌کند. این پیست، در ۵۸ کیلومتری شرق تهران، به طول سه هزار متر احداث شده و اسکی‌بازان و کوهنوردان بسیاری از آن استفاده می‌کنند. پیست در نزدیکی روستای شمشک از توابع رودبار قصران شهرستان شمیرانات تهران واقع شده است. بلندترین نقطه پیست، ۳۰۵۰ متر و پست‌ترین نقطه آن ۲۵۵۰ متر از سطح دریا ارتفاع دارد و پس از دیزین، بزرگ‌ترین پیست اسکی ایران است. پیست اسکی شمشک، در سال ۱۳۳۷ بهره‌برداری شد. بعدها و در سال ۱۳۷۵، با اصلاحاتی که انجام گرفت، این پیست از سوی فدراسیون جهانی اسکی به‌عنوان پیست بین‌المللی شناخته شد. از امکانات آن می‌توان دو دستگاه تله‌سیژ، دو دستگاه تله‌اسکی بشقابی و دو دستگاه تله‌اسکی چکشی را نام برد. پیست همچنین مجهز به نورافکن زرد است و می‌توان تا پاسی از شب در آن به اسکی پرداخت. دوره زمانی اسکی معمولاً از اوایل آذر تا اواسط فروردین است. امکانات اقامتی شمشک، شامل دو هتل است. در این میان، هتل شمشک ۳۲ اتاق و ۴ سوئیت دارد و در درجه‌بندی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، دو ستاره شناسایی می‌شود. شمشک همچنین رستوران‌های مطلوبی دارد که یکی از آن‌ها در قله قرار گرفته است.

بحث و یافته‌ها

تحلیل و شناسایی این نکته که گردشگری زمستانی، در چه بستر راهبردی قابل پیگیری و پیاده‌سازی است، از نکته‌های اساسی پژوهش‌های کاربردی به شمار می‌رود؛ بنابراین، در این مطالعه، شناسایی بستر راهبردی برای پیاده‌سازی گردشگری زمستانی در نقاط روستایی حاشیه پیست اسکی شمشک استان تهران، مد نظر قرار گرفت. بدین منظور، از مدل راهبردی SWOT در قالب شناسایی و ارزیابی نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها (چالش‌ها) استفاده شده است. در این زمینه، به راهبرد وضعیت جاری (ممکن) توجه بسیاری صورت گرفت.

تبیین راهبردهای ممکن توسعه گردشگری زمستانی

برای ارائه راهبرد مناسب توسعه گردشگری زمستانی در روستاهای منطقه مورد مطالعه، از تکنیک SWOT استفاده شده است. در حقیقت، از این تکنیک، به‌عنوان ابزاری برای شناسایی مسائل راهبردی و ارائه راهبردهای مناسب استفاده می‌شود. در ابتدا از طریق پرسشنامه‌های باز در سطح خبرگان و کارشناسان گردشگری روستاهای منطقه، فهرستی از قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و موانع مشترک شناسایی شد و سپس از طریق انطباق موارد ذکر شده توسط خبرگان و کارشناسان با وضع موجود منطقه، فهرست نهایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و موانع، استخراج شد و برای پاسخگویی در اختیار کارشناسان قرار گرفت. سپس با توجه به امتیازهای ارائه شده از طرف این گروه، در قالب طیف لیکرت به قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و موانع مطرح شده عوامل در قالب ماتریس تحلیلی SWOT، محاسبه و تحلیل شد تا راهبرد کانونی از دیدگاه کارشناسان مشخص شود؛ بنابراین، در ادامه، به ترتیب مراحل چارچوب برنامه‌ریزی راهبردی، راهبردهای توسعه گردشگری زمستانی را تدوین کردیم. شایان ذکر است که این تدوین، به ترتیب براساس مراحل زیر انجام شده است:

۱. تشکیل جدول‌های ارزیابی عوامل داخلی (IFE) ^۱ و ارزیابی عوامل خارجی (EFE) ^۲ توسعه

گردشگری زمستانی روستاهای مورد مطالعه: در این مرحله، عوامل راهبردی کلیدی اثرگذار بر تدوین راهبردها، در

قالب دو دسته اصلی عوامل داخلی (مشمول بر قوت‌ها و ضعف‌ها) و عوامل خارجی (مشمول بر فرصت‌ها و موانع) شناسایی شده و در نهایت، مجموع قوت‌ها و ضعف‌ها و مجموع فرصت‌ها و موانع به صورت کمی بیان می‌شود؛

۲. تدوین راهبردها: پس از مشخص شدن عوامل راهبردی کلیدی اثرگذار (مجموع قوت‌ها و ضعف‌ها و مجموع فرصت‌ها و موانع)، تدوین راهبردها صورت می‌گیرد. تدوین راهبردها با مقایسه هر یک از عوامل با یکدیگر، در چارچوب ماتریس SWOT انجام می‌شود. در این مرحله، راهبردها در قالب چهار گروه از راهبردهای تهاجمی (مبتنی بر قوت‌ها و فرصت‌ها)، راهبردهای تنوع/ رقابتی (مبتنی بر مقایسه قوت‌های داخلی و موانع بیرونی)، راهبردهای بازنگری/ محافظه کارانه (مبتنی بر ضعف‌های داخلی و فرصت‌های بیرونی) و راهبردهای دفاعی (مبتنی بر مقایسه ضعف‌های داخلی و موانع بیرونی) صورت می‌گیرد.

۳. انتخاب راهبردهای نهایی: پس از تدوین راهبردهای چهارگانه در مرحله قبل، انتخاب راهبردهای نهایی صورت می‌گیرد؛ این کار از طریق نتایج ماتریس ارزیابی تدوین شده در مرحله نخست و با ترسیم نمودار تجزیه و تحلیل SWOT انجام می‌شود.

در ادامه، راهبردهای توسعه گردشگری زمستانی مناطق مورد مطالعه، به همین ترتیب، ارائه شده است.

– تشکیل جداول ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و ارزیابی عوامل خارجی (EFE) توسعه گردشگری

زمستانی روستاهای مورد مطالعه: نخستین مرحله در تحلیل راهبردی، شناسایی عوامل راهبردی کلیدی در ارتباط با مسئله مورد نظر است. همان‌طور که پیش‌تر نیز بیان شد، در این تحقیق، عوامل یادشده، براساس نظر خبرگان و کارشناسان استخراج شده است. شایان ذکر است برای تعیین رتبه عوامل، براساس ضرایب اهمیت به‌دست‌آمده، از روش تحلیل خوشه‌ای استفاده شد (جدول ۱).

جدول ۱. نحوه رتبه‌دهی به عوامل در جدول‌های IFE و EFE

رتبه	عوامل خارجی	عوامل داخلی
۴	فرصت استثنایی	قوت عالی
۳	فرصت معمولی	قوت معمولی
۲	موانع معمولی	ضعف معمولی
۱	موانع جدی	ضعف بحرانی

براساس نظرهای مشترک خبرگان و کارشناسان، در نهایت، هفت فرصت، نه مانع، شش قوت و هشت ضعف شناسایی شد و به روش پرسشنامه‌ای، در قالب طیف لیکرت در اختیار کارشناسان و متخصصان قرار گرفت. پس از جمع‌آوری امتیازها و میانگین‌گیری، ضرایب اهمیت هر یک از عوامل، مشخص شد. سپس براساس ضرایب به‌دست‌آمده در تحلیل خوشه‌ای، خوشه‌های مناسب شناسایی شدند و رتبه‌ها با توجه به قرارگیری عوامل در خوشه‌ها ارائه شد. در نهایت، امتیاز هر عامل محاسبه شد.

پس از بررسی‌های انجام‌شده در منطقه شمشک، هشت قوت داخلی در برابر ده ضعف داخلی، و شش فرصت خارجی در برابر هشت تهدید خارجی، شناسایی و بررسی شده است. به این ترتیب، در مجموع، ۱۹ قوت و فرصت به‌عنوان مزیت و ۱۴ نقطه ضعف و تهدید به‌عنوان محدودیت‌ها و تنگناهای پیش روی گسترش گردشگری این منطقه، قابل شناسایی است. پس از محاسبه امتیازهای راهبردی برای هر یک از مؤلفه‌های مطرح‌شده در چهار بعد راهبردی، امتیازهای نهایی برای مشخص شدن راهبرد نهایی به دست آمد (جدول‌های ۲ و ۳).

جدول ۲. محاسبه امتیاز کل عوامل درونی تأثیرگذار در توسعه گردشگری زمستانی، از دیدگاه کارشناسان در منطقه

امتیاز	رتبه	ضریب اهمیت	میانگین امتیاز	مجموع وزن‌ها	قوت‌ها
۲۹۱/۰	۳	۰۹۷/۰	۵/۲۱	۱۴۰	S۱- اعتدال هوا و بیلابقی بودن منطقه و فاصله کم با تهران
۳۴۳/۰	۴	۰۸۶/۰	۴/۶۰	۱۲۵	S۲- بین‌المللی بودن پیست اسکی و داشتن بالاترین تعداد روزهای برفی
۰۹۸/۰	۴	۰۲۴/۰	۱/۳۱	۴۲	S۳- داشتن استانداردهای مطلوب برای جذب گردشگران مرفه
۱۴۱/۰	۴	۰۳۵/۰	۱/۸۹	۵۱	S۴- وجود جاذبه‌های طبیعی مانند رودخانه، مناظر طبیعی، کوهستان و مراتع غنی و دامداری، به‌ویژه زنبورداری در منطقه
۲۰۱/۰	۳	۰۶۷/۰	۳/۶۰	۹۸	S۵- استفاده از مصالح بادوام و جدید در مسکن، برای استفاده و اجاره این اماکن به گردشگران
۳۵۸/۰	۴	۰۸۹/۰	۴/۸۰	۱۳۵	S۶- افزایش دستمزد در فعالیتهای غیر کشاورزی برای افزایش شغل‌های مرتبط با گردشگری
۳۰۵/۰	۴	۰۷۶/۰	۴/۰۹	۱۱۲	S۷- سودبردن بومیان از وجود گردشگران روزانه در فصول گردشگرپذیر
۱۴۹/۰	۴	۰۳۷/۰	۲	۵۳	S۸- جلوگیری از تخریب مکان‌های مذهبی و تاریخی منطقه و توجه به آن، به دلیل بالا رفتن سطح آگاهی مردم
-	-	-	-	-	ضعف‌ها
۰۸۸/۰	۲	۰۴۴/۰	۲/۳۷	۶۵	W۱- نادیده گرفتن جاذبه‌های روستا در مقابل پیست اسکی، در فصول پاییز و زمستان
۱۵۰/۰	۲	۰۷۵/۰	۴/۰۲	۱۳۲	W۲- کافی نبودن تسهیلات و امکانات بهداشتی، بانکی، اداری، حادثه‌خیز بودن جاده در زمستان و... در منطقه
۰۴۵/۰	۱	۰۴۵/۰	۲/۴۰	۶۹	W۳- وجود مسیر جاده‌ای به‌عنوان تنها مسیر دسترسی از نظر حمل‌ونقل
۱۵۰/۰	۲	۰۷۵/۰	۴/۰۲	۱۱۴	W۴- نبود نیروهای آموزش‌دیده و متخصص در امر گردشگری در سایت
۰۷۵/۰	۲	۰۳۷/۰	۲/۰۱	۵۷	W۵- نبود مکان‌یابی و گسترش فعالیتهای بازاریابی تولیدهای روستایی در مسیر رفت‌وآمد گردشگران
۰۶۸/۰	۱	۰۶۸/۰	۳/۶۳	۹۸	W۶- منطقه‌ای بودن پیست اسکی و محدود بودن به مخاطبان استان تهران
۰۴۸/۰	۲	۰۲۴/۰	۱/۳۰	۴۱	W۷- نداشتن نیاز شدید مالی بومیان به درآمد گردشگران
۰۸۴/۰	۲	۰۴۲/۰	۲/۲۵	۶۱	W۸- فصلی بودن تقاضای گردشگری و بالطبع، فصلی بودن کار گردشگری برای متقاضیان بومی در این منطقه
۰۵۶/۰	۲	۰۲۸/۰	۱/۵۰	۴۴	W۹- تفاوت‌های بالای فرهنگی میان مردم و گردشگران و تعارض بین فرهنگ گردشگران و مردم روستا
۰۵۰/۰	۱	۰۵۰/۰	۲/۶۸	۷۰	W۱۰- کمبود پارکینگ در معابر و پیست اسکی
۶۹۸/۲	-	۱	۶۸/۵۳	-	مجموع امتیازهای محیط درونی

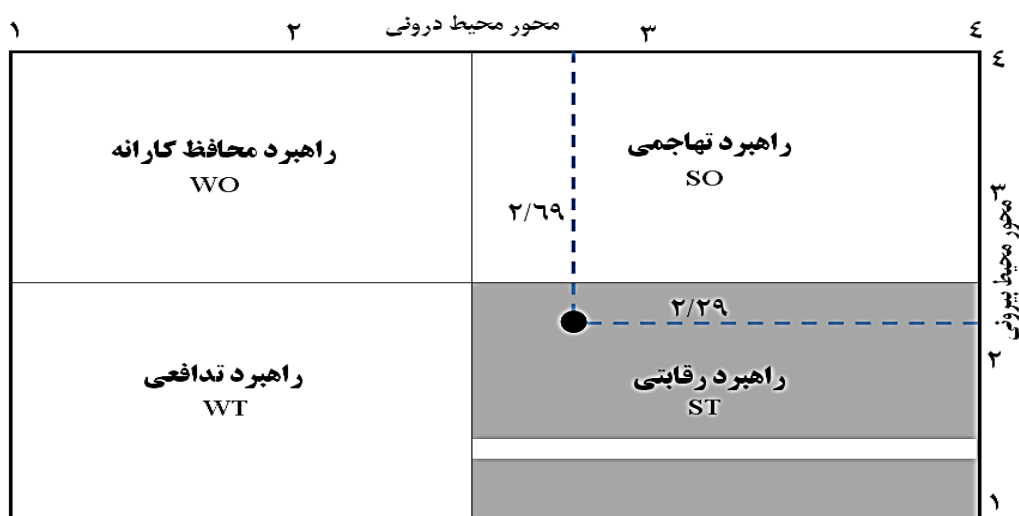
جدول ۳. محاسبه امتیاز کل عوامل بیرونی تأثیرگذار در توسعه گردشگری زمستانی از دیدگاه کارشناسان در منطقه

امتیاز	رتبه	ضریب اهمیت	میانگین امتیاز	مجموع وزن‌ها	فرصت‌ها
۱۹۰/۰	۳	۰۶۳/۰	۳/۰۳	۸۲	O۱- توسعه زیرساخت‌های روستایی توسط دولت و سرمایه‌گذاران در سال‌های اخیر در منطقه
۱۹۰/۰	۴	۰۴۸/۰	۲/۲۷	۶۱	O۲- وجود جوانان آموزش‌دیده در روستا با آموزش مربوط به عناصر مهم گردشگری مانند حمل‌ونقل- راهنمایی تور- هتلداری و...
۲۲۴/۰	۳	۰۷۵/۰	۳/۵۷	۹۶	O۳- آگاهی بومیان نسبت به سود گردشگری و افزایش سرمایه‌گذاری توسط آن‌ها در منطقه
۲۵۶/۰	۳	۰۸۵/۰	۴/۰۷	۱۰۹	O۴- افزایش مراکز خدماتی، رفاهی و تفریحی مربوط به گردشگری و تنوع فروش محصولات صنایع دستی و غذا
۲۶۳/۰	۳	۰۸۸/۰	۴/۱۹	۱۱۳	O۵- بسته بودن مسیر دیزین به دلیل نامناسب بودن جاده و مسیر رفت‌وآمد در فصل زمستان
۳۰۷/۰	۴	۰۷۷/۰	۳/۶۷	۱۰۰	O۶- آشنایی گردشگران با آداب و رسوم روستاها و برقراری تعامل فرهنگ‌های مختلف با یکدیگر و استفاده از این فرصت، برای کسب درآمد
-	-	-	-	-	تهدیدها

ادامه جدول ۳. محاسبه امتیاز کل عوامل بیرونی تأثیرگذار در توسعه گردشگری زمستانی از دیدگاه کارشناسان در منطقه

فرصت‌ها	مجموع وزن‌ها	میانگین وزن‌ها	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز
T1- ازدحام بیش از اندازه در روزهای تعطیل، آخر هفته‌ها، تعطیلی‌های مناسبی و متعاقب آن، پایین آمدن سطح رضایت گردشگران به دلیل نشدن ظرفیت برد در منطقه	۷۰	۲/۰۶	۰۵۴/۰	۲	۱۰۹/۰
T2- تضعیف و تغییر فرهنگ بومی منطقه به دلیل ورود گردشگران	۵۲	۱/۹۵	۰۴۱/۰	۱	۰۴۱/۰
T3- بالا رفتن تخلف‌های اجتماعی در اثر ورود گردشگر	۱۳۸	۵/۰۱	۱۰۵/۰	۱	۱۰۵/۰
T4- نزدیکی به پیست اسکی دیزین و در بند سر با فاصله بسیار کوتاه	۴۰	۱/۰۲	۰۲۱/۰	۱	۰۲۱/۰
T5- افزایش نرخ کالا، خدمات و زمین	۱۱۵	۴/۲۴	۰۸۹/۰	۲	۱۷۸/۰
T6- آشنایی نداشتن مردم منطقه با جاذبه‌های گردشگری و نبود تبلیغ مناسب برای قابلیت‌های آن	۱۲۰	۴/۴۳	۰۹۳/۰	۲	۱۸۵/۰
T7- وجود اختلاف‌های طایفه‌ای و در نتیجه نبود بازاریابی مطلوب توسط بومیان	۱۲۹	۴/۷۵	۰۹۹/۰	۱	۰۹۹/۰
T8- بالا نبودن سطح ارائه خدمات به مخاطب لوکس‌پسندی که بیشتر پیست‌های اسکی دنیا را استفاده کرده است و در حال حاضر در ایران زندگی می‌کند.	۸۰	۲/۹۷	۰۶۲/۰	۲	۱۲۴/۰
مجموع امتیازهای محیط بیرونی	-	۷۷/۴۷	۱	-	۲۹۳/۲

- **انتخاب راهبردهای نهایی:** پس از محاسبه امتیازهای راهبردها، باید راهبردهای نهایی، انتخاب و سپس اولویت‌بندی شوند. این امر، نخست با بازگشت به ماتریس‌های ارزیابی IFE و EFE صورت می‌گیرد. بدین‌صورت که با نشان‌دادن مجموع قوت‌ها و ضعف‌ها و مجموع فرصت‌ها و موانع در نمودار تجزیه و تحلیل SWOT، باید در نهایت مشخص شود که کدام گروه از راهبردها باید به‌عنوان راهبردهای نهایی انتخاب شوند. با توجه به اعداد به‌دست‌آمده از جداول IFE و EFE، مجموعه قوت‌ها و ضعف‌ها و مجموعه فرصت‌ها و موانع، به‌ترتیب برابر با ۲/۶۹ و ۲/۲۹ است. با جایگیری این اعداد در نمودار تجزیه و تحلیل SWOT مشخص می‌شود که راهبردهای نهایی توسعه گردشگری زمستانی، در گروه راهبردهای رقابتی (مبتنی بر تلفیق قوت‌ها و موانع یا تهدیدها) قرار می‌گیرند. ترسیم این اعداد در نمودار تجزیه و تحلیل SWOT مشخص می‌سازد که راهبردهای نهایی توسعه گردشگری زمستانی در گروه راهبردهای رقابتی (مبتنی بر راهبردهای تدوین‌شده براساس تلفیق ضعف‌های درونی و موانع محیط بیرونی) قرار می‌گیرند (شکل ۲).



شکل ۲. راهبردهای کانونی توسعه گردشگری زمستانی، از دیدگاه کارشناسان در منطقه

- تدوین راهبردها: پس از مشخص شدن عوامل کلیدی راهبردی، باید انواع راهبردها، براساس مجموعه قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و موانع، تدوین شود. این کار در چارچوب تحلیل SWOT صورت می‌گیرد. البته باید گفت امتیازهای به‌دست‌آمده راهبرد کانونی برای توسعه گردشگری زمستانی در روستاهای منطقه، متعلق به راهبرد رقابتی است. همچنین به‌دلیل مشترک بودن عوامل، ماتریس راهبردی طراحی شده برای مشخص کردن راهبردها، تنها در بعد راهبرد رقابتی صورت گرفته است. نتیجه مقایسه دوه‌دویی و ترکیبی عوامل مربوط به ضعف‌ها و موانع با یکدیگر، شکل‌گیری ۱۱ راهبرد است (جدول ۴).

جدول ۴. راهبردهای فرعی برای توسعه گردشگری زمستانی در روستای مورد مطالعه

عوامل درونی	قوت‌ها (S)
عوامل بیرونی	<p>S۱- اعتدال هوا و بیلاقی بودن منطقه و فاصله کم با تهران؛</p> <p>S۲- بین‌المللی بودن پیست اسکی و داشتن بالاترین مدت روزهای برفی؛</p> <p>S۳- داشتن استانداردهای مطلوب برای گردشگران مرفه؛</p> <p>S۴- وجود جاذبه‌های طبیعی مانند رودخانه، مناظر طبیعی، کوهستان و مراتع غنی و دامداری، به‌ویژه زنبورداری در منطقه؛</p> <p>S۵- استفاده از مصالح بادوام و جدید در مسکن، برای استفاده و اجاره این اماکن به گردشگران؛</p> <p>S۶- افزایش دستمزد در فعالیتهای غیر کشاورزی، برای افزایش شغل‌های مرتبط با گردشگری؛</p> <p>S۷- سود بردن بومیان از وجود گردشگران روزانه در فصول گردشگرپذیری؛</p> <p>S۸- جلوگیری از تخریب مکان‌های مذهبی و تاریخی منطقه و توجه به آن، به دلیل بالا رفتن سطح آگاهی‌های مردم.</p>
	<p>تهدیدها (T)</p> <p>T۱- ازدحام بیش از اندازه در روزهای تعطیل آخر هفته و تعطیلی‌های مناسبتی و متعاقب آن، پایین آمدن سطح رضایت گردشگران، به دلیل رعایت نکردن ظرفیت برد در منطقه؛</p> <p>T۲- تضعیف و تغییر فرهنگ بومی منطقه، به دلیل ورود گردشگران؛</p> <p>T۳- بالا رفتن تخلف‌های اجتماعی به‌خاطر ورود گردشگر؛</p> <p>T۴- نزدیکی به پیست اسکی دیزین و دربندسر با فاصله خیلی کوتاه؛</p> <p>T۵- افزایش نرخ کالا، خدمات و زمین؛</p> <p>T۶- آشنایی نداشتن مردم منطقه با جاذبه‌های گردشگری و نبود تبلیغ مناسب برای قابلیت‌های گردشگری؛</p> <p>T۷- وجود اختلاف‌های طایفه‌ای و در نتیجه نبود بازاریابی مطلوب توسط بومیان؛</p> <p>T۸- بالا نبودن سطح ارائه خدمات به مخاطب لوکس‌پسندی که بیشتر پیست‌های اسکی دنیا را استفاده کرده است و در حال حاضر در ایران زندگی می‌کند.</p>
راهبردهای رقابتی (ST)	<p>۱. تعریف اصول، استانداردها و معیارهای دقیق، روشن و شفاف زیست‌محیطی، با در نظر گرفتن اصول گردشگری زمستانی برای توسعه فعالیت و کسب‌وکار در روستاهای منطقه؛</p> <p>۲. فرهنگ‌سازی و ترغیب روستاییان برای استفاده از فرهنگ بومی، لباس‌های سنتی و آداب و سنن منطقه، برای جذب بیشتر گردشگران و تقویت فرهنگ گردشگران برای استفاده از خدمات و کالاهای طبیعی و بومی در روستاهای منطقه؛</p> <p>۳. اتخاذ تمهیدهای مناسب برای تبدیل این منطقه به یک منطقه گردشگری چهار فصل (دادن تسهیلات ویژه به گردشگران، در فصولی که گردشگر کم است یا اصلا نیست)؛</p> <p>۴. تلاش برای افزایش زیرساخت‌ها و امکانات گردشگری برای جلب رضایت گردشگران در روستاهای حاشیه پیست؛</p> <p>۵. جذب گردشگران زمستانی، متناسب با رعایت ظرفیت تحمل گردشگری در منطقه، به ویژه مناطق روستایی حاشیه پیست؛</p> <p>۶. متنوع‌سازی کالاهای محلی، فروش غذاهای سنتی و زنده‌سازی صنایع دستی قدیمی منطقه شمشک؛</p> <p>۷. طراحی و برگزاری دوره‌های آموزشی و مشاوره شغلی و کسب‌وکار برای افزایش آگاهی روستاییان منطقه؛</p> <p>۸. گرایش به توسعه کسب‌وکارهای گردشگری زمستانی و ارائه خدمات متنوع به گردشگران؛</p> <p>۹. استفاده از افراد بومی و محلی در کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری زمستانی با رویکرد مشارکتی؛</p> <p>۱۰. تقویت کیفیت استانداردهای سخت‌افزاری در حوزه گردشگری زمستانی، به‌ویژه در داخل پیست؛</p> <p>۱۱. برنامه‌ریزی برای مدیریت و کنترل کاربری‌های موجود در روستاها و زمین‌های حاشیه اطراف پیست و جلوگیری از تغییر کاربری‌های نامناسب با ظرفیت منطقه.</p>

مأخذ: رساله دکتری، مسعود مهدوی و بهار بیشمی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

البته شایان ذکر است که اتخاذ راهبرد رقابتی، گزینه راهبردی جاری برای وضع موجود است که برای برطرف کردن تهدیدها و بهره‌گیری از قوت‌ها مطرح است. این گزینه راهبردی، به لحاظ برنامه‌ریزی می‌تواند در مدت سه یا چهار سال مرکز توجه قرار گیرد تا پس از کاهش موانع و ضعف‌ها به حداقل ممکن، برای دستیابی به راهبرد توسعه گردشگری زمستانی مطلوب، راهبرد تهاجمی اتخاذ شود.

نتیجه‌گیری

براساس آنچه در ادبیات نظری بحث شد می‌توان گفت که گردشگری، یکی از رویکردهای جدید توسعه اقتصادی است که از راهکارهای جدید مورد توجه برای توسعه اقتصادی مناطق روستایی، به عنوان عامل بازساخت اقتصادی به شمار می‌رود. در این زمینه، گردشگری و به ویژه گردشگری زمستانی، از جمله مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی روستاهای کوهستانی با برف کافی در فصول سرد به شمار می‌آید که به سرعت در حال گسترش و استقبال عمومی جهانی است؛ بنابراین، نگاه به گردشگری زمستانی روستایی با رویکرد میان‌رشته‌ای، از موضوع‌ها و مباحث جدید علمی است که عملیاتی کردن آن نیازمند برنامه‌ریزی آینده‌نگر با رویکرد راهبردی است. بر این اساس، در این مطالعه، روستاهای حاشیة پیست اسکی شمشک استان تهران، به عنوان مطالعه موردی انتخاب شده و روستاهای واقع در حاشیة آن به عنوان روستاهای نمونه انتخاب شدند. مروری بر یافته‌ها و نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که روستاهای حاشیة پیست شمشک، به دلیل قدمت تاریخی و جاذبه‌های طبیعی و زمین‌شناسی، پتانسیل‌های فراوانی برای جذب اکوتوریسم و استفاده از منافع آن دارد. مجموع عوامل متنوع مکانی و جغرافیایی و اقلیمی، امکان گردشگری زمستانی روستایی را برای دوستداران فراهم کرده است. از جمله منافی که گردشگری می‌تواند برای این منطقه داشته باشد، اشتغال روستاییان و حتی افراد تحصیل کرده و متخصص گردشگری است؛ این امر می‌تواند سطح اقتصادی و درآمدی را بالا ببرد، مهاجرت را کاهش دهد و آگاهی و فرهنگ مردم در امر گردشگری و هشیاری آن‌ها درباره خسارت‌های جبران‌ناپذیر محیط طبیعی را بالا ببرد؛ زیرا این منطقه جغرافیایی، به دلیل داشتن جاذبه در زمینه گردشگری زمستانی و حجم انبوه جمعیت متمرکز در شهر تهران و کرج که نیازمند اوقات فراغت است، در مجموع زمینه‌ساز شکل‌گیری جریان‌های گردشگری زمستانی بزرگی در منطقه، به ویژه در روزهای آخر هفته شده است. ورود حجم انبوه جمعیت به روستاهای با جاذبه گردشگری زمستانی، فرصت‌های متعددی را فراهم کرده است که استفاده از آن‌ها نیازمند برنامه‌ریزی بلندمدت و آینده‌نگر است؛ بنابراین، در این مطالعه، از طریق مدل راهبردی SWOT به تبیین راهبرد موجود و مناسب، برای توسعه گردشگری زمستانی در روستاهای مورد مطالعه پرداخته شد؛ بنابراین، با توجه به امتیازهای به دست آمده براساس جداول ارزیابی IFE و EFE، مجموع قوت‌ها و ضعف‌ها و مجموع فرصت‌ها و موانع و جایگیری این اعداد در نمودار تجزیه و تحلیل SWOT مشخص می‌سازد که راهبردهای نهایی توسعه گردشگری زمستانی بر حسب نتایج، زیرمجموعه راهبردهای رقابتی قرار می‌گیرد. در ادامه، از طریق مقایسه دوجه‌دویی و ترکیبی عوامل با یکدیگر، راهبردهای ترکیبی هشت‌گانه‌ای درباره راهبرد رقابتی ارائه شد که می‌تواند بستری را برای توسعه گردشگری در روستاهای منطقه فراهم کند. البته باید گفت راهبرد رقابتی، به عنوان تنها راهبرد موجود شناخته می‌شود؛ در نتیجه، راهکار مطلوب برای توسعه گردشگری زمستانی در منطقه، راهبرد تهاجمی است.

سپاسگزاری

این مقاله برگرفته از قسمتی از رساله این‌جانب با عنوان «طراحی الگوی فضایی بازاریابی گردشگری روزانه در نواحی روستایی با هدف توسعه روستایی، مطالعه موردی: روستاهای با پتانسیل گردشگری البرز مرکزی، دره جاجرود» در مقطع

دکتری با راهنمایی استاد محترم، دکتر مسعود مهدوی حاجیلویی و مشاوره استاد بزرگوار، دکتر رحیم مشیری در واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی است. بدین وسیله از زحماتشان متشکرم.

منابع

1. Arabi, M., 2002, **Strategic Planning**, Tehran Publication. (*In Persian*)
2. Badri, S. and Vosuqi L., 2009; **Determining Ski Tourism Sites in Ardabil Province**, Geographical Studies Periodical, Isfahan University, No. 93. (*In Persian*)
3. Beyazit, M. F., 2010, **An Analysis of Snow Options Forski Resort Establishments**, Tourism Management, 31, pp. 676-683.
4. Breiling, M. and Charamza, P., 1999, **The Impact of Global Warming on Winter Tourism and Skiing: a Regionalized Model for Austrian Snow Conditions**, Regional Environmental Change 1.
5. Bryson john, M., 2002, **Strategic Planning for Public and Non-profit Organizations**, Publications of the Center for Public Management Education.
6. Butler, R., 2000, **Encyclopedia of Tourism**, Jafar jafari, Routledge.
7. Cavaco, C., 1995, **Rural Tourism: The Creation of New Tourist Spaces**, (eds A. Montanari, and A. Williams), **European Tourism: Regions, Spaces and Restructuring**, Chichester, UK: Wiley.
8. Faulkner, C., Tidswell and Weaver, D. (esd), 1998, **Progress in Tourism and Hospitality Research**, Proceedings of the Eighth Australian Hospitality and Research Conference, pp. 700-714.
9. Flagestad, Arvid and Hope, C., 2001, **Strategic Success in Winter Sport Destinations: A Sustainable Value Creation Perspective**, International Journal of Tourism Management, Vol. 22, pp. 445-461.
10. Fuller, A., 1990, **From Part-time Farming to Pluriactivity: A decade of Europe**, Journal of Rural Studies, Vol. 6, No. 4, 361-373.
11. Gannon, A., 1994, **Rural Tourism as a Factor in Rural Community Economic Development for Economies in Transition**, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 2, No. 1 & 2, pp. 51-60
12. Getz, D., 1998, **Developing Rural Tourism: The Potential of Beach Resort Hinterlands**, In B. Gold Cast, Australia Bureau of Tourism Research.
13. Gilbert, D. and Hudson, S., 2000, **Tourism Demand Constraints, A Skiing Participatin**, Annals of Tourism Research, Vol. 27, No. 4, pp. 906-925.
14. Hall, C. M., and Jenkins, J., 1998, **The Policy Dimensions of Rural Tourism and Recreation**, (eds R. Butler, C. M. Hall, and J. Jenkins), Tourism and Recreation in Rural Areas, Wiley, Chichester, pp. 19-42.
15. Hannigan, K. 1994a, **A Regional Analysis of Tourism Growth in Ireland**, Regional Studies, Vol. 28, No. 2, pp. 208-214.
16. Hashemi, N., 2010, **Ecotourism Role in Rural Sustainable Development**, Village and Development Periodical, Vol. 13, No. 3. (*In Persian*)
17. Holden, A., 2000, **Winter Tourism and the Environment in Conflict: The Case of Cairngorm**, Scotland, International Journal of Tourism Research, Vol. 2, Issue 4, pp. 247-260.
18. Kammas, M. and Salehi Esfahani, H., 1992, **Tourism and Export-led Growth: The case of Cyprus, 1976-1988**, Journal of Developing Areas, Vol. 26, pp. 489-506.

19. Kamas, M., 1993, **The Positive and Negative Influences of Tourism Development in Cyprus**, Cyprus Review, Vol. 5, No. 1, pp. 70–89.
20. Kammer, Peter M., 2002, **Floristic Changes in Subalpine Grasslands After 22 Years of Artificial Snowing**, journal of Nature Conservation, Switzerland, Institute of Plant Science, Vol. 10, pp. 109-123.
21. Koenig, U. and Abbegg, B., 2010, **Impacts of Climate Change on Winter Tourism in the Swiss Alps**, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 5, Issue 1.
22. Lasanta, T. and Srgio, L., 2007, **Do Tourism-Based Ski Resorts Contribute, to the Homogeneous Development of the Mediterranean Mountains?, A Case Study in the Central Spanish**.
23. Lee, C. and Kwan, K., 1995, **Importance of Foreign Tourism Receipts on the South Korean Economy**, Journal of travel research, Vol. 37, pp. 50-54.
24. Lisa, M. and Campbell, 1999, **Ecotourism In Rural Developing Countries**, University of Western Ontario, Canada.
25. Luthe, T., 2007, **Ski for Nature, Developing and Communicating Sustainable Ski Tourism to Kamchatca**, Russia, Global Ecotourism Conference, pp. 1-12.
26. Mahmudian A., Qasemi, H. Hushmand Fini, G. and Artidar, R., 2009, **Atlas for Shemiranat town**, Cartography and Geogrphy Institution, Authors: Tehran Encyclopediad Group. *(In Persian)*
27. Moeni M., 2007, **Statistical Analysis Using SPSS**, First edition, Nashre Now, Tehran. *(In Persian)*
28. Mohammadi Deh-Cheshme, M. and Zangi-Ahadi, A., 2008, **A Survey on Ecotourism Potentials of Chahar Mahal and Bakhtiari Province through SWOT**, Isfahan, Environmental Magazine, Vol. 34, No. 47. *(In Persian)*
29. Naserpour, N., 2003, **Evaluation of the Tourism Development Barriers in Lorestan Province**, Tehran, Commerce Studies Seas1ly, No. 28. *(In Persian)*
30. Onu, H. and Laukkanen, T., 2010, **Using Ski Destination Choice Criteria to Segement Finnish Skiresort Customers Tourism Management**, Artikel in press.
31. Opperman, M., 1996, **Rural Tourism in Southern Germany**, Annals of Tourism Research, Vol. 23, No. 1, pp. 86–102.
32. Parsain A. and Aarabi S., 2000, **Strategic Management**, Cultural Researches Office Publications. *(In Persian)*
33. Pazoki Taroudi, N., 2003, **Historical Monuments of Shemiran**, Vol. 1, Lavasan and Rudbar Qasran, Tehran, Tehran General Department of cultural Heritage. *(In Persian)*
34. Scott, D. McBoyle, G. Minogue, A. and Mills, B., 2006, **Climate Change and the Sustainability of Ski-based Tourism in Eastern North America: A Reassessment**, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 4, No. 4.
35. Serbulent, O. and Nurunnsia, U., 2007, **Developing a Geogrphic Information System for Sarikamish Winter Tourism Center**, Ankara, Gazi University Research Fund, pp. 1-12.
36. Sneftrup, S., 2005, **A Device for Ski Tourists, Department of Industrial Design**, Journal of Industrial Design, France, pp. 23-40.
37. Sneftrup, S., 2005, **A Device for Ski Tourists, Department of Industrial Design**, France, Journal of Industrial Design, pp. 23-40.
38. Sotudeh M., 1995, **Historical Geography of Shemiran**, Vol. 1, The Institution for Cultural Studies and Researches. *(In Persian)*

39. Taqavi M. and Hedayati Moqaddam, Z., 2009, **Criteria for Specifying the Ski Pistes and the Related Problems and Advantages in Iran**, Geography Education, Growth, No. 86. *(In Persian)*
40. Vosuqi Leila, et al., 2011, **Evaluation of Efficient Factors in Winter Tourists' Satisfaction: Shemshak and Darbandsar Winter sites**, Tourism Studies Periodical, No. 15. *(In Persian)*
41. Weber Karin, 2001, **Outdoor Adventure Tourism, A Review of Research Approaches**, Annals of Tourism Research, Vol. 28, No. 2, pp. 360-377.
42. Williams, A. and Shaw, G. (eds.), 1998, **Tourism and Economic Development**, European Experiences, 3rd edition, Wiley, Chichester.
43. Yashimura T., 2003, **Mountain Tourism Planning with the Participation for Local People in the Ukrainian Carpathians**, Kyoto University.
44. www.hotelyar.com
45. www.ghasran.iranblog.com
46. www.ghasrantourism.blogfa.com
47. www.ittic.com/shemshak
48. www.planeta.com/ecotravel/tour/rural
49. www.shemiran.blogfa.com
50. www.skifed.ir