

Research Paper

Strategic Spatial Planning for Sustainable Development of Rural Tourism Purposes Using the SOAR Strategic Model

Ahmad Roumiani¹, *Hamid Shayan², Hamdollah Sojasi Qeidari³, Mohammad Reza Rezvani⁴

1. PhD student, Department of Geography, Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.
2. Professor, Department of Geography, Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad (FUM), Mashhad, Iran.
3. Assistant Professor, Department of Geography, Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad (FUM), Mashhad, Iran.
4. Professor, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Geography, University of Tehran, Iran.



Citation: Roumiani, A., Shayan, H., Sojasi Qeidari, H., & Rezvani, M.R. (2020). [Strategic Spatial Planning for Sustainable Development of Rural Tourism Purposes Using the SOAR Strategic Model (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 11(1), 90-105, <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2018.258771.1260>

doi: <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2018.258771.1260>

Received: 25 June 2018

Accepted: 02 Dec. 2018

ABSTRACT

Developing rural tourism based on the development of sustainable tourism and turning tourism into an economic engine for the region to develop rural areas is one of the most important issues requiring the adoption of logical and strategic strategies in accordance with regional and local capabilities and with planning orientation. Therefore, the purpose of the present study is to develop the rural tourism destinations in the east of Mazandaran province, considering the spatial dimensions (human, activity, space), and the dimensions of sustainable development (economic, social, cultural, and environmental). This study is descriptive-analytical and the related data collected based on documentary analysis, surveying and field studies. The statistical sample of the study included 10 experts from the Organization of Cultural Heritage and Handicrafts of Tourism of the province and 21 dignitaries. The SOAR analysis technique was used to develop a strategy for developing and explaining the strengths, opportunities, aspirations and measurable results. The results of the study showed that stakeholders' most important strategies are holding conferences and meetings-the development of investment in rural tourism along with strengthening the physical infrastructures and eliminating the problems associated with environmental barriers (topography, slope and height) of tourism sites.

Key words:

Spatial Planning, Sustainable Development, Rural Tourism, East of Mazandaran

Copyright © 2020, Journal of Rural Research. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-noncommercial 4.0 International License which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages, provided the original work is properly cited.

Extended Abstract**1. Introduction**

T

he development of rural tourism based on the development of sustainable tourism and the transformation of tourism into an engine of the region's economic

stimulus for the development of rural areas is one of the most important issues requiring the adoption of logical and strategic strategies in accordance with regional and local capabilities with strategic planning orientation Space is.

*** Corresponding Author:**

Hamid Shayan, PhD

Address: Department of Geography, Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad (FUM), Mashhad, Iran.

Tel: +98 (915) 5161518

E-mail: shayan34@ferdowsi.um.ac.ir

2. Methodology

The present study is applied and statistical population of this study included 21 tourism destinations that are located in the list of sample villages of tourism destinations. In addition, two groups of experts from the Cultural Heritage Organization and village authorities (planners) were included. The first group were 10 local experts (experts and tourism specialists in the Cultural Heritage Organization). The second group is dehyars (21 persons). It should be noted that the clustered sampling method was used in the present study. For data analysis, the SOAR strategic model and Friedman rank test were used.

3. Results

The process of developing the strategy of tourism development in eastern Mazandaran is:

1. Initiating and taking the first step, at this stage, members the leadership and planning team discuss and discuss how to use the SOAR model. In these meetings, the stakeholders and those who somehow contribute to the development of the community in question are identified and discussed later on how to involve these beneficiaries in the planning process. Not be

2. Recognition and review, this step is a step in the direction of strategy by exploring and recognizing values, prospects, internal strengths and external environment in order to create opportunities and transform them into ideals and outcomes. By examining the internal strengths and the external environment, recognizing values and prospects, trying to create the right opportunities and then turn these opportunities into an ideal.

3. This is a series of meetings and sessions in which opportunities, strengths, aspirations, and outcomes.

4. Innovation: at this stage, strengths, opportunities and ideals that were set in the previous stages are challenged and reviewed by experts. Eventually, changes are made to them.

4. Discussion

According to the analyses and studies on tourism elements as well as the suitable tourist areas in the east of Mazandaran province and based on the views of experts in dyrian villages, it can be concluded that the east of Mazandaran has potential and good capabilities for sustainable tourism development. Therefore, becoming a tourism pole at the international and national level requires

attention to strategic, structural and functional planning in the infrastructures and other sectors of tourism and attention to three dimensions of space, human and activity. in order to do this, it is necessary to take into account elites' opinions, and to involve all the actors and stakeholders.

5. Conclusion

The results of the present study showed that the most important strategy used by the stakeholders was the holding of seminars and meetings, "development of investment in rural tourism industry, strengthening of physical infrastructure (communication paths) and tourism environment and solving related problems with factors affecting the satisfaction of foreign tourists, which requires a continuous assessment, identification, categorization and analysis of the set of needs, expectations and perceptions of tourists.

Acknowledgments

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of Interest

The authors declared no conflicts of interest

برنامه‌ریزی راهبردی فضایی توسعه پایدار مقاصد گردشگری روستایی با استفاده از مدل استراتژیک SOAR

احمد رومیانی^۱، حمید شایان^۲، حمداله سجاسی قیداری^۳، محمدرضا رضوانی^۴

- ۱- دانشجوی دکتری، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی علی شریعتی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
- ۲- استاده، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی علی شریعتی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
- ۳- استادیار، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی علی شریعتی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
- ۴- استاده، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

حکیده

تاریخ دریافت: ۰۴ تیر ۱۳۹۷
تاریخ پذیرش: ۱۱ آذر ۱۳۹۷

توسعه گردشگری روستایی بر مبنای توسعه گردشگری پایدار و تبدیل گردشگری به موتور محرکه اقتصادی منطقه برای توسعه مناطق روستایی از مهم‌ترین مواردی است که نیازمند اتخاذ راهبردهای اصولی و منطقی متناسب با قابلیت‌های منطقه‌ای و محلی و با جهت‌گیری برنامه‌ریزی راهبردی فضایی است. از این رو هدف این تحقیق، راهبرد توسعه مقصدهای گردشگری روستایی در شرق استان مازندران، با توجه به رویکرد فضایی (مکان، انسان، فعالیت) و ابعاد توسعه پایدار (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و زیست‌محیطی) است. روش پژوهش، توصیفی - تحلیلی و روش جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات موردنیاز طی برگزاری جلسات به دست آورده شد. مشارکت‌کنندگان این تحقیق در شش رده، که گروه اول در رابطه با صاحب‌نظران این حوزه (کارشناسان و متخصصان گردشگری در سازمان میراث فرهنگی) هستند که به‌صورت تمام‌شماری موردبررسی قرار گرفته‌اند و در مجموع ۱۰ نفر مشخص شد. گروه دوم، دهیاران (۲۱ نفر)، گروه سوم، مردم محلی (۲۵ نفر)، گروه چهارم، گردشگران (۱۳ نفر)، گروه پنجم، فروشندگان و رستوران‌داران، ۷ نفر، گروه ششم هتلداران ۶ نفر در نظر گرفته شده است. برای تدوین استراتژی توسعه و تشریح قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج قابل‌اندازه‌گیری از تکنیک تحلیل SOAR استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داده است که مهم‌ترین مسائل اجرایی از نظر ذی‌نفعان به ترتیب، برگزاری همایش‌ها و نشست‌های توسعه سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی؛ تقویت زیرساخت کالبدی (راه‌های ارتباطی) و برطرف کردن مشکلات مرتبط با موانع محیطی (توپوگرافی، شیب و ارتفاع) گردشگری؛ و دستیابی به عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران خارجی که مستلزم ارزیابی مستمر، شناسایی، دست‌بندی و تحلیل مجموعه نیازها، انتظارات و ادراکات گردشگران که اولویت اول تا سوم را به خود اختصاص داده‌اند.

کلیدواژه‌ها:

برنامه‌ریزی فضایی، توسعه پایدار، گردشگری روستایی، شرق مازندران

مقدمه

می‌کند (Risteski et al., 2012: 376)، که این مسئله، اهمیت توجه به برنامه‌ریزی راهبردی و به‌ویژه ابعاد فضایی آن را آشکار می‌کند. بنابراین توجه به رویکرد توسعه گردشگری روستایی، رهیافت‌ها و ارائه راهبردها، مستلزم برنامه‌ریزی واقع‌بینانه با ابعاد اجتماعی، اقتصادی و مکانی است (Ziaei, 2010: 85).

برنامه‌ریزی فضایی به دنبال یک نظم فضایی ارگانیک است که در آن هر جامعه و سرزمین بر اساس جایگاه و مرتبه‌ای که دارد در فرایند توسعه، فعالیت‌ها و کارکردها نقش داشته باشد و در حد جایگاه خود از منابع و دستاوردهای توسعه بهره‌مند شود (Jomehpour, 2005: 113). لذا لازم است که ارتباط منطقی و معقولی بین ساختار فضایی و عملکرد آن به وجود بیاید. با توجه به این مهم، یکی از عواملی که نه تنها بر ساختار، بلکه بر عملکرد و نقش‌پذیری فضایی سکونتگاه‌های روستایی در

یکی از مهم‌ترین شاخه‌های گردشگری، گردشگری روستایی است که امروزه به مثابه فعالیت فراگیر جهانی و به‌عنوان تأکیدی بر توسعه سیاست‌های منطقه‌ای و محلی شناخته می‌شود. از آنجاکه مقصدهای گردشگری روستایی به‌عنوان بخشی مهم از نظام گردشگری و برآیندی از تحول و تطور پدیده‌های مکانی-فضایی در پهنه فضا به شمار می‌آیند (Franklin, 2007: 133, Diamantis, 2007: 152; Boers & Cottrell, 2005: 3; Pernecky, 2010: 50) به‌منظور استفاده اثربخشی از ظرفیت‌های گردشگری، تنظیم روابط/پیوندها و نحوه آرایش فضایی مقصدها، کنترل پیامدهای رشد و توسعه و درنهایت پیشرفت در مسیر توسعه پایدار گردشگری روستایی، توجه به توسعه و برنامه‌ریزی فضایی، ضرورت پیدا

* نویسنده مسئول:

دکتر حمید شایان

نشانی: مشهد، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی علی شریعتی، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی

تلفن: ۵۱۶۱۵۱۸ (۹۱۵) ۹۸+

پست الکترونیکی: shayan34@ferdowsi.um.ac.ir

در عرصه‌های روستایی و کانون‌های منطقه‌ای را محقق ساخت. این مطالعه به دنبال راهبردی مناسب برای توسعه مقصدهای گردشگری پایدار روستایی است که ضمن شناخت توانمندی‌های جاذبه‌های گردشگری، تدوین راهبردهای جامع در راستای مدیریت خردمندانه گردشگری روستایی در محدوده مورد مطالعه و تعمیم آن به کل کشور ایران تحقق یابد. لذا به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال کلیدی است. بر اساس رویکرد برنامه‌ریزی فضایی، راهبردهای مناسب برای توسعه پایدار مقصدهای گردشگری روستایی کدام است؟

مروری بر ادبیات موضوع

در یک دهه اخیر، نقش برنامه‌ریزی فضایی در شکل دادن انتخاب مکان‌ها، توجه زیادی از صاحب‌اندیشان و محققان را به خود جلب کرده است (Healey, 2010). برنامه‌های برای کنترل انواع مکان‌ها (احساس آن‌ها و همچنین قابلیت‌ها) که مردم می‌خواهند و به دنبال آن هستند (Hayllar et al., 2008). برنامه‌ریزی فضایی ابزار مهمی برای سیاست اقتصادی و اجتماعی به حساب می‌آید؛ چرا که سکونت متعادل و مداوم در منطقه را تضمین می‌کند. برنامه‌ریزی فضایی رابطه مستقیمی با توسعه منطقه‌ای دارد، چرا که به کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای کمک کرده و توزیع بهتر و هماهنگ‌تر امکانات، زیرساخت‌ها و فعالیت‌های اقتصادی را فراهم می‌آورد (Cravo & Bailoa, 2012). بر این اساس برنامه‌ریزی فضایی در صورتی به اهداف اجتماعی، اقتصادی و محیطی خود دست پیدا می‌کند که متضمن سود بردن جامعه از توسعه باشد (Maksin & milijic, 2010: 31).

از آنجاکه مقوله فضا و تحلیل فضایی نواحی گردشگری به‌عنوان چهارچوب و زیربنایی برای کنش‌های مربوط به گردشگری بسیار مهم است. برای درک بهتر فضا، فرآیندهای سازنده آن از بعد فیزیکی شامل زیرساخت‌ها و خدمات توریستی (شامل هتل‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌ها و غیره)، مکان‌های مورد بازدید (آثار تاریخی، تفریحی، سینما، تئاتر، موزه‌ها، مکان‌های مذهبی و غیره) و بعد اجتماعی و ویژگی‌های فرهنگی و رفتاری منطقه بسیار اهمیت دارد (Shokohi & Movahed, 2002: 4). با تأمل در مفهوم فضا و صنعت گردشگری، درمی‌یابیم که گردشگری به لحاظ ماهیت در پیوندی دیرین و ناگسستنی با ابعاد و عناصر مکانی-فضایی قرار می‌گیرد. در الگوی فضایی گردشگری هر مقصد (مکان) گردشگری به‌عنوان یک زیربخش در نظام برنامه‌ریزی منطقه‌ای به حساب می‌آید، تا از این طریق بتواند تخصیص‌های عمودی را در زمینه توسعه گردشگری به فعالیت‌های افقی تبدیل نماید (Cunha, 2006: 15). برنامه‌ریزی فضایی با راهبرد گسترش گردشگری، کوششی است برای رسیدن به بهترین الگوی فضایی در جهت توسعه منطقه‌ای که دستیابی به اهدافی را با توجه به یک نظام کلی از توسعه ملی مدنظر قرار می‌دهد (Zhong et al,

سطح‌های مختلف (محلی، منطقه‌ای، ملی) و در بعدهای محیطی، اجتماعی-اقتصادی و کالبدی-فضایی اثر می‌گذارد، استفاده از ظرفیت‌های گردشگری و شکل‌گیری فضاهای گردشگری در صورت بهره‌گیری مناسب از آن‌ها، نه تنها در سطح محلی، بلکه در سطح منطقه‌ای و ملی می‌توان شاهد پویایی و اثرگذاری روستاها در فرآیند توسعه منطقه‌ای بود (Darwishi et al., 2014). لذا با چندین برنامه عملی می‌تواند به صورت جداگانه در مناطق مختلف نیازهای بازدیدکنندگان را با ادغام بخش‌های مختلف از طریق (توسعه کسب‌وکار منطقه‌ای، مشارکت عمومی و دموکراتیک)، به منظور ارتقای توسعه پایدار گردشگری مقاصد روستایی در یک سرزمین در نظر گرفت (Risteski et al., 2012: 376). بر این مبنا چنانچه با عنایت به مفهوم و ماهیت برنامه‌ریزی راهبردی فضایی به توسعه صنعت گردشگری مبادرت شود، نه تنها بستری جهت ارضای نیازهای متنوع طیف بزرگی از گردشگران فراهم می‌گردد، بلکه به واسطه تعادل در انتشار فضایی پیامدهای مثبت حاصل، جمعیتی انبوه از جامعه میزبان و پهنه‌ای گسترده از قلمرو جغرافیایی مقصد را از تحولات مثبت اجتماعی-اقتصادی و زیست‌محیطی متأثر خواهد نمود (Tschanz et al., 2013). بنابراین توسعه این فعالیت بدون داشتن الگوی برنامه‌ریزی راهبردی با رهیافت برنامه‌ریزی فضایی، موجب تمرکز شدید آن در یک منطقه و همچنین توزیع غیرآمایشی آن در مناطق و بهره‌برداری بیش از حد منابع و امکانات شده که برآینده آن آثار زیان‌بخش و نامطلوبی در فضاهای سکونتی و فعالیت‌های فضایی است. در این زمینه نگرش یکپارچه برای توسعه ساختاری فضایی گردشگری و مدیریت راهبردی با کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی مهم است، به شکلی که بافت طبیعی و محیط فرهنگی-اجتماعی عرصه کارکرد صنعت گردشگری، سازگار باشد. در این صورت است که صنعت گردشگری، می‌تواند نقش راهبردی را در کاهش پیامدهای منفی ناشی از فشار بر منابع طبیعی، در راستای پایدارسازی اقتصاد جوامع مختلف ایفا کند (Mahdavi et al., 2017: 177). این امر مستلزم، وجود الگو و راهبرد مشخص برای نیل به این هدف است.

منطقه مورد مطالعه این پژوهش شرق استان مازندران است که شامل چهار شهرستان (گلوگاه، بهشهر، نکا و میان‌دورد) است که در سه دهه اخیر مورد توجه عموم مردم و ارگان‌های دولتی و بخش خصوصی قرار گرفته است. شرق استان مازندران دارای جاذبه‌ها و ظرفیت‌های گردشگری فراوان و به‌عنوان قطب گردشگری کشور در مسیر ارتباطی شرق کشور به شمال است. از این رو، تدوین راهبردهای فضایی توسعه گردشگری روستایی متناسب با واقعیت‌های عینی و مبتنی بر چهارچوب قانونمندی‌های عام رویکرد برنامه‌ریزی فضایی (مکان، انسان و محیط) و جهت‌گیری برنامه‌های آمایش گردشگری استان، به‌عنوان گام مهمی در رشد و توسعه شهرستان ضروری به نظر می‌رسد، تا با اتمام بر آن بتوان چشم‌انداز توسعه مطلوب فضایی،

(2008:843).

و برنامه‌های تشویقی برای جذب گردشگر، مدیریت و اجرای بهینه طرح توسعه گردشگری است (Gunn & var, 2002:356). از طرف دیگر، برنامه‌ریزی فضایی گردشگری روستایی به مفهوم بهره‌برداری بهینه از امکانات در راستای بهبود وضعیت مادی و معنوی، در قلمروی فضایی خاص، تلفیقی از علوم جغرافیا، اقتصاد و جامعه‌شناسی است که به‌عنوان یک علم میان‌رشته‌ای نقاط اشتراک و همپوشانی‌های زیادی دارند و از آن به‌عنوان یک راهبرد و استراتژی به‌منظور کاستن از عدم توازن‌های منطقه‌ای و سرزمینی و در جهت تعدیل نابرابری میان روستا و شهر از حیث فرصت‌ها، منابع و منافع، ضرورتی اساسی و اجتناب‌ناپذیر به شمار می‌رود. از همین رو باید به‌عنوان یکی از محورهای اساسی آمایش مطرح شود و به‌طور همه‌جانبه موردبررسی و اجرا قرار گیرد (Lee & Shafer, 2002:15).

در جدول شماره ۱، به عناصر سه‌گانه برنامه‌ریزی فضایی که شامل مکان، انسان و فعالیت، عناصر توسعه گردشگری، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی اشاره شده است که سعی شده برخی مؤلفه‌ها در زیرمجموعه عناصر برنامه‌ریزی فضایی و با دیگر عناصر، رابطه کارکردی باهم داشته باشند.

در نهایت با توجه به مبانی نظری و تجربیات کشورهای مختلف، خود محققان به این نتیجه رسیدند که می‌توان تعریفی جدیدی از برنامه‌ریزی فضایی گردشگری ارائه داد و آن عبارت از: مجموعه‌ای از عوامل و شرایط زمینه، منظم، هدفمند و سیستماتیک در جهت تنظیم و هماهنگ کردن سه عامل مکان، انسان و فعالیت در برنامه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری، با توجه به نیازها و امکانات محلی و تأمین رفاه ذی‌نفعان و رسیدن به عدالت اجتماعی در ابعاد مکانی و فضایی و حفظ توانمندی‌های منطقه‌ای. بر اساس مدل مفهومی نظری و تعاریف صورت گرفته، مسئله مهم در رابطه با برنامه‌ریزی فضایی توسعه پایدار گردشگری، شناسایی عوامل مؤثر در برنامه‌ریزی فضایی است. لذا الگوی مطلوب تجربی برای توسعه پایدار مقصدهای گردشگری بر اساس موارد ذکر شده به (تصویر شماره ۱) ارائه کرد.

بنابراین می‌توان بیان کرد که این مدل با برنامه‌ریزی فضایی ارتباط تنگاتنگی دارد که برای برنامه‌ریزی چهار مؤلفه (قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج) در نظر گرفته شده است و هر کدام از این مؤلفه را در قالب ابعاد توسعه پایدار گردشگری (اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی) دسته‌بندی کرده تا نسبت به موضوع موردبررسی شناخت بیشتری پیدا کرد و نسبت به مشکلات منطقه اولویت ارائه شوند.

تجربیات برنامه‌ریزی فضایی گردشگری در کشورهایی مانند ترکیه نشان می‌دهد که در این کشور مراجع مرکزی، مراجع محلی، نهادهای بخشی و ذی‌نفعان از جمله سازمان‌های غیردولتی، کارآفرینان، مردم محلی و نمایندگان آن‌ها نقش‌های متنوعی در فرایند برنامه‌ریزی فضایی برای توسعه پایدار بخش گردشگری ایفا می‌کنند (Dede & Ayten: 2012: 431-445). در کشور صربستان، جذاب‌ترین نواحی کوهستانی حفاظت‌شده از سوی برنامه‌ریزی فضایی جمهوری صربستان^۱ (۱۹۹۶، ۲۰۱۰) به‌عنوان مقاصد گردشگری انتخاب شده‌اند (Maksin & Milijic, 2013:187). برنامه‌ریزی فضایی در صربستان از یک سو، مهم‌ترین چهارچوب برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری پایدار به‌حساب می‌آید (Republika Srbija, 2008:18). و از سوی دیگر، چهارچوبی برای برنامه‌ریزی هماهنگ‌سازی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه منطقه‌ای و متعادل کردن این کشور در سطح ایالتی و همچنین در سطح نواحی کوهستانی حفاظت‌شده، را فراهم کرده است (Stojasavljević, 2013:2930). در کشور پرتغال، مشارکت و تصمیم‌گیری‌ها در زمینه برنامه‌ریزی فضایی گردشگری، به‌منظور اطمینان از مکان‌یابی مناسب فعالیت، ایجاد تعادل در توسعه اجتماعی و اقتصادی و افزایش مناظر طبیعی یک مسئولیت مهم ایالت است و مشارکت شهروندان در یک چهارچوب توسعه پایدار صورت می‌گیرد (Cravo & Bailoa, 2012:56).

از این‌رو ابتدا از توسعه، به‌عنوان هسته برنامه‌ریزی صنعت گردشگری روستایی توجه می‌شود تا از این طریق از یک طرف، پیچیدگی‌های موجود در صنعت گردشگری روستایی آشکار شود و از سوی دیگر ارتباط برنامه‌ریزی فضایی و گردشگری روستایی و شناخت پتانسیل‌ها و توانمندی‌های مناطق مورد مطالعه در آن برجسته‌تر شود. از طرف دیگر، این راهبردها تا زمانی امکان‌پذیر است که یک نگرش منطقه‌ای بر برنامه‌ریزی فضایی در تجمیع فعالیت‌های گردشگری روستایی وجود داشته باشد؛ تا با شناسایی مناطق مستعد و گونه‌های مختلف گردشگری، راهکارهای لازم در تبیین منطقه‌ای توسعه گردشگری اخذ گردد. در این بین، ارائه راهبردهای فضایی توسعه گردشگری می‌تواند با توجه به شاخص‌های مناسب از جمله جاذبه‌های گردشگری و پیرامون آن؛ راه‌های ارتباطی و سهولت دسترسی؛ ظرفیت‌پذیری گردشگر در واحد سطح؛ تأسیسات زیربنایی-اقتصادی؛ امکانات سکونتگاهی؛ پتانسیل‌های فرهنگی و تمایل ساکنان محلی در جذب گردشگر و بالاخره دستیابی به یک گردشگری پایدار، شکل گیرد (Williams, 2000:77). بنابراین برنامه‌ریزی فضایی برای توسعه گردشگری بومی (روستایی)، شامل دسترسی به منطقه با ایجاد شبکه حمل‌ونقل مناسب، افزایش کیفیت و کمیت خدمات گردشگری، آموزش و تعلیم ساکنان محلی در رابطه با گردشگری، بازاربایی

1. Spatial Plan of the Republic of Serbia

جدول ۱. عناصر سه‌گانه مورد استفاده در چارچوب پژوهش.

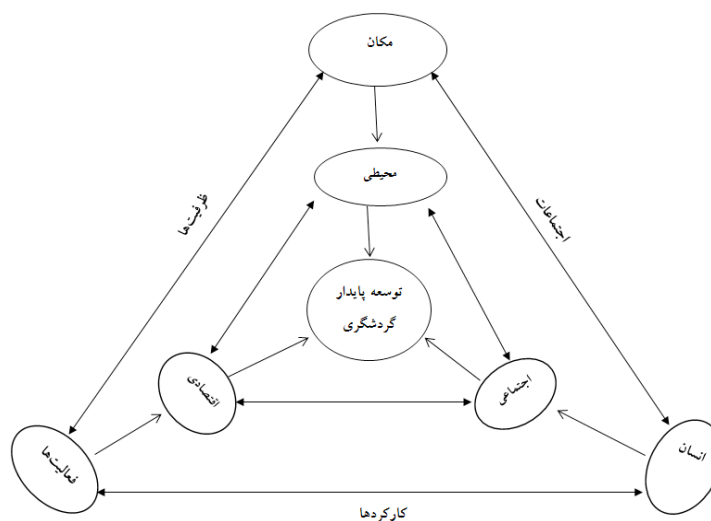
عناصر برنامه‌ریزی فضایی		مکان	انسان	فعالیت
عناصر توسعه گردشگری	اقتصادی	مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری	بازارهای مناسب برای فروش محصولات محلی	همکاری مردم محلی و مسئولین برای سرمایه‌گذاری
	اجتماعی	بناهای تاریخی و فرهنگی	مشارکت مردم برای گسترش فعالیت‌های توسعه گردشگری	تعاون و همکاری بین مردم
	محیطی	عناصر طبیعی در جاذبه‌ها	توسعه کاربری‌های برای توسعه گردشگری	آموزشی مسائل زیست‌محیطی
	اقتصادی	نزدیکی به عمده‌ترین کانون‌های جمعیتی و شهری برای جذب سرمایه‌گذاری	بازاریابی نوین و جذب گردشگری	سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی اشتغال‌زایی
	اجتماعی	امکانات فناوری اطلاعات و ارتباطات در جاذبه‌ها	مدیریت توانمند و مناسب برای توسعه گردشگری	آموزش نیروی انسانی بومی برای توسعه گردشگری
	محیطی	معرفی جاذبه‌ها به گردشگران	بهره‌برداری از منابع طبیعی گردشگری	تهیه و اجرای طرح مدیریت برای حفاظت مناطق طبیعی
	اقتصادی	جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در گردشگری	فعالیت در خدمات تجاری، تفریحی و رفاهی	کاهش اختلاف درآمدی ایجاد منابع مالی و رسیدن سود برگزاری کلاس‌های آموزشی فرهنگی و هنری گردشگری
	اجتماعی	کاهش نابرابری‌های اجتماعی	کیفیت خدمات تفریحی و رفاهی	فرهنگی و هنری گردشگری
	محیطی	مناطق روستاهای نمونه به‌عنوان جاذب گردشگری در فصول مختلف سال	ارتقاء قوانین و مقررات اداری در زمینه کسب مجوز فعالیت‌ها گردشگری	پتانسیل‌های طبیعی گردشگری در شرق مازندران
	اقتصادی	سرمایه‌گذاری در ایجاد کمپ‌ها گردشگری	کاهش نرخ بیکاری اقتصادی در مناطق روستایی	پتانسیل منطقه به‌عنوان قطب اقتصادی گردشگری کشور
اجتماعی	اختصاص آتوبوس‌های بوم گردی برای آشنا نمودن گردشگران	فعالیت‌های در خدمات رستوران، هتل و مراکز پذیرایی	مشارکت در رونق اقتصادی گردشگری	
محیطی	تقویت زیرساخت‌های کالبدی و محیطی	اطلاع‌رسانی در زمینه فعالیت‌های گردشگری	آگاهی در جهت حفاظت از محیط‌های طبیعی	

عناصر برنامه‌ریزی راهبردی (SOAR)

عناصر توسعه گردشگری

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

مأخذ: نگارندگان با استفاده از منابع قابل دسترس، ۱۳۹۷



تصویر ۱. مدل مفهومی تجربی برنامه‌ریزی فضایی توسعه پایدار گردشگری. مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر پژوهشی کاربردی و به لحاظ میزان و درجه کنترل، غیرآزمایشی و توصیفی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، میدانی با استفاده از روش مصاحبه است. منطقه مورد این پژوهش شرق استان مازندران است که شامل ۴ شهرستان بهشهر، گلوگاه، میانرود، نکا است که ۲۱ روستا در آن‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. شرق استان مازندران به علت تنوع شرایط آب و هوایی، جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان و متنوع، از توان و قابلیت بسیار بالایی جهت توسعه گردشگری روستایی به‌عنوان یک منبع اقتصادی برخوردار است، که در جدول شماره ۲ به معرفی جاذبه‌های گردشگری روستایی در شرق استان مازندران پرداخته شده است.

جامعه آماری این پژوهش، ۲۱ روستای مقصد گردشگری در نظر گرفته شده است (تصویر شماره ۲). علاوه بر این ۶ گروه،

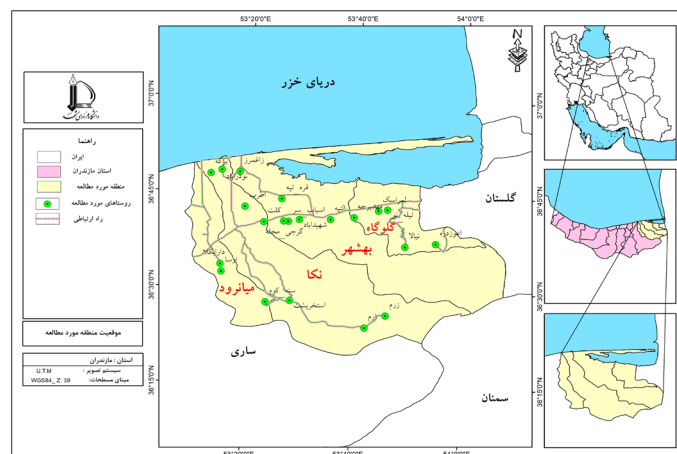
کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و مسئولین روستاها (دهیاران)، مردم محلی، گردشگران، فروشنندگان و رستوران‌داران و هتلداران در نظر گرفته شده‌اند. گروه اول در رابطه با صاحب‌نظران این حوزه (کارشناسان و متخصصان گردشگری در سازمان میراث فرهنگی) هستند که به صورت تمام شماری مورد بررسی قرار گرفته‌اند و در مجموع ۱۰ نفر مشخص شد. گروه دوم، دهیاران (۲۱ نفر)، گروه سوم، مردم محلی ۲۵ نفر، گروه چهارم، گردشگران ۱۳ نفر، گروه پنجم، فروشنندگان و رستوران‌داران، ۷ نفر، گروه ششم هتلداران ۶ نفر، برای تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از مدل استراتژیک SOAR استفاده شده است. همچنین مصاحبه‌های انجام شده در اکثر موارد به دلیل محدودیت‌ها به صورت انفرادی و دو نمونه از آن‌ها به صورت دسته‌جمعی و مشارکتی انجام یافته است. نوع آوری این تحقیق در این است که ضمن پرداخته مؤلفه اصلی برنامه‌ریزی فضایی، با استفاده از مدل مورد استفاده کار جدید و نوی در کشور ایران است.

جدول ۲. انواع جاذبه‌های گردشگری روستایی در شرق استان مازندران.

بقعه امامزاده عبدالله، بقعه امامزاده پنج‌تن، بقعه عبدالکریم و عبدالرحیم (ع)، بقعه علی اکبر، بقعه باقر (ع)، بقعه جعفر (ع)، بقعه باقر (ع)، بقعه جعفر (ع)، بقعه محمد، بقعه مطلب، بقعه عبدالله، بقعه قاسم، بقعه حسن، بقعه سید رضا، بقعه میر مقبل	جاذبه‌های مذهبی
وجود آب‌انبار ۳ طرف، مربوط به دوره قاجار، سنگ طلایی‌رنگ ارم، منطقه کبچا قلعه و قلعه انار کبچا قلعه و بری دشت دله بمر، وجود تپه‌های باستانی مانند دین تپه در کنار جاده شاه‌عباسی، وجود غارهای تاریخی هوتو با قدمت ده هزار سال، برج نگهبانی آجری و بناهای کاخ، گل باغ، آسیاب آبی، برج و حمام در دوران شاه‌عباس، وجود عمارت صیامی (دوره قاجار)، وجود قلعه شاه‌نشین (اوایل دوره اسلامی)، آتشکده کیوس بن قباد برادر انوشیروان همگی در ملک آسیابسر،	جاذبه‌های تاریخی
درختان بسیار کهن و تنومند به عمر ۱۰۰۰ سال، وجود جنگل‌های بکر و طبیعی و ارتفاع کوهستانی مانند رشته کوه دماوند، دریاچه «نخز» که بزرگ‌ترین دریاچه جهان نام دارد، منطقه حفاظت‌شده شبه‌جزیره «میانکاله»، پارک جنگلی چیلکاچین، وجود دریاچه عباس‌آباد به وسعت ۱۰ هکتار، دریای سحرانگیز گهرباران	جاذبه‌های طبیعی
آداب و رسوم، سنت‌ها، مراسم ویژه، آیین‌ها، جشنواره‌های محلی، پوشش‌ها، غذاها، گویش‌ها، زبان‌های محلی، موسیقی بومی و سنتی و سایر عناصر فرهنگی مختص هر ناحیه مانند صنایع دستی	جاذبه‌های ناملموس فرهنگی

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

مأخذ: بررسی میدانی، ۱۳۹۷



تصویر ۲. موقعیت شهرستان و روستاهای نمونه مورد مطالعه. مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

استراتژی SOAR

تشویقی و بازنگرانه قابل اندازه‌گیری خواهد شد (Khavarian et al., 2015).

کاربری این مدل تاکنون در مسائل تجاری (Stavros & Saint, 2010)، مدیریتی (Silbert, 2007)، موفقیت (Kumar, 2007) و آموزشی بوده است و در زمینه برنامه‌ریزی فضایی استفاده نشده است. بنابراین نگارندگان ادعا دارند که این مدل برای اولین بار در حوزه برنامه‌ریزی فضایی گردشگری می‌خواهند مورد آزمون قرار دهند.

یافته‌ها

بر اساس تصویر شماره ۳، دو فرایند کار در مدل SOAR شامل مراحل آغاز و برداشتن قدم اول، شناخت و بررسی، تصویر، نوآوری و اجراست در فرایند تدوین راهبرد توسعه گردشگری شرق مازندران به کار گرفته شده است.

۱- آغاز و برداشتن قدم اول

در این مرحله، اعضای گروه رهبری و برنامه‌ریزی درباره نحوه استفاده از مدل SOAR بحث و تبادل نظر می‌کنند. در این جلسات، افراد ذی‌نفع و کسانی که به نحوی در توسعه و پیشرفت جامعه مورد نظر نقش دارند، شناسایی می‌شوند و در ادامه، درباره اینکه چگونه این افراد ذی‌نفع را در فرایند برنامه‌ریزی درگیر کنیم، بحث می‌شود.

در فرایند این پژوهش، در گام نخست گروه برنامه‌ریزی تشکیل شد. افراد ذی‌نفع و صاحب‌نقشی که شناسایی شدند، عبارت‌اند از: کارشناسان و مسئولین روستاها (دهیاران) پس از شناسایی آن افراد قرار شد طی جلساتی با آن‌ها گفت‌وگو شود. در این قسمت از تحقیق به بررسی مصاحبه‌های صورت گرفته با افراد ذی‌نفع در رابطه با توسعه گردشگری روستایی پرداخته شده است. مصاحبه انفرادی با هر کدام از جامعه آماری به عمل آمد و همچنین مصاحبه‌های گروهی نیز با حضور دهیاران و کارشناسان در دو نوبت شکل گرفت که نتایج آن به شرح جدول شماره ۳ است.

مثبت‌شناسی (AI) نگرشی نو در استراتژی‌های توسعه

دیدگاه مثبت‌شناسی (AI) در یک برنامه‌ریزی راهبردی، به‌جای تمرکز بر مشکلات و ضعف‌ها و تهدیدها به شناسایی و تقویت قوت‌های کنونی و فرصت‌های سودبخش می‌پردازد. در فرایند سنتی برنامه‌ریزی راهبردی (استراتژی SWOT به‌عنوان نمونه‌ای از آن که مشتمل بر قوت‌ها، فرصت‌ها، ضعف‌ها و تهدیدهاست) چنانچه اگر به لحاظ نظم فکری آن را به دو بخش مساوی تقسیم کنیم، باید ۵۰ درصد از زمان خود را به نقاط مثبت و ۵۰ درصد بقیه را به نقاط منفی اختصاص دهیم. انسان ذاتاً به تقویت و تمرکز بر نقاط منفی گرایش دارد. نگرش مثبت‌شناسی، نقاط مثبت و فرصت‌ها را تا آنجا رشد می‌دهد که بتوانیم از طریق آن ضعف‌ها و تهدیدها را پوشش داد (Stavros & Saint, 2010:5).

مدل استراتژی SOAR ترکیبی از استراتژی SWOT و دیدگاه مثبت‌شناسی است که ژاکلین ام، استاورس آن را ابداع کرده است (Stavros & Saint, 2010:5). یکی از ابزارهای بسیار مهم در فرایند تدوین راهبرد، تکنیک SWOT است که به‌وسیله آن اطلاعات مقایسه می‌شود. این تکنیک بر پایه نقاط قوت^۲، ضعف^۳، فرصت^۴ و تهدید^۵ است. این مدل در همه سطوح مدیریتی به کار می‌رود. درحالی‌که مدل SOAR، همیشه در سطوح بالای مدیریت استفاده می‌شود و به دنبال این است که ذی‌نفعان را در همه سطوح در برگیرد. درواقع این مورد، تفاوت کلیدی بین این دو مدل است. زیرا مدل SOAR آن بخش از ذی‌نفعان را در برمی‌گیرد که تاکنون بخشی از فرایند برنامه‌ریزی راهبردی به شمار نمی‌آمده‌اند. در این پژوهش از افراد مشارکت‌کننده دعوت می‌شود که آرمان‌ها و آرزوهایی را انتخاب کنند که امکان دستیابی به آن‌ها در آینده وجود دارد و نتایج مطلوب از طریق برنامه‌های

2. Strength
3. Weakness
4. Opportunity
5. Threats



تصویر ۳. چهارچوب مدل. مأخذ: Rezaei & Khavarian Garmsir, 2014:8

۲- شناخت و بررسی

این مرحله گامی است در جهت راهبردیابی از طریق بررسی و شناخت ارزش‌ها، چشم‌اندازها، نقاط قوت داخلی و محیط بیرونی به‌منظور خلق فرصت‌ها و تبدیل آن به آرمان‌ها و نتایج. زیرا با بررسی نقاط داخلی و محیط بیرونی شناخت ارزش‌ها و چشم‌اندازها، سعی در ایجاد فرصت‌های مناسب و سپس تبدیل این فرصت‌ها به آرمان دارد. در این مرحله می‌بایست با افراد ذی‌نفع به بحث و بررسی نشست، در این جلسات هر یک از افراد قوت‌های گردشگری مناطق روستایی خود و همچنین توان‌ها و فرصت‌هایی که وجود دارد را مشخص می‌کنند و در انتها نیز هدف غایی یا آرمان خود را نیز تشریح می‌کنند. این مرحله یکی از سخت‌ترین مراحل انجام کار است، زیرا ایجاد هماهنگی به‌منظور برگزاری جلسات و مشکلاتی که در این راه بخصوص

برای برگزاری جلسات با مسئولین پیش می‌آید، این را کمی سخت و مشکل می‌کند.

۳- تصویر

در این سری از جلسات و نشست‌ها است که مجموعه‌ای از فرصت‌ها، توان‌ها و آرمان‌ها و نتایج موردبحث و بررسی قرار می‌گیرد. در اینجا جلساتی به‌منظور هم‌اندیشی برای بحث پیرامون این توان‌ها و فرصت‌ها و ایجاد هماهنگی میان آن‌ها و آرمان‌های تعیین‌شده انجام می‌شود. در اینجا می‌توان به ترسیم چشم‌انداز مثبت نائل آمد. حال از افراد ذی‌نفع خواسته می‌شود آینده مطلوب و مثبتی را در ذهن خود تجسم کنند که در صورت اجرای طرح، به آن خواهد رسید و این اجرا چه نتایج قابل‌اندازه‌گیری و مشهود و مشخصی را در پی خواهد داشت.

جدول ۳. خلاصه‌ای از مصاحبه ذی‌نفعان در راستای توسعه مقصدهای گردشگری روستایی.

ذینفعان	نقاط قوت گردشگری روستایی	فرصت‌های موجود در راستای توسعه گردشگری	نتایج مورد انتظار از توسعه گردشگری	آینده مطلوب و آرمانی از توسعه گردشگری
کارشناسان	<ul style="list-style-type: none"> - وجود نقاط و مکان‌های تاریخی و توریستی فراوان - وجود آیین‌ها و موسیقی‌های موجود محلی - وجود مکان‌های مذهبی و برگزاری مراسم مذهبی به سبک خاص - وجود مناطق گردشگری ییلاقی روستایی 	<ul style="list-style-type: none"> - وجود مکان‌ها و فضاهای روستایی دارای پتانسیل برای جذب سرمایه‌گذاری بیرونی - افزایش توجه دولت به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری شرق استان مازندران - زمینه‌سازی ایجاد فرصت انگیزه‌ها برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در گردشگری - ایجاد تسهیلات در زمینه ویزا و رواید برای گردشگران خارجی - تبادل و ترویج متقابل فرهنگ‌ها میان استان و دیگر نقاط - نزدیکی به پایتخت کشور برای جذب گردشگری - تغییر نگاه‌ها به سوی حفظ محیط‌زیست و اهمیت حفاظت از منابع و جاذبه‌ها 	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش مکان‌های تفریحی و جذب گردشگران از نقاط مختلف کشور - کاهش میزان بیکاری در بین جوانان جویای کار - ایجاد و ساخت مراکز مختلف تفریحی و رفاهی در مناطق زیبا در راستای جذب گردشگر - افزایش میزان اشتغال‌زایی در بین جوانان - ایجاد سرویس‌های اینترنتی در کمپ‌های گردشگری - برگزاری همایش بین‌المللی در راستای توسعه گردشگری روستایی 	<ul style="list-style-type: none"> - ثبت برخی روستاها به‌عنوان روستاهای نمونه گردشگری - وجود بندر امیرآباد در کنار دریای خزر دارای ظرفیت توسعه - ایجاد منبع مالی و رسیدن سود آن به تمام اقشار - افزایش خدمات تفریحی و کاربری مناسب برای جذب گردشگران
مسئولین (دهیاران)	<ul style="list-style-type: none"> - وجود مناظر تاریخی و آثار باستانی در سطح جهانی - وجود بقعه مذهبی فراوان و ثبت آن در سطح ملی - وجود آژانس‌های طبیعت‌گردی در سطح روستاها - وجود فضاهای مناسب برای تفریح و استراحت - وجود مکان‌های تاریخی فرهنگی و آثار باستانی در مناطق روستایی 	<ul style="list-style-type: none"> - امکان استفاده بهینه از تمام جاذبه‌های متنوع طبیعی، تاریخی - وجود فرصت مناسب برای شکوفایی نظرات نیروهای متخصص باتجربه - سرمایه‌گذاری در تأسیسات زیربنایی و روینمایی برای خدمات‌رسانی بهتر و به تبع آن افزایش تعداد گردشگران - افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری - وجود قوانین و مقررات لازم برای گسترش گردشگری روستایی 	<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد کمپ‌های متعدد گردشگری در سطح روستاها - اختصاص اتوبوس‌های طبیعت‌گردی برای آشنا نمودن گردشگران با میراث فرهنگی و جاذبه‌های گردشگری روستایی - کاهش ناهنجارهای اجتماعی - ایجاد زیرساخت‌های تفریحی و رفاهی 	<ul style="list-style-type: none"> - کاهش اختلافات درآمدی در سطح مناطق روستایی - افزایش مراکز تجاری در سطح مناطق روستایی و جاذبه‌های گردشگری و در راستای اشتغال‌زایی مناسب - کاهش نابرابری‌های فضایی در سطح روستاها و ساماندهی بافت‌های فرسوده تاریخی - افزایش میزان اشتغال و رساندن نرخ بیکاری به کمترین حد خود - مطرح شدن شرق مازندران به‌عنوان نمونه گردشگری در سطح جهانی روستاها و رساندن آن به استانداردهای جهانی

ادامه جدول ۳. خلاصه‌ای از مصاحبه ذی‌نفعان در راستای توسعه مقصدهای گردشگری روستایی.

ذینفعان	نقاط قوت گردشگری روستایی	فرصت‌های موجود در راستای توسعه گردشگری	نتایج مورد انتظار از توسعه گردشگری	آینده مطلوب و آرمانی از توسعه گردشگری
مردم محلی	- داشتن آب‌وهوای مطلوب - به‌خصوص در فصل بهار و تابستان - وجود مناطق سرسبز در روستاها و اطراف آن	- داشتن محیط سالم و تمیز - افزایش اشتغال‌زایی	- افزایش مکان‌های تفریحی و جذب گردشگری - کاهش میزان بیکاری در بین جوانان	- افزایش میزان اشتغال - ثبت جاذبه‌های گردشگری شرق مازندران به‌عنوان نمونه گردشگری در ایران
گردشگران	- وجود نقاط و مکان‌های تاریخی و توریستی فراوان - وجود چشم‌اندازهای زیبا و طبیعی در روستاها - وجود آثار باستانی و مذهبی - معرفی کردن شرق مازندران به‌عنوان قطب گردشگری ایران	- گسترش ارتباطات و وسایل مدرن حمل‌ونقل - جذب سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری و توسعه روستایی - تولید فرهنگ بومی و آشنا نمودن آن با اکثر نقاط شرق مازندران	- ایجاد و ساخت مراکز مختلف تفریحی و استراحتی - ایجاد مناظر زیبا در راستای جذب گردشگری - افزایش جذب گردشگران خارجی - جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی	- مطرح شدن شرق مازندران به‌عنوان قطب گردشگری در سطح ملی - کاهش فقر و نابرابری‌های اجتماعی در مناطق روستایی - جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی به‌منظور ایجاد درآمد پایدار و مطمئن
فروشنده‌گان و رستوران‌داران	- وجود بازارهای سنتی در کنار جاذبه‌های روستایی - وجود فضاهای تفریحی و سبز و مناسب - وجود امام‌زاده‌ها مذهبی در مناطق روستایی	- عرضه محصولات گردشگری به سایر نقاط کشور - افزایش محصولات گردشگری و ایجاد اشتغال‌زایی و درآمدی در مناطق	- افزایش گردشگران داخلی و خارجی و رونق میزان فروش محصولات گردشگری - افزایش میزان اشتغال در بخش‌های مختلف اقتصادی - حمایت از ایجاد بازارچه‌های صنایع‌دستی و احیای مشاغل سنتی - راه‌اندازی مرکز اطلاعات جامع مراکز دیدنی و صنایع‌دستی شرق مازندران	- جذب گردشگری در فصول چهارگانه سال - کاهش اختلاف درآمدی در مناطق روستایی - افزایش مراکز رفاهی و تفریحی در سطح روستاها و در راستای آن اشتغال‌زایی مناسب
هتل‌داران	- وجود مناظر طبیعی و دیدنی در اطراف روستاها - وجود مکان‌ها تاریخی، فرهنگی و آثار باستانی زیاد - وجود کاربری‌های مناسب برای تفریح و استراحت	- جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی در هتل‌ها - افزایش امکانات اقامتی و تفریحی - گسترش روابط و تعاملات اجتماعی بین افراد محلی و گردشگران	- افزایش اشتغال‌زایی در مناطق روستایی - ایجاد تسهیلات برای سرمایه‌گذاری برای ساخت هتل‌آپارتمان در نزدیکی جاذبه‌ها	- ارتقای کیفیت زیرساخت‌ها و امکانات هتل داری - ساخت هتل‌های استاندارد در مقیاس بین‌المللی - افزایش کاربری‌های تفریحی و تجاری در کنار جاذبه‌ها و هتل‌ها

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

مأخذ: مطالعات نگارندگان، ۱۳۹۷

۴- نوآوری و ابتکار

تعیین اولویت مسائل تعیین شده

به‌منظور اولویت‌بندی مسائل اجرایی در توسعه پایدار مقصدهای گردشگری از نظر ذی‌نفعان به معیارهای که بیشتر تکرار را به دنبال داشته، استفاده گردیده است. بر اساس مدل SOAR و طبق نظر ذی‌نفعان ۱۲ مسائل مهم توسعه گردشگری روستایی در شرق استان مازندران شناسایی و اولویت‌بندی آن در جدول شماره ۵ آورده شده است. نتایج نشان می‌دهد که مهم‌ترین مسائل اجرایی از نظر ذی‌نفعان به ترتیب، برگزاری همایش‌ها و نشست‌های «توسعه سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی»، تقویت زیرساخت کالبدی (راه‌های ارتباطی) و برطرف کردن مشکلات مرتبط با موانع محیطی (توپوگرافی، شیب و ارتفاع) گردشگری، و شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران خارجی که مستلزم ارزیابی مستمر، شناسایی، دسته‌بندی و تحلیل مجموعه نیازها، انتظارات و ادراکات گردشگران هستند که اولویت اول تا سوم را به خود اختصاص داده‌اند.

در این مرحله سعی شده است با ایجاد نوآوری و ابتکار راهبردهایی تعیین و اولویت‌بندی گردند. البته با توجه به پیچیدگی روستاها و چندبعدی بودن آن و همچنین تغییر روندها به‌مرور زمان، نیاز به پشتیبانی از اهداف جدید باشند که این تغییرات به‌وسیله شناخت قوت‌ها و فرصت‌ها به‌منظور دستیابی به آرمان‌ها و نتایج به وجود می‌آیند. در واقع در این مرحله مجموعه‌ای از قوت‌ها و فرصت‌ها و آرمان‌ها که در مراحل قبلی تعیین شده بودند به چالش کشیده می‌شوند و مورد بازنگری اساسی و تخصصی قرار می‌گیرند و در نهایت تغییراتی در آن‌ها به وجود می‌آید. خلاصه این چهار مرحله در جدول شماره ۴ در قالب سه بعد برنامه‌ریزی فضایی (مکان، انسان و فعالیت) و ابعاد توسعه پایدار گردشگری (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و زیست‌محیطی) آمده است.

جدول ۴. نتایج ارزیابی مدل SOAR در توسعه پایدار مقصدهای گردشگری روستایی.

اجزای مدل	برنامه‌ریزی فضایی		
	مکان	فعالیت	انسان
Strengths	<p>- وجود مکان‌ها و فضاهای روستایی دارای پتانسیل برای جذب سرمایه‌گذاری بیرونی</p> <p>- مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری</p> <p>- منحصربه‌فرد بودن بناهای تاریخی و فرهنگی</p> <p>- غنی بودن ارزش‌های سنتی و فرهنگی محلی روستاها</p> <p>- وجود کوه‌های بلند و آب‌وهوای مناسب در روستاها</p> <p>- وجود چشمه و رودخانه، آبشارها، مرداب‌ها در روستاها</p>	<p>- مستعد بودن و آماده بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری در گردشگری</p> <p>- وجود بازارهای مناسب برای فروش محصولات محلی به گردشگران</p> <p>- بالا بودن روحیه مشارکت مردم جهت ایجاد و گسترش فعالیت‌های توسعه گردشگری</p> <p>- تمایل مدیران و مسئولان سازمان میراث فرهنگی برای توسعه فعالیت‌های گردشگری</p> <p>- ایجاد برخی کاربری‌های جدید در دامنه‌های طبیعی برای توسعه گردشگری</p> <p>- گرایش غالب مردم به استفاده اختصاصی از فضاهای روستا در قالب باغ‌های خصوصی در منطقه</p>	<p>- همکاری مردم محلی برای سرمایه‌گذاری در جاذبه‌های گردشگری</p> <p>- نگرش مثبت مسئولین محلی برای پذیرش سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی</p> <p>- وجود آداب و سنن بومی روستاییان</p> <p>- وجود تعاون و همکاری بین مردم روستاییان</p> <p>- پذیرش مردم محلی برای ایجاد کلاس‌های آموزشی مسائل زیست‌محیطی</p> <p>- وجود فضاهای طبیعی کوهستانی، جنگل‌ها، رودخانه‌ها، آبشارها در اطراف روستاها برای اوقات فراغت گردشگران</p>
	<p>- قرارگیری در مسیر ارتباط چند شهر مهم و امکان جذب گردشگری</p> <p>- نزدیکی به عمده‌ترین کانون‌های جمعیتی و شهری برای جذب سرمایه‌گذاری در روستاها</p> <p>- بسترسازی برای پیشرفت‌های فناوری و وجود سیستم‌های رزرو رایانه‌ای و بانک‌های اطلاعاتی صنعت گردشگری و گسترش رسانه‌های ارتباطی</p> <p>- توسعه و گسترش غرفه‌های متعدد در مجاورت جاذبه‌های گردشگری جهت خدمات‌رسانی به گردشگران</p>	<p>- تنوع‌بخشی به فعالیت‌های گردشگری را راستای افزایش کیفیت تولید</p> <p>- آمادگی بخش خصوصی جهت پذیرش آموزش‌های امور مرتبط به گردشگری از جمله در زمینه‌های تکنیک‌های بازاریابی نوین و جذب گردشگری</p> <p>- افزایش تمایل بخش خصوصی برای مشارکت در طرح‌ها و برنامه‌های مرتبط با گردشگری</p> <p>- به‌کارگیری روش مدیریت مناسب به‌منظور توسعه توانمندی‌های مدیران گردشگری</p>	<p>- سرمایه‌گذاری افراد غیربومی در گردشگری</p> <p>- توجه دولت به سرمایه‌گذاری‌ها در بخش گردشگری</p> <p>- ایجاد اشتغال و افزایش سطح درآمد سرانه مردم</p> <p>- ظرفیت‌های بالای مشارکت مردم در طرح‌های توسعه گردشگری</p> <p>- روحیه مهمان‌نوازی در میان روستاییان با گردشگران</p> <p>- امکان افزایش آگاهی و دانش افراد محلی در توسعه گردشگری</p> <p>- آموزش نیروی انسانی بومی برای توسعه گردشگری</p> <p>- تهیه و اجرای طرح مدیریت برای تمام مناطق حفاظت‌شده، پارک‌های جنگلی و سایر جاذبه‌های طبیعی</p> <p>- امکان جلب مشارکت و همکاری‌های مردم محلی با سازمان در جهت احیا و توسعه زیستگاه‌های حیات‌وحش و گونه‌های نادر جانوری در خطر انقراض</p>
	<p>- امکان استفاده از چشم‌اندازهای بدیع جهت انجام ورزش‌ها و تفریحات از قبیل اسکی، راهپیمایی، کوه‌نوردی</p> <p>- معرفی هر چه بیشتر جاذبه‌های روستاها به گردشگران</p>	<p>- حمایت مسئولان استان و شهرستان از گردشگری منطقه جهت اشتغال‌زایی و کسب درآمد</p> <p>- به‌کارگیری منابع روستا و بهره‌برداری از منابع طبیعی بلااستفاده</p>	<p>- کاهش اختلاف درآمدی حاصل از گردشگری بین روستاییان</p> <p>- ایجاد منابع مالی و رسیدن سود آن به تمام اقشار مردم</p> <p>- برگزاری کلاس‌های آموزشی فرهنگی و هنری گردشگری برای جذب گردشگران</p> <p>- بهبود مشارکت بخش خصوصی در گردشگری</p>
	<p>- امکان استفاده از چشم‌اندازهای بدیع جهت انجام ورزش‌ها و تفریحات از قبیل اسکی، راهپیمایی، کوه‌نوردی</p> <p>- معرفی هر چه بیشتر جاذبه‌های روستاها به گردشگران</p>	<p>- اشتغال جوانان جویای کار در مناطق روستایی و کاهش نرخ بیکاری</p> <p>- ایجاد فعالیت در مجموعه‌های تجاری، تفریحی و رفاهی برای گردشگران</p> <p>- افزایش کیفیت خدمات تفریحی و کاربری‌های متناسب برای جذب گردشگران</p> <p>- ارتقای جایگاه صنایع‌دستی و فرهنگی با حمایت از تولید، فروش و بازاریابی محصولات نظیر فرش، گلیم، ظروف سفالی و غیره</p>	<p>- ایجاد مناظر زیبا و دیدنی با استاندارد گردشگری و محیط زیبا</p> <p>- مطرح شدن پتانسیل‌های طبیعی شرق مازندران به‌عنوان نیمی از استان مازندران در راستای جذب گردشگران داخلی و خارجی</p> <p>- ساماندهی مناطق روستایی شرق مازندران دارای جاذبه‌های گردشگری</p> <p>- توسعه پیاده‌راه‌ها برای کاهش آلودگی و ایجاد محیط مناسب با آب‌وهوای سالم</p>
Opportunities	<p>- استفاده از چشم‌اندازهای بدیع جهت انجام ورزش‌ها و تفریحات از قبیل اسکی، راهپیمایی، کوه‌نوردی</p> <p>- معرفی هر چه بیشتر جاذبه‌های روستاها به گردشگران</p>	<p>- اشتغال جوانان جویای کار در مناطق روستایی و کاهش نرخ بیکاری</p> <p>- ایجاد فعالیت در مجموعه‌های تجاری، تفریحی و رفاهی برای گردشگران</p> <p>- افزایش کیفیت خدمات تفریحی و کاربری‌های متناسب برای جذب گردشگران</p> <p>- ارتقای جایگاه صنایع‌دستی و فرهنگی با حمایت از تولید، فروش و بازاریابی محصولات نظیر فرش، گلیم، ظروف سفالی و غیره</p>	<p>- کاهش اختلاف درآمدی حاصل از گردشگری بین روستاییان</p> <p>- ایجاد منابع مالی و رسیدن سود آن به تمام اقشار مردم</p> <p>- برگزاری کلاس‌های آموزشی فرهنگی و هنری گردشگری برای جذب گردشگران</p> <p>- بهبود مشارکت بخش خصوصی در گردشگری</p>
	<p>- امکان استفاده از چشم‌اندازهای بدیع جهت انجام ورزش‌ها و تفریحات از قبیل اسکی، راهپیمایی، کوه‌نوردی</p> <p>- معرفی هر چه بیشتر جاذبه‌های روستاها به گردشگران</p>	<p>- اشتغال جوانان جویای کار در مناطق روستایی و کاهش نرخ بیکاری</p> <p>- ایجاد فعالیت در مجموعه‌های تجاری، تفریحی و رفاهی برای گردشگران</p> <p>- افزایش کیفیت خدمات تفریحی و کاربری‌های متناسب برای جذب گردشگران</p> <p>- ارتقای جایگاه صنایع‌دستی و فرهنگی با حمایت از تولید، فروش و بازاریابی محصولات نظیر فرش، گلیم، ظروف سفالی و غیره</p>	<p>- کاهش اختلاف درآمدی حاصل از گردشگری بین روستاییان</p> <p>- ایجاد منابع مالی و رسیدن سود آن به تمام اقشار مردم</p> <p>- برگزاری کلاس‌های آموزشی فرهنگی و هنری گردشگری برای جذب گردشگران</p> <p>- بهبود مشارکت بخش خصوصی در گردشگری</p>
Aspirations	<p>- بهبود مناطق روستایی دارای آب‌وهوای سالم برای رونق سرمایه‌گذاری در جاذبه‌های گردشگری</p> <p>- بهبود روستاهای نمونه به‌عنوان جاذب گردشگری در فصول مختلف سال</p>	<p>- ارتقای قوانین و مقررات اداری در زمینه کسب مجوز فعالیت‌ها برای توسعه زیست‌محیطی مناطق گردشگری</p> <p>- ارتقاء تبلیغات لازم جهت معرفی پتانسیل‌های طبیعی گردشگری</p>	<p>- ایجاد مناظر زیبا و دیدنی با استاندارد گردشگری و محیط زیبا</p> <p>- مطرح شدن پتانسیل‌های طبیعی شرق مازندران به‌عنوان نیمی از استان مازندران در راستای جذب گردشگران داخلی و خارجی</p> <p>- ساماندهی مناطق روستایی شرق مازندران دارای جاذبه‌های گردشگری</p> <p>- توسعه پیاده‌راه‌ها برای کاهش آلودگی و ایجاد محیط مناسب با آب‌وهوای سالم</p>
	<p>- بهبود مناطق روستایی دارای آب‌وهوای سالم برای رونق سرمایه‌گذاری در جاذبه‌های گردشگری</p> <p>- بهبود روستاهای نمونه به‌عنوان جاذب گردشگری در فصول مختلف سال</p>	<p>- ارتقای قوانین و مقررات اداری در زمینه کسب مجوز فعالیت‌ها برای توسعه زیست‌محیطی مناطق گردشگری</p> <p>- ارتقاء تبلیغات لازم جهت معرفی پتانسیل‌های طبیعی گردشگری</p>	<p>- ایجاد مناظر زیبا و دیدنی با استاندارد گردشگری و محیط زیبا</p> <p>- مطرح شدن پتانسیل‌های طبیعی شرق مازندران به‌عنوان نیمی از استان مازندران در راستای جذب گردشگران داخلی و خارجی</p> <p>- ساماندهی مناطق روستایی شرق مازندران دارای جاذبه‌های گردشگری</p> <p>- توسعه پیاده‌راه‌ها برای کاهش آلودگی و ایجاد محیط مناسب با آب‌وهوای سالم</p>

ادامه جدول ۴. نتایج ارزیابی مدل SOAR در توسعه پایدار مقصدهای گردشگری روستایی.

اجزای مدل	برنامه‌ریزی فضایی		
	مکان	فعالیت	انسان
Results	<p>– سرمایه‌گذاری در ایجاد کمپ‌های متعدد گردشگر در نقاط روستایی</p> <p>– ایجاد تسهیلات برای سرمایه‌گذاری برای ساخت هتل‌ها، پارکینگ‌ها، مسافرخانه‌های روستایی</p> <p>– اختصاص اتوبوس‌های بوم گردی برای آشنا نمودن گردشگران با میراث فرهنگی و جاذبه‌های گردشگری روستایی</p> <p>– ایجاد فضایی مناسب در جهت برگزاری همایش‌ها و جشنواره‌ها در راستای رونق توسعه گردشگری</p>	<p>– کاهش نرخ بیکاری اقتصادی در مناطق روستایی</p> <p>– راه‌اندازی مراکز اطلاعات جامع مراکز دینی و صنایع دستی در جهت حمایت از بازارچه‌های صنایع دستی و احیای آن‌ها</p> <p>– سرمایه‌گذاری در توسعه کاربری‌های تفریحی برای استفاده گردشگران مانند تله‌کابین و کالسکه سواری در مناطق روستایی</p> <p>– افزایش فعالیت‌های در خدمات رستوران، هتل و مراکز پذیرایی</p> <p>– همکاری مردم محلی در رونق فعالیت‌های گردشگری</p>	<p>– افزایش سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری نسبت به دیگر بخش‌های اقتصادی</p> <p>– استان مازندران به‌عنوان قطب اقتصادی گردشگری کشور</p> <p>– افزایش مشارکت در رونق اقتصادی گردشگری روستایی</p> <p>– افزایش فرهنگ گردشگری روستایی در شرق استان مازندران</p>
	<p>– تقویت زیرساخت‌های کالبدی (مانند راه ارتباطی) و محیطی (توپوگرافی، شیب، ارتفاع) گردشگری و برطرف کردن مشکلات مرتبط با آن</p> <p>– ایجاد کمپ‌های متعدد گردشگری در سطح فضایی شرق مازندران</p>	<p>– راه‌اندازی سایت‌های اطلاع‌رسانی در مورد آب‌وهوا، نقاط پر مخاطره طبیعی در مناطق گردشگری</p> <p>– اطلاع‌رسانی دقیق در زمینه فعالیت‌های گردشگری در جهت ارتقای حساسیت افراد به حفاظت از منابع گردشگری</p>	<p>– افزایش آگاهی در جهت حفاظت از محیط‌های طبیعی</p> <p>– آشنا نمودن گردشگران با جاذبه‌های طبیعی و محیطی</p>
	<p>– مطالعات نگارندگان، ۱۳۹۷</p>	<p>– مطالعات نگارندگان، ۱۳۹۷</p>	<p>– فصلنامه پژوهش‌های روستایی</p>

مآخذ: مطالعات نگارندگان، ۱۳۹۷

جدول ۵. اولویت‌بندی مسائل مهم توسعه پایدار مقصدهای گردشگری روستایی در شرق استان مازندران.

اولویت	مسائل توسعه پایدار مقصدهای گردشگری
۵	افزایش کیفیت فضاهای مناسب خدمات تفریحی و کاربری‌های جذب گردشگران و فعالیت جوانان در رستوران، هتل و مراکز پذیرایی گردشگری
۶	تقویت زیرساخت‌ها و مناظر زیبا و توسعه و ساخت کاربری‌های تفریحی برای استفاده گردشگران و استفاده از نیروی جوان برای اشتغال در این بخش
۲	تقویت زیرساخت کالبدی (راه‌های ارتباطی) و برطرف کردن مشکلات مرتبط با موانع محیطی (توپوگرافی، شیب و ارتفاع) در گردشگری
۷	ایجاد تسهیلات بانکی برای بالا بردن کیفیت خدمات و تسهیلات در جهت هماهنگی بر عناصر تأثیرگذار در سیستم برنامه‌ریزی فضایی گردشگری روستاها و اخذ و تسهیل صدور ویزا برای گردشگران ورودی از کشورهای دیگر
۴	سرمایه‌گذاری در جاذبه‌های گردشگری توسط مراکز دولتی و خصوصی در راستای بهبود زیرساخت‌ها، مانند هتل‌ها، رستوران‌ها، مسافرخانه‌ها، پارکینگ و ...
۳	دستیابی به عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران خارجی که مستلزم ارزیابی مستمر، شناسایی، دسته‌بندی و تحلیل مجموعه نیازها، انتظارات و ادراکات گردشگران مخصوصاً ادراک آن‌ها از ارزش مقصد گردشگری و کیفیت محصولات، خدمات و تجربیات گردشگری در مقایسه با سایر مقصدهای گردشگری است
۱۰	انسجام‌بخشی به امور مربوط به برنامه‌ریزی فضایی گردشگری و استفاده از مدیریت پایدار در برنامه‌ریزی فضایی گردشگری در شرق استان مازندران با دیگر شهرهای مهم دنیا
۹	افزایش ایجاد مراکز اقامتی و تفریحی با قیمت مناسب برای جذب گردشگران و بسترسازی امکانات فناوری و مرکز اطلاع‌رسانی در مجموعه جاذبه‌های گردشگری تاریخی و تفریحی در جهت خدمات‌رسانی به گردشگران
۱۲	تنوع‌بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های طبیعی و انسانی، خصوصیات بارز فرهنگی و شرکت در سایر جشنواره‌ها، نمایشگاه و سمینارها به‌طور فعالانه برای جذب گردشگران خارجی
۸	ایجاد کمپ‌های متعدد گردشگری در سطح شرق مازندران و اختصاص دادن اتوبوس‌های بوم گردی برای آشنا نمودن گردشگران با جاذبه‌های گردشگری روستایی
۱۱	ایجاد هماهنگی بین نهادها و بخش‌های مختلف مرتبط، به‌منظور یکپارچه‌سازی کارکردهای گردشگری روستایی به‌وسیله برگزاری نشست‌ها و به‌کارگیری تدابیر مدیریتی هماهنگ‌کننده با حضور سازمان‌های دولتی و غیردولتی و مردم
۱	برگزاری سمینارها و نشست‌های «توسعه سرمایه‌گذاری در گردشگری روستایی» با مشارکت شوراهای اسلامی شرق مازندران با سایر دستگاه‌ها و مسئولان مرتبط و کارآفرینان، دعوت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و ایجاد تسهیلات و امتیازهای ویژه سرمایه‌گذاری در زمینه احداث هتل‌ها، مجتمع‌های اقامتی، تأسیسات تفریحی همچون پارک‌های تفریحی و جنگلی، ایجاد زمین‌های ورزشی، موزه تاریخ طبیعی و مناظر روستایی و ...

مآخذ: مطالعات نگارندگان، ۱۳۹۷

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

شوند تا مناسب با هر مقصد و ظرفیت‌های آن بتوان به صورت مطلوب برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری کرد؛ و صاحب‌نظران، برنامه‌ریزان و مدیران گردشگری در صدد افزایش ارزش‌افزوده این فعالیت‌اند، در این میان، توجه به برنامه‌ریزی مقاصد توسعه پایدار گردشگری که مبنای توسعه این فعالیت است، از ملزومات حرکت به سوی این سیاست‌هاست، به همین جهت بررسی و شناخت وضعیت نواحی، قابلیت‌ها و تنگناهای آن در برنامه‌ریزی راهبردی فضایی از اهمیت بسزایی برخوردار است، به گونه‌ای که از شاخص‌های برنامه‌ریزی راهبردی فضایی و توسعه پایدار گردشگری می‌توان معیاری مناسب هم در تعیین جایگاه مناطق و روستاهای هدف گردشگری برای جذب گردشگران و هم در جهت رفع مشکلات و نارسایی‌ها به گردشگران مفید دانست.

شرق استان مازندران در برنامه‌های توسعه به‌عنوان یکی از قطب گردشگری کشور ایران شناخته شده است. با توجه به تحلیل‌ها و بررسی صورت گرفته در مورد عناصر گردشگری و همچنین فضاهای مناسب گردشگری در شرق استان مازندران و بر اساس نظرات دوگانه کارشناسان و مسئولین روستاها (دهیاران) می‌توان چنین استنباط کرد که شرق مازندران دارای پتانسیل‌ها و توانمندی‌های مناسبی برای توسعه گردشگری پایدار است. لذا دستیابی به قطب گردشگری در سطح بین‌المللی و ملی نیازمند توجه به برنامه‌ریزی‌های راهبردی-ساختاری و عملکردی در زیرساخت‌ها و سایر بخش‌های گردشگری و توجه به سه بعد مکان، انسان و فعالیت در قالب برنامه‌ریزی فضایی است و برای این کار توجه به نظرات نخبگان، مشارکت همگانی و سهیم کردن همه کنشگران و ذی‌نفعان ضروری است.

با توجه به اولویت‌های پژوهش توسط گروه‌های شش‌گانه در مناطق روستاهای جذب گردشگری، می‌توان پروژه‌های عملیاتی و تقسیم وظایف را برای گروه‌ها موردنظر در راستای توسعه پایدار مقصدهای گردشگری در تصویر شماره ۴ ارائه کرد.

بحث و نتیجه‌گیری

مجموعه مباحث مطرح‌شده در مبانی نظری تحقیق، گویای آن است که باید این واقعیت را پذیرفت که گردشگری تأثیر انکارناپذیری در زندگی جوامع دارد. لذا توجه به توسعه گردشگری و نیازهای جوامع در هر برهه‌ای از زمان و مکان راهبرد و سیاست خاص خود را می‌طلبد و تکیه کردن بر یک سیاست و راهبرد غیرپویا و بدون انعطاف نه تنها توسعه گردشگری را با دشواری روبه‌رو می‌سازد، بلکه خود توسعه را نیز با تأخیر مواجه می‌کند. بنابراین توسعه گردشگری با برنامه‌ریزی اصولی و مناسب بر اساس شناسایی فرصت‌ها و محدودیت‌ها می‌تواند نقش مؤثری در توسعه مناطق روستایی و در نتیجه توسعه ملی و تنوع‌بخشی به اقتصاد ملی بر عهده داشته باشد. با توجه به این مهم، می‌توان با برنامه‌ریزی راهبردی فضایی گردشگری به منافع حاصل از توسعه گردشگری دست یافت. این نوع از برنامه‌ریزی، به دلیل داشتن ویژگی‌هایی از قبیل اعمال فرایند تصمیم‌گیری منطقی، تفکر بلندمدت و آینده‌نگری، هدایت مدیران، و ... می‌تواند در فرایند توسعه گردشگری مفید واقع شود.

در مقاصد توسعه پایدار گردشگری با دیدگاه برنامه‌ریزی راهبردی فضایی لازم است ابتدا پتانسیل‌های مقاصد شناسایی



تصویر ۴. پروژه‌ها و تقسیم وظایف ذی‌نفعان گردشگری بر اساس نتایج مدل. مأخذ: مطالعات نگارندگان، ۱۳۹۷

نتایج تحقیق نشان داد که مهم‌ترین مسائل اجرایی از نظر ذی‌نفعان به ترتیب برگزاری سمینارها و نشست‌های «توسعه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری روستایی»؛ تقویت زیرساخت‌های کالبدی (راه‌های ارتباطی) و محیطی گردشگری و برطرف کردن مشکلات مرتبط با آن و دستیابی به عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران خارجی که مستلزم ارزیابی مستمر، شناسایی، دسته‌بندی و تحلیل مجموعه نیازها، انتظارات و ادراکات گردشگران هستند. در این راستا توسعه پایدار گردشگری بر مبنای اصول برنامه‌ریزی فضایی در مناطق روستایی نیازمند توجه به موارد زیر است:

۱- برنامه‌ریزی راهبردی فضایی، کلیدی برای برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه پایدار گردشگری شناخته می‌شود که در ابعاد (اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی) و اصول برنامه‌ریزی فضایی؛ مکان (ظرفیت‌ها)؛ انسان (گردشگران و میزبان)؛ فعالیت (کارکردها و منابع مالی) را مورد توجه قرار دهد و پاسخ‌گوی نیازها و خواسته‌های (تولیدی، انسان، منابع زیست‌محیطی و خدماتی و فراغتی) جوامع گردد.

۲- برنامه‌ریزی راهبردی فضایی می‌تواند به‌عنوان کلیدی برای هماهنگی افقی (میان بخشی) و عمودی (ملی/ منطقه‌ای/ فضایی) بر بستر قلمروی جغرافیایی مشخص برای حفاظت محیط‌زیست، تعادل اکولوژیک و زیست‌پذیری جوامع انسانی باشد.

۳- برنامه‌ریزی راهبردی فضایی، کلیدی برای تخصیص بهینه منابع نه صرفاً برای رشد اقتصادی، بلکه عدالت اجتماعی در بین مناطق مختلف روستایی، حفاظت محیط‌زیست و در مجموع برای پایداری مقصدهای گردشگری در شرق استان مازندران باشد.

۴- توجه به نظرات ذی‌نفعان در برگزاری سمینارها و نشست‌های تخصصی گردشگری با توجه به اولویت‌بندی آن‌ها که زمینه را برای بسترسازی رونق توسعه مقاصد گردشگری روستایی فراهم کند.

۵- توجه به ارائه الگوی برنامه‌ریزی راهبردی فضایی در جاذبه‌های گردشگری که شامل سه عنصر مکان، انسان و فعالیت است.

تشکر و قدردانی

بنا به اظهار نویسنده مسئول، مقاله حامی مالی نداشته است.

References

- Boers, B., & Cottrell, S. (2005). Sustainable Tourism Infrastructure Planning: A GIS Based Approach. Proceedings of the 2005 Northeastern Recreation Research Symposium Bolton Landing, NY. Gen. Tech. Rep.
- Cravo, P. M. and Bailoa, S. (2012). Spatial Planning and Tourism Development in Portugal, regionalní disparity N. 7. pp,76-88.
- Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: Editorial Verbo.
- Darvishi, H, Biranvandzadeh, M, Dehghani Elvar, S. A., Ahmad, S. (2014). Prioritization of rural tourism development strategies in terms of land use, Case study: Guyana Village (Aligudarz County), Quarterly of Development Strategies Rural, 1(2), 84-69 (in Persian).
- Dede, O. M., & Ayten, A. M. (2012). The role of spatial planning for sustainable tourism development: A theoretical model for Turkey. *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 60(4), 431-445.
- Diamantis, D. (2007). *Ecotourism: Management and Assessment*. London: Thomson Learning.
- Franklin, A. (2007). The Problem with Tourism Theory. In A. Morgan, & A. Pritchard, *the Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methodologies*, 131-148.
- Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. Psychology Press.
- Hayllar, B., Griffin, T., & Edwards, D. (Eds.) (2008). *City spaces – tourist places: Urban tourism precincts*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Healey, P. (2010). *Making better places. The planning project in the twenty-first century*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Jomehpour, M. (2005). *Introduction to Rural Development Programs; Views and Methods*, Tehran, Khome Publications (In Persian).
- Khavarian-Garmsir, A. R., & Zare, S. M. (2015). SOAR framework as a new model for the strategic planning of sustainable tourism. *Tourism Planning & Development*, 12(3), 321-332.
- Kumar, A. (2007). *Personal, Academic and Career Development in Higher Education: Soaring to Success*, Taylor & Francis, 2007.
- Lee, B., & Shafer, C. S. (2002). The dynamic nature of leisure experience: An application of affect control theory. *Journal of Leisure Research*, 34(3), 290-310.
- Mahdavi, D., Rohnaddin Eftekhari, A., Sajasy Qidari, H. (2017). Designing Strategies for Sustainable Tourism Development of Historic and Cultural Villages of Iran, *Geography and Planning*, Vol. 20, No. 56, pp. 300-275.
- Maksin, M. & Milijić, S. (2013). Sustainable spatial development of tourism destinations in the time of crisis in Serbia, in Vujošević, M, Milijić, S. (eds.) 2nd International Scientific Conference on Tourism in Southern and Eastern Europe: Crisis – a Challenge of Sustainable Tourism Development? Conference Proceedings, Vol. 2, pp. 185-200.
- Maksin, Marija, Milijic, Sasa. (2010). Strategic planning for sustainable spatial, landscape and tourism development in Serbia, *Spatial International Review*, No.23, pp 30 –37.
- Pernecky, T. (2010). The Being of Tourism. *The Journal of Tourism and Peace Research*, (1)1:1-15.
- Republika Srbija, Centar za planiranje urbanog razvoja, (2008). *Prostorni plan područja posebne namene Parka prirode „Golija”*. Beograd.
- Rezaei, M. R & Khavarian Garmsir, A. R. (2014). Strategic Planning for the Development of Yazd Industrial Town Using the SOAR Strategic Framework; *Geographical Studies of Dry Areas*, 5 (18), 77-74.
- Risteski, M., Kocevski, J. & Arnaudov, K. (2012). Spatial Planning and Sustainable Tourism as Basis for Developing Competitive Tourist Destinations. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 44 (2012), 375-386.
- Shokohi, H and Movahed, A. (2002). Recognition of the Isfahan Tourism Space Pattern Using a System, GIS, *Modares Magazine*, Volume 6, Issue 4.
- Silbert, T. (2007). "Rapid Strategy Development.Get Engagement and Results Quicker", *Management Forum Series*, 2008-2009, Yr. 1, No. 10, 2008.
- Stavros, J. M., & Saint, D. (2010). SOAR: Linking strategy and OD to sustainable performance. In W. Rothwell, J. Stavros, R. Sullivan, & A. Sullivan (Eds.) in *Practicing Organization Development: A guide for leading change*, pp 377-394, San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Stojsavljević, R. (2013). Spatial Planning and Sustainable Tourism - A Case Study of Golija Mountain (Serbia), *European Researcher*, 2013, Vol. (65), № 12-2.
- Tschanz, L., Taton, T. & Brun, J. (2013). SocioEcological Systems: towards a global approach of biodiversity observation in a Regional natural park of alpine territory, in Bauch, K. (ed.) *5th Symposium for Research in Protected Areas, Conference Proceedings*, pp. 765-768.
- Williams, R. H. (2000). Constructing the European Spatial Development Perspective-for whom? *European Planning Studies*, 8(3), 357-365.
- Zhong L., Dengb J. and Xiangc B. (2008). Tourism development and the tourism area life-cycle model: A case study of Zhangjiajie National Forest Park, China. *Tourism Management journal*, 29, pp. 841–856.
- Ziaee, M., & Shojaee, M. (2010). Level of Tourism Destinations, New Conceptual Analysis in Spatial Tourism Planning, *Tourism Management Studies*, 5(-13), Pp. 25-46. (in Persian).