

برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر رینه لاریجان)

عمر نیک پور^{۱*} - اکبر یاسیان^۲ - مصطفی صفایی رینه^۲

۱- دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران

۲- دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران-۱ دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران

*ایمیل نویسنده مسئول: yassian21@Gmail.com

تاریخ دریافت: ۹۷/۴/۹ تاریخ پذیرش: ۹۷/۵/۱۲

چکیده

گردشگری یکی از منابع اصلی درآمد ملی کشورهای توسعه یافته و برخی از کشورهای در حال توسعه می‌باشد. با بهره‌گیری از تکنیک‌ها و مدل‌های مختلف می‌توان پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری را شناسایی و با ارائه راهبردها و راهکارها رسیدن به این مهم را تسهیل و سرعت بخشید. در تحقیق حاضر، ابتدا عوامل داخلی و خارجی موثر در توسعه گردشگری شناسایی شدند. همچنین نظرات ۵۰ نفر از مسئولان و کارشناسان شهر رینه، درخصوص اهمیت هر یک از عوامل در زمینه توسعه گردشگری ارزیابی شد. سپس با استفاده از مدل SWOT به تجزیه و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت، تهدید و وزن‌دهی این عوامل جهت تعیین راهبردهای مناسب در زمینه گردشگری پرداخته شد. در نتیجه با بهره‌گیری از ماتریس QSPM راهبرد بسترسازی برای سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی جهت انجام پروژه‌های گردشگری و فراغتی در منطقه با امتیاز ۸,۲ به عنوان موثرترین راهبرد در توسعه گردشگری شهر رینه لاریجان انتخاب شد. نتایج نشان می‌دهد که تنها با تکیه بر جاذبه‌های گردشگری موجود نمی‌توان جذب گردشگر و توسعه گردشگری را در این منطقه انتظار داشت، بلکه باید به عواملی همچون برنامه‌ریزی مناسب، بهبود زیرساخت‌ها، فراهم آوردن تسهیلات اقامتی- رفاهی و معرفی منطقه با استفاده از رسانه‌های جمعی در کنار جاذبه‌های موجود توجه کرد.

کلمات کلیدی

"توسعه گردشگری"، "راهبرد"، "رینه لاریجان"، "مدل SWOT"، "QSPM"

Strategic Planning for Tourism Development (Case Study: Rineh Larijan City)

Amer Nikpour¹, Akbar yassian^{*2}, Mostafa Safaie Rineh²

¹Faculty of Humanities and Social Sciences, Mazandaran University

²Faculty of Geography, University of Tehran

*Email Address: yassian21@Gmail.com

Abstract

Tourism is one of the main sources of national income of developed countries and some developing countries. By using various techniques and models, it is possible to identify the potential and constraints of tourism development and to facilitate and speed up the achievement of these goals by providing strategies and solutions. Also, the opinions of 50 officials and experts in the city of Rineh were evaluated about the importance of each factor in the development of tourism. The SWOT model then analyzed the strengths, weaknesses, opportunities, threats and weights of these factors to determine the appropriate strategies for tourism. As a result, using the QSPM matrix, the strategy for public and private investment in tourism and leisure projects in the region with 8.2 points was selected as the most effective strategy for tourism development in the city of Rineh-Larijan. The results show that Tourist Attractions can not be expected to attract tourism and tourism development in the region, Rather, attention should be paid to factors such as proper planning, infrastructure improvement, provision of accommodation and welfare facilities, and the introduction of the area with the use of mass media along with existing attractions.

Keywords: "Tourism Development", "Strategy", "Rineh Larijan", "Model SWOT", "QSPM"

۱- مقدمه

گردشگری در سراسر جهان پدیده‌ای اقتصادی و اجتماعی است که ناشی از نیاز انسان برای اوقات فراقت، تماس با طبیعت و میل به بازدید از مکان‌ها و فرهنگ‌های جدید است (Coccosis, 2008). گردشگری در عصر حاضر به عنوان صنعت بدون دود توانمندها و طرفداران بسیاری دارد. رشد قابل توجه و چشمگیر در پنجاه سال گذشته نشان دهنده اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی این پدیده است و توسعه آن بویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته عامل موثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری، رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود (تیموری، ۱۳۹۱). براساس پیش‌بینی کارشناسان اقتصادی دنیا صنعت گردشگری از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ می‌تواند از سودآورترین صنایع جهان بوده و حتی از صنعت نفت و اتومبیل هم پیشی گیرد و در شمار ۳ صنعت عمده جهان محسوب می‌شود. از این رو گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی سودآور مورد توجه کشورها قرار گرفته است (هادیانی، ۱۳۹۱). همچنین توجه به مقوله پایداری در زمینه گردشگری از راهکارهایی برای مهار سرمایه‌داری در استفاده از منابع موجود در زمینه جذب گردشگر است که متناسب با حفظ و نگاه‌داری از آن منابع بوده و سبب افزایش سودمندی برای جوامع محلی می‌باشد (پاپلی‌یزدی، ۱۳۸۸). در واقع گردشگری پایدار یک نوع از گردشگری نیست بلکه فرایندی است که باید کلیه انواع گردشگری را بهبود بخشد و افراد را نسبت به محیط زیست مسئولیت‌پذیر سازد (شریفی، ۱۳۹۱). توسعه پایدار گردشگری نیازهای کنونی گردشگران و منطقه میزبان گردشگری را با حفظ و افزایش فرصت‌های محیطی برای آیندگان تأمین می‌کند که این عمل برخاسته از مدیریت تمام منابع اقتصادی، اجتماعی و تأمین نیازهای زیبایی‌شناختی محیط می‌باشد همچنان که انسجام فرهنگی، فرایندهای مهم زیست محیطی، تنوع زیستی و نظام‌های حمایتی حیات وحش را حفظ می‌کند (Cernat, 2007). توسعه پایدار گردشگری توسعه‌ای است که در آن توازن و تعادل، حفظ ارزشها و کیفیت اخلاقیات و اصول اقتصادی و نیز مزیت‌های اقتصادی همه با هم دیده شده و کوشش می‌شود تا توسعه متعادل و همه‌جانبه، جایگزین توسعه

صرفاً اقتصادی گردد (الوانی، ۱۰، ۱۳۷۴). برای دست یابی به موفقیت و توسعه گردشگری، برنامه ریزی جهانگردی در تمام سطوح ضروری است. تجربه‌ی بسیاری از مناطق جهانگردی در دنیا در بلند مدت نشان داده است که روش برنامه ریزی شده برای توسعه جهانگردی می‌تواند بدون ایجاد مشکلاتی مهم، فوایدی به همراه آورد و بازارهای جهانگردی رضایت بخشی را حفظ کند (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱۳۳). برنامه ریزی به عنوان یک ابزار علمی به دست‌اندرکاران گردشگری کمک می‌کند تا در یک فرایند پیوسته و علمی، بهترین مسیر راهکار توسعه را مشخص نموده، این توسعه را در مسیر توسعه سایر بخش‌های اقتصادی قرار دهد (زنگی‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۳۳).

• مدل برنامه ریزی استراتژیک SWOT

یکی از مناسب‌ترین فنون برنامه ریزی و تجزیه و تحلیل استراتژی، ماتریس SWOT است که امروزه به عنوان ابزاری نوین برای تحلیل عملکردها مورد استفاده طراحان و ارزیابان استراتژی قرار می‌گیرد (Nilson, 2004). بنابراین قلمرو ماتریس SWOT وسیع و گسترده است و در واقع یک چارچوب مفهومی برای تحلیل‌های سیستمی محسوب می‌شود که امکان بررسی عوامل و مقایسه تنگناها، تهدیدات، جنبه‌های آسیب زنده، فرصت‌ها، تقاضاها و موقعیت‌های محیط بیرونی را همراه با نقاط قوت و ضعف‌ها و موقعیت‌های درونی سیستم و نهایتاً تدوین استراتژی متناسب با آن را به وجود می‌آورد (ابراهیم زاده، ۱۳۹۱).

• ماتریس کمی برنامه ریزی استراتژیک QSPM

ماتریس کمی برنامه ریزی استراتژیک یکی از تکنیک‌ها و ابزارهای بسیار شایع در ارزیابی گزینه‌های استراتژیک و مشخص نمودن جذابیت نسبی استراتژی‌ها است که در مرحله تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد. این تکنیک مشخص می‌نماید که کدامیک از گزینه‌های استراتژیک انتخاب شده، امکان‌پذیر می‌باشد و در واقع این استراتژی‌ها را اولویت بندی می‌نماید (Mereclith, 2009).

۱- روش انجام تحقیق

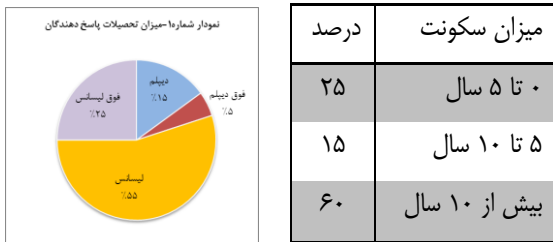
• محدوده مورد مطالعه

ضریب اولیه محاسبه گردد. در مرحله بعد درصد یا میانگین وزنی هر عامل نسبت به کل محاسبه شد تا ضریب ثانویه بدست آید. سپس به هر عامل با توجه به میزان اثربخشی و اهمیت آن از ۱ تا ۴ رتبه داده شد. در پایان رتبه هر عامل در وزن نسبی آن ضرب شد تا ضریب نهایی به دست آید.

• مشخصات پاسخ دهندگان

تعداد کارشناسان پاسخ دهنده در این تحقیق ۵۰ نفر می باشند که از این بین ۸۰ درصد آنها را مردان و ۲۰ درصد را زنان تشکیل می دهند و میانگین سنی آن ها ۳۷ سال می باشد. سطح تحصیلات اکثر پاسخ دهندگان لیسانس (نمودار ۱) و همچنین مدت سکونت اکثر پاسخ دهندگان در شهر رینه بیش از ۱۰ سال می باشد (جدول ۱).

جدول ۱- مدت سکونت پاسخ دهندگان در شهر

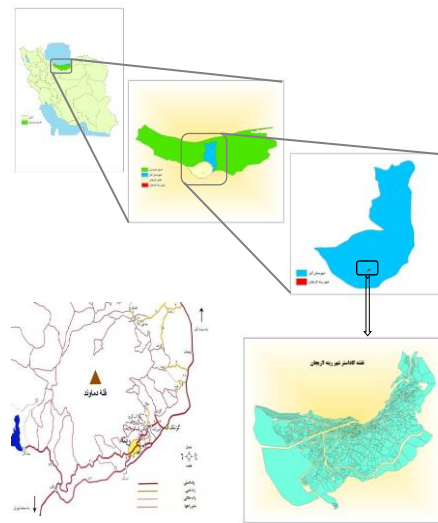


۲- نتایج

• تحلیل ماتریس عوامل داخلی شهر رینه لاریجان

هدف این مرحله، سنجش محیط داخلی گردشگری جهت شناسایی نقاط قوت و ضعف است. برای این منظور ۱۴ عامل مورد بررسی قرار گرفت که پس از تجزیه و تحلیل ضریب نهایی هر یک از عوامل مشخص گردید، جدول ۲. در بین عوامل موجود، نزدیکی به یکی از مهمترین شریان های ارتباطی کشور (جاده هراز) با ضریب نهایی ۰,۳۱ به عنوان مهمترین قوت منطقه شناسایی شد و پس از آن نزدیکی به قله دماوند و وجود جاذبه های تاریخی با ضریب نهایی ۰,۲۹ و امنیت اجتماعی بالا و داشتن محیط آرام و بدون سروصدا با ضریب نهایی ۰,۲۸ جزء مهمترین عوامل بشمار می آیند. همچنین ضعف تبلیغات گردشگری در منطقه مهمترین ضعف منطقه در توسعه گردشگری شناسایی شد. در نهایت مجموع ضرایب نهایی عوامل داخلی ۲,۵۸ محاسبه گردید و بیانگر این است که منطقه

شهر رینه لاریجان در منطقه کوهستانی از بخش مرکزی سلسله جبال البرز در استان مازندران واقع شده است. این شهر بین مدار ۳۵° ۵۲' تا ۳۵° ۵۴' عرض شمالی و ۵۲° ۰۷' تا ۵۲° ۱۱' طول شرقی از نصف النهار مبدأ قرار گرفته است. رینه در ۹۰ کیلومتری شهر تهران و ۸۵ کیلومتری شهر آمل در دامنه خاوری دماوند میان گردنه امامزاده هاشم و گردنه بند بریده و در فلات رینه به ارتفاع ۲۰۴۰ متر واقع می باشد که به خودی خود واحد جغرافیایی حاصلخیز و کوه مشترکی مانند دماوند آنرا فراگرفته است، شکل ۱. شرایط آب و هوایی به موازات دیگر عوامل از مهمترین عوامل موثر در شکل گیری بافت شهر به شمار می آید. میزان بارندگی بطور متوسط حدود ۵۴۲,۳ میلیمتر در سال بر آورد شده است. بر اساس داده های هواشناسی، متوسط دمای سالانه ۱۰,۵ درجه سانتیگراد، حداکثر درجه حرارت در تابستان ۳۶ و حداقل دما در زمستان ۲۵- برآورد شده است (منصورنژاد، ۱۳۸۷، ۴۳).



شکل ۱- موقعیت شهر رینه لاریجان در کشور، استان و شهرستان

• داده ها و روش ها

در این تحقیق ابتدا به شناسایی عوامل داخلی و خارجی موثر در توسعه گردشگری شهر رینه (قوت، ضعف، فرصت و تهدید) پرداخته شد. سپس با تهیه پرسشنامه، از کارشناسان و مسئولان، از جمله شهردار، اعضای شورای شهر، مدیران ادارات و مسئولین فدارسیون کوهنوردی شهر نظرخواهی شد. برای تعیین ضرایب از طیف لیکرت استفاده شد. سپس ضریب انتخاب شده برای هر عامل در ارزش اولیه آن، که از ۱ تا ۵ می باشد ضرب شد تا

از قوت نسبتاً مطلوبی در جهت توسعه گردشگری برخوردار است زیرا ضریب نهایی بدست آمده بزرگتر از ۲,۵ (میانگین ضرایب نهایی) می باشد.

جدول ۲- ماتریس عوامل داخلی شهر رینه لاریجان

عوامل داخلی موثر بر توسعه گردشگری شهر رینه لاریجان				رتبه	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	امتیاز نهایی
نقاط قوت	S1	وجود نیروی انسانی جوان و فعال	۹۱	۰/۰۷۵	۳/۲	۰/۲۴	
	S2	برگزاری مراسم، آیین‌ها و جشن‌های ملی و مذهبی (جشن تیرگان و ...)	۹۱	۰/۰۷۵	۳/۵	۰/۲۶	
	S3	داشتن محیطی آرام و به دور از سروصدا و وجود امنیت اجتماعی بالا در شهر برای حفظ گردشگران	۹۲	۰/۰۷۶	۳/۷	۰/۲۸	
	S4	وجود اشکال متنوع مورفولوژیکی کوهستان (ارتفاعات، دره‌ها و...) جهت انجام ورزش‌ها و تفریحات متنوع (اسکی، کوهنوردی، کوهپیمایی، اردو زدن و ...)	۹۱	۰/۰۷۵	۳/۶	۰/۲۷	
	S5	وجود گونه‌های گیاهی و جانوری متنوع و محیط مناسب برای گردشگران	۸۶	۰/۰۷۵	۳/۶	۰/۲۷	
	S6	نزدیکی به قله دماوند و وجود آثار تاریخی و زیارتی در شهر (دخمه‌های سنگی، امامزاده‌ها و ...)	۹۲	۰/۰۷۶	۳/۸	۰/۲۹	
	S7	نزدیکی به یکی از مهمترین و پر ترددترین شریانهای ارتباطی کشور (جاده هراز)	۹۴	۰/۰۷۷	۴	۰/۳۱	
نقاط ضعف	W1	عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری	۹۰	۰/۰۷۴	۱/۸	۰/۱۳	
	W2	عدم آشنایی مردم محلی با پدیده گردشگری و عدم آموزش آنان در زمینه گردشگری	۸۰	۰/۰۶۵	۱/۳	۰/۰۸	
	W3	گرایش غالب مردم به استفاده شخصی از فضاهای گردشگری در قالب خانه‌های دوم	۷۵	۰/۰۶۱	۱/۲	۰/۰۷	
	W4	تفاوت و تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم محلی	۷۴	۰/۰۶۰	۱	۰/۰۶	
	W5	توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال (تراکم کم در پاییز و زمستان)	۸۲	۰/۰۶۸	۱/۷	۰/۱۱	
	W6	نامناسب و ناکافی بودن زیر ساخت‌های محیطی و کالبدی (کیفیت معابر، خدمات بین راهی، تسهیلات اقامتی و رفاهی و...)	۸۲	۰/۰۶۸	۱/۶	۰/۱۱	
	W7	ضعف تبلیغات گردشگری در منطقه	۹۵	۰/۰۸۰	۲	۰/۱۶	
مجموع			۱۲۱۵			۲/۵۸	

• تحلیل ماتریس عوامل خارجی شهر رینه لاریجان

هدف این مرحله بررسی آثار محیط خارجی گردشگری جهت شناسایی فرصت و تهدیدهایی است که گردشگری شهر رینه لاریجان با آن رو به رو است. برای این منظور ۱۴ عامل مورد بررسی قرار گرفته‌اند، جدول ۳. پس از بررسی عوامل خارجی، افزایش توجه دولت و بخش خصوصی به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری با ضریب نهایی ۰,۳۴ به عنوان مهمترین عامل خارجی در توسعه گردشگری شناسایی شد و بعد از آن وجود جاذبه‌های مهم گردشگری در مناطق همجوار با شهر رینه به عنوان زوج گردشگری (قله دماوند، آبگرم لاریجان، رودخانه هراز، سد لار، دشت شقایق و...) با

ضریب نهایی ۰,۳۱ و عامل دسترسی راههای ارتباطی مناسب به شهر رینه، نزدیکی به قطب جمعیتی کشور (تهران) با ضریب نهایی ۰,۳۰ به عنوان مهمترین عوامل خارجی موثر در توسعه گردشگری شناخته شدند. همچنین افزایش هزینه‌های خدمات و محصولات نسبت به مناطق گردشگری رقیب و افزایش قیمت زمین‌های شهری و اماکن اقامتی اجاره‌ای نسبت به مناطق رقیب به عنوان مهمترین عوامل تهدیدکننده پیش‌روی توسعه گردشگری این منطقه شناخته شدند. در نهایت مجموع ضرایب نهایی عوامل خارجی ۲,۷۵ محاسبه گردید و بیانگر این است که منطقه از قابلیت‌های بالایی جهت توسعه گردشگری برخوردار می‌باشد.

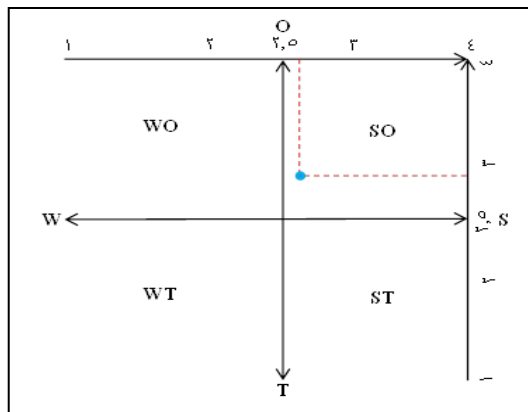
جدول ۳- ماتریس عوامل خارجی شهر رینه لاریجان

عوامل خارجی موثر بر توسعه گردشگری شهر رینه لاریجان				امتیاز رتبه نهایی	ضریب ثانویه	ضریب اولیه
O1	افزایش توجه دولت و بخش خصوصی به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری در برنامه پنجم توسعه	۹۷	۰/۰۸۵	۴	۰/۳۴	
O2	وجود انگیزه در مردم برای مسافرت به شهر رینه	۹۱	۰/۰۸	۳/۷	۰/۲۹	
O3	وجود جاذبه‌های گردشگری منحصر به فرد در رینه نسبت به مناطق گردشگری رقیب	۸۷	۰/۰۷۶	۳/۲	۰/۲۴	
O4	دسترسی شهر رینه به راههای ارتباطی (جاده هراز) و نزدیکی به قطب جمعیتی کشور (استان تهران)	۹۲	۰/۰۸۱	۳/۷	۰/۳۰	
O5	وجود جاذبه‌های مهم گردشگری در مناطق همجوار با رینه به عنوان زوج گردشگری (قله دماوند، آبگرم لاریجان، رودخانه هراز، سدلا، دشت شقایق و ...)	۹۵	۰/۰۸۳	۳/۸	۰/۳۱	
O6	بالا رفتن سطح فرهنگ مردم محلی در تعامل با گردشگران	۸۷	۰/۰۷۷	۳/۵	۰/۲۷	
O7	بهبود و توسعه مشاغل و خدمات مرتبط با گردشگری	۸۷	۰/۰۷۷	۳/۶	۰/۲۸	
T1	افزایش هزینه‌های خدمات و محصولات نسبت به مناطق گردشگری رقیب	۷۷	۰/۰۶۸	۱/۹	۰/۱۳	
T2	افزایش قیمت زمین‌های شهری و اماکن اقامتی اجاره‌ای نسبت به مناطق رقیب	۷۷	۰/۰۶۸	۲	۰/۱۴	
T3	تراکم زیاد گردشگران و شلوغی رینه نسبت به مناطق رقیب	۶۰	۰/۰۵۲	۱/۲	۰/۰۶	
T4	آلودگی منابع آب، هوا و خاک	۷۲	۰/۰۶۳	۱/۵	۰/۰۹	
T5	تغییر کاربری و تخریب زمین‌های کشاورزی و باغات برای ساخت و ساز	۷۴	۰/۰۶۵	۱/۸	۰/۱۱	
T6	افزایش امکانات و خدمات گردشگری در مناطق گردشگری رقیب و افزایش انگیزه مسافرت از سوی گردشگران به این مناطق	۷۴	۰/۰۶۵	۱/۶	۰/۱۰	
T7	انتقال ناهنجاری‌های فرهنگی به مردم بومی و افزایش جرایم اجتماعی با ورود گردشگران	۶۷	۰/۰۵۹	۱/۶	۰/۰۹	
		مجموع	۱۲۱۵		۲/۷۵	

• مرحله تعیین راهبردها

راهبردهای مختلف مورد بررسی قرار گرفتند و بهترین آنها انتخاب شد. به همین منظور پنج راهبرد تهاجمی برای توسعه گردشگری شهر رینه لاریجان، انتخاب شدند. در مرحله بعد به هر یک از عوامل تأثیر گذار در این راهبردها با توجه به میزان جذابیت و تأثیرگذاری امتیاز ۱ تا ۴ داده شد. این امتیاز در ضریب هر عامل ضرب شد تا نمره نهایی بدست آید. عدد بدست آمده از حاصل جمع نمرات نهایی یک راهبرد، نشان دهنده اولویت آن راهبرد نسبت به دیگر راهبردها می‌باشد (جدول ۵).

نمودار ۲- ماتریس SWOT شهر رینه لاریجان



پس از شناسایی عوامل داخلی و خارجی، امتیاز دهی و محاسبه ضریب نهایی آن‌ها به تعیین راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری پرداخته شد. در چارچوب تعیین راهبردها مرحله ارزیابی دربرگیرنده اطلاعات به دست آمده از عوامل داخلی و خارجی است که فرصت‌ها و تهدیدات خارجی را با نقاط قوت و ضعف داخلی مقایسه می‌کند. به همین منظور عوامل داخلی و خارجی در ماتریس SWOT با یکدیگر مقایسه شدند تا راهبردهای امکان‌پذیر و مناسب تدوین گردد. راهبردها در چهار قسمت به عنوان راهبردهای تهاجمی (SO) راهبردهای بازنگری (WO) راهبردهای تنوع (ST) و راهبردهای تدافعی (WT) ارائه شدند. با توجه به ماتریس SWOT موقعیت گردشگری شهر رینه لاریجان در قسمت راهبردهای تهاجمی قرار می‌گیرد. به همین دلیل برای توسعه گردشگری باید بر روی راهبردهای تهاجمی تمرکز کرد (نمودار ۲ و جدول ۴).

• اولویت بندی راهبردها

برای انتخاب و اولویت‌بندی راهبردها از ماتریس QSPM استفاده شد. در فرایند برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM)،

جدول ۴- ماتریس تعیین استراتژی شهر رینه لاریجان

ضعف W	قوت S	ماتریس SWOT
<p>W1 عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری</p> <p>W2 عدم آشنایی مردم محلی با پدیده گردشگری و عدم آموزش آنان در زمینه گردشگری</p> <p>W3 گرایش غالب مردم به استفاده شخصی از فضاهای گردشگری در قالب خانه‌های دوم</p> <p>W4 تفاوت و تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم محلی</p> <p>W5 توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال (تراکم کم در پاییز و زمستان)</p> <p>W6 نامناسب و ناکافی بودن زیر ساخت‌های محیطی و کالبدی (کیفیت معابر، خدمات بین راهی، تسهیلات اقامتی و رفاهی و...)</p> <p>W7 ضعف تبلیغات گردشگری در منطقه</p>	<p>S1 وجود نیروی انسانی جوان و فعال</p> <p>S2 برگزاری مراسم، آیین‌ها و جشن‌های ملی و مذهبی (جشن تیرگان و ...)</p> <p>S3 داشتن محیطی آرام و به دور از سروصدا و وجود امنیت اجتماعی بالا در شهر برای گردشگران</p> <p>S4 وجود اشکال متنوع مورفولوژیکی کوهستان (ارتفاعات، دره‌ها و...) جهت انجام ورزش‌ها و تفریحات متنوع (اسکی، کوهنوردی، کوهپیمایی، اردو زدن و ...)</p> <p>S5 وجود خاک غنی، گونه‌های گیاهی و جانوری متنوع و محیط مناسب برای گردشگران</p> <p>S6 نزدیکی به قلّه دماوند و وجود آثار تاریخی و زیارتی در شهر (دخمه‌های سنگی، امامزاده‌ها و ...)</p> <p>S7 نزدیکی به یکی از مهمترین و پر ترددترین شریانهای ارتباطی کشور (جاده هراز)</p>	ماتریس SWOT
استراتژی WO	استراتژی SO	فرصت O
<p>WO1- مقابله با محدودیت‌های فصلی بودن گردشگری با بکارگیری ظرفیت‌های بالای منطقه بواسطه وجود جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی شهر رینه لاریجان (w5,o2,o3,o5)</p> <p>WO2- توجه خاص به برنامه‌ریزی‌های بازاریابی و اطلاع رسانی به بازارهای گردشگری منطقه (w7,w5,o2)</p> <p>WO3- بستر سازی برای سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی جهت بهبود زیر ساخت‌های کالبدی و محیطی در جهت توسعه گردشگری (w1,w6,o1)</p> <p>WO4- بهره‌گیری از آداب و سنن محلی، تاریخ و فرهنگ منحصر به فرد منطقه در نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها جهت معرفی منطقه (w7,o2)</p>	<p>So1- تأسیس مجموعه‌های ورزشی برای انجام ورزش‌های زمستانی (اسکی، کوهنوردی و...) برای جذب گردشگران داخلی و خارجی (o1,s6,s4,s5)</p> <p>So2- بهره‌گیری از نیروهای جوان و فعال در راستای بهبود خدمات و توسعه مشاغل مرتبط با گردشگری (s1,o7)</p> <p>So3- توجه بیشتر به برپایی مراسم، آیین‌ها و جشن‌های ملی و مذهبی منحصر به فرد منطقه (s1,o2,o6)</p> <p>So4- بهبود راههای ارتباطی و همچنین تأمین امنیت و آرامش برای گردشگران جهت رقابت با مراکز گردشگرپذیر اطراف (s4,s7,o4,o2)</p> <p>So5- بستر سازی برای سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی جهت انجام پروژه‌های گردشگری و فراغتی در منطقه (s4,s5,s6,o1,o5)</p>	<p>O1 افزایش توجه دولت و بخش خصوصی به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری</p> <p>O2 وجود انگیزه در مردم برای مسافرت به شهر رینه</p> <p>O3 وجود جاذبه‌های گردشگری منحصر به فرد در رینه نسبت به مناطق گردشگری رقیب</p> <p>O4 دسترسی شهر رینه به راههای ارتباطی مناسب (جاده هراز) و نزدیکی به قطب جمعیتی کشور (استان تهران)</p> <p>O5 وجود جاذبه‌های مهم گردشگری در مناطق همجوار با رینه به عنوان زوج گردشگری (قلّه دماوند، آبگرم لاریجان، رودخانه هراز، سدلا، دشت شقایق و ...)</p> <p>O6 بالا رفتن سطح فرهنگ مردم محلی در برخورد با گردشگران</p> <p>O7 بهبود و توسعه مشاغل و خدمات مرتبط با گردشگری</p>
استراتژی WT	استراتژی ST	تهدید T
<p>WT1- افزایش آگاهی مردم محلی و به حداقل رساندن تعارض میان فرهنگ مردم محلی و گردشگران (w2,w4,t7)</p> <p>WT2- ایجاد یک کارگروه واحد گردشگری و استفاده بهینه از امکانات برای جلوگیری از افزایش هزینه‌های گردشگری (w1,t1)</p> <p>WT3- بهبود زیرساخت‌ها و توسعه امکانات اقامتی و پذیرایی برای جذب گردشگران از مناطق رقیب (w1,w6,t6)</p>	<p>ST1- تشکیل نهادها و انجمن‌های محلی برای حفاظت از محیط زیست منطقه (s1,s5,t4)</p> <p>ST2- بهره‌گیری از شیوه‌های صحیح مدیریتی جهت جلوگیری از تخریب اراضی و ساخت و سازهای غیرقانونی (s5,t5)</p> <p>ST3- آینده‌پژوهی شهر و برنامه ریزی برای گردشگری جهت جلوگیری از بروز مشکلات احتمالی شهر (s1,s3,t2,t3)</p>	<p>T1 افزایش هزینه‌های خدمات و محصولات نسبت به مناطق گردشگری رقیب</p> <p>T2 افزایش قیمت زمین‌های شهری و اماکن اقامتی اجاره‌ای نسبت به مناطق رقیب</p> <p>T3 تراکم زیاد گردشگران و شلوغی رینه نسبت به مناطق رقیب</p> <p>T4 آلودگی منابع آب، هوا و خاک</p> <p>T5 تغییر کاربری و تخریب زمین‌های کشاورزی و باغات برای ساخت و ساز</p> <p>T6 افزایش امکانات و خدمات گردشگری در مناطق گردشگری رقیب و افزایش انگیزه مسافرت از سوی گردشگران به این مناطق</p> <p>T7 انتقال ناهنجاری‌های فرهنگی به مردم بومی و افزایش جرایم اجتماعی با ورود گردشگران</p>

جدول ۵- اولویت بندی راهبردها، ماتریس Qspm

So5 - بستر سازی برای سرمایه گذارهای دولتی و خصوصی جهت انجام پروژه های گردشگری و فراغتی در منطقه (s4,s5,s6,o1,o5)		So4 - بهبود راه های ارتباطی و تأمین امنیت و آرامش برای جذب گردشگران از مراکز جمعیتی اطراف (s4,s7,o4,o2)		So3 - توجه بیشتر به برپایی مراسم، آیین ها و جشن های ملی و مذهبی منحصر به فرد منطقه (s1,o2,o6)		So2 - بهره گیری از نیروهای جوان و فعال در راستای بهبود خدمات و توسعه مشاغل مرتبط با گردشگری (s1,o7)		So1 - تاسیس مجموعه های ورزشی برای انجام ورزش های زمستانی (اسکی، کوهنوردی و...) به منظور جذب گردشگران داخلی و خارجی (o1,s6,s4,s5)		اولویت بندی	عوامل داخلی و خارجی
نمره نهایی	نمره جذابیت	نمره نهایی	نمره جذابیت	نمره نهایی	نمره جذابیت	نمره نهایی	نمره جذابیت	نمره نهایی	نمره جذابیت		
عوامل داخلی											
۰/۲۴	۱	۰	-	۰/۷۲	۳	۰/۹۶	۴	۰/۴۸	۲	۰/۲۴	S1
۰	-	۰	-	۱/۰۴	۴	۰	-	۰	-	۰/۲۶	S2
۰/۵۶	۲	۱/۱۲	۴	۰/۵۶	۲	۰	-	۰/۵۶	۲	۰/۲۸	S3
۱/۰۸	۴	۰/۲۷	۱	۰	-	۰	-	۱/۰۸	۴	۰/۲۷	S4
۰/۴۲	۲	۰	-	۰	-	۰	-	۰	-	۰/۲۱	S5
۰/۵۸	۲	۰	-	۰/۵۸	۲	۰	-	۰/۸۷	۳	۰/۲۹	S6
۰/۶۲	۳	۰/۹۳	۳	۰/۶۲	۲	۰	-	۰/۶۲	۲	۰/۳۱	S7
۰/۳۹	۳	۰/۲۶	۲	۰	-	۰/۲۶	۲	۰/۲۶	۲	۰/۱۳	W1
۰	-	۰	-	۰/۱۶	۲	۰/۰۸	۱	۰	-	۰/۰۸	W2
۰	-	۰	-	۰	-	۰	-	۰	-	۰/۰۷	W3
۰	-	۰	-	۰	-	۰	-	۰	-	۰/۰۶	W4
۰	-	۰	-	۰	-	۰/۲۲	۲	۰/۲۲	۲	۰/۱۱	W5
۰/۳۳	۳	۰/۳۳	۳	۰	-	۰	-	۰/۲۲	۲	۰/۱۱	W6
۰	-	۰	-	۰/۴۸	۳	۰	-	۰	-	۰/۱۶	W7
عوامل خارجی											
۱/۳۶	۴	۱/۰۲	۳	۰	-	۱/۰۲	۳	۱/۳۶	۴	۰/۳۴	O1
۰/۵۸	۲	۰/۵۸	2	۰/۵۸	۲	۰/۵۸	۲	۰	-	۰/۲۹	O2
۰/۴۸	۲	۰	-	۰/۴۸	۲	۰	-	۰	-	۰/۲۴	O3
۰/۶۰	۲	۱/۲	۴	۰/۳۰	۱	۰	-	۰/۶۰	۲	۰/۳۰	O4
۰/۶۲	۲	۰	-	۰	-	۰	-	۰	-	۰/۳۱	O5
۰	-	۰	-	۰/۵۴	۲	۰/۵۴	۲	۰	-	۰/۲۷	O6
۰	-	۰/۲۸	۱	۰	-	۱/۱۲	۴	۰	-	۰/۲۸	O7
۰	-	۰	-	۰	-	۰/۳۹	۳	۰	-	۰/۱۳	T1
۰	-	۰	-	۰	-	۰	-	۰	-	۰/۱۴	T2
۰/۱۲	۲	۰/۱۲	۲	۰	-	۰	-	۰	-	۰/۰۶	T3
۰	-	۰	-	۰	-	۰	-	۰	-	۰/۰۹	T4
۰/۲۲	۲	۰	-	۰	-	۰	-	۰	-	۰/۱۱	T5
۰	-	۰/۲۰	۲	۰	-	۰	-	۰	-	۰/۱۰	T6
۰	-	۰	-	۰/۱۸	۲	۰	-	۰	-	۰/۰۹	T7
۸/۲	-	۶/۳۱	-	۶/۲۴	-	۵/۱۷	-	۶/۲۷	-	مجموع	

نتایج ماتریس راهبردی کمی نشان می‌دهد که از بین ۵ راهبرد تهاجمی ارائه شده، بالاترین جذابیت مربوط به راهبرد «بسترسازی برای سرمایه‌گذارهای دولتی و خصوصی جهت انجام پروژه‌های گردشگری و فراغتی در منطقه» با نمره ۸,۲ و پایین‌ترین جذابیت مربوط به راهبرد « بهره‌گیری از نیروهای جوان و فعال در راستای بهبود خدمات و توسعه مشاغل مرتبط با گردشگری» با نمره ۵,۱۷ می‌باشد (جدول شماره ۶).

جدول ۶- اولویت بندی راهبردهای توسعه گردشگری شهر رینه لاریجان

اولویت	راهبرد	امتیاز
۱	بستر سازی برای سرمایه‌گذارهای دولتی و خصوصی جهت انجام پروژه‌های گردشگری و فراغتی در منطقه	۸/۲
۲	بهبود راههای ارتباطی و همچنین تأمین امنیت و آرامش برای گردشگران جهت رقابت با مراکز گردشگری پذیر اطراف	۶/۳۱
۳	تاسیس مجموعه‌های ورزشی برای انجام ورزش‌های زمستانی (اسکی، کوهنوردی و...) به منظور جذب گردشگران داخلی و خارجی	۶/۲۷
۴	توجه بیشتر به برپایی مراسم، آیین‌ها و جشن‌های ملی و مذهبی منحصر به فرد منطقه	۶/۲۴
۵	بهره‌گیری از نیروهای جوان و فعال در راستای بهبود خدمات و توسعه مشاغل مرتبط با گردشگری	۵/۱۷

۴- نتیجه گیری

بررسی‌های انجام شده در پژوهش حاضر نشان می‌دهد شهر رینه لاریجان دارای توانهای بالقوه متعدد و متنوع برای توسعه گردشگری می‌باشد. در این تحقیق ابتدا به شناسایی عوامل داخلی و خارجی موثر در توسعه و رکود گردشگری پرداخته شد و از بین آنها مهمترین قوت شهر رینه نزدیکی به جاده هراز و قله دماوند و مهمترین ضعف آن هم ضعف تبلیغات، برنامه‌ریزی نامناسب و عدم سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری شناسایی شد. پس از تجزیه و تحلیل این عوامل در ماتریس SWOT، شهر رینه لاریجان در یک موقعیت تهاجمی برای توسعه گردشگری قرار گرفت. سپس با مقایسه و تطبیق عوامل، راهبردهای مناسب و امکان‌پذیر برای توسعه گردشگری شهر رینه ارائه شد. با استفاده از ماتریس کمی برنامه‌ریزی

استراتژیک، راهبرد بستر سازی برای سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی جهت انجام پروژه‌های گردشگری و فراغتی در منطقه به عنوان جذاب‌ترین راهبرد در توسعه گردشگری شناسایی شد و پس از آن راهبرد بهبود راههای ارتباطی و همچنین تأمین امنیت و آرامش برای گردشگران جهت رقابت با مراکز گردشگری پذیر اطراف قرار گرفت. سرمایه به عنوان نیروی محرکه و از عوامل حیاتی برای توسعه و بهبود زیرساخت‌ها و تاسیسات رفاهی و اقامتی می‌باشد. با توجه به نزدیکی شهر رینه لاریجان به قطب جمعیتی کشور، دسترسی به جاده هراز، رودخانه هراز، سد لار، قله دماوند، آبگرم لاریجان و دیگر جاذبه‌ها، می‌توان با فراهم کردن زمینه‌های سرمایه‌گذاری از سوی دولت و بخش‌های خصوصی به منظور تاسیس مجتمع‌های رفاهی- اقامتی، تفریحی، ورزشی و ایجاد یک محیط جذاب و آرام موجبات جذب گردشگر از مناطق جمعیتی اطراف به این منطقه را سبب شد ولی تا زمانی که شرایط و زمینه‌ها فراهم نشود انتظار برای سرمایه‌گذاری و ایجاد تسهیلات دور از ذهن و بهره برداری مناسب و در خور توجه از جاذبه‌ها و به تبع آن رشد و توسعه گردشگری را به دنبال نخواهد داشت. با توجه به مطالب فوق نتایج حاکی از آن است که تنها داشتن جاذبه‌های گردشگری نمی‌تواند توسعه گردشگری را در پی داشته باشد، بلکه در کنار این عوامل برنامه‌ریزی مناسب، بهبود زیرساخت‌ها، فراهم آوردن تسهیلات اقامتی- رفاهی، معرفی منطقه با استفاده از رسانه‌های جمعی و... امری اجتناب‌ناپذیر است.

منابع

- ۱- ابراهیم‌زاده، ع.، یاری، م.، سبزی، ب.، ۱۳۹۱، تحلیلی بر برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری در استان لرستان، مجله آمایش سرزمین سال چهارم، شماره ششم.
- ۲- الوانی، م.، دهدشتی، ش.، ۱۳۷۴، اصول و مبانی جهانگردی، انتشارات بنیاد مستضعفان، چاپ اول.
- ۳- پاپلی یزدی، م.، سقایی، م.، ۱۳۸۸، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، چاپ سوم
- ۴- تیموری ا.، ۱۳۹۱، بررسی نقش توانهای گردشگری در توسعه و ایجاد اشتغال (مطالعه موردی شهرستان شوشتر) دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز
- ۵- زنگی آبادی، ع.، محمدی، ج.، زیرک باش، د.، ۱۳۸۵، تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان، فصلنامه جغرافیا و توسعه، سال چهارم، شماره ۸، صص ۱۵۵-۱۳۱
- ۶- شریفی، ش.، ۱۳۹۱، برنامه‌ریزی راهبردی شهر زنجان، حسین حاتمی‌نژاد، کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده جغرافیا.
- ۷- منصورنژاد، م.، ۱۳۸۵، آشنایی با شهر رینه نزدیک ترین شهر به قله دماوند، انتشارات جوان پویا
- ۸- هادیانی، ز.، احد نژاد، م.، کاظمی زاده، ش.، قنبری، ح.، ۱۳۹۱، برنامه ریزی راهبردی برای توسعه گردشگری براساس تحلیل SWOT (مطالعه موردی شهر شیراز)، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی سال ۲۳ شماره ۳، پاییز
- 9- Cernat, L. Courdon, J. 2007. Is the concept of sustainable tourism sustainable. United nation New York and Geneva.
- 10- Coccossis, H. psychais, Y. 2008. Regional analysis and policy the Greek experience – phgisca-verlag a springer company.
- 11- Mereclith, E. D. Forest, R. D. 2009 The quantitative strategic planning matrix (QSPM) applied to a retail computer store. The coastal business journal
- 12- Nilsson, M. 2004. Research And Advice On Strategic Environmental assessment. Stockholm Environmental Institute Publications.