

## بررسی موانع گردشگری شهرهای ساحلی دریای خزر و مدیریت واریه راه حلهایی برای رفع این موانع (مطالعه موردی: شهرستان فریدونکنار)

آسیه عابد پور<sup>۱</sup>، مقداد عباسی<sup>۲</sup>، حسین بابانتاج احمدی<sup>۳</sup>، سید علی صیادی کناری<sup>۴</sup>، لاله منجری<sup>۵</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد، مهندسی نرم افزار، موسسه آموزش عالی پردیسان، واحد فریدونکنار، مازندران، ایران (نویسنده مسئول)

<sup>۲</sup> کارشناسی ارشد، مهندسی نرم افزار کامپیوتر، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل، مازندران، ایران

<sup>۳</sup> کارشناسی ارشد، مهندسی نرم افزار کامپیوتر، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قایمشهر، مازندران، ایران

<sup>۴</sup> کارشناسی ارشد، مهندسی علوم کامپیوتر، دانشگاه پیام نور، واحد محمود آباد، مازندران، ایران

<sup>۵</sup> کارشناسی ارشد، گرایش مدیریت مالی، دانشگاه آموزش عالی غیر انتفاعی خزر، واحد محمود آباد، مازندران

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی موانع گردشگری شهرهای ساحلی دریای خزر و مدیریت واریه راه حلهایی برای رفع این موانع در شهر فریدونکنار، به بررسی میزان و نقش این صنعت بر تحولات اقتصادی، اجتماعی و کالبدی این شهر پرداخته است. در این پژوهش، محقق با دو روش پیمایشی و روش تجزیه و تحلیل، اقدام به بررسی این موضوع نموده و بدین منظور، برای جمع آوری اطلاعات پیمایشی از منطقه مورد مطالعه، اقدام به عملیات میدانی با ابزار پرسشنامه، و پس از تکمیل پرسشنامه ها توسط سه گروه گردشگران، شهروندان و مسؤولین، برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده نموده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که از منظر گردشگران، شهروندان و مسؤولین شهرستان فریدونکنار، امکانات رفاهی، فرهنگ بومی و مدیریت ارتباط مثبت و معناداری با توسعه گردشگری در این ناحیه دارد. همچنین در این مطالعه به روش تحلیلی-توصیفی و تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف از تکنیک SWOT برای تحلیل آثار توسعه گردشگری در شهر ساحلی فریدونکنار استفاده گردید. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می دهد که مهم ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها در توسعه صنعت توریسم در شهر ساحلی فریدونکنار چه بوده است.

**واژه های کلیدی:** صنعت توریسم، توسعه، گردشگری ساحلی، اقتصادی، اجتماعی

## ۱-مقدمه

روند پرشتاب تحولات ساختاری در زندگی بشر امروز و قرار گرفتن انسان در تنگنای بی روح مصنوعات صنعتی و فاصله الکترونیکی نیاز و گرایش وی را به بازگشت به شاخصه های فطری و محیط های فرهنگی و طبیعی بسیار افزایش داده است. گرایش عمومی بشری به محیط های اصیل و طبیعی با توجه به روند رو به رشد جمعیت و محدودیت این منابع به گونه ای است که از دیدگاه کارشناسان و صاحب نظران در آینده نزدیک صنعت جهانگردی حرف نخست را در اقتصاد جهانی خواهد زد. امروزه توریسم<sup>۱</sup> را می توان به عنوان ابزاری برای افزایش درآمد ملی برای کشورهای در حال توسعه به حساب آورد. ناگفته نماند که توریسم می تواند یکی از عوامل موثر در راه رسیدن به توسعه پایدار جوامع باشد، اما طبق نظر جن کینز<sup>۲</sup> (توریسم، آنگونه که در کشورهای در حال توسعه یافته دیده شده است اصولاً یک فعالیت اقتصادی می باشد، در حالی که در کشورهای در حال توسعه به عنوان کاری تفریحی و راهی به سوی توسعه شناخته می شود) (جن کینز، ۱۹۸۵).

امروزه توریسم به عنوان منبع درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصری مهم در بهبود و تراز پرداخت های بسیاری از کشورها مطرح می باشد. این صنعت از لحاظ اقتصادی منحصر بفرد تلقی شده و طرفداران بسیاری دارد. بدین ترتیب با توجه به اهمیت روز افزون توریسم، توسعه این صنعت و تبدیل آن به زیرشاخه های تخصصی دیگر در سطح جهان قابل مشاهده است. (بلنت<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵، p32) صنعت توریسم در ایران که از نظر تنوع اقلیمی، فرهنگ، تاریخ کهن، آثار باستانی و جاذبه های طبیعی جزء ۱۰ کشور دنیا قرار دارد، با چالشها و مشکلاتی نظیر: عدم محوریت اقتصادی صنعت توریسم، پندارهای نادرست جامعه در مورد جهانگردی و نیز نبود برنامه ریزی صحیح برای گردشگران داخلی و خارجی اشاره کرد (اشرفی، ۱۳۹۰، ص ۳).

در حال حاضر توسعه توریسم ساحلی و تفریحات جانبی آن به الگوی توسعه کشورهای حاشیه دریا مبدل گشته و از این رو به منبعی سرشار از مزایای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی تبدیل شده است. ولی متأسفانه در کشور ما با وجود برخورداری از حدوداً ۴ هزار کیلومتر نوار ساحلی، هنوز برنامه ای مدون و کاربردی در خصوص توسعه توریسم ساحلی وجود ندارد (انوری، ۱۳۸۷، ص ۶).

در این میان استان مازندران از مناطقی است که با دارا بودن آب و هوایی مناسب و طبیعتی سرسبز، همواره جاذب خیل عظیمی از گردشگران داخلی و خارجی بوده است که برای استفاده از طبیعت زیبای این ناحیه و سواحل دل انگیز دریای خزر به این منطقه رو می آورند (رحیم پور، ۱۳۸۶، ص ۳۷). دریای خزر نیز نقش تعیین کننده ای در آب و هوای شمال ایران داشته و از قابلیت های مناسبی برای بهره برداری تفریحی - توریستی برخوردار می باشد. اما سواحل این دریا در طول زمان توسط سازمان های دولتی و خصوصی تحت تصرف قرار گرفته و عموم مردم در بسیاری از نقاط، حق استفاده از ساحل دریا را ندارند. از سوی دیگر، نبود مدیریت یکپارچه یا واحد وجود دستگاه های متعدد و موازی و تصمیم گیری و نیز بخشینه گری سازمانهای دولتی و عدم وجود قانون برای رفع مشکلات موجود وضع نظام جامه آماری و نبود اطلاعات دقیق از گردشگران و وضعیت امکانات و تاسیسات و غیره از جمله نارسایی های اصلی در گردشگری استان بشمار می رود (تبریزی و کلانتری، ۱۳۸۹، ص ۴۸).

<sup>۱</sup>-Tourism

<sup>۲</sup>-Jen kinz

<sup>۳</sup>- Belent

در این مطالعه سعی شده است تا با تاکید بر ویژگیهای برجسته منطقه، موانع و مشکلات توسعه گردشگری ساحلی دریای مازندران مورد بررسی و مذاقه قرار گیرد و به این پرسش پاسخ داده شود که، موانع و مشکلات اصلی توسعه گردشگری در شهر ساحلی فریدونکنار چیست؟ با هدف پاسخ‌گویی اصولی و صحیح به این پرسش اساسی و مهم، مقاله حاضر درشش بخش تنظیم شده است.

## ۲- ادبیات تحقیق

اعتبار فزاینده صنعت توریسم سبب شده، تا این صنعت از دیدگاه محققان علوم مختلف و مخصوص محققان و دانشمندان علوم انسانی و اجتماعی مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد. در خصوص مقولات توریسم تعاریف متعددی نیز توسط محققان با دیدگاههای مختلف در جهان مطرح شده است. به دلیل وابستگی و ارتباط متقابلی که بین صنعت توریسم و علم جغرافیا وجود دارد، دیدگاه‌های صاحب نظران جغرافیا درباره صنعت توریسم از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. شناخت کامل و همه جانبه جغرافیدانان از محیطهای جغرافیایی و آرایه راهکارهای اساسی با بهره‌گیری از سایر علوم، آنان را در ردیف صاحب نظران تراز اول صنعت توریسم مطرح کرده است، تا در زمینه بررسی فعالیت‌های انسان با پدیده‌های محیط در ایام تعطیل و فارغ از کار، نقطه عطفی را در علم جغرافیا ایجاد کنند. (حسنوند، ۱۳۹۰، ص ۴۲).

در مجامع علمی و بین‌المللی از سوی دیگر در مورد کلمه توریسم، با کلمات جاری و رایج در ایران کاملاً متفاوت است. متأسفانه در ایران غیر از محافل عمومی و روزنامه‌ای، حتی در مکانهای علمی و اداری نیز استفاده نادرست از واژه توریسم قابل مشاهده است. فرهنگ اکسفورد واژه توریسم را چنین معنی می‌کند: تجارت تهیه خدمات و پذیرایی برای مردمانی که از یک مکان دیدن می‌کنند. فرهنگ و بستر نیز این چنین تعریف می‌کند: مسافرتی به منظور تجارت، لذت و یادگیری و بازگشت به نقطه شروع (اشرفی، ۱۳۹۰، ص ۱۴).

در دنیای امروز با تخصصی شدن همه امور، به فعالیت‌های توریسم نیز بایستی به شکل تخصصی نگاه کرد. چرا که توریست‌های هر رشته از توریسم ممکن است با سایر توریسم از نظر سن، جنس، میزان تحصیلات، کشور مبدا و... متفاوت باشند. اما صاحب نظران این رشته، توریسم را به طرق مختلف دسته‌بندی و تعریف نموده‌اند. که از مهمترین آنها می‌توان به: توریسم تفریحی<sup>۴</sup>، توریسم طبیعت<sup>۵</sup>، توریسم مذهبی<sup>۶</sup>، توریسم ورزشی<sup>۷</sup>، توریسم سلامت<sup>۸</sup>، توریسم الکترونیکی<sup>۹</sup>، توریسم بیابانی<sup>۱۰</sup>، توریسم تاریخی<sup>۱۱</sup>، توریسم فرهنگی<sup>۱۲</sup>، توریسم ساحلی<sup>۱۳</sup> و... نام برد (الوانی، ۱۳۷۳، ص ۱۰۸).

<sup>۴</sup>Recreation tourism

<sup>۵</sup>Natur tourism

<sup>۶</sup>-Religious tourism

<sup>۷</sup>-sports tourism

<sup>۸</sup>-Health tourism

<sup>۹</sup>-E- tourism

<sup>۱۰</sup>-Desert tourism

<sup>۱۱</sup>Historical tourism

<sup>۱۲</sup>Cultural tourism

<sup>۱۳</sup>Coustal tourism

اکوتوریسم یا توریسم طبیعت یکی از شاخه های توریسم است که مبتنی بر جاذبه های طبیعی است. از سال ۱۹۹۰ اکوتوریسم به عنوان وسیله ای برای توسعه پایدار توسط سازمانهای غیر دولتی، کارشناسان توسعه و مراکز دانشگاهی مطرح و مورد مطالعه قرار گرفت (مگان اپلر، ۱۳۸۶، ص ۱۳).

اتحادیه جهانی حفاظت در سال ۱۹۹۶ این تعریف را از اکوتوریسم ارائه داد: « سفری مسئولانه از نظر محیط زیستی که به منظور لذت بردن از مناطق نسبتاً بکر طبیعی و هر گونه ویژگی فرهنگی موجود در منطقه از گذشته و حال ترتیب داده می شود و باعث ترویج حفظ محیط زیست می گردد. در طول این سفر، گردشگران حداقل تاثیرات منفی را بر منابع طبیعی می گذارند و مردم بومی در سود حاصل از فعالیت های اجتماعی - اقتصادی شریک می شوند».

#### ۱-۲- توریسم ساحلی

از فضای های پاک و تمیزی که جمعیت گردشگران را به سوی خود می خواند، مناطق ساحلی و شهرهای دریا کنار است. پلاژهای وسیع کناره دریا با شن نرم و هوای مساعد و داشتن پناهگاههایی مصنوعی از تعرض امواج دریا و باد، میکروکلیمای مناسبی برای بهره برداریهای توریسم است، تا جایی که شهر سازی کناره دریاها در طول ده ها کیلومتر ساحل، امروزه شکل تعمیم یافته ای به خود گرفته است. این پلاژها به شرط پیوند با جنگل و کوهستان از قدرت جاذبه خاصی بهر مند می گیرند. سواحل دریا، بویژه در فصل شنا و ماهیگیری از جاذبه های مهم گردشگری در جهان است که تفریح و هیجان و احیانا قابلیت های درمانی به همراه دارد. این نوع گردشگری یکی از رایجترین اشکال صنعت توریسم در سراسر جهان است. سواحل نزدیک به بندر گاهای تجاری و بازرگانی بواسطه داشتن بازارهای کالاهای وارداتی و عمدتاً ارزان قیمت بر جاذبه های گردشگری این گونه شهرها می افزاید و توریسم های بیشتری را بخش توریسم داخلی که به توفیقات مهمی دست یافته اند، ذکر کرد. رونق ورزشهای آبی و نشاط و هیجان ناشی از آن در صورت وجود امکانات، از دیگر جاذبه های توریسم ساحلی است. ورزشهایی مانند: اسکی روی آب، قایقرانی، موج سواری، جت اسکی، و... را می توان از جمله موارد جذب گردشگر در مناطق ساحلی به شمار آورد (ارمغان، ۱۳۸۵، ص ۵۴).

#### ۲-۲- مروری بر مطالعات گذشته

##### ۱-۲-۲- مطالعات خارجی

ملر و روزیک<sup>۵</sup> (۱۹۹۹) مانع عمده در توسعه گردشگری را ضعف فراوان در شناسایی جاذبه های گردشگری و فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر می دانند.

بازبی<sup>۶</sup> (۲۰۰۰) در مطالعات خود دریافت که نبود تبلیغات مناسب و برخورد های فرهنگی نامعقول و غیر متعارف از موانع عمده در عدم رونق و شکوفایی صنعت گردشگری در مناطق مختلف می باشد.

ویلارینو<sup>۷</sup> (۲۰۰۹) نشان می دهد که عدم آگاهی مردم نسبت به اثرات اقتصادی گردشگری، عدم تبلیغات و اطلاع رسانی، کمبود امکانات و خدمات رفاهی، عدم ارتباط و هماهنگی کافی بین سازمان ها و موسسات از موانع توسعه گردشگری به شمار می آید.

<sup>۵</sup>Megan epoler

<sup>۶</sup>Meller & Rozic

<sup>۷</sup>Busby

کاپور<sup>۸</sup>(۲۰۱۰) در یافته های خود به این نتیجه رسید که گسترش امکانات رفاهی و زیربنایی، به بهبود وضعیت گردشگری کمک می کند.

## ۲-۲-۲- مطالعات داخلی

ناصری، ۱۳۷۵: در مقاله خود تحت عنوان ((شناسایی موانع موثر توسعه صنعت توریسم ایران)) به شناسایی موانع موثر گسترش صنعت توریسم والگوی موثر بازاریابی جهت گسترش جذب توریسم پرداخته است. وی در مطالعات خود استفاده از ابزارهایی چون مصاحبه با مدیران قطبهای توریسم کشور و توزیع پرسشنامه ها بین گردشگرهای خارجی و ملی و همچنین استفاده از تحقیقات میدانی و کتابخانه ای در اولویت قرار داده و در نهایت با تجزیه و تحلیل اطلاعات بدست آمده بیان داشته که عدم استفاده از شیوه های مناسب بازاریابی مانع جذب توریسم در ایران است.

علیزاده، ۱۳۸۲: در مقاله خود تحت عنوان ((ارزیابی موانع توسعه صنعت توریسم در استان لرستان)) پرداخته و در آن چهارعامل تعدد مراکز تصمیم گیری، ضعف بازاریابی، ضعف امکانات زیربنایی و خدمات توریسم و فقدان فرهنگ پذیرش توریسم را به عنوان ابعاد موضوع بررسی کرده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که بین تعدد مراکز تصمیم گیری و توسعه نیافتگی صنعت توریسم استان لرستان و همچنین بین ضعف امکانات زیر بنایی و خدمات توریسم و نیز ضعف بازاریابی و درانتها فقدان فرهنگ پذیرش توریسم با توسعه نیافتگی صنعت توریسم استان لرستان یک رابطه مستقیم وجود دارد.

حیدری چپانه، ۱۳۸۳: در پایان نامه خود تحت عنوان ((ارزیابی صنعت توریسم در ایران)) به بررسی پژوهش مذکور در سه دهه اخیر پرداخته است. بررسی های انجام شده نشان می دهد که وقوع انقلاب اسلامی، جنگ تحمیلی، تحولات داخلی و فرو پاشی نظام شوروی سابق مهمترین وقایع تاثیر گذار بر گردشگری ایران بوده است. وی در پایان مطالعه خود به این نتیجه رسیده که بروز شرایط نامطلوب بر سرمایه گذاری خارجی و بخش خصوصی عمده ترین دلایل ضعف سرمایه گذاری در صنعت توریسم ایران است.

فاطمی، ۱۳۸۶: در پایان نامه ی کارشناسی ارشد خود تحت عنوان ((نقش توریسم در تحولات شهر و شهرنشینی فریدونکنار)) به این نتیجه رسیده است که توریسم نقش موثری بر تحولات اقتصادی، اجتماعی، کالبدی شهر فریدونکنار نداشته و در پایان این تحقیق به ارایه راهکارهای توسعه این صنعت پرداخته است.

شریع، ۱۳۸۹: در مقاله خود تحت عنوان ((توریسم فرهنگی و توسعه پایدار آن)) پرداخته شده است. تحقیق مذکور بیان می دارد که در بحث توریسم فرهنگی عموماً " دو محور مورد بررسی قرار می گیرد. محور اول، توریسم مرتبط با میراث فرهنگی یک مقصد بوده که در این دیدگاه بیشتر بعد تاریخی یک جامعه مورد نظر است و محور دوم توریسم فرهنگی، موضوع زمان حال و فرهنگ جاری یک مقصد را مد نظر قرار می دهد. شریع در پایان مطالعات خود به این نتیجه رسیده است که اصل وابستگی متقابل توریسم فرهنگی و ابعاد آن در توسعه پایدار، بدون در نظر گرفتن اثرات اقتصادی، اجتماعی و نقش دولتها در برنامه ریزی علمی و عملی خالی از اشکال نیست.

محجوری، ۱۳۹۱: در مقاله خود تحت عنوان (( بررسی گردشگری پایدار در سواحل دریای خزر)) به کمبودها و چالش هایی نظیر: فقدان برنامه ریزی اصولی در فراهم ساختن زیر ساختها، کمبود امکانات تبلیغاتی مناسب، بالابودن هزینه های رفاهی

<sup>۷</sup>Villarino

<sup>۸</sup>Kapur

واقامتگاهی، نبود راهنمایان مجرب تور و... در منطقه اشاره نموده و در پایان به این نتیجه رسیده است که برنامه ریزان با ایجاد شیوهای مناسب در استفاده بهینه از صنعت توریسم قادر به ایجاد اشتغال و توسعه در استانهای واقع در سواحل دریای خزر خواهند بود.

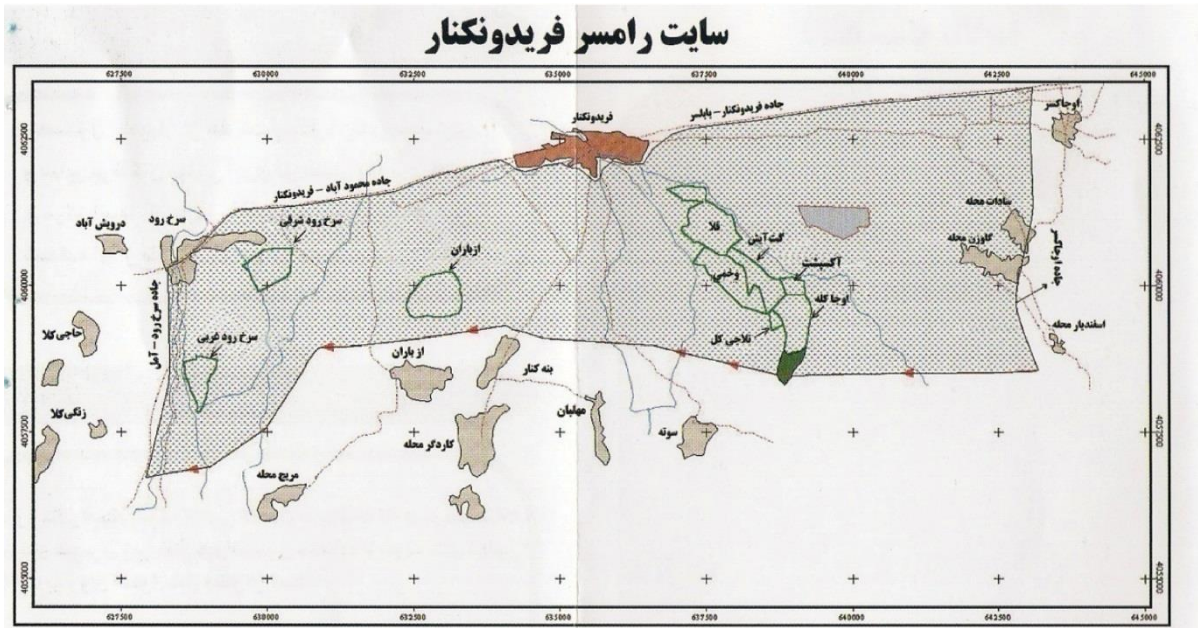
### ۳- روش تحقیق

جهت دستیابی به اهداف تحقیق در این مقاله ابتدا از روش ترکیبی (پیمایشی و توصیفی و تحلیلی) استفاده شده است، که در این مرحله با توجه به اطلاعات موجود، به بررسی جاذبه ها، امکانات، خدمات و وضعیت گردشگری و آثار آن در توسعه جامعه مورد مطالعه، از سه گروه شهروندان، گردشگران و مسئولین پرداخته شده و سپس در مرحله بعدی پژوهش، جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات و یافتن موانع و مشکلات توسعه گردشگری و ارائه استراتژی و راهبردهای توسعه گردشگری ساحلی از روش تحلیلی SWOT استفاده شده است که در ابتدا با توجه به بررسی های صورت گرفته بر روی محیط داخلی و محیط خارجی ناحیه، فهرستی از نقاط قوت و ضعف و همچنین فرصت ها و تهدیدها، مورد شناسایی قرار گرفت و سپس به وسیله نظرخواهی از صاحب نظران، وزن دهی و سپس با محاسبه و تحلیل آنها، اولویتها مشخص گردید و در نهایت، در جهت تقلیل و یا کاهش ضعف ها و تهدیدها و بهبود نقاط قوت و فرصت ها، در ارتباط با گسترش گردشگری در نواحی ساحلی دریای خزر، استراتژی های مناسبی ارائه گردد.

لازم به ذکر است که جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را سه گروه تشکیل می دهند که با استفاده از روش نمونه گیری کوکران برای شهروندان و گردشگران، هر کدام تعداد ۲۳۴ نفر و برای مسئولین نیز تعداد ۳۵ نفر بعنوان جامعه نمونه انتخاب شده است.

### ۴- کلیاتی در مورد محدوده مورد مطالعه

شهر ساحلی فریدونکنار که منطقه مورد مطالعه این تحقیق است در ناحیه مرکزی استان مازندران واقع شده و از شمال به دریای خزر، از جنوب به شهرستان های بابل و آمل، از غرب به شهرستان محمود آباد و از شرق به شهرستان بابلسر متصل است. این شهر در ۵۲ درجه و ۲۹ دقیقه شرقی و ۳۶ درجه و ۴۰ دقیقه عرض شمالی استقرار یافته، مساحت آن ۶/۱ کیلومتر مربع و جمعیت آن بالغ بر ۵۵۶۲۵ نفر برآورد شده است. فریدونکنار همانند تمامی مناطق ساحلی استان مازندران، از جمله مناطقی است که با داشتن توانائی های بالقوه ای از قبیل: برخورداری از طولانی ترین خط ساحلی استان (۷ کیلومتر) جهت استفاده از ساحل ماسه ای، شنا و ورزش های آبی، وجود تالاب های وسیع که هر ساله پذیرای هزاران پرنده مهاجر و نادر (درنا) به این منطقه می باشد، در زمره شهرهای مورد توجه گردشگران قرار داده است (فاطمی، ۱۳۸۶، ص ۴).



### ۵- تجزیه و تحلیل

به منظور بررسی موانع و ارائه راهکارها و سیاست های توسعه گردشگری ساحلی کمک به گسترش گردشگری، شناخت عوامل چهارگانه (SWOT) در جهت رفع ضعف ها و تهدیدها و بهبود قوت ها و فرصت ها، امری اجتناب ناپذیر تلقی می گردد. براین اساس، راهکارهای توسعه ی نواحی ساحلی، با فهرست نمودن مهمترین نقاط قوت و فرصت های موجود به منظور طرح راهبردهای تهاجمی با بهره گیری از برتری های رقابتی نواحی ساحلی دریای خزر و همچنین تبیین مهمترین فرصت های پیش رو، به منظور رفع نقاط ضعف درون ناحیه ای و به منظور تخصیص مجدد منابع، مهمترین قوت های درون ناحیه ای، به منظور رفع تهدیدهای برون ناحیه ای، با تاکید بر راهبردهای تنوع بخشی در جهت رفع نیازمندی های نواحی ساحلی دریای خزر، و نیز طرح راهبردهای تدافعی به منظور رفع آسیب پذیری ناحیه ای، به مرحله اجرا گذاشته شده است.

#### ۵-۱- بررسی رابطه شاخص های مربوط به گردشگران<sup>۱۹</sup>

بر اساس بررسی های بعمل آمده ۰/۷ درصد از پاسخ دهندگان تاثیر گردشگری را بر فرهنگ مردم شهر، خیلی کم، ۱۲/۸ درصد متوسط، ۳۵/۲ درصد زیاد و ۴۸/۷ درصد خیلی زیاد را اعلام کرده اند. بدین ترتیب با توجه به اینکه ۸۲/۴ درصد از پاسخ دهندگان گزینه متوسط به بالا را انتخاب کرده اند، لذا گردشگری تاثیر محسوسی بر فرهنگ مردم شهر داشته است. همچنین در مورد میزان توانایی مدیران در توسعه اقتصادی و اجتماعی گردشگری، ۹۰/۶ درصد از پاسخ دهندگان معتقدند که گردشگری در حد خیلی زیاد می تواند موجب توسعه اقتصادی و اجتماعی شهر گردد، و نیز در مورد تاثیر خدمات رفاهی بر توسعه گردشگری، ۷۹/۷ درصد از پاسخ دهندگان گزینه متوسط به پایینی را انتخاب کرده اند، لذا گردشگری تاثیر نامحسوسی بر خدمات رفاهی شهر داشته است.

جدول (۵-۱): ضریب همبستگی اسپیرمن بین متغیرها (گردشگران)

<sup>۱۹</sup>Tourists

متغیر ملاک	متغیرهای پیش‌بین	ضریب همبستگی (اسپیرمن) $r$	سطح معنی داری P
توسعه	فرهنگ	۰/۷۳	۰/۰۰۱
	رفاه	۰/۷۹	۰/۰۰۱
	مدیریت	۰/۷۲	۰/۰۰۱

منبع: یافته‌های تحقیق

## ۲-۵-سنجش رابطه بین شاخص‌های مربوط به گردشگران و توسعه گردشگری

مندرجات جدول (۱-۵) از منظر گردشگران نشان می‌دهد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، بین فرهنگ بومی و توسعه گردشگری، امکانات رفاهی و توسعه گردشگری و همچنین مدیریت و توسعه گردشگری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. عبارت دیگر، با افزایش یک درصدی در هر یک از مولفه‌های فوق، گردشگری در این ناحیه بترتیب به میزان ۰/۷۳، ۰/۷۹ و ۰/۷۲ درصد توسعه می‌یابد. و بیانگر این مطلب است که از منظر گردشگران فرهنگ بومی، امکانات رفاهی و همچنین مدیران شهرستان فریدونکنار توانسته‌اند در توسعه گردشگری این ناحیه نقش بسزایی را ایفا کنند.

## جدول (۵-۲): نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه فرهنگ، رفاه و مدیریت با توسعه از روش ورود مکرر (گردشگران)

متغیرها	شاخص آماری	آماره T	احتمال P	ضریب
فرهنگ		۴/۸۰	۰/۶۸	۰/۰۲۶
رفاه		۵/۵۶	$0/001 > p$	۰/۳۸۴
مدیریت		۳/۷۰	$0/001 > p$	۰/۲۳۳
ضریب ثابت		۷/۸۰	$0/001 > p$	۵/۳۲

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به ضریب تعیین به دست آمده، مشخص شده است که ۶۷ درصد واریانس متغیر توسعه توسط متغیرهای فرهنگ، رفاه و مدیریت قابل تبیین است.

۳-۵- بررسی شاخص‌های تحقیق مربوط به شهروندان<sup>۲۰</sup>

بر اساس بررسی‌های بعمل آمده ۰/۶ درصد از پاسخ‌دهندگان تاثیر گردشگری را بر فرهنگ مردم شهر، خیلی کم، ۹/۸ درصد متوسط، ۳۸/۲ درصد زیاد و ۴۹/۷ درصد خیلی زیاد را اعلام کرده‌اند. بدین ترتیب با توجه به اینکه ۸۴/۴ درصد از پاسخ

<sup>۲۰</sup>Cityzens



دهندگان گزینه متوسط به پایین تر را انتخاب کرده اند لذا گردشگری تاثیر نامحسوسی بر فرهنگ مردم شهر داشته است. همچنین در مورد میزان توانایی مدیران در توسعه اقتصادی و اجتماعی گردشگری، ۸۵/۸ درصد از پاسخ دهندگان معتقدند که گردشگری در حد خیلی زیاد می تواند موجب توسعه اقتصادی و اجتماعی شهر گردد، و نیز در مورد تاثیر خدمات رفاهی بر توسعه گردشگری، ۸۱/۱ درصد از پاسخ دهندگان گزینه متوسط به پایینی را انتخاب کرده اند، لذا گردشگری تاثیر نامحسوسی بر خدمات رفاهی شهر داشته است. جدول (۳-۴) آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای توسعه با فرهنگ، رفاه را از منظر شهروندان نشان می دهد.

جدول (۳-۵): ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرها (شهروندان)

متغیر ملاک	متغیرها	ضریب همبستگی (پیرسون)	سطح معنی داری (p)
توسعه	فرهنگ	۰/۶۲	۰/۰۰۱
	امکانات رفاهی	۰/۶۱	۰/۰۰۱

منبع: یافته های تحقیق

۴-۵-سنجش رابطه بین شاخص های مربوط به شهروندان و توسعه گردشگری

مندرجات جدول (۳-۵) از منظر شهروندان نشان می دهد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، بین فرهنگ بومی و توسعه گردشگری و امکانات رفاهی و توسعه گردشگری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. عبارت دیگر، با افزایش یک درصدی در هر یک از مولفه های فوق، گردشگری در این ناحیه بترتیب به میزان ۰/۶۲ و ۰/۶۱ درصد توسعه می یابد. و بیانگر این مطلب است که از منظر شهروندان فرهنگ بومی و امکانات رفاهی شهرستان فریدونکنار توانسته است در توسعه گردشگری این ناحیه نقش بسزایی را ایفا نماید.

جدول (۴-۵): نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه مربوط فرهنگ، رفاه با توسعه از روش ورود مکرر (شهروندان)

شاخص آماری / متغیرهای پیش بین	آماره T	احتمال P	ضریب
فرهنگ	۹/۱۷	۰/۶۸	۰/۳۱۲
رفاه	۵/۲۳	$p < ۰/۰۰۱$	۰/۳۵

۱۱/۵۴	$p < ۰/۰۰۱$	۵/۸۰	ضریب ثابت
-------	-------------	------	-----------

## منبع: یافته های تحقیق

با توجه به ضریب تعیین به دست آمده، مشخص شده است که ۶۷ درصد واریانس متغیر توسعه توسط متغیرهای فرهنگ، رفاه و مدیریت قابل تبیین است. با توجه به نتایج جدول (۴-۴) و ستون ضرایب B و عدد ثابت به روش مکرر، معادله رگرسیونی توسعه (Y') به ترتیب از روی ضرایب متغیرهای فرهنگ، رفاه (X) توسط معادله پیش بین زیر شهروندان امکان پذیر است:

$$Y = ۱۱/۵۴ + ۰/۳۱۲ X_1 + ۰/۳۵ X_2$$

۵-۵- بررسی شاخص های تحقیق مربوط به مسئولین<sup>۲۱</sup>

بر اساس بررسی های بعمل آمده ۰/۷ درصد از پاسخ دهندگان تاثیر گردشگری را بر فرهنگ مردم شهر خیلی کم، ۱۲/۸ درصد متوسط، ۳۵/۲ درصد زیاد و ۴۸/۷ درصد خیلی زیاد را اعلام کرده اند بدین ترتیب با توجه به اینکه ۸۲/۴ درصد از پاسخ دهندگان گزینه متوسط به پایین تر را انتخاب کرده اند لذا گردشگری تاثیر نامحسوسی بر فرهنگ مردم شهر داشته است. همچنین در مورد میزان توانایی مدیران در توسعه اقتصادی و اجتماعی گردشگری، ۹۰/۶ درصد از پاسخ دهندگان معتقدند که گردشگری در حد خیلی زیاد می تواند موجب توسعه اقتصادی و اجتماعی شهر گردد، و نیز در مورد تاثیر خدمات رفاهی بر توسعه گردشگری، ۷۹/۷ درصد از پاسخ دهندگان گزینه متوسط به پایینی را انتخاب کرده اند، لذا گردشگری تاثیر نامحسوسی بر خدمات رفاهی شهر داشته است. جدول (۵-۵) آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای توسعه و مدیریت را از منظر مسئولین نشان می دهد.

جدول (۵-۵): ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرها (مسئولین)

متغیر ملامک	متغیرها	ضریب همبستگی (پیرسون) (r)	سطح معنی داری (p)
توسعه	مدیریت	۰/۶۸	۰/۰۰۱

منبع: یافته های تحقیق

<sup>۲۱</sup>Managers

#### ۵-۶- سنجش رابطه بین شاخص های مربوط به مسئولین و توسعه گردشگری

مندرجات جدول (۵-۵) از منظر مسئولین نشان می‌دهد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، بین امکانات رفاهی و توسعه گردشگری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. عبارت دیگر، با افزایش یک درصدی در امکانات رفاهی، گردشگری در این ناحیه به میزان ۰/۷۹ درصد توسعه می‌یابد. با توجه به این که یک مدیر آگاه به خصوص در زمینه گردشگری زمانی می‌تواند یک سازماندهی منسجم و درستی را در مجموع کاری خود ارایه نماید که کاملاً با جزییات اجرای امور محوله آشنایی داشته و واقعیت‌ها و کمبودها و کاستی‌های آن را کاملاً درک کند تا بتواند اجرای امور را برآورده نماید. می‌توانیم اینگونه بیان کنیم که از منظر مدیران شهرستان فریدونکنار توانسته است در توسعه گردشگری نقش بسزایی داشته باشند.

برای بررسی رابطه چندگانه بین متغیرها و ملاک، از روش‌های آماری رگرسیون چندگانه، به روش‌های ورود مکرر (Enter) استفاده شد. بر اساس نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چندگانه با روش ورود مکرر (Enter)، ضریب تعیین چندگانه برابر با  $RS = 0/67$  می‌باشد که در سطح  $p < 0/001$  معنی دارست.

جدول (۵-۶): نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه مربوط مدیریت با توسعه از روش ورود مکرر (مسئولین)

ضریب	احتمال P	آماره T	شاخص آماری متغیر پیش بین
۰/۶۸	۰/۰۰۰	۵/۹۴	فرهنگ
۵/۸۳	۰/۰۰	۵/۱۸	عدد ثابت

#### منبع: یافته های تحقیق

با توجه به ضریب تعیین به دست آمده، مشخص شده است که ۶۶ درصد واریانس متغیر توسعه توسط متغیرهای فرهنگ، رفاه و مدیریت قابل تبیین است.

باتوجه به نتایج جدول (۵-۶) و ستون ضرایب غیراستاندارد (B) و عدد ثابت به روش مکرر، معادله رگرسیونی توسعه (Y') به ترتیب از روی ضریب متغیر مدیریت (X) توسط معادله پیش بین زیر برای مسئولین امکان پذیر است:

$$Y = 5/18 + 5/94 X_1$$

برای تشکیل ماتریس SWOT در بررسی آثار توسعه گردشگری در شهر ساحلی فریدونکنار، ابتدا نقاط قوت و ضعف داخلی توسعه گردشگری در منطقه مذکور و سپس فرصت‌ها و تهدیدهای فرا روی آن با استفاده از مطالعات قبلی، استفاده از نظر صاحب نظران و مشاهدات پژوهشگران شناسایی و در جدول (۴-۱۰) به صورت مجزاً در قالب هر مقوله آورده شد. سپس برای سازماندهی عوامل خارجی در قالب مقوله‌های فرصت و تهدیدهای فرا روی گردشگری در این منطقه، با استفاده از عوامل درجه بندی و با توجه به اهمیت هر یک از فرصت‌ها و تهدیدها و با توجه به میزان تأثیرگذاری هر یک از آنها بر گردشگری منطقه، محاسبه و در جدول (۴-۸) تدوین گردید.

جدول (۷-۵): نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدید از منظر صاحب‌منظران

عوامل داخلی	نقاط قوت (S)	فرصت‌ها	تهدیدها (T)	نقاط ضعف (W)
	<p>۱. مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری جهت استفاده از منابع طبیعی و انسانی</p> <p>۲. وجود نیروی انسانی بالقوه در بخش خصوصی برای فعالیت در صنعت گردشگری</p> <p>۳. سواحل طولانی برای انواع ورزش‌ها آبی</p> <p>۴. سهولت در دسترسی به جاده‌های اصلی کشور</p> <p>۵. وجود محصولات و فرآورده‌های محلی برای ارائه به گردشگران</p>	<p>۱. وجود فرصت‌های سرمایه‌گذاری اقتصادی بخش خصوصی</p> <p>۲. امکان توسعه صنایع دستی به صورت انبوه</p> <p>۳. امکان ایجاد اسکله‌های تجاری و ارتباط با کشورهای حاشیه دریای خزر</p> <p>۴. وجود گرایش در بخش خصوصی برای توسعه گردشگری</p> <p>۵. افزایش توجه مسوولین به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی</p> <p>۶. امکان افزایش انگیزه سرمایه‌گذاران خارجی برای سرمایه‌گذاری در این مناطق</p>	<p>۱. عدم وجود برنامه‌ریزی مدون مسوولین شهری جهت هدایت سرمایه‌گذاری</p> <p>۲. بالا بودن هزینه‌های در هتل‌ها و اماکن اقامتی</p> <p>۳. توزیع نامناسب گردشگر در فصول مختلف سال (تراکم کم‌تر در زمستان و پائیز)</p> <p>۴. وجود کاربری‌های ناسازگار در مناطق ساحلی و جنگلی</p> <p>۵. خطر تخریب اکوسیستم، محیط زیست و سواحل خزر</p>	<p>۱. افزایش قیمت زمین و خدمات</p> <p>۲. ایجاد آلودگی‌های زیست محیطی توسط گردشگران</p> <p>۳. عدم تخصیص بودجه کافی به بخش گردشگری منطقه از سوی دولت</p> <p>۴. تخریب جنگل و اکوسیستم طبیعی</p> <p>۵. از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی با افزایش گردشگران</p>

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول (۵-۸) ماتریس تحلیل SWOT (رتبه بندی و اولویت سنجی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها)

تحلیل SWOT				رتبه بندی
رتبه بندی	امتیاز وزنی	وزن	درجه بندی	
قوت ها:				
۲	۰/۷	۰/۱	۷	S1= مستعد بودن منطقه جهت سرمایه گذاری ...
۱	۰/۸	۰/۲	۴	S2= وجود نیروی انسانی بالقوه در بخش خصوصی برای فعالیت در ...
۵	۰/۳۵	۰/۰۷	۵	S3= سواحل طولانی برای انواع ورزش ها آبی
۴	۰/۳۶	۰/۰۹	۴	S4= سهولت در دسترسی به جاده های اصلی کشور
۳	۰/۴۸	۰/۰۸	۶	S5= وجود محصولات و فرآورده های محلی برای ارائه به گردشگران
ضعف ها:				
۱	۰/۵	۰/۱	۵	w1= عدم وجود برنامه ریزی مدون مدیران جهت هدایت سرمایه گذاری
۴	۰/۱۶	۰/۰۸	۲	w2= بالا بودن هزینه های هتل ها و اماکن اقامتی
۳	۰/۲۷	۰/۰۹	۳	w3= توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال
۲	۰/۳۶	۰/۰۹	۴	w4= وجود کاربری های ناسازگار در مناطق ساحلی و جنگلی
۱	۰/۵	۰/۱	۵	w5= خطر تخریب اکوسیستم، محیط زیست و سواحل خزر
فرصت ها:				
۲	۰/۵	۰/۱	۵	O1= وجود فرصت های سرمایه گذاری اقتصادی بخش خصوصی
۵	۰/۳۲	۰/۰۸	۴	O2= امکان توسعه صنایع دستی به صورت انبوه
۱	۱/۲	۰/۲	۶	O3= امکان ایجاد اسکله های تجاری و ارتباط با کشورهای حاشیه
۳	۰/۴۰	۰/۰۸	۵	O4= وجود گرایش در بخش خصوصی برای توسعه توریسم
۶	۰/۲۷	۰/۰۹	۳	O5= افزایش توجه مسئولین به برنامه ریزی و ...
۴	۰/۳۵	۰/۰۷	۵	O6= امکان افزایش انگیزه سرمایه گذاران خارجی برای سرمایه گذاری
تهدید ها:				

۴	۰/۱۴	۰/۰۷	۲	T1=افزایش قیمت زمین و خدمات
۱	۰/۵	۰/۱	۵	T2=ایجاد آلودگی‌های زیست محیطی توسط گردشگران
۲	۰/۴	۰/۱	۴	T3=عدم تخصیص بودجه کافی به بخش گردشگری منطقه از... از... از...
۳	۰/۳۶	۰/۰۹	۴	T4=تخریب جنگل و اکوسیستم طبیعی
۵	۰/۰۴	۰/۰۴	۱	T5=از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی با افزایش گردشگران

با توجه به جدول (۵-۸) مهم‌ترین نقاط قوت گردشگری به شرح زیر دسته‌بندی شد:

- وجود نیروی انسانی بالقوه در بخش خصوصی برای فعالیت در توسعه گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۸
- مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری جهت استفاده از منابع طبیعی و انسانی با امتیاز وزنی ۰/۵

همچنین با توجه به جدول (۵-۸) مهم‌ترین نقاط ضعف گردشگری به شرح زیر دسته‌بندی شد:

- عدم وجود برنامه‌ریزی مدون مدیران جهت هدایت سرمایه‌گذاری با امتیاز وزنی ۰/۵
- خطر تخریب اکوسیستم، محیط زیست و سواحل خزر با امتیاز وزنی ۰/۵
- وجود کاربری‌های ناسازگار در مناطق ساحلی و جنگلی با امتیاز وزنی ۰/۳۶

با توجه به جدول (۵-۸) مهم‌ترین فرصت‌هایی که شهر ساحلی فریدونکنار با آن رو به رو است به شرح زیر می‌باشد:

- امکان ایجاد اسکله‌های تجاری و ارتباط با کشورهای حاشیه دریای خزر با امتیاز وزنی ۰/۲
- وجود فرصت‌های سرمایه‌گذاری اقتصادی بخش خصوصی با امتیاز وزنی ۰/۵

همچنین مهم‌ترین تهدیدهای پیش روی شهر ساحلی فریدونکنار با توجه به جدول (۵-۸) به شرح زیر می‌باشد:

- ایجاد آلودگی‌های زیست محیطی توسط گردشگران با امتیاز وزنی ۰/۵
- عدم تخصیص بودجه کافی به بخش گردشگری منطقه از سوی دولت با امتیاز وزنی ۰/۴

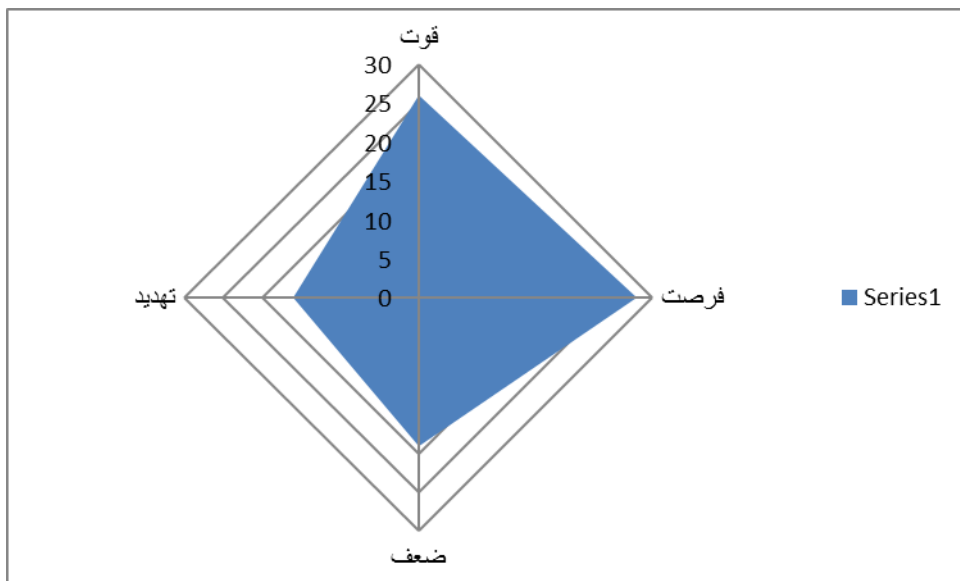
برای سازمان‌دهی و طبقه‌بندی عوامل داخلی در دو مقوله‌ی نقاط قوت و ضعف، نقاط قوت و ضعف توسعه گردشگری در شهر ساحلی فریدونکنار و ضرایب تأثیر آن‌ها جدول (۴-۸) تعیین گردید.

۷-۵- تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه

در تحلیل SWTO، با استفاده از جدول‌های تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی و ترکیب آن‌ها، مهم‌ترین عوامل استراتژیک در توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه ارائه گردیده است. در واقع، با تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک، برنامه‌ریزی که تصمیم‌های استراتژیک را در مورد توسعه گردشگری اتخاذ می‌کنند، می‌توانند نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و

فرصت‌ها را به تعداد کمتری از عوامل محدود کنند. اینک با تداخل هر یک از عوامل بر یکدیگر، به تدوین راهبردهای مختلف رقابتی تهاجمی (SO)، تنوع (ST)، بازنگری (WO) و بالأخره راهبردهای تدافعی (WT) پرداخته شده است. باتوجه به داده‌ها درنمودار شماره (۱-۵) پتانسیل و تواناییهای بخش گردشگری در شهر فریدونکنار مساحت بیشتری را در قسمت قوتها و فرصها (SO) به خود اختصاص داده است. لذا بهترین نوع استراتژی در این منطقه استراتژی تهاجمی می باشد.

نمودار شماره (۱-۵): تار عنکبوتی نقاط ضعف، قوت، فرصت، تهدید



جدول (۹-۵): تعیین اولویت استراتژی در حوزه فریدونکنار

نقاط ضعف W	نقاط قوت S	ماتریس SWOT
استراتژیهای WO	استراتژیهای SO	فرصت‌ها ←
استراتژیهای WT	استراتژیهای ST	تهدیدها ←



جدول (۱۰-۵): اولویت بندی عوامل تأثیر گذار استراتژیک بر توسعه گردشگری ساحلی فریدونکنار

ضعف ها W	قوت ها S	
<p>W<sub>1</sub>: نبود امکانت رفاهی و تفریحی و اقامتی مناسب</p> <p>W<sub>2</sub>: کمبود زیرساختار های شهری و گردشگری</p> <p>W<sub>3</sub>: ضعف فرهنگی در رویارویی با گردشگران</p> <p>W<sub>4</sub>: عدم آگاهی مسئولین از اهمیت گردشگری</p> <p>W<sub>5</sub>: عدم توجه سازمانهای محیط زیست و سازمانهای مربوطه به اکوسیستم منطقه</p>	<p>S<sub>1</sub>: توسعه و توان تفریحی ورزش های قهرمانی (آبی)</p> <p>S<sub>2</sub>: توسع اقتصادی و تجاری در منطقه</p> <p>S<sub>3</sub>: داشتن سواحلی آزاد و آرام</p> <p>S<sub>4</sub>: وجود بازار ماهی و برنج مرغوب</p> <p>S<sub>5</sub>: وجود تالاب ها و آب بندان ها و رودخانه های مرکزی</p>	<p>عوامل داخلی</p> <p>عوامل خارجی</p>
استراتژی محافظه کارانه WO	استراتژی تهاجمی SO	فرصت O
<p>WO<sub>1</sub>: بهبود و ارتقای محصولات گردشگری و سرمایه گذاری مشترک دولتی و خصوصی</p> <p>WO<sub>2</sub>: توسعه و بهبود زیرساختاری شهری چه از لحاظ کیفی و کمی برای بهبود رفاه حال گردشگران</p> <p>WO<sub>3</sub>: تعامل و همفکری بین مسولان منطقه و سازمانها مرتبط با گردشگری در پیشبرد طرح ها گردشگری</p> <p>WO<sub>4</sub>: ایجاد اماکن تفریحی و اقامتی</p>	<p>SO<sub>1</sub>: تاکید بر توسعه اکوتوریسم (گردشگری ساحلی)</p> <p>SO<sub>2</sub>: بهره گیری هدفمند از افزایش انگیزه مسافرت در بین مردم در جهت بهره برداری از جاذبه ها و فرآورده های توریسم</p> <p>SO<sub>3</sub>: ایجاد سرمایه گذاری در منطقه برای جذب گردشگر در نوار ساحلی</p> <p>SO<sub>4</sub>: ایجاد هماهنگی بین نهادها و بخش های مختلف</p>	<p>O<sub>1</sub>: جذب سرمایه گذار بخش خصوصی</p> <p>O<sub>2</sub>: اشتغال زایی در منطقه</p> <p>O<sub>3</sub>: ایجاد بازارچه های مرزی با وجود بندر</p> <p>O<sub>4</sub>: تأثیر دولت بر گردشگری جهت توسعه ملی و حوزه ای و معرفی آن به عنوان منطقه نمونه گردشگری</p>
استراتژی تدافعی WT	استراتژی متنوع سازی ST	تهدید T
<p>WT<sub>1</sub>: تدوین مقررات و ضوابط در زمینه توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش های گردشگری و اجرای طرح های کوتاه مدت و بلند مدت</p> <p>WT<sub>2</sub>: جلب مشارکت مردم در ترویج، حفاظت و بهرمندی پایدار از منابع طبیعی از جمله سواحل - تالاب و جلوگیری از تخریب زیست محیطی</p> <p>WT<sub>3</sub>: ایجاد یکی از نهادهای وابسته به محیط زیست در شهرستان</p>	<p>ST<sub>1</sub>: افزایش بودجه تخصیصی برای توسعه جاذبه های گردشگری و ایجاد مدیریت واحد برای اجرا شدن و تحقق توسعه در امر گردشگری</p> <p>ST<sub>2</sub>: تامین امنیت سواحل برای گردشگر</p> <p>ST<sub>3</sub>: تنوع بخشی طرح های سالم سازی دریا برای ایجاد امنیت و آسایش گردشگران</p> <p>ST<sub>4</sub>: تنوع بخشی به امکانات فعالیتی و خدمات توریستی به منظور جذب گردشگر</p>	<p>T<sub>1</sub>: تخریب اکوسیستم جنگلی و دریایی</p> <p>T<sub>2</sub>: فقدان طراحی و برنامه های توسعه گردشگری منطقه</p> <p>T<sub>3</sub>: فقدان قوانین مدیریتی در برنامه های منطقه ای</p> <p>T<sub>4</sub>: فقدان امنیت در حوزه خاورمیانه در جهت گردشگری خارجی</p>

منبع: یافته های تحقیق

### استراتژی تهاجمی SO

- تاکید بر توسعه اکوتوریسم (گردشگری ساحلی)
- بهره‌گیری هدفمند از افزایش انگیزه مسافرت در بین مردم در جهت بهره‌برداری از جاذبه‌ها و فراورده‌های توریسم
- ایجاد سرمایه‌گذاری در منطقه برای جذب گردشگر در نوار ساحلی
- ایجاد هماهنگی بین نهادها و بخش‌های مختلف

### استراتژی محافظه کارانه WO

- بهبود و ارتقای محصولات گردشگری و سرمایه‌گذاری مشترک دولتی و خصوصی
- توسعه و بهبود زیرساختاری شهری چه از لحاظ کیفی و کمی برای بهبود رفاه حال گردشگران
- تعامل و همفکری بین مسولان منطقه و سازمانها مرتبط با گردشگری در پیشبرد طرح‌های گردشگری
- ایجاد اماکن تفریحی و اقامتی

### استراتژی متنوع سازی ST

- افزایش بودجه تخصیصی برای توسعه جاذبه‌های گردشگری و ایجاد مدیریت واحد برای اجرا شدن و تحقق توسعه در امر گردشگری
- تامین امنیت سواحل برای گردشگر
- تنوع بخشی طرح‌های سالم سازی دریا برای ایجاد امنیت و آسایش گردشگران
- تنوع بخشی به امکانات فعالیتی و خدمات توریستی به منظور جذب گردشگر

### استراتژی تدافعی WT

- تدوین مقررات و ضوابط در زمینه توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش‌های گردشگری و اجرای طرح‌های کوتاه مدت و بلند مدت
- جلب مشارکت مردم در ترویج، حفاظت و بهرمندی پایدار از منابع طبیعی از جمله سواحل - تالاب و جلوگیری از تخریب زیست محیطی
- ایجاد یکی از نهادهای وابسته به محیط زیست در شهرستان

## ۵- نتیجه گیری

براساس آمارهای بدست آمده در بخش توریسم ۰/۷ درصد تأثیر گردشگر را بر فرهنگ بومی شهر خیلی کم، ۱۲/۸ درصد متوسط، ۳۵/۲ درصد زیاد و ۴۷/۷ درصد خیلی اعلام شده است که ۸۴/۴ درصد گزینه متوسط به بالا را تأیید نموده اند. لذا گردشگری تأثیر محسوسی بر فرهنگ مردم شهر داشته است. باتوجه به نتایج بدست آمده که شامل ضریب آلفا کرونباخ ۰/۷۱، میانگین انحراف معیار ۴/۲، ضریب همبستگی اسپیرمن ۰/۷۳، نتایج تحلیل رگرسیون ۰/۴۸ با ضریب احتمال ۰/۴۸ ضریب ۰/۰۲۶ و ضریب پیرسون ۰/۶۲، نشان می دهد که فرهنگ بومی شهرستان فریدونکنار در پذیرش گردشگر بالا بوده و باعث رشد توسعه گردشگری شده است.

توسعه و گسترش زیرساختها و تسهیلات رفاهی جهت جذب گردشگر، میتواند ضمن فراهم کردن امکان افزایش درآمد خانوارهای روستایی و ایجاد اشتغال مهاجرت و بهبود کیفیت زندگی نواحی روستایی منجر شود. براساس آمارهای بدست آمده ۱۰/۳ درصد از پاسخ دهندگان معتقد به تأثیر خیلی زیاد گردشگری بر خدمات رفاهی شهری باشند و همچنین ۵۲/۷ درصد از آنها این تأثیر را زیاد، ۱۶/۷ درصد آن را متوسط، ۰/۱۴ درصد کم و ۶/۳ درصد آن را خیلی کم ارزیابی کرده اند. بدین ترتیب ۷۹/۷ درصد از پاسخ دهندگان گزینه متوسط به بالایی را انتخاب کرده اند لذا گردشگری تأثیر محسوسی بر خدمات رفاهی شهر داشته است. باتوجه به نتایج بدست آمده از ضریب آلفا کرونباخ ۰/۷۲، میانگین انحراف معیار ۴/۲۷، ضریب همبستگی اسپیرمن ۰/۷۹، نتایج تحلیل رگرسیون ۵/۶۴ با ضریب احتمال ۰/۳۸۴ و ضریب پیرسون ۰/۶۱، نشان می دهد که شهر فریدونکنار دارای امکانات رفاهی قابل قبول می باشد و توانسته است در توسعه گردشگری نقش بسزایی داشته باشد.

براساس آمارهای بدست آمده در مورد میزان توانایی مدیران در توسعه اقتصادی و اجتماعی گردشگری می توان اینگونه اظهار داشت که ۰/۳ از پاسخ دهندگان گزینه خیلی کم، ۰/۱ درصد کم، ۳۴/۴ درصد گزینه زیاد، ۵۶/۲ درصد از پاسخ دهندگان گزینه خیلی زیاد را انتخاب نموده اند بنابراین ۹۰/۶ درصد از پاسخ دهندگان معتقدند که گردشگری در حد خیلی زیاد می تواند موجب توسعه اقتصادی و اجتماعی شهر گردد. از این آمار میتوان نتیجه گرفت که درصد بالایی از پاسخ دهندگان از اهمیت صنعت گردشگری در عصر حاضر آگاهی کامل دارند. باتوجه به نتایج بدست آمده از ضریب آلفا کرونباخ ۰/۸۱، میانگین انحراف معیار ۴/۱۰، ضریب همبستگی اسپیرمن ۰/۷۵، نتایج تحلیل رگرسیون ۵/۱۸ با ضریب احتمال ۵/۸۳ و ضریب پیرسون ۰/۶۱ نشان می دهد که مدیران شهرستان فریدونکنار توانسته اند در توسعه گردشگری نقش بسزایی را ایفا کنند. لذا با توجه به یافته های پژوهش، مهمترین موانع گردشگری ساحلی در شهرستان فریدونکنار می توان به شرح ذیل نام برد:

۱. عدم وجود برنامه ریزی مدون مدیران شهرستان جهت هدایت سرمایه گذاری.
۲. بالا بودن هزینه های هتل ها و اماکن اقامتی.
۳. توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال (تراکم کم تر در زمستان و پائیز).
۴. وجود کاربری های ناسازگار در مناطق ساحلی.
۵. خطر تخریب اکوسیستم، محیط زیست و سواحل خزر.

در این مطالعه به روش تحلیلی-توصیفی و تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف از تکنیک سوات برای تحلیل آثار توسعه گردشگری در شهر ساحلی فریدونکنار استفاده شد. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که مهم‌ترین فرصت، تهدید، ضعف و قوت صنعت گردشگری در شهر ساحلی فریدونکنار به ترتیب موارد زیر است.

- امکان ایجاد اسکله‌های تجاری و ارتباط با کشورهای حاشیه دریای خزر. (فرصت)
- عدم تخصیص بودجه کافی به بخش گردشگری منطقه از سوی دولت. (تهدید)
- عدم وجود برنامه‌ریزی مدون مدیران جهت هدایت سرمایه‌گذاری (ضعف)
- وجود نیروی انسانی بالقوه در بخش خصوصی برای فعالیت در صنعت گردشگری. (قوت)

## ۶-پیشنهادهای

۱- تأکید بر برنامه ریزی اجتماعی-اقتصادی-فرهنگی-خدماتی به گردشگران شهری به صورت مستمر نه فقط در زمان های خاص از سال، با همکاری بخش های مختلف مدیریت اجرایی شهر و میراث فرهنگی شهرها.

۲- تأکید بر توسعه عمران شهری و ایجاد خیز در جهت نوسازی بافت فرسوده شهر و حوزه گردشگری شهری، همراه با مشارکت بخش خصوصی، دولتی، حکومتی، و ارائه تسهیلات بسیار مناسب به افراد مشارکت کننده در توسعه این حوزه پایدار شهری.

۳- تأسیس و بازسازی مجموعه های گردشگری، تفریحی در حوزه شهر و حومه شهر با مشارکت بخش خصوصی و حکومتی یا دولتی.

۴- رقابت مدیریت اجرایی در جهت برپایی نمایشگاه ها متنوع، المپیادهای مختلف (ملی- منطقه ای- بین المللی)، همایش های ملی و بین المللی و منطقه ای. استفاده از فرصت های مناسب در زمان این فعالیت ها برای معرفی جاذبه های گردشگری شهری.

۵- ارائه نیازمندی های متنوع اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، خدماتی به گردشگران در قالب شیوه های متنوع اطلاع رسانی.

۶- تقویت مشارکت بخش خصوصی و شهروندان در جهت رشد بخش های مختلف گردشگری شهری و جلوگیری از عدم انحصاری بودن این بخش ها در دست نهادهای حکومتی.

۷- ایجاد بسترهای آمایشی مختلف در جهت توسعه پایدار گردشگری شهری، با توجه به حمایت های همه جانبه مدیریت گردشگری شهری.

۸- ایجاد بسترهای لازم برای رفع نیازهای تفریحی و فراغتی گردشگران شهری فضاهای سبز- بوستان ها، پارکها، شهربازی های سنتی و مدرن-مراکز خرید مجهز و مدرن در نقاط مختلف شهر

۹- وجود تسهیلات و امکانات حمایتی از بخش خصوصی در گسترش موارد اشاره شده در شماره ۸ و جلوگیری از انحصاری بودن این فضاها در دست عده ای خاص.

۱۰- احیا و بازسازی جاذبه های تاریخی، فرهنگی شهر و توسعه همه جانبه میراث شهری.

۱۱- توسعه گسترش فضاهای مدرن چون بسط مراکز فرهنگی، تئاتر- سینماها، کنسرت های (ملی- منطقه ای- محلی)،

میادین نمادین شده شهر، تلفیق و ترکیب سنت و مدرنیته در حوزه بازسازی فضاهای گردشگری شهری.

۱۲- ایجاد فعالیت های تفریحی و فراغتی، مهیج، پویا، انعطافی، با برنامه ریزی های مدرن و مکانیکی از سوی مدیریت شهری برای جذب گردشگر شهری.

۱۳- تربیت نیروی متخصص در جهت بهره برداری تورهای گردشگری شهری، راهنمایان تورهای شهری و حومه شهرها

۱۴- گسترش کیوسک های اطلاعاتی گردشگری در نقاط مختلف شهر در طی سال و تعبیه افزایش دستگاههای مکان یابی برای گردشگری شهری.

۱۵- ایجاد پژوهش های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، در حوزه گردشگری و حمایت همه جانبه در بسط پایداری توسعه گردشگری شهری از نتایج پژوهشی و برنامه ریزی های متنوع براساس یافته های اینگونه تحقیقات.

۱۶- ایجاد تغییر نگرش های مسئولان و شهروندان نسبت به گردشگران شهری، برای جذب پایدار توریسم شهری.

۱۷- ایجاد راهکارهای مناسب برای تقویت حل مشکلات گردشگری و کنترل معضلات " کنترل ترافیک- تخریب فضای سبز- عدم امنیت گردشگر، نحوه ارائه خدمات به توریسم، حمل و نقل داخلی و خارجی به گردشگر...

۱۸- ارائه مدیریت اجرایی مناسب برای ارائه اطلاعات صحیح از اماکن تاریخی، فرهنگی به گردشگر.

۱۹- رفع ناهماهنگی ها در جهت ارائه خدمات و برنامه ریزی های متنوع به گردشگر شهری و مسئول بودن تمام نهادهای متولی نسبت به ایجاد هرگونه مشکل و تلاش همه جانبه نهادهای متولی برای حل مشکلات و مسائل گردشگران شهری.

۲۰- مسئولیت پذیری و پاسخگویی تمام نهادهای موثر در این حوزه برای ارائه هرگون خدمات مناسب به گردشگر، در جهت توسعه پایدار توریسم شهری.

۲۱- تلاش در جهت شکل گیری مناسب پروسه فرایندهای اطلاعاتی به گردشگر شهری.

۲۲- کنترل اطلاعات و جلوگیری از اطلاعات ناقص در زمینه های مختلف این حوزه به گردشگر.

۲۳- حمایت از مشارکت بخش خصوصی- انجمن ها و سازمان های مردم نهاد در قالب ارائه دستاوردها- فعالیتهای فرهنگی محلی به گردشگر شهری.

## منابع و ماخذ

۱. ارمغان، سیمین. ۱۳۸۵. نگاهی به گردشگری ساحلی در ایران.
۲. اشرفی، شیما. ۱۳۹۰. جاذبه های فراوان و گردشگری فراوان، مجله گردشگری.
۳. انوری، مینا. ۱۳۸۷. ایران و گردشگری ساحلی.
۴. الوانی، مهدی. ۱۳۷۳. اصول و مبانی جهانگردی. مرکز مطالعات ایران.
۵. تبریزی، نازنین. کلانتری، سارا. ۱۳۸۹. مدیریت سنجش ضرورت وجود الگوهای یکپارچه در مدیریت گردشگری دریای خزر.
۶. حیدری چپانه، رحیم. ۱۳۸۳. ارزیابی برنامه ریزی صنعت توریسم در ایران. مجله علوم انسانی.

۷. رحیم پور، جواد. ۱۳۸۶. تاریخ و گردشگری در چشم انداز جامعه. مجله علوم سیاسی.
۸. سازمان ایرانگردی و جهانگردی - طرح آزاد سازی سواحل. سال ۱۳۸۱.
۹. شریع، علی. ۱۳۸۹. گردشگری فرهنگی و توسعه پایدار. انتشارات پیام نور. شماره ۴.
۱۰. فاطمی، سید مهدی. ۱۳۸۶. نقش گردشگری در تحولات شهر و شهر نشینی فریدونکنار.
۱۱. محجوری، علی. ۱۳۹۰. گردشگری پایدار سواحل دریای خزر در مسیر بیراهه. نشریه رسالت.
۱۲. ناصری، سید مسعود. ۱۳۸۸. شناسایی موانع موثر توسعه صنعت توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش جذب توریسم.

13. Belen, M. (2005). weather, climate and tourism, Ageographical perspective, Annals of tourism research , p 32.
14. Kapur, H. (2009). The role of tourism on rural development. The yalew journal, 89 (5).
15. Meller, M. Ruzic, D.(1999). Marketing identity of the tourist product of the republic of corotia, tourism management, vol 10.
16. Villarino,M. (2004). Rural tourism in malaga an analsis of recent volution. Geoforum. 35 (6), pp 755-758.