

ارایه برنامه راهبردی گردشگری ساحلی (مطالعه موردی شهرستان نوشهر)

رکسانا موگوئی^{۱*}، سپیده حسینی^۲، رضا آل مظفر^۳

۱- دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، گروه مدیریت برنامه‌ریزی و آموزش محیط زیست، پست الکترونیکی: r_moogoui@iaui-tmb.ac.ir

۲- دانشجوی دکتری مدیریت محیط زیست، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، پست الکترونیکی: sepideh67.hosseini@gmail.com

۳- دانش آموخته گروه مدیریت و برنامه‌ریزی تورسیم، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور، پست الکترونیکی: reza.almozafar@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۹۳/۵/۲۸

* نویسنده مسوول

تاریخ پذیرش: ۹۵/۴/۲۴

چکیده

در این مقاله سازمان‌های دولتی مرتبط با امور گردشگری، گردشگران و ساکنین مناطق ساحلی به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند و متغیرهای مورد نیاز در تدوین راهبرد از طریق پرسشنامه جمع‌آوری گردیدند. جهت ارایه برنامه راهبردی از روش‌های (SWOT) تهدیدها، فرصت‌ها، نقاط ضعف، نقاط قوت و ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی و تجزیه و تحلیل مولفه اصلی استفاده گردید.

امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) به ترتیب ۲/۴۳ و ۲/۱۵ محاسبه شدند. نتایج این تحقیق نشان داد که راهبرد "بازنگری و تدقیق قوانین گردشگری" با امتیاز ۳/۱۸ مهمترین راهبرد پیش‌رو است. همچنین عوامل اثرگذار در گردشگری پایدار در قالب تجزیه و تحلیل مولفه اصلی بررسی گردیدند و "توسعه مردم محور بهداشت و خدمات ساحلی" نام‌گذاری گردید و "توسعه دولت محور سامانه‌های حمل و نقل" به عنوان مولفه‌های اصلی معرفی شد.

کلمات کلیدی: برنامه‌ریزی راهبردی، گردشگری، ساحل، نوشهر.

۱. مقدمه

بالایی را در این مناطق و در کل کشور تجربه کنند. اقتصاد مناطق ساحلی یکی از مهم‌ترین ابزارهایی است که امکان مقایسه و بررسی روند توسعه را ممکن می‌سازد (مدنی، ۱۳۹۱). سواحل از جاذبه‌های گردشگری زیادی برخوردار بوده و بنابراین تحت تاثیر پیامدهای مثبت و منفی توسعه این صنعت می‌باشند. کشور ایران دارای نوار ساحلی حدود ۵۰۰۰ کیلومتر در دریای عمان و خلیج فارس و ۸۰۰ کیلومتر در دریای خزر است (Dibajnia et al., 2012). در ایران طی سه دهه گذشته فعالیت‌های توسعه‌ای در

گردشگری از بزرگترین صنایع دنیا است. در بسیاری از کشورها جزء فعالیت‌های اقتصادی عمده محسوب می‌شود. آمار سازمان جهانی گردشگری نشان می‌دهد که از نظر تعداد افراد درگیر و منافع اقتصادی، گردشگری بزرگترین صنعت دنیا است (UNWTO, 2007). کشورهایی که توسعه پایدار سواحل را در راس سیاست‌های خود قرار داده‌اند، توانسته‌اند رشد اقتصادی

مطالعه تاریخچه موضوع با نظر نخبگان به دست می‌آید (Moogouei, 2014). برنامه‌ریزی راهبردی کلی نگر بوده و می‌تواند رویکردهای مهمی را در یک فضای رقابتی برای هماهنگی و تشریک مساعی بین کلیه ذینفعان در نظر بگیرد. اجرای این برنامه منتج به استفاده بهینه از منابع ساحلی و کاهش پیامدهای ناسازگار پروژه‌های توسعه‌ای خواهد شد. بنابراین مدیریت توریسم در راستای توسعه پایدار حرکت خواهد نمود. همچنین همواره مزایایی برای مدیریت راهبردی و محدودیت‌هایی در انتخاب شاخص‌ها وجود دارد (Vila et al., 2010). از طریق مدیریت راهبردی، تهدیدهایی که صنعت گردشگری ممکن است بر منابع فرهنگی و طبیعی ایجاد نماید به حداقل می‌رسد. همچنین برای توسعه این صنعت طراحی، برنامه‌ریزی و آگاهی‌های دقیق لازم است. در عین حال چالش اصلی طرح‌های مدیریتی صنعت توریسم، توسعه راهبردهای مدیریتی و همچنین آماده‌سازی ذینفعان درگیر در فرآیند طرح‌ها و برنامه‌ریزی‌های تطبیقی است. مدیریت توریسم همچنین جنبه‌های کلی تعیین چشم انداز، منطقه بندی، قانون و دستورالعمل‌ها را در بر می‌گیرد. از روش برنامه‌ریزی راهبردی در ارزیابی و برنامه‌ریزی گردشگری پایدار ساحلی استفاده گردیده است (UNEP, 2012). در مطالعه‌ای که توسط نصری و همکاران (۱۳۹۴) انجام گرفته است، از مدیریت راهبردی در صنعت گردشگری استفاده شده است. هدف از این مطالعه استفاده از ابزار SWOT و به دنبال آن تعیین اولویت راهبردهای تعیین شده است که به مراکز گردشگری برای اجرای آن در راستای توسعه پایدار کمک می‌کند. تحلیل راهبردی، نخستین و مهم‌ترین مولفه فرآیند مدیریت راهبردی است، که نیازمند شناسایی و تحلیل قوت‌ها و ضعف‌های درون سازمان و فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی است. روش‌های بسیاری را می‌توان برای تحلیل موارد راهبردی به کار برد، که از میان آن‌ها، ماتریس SWOT از شهرت و اعتبار زیادی برخوردار است (سعیدی و جعفری، ۱۳۹۳).

۲. مواد و روش‌ها

در این تحقیق ابتدا سیستم مدیریت گردشگری در مناطق ساحلی طراحی و برنامه راهبردی مناسب به منظور مدیریت اصولی برای رسیدن به توسعه پایدار ارائه شد. در اجرای این تکنیک ابتدا عوامل داخلی و خارجی محیط تحت بررسی، شناسایی شدند (Sariisik et

نوار ساحلی کشور رشد روزافزونی داشته که مدیریت محیط زیست کشور را به تدوین برنامه مدیریت محیط زیست دریایی ملزم می‌نماید.

در تمامی دنیا توسعه گسترده گردشگری نه تنها از زیبایی ظاهری مناطق ساحلی کاسته است، بلکه پویایی بوم‌سامانه‌های ساحلی را نیز تحت تاثیر قرار داده است. هم‌گام با شهرنشینی، گروه‌های توریستی از دلایل عمده پدیده ساحل‌نشینی به شمار می‌روند که باعث اثرات ناسازگار بوم‌شناختی می‌شوند (UNEP, 2012; Lee and Hsieh, 2016). تصاحب اراضی ساحلی و افزایش روزافزون استفاده از منابع ساحلی عامل ریشه‌ای پدیده فرسایش و از دست رفتن زیستگاه‌های ارزشمندی مانند صخره‌های مرجانی، تالاب‌ها و جنگل‌های مانگرو شده‌اند (UNEP, 2012). از بین رفتن گونه‌های نادر گیاهی و جانوری نیز از این دست اثرات ناسازگار به شمار می‌روند. مراکز توریستی مقدار قابل توجهی پساب و پسماند را وارد محیط زیست می‌نمایند که باعث آلودگی دریا و منابع آب شیرین می‌شوند (UNEP, 2012). با در نظر گرفتن تمامی عوامل فوق، برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری امری ضروری به نظر می‌رسد. مدیریت گردشگری در برگیرنده روش‌هایی است که اثرات منفی گردشگری را به حداقل برساند، در عین حال منافعی را برای جوامع محلی و محیط زیست آنها فراهم کند. مدیریت صنعت گردشگری بدین معنی است که بتوان اثرات موجود را ارزیابی و تعیین کرد و همچنین بتوان صنعت گردشگری را در آینده گسترش داد و همچنین اثرات فعالیت‌های این صنعت را مشاهده نمود. ارزیابی باید بر اساس یک سری شاخص‌های مشخص، تعیین ظرفیت، تعیین حدود تغییرات قابل قبول و ایجاد سازوکارهایی که در این زمینه اثرگذار هستند، انجام شود. مدیریت صنعت گردشگری یک روش موثر برای ایجاد و گسترش این صنعت در یک منطقه خاص است. امروزه به صورت گسترده‌ای از برنامه‌ریزی راهبردی برای مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری استفاده شده است (Getz, 1986; Hall, 2000; Vila et al., 2010). SWOT ابزاری است که به وسیله آن نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها را تعیین کرده و می‌توان به کمک آن تجزیه و تحلیل کارآمدی از وضعیت اقدامات انجام شده گزارش نمود (Gislason and Associates, 2004; Duarte et al., 2006; Bolton et al., 2009). داده‌هایی که در این تجزیه و تحلیل استفاده می‌شود از گزارش‌های دولتی، قوانین مرتبط و از

دست یافت که عبارتند از راهبردهای SO (تهاجمی)، راهبردهای ST (رقابتی)، راهبردهای WO (محافظه کارانه) و راهبردهای WT (تدافعی). این راهبردها با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM) قابلیت اولویت بندی دارد. بنابراین ماتریس QSPM با استفاده از مراحل زیر تکمیل و راهبردها اولویت بندی شدند: در ستون اول این ماتریس، فهرست عوامل راهبردی درون سازمان شامل نقاط قوت و نقاط ضعف و فهرست عوامل راهبردی برون سازمان شامل تهدیدها و فرصت‌های مندرج در مراحل قبل، درج گردیدند. سپس وزن هر عامل راهبردی محاسبه شده در جداول IFE و EFE به ستون دوم منتقل شدند. در ستون‌های بعدی انواع راهبردهایی که از ماتریس SWOT به دست آمده بود، منتقل شدند. هر یک از ستون‌های مربوط به انواع راهبردها به دو زیر ستون تقسیم شدند. یکی زیر ستون SI و دیگری زیر ستون WISI. در زیر ستون SI میزان تاثیر هر یک از عوامل در انتخاب راهبرد مورد نظر تعیین و نمره جذائیتی بین یک تا چهار تخصیص داده شد. در این فرآیند نمره ۴ به معنی تاثیر زیاد این عامل در انتخاب این راهبرد و نمره ۱ به معنی تاثیر کم این عامل در انتخاب این راهبرد است. در صورت عدم تاثیر یک عامل در انتخاب یک راهبرد می‌توان نمره جذائیتی را در نظر نگرفت (فردار، ۱۳۸۰؛ جوزی و همکاران، ۱۳۹۱). زیر ستون دوم از حاصل ضرب وزن هر عامل در نمره جذائیت آن محاسبه می‌شود و نشان‌دهنده جذائیت نسبی هر عامل در انتخاب راهبرد مورد نظر است. سپس جمع امتیازات ستون WISI محاسبه می‌شود. که این عدد همان امتیاز اولویت راهبرد است. بدین ترتیب گزینه‌های مختلف راهبردی مدیریت گردشگری با مقدار عددی تعیین اولویت و با یکدیگر مقایسه گردیدند (جوزی و همکاران، ۱۳۹۱؛ کرباسی و همکاران، ۱۳۸۶). برای تکمیل محدودیت‌های روش دلفی و برای درون‌یابی فرآیندها و استفاده از آن در برنامه‌ریزی راهبردی، همه عوامل درگیر در گردشگری از نظر گردشگران و ساکنین منطقه ساحلی مورد مطالعه، در قالب تجزیه و تحلیل مولفه اصلی مورد بررسی قرار گرفتند. جهت برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار در منطقه ساحلی ابتدا شاخص‌های گردشگری پایدار بر اساس گزارش Blancas و همکاران (۲۰۱۰) و Vila و همکاران (۲۰۱۰) انتخاب شدند و مورد ارزیابی و تجزیه و تحلیل قرار گرفتند (Vila et al., 2010; Blancas et al., 2010). پس از بررسی‌های اولیه برای ارزیابی وضعیت مدیریت گردشگری از نظر گردشگران، شاخص‌هایی که از میانه بالاتری برخوردار بودند شامل "وضعیت بهداشتی

بدین منظور al., 2011; UNEP, 2012; (Reihanian et al., 2012 در گام نخست لازم بود تا عوامل مؤثر بر مدیریت گردشگری در مناطق ساحلی شناسایی و تجزیه و تحلیل شوند. با این هدف، فهرست برداری و نهایی کردن عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) با یاری از پرسشنامه خبرگان و متخصصین به روش دلفی و کاوش تک متغیره به انجام رسید. در ابتدا پرسشنامه‌های باز طراحی شدند تا زمینه‌های اصلی بدون ساختار بر اساس روش دلفی تعیین شوند. در این روش در مراحل بعد ابتدا فهرست اولیه‌ای از عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر راهبردهای مدیریت گردشگری (بین ۱۰ تا ۲۰ عامل داخلی و ۱۰ تا ۲۰ عامل خارجی) در منطقه تهیه شد. در ادامه از تعدادی از افراد مجرب که دارای حداقل مدرک تحصیلی کارشناسی در زمینه‌های تخصصی، برنامه‌ریزی گردشگری، محیط زیست، جغرافیا، مدیریت و همچنین دارای تجربه فعالیت در منطقه مورد بررسی بودند (به عنوان گروه دلفی) خواسته شد که با استفاده از پرسشنامه، عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر مدیریت گردشگری و میانه‌های اخذ شده در منطقه مورد مطالعه اظهار نظر نموده و اهمیت آن‌ها را درجه بندی نمایند. سپس نظرات رتبه بندی شده و پیش‌بینی‌های جدید نیز به عوامل اضافه شدند. بنابراین اطلاعات جمع‌آوری شده در جدول ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و جدول ارزیابی عوامل خارجی (EFE) تنظیم گردیدند. در این جداول، در ستون اول فهرستی از عوامل اصلی داخلی و خارجی و در ستون دوم وزن‌های مربوط به هر یک از عوامل به گونه‌ای تنظیم شدند که جمع وزن‌های تخصیص یافته در ستون، نرمال و برابر عدد یک گردد. در ستون سوم درجه‌بندی امتیاز هر یک از عوامل به شرح زیر اعمال شد: به هر یک از عوامل بر اساس نظرهای پاسخ دهندگان امتیازی از ۴ (بسیار خوب) تا ۱ (ضعیف) تخصیص داده شد. در ستون چهارم امتیاز موزون هر عامل، از حاصل ضرب ستون دوم در ستون سوم حاصل شد و سرانجام امتیاز وزن‌دار کل مجموعه تحت بررسی محاسبه گردید. پس از تکمیل جداول IFE و EFE که مقایسه نقاط قوت با ضعف (در جدول ارزیابی عوامل داخلی) و فرصت‌ها و تهدیدها (در جدول ارزیابی عوامل خارجی) است، لازم بود تا عوامل با یکدیگر مقایسه شوند و بنابراین از ماتریس SWOT استفاده شد (کرباسی و همکاران، ۱۳۸۶). این مرحله با هدف تبیین راهبردهای مبتنی بر عوامل داخلی و عوامل خارجی انجام شد. در پایان این مرحله پس از بررسی و ترکیب پارامترهای S، W، O و T گروه تحلیل کننده به چهار نوع راهبرد قابل اجرا

۳-۱ نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی موثر بر گردشگری مناطق ساحلی نوشهر

برای سازماندهی و طبقه‌بندی عوامل داخلی در دو مقوله نقاط قوت و ضعف، به منظور ارزیابی روش مدیریت و واکنش سیستم به این عوامل خاص، با توجه به اهمیت مورد انتظار آن‌ها در گردشگری مناطق ساحلی نوشهر، بررسی شدند و ضرایب تاثیر آن‌ها به تفکیک در جدول ۱ تعیین گردیدند. بر اساس نتایج این جدول، نقاط ضعف بیش از نقاط قوت ارزیابی شده است.

جدول ۱: ماتریس نقاط قوت و ضعف (IFE) توسعه گردشگری مناطق ساحلی نوشهر

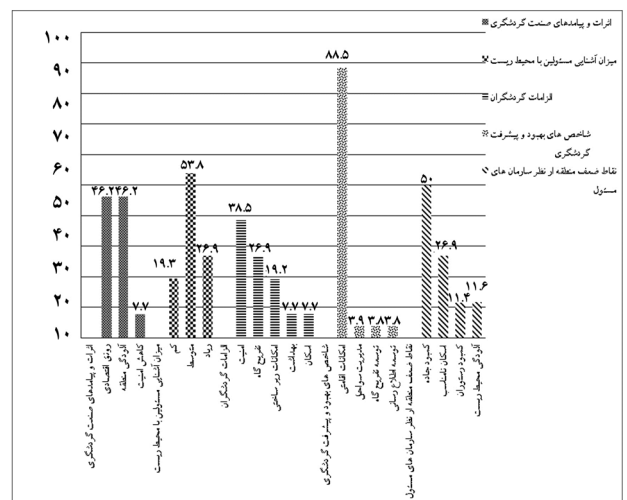
عنوان	وزن نرمال شده	امتیاز وضع موجود	امتیاز وزن دار
نقاط قوت			
نزدیکی به دریا و جنگل	۰/۱۰	۴	۰/۴۰
پتانسیل بالای جاذبه های گردشگری در منطقه ساحلی نوشهر	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
نزدیکی راه زمینی به پایتخت در میان شهرهای ساحلی شمالی	۰/۱۰	۳	۰/۳۰
وجود بندرگاه در منطقه ساحلی	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
وجود فرودگاه در منطقه ساحلی	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
وجود فروشگاه های زنجیره ای متعدد	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
نقاط ضعف			
نبود مدیریت کارآمد	۰/۱۰	۲	۰/۲۰
نبود نیروی اجرایی مناسب	۰/۰۹	۲	۰/۱۸
آلودگی محیط زیست	۰/۰۷	۱	۰/۰۷
نبود نظارت کافی بر دستگاه های اجرایی	۰/۰۵	۱	۰/۰۵
کمبود بودجه	۰/۰۸	۲	۰/۱۶
نبود زیرساخت های مناسب	۰/۰۶	۲	۰/۱۲
برخورد نامناسب شهروندان با گردشگران به ویژه عدم رعایت قیمت ها	۰/۰۸	۲	۰/۱۶
برخورد نامناسب عوامل اجرایی با گردشگران	۰/۰۸	۲	۰/۱۶
جمع	۱	۲۳	۲/۴۳

از دیدگاه پرسش شونده‌گان مهم ترین نقاط قوتی که مناطق ساحلی نوشهر در زمینه گردشگری از آن برخوردار هستند، عبارتند از: نزدیکی به دریا و جنگل با امتیاز وزنی ۰/۴۰ در رده اول، نزدیکی راه زمینی به پایتخت در میان شهرهای ساحلی شمالی با امتیاز وزنی ۰/۳۰ در رده دوم، پتانسیل بالای جاذبه-های گردشگری در منطقه ساحلی نوشهر با امتیاز وزنی ۰/۲۴ در رده سوم و وجود فرودگاه در منطقه ساحلی، وجود بندرگاه در منطقه ساحلی و وجود فروشگاه‌های زنجیره‌ای متعدد در رده‌های چهارم تا پنجم. همچنین از نظر پرسش شونده‌گان نبود مدیریت کارآمد با امتیاز وزنی ۰/۱۰ در رده اول نقاط ضعف قرار داشته و پس از آن به ترتیب نبود نیروی اجرایی مناسب، برخورد نامناسب شهروندان با گردشگران به ویژه عدم رعایت

منطقه ساحلی نوشهر و نحوه خدمات رسانی به گردشگران، مدیریت اعمال شده در منطقه ساحلی نوشهر، نحوه تعامل شهروندان نوشهری با گردشگران، وضعیت جاده‌ها و وسایل مورد استفاده در مناطق ساحلی، نحوه تعامل نیروهای دولتی در طول دوره گردشگری با گردشگران و وضعیت زیست محیطی منطقه ساحلی به ویژه در شهرستان نوشهر" بررسی مجدد شدند و سپس مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفتند (غیاثوند، ۱۳۹۰). کلیه تجزیه و تحلیل‌های آماری نیز در سه بخش تعیین فراوانی، بررسی توزیع نرمال، تعیین ضریب همبستگی بین شاخص‌ها و تعیین چارچوب کلی از طریق تجزیه و تحلیل عامل با آنالیز مولفه اصلی انجام گرفتند (Blancas et al., 2010).

۳. نتایج و بحث

در کلیه بخش‌های این تحقیق که بر اساس نظرسنجی و توزیع پرسشنامه در بین گردشگران، افراد بومی و سازمان‌های مرتبط با امور گردشگری (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، اداره کل ارشاد اسلامی و شورای اسلامی شهرستان نوشهر) انجام گرفته، پس از بررسی سه مرحله: خطایابی داده‌ها، ترسیم منحنی‌های توزیع نرمال و بررسی همبستگی بین متغیرها، نتایج دسته بندی شدند و ارائه گردیدند. میزان فراوانی شاخص‌های حاصل از نظرات کارکنان ادارات سازمان میراث فرهنگی، شهرداری و شورای شهر و اداره ارشاد اسلامی نوشهر در شکل ۱ آمده است.



شکل ۱: میزان فراوانی داده‌های حاصل از نظرات کارکنان ادارات سازمان میراث فرهنگی، شهرداری و شورای شهر و اداره ارشاد اسلامی نوشهر

بخشی، توسعه آبرزی پروری، ایجاد کمپ‌های جنگلی و تله کابین در اولویت‌های بعدی قرار دارند.

در عین حال مولفه‌های عدم احداث سیستم فاضلاب شهری با امتیاز وزنی ۰/۲۴ به عنوان مهم‌ترین تهدید، ماهیگیری بی رویه و فشار بر ذخایر دریایی با امتیاز وزنی ۰/۲۱ به عنوان دومین عامل و تهدیدهای از بین بردن بوم-سامانه‌های جنگلی و ساخت و ساز بی رویه در حریم ساحل با امتیاز وزنی ۰/۱۸ به عنوان سومین عامل و مشکلات بهداشتی ناشی از عدم مدیریت پسماندها به عنوان چهارمین تهدید پیش روی مناطق ساحلی نوشهر در زمینه توسعه گردشگری می‌باشند.

۳-۳ تجزیه و تحلیل عوامل راهبردی

در این مدل با استفاده از جدول‌های تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی و ترکیب آن‌ها، مهم ترین عوامل راهبردی تاثیرگذار بر گردشگری مناطق ساحلی نوشهر در جدول ۳ خلاصه شده است.

جدول ۳: تجزیه و تحلیل عوامل راهبردی

اولویت	راهبرد	امتیاز
۱	بازنگری و تدقیق قوانین گردشگری	۳/۱۸
۲	توسعه زیرساخت های مرتبط با امور گردشگری	۲/۱۲
۳	عدم صدور مجوز ساخت وساز در حریم ساحل و نظارت دقیق و جدی بر آن	۲/۷۳
۴	توسعه هم زمان گردشگری پایدار ساحلی و دریایی	۲/۵۲
۵	اعطای تسهیلات و حمایت از بخش خصوصی جهت احداث و بالابردن کیفیت مجتمع های گردشگری	۲/۱۳
۶	مدیریت پسماندها و پساب ها در مناطق ساحلی	۱/۷۸
۷	اختصاص بودجه کافی جهت حمایت از صنعت گردشگری	۱/۶۲
۸	برنامه‌های منسجم حفاظت از جنگل‌ها	۱/۵۸
۹	تبدیل منطقه ساحلی نوشهر با توجه به پتانسیل موجود، بندرگاه و فرودگاه به منطقه آزاد تجاری	۱/۵۳
۱۰	بستر سازی جهت جذب سرمایه گذاری خارجی	۱/۵۴
۱۱	تقویت گشت های ساحلی و برخورد با ماهی گیری غیر مجاز	۱/۳۸
۱۲	احداث باشگاه‌های ورزشی و تفریحی دریایی و جنگلی	۱/۱۲
۱۳	به کارگیری افراد متخصص در راس امور مدیریتی و اجرایی	۰/۹۵
۱۴	احداث استخرهای پرورش آبزیان در دریا	۰/۸۴
۱۵	تبلیغات، ارتقای فرهنگ گردشگری و آموزش رفتار با گردشگران به شهروندان	۰/۷۸
۱۶	به وجود آوردن یک سازمان یا نهاد حمایتی جهت هماهنگی سازمان‌های مرتبط با گردشگری	۰/۷۷
۱۷	آموزش کارکنان دولت جهت ارتقای فرهنگ رفتار با گردشگران	۰/۵۰

۳-۴ نتایج تجزیه و تحلیل عامل

نتایج تجزیه و تحلیل عامل در جدول ۴ آورده شده است.

قیمت‌ها، برخورد نامناسب عوامل اجرایی با گردشگران، کمبود بودجه، آلودگی محیط زیست، نبود زیرساخت‌های مناسب و نبود نظارت کافی بر دستگاه‌های اجرایی به عنوان مهم ترین نقاط ضعف شناخته شده‌اند.

۳-۲ نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی موثر بر توسعه گردشگری مناطق ساحلی نوشهر

برای ساماندهی عوامل خارجی در قالب مقوله فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی سیستم، با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی، وضعیت نهایی مشخص گردید (جدول ۲). نتایج این جدول نشان می‌دهد که وضعیت کنونی تهدیدها بیش از نقاط فرصت‌ها ارزیابی شده است.

جدول ۲: ماتریس فرصت‌ها و تهدیدهای (EFE) توسعه گردشگری مناطق ساحلی نوشهر

عنوان	وزن نرمال شده	امتیاز وضع موجود	امتیاز وزن دار
فرصت‌ها			
توسعه آبرزی پروری	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
ایجاد کلوب های دریایی	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
ایجاد کمپ‌های جنگلی	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
ایجاد تله کابین	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
گسترش هماهنگی‌های بین بخشی	۰/۰۸	۲	۰/۱۶
حمایت از بخش خصوصی در ایجاد مجتمع های گردشگری	۰/۱۰	۲	۰/۲۰
حمایت از سرمایه گذاری خارجی	۰/۱۰	۲	۰/۲۰
احداث آزادراه تهران شمال	۰/۱۰	۲	۰/۲۰
تهدیدها			
مشکلات بهداشتی ناشی از عدم مدیریت پسماندها	۰/۱۰	۱	۰/۱۰
از بین بردن بوم‌سامانه‌های جنگلی	۰/۰۹	۲	۰/۱۸
ساخت و ساز بی‌رویه در حریم ساحل	۰/۰۹	۲	۰/۱۸
ماهیگیری بی رویه و فشار بر ذخایر دریایی	۰/۰۷	۳	۰/۲۱
عدم احداث سیستم فاضلاب شهری	۰/۰۸	۳	۰/۲۴
جمع	۱		۲/۱۵

با توجه به جدول ۲ مهم ترین فرصت‌هایی که مناطق ساحلی نوشهر در زمینه توسعه گردشگری از دیدگاه پرسش‌شوندگان (گردشگران، افراد بومی و سازمان‌های مرتبط با امور گردشگری) با آن رو به رو است عبارتند از: حمایت از بخش خصوصی در ایجاد مجتمع‌های گردشگری، احداث آزادراه تهران شمال و حمایت از سرمایه گذاری خارجی که هر سه با امتیاز وزنی ۲/۰ به عنوان اولین فرصت شناخته می‌شوند. ایجاد باشگاه‌های دریایی با امتیاز وزنی ۰/۱۸ به عنوان دومین فرصت شناخته شده هستند و پس از آن گسترش هماهنگی‌های بین

جدول ۴: مولفه‌های اصلی برنامه‌ریزی گردشگری ساحلی در مناطق شمال کشور (روش استخراج: تجزیه و تحلیل مولفه اصلی)

ماتریس مولفه		
	مولفه	
	۱	۲
بهداشت و خدمات رسانی	۰/۷۲۶	-۰/۰۸۹
تعامل شهروندان	۰/۶۷۰	۰/۰۴۸
مدیریت	۰/۶۲۶	۰/۱۷۷
تعامل دولت	۰/۱۸۸	۰/۷۶۷
جاده و وسیله	۰/۳۰۳	-۰/۷۳۷

*مولفه ۱: توسعه مردم محور بهداشت و خدمات
*مولفه ۲: توسعه دولت محور سامانه های حمل و نقل

نیازمند توسعه زیرساخت ها و گسترش دوره‌های آموزشی بین دانش آموزان، جمعیت‌های زنان و اصناف مستقر در منطقه است. آموزش و اطلاع رسانی در زمینه اهمیت اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی گردشگری پایدار می‌تواند نقش موثری در ارتقای اهداف برنامه ریزی توسعه گردشگری داشته باشد. در تحقیقاتی که توسط Silva و Ghilardi-Lopes (۲۰۱۲) انجام گرفت، مردان بیش از زنان در جابجایی رسوبات سواحل و کودکان گردشگر زیر ۷ سال بیش از بقیه در لگدمال کردن جوامع زیستی نقش دارند. بنابراین دوره‌های آموزشی لازم است به تفکیک گروه‌های سنی و جنسیت انجام شود. وضعیت محیط زیست منطقه با سایر شاخص‌های پاسخ داده شده از نظر شهروندان همبستگی منفی دارد. یعنی تاکنون ارتقای سایر جنبه‌ها بدون در نظر گرفتن ملاحظات زیست محیطی بوده و در نتیجه توسعه طرح‌های گردشگری نیازمند ارزیابی و پایش اثرات زیست محیطی است. توسعه برنامه‌های گردشگری و بازدیدکنندگان نیز می‌تواند بر جوامع دریایی سواحل صخره‌ای اثر مضاعف بگذارند (Silva and Ghilardi-Lopes, 2012).

توسعه فعالیت‌های محیط زیست محور و ایجاد مناطق حفاظت شده در خارج از مناطق ساحلی از راهکارهای اساسی کاهش پیامدهای ناسازگار زیست محیطی بر سواحل خواهد بود. کنترل گردشگران در مناطق حفاظت شده و برنامه‌ریزی برای مناطق حفاظت نشده محیط زیستی از راهکارهای اصلی توسعه پایدار گردشگری به شمار می‌رود. همچنین از نظر گردشگران تعامل دولت با توسعه سامانه‌های حمل و نقل و کیفیت جاده‌ها و وسایل مورد استفاده همبستگی منفی نشان داده است و این بدان مفهوم است که دولت لازم است برای گسترش گردشگری، برنامه‌ریزی گسترده‌تری در توسعه سامانه‌های حمل و نقل گردشگران به مناطق ساحلی داشته باشد. بر اساس تجزیه و تحلیل عامل می‌توان گفت دو مولفه اصلی قابل ارایه است.

مولفه‌ای که در برگیرنده شاخص‌های بهداشت و خدمات رسانی، تعامل مردم و مدیریت منطقه ساحلی است و می‌تواند تحت عنوان یک مولفه کلی "توسعه مردم محور بهداشت و خدمات" نام‌گذاری شود و دو عامل تعامل دولت و جاده و وسیله می‌تواند تحت عنوان کلی "توسعه دولت محور سامانه‌های حمل و نقل" نام‌گذاری شود (شکل ۲).

شاخص‌هایی که برای برنامه‌ریزی راهبردی در نظر گرفته شده‌اند معمولاً دارای سه نوع محدودیت هستند. اهداف آن‌ها اندازه‌گیری پایداری یا امکان رقابت‌پذیری مراکز گردشگری است. اما نه تنها برای کمک به اندازه‌گیری عملکرد طراحی نشده‌اند بلکه کمکی به برنامه‌ریزی راهبردی یا اجرای راهبرد نیز نمی‌کنند (Vila et al., 2010). ارتباط مستقیمی بین این شاخص‌ها و راهبردهای مراکز گردشگری وجود ندارد. تعداد شاخص‌ها معمولاً زیاد است و استفاده از آنان را مشکل و پیچیده می‌کند. بنابراین لازم است شاخص‌های اصلی در زمان کاربری گردشگری و در همان مکان استخراج شوند تا بتوانند با سایر شاخص‌های اخذ شده جمع شوند و در فرآیند مدیریت راهبردی مورد تجزیه و تحلیل مجدد قرار بگیرند. در این مطالعه در مورد "شاخص‌های مدیریت گردشگری پایدار از نظر گردشگران"، وضعیت بهداشتی منطقه ساحلی نوشهر و نحوه خدمات رسانی به گردشگران، مدیریت اعمال شده در منطقه ساحلی نوشهر، نحوه تعامل شهروندان نوشهری با گردشگران، وضعیت جاده‌ها و وسایل مورد استفاده در مناطق ساحلی، نحوه تعامل نیروهای دولتی در طول دوره گردشگری با گردشگران و وضعیت زیست محیطی منطقه ساحلی همگی در وضعیت متوسط و یا ضعیف قرار دارند.

برای جذب گردشگران و رونق گردشگری در مناطق ساحلی شهرستان نوشهر و در نتیجه توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی شهر، ارتقای سطح بهداشتی و برنامه‌های خدمات رسانی به گردشگران، اجرای دقیق برنامه‌های مدیریت سواحل و گردشگری از اصول ضروری محسوب می‌شود. تعامل مناسب شهروندان و مسوولان دولتی با گردشگران نیز

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که از دیدگاه نیمی از مسوولین و کارشناسان دولتی، گسترش صنعت گردشگری از یک سو سبب رونق اقتصادی منطقه و از سوی دیگر سبب کاهش امنیت منطقه و آلودگی محیط زیست است. بنابراین در شرایط کنونی انگیزشی برای گسترش صنعت توریسم برای مدیران دولتی وجود ندارد. لازم است کارگاه‌های آموزشی برای مجموعه ادارات دولتی درگیر در صنعت توریسم برگزار شود و این مفهوم نهادینه گردد که گردشگر دلیل و انگیزه‌ای برای کاهش امنیت منطقه نداشته و این تفکر در بدنه کارشناسی دولت اصلاح گردد که بتوان آن‌ها را همسو با برنامه‌های توسعه توریسم نمود. با این حال نگرانی آن‌ها برای آلودگی محیط زیست قابل توجه است و با استقرار امکانات جمع‌آوری پسماندها و تابلوها و تراکت‌های آموزشی و تبلیغاتی می‌توان این بخش از مجموعه ادارات دولتی درگیر در امور گردشگری را هم جهت با برنامه‌های توسعه گردشگری نمود. ۸۸/۵ درصد از کارشناسان و مسوولین امور گردشگری توسعه امکانات اقامتی، ساماندهی سواحل، توسعه مراکز تفریحی، توسعه اطلاع‌رسانی و افزایش امنیت منطقه را از ملزومات توسعه گردشگری دانسته‌اند. واگذاری طرح‌های فوق به بخش خصوصی و حمایت از بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران و ایجاد نوعی بازار رقابتی برای عرضه خدمات به گردشگران می‌تواند از برنامه‌های مهم توسعه گردشگری محسوب شود. تامین امنیت گردشگران و توسعه مراکز تفریحی از اولویت‌های اجرایی محسوب می‌شود. انتظار بخش دولتی از گردشگران رعایت قوانین است، که لازم است به صورت پوسترهای تبلیغاتی متن قوانین و رفتارهای مورد انتظار با جزئیات کامل به گردشگران آموزش داده شود یا دوره‌های آموزشی پیش‌بینی کنند. میزان آشنایی مجموعه دولتی با محیط زیست و حفاظت آن متوسط است که منجر به عدم وجود برنامه‌های منسجم حفاظت محیط زیست و جلوگیری از آلودگی آن می‌شود. از نظر مجموعه ادارات دولتی مرتبط با محیط زیست مهمترین نقطه ضعف موجود در توسعه برنامه‌های گردشگری نبود جاده و امکانات کافی است. این مجموعه همچنین سایر سازمان‌های دولتی و همچنین مردم را مسوول حفاظت محیط زیست می‌دانند. جاده سازی، تخریب جنگل‌ها، آلودگی محیط زیست نیز از عوامل اصلی تهدید کننده تنوع زیستی به شمار می‌آیند. یکپارچه نمودن ذینفعان در یک سیستم بوم‌شناختی اجتماعی که بتواند خطر جریان‌های دریایی، سونامی و طوفان را کاهش دهد و یا پس از وقوع خسارات وارده را جبران نماید (Larsen et al., 2011) از



شکل ۲: مؤلفه‌های اثرگذار بر مدیریت گردشگری منطقه ساحلی نوشهر

۴. نتیجه‌گیری

افزایش آگاهی‌های ساحل‌نشینان از ارزش سواحل تحت تاثیر ساحل‌نشینان و پیامدهای بعدی سرمایه‌گذاری در حفاظت محیط زیست از اثرات مثبت توسعه گردشگری است. راهبردهایی که بر اساس تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه گردشگری تعیین شدند به ترتیب عبارتند از: بازنگری و تدقیق قوانین گردشگری، توسعه زیرساخت‌های مرتبط با امور گردشگری، عدم صدور مجوز ساخت و ساز در حریم ساحل و نظارت دقیق و جدی بر آن، توسعه هم‌زمان گردشگری پایدار ساحلی و دریایی، اعطای تسهیلات و حمایت از بخش خصوصی جهت احداث و بالابردن کیفیت مجتمع‌های گردشگری، مدیریت پسماندها و پساب‌ها در مناطق ساحلی، اختصاص بودجه کافی جهت حمایت از صنعت گردشگری، برنامه‌های منسجم حفاظت از جنگل‌ها، تبدیل منطقه ساحلی نوشهر با توجه به پتانسیل موجود، بندرگاه و فرودگاه به منطقه آزاد تجاری، بستر سازی جهت جذب سرمایه‌گذاری خارجی، تقویت گشت‌های ساحلی و برخورد با ماهی‌گیری غیر مجاز، احداث باشگاه‌های ورزشی و تفریحی دریایی و جنگلی، به کارگیری افراد متخصص در راس امور مدیریتی و اجرایی، احداث استخرهای پرورش آبزیان در دریا با در نظر گرفتن پیامدهای زیست‌محیطی، تبلیغات، ارتقای فرهنگ گردشگری و آموزش رفتار با گردشگران به شهروندان، به وجود آوردن یک سازمان یا نهاد حمایتی جهت هماهنگی سازمان‌های مرتبط با گردشگری.

۵. سپاسگزاری

بدینوسیله از سرکار خانم مهندس پریسا چیوائی، در همکاری های فنی تحقیق، جناب آقای مسعود آل مظفر و سرکار خانم شهین رفیعی که در جمع آوری پرسشنامه ها و مطالعات میدانی ما را یاری نمودند، تشکر و قدردانی بعمل می آید.

منابع

جوزی، س.ع؛ دهقانی، م؛ زارعی، م، ۱۳۹۱. ارائه برنامه راهبردی مدیریت پسماندهای روستائی به روش AWOT، مطالعه موردی: میناب. مجله محیط شناسی، سال ۳۸، شماره ۴، صفحات ۱۰۸-۹۳. سعیدی، ن؛ جعفری، ح، ۱۳۹۳. تحلیل و اولویت بندی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدات بندر خشک ایران با استفاده از مدل های AHP و SWOT. نشریه علمی- پژوهشی اقیانوس شناسی، ۲۰(۱۱): ۹۵-۱۰۵.

غیاثوند، ا، ۱۳۹۰. کاربرد آمار و نرم افزار SPSS در تحلیل داده ها. چاپ چهارم. تهران. نشر لویه. ۲۸۲ صفحه.

فردار، د، ۱۳۸۰. مدیریت استراتژیک. ترجمه پارسائیان، ع؛ و اعرابی، س. م. چاپ دوم. دفتر پژوهش های فرهنگی. صفحات ۲۱۰-۲۰۰.

کرباسی، ع؛ منوری، س.م؛ موگوتی، ر، ۱۳۸۶. مدیریت استراتژیک در محیط زیست. انتشارات کاوش قلم. صفحات ۱۶۶-۱۵۶.

مدنی، ش، ۱۳۹۱. برآورد سهم مشارکت دریاها و اقیانوس ها در اقتصاد ملی ایران. نشریه علمی-پژوهشی اقیانوس شناسی، ۱۲(۹): ۸۷-۹۵

نصری، ف؛ شعبان زاده، م؛ امیربنده، م، ۱۳۹۴. مدیریت استراتژیک در صنعت توریسم. اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی. ساری. صفحات ۲۰-۱۱.

Blancas, F. J.; Gonzalez, M.; Lozano-Oyola, M.; Perez, F., 2010. The assessment of sustainable tourism: Application to Spanish coastal destinations. *Ecological Indicators*, 10(2): 484-492.

Bolton, J.J.; Robertson-Andersson, D.V.; Shuuluka, D.; Kandjengo, L., 2009. Growing *Ulva* (Chlorophyta) in integrated systems as a commercial crop for abalone feed in South Africa: a SWOT analysis. *Journal of Applied Phycology*, 21(5): 575-583.

ارکان برنامه ریزی گردشگری پایدار به شمار می رود. تعیین شاخص های گردشگری پایدار از اصول مهم برنامه ریزی است (Lee and Hsieh, 2016). در این تحقیق چهار راهبرد اول در راستای این برنامه ریزی قرار دارد. برنامه ریزی توسعه پایدار و طبیعت گردی یک ابزار اقتصادی - زیست محیطی محسوب می - شود. در این تحقیق راهبرد پنجم، هفتم و دهم در شمار ابزارهای اقتصادی و زیست محیطی قرار داشته و در راستای توسعه پایدار قرار دارند. گردشگری گرچه مصرف آب را افزایش داده است، اما سهم استفاده مستقیم این صنعت از مصرف جهانی آب ۱٪ است و با رشد سالیانه پیش بینی شده حدود ۴٪ در صنعت توریسم هم مصرف آب افزایش چشمگیری نخواهد داشت (Gössling et al., 2012). اما با تغییرات اقلیم مدیریت گردشگری نیز باید پیش بینی شده و فعلا نه عمل نماید و برای پایداری صنعت لازم است منابع آب مدیریت شوند. توسعه آبی پروری، ایجاد باشگاه های دریایی، ایجاد کمپ های جنگلی و ایجاد سکونت گاه های از فرصت های این تحقیق به شمار می روند که همه این موارد همانند آنچه (2012) Ferreira پیش بینی نموده است، تحت تاثیر تغییرات اقلیم قرار خواهند گرفت. از سوی دیگر در مناطق ساحلی تعداد روزهای بارانی، بازه استفاده از نور خورشید و دما از مشکلات مهم گردشگری ساحلی محسوب می شود (Guclu, 2011). بنابراین در برنامه ریزی برای توسعه گردشگری پایدار در مناطق ساحلی باید یک طرح جامع مدیریتی اتخاذ نمود. لازم است این طرح جامع، تهدیدهای ممکن و فرصت های گسترش صنعت گردشگری را به دقت بررسی و توصیف کند. بر اساس اطلاعات موجود در زمینه های قانونی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و زیست محیطی دیدگاهی برای گسترش صنعت گردشگری شکل دهد و این دیدگاه دربرگیرنده یک دوره زمانی مشخص باشد.

۴-۱ پیشنهادات

به منظور دستیابی به رشد و شکوفایی صنعت گردشگری در مناطق ساحلی نوشهر و کسب درآمدها و منافع بیشتر در بخش گردشگری موارد زیر پیشنهاد می شوند:

برگزاری کارگاه های مدیریت گردشگری برای مدیران
سنجش اثربخشی آموزش مدیریت گردشگری به مدیران
ارایه دستورالعمل های ارتقای امنیت منطقه در دستگاه های
ذیربط

- coastal communities: Conceptualizing stakeholder agency in social-ecological systems. *Global Environmental Change*, 21(2): 481-491.
- Lee, T.; Hsieh, H., 2016. Indicators of sustainable tourism: A case study from a Taiwan's wetland. *Ecological Indicators*, 67: 779-787.
- Moogouei, R., 2014. A SWOT analysis of aquaculture development in rural areas of Iran, an application to Rainbow Trout (*Oncorhynchus mykiss*). *International Journal of Aquatic Biology*, 2(1): 36-42.
- Reihanian, A.; Mahmood, N.Z.B.; Kahrom, E.; Hin, T.W., 2012. Sustainable tourism development strategy by SWOT analysis: Boujagh National Park, Iran. *Tourism Management Perspectives*, 4: 223-228.
- Sariisik, M.; Turkay, O.; Akova, O., 2011. How to manage yacht tourism in Turkey: A SWOT analysis and related strategies. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24: 1014-1025.
- Silva, J.N.; Ghilardi-Lopes, N.P., 2012. Indicators of the impacts of tourism on hard-bottom benthic communities of Ilha do Cardoso State Park (Canaanéia) and Sonho Beach (Itanhaém), two southern coastal areas of São Paulo State (Brazil). *Ocean and Coastal Management*, 58: 1-8.
- UNEP (United Nations Environmental Programme), 2012. Sustainable Coastal Tourism, An Integrated Planning and Management Approach, Available at: www.unep.org.
- UNWTO (The United Nations World Tourism Organization), 2007. Facts and figures: Information, analysis and know how, Available at: <http://unwto.org>.
- Vila, M.; Costa, G.; Rovira, X., 2010. The creation and use of scorecards in tourism planning: A Spanish example. *Tourism Management*, 31: 232-239.
- Dibajnia, M.; Soltanpour, M.; Vafai, F.; Jazayeri Shoushtari, S.M.H.; Kebriaee, A., 2012. A shoreline management plan for Iranian coastlines. *Ocean and Coastal Management*, 63: 1- 15.
- Duarte, C.; Etkin, L.P.; Helms, M.M.; Anderson, M.S., 2006. The challenge of Venezuela: a SWOT analysis, *Competitiveness Review: An International Business Journal incorporating Journal of Global Competitiveness*, 16(3): 233 -247.
- Ferreira, E., 2012. Disappearing destinations: Climate change and future challenges for costal tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(4): 2224-2226.
- Getz, D., 1986. Models in tourism planning, towards integration of theory and practice. *Tourism Management*, 7: 21-32.
- Gislason, G.S.; Associates, L.T.D., 2004. British Columbia seafood sector and tidal water Fishing: A strengths, resources, opportunities and threats assessment. Final report, prepared for the British Columbia Ministry of Agriculture, Food and Fisheries, Victoria, BC. Available online at: <http://www.al.gov.bc.ca/fisheries/>.
- Gössling, S.; Peeters, P.; Hall, C.M.; Ceron, J. P.; Dubois, G.; Lehmann, L.V.; Scott, D., 2012. Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review. *Tourism Management*, 33(1): 1-15.
- Guclu, Y., 2011. The determination of sea tourism season with respect to climatically conditions on the black sea region of Turkey. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 19: 258-269.
- Hall, C., 2000. *Tourism planning. Policies, processes and relationships*, Harlow, England; New York, 302P.
- Larsen, R.; Calgaro, E.; Thomalla, F., 2011. Governing resilience building in Thailand's tourism-dependent