

راهبردهای توسعه گردشگری بخش رودبار قصران شهرستان شمیرانات

با استفاده از تکنیک Qspm

علی موحد: دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

جواد ملک‌ان: دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران*

وصول: ۱۳۹۱/۸/۲۸ پذیرش: ۱۳۹۲/۷/۱۷، صص ۱۸۶-۱۶۳

چکیده

نتایج برخی از مطالعات و بررسی‌ها نشان داده که توسعه گردشگری در مکان‌هایی که دارای پتانسیل‌های فراوانی باشند، گسترش فرصت‌های شغلی، ایجاد درآمد زایی و فقر زدایی را به ارمغان می‌آورد. بخش رودبار قصران یکی از نواحی است که دارای قابلیت‌های فراوانی برای توسعه گردشگری می‌باشد. حال آنکه بدلیل عدم برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های درست و صحیح، منابع طبیعی و قابلیت‌ها بی‌استفاده و بدون ارزش باقی مانده‌اند. هدف از انجام این تحقیق شناخت وضعیت موجود گردشگری و ارائه راهبرد برای توسعه گردشگری بخش رودبار قصران است. روش تحقیق به کار رفته شده در تحقیق پیمایشی - توصیفی با بهره‌گیری از روش دلفی و الگوی تحقیق بر اساس هدف کاربردی است. شیوه گردآوری اطلاعات استفاده از مطالعات اسنادی، کتابخانه‌ای و میدانی بوده است. نحوه گردآوری داده‌ها برای توصیف و ارائه راهبردها، استفاده از پرسشنامه و به کارگیری تکنیک‌های SWOT, QSPM بوده است. راهبردهای توسعه گردشگری در این پژوهش طی سه مرحله ورود اطلاعات، مقایسه و تصمیم‌گیری صورت گرفته است. با توجه به جمع امتیازهای نهایی ماتریس ارزیابی عوامل درونی و بیرونی که به ترتیب ۲/۷۵ و ۲/۷۳ است نشان داد که وضعیت گردشگری بخش رودبار قصران در حالت متوسط قرار دارد. در نهایت پس از ارائه ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی، راهبرد مبتنی بر حفاظت، گسترش و توسعه جاذبه‌های طبیعت گردی به عنوان بستر اصلی گردشگری بخش رودبار قصران برای افزایش مدت اقامت گردشگران و راهبرد استفاده از پتانسیل‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی بخش رودبار قصران جهت ایجاد فرصت‌های جدید شغلی و افزایش سطح درآمد بومیان هر دو به عنوان مهم‌ترین راهبردها در اولویت اول قرار گرفتند.

واژه‌های کلیدی: راهبرد، توسعه گردشگری، SWOT, QSPM, رودبار قصران

۱- مقدمه

حیرت‌انگیز خلقت اقدام به سفر می‌نمایند (شایان،

۱-۱- بیان مسأله

۱۳۸۶، ۱۵۴). این صنعت به طور معمول به عنوان یک

ابزار، برای تحریک اقتصاد حاشیه‌ای و ترویج و توسعه استفاده می‌شود

امروزه گردشگری و به خصوص گردشگری طبیعت، بخش مهمی از فعالیتهای جهانگردی را در دنیا به خود اختصاص داده است. در این نوع فعالیت، جهانگردان به منظور بهره‌گیری از زیباییهای طبیعی و جلوه‌های

(. Liu and Geofery, 2006, 15) چنانکه بسیاری از

کشورها این صنعت پویا را منبع اصلی اشتغال زایی،

مادی فراوانی دست یافت. به گونه‌ای که از لحاظ جاذبه‌های اکوتوریستی در میان ۱۰ کشور برتر دنیا قرار دارد (ارمغان، ۱۳۸۶، ۲۳۶). حال آنکه این صنعت نقش بسیار ناچیزی در اقتصاد کشور ایران ایفا می‌کند. از این رو سهم ناچیزی از درآمدهای این صنعت نصیب کشور ایران شده است (تولایی، ۱۳۸۵، ۶). به گونه‌ای که طبق گزارشات، واقعیت امر حاکی از عدم رشد این صنعت و اتکای بیش از حد اقتصاد ایران به درآمدهای نفتی است (دخیلی کهنمویی، ۱۳۸۳، ۳).

بخش رودبار قصران که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است یکی از نواحی است که دارای قابلیت‌های زیادی برای توسعه گردشگری می‌باشد. رودبار قصران که از مناطق شمالی استان تهران بوده، همواره مورد توجه جمعیت شهر تهران قرار گرفته است و از لحاظ جایگاه جغرافیایی دارای ویژگی‌های منحصر به فردی (پتانسیل‌ها و استعدادهای طبیعی) است. این پتانسیل‌ها و قابلیت‌های طبیعی می‌تواند شرایط را برای توسعه گردشگری فراهم نماید. به گونه‌ای که می‌توان این منطقه را منطقه‌ای مستعد برای تبدیل شدن به یک بخش توریستی لحاظ نمود. حال آنکه به دلیل عدم برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های صحیح، منابع طبیعی و قابلیت‌های گردشگری بی‌استفاده و بدون ارزش باقی مانده است.

در این پژوهش سعی شده است که با مطالعه بخش رودبار قصران راهبردها برای توسعه گردشگری با بهره‌گیری از تکنیک‌ها و مدل‌های تصمیم‌گیری از جمله تکنیک (SWOT) و (QSPM) ارائه گردد. با توجه به قابلیت‌های رودبار قصران این امید دور از

رشد بخش خصوصی و توسعه زیربنایی می‌دانند (لی، ۱۳۷۸، ۵۶-۵۴). در این کشورها، اغلب این امیدواری وجود داشته که از طریق ترویج و تحریک نیروی کار به وسیله صنعت گردشگری، مشکلات کاهش پیدا خواهد کرد (liu and geofery, 2006, 15). نقش گردشگری به عنوان منبع جدید برای کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی، در مطالعات متعدد مورد تایید قرار گرفته است. به طوری که امروزه توسعه و ارتقا گردشگری به طور وسیعی در کشورهای در حال توسعه پذیرفته شده و همواره مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته و مطالعات زیادی در مورد آن انجام گرفته است. (stewart and ko, 2002, 521). توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. به گونه‌ای که توسعه این صنعت در کشورهای صنعتی، موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می‌گردد و در کشورهای در حال توسعه، فرصتی برای صادرات، تولید ارز و ایجاد اشتغال به شمار می‌آید (Witt and Montinho, 1994, 457).

کشور ایران از جنبه جاذبه‌های گردشگری دارای انواع اقلیم‌ها و فصل‌هاست و از جنبه آثار باستانی، مناطق تفریحی و زیبایی‌های طبیعی با کشورهای پیشرفته در صنعت گردشگری برابری می‌کند. ایران دارای دشت‌ها، کوهسارها، غارها، آبشارها، دریاچه‌ها و بسیاری از عوامل رونق بخش گردشگری است و از این جنبه، جزء معدود کشورهای جهان به شمار می‌آید که با مدیریت موثر این منابع می‌توان به منافع

اجتماعی^۳: در این دیدگاه گردشگری به مثابه پدیده‌ای برای شکوفائی بهبود شرایط زیستی جوامع عنوان می‌شود؛ د- رویکرد توسعه پایدار^۴ (برنامه‌ریزی و توسعه یکپارچه گردشگری): در این رویکرد که مقاله حاضر بر اساس اصول و اهداف آن شکل گرفته، گردشگری به مثابه ابزاری توانمند در راستای اجرای سیاست‌های توسعه پایدار مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد (قدمی و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۱۳-۱۱۲). پیش زمینه رویکرد توسعه پایدار یعنی «توسعه زیست بوم»^۵ از اوایل سال ۱۹۷۰ توسط ساچس^۶، اتحادیه جهانی حفاظت،^۷ برنامه محیطی سازمان ملل^۸ و برخی دیگر مطرح شد. این مفهوم در اوایل دهه ۷۰ در زمان «اعلامیه کوکویک»^۹ درباره محیط و توسعه به کار گرفته شد و با «استراتژی حفاظت جهانی»^{۱۰} به طور گسترده‌ای مطرح شد (قنبری نسب، ۱۳۸۸، ۱۹).

از دهه ۱۹۸۰ رویکردهای توسعه گردشگری به چالش کشیده شدند و به منظور بازساخت چارچوب سنتی توسعه گردشگری و همسویی با رویکرد توسعه پایدار، تحت فشار قرار گرفتند (قدمی و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۱۳). در اواخر این دهه، دیدگاه‌های صرفاً اقتصادی، مورد انتقاد شدید محیط‌گرایان و اخلاق‌گرایان قرار گرفت و برنامه‌ریزی برای توسعه

دسترس نیست که با یک برنامه‌ریزی مدون شرایط برای توسعه صنعت گردشگری به عنوان صنعتی فرا-بخشی فراهم آید و زمینه توسعه را که باعث رشد و پیشرفت اقتصادی-اجتماعی می‌گردد حاصل نماید.

۲-۱- سوالات پژوهش

- مهم‌ترین پتانسیل‌ها و محدودیت‌های بخش رودبار قصران کدامند؟
- راهبردهای توسعه گردشگری منطقه‌ای و محلی بخش رودبار قصران کدامند؟

۳-۱- اهداف پژوهش

- شناسایی ضعف‌ها- قوت‌ها- فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری رودبار قصران
- شناخت وضعیت و موقعیت کنونی گردشگری رودبار قصران
- ارائه راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری، به گونه‌ای که موجب رشد اقتصادی و اجتماعی منطقه شود

۴-۱- مبانی نظری

در زمینه توسعه گردشگری ۴ رویکرد عمده وجود دارد که عبارتند از:

الف- رویکرد رشدگرا^۱: در این رویکرد از گردشگری به مثابه اهرم و ابزاری برای بهبود شاخص‌های اقتصادی یک جامعه یاد می‌شود؛ ب- رویکرد فیزیکی - فضائی^۲: در این دیدگاه گردشگری به عنوان یک پدیده فضائی و منبع مورد استفاده در ساماندهی فضاها، مورد مطالعه قرار می‌گیرد؛ ج- دیدگاه

3- Social/ Approach

4- Sustainable/ Approach

5- Ecodevelopment

6- Sachs

7- International Union for the Conservation of Nature and National Resource [IUCN]

8- United Nation Environment Program [UNP]

9- Cocoyoc Declaration

1- The World Conservation.

1 -Boosterism

2- Physical/ Spatial/ Approach

گردشگری (الوانی و دیگران، ۱۳۸۵، ۱۰۸) که عبارت از مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی است که تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد (Lankford and Howard, 1994, 829). به منظور بهره‌گیری از مزیت‌های اقتصادی آن، جای خود را به برنامه‌ریزی برای توسعه پایدار گردشگری داد. بدین ترتیب از دهه ۱۹۹۰، حرکت از گردشگری انبوه به سوی رویکرد توسعه پایدار گردشگری آغاز شد و مفهوم توسعه پایدار وارد ادبیات گردشگری شد. در پی این تحولات، در سال ۱۹۹۲ در کنفرانس مجمع زمین در ریو برای تحقق توسعه گردشگری پایدار، توصیه‌های مفیدی توسط WTO و WTTC به عمل آمد (قدمی و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۱۳). امروزه پارادایم پایداری در صنعت گردشگری به دغدغه‌ای جهانی تبدیل شده و در نوشتار توسعه گردشگری مفهوم پایداری به کانون اصلی مباحث علمی و دانشگاهی تبدیل شده است (علی پور و اقبالی، ۱۳۹۰، ۴۴).

۱-۵- پیشینه پژوهش

باتلر^۱ معتقد است در زمینه گردشگری باید گفته شود که توسعه پایدار عبارت است از گردشگری که در یک جامعه تولد یافته و مدیریت شده و پایداری و ماندگاری آن جامعه و محیط زیست را به عنوان یک روش یا مقیاس برای نامحدود حفظ کند و محیط (انسانی، فیزیکی) را تخریب نمی‌کند. (غنیان، ۱۳۸۹، ۴۶). وی برای توسعه پایدار گردشگری پیشنهاد می‌کند که پیش‌نیازهایی مانند هماهنگی خط مشی‌ها

و سیاست‌ها، قبول محدودیت‌های رشد، دارا بودن بینش درازمدت و توجه به محیط‌های مختلف رعایت شود (الوانی و دیگران، ۱۳۸۵، ۱۰۸). پیرس، باربیر و مارکاندیا در سال ۱۹۹۸ اذعان کردند که پایداری دربرگیرنده افق زمانی بی‌انتهاست، و تصمیم‌گیری عملی به اتخاذ افق‌های بی‌انتهای نیاز دارد (اسماعیل زاده و همکاران، ۱۳۹۰، ۱۲۸). توسان^۲ در سال ۲۰۰۱ عنوان کرد که توسعه گردشگری پایدار باید به عنوان یک الگوی انطباقی، یک بخش از مفاهیم پایه توسعه و توسعه پایدار دیده شود (سپهوند، ۱۳۸۹، ۲۵). داتون و هالدرد در سال ۱۹۸۹ در جهت اجرایی کردن استراتژی‌های برنامه‌ریزی در مقصد یا سطح عملیاتی پنج مکانیسم را برای نیل به گردشگری پایدار مطرح نموده‌اند، اما مباحث زمینه‌ای برای اجرای استراتژی‌های گردشگری ارائه نشده است. لیو و هال در سال ۱۹۹۸، در بررسی این رویکرد در خصوص توسعه پایدار گردشگری، مباحثی را مطرح ساخته‌اند که برای امر برنامه‌ریزی گردشگری ضروری به نظر می‌آید: - گردشگری پایدار، جهت‌گیری ارزشمندی را در مدیریت اثرات گردشگری بر اقتصاد بازار نشان می‌دهد- دستیابی به توسعه پایدار گردشگری به ارزیابی‌هایی با مقیاس و زمینه خاص نیازمند است - مباحث گردشگری پایدار در بازساخت اقتصاد جهانی شکل می‌گیرد - در مقیاس اجتماع محلی، گردشگری پایدار نیازمند کنترل منابع محلی است- توسعه پایدار گردشگری نیازمند صبر،

کوه‌های مختلف زیادی از جمله اسپول، فراخلا، گاجرد، لجنی و برجین وجود دارد آب و هوای این حوزه متأثر از وضعیت آب و هوایی جنوب البرز است. جمعیت بخش رودبار قصران در سال ۱۳۹۰ به ۱۷۵۸۲ نفر رسیده که بالاترین میزان طی کل دوره-های سرشماری است. علی‌رغم اینکه جذب گردشگر در بخش رودبار قصران بیشتر مرهون طبیعت منحصر به فرد آن می‌شود ولی در کنار این عامل می‌توان به آثار تاریخی خاتون بارگاه، قلعه دختر که در نزدیکی گرمابدر واقع است، قلعه امامه، آتشگاه قصران، استودان زرتشتی (تخت کیقباد)، کاخ انیس‌الدوله و مکان‌های زیارتی امام زاده طاهر و زاهد در شکر آب، امام زاده محمد باقر در رودک اشاره کرد (قنبری نسب، ۱۳۸۹، ۵۸) (شکل ۱ و ۲).

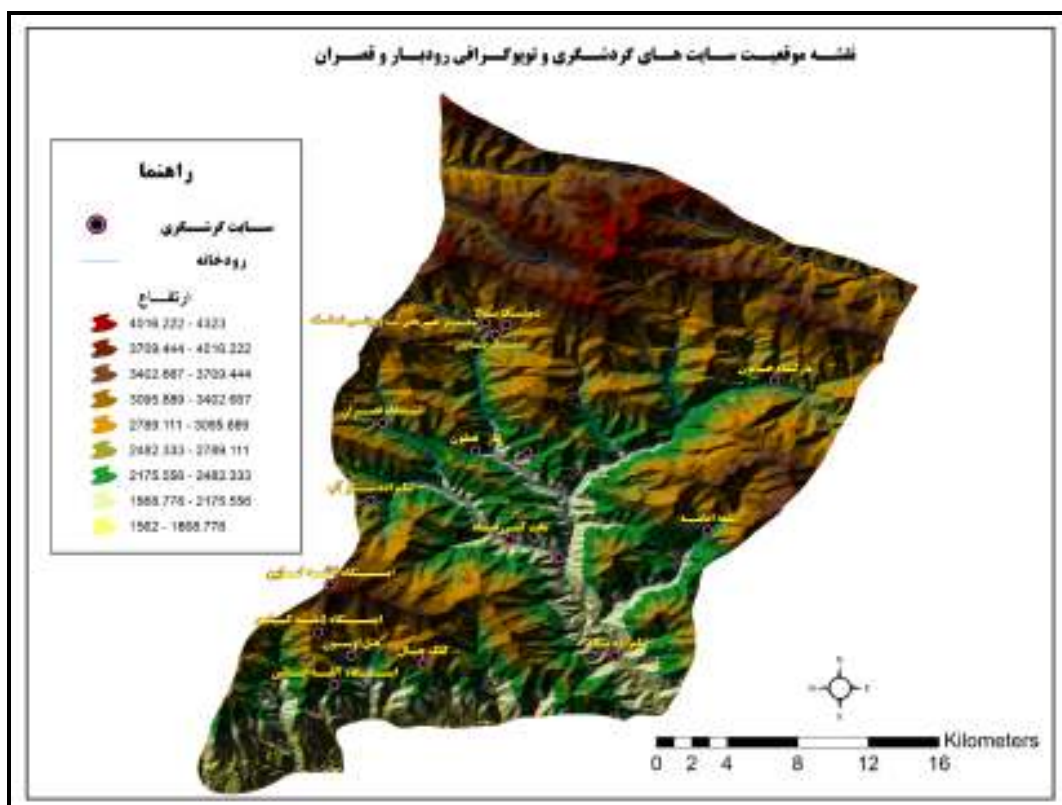


شکل ۱: موقعیت بخش رودبار قصران در تقسیمات سیاسی کشور

تلاش، و تعهد دراز مدت است (اسماعیل زاده و همکاران، ۱۳۹۰، ۱۲۸).

۱-۶ محدوده مورد مطالعه

شناخت محیط به عنوان عرصه حضور پدیده‌های جغرافیایی یکی از گام‌های نخستین در جهت دستیابی به شناخت جامعه در هر گونه تحقیقی بالاخص در مطالعات جغرافیایی است (قنبری نسب، ۱۳۸۹، ۵۷). رودبار قصران که یکی از بخش‌های شهرستان شمیران است (بنیاد مسکن استان تهران، ۱۳۸۱، ۷۱) سرزمینی با کوه‌های بلند و دره‌های عمیق است. این بخش متشکل از ۲۲ روستا است که از زرد بند منتهی‌الیه جنوب و تا امامه ابتدای منطقه (شمال شرق) گسترش دارد. این بخش دارای یک شهر به نام اوشان، فشم و میگون است که با مساحت تقریبی ۶۰ کیلومتر مربع به صورت شهر درآمده است (مهندسان مشاور نقش جهان- پارس، ۱۳۸۶، ۴۱). این شهر دارای سه نقطه مجزا از یکدیگر بوده که هسته‌های اولیه روستایی آن‌ها در نتیجه توسعه به سوی یکدیگر نزدیک شده‌اند و اگر چه هنوز میان بافت شهری این سه کانون فاصله و گسستگی وجود دارد ولی تشکیل یک شهر در نقطه مرکزی ناحیه با نام فشم را داده‌اند. مرکز رودبار قصران شهر فشم است و شهرهای میگون و اوشان به ترتیب در شمال و جنوب آن قرار دارند (مهندسان مشاور نقش جهان- پارس، ۱۳۸۶، ۶). بخش رودبار قصران از لحاظ شرایط ناهمواری، منطقه‌ای کوهستانی محسوب می‌شود که در آن



شکل ۲: نقشه موقعیت سایت‌های گردشگری و توپوگرافی رودبار قصران

کارشناسان مربوطه استفاده شده است. در نهایت برای دست‌یابی به اهداف و سوال‌های پژوهش تهیه، تدوین و تکمیل پرسشنامه در قالب طیف لیکرت صورت گرفت. جامعه آماری در این پژوهش به سه جامعه مسئولان، گردشگران و بومیان تقسیم شده است. نمونه‌گیری جامعه اول از بین مسئولان و کارشناسان است که با توجه به تعداد کم مسئولان در سطح رودبار قصران برای اکثر آن‌ها (تعداد ۲۰ پرسشنامه) تهیه گردید. جهت نمونه‌گیری از بین گردشگران برآوردی طی یک روز تعطیل در تابستان از میزان گردشگران ورودی به بخش رودبار قصران (طبق نظر مسئولین) که معادل با حدود ۵۰۰۰۰ نفر بوده صورت گرفت و سپس از میان آن‌ها تعداد ۳۸۱

۷-۱- روش پژوهش و روش جمع‌آوری اطلاعات واضح است که روش‌های پژوهش متفاوتی برای یافتن به پاسخ مناسب برای مسائل با توجه به موضوع پژوهش، نوع و اهمیت مساله وجود دارد. از آن جا که این پژوهش پیرامون توسعه گردشگری رودبار قصران انجام شده است الگوی پژوهش کاربردی است. بنابراین جزء تحقیقات هدفگراست. روش حاکم بر پژوهش نیز پیمایشی- توصیفی و بهره‌گیری از روش دلفی^۱ می‌باشد. برای گردآوری اطلاعات از روش‌های کتابخانه‌ای، روش مشاهده مستقیم و روش‌های میدانی شامل انجام مصاحبه‌های عمیق با

1- Delphi

برای ارائه راهبردها از تکنیک QSPM و SWOT طی چارچوبی سه مرحله‌ای شامل:

الف: مرحله ورود اطلاعات که خود شامل ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و عوامل خارجی (EFE) می‌باشد استفاده شده و به منظور تعیین ضریب هر یک از عوامل و تصمیم‌گیری پیرامون عوامل راهبردی با اهمیت بالا و پایین از نظرات گروه دلفی استفاده شد، تا نتایج حاصل از ماتریس‌ها برای اخذ نمره نهایی به کار گرفته شود.

ب: مرحله بعد که مرحله تطبیق می‌باشد اقدام به تشکیل ماتریس SWOT در قالب راهبردهای ST، WO، SO، WT نموده و در همین مرحله ماتریس داخلی و خارجی (IE) تدوین می‌گردد.

ج: در مرحله سوم که مرحله تصمیم‌گیری می‌باشد با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی^۱ ارائه راهبردها برای بهبود عملکردی استخراج می‌گردد.

۲- تشریح فرایند تدوین راهبردهای توسعه گردشگری بخش رودبار قصران

۲-۱- مرحله اول: مرحله ورود اطلاعات

این مرحله شامل ارزیابی محیط خارجی و داخلی است. شناخت محتوا و ارزیابی ماهیتی اطلاعات را می‌توان مهم‌ترین فعالیت این قسمت دانست.

۲-۱-۱- ماتریس ارزیابی عوامل محیط بیرونی (EFE)^۲ و محیط درونی (IFE)^۳

عوامل بیرونی و درونی تأثیر گذار بر بخش گردشگری رودبار قصران طی پنج گام با استفاده از ماتریس ارزیابی محیط بیرونی و درونی مورد ارزیابی

نفر به وسیله فرمول کوکران به عنوان نمونه انتخاب گردید. روش نمونه‌گیری در جامعه گردشگران به صورت تصادفی ساده بوده است. در مورد بومیان نیز با توجه به این که ساکنان ثابت بخش رودبار قصران ۱۷۵۸۲ می‌باشد، تعداد ۳۷۵ نفر به وسیله فرمول کوکران به عنوان نمونه انتخاب گردید. روش نمونه‌گیری در این نوع جامعه خوشه‌ای است. در این روش محدوده مورد پژوهش به خوشه شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز تقسیم شده و از هر خوشه ۲ روستا یا شهر انتخاب و به صورت تصادفی ابزار در آنجا اجرا گردید (جدول ۱).

جدول ۱: خوشه‌ها، محدوده‌ها و تعداد پرسشنامه در

جامعه بومیان

خوشه	نام روستا یا شهر	تعداد پرسشنامه
شمال	میگون	۷۵
	درود	
جنوب	رودک	۷۵
	اوشان	
غرب	آهار	۷۵
	ایگل	
مرکز	فشم	۷۵
	باغگل	
شرق	زایگان	۷۵
	امامه	

به منظور بررسی قابلیت‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری رودبار قصران پنج بعد زیست‌محیطی شامل ۱۸ گویه، کالبدی و زیرساختی ۱۱ گویه، اجتماعی - فرهنگی ۱۲ گویه، اقتصادی ۱۰ گویه و مدیریتی - نهادی ۱۰ گویه در نظر گرفته شده است.

۱- Qspm

۲-External Factor Evaluation Matrix

۳-Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix

گام اول: تعیین عوامل خارجی و درونی تأثیر گذار بر بخش گردشگری
 هدف این مرحله، بررسی محیط خارجی جهت شناسایی (فرصت‌ها و تهدیدها) و بررسی محیط درونی جهت شناسایی (ضعف‌ها و قوت‌ها)، که ناحیه در ارتباط با توسعه گردشگری با آن مواجه است. (جدول ۲ و ۳)

قرار می‌گیرد. ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی، حاصل بررسی عوامل بیرونی سیستم است. این ماتریس، نقاط فرصت و تهدید اصلی بیرونی سیستم را تدوین و ارزیابی می‌نماید. ماتریس ارزیابی عوامل درونی، حاصل بررسی عوامل درونی سیستم است. این ماتریس، نقاط قوت و ضعف اصلی درونی سیستم را تدوین و ارزیابی می‌نماید (زمانیان و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۸۹).

جدول ۲: عوامل خارجی تأثیر گذار بر بخش گردشگری رودبار قصران

تهدیدها	فرصت‌ها
T1 آلوده شدن محیط زیست و از بین رفتن گونه‌های گیاهی و جانوری در اثر آلودگی	O1 وجود آب و هوای مناسب جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری طبیعی
T2 تخریب جاذبه‌ها و محیط طبیعی در اثر تراکم بیش از حد گردشگران	O2 استفاده از منابع طبیعی جهت توسعه گردشگری و معرفی بخش به عنوان قطب مهم گردشگری اطراف تهران
T3 آلودگی آب رودخانه‌ها در اثر ورود فاضلاب به رودخانه	O3 تقویت و توسعه زیر ساخت‌ها و تردد‌های جاده ای
T4 پتانسیل بالای سیل خیزی و احتمال بروز زلزله	O4 شناسایی جاذبه‌های طبیعی و بهبود مسیر دسترسی به جاذبه‌های طبیعی و تاریخی
T5 افزایش مصرف سوخت‌های فسیلی به دلیل شدید منطقه در فصل زمستان	O5 امکان توسعه گردشگری و گسترش تفریحاتی از قبیل اسکی و کوهنوردی
T6 انباشت زباله‌ها در فضاهای سبز و جنگلی و دفع ناصحیح زباله‌ها	O6 فراهم ساختن و افزایش اشتغال جوانان بومی با ورود گردشگران
T7 تبلیغات در مناطق تفریحی مجاور و رقیب در جهت جذب گردشگران	O7 سرمایه گذاری بخش خصوصی در زمینه ایجاد هتل و مراکز پذیرایی و اقامتی
T8 احتمال بروز حوادث جاده ای و خسارات جانی و مالی به گردشگران	O8 زمینه مناسب برای رشد و توسعه اقتصادی بر مبنای گردشگری طبیعت گردی
T9 عدم ساخت مراکز اقامتی جدید و عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری	O9 امکان بهره گیری از مشارکت میان نهادهای مردمی و تعامل دستگاه‌های دولتی در جهت حفاظت از طبیعت و بهبود وضعیت
T10 عدم سرمایه گذاری بخش دولتی در ساخت تجهیزات اقامتی و عدم نظارت بر کنترل هزینه‌ها و کاهش بودجه دولت برای توسعه گردشگری	O10 بهره گیری از مراکز آموزشی گردشگری
T11 از بین رفتن فرهنگ بومی و اختلاط فرهنگی در اثر ورود گردشگران با	O11 توجه به هنرهای دستی و آداب و رسوم و حفاظت از میراث فرهنگی
T12 تبلیغات نامناسب و عدم معرفی مناسب جاذبه‌های طبیعی منطقه	O12 افزایش توجه و حمایت مسئولان به برنامه ریزی در بخش گردشگری رودبار قصران
T13 سست شدن تعلقات فرهنگی جوانان و مهاجرت آنان	O13 امکان استفاده از جوانان باسواد برای مشارکت در طرح‌های اجرایی گردشگری
T14 عدم امداد رسانی به موقع و مناسب به گردشگرانی که دچار سوانح رانندگی و طبیعی شده‌اند	O14 ایجاد زمینه لازم برای ارتقای سطح نیروی انسانی جهت افزایش آگاهی ساکنان بومی پیرامون مسائل گردشگری و گردشگران

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۳: عوامل درونی تأثیر گذار بر بخش گردشگری رودبار قصران

ضعف‌ها	قوت‌ها
W1 وجود دامنه‌های برف گیر در معرض سقوط بهمین و ریزش	S1 وجود جاذبه‌های طبیعی ویژه (آبشار، جنگل‌های متراکم، رودخانه‌ها و دره‌های زیبا و گونه‌های گیاهی و جانوری)
W2 وجود شیب‌های تند و ارتفاعات بلند	S2 واقع شدن بخش در منطقه ای که به لحاظ آب و هوایی بسیار خوشایند است
W3 کم آبی رودخانه در فصل تابستان	S3 وجود چشم اندازهای منحصر به فرد و زیبا و مناطق حفاظت شده
W4 خطرناک بودن جاده بخش رودبار قصران	S4 با حیات وحش و پوشش گیاهی متنوع
W5 کمبود و ناکافی بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی	S5 وجود منابع طبیعی گردشگری ویژه و دارای اهمیت در سطح منطقه
W6 فقدان خدمات گاز لوله کشی با توجه به کوهستانی و سردسیر بودن	S6 وجود اشکال ژئومورفولوژیکی متنوع در بخش رودبار قصران
W7 عدم وجود سیستم دفع فاضلاب و نبود سیستم‌های تصفیه فاضلاب	S7 نزدیکی این منطقه به تهران از لحاظ بعد مسافت
W8 ضعف حمل و نقل عمومی و کیفیت پایین اغلب راه‌ها به دلیل کوهستانی بودن منطقه	S8 وجود مراکز خدماتی و پذیرایی به تعداد زیاد در سطح منطقه
W9 عدم اطمینان بخش خصوصی از سرمایه‌گذاری جهت توسعه گردشگری	S9 رایگان بودن بازدید از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی - فرهنگی
W10 هزینه بالای خدمات اقامتگاهی و پذیرایی	S10 وجود جمعیت جوان به عنوان نیروی کار
W11 - عدم رعایت مسائل بهداشتی از سوی گردشگران (تخلیه زباله در سطح رودخانه)	S11 بالا بودن درآمد حاصل از فعالیت‌های گردشگری برای ساکنان بخش
W12 تفاوت فرهنگی ساکنان بومی و گردشگران	S12 وجود جاذبه‌های تاریخی و روستاهای با قابلیت گردشگری و فرهنگ کهن
W13 کمبود مراکز بهداشتی - درمانی و داروخانه و پزشک	S13 فرهنگ و آداب و رسوم مردم بخش به عنوان یک جاذبه
W14 نبود پاسگاه‌های محیط بان و محیط بانان کافی در مناطق حفاظت شده	S14 فرهنگ پذیرش گردشگران از سوی ساکنان بومی
W15 نبود طرح جامع گردشگری که در آن وظایف سازمان‌های دولتی	S15 انتخاب بخش رودبار قصران به عنوان منطقه هدف گردشگری
W16 - عدم هماهنگی در برنامه ریزی و مدیریت محصولات گردشگری	
W17 ساخت و ساز بی رویه و ویلا سازی در حریم رودخانه	
W18 وجود سازمان‌های متعدد مسئول تصمیم گیری در امر گردشگری	

منبع: یافته‌های تحقیق

$$R_{ij} = \text{امتیاز عامل } j \text{ در گروه } i$$

$$S_i = \text{امتیاز پنج بندی لیکرت}$$

$$F_i = \text{فراوانی انتخاب‌ها}$$

گام سوم: تعیین ضریب نرمال شده) هر یک از عوامل خارجی و داخلی:

در این مرحله ضریب نرمال شده هر یک از عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) و داخلی (ضعف‌ها و قوت‌ها) را از طریق رابطه (۲) محاسبه می‌کنیم.

$$Y_{ij} = \frac{R_{ij}}{\sum R_{ij}} \quad \text{رابطه ۲: امتیاز نرمال عوامل}$$

= امتیاز نهایی عامل j از گروه i

گام دوم: تعیین مجموع امتیاز هر یک از عوامل خارجی و داخلی

در این مرحله مجموع امتیاز هر یک از نقاط فرصت و تهدید و قوت و ضعف بر اساس پاسخ‌هایی که در طیف لیست توسط پرسش شوندگان پاسخ داده شده محاسبه می‌شود. طریقه محاسبه مجموع امتیاز هر یک از عوامل خارجی و درونی از طریق رابطه (۱) محاسبه می‌شود.

$$R_{ij} = \sum S_i F_i \quad \text{امتیاز عوامل (رابطه ۱)}$$

حد متوسط و عدد ۱ معنی واکنش ضعیف است (Hangher and Vilan, 2002, 120-122).

گام پنجم: تعیین امتیاز نهایی عوامل خارجی و داخلی و ارزیابی آن

در این مرحله ضریب هر عامل در نمره یا درجه مربوطه ضرب می‌شود تا امتیاز نهایی به دست آید.

سپس همه امتیازهای نهایی عوامل خارجی و داخلی جداگانه جمع زده می‌شوند تا مجموع امتیاز نهایی

عوامل خارجی به دست آید. این نکته را نباید فراموش کرد که هیچ وقت مجموع امتیازهای نهایی

بیشتر از ۴ و کمتر از ۱ نخواهد شد (حکمت نیا، ۱۳۹۰، ۳۱۶). در جداول (۴ و ۵) تجزیه و تحلیل

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و داخلی در هر یک از جوامع مسئولان، گردشگران و بومیان و میانگین

این سه جامعه به تفکیک آورده شده است.

بدیهی است که هر چه مجموع امتیاز عوامل بیشتر باشد ضریب نرمال شده آن عامل نیز افزایش پیدا می‌کند به همین نسب هر چه ضریب نرمال شده هر یک از عوامل بیشتر باشد نشان دهنده اهمیت آن عامل از سوی پاسخ‌گویان و نشان دهنده اهمیت و تأثیر آن عامل بر موفقیت کنونی و آینده بیشتر می‌باشد. این نکته را نباید فراموش کرد که در نهایت مجموع این ضرایب باید ۱ باشد.

گام چهارم: تعیین نمره یا رتبه هر یک از عوامل خارجی و داخلی

در این مرحله به هر یک از عوامل بر اساس پاسخ کنونی و اهمیت آن عامل و با بهره‌گیری از روش

دلفی نمره‌ای از ۴ تا ۱ داده شده که نشان می‌دهد که سیستم به هر یک از عوامل درونی و بیرونی چگونه

پاسخ می‌دهد. عدد ۴ به معنای واکنش بسیار عالی، عدد ۳ واکنش از حد متوسط بالاتر، عدد ۲ واکنش در

جدول ۴: ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی در هر سه نوع جامعه و میانگین آنها

عوامل بیرونی															
میانگین		بومیان				گردشگران				مسئولان				ایعاد	
امتیاز نهایی	امتیاز نرمال شده	امتیاز نهایی	نمره	امتیاز نرمال شده	مجموع امتیاز	امتیاز نهایی	نمره	امتیاز نرمال شده	مجموع امتیاز	امتیاز نهایی	نمره	امتیاز نرمال شده	مجموع امتیاز		
۰.۱۸۳	۰.۰۴۶	۰.۱۸۰	۴	۰.۰۴۵	۱۴۱۰	۰.۱۸۴	۴	۰.۰۴۶	۱۳۶۵	۰.۱۸۴	۴	۰.۰۴۶	۸۸	O1	زیست محیطی
۰.۱۶۷	۰.۰۴۲	۰.۱۶۰	۴	۰.۰۴۰	۱۲۹۳	۰.۱۶۴	۴	۰.۰۴۱	۱۲۰۳	۰.۱۷۶	۴	۰.۰۴۴	۸۵	O2	
۰.۱۴۷	۰.۰۳۷	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۳۵	۱۰۹۵	۰.۱۳۶	۴	۰.۰۳۴	۱۰۰۵	۰.۱۶۴	۴	۰.۰۴۱	۷۷	O3	
۰.۰۹۳	۰.۰۳۱	۰.۰۹۹	۳	۰.۰۲۳	۱۰۴۷	۰.۰۹۴	۳	۰.۰۳۱	۹۱۷	۰.۰۸۷	۳	۰.۰۲۹	۵۵	O4	زیرساختی کابلی
۰.۱۶۴	۰.۰۴۱	۰.۱۶۸	۴	۰.۰۴۲	۱۳۰۳	۰.۱۶۰	۴	۰.۰۴۰	۱۱۷۲	۰.۱۶۴	۴	۰.۰۴۱	۷۶	O5	
۰.۱۰۱	۰.۰۳۴	۰.۱۰۵	۳	۰.۰۳۵	۱۱۲۴	۰.۱۰۸	۳	۰.۰۳۶	۱۰۶۵	۰.۰۹۰	۳	۰.۰۳۰	۵۸	O6	
۰.۰۶۵	۰.۰۳۲	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۳۵	۱۱۱۰	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۳۲	۹۳۱	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۳۰	۵۸	O7	اقتصادی
۰.۱۶۳	۰.۰۴۱	۰.۱۶۴	۴	۰.۰۴۱	۱۲۹۱	۰.۱۵۶	۴	۰.۰۳۹	۱۱۵۳	۰.۱۶۸	۴	۰.۰۴۲	۸۰	O8	
۰.۰۶۴	۰.۰۴۳	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۲۳	۱۰۵۲	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۲۲	۹۶۱	۰.۰۶۲	۲	۰.۰۳۱	۶۰	O9	
۰.۰۶۰	۰.۰۳۰	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۹۴۳	۰.۰۵۶	۲	۰.۰۲۸	۸۲۵	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۳	۶۴	O10	اجتماعی فرهنگی
۰.۰۵۷	۰.۰۲۸	۰.۰۵۲	۲	۰.۰۲۶	۸۵۳	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۸۶۹	۰.۰۶۲	۲	۰.۰۳۱	۵۸	O11	
۰.۱۰۴	۰.۰۳۵	۰.۱۰۵	۳	۰.۰۳۵	۱۱۲۲	۰.۰۹۳	۳	۰.۰۳۱	۹۱۴	۰.۱۱۴	۳	۰.۰۳۸	۷۲	O12	

عوامل بیرونی														ایجاد	
میانگین		بومبان				گردشگران			مسئولان						
امتیاز نهایی	امتیاز نرمال شده	امتیاز نهایی	نمره	امتیاز نرمال شده	مجموع امتیاز	امتیاز نهایی	نمره	امتیاز نرمال شده	مجموع امتیاز	امتیاز نهایی	نمره	امتیاز نرمال شده			مجموع امتیاز
۰.۰۶۵	۰.۰۳۳	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۳	۱۰۵۳	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۳	۹۷۳	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۳۲	۶۱	O13	نهادی
۰.۰۶۷	۰.۰۳۳	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۳	۱۰۶۵	۰.۰۶۲	۲	۰.۰۳۱	۹۳۱	۰.۰۷۲	۲	۰.۰۳۶	۷۰	O14	
۰.۱۷۳	۰.۰۴۳	۰.۱۶۸	۴	۰.۰۴۲	۱۳۲۱	۰.۱۷۶	۴	۰.۰۴۴	۱۳۰۵	۰.۱۷۶	۴	۰.۰۴۴	۸۴	T1	زیست محیطی
۰.۱۵۶	۰.۰۳۹	۰.۱۵۶	۴	۰.۰۳۹	۱۲۱۵	۰.۱۵۶	۴	۰.۰۳۹	۱۱۴۲	۰.۱۵۶	۴	۰.۰۳۹	۷۵	T2	
۰.۱۲۳	۰.۰۴۱	۰.۱۲۳	۳	۰.۰۴۱	۱۲۷۳	۰.۱۳۲	۳	۰.۰۴۴	۱۳۰۵	۰.۱۱۴	۳	۰.۰۳۸	۷۳	T3	
۰.۱۱۴	۰.۰۳۸	۰.۱۱۷	۲	۰.۰۳۹	۱۲۱۵	۰.۱۱۴	۳	۰.۰۳۸	۱۱۲۶	۰.۱۱۱	۳	۰.۰۳۷	۷۰	T4	
۰.۰۷۳	۰.۰۳۷	۰.۰۸۰	۲	۰.۰۴۰	۱۵۸۷	۰.۰۷۶	۲	۰.۰۳۸	۱۱۱۰	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۳۲	۶۲	T5	
۰.۱۱۷	۰.۰۳۹	۰.۱۱۴	۳	۰.۰۳۸	۱۲۰۳	۰.۱۲۳	۳	۰.۰۴۱	۱۲۱۵	۰.۱۱۴	۳	۰.۰۳۸	۷۲	T6	
۰.۰۳۰	۰.۰۳۰	۰.۰۲۹	۱	۰.۰۲۹	۹۳۱	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۱	۹۱۵	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۱	۶۰	T7	
۰.۰۷۶	۰.۰۳۸	۰.۰۷۲	۲	۰.۰۳۶	۱۱۲۵	۰.۰۷۲	۲	۰.۰۳۶	۱۰۵۱	۰.۰۸۴	۲	۰.۰۴۲	۸۰	T8	کالبدی زیر ساختی
۰.۰۳۱	۰.۰۳۱	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۱	۹۹۱	۰.۰۳۲	۱	۰.۰۳۲	۹۳۲	۰.۰۲۹	۱	۰.۰۲۹	۵۵	T9	اقتصادی
۰.۰۶۵	۰.۰۳۲	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۳۲	۱۰۳۵	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۳۵	۱۰۲۱	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۳۰	۵۸	T10	اجتماعی فرهنگی
۰.۰۷۲	۰.۰۳۶	۰.۰۷۲	۲	۰.۰۳۶	۱۱۷۲	۰.۰۷۲	۲	۰.۰۳۶	۱۰۵۲	۰.۰۷۲	۲	۰.۰۳۶	۷۰	T11	
۰.۰۳۲	۰.۰۳۲	۰.۰۳۲	۱	۰.۰۳۲	۱۰۰۸	۰.۰۳۳	۱	۰.۰۳۳	۹۷۵	۰.۰۳۲	۱	۰.۰۳۲	۶۲	T12	
۰.۰۶۸	۰.۰۳۴	۰.۰۶۸	۲	۰.۰۳۴	۱۰۵۱	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۳۵	۱۰۳۳	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۳	۶۴	T13	
۰.۱۰۷	۰.۰۳۶	۰.۱۰۸	۳	۰.۰۳۶	۱۱۲۳	۰.۱۰۵	۳	۰.۰۳۵	۱۰۲۴	۰.۱۰۸	۳	۰.۰۳۶	۶۸	T14	مدیریتی نهادی
۲/۸۳۰		۲/۸۳۳		۱		۲/۷۲۶		۱	۲۹۴۹۰	۲/۷۵۰		۱	۱۹۱۵		مجموع

منبع: یافته‌های تحقیق

رفتن گونه‌های گیاهی و جانوری با میانگین امتیاز نهایی ۰/۱۷۳ به عنوان مهم ترین نقطه تهدید در گروه تهدیدها شناخته شد. در نهایت در این مرحله - میانگین مجموع امتیاز نهایی عوامل خارجی در هر سه نوع جامعه محاسبه گردید که برابر با ۲/۷۳ بوده است

در این قسمت با توجه به میانگین امتیاز نهایی، O1 یعنی وجود آب و هوای مناسب جهت توسعه فعالیت‌های گردشگری طبیعی با میانگین امتیاز نهایی ۰/۱۸۳ در هر سه نوع جامعه به عنوان مهم‌ترین فرصت در بخش رودبار قصران شناخته شد. حال آنکه T1 یعنی آلوده شدن محیط زیست و از بین

جدول ۵: ماتریس ارزیابی عوامل درونی در هر سه نوع جامعه و میانگین آنها

عوامل درونی														ایجاد	
میانگین		مردمان بومی				گردشگران			مسئولان						
امتیاز نهایی	امتیاز نرمال شده	امتیاز نهایی	نمره	امتیاز نرمال شده	مجموع امتیاز	امتیاز نهایی	نمره	امتیاز نرمال شده	مجموع امتیاز	امتیاز نهایی	نمره	امتیاز نرمال شده			مجموع امتیاز
۰.۱۵۳	۰.۰۳۸	۰.۱۴۸	۴	۰.۰۳۷	۱۳۳۵	۰.۱۴۴	۴	۰.۰۳۶	۱۲۶۰	۰.۱۶۸	۴	۰.۰۴۲	۹۴	S1	زیست محیطی
۰.۱۵۲	۰.۰۳۸	۰.۱۵۶	۴	۰.۰۳۹	۱۳۹۵	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۳۵	۱۲۳۳	۰.۱۶۰	۴	۰.۰۴۰	۸۹	S2	
۰.۱۴۳	۰.۰۳۶	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۳۵	۱۲۶۲	۰.۱۳۶	۴	۰.۰۳۴	۱۲۰۱	۰.۱۵۲	۴	۰.۰۳۸	۸۵	S3	
۰.۱۳۱	۰.۰۳۳	۰.۱۲۴	۴	۰.۰۳۱	۱۰۹۵	۰.۱۳۲	۴	۰.۰۳۳	۱۱۵۳	۰.۱۳۶	۴	۰.۰۳۴	۷۶	S4	

عوامل درونی														ابعاد	
میانگین		مردمان بومی				گردشگران				مسئولان					
امتیاز نهایی	امتیاز زرمال شده	امتیاز نهایی	تیمبره	امتیاز زرمال شده	مجموع امتیاز	امتیاز نهایی	تیمبره	امتیاز زرمال شده	مجموع امتیاز	امتیاز نهایی	تیمبره	امتیاز زرمال شده	مجموع امتیاز		
۰.۱۴۵	۰.۰۳۷	۰.۱۴۴	۴	۰.۰۳۶	۱۳۲۱	۰.۱۳۶	۴	۰.۰۳۴	۱۱۸۳	۰.۰۱۵	۴	۰.۰۳۹	۸۶	S5	
۰.۰۴۸	۰.۰۲۴	۰.۰۵۰	۲	۰.۰۲۵	۹۲۷	۰.۰۴۶	۲	۰.۰۲۳	۸۴۱	۰.۰۴۸	۲	۰.۰۲۴	۵۲	S6	
۰.۱۳۲	۰.۰۳۳	۰.۱۳۲	۴	۰.۰۳۳	۱۲۰۱	۰.۱۲۴	۴	۰.۰۳۱	۱۰۸۲	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۳۵	۷۵	S7	
۰.۰۵۸	۰.۰۲۹	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۱۰۵۳	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۱۰۳۴	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۶۵	S8	
۰.۰۵۳	۰.۰۲۷	۰.۰۵۲	۲	۰.۰۲۶	۹۴۵	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۱۰۳۳	۰.۰۴۸	۲	۰.۰۲۴	۵۳	S9	
۰.۰۵۳	۰.۰۲۶	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۲۷	۹۷۵	۰.۰۵۶	۲	۰.۰۲۸	۹۷۵	۰.۰۴۸	۲	۰.۰۲۴	۵۴	S10	
۰.۰۹۵	۰.۰۳۲	۰.۰۸۷	۳	۰.۰۲۹	۱۰۵۲	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۳۲	۱۱۲۴	۰.۱۰۲	۳	۰.۰۳۴	۷۵	S11	
۰.۰۸۶	۰.۰۲۹	۰.۰۸۱	۳	۰.۰۲۷	۹۷۵	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۳۲	۱۰۲۱	۰.۰۸۱	۳	۰.۰۲۷	۶۰	S12	
۰.۰۴۷	۰.۰۲۳	۰.۰۴۶	۲	۰.۰۲۳	۸۲۴	۰.۰۴۶	۲	۰.۰۲۳	۸۴۰	۰.۰۴۸	۲	۰.۰۲۴	۵۴	S13	
۰.۰۵۳	۰.۰۲۶	۰.۰۵۰	۲	۰.۰۲۵	۹۱۵	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۲۷	۹۶۳	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۲۷	۶۰	S14	
۰.۱۳۶	۰.۰۳۴	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۳۵	۱۲۴۵	۰.۱۳۲	۴	۰.۰۳۳	۱۱۷۱	۰.۱۳۶	۴	۰.۰۳۴	۷۵	S15	
۰.۱۵۳	۰.۰۳۳	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۳۵	۱۲۷۳	۰.۱۲۴	۴	۰.۰۳۱	۱۰۹۵	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۳۵	۷۷	W1	
۰.۰۹۸	۰.۰۳۳	۰.۰۹۹	۳	۰.۰۳۳	۱۲۰۳	۰.۰۹۳	۳	۰.۰۳۱	۱۰۷۹	۰.۱۰۲	۳	۰.۰۳۴	۷۴	W2	
۰.۰۴۸	۰.۰۲۴	۰.۰۵۰	۲	۰.۰۲۵	۹۱۵	۰.۰۴۶	۲	۰.۰۲۳	۸۴۱	۰.۰۴۸	۲	۰.۰۲۴	۵۱	W3	
۰.۱۰۴	۰.۰۳۵	۰.۱۰۸	۳	۰.۰۳۶	۱۲۹۱	۰.۰۹۹	۳	۰.۰۳۳	۱۱۵۳	۰.۱۰۵	۳	۰.۰۳۵	۷۹	W4	
۰.۰۹۳	۰.۰۳۱	۰.۰۹۰	۳	۰.۰۳۰	۱۰۹۷	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۳۲	۱۱۱۰	۰.۰۹۳	۳	۰.۰۳۱	۷۰	W5	
۰.۰۶۵	۰.۰۳۲	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۳	۱۱۸۹	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۲	۱۱۲۵	۰.۰۶۲	۲	۰.۰۳۱	۷۰	W6	
۰.۰۶۰	۰.۰۳۰	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۱۰۶۵	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۳۲	۱۱۲۷	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۶۵	W7	
۰.۰۵۷	۰.۰۲۸	۰.۰۵۶	۲	۰.۰۲۸	۱۰۳۶	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۱۰۳۵	۰.۰۵۶	۲	۰.۰۲۸	۶۲	W8	
۰.۰۲۸	۰.۰۲۹	۰.۰۲۸	۱	۰.۰۲۸	۱۰۳۶	۰.۰۳۰	۱	۰.۰۳۰	۱۰۵۳	۰.۰۲۵	۲	۰.۰۲۵	۵۵	W9	
۰.۰۲۸	۰.۰۲۸	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۱	۱۱۱۲	۰.۰۳۰	۱	۰.۰۳۰	۱۰۶۳	۰.۰۲۳	۲	۰.۰۲۳	۵۰	W10	
۰.۰۹۰	۰.۰۳۰	۰.۰۹۳	۳	۰.۰۳۱	۱۱۷۱	۰.۰۹۳	۳	۰.۰۳۱	۱۰۹۷	۰.۰۸۴	۳	۰.۰۲۸	۶۲	W11	
۰.۰۲۸	۰.۰۲۸	۰.۰۳۰	۱	۰.۰۳۰	۱۰۸۲	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۹۴۷	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۶۱	W12	
۰.۰۵۹	۰.۰۳۰	۰.۰۶۲	۲	۰.۰۳۱	۱۱۲۵	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۱۰۳۵	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۶۴	W13	
۰.۰۵۷	۰.۰۲۸	۰.۰۵۶	۲	۰.۰۲۸	۱۰۰۷	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۳۰	۱۰۳۸	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۲۷	۶۱	W14	
۰.۰۶۲	۰.۰۳۱	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۱۰۶۵	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۳	۱۱۵۵	۰.۰۶۲	۲	۰.۰۳۱	۷۰	W15	
۰.۰۵۹	۰.۰۲۹	۰.۰۶۲	۲	۰.۰۳۱	۱۱۴۳	۰.۰۵۶	۲	۰.۰۲۸	۹۷۳	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۶۵	W16	
۰.۰۹۴	۰.۰۳۱	۰.۰۹۰	۳	۰.۰۳۰	۱۱۱۰	۰.۰۹۹	۳	۰.۰۳۳	۱۱۵۵	۰.۰۹۳	۳	۰.۰۳۱	۷۰	W17	
۰.۰۲۷	۰.۰۲۷	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۹۷۵	۰.۰۲۷	۱	۰.۰۲۷	۹۶۱	۰.۰۲۸	۱	۰.۰۲۸	۶۳	W18	
۲/۷۵۰	۱	۳/۱۸۰		۱	۳۶۴۵	۲/۳۷۸		۱	۳۵۰۹۹	۲/۷۱۱		۱	۱۹۱۵	مجموع	

منبع: یافته‌های تحقیق

مجموعه عوامل درونی شناخته شد. در گروه ضعف‌ها W1 نیز یعنی نبود طرح جامع گردشگری که در آن وظایف سازمان‌های دولتی مشخص شود با میانگین امتیاز نهایی ۰/۱۵۳ به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف شناخته شد. در نهایت در این مرحله میانگین

در این مرحله S1 یعنی وجود جاذبه‌های طبیعی ویژه (آبشار، جنگلهای متراکم، رودخانه‌ها و دره‌های زیبا و گونه‌های گیاهی و جانوری) با میانگین امتیاز نهایی ۰/۱۵۳ در هر سه جامع به عنوان مهم‌ترین نقطه قوت و موثرترین عامل در موفقیت سیستم در

مجموع امتیاز نهایی عوامل درونی در هر سه نوع جامعه محاسبه می‌گردد که برابر با ۲/۷۵ است.

۲-۲ مرحله دوم: مرحله تطبیق

مرحله تطبیق شامل دو مرحله است. ابتدا مرحله تدوین راهبردهای اولیه از طریق ماتریس SWOT انجام می‌شود و سپس مرحله انتخاب راهبردهای با اهمیت‌تر، از طریق ماتریس داخلی و خارجی صورت می‌گیرد.

۲-۲-۱ تشکیل ماتریس SWOT (تدوین راهبردها)

در این مرحله عوامل خارجی و داخلی در ماتریس SWOT با یکدیگر مقایسه می‌شوند تا راهبردهای امکان پذیر تدوین گردد. در حقیقت از این روش به عنوان ابزاری جهت ارائه راهبردهای مناسب استفاده می‌گردد. راهبردهای توسعه گردشگری رودبار قصران طی دو گام تدوین می‌گردند.

گام اول: تعیین فرصت‌ها و تهدیدها و نقاط ضعف و قوت موجود

در این گام فرصت‌ها و تهدیدها و قوت‌ها و ضعف‌های شناسایی شده در زمینه توسعه گردشگری بخش رودبار قصران در سطرهای ماتریس SWOT قرار می‌گیرند.

گام دوم: تدوین راهبردهای SO, WO, ST, WT

در این گام نقاط قوت و فرصت‌ها، نقاط ضعف و فرصت‌ها، نقاط قوت و تهدیدها و نقاط ضعف و

تهدیدها با یکدیگر مقایسه می‌شوند. به عبارت دیگر در هر مرحله دو عامل با هم مقایسه می‌شوند.

راهبردهای تهاجمی/رقابتی (SO)

این راهبرد، حاکی از حرکت به یک وضعیت ایده‌آل است که به اتکاء آن می‌توان از تمامی نقاط مثبت برای به حداکثر رساندن فرصت‌ها استفاده نمود.

راهبردهای تنوع (ST)

در راهبرد ST که بر نقاط قوت و تهدیدها متمرکز است. در این راهبرد تلاش می‌شود تا با استفاده از نقاط قوت اثرات تهدیدهای موجود را کاهش داده یا آن‌ها را از بین ببرند.

راهبردهای بازنگری (WO)

در این راهبرد به دلیل داشتن ضعف داخلی منطقه نتوانسته است از فرصت‌های بدست آمده بهره‌برداری نماید. هدف این راهبرد بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در محیط داخلی برای بهبود بخشیدن به نقاط ضعف داخلی می‌باشد.

راهبردهای تدافعی (WT)

این راهبرد تلاش دارد تا نقاط ضعف و تهدیدها را به حداقل برساند. این حالت که نگران‌کننده‌ترین وضعیت است، نیاز شدیدی به ارزیابی مجدد و اصلاح ساختار احساس می‌شود (فرد آر، ۱۳۸۸: ۳۶۴-۳۶۶ و گلکار، ۱۳۸۴: ۵۳) جدول (۶)

جدول ۶: راهبردهای توسعه گردشگری بخش رودبار قصران

استراتژی‌های رقابتی/تهاجمی (SO)	استراتژی بازنگری (WO)
SO1- بهره‌وری و استفاده هر چه بیشتر از منابع و جاذبه‌های زیست محیطی موجود مانند چشم‌اندازها، فضاها، سبز، ارتفاعات و رودخانه‌ها به منظور کسب درآمد بیشتر (S1-S2-S3-S4-S5-S15-O1-O2-O4-O5-O9)	WO1- سرمایه گذاری بخش خصوصی در جهت ایجاد مکان‌ها و امکانات اقامتی ساده و ارزان قیمت و سازگار با محیط زیست و منابع طبیعی (W5-W10-O7-O8)
SO2- گسترش تفریحات و ورزش‌های زمستانی (S4-S5-S15-O1-O5)	WO2- تدوین و بهره‌گیری از نهادها، قوانین و مقررات و طرح‌های حمایتی در جهت توسعه تجهیزات ارتباطی و توسعه زیر ساخت‌های تفریحی و ورزشی (W4-W8-W15-O3-O4-O5-O9-O10)
SO3- حفاظت، گسترش و توسعه جاذبه‌های طبیعت گردی به عنوان بستر اصلی گردشگری بخش رودبار قصران برای افزایش مدت اقامت گردشگران (S1-S2-S3-S4-S5-S15-O1-O2-O4-O8-O9)	WO3- ایجاد هماهنگی و همکاری میان سازمان‌های ذی‌ربط جهت ساماندهی وضعیت گردشگری (W15-W16-W18-O9-O12)
SO4- استفاده از قابلیت‌ها و پتانسیل‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی بخش رودبار قصران جهت به وجود آورد فرصت‌های جدید شغلی و افزایش سطح درآمد بومیان (S1-S2-S3-S4-S5-S11-S12-S13-S15-O1-O2-O6-O8)	WO4- آموزش و فرهنگ سازی مناسب برای ساکنان بومی جهت مشارکت و راهنمایی هر چه بیشتر گردشگران (W13-O10-O14)
SO5- توسعه و گسترش خطوط ارتباطی منطقه و برطرف کردن نارسایی‌های موجود با تاکید بر ساخت دسترسی به مکان‌های گردشگری و بناهای تاریخی و فرهنگی (S6-S12-O3-O4)	WO5- بهره بردن از توانایی‌های مردمی جهت جذب هر چه بیشتر گردشگر (W16-W18-O9-O10-O14)
استراتژی‌های تنوع (ST)	استراتژی‌های تدافعی (WT)
ST1- اعمال سیاست‌هایی جهت بهسازی فضاها، جنگلی و جاذبه‌های تفریحی (S1-S3-S4-S5-T1-T2-T6)	WT1- تدوین قوانین و مقررات خاص جهت جلوگیری از آلودگی، تخریب و از بین رفتن منابع طبیعی (W11-W14-T1-T2-T3-T6)
ST2- تدوین قوانین و مقررات جهت بهره‌وری و استفاده بهتر از آب رودخانه برای بهبود کیفیت جاذبه‌های محیط زیست طبیعی (S1-S2-S3-S4-T1-T3)	WT2- تدوین مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه‌های تاریخی، تفریحی و طبیعی (W11-W14-T1-T2-T3-T6-T11)
ST3- سرمایه گذاری بر روی جاذبه‌های طبیعی از طریق اعمال سیاست‌های احیا در جهت حفظ منابع طبیعی و سیاست بازدارنده تخریب (S1-S3-S4-S9-T1-T2-T6)	WT3- کنترل هزینه‌ها و قیمت‌های مراکز اقامتگاه‌ها، هتل‌ها و محل‌های پذیرایی (W10-T10)
ST4- افزایش بودجه برای توسعه جاذبه‌های گردشگری و تدوین برنامه جامع مدیریت توسعه جهت اجرایی شدن و تحقق توسعه گردشگری (S1-S3-S4-S4-S5-S12-T9-T10)	WT4- توجه به تأثیرها منفی اکوتوریسم و تلاش در جهت به حداقل رساندن این تأثیرها و توسعه پایدار (W11-W14-T1-T2-T3-T4-T6)
ST5- تقویت فعالیت‌های آگاه سازی و تبلیغات در رسانه‌ها و پایگاه‌های اینترنتی درباره مزیت‌های گردشگری بخش رودبار قصران (S1-S3-S4-S5-S12-T7-T12)	WT5- ایجاد تشکیلات و کمیته‌هایی جهت اسکان گردشگران در ایام خاص به خصوص نوروز و تابستان (W5-W10-T9-T10)

منبع: یافته‌های تحقیق

بعد اصلی است. جمع امتیازهای نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی بر روی محور Xها و جمع امتیازهای نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی بر روی محور Yها نمایش داده می‌شود. نقطه تلاقی جمع امتیازهای عوامل خارجی و داخلی بر روی محور Xها و Yها تعیین کننده موقعیت گردشگری رودبار قصران در ماتریس داخلی و خارجی است. ماتریس داخلی و خارجی بخش‌های مختلف سیستم

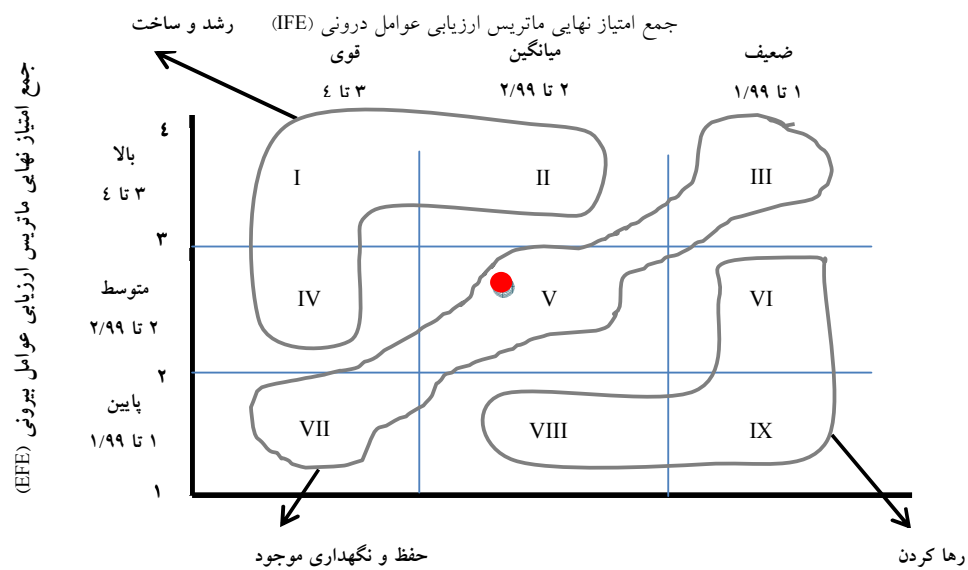
۲-۲-۲- تشکیل ماتریس داخلی و خارجی (IE)

پس از تدوین راهبردهای اولیه راهبردهای با اهمیت- تر از میان راهبردهای اولیه انتخاب می‌گردد. این فرایند در دو گام بدین شرح صورت می‌پذیرد. گام اول: تشکیل ماتریس داخلی و خارجی و تعیین موقعیت گردشگری بخش رودبار قصران از این ماتریس برای تعیین وضعیت کلی راهبردها استفاده می‌شود. ماتریس داخلی و خارجی دارای دو

از سیستم که در خانه‌های ۳، ۵ یا ۷ (III, V, VII) قرار می‌گیرند باید راهبردهایی را به اجرا درآورد که هدف «حفظ و نگهداری وضع موجود» باشد. برای واحدهایی که در خانه‌های ۶، ۸ یا ۹ (VI, VIII, IX) قرار می‌گیرند، باید راهبردهای «رها کردن» را به اجرا درآورد شکل (۳).

را در ۹ خانه قرار می‌دهد و آن‌ها را به صورت نمودار ارائه می‌نماید. این ماتریس را می‌توان به سه ناحیه عمده تقسیم کرد و برای هر یک از آن‌ها راهبردهای متفاوتی استفاده نمود. نخست، برای بخش‌هایی که در خانه‌های ۱، ۲، ۴ (I, II, IV) قرار می‌گیرند می‌توان راهبردهایی را به اجرا درآورد که موجب «رشد و شناخت» شود. دوم برای واحدهایی

شکل ۳: امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل درونی و بیرونی



نقاط قوت در رودبار قصران است. با توجه به اینکه منابع و جاذبه‌های گردشگری بخش رودبار قصران در موقعیت مناسبی قرار گرفته‌اند و در میان عوامل داخلی جزو نقاط قوت در میان سایر عوامل داخلی ارزیابی گردیده‌اند، در اولویت اول از استراتژی‌های بازنگری WO و در اولویت دوم بایستی از استراتژی‌های تهاجمی/رقابتی (SO) استفاده نمود. سایر راهبردها در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند.

۲-۳ مرحله سوم: مرحله تصمیم گیری

۲-۳-۱ ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (qspm) علاوه بر استراتژی‌هایی که با تعیین اولویت مشخص می‌شوند، یک روش تحلیلی دیگر هم وجود دارد که

اعداد حاصل از جمع امتیازهای نهایی ماتریس ارزیابی عوامل درونی و بیرونی که به ترتیب ۲/۷۵ و ۲/۷۳ است، نشان می‌دهد که عوامل مورد مطالعه در ناحیه دوم و در خانه پنجم (V) قرار می‌گیرد؛ که نشان دهنده این است که رودبار قصران به لحاظ گردشگری در وضعیت متوسط قرار دارد.

گام دوم: تعیین راهبردهای با اهمیت‌تر

پس از تدوین استراتژی‌های اولیه، استراتژی با اهمیت‌تر از میان استراتژی‌های اولیه انتخاب گردید. مشخص شدن وضعیت و موقعیت گردشگری منطقه در ماتریس داخلی و خارجی تعیین کننده راهبردهای قابل قبول‌تر و با اهمیت‌تر برای بهره‌برداری مناسب از

دارند، بررسی نمود. نمره جذابیت^۱ از ۱ تا ۴ داده می‌شود. این نمره بیانگر میزان اثربخشی راهبردهای کنونی در نشان دادن واکنش نسبت به عوامل مزبور است. عدد ۴ به معنی واکنش بسیار عالی، ۳ واکنش از حد متوسط به بالا، ۲ واکنش در حد متوسط و ۱ به معنی واکنش ضعیف است. چنانچه عاملی هیچ نقش مهمی در موفقیت راهبردها نداشته باشد به آن نمره‌ای داده نمی‌شود.

گام چهارم: محاسبه جمع امتیاز جذابیت راهبردها در این مرحله نمره‌های تعیین شده در در ضریب عامل مربوطه ضرب تا جمع امتیاز جذابیت^۲ به دست آید. جمع امتیازهای جذابیت نشان دهنده جذابیت نسبی هر یک از راهبردها است. هر چه جمع امتیازهای جذابیت بیشتر باشد، راهبردهای مورد بحث دارای جذابیت بیشتری خواهد بود. اگر امتیاز جذابیت به ۴ نزدیک‌تر باشد بدین معنی است که راهبردهای در نظر گرفته جهت توسعه گردشگری بسیار عالی بوده و اگر به ۱ نزدیک‌تر باشد به معنی ضعیف بودن راهبردهای در نظر گرفته می‌باشد.

گام پنجم: محاسبه امتیاز جذابیت نهایی راهبردها از جمع امتیازهای جذابیت هر ستون جدول برنامه‌ریزی کمی راهبردی، امتیاز جذابیت نهایی هر یک از استراتژی‌ها به دست می‌آید و بدین ترتیب راهبردهای جذاب‌تر را نشان می‌دهد. در واقع امتیاز جذابیت بیشتر، نشان دهنده مطلوبیت بیشتر آن راهبرد است. این نکته را باید مد نظر قرار داد که هیچ گاه جمع نهایی امتیاز جذابیت (Sum Total

بدان وسیله جذابیت نسبی استراتژی را مشخص می‌نمایند. این روش را ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی می‌نامند و به عنوان یک چارچوب تحلیلی مورد استفاده قرار می‌گیرد. با استفاده از این روش می‌توان به صورت عینی استراتژی‌های گوناگون که در زمره بهترین استراتژی‌ها مشخص نمود. برای ارائه ماتریس ارزیابی استراتژیک کمی باید ۶ گام، به این شرح را طی نمود.

گام اول: تشکیل ماتریس برنامه ریزی راهبردی کمی در اولین گام، عوامل داخلی و خارجی را در سمت راست ماتریس، و راهبردهایی که از طریق ماتریس SWOT به دست آمده‌اند، در بالای ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی، فهرست می‌شوند. در این پژوهش ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی برای ارزیابی میزان مقبولیت راهکارهای پیشنهادی در مواجهه با شرایط زیست محیطی، کالبدی- زیرساختی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و مدیریتی - نهادی است.

گام دوم: تعیین ضریب عوامل داخلی و خارجی در این مرحله به هر یک از عوامل درونی و بیرونی که در موفقیت توسعه گردشگری نقش عمده دارند و در ستون سمت راست ذکر شده ضریب داده می‌شود؛ این ضریب همان ضریبی است که در مرحله ماتریس ارزیابی عوامل درونی و بیرونی به دست آمده بود.

گام سوم: تعیین امتیاز جذابیت راهبردها در این مرحله از گروه دلفی خواسته شد تا مقادیر عددی برای نشان دادن جذابیت هر راهبرد را نشان دهد. برای تعیین امتیاز جذابیت باید عوامل داخلی و خارجی را که در توسعه گردشگری نقش عمده‌ای

^۱ -Attractiveness Scores (AS)

^۲ -Total Attractiveness Scores (TAS)

اولویت‌بندی راهبردها در جدول (۷) نشان داده شده از ۱ نمی‌رسد. نتیجه حاصل از ماتریس برای (Attractiveness Scores (STAS) به بیش از ۴ و کمتر است.

جدول ۷: ماتریس ارزیابی برنامه‌ریزی راهبردی کمی توسعه گردشگری بخش رودبار قصران

راهبردهای توسعه گردشگری											
So5	So4		So3		So2		So1		رتبه اولویت	رتبه جذابیت	
جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت			امتیاز جذابیت
۰.۰۷۶	۲	۰.۱۵۲	۴	۰.۱۵۲	۴	۰.۱۱۴	۳	۰.۱۵۲	۴	۰.۰۳۸	S1
۰.۰۷۶	۲	۰.۱۵۲	۴	۰.۱۵۲	۴	۰.۱۱۴	۳	۰.۱۵۲	۴	۰.۰۳۸	S2
۰.۰۷۲	۲	۰.۱۴۴	۴	۰.۱۴۴	۴	۰.۱۰۸	۳	۰.۱۴۴	۴	۰.۰۳۶	S3
۰.۰۶۶	۲	۰.۱۳۲	۴	۰.۱۳۲	۴	۰.۱۳۲	۴	۰.۱۳۲	۴	۰.۰۳۳	S4
۰.۰۷۴	۲	۰.۱۴۸	۴	۰.۱۴۸	۴	۰.۱۴۸	۴	۰.۱۴۸	۴	۰.۰۳۷	S5
۰	۰	۰.۰۷۲	۳	۰.۰۷۲	۳	۰	۰	۰.۰۷۲	۳	۰.۰۲۴	S6
۰.۱۳۲	۴	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۳	S7
۰.۰۲۹	۱	۰	۰	۰.۰۵۸	۲	۰	۰	۰	۰	۰.۰۲۹	S8
۰.۰۵۴	۲	۰.۰۸۱	۳	۰.۰۸۱	۳	۰	۰	۰.۰۸۱	۳	۰.۰۲۷	S9
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰.۰۲۶	S10
۰.۰۶۴	۲	۰.۱۲۸	۴	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۳۲	S11
۰.۱۱۶	۴	۰.۱۱۶	۴	۰.۰۲۹	۱	۰	۰	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	S12
۰.۰۶۹	۳	۰.۰۹۲	۴	۰.۰۲۳	۱	۰	۰	۰.۰۲۳	۱	۰.۰۲۳	S13
۰.۰۵۲	۲	۰.۰۵۲	۲	۰.۰۷۸	۳	۰.۰۵۲	۲	۰.۰۷۸	۳	۰.۰۲۶	S14
۰.۱۰۲	۳	۰.۱۳۶	۴	۰.۱۳۶	۴	۰.۱۳۶	۴	۰.۱۳۶	۴	۰.۰۳۴	S15
۰.۰۹۲	۲	۰.۱۸۴	۴	۰.۱۸۴	۴	۰.۱۸۴	۴	۰.۱۸۴	۴	۰.۰۴۶	O1
۰.۰۸۴	۲	۰.۱۶۸	۴	۰.۱۶۸	۴	۰.۱۶۸	۴	۰.۱۶۸	۴	۰.۰۴۲	O2
۰.۱۴۸	۴	۰.۰۷۴	۲	۰.۰۷۴	۲	۰.۱۱۱	۳	۰	۰	۰.۰۳۷	O3
۰.۱۲۴	۴	۰.۱۲۴	۴	۰.۱۲۴	۴	۰.۰۶۲	۲	۰.۱۲۴	۴	۰.۰۳۱	O4
۰.۰۸۲	۲	۰.۱۶۴	۴	۰.۱۶۴	۴	۰.۱۶۴	۴	۰.۱۶۴	۴	۰.۰۴۱	O5
۰	۰	۰.۱۳۲	۴	۰.۰۶۸	۲	۰	۰	۰	۰	۰.۰۳۴	O6
۰	۰	۰.۰۳۲	۱	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۳۲	۱	۰	۰	۰.۰۳۲	O7
۰.۰۸۲	۲	۰.۱۶۴	۴	۰.۱۶۴	۴	۰.۰۸۲	۲	۰.۱۲۳	۳	۰.۰۴۱	O8
۰.۰۸۶	۲	۰.۰۸۶	۲	۰.۱۷۲	۴	۰.۰۸۶	۲	۰.۱۷۲	۴	۰.۰۴۳	O9
۰.۰۳۰	۱	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۹۰	۳	۰.۰۳۰	۱	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۳۰	O10
۰.۰۵۶	۲	۰.۰۸۴	۳	۰	۰	۰	۰	۰.۰۲۸	۱	۰.۰۲۸	O11
۰.۰۷۰	۲	۰.۱۰۵	۳	۰.۱۴۰	۴	۰.۱۴۰	۴	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۳۵	O12
۰.۰۳۳	۱	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۹۹	۳	۰.۰۳۳	۱	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۳	O13
۰.۰۲۸	۱	۰.۰۹۹	۳	۰.۰۹۹	۳	۰.۰۳۳	۱	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۳	O14
۱/۸۴	-	۳/۰۱	-	۳/۰۱	-	۲/۰۶	-	۲/۶۱	-		مجموع

ادامه جدول ۷: ماتریس ارزیابی برنامه‌ریزی راهبردی کمی توسعه گردشگری بخش رودبار قصران

راهبردهای توسعه گردشگری

WO5		WO4		WO3		WO2		WO1		مجموع امتیاز جذابیت	رتبه
جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت		
۰	۰	۰.۰۳۳	۱	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۹۹	۳	۰	۰	۰.۰۳۳	W1
۰	۰	۰.۰۳۳	۱	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۶۶	۲	۰	۰	۰.۰۳۳	W2
۰	۰	۰.۰۲۴	۱	۰.۰۴۸	۲	۰.۰۲۴	۱	۰	۰	۰.۰۲۴	W3
۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۶۲	۲	۰.۰۳۱	۱	۰.۱۲۴	۴	۰.۰۳۱	W4
۰.۰۳۵	۱	۰	۰	۰.۱۰۵	۳	۰.۱۴۰	۴	۰.۰۷۰	۲	۰.۰۳۵	W5
۰.۰۳۲	۱	۰	۰	۰.۰۹۶	۳	۰	۰	۰.۰۳۲	۱	۰.۰۳۲	W6
۰.۰۳۰	۱	۰	۰	۰.۰۹۰	۳	۰	۰	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۳۰	W7
۰.۰۲۸	۱	۰	۰	۰.۰۸۴	۳	۰.۱۱۲	۴	۰.۰۸۴	۳	۰.۰۲۸	W8
۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	۱	۰.۰۲۹	۱	۰.۰۲۹	۱	۰.۱۱۶	۴	۰.۰۲۹	W9
۰.۰۲۸	۱	۰	۰	۰.۰۵۶	۲	۰.۰۲۸	۱	۰.۱۱۲	۴	۰.۰۲۸	W10
۰	۰	۰.۰۹۰	۳	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۳۰	۱	۰.۰۹۰	۳	۰.۰۳۰	W11
۰	۰	۰.۰۳۰	۱	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۳۰	۱	۰.۰۳۰	۱	۰.۰۳۰	W12
۰.۰۸۴	۳	۰.۱۱۲	۴	۰	۰	۰.۰۲۸	۱	۰.۰۵۶	۲	۰.۰۲۸	W13
۰.۰۲۸	۱	۰.۰۸۴	۳	۰.۰۸۴	۳	۰.۰۵۶	۲	۰.۰۵۶	۲	۰.۰۲۸	W14
۰.۰۶۲	۲	۰.۰۹۳	۳	۰.۱۲۴	۴	۰.۱۵۲	۴	۰.۰۹۳	۳	۰.۰۳۱	W15
۰.۱۱۶	۴	۰.۰۸۷	۳	۰.۱۱۶	۴	۰.۰۸۷	۳	۰.۰۸۷	۳	۰.۰۲۹	W16
۰	۰	۰	۰	۰.۰۹۳	۳	۰.۰۳۱	۱	۰.۱۲۴	۴	۰.۰۳۱	W17
۰.۱۰۸	۴	۰.۰۵۴	۲	۰.۱۱۲	۴	۰.۰۸۱	۳	۰.۰۸۱	۳	۰.۰۲۷	W18
۰.۱۳۸	۳	۰	۰	۰.۱۳۸	۳	۰.۰۹۲	۲	۰.۱۸۴	۴	۰.۰۴۶	O1
۰.۰۸۴	۲	۰	۰	۰.۱۲۶	۳	۰.۰۸۴	۲	۰.۱۲۶	۳	۰.۰۴۲	O2
۰.۰۷۴	۲	۰	۰	۰.۰۷۴	۲	۰.۱۴۸	۴	۰.۱۱۱	۳	۰.۰۳۷	O3
۰.۰۹۳	۳	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۹۳	۳	۰.۱۲۴	۴	۰.۰۶۲	۲	۰.۰۳۱	O4
۰.۰۸۲	۲	۰	۰	۰.۱۲۳	۳	۰.۱۶۴	۴	۰.۰۸۲	۲	۰.۰۴۱	O5
۰.۰۳۴	۱	۰	۰	۰	۰	۰.۰۳۴	۱	۰	۰	۰.۰۳۴	O6
۰.۰۶۴	۲	۰.۰۳۲	۱	۰	۰	۰.۰۳۲	۱	۰.۱۲۸	۴	۰.۰۳۲	O7
۰.۱۳۲	۳	۰.۰۸۲	۲	۰.۱۲۳	۳	۰.۱۲۴	۳	۰.۱۶۴	۴	۰.۰۴۱	O8
۰.۱۷۲	۴	۰.۱۲۹	۳	۰.۱۷۲	۴	۰.۱۷۲	۴	۰.۱۲۹	۳	۰.۰۴۳	O9
۰.۱۲۰	۴	۰.۱۲۰	۴	۰.۰۹۰	۳	۰.۱۲۰	۴	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۳۰	O10
۰.۰۲۸	۱	۰.۰۲۸	۱	۰.۰۵۶	۲	۰.۰۲۸	۱	۰	۰	۰.۰۲۸	O11
۰.۰۷۰	۲	۰.۰۷۰	۲	۰.۱۴۰	۴	۰.۱۴۰	۴	۰.۱۰۵	۳	۰.۰۳۵	O12
۰.۰۶۶	۲	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۳	۱	۰.۰۳۳	O13
۰.۱۳۲	۴	۰.۱۳۲	۴	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۳	۱	۰.۰۳۳	O14
۱/۹۲	-	۱/۳۶	-	۲/۶۱	-	۲/۴۱	-	۲/۴۳	-		مجموع

ادامه جدول ۷: ماتریس ارزیابی برنامه‌ریزی راهبردی کمی توسعه گردشگری بخش رودبار قصران

راهبردهای توسعه گردشگری											شماره ردیف	ردیف
ST5		ST4		ST3		ST2		ST1		امتیاز جذابیت		
جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت		جمع امتیاز جذابیت	
۰.۱۵۲	۴	۰.۱۵۲	۴	۰.۱۵۲	۴	۰.۱۵۲	۴	۰.۱۵۷	۴	۰.۰۳۸	S1	
۰.۱۱۴	۳	۰.۱۵۲	۴	۰.۱۵۲	۴	۰.۱۵۲	۴	۰.۱۵۲	۴	۰.۰۳۸	S2	
۰.۱۴۴	۴	۰.۱۴۴	۴	۰.۱۴۴	۴	۰.۱۴۴	۴	۰.۱۴۴	۴	۰.۰۳۶	S3	
۰.۱۳۲	۴	۰.۱۳۲	۴	۰.۱۳۲	۳	۰.۱۳۲	۴	۰.۱۳۲	۴	۰.۰۳۳	S4	
۰.۱۴۸	۴	۰.۱۴۸	۴	۰.۱۱۱	۲	۰.۰۷۴	۲	۰.۱۴۸	۴	۰.۰۳۷	S5	
۰.۰۴۸	۲	۰.۰۴۸	۲	۰.۰۴۸	۰	۰	۰	۰.۰۲۴	۱	۰.۰۲۴	S6	
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰.۰۳۳	۱	۰	۰	۰.۰۳۳	S7	
۰	۰	۰	۰	۰	۴	۰	۰	۰	۰	۰.۰۲۹	S8	
۰.۰۵۴	۲	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۵۴	۰	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۵۴	۲	۰.۰۲۷	S9	
۰	۰	۰	۰	۰	۳	۰	۰	۰	۰	۰.۰۲۶	S10	
۰.۰۹۶	۳	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۹۶	۲	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۳۲	S11	
۰.۰۵۸	۲	۰.۱۱۶	۴	۰.۰۵۸	۱	۰	۰	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۲۹	S12	
۰.۰۲۳	۱	۰.۰۶۹	۳	۰.۰۲۳	۳	۰	۰	۰.۰۴۶	۲	۰.۰۲۳	S13	
۰.۰۷۸	۳	۰.۰۷۸	۳	۰.۰۷۸	۴	۰.۰۷۸	۳	۰.۰۷۸	۳	۰.۰۲۶	S14	
۰.۱۳۶	۴	۰.۱۳۶	۴	۰.۱۳۶	۴	۰.۱۳۶	۴	۰.۱۳۶	۴	۰.۰۳۴	S15	
۰.۰۸۶	۲	۰.۱۲۹	۳	۰.۱۷۲	۴	۰.۱۷۲	۴	۰.۱۷۲	۴	۰.۰۴۳	T1	
۰.۰۷۸	۲	۰.۱۱۷	۳	۰.۱۵۶	۴	۰.۱۵۶	۳	۰.۱۵۶	۴	۰.۰۳۹	T2	
۰.۰۸۲	۲	۰.۰۸۲	۲	۰.۱۲۳	۳	۰.۱۶۴	۴	۰.۱۲۳	۳	۰.۰۴۱	T3	
۰	۰	۰	۰	۰.۰۳۸	۱	۰.۱۱۴	۳	۰.۰۷۶	۲	۰.۰۳۸	T4	
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰.۰۳۷	T5	
۰.۰۷۸	۲	۰.۱۱۷	۳	۰.۱۵۶	۴	۰.۱۱۷	۳	۰.۱۵۶	۴	۰.۰۳۹	T6	
۰.۱۲۰	۴	۰.۰۳۰	۱	۰.۰۳۰	۱	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۳۰	۱	۰.۰۳۰	T7	
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰.۰۲۸	T8	
۰	۰	۰.۱۲۴	۴	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۳۱	۱	۰	۰	۰.۰۳۱	T9	
۰.۰۶۴	۲	۰.۱۲۸	۴	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۳۲	T10	
۰	۰	۰.۰۷۲	۲	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰.۰۳۶	T11	
۰.۱۲۸	۴	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۳۲	T12	
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰.۰۳۴	T13	
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰.۰۳۶	T14	
۲/۱۷		۲/۱۹		۲/۰۵		۲/۰۲		۲/۰۶	-			

ادامه جدول ۷: ماتریس ارزیابی برنامه‌ریزی راهبردی کمی توسعه گردشگری بخش رودبار قصران

راهبردهای توسعه گردشگری										مجموع امتیاز	رتبه
WT5		WT4		WT3		WT2		WT1			
جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت		
۰.۰۳۳	۱	۰.۰۳۳	۱	۰	۰	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۳	۱	۰.۰۳۳	W1
۰.۰۳۳	۱	۰.۰۳۳	۱	۰	۰	۰.۰۶۶	۲	۰.۰۳۳	۱	۰.۰۳۳	W2
۰.۰۴۸	۲	۰.۰۴۸	۲	۰	۰	۰.۰۲۴	۱	۰.۰۲۴	۱	۰.۰۲۴	W3
۰.۱۲۴	۴	۰.۰۶۲	۲	۰.۱۲۴	۴	۰	۰	۰	۰	۰.۰۳۱	W4
۰.۰۷۰	۲	۰.۰۳۵	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰.۰۳۵	W5
۰.۰۶۴	۲	۰.۰۳۲	۱	۰.۰۳۲	۱	۰	۰	۰.۰۳۲	۱	۰.۰۳۲	W6
۰.۰۶۰	۲	۰.۰۳۰	۱	۰.۰۳۰	۱	۰	۰	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۳۰	W7
۰.۰۲۸	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰.۰۲۸	W8
۰.۰۵۸	۲	۰	۰	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۵۸	۲	۰	۰	۰.۰۲۹	W9
۰.۱۱۲	۴	۰.۰۲۸	۱	۰.۱۱۲	۴	۰	۰	۰	۰	۰.۰۲۸	W10
۰.۰۶۰	۲	۰.۱۲۰	۴	۰	۰	۰.۱۲۰	۴	۰.۱۲۰	۴	۰.۰۳۰	W11
۰.۰۳۰	۱	۰.۰۶۰	۲	۰	۰	۰	۰	۰.۰۳۰	۱	۰.۰۳۰	W12
۰.۰۲۸	۱	۰.۰۵۶	۲	۰	۰	۰	۰	۰.۰۵۶	۲	۰.۰۲۸	W13
۰.۰۵۸	۲	۰.۱۱۲	۴	۰	۰	۰.۱۱۲	۴	۰.۱۱۲	۴	۰.۰۲۸	W14
۰.۰۹۳	۳	۰.۰۹۳	۳	۰.۰۶۲	۲	۰.۰۹۳	۳	۰.۱۲۴	۴	۰.۰۳۱	W15
۰.۰۸۷	۳	۰.۰۸۷	۳	۰.۰۵۸	۲	۰.۰۸۷	۳	۰.۰۸۷	۳	۰.۰۲۹	W16
۰.۰۹۳	۳	۰.۰۹۳	۳	۰.۰۶۲	۲	۰.۰۶۲	۲	۰.۰۹۳	۳	۰.۰۳۱	W17
۰.۰۸۱	۳	۰.۰۸۱	۳	۰.۰۵۴	۲	۰.۱۰۸	۴	۰.۱۰۸	۴	۰.۰۲۷	W18
۰.۰۸۶	۲	۰.۱۷۲	۴	۰.۰۴۳	۱	۰.۱۷۲	۴	۰.۱۷۲	۴	۰.۰۴۳	T1
۰.۰۷۸	۲	۰.۱۵۶	۴	۰.۰۳۹	۱	۰.۱۵۶	۴	۰.۱۵۶	۴	۰.۰۳۹	T2
۰.۰۸۲	۲	۰.۱۶۴	۴	۰.۰۴۱	۱	۰.۱۶۴	۴	۰.۱۶۴	۴	۰.۰۴۱	T3
۰.۰۳۸	۱	۰.۱۵۲	۴	۰.۰۳۸	۱	۰.۰۷۸	۲	۰.۱۱۴	۳	۰.۰۳۸	T4
۰.۰۷۴	۲	۰.۱۱۱	۳	۰.۰۷۴	۲	۰.۰۷۴	۲	۰.۰۳۷	۱	۰.۰۳۷	T5
۰.۰۷۸	۲	۰.۱۵۶	۴	۰.۰۳۹	۱	۰.۱۵۶	۴	۰.۱۵۶	۴	۰.۰۳۹	T6
۰.۰۳۰	۱	۰	۰	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۶۰	۲	۰.۰۳۰	T7
۰.۰۳۸	۱	۰.۰۳۸	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۲	۰.۰۲۸	T8
۰.۱۲۴	۴	۰.۰۳۱	۱	۰.۰۶۲	۲	۰	۰	۰	۲	۰.۰۳۱	T9
۰.۱۲۸	۴	۰.۰۶۴	۲	۰.۱۲۸	۴	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۹۶	۳	۰.۰۳۲	T10
۰	۰	۰.۱۰۸	۳	۰	۰	۰.۱۴۴	۴	۰	۰	۰.۰۳۶	T11
۰.۰۳۲	۱	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۶۴	۲	۰.۰۳۲	T12
۰	۰	۰.۱۰۲	۳	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰.۰۳۴	T13
۰	۰	۰.۰۳۶	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰.۰۳۶	T14
۱.۹۹	-	۲/۳۹	-	۱/۲۱	-	۱/۹۶	-	۱/۹۶	-		مجموع

یافته‌های تحقیق

گام ششم: اولویت بندی نهایی راهبردها

با مقایسه جمع مجموع نمره‌های جذابیت هر یک از راهبردها بر اساس جدول ۶، آن‌ها را بر مبنای اولویت به ترتیب از نمره جذابیت بالا به نمره جذابیت پایین و با توجه به یک بازه زمانی قابل تعریف، برای توسعه گردشگری به سه دسته تقسیم بندی نموده و بایستی هر راهبردها را با توجه به تقدم اولویتشان به اجرا درآورد.

اولویت اول: WO1 - WO2 - WO3 - WO4 - WO5
 اولویت دوم: ST1 - ST2 - ST3 - ST4 - ST5 - WT4
 اولویت سوم: SO2 - SO3 - SO4 - WT1 - WT2 - WT3 - WT5

به طور کل در این مرحله راهبردهای بازنگری WO1 با مجموع امتیاز جذابیت ۲/۴۳ و WO2 با مجموع امتیاز جذابیت ۲/۴۱ و WO3 با مجموع امتیاز جذابیت ۲/۶۱ در اولویت اول قرار گرفتند. بعد از راهبرد بازنگری راهبرد تهاجمی/رقابتی SO1 با مجموع امتیاز جذابیت ۲/۶۱ و SO3 و SO4 هر دو با مجموع امتیاز جذابیت ۳/۰۱ و بالاترین مجموع امتیاز جذابیت در میان راهبردها به همراه راهبردهای بازنگری ذکر شده در اولویت اول اجرایی قرار گرفتند. حال آنکه WT3 با مجموع امتیاز جذابیت ۱/۲۱ به عنوان کم‌اهمیت‌ترین راهبرد در اولویت سوم قرار گرفته است. مابقی راهبردها نیز در اولویت‌های دوم و سوم قرار گرفتند.

نتیجه گیری

راهبرد مناسب برای توسعه گردشگری با توجه به نوع مسئله و اهداف موضوع متفاوت است. به همین دلیل

برای ارایه راهبرد و راهبردهای مناسب باید به بررسی مسئله و سوالات پژوهش و شناخت ابعاد آن پرداخت. علاوه بر این بایستی به شناسایی عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) و عوامل داخلی (ضعف‌ها و قوت‌ها) و شناخت وضعیت گردشگری منطقه پرداخت. مجموعه این عوامل به همراه قابلیت‌های گردشگری بخش رودبار قصران و سیاست‌ها و امکانات خاص موجود می‌توانند در انتخاب راهبردهای توسعه گردشگری موثر واقع گردد. در این پژوهش برای ارایه راهبردهای توسعه گردشگری از چارچوبی سه مرحله‌ای شامل مرحله ورودی، مقایسه یا تطبیق و تصمیم‌گیری استفاده شده است که در زیر به نتایج در هر مرحله از این چارچوب پرداخته شده است. پس از بررسی‌ها و ارزیابی‌های صورت گرفته مرحله ورودی، در میان عوامل خارجی O1 به عنوان مهم‌ترین فرصت و T1 به عنوان مهم‌ترین نقطه تهدید در بخش رودبار قصران شناخته شدند. در میان عوامل داخلی S1 به عنوان مهم‌ترین نقطه قوت و در گروه ضعف‌ها نیز W1 به عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف شناخته شدند. با توجه به این نتایج در مرحله ورودی اهمیت بعد زیست محیطی و طبیعی در میان عوامل درونی و بیرونی نسبت به سایر ابعاد مشخص گردید. در مرحله تطبیق از ارایه راهبردها با توجه به میانگین مجموع امتیاز نهایی عوامل داخلی و با توجه به میانگین مجموع امتیاز نهایی عوامل خارجی در هر سه جامعه، نشان داد که رودبار قصران به لحاظ موقعیت و وضعیت گردشگری در وضعیت متوسط قرار دارد. بنابراین اولویت و اهمیت راهبردهای

ریزی برای توسعه گردشگری پایدار بسیار حائز اهمیت است با توجه به امر آموزش صحیح در دسترس و قابل حاصل شدن است.

- وجود سازماندهی شایسته برای مدیریت است. این پیشنهاد می‌تواند به عنوان مرحله نهایی در برنامه‌ریزی راهبردی برای توسعه گردشگری باشد. لذا پیشنهاد می‌گردد که در امور مختلف مربوط به گردشگری تشکل‌های مختلف مردمی و غیرمردمی (دولتی) به وجود آید.

منابع

ابراهیم زاده، عیسی و کاظمی زاده، شمس الله و اسکندری ثانی، محمد، (۱۳۹۰)، برنامه ریزی توسعه گردشگری با تاکید بر گردشگری مذهبی، مطالعه موردی: شهر قم. پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۷۶، صص ۱۴۱-۱۱۵.

ارمغان، سیمین (۱۳۸۵)، توریسم و نقش آن در جغرافیا، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی اسلام شهر، اسلام شهر.

اسماعیل زاده، حسن و سرور، رحیم، (۱۳۹۰)، ارزیابی اثربخشی کنفرانس‌های بین المللی در توسعه گردشگری طبیعت- محور، فصلنامه فضای گردشگری، سال اول، ۱.

اسماعیل زاده، حسن و صرافی، مظفر و توکلی نیا، جمیله، (۱۳۹۰)، تحلیلی بر رویکردهای توسعه گردشگری در اجتماعات محلی، علوم محیطی، سال نهم، دوم، صص ۱۴۲-۱۱۹

بازنگری و بعد از آن راهبردهای رقابتی/تهاجمی آشکار گردید. در مرحله سوم که مرحله تصمیم‌گیری می‌باشد با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی جذابیت نسبی راهبردها مشخص گردید. با استفاده از این ماتریس به صورت عینی راهبردهایی که در زمره بهترین راهبردها بودند مشخص گردیدند. در نهایت برای توسعه گردشگری بخش رودبار قصران اهمیت و اولویت راهبردهای تهاجمی/ رقابتی حفاظت، گسترش و توسعه جاذبه‌های طبیعت گردی به عنوان بستر اصلی گردشگری بخش رودبار قصران برای افزایش مدت اقامت گردشگران و راهبرد استفاده از قابلیت‌ها و پتانسیل‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی بخش رودبار قصران جهت ایجاد فرصت‌های جدید شغلی و افزایش سطح درآمد بومیان آشکار گردید.

پیشنهادات

- نیاز به برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری پایدار به خصوص در بعد زیست محیطی، به دلیل آنکه ماهیت گردشگری بخش رودبار قصران بیشتر طبیعت گردی است بسیار حائز اهمیت است.

- وضع قوانین خاص برای حفظ محیط‌زیست و طبیعت رودبار قصران و و مجاب نمودن گردشگران و بومیان در پیروی از قوانین وضع شده است. این پیشنهاد می‌تواند زمینه را برای کاهش آثار منفی گردشگری در تمامی ابعاد آن به خصوص حفظ محیط زیست فراهم آورد.

- پرداختن به امر آموزش است. به این امر بایستی توجه نمود که شاخصه‌های یک محیط زیست سالم برای جلوگیری از آثار منفی گردشگری که در برنامه

- الوانی، سید مهدی و معصومه، پیروز بخت، (۱۳۸۵)، فرایند مدیریت جهانگردی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- بنیاد مسکن استان تهران، (۱۳۸۱)
- تقوایی، مسعود و احسانی، غلامحسین و صفرآبادی، اعظم، (۱۳۸۸)، نقش و جایگاه برنامه ریزی چند بعدی در توسعه توریسم و اکوتوریسم، مطالعه موردی: منطقه خروطبس، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال ۲۰، ۳، صص ۶۲-۵۵
- تولایی، سیمین، (۱۳۸۵)، بوم گردی با تاکید بر جاذبه‌های گردشگری استان گیلان، پژوهش‌های جغرافیایی، ۳۸، صص ۱۳۷-۱۱۳
- حکمت نیا، حسن و موسوی، میرنجف، (۱۳۹۰)، کاربرد مدل در جغرافیا با تاکید بر برنامه ریزی شهری و ناحیه ای، انتشارات علم نوین.
- دخیلی کهنمویی، جواد، (۱۳۸۳)، بررسی راهکارهای توسعه توریسم در آذربایجان شرقی، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: میرستار صدر موسوی، دانشگاه تبریز، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری.
- زمانیان، روزبه و فتحی، حمید و نهیسی، سارا، (۱۳۸۹)، بررسی اثرات ژئوپلیتیکی توسعه گردشگری منطقه ای با بهره گیری از رهیافت برنامه ریزی راهبردی نمونه موردی: منطقه گردشگری چادگان، کهسوار طرار، فصلنامه ژئوپلیتیک، سال ششم، دوم، صص ۲۱۴-۱۸۲.
- سپهوند، لیلیا، (۱۳۸۹)، ارائه مدل برنامه ریزی استراتژیک اکوتوریسم روستایی نمونه: روستای
- ایستگاه بیشه، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: شهرزاد فریادی، دانشگاه تهران، دانشکده محیط زیست.
- شایان، سیاوش و پارسایی، اسماعیل، (۱۳۸۶)، امکان سنجی نواحی مستعد توسعه اکوتوریسم در استان کهگیلویه و بویر احمد، فصلنامه مدرس علوم انسانی، سال ۱۱، پیاپی ۵۳، صص ۱۸۱-۱۵۳
- صدیایی، سید اسکندر و هدایتی مقدم زهرا، (۱۳۸۹)، نقش امنیت در توسعه گردشگری، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی- واحد شوشتر، سال چهارم، هشتم، صص ۱۱۰-۹۷
- علی پور، سید خلیل و اقبالی، ناصر، (۱۳۹۰)، نقش جاذبه‌های اکوتوریستی، فرهنگی و تاریخی در توسعه گردشگری استان سمنان، فصلنامه فضای گردشگری، سال اول، ۱، صص ۶۱-۴۱
- غنیان، منصور، (۱۳۸۹)، تبیین راهبردهای توسعه گردشگری کارآفرین روستایی، مطالعه منطقه اورامان، استاد راهنما: فضیله خانی و مجتبی قدیری، دانشگاه تهران، دانشکده جغرافیا.
- فاضل نیا، غریب و هدایتی، صلاح، (۱۳۸۹)، راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زیوار، جغرافیا و توسعه، سال هشتم، ۱۹، صص ۱۷۰-۱۴۵
- فرد آر، دیوید، (۱۳۸۸)، مدیریت استراتژیک، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، چاپ چهاردهم، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
- قدمی، مصطفی و تولایی، سیمین و فاطمی، محمد مهدی، (۱۳۸۹)، ارزیابی استراتژیک قابلیت‌های

توسعه گردشگری: مطالعه موردی شهر
 فریدونکنار، نشریه تحقیقات کاربردی علوم
 جغرافیایی، جلد ۱۶، ۱۹، صص ۱۱۱-۱۲۸
 قنبری نسب، علی، (۱۳۸۸)، تحلیل جای پای بوم
 شناختی گردشگری مورد: دهستان رودبار
 قصران، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما:
 محمد سلمانی، دانشگاه تهران، دانشکده جغرافیا
 گلکار، کورش، (۱۳۸۴)، مناسب سازی تکنیک
 تحلیلی SWOT برای کاربرد در طراحی شهری،
 مجله صفا، سال ۱۵، ۴۱، صص ۶۵-۴۴.
 مهندسین مشاور نقش جهان پارس، (۱۳۸۶)، جلد
 اول

- Hangher, J., Vilan, D., & Tomas, L., 2002, Base of Strategic Managment, Translated by Seyed Mohammad Erabi and Davod Ezadi, Pubished by Center for Cultural Recerch.
- Lankford, Samuel v and Howard Dennis R. 1994, Revisiting TIAS, Annals of Tourism Research, Volume 21, issue 4.
- liu. Abby and Wall. Geoffrey. 2006, Planning tourism employment: a developing country perspective. Tourism Management, volume 27, issue 1, page 159-170
- Stephan F. Witt and Luiz Montinho. 1994, Tourism Marketing and Management Handbook, Second edition, Prentice Hall International (UK) Ltd., Cmpuse 400,
- Ko. Dong-Wan and Stewart. William P. 2002, A strufctural Equation Model Of resident, Attitudes For Tourism Development, Tourism Manegement, Vol. 23, Pages 521-530