

## ارائه الگوی مناسب توسعه گردشگری در کلاردشت

دکتر حمید زرغام بروجنی<sup>۱</sup>، علی دلشاد<sup>۲</sup>

### چکیده

بررسی روند توسعه مناطق و مقصدهای گردشگری کشور نشان‌دهنده‌ی عدم وجود توسعه مطلوب و الگو-مدار است. این امر، موجب توسعه گردشگری، بدون توجه به مباحث عرضه و تقاضا شده است؛ به نحوی که زیرساخت‌ها و تأسیسات گردشگری ایجاد شده در برخی مناطق و مقصدها مازاد بر تقاضا است و در دیگر مناطق و مقصدها به دلیل فزونی تقاضا، عرضه گردشگری پاسخگوی نیازهای گردشگران نیست. این موضوع باعث فشار بسیاری بر عوامل زیرساختی و محیطی مناطق و مقصدهای گردشگرپذیر (از جمله کلاردشت) شده، آن‌ها را به سوی افول سوق می‌دهد.

شناخت الگوها و معرفی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصدهای تفرجگاهی، به‌علاوه تعیین ویژگی‌های گردشگری کلاردشت، به منظور معرفی الگوی مناسب توسعه گردشگری آن، هدف این تحقیق است. برای شناسایی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصدهای تفرجگاهی از شیوه دلفی، برای رتبه‌بندی آن‌ها از اسلوب آماری فریدمن و برای ارزیابی و انتخاب الگوی مناسب توسعه، از روش ارزیابی ماتریسی (کمی و کیفی) استفاده شده است.

**واژگان کلیدی:** مقصد تفرجگاهی<sup>۳</sup>، الگوی توسعه<sup>۴</sup>، کلاردشت<sup>۵</sup>، عرضه و تقاضای گردشگری<sup>۶</sup>، روش دلفی<sup>۷</sup>، روش ارزیابی ماتریسی<sup>۸</sup>.

۱- عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی

۲- مدرس دانشگاه جامع علمی- کاربردی

۳- Resort Destination

۴- Development Model

۵- Kelardasht

۶- Tourism Supply & Demand

۷- Delphi Technique

۸- Evaluation Matrix Method

## مقدمه

بررسی روند تکاملی الگوها و مدل‌های تشریح کننده فرآیند توسعه مقصدهای تفرجگاهی نشان می‌دهد که در طی بیش از ۶۰ سال گذشته، پژوهش‌های بسیاری در زمینه پیش‌بینی فرآیند و مسیر توسعه مقصدهای گردشگری صورت گرفته است. این پژوهش‌ها به طور عمده ناشی از نیاز برنامه‌ریزان صنعت گردشگری به ابزارهای پیش‌بینی فرآیند توسعه مقصدهای گردشگری بوده است که برای شناخت اثرات توسعه گردشگری و در نتیجه افزایش میزان اثربخشی و کارایی برنامه‌های توسعه از نقشی اساسی برخوردار هستند. از این روی، طی دهه‌های گذشته، الگوها و مدل‌های گوناگونی در زمینه پیش‌بینی فرآیند توسعه مقصدهای گردشگری مطرح شده است.

اولین مطالعات صورت گرفته برای تشریح فرآیند توسعه مقصدهای تفرجگاهی را می‌توان به تلاش‌های گیلبرت در زمینه تعیین سیر تکاملی مقصدهای تفرجگاهی در سال ۱۹۳۹ میلادی نسبت داد. بارت (۱۹۵۸) نیز مطالعاتی در زمینه ریخت‌شناسی مقصدهای تفرجگاهی ساحلی به انجام رسانید که منجر به ارائه الگوی توسعه خاصی نگردید(پریدوکس، ۲۰۰۴، ۲۲۵). والتر کریستالر (۱۹۶۴) در مقاله‌ای در حد یک پاراگراف، برای اولین بار به مفهوم چرخه حیات مقصدهای تفرجگاهی اشاره نمود(بری، ۲۰۰۱، ۲۹). کوهن (۱۹۷۲) با مدنظر قرار دادن مباحث روان‌شناختی، به ارائه یک گونه‌شناسی از گردشگران ورودی به مقصد تفرجگاهی در مراحل مختلف توسعه پرداخت(بری، ۲۰۰۱، ۲۹).

پلاگ (۱۹۷۲) با مطالعه شخصیت‌های مسافران و گردشگران ورودی به مقصدهای تفرجگاهی، گونه‌شناسی گردشگران در مراحل مختلف توسعه را ارائه نمود(بری، ۲۰۰۱، ۳۴). بر اساس نظر پلاگ اکثر گردشگران ورودی به مقصدهای تفرجگاهی در مراحل مختلف توسعه را، به ترتیب گردشگران ماجراجو، گردشگران نزدیک به ماجراجو و میانه رو و گردشگران نزدیک به محافظه کار و محافظه کار تشکیل می‌دهند(سواربروک، ۱۹۹۸، ۲۵۹). داکسی (۱۹۷۵) شاخصی از مراحل درجه خشنودی یا ناخشنودی ساکنان مقصد گردشگری را به منظور تشریح چگونگی تغییر نگرش مردم محلی نسبت به مراحل رشد گردشگری (مراحل چرخه حیات مقصد گردشگری) ارائه نموده است(اردکانی، ۱۳۸۲، ۵۸).

میوزک (۱۹۷۶) به مدل‌سازی تأثیر تغییر تکاملی بر سلسله مراتب توسعه مقصد تفرجگاهی پرداخت(پریدوکس، ۱۹۹۸، ۲۲۵). استنسفیلد (۱۹۷۲، ۱۹۷۸) با مطالعه مقصدهای تفرجگاهی شمال شرقی ایالات متحده الگوی تغییراتی را شناسایی نمود که تحت عنوان چرخه مقصد تفرجگاهی در ادبیات نوین گردشگری مطرح گردید(باتلر، ۲۰۰۱: ۲۸۷). در دهه ۱۹۸۰ باتلر بر مبنای پژوهش‌ها و مطالعات صورت گرفته در زمینه الگوهای توسعه مقصد تفرجگاهی، الگوی چرخه حیات پهنه گردشگری (TALC) را ارائه نمود. باتلر چرخه حیات محصول را به گونه‌ای تغییر داد که مناسب صنعت گردشگری باشد(آلوارز و لورنکو، ۲۰۰۵: ۳-۴). این مدل ۶ مرحله توسعه و تکامل مقصد گردشگری

را در بر می‌گیرد، شامل؛ اکتشاف، مشارکت، توسعه، تثبیت یا بلوغ، رکود، نزول و یا احیاء مجدد(مور و وایت‌هال، ۲۰۰۵: ۱۱۳).

پریدوکس(۱۹۹۸) مقاله‌ای تحت عنوان «طیف توسعه تفرجگاه- دیدگاهی نوین به مدل سازی توسعه تفرجگاه» ارائه نمود که در سال ۲۰۰۰ در مجله مدیریت گردشگری به چاپ رسید. وی(۲۰۰۴) در مقاله دیگری تحت عنوان "طیف توسعه تفرجگاه: مطالعه موردی ساحل طلا در استرالیا" که در مجله معتبر *Tourism Geographies* به چاپ رسیده است، به تکمیل مدل ارائه شده پرداخت. این مدل، علیرغم شباهت‌های ظاهری با مدل چرخه حیات پهنه گردشگری باتلر، در صدد دستیابی به این مفهوم است که توسعه مقصد تفرجگاهی از نگاه اقتصادی بر تغییرات در بازار مقصد تفرجگاهی بنیان نهاده شده است(دلشاد، ۱۳۸۷، ۴۸-۴۹).

با توجه به وضعیت موجود توسعه مقصدهای تفرجگاهی کشور (به‌ویژه عدم موفقیت در بالفعل نمودن توان بالقوه این مقصدها برای پاسخگویی به تقاضای فزاینده داخلی و جذب گردشگران خارجی) شناخت مفاهیم و الگوهای برنامه‌ریزی و توسعه مقصدهای تفرجگاهی و تعیین الگوی مناسب، یک ضرورت است. به‌این منظور الگوها و مدل‌های اصلی پیش‌بینی فرآیند توسعه مقصدهای گردشگری، مورد بررسی قرار گرفت تا با توجه به ویژگی‌های مقصد کلاردشت، الگوی مناسب توسعه آن شناسایی شده و مدل مناسب توسعه گردشگری این مقصد تعیین گردد.

## ۱- روش تحقیق

در این تحقیق برای شناسایی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصدهای تفرجگاهی از شیوه دلفی، برای رتبه‌بندی آن‌ها از اسلوب آماری فریدمن و برای ارزیابی و انتخاب الگوی مناسب توسعه، از میان الگوهای موجود، از روش ارزیابی ماتریسی (کمی و کیفی) استفاده شده است. اطلاعات این تحقیق به دو روش مطالعه اسنادی- کتابخانه‌ای و پرسشنامه و مشاهده (میدانی)، گردآوری شده است.

برای به کارگیری روش دلفی، سه پرسشنامه، شامل: پرسشنامه بازپاسخ خبرگان برای فهرست نمودن مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصدهای تفرجگاهی، پرسشنامه ثانویه برای انتخاب مؤلفه‌های تأثیرگذار(با تلفیق مؤلفه‌های تعیین شده از الگوهای نظری توسعه مقصدهای تفرجگاهی و مؤلفه‌های پیشنهادی خبرگان) و پرسشنامه نهایی جهت تعیین وزن هر یک از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصدهای تفرجگاهی (مبتنی بر مقیاس سنجش پنج گزینه‌ای لیکرت) استفاده شده است.

## ۲- مراحل انجام تحقیق

- برای دستیابی به اهداف مورد انتظار تحقیق، چهار مرحله به شرح زیر پی گیری شده است:
- ۱- بررسی الگوهای اصلی توسعه مقصدهای تفرجگاهی؛
  - ۲- تعیین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصدهای تفرجگاهی؛
  - ۳- شناخت ویژگی‌های (جغرافیایی، کالبدی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، زیست محیطی و ...) کلاردشت؛
  - ۴- تعیین الگوی مناسب برای توسعه گردشگری مقصد کلاردشت.

### ۲-۱- الگوهای اصلی توسعه مقصدهای تفرجگاهی

در مقدمه مقاله، کلیاتی از الگوها و مدل‌های تشریح‌کننده فرآیند توسعه مقصدهای گردشگری ارائه گردید. بر طبق نظری (۲۰۰۱) از میان الگوهای توسعه مقصد تفرجگاهی تا قبل از الگوی باتلر، الگوهای کوهن، پلاگ و داکسی از اهمیت و جامعیت بیشتری برخوردار بوده و به عنوان مبانی نظری طرح‌ریزی الگوهای بعدی توسعه مقصدهای تفرجگاهی، به‌ویژه الگوی باتلر قرار گرفته است (بری، ۲۰۰۱: ۳۱). الگوی چرخه حیات باتلر نیز از بیشترین میزان کاربرد در زمینه تبیین و تحلیل توسعه مقصدهای تفرجگاهی برخوردار بوده و توسط بسیاری از محققان به‌بوته آزمون کشیده شده است. همچنین، الگوی پریدوکس با رویکردی نوین، از جمله: مینا قرار گرفتن کارکرد عملی بازار در تبیین توسعه مقصد تفرجگاهی و تأکید بر مفاهیم بازاریابی و توسعه پایدار در الگوسازی توسعه مقصد تفرجگاهی به تشریح فرآیند توسعه مقصدهای تفرجگاهی پرداخته است. در نتیجه، این الگوها (کوهن، پلاگ، داکسی، باتلر و پریدوکس) به‌عنوان الگوهای اصلی و شناخته شده‌ی توسعه مقصدهای تفرجگاهی انتخاب گردیده‌اند. در این بخش، الگوهای اصلی ذکر شده به اجمال بررسی شده‌اند.

### ۲-۱-۱- گونه‌شناسی کوهن

کوهن<sup>۱</sup> (۱۹۷۲) با مدنظر قرار دادن مباحث روان‌شناختی، به ارائه یک گونه‌شناسی از گردشگران ورودی به مقصد تفرجگاهی در مراحل مختلف توسعه پرداخت. او گردشگران ورودی به مقصد تفرجگاهی در مراحل مختلف توسعه را در چهار نوع افراد سرگردان<sup>۲</sup>، کاوشگران<sup>۳</sup>، گردشگران انبوه (به صورت انفرادی)<sup>۴</sup> و گردشگران انبوه (به صورت سازماندهی شده)<sup>۵</sup> طبقه‌بندی می‌کند (بری، ۲۰۰۱: ۲۹). در ابتدای توسعه یک مقصد تفرجگاهی، افراد سرگردان به صورت اتفاقی وارد مقصد تفرجگاهی می‌گردند. ورود این

۱- Cohen

۲- Drifter

۳- Explorer

۴- Individual Mass Tourists

۵- Organized Mass Tourists

افراد بدون واسطه صورت گرفته و نیازمند تأمین امکانات و تأسیسات خاصی نخواهد بود. مقصد تفرجگاهی در مرحله بعد پذیرای گردشگران انبوه خواهد بود که به صورت انفرادی به سفر می‌پردازند. این گردشگران نیازمند امکانات اقامتی، تسهیلات و خدمات مناسب و وسایل حمل و نقل ایمن هستند. در ادامه گردشگران انبوه به صورت سازماندهی شده به مقصد وارد خواهند شد که این روند در مراحل بعدی ادامه خواهد داشت. این گردشگران بسته‌های مسافرتی آماده‌ای را می‌خرند که شامل: امکانات اقامتی، پذیرایی، بازدید، حمل و نقل و ... بوده و به صورتی سازمان یافته برای گروه‌های گردشگران فراهم شده است (سواربروک، ۱۹۹۸: ۲۵۸). اهمیت الگوی کوهن در این است که نظریه‌های بعدی مرتبط با فرآیند توسعه مقصدهای تفرجگاهی آن را به رسمیت شناخته و بر مبنای نتایج مطالعات او نظریه‌های خود را طرح‌ریزی نموده‌اند. برای مثال: باتلر (۱۹۸۰) نوع گردشگر ورودی به مقصد تفرجگاهی که توسط کوهن ارائه شده است را در الگوی خود با هر فاز چرخه حیات مقصد تفرجگاهی تطبیق داد (بری، ۲۰۰۱: ۳۳).

## ۲-۱-۲- گونه‌شناسی پلاگ

پلاگ<sup>۱</sup> در سال ۱۹۷۳ مقاله‌ای را ارائه نمود که به دو دلیل زیر از اهمیت حیاتی برخوردار بود (باتلر، ۲۰۰۱: ۲۸۷):

- تبیین پویا بودن سمت تقاضای گردشگری که بنیانی برای ایجاد ارتباط بین تغییرات در مقصدها (عرضه) با تغییرات در بازدیدکنندگان (تقاضا) فراهم می‌آورد.
  - این مطالعه بر مبنای یک کار تجربی و تحلیل آماری بنیان نهاده شده بود که در زمان خود مطالعه نادری در زمینه پژوهش گردشگری به شمار می‌رفت.
- پلاگ (۱۹۷۲) با مطالعه شخصیت‌های مسافران و گردشگران ورودی به مقصدهای تفرجگاهی (از طریق بررسی تلفنی ویژگی‌های شخصیتی ۱۶۰۰ پاسخ‌دهنده) گونه‌شناسی گردشگران در مراحل مختلف توسعه را ارائه نمود. او به مانند کوهن، نوع مسافران را به عنوان وجه مشخصه هر فاز توسعه مقصد تفرجگاهی مدنظر قرار داد (بری، ۲۰۰۱: ۳۴). بر اساس نظر پلاگ اکثر گردشگران ورودی به مقصدهای تفرجگاهی ای که در مرحله اول توسعه‌اند را گردشگران ماجراجو<sup>۲</sup> (گردشگرانی که به دنبال مکان‌ها بکر و دست نخورده هستند و از فعالیت‌های گردشگری پرخطر استقبال می‌نمایند) تشکیل می‌دهند. در ادامه با شناخته‌تر شدن مقصد، گردشگران نزدیک به ماجراجو و میانه رو<sup>۳</sup> به مقصد تفرجگاهی سفر می‌کنند. در مرحله بلوغ و رکود<sup>۴</sup> گردشگران نزدیک به محافظه کار و محافظه کار<sup>۵</sup> (گردشگرانی که تنها به مقصدها و مناطق گردشگری شناخته شده سفر می‌کنند و به

۱- Plog

۲- Allocentric

۳- Mid-centric

۴- Stagnation

۵- Psychocentric

فعالیت‌های برنامه‌ریزی شده فراغتی و تفریحی و اقامت در هتل‌ها و اقامتگاه‌های دارای امکانات رفاهی مناسب علاقه‌مند هستند) و در صورت نوسازی<sup>۱</sup> مقصد، گردشگران میانه رو به مقصد تفرجگاهی سفر می‌نمایند (سواربروک، ۱۹۹۸: ۲۵۹).

همچنین پلاگ (۱۹۷۴) تعریف و تجسمی از چرخه عمر گردشگری به شرح زیر ارائه نموده است:

"حرکت یک مقصد گردشگری بر روی یک طیف صورت می‌پذیرد، تدریجی یا به آهستگی، اما مقصدهای گردشگری غالب اوقات به طور بی‌رحمانه‌ای به سمت مرگ حرکت می‌کنند و با خود بذره‌های بالقوه نابودی را به همراه دارند و کیفیت‌هایی که در ابتدا موجب جذب گردشگران است را از دست می‌دهند." (اردکانی، ۱۳۸۲: ۵۷). الگوی پلاگ در نتیجه علاقه او به مباحث بازاریابی و نیاز به شناسایی بازارهای هدف شکل گرفته است (بری، ۲۰۰۱: ۳۴).

## ۲-۱-۳- شاخص داکسی

داکسی<sup>۲</sup> (۱۹۷۵) شاخصی از مراحل درجه خشنودی یا ناخشنودی ساکنان مقصدهای گردشگری را به منظور تشریح چگونگی تغییر نگرش مردم محلی نسبت به مراحل رشد گردشگری (مراحل چرخه حیات مقصد گردشگری) - ارائه نموده است. این مراحل عبارتند از: مرحله خشنودی، مرحله بی‌تفاوتی، مرحله آزرده‌گی و رنجش، مرحله خصومت و مخالفت و مرحله کناره‌گیری و تسلیم (اردکانی، ۱۳۸۲: ۵۸). این مدل که با مفاهیم توسعه پایدار مرتبط است بر پایه یافته‌های داکسی در باربادوس و مایورکا بنیان نهاده شده است. بر پایه یافته‌های او، اثرات متقابلی بین گردشگران و ساکنان وجود دارد که می‌توان آن را با شاخص میزان ناخشنودی اندازه‌گیری نمود (بری، ۲۰۰۱: ۳۴). او پیشنهاد می‌کند که با توسعه گردشگری در مقصدهای گردشگری، نگرش مردم محلی به گردشگران نیز تغییر می‌یابد و بدتر می‌شود (سواربروک، ۱۹۹۸: ۲۵۸). مفهوم وجود رابطه متغیر بین گردشگران و ساکنان که توسط داکسی ارائه شده است، توسط باتلر (۱۹۸۰) به عنوان یکی از معیارهای تعیین مرحله چرخه حیات مقصد تفرجگاهی مورد استفاده قرار گرفت (بری، ۲۰۰۱: ۳۴).

بر اساس مدل داکسی در مراحل اولیه توسعه مقصد، بازدیدکنندگان مورد استقبال ساکنان قرار می‌گیرند. چرا که آنها از نوع گردشگران کاشف بوده و اشتغال و درآمد را برای ساکنان به ارمغان می‌آورند و به سنت‌ها و سبک زندگی مردم محلی احترام می‌گذارند. با افزایش تعداد گردشگران تماس بین ساکنان محلی و گردشگران رسمی‌تر و تاجرمانانه می‌گردد و بازدیدکنندگان ارائه تسهیلات بیشتری را طلب می‌کنند و مردم محلی نسبت به گردشگران بی‌تفاوت می‌گردند. با ادامه توسعه گردشگری، افزایش تراکم، بالا رفتن قیمت‌ها و تهدید سبک زندگی سنتی مردم محلی، مخالفت با توسعه مشاهده

۱- Rejuvenation

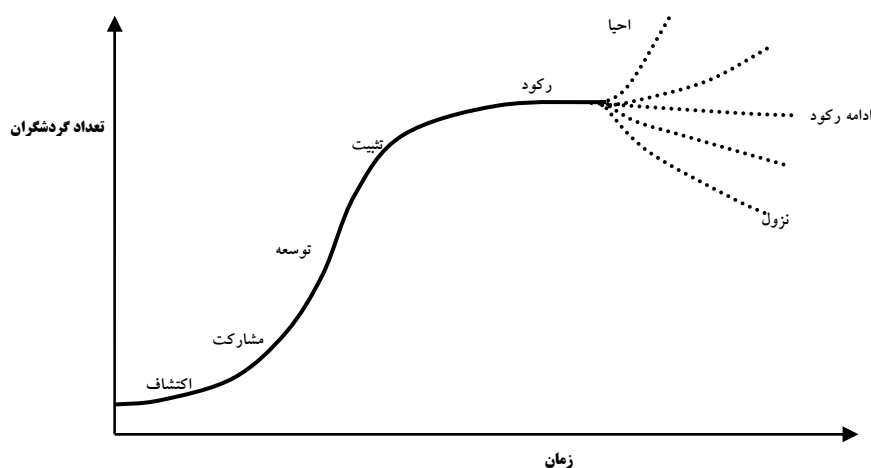
۲- Doxy

می‌گردد. در این مرحله مردم احساس می‌کنند که جامعه آن‌ها در حال تغییر است و هزینه‌های توسعه گردشگری بر منافع آن پیشی می‌گیرد. بنابراین، رنجش و آزدگی از توسعه گردشگری نمایان می‌شود. رشد بیشتر گردشگری در مقصد موجب بروز خصومت و مخالفت ساکنان با گردشگران و تسهیلات و تأسیسات گردشگری است. چرا که مردم، گردشگران را به عنوان عامل مشکلات اجتماعی و اقتصادی خود می‌پندارند. در نهایت نیز مردم در می‌یابند که چاره‌ای جز کنار آمدن و تسلیم در برابر آثار توسعه گردشگری ندارند (اردکانی، ۱۳۸۲: ۵۸-۵۹).

## ۲-۱-۴- چرخه حیات پهنه گردشگری باتلر

در دهه ۸۰ میلادی باتلر<sup>۱</sup> چرخه حیات محصول را به گونه‌ای تغییر داد که مناسب صنعت گردشگری باشد (آلوارز و لورنکو، ۲۰۰۵: ۳-۴). او مدل چرخه حیات پهنه گردشگری را ارائه نمود. این مدل ۶ مرحله توسعه و تکامل مقصد گردشگری را در بر می‌گیرد، شامل: اکتشاف، مشارکت، توسعه، تثبیت یا بلوغ، رکود، نزول و یا نوسازی (مور و وایت هال، ۲۰۰۵: ۱۱۳). چرخه حیات پهنه گردشگری باتلر در شکل ۱ به نمایش در آمده است (گرینر و دیگران، ۲۰۰۴: ۶).

شکل شماره (۱): چرخه حیات مقصد گردشگری



منبع: گرینر و دیگران، ۲۰۰۴: ۶ (اقتباس از باتلر: ۱۹۸۰ و مور و وایت هال، ۲۰۰۵)

ایستگاه مدل باتلر به رساله دکترای او در دانشگاه گلاسگو در اواسط دهه ۶۰ میلادی باز می‌گردد که به بررسی گردشگری در مناطق کوهستانی و جزایر اسکاتلند پرداخته است. باتلر در سال ۲۰۰۱ هدف از ارائه‌ی مدل خود را به طور نسبی ساده و شامل بحث در زمینه مقصدهای گردشگری می‌داند که به عنوان یک محصول در نظر گرفته شده و تحلیل شوند. در این صورت مقصدهای گردشگری چرخه حیاتی خواهند داشت که از

۱- Butler

طریق مراحلی به پیش می‌رود. به طور منطقی این چرخه حیات در بعضی نقاط به پایان خواهد رسید، مگر آنکه اقدامات خاصی جهت جلوگیری از این اتفاق و گسترش چرخه صورت گیرد. این مدل به صورت جاه‌طلبانه‌ای رشد، تغییر، محدودیت‌ها و نفوذ را با بافت گردشگری عجین می‌نماید و سمت تقاضا و عرضه گردشگری را در معادله‌ای به یکدیگر مرتبط می‌سازد (باتلر، ۲۰۰۱، ۲۸۹). عناصر مدل چرخه حیات پهنه گردشگری باتلر شامل موارد زیر هستند (باتلر، ۲۰۰۱، ۲۸۹-۲۹۲):

✓ **یویایی<sup>۱</sup> یا تغییر:** تغییر به عنوان عنصر کلیدی صنعت گردشگری به شمار می‌رود و در هر دو سمت تقاضا و عرضه گردشگری وجود دارد. رابطه بین تغییرات در عرضه و تغییرات در تقاضا، جنبه کلیدی توسعه مقصد تفرجگاهی به شمار می‌رود و ممکن است در طول حیات مقصد تفرجگاهی تغییر کند. بسیاری از مقصدهای تفرجگاهی اولیه عرضه محور بوده و تنها برای خدمات‌رسانی به بازاری ایجاد شده که فقط در آغاز حیات مقصد تفرجگاهی وجود داشته است. همچنانکه گردشگری به سرعت تغییر و توسعه می‌یابد، بسیاری از مقصدهای تفرجگاهی قدیمی تر در می‌یابند که از تغییرات در تقاضا یا بازار عقب افتاده‌اند. شیوه‌ای که این مقصدهای تفرجگاهی برای پاسخگویی به این تغییرات بر می‌گزینند، تعیین‌کننده موفقیت مستمر یا شکست آن‌ها خواهد بود.

✓ **فرآیند<sup>۲</sup>:** مدل پیشنهاد می‌کند که یک فرآیند توسعه ویژه و مشترک برای مقصدهای گردشگری وجود دارد که می‌توان آن را تشریح و الگوسازی نمود. بسیاری از پژوهشگران و منتقدان پیشنهاد نموده و نشان داده‌اند که در موقعیت‌های ویژه تغییراتی در فرآیند وجود دارد، ولی اصل وجود فرآیند توسعه در مسیر حیات مقصدهای تفرجگاهی را به طور کلی پذیرفته‌اند.

✓ **ظرفیت<sup>۳</sup> یا محدودیت‌های رشد:** باتلر اظهار می‌دارد: "مدل چرخه حیات پهنه گردشگری بر این مبنا قرار دارد که اگر تقاضا و بازدید به شیوه‌های گوناگون از ظرفیت تحمل یا حریم‌های مقصد تخطی نماید، کیفیت تجربه بازدیدکننده همراه با سیمای کالبدی مقصد نزول خواهد نمود که این خود در نزول پس آیند در تعداد بازدیدکنندگان منعکس می‌گردد.

✓ **محرك‌ها<sup>۴</sup>:** محرك‌ها عواملی هستند که موجب ایجاد تغییر در مقصد می‌گردند. محرك‌ها در چهارچوب احیاء و انتقال از مرحله‌ای به مرحله دیگر از اهمیت و ارتباط ویژه‌ای برخوردارند. این محرك‌ها شامل: نوآوری‌ها در حوزه‌هایی نظیر: حمل و نقل، بازاریابی و ابتکار عمل در سطح محلی و سپس سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی توسط توسعه‌دهندگان هستند.

۱- Dynamism

۲- Process

۳- Capacity

۴- Triggers



- ✓ **مدیریت:** باتلر براین عقیده است که اگر عنصری وجود داشته باشد که در مباحث و کاربرد مدل توسط پژوهشگران نادیده انگاشته شده باشد، عنصر مدیریت است. باتلر به عنوان مقاله اصلی اشاره می‌کند که شامل عبارت "مفاهیم ضمنی مدیریت منابع" بوده است؛ ولی، در ترکیب مقاله بحث کاملی در مورد آن صورت نگرفته است و موجب ایجاد انتقاداتی در زمینه مطرح شدن گریزناپذیری نزول در چرخه حیات مقصد گردشگری شده است. در حقیقت، در مدل این دیدگاه ذاتی مطرح شده است که اگر مداخله و مدیریت صورت نگیرد، تغییر و نزول شاید اجتناب‌ناپذیر باشد.
- ✓ **دیدگاه بلندمدت<sup>۱</sup>:** پیش فرض مدل، اجتناب از دام‌های استفاده مفرط و ایجاد وضعیت ظهور مرحله نزول است که از آغاز انتظار چیزی داشتن را از اهمیت حیاتی برخوردار می‌نماید.
- ✓ **عنصر فضایی<sup>۲</sup>:** که در ابتدا به عنوان عنصر اصلی نسخه اولیه مدل به شمار می‌رفت ولی در نسخه چاپ شده مدل از اهمیت کمتری برخوردار بود. موضوع عنصر فضایی از این قرار است که همراه با راکد شدن توسعه در یک مقصد خاص، یک انتقال فضایی توسعه به یک مقصد جدید وجود خواهد داشت. تغییر در موقعیت به این دلیل فرض می‌گردد که تعداد تغییرات در مقصد یا پهنه مقصد اصلی، شامل: هزینه‌های فزاینده برای اقلامی نظیر: نیروی کار و زمین و نزول در کیفیت زیست محیطی را منعکس نماید.
- ✓ **قابلیت کاربرد در سطح جهان<sup>۳</sup>:** باتلر مدل چرخه حیات پهنه گردشگری را با این منظور ارائه کرده بود که مدلی عمومی برای فرآیند توسعه گردشگری باشد. او اظهار می‌دارد که هر مدلی باید فراتر از یک وضعیت خاص قابل کاربرد باشد و همچنین شواهد و ادبیات تحقیق در دسترس محدود در دهه ۷۰ میلادی بر این موضوع اشاره داشت که فرآیند و الگوی توسعه مقصد گردشگری در گستره متفاوتی از موقعیت‌ها و مقیاس‌ها از شباهت زیادی برخوردار بوده است.

## ۲-۱-۵- طیف توسعه تفرجگاه

پریدوکس (۱۹۹۸) مقاله‌ای تحت عنوان «طیف توسعه تفرجگاه- دیدگاهی نوین به مدل سازی توسعه تفرجگاه» ارائه نمود. علیرغم شباهت‌های ظاهری این مدل با مدل چرخه حیات پهنه گردشگری باتلر، این مدل بر تغییرات در بازار مقصد تفرجگاهی بنیان نهاده شده است. مدل طیف توسعه مقصد تفرجگاهی به ارائه مسیر رشد مقصدهای تفرجگاهی در فرآیند توسعه بر مبنای تعادل نسبی عرضه و تقاضای بازار که در نقاط خاصی به وقوع می‌پیوندد، می‌پردازد. این مسیر رشد بر طیفی قرار می‌گیرد که با مقصدهای تفرجگاهی محلی توسعه نیافته و کوچک مقیاس آغاز شده و به پیدایش مقصدهای تفرجگاهی بین‌المللی بزرگ

۱- Long-term Viewpoint

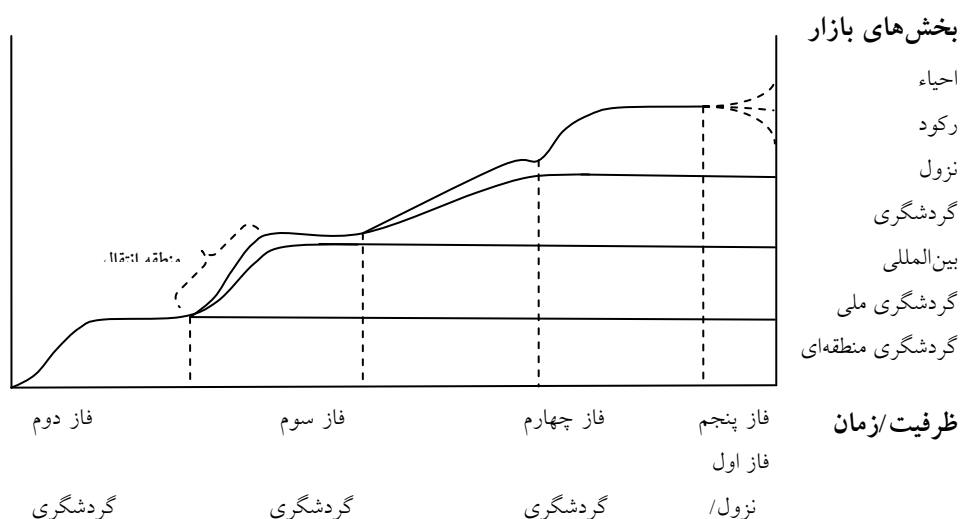
۲- Spatial Component

۳- Universal Applicability

می‌انجامد. فرآیند رشد مقصد تفرجگاهی در این مدل دارای چهار فاز یا مرحله، شامل گردشگری محلی، گردشگری منطقه‌ای، گردشگری ملی یا بین استانی و گردشگری بین‌المللی است و فاز یا مرحله محتمل پنجمی، شامل نزول یا رکود یا احیاء را به عنوان فرض بدیهی در نظر می‌گیرد. شکل ۲ فازهای توسعه یک مقصد تفرجگاهی را نشان می‌دهد.

نرخ رشد بین مراحل توسعه گردشگری به توان مقصد تفرجگاهی در برآورده ساختن ۱۲ معیار کلیدی توسعه شامل: جاذبه‌های عمده گردشگری، مرجع بازاریابی اثربخش و فراگیر همراه با کانال‌های توزیع مناسب، توسعه مناطق جدید گردشگرفرست و بخش‌های جدید گردشگری از طریق بازاریابی، پشتیبانی مسئولان و ساکنان محلی از توسعه گردشگری، زمانی که یک مقصد تفرجگاهی خاص جهت گسترش ظرفیت سمت عرضه خود (برای مثال: هتل‌ها) صرف می‌کند، ظرفیت تحمل مقصد و میزان پایداری توسعه، توان جذب سرمایه‌گذاری جدید و عناصر تشکیل‌دهنده آن سرمایه‌گذاری، سطح پشتیبانی دولت‌های منطقه‌ای، ایالتی یا استانی و ملی، رقابت سایر مقصدهای تفرجگاهی، تغییرات در طول زمان در اقتصاد ملی و بین‌المللی و نظام‌های تولید، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های نوین حمل و نقل و فاصله بین مقصد تفرجگاهی و مناطق عمده گردشگر فرست به آن بسیار وابسته خواهد بود. این عوامل با یکدیگر چک لیستی را تشکیل می‌دهند که محدودیت‌هایی را برای رشد تعیین می‌کنند و به عنوان عوامل تعیین کننده شکل مسیر رشد و ظرفیت مطلوب یک مقصد تفرجگاهی، بیانگر توان دستیابی مقصد به پایداری اجتماعی، اقتصادی و اکولوژیکی بلند مدت هستند. اگر در فرآیند توسعه مقصد تفرجگاهی یک معیار و یا بیشتر نقض گردد، این احتمال وجود دارد که رشد در آن نقطه باایستد یا نیازمند به کارگیری سیاست‌های معنی‌داری توسط مسئولان خواهد بود (پریدوکس، ۲۰۰۴: ۳۷).

شکل شماره (۲): طیف توسعه تفرجگاه



(منبع: پریدوکس، ۲۰۰۴: ۲۹)

## ۲-۲- مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصدهای تفرجگاهی

برای شناسایی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصدهای تفرجگاهی، حسب نظر خبرگان موضوع (بر اساس روش دلفی، طی سه مرحله) ۲۶ مؤلفه مشخص شد. از این تعداد، ۲۳ مؤلفه با مؤلفه‌های تشکیل دهنده الگوهای پنج‌گانه توسعه مقصدهای تفرجگاهی (کوهن، پلاگ، داکسی، باتلر و پریدوکس) به شرح جدول ۱ انطباق دارد و سه متغیر: فعالیت‌های غالب اقتصادی مرتبط با گردشگری در مقصد (مانند: اجاره ویلا، پذیرایی، کشاورزی و ...)، زیبایی و ارزش بصری محدوده مقصد و امنیت مقصد توسط هیات خبرگان تحقیق پیشنهاد شده است. با وزن‌دهی این مؤلفه‌ها توسط خبرگان، جدول ۲ به دست آمده است.

## جدول شماره (۱): مقایسه الگوهای اصلی توسعه مقصد تفرجگاهی از نظر مؤلفه‌های

## تأثیرگذار بر توسعه

ردیف	مؤلفه	الگو				
		پریدوکس (۱۹۹۸-۲۰۰۴)	باتلر (۱۹۸۰-۲۰۰۶)	داکسی (۱۹۷۵)	پلاگ (۱۹۷۴)	کوهن (۱۹۷۲)
۱	توسعه زیرساخت‌ها	*	*			
۲	توسعه تسهیلات و خدمات	*	*			
۳	منحصر به فردی منابع و جاذبه‌های گردشگری	*				
۴	محدودیت‌های کالبدی (زمین، آب)	*	*			
۵	جذب سرمایه‌گذاری	*				
۶	نیروی انسانی		*			
۷	رقابت	*				
۸	خلاقیت و نوآوری توسعه دهندگان		*			
۹	مشارکت مردم محلی	*	*			
۱۰	نگرش مردم محلی	*	*	*		
۱۱	تعداد گردشگران بالقوه		*	*		
۱۲	الگوی هزینه کرد گردشگران (نوع و میزان هزینه کرد در مقصد)	*				
۱۳	نوع گردشگر (افراد ماجراجو یا سرگردان، انبوه یا سازماندهی شده)			*	*	*
۱۴	نوع بازار هدف گردشگری بر اساس مبدا (محلی، استانی، ملی، بین‌المللی)	*				
۱۵	قیمت خدمات و محصولات	*				
۱۶	فعالیت‌های بازاریابی	*	*			
۱۷	پایداری توسعه	*		*		
۱۸	ظرفیت تحمل	*	*			
۱۹	کیفیت زیست محیطی منابع	*	*			
۲۰	موقعیت نسبی (از منظر نزدیکی به کانون‌های عمده گردشگر فرست و محورهای اصلی ملی و بین‌المللی سفر و گردشگری)	*				
۲۱	وضعیت اقلیمی مقصد	*	*			
۲۲	سیاست‌های دولتی	*				
۲۳	مدیریت مقصد گردشگری	*	*			

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول شماره (۲): مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصدهای تفرجگاهی (کلاردشت)

بر حسب وزن

ردیف	مؤلفه	وزن بر اساس میانگین
۱	توسعه زیرساخت‌ها (آب، برق، ارتباطات، دسترسی‌ها، سوخت، بهداشت و ...)	۰/۰۴۳۳
۲	توسعه تسهیلات و خدمات (اقامتگاه‌ها، پذیرایی، تفریحی، ورزشی، ارزی، بانکی، خدمات ویزا و سفر و ...)	۰/۰۴۱
۳	منحصر به فردی منابع و جاذبه‌های گردشگری	۰/۰۳۸۷
۴	محدودیت‌های کالبدی (زمین، آب)	۰/۰۳۶۴
۵	نیروی انسانی متخصص و آموزش دیده	۰/۰۳۹۶
۶	فعالیت‌های غالب اقتصادی مرتبط با گردشگری در مقصد (مانند: اجاره ویلا، پذیرایی، کشاورزی و ...)	۰/۰۳۲۲
۷	جذب سرمایه‌گذاری	۰/۰۳۹۱
۸	رقابت	۰/۰۳۵۹
۹	خلاقیت و نوآوری توسعه دهندگان	۰/۰۳۹۱
۱۰	مشارکت مردم محلی	۰/۰۳۹۶
۱۱	نگرش مردم محلی	۰/۰۴۰۱
۱۲	تعداد گردشگران بالقوه	۰/۰۳۳۱
۱۳	الگوی هزینه کرد گردشگران (نوع و میزان هزینه کرد در مقصد)	۰/۰۳۵۹
۱۴	نوع گردشگر (افراد ماجراجو یا سرگردان، انبوه یا سازماندهی شده)	۰/۰۳۱۳
۱۵	نوع بازار هدف گردشگری بر اساس مبدا (محلی، استانی، ملی، بین‌المللی)	۰/۰۳۶۴
۱۶	قیمت خدمات و محصولات	۰/۰۳۲۷
۱۷	فعالیت‌های بازاریابی	۰/۰۴۱
۱۸	پایداری توسعه	۰/۰۴۰۱
۱۹	ظرفیت تحمل (زیست محیطی، کالبدی، اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، ادراکی و...)	۰/۰۳۹۱
۲۰	کیفیت زیست محیطی منابع و جاذبه‌های گردشگری	۰/۰۴۱۹
۲۱	زیبایی و ارزش بصری محدوده مقصد	۰/۰۳۷۳
۲۲	موقعیت نسبی (از منظر نزدیکی به کانون‌های عمده گردشگر فرست و محورهای اصلی ملی و بین‌المللی سفر و گردشگری)	۰/۰۳۷۳
۲۳	وضعیت اقلیمی مقصد	۰/۰۳۵۹
۲۴	سیاست‌های دولتی	۰/۰۴۳۷
۲۵	مدیریت مقصد گردشگری	۰/۰۴۴۷
۲۶	امنیت مقصد	۰/۰۴۴۷
	جمع کل	۱/۰۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

## ۲-۳- شناسایی ویژگی‌های توسعه گردشگری مقصد کلاردشت

مقصد کلاردشت در استان مازندران و در شهرستان چالوس در نزدیکی محور عمده گردشگری تهران- چالوس به عنوان یکی از پرتراکم‌ترین محورهای مسافرتی و گردشگری کشور واقع شده است. کلاردشت دارای جاذبه‌های گردشگری متنوعی است که اصلی‌ترین آنها بر بنیان‌های طبیعی استوارند. از این رو مقصد مذکور توانسته است گردشگرانی با انگیزه طبیعت گردی، تفریح، اقامت در خانه‌های دوم و گذران تعطیلات را به خود جلب

کند. آب و هوای کوهستانی اصلی‌ترین مزیت رقابتی گردشگری مقصد کلاردشت محسوب می‌شود. میانگین درجه حرارت سالانه مقصد مذکور ۹/۸ درجه سانتی‌گراد است (مهندسين مشاور پژوهش و عمران، ۱۳۷۶: ۷). علاوه بر ویژگی‌های طبیعی منحصر به فرد، مقصد کلاردشت دارای پیشینه تاریخی کهن است. آثار و اشیاء کشف شده از محل نشان از قدمت چند هزار ساله این مقصد دارد. این ویژگی به اضافه استقرار برخی ساختمانهای قدیمی مربوط به عهد پهلوی نیز می‌توانند به عنوان عوامل جذب در جهت گسترش بازارهای گردشگری مقصد کلاردشت مورد بهره برداری قرار گیرند (قدمی، ۱۳۸۶، ۱۹). همچنین وجود بیش از ۴۵ قله با ارتفاع بیش از ۴۰۰۰ متر، یخچال‌هایی با قدمت بیش از ۶۰ میلیون سال، پتانسیل مهمی در جهت ورزش‌های کوهنوردی و اسکی فراهم نموده اند (مهندسين مشاور شرق آيند، ۱۳۸۶: ۱۱۰).

شکل‌گیری جریانات گردشگری در مقصد کلاردشت به دوره حکومت پهلوی اول بر می‌گردد. در دوره مذکور توسعه زیرساخت‌ها به ویژه، شبکه جاده‌ای و افزایش میزان امنیت در سراسر مملکت، باعث تسهیل امر سفر و گشت و گذار در کشور، بویژه سفر به مناطق ساحلی دریای خزر شد. به طور کلی توسعه گردشگری در کلاردشت در قالب دو گونه اصلی گردشگران خانه دوم و گردشگران اقامتی (گردشگران با اقامت حداقل ۲۴ ساعت و فاقد امکانات اقامتی شخصی) صورت گرفته است. با بررسی وضعیت موجود توسعه گردشگری مقصد کلاردشت، این نکته قابل تمیز است که مقصد کلاردشت بنا بر دلایلی چون: ظرفیت محدود عرضه گردشگری (زیرساخت‌ها و تسهیلات و خدمات گردشگری) و از دست دادن کیفیت زیست محیطی منابع و جاذبه‌های گردشگری در حال ورود به مرحله رکود فعالیت‌های گردشگری است. گردشگری در حوزه کلاردشت پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و محیطی متعددی را در پی داشته است، به گونه‌ای که با وجود تأثیر مثبت گردشگری بر روی برخی از شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی در حوزه، توسعه ناپایدار گردشگری موجب وخیم‌تر شدن وضعیت بسیاری از شاخص‌ها، به ویژه شاخص‌های اجتماعی، فرهنگی و محیطی شده است (قدمی، ۱۳۸۶: ۷-۱۸-۴۴).

به طور کلی ویژگی‌های توسعه گردشگری مقصد کلاردشت به شرح زیر فهرست شده‌اند (دلشاد، ۱۳۸۷: ۱۳۸-۱۳۹):

- توسعه زیرساخت‌ها (دسترسی از طریق جاده کرج- چالوس) و منحصر به فردی منابع و جاذبه‌های گردشگری (آب و هوای فرح بخش، چشم‌انداز زیبا، قله مرتفع، پوشش گیاهی غنی، رودخانه زیبا و حفاظت شده سردآبرود و ...)
- به عنوان محرک توسعه مقصد کلاردشت به شمار می‌روند.
- موقعیت نسبی مناسب و نزدیکی به بازار پر قدرت گردشگر فرست تهران؛
- وجود بازارهای هدف مختلف (داخلی، بین‌المللی، اقامتی، خانه دوم) با روند و الگوی توسعه متفاوت؛

- تأثیرگذاری سیاست‌های دولتی در تبلیغ مقصد به عنوان بهشت گمشده در روند توسعه مقصد؛
- ناتوانی یا تأخیر مقصد کلاردشت در زمینه جذب سرمایه و سرمایه‌گذار در بخش گردشگری (به ویژه تسهیلات و خدمات گردشگری) که باعث شکل‌گیری و توسعه مقصدهای رقیب جدید، چون نمک آبرود، نور، کجور و رامسر شده است.
- عدم توجه به رعایت اصول پایداری در توسعه مقصد و وجود محدودیت در زمینه توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلات و خدمات گردشگری موجب کند شدن روند توسعه در سال‌های اخیر از یک سو و نزدیک شدن به آستانه اشباع ظرفیت تحمل و بروز مخالفت‌های محلی با توسعه گردشگری مقصد از سویی دیگر شده است.
- عدم توجه به حفظ محیط زیست مقصد، به ویژه در حریم جاذبه‌ها و منابع طبیعی گردشگری و کاهش کیفیت زیست محیطی آن‌ها موجب بروز نارضایتی در گردشگران مراجعه کننده به مقصد کلاردشت شده است.

#### ۲-۴- تعیین الگوی مناسب توسعه گردشگری مقصد کلاردشت

برای تعیین الگوی مناسب توسعه گردشگری مقصد کلاردشت از ماتریس ارزیابی کمی و کیفی به شرح زیر استفاده شده است.

#### ۲-۴-۱- ارزیابی الگوهای توسعه مقصدهای تفرجگاهی با استفاده از ماتریس ارزیابی کمی

برای استفاده از ماتریس ارزیابی کمی سه مرحله به شرح زیر طراحی شده است:

- تعیین وزن الگوها با استفاده از ماتریس ارزیابی وزن مؤلفه‌ها (با توجه به وزن‌ها مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده، که در جدول نهایی حاصل از روش دلفی، جدول ۲، تعیین شده است).
- تعیین رتبه الگوها با استفاده از ماتریس ارزیابی رتبه مؤلفه‌ها (با توجه به رتبه مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده که بر اساس جدول شماره ۱ تعیین شده است).
- تهیه ماتریس نهایی ارزیابی الگوها با توجه به وزن و رتبه الگوها؛ لازم به اشاره است که طراحی این ماتریس‌ها با اقتباس از ماتریس ارزیابی عوامل دیوید (۱۹۹۹) و انطباق آن با موضوع تحقیق انجام شده است.

#### • تعیین وزن الگوها با استفاده از ماتریس ارزیابی وزن مؤلفه‌ها

برای تعیین وزن الگوها، از جدول ۳ استفاده شده است. وزن به دست آمده برای هر الگو در این ماتریس نشان‌دهنده میزان کارآیی آنست و نشان می‌دهد الگوی موردنظر تا

چه اندازه در زمینه تشریح فرآیند توسعه مقصدهای تفرجگاهی از بازده مناسبی برخوردار است. در این جدول، مؤلفه‌ها در سطرها و الگوهای پنج‌گانه در ستون‌های ماتریس قرار گرفته‌اند. هر ستون الگو، دارای سه ستون در زیر مجموعه خود است که به ترتیب وزن‌های مؤلفه‌ها (جدول ۲)، ضریب مؤلفه‌ها و در نهایت حاصل ضرب وزن‌ها و ضریب مؤلفه‌ها در آن‌ها وارد می‌گردد. در این ماتریس تنها مؤلفه‌هایی که در زمره مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده الگوها (جدول ۱) به شمار می‌رفته‌اند دارای وزن‌اند. ضریب مؤلفه‌ها در هر یک از الگوها از کسر ۱ بر تعداد مؤلفه‌های هر الگو به دست آمده است (این ضریب برای الگوی پلاگ و کوهن  $\frac{1}{1} = 1$ ، الگوی داکسی  $\frac{1}{4} = 0.25$ ، الگوی باتلر  $\frac{1}{13} = 0.077$  و الگوی پریدوکس  $\frac{1}{19} = 0.053$  بوده است). استفاده از این ضریب، اثر تعداد بیشتر مؤلفه در یک الگو نسبت به الگوهای دیگر را از بین می‌برد. در نهایت از حاصل ضرب وزن‌ها مؤلفه‌ها و ضرایب، میانگین گرفته شده است و این میانگین به عنوان وزن هر الگو در نظر گرفته شده است. این وزن‌ها برای سهولت در به کارگیری در عدد  $10.000$  ضرب گردیده و تا دو رقم اعشار گرد شده است. با توجه به نتایج حاصل از جدول ۲-۳، الگوی باتلر با وزن  $15/15$  و الگوی پریدوکس با وزن  $15/14$  دارای بیشترین وزن و در نتیجه بیشترین کارایی در تشریح و پیش‌بینی فرآیند توسعه مقصدهای تفرجگاهی (کلاردشت) بوده و الگوی داکسی با وزن  $13/90$ ، الگوهای کوهن و پلاگ با وزن‌ها  $12/04$  به ترتیب در رده‌های بعدی قرار دارند.

#### • تعیین رتبه الگوها با استفاده از ماتریس ارزیابی رتبه مؤلفه‌ها

برای تعیین رتبه الگوها، از جدول ۴ استفاده شده است. این ماتریس جهت آزمون جامعیت الگوهای توسعه مورد استفاده قرار گرفته است. در حقیقت رتبه به دست آمده برای هر الگو نشان‌دهنده میزان جامعیت آنست و نشان می‌دهد الگوی مورد نظر تا چه میزان، مؤلفه‌های تأثیرگذار بیشتری را در فرآیند توسعه مقصدهای تفرجگاهی دخیل می‌داند. در این جدول مؤلفه‌ها در سطرها و الگوهای پنج‌گانه در ستون‌های ماتریس قرار گرفته‌اند.

رتبه مؤلفه‌ها در هر ستون وارد می‌گردد. رتبه مؤلفه‌ها با توجه به تعداد الگوهای که در جدول ۱ به مؤلفه اشاره نموده‌اند، به دست آمده است (برای مثال مؤلفه اول یا توسعه زیرساخت‌ها دارای رتبه ۲ است که نشان‌دهنده اشاره دو الگوی باتلر و پریدوکس به آنست). در این ماتریس تنها مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده الگوها (جدول ۱) دارای رتبه‌اند. در نهایت از رتبه‌های مؤلفه‌های هر الگو میانگین گرفته شده است. این میانگین به عنوان رتبه هر الگو تعیین شده است. این رتبه‌ها برای سهولت استفاده، در عدد  $100$  ضرب شده و تا دو رقم اعشار گرد شده‌اند.



با توجه به نتایج حاصل از جدول ۴ الگوی پریدوکس با رتبه ۱۲۳/۰۸ و الگوی باتلر با رتبه ۹۲/۳۰ دارای بیشترین رتبه و الگوی داکسی با رتبه ۳۸/۴۶، الگوهای کوهن و پلاگ با رتبه ۱۱/۵۴ به ترتیب در رده‌های بعدی قرار دارند.

**• تهیه ماتریس نهایی ارزیابی کمی الگوها با توجه به وزن و رتبه الگوها**

برای شناسایی الگوی مناسب توسعه مقصدهای تفرجگاهی از جدول ۵ استفاده شده است. در این ماتریس وزن و رتبه الگوها در سطرها و الگوهای پنج‌گانه در ستون‌ها وارد شده‌اند. در نهایت امتیاز نهایی هر الگو که بیشترین آن تعیین‌کننده الگوی مناسب توسعه مقصدهای تفرجگاهی است، از حاصل ضرب وزن و رتبه هر الگو در سطر آخر تعیین شده است.

بر طبق جدول ۵، الگوی پریدوکس با امتیاز ۱۸۶۳/۴۳ واجد بیشترین امتیاز بوده است. الگوهای باتلر با ۱۳۹۸/۳۴، داکسی با ۵۳۴/۶، کوهن و پلاگ با امتیاز ۱۳۸/۹۴ در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

جدول شماره (۳): ماتریس ارزیابی کمی الگوهای توسعه مقصدهای تفرجگاهی با توجه به وزن مؤلفه‌های تشکیل دهنده

الگو														مؤلفه				
پریودیکس				باتلر				داکسی				پلاگ				کوهن		
وزن باضرب	ضرب	وزن	وزن باضرب	ضرب	وزن	وزن باضرب	ضرب	وزن باضرب	ضرب	وزن	وزن باضرب	ضرب	وزن		وزن باضرب	ضرب	وزن	
۰/۰۰۰۲۲۹۴۹	۰/۰۵۳	۰/۰۴۳۳	۰/۰۰۳۳۳۴۱	۰/۰۷۷	۰/۰۴۳۳	۰	۰/۲۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	مؤلفه ۱	
۰/۰۰۰۲۱۱۷۳	۰/۰۵۳	۰/۰۴۱	۰/۰۰۳۱۵۷	۰/۰۷۷	۰/۰۴۱	۰	۰/۲۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	مؤلفه ۲	
۰/۰۰۰۲۰۵۱۱	۰/۰۵۳	۰/۰۲۸۷	۰	۰/۰۷۷	۰	۰	۰/۲۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	مؤلفه ۳	
۰/۰۰۰۱۹۲۹۲	۰/۰۵۳	۰/۰۲۶۴	۰/۰۰۲۸۰۲۸	۰/۰۷۷	۰/۰۳۶۴	۰	۰/۲۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	مؤلفه ۴	
۰	۰/۰۵۳	۰	۰/۰۰۳۰۴۹۲	۰/۰۷۷	۰/۰۳۹۶	۰	۰/۲۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	مؤلفه ۵	
۰	۰/۰۵۳	۰	۰	۰/۰۷۷	۰	۰	۰/۲۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	مؤلفه ۶	
۰/۰۰۰۲۰۷۲۳	۰/۰۵۳	۰/۰۲۹۱	۰	۰/۰۷۷	۰	۰	۰/۲۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	مؤلفه ۷	
۰/۰۰۰۱۹۰۲۷	۰/۰۵۳	۰/۰۲۵۹	۰	۰/۰۷۷	۰	۰	۰/۲۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	مؤلفه ۸	
۰	۰/۰۵۳	۰	۰/۰۰۳۰۱۰۷	۰/۰۷۷	۰/۰۳۹۱	۰	۰/۲۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	مؤلفه ۹	
۰/۰۰۰۲۰۹۸۸	۰/۰۵۳	۰/۰۳۹۶	۰/۰۰۳۰۴۹۲	۰/۰۷۷	۰/۰۳۹۶	۰	۰/۲۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	مؤلفه ۱۰	
۰/۰۰۰۲۱۲۵۳	۰/۰۵۳	۰/۰۴۰۱	۰/۰۰۳۰۸۷۷	۰/۰۷۷	۰/۰۴۰۱	۰/۰۱۰۰۲۵	۰/۲۵	۰/۰۴۰۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	مؤلفه ۱۱	
۰	۰/۰۵۳	۰	۰/۰۰۲۵۴۸۷	۰/۰۷۷	۰/۰۳۳۱	۰/۰۰۸۲۷۵	۰/۲۵	۰/۰۳۳۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	مؤلفه ۱۲	
۰/۰۰۰۱۹۰۲۷	۰/۰۵۳	۰/۰۲۵۹	۰	۰/۰۷۷	۰	۰	۰/۲۵	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	مؤلفه ۱۳	

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول شماره (۴): ماتریس ارزیابی کمی الگوهای توسعه مقصدهای نفرجگاهی با توجه

به رتبه مؤلفه‌های تشکیل دهنده

الگو					رتبه	مؤلفه
پربدوکس	باتلر	داکسی	پلاک	کوهن		
۲	۲	۰	۰	۰	۲	مؤلفه ۱
۲	۲	۰	۰	۰	۲	مؤلفه ۲
۱	۰	۰	۰	۰	۱	مؤلفه ۳
۲	۲	۰	۰	۰	۲	مؤلفه ۴
۰	۱	۰	۰	۰	۱	مؤلفه ۵
۰	۰	۰	۰	۰	۰	مؤلفه ۶
۱	۰	۰	۰	۰	۱	مؤلفه ۷
۱	۰	۰	۰	۰	۱	مؤلفه ۸
۰	۱	۰	۰	۰	۱	مؤلفه ۹
۲	۲	۰	۰	۰	۲	مؤلفه ۱۰
۳	۳	۳	۰	۰	۳	مؤلفه ۱۱
۰	۲	۲	۰	۰	۳	مؤلفه ۱۲
۱	۰	۰	۰	۰	۱	مؤلفه ۱۳
۰	۰	۳	۳	۳	۳	مؤلفه ۱۴
۱	۰	۰	۰	۰	۱	مؤلفه ۱۵
۱	۰	۰	۰	۰	۱	مؤلفه ۱۶
۲	۲	۰	۰	۰	۲	مؤلفه ۱۷
۲	۰	۲	۰	۰	۲	مؤلفه ۱۸
۲	۲	۰	۰	۰	۲	مؤلفه ۱۹
۳	۳	۰	۰	۰	۳	مؤلفه ۲۰
۰	۰	۰	۰	۰	۰	مؤلفه ۲۱
۱	۰	۰	۰	۰	۱	مؤلفه ۲۲
۲	۰	۰	۰	۰	۲	مؤلفه ۲۳
۱	۰	۰	۰	۰	۱	مؤلفه ۲۴
۲	۲	۰	۰	۰	۲	مؤلفه ۲۵
۰	۰	۰	۰	۰	۰	مؤلفه ۲۶
۱/۲۳۰۷۶۹۲۳۱	۰/۹۲۳۰۷۶۹۲۳	۰/۳۸۴۶۱۵۳۸۵	۰/۱۱۵۳۸۴۶۱۵	۰/۱۱۵۳۸۴۶۱۵	میانگین	
۱۲۳/۰۸	۹۲/۳۰	۳۸/۴۶	۱۱/۵۴	۱۱/۵۴	میانگین * ۱۰۰	

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول شماره (۵): ماتریس نهایی ارزیابی کمی الگوها با توجه به وزن و رتبه الگوها

الگو					
پریدوکس	باتلر	داکسی	پلاگ	کوهن	
۱۵/۱۴	۱۵/۱۵	۱۳/۹۰	۱۲/۰۴	۱۲/۰۴	میانگین وزن با ضریب
۱۲۳/۰۸	۹۲/۳۰	۳۸/۴۶	۱۱/۵۴	۱۱/۵۴	میانگین رتبه
۱۸۶۳/۴۳	۱۳۹۸/۳۴	۵۳۴/۶	۱۳۸/۹۴	۱۳۸/۹۴	امتیاز نهایی

منبع: یافته‌های تحقیق

۲-۴-۳- ارزیابی الگوهای توسعه مقصدهای تفرجگاهی با استفاده از ماتریس

### ارزیابی کیفی

برای حصول اطمینان از قابلیت تعمیم نتایج حاصل از ماتریس ارزیابی کمی الگوها به مقصد کلاردشت، جدول ۶ طراحی شده است. در این جدول، الگوهای توسعه مقصدهای تفرجگاهی با استفاده از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصد مورد ارزیابی کیفی قرار گرفته‌اند. در حقیقت، هدف از طراحی ماتریس ارزیابی کیفی، بررسی اثربخشی الگوها در تشریح فرآیند توسعه مقصد کلاردشت بوده است. به این معنی که کدام الگو با توجه به مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده آن و نیز ویژگی‌های مقصد کلاردشت، از بیشترین اثربخشی در تشریح فرآیند توسعه آن مقصد برخوردار است. در این جدول، مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصدهای تفرجگاهی که در بند ۲-۳ به آن‌ها اشاره شده در سطرها و الگوهای پنج‌گانه توسعه مقصدهای تفرجگاهی در ستون‌ها فهرست شده‌اند. در صورت مدنظر قرار گرفتن هر ویژگی توسعه توسط الگوها، محل تلاقی الگوها و ویژگی‌های توسعه مقصد کلاردشت با علامت ستاره مشخص شده است.

بررسی جدول ۶ نشان می‌دهد که الگوهای کوهن و پلاگ به هیچ یک از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصد کلاردشت اشاره ننموده‌اند. الگوی داکسی به پایداری توسعه و الگوی باتلر نیز به توسعه زیرساخت‌ها، توسعه تسهیلات و خدمات و کیفیت زیست محیطی منابع اشاره نموده‌اند. در صورتی که الگوی پریدوکس همه مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصد کلاردشت که در ویژگی‌های توسعه این مقصد به آن‌ها اشاره شده است را در بر می‌گیرد.

با توجه به نتایج حاصل از ماتریس ارزیابی کمی و کیفی الگوها، در نهایت الگوی طیف توسعه تفرجگاه به عنوان الگوی مناسب توسعه گردشگری مقصد کلاردشت تعیین شده است.

جدول شماره (۶): ماتریس ارزیابی کیفی الگوهای توسعه مقصدهای تفرجگاهی با استفاده از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه مقصد کلاردشت

متغیر	الگو				
	پریدوکس (۲۰۰۴-۱۹۹۸)	باتلر (۲۰۰۶-۱۹۸۰)	داکسی (۱۹۷۵)	پلاگ (۱۹۷۴)	کوهن (۱۹۷۲)
۱ توسعه زیرساخت‌ها	*	*			
۲ توسعه تسهیلات و خدمات	*	*			
۳ منحصربه فردی منابع و جاذبه‌های گردشگری	*				
۴ جذب سرمایه‌گذاری	*				
۵ وجود بازارهای هدف مختلف	*				
۶ پایداری توسعه	*		*		
۷ کیفیت زیست محیطی منابع	*	*			
۸ موقعیت نسبی	*				
۹ سیاست‌های دولتی	*				

منبع: یافته‌های تحقیق

### نتیجه‌گیری - مدل سازی توسعه گردشگری مقصد کلاردشت

با توجه به نتایج حاصل از ارزیابی کمی و کیفی الگوهای توسعه مقصدهای تفرجگاهی، الگوی طیف توسعه تفرجگاه پریدوکس به عنوان الگوی مناسب توسعه گردشگری مقصد کلاردشت انتخاب شده است.

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که علی‌رغم جامعیت، کارایی و اثربخشی الگوی طیف توسعه تفرجگاه در مدل سازی و تشریح فرآیند توسعه گردشگری مقصد کلاردشت، این الگو با محدودیت‌هایی به شرح زیر روبرو است:

- وجود فرآیند رشد متفاوت سایر بخش‌های بازار علاوه بر بخش‌های بازار که در الگوی طیف توسعه تفرجگاه بر اساس مبنای گردشگری فرستی بخش‌بندی شده‌اند.
- عدم تشریح وضعیت جاذبه‌ها در مرحله گردشگری ملی و بین‌المللی در شاخص جاذبه‌ها و تشریح وضعیت تسهیلات و خدمات در شاخص زیرساخت‌ها در الگوی طیف توسعه تفرجگاه که بر اساس روش‌شناسی عوامل عرضه گردشگری از استناد علمی برخوردار نیست.
- در الگوی طیف توسعه تفرجگاه به دوازده معیار کلیدی توسعه اشاره شده است که نقض هر یک، موجب ورود مقصد تفرجگاهی به مرحله رکود یا نزول در هر یک از مراحل توسعه مقصد تفرجگاهی (محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی) می‌گردد. در

حالی که ممکن است معیارهای کلیدی توسعه متفاوتی در مقصدهای تفرجگاهی مختلف وجود داشته باشند.

با استفاده از نتایج به دست آمده از تحقیق، اصلاحاتی در زمینه رفع محدودیت‌های الگوی طیف توسعه تفرجگاه به شرح زیر صورت گرفته است:

۱- در زمینه رفع محدودیت اول، علاوه بر مبنا قرار گرفتن بخش‌های بازار بر اساس مبدا گردشگری (محلی، استانی، ملی و بین‌المللی) در تشریح فرآیند توسعه، بخش‌های بازار بر اساس نوع اقامت (بازار گردشگران خانه دوم و اقامتی) که با توجه به نتایج بررسی ویژگی‌های توسعه گردشگری مقصد کلاردشت، الگوی متفاوتی از رشد را نشان می‌دهند، مدنظر واقع شده‌اند.

۲- در زمینه محدودیت دوم، جدول ۷ ارائه گردیده است. در این جدول، شاخص‌های عمده توسعه مقصد تفرجگاهی شامل: بخش‌های اصلی بازار، منابع و جاذبه‌های گردشگری، زیرساخت‌ها، تسهیلات و خدمات گردشگری و فعالیت‌های بازاریابی (این شاخص‌ها در الگوی ارائه شده توسط پریدوکس شامل: بازارهای عمده یا انواع گردشگر، اقامتگاه، بازاریابی، جاذبه‌ها، زیرساخت‌ها، حمل و نقل، خرده فروشی و سیاست‌گذاری هستند) در سطر و مرحله‌های چهار گانه توسعه شامل: گردشگری محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی در ستون جدول قرار گرفته‌اند. این جدول با توجه به ویژگی‌های توسعه گردشگری مقصد کلاردشت طراحی شده است و ممکن است در مقصدهای تفرجگاهی مختلف، با توجه به ویژگی‌های توسعه در وضعیت و نوع بعضی شاخص‌ها تفاوت‌هایی وجود داشته باشد.

۳- در زمینه محدودیت سوم، با توجه به نتایج روش دلفی و روند توسعه گردشگری مقصد کلاردشت می‌توان معیار وجود امنیت در مقصد را نیز به عنوان یکی از معیارهای کلیدی توسعه مقصدهای تفرجگاهی به معیارهای کلیدی دوازده‌گانه توسعه که در الگوی طیف توسعه تفرجگاه به آن‌ها اشاره شده است، اضافه نمود. نتایج روش دلفی بیانگر این است که خبرگان گردشگری مؤلفه امنیت را همراه با مؤلفه مدیریت مقصد دارای بیشترین میزان رتبه در نظر گرفته‌اند (با میانگین ۴/۶۲). همچنین، بر اساس مطالعات قدمی در سال ۱۳۸۶، بررسی روند توسعه مقصد کلاردشت نشان می‌دهد که از سال ۱۳۷۵ تا اواخر دهه ۱۳۸۰ وقوع برخی مسائل از جمله کلاهبرداری متعدد از خریداران و سازندگان (توسط افراد بومی و غیربومی)، افزایش نزاع و درگیری میان خریداران و فروشندگان، رشد کاذب قیمت زمین و ویلا، عدم احساس امنیت در خرید زمین و ویلا و ... سبب شد تا روند صعودی گذشته در بخش گردشگران خانه دوم به یکباره دچار رکود و بحران شود و این مسئله تا حدی بر میزان ورود گردشگران اقامتی نیز تأثیر گذارد. همچنین در مقطع زمانی خرداد ۱۳۸۳ تا پایان سال ۱۳۸۳ به دلیل

وقوع زلزله خرداد همان سال، فعالیت‌های گردشگری در کلاردشت در رکود کامل فرو رفت. این رکود ناشی از به وجود آمدن احساس ناامنی ناشی از حوادث طبیعی در منطقه بوده است (قدمی، ۱۳۸۶: ۵-۶).

بر اساس اصلاحات صورت گرفته در الگوی طیف توسعه تفرجگاه، در این بخش از تحقیق به مدل‌سازی و تشریح فرآیند توسعه گردشگری مقصد تفرجگاهی بر مبنای مراحل توسعه الگوی طیف توسعه تفرجگاه، یافته‌های تحقیق و نتایج مطالعات قدمی در سال ۱۳۸۶ به شرح زیر پرداخته شده است (دلشاد، ۱۳۸۷: ۱۴۵-۱۵۰):

جدول شماره (۷): تغییرات در شاخص‌های عمده توسعه مقصد تفرجگاهی در مدل اصلاح شده پدیدو کس در طول زمان (۲۰۰۴)

شاخص‌های عمده توسعه	گردشگران محلی	گردشگران منطقه‌ای	گردشگران ملی	گردشگران بین‌المللی
<p>محل‌ها و افرادی از شهرهای نزدیک و پیرامونی. میزان تقاضای گردشگران محلی نسبت به سایر تقاضاها بیشتر است.</p>	<p>بخش بازار مرحله یک و اضافه شدن بخش بازار گردشگران منطقه‌ای شامل: گردشگران درون استانی یا درون منطقه‌ای که به مقصد تفرجگاهی مسافرت می‌نمایند. گردشگران دیگر استان‌ها به صورت محدود و گذری به مقصدهای تفرجگاهی بزرگ می‌روند. میزان تقاضای گردشگران منطقه‌ای نسبت به سایر تقاضاها بیشتر است.</p>	<p>بخش‌های بازار مرحله دو و بخش بازار زین: گردشگران از فواصل دور و از همه بخش‌های کشور به مقصد تفرجگاهی مسافرت می‌نمایند. میزان تقاضای گردشگران ملی نسبت به سایر تقاضاها بیشتر است.</p>	<p>بخش‌های بازار مرحله سه باتاکید بر بخش بازار گردشگران بین‌المللی میزان تقاضای گردشگران بین‌المللی نسبت به سایر تقاضاها بیشتر است.</p>	
<p>جاذبه‌ها به طور عمده منابع گردشگری طبیعی و فرهنگی بدون دسترسی و اطلاع‌رسانی مناسب و تأسیسات پذیرایی و خدماتی محلی، مانند: آلاچیق‌ها و قهوه خانه‌های سنتی که اقامت گردشگر در مقصد را به حداقل ممکن از چند ساعت تا یک روز می‌رساند.</p>	<p>جاذبه‌ها در سه گروه طبیعی، فرهنگی و انسان ساخت ممکن است وجود داشته باشند، دسترسی بهبود یافته و امکانات و خدمات اقامتی، پذیرایی و اطلاع‌رسانی محدود، مدت اقامت گردشگران در منطقه یا مقصد به یک تا دو شب افزایش می‌یابد.</p>	<p>میزان و کیفیت تسهیلات، تأسیسات و امکانات مکمل جاذبه‌ها بهبود می‌یابد و توسعه جاذبه‌های انسان ساخت بزرگ، نظیر پارک‌های موضوعی در منطقه یا مقصد آغاز می‌گردد. مدت اقامت گردشگران تا چند شب تا یک هفته افزایش می‌یابد.</p>	<p>کیفیت تسهیلات، تأسیسات و امکانات مکمل جاذبه‌ها بسیار بهبود یافته و به میزان استانداردهای بین‌المللی می‌رسد. جاذبه‌های مکمل موجب افزایش ماندگاری گردشگران حتی تا چند هفته می‌گردد.</p>	
<p>حمل و نقل محدود به حمل و نقل جاده‌ای یا ریلی و یا دریایی محلی، جاده‌ها باریک و با کیفیت پایین، سامانه‌های دفع مواد زائد وجود ندارد و دفع مواد زائد به صورت ابتدایی در محل زندگی صورت می‌گیرد. خدمات عمومی، نظیر آب، برق، سوخت و بهداشت بسیار محدود و با کیفیت نامناسب است.</p>	<p>بهبود دسترسی جاده‌ای و یا در صورت وجود ریلی و یا دریایی، ایجاد دسترسی هوایی محلی در صورت امکان، ایجاد سامانه‌های دفع زباله و فاضلاب به صورت ابتدایی (دفع غیربهداشتی در مکان مشخص). ایجاد خدمات عمومی و با کیفیت متوسط</p>	<p>توسعه دسترسی جاده‌ای به بزرگراه، باز توسعه و بهبود دسترسی ریلی و یا دریایی (در صورت وجود)، ایجاد دسترسی هوایی با پروازهای برنامه ریزی شده، بهبود سامانه‌های دفع زباله و فاضلاب و توسعه آن (دفع بهداشتی). توسعه خدمات عمومی با کیفیت مطلوب در سطح منطقه یا مقصد</p>	<p>توسعه بزرگراه‌ها و آزاد راه‌ها، توسعه پیوسته انواع دیگر حمل و نقل، توسعه پروازهای بین‌المللی به مقصد، ایجاد نظام جامع جمع‌آوری، دفع و بازیافت مواد زائد (زباله و فاضلاب)، توسعه و افزایش کیفیت خدمات عمومی در سطح منطقه یا مقصد</p>	

منبع: اقتباس از پریدوکس (۲۰۰۴)



**مرحله ۱: گردشگری محلی - تا ۱۳۱۸:** مقصد کلاردشت با توجه به ویژگی‌های توپوگرافی و اقلیمی خاص، از گذشته به‌عنوان منطقه ییلاقی مناطق ساحلی استان مازندران به شمار می‌رفته است. این ویژگی برای اغلب مناطق کوهستانی- جنگلی استان مازندران، مانند: آلاشت، فیلبند، جواهرده و ... نیز مصداق دارد. مقصد کلاردشت به‌ویژه در تابستان که شرحی مناطق ساحلی تحمل ناپذیر می‌شود به‌عنوان یک منطقه ییلاقی مفرح با آب و هوای خنک کوهستانی و چشم‌اندازهای زیبا برای ساکنان محلی شهرهای ساحلی نزدیک نظیر چالوس به شمار می‌رفته است. مسیر دسترسی این گردشگران، محلی و به طور عمده خاکی و شنی بوده است و اقامت آن‌ها در کلبه‌ها و خانه‌های روستایی و بومی صورت می‌گرفته است. در زمینه این مرحله از توسعه گردشگری در مقصد کلاردشت اطلاعات و داده‌های معتبری در دست نیست و اطلاعات ذکر شده فوق تنها بر اساس وجود الگوهای مشابه در استان مازندران به دست آمده است.

**مرحله ۲: گردشگری منطقه‌ای (درون استانی):** در مقصد کلاردشت با توجه به عواملی چون وضعیت معیشتی سایر مناطق استان، وجود مقصدهای رقیب در سایر نقاط استان، نزدیکی کلاردشت به مقصد پر قدرت گردشگری استان تهران، ایجاد محور گردشگری تهران- چالوس، این مرحله از توسعه در مقصد کلاردشت به وقوع نپیوسته است و در حقیقت مقصد کلاردشت با مدنظر قرار دادن یک مرحله انتقال طولانی از مرحله گردشگری محلی وارد مرحله گردشگری ملی شده است.

**مرحله ۳: گردشگری ملی (دیگر استان‌ها) - ۱۳۱۸-۱۳۷۵:** در حقیقت می‌توان آغاز توسعه کلاردشت به عنوان یک مقصد گردشگری را از این مرحله در نظر گرفت. این مرحله خود به هفت بخش زیر قابل تقسیم است:

**بخش اول -** در سال‌های آغازین این مرحله که می‌توان زمان شروع آن را دهه ۱۳۱۰ (احداث کاخ ییلاقی پهلوی اول در سال ۱۳۱۸) در نظر گرفت، جاذبه‌های طبیعی کلاردشت با ترکیبی از فضاهای بکر کوهستان، جنگل، دشت، رودخانه و آب و هوای ییلاقی از طرف طبیعت‌دوستان شناخته شد. در این مرحله تعداد گردشگران بسیار اندک بود و از طبقات مرفه و اطرافیان شاه و البته تعداد معدود محقق و دانشمند و کوهنورد خارجی (گردشگر ماجراجو) تشکیل می‌شد. طی این مرحله تسهیلات خاص گردشگری در منطقه شکل نگرفت.

با ساخت کاخ سلطنتی رضاشاه در سال ۱۳۱۸، تعداد معدودی خانه دوم توسط اطرافیان شاه و افراد رده بالای مملکتی در محله حسن‌کیف و اطراف آن احداث شد (مهندسین مشاور امیرشریفی و همکاران، ۱۳۴۶: ۲۵). بنابراین، همزمان با گردشگران اقامتی با احداث خانه‌های دوم، نوع گردشگران خانه دوم نیز در کلاردشت مطرح شدند. در دوره حکومت پهلوی دوم گردشگران به تدریج بیشتر شده و برخی تسهیلات گردشگری توسط دولت ایجاد می‌شوند. ساخت هتل گرک‌پس، مجتمع هتل‌های ارزان قیمت جوانان

و چندین واحد اقامتی و پذیرایی در این دوره آغاز می‌شود (که البته با وقوع انقلاب اسلامی این پروژه‌ها تاکنون نیمه‌تمام باقی مانده‌اند). در دهه ۱۳۴۰، سالانه حدود ۲۰۰۰ نفر (۴۰۰ خانوار) به مقصد کلاردشت سفر می‌کردند. طی این دوره ساخت و ساز خانه دوم در مقصد کلاردشت با روندی کند ادامه پیدا کرد (مهندسیین مشاور امیرشریفی و همکاران، ۱۳۴۶: ۲۸).

**بخش دوم-** با وقوع انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷، روند صعودی رشد جریانات گردشگری و ساخت و سازهای خانه دوم که بویژه از دوره محمدرضاشاه شروع شده بود به یکباره دچار رکود شده و تا اواسط دهه ۱۳۶۰ ادامه یافت.

**بخش سوم-** این مرحله به تدریج از دهه اواسط دهه ۶۰ آغاز می‌شود. در این زمان، وقوع جنگ تحمیلی و حملات هوایی به تهران که باعث مهاجرت موقت برخی از ساکنان تهران به نواحی شمالی کشور شده بود، زمینه‌ساز آشنایی شمار زیادی از مردم تهران با کلاردشت شد و این امر در کنار توسعه و بهبود زیرساخت‌ها و کیفیت نسبی ارتباطات جاده‌ای و افزایش نسبت جمعیت شهرنشین کشور، ارتقاء سطح رفاه نسبی مردم و افزایش سهم طبقات متوسط در کل جامعه ایران، افزایش مشکلات زندگی در شهرهای بزرگ چون تهران، افزایش سطح پوشش و کیفیت اطلاع‌رسانی عمومی و ... به تدریج باعث رونق جریانات گردشگری بومی از دهه ۱۳۷۰ به بعد در مقصد کلاردشت شد. در این مرحله تبلیغات گسترده (حتی از سوی مسئولین رده بالای سیاسی کشور) در کلان شهر تهران و سراسر ایران، باعث معرفی هر چه بیشتر کلاردشت می‌شود و عملاً کلاردشت وارد بازار رقابتی با سایر حوزه‌های گردشگری شمال کشور می‌گردد. طی این مرحله با توجه به فقدان واحدهای اقامتی کافی در سطح حوزه، به تدریج اجاره ویلای شخصی ساکنان بومی به گردشگران رایج می‌شود و به یکی از منابع درآمدی مردم محلی تبدیل می‌گردد. در این مرحله فعالیت‌های خدماتی مقصد به سوی خدمات گردشگری و در راستای آن توسعه می‌یابند و به فعالیت‌های عمده در سطح شهر تبدیل می‌شود. از اوایل دهه هفتاد، تعداد گردشگران مقصد کلاردشت با روندی تصاعدی افزایش یافته که این روند تا اواسط دهه ۷۰ ادامه می‌یابد.

**بخش چهارم-** در این بخش گردشگری خانه دوم به دلیل اشباع تقاضا از سال ۱۳۷۵ تا سال ۱۳۷۸ در بحران و رکود نسبی به سر برد. در این زمان گردشگری اقامتی روند رشدی به نسبت کندتر از از بخش قبل داشت ولی این روند جاری و بدون بحران بود.

**بخش پنجم-** این بخش از سال ۱۳۷۸ تا خرداد ۱۳۸۳ به طول انجامید. از سال ۱۳۷۸ به بعد، مجدداً روند ساخت و ساز خانه دوم و بورس‌بازی زمین و ویلا با روندی تدریجی آغاز شد و در سال ۱۳۷۹ تا خرداد ۱۳۸۳ شتابی بی‌سابقه به خود گرفت. در این دوره تورم نسبی بالا در کشور و امنیت سرمایه‌گذاری در بخش زمین و مسکن نسبت به

سرمایه‌گذاری در سایر بخش‌ها، جلوگیری از فروش تراکم ساختمانی در تهران (اواخر دهه ۷۰)، جدی شدن اجرای پروژه آزاد راه تهران - شمال، افزایش درآمدهای نفتی کشور و ... از جمله دلایل اصلی جذب سرمایه‌های سرگردان به چرخه خرید و فروش زمین و ساخت و ساز ویلا در کلاردشت بوده است که رشد بی‌سابقه گردشگری به ویژه در بخش گردشگران خانه دوم و سوداگری زمین و ویلا در منطقه مذکور را به دنبال داشت. همچنین روند ورود گردشگران اقامتی در این سال‌ها روندی فزاینده داشت.

**بخش ششم -** از خرداد سال ۱۳۸۳ تا پایان همان سال به دلیل وقوع زلزله در کلاردشت، فعالیت‌های گردشگری در رکود کامل فرو رفت.

**بخش هفتم -** در این بخش که از سال ۱۳۸۴ آغاز شد، با اصلاح و بازسازی جاده ارتباطی کرج - چالوس و برقراری آرامش نسبی پس از زلزله در مقصد، از سال ۱۳۸۴، روند راکد شده ورود گردشگران اقامتی و خانه دوم که در سال ۸۳ تا ۸۴ رخ داده بود، رو به رشد گذارده است. همچنین بررسی‌ها نشان می‌دهد که روند رشد گردشگری خانه دوم به نسبت کند و آرام بوده، ولی گردشگری اقامتی با روند صعودی و رونق نسبی روبرو بوده است.

**مرحله ۴: گردشگری بین‌المللی - ۱۳۷۵ به بعد:** با توجه به ویژگی‌های ژئومورفولوژیکی مقصد کلاردشت به ویژه وجود قله مرتفع علم‌کوه و تخت سلیمان با ویژگی‌های منحصر به فرد و جاذبه‌های طبیعی، از دوره پهلوی اول و پس از آن، همواره کوهنوردان و محققانی را از سایر نقاط دنیا بویژه آلمان، فرانسه و اتریش به این مقصد جذب شده‌اند. تعداد این دسته از گردشگران بسیار اندک بوده و در سال کمتر از ۱۰۰ نفر است؛ اما، دسته دیگری از گردشگران اقامتی خارجی که به تدریج از سال ۱۳۷۵ به بعد از مقصد کلاردشت دیدن کرده‌اند، گردشگرانی از کشورهای عربی حوزه جنوبی خلیج فارس و دریای عمان هستند. تعداد این گردشگران از سال ۱۳۷۵ تاکنون، همواره در حال افزایش بوده است و برآورد می‌شود که از حوزه مذکور از سال ۱۳۷۹ به بعد، سالانه بیش از ۵۰ هزار نفر گردشگر به مقصد کلاردشت سفر می‌کنند. به عنوان نمونه در سال ۱۳۷۹، ۶۰ هزار گردشگر از حوزه مذکور به کلاردشت سفر کرده‌اند. این مرحله از مراحل توسعه مقصد کلاردشت مطابق الگوی طیف توسعه تفرجگاه اکنون در منطقه انتقال قرار دارد.

**مرحله ۵: گردشگری پسا انبوه (Post-Mass):** الگوی طیف توسعه تفرجگاه، مرحله پنجمی شامل نزول، رکود یا احیا برای هر بخش بازاری (محلی، منطقه‌ای، ملی، بین‌المللی) که در مقصد تفرجگاهی به آن‌ها ارائه خدمات صورت می‌گیرد را پیش‌بینی می‌نماید. این مرحله در الگوی باتلر برای تمام گردشگران یا بازار تقاضا در نظر گرفته شده است؛ ولی، الگوی طیف توسعه بر این فرض بنیان نهاده شده است که نزول، رکود یا احیاء ممکن است در یکی از بازارها رخ دهد. برای مثال، در بخش هفتم از مرحله سوم

(گردشگری ملی) توسعه مقصد کلاردشت (۱۳۸۴-۱۳۸۶)، گردشگری خانه دوم با روندی به نسبت کند و آرام روبرو بوده در حالی که گردشگری اقامتی دارای روند رشد صعودی بوده و از رونق نسبی برخوردار بوده است. این یک واقعیت مهم و انکار ناپذیر برای دست‌اندرکاران و برنامه‌ریزان توسعه گردشگری به شمار می‌رود و ماهیت ناهمگون مقصدهای تفرجگاهی که اغلب در گذشته نادیده انگاشته می‌شد را نشان می‌دهد.

با استفاده از این ویژگی، می‌توان به شناسایی بازارها و محصولات نوین در بلند مدت پرداخت و سناریوهای راهبردی آتی برای احیای مقصدهای تفرجگاهی و جلوگیری از بروز رکود و نزول در مقصد را تدوین نمود. همچنین، باید این موضوع را مدنظر قرار داد که تغییرات در تعداد گردشگران نباید ملاک ورود مقصد تفرجگاهی به مرحله نزول باشد؛ زیرا، ممکن است این تغییرات در کوتاه مدت و به صورت موقتی (ناشی از رقابت سایر مقصدها، عوامل خارجی، نظیر حوادث طبیعی، روندهای سیاسی و ...) صورت گرفته باشد. برای مثال، می‌توان به بروز رکود کامل در زمینه روند توسعه مقصد کلاردشت در سال ۱۳۸۳ ناشی از وقوع زلزله و ادامه رشد و توسعه از سال ۱۳۸۴ به بعد اشاره نمود. در این مرحله، برای احیا مجدد و یا جلوگیری از بروز رکود و یا ورود مقصد تفرجگاهی به مرحله نزول، ضمن توجه به معیارهای کلیدی توسعه در راستای کنترل، ضابطه‌مند نمودن و هدایت توسعه گردشگری انبوه، می‌توان انواع محصولات گردشگری نوین که متضمن دستیابی مقصد تفرجگاهی به پایداری اجتماعی، اقتصادی و اکولوژیکی بلند مدت باشد را توسعه داد. سناریویی که در این مرحله برای مقصدهای تفرجگاهی با ویژگی‌های مقصد کلاردشت می‌توان پیشنهاد داد، توسعه محصولات گردشگری خاص، نظیر اکوتوریسم، گردشگری ماجراجویانه، گردشگری روستایی، گردشگری کشاورزی، گردشگری فرهنگی و ... است که از ویژگی‌های پسامدرنی و پساפורدیستی برخوردارند. در ایجاد یا توسعه زیرساخت‌ها، تسهیلات و خدمات موردنیاز بخش‌های بازار متقاضی این محصولات، علاوه بر مرجع قرار دادن ویژگی‌های تقاضا، نوع منابع و جاذبه‌های گردشگری، ویژگی‌ها و وضعیت زیست محیطی منطقه باید مورد توجه ویژه قرار گیرد.

همچنین، توسعه زیرساخت‌ها، تسهیلات و خدمات گردشگری مورد نیاز گردشگری انبوه، پایدار نمودن توسعه‌ی این نوع از گردشگری که به طور عمده با ارائه انواع محصولات این نوع گردشگری نظیر گردشگری تفریحی، خانه دوم در مقصد کلاردشت همراه است و ایجاد تنوع در محصولات، با ارائه‌ی سایر محصولات گردشگری انبوه نظیر گردشگری MICE<sup>۱</sup> (مقصد کلاردشت با توجه به موقعیت نسبی شامل نزدیکی به پایتخت، نزدیکی به مسیر دسترسی اصلی به غرب مازندران، مجاورت با آزاد راه در دست ساخت تهران-شمال، آب و هوای مفرح و وضعیت اقلیمی و ... از قابلیت بالایی در زمینه توسعه این محصول گردشگری برخوردار است) در این مرحله باید مدنظر قرار گیرد.

۱- Meetings, Incentives, Conventions & Exhibitions.

## منابع

- اردکانی، سعید سعیدا (۱۳۸۲)، کاربرد مفاهیم چرخه عمر گردشگری و ظرفیت تحمل‌پذیری در توسعه گردشگری، فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۲، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.
- دیوید، فرد آر. (۱۳۸۶)، مدیریت استراتژیک، ترجمه دکتر علی پارسائیان و دکتر سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی چاپ دهم.
- دلشاد، علی (۱۳۸۷)، "شناسایی الگوی مناسب توسعه مقصدهای تفرجگاهی در جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی: منطقه کلاردشت)"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- قدمی، مصطفی (۱۳۸۶)، "مدل‌سازی توسعه شهری و گردشگری در چارچوب پایداری"، رساله دکتری، دانشگاه تهران.
- مهندسین مشاور امیر شریفی و همکاران (۱۳۴۶)، طرح جامع جهانگردی کلاردشت مرحله اول، شناسایی و ارزیابی، سازمان برنامه و بودجه.
- مهندسین مشاور شرق آیند (۱۳۸۱)، طرح جامع توسعه گردشگری دریاچه ولشت، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور.
- مهندسین مشاور پژوهش و عمران (۱۳۷۶)، برداشت‌های نهایی از مطالعات طرح جامع حریم شهرهای مرزن‌آباد و کلاردشت.
- Alvares, Daniela, Lourenco, Julia (۲۰۰۵), "Life Cycle Modeling for Tourism Area", Guimaraes, Portugal, University of Minho.
- Berry, Edward Norman (۲۰۰۱), "An Application of Butler's (۱۹۸۰) Tourist Area Life Cycle Theory to the Cairns Region", Australia, ۱۸۷۶-۱۹۹۸, PHD Thesis, School of Tropical Environment studies and Geography, James Cook University of North Queensland.
- Butler, Richard W. (۲۰۰۱), "The Resort Cycle, Two Decades On. Tourism in the ۲۱th century", lessons from experience conference, UK, London: Continuum Publishing, ۲۶۴-۲۹۹.
- Greiner, R, Mayocchi, C, Larson, S, Stoeckl, N and Schweigert, R. (۲۰۰۴), "Benefits and costs of tourism for

---

remote communities - Case study for the Carpentaria Shire in north-west Queensland. CSIRO Sustainable Ecosystems: Townsville and Tropical Savannas”, CRC: Darwin.

- Moore, Winston, Whitehall, Peter, (2000), “The Tourism Area Lifecycle and Regime Switching Model, Central Bank of Barbados, Barbados”, *Annals of Tourism Research*, Vol, 27, No. 1, pp, 112-126, 2000.
- Prideaux, Bruce(1998), “The Resort Development Spectrum- a new approach to modeling resort development”, *Tourism Management*, 21 (2000) 220-240.
- Prideaux, Bruce(2004), “The Resort Development Spectrum: The Case of the Gold Coast. Australia”, *Tourism Geographies*, 6:1, 26 – 48.
- Swarbrooke, John(1998), “Sustainable Tourism Management”, CABI publication, London, UK, P: 206-262.