



بررسی و ارزیابی برنامه راهبردی و اجرایی توسعه صنعت اقتصادی و گردشگری در (شهرستان ساری)

سید حسن رسولی^۱، عبدالغفار قرنجیک^۲، مرجان رجایی^۳

۱- کارشناسی ارشد، برنامه ریزی شهری، دانشگاه پیام نور مرکز ساری

Hasanrasoli.63@gmail.com

۲- کارشناسی ارشد، برنامه ریزی شهری، دانشگاه پیام نور مرکز ساری

Ghaffar.gharanjik@yahoo.com

۳- کارشناسی ارشد، برنامه ریزی شهری (نوسازی و بهسازی شهری) پیام نور ساری

Rajaeemarjan@gmail.com

چکیده:

گردشگری، فعالیت اقتصادی است که به دلیل ماهیت و ویژگی‌های خاص آن، فرصت‌های مناسبی را برای ورود به عرصه‌ی تجارت بین‌المللی، فارغ از سطح توسعه‌یافتگی کشورها فراهم می‌آورد. درک این مهم، باعث شده که از این فعالیت اقتصادی (که اساساً ماهیت خدماتی دارد) به عنوان صنعت یاد شود و بعد از صنعت نفت و خودرو به عنوان سومین صنعت جهان شناخته شود. گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. افزون بر این بسیاری از برنامه ریزان و سیاستگذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند (رکن الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۴). توسعه گردشگری در یک منطقه بر محیط اجتماعی و اقتصادی آثار مثبت بسیاری دارد که از جمله آنها می‌توان به اشتغالزایی، افزایش درآمد، سود ناشی از تولید و عرضه محصولات دامی و کشاورزی به گردشگران، کاهش مهاجرفرستی منطقه، ارتقای سطح عمومی سواد، بهداشت و رفاه تاثیر به سزایی خواهد داشت. همچنین توسعه گردشگری موجب بازبینی فرهنگ بومی، تلاش در زنده نگه داشتن آن، حفظ سنت‌های نمادین، مرمت و توجه به مکانهای تاریخی و فرهنگی، روی آوردن مجدد به تولید صنایع دستی و ... می‌شود. این تحقیق از نظرهدف کاربردی و از لحاظ ماهیت توصیفی - تحلیلی است، پس از جمع‌آوری اطلاعات میدانی که با استفاده از ابزار پرسشنامه تکمیل شده، با استفاده از نرم افزار SPSS و آزمون T-تک نمونه ای اقدام به تحلیل روابط بین متغیرها و از مدل swot برای ارائه راهکارها استفاده شده است و همچنین برای نمایش نتایج داده‌های تحلیلی و توصیفی از نرم افزار Gis و Excel استفاده شده است. هدف کلی این تحقیق به بررسی و ارزیابی برنامه راهبردی و اجرایی توسعه صنعت اقتصادی و گردشگری در شهرستان ساری پرداخته ایم.

کلید واژه‌ها: برنامه راهبردی و اجرایی، توسعه، صنعت اقتصادی و گردشگری، شهرستان ساری، Swot



مقدمه :

صنعت گردشگری یکی از بخشهای پر رونق اقتصادی دنیا می باشد و کشورهایی که توانسته اند با تجهیز خود از این صنعت بهره برند به همان میزان نیز از رشد اقتصادی برخوردار شده اند. گردشگری فعالیتی گسترده و فرابخشی است که به اشکال گوناگون در سطوح منطقه ای، ملی و بین المللی صورت می گیرد. برآوردهای سازمان جهانی گردشگری نشان میدهد میانگین نرخ رشد گردشگری جهانی برای دوره ۲۰۱۰-۱۹۹۰ حدود ۱/۴ درصد می باشد. از مهمترین تحولات اجتماعی صورت پذیرفته در جوامع معاصر، توجه به اوقات فراغت به عنوان یکی از نیازهای اساسی، در زندگی تحت سیطره فناوری است. در راستای چنین تحولی، گردشگری نیز به عنوان یکی از شیوه های گذران اوقات فراغت مطرح بوده و تأثیر قابل توجهی بر محیط زیست انسانی، اقتصاد و معیشت جوامع برجای می نهد. بررسی های علمی حاکی از آن است که، گردشگری در نوع خود به عنوان یکی از پرمصرف ترین صنایع در استفاده از منابع و انرژی محسوب می شود، و به نظر می رسد که در آینده نیز با همین شدت به روند رو به رشد خود ادامه دهد. گردشگری به عنوان یکی از پویا ترین فعالیتهای اقتصادی عصر حاضر، نقش مهمی در توسعه پایدار شهری ایفا میکند این صنعت از طریق ترکیب همزمان منابع داخلی و خارجی، منافع اجتماعی، اقتصادی، زیست محیطی و فرهنگی زیادی را برای فضاهای جغرافیایی به همراه دارد؛ امروزه صنعت توریسم یکی از پردرآمدترین و اشتغالزاترین صنایع در جهان است که اقتصاد دانان آن را سومین پدیده اقتصادی پویا و رو به رشد پس از صنعت نفت و خودروسازی می دانند این صنعت فراتر از یک صنعت، بلکه به عنوان پدیده ای اجتماعی- اقتصادی در گستره جهانی تبدیل شده است و توسعه ی آن به عنوان نیاز اساسی کشور مطرح می شود زیرا نقش مهمی در رشد اقتصادی کشورها و توسعه پایدار دارد، میزان سرمایه گذاری برای ایجاد یک فرصت شغلی در صنعت توریسم بسیار پائین تر از دیگر صنایع است و به عبارت دیگر اشتغالزایی در این صنعت به سرمایه گذاری کمتری نیاز دارد و تردیدی نیست که همه کشورها در رقابتی تنگاتنگ در پی بهره گیری از مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و به ویژه دریافت سهم بیشتری از درآمد جهانی حاصل از توریسم و همچنین بالابردن سطح اشتغال در کشور متبوع خود هستند در این مسیر استفاده از منابع، هدایت سرمایه گذاری ها، سمت گیری توسعه فناوری و تغییرات نهادی دیگر میبایست با نیازهای حال و آینده سازگار باشد که به این نوع توسعه فرآیند توسعه پایدار گفته می شود. گردشگری یک صنعت فرابخشی است و توسعه آن در گرو رشد و توسعه دیگر بخش ها و عوامل مختلف اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی است. فعالیت گردشگری امروزه عنوان یکی از مهمترین و پویاترین فعالیت ها در جهان مطرح است. به طوری که شمار گردشگران خارجی و داخلی و میزان درآمد زدایی آن در سطح جهانی پیوسته رو به افزایش می باشد (ضرغام بروجنی، ۱۳۹۱). موفقیت توریسم در هر کشوری به توانایی آن کشور به توسعه، مدیریت و بازاریابی و تسهیلات و فعالیت هایی که در آن کشور در زمینه توریسم صورت می پذیرد وابسته است. رشد جهانگردی در ایران پس از پایان جنگ تحمیلی، قابل توجه اما معلول ظرفیتهای خالی این بخش و تکمیل تدریجی آن بود. همین رشد قابل توجه اما خود بخودی تا اندازه بسیاری موجب پنهان داشتن ضعفها و ناکارآمدی مدیریت کلان جهانگردی ایران شد. البته پر واضح است که موفقیت در این عرصه مستلزم درک پدیده گردشگری، شناخت ابعاد و آثار آن و همچنین آشنایی با مدیریت صحیح مؤسسات و دستگاههای متولی صنعت گردشگری است (قلی زاده، ۱۳۹۲: ۷). هدف این پژوهش به بررسی ارزیابی برنامه راهبردی و اجرایی توسعه صنعت اقتصادی و گردشگری در شهرستان ساری می باشد.

پیشینه تحقیق :

خراسانی زاده و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله ای با عنوان راهکارهای مدیریت و توسعه زیر ساختهای گردشگری را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و به این نکته تأکید کردند که کشور ما ایران فرصتهای گردشگری فراوانی وجود دارد که تا کنون به آنها پرداخته نشده است مدیریت کلان و متخصص در صنعت گردشگری حرف اول را می زند و با فرصت ها را در کشور شناسایی و



آنها را در طرح جامع گردشگری کشور بگنجانند و زمینه سرمایه گذاری را در زیر ساختهای سخت مانند هتل ها، رستوران ها و جاذبه ها مهیا کند و دولت نیز زمینه توسعه ی زیر ساختهای نرم مانند آموزش، فرهنگ و امنیت را در کشور گسترش دهد طاهری دمنه و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان بررسی چالشهای موجود در صنعت گردشگری شهر شیراز در ارتباط با محدودیت مراکز اقامتی، به بررسی وضعیت اماکن اقامتی شهر شیراز پرداخته و به این نتیجه رسیده اند که علیرغم انبوه مسافر، در بسیاری از ماههای سال، مراکز اقامتی این شهر زیر ظرفیت استاندارد فعالیت می کنند. ایشان در ادامه با طرح فرضیه هایی در زمینه کیفیت مراکز اقامتی و تأثیر آن در جلب گردشگران. مهمترین تفاوت کار حاضر با کارهای انجام شده قبلی، بررسی آثار مدیریت هماهنگ شهری و روابط متقابل مردم محلی و مدیریت شهری، در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری است که تا کنون، کمتر مورد توجه بوده است. کرچر (۱۹۹۳) در پژوهشی اصول گردشگری پایدار را شامل: استفاده پایدار از منابع، کاهش مصرف انرژی و جلوگیری از اتلاف آن، حفظ تنوع، صنعت گردشگری و برنامه ریزی، حمایت از نظام اقتصاد محلی، مشارکت اجتماعات محلی، مشاوره با افراد ذینفع و عامه مردم، آموزش خدمه، بازاریابی صنعت گردشگری، و انجام تحقیقات مستمر پیرامون توسعه گردشگری می داند. اسماعیل شیعه و همکار (۱۳۸۸) بررسی تحلیل عوامل کیفیت بخش محیط گردشگری ساحلی با توجه به معیارهای گردشگری پایدار، مطالعه موردی سواحل شهر رامسر نتایج به دست آمده از تحلیل شاخص های کیفی سواحل شهر رامسر نشان می دهد که در مجموع از میان ۱۷ شاخص، ۷ شاخص پایین تر از اندازه میانگین بوده است و معادل کیفیت نسبتا مطلوب ارزیابی می شود و ۱۰ شاخص دیگر از اندازه میانگین بالاتر بوده و معادل کیفیت نامطلوب ارزیابی می شود. پیرس (۲۰۰۱ م) در پژوهشی با عنوان چارچوب های یکپارچه برای تحقیقات گردشگری شهری معتقد است که نواحی شهری مکان های مجزا و پیچیده ای هستند، چهار مشخصه ای عمومی پذیرفته شده برای شهرها: تراکم های فیزیکی بالای ساختارها، مردم، کارکردها و عدم تجانس های اجتماعی و فرهنگی، اقتصاد چند کارکردی، مرکزیت فیزیکی در درون شبکه های منطقه ای و درون شهری می باشد. موسیوند و ساسانپور (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان ارزیابی نقش زیرساخت های شهری جهت تعیین قطب گردشگری با استفاده از مدل های AHP و TOPSIS، استان مازندران را به عنوان نمونه ی موردی مطالعه و بررسی کرده اند. آن ها در این پژوهش ۷ معیار را به عنوان معیارهای اصلی پژوهش تعیین کرده و پس از آن داده های به دست آمده از پرسشنامه ها را به روش تحلیلی و آماری با تاکید بر نگرش سیستمی مورد بررسی قرار داده اند. نتایج نشان داد که با توجه به معیارهای مورد مطالعه شهرستان رامسر از بیشترین امتیاز به عنوان قطب گردشگری برخوردار است. این پژوهش از حیث تلفیق دو تکنیک تحلیلی و آماری حائز اهمیت است. ایراد اصلی در این پژوهش تعیین معیارها بدون توجه به نظر کاربران یا متخصصین بوده است.

مبانی نظری پژوهش :

گردشگری و توریسم

لغت توریسم (Tourism) از کلمه تور (Tour) به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین Tours به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدا و مقصد و چرخش دارد که از یونانی به اسپانیا، فرانسه و در نهایت به انگلیس راه یافته است (Oxford, 189, 1970) ساموئل بیگ (Samuel Begge) استفاده از لغت توریست (Tourist) را به عنوان مسافر در سال ۱۸۰۰ میلادی گزارش کرد؛ و در سال ۱۸۱۱ یک مجله ورزشی انگلیسی واژه توریسم (Tourism) را بکار برده است. در تعریف گردشگری داخلی فاصله پنجاه مایل را در نظر گرفته که دربر گیرنده تمامی سفرها به جز سفر برای کار می شد. تعاریف فاصله ای صرف نظر از خطا و اشتباهات، تنها به این دلیل که کمیته اقتصادی و آماری را برای پدیده گردشگری آماده می کند، مورد قبول واقع گردید. در حالی که این تعاریف فاصله ای به تنهایی نمی توانست گردشگری را به خوبی توصیف کند. آنها تنها بر جنبه تقاضا تأکید داشتند و عرضه و همچنین اثرات ناشی از گردشگری را نادیده می گیرند. از این رو گردشگری به تعاریف دیگری احتیاج



پیدا می‌کند. بر این مبنا تعاریف دیگری ارائه می‌گردد که هر یک از آنها در ابعاد مختلف، گردشگری را توصیف می‌کنند. در بعد جغرافیایی گردشگری زمانی از فعالیت گذران اوقات فراغت یا تفریح که مستلزم غیب شبانه از مکان مسکونی عادی است تعریف می‌شود. از بعد اجتماعی نیز تعریف گردشگری، فصل مشترک بین زندگی عادی ساکنان بومی و زندگی غیرعادی گردشگران را دربر می‌گیرد.

گردشگر (توریست)

بازدید کننده‌ای که حداقل یک شب و حداکثر یک سال در اقامتگاه عمومی یا خصوصی در مکان مورد بازدید با هدف تفریح، استراحت، ورزش، دیدار اقوام و دوستان، مأموریت، شرکت در سمینار، کنفرانس یا اجلاس، معالجه، مطالعه و تحقیق یا فعالیت‌های مذهبی بماند. به همه مسافرانی که به فعالیت گردشگری می‌پردازند، عنوان دیدار کننده (Visitor) اطلاق می‌شود با توجه به دلایل آماری، از دیدار کنندگان بین الملل موضوع بحث را شروع می‌کنیم، دیدار کنندگان بین المللی به افرادی اطلاق می‌شود که به خارج از کشور محل سکونت خود، حد اکثر ۱۲ ماه مسافرت نمایند و هدف اصلی آنها دیدار از آن کشورها باشد.

انواع گردشگری:

همانگونه که ذکر شد گردشگری به طور کلی به دلیل خصلت بین رشته ای خود قابلیت نگرشهای متفاوت را دارا می‌باشد، در بحث انواع گردشگری نیز گردشگری نیز وضع به همین منوال است. انواع مختلفی و گاهاً متفاوتی را برای گردشگری بر شمرده اند و همانگونه که اشاره شد این به خاطر نگاه های متفاوت به این صنعت است. در مجموع هر چند که عوامل مختلفی برای گونه شناسی گردشگری به کار گرفته شده است ولی می‌توان آنرا بر اساس یک سری عواملی چون انگیزه یا هدف و مقصد انجام داد.

گردشگری ماجراجویانه:

در هر جامعه کسانی هستند که به انجام دادن کارهای متهورا نه و مخاطره آمیز علاقه وافر دارند. برخی از این افراد با اقدام به مسافرت‌های ماجراجویانه به این نیاز درونی خود پاسخ می‌دهند. چنین گردشگرانی می‌خواهند از راه های جدید یا غیر عادی " مهارت ها و توانایی های جسمی خود را در مواجهه با سختی ها و دشواری ها بی آزمایشند لذا نوعی از گردشگری برای آنان لذت بخش و جذاب است که توام با تهور و هیجان بیشتر بر فراز قله ها و جنگلها و نظایر ان انجام می‌شود. از نظر تاریخی یکی از نمونه های بسیارمشهور سفرهای مخاطره آمیز این است که گردشگران آفریقا برای شکار حیوانات وحشی به دنبال آنها در محیط های بکر و دست نخورده به راه می‌افتند و تجربه ای مهیج و به یاد ماندنی کسب می‌کنند. نمونه دیگر این نوع سفرها کوهنوردی همراه با عملیات خطرناک یا قایق سواری در آبهای خروشان رودخانه های فصلی است که به این ترتیب افراد مهارت و توانایی خود را دربرابر طبیعت می‌آزمایند.

گردشگری فرهنگی:

در گردشگری فرهنگی، هدف اصلی گردشگر دیدن جلوه های فرهنگی یک مقصد از قبیل مراسم، رفتارها، نمایشنامه ها، نمایشگاه ها و هنر و موسیقی آن است. برای مثال بازدید از موزه لوور در فرانسه یا حضور در سالنی که در آن برنامه ی هنری اجرا می‌شود. گردشگری فرهنگی امکان گسترش در همه جا را دارد، چون همه مناطق فرهنگ دارند. یونسکو گردشگری فرهنگی را به عنوان یکی از عناصر محافظت از میراث فرهنگی جهانی اعلام کرده است. کمیسیون اروپا از گردشگری بعنوان یک صنعت اصلی حمایت می‌کند و در بسیاری از قسمت های جهان از آن به عنوان یک وسیله حیاتی در جهت حمایت اقتصادی از فعالیت و آداب و سنن محلی یاد می‌کنند. برآوردهای سازمان بین المللی گردشگرینشان می‌دهد که حدود ۳۷ درصد کل سفرهای انجام شده به گردشگری فرهنگی اختصاص می‌یابد و این بخش بازار سالانه ۱۵ درصد رشد خواهد داشت. در تحقیق دیگری نشان داده شده که ۷۰ درصد گردشگران آمریکایی، گردشگر میراث فرهنگی هستند، همچنین دو سوم گردشگرانی که به انگلیس سفر می‌کنند به عنوان بخشی از سفر در جستجوی میراث فرهنگی هستند.



گردشگری طبیعت گرا (طبیعی)

طبیعت گردی نوعی از گردشگری با انگیزه و هدف گرایش به طبیعت است، در این شیوه گردشگران علاوه بر استفاده از اوقات فراغت خود، از شگفتیهای طبیعت، و ظرافتهای جهان خلقت آگاهی می یابند و از آن لذت می برند؛ ضمن اینکه گردشگران حفظ جلوه های طبیعت و احترام به فرهنگ جوامع و ملل دیگر را بر خود لازم میدانند.

گردشگری تاریخی

این گونه از گردشگری که گردشگری میراث نیز نامیده می شود و به بازدید از موزه ها، مکان ها و ابنیه های تاریخی می پردازد، امروزه بخش عمده ای از گردشگری را به خود اختصاص داده است. ایران به دلیل دارا بودن هزاران بنای تاریخی در این زمینه می تواند بسیار موفق باشد. (دولت آبادی و همکار، ۱۳۸۸: ۴۱)

گردشگری تفریحی

صنعت گردشگری نوعی توریسم طبیعی پایدار است که با مشارکت گردانندگان بومی و بهره گیری از پتانسیل بومی و طبیعی گردشگری میسر می شود. سازمان جهانی گردشگری، اکوتوریسم را این گونه تعریف می کند، نوعی از گردشگری که در آن مسافرت به مناطق طبیعی با اهداف مطالعاتی و بهره بصری از مناظر و رستنی های طبیعی و حیات وحش و با توجه به جنبه های فرهنگی هم در گذشته و هم در حال صورت می پذیرند. (دولت آبادی و همکار، ۱۳۸۸: ۴۴)

گردشگری تجاری

در سفرهایی که با هدف بازرگانی و تجارت انجام می شود، مسافر در گردهمایی ها، کنفرانس ها و نمایشگاه ها، شورا ها، برنامه های مذهبی، تبلیغی و کارهای حرفه ای یا تخصصی شرکت می کند یکی از مهمترین پدیده های قابل مشاهده در سفرهای بازرگانی سفر چند منظوره است. به این معنی که مسافر می تواند با یک سفر چندین هدف را تأمین کند.

گردشگری شهری

نواحی شهری به علت آن که جاذبه های تاریخی و فرهنگی بسیار دارند. غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می شوند. شهرها معمولاً جاذبه های متنوع و بزرگی شامل موزه ها، بناهای یادبود، سالن های تئاتر، استادیوم های ورزشی، پارک ها، شهر بازی، مرکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور را دارا هستند که خود گردشگران بسیاری را جذب می کند به عبارت دیگر محل سکونت، رستوران، ارتباطات، حمل و نقل و سایر خدمات گردشگری در شهرها واقع اند که بازدید کنندگان از مناطق اطراف شهر و خود شهر از آن استفاده می کنند (تقوایی و همکار، ۱۳۸۷: ۵۳)

گردشگری روستایی:

گردشگری روستایی منابع فرهنگی و طبیعی و تاریخی و نواحی روستایی به عنوان کالای فرهنگی گردشگری قابل عرضه اند. گردشگری روستایی موجب رشد اقتصادی، ایجاد تنوع و ثبات در اشتغال پویایی تجارت و صنایع گسترش فرصت هایی برای رشد درآمد به صورت فعالیت های چند گانه، ایجاد بازار های جدید برای محصولات کشاورزی و گسترش مبنای یک اقتصاد منطقه ای می شود.

گردشگری قومی و عشایری

در سال های اخیر با توجه به گسترش زندگی شهر نشینی و ماشین، بسیاری از مردم تمایل دارند به محیط های آرام با زندگی سنتی سفر کنند مردم به نواحی کشاورزی، دامداری می روند و مدتی را در آن جا اقامت می کنند واز نزدیک شاهد نحوه زندگی روستایی هستند. (شارپلی، ۲۰۰۷: ۳۰۳)

گردشگری مذهبی

این نوع گردشگری افرادی را شامل می شود که به منظور دیدار از اماکن مقدس یا انجام دادن امور مذهبی مسافرت می کنند میلیون ها مسلمان به عربستان سفر می کنند، مسیحیان به واتیکان یا کلیساهای مقدس، بوداییان به بنارس و برهمنیان به لاهاسا سفر می کنند و غیره.



گردشگری ورزشی

ورزش برای عده ای از مسافران جنبه تفریحی و تفریحی دارد مثل کسانی که به دلیل علاقه به موج سواری، قایقرانی، کوهنوردی و اسکی بازی و یا تماشای مسابقات ورزشی به کشوری سفر می کنند و برای عده ای جنبه حرفه ای دارد. گردشگران ورزشی علاوه بر ورزش اقدام به بازدید از اماکن دیگر و یا احیانا خرید نیز می کنند.

گردشگری سلامت و بهداشتی

مسافرت برای حفظ بهداشت و سلامت، کشش زیادی برای جذب مسافران دارد بالا رفتن سطح دانش مردم دنیا و توجه بیشتر به بهداشت و سلامت موجب افزایش جذابیت این گونه سفرها شده است این نوع گردشگری علاوه بر مقاصد درمانی فوق الذکر برای فردی که می خواهد اضطراب و تشویش های خود را کاهش دهد و حتی برای تناسب اندام نیز مفید است. (دولت آبادی و همکار، ۱۳۸۸: ۴۸-۴۲)

گردشگری بیابان

گردشگری بیابان برای آن دسته از گردشگران که علاقه به سفر به نواحی خشک و گرمسیر را دارند و یا رویای سفر بر کوهان شتر را در سر می پروراند و یا قصد تحقیق در مورد خاک، موجودات زنده و آب و هوای نواحی بیابان را دارند اهمیت دارد. فعالان گردشگری و بازاریابان حرفه ای در این عرصه نیز فعالانه وارد شده اند و بیابان را تبدیل به یکی از مناظر و مقاصد جذاب نموده اند امروزه صدها هزار نفر در سراسر دنیا با پرداخت هزینه های زیاد برای سفر به بیابان اقدام می کنند. (شارپلی، ۲۰۰۷: ۳۳۲)

گردشگری آموزشی و علمی و گردهمایی

گردشگری آموزشی به سفرهایی اطلاق می شود که مسافری از طریق برنامه ای رسمی و منظم مطالبی را می آموزند که نمونه آشنا و شناخته شده این سفرهای آموزشی برنامه ای است که افراد با رفتن به خارج از کشور به اجرا در می آورند که در آن ها دانشجویان برای تحصیل به آموزشگاه یا دانشگاه می رود و معمولا این آموزشگاه در کشور دیگری قرار دارد همچنین این سفرها شامل مطالعه کتاب، گوش دادن به سخنرانی ها و برای مطالب دیگر می شود. در بازدید های علمی، مسافران معمولا از نقاط تاریخی، فرهنگی و علمی دیدن می کنند (سعیدی پور، مظفری، ۱۳۹۰: ۱۲-۷)

گردشگری کاری:

اجرای بخشی از کار و حرفه توأم با مسافرت و شرکت در کنفرانس ها، گردهمایی ها، سمینارهای علمی، تحقیقاتی و تخصصی است.

گردشگری هنری:

در پی شناخت هنرهای ملل دیگر و آگاهی از آن است.

گونه شناسی گردشگران:

گردشگران انبوه سازمان یافته

این نوع گردشگران به شدت به سازمانهای خدماتی مرتبط با صنعت گردشگری وابسته اند. ویژگی آنها دنبال کردن تعطیلات به صورت از پیش برنامه ریزی شده و آماده است.

گردشگران انفرادی سازمان یافته

این گروه از گردشگران نیز از تسهیلات ویژه سیستم گردشگری استفاده می کنند و سعی می کنند تا حدامکان قبل از ترک خانه، برنامه سفرشان مشخص باشد.

گردشگران اکتشافی

این گروه کسانی اند که به دنبال مقاصد جدید و ناشناخته می گردند. بیشتر علاقه دارند که مقصد خود را نه از طریق بروشورهای تبلیغاتی، بلکه از درون مقالات و کتابهای مربوط به مسافرت پیدا کنند.

**گردشگران آسانگرد**

این گردشگران، در پی چیزهای نو و جدیدند و در این راه هزینه‌ها و حتی سختی‌ها و خطرهای سفر را متقبل می‌شوند.

گردشگران ماجراجو

این گروه افرادی ورزیده و آموزش دیده و در پی کسب تجارت نو و ملاقات با مردمان و زمینهای جدیدند. سفر در زندگی آنها نقش مهمی دارد.

گردشگران محافظه کار

کسانی که اعتماد به نفس لازم برای سفرهای دشوار یا طولانی را ندارند. بیشتر تمایل دارند که تعطیلات را در سفرهای داخلی دارای امنیت بگذرانند.

گردشگرویابی

اشتیاق زیادی به سفر و دیدار از مقاصد دارند که در شرایط عادی امکان آن وجود ندارد. تمایل دارند از نقشه‌ها برای سفر استفاده کنند گردشگران مقتصد این گروه برای کسب تجربه و آشنایی به اماکن جدید مسافرت نمی‌کنند بلکه از دیدن آنها روشی برای آرامش و تمدد اعصاب است. آنها تمایلی به دادن هزینه بیشتر برای تسهیلات و خدمات بهتر در سفر ندارند

گردشگران مرفه

عموما افرادی ثروتمند هستند که اهمیت زیادی برای تسهیلات و خدمات بیشتر در سفر می‌دهند. (کاظمی، ۱۳۸۷: ۲۶۴-۲۷۲).

برنامه ریزی گردشگری

پیرامون برنامه ریزی گردشگری در شهرها قبل از هرگونه برنامه ریزی، ضروری است که سیاست گذاری های گردشگری شهری، در راستای سیاست های منطقه ای و ملی کشور تدوین شوند. این سیاست گذاری ها رهنمون کلی بخش دولتی در مورد دلایل توسعه گردشگری و نحوه سرمایه گذاری بخشی برای گردشگری است. سیاست گذاری در سطح شهرها، می توان توسط مدیران شهری و مشارکت مردم محلی، با تأکید بر ارزش های مذهبی و موازین توسعه پایدار تدوین گردد توسعه این صنعت فرایند پیچیده ای است که عوامل بین المللی و ملی و گروههای درگیر با سیاست دولت، برنامه ریزان و قانون گذاران را در بر می گیرد (Tefler ۲۰۰۸: ۸۰) در کشور ما فقدان مدیریت متمرکز برای سیاست گذاری های عمده، برنامه ریزی، بازاریابی، کنترل و ارزشیابی در سطح کلان، نامشخص بودن حدود و سفور بخش های عمومی، خصوصی و نهادهای کشور در گردشگری، و مداخلات افراد متفرقه در مسائل گردشگری اعم از افراد عادی یا وابسته به نهاد های گوناگون که در این زمینه مسئولیت ندارند، مشکلات و دشواریهای سازمان گردشگری است (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۱).

گردشگری شهری و توسعه پایدار

در غوغای جهانی یکی دو دهه اخیر، توسعه پایدار بر پایه: محیط زیست، استفاده مناسب از منابع طبیعی، جلوگیری از هدر رفتن انرژی، مشارکت مردم در سیاست ها و تصمیم گیری ها، آموزش مردم و مسئولان، احساس مسئولیت نسبت به نسل های آینده، مطرح شده و عقل جمعی به این نتیجه رسیده است که جامعه به توسعه ای نیاز دارد که در عین توانایی در برآورده کردن نیازهای نسل امروز، توانایی های لازم برای بهره برداری نسل بعد را فراهم نماید تا با حمایت و فراهم آوری شرایط و تشویق مردم به مشارکت فعال در برنامه ریزی، رعایت اصول اخلاقی، سلامت فرهنگ و محیط زیست، اعتقادات و سنن جوامع محلی، حفظ گردد و با بسط تفکر منتقدانه و ترویج آگاهی بین مردم و تهیه منشور اخلاقی جهانگردی در جهت تحقق هدف های توسعه پایدار قدم هایی برداشته شود. در بسط توسعه پایدار گردشگری، باروری فرهنگ نقشی ارزنده دارد. فرهنگ میزبان مجموعه ای به هم پیوسته از معارف، ارزش ها، هنجارها و ارزش های: اجتماعی، حقوقی، دینی، ادبی، هنری و سیاسی است که می تواند هم بر فرهنگ جامعه مهمان تأثیر گذارد، هم از ویژگی های: سرزمینی، اخلاقی، اجتماعی، ادبی و فرهنگ مهمان تأثیر



پذیرد... عناصر فرهنگ ایرانی از آغاز تاکنون قابلیت و جاذبه های فراوانی را با خود حمل کرده که این جاذبه ها کمتر شناخته شده است که در این زمینه گردشگری شهری در شناساندن زوایای جهانگردی فرهنگی جایگاه خاصی دارد (استعلامی و همکار، ۱۳۹۱: ۲۵۶)

گردشگری پایدار

از اواخر دهه ۱۹۸۰، توسعه گردشگری از توسعه اقتصاد محوری به سمت هر چه پایدارتر حرکت کرد. توسعه پایدار، نقطه ایده آل تلاش صنعت گردشگری در قرن ۲۱ است. صنعت گردشگری به این پارادایم با تغییر خود سامانی و شروع برنامه های داوطلبانه واکنش نشان میدهد. به عنوان نمونه، برنامه ها و سیاست های داوطلبانه بی شماری مانند جهان سبز ۲۱، مبارزه پرچم آبی اروپا، مسافر زیرک در اکوادور، برگ سبز تایلند و دستور العمل ۲۱ برای صنعت سفر و گردشگری تنظیم شده است. (jayawardena et al, ۲۰۰۸: ۲۶۵). سازمان جهانی جهانگردی برای اولین بار در سال ۱۹۸۸ (۱۳۶۷) اصطلاح گردشگری پایدار را طبق معیار های گزارش برانت لند این گونه تعریف نمود: "گردشگری پایدار، نیازهای گردشگران حاضر و جوامع میزبان را با محافظت و ارتقاء فرصت های آیندگان برآورده می کند". کمیته توسعه پایدار گردشگری در نشست در تایلند در مارس ۲۰۰۴ در تعریف گردشگری پایدار تجدید نظر نمود. هدف این بازبینی انعکاس بهتر پایداری در گردشگری با توجه به نتایج کنفرانس توسعه پایدار ژوهانسبورگ است. تعریف مفهومی جدید بر ایجاد تعادل بین جنبه های زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی گردشگری، نیاز به اجرایی شدن اصول پایداری در همه بخش های گردشگری و مورد هدف قرار دادن اهداف جهانی گردشگری (مانند زدودن فقر) تاکید دارد. (georg, ۲۰۰۸: ۲). گردشگری پایدار حاصل تلاش در دستیابی به توسعه پایدار را در تمامی زمینه هاست. اجلاس زمین در سال ۱۹۹۲ در ریودوژانیرو دولت ها را به سمت توسعه ای سوق داد که حداقل زبان و لطمه را به محیط زیست وارد سازد. گردشگری پایدار نیز جزء توافقات حاصل در دستور کار اجلاس ۲۱ (یعنی برنامه های مربوط به قرن بیست و یکم) قرار گرفت. هدف اصلی در بسط معنای گردشگری پایدار، ارائه روش های منطقی در بهره گیری از منابع طبیعی و انسانی و ممانعت از به کارگیری غیر عملی این منابع است. توسعه پایدار گردشگری دارای سه جنبه می باشد:

- حفاظت از محیط زیست

- حفظ منابع و میراث فرهنگی

- حرمت و احترام به جوامع

از این رو گردشگری پایدار باید با سیاست مشخص و مدونی به اجرا در آید تا بتواند حرکت امید بخشی را در توسعه همه جانبه فضاهای جغرافیایی تضمین کند (زارعی و همکاران، ۱۳۸۹)

ابعاد گردشگری پایدار:

اسواربروک معتقد است: ابعاد سه گانه گردشگری پایدار عبارتند از:

- محیط زیست (بیعی و دست ساخت)؛

- حیات اقتصادی جوامع میزبان و شرکت های گردشگری؛

- جنبه های اجتماعی گردشگری (اثرات آن بر فرهنگ میزبان و گردشگران)؛

اگرچه در آغاز، علایق محیط زیست بیشترین توجه مشتاقان پایداری را جلب کرده بود، اما امروزه این سه از ارزش یکسانی برخوردارند. مدیریت گردشگری پایدار در صورتی که ارتباط بین این سه بعد به خوبی شناسایی شود، می تواند موفقیت آمیز باشد. به هر حال، هدف گردشگری پایدار حداکثر نمودن اثرات منفی در این سه بعد می باشد (ضرغام بروجنی و همکار، ۱۳۹۰: ۱۴۰).



توسعه پایدار گردشگری

بروز مشکلات زیست محیطی در دهه ی ۸۰ و ۹۰ و مطرح شدن این وقایع به عنوان یکی از خاستگاه های نهضت های اجتماعی سبز (بری، ۱۳۸۰) باعث آگاهی فزاینده ی انسان از محیط، افزایش حساسیت اخلاقی نسبت به محیط زیست و ظهور مبحث پایداری در فرایند توسعه شده است. اگر چه مفاهیمی از قبیل صرفه جویی، حفاظت و نگهداری از گذشته مورد توجه بوده اند، وارد ساختن این مفاهیم به معادلات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی توسعه به شکل مفهوم توسعه ی پایدار امری جدید است (رنجبران و زاهدی، ۱۳۸۵). با توجه به گستردگی کاربرد توسعه ی پایدار این واژه به اشکال گوناگون توصیف شده و در اصل فرایند دگرگونی روابط بین نظام ها، فرایند های اجتماعی، اقتصادی و طبیعی است. قابل ذکر است که براساس نیاز هدف استفاده از این واژه برخی مفهوم برای حال و آینده را به برابری بین کشورها، قاره ها، نژادها، طبقات، جنسیت و سنین عمر نیز تعمیم داده اند. (پویان، ۶۹، ۱۳۷۹)

اهمیت اقتصادی گردشگری

صنعت گردشگری از بعد اقتصادی دارای ویژگی های بسیاری است. ساماندهی فعالیت های بشری در این زمینه، منجر به شکل گیری موضوع مدیریت اقتصادی در مناطق گردشگری می گردد. که این امر، مهم ترین جنبه ی آن به شمار می رود. مدیریت اقتصادی گردشگری می تواند منافع و آثار مثبت این صنعت را به حداکثر برساند و در نتیجه در نواحی ای که مستقیم و غیر مستقیم به این صنعت وابسته اند، از این آثار بهره مند شوند. درارتباط با اهمیت اقتصادی گردشگری باید گفت که گردشگری منجر به تحول اقتصادی بخش های مختلف محلی، ملی، منطقه ای و جهانی می گردد. (خذرلی، ۱۳۹۰: ۶) گردشگری به صورت یک بخش فعال اقتصادی می تواند از عامل کار، بیشتر از سایر عوامل استفاده کند. و موجب بالا رفتن سطح اشتغال گردد. (دولت آبادی، یعقوب زاده ۱۳۸۸: ۷۲) بنابراین گردشگری یک فعالیت کاربر است. از آن جا که بسیاری از خدمات گردشگری را نمی توان با استفاده از فناوری ارائه کرد، اشتغال نیروی انسانی در این فعالیت فراوان است. از این رو توسعه گردشگری در مکان های مختلف زمینه ایجاد اشتغال فصلی و پاره وقت را برای نیروی انسانی با تخصص و آموزش متوسط فراهم می آورد. و از نرخ بیکاری می کاهد. علاوه بر ایجاد اشتغال مستقیم در گردشگری، زمینه فعالیت های دیگری همچون کارهای ساختمانی، تعمیرات، کرایه دادن اتوموبیل، دست فروشی و نظیر این هارا برای افراد بومی فراهم می آورد هر چند این گونه فعالیت ها از نظر ثبات در آمدی نا مطمئن اند (سلطانی، ۱۳۷۴: ۱۰۹) مطلوب ترین اثر جهانگردی ارزی است که وارد کشور می شود مقصود از مازاد درآمد جهانگردی پول هایی است که وارد یک کشور خاص می کنند و این پول بیش از پول هایی است که جهانگردان آن کشور در خارج به مصرف می رسانند. کشورهای آمریکا، فرانسه، اسپانیا به عنوان مراکز جذب جهانگرد در اولویت قرار دارند. (چتک وای، ۱۳۸۵: ۲۷)

۱- افزایش درآمد عمومی و دولتی حاصل از صنعت گردشگری و کمک به تولید ناخالص ملی و کمک به تولید ناخالص داخلی، این موضوع به تنهایی اهمیت نسبی گردشگری در کل اقتصاد را نشان می دهد.

۲- ارزش خارجی حاصل از گردشگری بین المللی، این امر شامل محاسبه درآمدهای ناخالص ارزش خارجی است کل ارزش خارجی که گردشگران خارجی هزینه می کنند و درآمد خالص ارزش خارجی از ارزش خارجی باقی مانده در کشور پس از کسر ضریب خروج ارزش خارجی. این خروج ارزش همان مقدار ارزش خارجی است که برای واردات کالاها و خدمات مورد استفاده در گردشگری صرف می شود ارزش خارجی و سودهای تسهیلاتی که صاحبانشان خارجی اند، پرداخت هایی که به شرکت های اداره کننده هتل های خارجی صورت می گیرد، و سایر مواردی که ارزش خارجی می شود در سطح منطقه ای، درآمد ناخالص و خالصی را که از بیرون منطقه کسب می شود می توان محاسبه کرد.

۳- اشتغال محلی ایجاد شده توسط گردشگری، اشتغال به واسطه نوع آن محاسبه می شود که شامل انواع ذیل است:

اشتغال مستقیم. اشخاصی که در موسسات مرتبط با گردشگری کار می کنند، از قبیل هتل ها، رستورانها، فروشگاه های گردشگری و آژانس های سیروسفر.



اشتغال غیرمستقیم. مشاغل ایجاد شده در بخش های عرضه، از قبیل حمل و نقل، کشاورزی، صنایع دستی. اشتغال القایی، اشخاصی که از طریق خرج کردن درآمدی که شاغلان مستقیم و غیرمستقیم کسب کرده اند، حمایت می شوند. اشتغال ساختمانی. شغل هایی که در بخش احداث امکانات، تسهیلات و زیربنای گردشگری تولید می شوند این اشتغال معمولاً موقت است ولی ممکن است در مواقعی که توسعه مداوم گردشگری وجود دارد بسیار طولانی باشد.

۴- تاثیر ضریب تکاثری. این موضوع به تاثیری که یک منبع خارجی درآمد بر اقتصاد دارد، اشاره می کند این تاثیر تعداد دفعات خرج کردن آن مقدار پولی است که ابتدا از طریق گردشگران در اقتصاد ملی خرج شده است این تاثیر مقدار نفوذ هزینه های صنعت گردشگری به داخل اقتصاد و ایجاد سایر فعالیت های اقتصادی را اندازه گیری می کند.

۵- کمک به درآمدهای دولتی. این مورد شامل مالیاتهای هتلها و سایر انواع مالیاتهای گردشگری است که از طریق عوارض خروج از کشور، عوارض گمرکی واردات، مالیات بر درآمد شرکتهای و بنگاههای گردشگری و مواردی از این نوع، قابل وصول است. (حیدری، ۱۳۸۷: ۷۹-۷۸)

برنامه ریزی راهبردی

استراتژیک- فرایندی است سازمانی برای تعریف راهبرد سازمان و تصمیم گیری برای چگونگی یافتن منابع مورد نیاز برای رسیدن به مقصود استراتژی، صورت می گیرد. این فرایند افراد و منابع را نیز شامل می شود. برای آنکه سازمان بداند به کجا خواهد رفت باید بداند اکنون دقیقاً کجا قرار گرفته است. پس از آن باید آنچه می خواهد باشد را به درستی تعریف کرده و چگونگی رسیدن به آن جایگاه را مشخص کند. مستندات حاصل از این فرایند را برنامه راهبردی سازمان می نامند. برنامه ریزی راهبردی برای برنامه ریزی مؤثر به منظور تصویر کردن طرح و برنامه یک سازمان بکار می رود، اما هرگز نمی تواند مشخصاً پیشبینی کند بازار در آینده دقیقاً چگونه خواهد بود و در آینده نزدیک چه اتفاقاتی رخ خواهد داد. به هر رو، متفکران استراتژی در سازمان می باید استراتژی های سازمان را بر اساس زنده ماندن در شرایط سخت طراحی کنند. درواقع برنامه ریزی راهبردی به نوعی تصویر رسمی آینده سازمان است.

روش تحقیق :

این تحقیق از نظرهدف کاربردی و از لحاظ ماهیت توصیفی - تحلیلی است، پس از جمع آوری اطلاعات میدانی که با استفاده از ابزار پرسشنامه تکمیل شده، با استفاده از نرم افزار SPSS و آزمون T تک نمونه ای اقدام به تحلیل روابط بین متغیرها و از مدل SWOT برای ارائه راهکارها استفاده شده است و همچنین برای نمایش نتایج داده های تحلیلی و توصیفی از نرم افزار GIS و Excel استفاده شده است. دراین پژوهش جامعه آماری کلیه شهروندان و مدیران و کارشناسان شهرستان ساری می باشند مطالعه صورت گرفته جامعه آماری (بطور تصادفی و از طریق قرعه کشی انتخاب شده اند) حجم نمونه ۳۵۰ نفر از شهروندان ساکن در شهر ساری و ۳۰ نفر از کارشناسان و مدیران در زمینه گردشگری و توسعه صنعت گردشگری پاسخگو به سوالات پرسشنامه می باشند.

محدوده مورد مطالعه :

شهرستان ساری در محدوده طول جغرافیایی ۵۲ درجه ۵۶ دقیقه تا ۵۳ درجه و ۵۹ دقیقه شرقی و عرض جغرافیایی ۳۵ درجه و ۵۸ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۵۰ دقیقه شمالی واقع شده است. این شهرستان از سمت غرب به شهرستانهای جویبار، قائم شهر، و سوادکوه و از سمت شرق به شهرستان نکا، از سمت شمال به دریای خزر، از سمت جنوب هم به رشته کوههای البرز و استان سمنان منتهی میشود. مساحت این شهرستان حدود ۳۶۸۵،۳ کیلومتر مربع میباشد، که از ۵ بخش، ۱۵ دهستان، ۴ شهر و ۴۴۱ آبادی داری سکنه میباشد. وجود شرایط طبیعی مناسب در این شهرستان باعث رشد جمعیت آن شده است. بیشتر جمعیت و سکونت گاههای انسانی در بخش جلگه ای این شهرستان متمرکز است. به طور کلی جمعیت این شهرستان در سرشماری



نفوس و مسکن ۴۹۵۳۶۰ نفر بوده است. از این تعداد ۲۴۸۰۱۳ نفر مرد و ۲۴۷۳۴۷ نفر زن بوده اند. در مجموع از ۱۳۲۹۹۵ خانوار تشکیل شده است. با توجه به جمعیت کل، ۲۷۳۹۷۲ نفر در شهر و ۲۲۱۳۸۸ نفر در روستا زندگی میکنند.

جدول شماره ی (۱) تغییرات تقسیمات داخلی شهرستان ساری سال های ۹۰-۱۳۷۵

عنوان	۱۳۷۵	۱۳۸۵	۱۳۹۰
تعداد شهر	۲	۴	۳
تعداد بخش	۴	۵	۵
تعداد دهستان	۱۱	۱۵	۱۳
تعداد آبادی دارای سکنه	۴۰۴	۴۴۱	۳۸۹

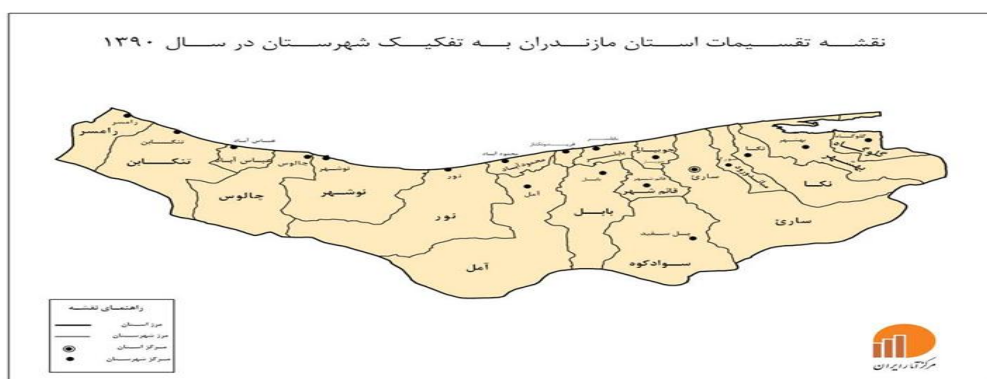
منبع : نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال های ۱۳۷۵-۱۳۹۰

جدول شماره ی (۲) مشخصات تقسیمات سیاسی شهرستان ساری

شهرستان	نام بخش	نام دهستان	خانوار	جمعیت	تعداد آبادی دارای سکنه	تعداد آبادی خالی از سکنه
ساری	چهار دانگه	پشتکوه	۹۷۴	۴۰۵۳	۱۵	۵
		چهار دانگه	۱۷۱۱	۵۸۸۴	۴۵	۷
		گرماب	۱۵۵۷	۶۹۰۲	۳۵	۰
		ینافت	۹۰۲	۳۲۵۳	۱۱	۰
		فریم	۱۴۱۳	۵۰۳۱	۴۴	۳
	ساری	اسفیورد شوراب	۶۶۰۵	۲۵۶۹۱	۳۴	۰
		میانرود کوچک	۸۸۸۰	۲۴۰۸۰	۴۰	۲
		کلیجان رستاق سفلی	۴۳۰۲	۱۷۰۷۹	۱۳	۰
		مذکوره	۶۹۰۲	۲۵۸۸۳	۳۲	۰
	رو دپی	رودپی جنوبی	۵۴۸۲	۲۰۶۲۳	۴۲	۳
		رودپی شمالی	۳۶۹۶	۱۴۳۴۵	۲۲	۳
	کلیجان رستاق	تنگه سلیمان	۱۱۶۴	۳۶۰۰	۲۵	۱
		کلیجان رستاق علیا	۲۶۴۵	۹۶۰۷	۲۷	۲

منبع: سالنامه ی آماری استان مازندران ۱۳۸۹

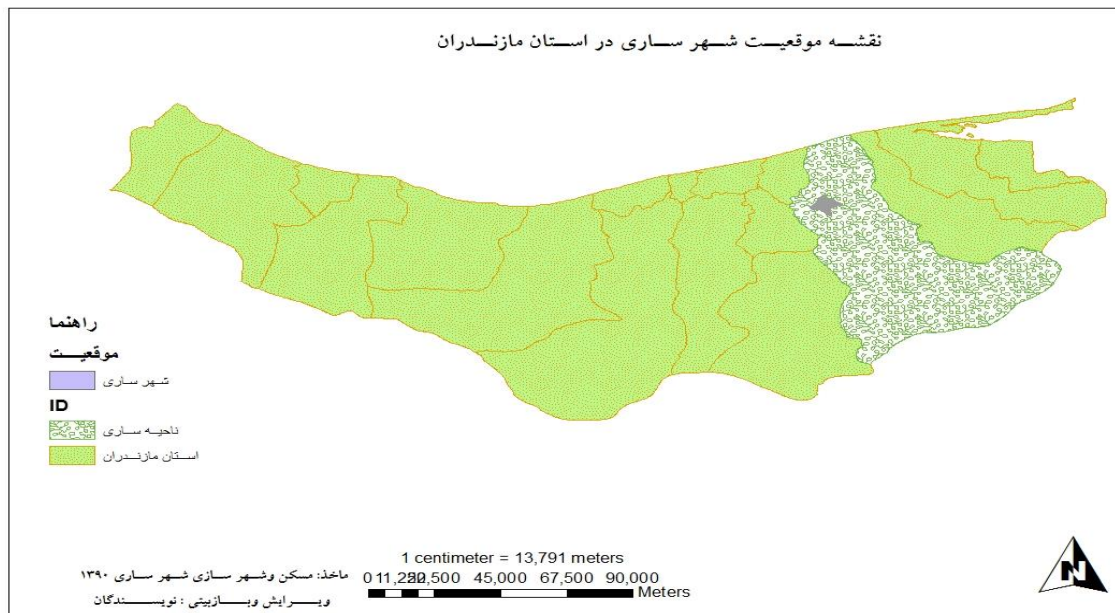
نقشه شماره (۱) تقسیمات استان مازندران به تفکیک شهرستان در سال ۱۳۹۰





منبع : مرکز آمار ایران ، ویرایش نویسندگان

نقشه شماره (۲)



معرفی جاذبه های گردشگری شهرستان ساری :

ساری مرکز استان مازندران از جمله شهرهای بزرگ طبرستان و مرکز فرمانروایی اسپهبدان بوده است. قدیمی ترین نظریه در خصوص بنیاد این شهر براساس نقشه روزگار هخامنشی انتساب شهر زادراکارتا به ساری است که در زمان سلوکیه به سیرینکس در زمان ساسانی به سارویه و در ادوار اسلامی به ساریه و ساری تغییر نام یافت. شهرستان ساری در کوهپایه های رشته کوه البرز قرار گرفته و شامل دو بخش کوهستانی و دشت است. این شهرستان سه شهر ساری، کیاسر و فریم دارد. این شهرستان با برخورداری از جاذبه های متعدد و متنوع در چهار بخش کوهستانی، جنگلی، دشت و دریا و همچنین همجواری با حاشیه شهر دامغان به عنوان گردشگری کویری، شایستگی رسیدن به قله رفیع گردشگری منطقه را دارد. سد سلیمان تنگه: با فاصله ۴۵ کیلومتر از مرکز شهرستان (اقامتی، پذیرایی و تفریحی)، آسفالت (ثبت: ۱۳۷۶) چشمه سورت: با فاصله ۸۵ کیلومتر از مرکز شهرستان (اقامتی، پذیرایی و تفریحی، صید ماهی)، آسفالت (ثبت: ۱۳۷۶) چشمه سورت: با فاصله ۸۵ کیلومتر از مرکز شهرستان (اقامتی، اماکن استیجاری) برکه الندان: ساری، کیلومتر ۳۰ جاده کیاسر ، منطقه نمونه گردشگری ساحل فرح آباد: ساری، ساری، کیلومتر ۳۵ جاده کیاسر، محدوده تفریحی پارک تجن: میدان هلال احمر، ابتدای بلوار امام رضا (ع)، (مرکز تفریحی - ورزشی در حاشیه زیبای رودخانه تجن)، محور گردشگری رسکت: با فاصله ۶۰ کیلومتر از مرکز شهرستان (چشم انداز دشت شگفت انگیز و رویایی، شامل برکه، غار، برج تاریخی، محوطه شاه نشین، رودخانه و کوه های صخره ای) شاه دژ: با فاصله ۸۰ کیلومتر از مرکز شهرستان، آب بندان سید محله و تاج الدین محله، دشت شگفت انگیز فریم صحرا ، و دشت سرسبز و چشمه عباس آباد در روستای جامخانه در ۱۵ کیلومتری جاده ساری به نکا ، و ..



جدول شماره ی (۳) لیست مناطق نمونه گردشگری شهرستان ساری از شرق به غرب :

ردیف	نام منطقه نمونه گردشگری	نام شهرستان
۱	منطقه تفریحی ساحلی فرح آباد ساری	ساری
۲	پارک جنگلی شهید زارع	ساری
۳	سد شهید رجائی محور سلیمان تنگه	ساری
۴	مجتمع تفریحی ساحلی گهرباران	ساری
۵	منطقه جنگلی شیرین رود خرم آباد	ساری
۶	منطقه تفریحی چشمه توس ارست مالخاست	ساری
۷	منطقه تفریحی سیاحتی دو سله	ساری
۸	منطقه تفریحی سیاحتی جنگلی کیاسر - جمال الدین کلا	ساری
۹	فریم صحرا	ساری
۱۰	حاشیه رودخانه تجن ساری	ساری
۱۱	ساحل برگه	ساری
۱۲	منطقه جنگلی امامزاده علی امره	ساری

منبع: سایت سازمان گردشگری و میراث فرهنگی شهرستان ساری

جدول شماره ی (۴) بررسی عوامل بیرونی و درونی فرصتها و تهدیدها توسعه شهر ساری

عوامل بیرونی فرصتها و تهدیدهای توسعه شهر ساری	عوامل درونی قوتها و ضعف توسعه شهر ساری
احکام اسناد فرادست برنامه برای ارتقا شهرسازی	جایگاه شهر ساری به عنوان مرکز اداری و سیاسی استان
زمینه توسعه بخش گردشگری	عبور خط راه آهن از شهر
زمینه توسعه بازارهای منطقه ای	زمینه های بهتر اشتغال در شهر نسبت به سایر شهرهای استان
وجود برنامه تکمیل شبکه راه آهن کشوری در شمال کشور	پتانسیل تراکمی بالای مسکونی در شهر به میزان ۲۹۱,۱ هکتار زیربنا به منظور توسعه فضایی



وجود فرودگاه در شهرستان	تهدیدها
اتکا مدیریت شهری به منابع ناپایدار	کمبود زمین و ارزش زمین های منطقه به لحاظ کشاورزی برای دفن زباله
فقدان انطباق مقیاس کاربری زمین و الگوی تقسیمات فضایی شهر	وجود محدودیت توسعه در تمامی جهات شهر (اراضی کشاورزی و باغات شهر) به منظور توسعه افقی
ضعف کمی و کیفی در سیستم حمل و نقل عمومی	پیوستن روستاهای متصل به شهر به علت توسعه افقی ناآگاهانه و مجاورت بافت های شهری با بافت های روستایی
تخلیه فاضلاب شهری در منابع آب سطحی شهری	فقدان طرح مجموعه شهری ساری

منبع نگارندگان

جدول شماره ی (۵) موانع توسعه صنعت گردشگری شهر ساری

ردیف	موانع توسعه صنعت گردشگری	موانع های توسعه صنعت گردشگری
۱	موانع اقتصادی توسعه صنعت گردشگری	- کمبود سرمایه گذاری در حوزه آموزش منابع انسانی - فقدان اعتبارات لازم جهت مرمت و نگهداری اماکن تاریخی و باستانی - رشد قیمت ها در داخل کشور - کمبود تعداد مراکز اقامتی استاندارد - نرخ بالای مراکز اقامتی - سیستم تبعیض آمیز نرخ گذاری هتل ها - ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری



<p>-سیاست های ناکارآمد جهت اعتمادسازی در گردشگران -فقدان تبلیغات -فقدان فرهنگ پذیرش گردشگری -فقدان نظام اطلاع رسانی گردشگری -تفاوت های فرهنگی بین مناطق گردشگری -آگاهی کم میزبانان نسبت به نیازها و خواسته های گردشگران -عدم آگاهی گردشگران از فرهنگ میزبانان</p>	<p>موانع اجتماعی-فرهنگی توسعه صنعت گردشگری</p>	<p>۲</p>
<p>-بحران های سیاسی حاصل از وقوع انقلاب و جنگ -فقدان امنیت -فقدان قوانین لازم جهت توسعه صنعت گردشگری</p>	<p>موانع سیاسی-حقوقی توسعه صنعت گردشگری</p>	<p>۳</p>
<p>-فقدان خدمات و نیروهای آموزش دیده -تعدد مراکز تصمیم گیری -فقدان مدیران متخصص -ضعف بازاریابی</p>	<p>موانع مدیریتی توسعه صنعت گردشگری</p>	<p>۴</p>

منبع نگارندگان

یافته های تحقیق :

نمودار (۱) درصد سنی پاسخگویان





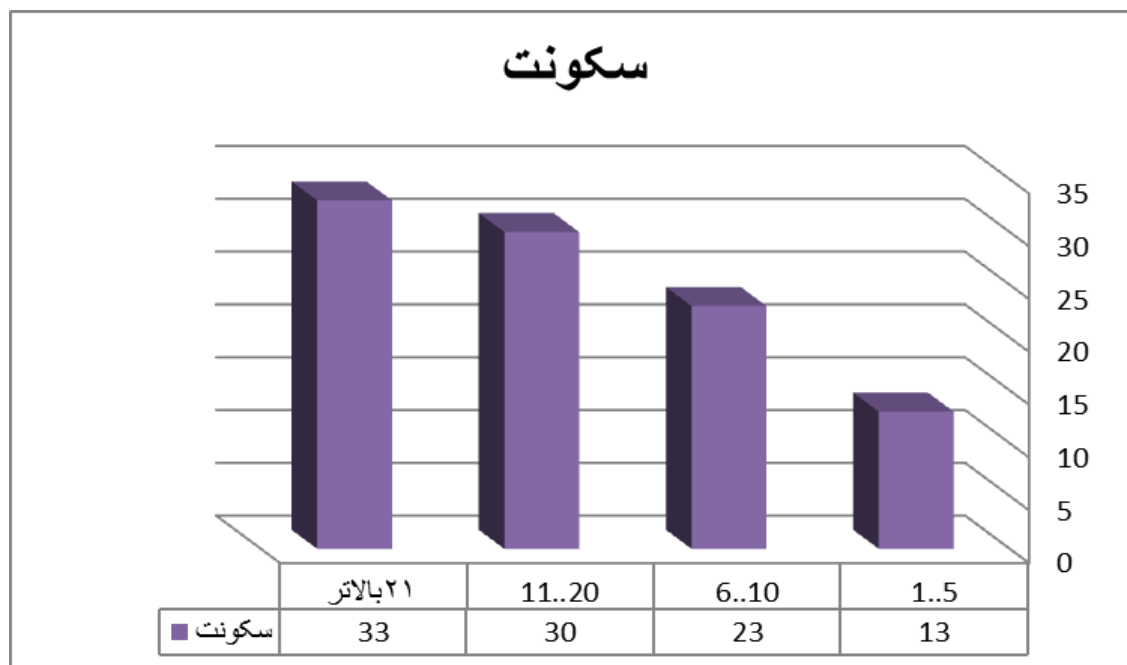
منبع نگارندگان

جدول (۶) درصد تحصیلی پاسخگویان

ردیف	تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
۱	دیپلم	۳	۱۰
۲	فوق دیپلم	۴	۱۳
۳	لیسانس	۱۷	۵۷
۴	فوق لیسانس	۶	۲۰
۵	مجموع	۳۰	۱۰۰

منبع نگارندگان

نمودار (۲) درصد سکونتی پاسخگویان



منبع نگارندگان

جدول (۷) بررسی شاخص اقتصادی توسعه صنعت گردشگری و اقتصادی شهر ساری از نظر مردم



وضعیت هر یک از موارد زیر را در زمینه توسعه اقتصاد صنعت گردشگری شهر ساری را چگونه ارزیابی می کنید؟	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم
تاچه میزان توسعه صنعت گردشگری نرخ بیکاری در سطح شهر را کاهش داده است؟	۷۰	۲۱	۸	۱	۰
تاچه میزان تخصیص بودجه و اعتبارات عمرانی زمینه توسعه اقتصادگردشگری شهر را فراهم نموده است؟	۵۰	۲۸	۱۷	۱	۴
تاچه میزان استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه صنعت گردشگری زمینه توسعه اقتصادی شهر را فراهم نموده است؟	۵۵	۱۵	۲۳	۵	۲
تاچه میزان صنعت گردشگری سبب کاهش فقرشهری شده است؟	۶۵	۲۲	۱۰	۲	۱
تاچه میزان توسعه صنعت گردشگری در افزایش قیمت زمین های شهر دخیل بوده است؟	۴۷	۲۱	۳۲	۰	۰
تاچه میزان مدیریت پایدار گردشگری زمینه توسعه اقتصاد شهری را فراهم نموده است؟	۴۱	۳۳	۲۳	۲	۱
وضعیت هر یک از موارد زیر را در زمینه توسعه اقتصاد صنعت گردشگری شهر ساری را چگونه ارزیابی می کنید؟	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم
تاچه میزان توجه بخش خصوصی و سرمایه گذاری در این صنعت زمینه رشد شهر رافراهم نموده است؟	۵۱	۳۰	۱۸	۰	۰
تاچه میزان صنعت گردشگری در رونق صنایع دستی و بومی محلی نقش سازنده داشته است؟	۴۹	۱۶	۳۱	۴	۰
تاچه میزان صنعت گردشگری در اشتغال زایی مردم بومی نقش داشته است؟	۵۸	۱۴	۲۶	۰	۲
تاچه میزان صنعت گردشگری در بهبود کیفیت زندگی شهروندان نقش موثر داشته است؟	۵۹	۲۰	۱۳	۶	۲
تاچه میزان توسعه صنعت گردشگری زمینه رشد بازارچه های محلی را فراهم نموده است؟	۵۰	۳۲	۱۶	۱	۰
تاچه میزان توسعه صنعت گردشگری زمینه افزایش قیمت مسکن در سطح شهر را موجب شده است؟	۵۰	۲۸	۱۷	۱	۴
تاچه میزان گردشگری شهری در جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی تاثیر داشته است؟	۵۵	۱۵	۲۳	۵	۲
تاچه میزان تبلیغات کارآمد برای جذب گردشگران نقش سازنده داشته است؟	۶۵	۲۲	۱۰	۲	۱

منبع نگارندگان

جدول (۸) بررسی شاخص اجتماعی و فرهنگی توسعه صنعت گردشگری و اقتصادی شهر ساری از نظر مردم

وضعیت هر یک از موارد زیر را در زمینه توسعه اقتصاد صنعت گردشگری شهر ساری را چگونه ارزیابی می کنید؟	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم
تاچه میزان شهروندان و نوع برخورد آنان در جذب گردشگر و ورود	۷۳	۲۲	۲۷	۸	۰



گردشگران نقش موثر داشته است؟					
۵	۵	۲۳	۱۷	۵۰	تاچه میزان توسعه صنعت گردشگری در کاهش مهاجرت شهروندان نقش داشته است؟
۱	۴	۱۰	۲۲	۶۱	تاچه میزان واگذاری امور گردشگری به شکل های غیردولتی (NGO) زمینه توسعه صنعت گردشگری شهری را فراهم نموده است؟
۰	۲	۳۰	۱۱	۵۷	گردشگری شهری چقدر در افزایش مشاغل خدماتی در سطح شهر نقش داشته است؟
۰	۲	۱۰	۳۷	۵۱	تاچه میزان صنعت گردشگری زمینه بسط ناهنجاری و ناامنی در سطح شهر شده است؟
۶	۰	۲۱	۹	۶۴	تاچه میزان یادمانها و بناهای تاریخی در توسعه صنعت گردشگری نقش سازنده داشته است؟
۰	۸	۳	۲۰	۶۹	تاچه میزان تنوع امکانات و خدمات (امکانات رفاهی و تفریحی) در توسعه صنعت گردشگری شهر نقش داشته است؟
۰	۶	۱۹	۲۹	۴۵	تاچه میزان صنعت گردشگری زمینه مشارکت شهروندان در طرح ها و پروژه های صنعت گردشگری را فراهم نموده است؟

منبع نگارندگان

جدول (۹) بررسی شاخص زیرساختی توسعه صنعت گردشگری و اقتصادی شهر ساری از نظر مردم

وضعیت هر یک از موارد زیر را در زمینه توسعه اقتصاد صنعت گردشگری شهر ساری را چگونه ارزیابی می کنید؟					
بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد	
۷	۴	۲۹	۱۰	۵۰	تاچه میزان رعایت استانداردهای تاسیسات گردشگری در زمینه صنعت گردشگری زمینه رشد شهر را فراهم نموده است؟
۰	۱	۳	۱۵	۸۱	تاچه میزان گسترش و رونق امکانات اقامتی، پذیرایی و رفاهی در توسعه صنعت گردشگری موثر بوده است؟
۰	۰	۶	۹	۸۵	تاچه میزان صنعت گردشگری در تقویت هتل و مهمانسراها در سطح شهر نقش سازنده داشته است؟
۳	۱	۱۲	۲۷	۵۷	تاچه میزان وضعیت تاسیسات زیر بنایی نظیر آب و برق و گاز و... در توسعه صنعت گردشگری در شهر نقش سازنده داشته است؟
۰	۵	۱۳	۷	۷۵	تاچه میزان صنعت گردشگری در زمینه ایجاد اقامتگاههای مناسب و مراکز پذیرایی در سطح شهر شده است؟
۰	۱	۳	۳۲	۶۴	تاچه میزان راههای ارتباطی و دسترسی به شبکه حمل و نقل زمینه توسعه صنعت گردشگری شهر را فراهم نموده است؟
۳	۵	۲۰	۹	۶۳	تاچه میزان مشوق های سرمایه گذاری در گردشگری و مالیات و عوارض مربوط به املاک و قیمت اجناس در شهر بر توسعه گردشگری اثر گذار بوده است؟

منبع نگارندگان

جدول (۱۰) بررسی شاخص زیست محیطی توسعه صنعت گردشگری و اقتصادی شهر ساری از نظر مردم



بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد	وضعیت هر یک از موارد زیر را در زمینه توسعه اقتصاد صنعت گردشگری شهر ساری را چگونه ارزیابی می کنید؟
۰	۰	۳	۲۵	۷۲	تاچه میزان وجود شرایط مناسب اقلیمی و جلگه ای ، دشت ، در جذب گردشگران شهری دخیل بوده است؟
۱	۴	۱۰	۳۰	۵۵	تاچه میزان تنوع محیط های طبیعی و بکر و چشم اندازهای متنوع جغرافیایی زمینه رشد و توسعه صنعت گردشگری شده است؟
۰	۲	۸	۲۳	۶۷	تاچه میزان جاذبه های طبیعی و تاریخی در جذب گردشگری نقش داشته است؟
۲	۱۶	۴	۱۸	۶۰	تاچه میزان گردشگری شهری در پاکیزگی محیط زیست و جلوگیری از آلودگی هوا و آبها و محیط شهری نقش داشته است؟
۰	۰	۳	۱۹	۷۸	تاچه میزان اقلیم و شرایط آب و هوایی متنوع و مطلوب در جذب گردشگر نقش داشته است؟
۰	۱۰	۱۲	۲۷	۵۱	تاچه میزان گردشگری بر ساخت و ساز در حریم رودخانه و باغات اثر گذار بوده است؟

شاخص

زیست محیطی

منبع نگارندگان

در کشور ما ایران فرصت‌های گردشگری فراوانی وجود دارد که تا کنون به آنها پرداخته نشده است. مدیریت کلان در صنعت گردشگری باید فرصت‌ها را در کشور شناسایی کرده و آنها را در طرح جامع گردشگری کشور بگنجانند و زمینه سرمایه گذاری را در آنها مهیا کند. ورود گردشگر به کشور بیش از درآمد های نفتی برای ما درآمد و منفعت خواهد داشت. توسعه صنعت گردشگری موجب رشد و شکوفایی اقتصادی و کاهش بیکاری و اشتغال زائی خواهد شد و در مجموع توسعه پایدار در صنعت گردشگری اثراتش را در تمام بخشهای اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی ، سیاسی بسرعت نشان خواهد داد. یافته های نظری پژوهش گویای آن است که توسعه اقتصادی یک شهر به سه عامل اصلی ذیل بستگی دارد: سرمایه گذاری جدید. ، تاسیس بنگاههای خدماتی و تولیدی جدید. ، توسعه و نوآوری کسب و کار بستگی ، نتایج پژوهشی از بررسی رضایتمندی کارشناسان و مدیران و مردم شهرستان ساری جهت توسعه و بهبود صنعت گردشگری شهر بیانگر توجه به عوامل ذیل می باشد:

- عامل خدمات و تسهیلات فرهنگی
- عامل فیزیوگرافی نظیر: مناظر و چشم اندازها، پوشش گیاهی و جانوری و غیره



- سنت ها و آداب و رسوم های بومی محلی
- صنایع دستی و محلی
- عامل غذاهای محلی و بومی
- تاسیسات اقامتی و غیره

چون که این عوامل یک الزام عملکردی و قابل طبقه بندی شده در شهرستان ساری بوده اند و انتظارات کارشناسان، مدیران شهری و شهروندان این شهردر ضریب رضایت مندی بالا از رویکردهای بوجود آمده را نشان می دهد. بر اساس جد اول های مقدار Sig بدست آمده از نظر مردم و کارشناسان (سطح معناداری) بدست آمده پایین تر از سطح الفا ۰/۰۵ بوده است. در این نتیجه فرض h0 رد و فرض h1 مورد پذیرش قرار گرفته شده و می توان پذیرفت که وضعیت موجود شهر ساری با توجه به شاخص های توسعه پایدار اقتصادی در شرایط مطلوب قرار دارد. اما « به منظور اثبات فرضیه دوم تحقیق، چهار شاخص (اقتصادی، اجتماعی فرهنگی، زیرساختی و زیست محیطی) مورد بررسی قرار گرفته شده است که نتایج هر شاخص بصورت جداگانه محاسبه و مقدار سطح معناداری آن مشخص گردیده و در مجموع برای اثبات فرضیه دوم جدول مشخص برای تمام شاخص ها ارائه شده است» با توجه به نتایج بدست آمده از تحقیق و بر اساس جداول ها مقدار Sig بدست آمده از نظر مردم و کارشناسان (سطح معناداری) بدست آمده پایین تر از سطح الفا ۰/۰۵ بوده است. می توان پذیرفت که شاخص اقتصادی در توسعه صنعت گردشگری شهر ساری اثرگذار بوده است. بر اساس جداول های مقدار Sig بدست آمده از نظر مردم و کارشناسان (سطح معناداری) بدست آمده پایین تر از سطح الفا ۰/۰۵ بوده است. می توان پذیرفت که شاخص اجتماعی و فرهنگی در توسعه صنعت گردشگری شهر ساری اثرگذار بوده است. بر اساس جداول های مقدار Sig بدست آمده از نظر مردم و کارشناسان (سطح معناداری) بدست آمده پایین تر از سطح الفا ۰/۰۵ بوده است. می توان پذیرفت که شاخص زیرساختی در توسعه صنعت گردشگری شهر ساری اثرگذار بوده است. بر اساس جدول (۵) مقدار Sig بدست آمده از نظر مردم و کارشناسان (سطح معناداری) بدست آمده پایین تر از سطح الفا ۰/۰۵ بوده است. می توان پذیرفت که شاخص زیست محیطی در توسعه صنعت گردشگری شهر ساری اثرگذار بوده است. با توجه به نتایج بدست آمده از تحقیق و بر اساس جداول های مقدار Sig بدست آمده از نظر مردم و کارشناسان (سطح معناداری) بدست آمده پایین تر از سطح الفا ۰/۰۵ بوده است. در این نتیجه فرض h0 رد و فرض h1 مورد پذیرش قرار گرفته شده و می توان پذیرفت که جاذبه های فرهنگی، بازاریابی، تبلیغات، فعالیتهای بخش خصوصی، درآمدهای شهری، مشارکت های مردمی، سرمایه گذاری های دولتی، زیرساختها و رویکردها نقش موثری در توسعه اقتصادی صنعت گردشگری شهر ساری داشته اند. بر طبق نتیجه به دست آمده از پژوهش، راهبردهای توسعه گردشگری شهر ساری به راهبردهای تهاجمی نزدیک (SO) می باشد و مسئولین و برنامه ریزان صنعت گردشگری و شهری باید سعی کنند از نقاط قوت و فرصت موجود بهترین بهره برداری را انجام دهند و در جهت توسعه بیشتر و بالاتر منطقه با توجه پیامدهای بوجود آمده اهداف ذیل را دنبال کنند:

- وجود قوانین و مقررات تسهیل بخش به توسعه صنعت گردشگری کشور نگرش مثبت مدیران و مسولان استانی به توسعه صنعت گردشگری
- هوای پاک و سالم زمینه توسعه صنعت گردشگری
- وجود طبیعت بکرو زیبا و چشم انداز منحصر بفرد تفرجگاه زیبا طبیعی
- وجود فرودگاه دشت ناز و دسترسی مناسب به منطقه زمینه سازعلاقه سرمایه گذاران بخش خصوصی به سرمایه گذاری در محیط امن و دارای استعداد در سطح کشور و استان را فرام نموده است.



- استعداد فراوان خاک های روستا پیرامون شهر جهت پرورش سبزیجات و صیفی جات و گیاهان دارویی
- علاقه سرمایه گذاران بخش خصوصی و دولتی به سرمایه گذاری در بخش میراث فرهنگی و بنیه های تاریخی
- ایجاد برند برای شهر یا مکان خاص در شهر ساری
- توسعه زیرساخت های گردشگری شهری ساری در راستای رویکردهای منظرین شهری
- آموزش شهروندی جهت توسعه و نوآوری کسب و کار در شهر ساری
- توسعه اقتصاد محلی از طریق ارائه محرک مالی
- کمک به تسهیل جذب سرمایه ها در حوزه گردشگری از طریق بهترکردن و ویژگی ها و کیفیت فضاهای ساری
- تعیین قیمت مناسب خدمات گردشگری از طریق ارائه خدمات ویژه نظیر تامین زیرساختها، فعالیتهای فرهنگی، آموزش شهروندی
- کنترل قیمت ها و جلوگیری چندگانه قیمت ها در شهر ساری
- گسترش و بوجود آوردن امنیت جاده ای و اجتماعی در مناطق کوهستانی برای گردشگران درفصول مختلف در شهر ساری
- مدیریت شهری با اعمال برقراری شبکه ای از روابط باشركای شهرداری نظیر؛ سرمایه گذاران، آژانس های گردشگری سازمان های فرهنگی، دانشگاهها، بنیادهای تحقیقاتی، کسب و کارهای مستقر در سطح شهر و عاملین خارجی و فعالیتهای نمایشگاهی تا بتواند به کمک این سازمانها و نهادها تصویر جدیدی از شهر ساری را به صورت موثری در همه جا منعکس نماید از آنجائیکه فرایند طراحی و ساخت سیمای مطلوب و تصورات مثبت از شهر ساری کارساده ای نیست ولی براساس یافته های نظری و تجربی پژوهش می توان با اقدامات راهبردی ذیل زمینه چنین اصل موثری را فراهم نمود:
- ✓ مطلوب کردن شهر از طریق آگهی ها، روابط عمومی، تبلیغات، برگزاری همایش ها با هماهنگی دانشگاهها، نهادها سازمانهای محلی به صورت هماهنگ و منسجم
- ✓ استفاده از فنون مناسب برای اشتغال پیام های اجرایی با لحاظ شرایط مکانی و زمانی نظیر خریدآگهی در رسانه ها جهت انتقال پیام ها به جهت هدف
- ✓ ارسال توانمندیها و جاذبه های شهر به صورت پست مستقیم (ارسال بروشورها، نقشه ها، جزوه ها، عملکردها و...) به سرمایه گذاران بلقوه و گردشگران علاقمند به بازدید از شهر، روابط عمومی شهرداری بایستی از طریق انواع رسانه ها به تبلیغ رویدادهای ویژه و گزارشات مثبت، تصویر ذهنی خوشایندی از شهر ترسیم کند در همین راستا باید تلاش شود همایش و کنفرانس هایی ویژه سرمایه گذاران جدید و امتیازاتی که سرمایه گذاران درآینده برآن دست می یابند اطلاعاتی را در اختیاررسانه ها قرار دهند به نقشه های ذهنی مثبتی از شهر ساری در ذهن سرمایه گذاران در بخش گردشگری و اقتصادی شهر ساری بوجود آورد.



- ✓ اعمال سیاست های مبنی بر کاهش یا معافیت مالیاتی برای افرادی که به منظور اقامت به شهر می آیند، تخفیف قیمت هتل یا هتل های شهری، آموزش رایگان برای مشاغل مرتبط با گردشگری و تخصیص زمین های ارزان قیمت برای سرمایه گذاران
- ✓ تشویق به ایجاد تعاونی اکوتوریسم و زمینه های آن توسط مردم با حمایت سازمان های دولتی و متخصصان جهت اجرایی کردن طرح هایی چون: ایجاد مراکز آموزش و تولید صنایع دستی، ایجاد موزه فرهنگ بومی و تاریخ طبیعی، هرباریوم و مراکز آموزشی گیاهان دارویی و سنتی، ایجاد بازار عرضه محصولات کشاورزی محلی.
- ✓ توسعه بوم کلبه برای تسهیلات اقامتی به عنوان یک فرایند رقابتی در فعالیتهای اقتصادی که با ایجاد درآمد برای مدیریت و حفاظت مناطق مخاطرات را کاهش می دهد تا نیروی کار محلی را به سمت فعالیتهای پایدار سوق دهد و فرصت های آموزشی و تحصیلی برای گردشگران و افراد جوامع محلی را فراهم نماید.

فعالیت های نظارت بر اجرای قوانین مرتبط با فعالیتهای گردشگری و توسعه پایدار شهری

- سیاست گذاری، برنامه ریزی و اصلاح قوانین و مقررات بخش گردشگری
 - سیاست گذاری، برنامه ریزی و اصلاح قوانین و مقررات بخش مدیریت شهری
 - ابعاد تاسیسات زیربنایی شامل شبکه جاده ای، مخابرات، آب، انرژی و برق، فاضلاب، در سطح شهر ساری در جهت هر چه بهتر نمودن توسعه پایدار شهری
 - اصلاح و ترمیم سیستم دفع زباله، هتل ها، رستورانها، به منظور توسعه گردشگری و توسعه پایدار شهری
 - استفاده از سیاستهای نوین حمل و نقل و کاربری زمین
 - انتقال بخشی از فعالیتهای مرکز شهر به کناره ها به منظور بهبود ترافیک شهر ساری
 - توسعه معابر جدید با هدف ایجاد ظرفیت برای حمل و نقل عمومی
 - بهبود و توسعه فضای سبز شهر ساری با هدف پاک سازی هوا، بهبود سلامت جسمی و روحی شهروندان، بهبود زندگی شهری و ایجاد چشم اندازهای زیبا جذب گردشگران
 - شناسایی موانع و ضعف های موجود در بخش بازاریابی صنعت گردشگری
 - شناسایی موانع و مشکلات فرهنگی و آموزشی مرتبط با صنعت گردشگری
- شهرستان ساری دارای جاذبه های گردشگری طبیعی، جغرافیایی و تاریخی فراوانی است و جهت جذب گردشگران داخلی و خارجی ظرفیتهای مطلوبی در اختیار دارد اما طبق آمارهای ارائه شده تاکنون از این ظرفیت ها استفاده شایسته ای نشده عمده جاذبه های گردشگری آن برای گردشگران داخلی و خارجی ناشناخته مانده است. بدیهی است که بهره گیری مناسب از ظرفیتهای گردشگری ساری نیازمند مطالعه، بررسی و برنامه ریزی دقیق است. یکی از مباحث مهم و کلیدی در برنامه ریزی گردشگری، تعیین جایگاه زیرساختها و وضعیت موجود این صنعت پایدار در یک منطقه میباشد، تا بتوان به پویایی و شکوفایی اقتصادی شهرها دست یافت، در نتیجه باید گفت که برای توسعه گردشگری بهره برداری بهینه از زیرساختها و پی بردن به نابرابری ها سطح بندی نواحی گردشگری ضروری است. با شناخت زیرساختها و رتبه بندی آنها در سطح نواحی میتوان مدیریت بهتری برای گردشگران داشت.



منابع و مآخذ :

- شیعه اسماعیل و همکار (۱۳۸۸) به بررسی تحلیل عوامل کیفیت بخش محیط گردشگری ساحلی با توجه به معیارهای گردشگری پایدار، مطالعه موردی سواحل شهر رامسر. فصلنامه ارمانشهر شماره ۵.
- شعبانی فرد، محمد. پوراحمد، احمد. حسینی، علی. رشیدی، مصطفی درسال (۱۳۸۸) بررسی سنجش ظرفیت پذیرش گردشگری شهری و مدل سازی شهرهای گردشگری پایدار از بعد کالبدی نمونه موردی منطقه ۱۲ تهران. شماره ۱۴.
- مرادی، مریم، رحمانی، بیژن (۱۳۸۹)، نقش گردشگری در توسعه پایدار شهری (مطالعه‌ی موردی: شهر مشهد)، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال هفتم، شماره ۲.
- شربتیان محمدحسن (۱۳۹۱) تأملی بر گردشگری شهری در ایران و ارائه راهکارهایی در جهت توسعه پایدار این صنعت شهری. ویژه نامه فرهنگ و شهر.
- پاپلی یزدی، محمد حسین. سقایی، مهدی (۱۳۸۵) گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول.
- کشوری، بهاره، تیموری، پرویز، (۱۳۸۹) ، کاربرد GIS و TIS در امکان سنجی گردشگری ساحلی، نمونه موردی: شهر بابلسر، فصلنامه علمی- پژوهشی جغرافیای انسانی، سال دوم، شماره چهارم، صص ۷۷-۷۶.
- استعلاجی، علیرضا، خوش نیت بیاتی، محمد، ۱۳۹۱، شناخت توانمندی های گردشگری و ارائه الگوهای بهینه توسعه گردشگری از دیدگاه جغرافیای کاربردی، (مطالعه موردی شهر ری)، جغرافیا فصلنامه علمی- پژوهشی انجمن جغرافیای ایران دوره جدید، سال دهم، شماره ۳۴، پاییز، صص ۲۵۶، ۲۵۷.
- بروجنی، ضرغام، نیک بین، مهنا، ۱۳۹۰، سنجش پایداری توسعه گردشگری در جزیره کیش، فصلنامه پژوهشهای اقتصادی- سال دوازدهم- شماره دوم- تابستان، صص ۱۴۰.
- تقوایی، مسعود، وارثی، حمید رضا، صفر آبادی، اعظم، (۱۳۹۱)، عوامل موثر بر توسعه گردشگری شهری کرمانشاه، جغرافیا (فصل نامه علمی- پژوهشی انجمن جغرافیای ایران) دوره جدید، سال دهم، شماره ۳۳، تابستان، صص ۳۱.
- خراسانی زاده، فرنوش، امید، سجاد، ۱۳۹۰، راهکارهای مدیریت و توسعه زیر ساخت های گردشگری در ایران، اولین همایش مدیریت و توسعه گردشگری، چالشها و راهکارها، تهران، مرکز مطالعات تکنولوژی.
- زارعی، مریم، استخر، فاطمه، ۱۳۸۹، ارائه راهکاری جهت توسعه گردشگری با بهره وری از جاذبه های تاریخی و قابلیت های اکوتوریسمی روستای کلات، اولین همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار.
- دولت آبادی، فیروز ، یعقوب زاده، رحیم، ۱۳۸۸، گردشگری فرهنگی و راهکار های مناسبی برای ارتقای آن در جمهوری اسلامی ایران، دانشگاه آزاد اسلامی.
- سعیدی پور، بهمن، مظفری، شهین، ۱۳۹۰، استراتژی هدفمند کردن مدیریت گردشگری، اولین همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، صص ۱۰.
- رسولی ، سید حسن ، و همکاران (۱۳۹۴) ، مقاله در مورد ، بررسی و ارزیابی توسعه پایدار گردشگری در شهرستان ساری ، دومین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم جغرافیایی و برنامه ریزی و معماری و شهرسازی ،
- کاظمی، علی، صنایعی، علی، رنجبریان، بهرام، آذربایجانی، کریم (۱۳۸۹)، شناسایی مزیت های رقابتی در صنعت گردشگری به منظور گردشگران خارجی (مطالعه‌ی موردی: استان اصفهان)، مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه‌ای، سال دوم، شماره پنجم،
- کرمی پور، عارفه، (۱۳۹۱)، نقش صنعت گردشگری در توسعه اقتصاد منطقه‌ای؛ شناخت امکانات و محدودیت ها در ایران و جهان، دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی با محوریت برنامه ریزی منطقه‌ای، دانشگاه آزاد واحد سنندج، صص ۶-۴.
- رضوانی ، علی اصغر ، ۱۳۷۴، جغرافیا و صنعت توریسم ، تهران ، انتشارات پیام نور .



- ۱۹- راس ، ویل ، راجر ، ۱۳۷۹ ، مدیریت جهانگردی ، مبانی راهبردها و آثار ، ترجمه ی دکتر اعرابی ، سید محمد ایزدیداود ، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- رکن الدین افتخاری، علیرضا، مهدوی، داوود، (۱۳۸۴)، توسعه گردشگری روستایی ، با استفاده از مدل SWOT (نمونه موردی لواسان کوچک) ، مدرس علوم انسانی ، (۴۵)، ۱-۳۰ .
- مظفری، شهین، سعیدی پور، بهمن، ۱۳۹۰، استراتژی های هدفمند کردن مدیریت گردشگری، اولین همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار.
- داس ویل ، راجر (۱۳۷۹) مدیریت جهانگردی، مبانی ، ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، دفتر پژوهش های فرهنگی ، چاپ اول.
- رضوانی، علی اصغر -جغرافیا و صنعت توریسم، تهران، انتشارات پیام نور ۱۳۷۸ .
- سید علی پور سید خلیل ، اقبالی ناصر-نقش جاذبه های اکوتوریستی ، فرهنگی و تاریخی در توسعه گردشگری استان سمنان- فصلنامه فضای گردشگری -سال اول-شماره ۱-ص ۴۴
- الوانی، مهدی، پیروز بخت، معصومه، ۱۳۸۶، فرایند مدیریت توریسم، تهران: مرکز مطالعات فرهنگی .
- سازمان میراث فرهنگی استان مازندران. مطالعه طرح جامع مناطق نمونه گردشگری. ۱۳۹۰
- استانداری استان مازندران، بخش آمار و سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰
- اداره کل راه و شهرسازی استان مازندران (قسمت آرشیو)

-Global Organization of Tourism. (2000). "National and Regional Tourism Planning". Translated by Abdolazadeh, Mahmoud. Tehran: Bureau for Cultural Research Press

- Bosselman, F.P., C.A. Peterson, and C. McCarthy. Tourism Growth: Issues and Applications. Island Press: Washington, DC.

-Jiang, J. (2008). Evaluation of the Potential of Ecotourism to the Contribute to Local Sustainable Development: A Case Study of Tengtou Village, China, Massey University, New Zealand. 23p.

-Edgell, D., Delmastro, A., Maria, S., Ginger, R., Swanson, J., 2008, Tourism Policy and Planning Yesterday, Today and Tomorrow , First Edition, London

-Fennell, D. 2003. Ecotourism, Rutledge, London.

- Goodal, B., E, Carter. 1996. Self- regulation for sustainable tourism?. Ecotourism 20 Spring, 4345

- Meethan , Kevin (1996) . Tourism in Global Society , Plagrove.

vol. 23 - research - Tourism • Opperman, M., (1996): Rural Tourism in southern Germany, annals of Num i Pergamon Press, USA.

-Barker, M. and page, S.J: Visitor safety in urban tourism environments: the case of Auckland, New Zealand, Cities, 2002, Vol. 19, No.

-Burton. rosemary (2000): taravel Geography. england. longman.

Georg, w (2008) tourism politics, globalization, sustainable and responsible tourism; available from. -www.arlt-lectures.com

- Holden, A. (2008), Tourism and environment (2nd ed.). London: Routledge . Inskip, E. (1991), Tourism planning: an integrated and sustainable development approach. New York: Van Nostrand Reinhold, 532-551.



- Jayawardena, Chandana; j. Patterson; Daniel, Choi; Chris and Rain Ryan (2008) Sustainable Tourism Development in Niagara: Discussions, Theories and Insights, International Journal of Contemporary Hospitality Management, vol. 20 No. 3, pp: 258-277; www.emeraldinsight.com
- , B. (1993), Some Fundamental Truths about Tourism: Understanding Kercher Mc - tourism social and environmental impacts. Journal of Sustainable Tourism.
- Shapira, K. P.: Innovative Partnerships for Sustainable Urban Tourism: Framework Approach and the European Experience, "Creating and Managing Growth in Travel and Tourism" TTRA European Conference, Stockholm, Sweden, April 2001.
- Stiawan, Bakti and Timothy, Dallen J. (2000), Existing Urban Management Frameworks and Heritage Conservation in Indonesia, Asia Pacific Journal of Tourism Research, volume 5 issue 2.
- Timothy, D Allen J. (2005), Aspects of Tourism, Shopping Tourism, Retailing and Leisure, Channel View Publications, Toronto.
- Tefler, D & Sharply, R (2008) : Tourism and Development in Developing World, Routledge publication. 80.