

مقاله علمی پژوهشی

ارائه مدل برنامه‌ریزی استراتژیک برای جاذبه‌های گردشگری کلان‌شهر کرج

*رامین حیدری شهپر^۱، فریبرز احمدی دهکاء^۲، آنیتا مجیدی هروی^۳

۱. دانش آموخته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، کرج، ایران.

۲. استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، کرج، ایران.

۳. دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۰/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۷/۰۵

Presenting a Strategic Planning Model for Karaj Metropolis Tourism Attractions

*Ramin Heydari Shahpar¹, Fariborz Ahmadi Dehka², Anita Majidi Heravi³

1. Msc of Geography and Urban Planning, Payame Noor University, Karaj, Iran.

2. Assistant Professor, Dept. of Geography, Payame Noor University, Karaj, Iran.

3. Ph.D. of Geography and Urban Planning, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Received: 27/09/2017

Accepted: 13/01/2020

Abstract

The present study was conducted with the aim of presenting a strategic planning model for tourist attractions of Karaj metropolis and feasibility study for creating a tourist village. In terms of type of research, it was descriptive-analytical and with regard to the method, it was a survey. To collect data, two separate researcher-made questionnaires were used for professionals and tourists. The analysis of the findings was performed using internal and external factor evaluation matrix and model (SWOT). Paying attention to the various tourist attractions of this metropolis and the participation of the private sector and the interaction between public institutions and government organizations in order to offer new and creative ways to honor this industry are among the innovations of the study. According to the research results, the city of Karaj has several bottlenecks in terms of tourism conditions, especially in the field of recreational spaces. Urban areas face a lack of suitable pristine and empty spaces at the inner city levels, as well as problems such as traffic and pollution caused by the creation of inner-city travel. Considering the tourism potentials of Karaj city, a conservative strategy or WO is a suitable strategy to attract tourists.

Keywords

Strategic Planning, Tourist Attraction, Karaj.

چکیده

مطالعه حاضر، با هدف ارائه مدل برنامه‌ریزی استراتژیک برای جاذبه‌های گردشگری کلان‌شهر کرج و امکان‌سنجی برای ایجاد دهکده گردشگری اجرا گردید. از نظر نوع تحقیق توصیفی - تحلیلی و از نظر روش، پیمایشی بوده است. جهت گردآوری داده از دو پرسشنامه جداگانه برای متخصصین و گردشگران استفاده گردید تحلیل مجموع یافته‌ها با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی و مدل (SWOT) انجام شد. توجه به جاذبه‌های مختلف گردشگری این کلان‌شهر و مشارکت بخش خصوصی و تعامل بین نهادهای مردمی با سازمان‌های دولتی در جهت عرضه شیوه‌هایی جدید و خلاقانه برای ارج نهادن به این صنعت، از نوآوری‌های مطالعه می‌باشد. طبق نتایج به‌دست آمده، کلان‌شهر کرج از نظر شرایط گردشگری، به‌ویژه در زمینه فضاهای تفریحی - تفریحی تنگناهای متعددی دارد. مناطق شهری با کمبود فضاهای مناسب بکر و خالی در سطوح درون‌شهری و نیز مشکلاتی همچون ترافیک و آلودگی‌های ناشی از ایجاد مسافرت‌های درون‌شهری، مواجه هستند. با توجه به پتانسیل گردشگری شهرستان کرج استراتژی محافظه‌کارانه یا WO، برای جذب گردشگران، استراتژی مناسبی می‌باشد.

واژگان کلیدی

برنامه‌ریزی استراتژیک، جاذبه گردشگری، کرج.

وجود بسترهای لازم یک عنصر لازم و نه کافی در جهت رشد و توسعه صنعت گردشگری محسوب می‌شود و مسلماً، ایجاد و توسعه گردشگری در هر منطقه نیازمند شناسایی دقیق محدوده و ارائه تسهیلات مورد نیاز گردشگران می‌باشد، بنابراین مکان‌یابی بهینه تأسیس دهکده‌های گردشگری در راستای اهداف فوق، منافع متعددی را برای جامعه میزبان به همراه خواهد داشت، زیرا در این صورت می‌توان اطمینان داشت که چه به لحاظ اقتصادی و چه فرهنگی احداث چنین دهکده‌هایی از بازدهی مناسب برخوردار خواهند بود. احداث این زیرساخت‌ها در کلان‌شهرهایی مانند کرج می‌تواند یکی از راه‌های برون رفت از معضلات اقتصادی باشد.

با توجه به آن‌چه مطرح شد، می‌توان گفت، توسعه صنعت گردشگری علاوه بر درآمدزایی، هویت فرهنگی آن را نیز تثبیت می‌نماید، لذا باید نسبت به آن توجه بیش‌تری گردد. کلان‌شهر کرج به دلیل برخورداری از ظرفیت‌های طبیعی، تاریخی و قرار گرفتن در مسیر عبور مسافران به سایر استان‌ها از پتانسیل‌های خوبی برای رونق صنعت گردشگری برخوردار است و پویایی و توسعه حوزه گردشگری آن تأثیر بسیار بالایی در اقتصاد استان خواهد داشت و با توجه به پتانسیل‌های خوب این شهر برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری مناسب برای آن ضروری به نظر می‌رسد.

با توجه به آن‌چه مطرح گردید، مطالعه حاضر، شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های توسعه جاذبه‌های گردشگری کلان‌شهر کرج و ارائه برنامه با استراتژی مناسب در جهت توسعه صنعت گردشگری آن می‌باشد. در همین راستا این سؤال مطرح می‌شود که مناسب‌ترین برنامه استراتژیک برای توسعه گردشگری در کلان‌شهر کرج با توجه به جاذبه‌های گردشگری آن، چه چیست؟

مبانی نظری

چارچوب نظری

سرمایه‌داری در عصر حاضر، صنعت گردشگری و گذران اوقات فراغت را به مهم‌ترین صنعت در این دوره تبدیل کرده است (شکویی، ۱۳۸۸: ۲۹۸) به طوری که گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان می‌باشد (Sharpley, 2002: 223) و به یکی از پر درآمدترین صنایع دنیا می‌باشد.

امروزه صنعت گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع در دنیا برای ایجاد درآمد، توسعه اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، قانونی و تکنولوژیکی مطرح می‌باشد (الماسی، ۱۳۹۰: ۹۷). مفهوم گردشگری را می‌توان از زوایا و چشم‌اندازهای مختلف مورد بررسی قرار داد. اسمیت معتقد است که دست‌اندرکاران

مقدمه

در دهه‌های اخیر رشد و توسعه صنعت گردشگری و اتخاذ آن به‌عنوان یکی از فعالیت‌های عمده اقتصادی از طرف کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه و رقابت مقاصد عمده گردشگری در جهت جذب گردشگران، برنامه‌ریزان را بر آن داشته تا جهت افزایش درآمدهای حاصله از فعالیت‌های گردشگری به دو مقوله مهم توجه نمایند: اول افزایش رضایت گردشگران و ارتقاء لذت و کیفیت تجربه گردشگری، دوم: تلاش در جهت حفظ منافع جوامع میزبان (شعبانی‌فرد، ۱۳۸۸: ۴۸).

در حال حاضر، این صنعت به عنوان یک ابزار اقتصادی (خارجی) تأثیر به‌سزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد (کاظمی، ۱۳۸۷: ۸۱). به‌ویژه گردشگری طبیعی در جهان کنونی، صنعتی پاک و سومین پدیده اقتصادی پویا، پررونق و رو به توسعه‌ای است که پس از صنایع نفت و خودروسازی گوی سبقت را از دیگر صنایع جهانی ربوده است. به گونه‌ای که براساس برآورد سازمان جهانی گردشگری، ارزش حاصل از گردشگری و مسافرت در دهه آتی با سرعتی افزون از تجارت جهانی به سطحی بالاتر از ارقام صادراتی در دیگر بخش‌های اقتصادی خواهد رسید (ابراهیم زاده، ۱۳۹۴: ۱۴).

تجربه کشورهای توسعه یافته نشان می‌دهد که گردشگری اساساً یک تلاش و فعالیت اقتصادی است، حال آن‌که در کشورهای در حال توسعه این روند درباره استفاده از فرصت‌های گردشگری است که به عنوان راهی برای پیشرفت محسوب می‌شود. استفاده از فرصت‌های گردشگری باعث اشتغال بوده و ممکن است تنها کاربرد سودمند در حوزه‌های کوچک و فقیر باشد، جایی که سایر گزینه‌ها برای بهبود و ترقی اقتصادی حاشیه‌ای آن بسیار کم است (Abby, 2006: 159).

یکی از مشکلات اقتصادی کشورهای جهان سوم از جمله ایران، بیکاری و تبعات اجتماعی ناشی از آن مانند فقر، جرم و جنایت، بزه‌کاری و ناآرامی‌ها می‌باشد که بیش‌تر ناشی از کمبود زمینه‌های اشتغال است. توسعه گردشگری می‌تواند موجب تنوع‌بخشی به اقتصاد این کشورها گردیده و درصدی از بیکاران را به‌خود جذب نماید که در نهایت به منتهی شدن برخی نتایج منفی ناشی از بیکاری نیز می‌گردد (دهستانی، ۱۳۸۳: ۲).

گردشگری می‌تواند یک منبع مهم از شغل‌ها برای جوامع فقیر باشد، به‌ویژه برای آن‌هایی که از لحاظ اقتصادی توسعه نیافته هستند. از آن‌جا که شغل‌ها در صنعت گردشگری اغلب نیاز به آموزش‌های پیشرفته ندارند، ساکنان محلی با مهارت‌های کمی می‌توانند به آسانی به‌عنوان سرویس‌دهنده غذا، کارمندان خرده‌فروشی و کارگران مهمان‌نوازی کار کنند (Brown, 2005: 479).

گردشگری شهری بخشی از گذران اوقات فراغت شهروندان است که در حد واسط گذران اوقات فراغت در خانه و گذران فراغت در خارج از شهر و دیار قرار می‌گیرد. به تعبیر دیگر گردشگری شهری آن بخش از گذران اوقات فراغت است که در حوزه سکونتگاه شهروندان و در فضای باز درون‌شهری و حاشیه شهری تحقق پیدا می‌کند و بخشی از نیازها و فعالیت‌های فراغتی مستمر علمه شهروندان (روزانه و هفتگی) محسوب می‌شود (سعیدنیا و مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۲۷).

گردشگری، عموماً در چارچوب الگوهای فضایی خاصی عمل می‌کند که یکی از این الگوهای فضایی، گردشگری شهری است. نواحی شهری به‌علت آن‌که جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار دارند. اغلب مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. شهرها معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهر بازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهمی و افراد مشهور دارند که خود، گردشگران بسیاری را جذب می‌کنند (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵: ۱۸۹). از این نظر، گردشگری شهری از گذران اوقات فراغت در خانه و فضاهای سر بسته و گردشگری در مقیاس ملی و جهانی متمایز می‌شود. لذا برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری به‌عنوان جامعه میزبان، زمینه را برای جذب و پذیرایی از گردشگران مهمان در سطوح مختلف منطقه‌ای، ملی و جهانی را نیز فراهم می‌سازد و در نتیجه سطوح مختلف گردشگری با یکدیگر پیوند می‌یابند (سعیدنیا و مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۲۷).

می‌دانیم که جاذبه‌ها تنها دلیل مهم جهت جهانگردی تفریحی یک مقصد می‌باشند. جاذبه‌های جهانگردی به دو دسته تقسیم می‌شوند: دسته اول جاذبه‌های طبیعی و دسته دوم مصنوعی می‌باشد که شامل چشم‌اندازها، آب و هوا، پوشش گیاهی و حیات وحش می‌باشد. دسته دوم، عمدتاً محصول تاریخ و فرهنگ می‌باشند، ولی شامل مجموعه‌های تفریحی مصنوعی مانند پارک تفریحی نیز می‌شوند.

اولین اقدام برای طبقه‌بندی جاذبه‌ها، توسط پیترز^۱ صورت گرفت که در آن جاذبه‌ها را براساس نوع و تمایز میان عناصر طبیعی و مصنوعی، طبقه‌بندی کرد.

عناصر مصنوعی عبارتند از:

- فرهنگی، مکان‌های مذهبی، مکان‌های فرهنگی مدرن، موزه‌ها، گالری‌های هنری ساختمان‌ها، مکان‌های باستان‌شناسی.
- سنت‌ها، ادبیات عامه، فرهنگ پویا، فستیوال‌ها.
- حوادث- ورزش (بازی‌های المپیک، جام جهانی) وقایع

جهانگردی باید تعاریف متفاوت و انبوه ارائه شده از جهانگردی را پذیرفته، ضمن درک دلیل وجود چنین اختلاف نظرهایی، آن را ارج نهند (هال و جنکینز، ۱۳۸۹: ۱۸).

گردشگری شامل کلیه فعالیت‌هایی است که گردشگران در هنگام سفر انجام می‌دهند و به ایشان مرتبط می‌شود و این می‌تواند شامل: برنامه‌ریزی برای سفر، جابجایی بین مبدا و مقصد، اقامت و نظایر آن باشد. بازاریابی گردشگری به‌عنوان شناسایی و پیش‌بینی نیازهای گردشگران و فراهم کردن امکانات برای تأمین نیازها و مطلع ساختن آنان و ایجاد انگیزه بازدید در آن‌ها است (امین بیدختی و نظری، ۱۳۸۸: ۵۱).

کامل‌ترین تعریف در رابطه با گردشگری را سازمان جهانی گردشگری ارائه داده است. طبق این تعریف، گردشگری فعالیتی است که در آن فردی به مسافرت رفته و در آن مکان که خارج از محیط زندگی اوست، برای مدتی کم‌تر از یک سال، جهت تفریح، تجارت و دیگر اهداف اقامت نماید (WTO, 2001).

فضاهای شهری در سراسر جهان برای سالیان متمادی در زمره با اهمیت‌ترین مکان‌ها برای اهداف گردشگری بوده‌اند. شهرها متشکل از عناصر، اجزاء، فضاها، عملکردها و قوانین حاکم، بعلاوه روابط جاری و موضوعات مرتبط با آنها، به عنوان بزرگترین مجموعه‌ها و آثار انسانی، جلوه‌های متنوعی از زیبایی را به انسان‌ها می‌کنند (تقوایی و صفرآبادی، ۱۳۹۰: ۱۸۳).

شهرها به‌عنوان مقصد گردشگری، دارای عملکرد چندمنظوره هستند، آن‌ها به‌عنوان دروازه ورودی به کشور، مراکز اقامت و مبدا سفر به روستاها و مقاصد مجاور خود هستند. علاوه بر این، شهرها فقط مقاصدی که در آن‌ها جمعیتی با فعالیت‌های اقتصادی، زندگی فرهنگی و تحت کنترل نیروهای سیاسی کنار هم جمع می‌شوند، نمی‌باشند، بلکه نقش مهمی به‌عنوان «مراکز فعالیت گردشگری» بر عهده دارند (آزادخانی، ۱۳۹۶: ۶).

گردشگری شهری به‌دنبال اوضاع پس از سال‌های ۱۹۷۰ که مقارن با تنزل اقتصاد شهرهای انگلستان، اروپای غربی و امریکای شمالی بود، به‌عنوان یک کارکرد شهری مهم در اقتصاد شهرها جای گشوده است. از اواخر دهه ۷۰، نقش گردشگری شهری به‌عنوان یک نیروی پیشران جهت ترقی اقتصاد شهرها مورد توجه قرار گرفته و به موازات آن، گردشگری و بازآفرینی شهری اهمیت یافته و توجهات بیش‌تری را به خود جلب نموده‌اند (Shiji, 2017: 32).

گردشگری شهری انسان‌ها، مکان‌ها و مصرف را گرد هم آورده و فرهنگ‌ها، ارزش‌ها، انتظارات و تجربیات را به هم می‌آمیزد تا زمینه‌ساز کاوش در چشم‌اندازهای موجود گردد (Kalaivani, 2018: 55).

فرهنگی (ازدواج‌های سلطنتی).

عناصر طبیعی:

پارک‌های ملی، حیات وحش، چشم‌اندازها و عناصر واحد مانند آبشار نیاگارا.

روش پیترز، بسیار مستقیم و قابل استفاده بود. ولی به درک و شناخت ماهیت جاذبه‌ها و یا کمک به برنامه‌ریزی، مدیریت یا بازاریابی جاذبه‌ها نمی‌افزود.

کلاوسون^۱ روش دیگری ارائه نمود. او طبقه‌بندی جاذبه‌ها را با بازار و منحصر به فرد بودن آن‌ها مرتبط کرده است (کوپر، ۱۳۸۰: ۳۵).

با توجه به این‌که امروزه سفر و گردشگری به یک صنعت جهانی تبدیل شده و به‌عنوان یکی از سریع‌ترین صنایع در حال رشد در نظر گرفته می‌شود، با این‌که توسعه گردشگری منافع اقتصادی و اجتماعی زیادی به همراه دارد، اما اثرات منفی زیادی نیز می‌تواند به همراه داشته باشد. بنابراین برنامه‌ریزان بایستی راه‌هایی را برای توسعه در نظر گیرند که باعث رفاه و سعادت جامعه میزبان شود (Goeldner, 2009: 444).

یک شهر برای این‌که بتواند برای گردشگران جاذبه ایجاد کند، بایستی واجد ارزش‌ها و میراثی باشد که در کنار زیرساخت‌های کامل خود، برآورده‌کننده خواسته‌ها و نیازهای گردشگران بوده و تصویری مثبت در اذهان بازدیدکنندگان بوجود آورد. نیز ضرورت دارد که احتیاجات روزمره در شهر قابل رفع و رجوع بوده و محیط زندگی مناسبی فراهم آمده باشد (Valentina, 2013: 194).

برنامه‌ریزی استراتژیک نوعی برنامه‌ریزی فرآیندی است و دلیل فرآیندی بودن آن، برنامه‌ریزی در نوع و پدیده‌هایی است که برای آن‌ها برنامه‌ریزی انجام می‌گیرد و به گونه‌ای است که قابلیت بازخورد و تطبیق با شرایط موجود و حتی جدید را دارا می‌باشد (Evans, 2003: 4).

فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک این‌گونه است که یک مقصد بایستی با روندهای جدید، بازارهای در حال تغییر و محیط بازار رقابتی منطبق باشد. لذا اجرای موفق برنامه‌ریزی استراتژی‌های توسعه مقصد خوب، منجر به تولید مشاغل جدید، هزینه کرد بیش‌تر بازدیدکننده و کسب درآمد می‌گردد.

در تدوین این استراتژی، هدف مشخص نمودن بهترین استراتژی نیست، بلکه هدفش بهینه‌سازی مزایای گردشگری به‌گونه‌ای است که نتیجه آن توازن میان کیفیت و کمیت عرضه با مقدار صحیحی از تقاضا، بدون ناسازگاری با توسعه اجتماعی، اقتصادی، محیطی و پایداری است و تعیین استراتژی‌های قابل اجرا، هدف این نوع از برنامه‌ریزی می‌باشد (ابراهیم زاده، ۱۳۹۰: ۱۱۷).

هنگامی‌که یک شهر تبدیل به مقصد گردشگری می‌شود، کیفیت زندگی و بسیاری از مؤلفه‌های دیگر اقتصادی - اجتماعی و زیست‌محیطی آن تغییر می‌یابد، لذا یک برنامه‌ریزی منسجم استراتژیک مرتبط با گردشگری شهری با تأکید بر رهیافت طولانی‌مدت و جامع و هماهنگ با اهداف توسعه پایدار شهری تا حد زیادی از نتایج منفی گردشگری بر اقتصاد و اجتماع و محیط‌زیست شهر می‌کاهد.

از آن‌جایی‌که هرگونه اقدام در این زمینه نیازمند تعیین میزان امکان‌پذیری و اجرایی بودن یک پروژه و ثمربخشی آن می‌باشد. این مطالعات در حکم گام نخست در فرآیند تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران یا مدیران به‌حساب می‌آید.

امکان‌سنجی، یک روش ارزش‌یابی و تحلیل پتانسیل ایجاد و راه‌اندازی یک پروژه می‌باشد و هدف از آن کشف هدفمند و منطقی نقاط قوت و ضعف فرصت‌ها و تهدیدهای یک کسب‌وکار موجود یا پیشنهادی است که زمینه را برای برنامه‌ریزی‌های استراتژیک و اصولی‌تر و استفاده مفیدتر از جابه‌های توریستی یک منطقه مورد استفاده قرار گیرد.

مطالعات امکان‌سنجی نوعی مطالعه بر مبنای تحلیل و آزمون است که فراهم‌کننده اطلاعات لازم به‌منظور تصمیم‌گیری برای حرکت به سوی مراحل طراحی مهندسی و اجرای هر پروژه یا انجام سرمایه‌گذاری است. به همین دلیل، مطالعات امکان‌سنجی را می‌توان نقطه عطف فرآیند تصمیم‌گیری در اجرای پروژه یا انجام سرمایه‌گذاری دانست.

پیشینه تحقیق

نوربخش و اکبرپور (۱۳۸۹)، نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلان‌شهرها، فرآیند گردشگری شهری، جاذبه‌های گردشگری شهری و انواع آن را مورد بررسی قرار داده و در ادامه به تأثیر اقتصادی گردشگری شهری به ویژه در کلان‌شهرها پرداختند.

نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد که در حال حاضر و با توجه به گستردگی مدیریت شهری در کلان‌شهرها بهره‌گیری از جاذبه‌های توریستی می‌تواند نقش مهمی در معرفی شهرها به عنوان یک جاذبه گردشگری جهانی در ارتباط با اقتصاد کلان‌شهرها، داشته باشد.

حیدری و همکاران (۱۳۹۲)، الگوی رفتاری گردشگران در دسترسی به جاذبه‌های شهری با استفاده از GIS، در شهر شیراز را تحلیل نمودند. آن‌ها دریافتند که بخش عمده‌ای از مدیریت تصویر و ذهنیت گردشگران از شهر، ریشه در میزان رضایتمندی آن‌ها از نحوه دسترسی به مقاصد و جاذبه‌های گردشگری دارد. همچنین الگوی رفتاری گردشگران در شهر شیراز بهینه نیست. به‌طوری‌که میانگین طول مسیر انحرافی که گردشگران در سطح شهر شیراز

بیش‌ترین تأثیر را بر ارزش ویژه برند و ارزش ویژه برند بیش‌ترین تأثیر را بر وفاداری داشته است. اما تأثیر کیفیت ادراک شده بر وفاداری برند معنادار نبوده است.

روش انجام پژوهش

از نظر نوع تحقیق توصیفی - تحلیلی و از نظر روش، پیمایشی، تحلیلی مبتنی بر استفاده از داده‌های آماری و مقایسه زمانی - مکانی و پرسشنامه بوده است. جهت گردآوری داده از دو پرسشنامه جداگانه برای متخصصین (جهت تحلیل نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها) و گردشگران (جهت دریافت نظرات) استفاده گردید. تحلیل یافته‌ها با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی و مدل SWOT و نرم‌افزار GIS و SPSS، انجام گرفت.

محدوده مورد مطالعه

کرج یکی از کلان‌شهرهای ایران و مرکز استان البرز می‌باشد. این شهر در طی سال‌های پس از دهه ۳۰ و با رشد و توسعه کشاورزی و صنعت در اطراف تهران دستخوش تحول و دگرگونی‌های جمعیتی، اجتماعی، اقتصادی، کالبدی و محیطی جدی گردید. وسعت و اندازه کلان‌شهر کرج به شدت گسترش یافته و جمعیت آن به‌طور فزاینده رشد نموده است.

پس از وقوع انقلاب اسلامی با ادامه مهاجرت و افزایش جمعیت، آهنگ رشد جمعیت نامتوازن و بسیار سریع‌تر از پیش‌بینی آن شتاب گرفته است. این عدم توازن، رشد بی‌برنامه و پراکنده را در کلان‌شهر کرج به دنبال داشته و مهاجرت گسترده از اقصی نقاط کشور موجب گردیده تجانس نسبی اجتماعی تضعیف و عدم تجانس‌های اقتصادی و اجتماعی، سیمای شهر را متنوع و دگرگون سازد. در رهگذر این دگرگونی و فرآیند کلان‌شهر شدن کرج، روستاهای مجاور (مانند حصارک، کلاک، مهرشهر و ...) موجب تشکیل محلات متعدد نامنسجم در کلان‌شهر کرج گردیدند و شهر طی مدت حدود ۳۰ سال، چنان رشد کرد که اکنون با وسعتی برابر با ۱۷۴۸۶ هکتار، جمعیتی بالغ بر یک‌میلیون و ششصد هزار نفر، در آن زندگی می‌کنند. وسعت این حوزه در قیاس با وسعت کرج پیش از انقلاب تقریباً چهار برابر شده است و سیما و خصلت محلات آن بسیار متفاوت از هم بوده و در بسیاری مواقع به‌صورت جزیره‌هایی جدا از هم نقش ایفاء می‌نمایند.

خلاصه ساختار امروزی کلان‌شهر کرج به‌صورت زیر است:

- شهر کرج برخوردار از تنوع قومی - فرهنگی ایرانی است که این موجب فرصتی برای توسعه کلان‌شهر کرج از یک سو و عدم انسجام اجتماعی - فرهنگی برخی محلات شهر از سوی دیگر گردیده است.

طی می‌نمایند، ۱۳ کیلومتر است. آن‌ها در مطالعه خود بهینه‌ترین مسیرها و سطوح گردشگری در شهر شیراز را پیشنهاد دادند.

حاجی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۵)، به مطالعه تطبیقی عوامل ساختاری، کارکردی و نهادی المان‌های گردشگری شهری و عوامل مؤثر بر توسعه آن‌ها در برج‌های آزادی و ایفل پرداختند. طبق یافته‌های آن‌ها، صنعت گردشگری در جوامع شهری براساس اختصاص فضاهای خاص برای گذران اوقات فراغت و نیازهای مختلف، نقش بسیار مهمی در ساختارهای فضایی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی دارد. بخشی از این فضاهای خاص، نمادها و المان‌ها هستند که طی سالیان متمادی در قالب بناها، یادمان‌ها و معابر عمومی به‌وجود آمده‌اند. تعداد گردشگران برج آزادی بسیار اندک و هزینه‌های سالانه نگهداری آن بیش از درآمدزایی آن است. وضعیت ساختاری نهادی و کارکردی برج آزادی در مقایسه با برج ایفل در زمینه گردشگری مطلوب نیست و نبود پویایی نهادی، عامل اصلی مطلوب نبودن الگوی پیشرفت گردشگری برج آزادی است. تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری برج آزادی نیز نشان می‌دهد عامل نهادی، مهم‌ترین عامل اثرگذار بر تحقق توسعه پایدار گردشگری برج آزادی است.

مشکینی و همکاران (۱۳۹۵)، عوامل مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری در شهر طرقله را مورد مطالعه قرار دادند. طبق نتایج مطالعه آن‌ها میان عواملی مانند سن، جنسیت، فضاهای عمومی شهر و عملکرد پلیس با احساس امنیت گردشگران، رابطه معناداری وجود دارد. با افزایش امنیت در فضاهای عمومی شهری، احساس امنیت اجتماعی گردشگران نیز بیش‌تر می‌شود. همچنین رابطه مستقیم و معنادار میان متغیر نقش پلیس و احساس امنیت اجتماعی گردشگران وجود دارد که نشان می‌دهد با افزایش عملکرد پلیس، احساس امنیت اجتماعی گردشگران افزایش می‌یابد. همچنین ۷۵ درصد گردشگران، از امنیت شهر طرقله رضایت داشته‌اند و تنها ۳ درصد ناراضی بودند. به طور کلی، بیش از ۴۲/۳ درصد از گردشگران قصد داشتند که در فرصت مناسب دیگر دوباره به این شهر سفر کنند.

صفار حیدری (۱۳۹۶)، تأثیر آموزش عالی، کنش اخلاقی و گردشگری پایدار را با استفاده از رویکرد هرمنوتیکی ایده پایداری در گردشگری، مورد بررسی قرار داد. عنوان می‌دارد که آموزش عالی یک مطلوب اخلاقی و مؤثر در توسعه است. یافته‌های مطالعه او نشان داد که تحقق گردشگری پایدار در گرو دگرگونی در فهم ما از محیط، جامعه و ارزش‌های فرهنگی است.

جعفری و همکاران (۱۳۹۶)، عوامل مؤثر بر ارزش ویژه برند مقصد گردشگری در شهرستان سوادکوه را بررسی نمودند. آن‌ها دریافتند که آگاهی از برند، تصویر برند و کیفیت ادراک شده اثر مثبت و معناداری بر وفاداری به برند داشته است. آگاهی از برند

همچنین قابلیت تبدیل شدن به قطب گردشگری تخصصی را در حوزه‌های خاص بهداشت و درمان نیز دارد.

- به دلیل نزدیکی به تمرکز قطب جمعیتی کشور و مرکز آلاینده‌های صنعتی، در سال‌های اخیر دچار آلودگی‌های زیست‌محیطی فراوانی گردیده است.

- وجود مراکز آموزش علمی - تخصصی، تحقیقاتی و علمی - کشاورزی مطرح در سطح جهانی، ملی و منطقه‌ای مانند مرکز تحقیقات بیوتکنولوژی، اصلاح نباتات، مرکز تحقیقات دامپروری و علوم دامی، مرکز تحقیقات زمین‌شناسی، پژوهشگاه مواد و انرژی، مرکز تحقیقات هسته‌ای کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران، مجتمع تحقیقاتی شهری جهاد دانشگاهی، مراکز تربیت کار متخصص از جمله ویژگی‌های حوزه تربیت نیروی متخصص و فعال و ایجاد اشتغال و ده‌ها مراکز تحقیقاتی و علمی و تجاری در این زمینه، فرصت بی‌نظیری جهت تبدیل شدن کلان‌شهر کرج به قطب علمی - دانشگاهی در سطح منطقه‌ای و ملی فراهم آورده است (شهرداری کرج، ۱۳۹۵: ۱).

- این شهر در حال حاضر، دچار توزیع نابرابر خدمات و زیرساخت‌های شهری است؛ به گونه‌ای که تمرکز خدمات در مرکز و هسته قدیمی بیش از سایر مناطق بوده و همین امر موجب شدت ترافیک و دسترسی ناعادلانه به فرصت‌ها و زیرساخت‌های شهری گردیده است.

- وجود قابلیت‌های اقتصادی همچون شهرک‌های صنعتی و کارخانه‌های صاحب‌نام، نزدیکی به پایتخت، قرارگیری در مسیر مواصلاتی ۱۳ استان کشور، وجود منطقه ویژه اقتصادی فرودگاه پیام، وجود جاذبه‌های گردشگری تفریحی، طبیعی، سلامت، فرهنگی، ورزشی و ... بستر مناسبی از نظر اقتصادی آزاد، خودکفا و پویا برای کلان‌شهر کرج ایجاد کرده است.

- محدودیت ظرفیت در شبکه‌های دسترسی شهر، کمبود امکانات، تسهیلات و عدم استقبال از حمل و نقل عمومی و محدودیت‌های عبوری عابران پیاده در سطح شهر، موجب شده است که حمل و نقل کلان‌شهر کرج با مشکلات و معضلات عدیده‌ای مواجه گردد.

- شهر کرج از قابلیت‌های جذب گردشگر در زمینه طبیعی، تفریحی، علمی - دانشگاهی و ورزشی برخوردار است.



شکل ۱. موقعیت کلان‌شهر کرج در کشور

گسیل و شهرستانک و آثار دوران اسلامی از جمله برج میدانک مغولی، پل و کاروانسرای شاه‌عباسی، کاخ‌های قاجار و کاخ‌های رضاشاه و محمدرضا شاه حکایت از استمرار استقرارهای پی‌درپی در این منطقه دارد.

کلان‌شهر کرج با توجه به موقعیت قرارگیری و پتانسیل‌های سرزمینی موجود، از قابلیت‌های ویژه‌ای برای توسعه صنعت گردشگری برخوردار می‌باشد، جدول ۱، آثار ثبت شده شهرستان کرج و موقعیت آن‌ها را با توجه به قدمت نشان می‌دهد

جاذبه‌های گردشگری کلان‌شهر کرج

کرج یکی از مهم‌ترین کلان‌شهرهای ایران، دارای استعدادهای طبیعی و منابع آبی فراوان سلسله جبال البرز می‌باشد. همچنین خاک حاصل‌خیز دامنه‌های این رشته کوه و دشت منتهی به آن برای اجتماعات بشری مناسب بوده و دلیل آن آثار باستانی ارزشمندی است که در گوشه و کنار این جلگه وسیع و در حاشیه راه‌های ارتباطی کهن مشاهده می‌شود.

تپه‌های آق تپه، مراد تپه و تپه مردآباد، قلعه‌های تاریخی تنگ

جدول ۱. نام و مشخصات آثار ثبت شده شهرستان کرج

نام اثر	قدمت	موقعیت اثر
آسیاب برچی	قاجاری	کرج - روبروی سهراب قلمستان - شهرک شهید فهمیده
آسیاب قدیمی	قاجاری	کرج - آدران - ارنگه - روستای خور - جنوب روستا
آهین راه و پل سنگی	اسلامی	کرج - دو کیلومتری شمال گچسار
امامزاده ابراهیم	بنا معاصر	کرج - آدران - ۷ کیلومتری جاده کرج چالوس - پل خواب - روستای کلوان سر
امامزاده ابراهیم و محمدتقی	بنا معاصر	کرج - آدران - ۵ کیلومتری جاده کرج چالوس - پل خواب - روستای ورزان
امامزاده جعفر	قاجاری	کرج - آدران - مرکز روستای ارنگه
امامزاده چهل دختر	قاجاری	کرج - دهستان آدران - جنوب روستای کندور
امامزاده حسن	صفوی، بنا معاصر	کرج - ۵ کیلومتر ۵۵ جاده کرج چالوس - روستای حسنکدر
امامزاده حسن	صفوی، بنا معاصر	کرج - بلوار امامزاده حسن
امامزاده رضی الدین	صفوی، بنا قاجاری	کرج - آدران - ۷ کیلومتری جاده کرج چالوس - پل خواب - روستای کلها
امامزاده سپهسالار	اوایل اسلامی، بنا قاجاری	کرج - ۳۸ کیلومتری جاده کرج چالوس - تکیه سپهسالار
امامزاده سید ابراهیم	قاجاری	کرج - دهستان آدران - جنوب روستای کندور
امامزاده شاهزاده حسین	صفوی، بنا معاصر	کرج - آدران - روستای گوراب (جوراب) ارنگه
امامزاده شاهزاده عسگری	صفوی، بنا معاصر	کرج - دهستان آدران - روستای ارنگه - روستای خور
امامزاده طاهر	صفوی، بنا معاصر	کرج - مهرشهر
امامزاده عبد اله	قاجاری، بنا معاصر	کرج - مهرشهر - علی‌آباد گوته
امامزاده عبد له و طاهر	قاجاری، بنا معاصر	کرج - دهستان آدران - مرکز روستای کندور
امامزاده محمد	صفوی، بنا معاصر	کرج - آدران - روستای سیجان ارنگه
امامزاده محمد حصارک	صفوی، بنا معاصر	کرج - حصارک
امامزاده هاشم و هارون	بنا معاصر	کرج - آدران - ۶ کیلومتری جاده کرج چالوس - شمال پل روستای لیستان

یافته‌ها

می‌شود، ضرورت ایجاد یک مکان گردشگری در کلان‌شهر کرج بیش‌ترین میزان اهمیت و مناسب بودن اماکن گردشگری جهت استفاده گردشگران، از کم‌ترین اهمیت برخوردار بوده است.

جدول ۲، آمار توصیفی میزان اهمیت عامل تناسب اماکن گردشگری در ایجاد دهکده گردشگری از نظر گردشگران و شهروندان کلان‌شهر کرج را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه

جدول ۲. آمار توصیفی میزان اهمیت عامل تناسب اماکن گردشگری در ایجاد دهکده گردشگری

گویند	میانگین	میانگین میزان اهمیت	انحراف معیار	درجه اهمیت عامل	میانگین کل
کرج دارای مکان گردشگری مناسب جهت استفاده شهروندان می‌باشد.	۳	۳/۴	۱/۰۳		
کرج دارای مکان گردشگری مناسب جهت استفاده گردشگران می‌باشد	۳	۳/۳	۰/۹۸		
ایجاد یک مکان گردشگری در کلان‌شهر کرج ضروری می‌باشد.	۵	۴/۵	۰/۶۱	۳/۹	متوسط تا زیاد
جاده زیبای کرج چالوس نقطه قوت ایجاد مکان گردشگری در کرج است	۵	۴/۴	۰/۸۲		
انتقال آب کرج به تهران خطری برای نابودی طبیعت زیبای کرج است.	۴	۳/۹	۱/۱۳		

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، جاذبه‌های طبیعی، صنایع دستی و آثار

آمار توصیفی میزان اهمیت عامل جاذبه‌های گردشگری کلان‌شهر کرج در ایجاد دهکده گردشگری در جدول ۳، ارائه شده است.

تاریخی به ترتیب بیش‌ترین اهمیت و پتانسیل را در ایجاد دهکده گردشگری کلان‌شهر کرج دارا بوده و محصولات کشاورزی همراه با بازی‌های محلی - بومی از کم‌ترین میزان اهمیت برخوردارند.

جدول ۳. آمار توصیفی میزان اهمیت عامل جاذبه‌های گردشگری کلان‌شهر کرج در ایجاد دهکده گردشگری

گویه	میانگین	میانگین میزان اهمیت	انحراف معیار	درجه اهمیت عامل	میانگین کل
جاذبه‌های طبیعی (آب‌وهوای مناسب، چشم‌انداز و مناظر زیبا، کوه‌های پوشیده از جنگل و...)	۴	۴/۳	۰/۸۱		
بناهای تاریخی باستانی	۳	۳	۰/۸۶		
بازی‌های محلی	۳	۲/۹۵	۱/۰۲	۳/۲۴	متوسط تا زیاد
غذاهای محلی	۳	۳/۲	۰/۹۷		
صنایع دستی	۳	۳/۱	۱/۰۴		
محصولات کشاورزی	۳	۲/۹	۱/۴۸		

جدول ۴، آمار توصیفی میزان اهمیت عامل شرایط و امکانات موجود کلان‌شهر کرج را در ایجاد دهکده گردشگری نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، در میان عوامل و امکانات موجود در کلان‌شهر کرج، رفتار مناسب جامعه میزبان و امنیت موجود در این منطقه بیش‌ترین اهمیت و رواج اجاره دادن ویلا و اتاق به گردشگران و امکانات، دارای کم‌ترین میانگین اهمیت می‌باشند.

جدول ۴. آمار توصیفی میزان اهمیت عامل شرایط و امکانات موجود کلان‌شهر کرج در ایجاد دهکده گردشگری

گویه	میانگین	میانگین میزان اهمیت	انحراف معیار	درجه اهمیت عامل	میانگین کل
اطلاع‌رسانی و راهنمایی مناسب گردشگران	۳	۲/۲۸	۱/۱۸		
تهیه لوازم و ملزومات	۳	۲/۹۸	۱/۰۳		
سرویس بهداشتی مناسب	۳	۲/۸۸	۱/۱۴		
رواج اجاره دادن ویلا و اتاق به گردشگران	۲	۲/۵۱	۱/۳۱		
سهولت دسترسی به روستاها و مناطق جاذب	۳	۳/۳۸	۱/۰۸	۳/۲۷	متوسط تا زیاد
وجود امکانات اقامتی	۳	۲/۶۸	۱/۲۵		
وجود امکانات تفریحی، ورزشی	۳	۳/۰۹	۱/۰۹		
تمایل گردشگران به مسافرت	۴	۴/۰۵	۰/۹۳		
تمایل گردشگران به اقامت	۴	۳/۸۷	۱/۱		
برخورد و استقبال مناسب جامعه میزبان با گردشگران	۴	۴/۱۸	۰/۸۳		
امنیت مناسب موجود در منطقه	۴	۴/۱۶	۰/۸۲		

جدول ۵، آمار توصیفی میزان اهمیت عامل نحوه شناخت گردشگران ز جاذبه‌های کلان‌شهر کرج در ایجاد دهکده گردشگری، را ارائه نموده است.

با توجه به اطلاعات به‌دست آمده، عامل توصیه دوستان و آشنایان بیش‌ترین اهمیت آشنایی به‌صورت اتفاقی و گذری از پایین‌ترین درجه اهمیت برخوردار است.

جدول ۵. آمار توصیفی میزان اهمیت عامل نحوه شناخت گردشگران از جاذبه‌های کلان‌شهر کرج در ایجاد دهکده گردشگری

گویه	میانگین	میانگین میزان اهمیت	انحراف معیار	درجه اهمیت عامل	میانگین کل
از طریق رسانه‌های گروهی	۴	۳/۶۱	۱/۰۱		
از طریق بروشور	۳	۲/۶۴	۱/۰۴	۳/۵۱	متوسط تا زیاد
از طریق دوستان و آشنایان	۴	۴/۱	۰/۷۸		
به‌صورت گذری و اتفاقی	۴	۳/۷	۰/۹۵		

با توجه به اطلاعات جدول ۶ استفاده از اتاق‌های شخصی جهت اقامت در طول سفر بیش‌ترین اهمیت و استفاده از چادرهای شخصی

کم‌ترین وسیله در اقامت گردشگران کلان‌شهر کرج می‌باشد.

جدول ۶. آمار توصیفی میزان اهمیت عامل نحوه اقامت گردشگران در ایجاد دهکده گردشگری

گویه	میانگین	میانگین میزان اهمیت	انحراف معیار	درجه اهمیت عامل	میانگین کل
اتاق اجاره‌ای	۴	۳/۳۶	۱/۲۴		
خانه دوستان	۳	۳/۵۶	۱/۰۶	۳/۶۶	متوسط تا زیاد
چادر شخصی	۳	۳/۳۲	۰/۹۴		
اتاق شخصی	۵	۴/۴۱	۱/۰۱		

جدول ۹. نقاط فرصت گردشگری کلان‌شهر کرج

ردیف	فرصت‌ها
O ₁	وجود مکان‌های تاریخی و باستانی
O ₂	وجود روستاهای زیبا، ایلات و عشایر در این منطقه و توجه به این نوع از گردشگری
O ₃	بهره‌مندی بهینه از اکوسیستم‌های طبیعی زیبا و جذاب
O ₄	استفاده از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
O ₅	امکان بهره‌گیری از مشارکت میان نهادهای مردمی و تعامل دستگاه‌های دولتی در جهت حفاظت از جاذبه‌های گردشگری
O ₆	استفاده بهینه و پایدار از نعمات خدادادی جاده زیبای کرج-چالوس
O ₇	توسعه گردشگری، اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد برای ساکنین محلی
O ₈	استفاده از منابع انسانی و محلی جهت توسعه گردشگری

جدول ۱۰. نقاط تهدید گردشگری کلان‌شهر کرج

ردیف	تهدید
T ₁	حضور سود جویان و حفاری‌های غیرمجاز در سایت‌ها و اماکن تاریخی
T ₂	نبود توجه کافی و لازم به امر گردشگری
T ₃	عدم استقبال نسل جدید از هنر، آداب‌ورسوم و سنت‌های محلی
T ₄	نبود امنیت اقتصادی در جهت سرمایه‌گذاری‌های کلان بخش خصوصی در صنعت گردشگری به لحاظ تورم اقتصادی موجود
T ₅	گسترش مهاجرت و افزایش رو به رشد جمعیت
T ₆	حوادث جاده‌ای
T ₇	سیل خیز بودن جاده چالوس و احتمال بروز خسارات جانی و مالی به گردشگران
T ₈	تخریب شدید منابع طبیعی و زیست‌محیطی به دلیل استفاده نامناسب از منابع طبیعی شهرستان

درجه اهمیت عوامل و زیرعوامل نقاط تهدید و فرصت گردشگری کلان‌شهر کرج در جدول‌های ۱۱ تا ۱۴، ارائه شده‌اند.

باتوجه به اطلاعات جدول ۱۱، آب و هوای مناسب و تنوع چشم‌اندازهای طبیعی بالاترین درجه اهمیت و وجود محوطه‌های باستانی و بناهای تاریخی کم‌ترین درجه اهمیت را در بین نقاط قوت گردشگری در کلان‌شهر کرج به خود اختصاص داده‌اند.

در این مطالعه نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید گردشگری در کلان‌شهر کرج مورد شناسایی قرار گرفتند.

جدول ۷، نقاط قوت؛ جدول ۸، نقاط ضعف؛ جدول ۹، نقاط فرصت و جدول ۱۰، نقاط تهدید گردشگری کلان‌شهر کرج را نشان می‌دهند.

جدول ۷. نقاط قوت گردشگری کلان‌شهر کرج

ردیف	قوت‌ها
S ₁	آب و هوای مناسب و تنوع چشم‌اندازهای طبیعی
S ₂	وجود آبشارها، چشمه‌ها و رودخانه کرج
S ₃	تنوع گونه‌های گیاهی مخصوصاً گیاهان دارویی
S ₄	وجود محوطه‌های باستانی و بناهای تاریخی
S ₅	آداب‌ورسوم و سنت‌های مردم منطقه
S ₆	فرهنگ پذیرش گردشگران از سوی جامعه میزبان
S ₇	اهتمام جدی مسئولان به توسعه صنعت گردشگری
S ₈	تلاش برای توسعه گردشگری و اشتغال‌زایی بیشتر از طریق آن
S ₉	امنیت مناسب موجود در منطقه

جدول ۸. نقاط ضعف گردشگری کلان‌شهر کرج

ردیف	ضعف‌ها
W ₁	نبود امکانات مناسب و کافی جهت اسکان گردشگران
W ₂	عدم معرفی و شناسایی صنایع‌دستی، بازی‌ها و غذاهای جوامع محلی
W ₃	کمبود سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش غیردولتی و تعاونی در گردشگری
W ₄	نبود سرویس‌های عمومی جهت ایاب و ذهاب به مقصد جاذبه‌های گردشگری
W ₅	نبود امکانات عمومی مناسب همچون سرویس‌های بهداشتی در مسیر راه‌ها
W ₆	نبود زیرساخت‌های مناسب و کیفیت پایین خدمات گردشگری
W ₇	عدم معرفی و شناسایی پتانسیل‌های موجود در زمینه گردشگری
W ₈	عدم برخورداری از نیروی انسانی ماهر و آموزش‌دیده در حوزه گردشگری
W ₉	نبود امکانات و زیرساخت‌های مناسب جهت دسترسی آسان به جاذبه‌ها
W ₁₀	عدم وجود نمایشگاه‌های دائمی در منطقه جهت معرفی توانمندی‌های کشاورزی و صنایع‌دستی

جدول ۱۱. درجه اهمیت زیرعوامل نقاط قوت گردشگری کلان‌شهر کرج

ردیف	قوت‌ها	ضریب اهمیت	رتبه	نمره
S ₁	آب و هوای مناسب و تنوع چشم‌اندازهای طبیعی	۰/۰۷۴۲	۴	۰/۲۹۷
S ₂	وجود آبشارها، چشمه‌ها و رودخانه کرج	۰/۰۶۸	۴	۰/۲۷۳
S ₃	تنوع گونه‌های گیاهی مخصوصاً گیاهان دارویی	۰/۰۴۰۹	۳	۰/۱۲۳
S ₄	وجود محوطه‌های باستانی و بناهای تاریخی	۰/۰۴۵۱	۳	۰/۱۳۵
S ₅	آداب‌ورسوم و سنت‌های مردم منطقه	۰/۰۴۳۸	۳	۰/۱۳۱
S ₆	فرهنگ پذیرش گردشگران از سوی جامعه میزبان	۰/۰۵۰۳	۴	۰/۲۰۱
S ₇	اهتمام جدی مسئولان به توسعه صنعت گردشگری	۰/۰۶۳۵	۴	۰/۲۵۴
S ₈	تلاش برای توسعه گردشگری و اشتغال‌زایی بیشتر از طریق آن	۰/۰۴۷۷	۳	۰/۱۴۳
S ₉	امنیت مناسب موجود در منطقه	۰/۰۶۶۴	۴	۰/۲۶۶
	جمع			۱/۷۷

صنایع‌دستی و عامل عدم برخورداری از نیروی انسانی ماهر و آموزش دیده در حوزه گردشگری، از کم‌ترین و عامل‌های نبود زیرساخت‌های

همان‌طور که در جدول ۱۲، ملاحظه می‌شود که عدم وجود نمایشگاه‌های دائمی در منطقه جهت معرفی توانمندی‌های کشاورزی و

مناسب و کیفیت پایین خدمات گردشگری؛ کمبود سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش غیردولتی و تعاونی در گردشگری و همچنین نبود امکانات مناسب و کافی جهت اسکان گردشگران، دارای بالاترین میزان اهمیت در بین نقطه ضعف‌های گردشگری کلان‌شهر کرج، می‌باشد.

جدول ۱۲. درجه‌بندی زیرعوامل نقاط ضعف گردشگری کلان‌شهر کرج

ردیف	ضعف‌ها	ضریب اهمیت	رتبه	نمره
W ₁	نبود امکانات مناسب و کافی جهت اسکان گردشگران	۰/۰۶	۱	۰/۰۶
W ₂	عدم معرفی و شناسایی صنایع‌دستی، بازی‌ها و غذاهای جوامع محلی	۰/۰۴۲	۲	۰/۰۸۳
W ₃	کمبود سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش غیردولتی و تعاونی در گردشگری	۰/۰۶۱	۱	۰/۰۶۱
W ₄	نبود سرویس‌های عمومی جهت ایاب و ذهاب به مقصد جاذبه‌های گردشگری	۰/۰۴۳	۱	۰/۰۴۳
W ₅	نبود امکانات عمومی مناسب همچون سرویس‌های بهداشتی در مسیر راه‌ها	۰/۰۵۸	۱	۰/۰۵۸
W ₆	نبود زیرساخت‌های مناسب و کیفیت پایین خدمات گردشگری	۰/۰۶۳	۱	۰/۰۶۳
W ₇	عدم معرفی و شناسایی پتانسیل‌های موجود در زمینه گردشگری	۰/۰۵۲	۱	۰/۰۵۲
W ₈	عدم برخورداری از نیروی انسانی ماهر و آموزش‌دیده در حوزه گردشگری	۰/۰۳۹	۲	۰/۰۷۸
W ₉	نبود امکانات و زیرساخت‌های مناسب جهت دسترسی آسان به جاذبه‌ها	۰/۰۴۸	۱	۰/۰۴۸
W ₁₀	عدم وجود نمایشگاه‌های دائمی در منطقه جهت معرفی توانمندی‌های کشاورزی و صنایع‌دستی	۰/۰۳۵	۲	۰/۰۷
جمع				۰/۶۱۶

استفاده از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و استفاده بهینه و پایدار از نعمت‌های خدادادی جاده زیبای کرج-چالوس، دارای بالاترین درجه اهمیت در بین فرصت‌ها می‌باشد.

اطلاعات جدول ۱۳، نشان می‌دهد که عامل وجود مکان‌های تاریخی و باستانی دارای کم‌ترین درجه اهمیت در بین زیرعوامل نقاط فرصت گردشگری کلان‌شهر کرج می‌باشد و عامل‌های

جدول ۱۳. درجه اهمیت زیرعوامل نقاط فرصت گردشگری کلان‌شهر کرج

ردیف	فرصت‌ها	ضریب اهمیت	رتبه	نمره
O ₁	وجود مکان‌های تاریخی و باستانی	۰/۰۴۱	۳	۰/۱۲۳
O ₂	وجود روستاهای زیبا، ایلات و عشایر در این منطقه و توجه به این نوع از گردشگری	۰/۰۴۹	۳	۰/۱۴۶
O ₃	بهره‌مندی بهینه از اکوسیستم‌های طبیعی زیبا و جذاب	۰/۰۶۵	۴	۰/۲۵۸
O ₄	استفاده از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	۰/۰۷۶	۴	۰/۳۰۶
O ₅	امکان بهره‌گیری از مشارکت میان نهادهای مردمی و تعامل دستگاه‌های دولتی در جهت حفاظت از جاذبه‌های گردشگری	۰/۰۵۴	۴	۰/۲۱۵
O ₆	استفاده بهینه و پایدار از نعمت‌های خدادادی جاده زیبای کرج-چالوس	۰/۰۷۶	۴	۰/۳۰۴
O ₇	توسعه گردشگری، اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد برای ساکنین محلی	۰/۰۷۲	۴	۰/۲۸۷
O ₈	استفاده از منابع انسانی و محلی جهت توسعه گردشگری	۰/۰۶۸	۴	۰/۲۷۲
جمع				۱/۹۱

می‌باشد و حضور سودجویان و حفاری‌های غیرمجاز در سایت‌ها و اماکن تاریخی دارای کم‌ترین درجه اهمیت در عوامل تهدید گردشگری در این کلان‌شهر است.

با توجه به اطلاعات جدول ۱، عامل نبود امنیت اقتصادی در جهت سرمایه‌گذاری‌های کلان بخش خصوصی در صنعت گردشگری، مهم‌ترین عامل تهدید گردشگری کلان‌شهر کرج

جدول ۱۴. درجه اهمیت زیرعوامل نقاط تهدید گردشگری کلان‌شهر کرج

ردیف	تهدیدات	ضریب اهمیت	رتبه	نمره
T ₁	حضور سودجویان و حفاری‌های غیرمجاز در سایت‌ها و اماکن تاریخی	۰/۰۳۶	۲	۰/۰۷۱
T ₂	نبود توجه کافی و لازم به امر گردشگری	۰/۰۶۹	۱	۰/۰۶۹
T ₃	عدم استقبال نسل جدید از هنر، آداب و رسوم و سنت‌های محلی	۰/۰۴۸	۲	۰/۰۹۶
T ₄	نبود امنیت اقتصادی در جهت سرمایه‌گذاری‌های کلان بخش خصوصی در صنعت گردشگری به لحاظ تورم اقتصادی موجود	۰/۰۸۱	۱	۰/۰۸۱
T ₅	گسترش مهاجرت و افزایش رو به رشد جمعیت	۰/۰۵۶	۲	۰/۱۱۲
T ₆	حوادث جاده‌ای	۰/۰۶۷	۱	۰/۰۶۷
T ₇	سیل خیز بودن جاده چالوس و احتمال بروز خسارات جانی و مالی به گردشگران	۰/۰۷۵	۱	۰/۰۷۵
T ₈	تخریب شدید منابع طبیعی و زیست‌محیطی به دلیل استفاده نامناسب از منابع طبیعی شهرستان	۰/۰۷۲	۱	۰/۰۷۲
جمع				۰/۶۴۴

داخلی ۲/۴ و نمره عوامل خارجی نیز ۲/۶، به‌دست آمد. با توجه به این نمرات، نوع استراتژی محافظه‌کارانه یا WO به‌دست آمد. ماتریس استراتژی تدوین شده در جدول ۱۵، ارائه شده است.

پس از مشخص شدن درجه اهمیت زیرعوامل، برای تعیین نوع استراتژی مورد نیاز، ماتریس عوامل داخلی و خارجی تشکیل شد و پس از تجزیه و تحلیل ماتریس عوامل داخلی و خارجی، نمره عوامل

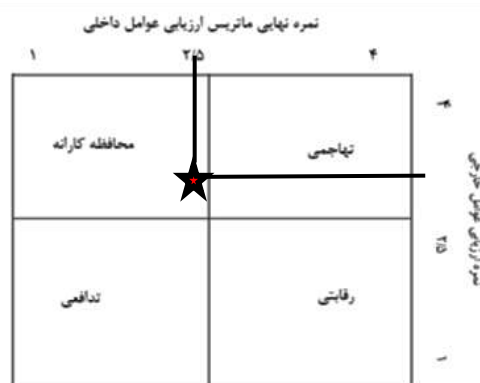
جدول ۱۵. ماتریس تدوین ها

زیرعوامل ضعف	زیرعوامل فرصت
W ₁	O ₁
W ₂	O ₂
W ₃	O ₃
W ₄	O ₄
W ₅	O ₅
W ₆	O ₆
W ₇	O ₇
W ₈	O ₈
W ₉	
W ₁₀	
استراتژی‌های گروه WO (محافظة کارانه)	
W ₁ , W ₃ , W ₄ , W ₅ , W ₆ , W ₇ , O ₄	ایجاد مکان مناسب گردشگری (دهکده گردشگری)
W ₇ , O ₄ , O ₈	استفاده از بخش خصوصی و منابع انسانی و محلی به منظور معرفی و شناسایی پتانسیل‌های موجود در حوزه صنعت گردشگری کلان‌شهر کرج
W ₁ , O ₄ , O ₅	فراهم نمودن شرایطی جهت ایجاد امکانات و تأسیسات در منابع و جاذبه‌های گردشگری به‌ویژه در محور کرج-چالوس با استفاده از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و مشارکت مردمی
W ₃ , W ₅ , W ₆ , W ₇ , O ₄ , O ₆	ایجاد شرایط مناسب جهت توسعه مناطق نمونه گردشگری در شهرستان کرج به‌عنوان نقاط جذب گردشگر جهت جذب و افزایش مدت ماندگاری گردشگران به‌ویژه در منطقه نمونه گردشگری
W ₄ , W ₅ , W ₆ , O ₂ , O ₃ , O ₆ , O ₈	استفاده از جاذبه رودخانه کرج و مخزن سد امیرکبیر (کرج) با توجه به امتداد آن و وجود روستاهایی زیبا در امتداد آن
W ₂ , W ₇ , O ₇ , O ₉	شناسایی ظرفیت‌های گردشگری شهرستان کرج با رویکرد صنایع‌دستی، بازی‌ها و غذاهای محلی
W ₆ , W ₉ , W ₁₀ , O ₁ , O ₂ , O ₃ , O ₇ , O ₈	تدوین برنامه‌های زمانی مناسب و جامع برای بهره‌مندی از جاذبه‌های کلان‌شهر کرج در تمامی فصول

دهکده گردشگری اجرا گردید. زیرا از جمله معضلات همیشگی شهرهای امروزی کشورمان، کمبود فضاهای تفریحی و گردشگری در آن است. در حالی که گردشگری، سومین صنعت پردرآمد دنیا معرفی شده است و در بسیاری از کشورها به‌عنوان، یکی از عوامل درآمدزایی و رونق اقتصادی مورد توجه می‌باشد. البته نتیجه‌بخشی این صنعت زمانی به‌معنای واقعی ظهور و بروز پیدا می‌کند که سایر زیرساخت‌های مرتبط نیز در اختیار باشد. به‌همین دلیل، سامانه حمل‌ونقل (هوایی، ریلی، دریایی و جاده‌ای)، هتل‌داری، دفاتر خدمات مسافرتی، جاذبه‌های طبیعی و مصنوعی، فروشگاه‌ها و مراکز خرید و امکانات رفاهی و زیربنایی به‌عنوان حلقه‌های زنجیره بزرگ جاذبه گردشگری، مطرح بوده و نیازمند توجه و اقدامات اساسی برای فراهم‌سازی موقعیت‌ها و امکانات است.

در این میان، استان البرز و به‌ویژه کلان‌شهر کرج برای بهره‌مندی از مزایای صنعت گردشگری، از نظر برخورداری از جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی، شرایط مناسبی در اختیار دارد. زیرا قابلیت‌های فراوانی از جمله داشتن منابع طبیعی فوق‌العاده زیبا،

ماتریس ارزیابی نهایی عوامل داخلی و خارجی در شکل ۳، نشان داده شده است.



شکل ۳. ماتریس ارزیابی نهایی عوامل داخلی و خارجی

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر، با هدف ارائه مدل برنامه‌ریزی استراتژیک برای جاذبه‌های گردشگری کلان‌شهر کرج و امکان‌سنجی برای ایجاد

- نبود زیرساخت‌های مناسب و کیفیت پایین خدمات گردشگری؛
- کمبود سرمایه‌گذاری و مشارکت بخش غیردولتی و تعاونی در گردشگری؛
- نبود امکانات مناسب و کافی جهت اسکان گردشگران.
- و مهم‌ترین فرصت‌ها عبارتند از:
- استفاده از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
- استفاده بهینه و اصولی از نعمت‌های خدادادی جاده کرج-چالوس

راهکارها

- با توجه به یافته‌های تحقیق، راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شوند:
- ✓ بررسی کارشناسانه قابلیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری با هدف ایجاد مکان مناسب جهت دهکده گردشگری؛
 - ✓ ایجاد بانک اطلاعاتی و تهیه لوح‌های فشرده و بروشورهای تبلیغاتی با هدف معرفی جاذبه‌های گردشگری کلان‌شهر کرج؛
 - ✓ استفاده از بخش خصوصی و منابع انسانی و محلی به‌منظور معرفی و شناسایی بیش‌تر پتانسیل‌های موجود در حوزه صنعت گردشگری؛
 - ✓ فراهم نمودن شرایط مناسب برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی استفاده از و مشارکت مردمی؛
 - ✓ استفاده از جاذبه رودخانه کرج و مخزن سد امیرکبیر (کرج)، با توجه به وجود روستاهایی زیبا در امتداد آن؛
 - ✓ شناسایی ظرفیت‌های گردشگری شهرستان کرج با رویکرد صنایع‌دستی، بازی‌ها و غذاهای محلی؛
 - ✓ تدوین برنامه‌های زمانی متناسب و جامع برای بهره‌مندی از جاذبه‌های کلان‌شهر کرج در تمامی فصل‌های سال
 - ✓ گسترش خدمات زیربنایی لازم جهت توسعه گردشگری شهری؛
 - ✓ ساماندهی بازارهای محلی به‌منظور فروش صنایع و محصولات بومی و فرهنگی؛
 - ✓ توجه به توسعه روزافزون گردشگری شهری با تأکید بر حفظ پایداری محیط زیست.

قرار گرفتن در موقعیت جغرافیایی مناسب و ارتباط بین شمال و مرکز کشور و همچنین جاذبه‌های تاریخی و وجود بیش از ده‌ها اثر تاریخی، این انتظار را به‌وجود می‌آورد که گردشگری در آن پررونق، درآمدزا و اشتغال‌آفرین باشد.

در این مطالعه، ۹۵ درصد از پاسخگویان شرایط طبیعی کلان‌شهر کرج را برای جذب توریست و توسعه گردشگری عالی عنوان نمودند. بر همین اساس، می‌توان گفت، کلان‌شهر کرج دارای توانایی‌های بالقوه زیادی برای ایجاد گردشگری است. ولی هنوز برای بهره‌مندی از این پتانسیل بی‌نظیر برنامه‌ریزی نشده و اقدام اساسی صورت نگرفته است.

نتایج دیگر نشان داد که جاذبه‌های طبیعی در توسعه گردشگری در کرج، بیش‌ترین اهمیت را دارد. این جاذبه‌ها در کنار آثار تاریخی و ارزشمندی مثل آتشگاه، کوه نور عظیمه، آبشارهای و چشمه‌های فراوان و ... به این منطقه شرایط ایده‌آلی بخشیده است. همچنین جاذبه‌های گردشگری دیگر کلان‌شهر کرج به‌ویژه بناهای تاریخی، غذاهای محلی، صنایع دستی، بازی‌های محلی و محصولات کشاورزی، به این شهر موقعیتی استثنایی بخشیده است.

با توجه به نظر پاسخگویان به سؤالات بخش نحوه آشنایی آن‌ها با مناطق گردشگری کلان‌شهر کرج، مشخص شد افرادی که به این شهر و مناطق دیدنی آن سفر کرده‌اند، غالباً از طریق دوستان و آشنایانی که در کلان‌شهر کرج سکونت دارند، تشویق و ترغیب شده‌اند. علاوه بر آن تعدادی نیز به‌صورت گذری و اتفاقی به بازدید از این شهر علاقمند شده‌اند. البته رسانه‌های گروهی نیز در چند سال نقش پررنگی در این زمینه ایفا نموده‌اند. با این وجود به‌عقیده پاسخگویان، نقش نهادهای مسئول در این زمینه چندان پررنگ نبوده و نیاز است تا در این ارتباط، تجدید نظر اساسی به‌عمل آید. به‌ویژه برنامه‌ریزی‌های بلندمدت، تبلیغات مناسب، ایجاد مسیرهای دسترسی به جاذبه‌های اساسی، احداث تأسیسات گردشگری و ... رسالتی است که تنها از عهده نهادها و سازمان‌های دولتی مسئول در این حوزه بر می‌آید.

یکی از مسائل بسیار مهم در هر مسافرتی مربوط به محل اقامت است. زیرا اگر مکان‌های گردشگری محل‌های اقامت مناسب و کم‌هزینه‌ای داشته باشد، مسلم است در این صورت، رغبت مردم برای سفر و اقامت چندروزه افزایش می‌یابد. در این مطالعه، مهم‌ترین تنگناهای شناسایی شده کلان‌شهر کرج عبارتند از:

منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی، کاظمی‌زاد، شمس‌اله اسکندری ثانی، محمد (۱۳۹۰)، برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر قم)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴۳ (۷۶): ۱۴۱ - ۱۱۵.
- ابراهیم‌زاده، عیسی، ایزدی، پگاه و کهزادی، سالار (۱۳۹۴)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه پایدار اکوتوریسم با بهره‌گیری از مدل تلفیقی ANP و

- SWOT مطالعه موردی: استان کردستان، آمایش جغرافیایی فضا، ۱۵: ۲۶-۱۳.
- امین بیدختی، علی‌اکبر، نظری، ماشالله (۱۳۸۸)، نقش بازاریابی در توسعه صنعت گردشگری، چشم‌انداز مدیریت، ۳۲: ۶۸-۴۹.
- آزادخانی، پاکزاد، بریمی‌پور، سونیا، سالورزی‌زاده، محمد (۱۳۹۶)، نقش راهبردی توسعه شهری (CDS) در توسعه گردشگری شهر اصفهان، مطالعات عمران شهری، ۳: ۱۷-۴.
- تقوایی، مسعود، اعظم، صفراآبادی (۱۳۹۰)، مدیریت گردشگری شهری با تأکید بر برنامه‌ریزی فضاهای شهری جاذب گردشگر (مطالعه موردی شهر کرمانشاه)، برنامه‌ریزی و توسعه اجتماعی، ۳ (۹): ۲۰۸-۱۸۳.
- جعفری، وحیده، نجارزاده، محمد، کیانی فیض‌آبادی، زهره (۱۳۹۶)، بررسی عوامل مؤثر بر ارزش ویژه برند مقصد گردشگری مطالعه موردی: شهر سوادکوه، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۶ (۲۰): ۹۳-۷۵.
- حاجی‌نژاد، علی، عبدی، ناصر، پایدار، ابوذر (۱۳۹۵)، مطالعه تطبیقی عوامل ساختاری، کارکردی و نهادی استان‌های گردشگری شهری و عوامل مؤثر بر توسعه آن‌ها، مطالعه موردی: برج‌های آزادی و ایفل، گردشگری شهری، ۳ (۱): ۱۰۸-۹۳.
- داوری، دردانه (۱۳۸۳)، مدیریت استراتژیک ویژه سازمان‌های غیردولتی، تهران: انتشارات نشر بزرگ زیتون.
- دهستانی، بهبود، شکوئی، حسین (۱۳۸۳)، برنامه‌ریزی کالبدی گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان آستارا)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، داوود، مهدوی (۱۳۸۵)، راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل سوات: دهستان لواسان کوچک، مدرس علوم انسانی، تهران، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۰ (۲): ۱-۳۰.
- سعیدنیا، احمد، مهدی‌زاده، جواد (۱۳۹۱)، گردشگری شهری، کتاب سبز شهرداری، تهران، انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.
- شعبانی‌فرد، محمد، پوراحمد، احمد، حسینی، علی، رشیدی، مصطفی (۱۳۸۸)، بررسی سنجش ظرفیت پذیرش گردشگری شهری و مدل‌سازی شهرهای گردشگری پایدار از بعد کالبدی (نمونه موردی منطقه ۱۲ تهران)، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، دوره ۱۱ (۱۴): ۷۴-۴۷.
- شهرداری کرج (۱۳۹۵)، طرح انسجام‌بخشی به کالبد و بافت مسکونی کلان‌شهر کرج، کرج: معاونت معماری و شهرسازی، مهندسان مشاور نقش پیراوش.
- صفار حیدری، حجت (۱۳۹۶)، آموزش عالی، کنش اخلاقی و گردشگری پایدار: رویکردی هرمنوتیکی، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۶ (۲۰): ۳۳-۸.
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۷)، مدیریت گردشگری، انتشارات سمت.
- کوپر، کریس (۱۳۸۰)، اصول و مبانی جهانگردی، ترجمه اکبر غمخوار، انتشارات فرآمد.
- مشکینی، ابوالفضل، حسینی، معصومه، ربانی، طاها، عباس‌زاده، صغری (۱۳۹۵)، بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی گردشگران شهری مطالعه موردی: شهر طرقله، گردشگری شهری، ۳ (۱): ۳۰-۱۷.
- نوربخش، سید مرتضی، اکبرپور سراسکانرود، محمد (۱۳۸۹)، نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی کلان‌شهرها، اقتصاد شهر، ویژه‌نامه اقتصاد گردشگری، ۲: ۳۴-۲۰.
- هال، کالین مایکل و جنکینز، جان. ام (۱۳۸۹)، سیاست‌گذاری جهانگردی، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- Abby, L & Gwoffey, W. (2006), *Planning Tourism Employment*, A Developing Country Perspective, *Tourism Management*, 27 (1): 159-170.
- Brown, Sally. (2005), *Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers*, *Current Issues in Tourism*, 8(6): 479-496.
- Evans, N., Campbell, D., & Stonehouse, G. (2003), *Strategic Management for Travel and Tourism*, Butterworth, Oxford.
- Goeldner, C. Ritchie, J. (2009), *Tourism: principles, practices, philosophies*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kalaivani, R., Madha Suresh, V., Sanjeeve Prasad, S. Kaleel, M. (2018), *Urban tourism: A role of government policy and strategies of tourism in tamil nadu*. proceedings of the Third International Symposium, SEUSL, www.researchgate.net/publication/322695871_Urban_tourism.

- Law, Christopher (2002), *Urban tourism – The visitor economy and the growth of large cities*, EMEA: Thomson Learning.
- Sharpley, R. (2002), "Rural tourism and the challenge of tourism diversification". *Tourism Management* . Vol. 47, 202-244.
- Shiji, O. (2017), *Urban tourism: The case of India..* International Journal of Advanced Education and Research, Volume 2(6): 30-36.
- World Tourism Organization (2001), *Sport and Tourism Shaping Global Culture*, WTO Publication Unit World Tourism Organization, Madrid, Spain.

Copyrights

© 2022 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)

