

نقش گردشگری در تحولات اقتصادی (مطالعه موردی: شهر ملایر)

مجید شمس^۱ پگاه فرهادیان^{۲*}

۱- استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و گردشگری - دانشگاه آزاد اسلامی ملایر، ایران - ملایر

۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی ملایر، ایران - ملایر

چکیده

در آستانه هزاره سوم، صنعت گردشگری، جایگاه خاصی را در اقتصاد کشورها به خود اختصاص داده است و نقش فعال و مؤثری را در ارتقای ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها، به‌خصوص در کشورهای توسعه یافته بازی می‌کند. عموماً شهرها جاذبه‌های گردشگری متعددی دارند و همواره گردشگران زیادی را به سمت خود جلب می‌کنند. گردشگری، در میان فعالیت‌های فراغتی، از بیشترین تنوع و تحرک، از یک‌سو و وسیع‌ترین پهنه مکانی و فضایی از سوی دیگر برخوردار است. شاید بتوان گفت که گردشگری به‌خصوص گردشگری شهری، به گونه‌ای تمام فعالیت‌های فراغتی دیگر؛ مانند (خرید، پیاده‌روی و...) را با خود همراه دارد و بدین سبب، برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری، از امور حساس و پیچیده و چند وجهی است که توجه ویژه مدیران شهری را به خود جلب کرده است. امروزه به گردشگری، به عنوان یک امر اقتصادی نگریسته می‌شود؛ لذا تعیین کار، فعالیت و هدف آن، امری حائز اهمیت قلمداد می‌شود؛ زیرا شهرها فضای تجلی قدرت اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و بازوی محرک دولت‌ها محسوب می‌شوند.

در این مطالعه که مبتنی به روش توصیفی _ تحلیلی است با استفاده از مدل SWOT به تبیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در حوزه گردشگری شهری ملایر پرداخته شده است و راهبردهای منبج از مدل ارائه شده است.

یافته‌ها نشان می‌دهد که شهر ملایر به عنوان شهر دوم استان همدان علی‌رغم دارا بودن توان‌های محیطی و سابقه تاریخی و فرهنگی از نظر گردشگری شهری دارای وضعیت مناسبی نمی‌باشد.

واژه‌های کلیدی: توسعه پایدار، اقتصاد شهری، گردشگری شهری، مدل SWOT، شهر ملایر

مقدمه

اهمیت صنعت گردشگری به حدی رسیده است که به عنوان بزرگترین صنعت خدماتی جهان، تأثیر بسزایی در تقویت بنیادهای اقتصادی جوامع دارد و عامل مهمی در بروز تغییرات مثبت و منفی در سطح محلی، ناحیه‌ای و ملی محسوب می‌شود (قدمی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۳).

امروزه گردشگری به عنوان یکی از مهمترین زمینه‌های مؤثر در توسعه پایدار شهری دارای جایگاه و نقش ارزشمندی در توسعه اقتصادی و افزایش فرصت‌های شغلی و درآمدی سکونتگاه‌های شهری می‌باشد. گردشگری شهری فرصت بنیادین برای توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مادر شهرها و شهرهای میانی در گستره‌ی منطقه‌ای بوجود می‌آورد. گردشگری از مهمترین فعالیتهای انسان معاصر است که همراه با به وجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، روش زندگی جوامع را دگرگون می‌سازد، تحولاتی بنیادی در اوضاع و شرایط اقتصادی، فرهنگی و آداب و رسوم مردم نیز به وجود می‌آورد (محلای، ۱۳۸۰: ۱۳).

بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه‌ی ساختار زیربنایی می‌دانند و همواره گردشگری عامل مهمی برای توسعه‌ی اقتصادی به حساب می‌آید (ابراهیمی و خسرویان؛ ۱۳۸۴).

توسعه گردشگری پایدار، به دلیل اهمیت آن و آثار بالقوه مثبت و منفی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و زیست محیطی که به همراه دارد، بدون برنامه‌ریزی امکان پذیر نخواهد بود. به طور کلی برنامه‌ریزی قادر است نقش کلیدی در حل تضادهایی که این توسعه می‌تواند ایجاد نماید، ایفا کند. توسعه گردشگری از یک سو می‌تواند آثار و منافع مثبت اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و حتی زیست محیطی در جامعه‌ی گردشگر پذیر داشته باشد و از سوی دیگر، آثار منفی در ابعاد مختلف، به خصوص در بعد زیست محیطی، به دنبال داشته باشد. ایجاد تعادل در این زمینه به گونه‌ای که آثار مثبت بیش از آثار منفی باشد، نیازمند اتخاذ سیاستهای اصولی از طریق فرآیند برنامه‌ریزی و مدیریت است (خاکساری، ۱۳۸۲: ۵۲).

در کشورهای توسعه یافته مزایای بسیار ارزشمند گردشگری باعث به وجود آمدن شهرهایی زیبا، پاکیزه، پردرآمد، و مرفه شده است و نیز گردشگری باعث توسعه پایدار شهرهای گردشگر محور شده است. از سوی دیگر نیز باید این نکته ذکر شود که پایداری شهرها نیز خود عاملی در توسعه گردشگری به شمار می‌آید. بر این اساس، زمانی توسعه گردشگری شهری پایدار است که مخرب نباشد و امکان حفظ منابع طبیعی و انسانی را برای آیندگان فراهم کند و منافی برای اجتماعات محلی به دنبال داشته باشد.

در اقتصاد شهری تلاش می‌شود با استفاده از ابزارهای اقتصادی، مسائل و مشکلات یک منطقه شهری را مورد بررسی و ارزیابی قرار دهند. یکی از زیر بخشهای مهم در اقتصاد شهری، گردشگری و زمینه‌های توسعه بخشهای وابسته به آن می‌باشد. همان‌طور که می‌دانیم هر واحد شغلی ایجاد شده در صنعت گردشگری می‌تواند موجب فراهم آوردن زمینهای اقتصادی تأثیرگذار در بخشهای مختلف نظیر حمل و نقل شهری، مسکن و اقامتگاه و نیز هتلها و رستورانها و خدمات گردشگری دیگری خواهد شد. میزان اشتغال زایی در هر شهر تابعی است از میزان سرمایه‌گذاری در بخشهای مختلف اقتصادی به‌ویژه گردشگری شهری می‌باشد.

طرح موضوع و اهمیت آن

گردشگری شهری یکی زمینه‌های توسعه اقتصادی در شهرها به شمار می‌رود. شهر ملایر در استان همدان با وسعت ۳۲۱۰ کیلومتر مربع و جمعیتی بالغ به ۲۹۷/۰۶۲ نفر دارای موقعیت مناسب ارتباطی در حد فاصل استان‌های کردستان، لرستان، کرمانشاه، اراک می‌باشد. علیرغم توانها و قابلیت‌های محیطی و آثار و بناهای فرهنگی _ تاریخی، وضعیت گردشگری شهری ملایر و خدمات مربوط به آن در حوزه‌های مختلف مطلوب نمی‌باشد. مشکلات متعددی در این حوزه موجود است: ضعف زیرساخت‌های اقتصادی، محدودیت منابع مالی و درآمدی، کمبود سرمایه‌گذاری‌ها و عدم مدیریت واحد در حوزه گردشگری و مدیریت شهری.

پیشینه تحقیق

- بالاگوئر و کانتاولا (۲۰۰۲)، در مطالعه‌ای به آزمون نقش گردشگری در رشد بلند مدت اقتصادی اسپانیا پرداخته‌اند. نتایج آنها نشان می‌دهد که رشد اقتصادی در اسپانیا، حدأقل در سه دهه‌ی اخیر به طور محسوس و مشهود، به توسعه پایدار گردشگری بین‌المللی منجر شده است.

- یوسفی پور (۱۳۷۹)، در مطالعه‌ای با عنوان نقش صنعت گردشگری در توسعه اقتصادی ایران و راه‌های گسترش آن، به مقایسه‌ی آماری بین درآمدهای گردشگری ایران و جهان پرداخته و نشان می‌دهد که سهم ایران از این درآمدها تنها یک درصد است و این امر حاکی از آن است که در برنامه‌های عمرانی و توسعه کشور به گردشگری توجه بسیار کمی شده است. علاوه بر این، تراز درآمدی گردشگری در ایران نشان می‌دهد که از کسری زیادی برخوردار است و درآمدهای گردشگری حتی نیمی از هزینه‌های آن را پوشش نمی‌دهد.

- صباغی کرمانی و امیریان (۱۳۷۹)، به بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در ایران با استفاده از تحلیل داده - ستانده پرداخته‌اند. نتایج آنها نشان می‌دهد که فعالیت‌های هتل‌داری و رستوران داری، صنایع غذایی، صنایع پوشاک و چرم، صنایع دستی و صنعت حمل و نقل داخلی بیشترین تأثیر را پذیرفته و بیشترین سهم را از تولید، درآمد و اشتغال ایجاد شده در اثر مخارج گردشگران خارجی، به خود اختصاص داده‌اند. هم چنین عواید دولت و واردات نیز با توسعه گردشگری در ایران، افزایش می‌یابند. البته رستوران‌ها و صنایع پوشاک و چرم برای تأمین نیازهای گردشگران خارجی بیش از سایر بخش‌ها به واردات وابسته هستند. علاوه بر این، محاسبات نشان می‌دهد که توسعه گردشگری در ایران باعث بهبود توزیع درآمد نیز خواهد شد.

- زیبایی و دادرس (۱۳۸۹)، در مقاله‌ای تحت عنوان "بررسی میزان تأثیر طرح‌های گردشگری بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مناطق مختلف استان گیلان" به این نتیجه رسیدند که طرح‌های گردشگری در نهایت منجر به توسعه گردشگری می‌شود و می‌توانند منبع با ارزشی برای اشتغالزایی و درآمد محسوب گردد و نیز بستر مناسبی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی گیلان قلمداد گردد.

- غفاری و ترکی (۱۳۸۰)، در پژوهشی "به بررسی نقش گردشگری در توسعه اجتماعی - اقتصادی استان چهارمحال بختیاری (بخش سامان)" پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد میان افزایش شمار گردشگران، رونق گردشگری و بهبود شاخص‌های اجتماعی - اقتصادی رابطه معنی داری وجود دارد.

بحث نظری

صنعت گردشگری شهری مورد موقعیتی است که جوابگوی یک سلسله از نیازهای فردی و اجتماعی مهم می‌شود و قویاً از طریق منشاء اصلی خود، یعنی جامعه شهری مورد تأیید قرار گرفته است. در حقیقت جامعه شهری تنها به تغییر مراحل تولید صنعتی و خدماتی اکتفا نکرده بلکه بر روی زندگی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و مذهبی نیز تأثیر عمیق گذاشته است. تغییر عادات کهنه و خلق نیازهای جدید، ویژه افراد خانواده‌ها و طبقات اجتماعی مختلف از تبعات جامعه شهری است. یکی از مهمترین این تحولات اشاعه فرهنگ و گستره فضاهای تفریحی و توریستی، خدمات گردشگری فردی و گروهی است که در اثر پیشرفت موقعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به وجود آمده است.

گردشگری شهری

گردشگری شهری جابه‌جایی و سفر اشخاص به محیط‌های شهری غیر از محیط اقامت متعارف، به منظور جمع‌آوری اطلاعات، کسب تجربه و تأمین مجموعه خواسته‌هایی که سفر به انگیزه آنها انجام می‌پذیرد را گردشگری شهری می‌دانند. گردشگری شهری فعالیتی در حال گسترش است و به تازگی به صورت یک منبع اقتصادی مهم درآمد و نقش مؤثری در سیاست‌های توسعه محل ایفا می‌کند؛ اما رشد آن افزون بر اینکه تغییراتی شگرف در نظام زندگی شهری به وجود می‌آورد، پدید آورنده یک رشته مشکلات کارکردی و سازمانی است (کازس، ۱۳۸۲: ۲۰).

اقتصاد گردشگری

در حوزه اقتصاد گردشگری؛ این سوالات مطرح است که چرا افراد، مسافرت به مکان خاصی را به جای دیگری انتخاب کرده و یا اینکه ترجیح می‌دهند به جای مسافرت در خانه خود باشند و یا اینکه چرا فردی تصمیم به مصرف (یا سرمایه‌گذاری) پول خود جهت مسافرت می‌کند؟ اقتصاد خرد شاخه‌ای از علم اقتصاد است که به مطالعه نحوه‌گزینه‌های خاص اقتصادی از جمله هتلها، متلها، رستوران‌ها، خطوط هواپیمایی و دیگر بخشهای گردشگری می‌پردازد. اقتصاد کلان شاخه‌ای از علم اقتصاد است که به مطالعه پدیده‌های کلان مقیاس اجتماعی، بالاخص مخارج کل گردشگری، ضریب تکاثری و دیگر آثار کلان اقتصاد گردشگری می‌پردازد. اقتصاد گردشگری میزان مسافرتها و تبعات و اثرات اقتصادی آنها را اعم از مستقیم و القایی (induced) مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار می‌دهد.

صنعت گردشگری صنعتی بسیار پیچیده است و بخش‌های خصوصی و دولتی گسترده در آن به فعالیت مشغول هستند. هر یک از این تشکیلات با دیگری متفاوت است و نمی‌توان فعالیت‌های صنعت گردشگری را از دیگر فعالیت‌های اقتصادی تفکیک کرد و نقش آن را به صورت دقیق در سیستم کل اقتصادی تعیین نمود. اگر چه شرکت‌هایی که در مجموع صنعت گردشگری را تشکیل می‌دهند بسیار متفاوتند ولی در کل می‌توان آنها را به صورت صنعت یا بخش اقتصادی طبقه‌بندی کرد که در هر بخش اقتصادی تعدادی از این شرکت‌ها وجود دارند که بخش‌های اصلی عبارتند از :

محل اقامت: میهمان‌خانه‌ها، مهمانسراها و مسافرخانه‌ها

عرضه غذا: میهمان پذیرها و شرکت‌هایی که طبق قرارداد برای مسافران و سازمانهای مربوطه مواد غذایی تهیه می‌کنند.

حمل و نقل: شرکت‌های هواپیمایی، متصدیان و مجریان گردش‌های دسته جمعی و شرکتها کرایه خودرو توزیع کنندگان: سازمان‌های خدمات مسافرتی و عمده‌ترین فروش‌ها سازمان‌های گردشگری: اماکن تفریحی و تشکیلات مربوطه به پذیرایی یا فروشگاه‌ها سازمان‌های متخصص در گردشگری: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری شورای تجاری گردشگری و دفاتر دولتی (محلی) گردشگری

توسعه پایدار شهری

نظریه توسعه پایدار شهری در راستای حمایت از منابع محیطی ارائه شده است. مبانی نظری این رویکرد بر نگهداری منابع برای حال و آینده از طریق استفاده بهینه از زمین و وارد کردن کمترین ضایعات به منابع تجدید ناپذیر مطرح است. این نظریه محیط زیست و فضای سبز و جامعه گیاهی و جنگلی، تراکم متوسط در حومه‌های شهری و شهرهای کوچک، کاهش فواصل ارتباطی، ایجاد اشتغال محلی، توسعه متنوع مسکن در مراکز اشتغال، توسعه شهرهای کوچک برای کاهش اتکاء به شهرهای بزرگ، ساختار اجتماع متعادل، حمل و نقل عمومی و کاهش ترافیک جاده‌ای و توزیع منابع را توصیه می‌نماید (زیاری، ۱۳۸۱).

بر این اساس، توسعه پایدار شهری، یعنی تغییر تراکم و کاربری اراضی شهری جهت رفع نیازهای اساسی مردم در زمینه مسکن، حمل‌ونقل، فراغت و گردشگری و غیره به گونه‌ای که شهر از نظر زیست محیطی قابل سکونت و از نظر اقتصادی، قابل دوام و از نظر اجتماعی، دارای برابری باشد، به نحوی که تغییرات تکنولوژیکی و صنعتی شهرها، ملازم و همراه با ایجاد اشتغال، تأمین مسکن و حفظ شرایط زیست محیطی مناسب باشد (ضرابی و کیانی، ۱۳۸۰).

با توجه به نقش گسترده و پررنگ شهرها در توسعه و توسعه پایدار جوامع، امروزه توسعه پایدار شهری اولویت اول در قوانین برنامه‌ریزی شهری محسوب شده و در سطح شهرها، برنامه‌ریزان و مدیران شهری موظف به رعایت این اصل در برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌های شهری می‌باشند (ملکی و دلیر، ۱۳۸۴).

نظریه نقش توسعه گردشگری شهری در ایجاد اشتغال زایی

توسعه گردشگری می‌تواند تأثیر مهمی در ایجاد درآمد و اشتغال زایی داشته باشد. با توجه به اینکه گردشگری شهری بعنوان بخشی از صنعت عظیم گردشگری محسوب می‌شود می‌تواند سهم مهمی را در اقتصاد مناطق شهری ایفا کند. توسعه گردشگری می‌تواند منبع مهم و جدیدی برای ایجاد درآمد جوامع شهری باشد. تهیه غذا، فراهم کردن اتاق برای گردشگران، هتل‌ها و میهمان‌پذیرها، خرده فروشی، حمل و نقل و ایجاد سرگرمی، شغل‌های جدید، مراقبت‌های درمانی، صنایع دستی و سنتی و... در شهرهای کوچک و متوسط کارهایی هستند که با گردشگری در ارتباط هستند. ایجاد این فرصتها و سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی دقیق در این زمینه می‌تواند همگی عاملی باشد برای ایجاد اشتغال افراد در مراکز شهری و حمایت از صنایع دستی و بومی، جلوگیری از مهاجرت روستائیان به شهر؛ توانمند سازی مردم محلی و همچنین خلق فرصتهای شغلی در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش‌های اقتصادی بر اساس آمارها و پیش‌بینی‌های سازمان

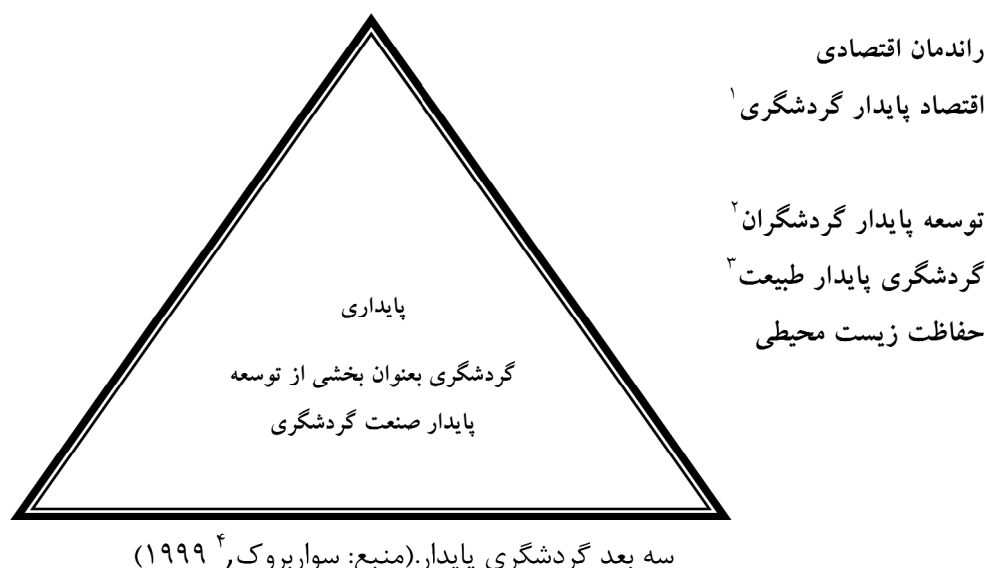
جهان جهانگردی در سال ۲۰۱۷ شغل‌هایی که به واسطه گردشگری ایجاد شده به میزان ۵۹ درصد رشد یافته است. شورای جهانگردی و مسافرت جهانی برآورد کرده است که از هر ۹ نفر کارگر یا کارمند در سراسر دنیا یک نفر در صنعت گردشگری به کار مشغول است. در بسیاری از کشورها این صنعت بیشترین میزان جذب نیروی انسانی را به خود اختصاص داده است. گردشگری موجب اشتغال مستقیم و غیر مستقیم افراد می‌شود، شرکت‌های هواپیمایی، سازمانهای خدمات گردشگری، میهمان‌خانه‌ها، کارکنان مهمان‌پذیر، فروشگاه‌هایی که در این بخش مشغول کارند، با شرکت‌هایی که در این صنعت به طور مستقیم ایجاد شغل می‌کنند، در تماس هستند. بنابراین ملاحظه می‌شود گردشگری به صورت مستقیم و غیر مستقیم موجب ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمدی متعدد برای مردم ساکن در حوزه‌های شهری و روستایی شده است و بدیهی است یکی از راهکارهای مؤثر رشد و توسعه اقتصادی شهرهای کوچک و متوسط نیز که به خوبی مورد توجه کارشناسان شهری و منطقه‌ای و جغرافیادانان قرار گرفته شده است، توسعه گردشگری شهری و خدمات و زیر ساخت‌های اقتصادی وابسته به آن است.

توسعه پایدار و گردشگری پایدار

جهت دستیابی به عمق مفهوم توسعه پایدار و صنعت گردشگری ضروری است که به تعریف بیشترین مباحث مربوط به این بخش پرداخته شود. از آنجایی که این مفاهیم منبع سر در گمی اکثر محققان و پژوهشگران شده است. بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند که نمی‌توان تعریفی مناسب از توسعه پایدار ارائه نمود. با این وجود، امروزه پایداری بعنوان بخش اساسی از نظم جهانی شناخته می‌شود، در سالهای اخیر مفهوم توسعه پایدار مورد تأکید و توجه صاحب‌نظران و مسئولین قرار گرفته است. زیرا این مفهوم مبتنی بر حفظ استانداردهای سطح زندگی آینده است نسبت به آنچه که تا امروز از آن برخوردار هستیم (رنجبریان و زاهدی ۱۳۸۸، ۱۷۳).

مفهوم گردشگری پایدار در بر گیرنده سه بعد می‌باشد:

۱- حفاظت زیست محیطی ۲- راندمان اقتصادی ۳- عدالت اجتماعی که در شکل زیر نشان داده شده است.



تأثیرات اقتصادی گردشگری

مهمترین دلیل توسعه گردشگری در اغلب کشورها استفاده از منافع اقتصادی آن است؛ هرچند دلایل دیگری ذکر می‌کنند که از اهمیت کمتری برخوردار است. گرچه در دهه ۱۹۷۰ پیامدهای منفی صنعت گردشگری مورد توجه قرار گرفته بود؛ اما واقعیت آن است که امروز اهمیت اقتصادی و اجتماعی گردشگری و تأثیرات آن در جامعه میزبان یا در کل یک منطقه روشن و مشهود است و بر کمتر کسی پوشیده است، با این حال اثرات سازنده اقتصادی گردشگری را در زمینه‌های زیر می‌توان یافت:

۱- منافع حاصل از اشتغال زایی؛

۲- درآمدزایی گردشگری؛

۳- منافع حاصل از مالیات‌های اخذ شده از فعالیتهای گردشگری و ایجاد امکاناتی برای جامعه؛

۴- حفظ آثار باستانی، ابنیه تاریخی، جاذبه‌های طبیعی به عنوان منابع درآمدزای اقتصادی و حفظ میراث فرهنگی؛

۵- توسعه صنایع دستی و فعال شدن صنایع قدیمی و فراموش شده.

آنچه موجب بروز نگرش‌های متفاوت متخصصان در زمینه تأثیرات اقتصادی گردشگری است، در میزان و نحوه بروز آن در جامعه است که به شکل‌های متفاوتی بررسی می‌شود. برای مثال برخی میزان هزینه‌های مستقیم گردشگر را که در جامعه میزبان پرداخت می‌شود، محاسبه می‌کنند و برخی دیگر تأثیر تغییر تقاضا در اثر حضور گردشگر را بر روی سامانه بازار و میزان تغییرات بازار را مورد توجه قرار می‌دهند و

¹ Harris & others.

² Environmental Conservation

³ Economic Efficiency

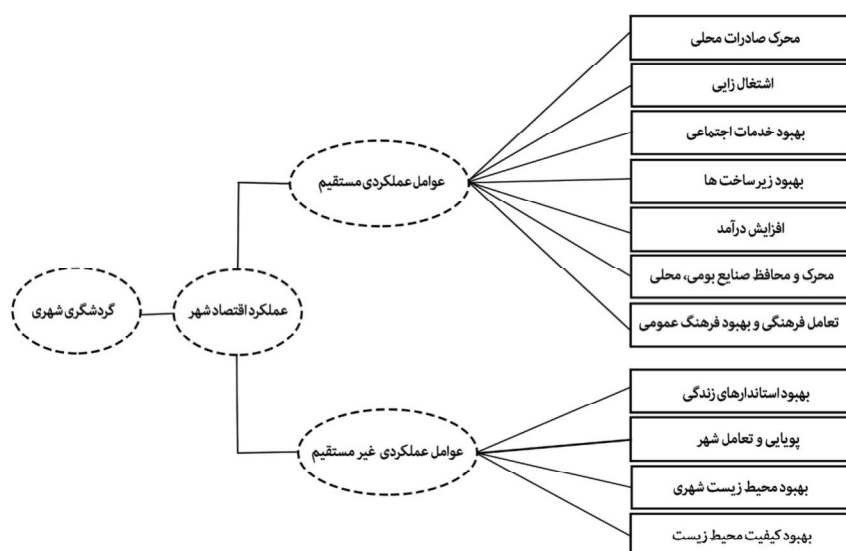
⁴ Social Equity

⁵ Sustainable Tourist Development

⁷ Ecological Sustainable Tourism

⁸ Swarbrook

گروهی دیگر اثرات آن را در کل کشور و در درآمد ملی مورد توجه قرار می‌دهند. معمولاً هزینه‌هایی که توسط یک نفر گردشگر پرداخت می‌گردد و به عنوان تأثیر اقتصادی بررسی می‌شود، عبارت است از: هزینه غذا، هزینه تفریحات، هزینه‌های حمل و نقل، هزینه محل اقامت، هزینه گشت‌ها و سفرهای داخلی، هزینه پست و تلگراف و تلفن، خرید کالاهای بومی برای سوغات و غیره که گردشگر با ارز همراه خود انجام می‌دهد و به مانند صادرات کالا و خدمات است و چون به طور دقیق قابل محاسبه نیست؛ به این جریان اقتصادی، صادرات نامرئی گفته می‌شود (موحد، ۱۳۸۶: ۱۲۰).



نمودار ۱- تأثیر گردشگری شهری بر عملکرد اقتصاد شهری

(منبع: عبدالعلی زاده، زندحسامی و دیگران، ۱۳۸۹: ۴۳)

روش تحقیق

نوع تحقیق حاضر «توسعه‌ای» و روش بررسی آن «توصیفی-تحلیلی» است. جامعه آماری تحقیق جمعیت شهری و شهروندان ساکن شهر ملایر و کارشناسان و مدیران شاغل در بخش خدمات گردشگری و نیز نظر سنجی گردشگران در شهر ملایر می‌باشد. نمونه‌گیری از افراد برای تکمیل پرسشنامه به صورت تصادفی صورت گرفته است. نمونه‌های مورد بررسی در این تحقیق از بین افراد گردشگر و مدیران و کارشناسان و خبرگان در حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی شهری و روش نمونه‌گیری نیز روش انتخاب احتمالی یا روش تصادفی بوده است. در پارک‌ها و هتل‌ها و رستوران‌ها و مراکز تفریحی و گردشگری که دارای جمعیت مراجعه کننده بیشتری بوده، تعداد پرسشنامه بیشتری در بین آنها توزیع شده است. تعدادی پرسشنامه دیگر نیز توسط پژوهشگران پس از مشاهدات میدانی، اطلاعات موجود در ادارات مربوطه و نیز مصاحبه با کارمندان ادارات مربوطه، تکمیل گشته است. داده‌های حاصل از بررسی‌های میدانی (توزیع پرسشنامه و مشاهده) و اسنادی با استفاده از مدل کیفی SWOT مورد بررسی و پردازش قرار گرفته است.

قلمرو تحقیق

شهر ملایر به عنوان دومین شهر استان همدان با جمعیتی حدود ۲۹۷/۰۶۲ نفر و وسعتی حدود ۳۲۱۰ کیلومتر مربع قلمرو تحقیق می‌باشد. شهر ملایر مرکز شهرستان ملایر واقع در جنوب شرقی استان همدان و مجاور با شهرستان‌های نهاوند و تویسرکان و کلان شهر همدان و نیز شهرهای اراک و بروجرد مربوط به استان‌های مرکزی و لرستان است.

موقعیت و وسعت شهرستان ملایر:

شهرستان ملایر با مساحتی در حدود ۳۲۱۰ کیلومتر مربع معادل ۱۶/۸۹ درصد از وسعت استان همدان و در جنوب شرقی آن واقع شده است و با شهرستان‌های تویسرکان و نهاوند (غرب) و همدان (شمال) و شهرستان بروجرد - لرستان (جنوب) و شهرستان اراک - استان مرکزی (شرق) همجوار است.



سابقه تاریخی و وجه تسمیه:

حمد ... مستوفی ایالت قدیم جبال را به دو قسمت تقسیم می‌کند؛ قسمت بزرگ‌تر به نام عراق عجم در خاور، قسمت کوچک‌تر به نام کردستان در باختر، شهر ملایر قسمت دوم قرار گرفته است. منطقه‌ای که شهر ملایر در آن ساخته شده است سابقه‌ای به مراتب بیشتر و مهمتر از خود شهر دارد، از زمان‌های بسیار دور منطقه‌ای آباد و پر جمعیت بوده است و روستاهای مانیزان، گوراب و تپه نوشیجان حاکی از قدمت باستانی این منطقه است. احداث شهر ملایر بر خلاف سایر مراکز سکونت در پهنه‌ی شهرستان سابقه طولانی ندارد. چند منطقه در استان همدان و شهرهای آن از جمله منطقه ملایر از قبل از میلاد، قلمرو حکومتی ماد و هخامنشی بوده‌اند به طوری که در حواشی دولت آباد سوابقی از دوره ماقبل

تاریخ وجود دارد. پهنه استان همدان همواره در مرکز تمدن‌ها و محل استقرار حکومت‌ها و در مسیر ارتباطات جهان روزگار قدیم قرار داشته است.

بررسی تسهیلات و خدمات گردشگری:

جاذبه‌های گردشگری به تنهایی موجبات سفر یا رونق این صنعت را فراهم نمی‌کنند، بلکه امکانات و شرایط برای جابه‌جایی و اقامت گردشگران نیز باید فراهم شود. صنعت گردشگری نظام منسجمی است که عناصر آن لازم و ملزوم یکدیگر می‌باشند. بدین مفهوم که اگر چه اسکان در اقامتگاه‌ها هدف اصلی یک گردشگر نیست، اما بدون فراهم بودن امکانات اقامتی رغبتی برای دیدار از یک جاذبه ایجاد نمی‌شود. بنابراین تقاضا برای استفاده از امکانات اقامتی یک تقاضای مشتق شده است.

البته موارد استثناء بر این قاعده نیز وجود دارد. گاهی اوقات شرایط اسکان در یک بنای تاریخی فراهم می‌شود که دیدار از بنا خود هدف اصلی گردشگر نیز می‌باشد: فراهم کردن امکانات اقامتی که صنعت هتلداری را به وجود می‌آورد، شامل تشکیلات و تسهیلاتی است که یکی از بخش‌های پویای صنعت گردشگری را تشکیل می‌دهد. مسافر در هر کجا به محلی برای استراحت و خواب نیاز دارد.

وضعیت امکانات اقامتی، رستوران‌های شهرستان ملایر

متأسفانه آمار و اطلاعات جامع و دقیقی در مورد امکانات اقامتی در سطح شهرستان ملایر در دست نیست و در حال حاضر، استفاده از برداشت‌های میدانی و استنتاج از نتایج پرسشنامه‌ها در دستور کار قرار گرفته است و در سطح استان نیز آمار و اطلاعات موجود، استخراج شده از سالنامه آماری مورد استفاده قرار گرفته است. وضعیت موجود امکانات و تسهیلات اقامتی در سطح استان همدان و شهرستان ملایر نشان می‌دهد که به تأمین واحدهای اقامتی به عنوان یکی از اساسی‌ترین نیازهای توسعه گردشگری در منطقه توجه جدی نشده است و در راستای بهبود وضعیت این امکانات متناسب با استانداردهای موجود هیچ کوششی صورت نگرفته است. بنابراین در اولویت قرار دادن تأمین اقامتگاه‌های مختلف اعم از هتل‌ها، هتل آپارتمان‌ها، متل‌ها، مجتمع‌های گردشگری می‌تواند راهبردی منطقی و ضروری برای جذب هر چه بیشتر گردشگران به حساب آید.

متأسفانه به لحاظ اینکه سرمایه‌گذاری در این بخش، سرمایه بر، دیر بازده و یا فصلی بوده و با مشکلات دیگر مواجه است، از سوی بخش خصوصی بسیار اندک مورد استقبال بوده است.

همان طور که ذکر شد تأسیسات اقامتی شامل هتل‌ها، مهمان سراها، متل‌ها، کاروان سراها، اردوگاه‌ها، پانسیون‌ها، زائر سراها و ساختمان‌های مدارس به هنگام تعطیلات می‌باشد.

از آنجائیکه این گونه تأسیسات و اقامتگاه‌ها عامل مؤثری برای تقویت گردشگری محسوب شده و لذا اهمیت دادن به آنها و توسعه کمی و کیفی این واحدهای اقامتی بایستی مورد توجه دست‌اندرکاران امر خطیر گردشگری قرار گیرد. در طرح‌ریزی برنامه‌های تأسیساتی در محل اقامت گردشگرها، موضوع کیفیت محل و لزوم فراهم آوردن و تأمین انواع امکانات تفریحی و ورزشی نبایستی از نظر دور بماند.

متأسفانه سطح شهرستان ملایر و مجموعه‌های روستایی مجاور تپه و در طول مسیر راه‌های ارتباطی شهرستان ملایر از حداقل امکانات اقامتی برخوردار است و یا اینکه در صورت وجود این امکانات، وضعیت کیفی آن بسیار نامطلوب است.

تجزیه و تحلیل گردشگری شهری ملایر بر اساس مدل SWOT

شناخت و تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها، به عنوان گامی اساسی در جمع‌بندی و تشریح روندهای بررسی شده در مطالعات وضع موجود و ارائه قالبی جهت نتیجه‌گیری و تعیین راهبردهای توسعه اقتصادی و توسعه گردشگری شهری، به شمار می‌رود. در مرحله تجزیه و تحلیل از روش SWOT (نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها) استفاده گردیده و در ادامه عوامل بیرونی (نقاط قوت و ضعف) و درونی (فرصت‌ها و تهدیدها) شناسایی شده‌اند.

عوامل درونی یا نقاط قوت و ضعف^۱ در زمره فعالیت‌های قابل کنترل در محیط داخلی است که مجموعه آن‌ها را به شیوه‌ای عالی یا ضعیف انجام می‌دهد و در این طرح با توجه به نوع موضوع به شرایطی اطلاق می‌شود که متعلق به نیروهای قابل کنترل در محدوده مورد مطالعه می‌باشد. نقاط قوت و ضعف می‌تواند در سایه عوامل جغرافیایی، اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی، زیرساختی و بازاریابی به وجود آیند.

عوامل بیرونی یا فرصت‌ها و تهدیدات^۲ رویدادها و روندهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بوم‌شناسی، محیطی، سیاسی، قانونی، دولتی، فن‌آوری و رقابتی است که می‌توانند به میزان زیادی خارج از کنترل منطقه باشد، از این رو از واژه بیرونی استفاده می‌کنند. فن‌آوری زیستی (بیوتکنولوژی) جابه‌جایی جمعیت، تغییر در نگرش‌ها، تورم و ارزش‌های کار نمونه‌هایی از فرصت‌ها و تهدیداتی است که ممکن است برای اجرای هر طرحی به وجود آید.

جدول شماره ۱: نقاط قوت، نقاط ضعف، تهدیدها و فرصت‌های توسعه گردشگری شهری ملایر

زمینه‌های اصلی بررسی و تحلیل	محیط درونی		محیط بیرونی	
	فهرست نقاط قوت (Strengths)	فهرست نقاط ضعف (Weakness)	فهرست تهدیدات بیرونی (Threats)	فهرست فرصت‌های بیرونی (Opportunities)
ویژگی‌های اجتماعی	S1. جمعیت جوان شهر	W1. وجود ناهنجاری‌های اجتماعی و نا امنی در برخی محلات شهری	T1. بلا دفاع بودن و ناامنی پارک‌ها و فضاهای عمومی از لحاظ اجتماعی و آسیب‌های ناشی از آن	O1. جهت‌گیری نظر مدیران و کارشناسان در حوزه گردشگری
	S2. وجود پهنه‌های سکونتی با اقشار مختلف مردم	W2. وجود هسته‌های فقر در محله‌های حاشیه ای	T2. مهاجرت مردم به دلیل نامطلوب بودن شرایط زیستی	O2. استفاده از مشارکت اقشار مختلف مردم بوسیله پایگاه مسجد و مراکز دانشگاهی و وجود رشته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم
	S3. میزان سواد و تحصیلات جوانان	W3. اعتیاد به مواد مخدر خصوصا در بین جوانان	T3. نرخ بالای مهاجرت روستا - شهری و توسعه اسکان غیر رسمی در حاشیه شهر	O3. تمایل مردم شهر و محله‌های شهری برای همکاری در طرح‌های توسعه اقتصادی و گردشگری
S4. تحرک پذیری بالای شهر به لحاظ فعالیت ساکنان	W4. نسبت بالای مزاحمت‌های خیابانی در برخی قسمت‌ها و محله‌ها			

¹ Internal Strengths and Weaknesses

² External Opportunities and threats

محیط بیرونی		محیط درونی		زمینه‌های اصلی بررسی و تحلیل
فرصت‌های بیرونی (Opportunities)	فهرست تهدیدات بیرونی (Threats)	فهرست نقاط ضعف (Weakness)	فهرست نقاط قوت (Strengths)	
O13. وجود شیب ملایم زمین‌ها و اراضی شهری	T15. گستره بیماری‌ها و امراض به دلیل رواناب‌ها و رها سازی فاضلاب در برخی محله‌های شهر	W21. نامناسب بودن پوشش معابر در دسترسی‌های اصلی شهر و محله‌های شهری	S14. وجود تاسیسات و تجهیزات اولیه در سطح شهر مثل آب و برق و تلفن و گاز.	ویژگی‌های زیرساختی
	T16. نامناسب بودن سیمای شهری محله بر اثر انباشت زباله در قسمت‌هایی از محله‌های شهری	W22. مشکل ماندن آبی‌های سطحی در معابر و خیابان‌ها و آبگرفتگی معابر	S15. آسفالت‌ه بودن معابر و کوچه‌های شهر	
O14. عزم مسئولین جهت مداخله در بهسازی و نوسازی محله‌های شهری و جذب سرمایه و افزایش سرمایه گذاری در بخش گردشگری هتل و رستوران و فضاهای سبز و پارک‌ها	T18. عدم توجه به مشارکت مردم	W23. کمبود ارتباط و اطلاع رسانی به مردم و گردشگران	S17. میزان تمایل به مشارکت بالا در ساماندهی و بهسازی محله‌های شهری	ویژگی‌های مدیریت شهری
	O15. امکان شکل گیری و تکوین تشکل‌های غیر دولتی مردم نهاد در حوزه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی	T19. کمبود نیروی متخصص در کادر شهرداری	W24. ضعف اقدامات عمرانی شهرداری و تبعیض در بین محلات مختلف شهر	
O16. وجود زمینه‌های همکاری‌های مشترک و مستمر شهرداری و سازمان میراث فرهنگی	T20. ضعف اختیارات مدیریت محلی	W25. کمبود حس مسئولیت در بین ساکنین محله‌ها	S19. وجود ریش سفیدان و معتمدین شهری و محله‌ها	
	O17. امکان پیاده سازی طرح‌های مشارکتی و اجتماع محور در حوزه‌های توریستی و فرهنگی	T21. یکپارچه نبودن مدیریت شهری و ناهماهنگی در ارائه خدمات سازمان‌های خدماتی و فرهنگی و تفریحی	W26. کمبود حس تعلق به محله در بین جوانان و سکنه شهر	
	T22. کمبود و نقص قوانین و ضوابط شهرسازی و معماری بناها و ساخت و سازها	W27. عدم رضایت ساکنین از شهرداری و دیگر دستگاههای اجرایی		
	T23. ناهمخوانی محدوده‌های مدیریت شهری با واقعیت‌های کالبدی و اجتماعی محله‌های شهری			
	T24. استقلال کم و محدود بودن اختیارات اداره میراث فرهنگی و نیز شهرداری			

در ادامه ماتریس‌هایی استخراج می‌شود که از دل آنها استراتژی‌های SO، ST، WO، WT به دست آمده و ماتریس SWOT حاصل می‌شود. همانطور که ملاحظه می‌شود، استراتژی‌های حاصل از تجزیه و تحلیل SWOT به چهار گروه تقسیم می‌شوند:

جدول شماره ۲ ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی را نشان می‌دهد. گام‌های تهیه این ماتریس عبارتند از:

در این ماتریس عوامل استراتژیک یا اولویت‌دار خارجی (در قالب فرصتها و تهدیدها) و داخلی در قالب (قوتها و ضعفها) فهرست شده‌اند. سپس در ستون وزن با توجه به میزان اهمیت هر عامل و مقایسه عوامل با یکدیگر ضریب اهمیتی بین صفر الی یک (۰-۱) به آن عوامل داده شده است. تخصیص این ضرایب باید به گونه‌ای باشد که مجموع ضرایب هم در عوامل داخلی و هم در عوامل خارجی بیش از یک نباشد.

در ستون رتبه با توجه به کلیدی یا عادی بودن، فرصتها و تهدیدها به ترتیب رتبه ۴ یا ۳ به (قوتها و فرصتها)، و رتبه ۲ یا ۱ به (ضعفها و تهدیدها) اختصاص داده می‌شود. تخصیص رتبه‌بندی بدین صورت است که اگر قوت یا فرصت یک مورد عالی باشد رتبه ۴ و چنانچه معمولی باشد رتبه ۳ به عامل مورد نظر داده می‌شود و اگر ضعف یا تهدید یک مورد معمولی باشد رتبه ۲ و چنانچه بحرانی باشد رتبه ۱ به عامل مورد نظر داده می‌شود. همانگونه که ملاحظه می‌شود، روند رتبه دهی طوری است که هر چه از شرایط عالی به سمت بحرانی حرکت می‌کنیم میزان رتبه کمتر شده و از ۴ به ۱ می‌رسد.

در ستون امتیاز، رتبه و وزن هر عامل در هم ضرب می‌شوند تا امتیاز آن عامل برای شهر مشخص شود. در انتهای این ستون از جمع امتیازات به دست آمده، امتیاز نهایی شهر از نظر برخورداری از قوت یا ضعف و فرصت یا تهدید تعیین می‌شود. چنانچه امتیاز نهایی در عوامل داخلی و خارجی هر کدام بیش از ۲/۵ باشد. بدین معنی است که طبق پیش بینی‌های به عمل آمده، قوت‌های پیش روی شهر بر ضعفها و فرصتها بر تهدیدها غلبه خواهند داشت و اگر این امتیاز کمتر از ۲/۵ باشد نشان دهنده غلبه ضعفها بر قوتها و تهدیدها بر فرصتها خواهد بود (اعرابی، ۱۳۸۷: ۲۲).

جدول شماره ۲: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

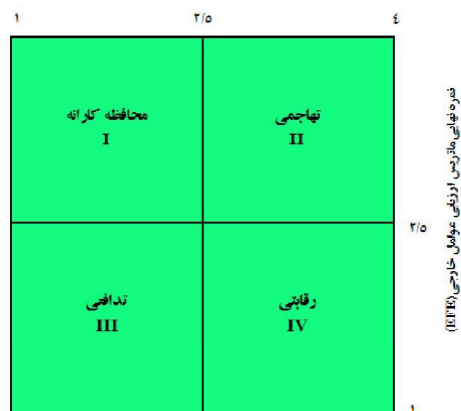
S.W	وزن	رتبه	امتیاز	O.T	وزن	رتبه	امتیاز
S1	/۰۲	۳	/۰۶	O1	۰.۰۵	۴	۰.۲۰
S2	/۰۳	۳	/۰۹	O2	۰.۰۸	۴	۰.۳۰
S3	/۰۳	۴	/۱۲	O3	۰.۰۸	۴	۰.۳۰
S4	/۰۴	۳	/۱۲	O4	۰.۰۴	۳	۰.۱۲
S5	/۰۴	۴	/۱۵	O5	۰.۰۳	۴	۰.۱۲
S6	/۰۵	۳	/۱۴	O6	۰.۰۵	۴	۰.۲۰
S7	/۰۹	۴	/۳۵	O7	۰.۰۸	۳	۰.۲۳
S8	/۰۹	۴	/۳۵	O8	۰.۰۵	۴	۰.۲۰
S9	/۰۷	۳	/۲۰	O9	۰.۰۴	۳	۰.۱۲
S10	/۰۵	۴	/۱۹	O10	۰.۰۵	۳	۰.۱۵
S11	/۰۳	۳	/۰۹	O11	۰.۰۳	۴	۰.۱۲
S12	/۰۴	۴	/۱۵	O12	۰.۰۸	۳	۰.۲۳
S13	/۰۵	۳	/۱۴	O13	۰.۰۳	۳	۰.۰۸
S14	/۰۶	۴	/۲۳	O14	۰.۰۸	۳	۰.۲۵
S15	/۰۲	۳	/۰۶	O15	۰.۰۸	۴	۰.۳۰
S16	/۰۴	۳	/۱۲	O16	۰.۰۸	۳	۰.۲۳
S17	/۱۰	۳	/۲۹	O17	۰.۰۸	۴	۰.۳۴
S18	/۱۰	۳	/۲۹	T1	۰.۰۴	۲	۰.۰۷

۰.۰۶	۱	۰.۰۶	T2	۱۳۵	۴	۱.۰۹	S19
۰.۱۱	۲	۰.۰۶	T11	۰.۱۰	۲	۰.۰۵	W1
۰.۰۷	۲	۰.۰۴	T12	۰.۰۶	۲	۰.۰۳	W2
۰.۰۶	۲	۰.۰۳	T13	۰.۱۱	۲	۰.۰۶	W3
۰.۰۶	۱	۰.۰۶	T14	۰.۰۲	۱	۰.۰۲	W4
۰.۰۶	۲	۰.۰۳	T15	۰.۰۷	۲	۰.۰۳	W5
۰.۱۱	۲	۰.۰۶	T16	۰.۰۵	۱	۰.۰۵	W6
۰.۰۱	۲	۰.۰۱	T17	۰.۰۵	۱	۰.۰۵	W7
۰.۰۱	۱	۰.۰۱	T18	۰.۰۳	۲	۰.۰۲	W8
۰.۰۹	۲	۰.۰۴	T19	۰.۰۲	۱	۰.۰۲	W9
۰.۰۳	۱	۰.۰۳	T20	۰.۰۱	۱	۰.۰۱	W10
۰.۰۹	۲	۰.۰۴	T21	۰.۰۱	۲	۰.۰۱	W11
۰.۰۴	۲	۰.۰۲	T22	۰.۰۵	۱	۰.۰۵	W12
۰.۰۶	۲	۰.۰۳	T23	۰.۱۰	۲	۰.۰۵	W13
۰.۰۴	۲	۰.۰۲	T24	۰.۰۹	۲	۰.۰۵	W14
۲.۶۳			جمع	۰.۰۸	۲	۰.۰۴	W15
				۰.۰۵	۱	۰.۰۵	W16
				۰.۰۵	۲	۰.۰۲	W17
				۰.۰۶	۲	۰.۰۳	W18
				۰.۰۲	۱	۰.۰۲	W19
				۰.۰۲	۱	۰.۰۲	W20
				۰.۰۶	۲	۰.۰۳	W21
				۰.۰۲	۱	۰.۰۲	W22
				۰.۰۹	۲	۰.۰۵	W23
				۰.۰۵	۱	۰.۰۵	W24
				۰.۱۱	۲	۰.۰۶	W25
				۰.۰۶	۱	۰.۰۶	W26
				۰.۱۱	۲	۰.۰۶	W27
				۲.۵۲			جمع

ماتریس داخلی و خارجی (IE)

برای ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، در این طرح از ماتریس چهارخانه‌ای که در نمودار زیر نمایان است، استفاده گردیده است. در این ماتریس چنانچه موقعیت شهر از حیث نمرات عوامل خارجی و داخلی در خانه I باشد، استراتژی محافظه کارانه (نگهداری - حمایت درونی)، اگر در خانه II باشد، استراتژی تهاجمی (رشد و توسعه)، چنانچه در خانه III باشد، استراتژی تدافعی (برداشت، واگذاری، کاهش، انحلال) و بالاخره اگر در خانه IV باشد، استراتژی رقابتی (نگهداری - حمایت بیرونی) توصیه می‌شود (Houben: 1999, 17).

نمودار نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)



جدول شماره ۳: نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

WO محافظة کارانه (نگهداری • حمایت درونی)	SO تهاجمی (رشد و توسعه)
WT تدافعی (واگذاری • انحلال)	ST رقابتي (نگهداری - حمایت بیرونی)

نتایج حاصل از ترسیم اطلاعات به دست آمده از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (۲,۵۲) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (۲,۶۳) می باشد. این بدان معنا است که شهر ملایر از نظر مسایل و موضوعات شهری و گردشگری در خانه (II) قرار گرفته است که می بایست راهبردی تهاجمی مبتنی بر رشد و توسعه در جهت کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی اتخاذ شود. شهر و موضوعات شهری و گردشگری شهر و مسایل منتج از آن که جایگاه آن ها در ماتریس عوامل داخلی و خارجی، تهاجمی می باشد، در واقع استراتژی SO را به اجرا در می آورند. این بدان معناست که شهر و وضعیت خدمات شهری در شرایط مطلوبی نبوده و موقعیت رو به رشدی دارد.

ماتریس تهدیدات، فرصت ها، نقاط قوت و نقاط ضعف (SWOT)

این ماتریس یکی از ابزارهای بسیار مهم در فرآیند تدوین راهبرد است که به وسیله آن اطلاعات مقایسه می شود و می توان با استفاده از آن چهار نوع راهبرد ارائه نمود.

جدول شماره ۴: ماتریس نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدات (SWOT)

نقاط قوت • S	نقاط ضعف • W	
در جدول ماتریس ارزیابی عوامل داخلی حاکم بر ساماندهی شهرو خدمات شهری گردشگری، نقاط قوت توضیح داده شده است.	در جدول ماتریس ارزیابی عوامل داخلی حاکم بر ساماندهی شهر و خدمات شهری گردشگری، نقاط ضعف لیست شده اند.	
فرصت ها • O	استراتژی های WO	استراتژی های SO
در جدول ماتریس ارزیابی عوامل خارجی حاکم بر ساماندهی شهر و خدمات شهری گردشگری، فرصت ها	۱ - بهبود و بازنگری به نوع و نحوه استفاده از مشارکتهای مردمی در شهر به منظور توسعه و تجهیز محله های شهری و واگذاری کارها به مردم هر محله	۱ - افزایش حس مسئولیت مردم در امور شهر با توجه به عزم مسئولین برای تغییر وضعیت شهر ۲ - امکان تغییر کاربری های

<p>۲ - کاهش مشکلات اجتماعی موجود در محله مثل دزدی و بزهکاری و اعتیاد به مواد مخدر</p> <p>۳ - بهبود زیرساخت‌های تأسیسات و تجهیزات محله‌های شهری</p> <p>۴ - استفاده از مصالح با دوام در ساخت بناها</p> <p>۵ - جلوگیری از فعالیت ساکنان در شغل‌های کاذب و ایجاد زمینه‌های اشتغال برای آنان با توجه به نرخ بالای بیکاری در شهر و محله‌های شهری</p>	<p>بافت‌های تاریخی - قدیمی به کاربری‌های مورد نیاز مانند افزایش فضای سبز و پارک‌های شهری و محل‌های گذران اوقات فراغت</p> <p>۳ - استفاده از نیروی انسانی متخصص به منظور ایجاد تشکلهای مردمی با توجه به جوانی جمعیت شهر و محله‌های شهری</p> <p>۴ - تقویت عناصر هویت بخش محله‌ای با توجه به میزان پایین حس مسئولیت و تعلق به امور محله در بین ساکنین شهر</p>	<p>لیست شده اند.</p>
<p>استراتژی‌های WT</p>	<p>استراتژی‌های ST</p>	<p>تهدیدات T۰</p>
<p>۱ - رفع کمبودهای ویژگی‌های خدماتی در شهر از جمله کمبود امکانات تفریحی، آموزشی، مذهبی و ورزشی و..</p> <p>۲ - وارد عمل شدن نیروی انتظامی برای برقراری امنیت در محله‌های شهری و تأمین امنیت مردم و گردشگران و مسافران</p> <p>۳ - ارائه وام‌های کم بهره به مالکان واحدهای تجاری و مسکونی برای بازسازی واحدها و جلوگیری از فرسودگی بیشتر بافت‌های تاریخی و قدیمی شهر</p>	<p>۱ - تغییر کاربری‌های ناسازگار و تطابق کاربری‌ها برای افزایش آسایش ساکنین. برای مثال کارگاه‌های پر سر و صدا را از مکان‌های مسکونی و تفریحی و توریستی به مکان‌های دیگر انتقال دهند.</p> <p>۲ - ارائه تأسیسات و تجهیزات شهری و رفع نواقص و کاستی‌هایی در لوله کشی گاز، فاضلاب، پوشش معابر و... و در نتیجه بالا رفتن ارزش زمین</p> <p>۳ - اختصاص محیطی برای جمع شدن اهالی محله به خصوص معتمدین محله برای افزایش مشارکت ساکنین در امور اجتماعی و فرهنگی</p> <p>۴ - تأمین امنیت در محله‌های شهری</p>	<p>در جدول ماتریس ارزیابی عوامل خارجی حاکم بر ساماندهی شهر و خدمات شهری گردشگری، تهدیدات لیست شده اند.</p>

نتیجه‌گیری:

هدف از این مرحله آن نیست که بهترین استراتژی‌های شهر ملایر از نظر خدمات شهری گردشگری را مشخص نمود، بلکه هدف تعیین استراتژی‌های قابل اجرا می‌باشد. بنابراین همه استراتژی‌های که در ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط قوت و نقاط ضعف ارائه می‌گردند انتخاب و

اجرا نخواهند شد. راهبردهای قابل اجرای شهر ملایر و محله‌های شهری آن با تأکید بر رویکرد توسعه گردشگری شهری عبارتند از:

استراتژی‌های SO

- ۱ - افزایش حس مسئولیت ساکنان در امور محله با توجه به عزم مسئولین برای تغییر وضعیت محله‌های شهری
- ۲ - امکان تغییر کاربری‌های بافت تاریخی و قدیمی شهر به کاربری‌های مورد نیاز مانند افزایش فضای سبز و پارک‌ها و فضاهای عمومی تفریحی و توریستی
- ۳ - استفاده از نیروی انسانی متخصص به منظور ایجاد تشکلهای مردمی با توجه به جوانی جمعیت شهر
- ۴ - تقویت عناصر هویت بخش محله‌ای با توجه به میزان پایین حس مسئولیت و تعلق به امور محله‌های شهری در بین ساکنین.

استراتژی‌های WO

- ۱ - بهبود و بازنگری به نوع و نحوه استفاده از مشارکتهای مردمی در شهر به منظور توسعه و تجهیز هر محله و واگذاری کارها به اهالی و مردم محلی؛
- ۲ - کاهش مشکلات اجتماعی موجود در محله‌ها مثل دزدی و بزهکاری و اعتیاد به مواد مخدر؛
- ۳ - بهبود زیرساخت‌های تأسیسات و تجهیزات و تأسیسات عمومی و خدمات رفاهی و نیز فضاهای گذران اوقات فراغت
- ۴ - استفاده از مصالح با دوام در ساخت بناها و ساختمان‌های مسکونی و تجاری و فرهنگی و توریستی
- ۵ - جلوگیری از فعالیت ساکنان در شغل‌های کاذب و ایجاد زمینه‌های اشتغال در حوزه‌های مختلف خدمات گردشگری شهری برای آنان با توجه به نرخ بالای بیکاری در شهر و محله‌های مختلف شهری

استراتژی‌های ST

- ۱ - تغییر کاربری‌های ناسازگار و تطابق کاربری‌ها برای افزایش آسایش ساکنین. برای مثال کارگاه‌های پر سر و صدا را از مکان‌های مسکونی و فرهنگی و تفریحی و توریستی به مکان دیگر انتقال دهند؛
- ۲ - ارائه تأسیسات و تجهیزات شهری و رفع نواقص و کاستی‌هایی در لوله کشی گاز، فاضلاب، پوشش معابر و... و در نتیجه بالا رفتن ارزش زمین؛
- ۳ - اختصاص محیطی برای جمع شدن اهالی هر محله به خصوص معتمدین محل برای افزایش مشارکت ساکنین در امور محله‌ها و حل و فصل مسایل و مشکلات محله و مردم
- ۱ - تأمین امنیت در محله‌های شهر

استراتژی‌های WT

- ۱ - رفع کمبودها و تأمین خدمات عمومی و شهری مختلف در شهر از جمله کمبود امکانات تفریحی، فرهنگی و آموزشی، مذهبی و ورزشی و...
- ۲ - وارد عمل شدن نیروی انتظامی برای برقراری امنیت در محله‌ها و تأمین امنیت مردم محله‌های شهری و مسافران
- ۱ - ارائه وام‌های کم بهره به مالکان واحدهای مسکونی و تجاری برای بازسازی واحدهای مسکونی و

تجاری و جلوگیری از فرسودگی بیشتر بافت‌های شهری

مرحله تصمیم‌گیری

در این مرحله مقایسه‌ای بین اطلاعات به‌دست آمده در ماتریس (SWOT) و ماتریس داخلی و خارجی (IE) انجام می‌پذیرد. در ماتریس (SWOT) چهار دسته راهبرد متناسب با وضعیت داخلی و خارجی مشخص گردید و در ماتریس (IE) مشخص شد که موقعیت شهر ملایر در جدول چهار خانه‌ای (IE) در بخش تهاجمی قرار دارد (Ali Görener, 2012). بدین ترتیب با تأکید بر راهبردهای تهاجمی، راهبردهای محافظه کارانه را در اولویت بعدی قرار داد. بنابراین راهبردهای قابل قبول جهت توسعه شهری و ساماندهی محله‌های شهری از نظر خدمات عمومی و تأسیسات عمومی و خدمات گردشگری شهر ملایر عبارتند از:

اولویت اول: استراتژی‌های SO

- SO۱ افزایش حس مسئولیت ساکنان در امور محل سکونت و کار با توجه به عزم مسئولین برای تغییر وضعیت شهر و محله‌های شهری از نظر خدمات شهری و گردشگری شهری
- SO۲ امکان تغییر کاربری‌های بافت‌های تاریخی و قدیمی فرسوده در هر محله به کاربری‌های مورد نیاز مانند افزایش فضای سبز و پارک‌های شهری و فضاهای تفریحی و توریستی
- SO۳ استفاده از نیروی انسانی متخصص به منظور ایجاد تشکلهای مردمی با توجه به جوانی جمعیت شهر و محله‌های شهری
- SO۴ تقویت عناصر هویت بخش محله‌ای با توجه به میزان پایین حس مسئولیت و تعلق به امور محله‌ها در بین ساکنین شهر و محله‌های مختلف

اولویت دوم: استراتژی‌های WO

- WO۱ بهبود و بازنگری به نوع و نحوه استفاده از مشارکتهای مردمی در محله‌ها به منظور توسعه و تجهیز محله‌های شهری و واگذاری کارها به مردم محل؛
- WO۲ کاهش مشکلات اجتماعی موجود در محله‌ها مثل دزدی و بزهکاری و اعتیاد به مواد مخدر؛
- WO۳ بهبود زیرساخت‌های تأسیسات و تجهیزات عمومی محله‌های شهری
- WO۴ استفاده از مصالح با دوام در ساخت بناها و ساختمان‌های مسکونی و تجاری و فرهنگی و تفریحی

- WO۵ جلوگیری از فعالیت ساکنان در شغل‌های کاذب و ایجاد زمینه‌های اشتغال در حوزه‌های مختلف گردشگری شهری برای آنان با توجه به نرخ بالای بیکاری در شهر و محله‌های شهری

ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (SQPM)

با استفاده از این تکنیک جذابیت نسبی استراتژی‌های انتخاب شده در مرحله قبل (استراتژی‌های محافظه کارانه و استراتژی‌های رشد و ساخت) مشخص می‌گردد، یعنی تعیین می‌شود که می‌توان از عوامل سرنوشت ساز داخلی و خارجی شهر ملایر و توسعه گردشگری شهری به صورتی پایدار و موفقیت آمیز استفاده کرد. برای اولویت‌بندی استراتژی‌های چهارگانه انتخابی از ماتریس برنامه‌ریزی

استراتژیک کمی به ترتیب زیر استفاده می‌شود (Gallian, 1986, 31). در ستون عوامل کلیدی، کلیه نقاط قوت، نقاط ضعف مطرح شده در مرحله ورودی به عنوان عوامل داخلی و کلیه فرصت‌ها و تهدیدات مطرح شده در مرحله ورودی به عنوان عوامل خارجی درج شدند و در مقابل آنها ضریب هر عامل نظیر به نظیر از ستون ضریب عوامل درج گردید. برای تعیین نمره جذابیت هر یک از عوامل کلیدی از اطلاعات موجود در پرسشنامه استفاده شد و با توجه به آن نمره جذابیت‌ها از ۱ تا ۴ تعیین گردید. جمع ضرائب برای هر استراتژی برابر با ۲ و بر اساس جمع مجموع نمره‌های جذابیت هر استراتژی، استراتژی‌ها اولویت‌بندی گردیدند (Dayson, R.G, 2004, 21).

تشکیل جدول معیار بحرانی

در این مرحله بعد از بررسی نظام تحلیل قابلیت‌ها و استعدادها بر پایه مدل SWOT نسبت به طبقه بندی قابلیت‌ها و استعدادها اقدام می‌شود و هر قابلیت و استعداد که بالاترین امتیاز از میانگین (معیار بحرانی) به دست آورد، به عنوان استراتژی مداخله انتخاب و بقیه نیز در اولویت انتخاب قرار می‌گیرند. خاطر نشان می‌سازد برنامه‌ها و پروژه‌های پیشنهادی با عنایت به اولویت‌بندی استراتژی مداخله همراه با تعیین راهبرد، سیاست‌های اجرایی، و در نهایت پروژه‌های اجرایی خواهد بود (Bernroider, E 2002, 54).

جدول شماره ۵: معیار بحرانی قابلیت‌ها و استعدادها (SQPM)

ردیف	قابلیت و استعداد	جمع امتیاز کل	میانگین امتیاز قابلیت و استعداد	تفاوت هر امتیاز قابلیت و استعداد با میانگین
۱.	So1	3.13	2.7	بیشتر از میانگین
۲.	So2	2.87	2.7	بیشتر از میانگین
۳.	So3	2.41	2.7	کمتر از میانگین
۴.	So4	3.61	2.7	بیشتر از میانگین
۵.	Wo1	3.56	2.7	بیشتر از میانگین
۶.	Wo2	4.32	2.7	بیشتر از میانگین
۷.	Wo3	1.87	2.7	کمتر از میانگین
۸.	Wo4	2.44	2.7	کمتر از میانگین
۹.	Wo5	.38	2.7	کمتر از میانگین

در این مرحله از تدوین استراتژی‌های توسعه اقتصادی پایدار مبتنی بر گردشگری شهری ملایر، استراتژی‌های برگزیده شده

در مرحله مقایسه (ابتدا استراتژی‌های تهاجمی و سپس استراتژی‌های محافظه کارانه) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و سپس آنها را با استفاده از تکنیکی به نام ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (SQPM) و تشکیل جدول معیار بحرانی اولویت‌بندی شد:

WO۲ کاهش مشکلات اجتماعی موجود در شهر و محله‌های شهری مثل دزدی و بزهکاری و اعتیاد به مواد مخدر؛

SO۴ تقویت عناصر هویت بخش محله‌ای با توجه به میزان پایین حس مسئولیت و تعلق به امور شهر و محله‌های شهری در بین ساکنین؛

WO۱ بهبود و بازنگری به نوع و نحوه استفاده از مشارکتهای مردمی به منظور توسعه و تجهیز محله‌ها و واگذاری کارها به مردم ساکن در محل

SO۱ افزایش حس مسئولیت ساکنان شهر و محله در امور محل زندگی با توجه به عزم مسئولین برای تغییر وضعیت شهر و محله‌های شهری

SO۲ امکان تغییر کاربری‌های بافت‌های تاریخی و قدیمی فرسوده و محله‌ها به کاربری‌های مورد نیاز مانند افزایش پارک‌های شهری و فضای سبز و فضاهای تفریحی و توریستی

WO۴ استفاده از مصالح با دوام در ساخت بناها و ساختمان‌های مسکونی و تجاری و توریستی

SO۳ استفاده از نیروی انسانی متخصص به منظور ایجاد تشکلهای مردمی با توجه به جوانی جمعیت شهر و محله‌های شهری

WO۳ بهبود زیرساخت‌های تجهیزات و تأسیسات عمومی شهر

WO۵ جلوگیری از فعالیت ساکنان در شغل‌های کاذب و ایجاد زمینه‌های اشتغال در حوزه‌های مختلف خدمات گردشگری شهری برای آنان با توجه به نرخ بالای بیکاری در محله.

در این مرحله با عنایت به ارزیابی صورت گرفته قبلی، استعدادها و قابلیت‌های مطلوب مداخله انتخاب و سپس نسبت به اولویت‌بندی آنها بر اساس امتیاز مربوطه اقدام می‌شود.

جدول شماره ۶: اولویت استعدادها و قابلیت‌ها انتخاب شده بر حسب امتیاز

اولویت	علامت استراتژی	استعدادها و قابلیت‌ها	امتیاز
۱	WO۲	طبقه‌بندی استعدادها و قابلیت‌ها بر حسب امتیاز جهت تدوین استراتژی مداخله	4.32
۲	SO۴		3.61
۳	WO۱		3.56
۴	SO۱		3.13
۵	SO۲	بلندمدت	2.87
۶	WO۴		2.44
۷	SO۳		2.41
۸	WO۳		1.87
۹	WO۵		.38

با توجه به اطلاعات جدول بالا به این نتیجه می‌رسیم که ۴ استراتژی مطرح شده باید به صورت ضربتی و کوتاه مدت به آن‌ها رسیدگی شود، ۴ استراتژی به صورت میان مدت و یک استراتژی نیز به صورت بلند مدت با آن برخورد شود.

استراتژی‌های ضربتی (کوتاه مدت):

- کاهش مشکلات اجتماعی موجود در محله‌های شهری مثل دزدی و بزهکاری و اعتیاد به مواد مخدر؛
- تقویت عناصر هویت بخش محله‌ای با توجه به میزان پایین حس مسئولیت و تعلق به امور محله در بین ساکنین شهر و محله‌های مختلف
- بهبود و بازنگری به نوع و نحوه‌ی استفاده از مشارکتهای مردمی در محله‌های شهری به منظور توسعه و تجهیز هر محله و واگذاری کارها به مردم ساکن هر محله از شهر؛
- افزایش حس مسئولیت ساکنان در امور محل با توجه به عزم مسئولین برای تغییر وضعیت شهر و محله‌های شهری

استراتژی‌های میان مدت:

- امکان تغییر کاربری‌های بافت‌های تاریخی و قدیمی فرسوده به کاربری‌های مورد نیاز مانند افزایش پارک‌ها و فضای سبز و فضاهای تفریحی و توریستی
- استفاده از مصالح با دوام در ساخت بناها و ساختمان‌های مسکونی و تجاری و تفریحی توریستی
- استفاده از نیروی انسانی متخصص به منظور ایجاد تشکلهای مردمی با توجه به جوانی جمعیت شهری
- بهبود زیرساخت‌های تأسیسات و تجهیزات عمومی محله‌های شهری

استراتژی بلند مدت:

- جلوگیری از فعالیت ساکنان در شغل‌های کاذب و ایجاد زمینه‌های اشتغال در حوزه‌های مختلف گردشگری شهری برای آنان با توجه به نرخ بالای بیکاری در شهر ملایر.

منابع و مآخذ:

- ۱- ابراهیمی، علیرضا و خسروی، (۱۳۸۴)؛ عوامل مؤثر بر رشد و توسعه صنعت توریسم در استان مازندران؛ مجموعه مقالات اولین همایش نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران، تهران انتشارات رسانش.
- ۲- اعرابی، محمد، (۱۳۸۷)، دستنامه برنامه‌ریزی استراتژیک، دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ اول، تهران.
- ۳- خاکسار، علی. (۱۳۸۲)، نقش برنامه‌ریزی در توسعه گردشگری پایدار، مجموعه مقالات بررسی سیاست‌ها و برنامه توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- ۴- رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد، (۱۳۸۸)، شناخت گردشگری، چهارباغ، اصفهان.
- ۵- زیاری، کرامت اله (۱۳۸۱). برنامه‌ریزی کاربری اراضی شهری، انتشارات دانشگاه یزد، چاپ اول.
- ۶- ضرابی، اصغر و کیانی(۱۳۸۰)، تحلیلی بر زیرساخت‌های گردشگری در مقصد اکوتوریستی بند ارومیه با استفاده از روش SWOT .
- ۷- عبدالعلی زاده علی، زندی حسام(۱۳۸۹)، نقطه چینهای خاکستری گردشگری در کلان شهرهای ایران(راهکاری نوین در جذب گردشگری)، ص ۴۳.
- ۸- کازس، ژرژ و فرانسواز پوتیبیه (۱۳۸۲). جهانگردی شهری، ترجمه صلاح الدین محلاتی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- ۹- موحد، علی. ۱۳۸۶. گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز.
- ۱۰- محلاتی، صلاح الدین، (۱۳۸۰)، "در آمدی بر جهانگردی"، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- ۱۱- ملکی، سعید؛ حسین زاده دلیر، (۱۳۸۴)، رتبه بندی نواحی شهری از نظر شاخص‌های توسعه‌ی پایدار با استفاده از روش‌های تحلیل عاملی و تاکسونومی - شهر ایلام.
- ۱۲- کیانی سلمی، صدیقه؛ و همکاران، (۱۳۹۶)، ارزیابی فرآیند توسعه گردشگری بر اساس مدل چرخه حیات مقصد(نمونه موردی: شهرستان بویراحمد)، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری.
- ۱۳- مهندسین مشاور و معماری و شهرسازی زیستا(۱۳۸۴)، طرح جامع ملایر، جلد اول و دوم و سوم، وزارت مسکن و شهرسازی.
- ۱۴- اداره میراث فرهنگی و گردشگری شهرستان ملایر
- ۱۵- اداره ارشاد اسلامی شهرستان ملایر

16-Bernroider, E., (2002). ERP selection process in midsize and large organizations
Business Process Management Journal, 54

17-Dyson, Robert, G., 2004, Strategic Development and SWOT analysis at the
University of Warwick, European Journal of Operational Research, 21

18-Houben G, Lenie K, Vanhoof K. A knowledge-based SWOT - analysis system as
an instrument for strategic planning in small and medium sized enterprises.
Decision Support Systems 1999: 17

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.