

بررسی و توسعه استعدادهای پایدار گردشگری محلی شهرستان ملایر با استفاده از روش SWOT

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۱۷

کد مقاله: ۵۲۲۹۶

مهران چگنی^۱

چکیده

صنعت گردشگری در حال حاضر در همه کشورها از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست محیطی و سیاسی مورد توجه خاص دولت‌های محلی و ملی بوده و به عنوان یک صنعت پول ساز، درآمد زا و اشتغال زا دارای اهمیت خاصی بوده است. دولت‌های محلی و ملی در این راه به ایجاد زیرساختها برای رفاه عمومی گردشگران می پردازند و به سرمایه گذاری ها و اهداف راهبردی و بلندمدت پرداخته و انتظار رفاه هر چه بیشتر مردم محلی منطقه گردشگری واقع در طرح و کسب سودهای معقول و بیشتر کمک های دولتی مورد انتظار با توجه به شرایط موجود سیاست منطقه ای آن کشور را دارند. در این راه سازمان های خصوصی و سازمان های مردم نهاد(NGO)ها به کمک دولت آمده و با ایجاد اشتغال مردم محلی و معرفی جاذبه های گردشگری و رعایت گردشگری پایدار بومی درصدد جلب رضایت گردشگران داخلی و خارجی و بهره مندی آنها از فضای موجود و فرهنگ ناب بومی آن منطقه گردشگری بر می آیند. نکته موثر در اجرای طرح های موفقیت آمیز گردشگری این است که در این راه دولت از موازی کاری با منافع های (NGO)ها باید پرهیز کند تا صدمه ای به گردشگری منطقه وارد نشود. شهرستان ملایر از ظرفیت های بسیار بالایی برای رشد و توسعه برخوردار بوده و با توجه به وجود جاذبه های باستانی و تاریخی، جاذبه های فرهنگی و قومیتی، جاذبه های طبیعی و بکر، رویدادهای خاص و جاذبه های گردشگری ایجاد شده پتانسیل زیادی را جهت توسعه توریسم دارا می باشد. در این مقاله سعی شده با بررسی و شناخت وضعیت شهرستان ملایر نحوه پیاده نمودن سیاست های توسعه گردشگری مشخص گردد. هدف پژوهش در این راه باید به برنامه ریزی منطقه گردشگری ملایر با توجه به فرهنگ، دین، زبان، روابط مردم محلی و ارزش ها و هنجارهای آنها و شیوه ارتقاء و توسعه و گسترش این روابط و راه های جذب گردشگر با معرفی هر چه بهتر جاذبه های فرهنگی، تاریخی، طبیعی و مذهبی گردشگری این شهرستان توجه خاصی شود. در این مقاله از روش مطالعه کتابخانه ای، مقالات، اینترنت و پایان نامه ها و مصاحبه با اشخاص بومی با تحصیلات مربوطه برای جمع آوری داده ها استفاده شده و با مشخص داشتن نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید به روش SWOT^۳ به بررسی و توسعه استعدادهای گردشگری پایدار محلی شهرستان ملایر پرداخته شده است.

واژگان کلیدی: صنعت گردشگری، زیرساختها، اهداف راهبردی، گردشگری پایدار بومی، (NGO)ها، روش SWOT

۱- فارغ التحصیل کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی گرایش برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی (نویسنده مسئول)

Mehran.fils@gmail.com

2 Non Governmental Organization

3 Strengths Weaknesses Opportunities Threats

۱- مقدمه

سفر به مقاصد مختلف بستگی به میزان هزینه ای دارد که شخص گردشگر بابت سفر خود می پردازد. وقتی گردشگران داخلی به موقعیت گردشگری خاصی در داخل کشور وارد می شوند الزاما باید هزینه هایی را در آن شهر متقبل شوند، مانند هزینه خوراک و محل اقامتی همچون هتل های لوکس یا مسافرخانه ها، هزینه تفریحات، هزینه حمل و نقل، هزینه گشت ها و تورها، هزینه ای که بابت خرید سوغاتی، صنایع دستی یا کالای بومی شهر میزبان می پردازند و همچنین هزینه ورود به موزه یا مکان های گردشگری. این هزینه ها از طریق پولی که وارد شهر میزبان می کنند باعث رونق اقتصادی و اشتغال زایی شهر میزبان می شوند. گردشگری از لحاظ ملی و بین المللی دارای اهمیت زیادی برای کشور میزبان است زیرا باعث مطرح شدن نام تجاری (برندینگ شدن) صنعت گردشگری و صنایع دستی و جاذبه های گردشگری می شود و درآمد ناخالص ملی (GNI) را افزایش می دهد و همچنین می تواند جایگزین مناسبی برای استخراج منابعی همچون نفت خام باشد و بدین جهت به گردشگری صادرات نامرئی نیز گفته می شود. در صورتی که گردشگر بخواهد به مقاصد داخلی سفر نماید هزینه های کمتری باید بپردازد و در صورتی که سفر به مقاصد خارجی باشد هزینه ها شامل هزینه گذرنامه، عوارض خروج از کشور، مالیات، تفاوت نرخ ارز با کشور مقصد و مواردی دیگر، بسته به نیاز گردشگر خارجی می شود.

در سفر به مقاصد داخلی با فرهنگ های نهادینه مختلف و خاص مردم محلی منطقه گردشگری مورد نظر، زبان و گویش، نوع پوشش، نوع موسیقی، عروسک های محلی، غذاها و نوشیدنی های، صنایع دستی، ارزش ها و هنجارهای خاص آن مقصد گردشگری در کشور آشنا می شویم و اگر برنامه ریزی مناسبی داشته باشیم لذتی کمتر از سفرهای خارجی ندارد. شهرستان ملایر دارای تاریخ کهنی در ایران می باشد. بنابر تحقیق های انجام شده توسط باستان شناسان قدمت این شهر به دوره ایلامی ها تعلق دارد. این شهرستان در استان همدان قرار دارد و بعد از همدان بزرگترین شهر این استان است. این شهرستان به واسطه هنر منبت کاری و باغ های انگور شهرت خوبی دارد. به نظر کارشناسان صنعت گردشگری، در شهرستان ملایر این صنعت از توسعه ای که شایسته آن بوده برخوردار نبوده است. از دلایل آن می توان به آماده نبودن بسترهای اقتصادی مناسب در شهرستان ملایر برای جذب سرمایه گذاری در ساخت هتل و سایر صنایع جانبی این حوزه اشاره کرد. مطلع نبودن سرمایه گذاران از زمینه های موجود گردشگری در شهرستان ملایر و تبلیغات ضعیف و نیز انتشار اخبار ناقص و ناکافی از این شهرستان، محدودیت های زیرساختی برای گردشگران و همچنین تنش های سیاسی بین المللی تحمیل شده بر کشور و سپس بر این شهرستان و اثرات منفی آن بر اشتغال، قدرت خرید مردم، وجود مشکلات اجتماعی نظیر اعتیاد، فساد و دزدی بالاخص برای جوانان نیز از دیگر موانع در راه رشد صنعت گردشگری در شهرستان ملایر است.

۲- تعاریف مفهومی واژه ها و اصطلاحات تحقیق

۲-۱- گردشگری^۱ و گردشگر^۲

گردشگری از زمانی آغاز می شود که شخص مایل به ترک مبدا زندگی، تصمیم به برنامه ریزی می گیرد و در مورد فرهنگ بومی، محیط زیست و سیاست مقصد گردشگری و هزینه سفر به آنجا برنامه هایی تصویرسازی می کند و سفر را آغاز و طی می کند و با یادآوری خاطرات سفر به پایان می رساند. در این تعریف به شخص سفر کننده گردشگر می گوئیم.

۲-۲- گردشگری پایدار^۳

گردشگری پایدار بر ضرورت استفاده و توسعه منابع گردشگری در یک راه سالم را تاکید می کند و همزمان تمهیداتی فراهم می کند که منابع قابل استفاده برای نسل های آینده ذخیره گردد. توسعه و مدیریت گردشگری به طوری که با محیط زیست سازگار بوده عامل مهمی در بدست آوردن توسعه پایدار گردشگری است. مفهوم گردشگری کیفی به توسعه پایدار مربوط می شود و از مولفه های اصلی گردشگری پایدار به حساب می آید. هدف از گردشگری پایدار حفظ و تنوع کیفیت محیط واقع، حفظ محیط اکولوژیک، اشتغال زایی، افزایش درآمد و موارد دیگری که به پایداری محیط واقع اثر گذارند می باشد و همچنین در این صورت آثار ناخواسته به حداقل رسیده و آثار مثبت گردشگری تقویت شود. گردشگری به عنوان یک محرک تسریع کننده توسعه اجتماعی و اقتصادی می باشد و ضروری است که دولت ها، توسعه پایدار گردشگری را به صورت جامع و برنامه ریزی شده دنبال کنند (سازمان ملل متحد، ۲۰۰۶).

میان گردشگری و توسعه پایدار رابطه متقابل و دو سویه وجود دارد. در گردشگری پایدار توجه به نیازهای جوامع میزبان از اهمیت زیادی برخوردار است و به هنگام برنامه ریزی و فرایند مدیریت گردشگری به این نیازها توجه ویژه ای می شود. توسعه پایدار گردشگری، توسعه ای است که در آن توازن و تعادل، حفظ ارزش ها و کیفیت اخلاقیات و اصول اقتصادی و نیز مزیت های

1 Gross National Incom

2 Tourism

3 Tourist

4 Sustainable Tourism

اقتصادی همه به همراه هم دیده شده و کوشش می شود تا توسعه ای متعالی و همه جانبه جایگزین توسعه صرفا صنعتی و اقتصادی گردد. در این دیدگاه توسعه گردشگری با استفاده از منابع موجود به گونه ای است که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ضوابط قانونی جامعه و انتظارات گردشگران بتوان وحدت و یکپارچگی، هویت فرهنگی، سلامت محیط زیست، تعادل اقتصادی و رفاه مردم محلی را تامین کرد.

گردشگری پایدار سعی در تنظیم روابط بین جامعه میزبان، مکان گردشگری و گردشگرها دارد؛ چرا که این رابطه می تواند پویا و سازنده و یا مخرب باشد و به دنبال تعدیل فشار و بحران بین این عناصر است تا آسیب های محیطی و فرهنگی را به حداقل رسانده، رضایت بازدید کنندگان را فراهم آورد و به رشد اقتصادی ناحیه کمک کند. گردشگری می تواند با مشارکت در اشتغال زایی و ایجاد درآمد، اقتصاد جوامع محلی را احیاء کند و نیز می تواند در تقویت فرهنگ محلی سهیم باشد و در حفظ محیط زیست یا بازسازی محیط زیست طبیعی و انسان ساخت تغییر ایجاد کند.

۲-۳- بومگردی^۱ و بومگردی^۲

بومگردی یا اکوتوریسم، سفری مسئولانه که بیش از هر چیز به طبیعت و حفظ محیط آن توجه دارد. بومگردی در واقع بازدید از زیست بوم یک منطقه می باشد، به طوری که به هیچ یک از ویژگی های محیطی، فرهنگی، طبیعی و اجتماعی اصیل منطقه خدشه ای وارد نشود. بومگردی یا اکوتوریسم، گردشگری است که به بازدید از یک منطقه و جاذبه های آن می رود و از امکاناتش استفاده می کند، اما کمترین اثر منفی را بر ساختار محیط می گذارد. بومگرد خود را نسبت به محیط مسئول می داند و تلاش دارد تا الگوی زیستی و فرهنگی منطقه را حفظ کند.

۲-۴- اقامتگاه بومگردی

اقامتگاه های بومگردی برای پذیرایی از بومگردان و سایر گردشگران علاقه مند به حفظ پایداری محیط زیست ساخته می شود. در این اقامتگاه ها سعی می شود تا کمترین آسیب به محیط وارد آید و مهمان نیز تا حدودی با فرهنگ جامعه میزبان آشنا شود. این اقامتگاه ها معمولا توسط افراد محلی اداره می شوند تا در انتقال ویژگی های اجتماعی و فرهنگی موفق تر عمل کنند. تزیینات و ساختار اقامتگاه های بومگردی نیز تداعی کننده ویژگی های همان منطقه هستند و حتی غذاهای سرو شده در آن نیز از میان خوراک های محلی انتخاب می شوند. توسعه پایدار گردشگری، احیای ارزش های سنتی و بومی، کمک به اقتصاد جامعه محلی و حفظ محیط زیست از فرصت هایی هستند که اقامتگاه های بومگردی در اختیار جوامع مشتاق می گذارند. این یک راه خوب برای به راه انداختن یک کسب و کار کوچک خانوادگی و بومی به شمار می آید. اقامتگاه های بومگردی مناسب برای اقامتی تجملی نیستند و همین موجب تمایز آنها از هتل ها و مهمانسراها می شود. این اقامتگاه ها خود می توانند به عنوان جاذبه، گردشگران را به سوی خود فراخوانده و مناسب اشخاصی هستند که می خواهند ساعاتی را دور از محل زندگی شان بگذرانند و در فرهنگ جامعه میزبان غرق شوند، چیزهای جدید یاد بگیرند و انرژی لازم برای ادامه زندگی را کسب کنند.

۲-۵- گردشگری روستایی و بومگردی

در راستای دستیابی به شعار سال ۲۰۲۱ که توسط سازمان جهانی گردشگری^۳ مشخص شده است، ساکنان روستاها می توانند با پنج محرک تعداد قابل توجهی از گردشگران را به سفر روستایی تشویق کنند. این پنج محرک شامل احیای بازی های محلی، تولید صنایع دستی، طبخ غذاهای سنتی مختص آن منطقه، انجام فعالیت های کسب و کارهای روستاییان توسط گردشگران و وجود مکان های بکر همچون جاده های خاکی است. از سوی دیگر شناسایی پتانسیل های موجود در هر روستا و آداب و رسوم و ارزش های آن روستا می تواند موجب شود تا آموزش های لازم به گردشگران و روستائینان همسو با همین معیارها داده شود. آموزش در بخش های مختلف به روستائینان و گردشگران روستایی اولین گام در توسعه گردشگری روستایی است که متولیان و فعالان بازار گردشگری باید آن را اجرایی کنند. در غیر این صورت نه تنها به نتیجه مطلوب که افزایش درآمد روستائینان و رونق بخشیدن به سبک جدید سفر است دست پیدا نخواهند کرد بلکه عدم اطلاع از چگونگی برخورد با گردشگران موجب دل زدگی آنها از سفر به روستا شده و همچنین حضور گردشگران آموزش ندیده در روستا نیز موجب تخریب محیط زیست در این مکان های بکر خواهد شد. برای اینکه بدانیم چه چیزی را باید آموزش دهیم باید به تحقیق و توسعه در هر کدام از روستاها بپردازیم تا با سنتها، صنایع دستی و ویژگی های دیگر بومیان روستا آشنا شویم. در واقع پس از آشنایی است که می توانیم آموزش های متناسب با جوامع محلی را در نظر بگیریم. احیای سنتها، فرهنگ، صنایع دستی، غذای سنتی، بازی های محلی و غیره، هر منطقه که به فراموشی سپرده شده دارای اهمیت قابل توجهی می باشد. زیرا آنها از مواردی هستند که می توانند موجب جذب گردشگر به مناطق روستایی شود و میزان درآمد ساکنان روستا را تحت تاثیر قرار داده و موجب افزایش درآمد آنها می شود. فعالان حوزه گردشگری باید روستاییان را از منافع که حضور گردشگر در مناطق روستایی برایشان به همراه دارد آگاه کنند تا نه تنها از ورود گردشگران به

1 Eco-Tourism
2 Eco-Tourist
3 UNWTO

روستا ممانعت نکنند، بلکه به دنبال ایجاد شرایطی برای جذب هر چه بیشتر مشتاقان باشند. مهمترین کار در توسعه گردشگری روستایی کارشناسی روستاها و شناسایی پتانسیل‌های موجود در هر کدام از روستاهای کشور است. این پتانسیل‌ها شامل وجود مناطق بکر طبیعی برای طبیعتگردی، صنایع دستی، فرهنگی و غیره می‌شود که با شناسایی آنها می‌توان براساس همین پتانسیل‌ها برنامه ریزی کرده و به جذب گردشگر پرداخته شود. یکی از مواردی که در روستاها را برای گردشگران جذاب می‌کند وجود جاده‌های خاکی است که نمادی از طبیعت بکر و دست نخورده این مناطق است بنابراین با آسفالت کردن این جاده‌ها و مسیرهای تردد آنها تفاوتی در ذهن گردشگر با شهر نخواهند داشت و ویژگی‌های بکری منطقه تحت تاثیر محیط صنعتی قرار گرفته و از جذابیتش کاسته می‌شود. مسئولان راه نیز می‌توانند برای تعمیر آسیب‌ها و ناهمواری‌هایی که در جاده‌ها به علت عوامل طبیعی ایجاد شده است به جای آسفالت از خاک استفاده کنند. از سوی دیگر می‌توان درخصوص عوامل این چنینی آموزش‌های لازم را به روستائیان داد تا مبدا در راستای توسعه گردشگری روستایی گام‌اشتهای بردارند. (روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۳۹۹/۰۹/۱۲)

توسعه گردشگری روستایی کشور می‌تواند بر پایین بودن سطح درآمد در روستاها در مقایسه با مناطق شهری غلبه کند. همچنین به عنوان یک فعالیت اقتصادی جایگزین در اقتصاد تک محصولی، روند توسعه را با تنوع بخشی به اقتصاد روستا و در نهایت اقتصاد ملی تسریع کند و توسعه پایدار ملی را سبب شود. از طریق گردشگری روستایی و حضور این صنعت در روستاها، می‌توان به عدالت اجتماعی و توسعه پایدار در روستاها دست یافت، زیرا توسعه پایدار روستاها خود زمینه ساز توسعه پایدار کشور می‌باشد. (معصوم قدیری و همکاران، ۲۰۱۵)

یکی از مواردی که می‌تواند تعداد قابل توجهی از گردشگران را به یک منطقه جذب کند، غذای محلی است. این مورد اهمیتش به اندازه ای است که گردشگرانی برای صرف غذاهای سنتی و محلی یک منطقه از شهرهای محل سکونت خود به این مناطق سفر می‌کنند. بنابراین در این تحقیق احیای غذاهای محلی که در شهرستان ملایر به دست فراموشی سپرده شده می‌تواند در جذب بیشتر گردشگر به روستاها تاثیرگذار باشد. در این زمینه شهرستان ملایر غذاهای اصیلی را به لیست غذاهای ایرانی معرفی کرده است که این عامل در جذب گردشگران این منطقه بی تاثیر نبوده است.

همچنین درخصوص صنایع دستی که در شهرستان ملایر در گذشته تولید می‌شد اما امروزه از تولید آنها خبری نیست، می‌توان تولید آنها را توسط ساکنان این مناطق مجدداً آغاز کرد و گردشگران را به سفر به مناطقی که دارای صنایع دستی خاصی هستند تشویق کرد. از سوی دیگر اغلب گردشگران داخلی که به روستاهای شهرستان ملایر سفر می‌کنند تمایل دارند برخی از کسب و کارهای روستایی همانند کشاورزی، کار در معدن، دوشیدن شیر و غیره را که ساکنان روستاها آنها را به صورت روزانه انجام می‌دهند تجربه کنند.

همچنین با احیای بازی‌های محلی و آیین‌های سنتی روستاها می‌توان شرایطی را فراهم کرد تا با حضور گردشگرها در این مناطق، آنها نیز چنین مواردی را تجربه کنند تا خاطره دلچسبی از سفر برای آنها ثبت شود و بار دیگر نیز آن روستا را در مقصد سفرهای بعدی خود قرار دهند. اهمیت گردشگری روستایی برای مردم بومی بالاخص از لحاظ اشتغال زنان و جوانان آنها که بطور کل تامین منابع انسانی گردشگری روستایی را به عهده می‌گیرند و با توجه به اطلاعات بومی که بر اثر تجربیات دیداری و شنیداری که از گذشتگان خود دارند می‌توانند راهنمای خوبی برای گردشگران داخلی و خارجی باشند، که این گردشگران از جامعه میزبان روستایی بازدید می‌کنند و هدفشان صرفاً بومگردی می‌باشد (جانسون و لاند، ۲۰۱۷). زمانی که به گردشگری فرهنگی اشاره می‌شود حضور زنان به عنوان راهنمای گردشگری نقشی پر رنگ در گردشگری مقاصدی مثل آفریقای جنوبی را دارد. با توجه به تحقیقاتی که در شبکه CBC TV به عنوان مثال در مشاغلی که برای بومیان از لحاظ جنسیت و پیوند خانوادگی و سطح توانایی و فهم افراد بومی آفریقای جنوبی به عمل آمد نشان داده که تاثیر حضور زنان روستایی در مشاغل گردشگری و بهره‌وری منطقه گردشگری تاثیر مستقیم دارد و کارآفرینی بومی بر غیر بومی ترجیح داده می‌شود (روکس و همکاران، ۲۰۱۶). در این پژوهش به اثر مثبت اقتصادی زنان در جامعه گردشگری اشاره شده و توانایی آنها را به عنوان کمک به معیشت خانواده‌های روستایی برجسته می‌کند.

۳- معرفی جامعه مورد تحقیق

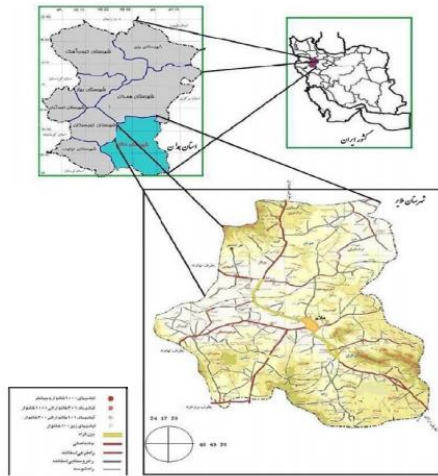
۳-۱- پیشینه شهرستان ملایر

ملایر از دو واژه «مال» و «آگر»، ترکیب شده است. در لغت مال به معنای «خانه» و آگر نیز به معنای «آتش» است. از این رو ترکیب این دو واژه «مال آیر»، یعنی «سرزمین آتش» را ایجاد کرده است. البته از دیدگاه گروهی از کارشناسان و محققان، ترکیب این دو واژه، به «سرزمین آریایی‌ها» نیز تعبیر شده است. بر طبق کاوش‌هایی که در ۱۵ کیلومتری غرب شهرستان ملایر در مکانی که به «تپه نوشیجان^۱» نام گرفته است، انجام گرفته و در طی این تحقیقات در این تپه باستانی، سه طبقه مورد شناسایی قرار گرفت. طبقه نخست متعلق به مادها، طبقه دوم متعلق به هخامنشیان و طبقه سوم متعلق به ساسانیان عنوان شده است. برخی

۱- نوشیجان آتشکده و قلعه‌ای باستانی در ۱۵ کیلومتری شمال غرب شهرستان ملایر و روبروی روستا شوشاب قرار دارد

از باستان شناسان معتقدند که قدیمی ترین سندی که نشان می دهد شهر ملایر در دوران ساسانیان وجود داشته، حک شدن کلمه «Malayir» که نشان از نام شهرستان ملایر می باشد روی سکه های این دوران است که برخی از آن ها امروزه برجای مانده است (اداره میراث فرهنگی و گردشگری شهرستان ملایر).

۳-۲- وضعیت گردشگری شهرستان ملایر



شهرستان ملایر یکی از شهرستان های استان همدان می باشد که پس از همدان بزرگ ترین شهرستان این استان است. شهرستان ملایر به دلیل داشتن زمین های کشاورزی گسترده، جمعیت روستایی زیادی دارد. تولید مبل، از اصلی ترین مشاغل در این شهرستان است و شهرستان ملایر را به عنوان بزرگ ترین تولید کننده مبل در کشور معرفی کرده است. همچنین نام ملایر در لیست شهرهای صنایع دستی کشور به «شهر ملی مبل و منبت» ثبت شده است. شهرستان ملایر از شمال به شهرستان های همدان و تویسرکان، از غرب به شهرستان نهاوند در استان همدان محدود است. همچنین این شهرستان از جنوب به شهرستان بروجرد در استان لرستان و از شرق به شهرستان اراک در استان مرکزی محدود می شود. زبان غالب ساکنین این شهرستان، زبان لُری است و همچنین بالغ بر ۸۵ درصد جمعیت این شهرستان از مردم لُری می باشند.

شکل شماره ۱- نقشه شهرستان ملایر و موقعیت آن در استان همدان و کشور ایران

آب و هوای معتدل کوهستانی باعث شده است که تابستان یکی از بهترین زمان های سفر به شهر ملایر باشد. شهرستان ملایر دارای آب و هوای مناسب و پتانسیل های طبیعی با ارزشی است که تاکنون از ظرفیت مناسب خود در حد استاندارد نتوانسته گردشگر جذب نماید. شهرستان ملایر شهری دانشگاهی است و از حیث دانشگاه ها و مراکز آموزشی ملایر دارای ۱۳ دانشگاه مستقل می باشد و بالغ بر ۳۰/۰۰۰ دانشجو و ۶۰۰ نفر عضو هیئت علمی در آن به تحصیل، آموزش و پژوهش مشغول هستند. با توجه به این موضوع از قشر دانشجو فرهنگ ها و پوشش هایی بر این شهر تحمیل شده است که به نسبت فرهنگ بومی، فرهنگی تهاجمی برای جوانان این شهرستان می باشد. همچنین شهرستان ملایر بدین وسیله می تواند فرهنگ خود را به شهرهای دیگر معرفی کرده و تبلیغ پشتوانه ای خوبی بابت جذب گردشگر در آینده برای این شهر فراهم می آورد (شهرداری شهر ملایر).

۴- روش تحقیق

در ادامه این تحقیق به توسعه گردشگری شهرستان ملایر از جنبه های اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی، زیست محیطی و سیاسی را بر اساس روش SWOT را در ذیل به بررسی و تحلیل پرداخته و مواردی که به عوامل داخلی ماتریس IFE (نقاط قوت، نقاط ضعف) و عوامل خارجی ماتریس EFE (فرصت ها و تهدیدها) برای این شهرستان از لحاظ جنبه های ذکر شده هست را به صورت مفصل و موردی پرداخته ایم.

۵- ابزار پژوهش

روش های پژوهشی که در این تحقیق بکار رفته حاصل روش های مطالعه کتابخانه ای، مقالات، اینترنت و پایان نامه ها و مصاحبه با اشخاص بومی با تحصیلات مربوطه برای جمع آوری داده ها استفاده شده است. همچنین با مشخص داشتن چارچوب های تحقیق از روش SWOT به بررسی و پژوهش پرداخته شده است.

۶- یافته های تحقیق

جدول شماره ۱- ماتریس عوامل داخلی و خارجی جنبه های اجتماعی و فرهنگی

ماتریس عوامل خارجی (EFE) فرصت‌ها و تهدیدهای اجتماعی و فرهنگی			ماتریس عوامل داخلی (IFE) نقاط قوت و ضعف اجتماعی و فرهنگی				
ردیف	رتبه	فرصت‌ها (Opportunities)	ردیف	رتبه	نقاط قوت (Strengths)	ردیف	
0.44	4	0.11	01- برنامه ریزی برای جذب هر چه بیشتر گردشگران	0.52	4	0.13	s1 - فرهنگ، آداب و رسوم غنی مردم بومی شهرستان
0.16	2	0.08	02- افزایش تجارب فرهنگی مردم بومی	0.24	3	0.08	s2-افزایش تحصیلات دانشگاهی در بین اقشار جامعه مورد نظر در سال های اخیر
0.18	2	0.09	03- افزایش نیروی انسانی حرفه ای گردشگری	0.24	3	0.08	s3- وجود جمعیت جوان
0.30	3	0.10	04- گسترش مراکز جهت ارائه محصولات صنایع دستی	0.40	4	0.10	s4- سازگاری قومیت های مختلف در منطقه
0.30	3	0.10	05- ایجاد جذابیت منطقه از طریق برگزاری جشن ها	0.36	4	0.09	s5- مهمان نوازی و خونگرمی مردم محلی نسبت به گردشگران
0.16	2	0.08	06- افزایش سطح سواد و افراد با تحصیلات دانشگاهی				
			تهدیدها (Threat)				نقاط ضعف (Weakness)
0.16	2	0.08	T1- ضعف فرهنگ مشتری مداری	0.22	2	0.11	w1- تبعیض حقوق زنان بالاخص در روستاها
0.24	3	0.08	T2- کم رنگ شدن آداب و رسوم و سنن مردم بومی با وجود دانشجویان شهرهای دیگر و با ورود گردشگران	0.24	2	0.12	w2- نبود تبلیغات مناسب برای کلیه جاذبه های گردشگری
0.44	4	0.11	T3- عدم توجه به تخریب و فرسودگی آثار باستانی، تاریخی و گردشگری	0.09	1	0.09	w3- وجود مشکل بیکاری برای جوانان
0.09	1	0.09	T4- افزایش بیکاری مردم روستاهای منطقه	0.09	1	0.09	w4- وجود مشکل فقر در بین اکثریت مردم منطقه
0.16	2	0.08	T5- افزایش مهاجرت مردم روستاها به کلان شهرها	0.22	2	0.11	w5- وجود مشکلات اجتماعی نظیر اعتیاد، فساد و دزدی بالاخص برای جوانان
2.63		1.00		2.62		1.00	جمع:

توجه: ۶ و ۷

جدول شماره ۲- ماتریس عوامل داخلی و خارجی جنبه های اقتصادی

ماتریس عوامل داخلی (IFE) - نقاط قوت و ضعف اقتصادی				ماتریس عوامل خارجی (EFE) - فرصت ها و تهدیدهای اقتصادی				
جنبه	نقاط قوت (Strengths)			فرصت ها (Opportunities)	تهدیدها (Threat)	نقاط ضعف (Weakness)		
	نمبر	رتبه	نمره			نمبر	رتبه	نمره
کی-صنایع	S1	4	0.11	O1	4	0.12	0.48	0.44
	S2	3	0.11	O2	2	0.10	0.20	0.33
	S3	3	0.11	O3	2	0.10	0.20	0.33
	S4	3	0.10	O4	2	0.09	0.18	0.30
	S5	3	0.09	O5	3	0.11	0.33	0.27
	W1	2	0.14	T1	4	0.11	0.44	0.28
	W2	1	0.10	T2	3	0.10	0.30	0.10
	W3	2	0.12	T3	3	0.09	0.27	0.24
	W4	2	0.12	T4	2	0.07	0.14	0.24
				T5	3	0.11	0.33	0.24
جمع:							2.87	2.53
						1.00		1.00

جدول شماره ۳- ماتریس عوامل داخلی و خارجی جنبه های زیست محیطی

ماتریس عوامل داخلی (IFE) - نقاط قوت و ضعف زیست محیطی				ماتریس عوامل خارجی (EFE) - فرصت ها و تهدیدهای زیست محیطی			
جنبه	نقاط قوت (Strengths)	ضریب	رتبه	نقطه	فرصت ها (Opportunities)	ضریب	رتبه
تهدیدها (Threat)	w1- عدم هماهنگی دستگاه های مرتبط با ضوابط زیست محیطی	0.10	1	0.44	T1- تخریب پوشش گیاهی، مراتع و جنگل ها با توسعه فعالیت های گردشگری	0.11	4
	w2- وجود ضعف در سیستم جمع آوری و دفع زباله های شهری	0.09	2	0.44	T2- نابودی جاذبه های اکوتوریسم منطقه در اثر بی توجهی مسئولین و مردم	0.11	4
	w3- وجود ضعف در دفع مناسب فاضلاب شهری	0.10	2	0.20	T3- آلودگی محیط شهری با وجود عدم دفع مناسب فاضلاب شهری	0.10	2
	w4- آلوده بودن محیط زیست تالاب ها و رودخانه ها	0.10	2	0.20	T4- آلودگی آب رودخانه ها به علت جاری شدن فاضلاب شهری به رودخانه ها	0.10	2
	w5- کاهش سطح آبهای زیرزمینی با حفر بی رویه چاه ها	0.08	1	0.44	T5- آسیب به گونه های گیاهی و انزوال زیستی جانوری	0.11	4
جمع		1.00		2.47		1.00	
نقاط ضعف (Weakness)	s1- مساعد بودن شرایط محیط زیستی برای جذب سرمایه گذاری گردشگری	0.12	4	0.48	01- بهره گیری از جاذبه های بکر طبیعی منطقه نظیر تالاب ها، رودخانه ها، کوه ها و ...	0.11	4
	s2- وجود اقلیم مناسب آب و هوایی متنوع	0.11	3	0.33	02- اهمیت مناطق بکر طبیعی برای جذب سرمایه گذاری جهت اکوتوریسم منطقه	0.11	3
	s3- وجود آرامش زیست محیطی برای جذب گردشگران	0.09	3	0.27	03- حفظ و تقویت پوشش گیاهی اطراف رودخانه جهت شفافیت آب رودخانه	0.07	1
	s4- وجود درختان بزرگ بسیار که متضمن هوا پاک شهر هستند	0.11	3	0.33	04- امکان استفاده از فاضلاب های شهری جهت توسعه فضای سبز شهری و زارعی	0.09	2
	s5- وجود منطقه زیست محیطی متنوع گیاهی و جانوری	0.10	3	0.30	05- افزایش و نگهداری درختان و فضاهای سبز شهری جهت تصفیه هوا و زیبایی منظره گردشگری	0.09	2
جمع		1.00		2.92		1.00	

کلیتجه (مست):

سال پنجم، شماره ۵ (پیاپی: ۳۱)، زمستان ۱۴۰۱

جدول شماره ۴- ماتریس عوامل داخلی و خارجی جنبه های سیاسی

ماتریس عوامل داخلی (IFE) - نقاط قوت و ضعف سیاسی				ماتریس عوامل خارجی (EFE) - فرصت ها و تهدیدهای سیاسی				
جنبه	نقاط قوت (Strengths)	رتبه	نمبر	فرصت ها (Opportunities)	رتبه	نمبر	جنبه	
سیاسی	S1- منطقه مهم گردشگری در غرب کشور	4	0.11	O1- حمایت نسبی دولت های محلی در برگزاری نمایشگاه میل و جشنواره شیره پزان و ...	4	0.36	فرصت ها	
	S2- جشنواره مبلمان ملایر و تبلیغات آن از سوی دولت محلی و سرمایه گذاران بخش خصوصی	4	0.11	O2- ایجاد و افزایش جاده های آسفالت شده جهت فعالیتهای حمل و نقل، ترانزیت و توریستی	2	0.16		
	S3- وجود نظارت اجتماعی از سوی دولت محلی	4	0.09	O3- افزایش تابلوهای راهنمایی و رانندگی جهت استفاده گردشگران	2	0.12		
	S4- وجود شورای شهر و روستای متمرکز	3	0.10	O4- افزایش امکانات رادیو، اینترنت، مخابرات و پست برای استفاده گردشگران	2	0.18		
	S5- وجود امنیت برای گردشگران	4	0.11	O5- افزایش خدمات جهاد کشاورزی برای استفاده کشاورزان منطقه گردشگری	2	0.12		
				O6- توسعه خدمات عمومی شهری برای روستاهای منطقه گردشگری نظیر آب، برق، گاز و تلفن	2	0.14		
		نقاط ضعف (Weakness)			تهدیدها (Threat)			
		W1- عدم آموزش مناسب مردم محلی در جلب نظر گردشگران	2	0.10	T1- افزایش قیمت بنزین و کاهش سفرهای انجام شده به شهرستان ملایر	4	0.40	تهدیدها
		W2- کمبود نیروهای متخصص در دولت های محلی	1	0.09	T2- افزایش تحریم ها اقتصادی بین المللی علیه کشور و کاهش مراجعات گردشگران به منطقه	3	0.30	
		W3- عدم تامین زیرساختهای مناسب برای گردشگران	2	0.11	T3- عدم وجود نیروهای متخصص در معاونت اجرایی	2	0.12	
		W4- عدم دسترسی مناسب به وسایل حمل و نقل عمومی	2	0.10	T4- عدم وجود سیاست های تبلیغات و بازاریابی مناسب برای همه جاذبه های گردشگری در سطح فراملی	3	0.27	
		W5- عدم وجود بزرگراه های مناسب شهری و خارج شهری	1	0.08	T5- بی تفاوتی دولت به بازدهی جذب اکوتوریسم منطقه	3	0.30	
				T6- عدم وجود سیاستگذاری مناسب جهت مرمت آثار باستانی، تاریخی و گردشگری	4	0.40		
جمع			1.00			2.87		
			2.77			1.00		

۷- آزمون فرضیات

با توجه به جدول شماره ۱ ماتریس عوامل داخلی IFE که جمع آن عدد ۲/۶۲ شده و همچنین ماتریس عوامل خارجی EFE که جمع آن عدد ۲/۶۳ شده است، می‌بایست در جدول SWOT در قسمت استراتژی تهاجمی (SO) نقطه قرار گیرد. این تحلیل به معنای این است که شهرستان ملایر از جنبه اجتماعی و فرهنگی می‌بایست استراتژی تهاجمی (SO) (مبتنی بر رشد و توسعه) را در پیش گیرد و تصمیمی در جهت کم کردن نقاط ضعف داخلی و جلوگیری از تهدیدهای ناشی از محیط خارجی را اتخاذ کند. بررسی کاربردی این تحلیل نشان می‌دهد که شهرستان ملایر از لحاظ اجتماعی و فرهنگی در شرایط مطلوبی نبوده و موقعیتی تهاجمی و روبه رشد را دارد.



شکل شماره ۲- مشخص نمودن جایگاه استراتژی‌ها در نمودار SWOT

با توجه به جدول شماره ۲ ماتریس عوامل داخلی IFE که جمع آن عدد ۲/۵۳ شده و همچنین ماتریس عوامل خارجی EFE که جمع آن عدد ۲/۸۷ شده می‌بایست در جدول SWOT در قسمت استراتژی تهاجمی (SO) نقطه قرار گیرد. این تحلیل به معنای این است که شهرستان ملایر از جنبه اقتصادی نیز می‌بایست استراتژی تهاجمی (SO) (مبتنی بر رشد و توسعه) را در پیش گیرد و تصمیمی در جهت کم کردن نقاط ضعف داخلی و جلوگیری از تهدیدهای ناشی از محیط خارجی را اتخاذ کند. بررسی کاربردی این تحلیل نشان می‌دهد که شهرستان ملایر از لحاظ اقتصادی در شرایط مطلوبی نبوده و موقعیتی تهاجمی و روبه رشد را دارد. جدول پایانی، جدول شماره ۴ ماتریس عوامل داخلی IFE که جمع آن عدد ۲/۷۷ شده و همچنین ماتریس عوامل خارجی EFE که جمع آن عدد ۲/۸۷ شده می‌بایست در جدول SWOT در قسمت استراتژی تهاجمی (SO) نقطه قرار گیرد. این تحلیل به معنای این است که شهرستان ملایر از جنبه سیاسی می‌بایست استراتژی تهاجمی (SO) (مبتنی بر رشد و توسعه) را در پیش گیرد و تصمیمی در جهت کم کردن نقاط ضعف داخلی و جلوگیری از تهدیدهای ناشی از محیط خارجی را اتخاذ کند. بررسی کاربردی این تحلیل نیز نشان می‌دهد که شهرستان ملایر از لحاظ سیاسی در شرایط مطلوبی نبوده و موقعیتی تهاجمی و روبه رشد را دارد.

جدول شماره ۵- نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

نقاط ضعف- W	نقاط قوت- S	SWOT
در جداول شماره ۱، ۲، ۳ و ۴ در قسمت نقاط ضعف توضیح داده شده است.	در جداول شماره ۱، ۲، ۳ و ۴ در قسمت نقاط قوت توضیح داده شده است.	
<p>استراتژی محافظه کارانه/ استراتژی توسعه بازار WO -</p> <p>۱- برنامه ریزی و حمایت دولت از بخش‌های خصوصی گردشگری و NGO ها برای استخدام مردم محلی، تا بدین وسیله مشکل فقر، بیکاری و اعتیاد مردم بومی شهرستان ملایر حل شود.</p> <p>۲- افزایش سطح سواد در جوانان موجب کاهش مشکلات اجتماعی نظیر اعتیاد، فساد و دزدی در محله‌های شهرستان ملایر.</p> <p>۳- تشویق و حمایت دولت از فرهنگ اصیل مردم بومی منطقه نظیر میل سازی و منبت کاری و محصولات تولیدی از انگور و صنایع دستی و موسیقی محلی.</p> <p>۴- حمایت دولت برای افزایش زیرساختها، امور مخابراتی، پست.</p>	<p>استراتژی تهاجمی/ توسعه محصول- SO</p> <p>۱- پیشبرد اهداف گردشگری با توجه به فرهنگ بومی مردم منطقه.</p> <p>۲- برپایی جشنواره های تجاری به منظور اشتغال جوانان تحصیلکرده بومی ملایر.</p> <p>۳- جذب گردشگران بیشتر با توجه به مهمان نوازی مردم بومی منطقه.</p> <p>۴- ایجاد موقعیت هایی برای شناساندن هر چه بهتر پیشینه ی باستانی، معماری و فرهنگی و اکوتوریسم منطقه جهت اشتغال مردم بومی و رشد صنعت گردشگری در شهرستان ملایر.</p> <p>۵- توسعه زیرساختهای کاربردی برای رضایت گردشگران موجب توسعه صنعت گردشگری در ملایر می شود.</p>	<p>فرصت‌ها - O</p> <p>در جداول شماره ۱، ۲، ۳ و ۴ در قسمت فرصت‌ها توضیح داده شده است.</p>

<p>استراتژی تدافعی/استراتژی مشارکت WT ۱ - فرهنگ سازی گردشگری و آموزش آن برای مردم محلی ملایر.</p> <p>۲- تدوین قوانین و ضوابط خاصی برای حفظ و توسعه محیط زیست منطقه جهت بهره برداری اکوتوریسم ملایر.</p> <p>۳- تقویت شرکتهای حمل و نقل شهری و ریلی.</p> <p>۴- برقراری امنیت از سوی دولت‌های محلی در فضای شهری و خارج شهری.</p> <p>۵- تقویت واحدها و تسهیلات گردشگری در مقابله با حوادث و بلایای طبیعی.</p>	<p>استراتژی رقابتی/استراتژی تنوع-ST</p> <p>۱- با بهره گیری از دانش جوانان و اشتغال آنان باعث کاهش مهاجرت روستائیان منطقه به شهرهای دیگر شویم.</p> <p>۲- با اشتغال زنان به صنایع دستی باعث کاهش فقر و ارتقاء فرهنگ بومی در نزد شهرها و استانها و کشورهای دیگر شده و باعث جذب توریست های بیشتر به منطقه ملایر شویم.</p> <p>۳- معرفی و تبلیغ اماکن باستانی، توریستی و مذهبی در رسانه های اجتماعی و رسانه های جمعی.</p> <p>۴- برنامه ریزی جهت بهره برداری از اکوتوریسم شهرستان ملایر برای توسعه پایدار شهری و روستایی.</p>	<p>تهیدیدها- T</p> <p>در جداول شماره ۱، ۲، ۳ و ۴ در قسمت تهیدیدها توضیح داده شده است.</p>
---	--	---

۸- نتیجه گیری و پیشنهادها

۸-۱- نتیجه گیری

مقاصد گردشگری شهری ایران به علت آنکه جاذبه های تاریخی و فرهنگی بسیاری دارند، در اغلب موارد مقاصد گردشگری مهمی برای گردشگران محسوب می شوند. جاذبه های متنوع و بزرگی شامل موزه ها، مکان های تاریخی، مکان های بکر طبیعی و مکان های گردشگری دیگر که خود موجب اشتیاق گردشگر به سفر به این مقاصد می شود.

هدف گردشگری در فضاهای شهری ایران در راستای انگیزه های متفاوتی صورت می گیرد که برخی از مهمترین آنها شامل دیدار دوستان و خویشاوندان، حضور در نمایشگاه ها و کنفرانس ها، بازدید از میراث فرهنگی، سفرهای مذهبی، حضور در مراسم های مختلف، رفع مسائل درمانی- بهداشتی، خرید سوغاتی ها، امورات ورزشی، امورات آموزشی، سفرهای روزانه و اداری و دلایل شخصی می شود. بر مبنای این انگیزه ها عملکرد در فضای شهری چند بعدی می شود. رویکرد به درون در پاسخگویی به نیازهای اقتصادی و رویکرد به بیرون در کنش متقابل فرهنگی و اجتماعی یا در بعضی موارد تضادهای ناشی از آن می باشد.

انگونه که در این تحقیق بیان شد می توانیم بگوییم با توجه به توان ها و استعدادها بالقوه ای که در شهرستان ملایر وجود دارد هنوز توان ها و استعدادهایی هستند که یا به آنها از طریق مسئولین شهری و روستایی پرداخته نشده و یا کم اهمیتی به آنها موجب شده که این شهرستان با توجه به جاذبه های خاص طبیعی و تاریخی گردشگری که دارد ولی هنوز بازدهی کامل گردشگری خود را از بابت جذب گردشگر نداشته باشد. با این وجود این منطقه از لحاظ اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی، زیست محیطی و سیاسی در حال رشد و توسعه است و امید است در ادامه راه بتواند توان های بالقوه گردشگری منطقه را به بازدهی مورد انتظار برساند و مسئولین شهری و روستایی و دولت های محلی توجه خود را مبدول به این نکته داشته باشند، که این شهرستان می تواند به گردشگران خارجی نیز خدمات بهینه دهد و پایگاه مناسبی برای جذب گردشگران خارجی باشد. البته باید در این راه اهمیت زیادی به فرهنگ سازی، آموزش و تبلیغات داد و این نکته را مسئولین در نظر داشته باشند که هزینه ای که بابت تبلیغات جاذبه های گردشگری منطقه می پردازند باعث درآمدزایی می شود و کلی از معضلات اجتماعی با ایجاد اشتغال و درآمد مردم محلی از بین می رود.

۸-۲- پیشنهادهای بر آمده از پژوهش

- همانطور که در مباحث این تحقیق آورده شده برای برنامه ریزی و توسعه استعدادهای پایدار گردشگری محلی شهرستان ملایر می توان به حفظ محیط اکولوژیک و بهره برداری از جاذبه های اکوتوریسم ناب شهرستان ملایر نظیر منطقه حفاظت شده لشگر و تالاب کرد خورد و فرهنگ سازی نزد مردم محلی و گردشگران یاد کرد.
- جذب سرمایه گذاران محلی در امور گردشگری این شهرستان بی تاثیر نخواهد بود و دولت با روش هایی چون وام های بلند مدت کم بهره، مالیات کمتر و تشویق جوانان تحصیلکرده به فعالیت های گردشگری عامل مهمی در رشد شاخص های اقتصادی این شهرستان رقم خواهد زد.
- اهمیت بیشتر به ساخت مبلمان و منبت کاری و صنایع دستی و مراسمات خاص سالانه همچون جشن شیره و جشن برداشت انگور تبلیغ مناسب آن توسط NGO ها و خود مردم بومی و بازاریابی مناسب برای آن از دیگر موارد رشد پایداری گردشگری این منطقه می تواند باشد.
- بهره جستن از شرکت های مجرب ایرانی در امر گردشگری و استفاده از نیروهای جوان بومی فعال در گردشگری
- هزینه هایی که دولت برای زیرساختها مقدر می دارد باید بیشتر شود تا ابزارآلات اولیه جذب گردشگر در اختیار شرکت های گردشگری که مبادرت به جذب توریست به این منطقه می کنند فراهم باشد.

۱. اصغرپور محمد جواد، (۱۳۷۷)، «تصمیم‌گیری‌های چند معیاره»، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۲. اداره میراث فرهنگی و گردشگری شهرستان ملایر .
۳. درام اندی، (۱۳۸۸)، «مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت اکوتوریسم»، ترجمه رنجبر محسن، تهران، چاپ اول، انتشارات ایبیز.
۴. رفاهی دهر میترا، شمس مجید، (۱۳۹۷)، «ارزیابی توانمندی‌های شهرستان ملایر با تاکید بر روستای هدف گردشگری مانیزان با استفاده از مدل SWOT»، فصلنامه فضای گردشگری.
۵. زردان م، بهمنی م، (۱۳۹۴)، «گردشگری روستایی و اصول توسعه گردشگری پایدار»، همایش ملی عمران و معماری با رویکردی بر توسعه پایدار .
۶. سرور رحیم، «فرهنگ لغات و اصطلاحات جغرافیای انسانی (واژگان برنامه‌ریزی ناحیه‌ای، شهری و روستایی)»، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر ری.
۷. شمسی هژیر، رشیدی محسن، «برنامه‌ریزی توریسم شهری با تاکید بر توسعه پایدار با استفاده از مدل SWOT مطالعه موردی: شهر سردشت» .
۸. شهرداری شهر ملایر .
۹. کیانی سلمی صدیقه و همکاران، (۱۳۹۶)، «ارزیابی فرآیند توسعه گردشگری بر اساس مدل چرخه حیات مقصد (نمونه موردی: شهرستان بویراحمد)»، فصلنامه جغرافیای گردشگری .
۱۰. محمودی عبدالصمد، (۱۳۹۲)، «صنعت توریسم و چهره مدنی فرهنگ»، نشریه توریسم، شماره ۱۲.
۱۱. موسوی سید داود و همکاران، (۱۳۹۳)، «سنجش میزان پایداری محله‌های شهری با استفاده از HDI و تکنیک پهنه بندی موریس (نمونه موردی شهر ملایر)»، فصلنامه آمایش محیط .
۱۲. مهندسین مشاور زیستا، (۱۳۹۹)، «طراحی شهری ملایر».
13. Acharya, B., & Halpenny, E. (2013). Homestays as an alternative tourism product for sustainable community development: A case study of women managed tourism product in rural Nepal. *Tourism Planning and Development*, 10(4), 367–387.
14. Adams, W. M., & Hulme, D. (2001). Conservation and communities: Changing narratives, policies and practices in African conservation. In D. Hulme & M. Murphree (Eds.), *African wildlife and livelihoods: The promise and performance of community conservation*. London: James Currey .
15. Adesiji, G. B., Ibrahim, S. O., & Komolafe, S. E. (2018). A study on entrepreneurial skill practices among rural women in Kwara state, Nigeria. *Agricultural Science and Technology*, 10(2), 121–128. <https://doi.org/10.15547/last.2018.02.025>
16. Bel, F., Lacroix, A., Lyser, S., Rambonilaza, T., & Turpin, N. (2015). Domestic demand for tourism in rural areas: Insights from summer stays in three French regions. *Tourism Management* , 46-47.
17. Bramwell, B., & Lane, B. (2012). Towards innovation in sustainable tourism research? *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 1–7.
18. Che Aziz, Roslizawati ., Nik Hashim ,Nik Alif Amri ., Awang, Zaimatul ., 2018 , *Tourism Development in Rural Areas: Potentials of Appreciative Inquiry Approach* ,2-5 .
19. Dyson, Robert, G., 2004, *Strategic Development and SWOT analysis at the University of Warwick*, 19. *European Journal of Operational Research*, 10,12.
20. <https://www.moaser.com> . 20.
21. <https://www.irna.ir> .
22. Makandwa ,G ., Klerk, S de., Saayman, A . 2021., *Community-based tourism for sustainability: The entrepreneurial skills of the rural women in Southern Africa* .19-21,
23. Zhou, A. P. (2010). An analysis of the role of Naxi women in Lijiang tourism. *Thinking Skills and Creativity*, 36(S1), 143–148.