

نقش توسعه گردشگری در مدیریت شهری (با تاکید بر شهر املش)

www.ketab.ir

تألیف:

حیدر ابراهیمی

سرشناسه	:	ابراهیمی، حیدر، ۱۳۵۱ -
عنوان و نام پدیدآور	:	نقش توسعه گردشگری در مدیریت شهری (با تاکید بر شهر املش) / مولف حیدر ابراهیمی.
مشخصات نشر	:	تهران: علم استادان، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	:	۱۲۲ ص: مصور.
شابک	:	978-622-99473-5-7
وضعیت فهرست نویسی	:	فیپا
موضوع	:	گردشگری -- ایران -- املش -- نمونه پژوهی
موضوع	:	Tourism -- Iran -- Amlash -- Case studies
رده بندی کنگره	:	DSRT۰۷۳/م۷ الف ۳ ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	:	۹۵۵/۲۳۲۳
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۲۶۶۸۷۲

این اثر مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است. هرکس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف (ناشر) نشر، یا بخش یا عرضه کند مورد پیگیری قانونی قرار خواهد گرفت.

نقش توسعه گردشگری در مدیریت شهری (با تاکید بر شهر املش)

تألیف: حیدر ابراهیمی

ناشر: علم استادان	نوبت چاپ: اول / آبان ۱۳۹۹
طراح جلد: احمد شهبازی	قیمت: ۳۰۰۰۰۰ ریال
صفحه آرای: انتشارات علم استادان	لیتوگرافی: نقش آفرین
شمارگان: ۱۰۰۰	چاپ و صحافی: فراز اندیش
تعداد صفحات: ۱۲۲	شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۹۴۷۳-۵-۷

دفتر انتشارات: میدان انقاب، خیابان انقلاب، پلاک ۱۳۴۸، طبقه ششم، انتشارات علم استادان.

شماره تماس: ۰۹۱۰-۵۹۷۵۷۲۷ و ۶۶۴۱۸۴۵۷، ۶۶۴۱۸۴۹۳ و ۶۶۴۱۸۴۵۷-۵۹۷۵۷۲۷-۰۹۱۰

فروشگاه: میدان انقلاب، خ انقلاب، پلاک ۱۳۴۸، همکف، کانون اندیشه.

شماره تماس: ۶۶۴۰۵۴۴۸، ۶۶۴۰۹۹۵۲، ۶۶۴۰۹۹۸۲ و ۵۹۷۵۷۲۷-۵۹۷۵۷۲۷-۰۹۱۰

پیشگفتار

شهرستان املش با مساحت $403/8$ کیلومتر مربع، جمعیتی بالغ بر 46398 نفر مشتمل بر دویخش، دونقطه شهری و پنج دهستان و دارای 146 آبادی (129 آبادی دارای سکنه و 17 آبادی خالی از سکنه)، بدلیل برخورداری از جاذبه‌های گردشگری با چشم اندازهای زیبا و غنی از آثار باستانی و به ثبت رسیده، از موقعیت ممتازی در پهنه جغرافیای گیلان برخوردار است لکن بدلائل عدیده دیگر من جمله بن بست قرار گرفتن املش وعدم توجه مسئولین محلی در زمینه برنامه ریزی و اقدام در جهت معرفی جاذبه‌ها و توسعه زیر ساخت‌ها موجب شده است تا گردشگران از وجود پتانسیل‌های شهرستان اطلاع چندانی نداشته باشند و در نتیجه صنعت توریسم در املش کمرنگ جلوه نماید.

با توجه به اهمیت موضوع در خصوص شناسایی قابلیت‌های گردشگری املش به منظور رونق صنعت توریسم و توسعه شهرستان و شهر ضرورت دارد تا بر اساس رهیافتهای مبتنی بر تحقیقات علمی و میدانی برنامه ریزی‌های راهبردی تدوین و به اجرا درآید لذا در تهیه و تدوین این کتاب بدواً فرایند تحقیق علمی و میدانی در دستور کار قرار گرفته که طی آن جامعه آماری شوراهای اسلامی، دهیاران و رؤسای ادارات شهر و روستاهای شهرستان - متغیر مستقل تحقیق جاذبه‌های گردشگری و متغیر وابسته آن گردشگران داخلی و خارجی - هدف تحقیق شناسایی جاذبه‌های گردشگری شهرستان و استفاده از یک سیستم مدیریتی نوین در برنامه ریزی استراتژیک در تعیین طرح‌ها و اقدام در جهت معرفی جاذبه‌ها بمنظور توسعه گردشگری بوده و در آن به ساکنین روستاها و شهر به مثابه جامعه ذینفعان نگریسته می‌شود.

مضافاً اینکه در تحقیق صورت گرفته، روش تحقیق توصیفی و تحلیلی و برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده گردیده، فرضیات در زمینه توانمندی جاذبه‌ها در جهت توسعه صنعت توریسم املش و نقش و تأثیر مدل ارزیابی متوازن در شکوفایی آن بیان شده که در بررسی آزمون فرضیه‌های تحقیق مورد نظر، از آزمون نسبت‌های p و با استفاده از نتایج پرسشنامه‌ها، فرضیات با 95% سطح اطمینان آزمون گردیده اند که با توجه به نتایج تحقیق و آزمون فرضیه‌ها، توانمندی جاذبه‌های توریستی املش و نقش مدل ارزیابی متوازن در برنامه ریزی‌ها جهت توسعه متوازن شهرستان، تایید گردیده است. لکن ضرورت دارد تا مسئولین محلی طی برنامه ریزی اصولی با رویکرد نوین استراتژیک و استفاده از مدل ارزیابی متوازن در جهت معرفی جاذبه‌ها و توسعه زیر ساخت‌ها، زمینه توریسم پذیری شهرستان را فراهم سازند که به همین منظور پیشنهادات و راهکارهای توسعه‌ای در حوزه‌های مختلف تبلیغات، مدیریت و برنامه ریزی، زیرساخت‌ها خدمات توریستی و پروژه‌ها ارائه گردیده است.

فهرست مطالب

فصل اول- مروری بر کلیات تحقیق.....	۹
۱-۱ طرح تحقیق.....	۹
۱-۱-۱ بیان مسئله، ضرورت و اهمیت تحقیق.....	۹
۱-۱-۲ اهداف تحقیق.....	۱۰
۲-۱ سوالات اساسی و فرضیه‌های تحقیق.....	۱۱
۱-۲-۱ سوالات اساسی تحقیق.....	۱۱
۲-۲-۱ فرضیه‌های تحقیق.....	۱۱
۳-۱ متغیرها و شاخصهای تحقیق.....	۱۱
۱-۳-۱ متغیرهای تحقیق.....	۱۱
۱-۱-۳-۱ متغیر وابسته.....	۱۱
۲-۱-۳-۱ متغیر مستقل.....	۱۲
۲-۳-۱ شاخصهای تحقیق.....	۱۲
۴-۱ پیشینه‌ی تحقیق.....	۱۴
۵-۱ واژه‌ها و مفاهیم.....	۱۵
۱-۵-۱ توریسم.....	۱۵
۲-۵-۱ توریست (جهانگرد).....	۱۵
۳-۵-۱ جهانگردی.....	۱۵
۵-۵-۱ گردشگر داخلی.....	۱۶
۶-۵-۱ گردشگر خارجی.....	۱۷
۷-۵-۱ جاذبه‌های گردشگری.....	۱۷
۸-۵-۱ اوقات فراغت.....	۱۷
۹-۵-۱ توریسم شهری.....	۱۷
۱۰-۵-۱ توریسم روستایی.....	۱۸
۱۱-۵-۱ گردشگری اجتماعی.....	۱۸
۱۲-۵-۱ اکوتوریسم.....	۱۸
۱۳-۵-۱ برنامه ریزی.....	۱۹
۱۴-۵-۱ برنامه ریزی استراتژیک.....	۱۹
۱۵-۵-۱ کارت ارزیابی متوازن (BSS).....	۱۹