

تعیین عوامل و استراتژی‌های توسعه گردشگری شهری

----- بافت تاریخی تهران -----

مؤلفان:

مینا مرادی - سید حسن بیار

سرشناسه	مرادی، مینا، ۱۳۶۴ -
عنوان و نام پدیدآور	تعیین عوامل و استراتژی‌های توسعه گردشگری شهری: بافت تاریخی تهران/مؤلفین مینا مرادی، سید حسن طیار؛ ویراستاری اصغر جوزیپور.
مشخصات نشر	تهران: برتراندیشان، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۱۵۳ص.
شابک	978-622-6278-55-3
وضعیت فهرست نویسی	فپا
یادداشت	کتابنامه: ص. ۱۵۱.
موضوع	گردشگری - ایران - تهران
موضوع	Tourism -- Iran -- Tehran
موضوع	برنامه‌ریزی راهبردی - ایران - تهران
موضوع	Strategic planning -- Iran -- Tehran
شناسه افزودن	طیار، سیدحسن، ۱۳۵۹-
شناسه انروده	Tayyar, Seyyed Hasan
رده بندی کنگره	G1۵۵
رده بندی دیویی	۳۳۸/۴۷۹۱۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	۵۷۳۵۱۵۳

تعیین عوامل و استراتژی‌های توسعه گردشگری شهری (بافت تاریخی تهران)

مؤلفین: مینا مرادی - سید حسن طیار

ناشر: برتراندیشان

شابک: 978-622-6278-55-3

ویراستاری: اصغر جوزیپور

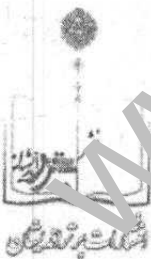
صفحه آرای: شیدا قناتی

طراح جلد: شیدا قناتی

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

قیمت: ۲۸۰۰۰۰ ریال



تهران-میدان انقلاب-کارگر جنوبی-شهدای ژاندارمری-نبش منیری جاوید پلاک ۱۱۷ واحد ۲

شرقی تلفن: ۰۹۳۶۲۰۵۹۶۰۰-۶۶۴۱۹۵۱۹

فهرست مطالب

۹.....	پیشگفتار
--------	----------

فصل اول: تعاریف و مفاهیم

۱۳.....	مقدمه
۱۴.....	شهر
۱۵.....	کلان شهر
۱۸.....	بافت
۱۸.....	انواع بافت‌های شهری
۲۲.....	گردشگری
۲۳.....	گردشگری شهری
۲۵.....	جاذبه های گردشگری
۲۶.....	مدیریت شهری و گردشگری
۲۸.....	مدیریت گردشگری شهری
۳۰.....	مدیریت بازدید
۳۱.....	گردشگری شهری و توسعه شهری
۳۳.....	برنامه ریزی گردشگری شهری
۳۴.....	بررسی تجارب موفق خارجی و داخلی در حوزه گردشگری شهری
۳۴.....	سابقه گردشگری شهری در جهان و ایران

فصل دوم: شناخت عمومی منطقه

۴۹.....	سیر تحولات تاریخی منطقه
۵۲.....	ویژگی های کالبدی فعلی منطقه
۵۴.....	استخوان بندی و سازمان فضایی منطقه
۵۵.....	موقعیت منطقه
۵۶.....	مطالعات پایه محیط طبیعی منطقه
۵۷.....	مطالعات پایه اجتماعی - فرهنگی منطقه
۵۹.....	مطالعات پایه اقتصادی منطقه
۵۹.....	شناخت عمومی محدوده مورد مطالعه در منطقه ۱۲

- ۱..... ۳- مشخصات ناحیه
- ۲..... ۴- مشخصات ناحیه
- ۵..... ۵- مشخصات ناحیه

فصل سوم: *** چشم انداز و اهداف کلان گردشگری - تدوین عوامل استراتژیک

- ۱..... سند چشم انداز گردشگری شهر در افق ۱۴۰۴
- ۱..... گردشگری در طرح جامع تهران
- ۲..... برنامه راهبردی پنج ساله شهرداری تهران
- ۳..... گردشگری در طرح تفصیلی منطقه ۱۲
- ۴..... اهداف اولیه و کلان توسعه گردشگری در منطقه
- ۶..... اهداف توسعه گردشگری بر حسب محصول گردشگری (عرضه)
- ۱..... اهداف توسعه گردشگری بر حسب تقاضای بازار گردشگری منطقه (تقاضا)
- ۱..... تقسیم بندی بازارهای گردشگری
- ۲..... روشهای متداول تقسیم بندی بازارهای گردشگری
- الف- بخش بندی بر اساس نوع و هدف سفر (توصیف سفر)
- ب- بخش بندی بر اساس نوع تفریح گردشگر
- ج- روش مبتنی بر بخش بندی بر پایه بودجه
- د- روش گروه بندی عاملی یا بخش بندی بر پایه عقب
- ۱..... برنامه ریزی راهبردی - ساختاری - ماتریس SWOT
- ۱۴..... نقاط قوت و ضعف داخلی
- ۱۴..... فرصتها و تهدیدات خارجی

فصل چهارم: *** تحلیل عوامل - تعیین استراتژی و برنامه ریزی منطقه ای

- ۱۰۱..... تحلیل ماتریس SWOT عوامل مطرح در محدوده مورد نظر
- ۱۰۱..... عوامل اقتصادی
- ۱۰۳..... عوامل اجتماعی- فرهنگی
- ۱۰۶..... عوامل زیرساختی
- ۱۰۸..... عوامل زیست محیطی
- ۱۱۰..... عوامل محصول گردشگری
- ۱۱۳..... عوامل مدیریتی

۱۱۹	نتایج عوامل استراتژیک در برنامه ریزی
۱۱۹	ماتریس اولویت بندی عوامل داخلی (IFE) و خارجی (EFE)
۱۲۱	ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک
۱۲۳	ارائه راهبردها و راهکارها
۱۲۳	- راهبردهای حداکثر - حداکثر یا تهاجمی (SO)
۱۲۴	- راهبردهای حداکثر - حداقل یا رقابتی (WO)
۱۲۵	- راهبردهای حداقل - حداکثر یا محافظه کارانه (ST)
۱۲۷	- راهبردهای حداقل - حداقل یا تدافعی (WT)
۱۲۸	- راهبردهای برنامه ای و طراحی سیاستهای اجرایی توسعه گردشگری منطقه
۱۳۰	الگوی جامع مدیریت استراتژیک
۱۳۱	تدوین مراحل برنامه ریزی استراتژیک منطقه
۱۳۱	- مرحله صفر
۱۳۳	- مرحله ورودی
۱۳۷	- مرحله مقایسه
۱۴۴	- مرحله تصمیم گیری
۱۴۷	راهبردهای گردشگری برحسب محصول و منطقه (عرضه)
۱۴۸	راهبردهای گردشگری برحسب تقاضای بازار گردشگری منطقه (تقاضا)
۱۴۹	راهبردهای گردشگری بر حسب سرمایه گذاری های عمومی و خصوصی
۱۵۱	منابع

رویکرد به گردشگری امروزه در اقتصاد جهانی به عنوان یک پارامتر بسیار مهم در روند پویایی اقتصاد محلی می‌باشد به گونه‌ای که در مقیاس محلی سعی می‌شود که با جذب گردشگر در چارچوب عرضه محصول گردشگری که پردازش شده هر محیط می‌باشد روندی مستمری را از جریان درآمد و ایجاد اشتغال حاصل شود. این در حالی است که امروزه تجدید ساختار اقتصادی در پی تقاضاهای فزاینده برای درآمد و اشتغال میل به مصرف محیط در قالب امر اقتصادی و فرهنگی دارد. یکی از شیوه‌های مصرف محیط، گردشگری می‌باشد که با عرضه محیط برای مصرف گردشگران منجر به ایجاد درآمد و اشتغال می‌گردد. براین مینا ساخت از گردشگری برای پویایی اقتصادی در مقیاس‌های محلی و کوچک اهمیت دارد. علاوه بر آن کنش فردی نیز در فراگرد گردشگری شکل می‌گیرد که می‌تواند شکل دهنده یک ساخت و افزایش آگاهی، تمرکز و ارجاعی‌های فرهنگ بومی باشد و این به تداوم و پایداری فرهنگ بومی کمک نموده و در تسهیل و تبیین آن نقش مهمی ایفا می‌نماید.

از سوی دیگر شهر به عنوان یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین جوامع میزبان گردشگری، با گذر زمان تغییرات بی‌شماری را در خود دیده است به طوریکه بسیاری موقعیت کلانشهرها از مراکز فعالیت‌های صنعتی به مراکزی با فعالیت‌های خدماتی، واقعیت ذی‌نهی آن‌ها، به نمایش گذاشته است. در این میان منطقه ۱۲ به عنوان هسته تاریخی شهر تهران دارای عناصر و بادیه‌های گردشگری با ویژگی‌های منحصر به فردی است. بنابراین نیاز به تبیین تئوریک چارچوبی خاص برای گردشگری در این منطقه و مبحث شناسایی جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری این منطقه با رویکرد ارائه برنامه‌های اجرایی و راهبردی، که از پارامترهای بسیار تاثیر گذار بر توسعه گردشگری منطقه ۱۲ شهر تهران است؛ بیش از پیش احساس می‌شود. در این راستا در کتاب حاضر به بیان موضوعات شهری و گردشگری پرداخته شده و سپس معرفی اجمالی از اماکن تاریخی محدوده مورد مطالعه ارائه شده است. سپس از ابزارهای کاربردی در مدیریت استراتژیک و جداول و ماتریس‌های مطرح آن و به صورت خاص ماتریس‌های SWOT و IFE و EFE، جهت تحلیل، اولویت بندی و ارائه راهکارهای جامع در راستای بهبود مدیریت شهری در حوزه گردشگری و صنعت توریسم منطقه استفاده شده است. روش کاربردی در منطقه ۱۲ شهرداری پیاده شده که می‌تواند مسیری اجرایی در مناطق مختلف دیگر تاریخی تهران و دیگر نقاط توریستی در کشور باشد.