

نقش گل و گل‌پروری در توسعه صنعت گردشگری در شهرستان محلات

رحمت‌اله فرهودی - استادیار دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران
زهرا حاجی‌لو* - دانش‌آموخته کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران

پذیرش نهایی: ۹۱/۱۲/۲۵

دریافت مقاله: ۹۱/۵/۱۴

چکیده

گرایش به مظاهر طبیعت از جمله گل و گیاه زینتی در محیط‌های شهری بیش از پیش موجب افزایش تولید و گسترش گل‌پروری در جهان شده است. تاجایی که براساس برخی از برآوردهای سازمان WTO حتی بیش از ۵۰ درصد کل سفرهایی که در جهان انجام می‌شود به منظور لذت بردن از حضور در طبیعت و نیز دیدار از جاذبه‌های طبیعی آن انجام می‌شود. شهرستان محلات به دلیل اقلیم و پدیده آب و هوایی، دارای پتانسیل بالقوه‌ای در تولید گل و گیاه دارد و حتی قابل رقابت در عرصه جهانی است و دارای پتانسیل بالقوه‌ای در کسب درآمد ارزی دارد. همچنین ۸۰ درصد سطح زیر کشت و تولیدات گل در استان مرکزی متعلق به شهرستان محلات می‌باشد. و نیز بیش از ۴۰ درصد جمعیت شهرستان محلات در امر گل‌کاری اشتغال دارند. در این صورت می‌توان با توسعه دادن تولیدات گل و گیاه در شهرستان محلات و بهره‌گیری از آنها، موجب افزایش اشتغال و درآمد ارزی و در نهایت رشد و توسعه پایدار صنعت گردشگری در کشور ایران شد. روش-شناسی تحقیق، در دسته روش‌های توصیفی و تحلیلی قرار دارد که در آن از روش‌های پیمایشی مبتنی بر پرسش‌نامه و مصاحبه و ابزار تحلیلی، تکنیک SWOT، به منظور شناسایی، طبقه‌بندی و تحلیل عوامل استراتژیک محیط بیرونی و درونی با مشارکت نخبگان در این رشته و کارشناسان محلی استفاده شده است.

واژگان کلیدی: گل، گردشگری، مدل SWOT، شهرستان محلات.

۱. مقدمه

صنعت گردشگری یکی از مهمترین منابع کسب درآمد و ایجاد اشتغال کشورهای جهان است به گونه‌ای که در حال حاضر و در قرن ۲۱ به تدریج به عنوان دومین صنعت مهم دنیا برشمرده می‌شود (اجلاس بین‌المللی جهانگردی، صلح و گفتگوی تمدن‌ها، ۱۳۸۰: ۲۰). همچنین از آنجایی که ایران کشوری وسیع با تنوع آب و هوایی است از چهارده گونه اقلیم آب و هوایی شناخته شده در جهان، ایران دوازده نوع آن را در نقاط مختلف کشور داراست. از این رو از استعداد طبیعی برای رویش انواع گیاهان چون گل و گیاهان زینتی برخوردار است (امید بیگی، ۱۳۷۴: ۱۲). به گونه‌ای که استان‌های تهران، اصفهان، مرکزی (محلات) بیش از ۹۰ درصد گل و گیاهان زینتی ایران را تولید می‌کنند (عجایی، ۱۳۷۹: ۴۶). همچنین شهرستان محلات به‌عنوان یکی از قطب‌های تولید گل و گیاهان زینتی کشور، در استان مرکزی مطرح است (دیمی، ۱۳۸۴: ۳). شهرستان محلات با سطح کشت ۹۰۰ هکتار و کشت و پرورش گل‌های شاخه بریده به میزان ۲۱۷ میلیون شاخه مقام اول و گل‌های فضای سبز و باغچه‌ای به تعداد ۱۲ میلیون گلدان و گل‌های آپارتمانی به تعداد ۴ میلیون عدد مقام دوم و با تولید ۱۰ تن انواع بذر مقام اول و از نظر صادرات ۱۰ میلیون دلاری گل و گیاه در سال ۱۳۸۱ مقام دوم را در سطح کشور به خود اختصاص داده است (شرکت تعاونی تولید کنندگان گل و گیاه شهرستان محلات، ۱۳۹۰) ولی مسأله‌ای که در این میان دارای اهمیت فراوان می‌باشد، اینست که با توجه به علاقمندی مردم به گل و گیاه و همچنین پتانسیل کیفی نقاط کشور در تولید گل، آیا شهرستان محلات با استفاده از این تولیدات قابل توجه گل می‌تواند به یکی از جاذبه‌های مهم گردشگری تبدیل شود؟

۲. روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق در دسته روش‌های توصیفی - تحلیلی قرار می‌گیرد که در آن از روش‌های پیمایشی مبتنی بر پرسش‌نامه و مصاحبه نیز استفاده شده است. در راستای سوال‌های و هدف تحقیق از ابزار SWOT به منظور شناسایی، طبقه بندی و تحلیل عوامل استراتژیک محیط بیرونی و درونی با مشارکت تیم تحقیق و کارشناسی محلی استفاده شده است.

۳. محدوده مورد مطالعه

قلمرو مکانی این تحقیق شهرستان محلات، یکی از شهرستان‌های استان مرکزی و در جنوب غربی استان تهران می‌باشد (سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، ۱۳۷۹) شهرستان محلات دارای ویژگی‌های منحصر به فردی برای تولید گل و گیاهان دار است: (۱) قرار گرفتن در مرکز جغرافیایی و جمعیتی کشور، (۲) ارتفاع زیاد (۱۷۵۰ متری) (۳) احاطه شدن به وسیله کوه‌های بلند (۴) شیب رو به جنوب منطقه (۵) بافت خاک شنی (سازمان جهاد کشاورزی شهرستان محلات، ۱۳۹۰). شرایط فوق یک میکرو کلیمای مطلوب ایجاد نموده است که برای کشت‌های گلخانه‌ای بسیار مناسب و حتی می‌توان گفت کم نظیر است.

۴. یافته‌ها

در این رویکرد روند تصمیم‌گیری به جای تعیین تکلیف قطعی و نهایی در راستای پتانسیل‌ها و توان‌های موجود و به صورت گام به گام انجام می‌پذیرد (Faludi, 1973: 207). امروزه رویکرد استراتژیک به عنوان یک چارچوب انعطاف‌پذیر و پویا در اکثر کشورهای دنیا مورد قبول واقع شده و کاربرد وسیعی یافته است (Halla, 2002: 291) به گفته مینتزرگ از دانشمندان علم مدیریت استراتژیک، بسیاری از استراتژی‌های بزرگ حقیقتاً توانسته‌اند بسیار مؤثرتر و کارا تر از طرح‌های پر جزئیات و پر دقت عمل کنند (Mintzberg, 1999: 76). و به عنوان یک ابزار انعطاف‌پذیر، بر اساس نیازهای جامعه محلی حرکت می‌کند و در مقایسه با رویکرد جامع با مشارکت و همکاری در تهیه و اجرای برنامه‌های توسعه همراه است (Wu, 2007: 386). در واقع در این رویکرد تلاشی سازمان یافته جهت اتخاذ تصمیمات و مبادرت به اقدامات بنیادی در مورد آینده صورت می‌گیرد (Olsen, 1982: 4). بارشد فزاینده ابعاد شهرنشینی و شکل‌گیری مقیاس‌های جدید از رشد شهری در طی چند دهه اخیر موجب شده است که گرایش و تمایل به طبیعت و زیبایی‌های طبیعی افزایش یابد و در پی آن باعث افزایش رشد و توسعه گردشگری طبیعی گردد (Friedman, 1993: 482). در آمارهای منتشر شده سال ۱۹۹۰ از سوی سازمان جهانی توریسم حاکی از آن است که درآمدهای ارزی حاصله از توریسم در جهان ظرف مدت ۴۰ سال (۱۹۹۰-۱۹۵۰) بیش از ۹۹ برابر شده است (فخری، ۱۳۸۳: ۱۶۵). که با اندکی توجه و برنامه‌ریزی مناسب می‌توان از این صنعت برای توسعه همه جانبه در مناطق مختلف کشور بهره کافی برد. تولید کنندگان گل و گیاهان زینتی در اغلب نقاط ایران پراکنده‌اند، اما عمده ترین تولید کنندگان در بخش منطقه مرکزی: که شامل: تهران، اصفهان و استان مرکزی که شامل شهرهای محلات، خمین می‌باشد. و بخش عظیمی از تولیدات کشور در این منطقه است. در مجموع باید گفت که ۹۰ درصد تولیدات گل و گیاهان زینتی در ایران مربوط به بخش مرکزی و شمالی کشور است (تقسیمی، ۱۳۷۸: ۲۸). از آنجایی که شهرستان محلات به عنوان پایه گذار و توسعه دهنده صنعت گل کاری کشور نقش پر اهمیت و ویژه‌ای در تأمین نیروی انسانی کارآمد و ماهر سایر قطب‌های گل کاری کشور دارد (مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان محلات، ۱۳۸۹). می‌توان با بهره‌گیری از طبیعت مساعد و آب و هوای متنوع نیاز به برنامه‌ریزی جامع جهت به فعالیت رساندن استعدادهای بالقوه اقتصادی، سرمایه گذاری در نیروی انسانی و بهره‌گیری از فناوری روز دارد، تا بتوان از شرایط مساعد طبیعی در راستای رشد و شکوفایی اقتصادی و در نهایت رسیدن به توسعه پایدار استفاده نمود. توسعه پایدار واکنشی در برابر فرآیندی از توسعه است که چه در یک مقطع زمانی حتی برای اقلیت توسعه یافته کنونی نیز قابل استمرار و پایدار نیست (صرافی، ۱۳۸۰: ۲).

۴-۱. تکنیک تحلیل SWOT

در راستای سوال‌های و هدف تحقیق از ابزار SWOT، به منظور شناسایی، طبقه بندی و تحلیل عوامل استراتژیک محیط بیرونی و درونی با مشارکت تیم نخبگان و کارشناسان محلی استفاده شده است. که در این روش با استناد بر مقاله ارزیابی استراتژیک الگوهای توسعه شهرهای نفت خیز با تأکید بر ابعاد اقتصادی (مورد: شهردوگنبدان) مهمترین عوامل درونی و بیرونی که می‌تواند بر گل و گلپروری و گردشگری در شهرستان محلات تأثیر داشته باشند به صورت خلاصه و جمع بندی شده لیست می‌شوند (فرهودی، ۱۳۸۸: ۱۷).

۴-۱-۱. شناسایی عوامل استراتژیک محیط درونی

- **نقاط قوت:** یکی از اصلی ترین انگیزه های گردشگران برای سفر به حوزه شهرستان محلات، استفاده از زیبایی و خرید گل و گیاهان این منطقه است. چرا که وجود خاک و آب و هوای مناسب در این منطقه باعث به وجود آمدن شرایط اقلیمی شده که زمینه را برای رشد و توسعه در زمینه گل و گل پروری مساعد کرده است و با توجه به یکی دیگر از انگیزه های گردشگران برای سفر به این منطقه بهره مندی از آب و هوای پاک و مطبوع این منطقه است و در واقع دوری از مناطق شهری و شلوغ و آلودگی می باشد. و وجود این دو انگیزه در کنار هم باعث جذب بیشتر گردشگران شده است.

جدول ۱. نقاط قوت شهرستان محلات در راستای توسعه گردشگری

اولویت ها	نقاط قوت (S)
۱	توان طبیعی حوزه در تولید محصولات گل و گل پروری به صورت گلخانه ای وزراعی
۲	برگذاری سالانه نمایشگاه های گل و گیاه در شهرستان
۳	صادرات گل های تولید شده به کشورهای خارجی و بلاخص کشورهای همجوار
۴	وجود چشمه آب معدنی و آب گرم در این منطقه
۵	آب و هوای منطقه
۶	نزدیکی با کلان شهر تهران به عنوان قطب گردشگری فرست داخلی
۷	همجواری با شهر قم به عنوان دومین قطب گردشگری مذهبی ایران
۸	نگرش مثبت مسئولین شهرستان به گردشگری به عنوان اهرم تحول و توسعه محلی
۹	نگرش مثبت جامعه محلی نسبت به گردشگری
۱۰	سابقه گردشگری در شهرستان محلات
۱۱	چشم انداز و فضاهای طبیعی و تاریخی و مذهبی

منبع: یافته های تحقیق، ۱۳۹۰

- **نقاط ضعف:** در راستای توسعه (پایدار) گردشگری در شهرستان محلات دارای، نقاط ضعف متعددی است که هر یک می توانند (با شدت و ضعفی) به عنوان مانعی مهم بر روند توسعه گردشگری تأثیر بگذارند. یکی از ضعف های اساسی شهرستان محلات همچون بسیاری از حوزه های گردشگری کشور عدم تبلیغات و اطلاع رسانی در مورد جاذبه های گردشگری و همچنین گل و گیاه شهرستان محلات می باشد.

جدول ۲. نقاط ضعف شهرستان محلات در راستای توسعه گردشگری

اولویت ها	نقاط ضعف (W)
۱	عدم تبلیغات و اطلاع رسانی درست در مورد جاذبه های گردشگری و همچنین گل و گل پروری بلاخص به صورت بین المللی
۲	فقدان تأسیسات اقامتی متنوع، استاندارد و عدم کنترل و نظارت بر عملکرد آنها
۳	تورم و گرانی قیمت کالا و خدمات
۴	ظرفیت پایین زیرساخت های موجود
۵	عدم برگزاری نمایشگاه های تخصصی گل و گیاه به تفکیک (دارویی، آپارتمانی، درختی و...)
۶	روند مستمر تخریب اماکن تاریخی و منابع طبیعی
۷	منابع مالی محدود و متغییر ارگان های دخیل در امر گردشگری و گل پروری بویژه سازمان گردشگری و گلخانه داران
۸	فقدان تأسیسات و تجهیزات رفاهی و تفریحی برای گردشگران
۹	فقدان برنامه یا طرح توسعه گردشگری
۱۰	ظرفیت پایین مدیریتی

منبع: یافته های تحقیق، ۱۳۹۰

۴-۱-۲. شناسایی عوامل محیط بیرونی^۱

- فرصت‌ها (opportunities): اطلاعات حاصله از مصاحبه با مسئولین شهرستان محلات به ویژه فرمانداری و کارشناسان شهرداری، نشان می‌دهد که انگیزه بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در امر گردشگری شهرستان محلات بسیار بالاست و تا کنون چندین پروژه گردشگری به مسئولین پیشنهاد شده که متأسفانه بسیاری از پیشنهادات به دلیل عدم تأمین منافع برخی از افراد سودجو و کارشکنی همان افراد تحقق نیافته است.

جدول ۳. فرصت‌های شهرستان محلات در راستای توسعه گردشگری

اولویت‌ها	فرصت‌ها (O)
۱	استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته بیشتر برای تولید و گیاهان و گل بهینه تر و بیشتر
۲	استفاده از تکنولوژی و رسانه‌های گروهی برای تبلیغات بیشتر برای آگاهی رسانی
۳	روند رو به رشد بازارهای گردشگری درون مرزی
۴	امکان شناسایی شهرستان محلات به عنوان (هلند ایران) در ایران و خارج
۵	امکان برگزاری نمایشگاه‌های بیشتر و متنوع تر با جذابیت بیشتر
۶	وجود انگیزه سرمایه گذاری بخش خصوصی در شهرستان محلات
۷	امکان جذب گردشگر در فضا زمستان با توجه بر آب گرم شهرستان
۸	روند رو به رشد بازارهای خارجی هم در بخش گل و گیاه و هم در بخش‌های گردشگری و....
۹	امکان استفاده از فرودگاه‌های نزدیک به این شهرستان برای استفاده آسان تر گردشگران و همچنین صادرات گل
۱۰	امکان جذب گردشگر در فصل زمستان به وسیله برگزاری نمایشگاه‌های زمستانی گل‌های زمستانه
۱۱	امکان استفاده از فستیوال‌هایی مثل گل ارایبی خیابان‌ها، استفاده از کودکان و.. برای نمایش گل‌ها

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۰

- تهدیدها (Threats): موقعیت و منزلت سیاسی ایران در خاورمیانه و جهان می‌تواند هم به عنوان تهدید و هم به عنوان فرصتی در راه توسعه گردشگری کشور به طور اعم و توسعه گردشگری در حوزه مورد مطالعه این تحقیق به طور خاص باشد. از دهه‌ی ۱۳۸۰ به بعد و به ویژه در سال‌های اخیر (۸۶-۱۳۸۴) تلاش آمریکا و اتحادیه اروپا در رابطه با منع ایران از دستیابی به فناوری هسته‌ای و فشارهای سازمان‌های بین‌المللی، تهدیدی جدی برای توسعه گردشگری در ایران محسوب می‌شود.

جدول ۴. تهدیدات شهرستان محلات در راستای توسعه گردشگری

اولویت‌ها	تهدیدها (T)
۱	موقعیت و منزلت سیاسی ایران در خاورمیانه و جهان و نحوه تعامل با سایر کشورهای جهان
۲	فقدان امنیت در منطقه خاورمیانه (بویژه در عراق و افغانستان)
۳	وارد شدن ضرر و زیان به سرمایه گذاران و فرار سرمایه‌ها از این منطقه
۴	ازدحام زیاد جمعیت در نتیجه عدم امکان استفاده بهینه از آب گرم و کاهش شدید متقاضیان
۵	ضعف مقررات و قوانین مدیریتی و برنامه‌ریزی فضا در ایران در سطوح ناحیه، منطقه، محلی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۰

۴-۲. اولویت بندی درون گروهی عوامل SWOT

در این تحقیق پس از فهرست نمودن عوامل SWOT با مشارکت مسئولان و کارشناسان محلی در قالب طیف پنج بندی لیکرت، اقدام به اولویت بندی عوامل مؤثر داخلی و خارجی در توسعه گردشگری شهرستان محلات شده است.

جدول ۵. اولویت بندی گروهی عوامل SWOT (نقاط قوت، ضعف، فرصت، تهدیدها) در توسعه گردشگری شهرستان محلات

اولویت ها	نقاط قوت (S)	وزن نسبی	نقاط ضعف (W)	وزن نسبی	فرصت ها (O)	وزن نسبی	تهدیدها (T)	وزن نسبی
۱	توان طبیعی حوزه در تولید محصولات گل و گل پروری به صورت گلخانه ای و زراعی	۰/۱۰۲	عدم تبلیغات و اطلاع رسانی درست در مورد جاذبه های گردشگری و همچنین گل و گل پروری	۰/۱۰۰	استفاده از تکنولوژی های پیشرفته بیشتر برای تولید و گیاهان و گل بهینه تر و بیشتر	۰/۱۲۷	منزلت سیاسی ایران در خاورمیانه و جهان و نحوه تعامل با سایر کشورهای جهان	۰/۲۱۷
۲	بر گذاری سالانه نمایشگاه های گل و گیاه در شهرستان	۰/۱۰۰	فقدان تاسیسات اقامتی متنوع، استاندارد و عدم کنترل و نظارت بر عملکرد آنها	۰/۰۹۹	استفاده از تکنولوژی و رسانه های گروهی برای تبلیغات و آگاهی رسانی	۰/۱۲۰	فقدان امنیت در منطقه خاورمیانه (بویژه در عراق و افغانستان)	۰/۲۱۲
۳	صادرات گل به کشورهای خارجی و بویژه کشورهای همجوار	۰/۱۰۰	تورم و گرانی قیمت کالا و خدمات	۰/۰۹۸	روند رو به رشد بازارهای گردشگری درون مرزی	۰/۱۱۶	وارد شدن ضرر و زیان به سرمایه گذاران و فرار سرمایه ها از این منطقه	۰/۱۹۵
۴	وجود چشمه آب معدنی در این منطقه	۰/۰۹۵	ظرفیت پایین زیرساخت های موجود	۰/۰۹۲	امکان شناسایی شهرستان محلات به عنوان (هلند ایران) در ایران و خارج	۰/۱۱۵	ازدحام جمعیت در نتیجه عدم امکان استفاده بهینه از آب گرم و کاهش شدید- متقاضیان	۰/۱۹۲
۵	آب و هوای منطقه	۰/۰۹۳	عدم برگزاری نمایشگاه های تخصصی گل و گیاه به تفکیک (دارویی، آرایشی، درختی و...)	۰/۰۹۱	امکان برگزاری نمایشگاه های بیشتر و متنوع تر با جذابیت بیشتر	۰/۱۱۱	ضعف مقررات و قوانین مدیریتی برنامه ریزی فضا در ایران در سطوح ناحیه، منطقه، محلی	۰/۱۸۱

منبع: یافته های تحقیق، ۱۳۹۰

با توجه به آنالیز جدول (۵) اولویت بندی درون گروهی عوامل SWOT و نتایج به دست آمده از آن نشان دهنده این است که نقاط قوت شهرستان محلات برای توسعه و گسترش گردشگری اولین عامل مهم توان طبیعی شهرستان در تولید محصولات گل و گل پروری به صورت گلخانه و زراعی است که نشان دهنده توان بالای منطقه در تولید و پرورش گل و گیاهان است با وزن نسبی (۰/۱۰۲) اولین رتبه در ۱۱ عامل قوت در شهرستان را دارد. همچنین در آنالیز نقاط ضعف، اولین و مهمترین اولویت عوامل ضعف عدم تبلیغات و اطلاع رسانی درست در مورد جاذبه های گردشگری و همچنین گل و گل پروری بالاخص به صورت بین المللی که با وزن نسبی ۰/۱۰۰ می باشد. همچنین با توجه به آنالیز نقاط فرصت ها بیشترین و بالاترین وزن نسبی با (۰/۱۲۷)، را استفاده از تکنولوژی های پیشرفته بیشتر برای تولید گل - گیاه بهینه تر و بیشتر به خود اختصاص داده است که با توجه به این نتایج نشان می دهد که با وجود این که این منطقه در تولید گل و گیاهان دارای پتانسیل می باشد

می‌توان به کمک تکنولوژی پیشرفته از این قابلیت شهرستان استفاده کرد و گل و گیاهان بیشتر و بهینه‌تری تولید کرد که در جذب گردشگر مؤثر است. همچنین باعث جذب نیروی فعال بیشتر می‌باشد. در نهایت در آنالیز عواملی که این شهرستان محلات را تهدید می‌کنند ۵ عامل پیش بینی شده است که اولین اولویت آن با وزن نسبی ۰/۲۱۷ موقعیت و منزلت سیاسی ایران در خاورمیانه و جهان و نحوه تعامل با سایر کشورهای جهان.

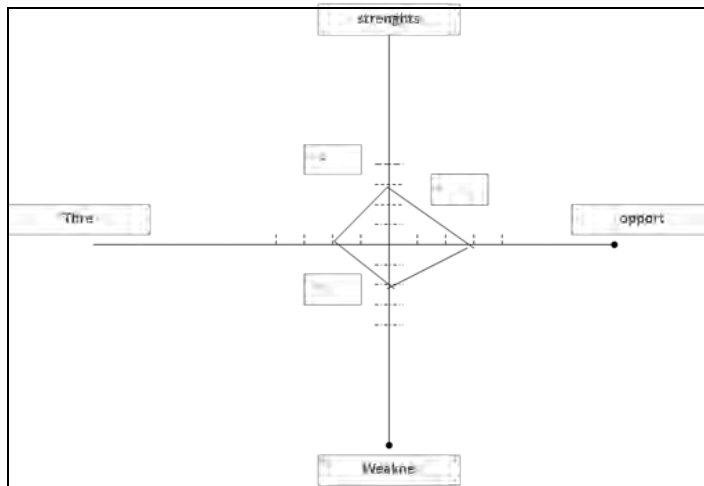
۴-۳. اولویت بندی بین گروهی عوامل SWOT

جدول (۶) اولویت بین گروهی (اولویت نهایی) عوامل SWOT در راستای توسعه گردشگری در شهرستان محلات را نشان می‌دهد.

جدول ۶. اولویت بین گروهی (اولویت نهایی) عوامل SWOT در راستای توسعه گردشگری در شهرستان محلات

اولویت	نام عامل	وزن نسبی بین گروه عامل	۳
۱	موقعیت و منزلت سیاسی ایران در خاورمیانه و جهان و نحوه تعامل با سایر کشورهای جهان	۰/۲۱۷	T1
۲	فقدان امنیت در منطقه خاورمیانه (بویژه در عراق و افغانستان)	۰/۲۱۲	T2
۳	وارد شدن ضرر و زیان به سرمایه‌گذاران و فرار سرمایه‌ها از این منطقه	۰/۱۹۵	T3
۴	ازدحام زیاد جمعیت در نتیجه عدم امکان استفاده بهینه از آب گرم و کاهش شدید متقاضیان	۰/۱۹۲	T4
۵	ضعف مقررات و قوانین مدیریتی و برنامه‌ریزی فضا در ایران در سطح ناحیه منطقه - محلی	۰/۱۸۱	T5
۶	استفاده از تکنولوژی بیشتر برای تولید گل و گیاهان بیشتر و بهینه تر	۰/۱۲۷	O1
۷	استفاده از تکنولوژی و رسانه‌های گروهی برای تبلیغات و آگاهی بیشتر	۰/۱۲۰	O2
۸	روند رو به رشد بازارهای گردشگری داخل (درون مرزی)	۰/۱۱۶	O3
۹	امکان شناسایی شهرستان محلات به عنوان هلند ایران در داخل کشور در کشورهای خارجی	۰/۱۱۵	O4
۱۰	امکان برگزاری نمایشگاه‌های بیشتر و متنوع تر با جذابیت بیشتر	۰/۱۱۱	O5

بر اساس نتایج، اگرچه عوامل ضعف و تهدیدهای شهرستان محلات اولویت‌های بالای ماتریس نهایی را به خود اختصاص داده‌اند اما سهم عوامل قدرت و فرصت نسبت به عوامل ضعف و تهدیدات بیشتر بوده است و این امر نشان دهنده اهمیت نسبت عوامل قدرت و فرصت در راستای توسعه گردشگری شهرستان محلات است چرا که این عوامل شرایط را برای توسعه گل و گل‌پروری و در نتیجه آمادگی شهرستان محلات، برای جذب گردشگر بیشتر و توسعه صنعت گردشگری محیا می‌کند. شکل (۱) سهم هریک از عوامل درونی و بیرونی SWOT را به صورت گرافیکی نمایش می‌دهد. نتایج حاصله از نمودار گرافیکی مجموع وزن‌های این عوامل در نقاط قوت و فرصت‌ها بیشترین میزان را به خود اختصاص داده‌اند که این نشان دهنده این است، گرچه شهرستان محلات دارای نقاط ضعف و محدودیت‌ها و تهدیداتی است ولی تعداد فرصت‌ها و نقاط قوت زیادی دارد که می‌تواند با استفاده از پتانسیل‌هایی که دارد هم در زمینه گل و گل‌پروری و هم در زمینه صنعت توریسم رشد و توسعه یابد.



شکل ۱. سهم هریک از عوامل درونی و بیرونی SWOT در توسعه گردشگری شهرستان محلات

۵. نتیجه گیری

امروزه گردشگری به قدری در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دار که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند (ابراهیم‌پور، ۱۳۸۹: ۸۳). همچنین از آنجایی که شهرستان محلات دارای این مزیت فراوانی امکان پرورش انواع گل و گیاهان را فراهم ساخته است. توان تولید و صادرات گل ایران بالاخص این شهرستان به حدی است که برخی از کارشناسان براین باورند هستند که می‌توان بخش قابل توجهی از نیازهای ارزی کشور را از صدور گل و گیاهان زینتی و صنعتی را تأمین کرد و همچنین عاملی بزرگ برای جذب گردشگر به این شهرستان که متعاقباً باعث افزایش اشتغال در این دو صنعت (گردشگری - تولید گل و گیاه) می‌شود. با این حال هنوز سرمایه‌گذاری‌های لازم برای بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی این بخش انجام نشده است. گرچه این پتانسیل تا جایی است که شهر محلات به نام هلند ایران معروف گردیده است. اما عواملی سبب گردیده بسیاری از تولیدکنندگان منطقه فقط جذب بازارهای داخلی شده و تعداد اندکی صادرکنند گل و گیاه محصول را به نفع خود خریداری و صادر می‌نمایند. و همچنین تعداد اندکی نمایشگاه‌های گل و گیاه که آن هم با استانداردهای جهانی که قابل رقابت با نمایشگاه‌های خارجی از لحاظ کیفیت، استاندارد، جذابیت، بازاریابی و... باشد را ندارد. همچنین این تعداد صادرکننده پراکنده، توانایی بیش از حجم و ارزش صادرات فعلی را ندارند. با توجه به مسائل و مشکلات موجود در منطقه و مطالعات نگارنده در زمینه‌های مختلف راهبردهای زیر را برای رفع موانع و مشکلات ارائه می‌شود. متأسفانه در کشورها سازمان‌های زی‌ربطی که باید حلال مشکلات جهانگردی و همچنین گل و گیاه صادرات باشند هریک به دنبال هدف‌های آتی و کوتاه مدت بوده و توجه چندانی به تهیه و تدوین یک استراتژی بلند مدت با همکاری و هماهنگی کلیه زیرمجموعه‌های موازی در سیستم ندارند. در واقع هدف معینی که همان حضور قوی در بازارهای جهانی است را ندارند. در این بخش از تحقیق پیشنهادات محقق همان راهبردهای مکمل یکدیگرند که هیچ یک از این راهبردها به تنهایی نمی‌توانند عامل موفقیت شهرستان محلات و نهایتاً کشور در اختصاص سهم مناسبی از بازار جهانی به خود باشد.

الف) جذب سرمایه گذاران خارجی و داخلی (ب) اطلاع رسانی و تبلیغات (ج) ارتقاء سطح کمی و کیفی تولیدات گل و گیاه (د) افزایش میزان گردشگران و رضایتمندی آنها

الف) جذب سرمایه گذاران داخلی و خارجی

- همچنین قرار دادن قوانین ثابت و دقیق برای سرمایه گذاران و دادن اطمینان خاطر به سرمایه گذاران که در صورت ورشکستگی می‌توانند از تسهیلاتی استفاده نمایند.

- مشارکت بخش خصوصی و دولت در امر سرمایه گذاری در هر دو بخش گل و گلپروری و گردشگری.

- جهت دهی صادراتی و گردشگری با استفاده از استقرار تأسیسات لازم در اجرای پروژه‌ی گل محلات.

ب) اطلاع رسانی و تبلیغات

- تهیه بروشور یا کتابچه‌های آموزشی در زمینه گل و گل پروری و اهمیت آن در گردشگری شهرستان محلات حساسیت رفتار و تعامل با جامعه میهمان و... و توزیع در میان ساکنین محلی.

- ایجاد سایت‌های راهنمایی و خوش آمدگویی به گردشگران در شهرستان برای بازدید از گلخانه‌ها و...

- ایجاد سایت اینترنتی با منابع اطلاعاتی بهنگام، با کیفیت و متنوع از شهرستان محلات (با هدف آشنایی هرچه بیشتر گردشگران و جلب گردشگران بیشتر، به زبان انگلیسی، عربی، فرانسه، فارسی).

ج) ارتقاء سطح کمی و کیفی تولیدات گل و گیاه

- زمینه ایجاد مراکز مکانیزه بسته بندی در نقاط شهرستان محلات و نقاط تولید کننده گل و گیاه.

- اختصاص بخشی از تسهیلات بانکی به تولید کنندگان گل و گیاه به منظور انتقال تأسیسات آنها از نوع سنتی به صنعتی.

- طرح تولید گلخانه‌های آلومینیومی.

د) افزایش میزان گردشگران داخلی و خارجی و رضایتمندی آنها

- برگزاری مزایده‌ها و تخفیفاتی برای جذب گردشگران بیشتر.

- احداث کارخانه‌های تولید عطر و ادکلن‌های برگرفته از گل‌های طبیعی.

- برگزاری فستیوال‌های گل در شهرستان محلات به منظور جذب گردشگران داخلی و خارجی و برای جذابیت بیشتر می‌توان از گل آرایشی یک خیابان و یا کودکان با لباس محلی و یا گل آرایشی یک باغ.

۶. منابع

۱. ابراهیم پور، علی‌رضا، ۱۳۸۹، ارائه الگوی تعیین فاصله انتظارتی بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب گردشگری براساس شاخصه های فرهنگی، رساله دکتری.
۲. اجلاس بین‌المللی جهانگردی، ۱۳۸۰، صلح و گفتگوی تمدن‌ها.

۳. امید بیگی، ۱۳۷۴، رهیافت‌های تولید و فرآوری گیاهان دارویی، انتشارات فکر روز.
۴. تقسیمی، جمشید، ۱۳۷۸، نگاهی به بازار جهانی گل و گیاه، وزارت جهاد کشاورزی.
۵. سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، ۱۳۷۹.
۶. سازمان جهانی جهانگردی (WTO)، ۲۰۰۴.
۷. شرکت تعاونی تولید کنندگان گل و گیاه شهرستان محلات، ۱۳۹۰.
۸. صرافی، مظفر، ۱۳۸۰، بنیادهای توسعه پایدار کلان‌شهر تهران، همایش موازین توسعه و ضد توسعه فرهنگی - اجتماعی شهر تهران.
۹. عجایی، ج، ۱۳۷۹، صادرات گل و بیگانه، مجله بررسی‌های بازرگانی، شماره ۱۶۲.
۱۰. فرهودی، رحمت‌الله، ۱۳۷۰، ساماندهی نظام عملکردی توزیع گل در تهران، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۳.
۱۱. فرهودی، رحمت‌الله، ۱۳۸۸، نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی (دانشگاه تبریز)، سال ۱۴، شماره ۲۹.
۱۲. گوزلی، اکبر، ۱۳۸۶، برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری شهرستان اردبیل با تأکید بر اکوتوریسم، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم.
۱۳. محمددیمی، عباس، ۱۳۸۴، جمع‌آوری و شناسایی نمادهای پارازیت گیاهی گل‌های شاخه‌ای در شهرستان محلات.
۱۴. مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان محلات، ۱۳۸۹، بخش آمار و اطلاعات.
15. Faludi, A., 1973, **A Reader Planning Theory**, Pergamon Press.
16. Friedman, John., 1993, **Toward a non-Euclid mode of Planning**, APA Journal, Autumn, P 482.
17. Hayley C., 1999, **Strategic Planning Reborn**, Work Study, Volume 48, Number 2. pp.46,48.
18. Mintzberg, H., 1999, **Noteworthy Quotes, Strategy and Business**, No 14
19. Olsen, J.E. & Haslett, T., 2002, **Strategic Management in Action**, Systemic Practice and Action Research, Vol. 15, No 6, December.
20. Wu, F., 2007, **Re-orientation of the City Plan :Strategic Planning and Design Competition in China**, Geoforum 38:379 - 392.