

## اشتغال و معیشت با رویکرد زنجیره ارزش

گزارش گام چهارم: بسته‌های سیاستگذاری توسعه زنجیره ارزش بوم‌گردی در حوضه آبریز دریاچه ارومیه





| شناسنامه گزارش  |  |
|---|--|
| عنوان پروژه   | برنامه اشتغال و معیشت؛ متناسب با توسعه منطقه‌ای پایدار در حوضه آبریز دریاچه ارومیه با رویکرد توسعه زنجیره‌های ارزش |
| نام گزارش   | گزارش گام چهارم: بسته‌های سیاست‌گذاری توسعه زنجیره ارزش بوم‌گردی در حوضه آبریز دریاچه ارومیه                       |
| ویرایش  | اول  |
| تاریخ انتشار<br>اولین نسخه                              | ۱۳۹۶/۰۵/۰۴   |
| تهیه کنندگان  | سید مصطفی ضیائی؛ سید عرفان آل صاحب فصول، سید کمال الدین میرنظامی، پرنیان عجمی، پریسا ترابی                         |
| تایید کننده   | علی ملکی، روح الله حمیدی مطلق  |
| محتوای این گزارش تا پایان پروژه اصلاح و تکمیل خواهد شد. |  |



## فهرست:

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| فهرست اشکال.....                | أ  |
| فهرست جداول.....                | أ  |
| ۱- ملاحظات نظری.....            | ۱  |
| ۲- توسعه بوم گردی.....          | ۷  |
| ۳- مشکلات و مسائل.....          | ۱۰ |
| ۴- برنامه اجرایی.....           | ۱۲ |
| ۵- مجموعه سیاستها.....          | ۱۳ |
| ۶- سیاستهای توسعه بوم گردی..... | ۱۷ |
| ۶-۱ فاز ۱:.....                 | ۱۷ |
| ۶-۲ فاز ۲:.....                 | ۲۵ |
| ۶-۳ فاز ۳:.....                 | ۳۰ |



## فهرست اشکال

- شکل ۱ مسائل و مشکلات شناسایی شده در منطقه ..... ۱۰
- شکل ۲ برنامه اجرایی ..... ۱۲
- شکل ۳ نقشه شماتیک سیاست‌های مختلف و ارتباط بین آنها ..... ۱۴
- شکل ۴ راهنما ..... ۱۶
- شکل ۵ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۱ ..... ۱۷
- شکل ۶ فرآیند انجام اقدام ۲ سیاست ۱ فاز ۱ ..... ۱۹
- شکل ۷ فرآیند انجام اقدام ۳ سیاست ۱ فاز ۱ ..... ۲۰
- شکل ۸ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۲ فاز ۱ ..... ۲۲
- شکل ۹ فرآیند انجام اقدام ۲ سیاست ۲ فاز ۱ ..... ۲۴
- شکل ۱۰ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۲ ..... ۲۵
- شکل ۱۱ فرآیند انجام اقدام ۲ سیاست ۱ فاز ۲ ..... ۲۶
- شکل ۱۲ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۲ فاز ۲ ..... ۲۷
- شکل ۱۳ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۳ فاز ۲ ..... ۲۹
- شکل ۱۴ فرآیند انجام روش اول اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۳ ..... ۳۱
- شکل ۱۵ فرآیند انجام روش دوم اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۳ ..... ۳۱
- شکل ۱۶ فرآیند انجام اقدام ۲ سیاست ۱ فاز ۳ ..... ۳۲
- شکل ۱۷ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۲ فاز ۳ ..... ۳۳
- شکل ۱۸ فرآیند انجام اقدام ۲ سیاست ۲ فاز ۳ ..... ۳۴
- شکل ۱۹ فرآیند انجام اقدام ۳ سیاست ۲ فاز ۳ ..... ۳۴
- شکل ۲۰ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۳ فاز ۳ ..... ۳۵
- شکل ۲۱ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۴ فاز ۳ ..... ۳۷



## فهرست جداول

|   |    |
|---|----|
| جدول ۱ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۱          | ۱۸ |
| جدول ۲ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۲ سیاست ۱ فاز ۱          | ۲۰ |
| جدول ۳ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۳ سیاست ۱ فاز ۱          | ۲۰ |
| جدول ۴ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۲ فاز ۱          | ۲۳ |
| جدول ۵ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۲ سیاست ۲ فاز ۱          | ۲۴ |
| جدول ۶ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۲          | ۲۶ |
| جدول ۷ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۲ سیاست ۱ فاز ۲          | ۲۷ |
| جدول ۸ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۲ فاز ۲          | ۲۸ |
| جدول ۹ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۳ فاز ۲          | ۳۰ |
| جدول ۱۰ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین روش اول اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۳ | ۳۱ |
| جدول ۱۱ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین روش دوم اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۳ | ۳۲ |
| جدول ۱۲ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۲ سیاست ۱ فاز ۳         | ۳۲ |
| جدول ۱۳ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۲ فاز ۳         | ۳۳ |
| جدول ۱۴ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۲ سیاست ۲ فاز ۳         | ۳۴ |
| جدول ۱۵ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۳ سیاست ۲ فاز ۳         | ۳۵ |
| جدول ۱۶ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۳ فاز ۳         | ۳۶ |
| جدول ۱۷ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۴ فاز ۳         | ۳۷ |





آقای پورنگ پورحسینی (دبیر کمیته ملی طبیعت گردی، مسئول طبیعت گردی و بوم گردی اداره میراث فرهنگی کشور)



آوای طبیعت پایدار ( خانم احسانی)



موسسه آموزش عالی بهار ( خانم سپهری - اکبری)

آموزشهای آزاد گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

آقای اشکان بروج - فعال گردشگری

آقای آرش نورآقایی رئیس صنف تورگردانان

شرکت آموزشی و مشاوره‌ای گردشگران بنیاد

گروه تسهیلگری همیاران توسعه پارس

کارشناسان پروژه جنگل های هیرکانی

آقای سعید نوری نشاط (تسهیلگر)

آقایان تازیکی و فراهانی (طرح تکاپوی وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی)

۲ ملاقات‌های استان آذربایجان غربی - نقشه ۲

کارشناس بوم گردی و گردشگری اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان همدان



آقای بابک مغازه‌ای (رئیس اتحادیه سمن‌های حوزه گردشگری)



مدیر اقامتگاه ورکانه



۳ ملاقات‌های استان همدان

۴ ملاقات‌های استان اصفهان

مدیر اقامتگاه سرای صالح



آقای کیلیا شایان‌نژاد (مدیر اقامتگاه بارانداز فرحزاد)



آقای مازیار آل داوود (مدیر اقامتگاه آتشونی)

مدیر هتل سنتی طلوع خورشید



- آقای مهدی نیا ( دانشگاه تبریز ) 
- ۵ ملاقات‌های استان آذربایجان شرقی
- ۶ ملاقات‌های استان کردستان
- کارشناس بوم گردی و گردشگری اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان کردستان 
- کارشناس بوم گردی و گردشگری اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان مرکزی 
- ۷ ملاقات‌های استان مرکزی
- ۸ ملاقات‌های استان کرمانشاه
- کارشناس بوم گردی و گردشگری اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان کرمانشاه 
- مدیر اقامتگاه زردویی 
- مدیر اقامتگاه دینور
- کارشناس بوم گردی و گردشگری اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان ایلام 
- ۹ ملاقات‌های استان ایلام
- ۱۰ ملاقات‌های استان چهارمحال و بختیاری
- کارشناس بوم گردی و گردشگری اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان چهارمحال و بختیاری 
- کارشناس بوم گردی و گردشگری اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان کهگیلویه و بویر احمد 
- ۱۱ ملاقات‌های استان کهگیلویه و بویر احمد



۱۲ ملاقات‌های استان بوشهر

۱۳ ملاقات‌های استان هرمزگان

کارشناس بوم گردی و گردشگری اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان بوشهر  
معاونت بوم گردی و گردشگری اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان هرمزگان



۱۴ ملاقات‌های استان خراسان رضوی

۱۵ ملاقات‌های استان یزد

مدیر اقامتگاه خانه خشتی

مدیر اقامتگاه رستاق



مدیر اقامتگاه خانه باغ ایرانی



۱۶ ملاقات‌های استان فارس

۱۷ ملاقات‌های استان گیلان

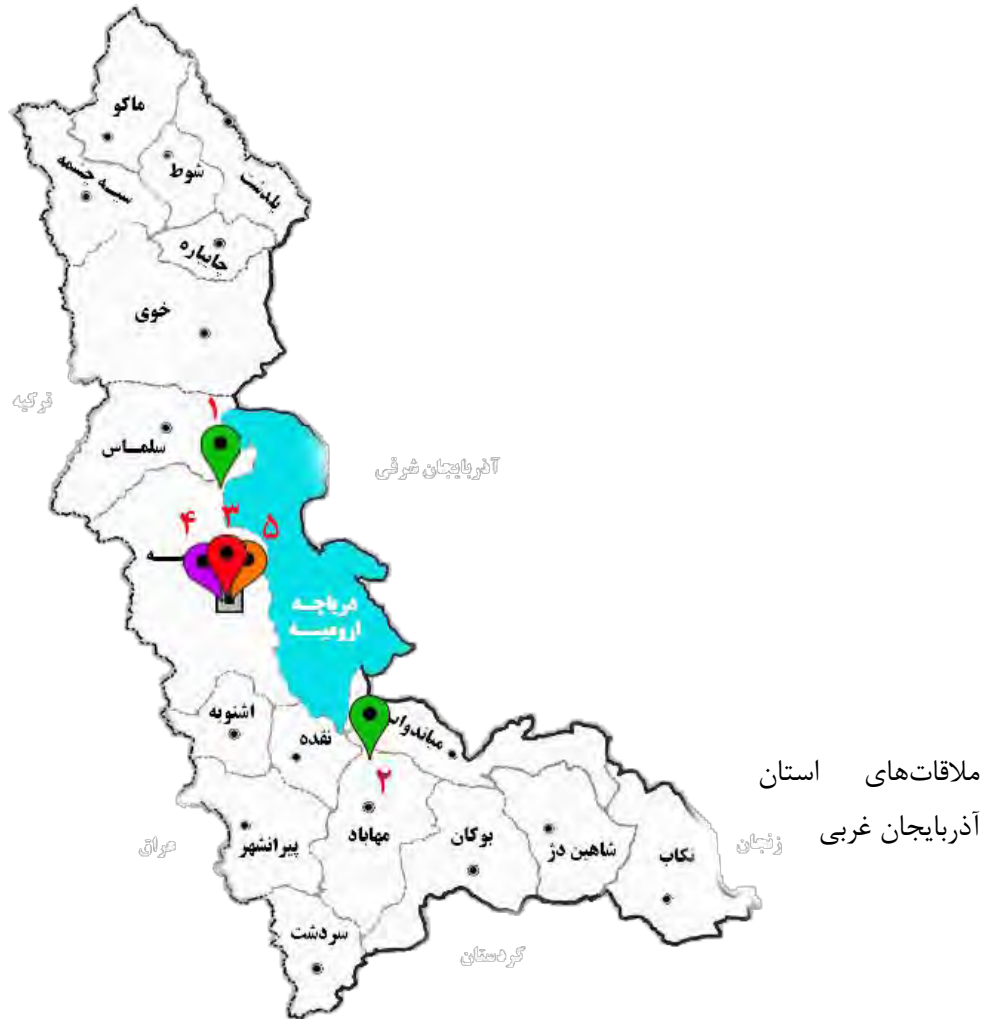
مدیر اقامتگاه گیله بوم



مدیر اقامتگاه سنتی سام



۱۸ ملاقات‌های استان لرستان



مدیر مجتمع ساحلی باری  
آقایان معارف پناه و جمشیدون (روستای قره داغ)



خانمها درخشانی و ناظمی (مدیر سایت دستادست)



آقای جباری (رئیس اداره گردشگری استان آذربایجان غربی)  
آقای امامی (معاون گردشگری استان آذربایجان غربی)  
خانوم سیروس (کارشناس برنامه و بودجه آذربایجان غربی)  
آقای فخاری (مسئول بومگردی آذربایجان غربی)  
آقای قربانی (مدیر موزهی ارومیه)  
آقای سپهرفر (کارشناس مردم شناسی اداره گردشگری آذربایجان غربی)





آقای حکمت (متخصص منطقه ای گردشگری)

آقای مهران ظرافت (عضو هیات مدیره انجمن صنفی راهنمایان تور)

آقای محمدی (کارگردان و مستندساز صدا و سیمای ارومیه و متخصص مستندهای گردشگری)





## ۱- ملاحظات نظری

ملاحظات نظری در واقع مسائلی هستند که به طور کلی در فرآیند سیاست‌گذاری مورد توجه بوده‌اند و سعی شده تا جای ممکن به آن‌ها الزام داشته باشیم. این ملاحظات به شرح زیر هستند:

**ملاحظه اول:** تلاش ما بر این است که حداقل مداخلات دولتی را داشته باشیم و تا حد ممکن از مکانیزم‌های طبیعی از جمله مکانیزم بازار استفاده کنیم.

**ملاحظه دوم:** تلاش اصلی در قسمت منابع مالی، اتکا به منابع غیردولتی و غیرعمومی است. در واقع هدف، جذب حداکثری منابع مالی از بخش خصوصی است.

**ملاحظه سوم:** تلاش ما بر این است که در سیاست‌های مختلف با حداکثر مشارکت مردم محلی در هر منطقه، به اهداف آن سیاست‌ها برسیم.

علاوه بر موارد ذکر شده تمرکز ما بر نهادها، نقش آن‌ها و شکل دادن نهادهای جدیدی است که بتوانند با پذیرفتن نقش‌هایی، سیاست‌ها را اجرا کنند و ضامن پایداری آن‌ها باشند. همینطور تلاشمان این است که در زنجیره‌های مختلف کارآفرینان پیشرو را شناسایی کرده و فرآیند توسعه زنجیره ارزش را متکی بر کارآفرینان پیشرو و حمایت از آن‌ها پیش ببریم.

در کنار موارد ذکر شده دو ملاحظه دیگر نیز داریم که ناشی از دیدگاه ما به‌عنوان رویکرد زنجیره ارزش است. این دو ملاحظه عبارتند از:

۱- وقتی در مورد یک یا چند حلقه از زنجیره ارزش در حال سیاست‌گذاری هستیم بایستی به تاثیرات این سیاست بر حلقه‌های دیگر نیز توجه داشته باشیم.

۲- راه حل مشکلات یک حلقه، لزوماً در درون همان حلقه نیست و با مداخله در یک حلقه دیگر ممکن است بتوانیم مشکل این حلقه را حل کنیم.

## ۲- توسعه بوم‌گردی

منظور از توسعه بوم‌گردی، ترکیبی از معیشت جایگزین و معیشت مکمل است ولی در عین حال، حداقل در کوتاه مدت و میان مدت، انتظار نمی‌رود که توسعه بوم‌گردی بتواند جایگزین کشاورزی شود. توسعه بوم‌گردی بیشتر می‌تواند مکمل کشاورزی باشد و باعث شود که معیشت روستاییان، دیگر به کشاورزی محصولات پرآب‌بر وابستگی نداشته باشد و در نتیجه طرح‌های توسعه دیگری که شامل معیشت‌های جایگزین، روش‌های نوین آبیاری، تغییر الگوی کشت یا به‌طور کلی طرح‌های مدیریت آب، به نحو بهتر و موثرتری در منطقه بتواند توسعه یابد.



با توجه به آنچه گفته شد، هدف از توسعه بوم‌گردی این است که مشارکت روستاییان به صورت حداکثری در همه فرآیندهایی که در ارائه خدمت بوم‌گردی می‌تواند وجود داشته باشد، جلب شود.

باید به این نکته تاکید زیادی داشت که تجربیات توسعه بوم‌گردی در مناطق مختلف دنیا و مخصوصاً در کشور خودمان ایران در مناطق مختلف این را ثابت کرده که یک طرح بوم‌گردی موفق نخواهد شد مگر این که مشارکت روستاییان و محلی‌ها را داشته باشد و منافع قابل توجهی را به آن‌ها برساند. فلذا این طرح‌ها همگی با تمرکز بر این مسأله که روستاییان خود، تاسیس و اداره اقامتگاه و تاسیسات بوم‌گردی را بر عهده بگیرند، طراحی شده است.

نکته بعدی این است که در این فرآیند توسعه، این دیدگاه وجود دارد که هر جا که روستاییان و مردم محلی تقاضایی برای توسعه دارند این توسعه اتفاق بیفتد و اگر جایی این تقاضا وجود نداشته باشد ابتدا به فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی برای ایجاد این تقاضا توجه شده است. همه سیاست‌ها نیز حول این مسأله است که در نهایت روستایی‌ها در این فعالیت مشارکت کنند و از این مشارکت منافع اقتصادی برای خود تامین کنند. فلذا این سیاست‌ها بر مبنای ۴ کارکرد یا هدف تدوین شده است:

**اول:** بتواند محیط توانمندساز را ایجاد و تقویت کند به این معنا که فرآیندها و سازمان‌های مختلفی که در اینجا وجود دارند را در نظر گرفته و مشکلات آن‌ها را شناسایی کرده و تلاش کند که این فرآیندها را بهبود ببخشد و یا نهادهایی ایجاد کند که بتوانند به‌عنوان بخشی از محیط توانمندساز فعالیت کنند.

**دوم:** محور دوم خدمات پشتیبانی است که تلاش کنیم خدمات را با حمایت‌هایی شکل داده و تقویت کند تا در منطقه بتواند به صورت پایدار دربیاید.

**سوم:** توانمند کردن روستاییان و مردم محلی محور سوم است. هدف اینست که مردم محلی و روستاییان بتوانند این خدمت را به نحوی ارائه دهند که اولاً بتواند به صورت پایدار برایشان منافع اقتصادی فراهم کند و ثانیاً جای توسعه و بهبود معیشتشان را هم فراهم کند.

**چهارم:** تلاش برای این است که این فعالیت را به‌عنوان یک فعالیت مفید و ثمرده از لحاظ اقتصادی در منطقه و در بین مردم محلی مطرح کند که نتیجتاً خود مردم محلی، داوطلبانه برای مشارکت در این فعالیت، به سمت این کار بیایند.

بر روی محیط توانمندساز، همانطور که اشاره شد از طریق رایزنی و ارتباط با سازمان‌های مختلف، تلاش برای تسهیل فرآیندها و ایجاد نهادهای جدید، کار خواهد شد. بازارهای پشتیبان از طریق تشویق خدمات پشتیبانی که در مناطق دیگر کشور فعال هستند برای ورود به این منطقه و هم‌چنین حمایت از خدمات دیگری که لازم است برای پشتیبانی این کار در منطقه صورت می‌گیرد. توانمندسازی محلی‌ها و بومی‌هایی که می‌خواهند در این زمینه وارد شوند، از طریق آموزش‌های مختلف از یک طرف و ورود افرادی با تجربه و دانش در این زمینه در منطقه از طرف دیگر، صورت می‌گیرد. ترغیب و تشویق محلی‌ها و بومی‌ها برای این که به بوم‌گردی به چشم مثبت نگاه کنند و وارد شوند و



مشارکت کنند از طریق طرح‌های توسعه‌ای و تسهیل‌گری و همینطور ارائه نمونه‌های موفق در حله اول در کشور و سپس حمایت از تاسیس و پایداری یک سری نمونه‌های موفق در منطقه، صورت می‌گیرد.

کار اصلی ما در بخش تحلیل، شناختن مشکلات و مسائل اصلی زنجیره ارزش بود که به‌طور کلی این کار از طریق ورود در منطقه، مطالعات میدانی، مشاوره و مشورت با خبرگان محلی و منطقه‌ای، استفاده از تجربیات کارآفرینان و توسعه‌گران دیگر در مناطق دیگر و همینطور از طریق benchmarking و مطالعه دلایل موفقیت نمونه‌های موفق و تشخیص خلأ آن دلایل در منطقه صورت گرفته است.



### ۳- مشکلات و مسائل

در ادامه مهم‌ترین مسائل و مشکلاتی که در منطقه شناسایی شده‌اند به همراه سیاست‌هایی که ما پیشنهاد داده‌ایم که قرار است بتوانند این مشکلات و مسائل را حل کنند بررسی خواهند شد. شکل زیر مشکلات و مسائل شناسایی

|   |
|---|
| نقص جدی اطلاعات پیرامون جاذبه‌های طبیعی و بومی منطقه، نبود پایگاه اطلاعات قابل استفاده و مفید برای گردشگران   |
| بی‌اطلاعی مردم، گردشگران و تورگردانان از جاذبه‌های بومی، محلی، طبیعی و تاریخی منطقه و مطرح نبودن منطقه به عنوان یک منطقه هدف گردشگری                  |
| عدم توجه به آذربایجان غربی به عنوان یک مقصد قابل توجه گردشگری در استان منطقه و کشور و عدم تمایل آژانس‌ها برای برگزاری تور در منطقه                    |
| آماده نبودن ذهنیت روستاییان در مورد ورود گردشگری به روستاها   |
| نبود تجربه و تخصص تاسیس و اداره اقامتگاه و تاسیسات بوم‌گردی   |
| فرآیند دشوار اخذ مجوز برای تاسیس اقامتگاه و تاسیسات بوم‌گردی و عدم آگاهی کارشناسان ممیز در سازمان‌های مجوزدهنده یا استانداردهای اقامتگاه‌های بوم‌گردی |
| مشکل در تامین مالی پروژه‌های بوم‌گردی و تامین سرمایه اولیه آن و فرآیند دشوار اخذ وام  |
| نبود هماهنگی بین اجزای مختلف ارائه خدمت و خلا نهاد متصدی قدرتمند و چابک در منطقه  |
| نیاز اساسی به آموزش و حمایت‌های مختلف مالی و غیرمالی از طرح‌ها و ایده‌های مرتبط با بوم‌گردی و گردشگری   |

شکل ۱ مسائل و مشکلات شناسایی شده در منطقه

شده را نمایش می‌دهد.

۱- اولین مشکل شناسایی شده نقص جدی اطلاعات پیرامون جاذبه‌های طبیعی و بومی منطقه و نبود یک پایگاه اطلاعاتی قابل استفاده و مفید برای گردشگران است. در این مورد باید به این نکته اشاره کنیم که تلاش‌هایی برای این که یک سری اطلاعات از جاذبه‌های مختلف منطقه تهیه و ارائه بشود، پیش از این توسط گروه‌های مختلف خصوصی، عمومی و دولتی انجام شده است. آنچه که ما به عنوان نقص می‌بینیم اول به این دلیل است که این اطلاعات کامل نیستند و دوم این که عموماً تمرکز این اطلاعات بر جاذبه‌های طبیعی و تاریخی است، در حالی که ما بیشتر به دنبال جاذبه‌های فرهنگی، بومی و مردمی و در واقع جاذبه‌های موجود در زندگی روستایی هستیم. هم‌چنین اطلاعاتی مورد نیاز یک بوم‌گرد، علاوه بر جاذبه‌های ذکر شده، شامل اطلاعاتی راجع به دسترسی به آن‌ها، فرهنگ مردم و حتی راجع به مسائلی مانند امکانات اقامتی و سایر امکانات است که مجموعه جمع‌آوری شده این موارد را شامل نمی‌شود و در واقع این نقص اطلاعاتی که ذکر شده، منظور اطلاعاتی از این سنخ است.

۲- مشکل دوم شناسایی شده این است که مردم، گردشگران و تورگردان‌ها از جاذبه‌های بومی، محلی، طبیعی و تاریخی منطقه بی‌اطلاعند و این مسأله باعث شده که منطقه به عنوان یک منطقه هدف گردشگری در



ذهن عموم جا نگرفته باشد. این مشکل ناشی از این می‌شود که علاوه بر این که اطلاعات به صورت کامل وجود ندارد، کانال‌های پر مخاطب، موثق و جامعی برای ارتباط با عموم مردم و حتی فعالین صنعت گردشگری نیز وجود ندارد. این کانال‌های ارتباطی می‌توانند از طریق فضای مجازی، سایت‌ها و برنامه‌های تلویزیونی باشند که در مورد همه این‌ها نقص‌های بسیار جدی در مورد این منطقه وجود دارد.

۳- مسأله بعدی این است که آذربایجان غربی به‌عنوان یک مقصد قابل توجه گردشگری برای آژانس‌ها و فعالین گردشگری مطرح نیست. دلیل این مسأله این است که این افراد خیلی کم به منطقه آمده‌اند و از امکانات و جاذبه‌های منطقه مطلع نیستند.

۴- ذهنیت ناآماده روستاییان در مورد پذیرش گردشگر علی‌الخصوص به‌عنوان یک فعالیت اقتصادی مشکل بعدی است که شامل حال اغلب مناطقی در کشور که گردشگران در آنجا زیاد حضور ندارند می‌شود. این موضوع سابق بر این، مشکلات زیادی را در نقاط دیگر کشور ایجاد کرده و در بسیاری از موارد باعث دلسردی افرادی که قصد توسعه بوم‌گردی را داشته‌اند، شده و حتی به مشکلات اجتماعی و فرهنگی در نقاط دیگر کشور هم انجامی ده است.

۵- ارائه خدمات گردشگری و بوم‌گردی نیازمند یک تجربه و تخصص است که در میان افرادی که تجربه‌ی این کار را نداشته‌اند وجود ندارد و این به‌عنوان یک مشکل و مانع جدی بر سر راه توسعه بوم‌گردی و گردشگری در این منطقه دیده می‌شود.

۶- مشکل بعدی فرآیند دشوار اخذ مجوز و همچنین آگاهی نداشتن کارشناسان ممیز در سازمان‌های مجوز دهنده با استانداردهای این اقامتگاه‌ها است. فرآیند اخذ مجوز برای اقامتگاه‌های بوم‌گردی یک فرآیند بسیار زمان‌بر و هزینه‌بر است. علاوه بر این خیلی از روستاییان منابع مالی کافی برای این فرآیند ندارند، این دو مسأله باعث می‌شود که انگیزه‌ی آن‌ها برای دنبال کردن این فرآیند نیز به دلیل پیچیدگی فرآیند و ارتباط با ادارات مختلفی که هر کدام ضوابط خاص خودشان را دارند، از بین برود. همین‌طور کارشناسانی که می‌خواهند برای صدور مجوز از اقامتگاه بازدید کنند، چون از استانداردهای این اقامتگاه‌ها مطلع نیستند و آن‌ها را با استانداردهای هتل‌ها مقایسه می‌کنند، برای صدور مجوز مشکل ایجاد می‌کنند.

۷- مشکل بعدی تامین مالی است. بسیاری از روستاییان سرمایه در گردش کافی برای این که یک اقامتگاه و یا یک تاسیساتی را بتوانند ایجاد کنند، ندارند.

۸- مشکل بعدی ساختار دولتی و حاکمیتی حوزه گردشگری در منطقه است که خلأ یک نهاد متصدی قدرتمند و چابک در منطقه را نشان می‌دهد.

۹- مشکل آخر نیز اینست که به‌طور کلی نیاز به آموزش و حمایت‌های مختلف از کسانی که می‌خواهند طرح‌های مربوط به گردشگری و بوم‌گردی را اجرا کنند، دیده می‌شود.

به‌طور کلی توسعه گردشگری و بوم‌گردی در یک منطقه‌ای که قبلاً سابقه قابل توجهی در این کار نداشته و نسبت به مناطق مختلف کشور هم نسبتاً دور محسوب می‌شود، نیازمند حمایت همه‌جانبه است که چندین منطقه و مرکز



همزمان فعال شوند تا در کنار هم اقتصادی شوند و بتوانند تقاضا را به سمت خودشان جلب کنند. این کار نیازمند برنامه‌ریزی واحد برای آن‌ها و نهادی است که همه این فرآیند را یکجا پیگیری کند.

## ۴- برنامه اجرایی

برای حل مشکلاتی که پیش از این ذکر شد، یک برنامه اجرایی تدارک دیده شده که در بازه زمانی ۵ تا ۸ سال بتواند تعدادی تاسیسات اقامتی و پشتیبانی بوم‌گردی را در منطقه راه‌اندازی کند و نهادها و زیرساخت‌هایی برای پایدار



شکل ۲ برنامه اجرایی

کردن این فرآیند را هم ایجاد کند.

فاز اول کشف است که شامل مطالعات میدانی و گردآوری اطلاعات و همینطور تبلیغات و آگاهی بخشی می‌شود.

فاز دوم ورود به منطقه است که با استفاده از نتیجه مطالعات میدان و گردآوری اطلاعات فاز اول، روستاهای هدف توسعه، شناسایی شوند و گروه‌بندی در آن‌ها انجام شود و با توجه به خصوصیات روستاها، کارآفرینان پیشرو، توسعه‌گران و یا تسهیل‌گران در آن روستاها وارد شوند.

فاز سوم بعد از به ثمر رسیدن نسبی فاز دوم شروع می‌شود و عبارت است از ایجاد پایگاه توسعه پایدار بوم‌گردی، که طرح‌های بوم‌گردی در آنجا مطرح و حمایت شوند و افرادی که متقاضی اجرای طرح‌ها هستند آموزش‌های لازم را ببینند و آماده اجرا شوند.



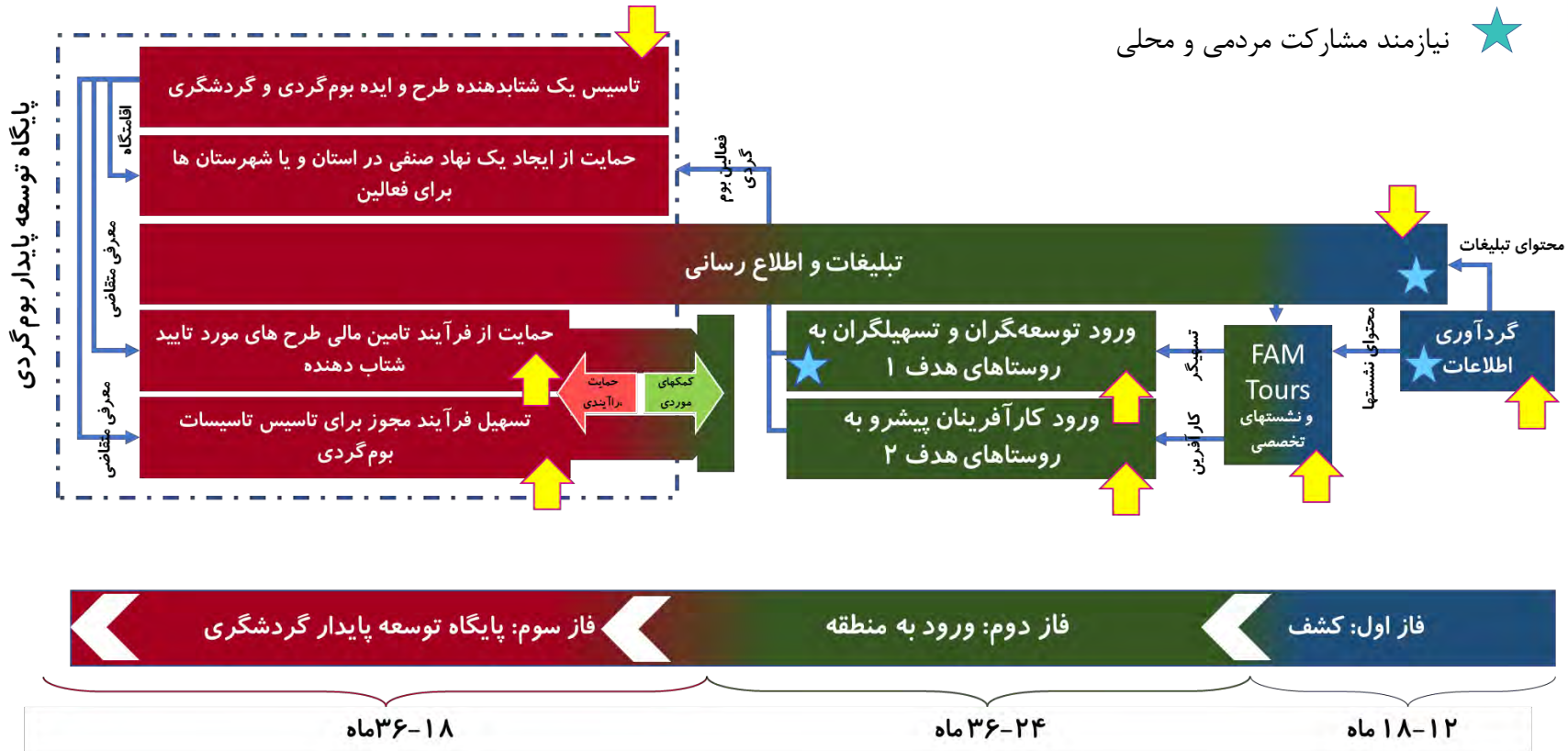
## ۵- مجموعه سیاست‌ها

همانطور که گفته شد مجموعه‌ی سیاست‌ها در ۳ فاز اجرایی می‌شوند که در شکل صفحه بعد یک نقشه شماتیک از سیاست‌های مختلف و ارتباط بین آن‌ها دیده می‌شوند.



↓ نیازمند سرمایه اولیه بخش عمومی

★ نیازمند مشارکت مردمی و محلی



شکل ۳ نقشه شماتیک سیاستهای مختلف و ارتباط بین آنها





فاز اول، با گردآوری اطلاعات آغاز می‌شود و بعد از آن با شروع تبلیغات، اطلاع رسانی انجام خواهد شد و منجر به یک سری نشست‌های تخصصی و FAM Tour ها می‌شود. بعد از آن فاز دوم شروع می‌شود که در این فاز تبلیغات و اطلاع‌رسانی ادامه پیدا می‌کند و نشست‌های تخصصی و FAM Tour ها هم دنبال می‌شود. نتیجه این نشست‌ها شناسایی تعدادی تسهیل‌گر و توسعه‌گر و تعدادی کارآفرین است، که تسهیل‌گران در روستاهای هدف گروه ۱ وارد می‌شوند. روستاهای هدف گروه ۱ روستاهایی هستند که به‌طور بالقوه جذابیت‌های مختلفی دارند که باعث می‌شود پتانسیل جذب گردشگر را داشته باشند ولی مردم آن‌ها، به‌واسطه این که تجربه برخورد با گردشگران را نداشته‌اند از لحاظ ذهنی آمادگی پذیرش گردشگر را ندارند. روستاهای هدف گروه ۲ که در آن‌ها کارآفرینان وارد می‌شوند روستاهایی هستند که علاوه بر این که به‌طور بالقوه توانایی و جذابیت لازم برای جذب گردشگر را دارند، به دلیل برخورد با گردشگران مختلف، آمادگی ذهنی برای این که جذب گردشگر را به‌عنوان یک فعالیت اقتصادی در نظر بگیرند و در آن مشارکت کنند را نیز دارند.

فاز سوم که پایگاه توسعه پایدار بوم‌گردی است، چند کارکرد دارد که همه آن‌ها در کنار هم در نهایت این پایگاه توسعه پایدار را می‌سازند. کارکردی که از قبل ادامه پیدا می‌کند تبلیغات و اطلاع‌رسانی است که در این فاز هم با گستردگی و تنوع بیشتری ادامه پیدا می‌کند. همین‌طور یک شتاب‌دهنده طرح و ایده بوم‌گردی و یک نهاد صنفی که فعالین بوم‌گردی و صاحبان اقامتگاهی که از روستاهای هدف گروه ۱ و ۲ و از شتاب‌دهنده خارج شده‌اند را برای تصمیم‌سازی دور هم جمع می‌کند، تشکیل خواهد شد. حمایت از فرآیند تامین مالی طرح‌های مورد تایید شتاب‌دهنده که به‌عنوان یک سیاست مطرح می‌شود و به‌عنوان یکی از کارکردهای پایگاه توسعه در خواهد آمد. نهایتاً تسهیل فرآیند مجوز است که طرح‌هایی که شتاب‌دهنده آن‌ها را حمایت می‌کند، در فرآیند مجوز هم از آن‌ها حمایت شود و در این مورد مانعی برایشان وجود نداشته باشد.

در مورد فرآیند تامین مالی و تسهیل فرآیند مجوز تذکر این نکته ضروری است که در زمان ورود توسعه‌گران و تسهیل‌گران و کارآفرینان پیشرو به روستاها، این کمک‌ها به صورت موردی به این فعالین ارائه می‌شود اما در پایگاه توسعه بوم‌گردی این حمایت‌ها از شکل موردی بیشتر به شکل فرآیندی در خواهد آمد.

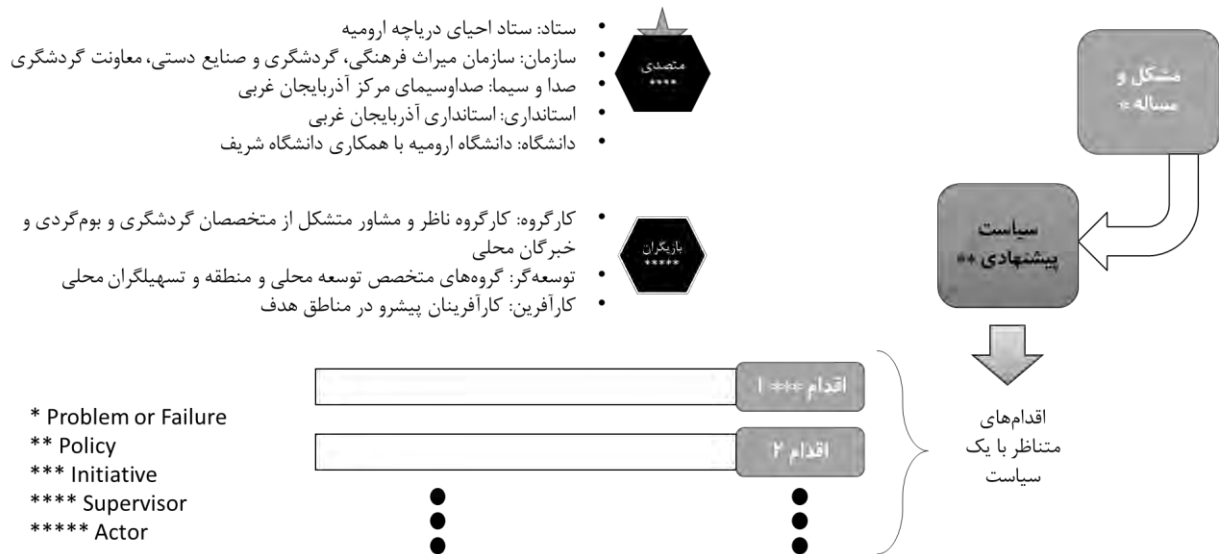
نکته دیگری که حائز اهمیت است این است که سیاست‌هایی که با ستاره آبی مشخص شده‌اند سیاست‌هایی هستند که مشارکت مردمی و محلی در آن‌ها نقش جدی دارد که در ادامه توضیح داده خواهد شد و سیاست‌هایی که با فلش زرد رنگ مشخص شده‌اند، سیاست‌هایی هستند که در آن‌ها تامین مالی از منابع عمومی الزامی است و به صورت شخصی امکان جبران همه هزینه‌ها و یا بخشی از هزینه‌ها وجود ندارد.

همانطور که در شکل زیر مشخص شده است، ابتدا ما در مورد مشکلات و مسائل صحبت می‌کنیم که با عنوان problem or failure می‌شناسیم. بعد از آن سیاست پیشنهادی یا policy که قرار است مشکل را حل کند را مطرح می‌کنیم. سپس



## اشتغال و معیشت با رویکرد توسعه زنجیره ارزش

یک سری اقدامات متناظر با آن سیاست را مطرح می‌کنیم که اقدام را با عنوان initiative می‌شناسیم. در واقع این اقدامات فعالیت‌هایی هستند که ما معتقدیم اگر انجام شوند می‌توانند کمک کنند که فرآیند اجرایی شدن سیاست به نحو مناسبی شروع شود. در ادامه برای هر یک از سیاست‌ها، فرآیندی که بعد از این اقدامات باید انجام شود نیز ذکر شده است. متصدی با یک شش ضلعی که ستاره‌ای بالای آن وجود دارد مشخص می‌شود که متصدی‌های مختلفی به‌عنوان مثال ستاد، سازمان، صدا و سیما، استانداری و دانشگاه وجود دارند و همینطور بازیگران مختلف که کارگروه، توسعه‌گر و



شکل ۴ راهنما

کارآفرین به‌عنوان مثال وجود دارند.



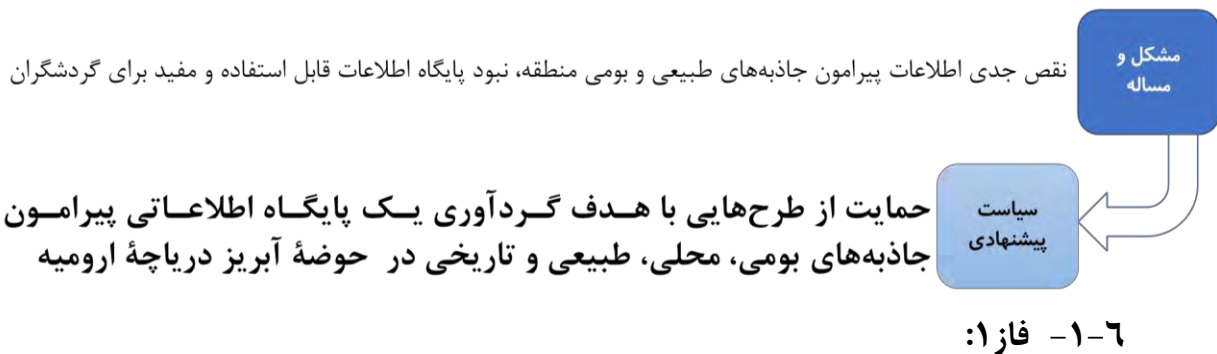
## ۶- سیاست‌های توسعه بوم‌گردی

### سیاست ۱

”

تلاش برای یافتن اطلاعات پیرامون جاذبه‌های محلی، بومی و مردمی به عنوان یکی از مهم‌ترین پیشنهادها برای توسعه بوم‌گردی شناخته می‌شود

”



### اقدام ۱:

در جهت پیشبرد این سیاست از طرح‌هایی با هدف گردآوری یک پایگاه اطلاعاتی پیرامون جاذبه‌های بومی، محلی، طبیعی و تاریخی در حوضه آبریز دریاچه ارومیه است، حمایت شود.



شکل ۵ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۱

اولین کار اولویت‌سنجی مکانی و یافتن جنس اطلاعات مورد نیاز است که این کار توسط کارگروه ناظر و مشاور ما انجام خواهد شد که این کارگروه متشکل از خبرگان محلی که در زمینه جاذبه‌های مردمی و بومی و طبیعی و تاریخی منطقه اطلاعات قابل توجهی دارند، تعدادی از متخصصین گردشگری و بوم‌گردی و تعداد محدودی از نمایندگان ستاد احیاء است. اولویت‌سنجی مکانی به این معناست که با کمک گرفتن از خبرگان محلی و نمایندگان ستاد، مشخص شود که



کدام مناطق هم از این لحاظ که در صرفه‌جویی در مصرف آب می‌توانند به ما کمک کنند هم این که دارای جذابیت‌های بومی منطقه‌ای به‌طور کلی باشند، برای ما دارای اولویت هستند. یافتن جنس اطلاعات مورد نیاز با کمک متخصصین گردشگری و بوم‌گردی انجام می‌شود که از جنس اطلاعاتی است که در تاسیس اقامتگاه و به‌طور کلی توسعه بوم‌گردی برای ما می‌تواند حائز اهمیت باشد.

انتخاب مجری مطالعات مرحله بعدی است. مجری باید چند شرط داشته باشد.

- ۱- رزومه مشخصی در انجام مطالعات مشابه داشته باشد.
- ۲- اهل منطقه باشد و آشنایی کلی با منطقه داشته باشد.
- ۳- حداکثر تلاش خودش را برای مشارکت دادن افراد محلی و بومیان در فرآیند مشاوره داشته باشد.
- ۴- فهم کاملی از جنس اطلاعاتی که لازم است و مخاطبین آن که قرار است بوم‌گردان‌ها باشند، داشته باشد و این اطلاعات را بتواند فراهم کند.

مرحله بعدی، تامین مالی این طرح یا طرح‌های مطالعاتی است که باید انجام شود. همینطور لازم است که با نهادهای مختلف حاکمیتی و حتی انتظامی و امنیتی در مورد حضور این افراد در مناطق مختلف و گرفتن اطلاعات، هماهنگی‌هایی انجام شده و حمایت‌هایی صورت بگیرد. سپس باید برای کار مجری، ناظری مشخص شود و آن ناظر به این فرآیند و کیفیتش نظارت کند. ناظر همان کارگروهی است که در بخش اول این اقدام تشکیل شده است. متصدی این کار می‌تواند ستاد احیاء باشد که در واقع پیگیری‌های این کار را انجام دهد یا این که می‌تواند معاونت گردشگری سازمان گردشگری در منطقه باشد. البته اینجا یک مسأله‌ای که وجود دارد این است که بعضا طرح‌هایی که از سازمان گردشگری می‌گذرد دچار یک سری مشکلات و تغییرات زیاد می‌شود و حتی ممکن است آن‌ها خودشان مجری‌هایی را در نظر داشته باشند که اگر که سازمان به‌عنوان متصدی انتخاب شود، ستاد باید نظارت ویژه‌ای بر روی این کار داشته باشد و به‌طور کلی پیشنهاد می‌شود که ستاد متصدی این کار باشد.

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده‌اند.

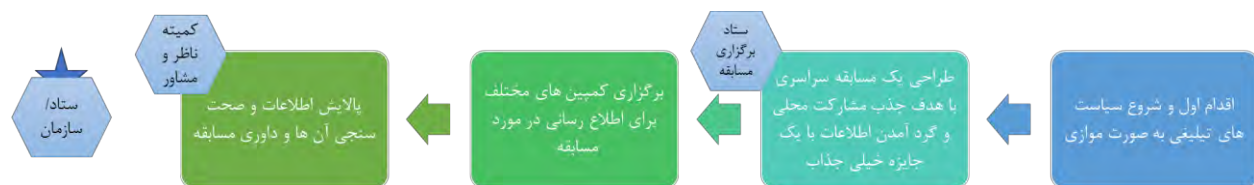
جدول ۱ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۱

| خروجی/هدف   | مدت زمان | منابع مورد نیاز و روش تامین   |
|---|----------|---|
| اطلاعات طبقه بندی شده به شکلی که برای بوم‌گردانان قابل استفاده باشد | ۹-۱۲ ماه | هر روستا به‌طور متوسط ۵۰۰ هزار تومان/ هزینه از منابع عمومی پروژه و یا جذب اسپانسر از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و موسسات |



## اقدام ۲:

استفاده از مشارکت مردمی همانطور که گفته شد به عنوان یکی از اصول خیلی مهم در سیاست گذاری ما تلقی می شود و یکی از روش های مناسب گردآوری اطلاعات و جلب مشارکت های مردمی استفاده از تکنیک های بازی کاری (gamification) است. در اینجا یک مسابقه عکس، فیلم کوتاه و محتوا از جاذبه های مختلف پیش بینی شده است که در این مسابقه مردم محلی باید عکس هایی از جاذبه های مختلف گرفته و به همراه توضیحاتی ارسال کنند. این عکس ها یا توسط یک کمیته داوری یا توسط خود مردم قضاوت می شود و به بهترین آن ها جایزه قابل توجهی داده خواهد شد. هدف از این کار در کنار گردآوری اطلاعات این است که یک جریان اجتماعی در منطقه راه بیفتد که مردم مطلع شوند که قرار است چنین فعالیتی در منطقه انجام شود و خودشان از اول در این کار دخیل باشند. علاوه بر آن اطلاعاتی که توسط خود مردم جمع آوری می شود از ارزش بیشتری هم برخوردار است.



شکل ۶ فرآیند انجام اقدام ۲ سیاست ۱ فاز ۱

در مورد فرآیند اول، اقدام اول باید به جای خوبی رسیده باشد تا ما مناطق دارای اولویتمان را شناخته باشیم. همینطور سیاست تبلیغی که بعداً راجع به آن صحبت خواهیم کرد در این زمان باید شروع شده و تا حد خوبی پیش رفته باشد تا کانال هایی برای ارتباط متصدیان با مردم به وجود آمده باشد. بعد از آن باید یک ستاد برگزاری مسابقه تشکیل شود. این ستاد متشکل است از نیروهای اجرایی که قرار است مسابقه را اجرا کنند و در طراحی مسابقه تخصص و خلاقیت کافی دارند، یک سری خبرگان محلی، متخصصین گردشگری و متخصصین تبلیغات که در کنار همدیگر بتوانند مسابقه را به بهترین شکل طراحی کنند. بعد از آن کمیته های مختلف و استفاده از جریان های اجتماعی برای اطلاع رسانی در مورد این مسابقه است و سپس پالایش اطلاعات و صحت سنجی آن ها و داوری مسابقه اگر قرار باشد داوری به صورت متمرکز انجام شود که این کار را هم کارگروه ناظر و مشاور انجام می دهد. متصدی این کار بستگی به سیاست های کلی می تواند سازمان گردشگری به عنوان متصدی رسمی باشد یا اینکه می تواند ستاد باشد و این خود می تواند تبلیغی برای ستاد باشد که به عنوان معیشت جایگزین و مکمل دارد فعالیت هایی را انجام می دهد که این مسأله ممکن است باعث خوشنامی برای کل طرح توسعه بوم گردی شود چون طرح های مختلفی که سازمان پیگیری می کند معمولاً چندان موفق نیستند.

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده اند.



جدول ۲ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۲ سیاست ۱ فاز ۱

| منابع مورد نیاز و روش تامین  | مدت زمان | خروجی/هدف  |
|--|----------|--|
| هزینه دآوری و جوایز مسابقه/ هزینه از منابع عمومی پروژه و یا جذب اسپانسر از مسئولیت اجتماعی شرکتها و موسسات | ۹-۶ ماه  | اطلاعات طبقه بندی شده به شکلی که برای گردشگران قابل استفاده باشد |



شکل ۷ فرآیند انجام اقدام ۳ سیاست ۱ فاز ۱

### اقدام ۳:

نتیجه اقدام شماره ۲ مجموعه اطلاعات طبقه بندی شده و مرتب است که توسط مجری مطالعات یا توسط مردم جمع آوری شده و در قالبهایی ریخته شده است. در اینجا قرار است که یک پایگاه اطلاعات برای اینکه دسترسی به اطلاعات مختلف را آسان کند و امکان جستجو و پالایش و ربط اطلاعات مختلف به همدیگر را فراهم کند، ایجاد شود. برای این کار شروع شود ابتدا اقدام اول و دوم باید به جای مناسبی رسیده باشند. یک مجری باید برای این کار در نظر گرفته شود که این مجری بهتر است که از خود منطقه باشد که با کلیات این کار آشنا باشد و همینطور لازم است که در زمینه تهیه پایگاه اطلاعاتی تخصص داشته باشد و در مورد گردشگری و بوم گردی هم اطلاعات قابل توجهی در حالت کلی داشته باشد. کمیته ناظر و مشاور نظارتی بر حسن ایجاد این پایگاه خواهد داشت. این کار هم می تواند بر عهده ستاد احیا و یا سازمان گردشگری باشد.

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده اند.

جدول ۳ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۳ سیاست ۱ فاز ۱

| منابع مورد نیاز و روش تامین  | مدت زمان | خروجی/هدف  |
|--|----------|--|
| هزینه دآوری و جوایز مسابقه/ هزینه از منابع عمومی پروژه و یا جذب اسپانسر از مسئولیت اجتماعی شرکتها و موسسات | ۹-۶ ماه  | اطلاعات طبقه بندی شده به شکلی که برای گردشگران قابل استفاده باشد |





سیاست ۲

هیچ سایت جامع گردشگری که اطلاعات اقامتگاه ها و جاذبه های بومی منطقه را داشته باشد وجود ندارد

بی اطلاعی مردم، گردشگران و تورگردانان از جاذبه های بومی، محلی، طبیعی و تاریخی منطقه و مطرح نبودن منطقه به عنوان یک منطقه هدف گردشگری

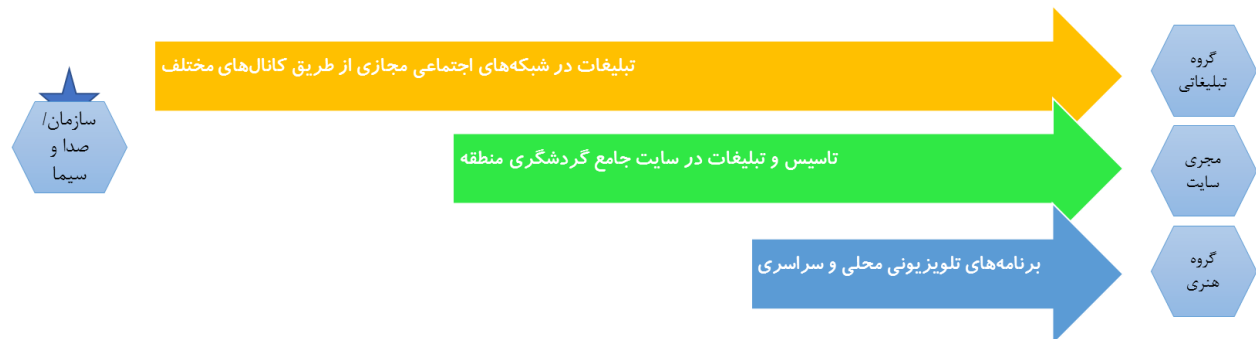
حمایت از تبلیغات جاذبه های گردشگری منطقه و اطلاع رسانی به مردم و کمپین های مختلف



اقدام ۱:

استفاده از بسترهای مختلف اطلاع رسانی و تبلیغی برای انتقال محتوای تولید شده است. پایگاه اطلاعاتی که در مرحله قبلی تشکیل شده و امکان دسترسی به اطلاعات را فراهم می کند باید از طریق کانال های مختلف به اطلاع عموم مردم برسد. در واقع مخاطب این سیاست عامه مردم در منطقه، کشور و در نهایت در سطح بین المللی هستند. البته با توجه به گروه های مختلف مسافران (درون استانی، داخلی و خارجی) کانال ها و شیوه های تبلیغی مخصوص و متناسب اختیار شوند. لذا پیش از شروع تبلیغات باید یک دسته بندی و نیازشناسی از دسته های مختلف مخاطبین انجام گیرد.

کانال های مختلف تبلیغی را به سه دسته کلی شبکه های اجتماعی مجازی، سایت ها و تلویزیون محلی، منطقه ای و



شکل ۸ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۲ فاز ۱

کشوری تقسیم کرده ایم.



اول از همه بر مبنای زمان به سراغ شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌رویم به این دلیل که هزینه اولیه کم و هزینه جاری ناچیز و تاثیر گسترده‌ای در سطح جامعه دارند. مجری این کار باید گروه تبلیغاتی باشد که تخصص در ایجاد کانال‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی داشته باشد که در منطقه هم موجود است. بعد از آن تمرکز بر سایت‌های مختلف گردشگری مرجع در سطح ملی و جهانی و همچنین تاسیس و تبلیغات در یک سایت جامع گردشگری منطقه است. اطلاعات جمع‌آوری شده که پیش از این از طریق شبکه‌های اجتماعی منتشر شده باید در سایت‌های جامع گردشگری ملی و منطقه ای و جهانی منتشر شود. همچنین سایتی تحت عنوان سایت جامع گردشگری منطقه که جایی است که کل پایگاه اطلاعاتی که تشکیل شده در آن سایت جامع به صورتی که قابل استفاده باشد درمی آید و افراد مختلف می‌توانند از امکانات و قابلیت‌ها و جذابیت‌های مختلف منطقه استفاده کنند. مجری این سایت باید فردی باشد که در نوشتن سایت‌های مختلف علی‌الخصوص سایت‌هایی با شکل مشابه و حتی سایت‌های جامع گردشگری تخصص داشته باشد.

بخش بعدی استفاده از برنامه‌های تلویزیونی محلی یا منطقه‌ای و سراسری است که گروه‌های هنری مختلفی ممکن است که در باب ساختن مستندهایی راجع به منطقه و یا در باب ساختن فیلم و سریال‌هایی با محوریت جاذبه‌های مختلف منطقه ورود کنند و در خلال این کارهای هنری که از تلویزیون پخش می‌شود، اطلاعات مختلف منتقل شود یا تبلیغی برای جاذبه‌های منطقه صورت بگیرد.

متصدی این کار می‌تواند معاونت گردشگری باشد که به‌طور کلی به این کار علاقمند هستند و یا می‌تواند برای بخش تلویزیونی خود صدا و سیما منطقه باشد.

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده‌اند.

جدول ۴ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۲ فاز ۱

| منابع مورد نیاز و روش تامین  | مدت زمان                               | خروجی/ هدف  |
|--|--|---|
| هزینه از منابع عمومی پروژه/ تاسیس یک آژانس تبلیغاتی به‌عنوان یک واحد خصوصی به‌عنوان یکی از فرصت‌های سرمایه‌گذاری/ استفاده از ظرفیت‌های اجتماعی | از اواسط سیاست ۱ تا تشکیل پایگاه توسعه | مطرح کردن آذربایجان به‌عنوان یک هدف گردشگری/ سایت جامع گردشگری و بوم‌گردی منطقه/ انتقال اطلاعات و آگاهی‌های مورد نیاز |

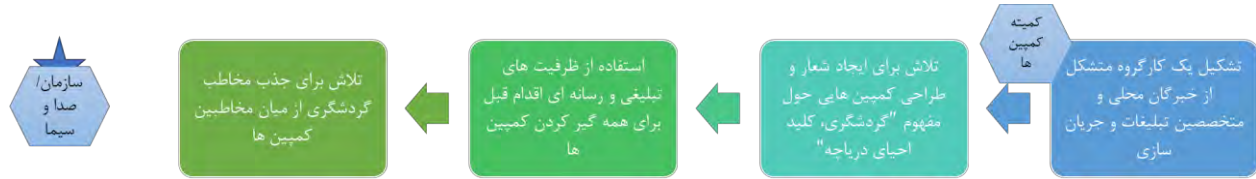
اقدام ۲:

اقدام بعدی ایجاد جریان اجتماعی و استفاده از ظرفیت‌های اجتماعی و توجه اجتماعی که به منطقه و مسأله دریاچه ارومیه وجود دارد، است. در اینجا قرار است از کانال‌هایی که در اقدام قبلی در هر مرحله‌ای شکل گرفته‌اند، در جهت



## اشتغال و معیشت با رویکرد توسعه زنجیره ارزش

ایجاد جریان‌های اجتماعی برای سوق دادن گردشگران و هم‌چنین خدمات پشتیبان و غیره به سمت منطقه، استفاده شود. در اینجا اول کارگروهی متشکل از خبرگان محلی و متخصصین تبلیغات و جریان‌سازی تحت عنوان کمیته کمپین‌ها تشکیل خواهد شد. بعد از آن کمپین‌هایی حول مفهوم کلیدی «گردشگری، کلید احیای دریاچه ارومیه» انجام خواهد شد. از ظرفیت‌های تبلیغی و رسانه‌ای که در اقدام قبل تشکیل شده در اینجا در هر مرحله بهره‌مند خواهیم شد و



شکل ۹ فرآیند انجام اقدام ۲ سیاست ۲ فاز ۱

تلاش می‌کنیم که در خلال این کمپین‌ها و جریان اجتماعی بتوانیم گردشگرهایی را جذب کنیم. متصدی این کار سازمان گردشگری یا صدا و سیما می‌تواند باشد. یکی از اهداف این کمپین‌ها تشویق مسافرانی که به این مناطق سفر کرده اند برای بازگو کردن تجربیات خود از سفر به منطقه، برای دیگران با هدف جذب گردشگران است؛ به دلیل آنکه این روش یکی از روش‌های موثر در جذب گردشگر شناخته می‌شود. تشویق بازدیدکنندگان به ثبت خاطرات و مشاهدات خود علاوه بر آنکه از طریق کمپین‌ها ممکن است، می‌تواند از طریق در نظر گرفتن جوایزی برای مسافران باشد.

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده‌اند.

جدول ۵ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۲ سیاست ۲ فاز ۱

| منابع مورد نیاز و روش تامین  | مدت زمان                               | خروجی/هدف  |
|--|--|--|
| هزینه از منابع عمومی پروژه/ تاسیس یک آژانس تبلیغاتی به‌عنوان یک واحد خصوصی به‌عنوان یکی از فرصت‌های سرمایه‌گذاری/ استفاده از ظرفیت‌های اجتماعی | از اواسط سیاست ۱ تا تشکیل پایگاه توسعه | مطرح کردن آذربایجان به‌عنوان یک هدف گردشگری/ ایجاد جریان اجتماعی/ تلاش برای جلب مشتری و مخاطب برای گردشگری منطقه |



## ۶-۲- فاز ۲:

### سیاست ۱

”

آژانس های فعال در زمینه بوم گردی و طبیعت گردی در شهرهای بزرگ تعداد بسیار کمی تور در منطقه برگزار می کنند

”

عدم توجه به آذربایجان غربی به عنوان یک مقصد قابل توجه گردشگری در استان منطقه و کشور و یافتن کارآفرینان پیشرو و سرمایه گذاران و ترغیب آژانس ها برای برگزاری تور در منطقه

مشکل و مساله

برگزاری نشست یا نشست هایی با تسهیلگران، توسعه گران، کارآفرینان پیشرو بالقوه و فعالین صنعت گردشگری و برگزاری FAM Tours

سیاست پیشنهادی

### اقدام ۱:

مشاهده آژانس های مختلف در شهرهای بزرگ کشور این را به ما نشان داد که هیچ تور طبیعت گردی و بازدید از جاذبه های بومی به طور قابل توجه در منطقه برگزار نمی شود. به همین دلیل لازم است که FAM Tour هایی تشکیل



شکل ۱۰ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۲

شوند که هدف آن ها این است که آژانس ها و فعالین گردشگری با منطقه آشنا شوند.

اول از همه باید تورگردانان و آژانس ها را در سیاست های قبلی یعنی در فرآیندهای تبلیغی و حتی گردآوری اطلاعات دخیل کنیم. تورهای آشنایی یا FAM Tour ها را با کمک بومیان و معاونت گردشگری طراحی کنیم. انتخاب مجریان انجام شود که نیروهای محلی دخیل باشند و می توان در این قسمت از انجمن صنفی تورگردانان استفاده کرد و بعد از آن



هم برگزاری تورها و مستندسازی نظرات و تجربیات این افراد باید انجام شود. سازمان گردشگری به علت رابطه خوبی که با انجمن تورگردانان دارد می‌تواند متصدی این کار باشد.

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده‌اند.

جدول ۶ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۲

| خروجی/هدف   | مدت زمان                                   | منابع مورد نیاز و روش تامین  |
|---|--|--|
| آشنایی تورگردانان و جا افتادن آذربایجان به‌عنوان یک منطقه گردشگری | از پایان سیاست اول تا انتهای نشست های محلی | هزینه از منابع معاونت گردشگری/ انتخاب یک آژانس مشتاق ترجیحا محلی به‌عنوان مجری و اسپانسر |

## اقدام ۲:

اقدام بعدی برگزاری نشست یا نشست‌هایی با تسهیل‌گران، توسعه‌گران و کارآفرینان پیشرو بالقوه و فعالین صنعت گردشگری است. لازم به ذکر است که برخلاف سیاست تبلیغی که مخاطب عام دارند، این نشست‌ها عموماً مخاطبشان افرادی است که به‌طور تخصصی در این زمینه فعالیت دارند و هم‌چنین قرار است در فرآیند توسعه ما دخیل باشند.



شکل ۱۱ فرآیند انجام اقدام ۲ سیاست ۱ فاز ۲

اول از همه لازم است که از میان تسهیل‌گران و توسعه‌گران افرادی که مناسب و علاقمند هستند جذب شوند. کارآفرینان پیشرویی که در نقاط دیگر کشور هستند و به‌طور کلی فعالین صنعت گردشگری که می‌توانند در این طرح موثر باشند، شناسایی و دعوت شوند. برای هر کدام از این گروه‌ها، باید نشست‌هایی بر اساس جامعه هدف طراحی شود که این کار را هم کمیته ناظر و مشاور می‌تواند انجام دهد. هم‌چنین این نشست‌ها باید برگزار شوند تا یک کمیته برگزاری تشکیل شود. متصدی این کار نیز ستاد یا سازمان می‌توانند باشند که با توجه به این که معاونت گردشگری در کشور، نام و نشان خوبی در توسعه‌های به این شکل ندارد، مناسب‌تر است ستاد انجام دهد.

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده‌اند.



جدول ۷ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۲ سیاست ۱ فاز ۲

| خروجی/هدف   | مدت زمان | منابع مورد نیاز و روش تامین  |
|---|----------|--|
| اسپانسر شدن یک آژانس یا موسسه/ هزینه از منابع عمومی | ۳ ماه    | یافتن کارآفرینان پیشرو و سرمایه‌گذاران و تسهیل‌گران/ جا افتادن آذربایجان به‌عنوان یک منطقه گردشگری |

سیاست ۲

”

بسیاری از روستاها با گردشگران برخوردی نداشته اند و آمادگی برای پذیرش گردشگر علی‌الخصوص به عنوان یک فعالیت اقتصادی وجود ندارد. این مساله بلا در بعضی مناطق کشور مشکلات قابل توجهی ایجاد کرده است

”

آماده نبودن ذهنیت روستاییان در مورد ورود گردشگری به روستاها



حمایت از طرح‌های تسهیلگری و توسعه‌ای در روستاهای منتخب گروه ۱

اقدام ۱:

روستاهای منتخب گروه ۱، روستاهایی هستند که در نتیجه مطالعات میدانی مشخص می‌شوند که به‌طور بالقوه پتانسیل جذب گردشگر را دارند ولی هم‌اکنون مردم آن روستا به واسطه این که برخورد با گردشگران نداشته‌اند، از لحاظ ذهنی آمادگی پذیرش گردشگران را ندارند. لازم به ذکر است که اغلب روستاهایی که در منطقه وجود دارند در این گروه قرار می‌گیرند و در میان آن‌ها بر اساس معیارهایی مانند امکان دسترسی، میزان جاذبه‌ها، و این که بتوان مسیری را برای این روستاها تعریف کرد، چند روستا انتخاب می‌شوند تا در آن‌ها طرح‌های توسعه یا تسهیل‌گری صورت بگیرد.

اقدامی که برای این سیاست پیش‌نهاد می‌شود، حمایت از طرح‌های این‌چنینی است.



شکل ۱۲ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۲ فاز ۲



اول از همه روستاهای گروه ۱ با معیارهایی که گفته شد، مشخص می‌شوند، سپس پروژه‌های توسعه‌ای و تسهیل‌گری در این روستاها باید طراحی شوند. طراحی پروژه‌های توسعه‌ای و تسهیل‌گری در واقع مشخص کردن پروژه‌هایی با اسکوپ زمانی مشخص، اهداف مشخص و محدودیت‌های مشخص است. بعد از آن باید مجریانی برای این طرح‌ها در روستاهای منتخب مشخص شوند که این مجریان در واقع گروه‌های توسعه‌ای و تسهیل‌گری هستند که در نشست‌ها شناسایی شده‌اند و نامزدهایی برای این کار هستند. کمیته ناظر و مشاور بر اجرای این پروژه‌ها نظارت می‌کند. فرآیند این پروژه‌ها باید مستند باشد و خروجی این پروژه‌ها باید ثبت شود و توسط کانال‌های تبلیغاتی که قبلاً ایجاد شده، اطلاع‌رسانی شود. در اینجا وقتی طرح‌های تسهیل‌گری و توسعه‌ای به جایی برسند که افراد بخواهند اقامتگاه‌هایی را تاسیس کنند، تسهیل فرآیند مجوزها و حمایت‌های مالی اهمیت پیدا می‌کند.

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده‌اند.

جدول ۸ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۲ فاز ۲

| خروجی/هدف   | مدت زمان  | منابع مورد نیاز و روش تامین |
|---|-----------|-----------------------------|
| آماده سازی روستاییان برای جذب گردشگر/ جذب مشارکت محلی/ تبدیل روستاهای گروه ۱ به ۲ | ۱۸-۲۴ ماه | هزینه از منابع عمومی        |

### سیاست ۳

”

اداره اقامتگاه و تاسیسات بوم‌گردی تجربه و تخصص می‌خواهد، اغلب روستاییان در این زمینه نیاز به آموزش و حمایت دارند

”

نبود تجربه و تخصص تاسیس و اداره اقامتگاه و تاسیسات بوم‌گردی

مشکل و مساله

سیاست پیشنهادی

حمایت از کارآفرینان پیشرو برای ورود به روستاهای منتخب گروه ۲

اقدام ۱:



روستاهای منتخب گروه ۲، روستاهایی هستند که علاوه بر این که به طور بالقوه توانایی جذب گردشگر را دارند، به دلیل ارتباط و برخورد با گردشگران، آمادگی جذب گردشگران را نیز دارند و می‌توانند گردشگرانی را در منطقه‌شان پذیرا باشند و این از لحاظ ذهنی در میان اغلب مردم روستا پذیرفته شده است و حتی ممکن است آن‌ها از این استقبال کنند



شکل ۱۳ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۳ فاز ۲

و به دنبال چنین طرح‌هایی نیز باشند. لازم است تذکر داده شود که تعداد این روستاها در منطقه بسیار کم است و در میان روستاهایی که در آن‌ها مطالعات انجام شده ممکن است ۴ یا ۵ روستا با این خصوصیات پیدا شود.

کارهایی که باید انجام شود در ابتدا مشخص کردن این روستاهاست. با شرایطی که مطرح شد تعداد آن‌ها احتمالاً خیلی کم خواهد بود. سپس یافتن کارآفرینان پیشرو باید انجام شود که کارآفرینان پیشرو، باید کسانی باشند که اول از همه تجربه و تخصص در تاسیس و اداره اقامتگاه‌های مختلف داشته باشند و یک نکته مهم این است که به اصولی که برای ما در این پروژه اهمیت دارد که جلب مشارکت مردمی، انتفاع مردم محلی از منافع اقتصادی طرح‌ها و ... از جمله آن‌ها هستند، پایبند باشد. باید در اینجا توجه داشت که قرار است این کارآفرینان پیشرو، در کنار افراد محلی قرار بگیرند و به آن‌ها در تاسیس و اداره اقامتگاه‌هایشان کمک کنند.

برای این کارآفرینان که در روستاها وارد می‌شوند باید فرآیند مجوز با مداخله‌ای که ستاد انجام می‌دهد تسهیل شود و به‌عنوان یک مانع نباشد. همینطور حمایت‌های مالی از آن‌ها باید در قالب وام‌های مختلف کم‌بهره و حتی بلاعوض صورت گیرد که این افراد بتوانند کارشان را شروع کنند.

نکته دیگری که مهم است این است که این روستاها که تعدادشان هم کم است اهمیتی که دارند، که باعث می‌شود تمرکزمان بر حمایت از آن‌ها باشد، این است که موفقیت در این روستاها در زمان کوتاه‌تری ممکن است و موفقیت در این روستاها باعث این خواهد شد که تعداد زیادی از روستاهای گروه ۱ به روستاهای گروه ۲ بپیوندند به این دلیل که نمونه‌های موفق را می‌بینند و حداقل روستاهای اطراف این نیاز را احساس می‌کنند.

در کنار این موضوع، باید یک حمایت همه‌جانبه‌ای در فرآیند هم برای این کارآفرینان پیشرو در نظر گرفته شود. یعنی این که همه فرآیندی که آن‌ها دارند در آن رشد می‌کنند هر جا که به حمایتی نیاز دارد، ستاد باید در کنارشان باشد و کمک کند که این افراد بتوانند این فرآیند را به خوبی طی کنند و به موفقیت برسند. فرآیند این پروژه‌ها نیز باید مستند باشد و خروجی این پروژه‌ها باید ثبت شود و توسط کانال‌های تبلیغاتی که قبلاً ایجاد شده، اطلاع‌رسانی شود.



خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده‌اند.

جدول ۹ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۳ فاز ۲

| منابع مورد نیاز و روش تامین                                 | مدت زمان | خروجی / هدف                                |
|---|----------|--|
| صندوق کارآفرینی امید/ وام های کم بهره بانکی / کمک های دولتی | ۲۴ ماه   | تاسیس اقامتگاه و تاسیسات بوم‌گردی در منطقه |

### سیاست ۱

”

از میان ۴۱ درخواست ایجاد اقامتگاه در استان آذربایجان غربی، فقط یکی موفق به اخذ مجوز شده است.

”

فرآیند دشوار اخذ مجوز برای تاسیس اقامتگاه و تاسیسات بوم‌گردی و عدم آگاهی کارشناسان ممیز در سازمان‌های مجوزدهنده با استانداردهای اقامتگاه‌های بوم‌گردی

مشکل و مساله

تسهیل فرآیند و تک متصدی کردن آن و برنامه آموزشی و آگاه‌سازی سازمان‌های مجوزدهنده و ممیز

سیاست پیشنهادی

### ۶-۳- فاز ۳:

بعد از این که طرح‌های توسعه‌ای و تسهیل‌گری و هم‌چنین کارآفرینان پیشرو به جایی رسید که تعدادی اقامتگاه دایر شد و تعدادی در آستانه دایر شدن بود، وارد فاز ۳ می‌شویم که بیشتر سیاست‌های آن از جنس ایجاد نهادها و رفع موانع توسعه است. مهم‌ترین موانعی که اینجا شناخته شده، فرآیند دشوار اخذ مجوز و همین‌طور عدم آگاهی کارشناسان ممیز در سازمان‌های مجوزدهنده از استانداردهای اقامتگاه گردشگری است.

### اقدام ۱:

اولین اقدامی که باید انجام شود این است که فرآیند اخذ مجوز تغییر کند. این تغییر به ۲ روش ممکن است:



## اشتغال و معیشت با رویکرد توسعه زنجیره ارزش

روش اول این است که با نهادهای مختلف رایزنی انجام شود و تلاش بر تغییر قانون از طریق نهادها انجام شود. این کار به این صورت انجام خواهد گرفت که مهم‌ترین چالش‌ها در فرآیند اخذ مجوز شناسایی شوند و با آن‌ها رایزنی‌هایی صورت بگیرد و با نهادهای متصدی هم رایزنی‌هایی انجام شود که قانون اخذ مجوز تغییر کند و این کار فقط از طریق ستاد قابل



شکل ۱۴ فرآیند انجام روش اول اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۳

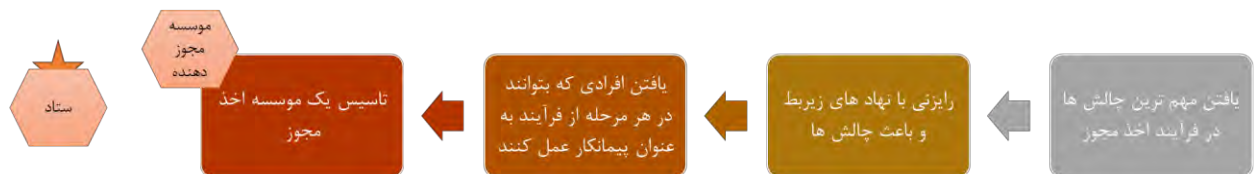
انجام است.

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده‌اند.

جدول ۱۰ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین روش اول اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۳

| منابع مورد نیاز و روش تامین            | مدت زمان | خروجی/ هدف   |
|--|----------|--|
| استفاده از اعتبار و قدرت ستاد در منطقه | -        | از میان برداشتن مجوز به‌عنوان یک مانع مهم بر سر راه توسعه بوم گردی |

روش دوم این است که این فرآیند برون‌سپاری شود. یک موسسه عمومی به‌عنوان پیمانکار اخذ مجوز باشد و ستاد از ایجاد یک موسسه عمومی حمایت کند. اینجا مهم‌ترین چالش‌ها شناسایی شوند و رایزنی‌هایی انجام شود و بعد افرادی که بتوانند با آن سازمان‌ها تعامل داشته باشند شناسایی شوند و همه در یک موسسه اخذ مجوز جمع شوند و روستاییان برای اخذ مجوز صرفاً لازم باشد به این موسسه مراجعه کنند و در فرآیند آن درگیر نشوند.



شکل ۱۵ فرآیند انجام روش دوم اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۳



## اشتغال و معیشت با رویکرد توسعه زنجیره ارزش

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده‌اند.

جدول ۱۱ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین روش دوم اقدام ۱ سیاست ۱ فاز ۳

| منابع مورد نیاز و روش تامین | مدت زمان | خروجی/ هدف   |
|-----------------------------|----------|--|
| منابع عمومی                 | -        | از میان برداشتن مجوز به‌عنوان یک مانع مهم بر سر راه توسعه بوم گردی |

### اقدام ۲:

اقدام بعدی این است که یک برنامه آموزشی و آگاهی سازی برای سازمان‌های مجوز دهنده و ممیز برگزار شود که در انجام این کار ابتدا باید دید که چه سازمان‌هایی مجوز دهنده هستند و چه چالش‌هایی در این فرآیند وجود دارد. یک برنامه آموزشی و تولید محتوا و تربیت مدرس برای این سازمان‌ها تدارک دیده شود که مشکل بزرگی که این‌ها با استانداردها آشنا نیستند از این طریق دیده شود و دوره‌های آموزشی برگزار شود و در نهایت این برنامه‌های آموزشی در



شکل ۱۶ فرآیند انجام اقدام ۲ سیاست ۱ فاز ۳

پایگاه توسعه پایدار بوم‌گردی ادغام شود و بخشی از کارکردهای آن باشد.

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده‌اند.

جدول ۱۲ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۲ سیاست ۱ فاز ۳

| منابع مورد نیاز و روش تامین | مدت زمان | خروجی/ هدف   |
|-----------------------------|----------|--|
| منابع عمومی                 | -        | آشنایی کارشناسان ممیز با استانداردهای بوم‌گردی/ تسهیل مجوز |

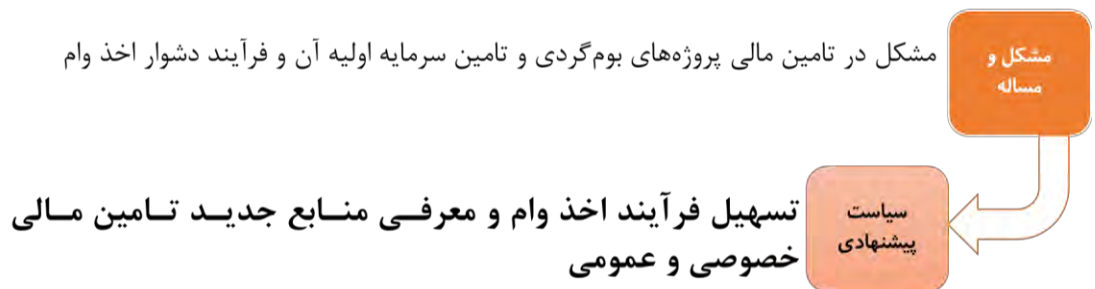


## سیاست ۲

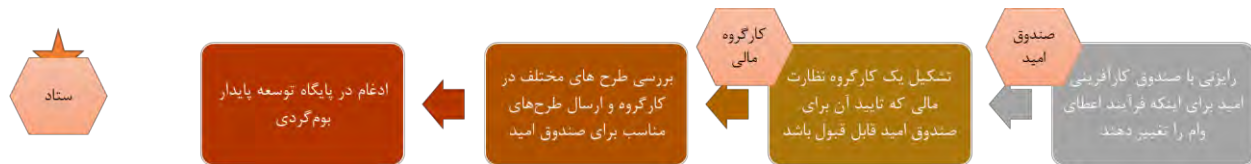
”

صندوق کارآفرینی امید به عنوان مسئول برای ارائه حمایت مالی به تاسیسات بوم گردی به تعداد بسیار کمی از طرح ها وام داده است. فرآیند تامین مالی به عنوان یکی از مهم ترین موانع توسعه بوم گردی در کشور شناخته می شود.

”



## اقدام ۱:



شکل ۱۷ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۲ فاز ۳

تسهیل فرآیند اخذ وام از صندوق سرمایه گذاری امید است که الان به عنوان متصدی این کار مطرح است.

مراحل آن رایزنی با صندوق کارآفرینی امید، تشکیل یک کارگروه نظارت مالی، که تایید این کارگروه برای صندوق امید قابل قبول باشد و این کارگروه طرح های مختلف را بررسی کند و طرح های مناسب را برای صندوق امید ارسال کند و بعد از آن به عنوان بخشی از پایگاه توسعه پایدار قرار می گیرد.

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده اند.

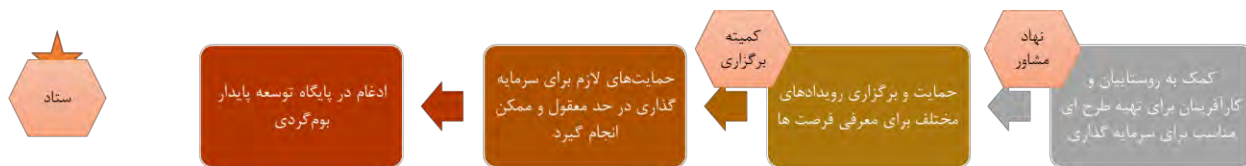
جدول ۱۳ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۲ فاز ۳

| منابع مورد نیاز و روش تامین | مدت زمان | خروجی/ هدف                          |
|-----------------------------|----------|-------------------------------------|
| منابع عمومی                 | -        | تامین مالی مناسب پروژه های بوم گردی |



## اقدام ۲:

اقدام بعدی جذب سرمایه‌گذار از بخش خصوصی است. برای این کار لازم است که کارآفرینان و روستایی‌ها طرح‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری تهیه کنند و بعد از آن ستاد از رویدادهای مختلفی برای معرفی فرصت‌ها حمایت کند و کمیته برگزاری تشکیل دهد و رویدادها برگزار شود. حمایت‌های لازم انجام شود، به‌طور مثال تضمین‌هایی ممکن است نیاز باشد و در کل، حمایت‌های لازم در حد امکان انجام گیرد. و بعداً هم در قالب یکی از کارکردهای پایگاه توسعه قرار بگیرد.



شکل ۱۸ فرآیند انجام اقدام ۲ سیاست ۲ فاز ۳

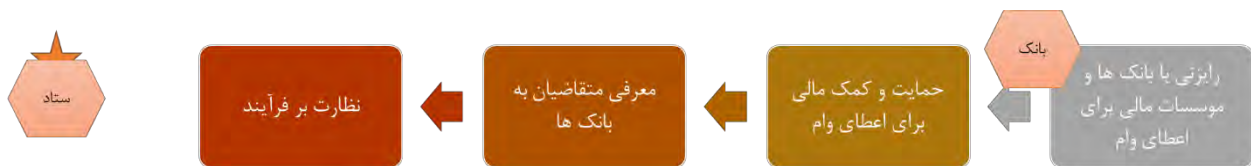
خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده‌اند.

جدول ۱۴ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۲ سیاست ۲ فاز ۳

| منابع مورد نیاز و روش تامین | مدت زمان | خروجی / هدف                         |
|-----------------------------|----------|-------------------------------------|
| منابع عمومی                 | -        | تامین مالی مناسب پروژه های بوم‌گردی |

## اقدام ۳:

اقدام بعدی گشودن منابع دیگر مانند بانک‌ها و موسسات مالی است که می‌توانند در این فرآیند حمایت مالی وارد شوند. سپس ستاد افرادی که متقاضی هستند را به بانک‌ها معرفی می‌کند و آن‌ها نیز وام‌های کم بهره به متقاضیان اعطا خواهند کرد.



شکل ۱۹ فرآیند انجام اقدام ۳ سیاست ۲ فاز ۳

خواهند کرد.

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده‌اند.



جدول ۱۵ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۳ سیاست ۲ فاز ۳

| منابع مورد نیاز و روش تامین | مدت زمان | خروجی / هدف                         |
|-----------------------------|----------|-------------------------------------|
| منابع عمومی                 | -        | تامین مالی مناسب پروژه های بوم گردی |

سیاست ۳

”

بروکراسی و عدم چابکی بخش دولتی در توسعه گردشگری، علی رغم تلاش های صورت گرفته به عنوان یکی از مشکلات مهم در سطح کشور و منطقه مطرح است

”

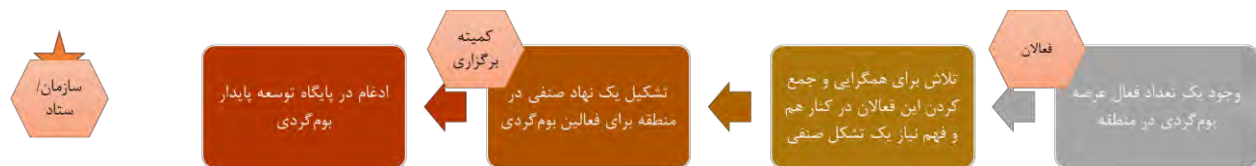
نبود هماهنگی بین اجزای مختلف ارائه خدمت و خلا نهاد متصدی قدرتمند و چابک در منطقه

ایجاد یک نهاد صنفی برای دارندگان اقامتگاه و سیستم های بوم گردی



اقدام ۱:

اقدام اول در این رابطه این است که یک نهاد صنفی بوم گردی تشکیل شود که بعد از این که تعدادی از روستاهای هدف گروه ۱ و ۲ کارشان به ثمر نشست و تعدادی اقامتگاه تشکیل شد، تلاشی برای این که آنها همگرا شوند و در کنار



شکل ۲۰ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۳ فاز ۳

همدیگر جمع شوند، انجام شود و یک نهاد صنفی تشکیل شود که بعداً بتواند در پایگاه توسعه پایدار بوم گردی هم ادغام شود.

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده اند.



جدول ۱۶ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۳ فاز ۳

| منابع مورد نیاز و روش تامین | مدت زمان | خروجی/ هدف  |
|-----------------------------|----------|---|
| منابع عمومی                 | -        | وجود یک نهاد صنفی قدرتمند در منطقه که بتواند در تصمیم سازی ها و اقدامات جمعی مفید و موثر باشد |

سیاست ۴

”

بوم گردی، خصوصا در یک منطقه که با اغلب مناطق کشور فاصله قابل توجه دارد نیاز به توسعه همه جانبه برای رشد سریع دارد

”

نیاز اساسی به آموزش و حمایت های مختلف مالی و غیرمالی از طرحها و ایده های مرتبط با بوم گردی و گردشگری

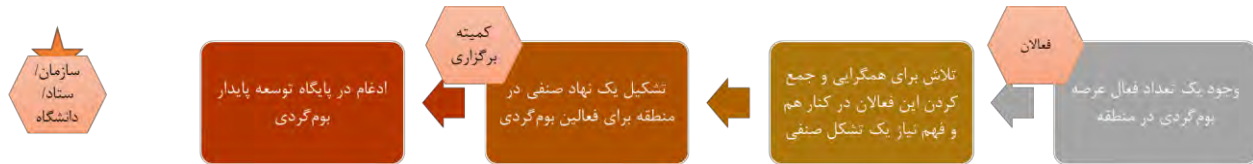


حمایت و برنامه ریزی برای تاسیس یک شتابدهنده ایده و طرح گردشگری



اقدام ۱:

سیاست پیشنهادی آخر برای حل مشکل نیاز به آموزش و حمایت های مختلف از طرحها و ایدهها، تاسیس یک شتابدهنده است. کارکرد این شتابدهنده این است که افرادی که می خواهند یک طرح مرتبط با گردشگری و بوم گردی را پیاده کنند ابتدا در این شتابدهنده طرحشان را پیاده کنند و مجموعه آموزش های مختلف شامل اطلاع یافتن از جاذبه های منطقه ای - که ممکن است خودشان از آن مطلع نباشند - نحوه پذیرش مهمان، نحوه مدیریت کسب و کار، نحوه بازاریابی و یا حتی ساختن اقامتگاه، نحوه جذب مشتری، تکنیک های marketing و ... و در واقع پکیج های مختلف آموزشی را دریافت کنند، در این فرآیند توانمند شوند و هم چنین حمایت های مختلف مالی و غیرمالی از آنها صورت بگیرد. مجوز نیز در این شتابدهنده توسط موسسه خصوصی که قبلا تشکیل شده و در پایگاه ادغام شده به آنها داده می شود و این افراد بعد از خروج از شتابدهنده هم مجوزشان را گرفته اند، هم توانمند شده اند و هم حمایت های مالی از آنها صورت گرفته است.



شکل ۲۱ فرآیند انجام اقدام ۱ سیاست ۴ فاز ۳

خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین این اقدام در جدول زیر مشخص شده‌اند.

جدول ۱۷ خروجی، مدت زمان و منابع مورد نیاز و روش تامین اقدام ۱ سیاست ۴ فاز ۳

| منابع مورد نیاز و روش تامین        | مدت زمان | خروجی/ هدف  |
|------------------------------------|----------|---|
| منابع عمومی/ بسته های سرمایه گذاری | -        | وجود یک موسسه که بتواند انواع حمایت ها را از صاحبان ایده و طرح گردشگری در منطقه به عمل آورد |