

تحلیل تنگناها و محدودیت‌های توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر الشتر)

علیرضا شیخ‌الاسلامی^{۱*}، مهدی ملکی^۲

۱- استادیار دانشگاه آزاد واحد بروجرد

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری دانشگاه آزاد واحد بروجرد

guplan@gmail.com

چکیده

شهر الشتر با داشتن پتانسیل‌های بالای در ارتباط با صنعت گردشگری هنوز به طور کامل توسعه نیافته است که در راستای شکوفایی و حل مسائل آن نیازمند توجه ویژه و تشکیل مدیریت متمرکز است. مدیریت شهری براساس مأموریت کلی خود برای کمک به توسعه شهری می‌تواند به تبلیغ درباره جاذبه‌ها، تسهیلات گردشگری در شهر خود بپردازد. این اقدام به روشهای گوناگون از طریق بروشورهای تبلیغاتی، ایجاد پایگاه‌های اینترنتی، تبلیغاتی، تلویزیونی و رادیویی و ارسال پیام اینترنتی و ... قابل انجام است. هدف از این تحقیق بررسی نقش بررسی تنگناها و محدودیت‌ها در توسعه گردشگری و جذب توریست در شهر الشتر می‌باشد، روش تحقیق مورد استفاده براساس هدف از نوع توصیفی-تحلیل و براساس ماهیت پژوهش توصیفی-تحلیلی می‌باشد و روش گردآوری اطلاعات به صورت میدانی و کتابخانه‌ای و اسنادی صورت گرفته است. یافته‌های پژوهش با استفاده از تکنیک دلفی و مدل SWOT با حجم نمونه ۳۰ نفر ساکنین و نخبگان و مدیران شهر الشتر می‌باشد. نتیجه به دست آمده نشان می‌دهد: جمع امتیاز ماتریس ارزیابی در عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) ۱/۶۲ و عوامل خارجی (فرصت و تهدید) ۱/۳۵ می‌باشد که کمتر از ۲/۵ است که نشان دهنده غلبه نقاط ضعف بر قوت و غلبه نقاط تهدید بر فرصت ضعف و محدودیت صنعت گردشگری در شهر الشتر می‌باشد و در این حالت استراتژی حاصل این مدل در موقعیت تدافعی (WT) قرار دارد.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، گردشگری شهری، تکنیک دلفی، مدل SWOT.

۱- مقدمه

در جهان امروز صنعت گردشگری در برنامه‌های اقتصادی کشورها جایگاه ممتازی دارد. به طوری که گفته شد افزایش گردشگری به معنی افزایش درآمد و افزایش گردش مالی است. گردشگری سرمایه‌ای ارزشمند است که می‌تواند باشد. هزینه معمول اولیه، بهره‌وری سود دائمی را از آن انتظار داشت به طوری که گردشگری با در اختیار گرفتن فناوری می‌دهد (پارسیان، عربی، ۱۳۷۷: ۲۹). مدیریت توریسم برنامه‌ای است که استراتژی‌های خاصی را در جهت و گسترش و توسعه توریسم ارائه می‌دهد (نصیرزاده، ۱۳۸۱: ۲۰). در حال حاضر گردشگری یکی از عوامل مؤثر در گسترش روابط بین ملت‌ها به شمار می‌رود و به منزله ایجاد کننده فرصت‌های شغلی در بخش اقتصادی و ایجاد تعاملات کارآمد برای بازسازی و توسعه نواحی یاد شده است (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۰). اقتصاددانان صنعت گردشگران را پس از صنعت نفت و خودروسازی، سومین پدیده اقتصادی پوریا و رو به رشد می‌دانند (مدموسی و ناصرپور، ۱۳۸۲: ۲۷) در واقع چون شهرها جاذبه‌های متنوع و بزرگی از قبیل موزه‌ها، بناها، یادبودها، تئاترها، استادیوم‌های ورزشی، پارکها، شهرسازی مراکز خرید و مناطقی که معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم با افراد مشهور را دارند. (خاکسپار و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۲). نخستین شرط موفقیت در توسعه گردشگری، وجود زیرساخت‌های مناسب شهری و مدیریت عاقلانه و مدیرانه در عرصه‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و مانند اینهاست. دومین شرط که برای تعمیم موفقیت سیاست توسعه گردشگری شهری، تنسيق و آمایش جاذبه‌های شهر و ایجاد تسهیلات و امکاناتی است که دسترسی به جاذبه‌ها را بیش از پیش آسان کند. (دنیاری، ۱۳۸۴: ۱۵). هدف مدیریت شهری در ارتقای شرایط کار و

زندگی جمعیت ساکن، در قالب اقشار و گروه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و حفاظت از حقوق شهروندان، تشوق توسعه اقتصادی اجتماعی پایدار و حفاظت از محیط کالبدی است (سعیدنیا، ۱۳۷۹: ۴۶). مدیریت شهری باید برای شهر برنامه کند، فعالیت های شهری را سازمان دهد و برای فعالیت های انجام شده نظارت کند و حتی برای انجام بهینه امور انگیزه ایجاد کند (سعیدنیا، ۱۳۷۹: ۲۰).

۲- بیان مسئله

اهمیت و عظمت گردشگری به ایجاد فرصت های شغلی و در آمد محدود نمی شود در صورت برنامه ریزی و توسعه از پیش اندیشیده شده، گردشگری قادر است منافع مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی را ایجاد و سهم قابل توجهی را در توسعه ملی ایفا نماید (معصومی، ۱۳۸۵: ۱۰). در راستای تحقیق توسعه گردشگری، مدیریت، شهری مهمترین ابزار است بدین ترتیب مدیریت شهری که از ساماندهی عوامل، نیروها و منافع برای اداره و پاسخ گویی نیازهای ساکنان شهر شکل گرفته و شامل کارکردهای برنامه ریزی، اجرا، نظارت و کنترل است (رضویان، ۱۳۸۰: ۵۰). توریست نقش مهمی در توسعه اقتصادی شهرها دارد، امروزه جهانگردی به عنوان یک صنعت مولد و اشتغال زا و بین المللی اهمیت زیادی پیدا کرده است. الشتر شهریست با ۷۶۱۶۰ هزار نفر جمعیت در شمال لرستان و ۱۲۱۲ کیلومترمربع مساحت، که امروز پس از گذشت پنجاه سال از فعالیت شهرداری در این شهرستان، و پتانسیلهایی جهت گردشگری، آب و هوای مناسب و مطبوع از توسعه گردشگری شهری مناسبی برخوردار نیست. مشکلاتی شامل: عدم سرویس بهداشتی عمومی جهت مسافرانی که به شهر الشتر وارد می شوند با مشکل مواجه می باشند، متاسفانه فضای پارکینگ مناسبی برای پارک ماشین هاهم وجود ندارد و گردشگران را در این مورد سردرگم هستند. متاسفانه شهر الشتر مشکلات زیادی دارد از جمله تابلوهای زیادی که در داخل شهر نصب می کنند و بعضی از مغازه ها که سد معبر می کنند و پیاده روها را اشغال کرده و بافت شهر را به هم زده اند. شهر الشتر با مسافران زیادی که دارد ترمینال مناسبی ندارد و مسافران آن هیچ جای مناسبی برای توقف چندساعتی ندارند و دارای سایبان نیست. دست انداز برخی کوچه و خیابانها، کمبود فضای شهرسازی، ورودی نامناسب شهر الشتر که یکی از المانهای مهم در مبلمان هر شهر ورودی زیبا و جذاب شهر است که متاسفانه الشتر از ورودی نامناسبی برخوردار است، نبود بیلبردهای تبلیغاتی جهت ساماندهی تبلیغات سطح شهر، وضع نامناسب سیم کشی برخی تیر برق ها، نبود نور کافی در برخی کوچه ها به هنگام شب. که متاسفانه در این شهر توجه و سرمایه گذاری کمتری برای اعتلای کیفیتهای محیطی در فضای گردشگری شهری نظیر اهمیت طراحی مناسب عناصر زیباسازی شهری از جمله مبلمان صورت پذیرفته است. بزرگترین مشکل در صنعت گردشگری در این شهر نداشتن هتل استاندارد و مراکز اقامتی می باشد. باید در طراحی های شهری برای جذب گردشگری از مهارت های فنی، هنری، ذوقی، اجتماعی، روان شناسی و پرورشی نیز بهره برد. پژوهش حاضر به دنبال بررسی تنگناهای و مشکلات توسعه گردشگری شهر الشتر می باشد.

۳- پیشینه و سوابق تحقیق

تاکنون مطالعات و پژوهش هایی در ارتباط با صنعت گردشگری و جذب توریست صورت گرفته است. که به چند مورد از آنها اشاره می کنیم:

اژدری در سال (۱۳۹۰) مقاله ای با عنوان نقش مدیریت در صنعت گردشگری به نتایجی دست یافته است: که کشور ایران به عنوان یکی از کشورهای مستعد در زمینه صنعت گردشگری مورد توجه گردشگران سایر کشورها می باشد و در نتیجه سرمایه گذاری نیز صاحبان سرمایه و سرمایه گذاران در این صنعت نیز توجه ویژه ای به ایران دارد ولی چرا رشد این صنعت در کشورمان محسوس و کند می باشد که یکی از علل آن ضعف در مدیریت کلان، قوانین و دولتی بودن دیدگاه مدیران در تمام سطوح این صنعت می باشد. صمدیان و همکاران در سال (۱۳۹۰) در پژوهشی تحت عنوان نقش آموزشی بر توسعه یر ساختها در صنعت توریسم ایران به بررسی چهارچوب و دیدگاه سازی راهبردی برای دولت مردان و مدیریتی کلان صنعت گردشگری و شناسایی و شناساندن راه رسیدن به اهداف صنعت گردشگری، بررسی توسعه زیر ساختها و تسهیلات در صنعت گردشگری با سایر کشورها در دستور کار قرار داده و راهکارهای مناسبی را برای کشور خودمان داشته باشیم. ممقانی نسب و همکاران در سال ۱۳۹۱، در مقاله ای با عنوان عوامل مؤثر بر برنامه و مدیریت جذب توریسم مطالعه موردی (بندر چابهار) به این نتیجه

رسیدند که صنعت توریسم از عوامل مؤثر در توسعه اقتصادی، اجتماعی، است که بر پیشرفت و ارتقاء سطح شهری و روستایی منطقه هدف، تأثیر قابل توجهی دارد. در این مقاله به بررسی نقش عملکرد و زمان های میراث فرهنگی، شهرداری و تأثیر تبلیغات، حمل و نقل و فضای سبز، بر مدیریت و برنامه ریزی توریسم با استفاده از روش SWOT در منطقه بررسی و تحلیل شود. محمدی فر و همکارانش سال ۱۳۹۳، در مقاله ای با عنوان نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری شهری (مطالعه مورد مطالعه: شهرمشهد) به این نتیجه رسیدند که امروزه از گردشگری شهری به عنوان یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی اجتماعی و رفاهی شهر و شهرنشینان یاد می شود. هدف از این مطالعه بررسی نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری شهر مشهد می باشد. یافته های تحقیق نشان می دهد که مدیریت شهری در توسعه گردشگری شهری در شهر می تواند نقش بسیار بالایی را ایفا نماید. مهدی زندیه و همکاران در سال (۱۳۹۴)، در تحصیلی تحت عنوان نقش سراب روانسر در جذب گردشگر و ارتقاء اقتصاد شهری به این نتیجه رسیدند: که در حال حاضر سراب روانسر فاقد برنامه مدونی جهت توسعه گردشگری است و هدف بررسی و بازنشاسایی قابلیت های محیطی و برنامه ریزی جاذبه های طبیعی، حفاظتی و تقویت چشم اندازهای طبیعی شهر و توجه به جنبه های زیباشناسانه محیط طبیعی، کاهش اثرات زیر محیطی گردشگری، برآورده شدن نیازهای تفریحی باز^۵ دیدکنندگان با احترام به فرهنگ و طراحی براساس هماهنگی با طبیعت و همواره جهت جذب گردشگری در سراب روانسر تدوین شده است.

۴- اهداف تحقیق

بررسی و تحلیل تنگناها و محدودیت های توسعه گردشگری شهر الشتر
 راه راهکارهای لازم را برای رفع و به حداقل رساندن مشکلات بخش گردشگری در شهر الشتر

۵- مبانی نظری تحقیق

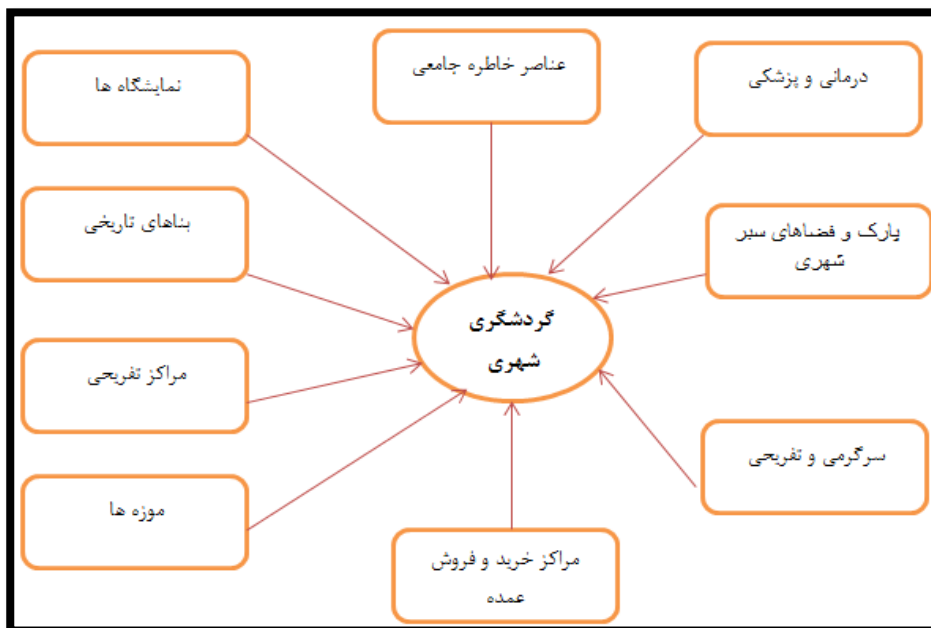
۵-۱- گردشگری

واژه توریسم نخستین بار در سال ۱۸۱۱، در مجله انگلیسی به Sporting magazine (مجله ورزشی) به کار برده شده. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می رفت (محلای، ۱۳۸۰: ۲۰). از آن زمان تاکنون معانی و تعاریف متعددی از طریق صاحب نظران ارائه شده است که در اینجا به ارائه تعریف گردشگری آن از رف سازمان ملل، براساس پیشنهاد کنفرانس بین المللی ترانسپورت و گردشگری آن سازمان در روم، به تصویب رسیده می پردازیم: گردشگری کسی است که به منظور تفریح، بازدید از نقاط دیدنی، معالجه، تجارت، ورزشی یا زیارت، به جایی غیر از مکانی که در آن اقامت دارد سفر می کند، مشروط بر این که حداقل مدت اقامت او از ۲۴ ساعت کمتر و از شش ماه بیشتر نباشد (مرادی، ۱۳۷۴: ۵۰). گردشگری عبارت است از گذراندن اختیاری مدتی از اوقات فراغت خود در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به قصد بهره برداری از لذت های گردشگری (صدر موسوی، ۱۳۸۶: ۱۳۰).

۵-۲- گردشگری شهری

گردشگری و شهر دو پدیده همزاد یکدیگر هستند. بدین معنا که گردشگری امروزه بعنوان یک پدیده انبوه از شهرها آغاز شد و این شهرنشینان بودند که توانستند جریان های گردشگری را از اشکال پراکنده به صورت سازمان یافته و انبوه درآورند. رابطه شهر و گردشگری حتی در بعد تاریخی نیز شناخته شده است. چرا که شهرها به دلایل زیارتی، اقتصادی و فرهنگی پیوسته محلی مراجعه انبوه مسافران بوده و هستند. شهرها بعنوان مقصد گردشگری، دارای عملکرد چند منظوره هستند، آنها بعنوان دروازه ورودی به کشور، مراکز اقامت و مبدأ سفر به روستاها و مقاصد مجاور خود هستند، علاوه بر این شهرها فقط مقاصدی که در آنها جمعیتی با فعالیت های اقتصادی، زندگی فرهنگی و تحت کنترل نیروهای سیاسی کنار هم جمع می شوند. نمی باشند، بلکه نقش مهمی را به عنوان مراکز فعالیت گردشگری برعهده دارند.

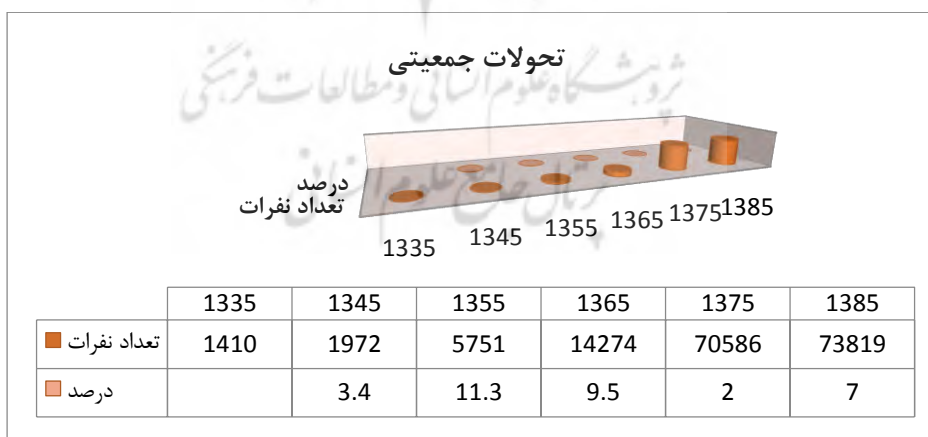
بنابراین باید به جای گردشگری در شهرها، مفهوم (گردشگری شهری) مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به ماهیت شهرها، جاذبه های طبیعی کمتری در درون شهرها مشاهده می گردد. (راهنمایی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۱۲).



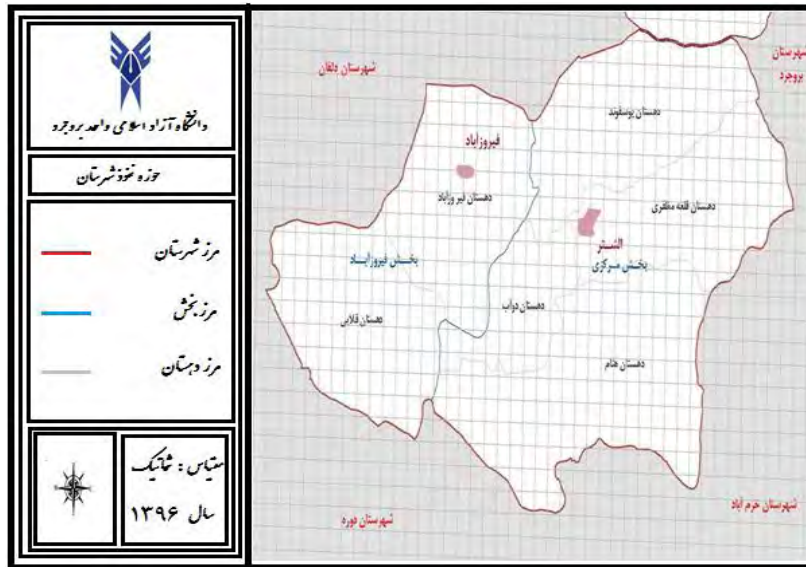
شکل ۱: عناصر مرتبط با مبحث گردشگری شهری در کلان شهرها. (منبع: ملک نیا، ۱۳۸۹)

۶- موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

شهرستان الشتر یکی از شهرستان‌های تابع استان لرستان می‌باشد که در شمال استان لرستان واقع شده است و در فاصله ۴۵ کیلومتری از مرکز استان (لرستان) قرار دارد این شهرستان از شمال به دلفان (نورآباد) از خاور (شرق) به شهرستان بروجرد و از جنوب باختری (غرب) به شهرستان خرم‌آباد محدود شده است این شهرستان دارای ۲ بخش به نام بخش مرکزی که الشتر و بخش فیروزآباد و ۶ دهستان و ۲۶۶ روستا، بخش مرکزی ۲۰۰ روستا و بخش فیروزآباد ۶۶ روستای دارای سکنه می‌باشد. شهرستان الشتر وسعتی بالغ بر ۳۰۰۰ کیلومتر مربع حدود ۱۰/۴ درصد از سطح استان را به خود اختصاص داده است. در سال ۱۳۹۰ با جمعیتی ۷۶۱۶۰ هزار نفر می‌باشد.



نمودار شماره ۱: تحولات جمعیتی در شهرالشتر از سال ۱۳۳۵-۱۳۹۰



نقشه شماره ۱: حوزه نفوذ و محدوده شهرستان الشتر

۷- روش تحقیق

روش تحقیق حاضر براساس هدف کاربردی^۵ توسعه ای و براساس ماهیت از نوع توصیفی- تحلیلی می‌باشد گردآوری اطلاعات و داده‌های این پژوهش طی دو مرحله انجام گردید، ابتدا به بررسی اسنادی و جستجوی کتابخانه‌ای برای یافتن سوابق تحقیق، بررسی ابعاد نظری آن در میان صاحب نظران و فعالان این حوزه و برداشت از دستاوردهای تجربی پژوهش‌هایی که در این زمینه صورت پذیرفته است انجام گرفته است. در این مرحله کلیه مدارک موجود در فضاهای مرتبط با موضوع، مثل: استان داری، شهرداری، در مرحله دوم: علاوه بر روش کتابخانه‌ای، اسنادی، و فناوری جهت تکمیل مبحث از روش میدانی نیز بهره گرفته است. در این روش به تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدات با استفاده از تکنیک دلفی و مدل SWOT که به بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید و ارائه استراتژی و راهبردها جهت تحلیل تنگناها و محدودیت‌های توسعه گردشگری شهرالشترکه و با کمک متخصصان کارشناسان، مدیریت امور شهری و اساتید دانشگاه وساکنین به تعداد ۳۰ نفر در سطح شهر الشتر به دست آمده است.

۷-۱- تکنیک دلفی

تکنیک دلفی روشی است که در آن تصمیم‌گیری و پیش‌بینی متکی بر دیدگاه‌های آگاهانه و تأمل کارشناسانه است. ساختار این تکنیک براساس وضعیت و موضوع تغییر می‌کند. در این تکنیک جهت دستیابی به نظرات مشترک متخصصان مراحل زیر لازم است:

- از تعدادی کارشناس خواسته می‌شود به تعدادی از رویدادها، احتمالاتی را نسبت دهند
- در این روش بین نظرات کارشناسانه‌ای که گردآوری شده است، به مقابله پرداخته می‌شود.
- پراکنش فراوانی نقطه نظرات براساس فراوانی نظرات طبق هبندی می‌شود و اگر نظرات آنها مطابق بقیه نبود، دلایل عدم تغییر نظر خود را می‌نویسند. این مرحله آنقدر تکرار می‌شود تا نظرات مشترک کلی گروه بدست (احمدی،

(۱۳۷۷: ۱۵)

روش دلفی فرآیندی ساختار یافته برای جمع‌آوری و طبقه‌بندی دانش موجود در نزد گروهی از کارشناسان و خبرگان است که از طریق توزیع پرسشنامه‌هایی در بین این افراد و بازخورد کنترل شده پاسخها و نظرات دریافتی صورت می‌گیرد. روش دلفی در آن دسته از پژوهشهایی که ضرورت دارد نظرات و پیشنهادهای افراد مطلع و آگاه جمع‌آوری و میان نظرات حاصله، توافق و همخوانی ایجاد شود، کاربرد زیادی دارد در پایان نامه حاضر داده‌های مبنای تحلیل از طریق مصاحبه با ۳۰ نفر از خبرگان و کارشناسان حوزه‌های شهری و فرمانداری و اساتید دانشگاه جمع‌آوری شدند. برای سنجش اعتبار اعتبار پژوهش از نظر ۳۰ نفر

از خبرگان بهره گرفته شده. برای این منظور، نقاط قوت (S)، ضعف‌ها (W)، فرصت‌ها (O) و تهدیدات (T) توسعه گردشگری در شهرالشر کمک خبرگان مدیریت شهری و اساتید شناسایی شدند.

۸- یافته‌های تحقیق

۸-۱- تکنیک swot

برنامه ریزی شهری به سبب ماهیت بین بخشی خود استفاده از سایر علوم در زمینه مطالعاتی شهری، تحلیل، طراحی و ارائه از روشها و مدل‌های اقتصادی، جمعیت‌شناسی، ریاضیات، ... استفاده می‌کنند. در رویکرد این تحقیق، تکنیک SWOT که از علم مدیریت به عاریت گرفته شده برای تحلیل مسائل و مشکلات ناحیه مورد مطالعه استفاده شده است. تکنیکی ساده و در عین حال جامع برای تحلیل ساختار یک پدیده SWOT تکنیکی است برای شناسایی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیداتی که یک مجموعه با آن روبرو است این روش شامل شناخت سیستماتیکی از عوامل فوق است که راهبردها باید یکی از ابزارهای بسیار مهم در تدوین راهبرد، تکنیک SWOT است که بوسیله آن اطلاعات مقایسه می‌شود. اساساً SWOT یک ابزار برنامه ریزی راهبردی است (Hom hacke, 2001, 3) و یک چهارچوب مفهومی برای تحلیل‌های سیستمی محسوب می‌شود (نوری و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۶) از دیدگاه این مدل یک راهبرد مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل می‌رساند. فرصت‌ها، تهدیدها پیشروی تحلیل تنگناها و محدودیت‌های توسعه گردشگری در شهرالشر که با تعدادی از کارشناسان بخش مدیریت شهری، شهرداری، استانداری، و اساتید دانشگاه شهرالشر مصاحبه صورت گرفته است، پس با توجه به دیدگاههای کارشناسی و نظرات خبرگان، به هریک ارزشهایی داده شده است. و در نهایت با تنظیم عوامل استراتژیک داخلی و خارجی که مبنا و پایه در تدوین استراتژی‌ها می‌باشند. ماتریس سوات استخراج و براساس آن، ماتریسهای برنامه ریزی استراتژیک کمی، استراتژی‌ها و اولویت‌های ورهیاقت‌های تهدیدها پیشروی توسعه گردشگری شهرالشر در توسعه اقتصادی حاصل از این تجزیه و تحلیل‌ها به عنوان استراتژی‌های راهگشا ارائه شده است جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق شامل کارشناسان به تعداد ۳۰ نفر در سطح شهرالشر واقع در استان لرستان می‌باشد.

۸-۲- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

این ماتریس نیز شامل چهار ستون است، در ستون اول عوامل (نقاط قوت و ضعف) فهرست می‌شوند. سپس در ستون دوم با توجه به میزان اهمیت و حساسیت هر عامل، ضریب اهمیتی بین (۱°) به آن عامل تعلق می‌گیرد. در ستون سوم با توجه به کلیدی یا عادی بودن قوت‌ها و ضعف‌ها به ترتیب دسته ۳ یا ۴ (قوت‌ها) و دسته ۲ یا ۱ (ضعف‌ها) اختصاص پیدا می‌کند. در ستون چهارم، ضرایب ستون دوم و دسته‌های ستون سوم و چهارم، عامل در هم ضرب می‌شوند تا امتیاز نهایی آن عامل (قوت یا ضعف) مشخص شود. چنانچه جمع کل امتیازات نهایی در این ماتریس بیش از ۲/۵ باشد، بدین معنی است که طبق پیش‌بینی‌های به عمل قوت‌های پیش‌رو بر ضعف‌ها غلبه خواهد داشت این امتیاز کمتر از ۲/۵ باشد نشان دهنده غلبه ضعف‌ها بر قوت‌ها است (اعرابی، ۱۳۹۸: ۳۴)

همان‌طور که در جدول شماره ۱ نشان داده شده است، تعداد ۷ نقطه قوت ۸ نقطه ضعف داخلی، به عنوان داخلی مؤثر بر توسعه گردشگری شهرالشر شناسایی گردید. اضافه بر این در این قسمت به وسیله نظر خواهی از کارشناسان و مدیران در قالب پرسشنامه با مقیاس (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد، خیلی زیاد) وزن عوامل تغییر و نتایج در جدول بالا منعکس گردید. بر طبق جدول بالا جمع امتیاز وزنی عوامل داخلی ۱/۶۲ کمتر از ۲/۵ است که نشان دهنده (غلبه نقاط ضعف بر نقطه ضعف) (W) قوت‌ها (S) می‌باشد.

۸-۳- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

این ماتریس شامل چهار ستون می‌باشد، ستون اول عوامل خارجی در غالب فرصت‌ها و تهدیدها فهرست شده اند. پس در ستون دوم به میزان اهمیت و حساسیت هر عامل، با مقایسه این عوامل با یک دیگر، ضریب اهمیتی بین (۱°) به آن عامل تعلق می‌گیرد. در ستون سوم با توجه به کلیدی یا عادی بودن فرصت‌ها و تهدیدها به ترتیب رتبه ۳ یا ۴ (به فرصت‌ها) و رتبه ۲ یا ۱ (به تهدیدها) اختصاص پیدا می‌کند. در ستون چهارم، ضرایب ستون دوم و رتبه‌های ستون سوم برای هر عامل

در هم ضرب می شوند تا امتیاز نهایی آن عامل (فرصت و تهدید) مشخص شود . چنانچه جمع کل امتیاز نهایی در این ماتریس بیش از ۲/۵ باشد به این معنی است که طبق پیش بینی فرصت ها پیش رو، بر تهدید غلبه خواهد کرد و اگر این امتیاز کمتر از ۲/۵ باشد، نشان دهنده غلبه تهدیدها بر فرصت ها خواهد بود (اعرابی، ۱۳۸۹: ۲۲)

جدول ۱: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) تنگناها و محدودیت های توسعه گردشگری

امتیاز وزنی	رتبه	وزن	عوامل داخلی (IFE) : قوت (S) و نقاط ضعف (W)
۰/۱	۲	٪۵	S1 . برخورداری از چشم انداز بصری مناسب به واسطه احداث پارک و فضاهای سبز و وجود عناصر طبیعی و ...
٪۲	۱	٪۲	S2 . جایگاه شهر به عنوان جاذب گردشگری
٪۲	۱	٪۲	S3 . حس تعلق به محله و محیط زیست
۰/۱	۲	٪۵	S4 . وجود نواحی محیطی در شهر برای جاذب توریست
۰/۱	۲	٪۵	S5 . عناصر طبیعی شکل دهنده به سازمان فضایی
۰/۱	۲	٪۵	S6 . یک دستی نسبی قومیت، مذهب و تابعیت در میان ساکنین
۰/۲۴	۳	٪۸	S7 . وجود مکانهای دارای پتانسیل گردشگری
۰/۳۳	۳	٪۱۱	W1 . ضعف در مدیریت متمرکز در زمینه جذب توریست
۰/۳۳	۳	٪۱۱	W2 . نداشتن مراکز اقامتی و هتل برای گردشگری
۰/۲۴	۳	٪۸	W3 . ضعف در رسانه ها و تبلیغات برای جذب توریست
۰/۱	۲	٪۵	W4 . بالا بودن نسبی سهم بافت های فرسوده و ناکارآمد از بافت کالبدی
٪۵	۱	٪۵	W5 . از بین رفتن جنبه های زیباشناسی مناظر طبیعی حاشیه شهری
۰/۲۴	۳	٪۸	W6 . مشکلات متوالی مدیریت شهری در زمینه توسعه شهری
۰/۱۸	۳	٪۶	W7 . کمبود نیروی ماهر در صنعت گردشگری
۰/۱	۲	٪۵	W8 . ضعف در شبکه حمل و نقل گردشگری نسبتاً مناسب
٪۲	۱	٪۲	W9 . نبود تشهیلات بهداشتی، درمانی، خدماتی مناسب
۱/۶۲	۱		
جدول ۲: ماتریس ارزیابی خارجی (EFE) مدیریت شهری در صنعت گردشگری دزفول در استان خوزستان			
امتیاز وزنی	رتبه	وزن	عوامل خارجی (EFE) : نقاط فرصت (O) و نقاط تهدید (T)
٪۴	۱	٪۴	O1 . توسعه و اشاعه فرهنگ با مشارکت همه جانبه مدیریت شهری و ساکنین
۰/۱۸	۲	٪۹	O2 . گسترش زیرساخت های جدید به ویژه در بخش گردشگری
۰/۳۶	۴	٪۹	O3 . با استفاده از ظرفیت های بالای توسعه در این شهر (الشتر) مدیریت توانمند می شود این ضعف را توسعه داد
۰/۲۴	۳	٪۸	O4 . با بکارگیری نیروهای توانمند و ماهر در زمینه گردشگری می توان این صنعت را در شهر توسعه داد
۰/۱۸	۳	٪۶	O5 . معماری، صنایع دستی، جاذبه ها و استعداد های این دیار همه و همه فرصت های بی شماری را برای توسعه استان لرستان (الشتر) می باشد
۰/۱۸	۲	٪۹	O6 . اشتغال زایی و ایجاد درآمد برای شهر
۰/۱۲	۳	٪۴	T1 . صنعت در مدیریت شهری در زمینه گردشگری باعث می شود که این صنعت توسعه نیابد .
۰/۱۵	۳	٪۵	T2 . ضعف در صنعت گردشگری می تواند در شهر به اقتصاد شهر آسیب وارد می کند
٪۴	۱	٪۴	T3 . تنزل نسبی اعتبارات فرهنگی و هویت تاریخی شهر به سبب نوسانات توجه مسئولین
۰/۴	۱	٪۴	T4 . آب و هوای سرد در برخی از ماههای سال
۱/۳۵	۱		جمع

همان طور که در جدول شماره ۱ نشان داده شده است، تعداد ۶ نقطه فرصت ۴ نقطه تهدید خارجی، به عنوان داخلی مؤثر بر توسعه گردشگری شهر الشتر شناسایی گردید. اضافه بر این در این قسمت به وسیله نظر خواهی از کارشناسان و مدیران در قالب پرسشنامه با مقیاس (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد، خیلی زیاد) وزن عوامل تغییر و نتایج در جدول بالا منعکس گردید. بر طبق جدول بالا جمع امتیاز وزنی عوامل خارجی ۱/۳۵ کمتر از ۲/۵ است که نشان دهنده (غلبه نقاط فرصت بر نقطه تهدید) (W) قوت‌ها (S) می‌باشد.

جدول شماره ۳: ارائه استراتژی‌ها

WO استراتژی بازنگری یا محافظه کارانه	ST استراتژی متنوع سازی
جاذبگری و توسعه نهادها و سازمان‌های مرتبط برای بهره‌وری از منابع و ظرفیت‌های بالقوه گردشگری اطلاع‌رسانی و تبلیغات صحیح در جهت معرفی پتانسیل‌های مطلقه در جهت پیشبرد اهداف گردشگری توجه به قابلیت‌ها و پتانسیل‌ها گردشگری موجود در تهیه طرح‌های توسعه شهری جاذبگری به توانمندی‌های بخش خصوصی در ساخت و تجهیز اقامتگاه‌ها و مراکز پذیرایی در جهت ارتقاء سطح کیفی گردشگری در شهر	تنوع بخشی به امکانات اقامتی، تفریحی، بهداشتی به منظور جلب رضایت گردشگران و جلوگیری از تخریب و زوال جاذبه‌های اکوتوریستی. بهره‌برداری از توان‌های تکنیکال، قوانین و مقررات در جهت اشتغال‌زایی و پرورش نیروهای متخصص تنوع بخشی و افزای برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی، ویژگی‌های معماری و آداب و رسوم منطقه و شرکت‌های فعال در سمینارها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های مختلف. توسعه دفاتر خدمات مسافرتی و توره‌های مسافرتی توسط بخش خصوصی با تأکید بر مشارکت افراد بومی جهت توسعه گردشگری حد اکثر استفاده اقتصادی از ورود اکوتوریست در فصل مناسب سال یا حفظ ارزش‌های زیست محیطی منطقه
WT استراتژی تدافعی	SO استراتژی تهاجمی
بهره‌گیری از سرمایه‌گذاران و بخش خصوصی در جهت ارتقای سطح گردشگری شهری جدول قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه جاذبه‌ها و پدیده‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب، آلودگی و از بین رفتن این منابع در منطقه. توجه به سایر بخش‌های گردشگری همچون صنایع دستی، توریسم روستایی، توریسم کشاورزی، توریسم مزرعه و... در جهت ارتقای سطح زندگی و اشتغال‌زایی در مناطق اطراف الشتر و ممانعت از مهاجرت از روستا به شهر و کاهش بزهکاری و تخلفات اجتماعی ایجاد زمینه لازم جهت گسترش مشارکت فشرده جوان و تحصیل کرده در ایجاد و توسعه فعالیت‌های مربوط به گردشگری بهبود زیرساخت‌های شهر در امر گردشگری	استفاده از توانمندی‌ها و پتانسیل‌های منطقه در جهت جلب گردشگران به منطقه مورد مطالعه زمینه‌سازی و بهره‌برداری از حمایت‌های مسئولان دولتی در جهت گردشگری شهری و ارتقاء سطح گردشگری در منطقه. بهره‌گیری بهینه از وجود آداب و سنن و فرهنگ و هنر مردم منطقه در جذب گردشگران داخلی و خارجی جهت ارزآوری بیشتر استفاده بهینه از مراکز علمی و پژوهشی منطقه در جهت پیشبرد اهداف گردشگری و توسعه شهری. تهیه تیزر تبلیغاتی در فصل گردشگری از دیدنی‌های طبیعی و اقلیمی شهر و در صورت امکان پخش از شبکه‌های تلویزیونی

ماخذ: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۶

نقاط قوت داخلی در مقابل فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی قرار داده شده و استراتژی‌های توسعه گردشگری در شهر الشتر در چهار دسته: می‌توان گفت فرصت‌های محیطی (O) را با قوت‌های درونی (S) پیوند زد و استراتژی (SO) مطرح نمود. همین‌طور فرصت‌های محیطی (O) با ضعف‌های درونی (W) پیوند زد و استراتژی (WO) را مطرح کرد، قوت‌های درونی (S) را نیز می‌توان با تهدیدات بیرونی (T) پیوند زد و استراتژی (ST) را مطرح کرد. ضعف‌های درونی (W) را با تهدیدات بیرونی (T) گره زد و راهبرد WT را مطرح کرد.

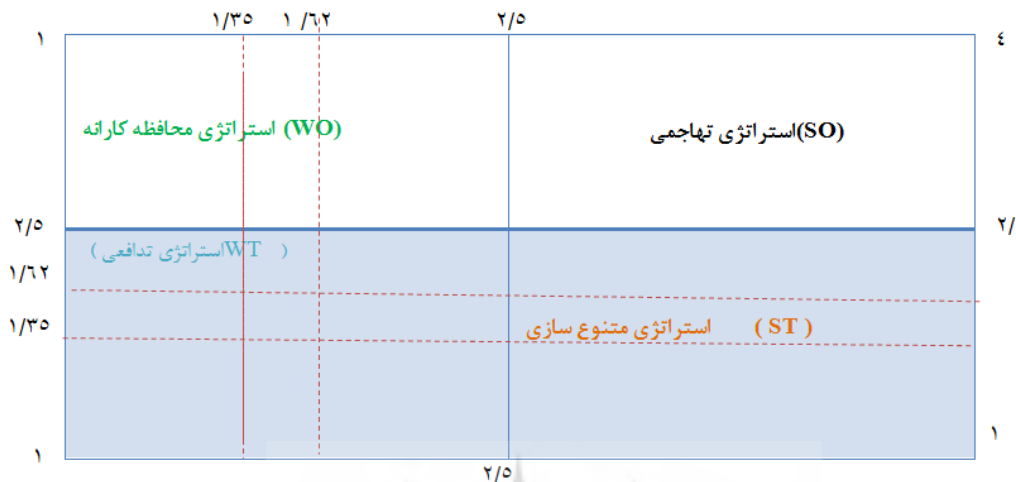
۴-۸- ماتریس داخلی و خارجی^۱ (IF)

این ماتریس تحلیل تنگناها و محدودیت‌های توسعه گردشگری شهرالشر است استفاده می‌کنیم. برای تشکیل ماتریس، بایستی نمرات حاصل ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی را در ابعاد افقی و عمودی این ماتریس قرار دارد تا جایگاه ضعف مشخص گردد و بتوان استراتژی مناسبی را اتخاذ نمود (کردنائیچ و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۵). با توجه به ماتریس داخلی و خارجی تحلیل تنگناها

^۱ (Intetrnal & Externah)

و محدودیت های توسعه گردشگری شهرالشتر در جدول (۱) قرار گرفته است و این خانه حاکی از آن است که وضعیت گردشگری در شهر الشتر از نظر محیط داخلی و خارجی از متوسط ضعیف تر می باشد بنابراین باید از استراتژی های تدافعی جهت افزایش توسعه گردشگری در شهر الشتر استفاده شود. باتوجه به ماتریس داخلی و خارجی، توسعه گردشگری شهر الشتر از استراتژی تدافعی استفاده می شود.

جدول شماره ۴: نمره های ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی



۹- نتیجه گیری و پیشنهادات

براساس نتایج حاصل از تکنیک دلفی و مدل SWot که براساس پاسخ دهندگان (نخبگان و کارشناس و ساکنین) به تعداد ۳۰ نفر طراحی شده؛ که نتایج نهایی حاصل از مدل حاکی از این است که جمع امتیاز وزنی عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) ۱/۶۲ و عوامل خارجی (فرصت و تهدید) ۱/۳۵ می باشد که کمتر از ۲/۵ است که نشان دهنده غلبه نقاط ضعف بر قوت و غلبه نقاط تهدید بر فرصت بررسی توسعه گردشگری شهر الشتر و در این حالت استراتژی حاصل این مدل در موقعیت تدافعی (WT) استفاده شده است. مسافرت های شهری، گام اول توسعه گردشگری و صنعت توریسم است. ایجاد و توسعه انواع مراکز اقامتی، فضاهای تفریحی و سرگرمی، فضاهای خرید بزرگ شهری، موزه ها و مراکز فراهنگی و هنری بویژه فرهنگ و هنر بومی با هدف توسعه گردشگری، موجب بهره مند شدن ساکنین شهر و گردشگران شهری، از این خدمات خواهد بود. بنابراین در حال حاضر نقش و مدیریت شهری در بهره گیری از جاذبه های توریستی، می تواند نقش مؤثری در معرفی شهر، به عنوان جاذبه گردشگری جهانی داشته باشد. و تأثیر فراوانی در اقتصاد این شهرها داشته باشد. اکثر رسانه ها باید تبلیغات را برای جذب گردشگر شروع کنند. متأسفانه استان لرستان شهر (الشتر) با این همه جاذبه گردشگری و آب و هوای مطبوع و دلپذیر سهم خیلی ناچیزی در این تبلیغات دارند. این منطقه با داشتن پتانسیل های بالا توسعه دارای مسائل و مشکلات زیادی است که در راستای شکوفایی آن و حل مسائل آن نیازمند توجه ویژه و تشکیل مدیریت متمرکز است. در این تحقیق با استفاده از قوتها و فرصتهای موجود بهره برده و ضمن فائق آمدن بر ضعف و تهدیدات را نیز به حداقل ممکن برسانند که برخی از راهکارهای مدیریت در جذب توریست در شهر الشتر براساس نتایج الگوی ارزیابی تکنیک دلفی و مدل SWot بدست آمده، پیوند دادن این فضاها به مکان های اقامتی مسافران در شهرها می توانند به ارتقاء مطلوبیت شهر برای گردشگران کمک کنند.

۹-۱- پیشنهادات

- توجه به قابلیت ها و پتانسیل ها گردشگری موجود در تهیه طرح های توسعه شهری.
- گسترش خدمات و امکانات زیربنایی لازم جهت گردشگری متناسب با الگوی شهری.
- تربیت نیروی انسانی کارآمد به صنعت گردشگری.
- رفع ضعف خدمات هتلداری و رستوران داری.
- اطلاع رسانی بومی در مورد اهمیت نقش گردشگری در اقتصاد شهر.

- توجه ویژه و تشکیل مدیریت متمرکز .
- گسترش همکاری بین مسئولان مرتبط با گردشگری در جهت جذب توریست و پیشرفت گردشگری .
- توسعه تسهیلات و زیرساختهای شهری .
- ایجاد پارکینگ مهمترین نیاز گردشگران است که به صورت خودرو شخصی و بصورت انفرادی مسافرت می کنند .
- اقدام مدیریت شهری (شهرداری ها، شورای شهر،) در این زمینه می‌تواند هم منبع درآمدی پایدار برای شهرداریها ایجاد می کند و به رونق گردشگری در شهر و رونق اقتصاد شهری کمک می کند .

مراجع

۱. اژدری، علی رضا، (۱۳۸۹)، نقش مدیریت در صنعت گردشگری .
۲. اعرابی، محمد، (۱۳۸۹)، دستنامه برنامه ریزی استراتژیک، چاپ چهارم. تهران. دفتر پژوهش های فرهنگی.
۳. پاریسیان، ح ، اعرابی، (۱۳۷۷)، جهان گردی در چشم انداز جامع، انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی .
۴. پور احمد، احمد، حسینی، علی، اروحی، حسن، علیزاده، محمد، (۱۳۹۲)، الویت سنجی راهبردی توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه الموت قزوین، پژوهش های انسانی، دوره ۴۵، ش ۳، ص ۱-۱۷.
۵. خاکسپاری، علی، ابراهیم نیا، سماکوش، سعید، دامادی، محمد، مغرز، وحید، (۱۳۹۲)، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ش ۷، ص ۱۲۶-۱۴۷.
۶. دیناری، احمد، (۱۳۸۴)، گردشگری شهری در ایران و جهان، مشهد: انتشارات دانشگاه مشهد .
۷. راهنمایی، محمدتقی، فرهودی، رحمت الله، دیتمان، آندریاس و قدمی مصطفی، (۱۳۸۷)، بررسی ظرفیت حوزه مقصد گردشگری با تأکید بر جامعه میزبان (نمونه موردی: شهر کلاردشت) پژوهشهای جغرافیایی انسانی، شماره ۶۶.
۸. رضویان، محمد تقی، (۱۳۸۱)، مدیریت عمران شهری، انتشارات پیوند نور.
۹. زندیه، مهدیه، فرایی، مهد مهدی، الیاسی، ابراهیم، ویسی، ندا، (۱۳۹۴)، نقش سراب روانسی در جذب گردشگری و ارتقاء اقتصادی شهری .
۱۰. سعید نیا، احمد، (۱۳۷۹)، مدیریت شهری، تهران، انتشارات سازمان شهرداریها و دهیاریهای کشور.
۱۱. صدر موسوی، جواد، (۱۳۸۶)، ارزیابی و صنعت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دیدگاه گردشگران، پژوهشهای جغرافیایی، شماره ۶۱، انتشارات دانشگاه تهران، ص ۱۳۰.
۱۲. صدر موسوی، جواد، (۱۳۸۶)، ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دیدگاه گردشگران، پژوهشهای جغرافیایی، شماره ۶۱، انتشارات دانشگاه تهران، ص ۱۳۰.
۱۳. محلاتی، صلاح الدین، (۱۳۸۰)، درآمدی بر جهان گردی، نشر دانشگاه شهید بهشتی، ص ۱۵ تا ۲۰.
۱۴. محمدی فر، مجید، علوی نسب، سیدهاشم، (۱۳۹۳)، نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری (نمونه مورد مطالعه : شهر مشهد).
۱۵. محمدیان، ابوالفضل، حسینی، سیدحسن، نگینه رؤف آوا، میرگانه، (۱۳۸۸)، نقش آموزش بر توسعه زیر ساختها و در صنعت توریسم ایران .
۱۶. مرادی، مریم، (۱۳۸۵)، مدیریت گردشگری، اصول مبانی و مفاهیم کاربردی، انتشارات آستان قدس رضوی، چاپ اول، ص ۱۳ تا ۲۰.
۱۷. معصومی، مسعود، (۱۳۸۵)، ماهیت گردشگری، انتشارات پیک کوثر .
۱۸. ملک نیا، محبوبه، (۱۳۸۹)، نقش محورهای فرهنگی و تاریخی منطقه ۱۲ در توسعه گردشگری شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور.
۱۹. ممقانی نسب، اشکان، امیری، روح لله، (۱۳۹۱)، بررسی عوامل مؤثر برنامه ریزی و مدیریت جذب توریست، (مطالعه موردی : نیور چارپهار).
۲۰. نصیر زاده، ح، (۱۳۸۱)، مطالعات جهانگردی و اکورتوریسم و اثرات آن بر محیط زیست وتوسعه انتشارات استاندارد یزد.