

اولویت‌بندی راهبردی توسعه گردشگری به منظور تعیین جایگاه آن در برنامه‌های توسعه شهری (مطالعه موردی: استان کرمانشاه)

کاوه نادری* - عضو پژوهشکده توسعه کالبدی جهاد دانشگاهی کرمانشاه
بهروز بادکو - عضو هیئت‌علمی جهاد دانشگاهی
مسلم حدیدی - عضو هیئت‌علمی پژوهشکده توسعه کالبدی جهاد دانشگاهی کرمانشاه
سیامک آزادی - عضو پژوهشکده توسعه کالبدی جهاد دانشگاهی کرمانشاه
پری نجفی - عضو پژوهشکده توسعه کالبدی جهاد دانشگاهی کرمانشاه
بیبا حامد - عضو هیئت‌علمی پژوهشکده توسعه کالبدی جهاد دانشگاهی کرمانشاه

تأیید نهایی: ۱۳۹۵/۱۲/۲۱

پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۰۷/۲۲

چکیده

راهبردهای توسعه شهری در هر شهر متأثر از گردشگری است و ضروری است در برنامه‌ریزی‌های توسعه شهری به آن توجه شود. در واقع دستیابی به توسعه پایدار، مستلزم نگاهی جامع و راهبردی و توجه به عوامل مؤثر در توسعه از جمله گردشگری است. هدف پژوهش حاضر کمی و کیفی، ارزیابی راهبردی و ارائه راهبردهای بهینه بخش گردشگری استان کرمانشاه است. در روش کمی، هدف پژوهش کاربردی و نوع آن نوع توصیفی تحلیلی است. بخش کیفی براساس مصاحبه‌های عمیق و به منظور استخراج دیدگاه صاحب‌نظران در حوزه‌های مختلف گردشگری صورت گرفت. نمونه آماری کل جامعه مورد بحث، ۵۶ نفر بود با بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای، اطلاعات مورد نظر جمع‌آوری، و از پرسشنامه و مصاحبه استفاده شد. براساس نتایج، ۱۵ راهبرد برتر توسعه گردشگری استان کرمانشاه، در سه حوزه گردشگری تاریخی، فرهنگی و اکوتوریسم قرار دارد. در میان حوزه‌های دوازده‌گانه گردشگری، چهار حوزه در گروه راهبردهای رشد و توسعه، پنج حوزه در گروه راهبردهای تثبیت و بهبود وضعیت موجود و سه حوزه در گروه راهبردهای دفاعی قرار دارند. براین اساس تدوین TDS (برنامه‌های توسعه گردشگری) در قالب CDS (برنامه‌های توسعه شهری) به صورت یکپارچه به منظور جامعیت و افزایش تحقق‌پذیری آن پیشنهاد می‌شود.

واژه‌های کلیدی: اولویت‌بندی، توسعه، راهبرد، گردشگری، کرمانشاه.

مقدمه^۱

گردشگری در سراسر جهان، ابزار کسب منافع اقتصادی برای کشور یا منطقه‌ای خاص است (Eccles, 1995: 4). این ابزار در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت بسیاری دارد؛ از این رو اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نامیده‌اند (Shaw and Williams, 2004: 48) و آن را رکن اصلی توسعه پایدار (زارعی و همکاران، ۱۳۸۳: ۵۶). مطابق آمار سازمان جهانی جهانگردی، هر تخت (محل اسکان هر جهانگرد) در کل جهان تقریباً بین یک تا دو شغل ایجاد می‌کند (وای‌گی، ۱۳۷۷)، اما براساس آمار به‌دست‌آمده در ایران چهار تا پنج شغل شکل می‌گیرد (فرزانه، ۱۳۸۰). در واقع گردشگری پدیده فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با عواقب گسترده اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی است (getz and timur, : 1324, 2008).

امروزه گردشگری شهری مسئله و فعالیتی مهم، و عامل تغییرات فضایی گسترده در شهرهای بزرگ است. از سوی دیگر، ویژگی شهرها سبب شده است «گردشگران شهری متفاوت‌تر از سایر گروه‌های گردشگری باشند» (Law, 1996: 168) و نقش و جریانی مهم در شهرهای جهانی ایفا کنند. در این میان، تنظیمات فضایی می‌تواند مانع یا زمینه‌ساز برخی پدیده‌های اجتماعی باشد و رفتار انسانی را در این محیط، متناسب با ویژگی‌های اقتصادی اجتماعی و فرهنگی تغییر دهد. گیدنز تمام کسانی را که به‌نحوی شرایط جغرافیایی یا عوامل مادی را در تبیین پدیده‌های روانی فرهنگی و اجتماعی عمده می‌کنند، در مقوله فضاگرایی جای می‌دهد. (Giddens Anthony Sheld, 1993: 2). فضاهای شهری و راهبردهای توسعه شهری در هر شهر، از گردشگری تأثیر می‌پذیرد و باید در برنامه‌ریزی‌های توسعه شهری به آن توجه کرد. امروزه ظاهر خارجی شهرها بسیار شبیه هم است و اتحاد و همسانی بیشتری در آن‌ها نمایان شده است که این مسئله تمایز را سخت‌تر می‌کند. در این میان، استفاده از روش‌های آزمون و خطا و کاربرد معمارگونه آن‌ها در دیگر مکان‌های شهری، سبب بی‌انگیزگی در مقوله گردشگری می‌شود؛ زیرا مسئله دیگری که بتوان آن را در جای دیگر به همان شکل کسب کرد، چیز تازه‌ای به همراه خود ندارد و عامل بی‌میلی می‌شود (Aylin Orbasll, 2000: 80). در جاهایی که شهرهای تاریخی به شکلی بی‌روح و بی‌نشاط جلوه می‌کنند، صرفاً دیدگاه حفظ و نگهداری مدنظر است و تمام شهر یا بخش‌هایی از آن، از سایر فضاهای شهر مجزا شده است. در واقع راهبرد توسعه شهری و جایگاه گردشگری در این توسعه، شهرها را از هم متمایز می‌کند.

هریک از شهرهای ایران، در چشم‌اندازهای طبیعی، آثار تاریخی و فرهنگی، رشد صنعت، معدن و گردشگری، استعدادها و توانایی مختلفی دارند (سعیدی‌نیا، ۱۳۸۲: ۲۵). شهر تاریخی کرمانشاه با توجه به رشد سریع در دهه‌های اخیر، به توجه اصولی و سیستماتیک در راهبردهای توسعه شهری نیازمند است. برنامه‌ریزی هم‌زمان گردشگری و راهبردی توسعه شهری در این‌گونه شهرها با رشد فزاینده مشکل است؛ زیرا مسائل و عواملی مانند بافت‌های تاریخی، معماری، مقوله حفاظت، میراث فرهنگی، سنت‌ها و عرف اجتماعی مردم، انبوه گردشگران، نظارت دولت و مجامع بین‌المللی، و افکار عمومی جامعه، برنامه‌ریزی و اجرای آن را مشکل کرده است. هرچند حساسیت‌های فوق می‌تواند در سلامت برنامه‌ریزی و دقت در آن مهم و سازنده باشد.

در روش‌های گردشگری شهری و توسعه شهر، این پرسش پیش می‌آید که گردشگری چگونه به توسعه شهر کمک می‌کند. بسیاری از متخصصان این حوزه از دسته‌بندی‌ها و گونه‌شناسی حوزه‌های مختلف گردشگری برای شهرها نام می‌برند. به‌منظور برنامه‌ریزی در این حوزه‌ها و شهرها ضروری است روش‌های گردشگری شناسایی شود و مدیریت

۱. این مقاله بخشی از طرح پژوهشی با نام «تدوین استراتژی توسعه گردشگری استان کرمانشاه به‌منظور تعیین جایگاه آن در برنامه راهبرد توسعه شهر کرمانشاه» است که در سال ۱۳۹۲ در جهاد دانشگاهی کرمانشاه صورت گرفته است.

گردشگری شهر در برنامه‌های ویژه‌ای (اقتضایی) صورت بگیرد تا مدیریت راهبردی توسعه شهری به شکلی پایدار تحقق یابد (Wang, 2006: 28).

راهبرد توسعه شهری (CDS)^۱ جدیدترین رویکرد در برنامه‌ریزی شهری است که سازمان ائتلاف شهرها^۲ در سال ۱۹۹۹ با هدف ارتقای توسعه شهری پایدار، ارتقای کیفیت اداره و مدیریت شهر، و کاهش سیستماتیک و مداوم فقر شهری پیشنهاد (اشرفی، ۱۳۸۸: ۹۰). به دلیل شرایط متفاوت حکومتی، ساختارهای قومی، اداری، اجتماعی، اقتصادی و سازمانی حاکم بر شهرها نمی‌توان روش و تعریف ثابت و همه‌شمولی را برای این مفهوم ارائه کرد (Cities Alliance, 2001).

مبانی نظری

فرایند آماده‌سازی تحقق چشم‌انداز بلندمدت شهر، با تهیه برنامه‌های عملی کوتاه‌مدت و میان‌مدت برای توسعه پایدار شهر صورت می‌گیرد که بر مشارکت فراگیر شهروندان، رشد عادلانه، تعادل زیست‌محیطی و تقویت رقابت اقتصادی شهر تأکید دارد. از جمله اهدافی که در قالب راهبرد توسعه شهر قابل‌پیگیری است، ارتقای مدیریت شهری، اصلاحات نهادی و مشارکتی کردن اداره امور است که تنها راه‌حل رسیدن به وضعیت مناسب اقتصادی و اجتماعی تمامی شهروندان محسوب می‌شود (ADB, 2004: 27). در واقع، در شرایط امروز تنها توجه به مسائل کالبدی شهر کافی نیست و نگاه راهبردی به مقوله توسعه شهری، نیازمند توجه به تمامی ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی اثرگذار بر زندگی شهری، توجه به اجرایی بودن سیاست‌ها و طرح‌های توسعه شهری و جلب مشارکت تمام ذی‌نفعان در مدیریت شهر است.

CDS، فرایند تهیه چشم‌انداز بلندمدت شهر که برنامه کوتاه‌مدت براساس آن تهیه می‌شود (سالاری سردری و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۵۹) برنامه‌ریزی راهبردی شیوه‌ای نظام‌مند است که بر خلق و برقراری پیوستگی میان اقدامات اولویت دارد با در نظر داشتن ضعف و قوت (توانایی‌ها و منابع) و فرصت‌ها و تهدیدها (عوامل خارجی و جریان‌ات تأثیرگذار) تکیه دارد (بهزادفر و زمانیان، ۱۳۸۷: ۸۹). برنامه‌ریزان راهبردی با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی می‌توانند به ارزیابی عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بوم‌شناسی، محیطی، سیاسی و... بپردازند (دیوید، ۱۳۸۴: ۳۵). باید توجه داشت CDS بر پایه برنامه‌ریزی راهبردی، با در نظر داشتن چشم‌انداز مشارکتی و طی فرایندی نظام‌مند، بر اصلاح حاکمیت شهری، رشد اقتصاد محلی، کاهش مداوم و پایدار فقر، و تلاش برای تحقق عدالت اجتماعی تأکید دارد. علی‌رغم تفاوت شرایط (پتانسیل‌ها، محدودیت‌ها و...)، بیشتر پروژه‌های راهبرد توسعه شهری، شامل چهار حوزه گردشگری، فقر شهری، اجتماعی فرهنگی و زیست‌محیطی است. از این میان، گردشگری به دلیل داشتن نقش ویژه در شرایط اقتصادی و اجتماعی فرهنگی اهمیت ویژه‌ای دارد (دیوید، ۱۳۸۴: ۳۶). همچنین این حوزه با بهره‌گیری از مدل‌های برنامه‌ریزی راهبردی در راهبردهای توسعه شهری، دامنه وسیعی از مسائل مدیریتی، اجتماعی، اقتصادی و کالبدی شهرها را در برمی‌گیرد (صابری و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۰). گردشگری سند توسعه شهر در تمام ابعاد محسوب می‌شود و رویکردی راهبردی است که در حال حاضر در بسیاری از کشورهای جهان، ویژه کشورهای در حال توسعه با استقبال مواجه شده است (پورا احمد و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۸).

در توسعه و تأثیر گردشگری در هر شهر و در حوزه‌های مختلف، اهمیت سیمای شهری اولویت دارد (دیناری، ۱۳۸۹: ۱۳). بدیهی است هر شهر و منطقه‌ای به منظور توسعه‌ای همه‌جانبه و پایدار، همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی، نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌هاست.

توسعه گردشگری که اقتصاددانان آن را سومین پدیده اقتصادی پویا و روبه‌رشد (پس از صنایع نفت و خودروسازی) می‌دانند، بسیار اهمیت دارد. باید توجه داشت برای دستیابی به توسعه‌ای هدفمند و نظام‌یافته در این بخش، تدوین راهبردهای توسعه گردشگری (TDS) امری اجتناب‌ناپذیر است.

راهبرد توسعه شهر، فرایندی خطی نیست که با ارزیابی وضع موجود شروع شود و با اجرا پایان بیاید، بلکه در اغلب موارد شامل فرایندهای چرخه‌ای یا موازی است که در نقطه‌ای خاص متوقف نمی‌شوند. مراحل مشخص راهبردی توسعه شهر، بیشتر به شرایط و ویژگی‌های شهر بستگی دارد. این چرخه را می‌توان در قالب روندی کلی به صورت مراحل زیر نشان داد (رفعیان و شاهین‌راد، ۱۳۸۷: ۱۶):

۱. کجا هستیم؟ (ارزیابی وضع موجود)؛
 ۲. می‌خواهیم کجا باشیم؟ (تنظیم چشم‌انداز)؛
 ۳. چگونه به آنجا می‌رسیم؟ (تنظیم راهبرد)؛
 ۴. برای رسیدن به آن باید چه اقداماتی انجام دهیم؟ (اولویت‌بندی برنامه‌ها و پروژه‌ها، اجرا بازنگری و اصلاح).
- گردشگری در شهرهایی توسعه پیدا می‌کند که علاوه بر داشتن جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و هنری، از امکانات و خدمات مناسب بهره‌مند باشند (موحد، ۱۳۸۶: ۱۱۵). استان کرمانشاه (پرجمعیت‌ترین استان غرب ایران) با جاذبه‌های متنوع گردشگری تاریخی، طبیعی، فرهنگی، شهری و منطقه‌ای همراه است. این جاذبه‌ها از نظر منافع اقتصادی و شناساندن فرهنگ غنی و گسترده خود در سطح منطقه‌ای، ملی و حتی بین‌المللی، نقشی عمده در توسعه همه‌جانبه شهرهای دارند. بر این اساس، انواع گردشگری طبقه‌بندی شده در استان کرمانشاه به دوازده حوزه مختلف تفکیک شده که عبارت است از: گردشگری تاریخی، ورزشی، مذهبی، ماجراجویانه، فرهنگی، علمی، شهری، روستایی، جنگ، تجاری، پزشکی و اکوتوریسم که بر این اساس برای هر یک اولویت و راهبردهایی تدوین و ارائه شده است. در رویکرد راهبردی درخصوص صنعت گردشگری (TDS) می‌توان ضمن شناسایی قوت‌ها، پتانسیل‌ها و منابع در دسترس، این عوامل را با هدایت مدیران و مراجع محلی، همچنین مشارکت شهروندان به خوبی به کار گرفت.

پژوهش حاضر با هدف اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری (TDS) استان کرمانشاه و به منظور تبیین جایگاه آن در راهبرد توسعه شهر (CDS) کرمانشاه انجام شده است.

پیشینه پژوهش

افتخاری و مهدوی (۱۳۸۴) در پژوهش خود، با استفاده از روش پیمایش، مطالعات میدانی و تعیین قوت‌ها و ضعف‌ها، راهبردی برای توسعه گردشگری در فرصت‌ها و تهدیدها به شیوه SWOT در مناطق روستایی لواسان ارائه کردند. تجزیه و تحلیل‌های تجربی در منطقه مطالعه شده نشان می‌دهد آستانه آسیب‌پذیری نقاط روستایی به دلیل گردشگری بودن بسیار بالاست و به بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب برای رفع محدودیت‌ها و استفاده از مزیت‌های نسبی موجود نیاز دارد.

حاتمی‌نژاد و فرجی ملایی (۱۳۹۰) براساس نتایج پژوهش خود بیان کردند در شرایط کنونی، تغییرات بنیادین، به‌ویژه در مدیریت شهری، اقتصاد شهری و شاخص‌های کیفیت زندگی برای بسط‌سازی استفاده از راهبرد توسعه شهری (به‌عنوان زیرساخت‌های اجرای این رویکرد) امری ضروری است. ضعف ساختاری مدیریت شهری در شرایط کنونی، ظرفیت مناسبی برای اجرای طرح راهبرد توسعه شهری ندارد و می‌توان تحولاتی ضروری و حیاتی را در آن مطرح کرد. در طرح «برنامه توسعه راهبردی شهر قزوین تا سال ۱۴۱۰» مطالعات فقر شهری گنجانده شده است تا موارد و

حوزه‌های فقر شهری شناسایی، و چگونگی وضع موجود آن بازتاب داده شود. هدف از مطالعات فقر شهری در CDS قزوین، شناخت وضعیت فقر و پیشنهاد سیاست‌های کاهش فقر است. برای این منظور از روش مقایسه‌ای (مقایسه قزوین با گذشته خود، مقایسه با شهرهای دیگر و مقایسه با کل کشور)، روش اسنادی، مصاحبه‌های عمقی با مردم، معتمدان و مدیران و روش مشاهده هدفمند و تحلیل SWOT استفاده شد.

چشم‌انداز CDS قزوین با موارد زیر عنوان شده است:

شهری با توجه به سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی، عاری از فقر آشکار انسانی و توزیع عادلانه خدمات و امکانات شهری، شهری با حداکثر مشارکت عمومی و محله‌محور و شهری با توسعه متوازن اجتماعی و فرهنگی شهرهای پیرامونی (براتی و سرداری، ۱۳۸۸).

روش پژوهش

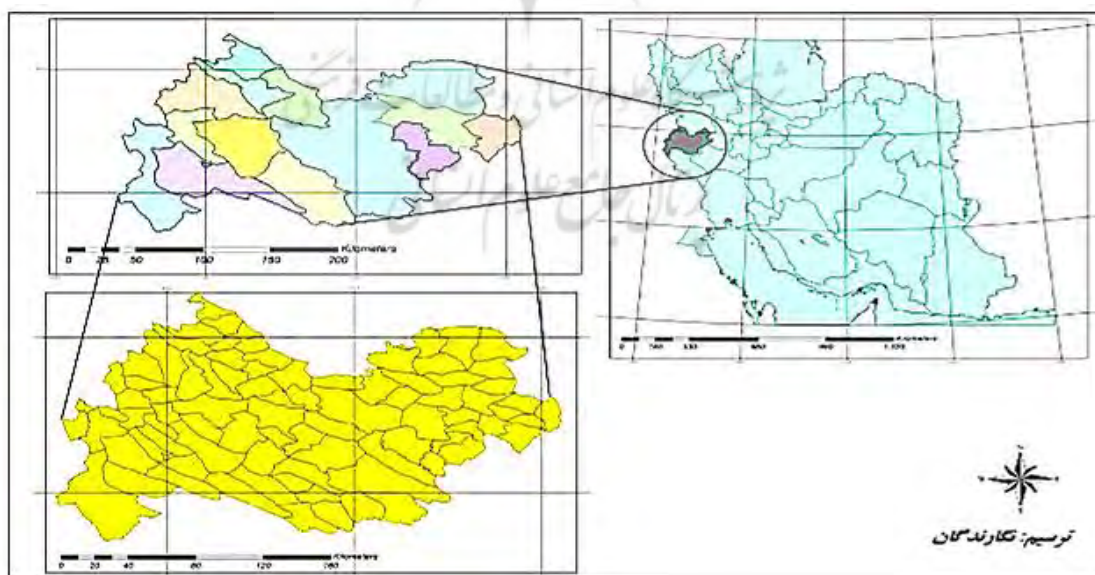
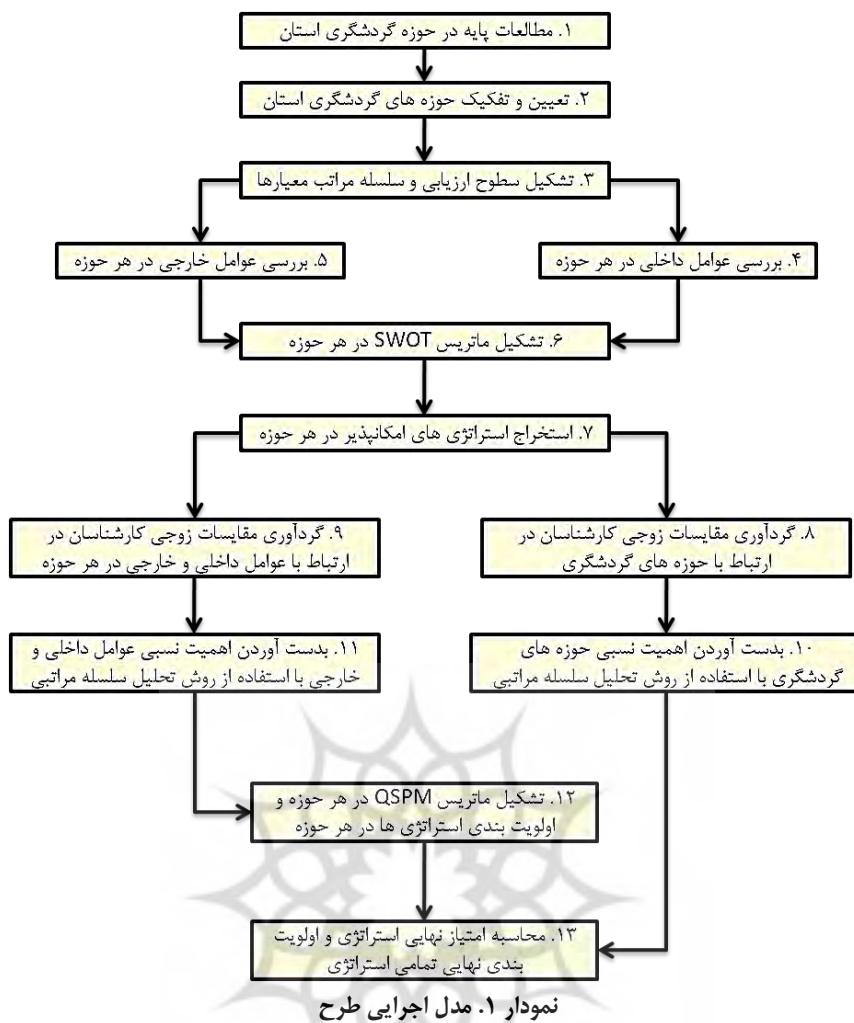
روش، راه رسیدن به هدف و تضمین‌کننده موفقیت هر پژوهشی است. برای موضوع هر پژوهش، روش پژوهشی متفاوتی وجود دارد. پژوهش حاضر کیفی و کمی است. در روش کمی، هدف پژوهش کاربردی و نوع پژوهش توصیفی-تحلیلی است. بخش کیفی براساس مصاحبه‌های عمیق به‌منظور استخراج دیدگاه صاحب‌نظران در حوزه‌های مختلف گردشگری صورت گرفت. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای، پرسشنامه و مصاحبه استفاده شد در روش بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای، تمام متون و مطالعات در زمینه گردشگری استان کرمانشاه و زیربخش‌های آن جمع‌آوری و فیش‌برداری شد. همچنین برای اولویت‌بندی عوامل داخلی و خارجی احصاشده در هریک از حوزه‌های دوازده‌گانه، از پرسشنامه مقایسه‌های زوجی عوامل استفاده شد. به‌منظور اولویت‌بندی حوزه‌های دوازده‌گانه گردشگری، پرسشنامه مقایسه‌های زوجی حوزه‌ها به‌کار رفت و برای اولویت‌بندی راهبردهای استخراج‌شده در هریک از حوزه‌های دوازده‌گانه از پرسشنامه ماتریس کمی‌سازی برنامه‌ریزی راهبردی (QSPM) استفاده شد.

در بخش جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه، با کارشناسان و صاحب‌نظران حوزه‌های دوازده‌گانه در دو مرحله (اولیه و عمیق) مصاحبه شد تا عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) در هریک از این حوزه‌ها مشخص شود. جامعه آماری مورد نظر در این پژوهش، تمام صاحب‌نظران حوزه گردشگری استان بودند، اما به‌دلیل محدودیت متخصصان و صاحب‌نظران این حوزه در استان، نمونه آماری کل جامعه مورد بحث، ۵۶ نفر بود.

برای بررسی آثار محیط خارجی استان به‌منظور شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای مربوط به توسعه گردشگری، همچنین سنجش محیط داخلی استان برای شناسایی قوت‌ها و ضعف‌ها، از ماتریس ارزیابی عوامل درونی و بیرونی استفاده شد. برای تدوین راهبردهای چهارگانه، مدل SWOT به‌کار رفت. در ادامه، برای اولویت‌بندی عوامل درونی و بیرونی، و شناسایی و تعیین اهمیت نسبی هریک از حوزه‌های گردشگری، طی دو مرحله از روش سلسله‌مراتبی AHP استفاده شد. در پایان نیز برای اولویت‌بندی راهبردهای تعیین‌شده ماتریس QSPM به‌کار رفت.

محدوده مورد مطالعه

استان کرمانشاه در منتهی‌الیه غربی کشور قرار دارد که از سه طرف با استان‌های لرستان، کردستان، ایلام و همدان و از سوی دیگر با عراق هم‌مرز است. مختصات جغرافیایی آن بین ۳۳ و ۳۶ درجه و ۱۵ و ۳۵ درجه شمالی، و ۲۴ و ۴۵ درجه تا ۳۰ و ۴۸ درجه طول شرقی قرار دارد. براساس سرشماری سال ۱۳۹۰، جمعیت استان کرمانشاه ۱.۹۴۵.۲۲۷ نفر بود. همچنین این استان، به ۱۴ شهرستان، ۲۷ بخش، ۲۶ شهر، ۸۳ دهستان و ۳۱۷۲ آبادی تقسیم‌بندی شده است (سرشماری نفوس و مسکن، ۱۳۹۰).



شکل ۱. محدوده مورد مطالعه

پرسش‌های اصلی

برای دستیابی به چشم‌انداز شهر و تدوین راهبرد توسعه گردشگری، پاسخ به پرسش‌های زیر ضروری است.

۱. آیا راهبردهای رشد و توسعه شهر کرمانشاه در گرو توسعه گردشگری است؟
۲. آیا براساس اولویت پتانسیل‌های گردشگری می‌توان به اولویت‌بندی راهبردهای حوزه مذکور در توسعه شهری پرداخت؟
۳. کرمانشاه از نظر صنعت گردشگری در چه جایگاهی قرار دارد؟ (ارزیابی وضع موجود)
۴. کرمانشاه از نظر صنعت گردشگری باید در چه جایگاهی قرار بگیرد؟ (تنظیم چشم‌انداز)
۵. کرمانشاه چگونه به جایگاه مورد نظر دست خواهد یافت؟ (تنظیم و اولویت‌بندی راهبرد)

فرصیه‌ها

۱. به نظر می‌رسد با توجه به پتانسیل‌ها و شرایط محیطی، تمام حوزه‌های گردشگری در گروه راهبردهای رشد و توسعه قرار دارند.
۲. با توجه به پتانسیل‌های استان در حوزه‌های تاریخی، فرهنگی و اکوتوریسم به نظر می‌رسد اولویت راهبردهای مرتبط با توسعه حوزه‌های مذکور، از سایر حوزه‌های مورد نظر در توسعه گردشگری بیشتر است.

بحث و یافته‌ها

براساس آمار سازمان جهانی گردشگری^۱ در سال ۲۰۱۰، از هر ۱۲/۳ شغل در سراسر دنیا، یک شغل به صنعت گردشگری مربوط است و این حوزه ۸/۱ درصد از کل مشاغل جهان را به خود اختصاص داده است (W.T.O, 2010). همچنین براساس گزارش این سازمان در سال ۲۰۱۱، رشد حدود ۴/۶ درصدی گردشگران جهان از سال ۲۰۱۰، علی‌رغم بحران اقتصادی اروپا و بحران سیاسی منطقه خاورمیانه، حاکی از روند روبه رشد حوزه گردشگری است (W.T.O, 2011).

محیط‌های شهری از دو نظر در صنعت گردشگری اهمیت دارند

۱. کانون‌های شهری از نظر تمرکز جمعیت، فشارها و خستگی‌های ناشی از کار و فعالیت، مبدأ مسافرت‌های گردشگری هستند؛

۲. بعضی شهرها به دلیل داشتن شرایط برای فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی، ارتباطی و فراغتی، همچنین داشتن جاذبه‌های تاریخی و گردشگری مقصد مسافرت‌های گردشگری به‌شمار می‌آیند (کردی، ۱۳۸۱: ۱۸).

شهرها و گردشگری، روابط مکملی دارند؛ زیرا انواع گردشگری به‌نوعی به کانون‌ها و خدمات شهری نیازمند است؛ بنابراین، در برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری، باید به توانمندی شهرها در ارائه خدمات مستقیم و غیرمستقیم توجه کرد (لطفی، ۱۳۸۶: ۱۶۰). توسعه هر شهر و منطقه‌ای تنها زمانی به شکلی جامع، منطقی و همه‌جانبه محقق خواهد شد که تمامی حوزه‌های تأثیرگذار طی فرایند برنامه‌ریزی مدنظر قرار بگیرد و جایگاه هریک به‌درستی تبیین شود.

توریسم یکی از مهم‌ترین نیروهای شکل‌دهنده جهان ماست (Kennedy and Cohen, 2000: 214). توسعه پایدار راهبردی شهری در گردشگری اهمیت دارد. از این نظر، تأثیر گردشگری بر محیط، جامعه، فرهنگ، شهر گاهی اقتصاد اغلب منفی است (Logar, 2010: 126). توسعه پایدار این بخش در حوزه گردشگری، تنها زمانی تحقق می‌یابد و در مسیر اصلی خود قرار می‌گیرد که راهبردهای توسعه گردشگری (TDS) به شکلی جامع و با توجه به تمام عوامل محیطی تأثیرگذار و ارزیابی عوامل داخلی تبیین شود؛ بنابراین، انجام طرح مذکور به دو دلیل ضروری است:

۱. به منظور تدوین راهبردهای توسعه حوزه گردشگری (TDS) به‌عنوان یکی از حوزه‌های اولویت‌دار؛

۲. برای شناسایی و تبیین جایگاه این حوزه در راهبرد توسعه شهری (CDS).

یکی از مدل‌های ریاضیاتی رایج، مدل تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) است که روشی برای تعیین اهمیت و تقدم معیارها در فرایند ارزیابی و تصمیم‌گیری محسوب می‌شود (کرم، ۱۳۸۴: ۱۰۲). فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی، روشی منطقی و قوی است که برای تصمیم‌گیری در شرایطی استفاده می‌شود که معیارهای تصمیم‌گیری متضاد، انتخاب بین گزینه‌هایی را با مشکل مواجه می‌کنند (زبردست، ۱۳۸۰: ۱۳).

محدوده مورد مطالعه در پژوهش، استان کرمانشاه است. علی‌رغم هدف مطالعه که اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری استان به‌منظور تبیین جایگاه آن راهبردهای توسعه شهر کرمانشاه است، به سبب تأثیرپذیری تمام پتانسیل‌های گردشگری استان در توسعه گردشگری و پیامد آن، توسعه شهر کرمانشاه، محدوده مطالعه استان کرمانشاه در نظر گرفته شده است.

ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM)

یکی از روش‌های رایج در ارزیابی گزینه‌های راهبردی و مشخص کردن جذابیت نسبی هر کدام از آن‌ها، ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM) است. در این روش اطلاعات مربوط به قوت‌ها و ضعف‌های سازمان، فرصت‌ها یا تهدیدهای محیطی به همراه راهبردهای برگزیده شده، به کار می‌رود و ابزار مناسبی برای ارزیابی راهبردها، امکان‌پذیری و اولویت‌بندی آن‌ها از نظر اجرا در اختیار مدیریت قرار می‌گیرد. مشابه سایر روش‌های تبیین راهبردی، روش QSPM به قضاوت‌های شهودی و درک مستقیم آثار و تبعات ناشی از عوامل محیطی و قوت‌ها و ضعف‌های داخلی بستگی دارد.

از بُعد ادراکی و نظری می‌توان با روش QSPM، جذابیت راهبردهای حاصل از تلاقی و تقابل شرایط محیطی و قوت‌ها و ضعف‌های داخلی را در مقایسه با یکدیگر مشخص کرد و راهبردهایی با جذابیت بیشتر و اولویت بالاتر را برای اجرا برگزید. ممکن است جذابیت نسبی هر یک از راهبردها در مقایسه با مجموع راهبردها، با توجه به آثار تجمعی هر یک از عوامل موفقیت‌آمیز داخلی و خارجی محاسبه و تعیین شود. می‌توان همه راهبردهای برگزیده شده را در روش QSPM فهرست کرد و هر تعداد از آن‌ها را با توجه به تشابه فی‌مابین، در یک گروه قرار داد. بدیهی است راهبردها صرفاً می‌توانند در داخل گروه هم‌خانواده ارزیابی و مقایسه شوند. برای مثال، می‌توان راهبردهایی مانند تنوع متمرکز و همگون، و تنوع افقی و ناهمگون را در یک خانواده دسته‌بندی کرد. به‌موازات این امر، راهبردهای دیگری مانند فروش بخشی از مؤسسه به‌منظور دستیابی به نقدینگی و سرمایه یا عرضه سهام حتی ذخیره‌های شرکت با هدف تأمین نقدینگی در دسته‌بندی دیگری قرار می‌گیرند. به این ترتیب نمی‌توان مجموع راهبردهای ناهمگون و متفرقه را در یک گروه قرار داد. به‌تبع آن امکان ارزیابی آن‌ها با یکدیگر نیز میسر نیست. به عبارت دیگر، با استفاده از ماتریس QSPM در هر مرحله تنها می‌توان مجموعه‌ای از راهبردهای همگن را ارزیابی و اولویت‌بندی کرد (دیوید، ۱۳۸۴: ۵۶).

تعیین و تفکیک حوزه‌های گردشگری

برنامه‌ریزی و توسعه راهبردی در گردشگری هنگامی مفید است که تمام حوزه‌های گردشگری شناسایی شود و برای بررسی آن برنامه‌ریزی و راهبردهای جداگانه اما در چارچوب یک سیستم صورت بگیرد (yoon and gursoy, 2001: 366).

در گام نخست، برای شناخت دقیق‌تر و به‌عنوان پیش‌درآمدی برای تجزیه و تحلیل داخلی و خارجی، به تفکیک حوزه‌های مختلف گردشگری پرداخته شد. به همین دلیل، روش دلفی در تعامل با گروهی از کارشناسان به کار رفت. این گروه متشکل از کارشناسان دانشگاهی و مدیریتی بودند که در مرحله نخست از آن‌ها خواسته شد نظرهای خود را در مورد تفکیک حوزه‌های گردشگری در گستره کرمانشاه بیان کنند و دلایل این تفکیک را بدون مشورت با یکدیگر و به‌صورت

مستقل بگویند. در مرحله بعد، پس از جمع‌بندی نظرات تمامی افراد و خلاصه‌کردن مفاهیم ارائه‌شده، نتایج به کارشناسان برگشت داده شد تا آن را تأیید یا اصلاح کنند. این فرایند تعاملی تا رسیدن به نتیجه و تفکیک یکسان و پذیرفته برای تمامی کارشناسان حاضر در فرایند دلفی ادامه پیدا کرد.

استان کرمانشاه استعدادهای متنوع و فراوانی برای گردشگری دارد که بهره‌برداری کامل از آن‌ها، مستلزم شناخت و برنامه‌ریزی برای تشکیل تورها، دعوت از تورهای گردشگری و هدایت آن‌ها به‌سوی قابلیت‌هاست.

تعامل با تصمیم‌گیرندگان در سازگار کردن ماتریس‌های ناسازگار در فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی، ماتریس مقایسات زوجی ممکن است سازگار یا ناسازگار باشد. در ماتریس سازگار، محاسبه وزن ساده است و با استفاده از نرمالیزه‌کردن تک‌تک ستون‌ها به‌دست می‌آید. درحالی‌که برای محاسبه وزن در ماتریس ناسازگار، فرایند متفاوت دیگری باید طی شود. در حالت کلی می‌توان گفت میزان پذیرفته ناسازگاری یک ماتریس یا سیستم کمتر از ۰/۱ است.

در فرایند وزن‌دهی به حوزه‌های گردشگری، پس از محاسبه نرخ ناسازگاری برای شش ماتریس مقایسات زوجی، در یک ماتریس با I.R. بیشتر از ۰/۱ مواجه شدیم که با تعامل مجدد با کارشناس مرتبط و تکمیل مجدد جدول مقایسات زوجی، این مقدار به کمتر از ۰/۱ رسید (جدول ۱).

در جدول ۲، نرخ‌های ناسازگاری ماتریس‌های مقایسه‌های زوجی برای تعیین اهمیت نسبی هریک از زیرعوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و زیرعوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) به تفکیک حوزه‌های دوازده‌گانه آمده است. براین اساس، در ۱۱ مورد نرخ ناسازگاری جداول مقایسه‌های زوجی که کارشناسان هر حوزه آن‌ها را تکمیل کرده‌اند، بیش از ۰/۱ است. در فرایند تعاملی مشابه با کارشناسان مربوط، جداول بار دیگر تکمیل شد و این بار نرخ ناسازگاری آن‌ها در محدوده مقرر قرار گرفت.

جدول ۱. نرخ ناسازگاری برای جداول مقایسات زوجی اولویت‌بندی حوزه‌های گردشگری

کارشناس اول	کارشناس دوم	کارشناس سوم	کارشناس چهارم	کارشناس پنجم	کارشناس ششم	درجه ناسازگاری
۰/۰۳۷	- (۰/۱۱۷)	۰/۰۸۲	۰/۰۵۴	۰/۰۶۰	۰/۰۸۸	
	۰/۰۷۲					

جدول ۲. نرخ ناسازگاری برای جداول مقایسه‌های زوجی اولویت‌بندی عوامل داخلی و خارجی در حوزه‌های گردشگری

کارشناس اول	کارشناس دوم	کارشناس سوم	کارشناس چهارم	عوامل داخلی	عوامل خارجی
۰/۰۸۹	۰/۰۸۸	۰/۰۵۵	۰/۰۳۲	عوامل داخلی	گردشگری تاریخی
۰/۰۰۴	۰/۰۹۱	۰/۰۱۸	۰/۰۱۴	عوامل خارجی	
- (۰/۱۲۱)	۰/۰۷۵	۰/۰۷۴	۰/۰۳۷	عوامل داخلی	گردشگری ورزشی
۰/۰۸۳	۰/۰۶۱	۰/۰۶۴	۰/۰۷۶	عوامل خارجی	
۰/۰۹۹	۰/۰۳۴	- (۰/۱۱۳)	۰/۰۲۵	عوامل داخلی	گردشگری مذهبی
۰/۰۶۵	۰/۰۷۷	۰/۰۳۶	۰/۰۲۵	عوامل خارجی	
۰/۰۵۳	- (۰/۱۱۴)				
۰/۰۲۷	۰/۰۱۵	۰/۰۵۵	۰/۰۴۶	عوامل داخلی	گردشگری ماجراجویانه
۰/۰۲۹	- (۰/۱۳۱)	۰/۰۳۵	۰/۰۵۵	عوامل خارجی	
۰/۰۴۹					
۰/۰۳۹	۰/۰۳۴	۰/۰۷۰	۰/۰۸۹	عوامل داخلی	گردشگری فرهنگی
۰/۰۲۳	۰/۰۶۶	۰/۰۲۳	۰/۰۵۰	عوامل خارجی	

ادامه جدول ۲. نرخ ناسازگاری برای جداول مقایسه‌های زوجی اولویت‌بندی عوامل داخلی و خارجی در حوزه‌های گردشگری

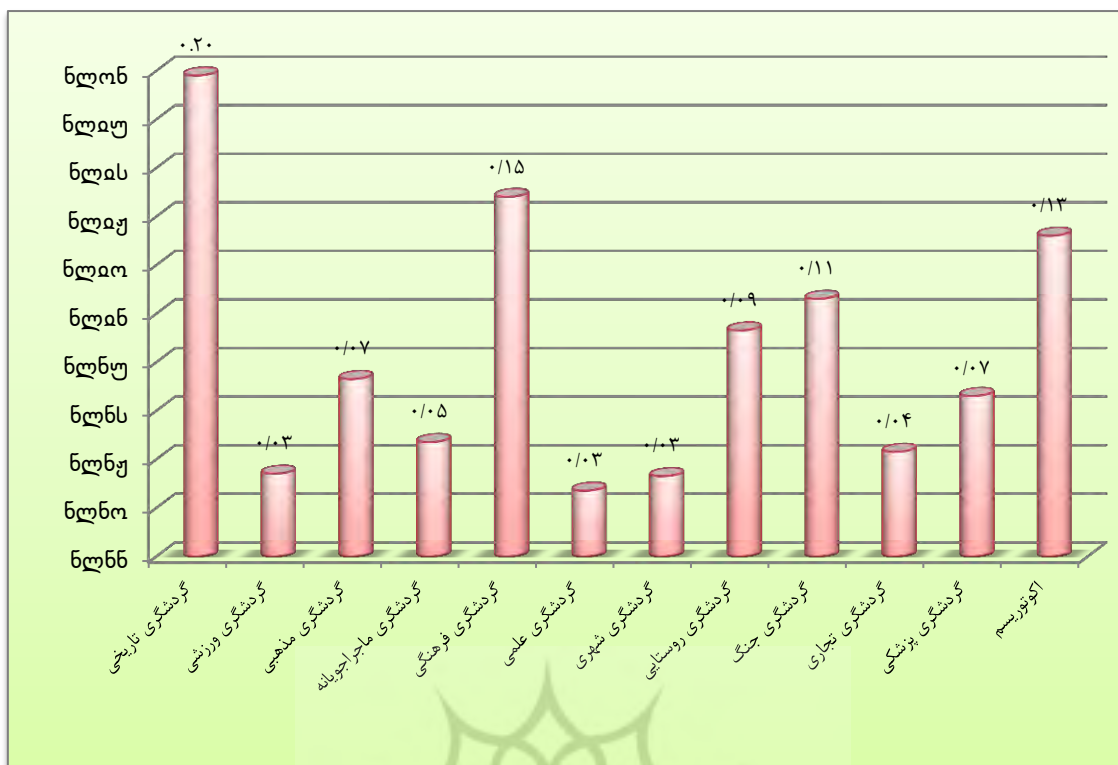
کارشناس اول	کارشناس دوم	کارشناس سوم	کارشناس چهارم		
۰/۰۹۱	۰/۰۹۱	۰/۰۶۲	۰/۰۴۱	عوامل داخلی	گردشگری علمی
۰/۰۲۴	۰/۰۷۷	۰/۰۳۳	۰/۰۷۸	عوامل خارجی	
۰/۰۳۷	۰/۰۹۳	۰/۰۳۱	۰/۰۵۸	عوامل داخلی	گردشگری شهری
۰/۰۸۳	۰/۰۶۶	۰/۰۸۷	۰/۰۲۸	عوامل خارجی	
۰/۰۸۸	۰/۰۱۸	۰/۰۵۲	۰/۰۹۰	عوامل داخلی	گردشگری روستایی
۰/۰۶۷	۰/۰۸۸	۰/۰۵۳	۰/۰۵۰	عوامل خارجی	
۰/۰۸۹	۰/۰۲۵	۰/۰۹۵	۰/۰۴۸	عوامل داخلی	گردشگری جنگ
۰/۰۲۷	۰/۰۳۹	۰/۰۵۵	۰/۰۴۳	عوامل خارجی	
۰/۰۷۵	۰/۰۹۵	۰/۰۶۴	۰/۰۲۸	عوامل داخلی	گردشگری تجاری
۰/۰۶۵	۰/۰۶۴	۰/۰۳۴	۰/۰۸۹	عوامل خارجی	
۰/۰۶۲	۰/۰۵۳	۰/۰۵۱	۰/۰۴۴	عوامل داخلی	گردشگری پزشکی
۰/۰۸۹	۰/۰۳۵	۰/۰۳۲	۰/۰۱۵	عوامل خارجی	
۰/۰۷۴	۰/۰۶۹	۰/۰۷۹	۰/۰۴۳	عوامل داخلی	اکوتوریسم
۰/۰۷۵	۰/۰۳۲	۰/۰۲۶	۰/۰۵۵	عوامل خارجی	

تعیین اهمیت نسبی هریک از حوزه‌های گردشگری

اوزان به‌دست‌آمده برای هریک از حوزه‌های گردشگری در جدول ۳ آمده است. برای این منظور، جداول مقایسه‌های زوجی با هدف تعیین اهمیت نسبی هریک از حوزه‌های گردشگری توسط شش کارشناس صاحب‌نظر در حوزه کلان گردشگری تکمیل شد. سپس اطمینان از ارضای حد مقبول نرخ ناسازگاری جداول، با استفاده از روش میانگین هندسی جداول تجمیع صورت گرفت و از روش بردار ویژه استفاده شد.

جدول ۳. اهمیت نسبی هریک از حوزه‌های گردشگری به‌دست‌آمده از روش AHP گروهی

شرح حوزه	وزن	اولویت
۱. گردشگری تاریخی	۰/۱۹۸	۱
۲. گردشگری ورزشی	۰/۰۳۴	۱۰
۳. گردشگری مذهبی	۰/۰۷۳	۶
۴. گردشگری ماجراجویانه	۰/۰۴۷	۸
۵. گردشگری فرهنگی	۰/۱۴۸	۲
۶. گردشگری علمی	۰/۰۲۷	۱۲
۷. گردشگری شهری	۰/۰۳۳	۱۱
۸. گردشگری روستایی	۰/۰۹۳	۵
۹. گردشگری جنگ	۰/۱۰۶	۴
۱۰. گردشگری تجاری	۰/۰۴۳	۹
۱۱. گردشگری پزشکی	۰/۰۶۶	۷
۱۲. اکوتوریسم	۰/۱۳۲	۳



نمودار ۲. اهمیت نسبی هریک از حوزه‌های گردشگری



نمودار ۳. ماتریس داخلی و خارجی (IE) برای تمامی حوزه‌های گردشگری

ارائه راهبردهای برتر توسعه گردشگری استان

پس از اولویت‌بندی راهبردهای حوزه گردشگری ماتریس QSPM، و براساس میزان اهمیت نسبی هریک از حوزه‌های دوازده‌گانه گردشگری، امتیاز نهایی تمام راهبردها محاسبه شد و پس از تعیین اولویت‌های هریک (شامل ۵۶ راهبرد)، پانزده اولویت برتر براساس جدول زیر ارائه شد.

جدول ۴. پانزده راهبرد برتر در حوزه گردشگری استان کرمانشاه

اولویت نهایی راهبرد	امتیاز به دست آمده از ماتریس QSPM	اولویت در حوزه	امتیاز نهایی راهبرد	حوزه گردشگری	راهبرد استخراجی از روش SWOT
۱	۵/۶۸	۱	۱/۱۲۳	گردشگری تاریخی	WO2: استفاده از ابزارهای تبلیغاتی مؤثر در حوزه‌های گردشگری تاریخی
۲	۵/۰۳	۲	۰/۹۹۵	گردشگری تاریخی	ST1: بازنگری در برنامه‌های توسعه شهری در راستای جلوگیری از تخریب آثار تاریخی و فرهنگی استان
۳	۴/۶۷	۳	۰/۹۲۵	گردشگری تاریخی	WO1: الگوبرداری از مسیرهای گردشگری تاریخی در سایر کشورها و استان‌ها برای احداث فضاهای انسان‌ساخت رفاهی و جانبی
۴	۵/۳۱	۱	۰/۷۸۴	گردشگران فرهنگی	WT2: بهره‌گیری از آداب و رسوم و فرهنگ محلی و ایلی در جذب گردشگران فرهنگی
۵	۳/۹۱	۴	۰/۷۷۴	گردشگری تاریخی	SO1: استفاده از کارشناسان در زمینه شناسایی و معرفی آثار تاریخی
۶	۵/۳۷	۱	۰/۷۰۷	اکوتوریسم	SO2: حمایت از ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان و استفاده از نیروهای جوان و فعال، به منظور توسعه اکوتوریسم
۷	۴/۷۶	۲	۰/۷۰۴	گردشگران فرهنگی	ST1: احیای فرهنگ بومی و ارزش‌ها و آداب و رسوم محلی
۸	۵/۳۲	۲	۰/۷۰۰	اکوتوریسم	SO1: واگذاری مدیریت و بهره‌برداری از مناطق شناسایی‌شده اکوتوریسم به منظور حفاظت و بهره‌برداری توسط NGOهای تخصصی اکوتوریسم
۹	۵/۳۱	۳	۰/۶۹۸	اکوتوریسم	WO2: طراحی تبلیغات هدفمند با استفاده از متخصصان و نیروهای دانشگاهی به منظور توسعه اکوتوریسم
۱۰	۴/۶۵	۳	۰/۶۸۷	گردشگران فرهنگی	WT1: ایجاد تعامل مؤثر با سازمان‌های ذی‌ربط از جمله فرهنگ و ارشاد اسلامی، صداوسیما و شهرداری‌ها، برای معرفی قابلیت‌های استان در زمینه توریسم فرهنگی
۱۱	۴/۵۲	۴	۰/۶۶۸	گردشگران فرهنگی	WO1: حضور در نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی در حوزه توریسم فرهنگی
۱۲	۴/۸۵	۴	۰/۶۳۹	اکوتوریسم	WO1: هدفمند کردن تخصیص اعتبارات توسعه توریسم بر اساس پتانسیل‌های اولویت‌دار
۱۳	۴/۷۵	۵	۰/۶۲۵	اکوتوریسم	WT1: ایجاد الزامات برای رعایت قوانین حریم مناطق حفاظت‌شده اکوتوریسم
۱۴	۴/۷۲	۶	۰/۶۲۱	اکوتوریسم	ST1: استفاده از متخصصان سازمانی به منظور آگاهی‌دادن برای جلوگیری از تخریب منابع اکوتوریسم از طریق رسانه‌ها
۱۵	۴/۱۷	۵	۰/۶۱۵	گردشگران فرهنگی	SO1: حمایت از بخش خصوصی و صدور مجوزهای لازم

بر اساس نتایج ماتریس داخلی و خارجی (IE) درخصوص هریک از حوزه‌های دوازده‌گانه گردشگری مطابق جدول ۵، از دوازده حوزه گردشگری، تنها چهار حوزه آن در گروه راهبردهای رشد و توسعه قرار دارند. پنج حوزه دیگر در گروه راهبردهای تثبیت و بهبود وضعیت موجود و سه حوزه در گروه راهبردهای دفاعی جای دارند.

جدول ۵. دسته‌بندی حوزه‌های دوازده‌گانه گردشگری براساس ماتریس IE

ردیف	عنوان حوزه گردشگری	گروه راهبرد منتخب (براساس ماتریس IE)
۱	گردشگری تاریخی	رشد و توسعه
۲	گردشگری فرهنگی	رشد و توسعه
۳	گردشگری روستایی	رشد و توسعه
۴	اکوتوریسم	رشد و توسعه
۵	گردشگری پزشکی	تثبیت و بهبود وضعیت موجود
۶	گردشگری ورزشی	تثبیت و بهبود وضعیت موجود
۷	گردشگری مذهبی	تثبیت و بهبود وضعیت موجود
۸	گردشگری ماجراجویانه	تثبیت و بهبود وضعیت موجود
۹	گردشگری جنگ	تثبیت و بهبود وضعیت موجود
۱۰	گردشگری تجاری	دفاعی
۱۱	گردشگری شهری	دفاعی
۱۲	گردشگری علمی	دفاعی

بررسی فرضیه‌ها

- به‌نظر می‌رسد با توجه به پتانسیل‌ها و شرایط محیطی موجود، تمام حوزه‌های گردشگری در گروه راهبردهای رشد و توسعه قرار دارند.

براساس نتایج ماتریس داخلی و خارجی (IE) درخصوص هریک از حوزه‌های دوازده‌گانه گردشگری براساس دوازده حوزه گردشگری، تنها چهار حوزه آن در گروه راهبردهای رشد و توسعه قرار دارد. پنج حوزه دیگر در گروه راهبردهای تثبیت و بهبود وضعیت، و سه حوزه در گروه راهبردهای دفاعی قرار دارند؛ بنابراین، به‌طور کلی فرض مذکور رد می‌شود و تنها برای چهار حوزه مورد تأیید است.

- به‌نظر می‌رسد با توجه به پتانسیل‌های استان در حوزه‌های تاریخی، فرهنگی و اکوتوریسم، اولویت راهبردهای مرتبط با توسعه حوزه‌های مذکور، از سایر حوزه‌های مورد نظر در توسعه گردشگری استان بیشتر است. براساس نتایج اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری در تمامی حوزه‌های دوازده‌گانه و با توجه به اینکه پانزده راهبرد برتر از مجموع ۵۶ راهبرد تدوین شده به سه حوزه تاریخی، فرهنگی و اکوتوریسم مربوط است، فرض مذکور مبنی بر اولویت راهبردهای سه حوزه تاریخی، فرهنگی و اکوتوریسم مورد تأیید است.

نتیجه‌گیری

با توجه به قابلیت استان کرمانشاه در حوزه توریسم تاریخی و غنای این استان از نظر ابنیه و مواضع تاریخی و باستانی، این گزینش و انتخاب به‌عنوان رتبه اول دور از ذهن نیست. واضح است این اهمیت نسبی زیاد برای حوزه گردشگری تاریخی منجر می‌شود راهبردهای این حوزه در حلقه راهبردهای برتر در اولویت‌بندی نهایی قرار بگیرند.

از دیدگاه کارشناسان، پس از گردشگری تاریخی، حوزه گردشگری فرهنگی با اهمیت نسبی ۰/۱۴۸ به‌عنوان اولویت دوم انتخاب شده است. استان کرمانشاه با توجه به آداب‌ورسوم خاص و تنوع قومی و فرهنگی، همچنین داشتن سوابق فرهنگی مانند ادبیات و موسیقی، همواره در زمره استان‌هایی قرار دارد که قابلیت بالقوه‌ای در توریسم فرهنگی دارند.

سومین اولویت برای گردشگری استان، اکوتوریسم با اهمیت نسبی ۰/۱۳۲ است که در سال‌های اخیر در کشور، به توسعه آن توجهی ویژه شده است. این مقوله حوزه‌ای جوان ولی آینده‌دار در صنعت گردشگری به‌شمار می‌آید. باید توجه

داشت این اولویت‌بندی تنها سبب تأثیرگذاری بر گزینش راهبردهای برتر برای توسعه صنعت گردشگری استان است و به‌هیچ‌عنوان منکر اهمیت حوزه‌هایی با اولویت پایین در این فرایند نمی‌شود. به‌دلیل آثار حوزه‌های مختلف گردشگری و ارتباط میان آن‌ها، چه‌بسا انتخاب و به‌کارگیری راهبردی خاص در حوزه‌ای اولویت‌دار مانند حوزه تاریخی، بر توسعه و بهبود سایر حوزه‌های گردشگری تأثیری مثبت داشته باشد.

با توجه به اهداف نهایی اسناد CDS، تحقق این اهداف تنها زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که همه توان‌ها برای حرکت‌دادن چرخ‌های توسعه، به‌کار گرفته و شناسایی و تجزیه و تحلیل شود. همچنین تمامی تمهیدات برای فراهم‌کردن زیرساخت‌ها و تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در راستای بالفعل‌سازی پتانسیل‌های موجود در نظر گرفته شود. باید توجه داشت مبنای این اهداف ترسیم نقشه راه جامع راهبردی و تحقق‌پذیر برای توسعه شهری و توجه به آن به‌عنوان تنها راه‌حل پرهیز از اعمال سلايق فردی یا گروهی در برنامه‌های توسعه و جلوگیری از راه‌حل‌های مقطعی و غیرسیستماتیک در رفع معضلات شهری است.

از آنجا که برای اجرایی‌شدن و رسیدن به اهداف تدوین‌شده هر سندی به منابع لازم در این خصوص نیاز است، یکی از مهم‌ترین ضرورت‌های سطح کلی تدوین اسناد CDS، توجه به پایدارسازی اقتصاد شهری و توانمندسازی اهرم‌های توسعه با تکیه بر منابع داخلی است. درواقع، در شهری می‌توان چشم‌انداز ترسیم‌شده و برنامه‌ها را محقق کرد که بدون تکیه بر اعتبارات تخصیصی از سوی حکومت مرکزی، توان و شرایط لازم برای درآمدزایی و تأمین منابع مالی مورد نیاز وجود داشته باشد و برنامه‌های عملی و تحقق‌پذیر اجرا شود.

در غیر این صورت موانعی در راه توسعه شهری قرار می‌گیرد که از تحقق اهداف برنامه‌های تدوین‌شده جلوگیری می‌کند و مرتبه توسعه این اهداف را به تأمین حداقل‌ها، آن هم نه حداقل‌های دنیای امروز، تنزل می‌دهد؛ موانعی مانند اما و اگرهای تخصیص اعتبارات ملی و استانی، اعمال سلايق مدیران استان در هزینه‌کردن برای این اعتبارات، جهت‌گیری حجم عظیمی از این اعتبارات در راستای رفع معضلات جاری شهرها به‌منظور تحقق‌سازی برنامه‌های توسعه‌مند فردای آن‌ها و ...

تمامی ضرورت‌ها، متولیان تدوین اسناد CDS را بر آن داشته تا با بهره‌گیری بیشتر از ظرفیت‌های موجود و استقلال‌بخشی به برنامه‌ها در تأمین منابع مورد نیاز، تحقق‌پذیری این اسناد را تضمین کنند. به همین منظور یکی از مهم‌ترین حوزه‌های مورد توجه در توسعه پایدار اقتصاد شهرها، حوزه گردشگری است. اهمیت این حوزه به‌قدری است که مطالعات و گردشگری به‌منظور تدوین برنامه‌های توسعه این حوزه، جزئی از برنامه‌های تدوین سند CDS به‌شمار می‌آید و خروجی این مطالعات تأثیر بسزایی در نهایی‌سازی راهبردهای اولویت‌دار در طرح CDS دارد. طبیعتاً این ضرورت، برگرفته از نقش و تأثیر ویژه توسعه گردشگری در تحرک اقتصادی شهری و ارتقای شاخص‌های مهم آن مانند اشتغال‌زایی، درآمد سرانه و... است. این ضرورت درخصوص مناطقی که پتانسیل توسعه گردشگری در آنان به‌سبب موقعیت‌های ویژه این صنعت، توان بالایی دارند بیشتر است و توسعه آن می‌تواند موتور محرکه‌ای برای گسترش آن بخش در تمامی ابعاد پیشرفته باشد. چنان‌که تعداد شهرهایی با رشد اقتصادی بالا که نخستین اولویت خود را رشد و توسعه گردشگری در آن منطقه قرار داده‌اند، کم نیستند.

با توجه به مطالعه حاضر، شهر کرمانشاه به‌سبب پتانسیل‌های موجود در حوزه گردشگری، یکی از مناطق اولویت‌دار در کشور است و در صورت برنامه‌ریزی صحیح می‌تواند به رشدی قابل‌توجه در این حوزه دست یابد.

پیشنهادها

- تأکید بر حوزه‌های گردشگری تاریخی، فرهنگی و اکوتوریسم در توسعه گردشگری کرمانشاه؛

- به‌کارگیری راهبردهای تهاجمی و شناخت اهرم‌های نفوذ در توسعه گردشگری حوزه‌های تاریخی، فرهنگی و اکوتوریسم؛
- به‌کارگیری راهبردهای محافظه‌کارانه و توجه به شناخت محدودیت‌ها در توسعه گردشگری حوزه‌های پزشکی، ورزشی، ماجراجویانه و تجاری؛
- به‌کارگیری راهبردهای رقابتی و تمرکز بر شناخت نقاط آسیب‌پذیر در توسعه گردشگری حوزه‌های شهری، روستایی و مذهبی؛
- به‌کارگیری راهبردهای تدافعی و شناخت مسائل و مشکلات پیش‌روی در توسعه گردشگری حوزه‌های علمی و جنگ؛
- تدوین TDS (برنامه‌های توسعه گردشگری) در قالب CDS (برنامه‌های توسعه شهری) به‌صورت یکپارچه به‌منظور جامعیت و افزایش تحقق‌پذیر آن.

منابع

۱. اشرفی، یوسف، ۱۳۸۸، CDS رویکردی جدید در برنامه‌ریزی شهری در رویکردی تحلیلی. فصلنامه مدیریت شهری، سال ۱۳۸۸، شماره ۲۳، صص ۸۹-۱۰۵.
۲. براتی، ناصر و محمدرضا سرداری، ۱۳۸۸، برنامه توسعه راهبردی (استراتژیک) شهری: برنامه توسعه راهبردی شهر قزوین تا سال ۱۴۱۰ (از تئوری تا عمل)، انتشارات آرتابابا، نوآوران دانشگاه پارسه.
۳. بهزادفر، مصطفی و روزبه زامیان، ۱۳۸۷، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری با تأکید بر بخش محصول، نمونه موردی: شهرستان نیشابور، ویژه‌نامه مهندسی معماری و شهرسازی، ج ۱۹، سال ۱۳۸۶، شماره ۶، صص ۸۹-۱۰۳.
۴. پوراحمد، احمد، علیرضا دربان‌آستانه و شیوا پورقربان، ۱۳۹۵، نقش راهبرد توسعه شهری در مدیریت توسعه گردشگری، مطالعه موردی: جزیره هرمز، فصلنامه مطالعات شهری، سال ۱۳۹۵، شماره ۱۹، صص ۳۷-۵۵.
۵. دیناری، احمد، ۱۳۸۹، گردشگری شهری در ایران و جهان، انتشارات واژگان خرد، تهران.
۶. دیوید، فرد، ۱۳۸۴، مدیریت استراتژیک، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
۷. رفیعیان، مجتبی و مهنوش شاهین‌راد، ۱۳۸۷، راهبرد توسعه شهر در جهت تحقق برنامه‌ریزی توسعه شهری (با تأکید بر برنامه راهبردی شهر کرمان)، مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره دوم، شماره ۲، صص ۶-۲۹.
۸. رکن‌الدین‌افتخاری، عبدالرضا و داوود مهدوی، ۱۳۸۴، راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک، مجله مدرس علوم انسانی، سال ۱۳۸۵، شماره ۲۰، صص ۱-۳۰.
۹. زارعی، عظیم، سید مجتبی زرگر و ماشاءالله نظری، ۱۳۸۳، رضایت گردشگران، گامی به‌سوی توسعه گردشگری استان سمنان، مجموعه مقالات همایش ملی گردشگری، توسعه پایدار و اشتغال‌زایی، دانشگاه سمنان.
۱۰. زبردست، اسفندیار، ۱۳۸۰، کاربرد فرایند تحلیل سلسله مراتبی در برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، هنرهای زیبا، سال ۱۳۸۰، شماره پیاپی ۹۹۲، صص ۱۳-۲۱.
۱۱. سالاری سردری، فرض‌علی، سید دانا علیزاده و بیرانوندزاده، مریم، ۱۳۹۲، ارزیابی توسعه پایدار شهری در شهر زابل با تأکید بر رویکرد CDS، فصلنامه کاوش‌های جغرافیایی مناطق بیابانی، دوره اول، شماره ۱، صص ۱۵۹-۱۸۳.
۱۲. سعیدنیا، احمد، ۱۳۸۲، کتاب سبز شهرداری، جلد ۱۱ مدیریت شهری، انتشارات سازمان شهرداری‌های کشور.
۱۳. صابری، حمید، اصغر ضرابی و جمال محمدی، ۱۳۹۱، اولویت‌بندی راهبردهای توسعه شهری با استفاده از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی مطالعه موردی: کلان‌شهر اصفهان، فصلنامه فضای جغرافیایی، سال دوازدهم، شماره ۳۹، صص ۵۹-۷۵.

۱۴. فرزانه، پروین، ۱۳۸۰، گزارشی از اثرات اقتصادی و جهانگردی برگرفته از نشریات سازمان جهانی جهانگردی، دفتر بازاریابی واحد بین‌الملل سازمان ایران‌گردی و جهانگردی.
۱۵. کردی، محمد، ۱۳۸۱، برنامه‌ریزی توریسم شهری با تأکید بر توسعه پایدار (شهر تبریز)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
۱۶. کرم، عبدالامیر، ۱۳۸۷، کاربرد روش فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی در ارزیابی زمین برای توسعه کالبدی بر پایه عوامل طبیعی (مطالعه موردی: مجموعه شهری شیراز)، مجله علوم جغرافیایی، شماره ۱۱، صص ۳۳-۵۴.
۱۷. لطفی صدیقه، ۱۳۸۶، بررسی توسعه گردشگری شهری در تعامل با اکوتوریسم، دو فصلنامه اندیشه جغرافیایی، سال اول، شماره ۱، صص ۸۷-۱۰۳.
۱۸. موحد، علی، ۱۳۸۶، گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران، چاپ اول.
۱۹. وای‌گی، چاک و سولا، اِدُ آردوفايو، ۱۳۷۷، جهانگردی در چشم‌اندازی جامع، ترجمه علی پارساییان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
20. Ashrafi, Y., 2009, **CDS a new approach to urban planning the analytical Approach**, Journal of Urban Management, Vol. No. 23, PP. 89-105. *(In Persian)*
21. Barati, N., and Sardari, M.R., 2009, **Development of Strategic Urban Development Plan of the City of Qazvin Strategy Until 1410 (From Theory To Practice)**, Publishers ArtaBaba, Innovations University Parseh. *(In Persian)*
22. Behzadfar, M., and Zamanian, R., 2008, **Strategic Planning on Tourism Development with Emphasis on the Product, A Case Study Nishapour City**, Special Architectural Engineering, Vol. 19, N. 6, PP. 89-103. *(In Persian)*
23. PourAhmad, A., DarbanAstaneh, A.R., and Pourghorban, Sh., 2016, **The Strategic Role of Urban Development in Tourism Development Management Case Study: Hormoz Island**, Journal Urban Studies, No. 19, PP. 37 -55. *(In Persian)*
24. Dinari, A., 2010, **Urban Tourism in Iran and World**, Publishers Wajhegan Khord Tehran. *(In Persian)*
25. Daivid, F., 2005, **Strategic Management**, Translation Ali Parsaiean and Seyed Mohammad Aarabi, Cultural Research Bureau, Tehran. *(In Persian)*
26. Rafieiyan, M., and Shahinrad, M., 2008, **City Development Strategy in Order to Achieve the Planned Development of The City (with Emphasis on The Strategic Plan in Kerman City)**, Journal of Social Studies, Vol. 2, N. 2, PP. 6- 29. *(In Persian)*
27. Roknadin Eftekhari, A. R.. and Mahdavi, D., 2005, **Rural Tourism Development Strategies Using the SWOT: Rural Small Lavasan**, Human Sciences Modares Magazine, No. 20, PP. 1-30. *(In Persian)*
28. Zarei, A., Zargar, M., and Nazari, M., 2004, **Satisfaction of Tourists, a Step Toward The Development of Tourism Semnan Province**, Proceedins of the National Conference on Tourism, Sustainable Development and Employment, Semnan University. *(In Persian)*
29. Zebardast, E., 2001, **Application of Analytical Hierarchy Process in Urban Planning and Regional**, Journal Beautiful Arts, Tehran. *(In Persian)*
30. Salari Sadari, F. A., Alizadeh, D., and Bairanvanzadeh, M., 2013, **Evaluation of Urban Sustainable Development in the City of Zabol, with an Emphasis on CDS Approach**, Journal Geographical Explorations of Wilderness Areas, Vol. 1, No. 1, PP. 159 -183. *(In Persian)*
31. Saiednia, A., 2003, **Municipal Green Book, Urban Management**, Publications of the Country Municipalities. *(In Persian)*
32. Saberi, H., Zarabi, A., and Mohammadi, J., 2012, **Prioritize Urban Development Strategies Using Analytical Hierarchy Process Case Study: Isfahan Metropolis**, Journal Geographical Space, Vol. 12, No. 39, PP. 59-75. *(In Persian)*

33. Farzaneh, P., 2001, **A Report on the Economic Impact of Tourism**, Publications from the World Tourism Organization, Marketing Office of International Tourism Organization. *(In Persian)*
34. Keredi, M., 2002, **Planning Urban Tourism with an Emphasis on Sustainable Development (Tabriz City)**, Master Thesis, University Shahid Beheshti. *(In Persian)*
35. Karam, A., 2008, **The Application of Analytic Hierarchy Process in the Land Evaluation for Physical Development Based on Natural Factors (A Case Study: City of Shiraz)**, Journal of Geographical Sciences. Vol. 8, No. 11, PP. 33-54. *(In Persian)*
36. Lotfi, S., 2007, **The Development of Urban Tourism in Dealin with Ecotourism**, Journal Geographic Thought, Vol. 1, No. 1, PP. 87-103. *(In Persian)*
37. Movahed, A., 2007, **Urban Tourism**, Publication University Shahid Chamran, *(In Persian)*
38. Y, G, C., and Solla, E. A., 1998, **Tourism In A Comprehensive Perspective**, Translation Ali Parsaiean and Mohammad Erabi, Cultural Research Bureau. *(In Persian)*
39. Asian Development Bank (ADB), 2004, **City Development Strategies to Reduce Poverty**, Manila.
40. Citiesalliance ,2001, **City Development Strategies: The Cities Alliance Perspective**, Washington D. C, USA.
41. Cohen, R., and Kennedy, P, 2000, **Global Sociology**, Hound Smills, Basing. Stoke, UK, Macmillan Press
42. Eccles, G., 1995, **Marketing, Sustainable Development and International Tourism**, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 7, No. 7, pp. 20-26.
43. Giddens A., 1993, **Society Action and Space**, Routledge Published, London.
44. Law Christopher M., 1996, **Urban Tourism Attraction Visitors to Large Cities**, Mansell, Publishing Limited, London.
45. Logar, I., 2010, **Sustainable Tourism Management in Crikvenica, Croatia: An Assessment of Policy Instruments**, Tourism Management, 31
46. Orbasll A., 2000, **Tourists in Historic Towns, Urban Conservation and Heritage Management**, London, E and Spon
47. Shaw, G., and Williams. A., 2004, **Tourism and Tourism Space**, London: SAGE Publications.
48. Timur, S., and Getz, D., 2008, **Sustainable Tourism Development: How Do Destination Stakeholders Perceive Sustainable Urban Tourism?**, Sustainable Development, Sust, Dev.
49. W.T.O, 2010, **W.T.O Annual Report**, Madrid: WTO.
50. W.T.O, 2011, **W.T.O Annual Report**, Madrid: WTO.
51. Wang, Y., 2006, **Rural Community Participation in Tourism Development: Cases from Hainan Province, China**, Unpublished Ph.D. Dissertation, Waterloo (Ontario): University Of Waterloo.
52. Yoon, Y, Gursoy, D., and Chen, Joseph, 2001, **Validating A Tourism Development Theory with Structural Equation Modeling**, Tourism Management, NO. 22