



جغرافیا و روابط انسانی، بهار ۱۴۰۳، دوره ۶، شماره ۴، صص ۱۱۱-۸۷

چالش‌ها و راهبردهای توسعه گردشگری شهری براساس مدل SWOT-QSPM

(مطالعه موردی: کلانشهر اهواز)

احمد راه دار

کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

Ahvazahmad25@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۲۶

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۱۰

چکیده

عبور رودخانه از داخل یک شهر یک فرصت بی نظیر برای توسعه گردشگری می‌باشد و حفظ پویایی و کیفیت و کمیت این منبع طبیعی به منظور بهره‌وری مداوم از آن در گذر زمان امری ضروری است. کلانشهر اهواز به واسطه عبور رودخانه کارون از درون آن شرایط ویژه‌ای برای صنعت گردشگری شهری ایجاد کرده است. بر همین اساس این تحقیق برآن است تا چالش‌ها و راهبردهای توسعه گردشگری در کلانشهر اهواز را مورد بررسی قرار دهد. روش تحقیق این پژوهش توصیفی-تحلیلی (اسنادی-پیمایشی)، مشتمل بر مطالعات کتابخانه‌ای، طراحی و تکمیل پرسشنامه و تعیین نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدیدهای موجود است. روش گردآوری اطلاعات استفاده از منابع رسمی برای داده‌های کمی (پرسشنامه و مصاحبه) بوده و تکنیک کار مدل SWOT-QSPM است. یافته‌ها نشان داد که جذب سرمایه‌های بخش خصوصی در جهت حفاظت و نگهداری از جاذبه‌های گردشگری و افزایش جذابیت اقتصادی، ارتقاء سطح حفاظت از جاذبه‌های گردشگری از طریق یکپارچگی و همکاری‌های بین سازمانی و ارتقاء سهم کلانشهر اهواز از بازار گردشگری داخلی و خارجی استان و کشور از طریق ارتقاء کیفیت جاذبه‌های گردشگری و ابزارهای الکترونیکی و تبلیغاتی به عنوان خروجی‌های این استراتژی تنوع‌طلبی در جهت رفع چالش‌ها ارائه می‌گردد.

کلمات کلیدی: راهبردها، توسعه گردشگری، گردشگری شهری، مدل SWOT-QSPM، کلانشهر اهواز

طرح مسأله

گردشگری شهری عاملی بسیار مهم در توسعه شهرها محسوب می شود و همواره گردشگران جهت بازدید از جاذبه های مادی و غیرمادی شهرها قصد سفر می کنند. گردشگری براساس وجود جاذبه های تاریخی، فرهنگی- هنری و غیره شکل می گیرد و یکی از پرجاذبه ترین مکان های گردشگری شهرها همین امکانات و سازه ها می باشند. لذا توسعه گردشگری شهری و مدیریت خردمندانه آن، نیازمند برنامه ریزی می باشد. در این میان شهروندان تاثیر بسزایی در این توسعه دارند به این دلیل که در بیشتر کلان شهرهای جهان در ساختارهای سیاستگذاری و مدیریت، همسو با فرآیندهای جهانی سازی، خواهان مشارکت و حضور بیشتر شهروندان می باشند. گردشگری با درآمد سالانه حدود ۱۰۰۰ میلیارد دلار در جهان، یکی از مهمترین پدیده های قرن حاضر است که علاوه بر حذف فقر، گسترش عدالت و ایجاد اشتغال، درآمد بالایی ایجاد می کند. آن دسته از کشورهایی که جاذبه های گردشگری مرتبط با مناظر طبیعی، فرهنگ و تمدن های باستانی و آثار تاریخی و مذهبی دارند، دارای استعدادهای توانایی هایی موثر در جذب گردشگران هستند. آنها می توانند میلیاردها دلار هر سال با سرمایه گذاری مناسب در بخش های مختلف این صنعت و حفظ جایگاه خود در جهان، درآمد کسب کنند (Azizi et al., 2011: 25).

گردشگری به صورت غیرمستقیم در رشد اقتصادی تاثیر میگذارد بدین صورت که اگر گردشگری با سایر صنایع ارتباط برقرار کند رونق اقتصادی صورت میگیرد. گردشگری به عنوان یک صنعتی بالنده روز به روز اهمیت بیشتری می یابد، چراکه در بسیاری از موارد از جمله سودآورترین انواع فعالیت هاست؛ دیگری در شرایط صحیح نه تنها فاقد عواقب زیست محیطی است، بلکه به حفظ و احیای محیط و منابع زیست نیز منجر میگردد بعدی اشتغال زاست و افزایش درآمد و توسعه در دیگر بخش های اقتصادی را نیز موجب می گردد. در شرایطی که برنامه ریزی و وضعیت اقتصادی کلان با مشکلات جدی مواجه است، محل گزایی و استفاده از توان های محیطی مناطق مسط بر الگوی توسعه است (حاضری و نظافت تکه، ۱۴۰۲: ۲۷۹).

مراکز شهری به علت دارا بودن جاذبه های تاریخی و فرهنگی، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می شوند. شهرها با جاذبه های متنوع شامل موزه ها، بناهای یادبود، سالن های تئاتر، استادیوم های ورزشی، پارک ها، شهرسازی، مراکز خرید، مناطق با معماری تاریخی و مکان هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور جذاب گردشگران بسیاری هستند. بنابراین، حجم زیادی از امکانات گردشگری نظیر محل سکونت، سرو غذا، ارتباطات حمل و نقل و سایر خدمات گردشگری، در شهرها واقع اند که بازدیدکنندگان از مناطق اطراف، و خود شهر از آن ها استفاده می کنند (پاپلی یزدی و سقائی، ۱۳۸۵: ۱۸۸). ایران به دلیل برخورداری از شرایط اقلیمی و قومی، تاریخ تمدن کهن و جاذبه های گردشگری در جایگاه ویژه ای است که در صورت پرداختن به حل مشکلات آن و ارائه خدمات مناسب طی چند سال آینده قابلیت آن را دارد که به نقطه مناسبی برسد که لازمه این روند، شناخت

وضعیت موجود، تعیین راهبردهای مناسب و... و از همه مهمتر شناخت نیاز گردشگران و عوامل موثر بر رضایت آنان است (قلی پور سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲). عبور رودخانه از داخل یک شهر یک فرصت بی نظیر برای توسعه گردشگری می باشد و حفظ پویایی و کیفیت و کمیت این منبع طبیعی به منظور بهره وری مداوم از آن در گذر زمان امری ضروری است. کلانشهر اهواز به واسطه عبور رودخانه کارون از درون آن شرایط ویژه ای برای صنعت گردشگری شهری ایجاد کرده است. این رودخانه که در دورانی نه چندان دور، محلی برای عبور کشتی ها بوده و هویت خاصی برای ساکنان شهر داشته، امروزه تبدیل به مکانی با انواع آلودگی های بصری و پویایی شده و برای سلامتی ساکنان اطرافش خطر ساز تلقی می شود. به طور کلی به دلیل فقدان یک برنامه ریزی مناسب از رودخانه کارون به نامنا سب ترین شکل ممکن بهره گرفته شده است. با توجه به پتانسیل استفاده از رودخانه کارون به عنوان یک محور گردشگری، برنامه ریزی گردشگری پایدار در حاشیه این رودخانه امری ضروری محسوب می شود. در این راستا تحقیق حاضر برآن است تا چالش ها و راهبردهای تاثیرگذار بر گردشگری شهری را در کلانشهر اهواز بررسی نماید. براین اساس نقاط قوت، فرصت، ضعف و تهدیدات موجود در گردشگری شناسایی شده تا بتوان راهبردهای مناسب برای گردشگری شهری با توجه به ظرفیت های رودخانه کارون ارائه گردد.

پیشینه تحقیق

محمد نژاد و ملک حسینی (۱۳۹۹) در مقاله ای با عنوان «امکان سنجی توانمندی های رودخانه کارون در ایجاد و گسترش مکان های گذران اوقات فراغت و ورزش های آبی در شهر اهواز» یافته های تحقیق نشان می دهد که با نبود طرح آمایش برای محدوده کارون در شهر اهواز از پتانسیل فضاها و مکانها و امکانات پیرامون رودخانه به خوبی استفاده نشده است.

میراشه (۱۳۹۹) در مقاله ای با عنوان «نقش گردشگری پایدار آب با تاکید بر ملاحظات زیست محیطی: نمونه مورد مطالعه رودخانه دز» در این پژوهش ابتدا به اهمیت گردشگری آب و جاذبه های مربوط به آن اشاره شد در ادامه به معضلات محیط زیست در حوزه گردشگری آب شهرستان دزفول پرداخت شده است و در نهایت راه کارهای مناسب جهت بهره برداری بهینه از محیط مناسب رودخانه دز ارائه گردید.

معمودی و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله ای تحت عنوان «شناسایی و اولویت بندی عوامل راهبردی توسعه گردشگری شهر سنقر» پرداخته اند. نتایج حاصل از پیاده سازی مدل متاسوات نشان داد که از نظر وزن مزیت رقابتی هریک از شهرها نسبت به محدوده مورد مطالعه از نظر گردشگری طبیعی شهر کرمان شاه بزرگترین رقیب در منطقه برای شهر سنقر است و شهر جوانرود، هرسین، کنگاور و صحنه رقبای بعدی این شهر به شمار می روند. وجود جاذبه های طبیعی بکر و زیبا، وجود بازار، حمام ها و بافت های سنتی، آب و هوای معتدل و نیم خشک به ترتیب

مهمترین منابع و قابلیت شهر سنقر در جهت توسعه گردشگری می باشند. همچنین اندازه حساب های نارنجی که نشان دهنده درجه ضرورت عوامل و راهبردهای پیرشهادی هستند نشان می داد که جذب و حمایت از سرمایه گذاران داخلی، به کارگیری و استفاده از نیروی توانمند، ایجاد بازارهای رقابتی و ...، احداث بزرگراه شهرستان سنقر مهمترین عوامل می باشند.

یاراحمدی و زلفی (۱۴۰۰) در مقاله «استراتژی توسعه گردشگری شهرستان نهاوند با استفاده از مدل SWOT» نتایج پژوهش نشان دهنده وجود ظرفیت های توسعه گردشگری شهرستان نهاوند می باشد اما باین حال موانعی نیز در این راه وجود دارد.

یزدان شناس و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله ای با عنوان «تحلیل راهبردی توسعه گردشگری رود دره های منطقه یاسوج» نتایج تحلیل داخلی (IFE) و خارجی (EFE) توسعه گردشگری رود دره های یاسوج نشان می دهد که تعداد ۲۱ شاخص قوت و ۲۷ شاخص ضعف شناسایی و احصاء شده است. همچنین؛ برای توسعه گردشگری رود دره های یاسوج ۱۱ فرصت و ۱۷ تهدید شناسایی شده است. به طور کلی؛ مجموعه نقاط قوت و ضعف و فرصت ها و تهدیدهای ابعاد چهار گانه توسعه مطلوب گردشگری رود دره های منطقه یاسوج به ترتیب ۲/۳۲ و ۲/۲۱ می باشد که با ترسیم آن در نمودار SWOT مشخص می شود راهبردهای توسعه مطلوب گردشگری رود دره های یاسوج در بخش راهبردهای تدافعی قرار می گیرد که البته این نوع راهبردها مبتنی بر ترکیب نقاط ضعف و تهدیدهاست.

جهان تیغ مند و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله ای با عنوان «ساماندهی فضایی - مکانی حاشیه رودخانه های شهری بارویکرد توسعه گردشگری (نمونه موردی شهرستان پلدختر)» نتایج نشان داد مهم ترین راهبرد برای ایجاد گردشگری رودخانه شهری در پلدختر عبارت است از: تلاش برای ایجاد محیطی اجتماعی و امن با امکانات و سهولت دسترسی و تاکید خاص نسبت به مسائل زیست محیطی و بوم شناختی. به همین منظور معیارهای اصلی طراحی مبتنی بر قابلیت های محلی تعریف می گردد.

هیلمان و محمد^۱ (۲۰۱۶) در مقاله ای با عنوان «برنامه ریزی برای منطقه ریورساید به عنوان مقصد گردشگری آبی جهت بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی، مطالعه موردی: باتوان- رودخانه سیکامبینگ، مدان، اندونزی» فرکانس تولید توصیه برنامه ریزی اکثر پاسخ دهندگان موافق بودند که رودخانه Batuan-Sikambang می تواند مقصد یک گردشگر باشد انتظار می رود ارائه تسهیلات از تلاش ها برای بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی حمایت کند. جورجیو و همکاران^۲ (۲۰۱۸) در مطالعه ای با عنوان «اهمیت گردشگری ساحلی و ترجیحات کاربران ساحل» در انگلستان علاقه بیشتری به مناظر دارند، بنابراین مدیریت موثر ساحل شامل شناختن ترجیحات و اولویت های مشتریان می شود.

¹ - Hilma & Mohammad

² - Giorgio et al.

چین هسین هسو^۱ و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله خود با عنوان «توسعه پایدار گردشگری در مناطق حفاظت شده رودخانه ها و منابع آب: مطالعه موردی رودخانه جیکودر چین» نتایج نشان می‌دهد که افزایش دید، فرصت‌های شغلی و ارزش املاک در مناطق دیدنی در امتداد رودخانه، ساکنان را برای بازگشت به توسعه آینده جذب می‌کند، در حالی که سیاست‌های ایمنی عمومی و حفاظت، برنامه‌ریزی نشانه‌های معماری و گردشگری، افزایش هزینه زندگی، و ضایعات و آلودگی باعث بازدارندگی می‌شود. بازدیدکنندگان با ویژگی‌های طبیعی و زیست محیطی، برنامه ریزی حمل و نقل، فرهنگ محلی منحصر به فرد و رویدادها جذب خواهند شد.

فی منگ^۲ (۲۰۲۲) در مقاله ای با عنوان «هماهنگی بین گردشگری و محیط زیست و توسعه با کیفیت بالا: بر اساس مطالعه حوضه رودخانه زرد» نتایج نشان می‌دهد که از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۰، به طور کلی، مقادیر ارزیابی گردشگری اقتصاد و EE در YRB روند افزایشی را نشان می‌دهند، اما روند رشد اقتصاد گردشگری آشکارا قوی‌تر از EE است. از منظر شاخص کیفیت زیست محیطی، افزایش کلی شاخص کیفیت زیست محیطی YRB از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۰ اندک است و کیفیت زیست محیطی YRB در سال‌های اخیر تا حدودی بهبود یافته است، اما اثر قابل توجهی نیست و همگی آزمون معناداری را در سطح ۱٪ گذراندند. طی سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۲۰، شاخص کلی موران سطح توسعه هماهنگ گردشگری و EE و HQD در YRB نوسانی موج مانند نشان داد و دامنه نوسان به تدریج افزایش یافت و روند کلی کاهشی بود. کنترل دولت، ساختار صنعتی (نسبت صنعت ثالث)، اندازه جمعیت و استاندارد زندگی مردم اثرات مثبت قابل توجهی بر پیوند و هماهنگی اقتصاد گردشگری محلی و EE دارند، در حالی که سرمایه‌گذاران تحقیق و توسعه صنعتی اثرات منفی قابل توجهی بر پیوند و هماهنگی محلی دارند. اقتصاد گردشگری و EE، در حالی که بلاای طبیعی تأثیر قابل توجهی بر جفت و هماهنگی اقتصاد گردشگری محلی و EE ندارند، نتیجه گیری HQD گردشگری در YRB باید ایده اولویت دادن به EE را ایجاد کند، مکانیسم توسعه هماهنگ منطقه ای را ایجاد کند، و استراتژی محرک نوآوری علمی و فناوری و مدل توسعه فرهنگ + بوم‌شناسی + گردشگری را اجرا کند.

اکوسوزانتو^۳ و همکاران (۲۰۲۲) در مقاله ای با عنوان «تحلیل محیطی استراتژیک توسعه گردشگری با علاقه ویژه رودخانه محور در شهر سوکابومی» این تحقیق گردشگری با علاقه ویژه مبتنی بر رودخانه را در شهر سوکابومی از طریق مجموعه‌ای از فعالیت‌های توسعه یافته، یعنی رفتینگ، لوله‌سازی رودخانه، توسعه داد و رفتینگ بدن با بازارهای هدف سن مولد در مناطق سوکابومی، جابودتابک و باندونگ رایا، نتایج این مطالعه می‌تواند اطلاعات حمایتی جایگزین برای فعالان گردشگری در سوکابومی و اندونزی، به ویژه در توسعه گردشگری با علاقه خاص باشد.

¹ -Chin-Hsien Hsu

² - Fei Meng

³ - Eko Susanto

بوییک و همکاران^۱ (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان باززنده سازی صنعت گردشگری در شهرهای میراث مدیترانه‌ای با هدف بررسی رابطه بین برنامه‌ریزی شهری و توسعه گردشگری در سه سایت میراث جهانی در امتداد دریای مدیترانه، کوتور (مونت نگر)، دوبرونیک (کرواسی) و ونیز (ایتالیا)، که با مسائل ازدحام بیش از حد مواجه هستند؛ پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که اگرچه صنعت گردشگری نقش کلیدی در اقتصاد دارد، اما اثرات خارجی قابل توجهی را در سطح محلی تحمیل می‌کند.

مبانی نظری

گردشگری

به عقیده پل روبرت^۲ گردشگری عمل مسافرت کردن و رفتن به جایی غیر از مکان همیشگی و متعارف زندگی به منظور لذت بردن است، حتی اگر این کار با جابجایی کوچکی همراه باشد، یا این که هدف اصلی از این جابجایی غیر از تفنن و لذت جویی باشد (کاظمی، ۱۳۹۰: ۹). گردشگری عبارت است از گذراندن اختیاری مدتی از اوقات فراغت خویش در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به قصد التذاذ (سلطانی و شریف، ۱۳۹۴: ۴۲).

عوامل موثر بر جذب گردشگر شهری:

عوامل انگیزشی در گردشگری را به دو گروه تقسیم می‌کنند: الف) عواملی که در فرد انگیزه ایجاد می‌کنند تا عازم سفر شود. ب) عواملی که در فرد ایجاد انگیزه می‌کنند تا نوعی سفر خاص را به مقصدی معین و در زمانی مشخص انتخاب کند (هاشمی و شاطری، ۱۳۹۵: ۴۱).

البته بسیاری از عوامل دیگر نیز وجود دارند که می‌توانند در هر دو گروه بالا جای گیرند. از نظر برن عوامل برانگیزاننده سفر که گردشگر را از جایش بلند می‌کند تا به مسافرت برود عبارتند از کنجکاوی، فراز از کسالت تکرار کار، پرداختن به امور ذهنی، سلامتی، اعمال آرامش بخش و واقعیت بخشیدن به خود و... (کلانتری، ۱۳۸۷: ۱۷۱).

عوامل جذب کننده عوامل جذب کننده عبارتند از ویژگی‌های یک مقصد که مسافر تصور می‌کند، می‌تواند نیازهای روحی خود را تامین کند و همین ویژگیها او را بدان دیار می‌کشند (ابراهیم زاده و ولاشجردی، ۱۳۹۲: ۳).

1 -Bobic et al

2 Pual Rober

رودخانه شهری

رودخانه ای که در طی مسیر، از میان یک شهر و منطقه مسکونی و یا از کنار آن عبور می کند، رودخانه شهری نامیده می شود. بنابراین ممکن است مناطق مسکونی و سایر ابنیه و تاسیسات شهری در دو طرف و یا در یک طرف رودخانه قرارگیرد. البته در عمل، رودخانه ای که مسیر آن از ابتدای سرشاخه تا انتهای آن در محدوده شهری باشد، نمی توان یافت و عموماً یک بازه و یا بازه هایی از مسیر در ناحیه شهری قرار می گیرد. بدین لحاظ عنوان بازه شهری مناسب تر از رودخانه شهری به نظر می رسد. ابتدا و انتهای بازه شهری، بر اساس محدوده قانونی شهر در طرح های جامع و تفصیلی و نقاط ورود و خروج رودخانه در نقشه تفصیلی مشخص می شود. مشخصه های اصلی و وجه تمایز رودخانه های (بازه های) شهری نسبت به رودخانه های (بازه های) غیرشهری، برگرفته از تأثیرات محیط و فعالیت های شهری بر رودخانه است که در بازه های شهری زمینه عواملی همچون انتقال آب های سطحی و آلودگی ها به درون رودخانه ها، امکان انتقال پساب و فاضلاب، امکان ساخت و ساز در بستر و حریم و تغییر راستا و بستر طبیعی، تغییر اکولوژی و ریخت شناسی و رژیم هیدرولوژی رودخانه، قابلیت اجرای طرح های ساماندهی و زیباسازی و گردشگری در سواحل رودخانه و امکان استفاده از بستر رودخانه برای کاربری های شهری مانند جاده و پارکینگ، بسیار بارزتر می باشد. تقسیم بندی انواع رودخانه های شهری بر مبنای عواملی که عمدتاً مرتبط با محیط های شهری و متأثر از مدیریت رودخانه در بالادست و یا داخل شهر است، قابل انجام است. این عوامل بر کیفیت بهره برداری و مدیریت رودخانه اثرگذار خواهد بود (نشریه شماره ۲۰۲ - ن وزارت نیرو (۱۴۰۰))

رودخانه های درون شهری یک عنصر مهم جز منابع محیط زیست و کریدرهای طبیعی شهر محسوب می شوند. این دسته از عوامل طبیعی در فراهم کردن منابع زیست محیطی شهر و شادابی و سرزندگی محیط نقش موثری دارند. بدین ترتیب لزوم حفظ و احیای رودخانه ای طبیعی درون شهری و جلوگیری از ساخت و سازهای بی رویه در حاشیه آن ها و طراحی اکولوژیکی با حداقل میزان توسعه ی انسانی در حاشیه مسیل به روشنی بر ما آشکار می شود. لازم به ذکر است حد فاصل بین رودخانه و شهر یک محیط بسیار حساس و شکننده است که عدم توجه به ظرفیت های آن می تواند به نابودی رودخانه و اکوسیستم آن منجر گردد. حفظ و احیاء این قبیل امکانات در شهر علاوه بر بالا بردن سطوح طبیعی در شهرها به مکانی برای جذب مردم به منظور اوقات فراغت بدل خواهد شد و علاوه بر ارتقای کیفیت محیطی طبیعی و منظر شهری به ارتقاء سطحی امنیتی، فرهنگی، بهداشتی و تفریحی نیز کمک فراوان خواهد کرد (مثنوی، ۱۳۹۴).

احیاء رودخانه^۱

احیای رودخانه عبارتست از هر اقدامی است که به منظور ممانعت از تخریب اکوسیستم رودخانه و بازگشت سلامتی به رودخانه صورت می گیرد (ایوب زاده، ۱۳۹۸).

ساماندهی و احیای رودخانه، از شاخه های گسترش یافته ی مهندسی رودخانه بوده که کاربرد وسیعتری نسبت به دیگر شاخه های این علم داشته و برای تسلط بیشتر بشر بر رودخانه و رفتار آن صورت میگیرد و شامل اهداف مختلفی نظیر مهار سیل، ایجاد شرایط مناسب و مطمئن برای کشتیرانی، مهار رسوب، مهار فرسایش بستر و کناره ها، همچنین انحراف، انتقال و هدایت جریان آب در یک مسیر مشخص و مطلوب است. مهمترین هدف تعریف شده برای احیای رودخانه، برقراری ارتباطی منطقی بین بهره برداری پایدار از رودخانه و مناطق مجاور آن با محیط مناسب زیستی در حاشیه ی رودخانه است. موفقیت یک طرح احیای رودخانه بیش از همه، مرهون موفقیت در دستیابی به سه هدف عمده است که شامل موفقیت و توجیه اقتصادی طرح در زمینه های مختلف، رعایت مسائل بوم شناختی و توسعه ی علمی و بهینه سازی روشها است. و شاید به همین دلیل است که در سالهای اخیر بیشتر طرح های مهندسی و احیای رودخانه، از طرح های سازهای به سمت راه حل های بوم شناختی برای حفاظت رودخانه در برابر تخریب و فرسایش، چرخش پیدا کرده است (بوستانی و اسماعیلی، ۱۳۹۴: ۷۰).

جدول ۱: رویکردهای برنامه ریزی و توسعه گردشگری

رویکرد	گرایشات مرتبط	مساله برنامه ریزی گردشگری
انبوه گرایی	- گردشگری یک کالای اساسی است. - منابع طبیعی و فرهنگی باید بهره برداری شود. - صنعت به عنوان یک تخصص محسوب می شود. - توسعه در حوزه های تجاری-شرکتی تعریف می شود.	- چه تعداد گردشگر می تواند جذب و اسکان داده شود. - چگونه می توان بر موانع غلبه کرد. - چگونه می توان ساکنین محلی را متقاعد کرد تا با گردشگران رفتار خوبی داشته باشند.
اقتصادی	- گردشگری همانند سایر صنایع در نظر گرفته شود. - استفاده از گردشگری در جهت ایجاد اشتغال، کسب عواید خارجی، بهبود تجارت، تشویق توسعه منطقه ای، غلبه بر عدم تعادل های اقتصادی منطقه ای.	- آیا گردشگری می تواند به عنوان قطب رشد استفاده گردد؟ - پیر شینه سازی ابزارهای افزایش درآمد و اشتغال چگونه امکان دارد؟ - چگونه می توان ارزش های اقتصادی را برای غیربومی ها تامین کرد؟
فضایی-جغرافیایی	- گردشگری وسیله ای برای استفاده منابع - حفاظت زیست بوم. - حفاظت از تنوع ژنتیکی. - مبنای اکولوژیکی برای توسعه.	- ظرفیت سازی کالبدی-فیزیکی. - مدیریت گردشگر. - تمرکز یا تفرق گردشگران. - درک محیط طبیعی. - طراحی نواحی حساس محیطی.

¹ - River Restoration

-مدیریت مناطق بکر و پارک‌های ملی.		
-چگونه می‌توان کنترل اجتماع محلی را تقویت کرد؟ -درک گرایشات اجتماع محلی در گردشگری چگونه محقق می‌شود؟ -درک اثرات گردشگری بر اجتماع محلی چگونه حاصل می‌گردد؟	-نیاز به کنترل محلی. -تحقیق در خصوص توسعه متعادل. -برنامه‌ریزی در نقش تسهیل‌گر به جای متخصص. -توسعه با توجه به مباحث اجتماعی-فرهنگی	اجتماع محور
-درک سیستم گردشگری. -تنظیم اهداف، مقاصد و اولویت‌ها. -دستیابی به هماهنگی سیاستگذاری و مدیریت در درون و بین بخش‌های خصوصی و دولتی. -سیستم‌های هماهنگ و یکپارچه کنترل. -درک ابعاد سیاسی گردشگری. -برنامه‌ریزی برای آن نوع گردشگری که تامین کننده نیازهای محلی و تجارت موفق در بازارهای رقابتی است.	-یکپارچه سازی ارزش‌های اقتصادی، صادی، محیطی و اجتماعی-فرهنگی. -برنامه‌ریزی کل‌گرا. -حفظ فرآیندهای ضروری اکولوژیکی. -حفظ میراث انسانی و تنوع زیستی. -عدالت بین نسلی و درون نسلی. -دستیابی به تعادل بهتر عدالت و فرصت بین ملت‌ها.	توسعه پایدار

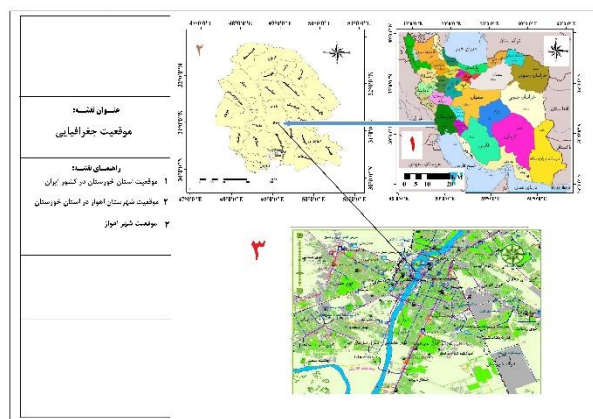
ماخذ: اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۳۰-۱۲۹

روش تحقیق

روش تحقیق این پژوهش توصیفی-تحلیلی (اسنادی-پیمایشی)، مشتمل بر مطالعات کتابخانه‌ای، طراحی و تکمیل پرسشنامه و تعیین نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدیدهای موجود است. روش گردآوری اطلاعات استفاده از منابع رسمی برای داده‌های کمی (پرسشنامه و مصاحبه) بوده و تکنیک کار مدل SWOT است. بدین ترتیب ۲۵ نفر از متخصصان برای تعیین امتیاز و اهمیت معیارها اظهار نظر کردند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و تبدیل آنها به اطلاعاتی که با آنها بتوان راهبردهای مناسب را ارائه داد، ابتدا با استفاده از مطالعه و بررسی‌های عملی آمده، فهرستی از نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدیدها شناسایی خواهد شد و در مرحله بعد مهمترین عوامل برای هر دسته انتخاب و در آخر راهبردهای مناسب ارائه خواهد شد.

قلمرو تحقیق

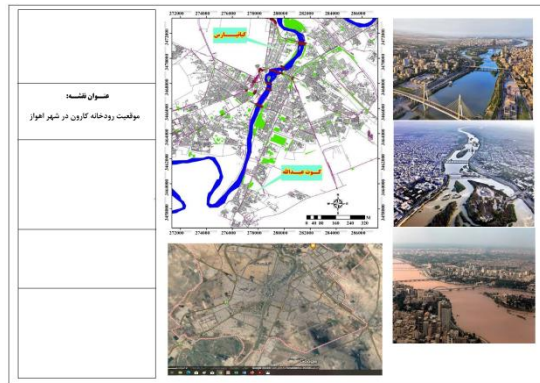
کلانشهر اهواز، مرکز استان خوزستان، در حال حاضر با مساحت ۲۰۰ کیلومترمربع (این وسعت با توجه به نواحی حاشیه‌ای به حدود ۲۷۰ کیلومتر مربع می‌رسد)، وسیع‌ترین شهر استان خوزستان محسوب می‌شود. موقعیت شهر ۳۱ درجه و ۲۰ دقیقه عرض شمالی و ۴۸ درجه و ۴۰ دقیقه طول شرقی است که در جلگه‌ای با ارتفاع ۱۸ متر از سطح دریا قرار دارد. مساحت شهر اهواز ۲۰۴۷۷ هکتار است که ۶۹۲۳ هکتار آن را بافت شهری تشکیل می‌دهد. شهر اهواز از لحاظ منطقه‌بندی شهرداری، دارای هشت منطقه می‌باشد (منابع، ۱۳۹۹: ۹۱).



شکل ۱: نقشه موقعیت شهر اهواز (نگارنده، ۱۴۰۲)

رودخانه کارون از کوه های زاگرس جنوبی در نواحی کوهرنگ، ارمند، خرسان، ونک و بازفت سرچشمه گرفته و پس از به هم پیوستن شاخه های فراوان در استان های چهارمحال و بختیاری و کهگیلویه و بویراحمد با عبور از مناطق کوهستانی شمال استان خوزستان در منطقه ی بندقیق پس از ادغام با رودخانه دز به شهر اهواز می رسد. کارون بزرگ با طول بیش از ۹۰۰ کیلومتر در امتداد شمال شرق به جنوب و غرب، در خرمشهر به اروندرود و سپس به خلیج فارس می ریزد (موسوی، ۱۳۸۳: ۱۵۱). کارون تنها رودخانه ایران است که قابلیت کشتیرانی دارد و در عین حال، تنها رودخانه ایرانی است که با آب های بین المللی آزاد ارتباط دارد یعنی از یک سو در خرمشهر از راه های مصب خود به "اروند رود" که رودخانه های دجله و فرات از کشور عراق نیز به آن می ریزند وصل می شود و از سمت خود، یعنی رودخانه بهمیشیر با خلیج فارس ارتباط دارد و از آن طریق به اقیانوس هند متصل است (جلالی، ۱۳۸۷: ۸).

عرض زیاد و بستر نسبتا عمیق رودخانه، امکان کشتیرانی در آن را مهیا نموده است به طوری که تا اوایل قرن جاری مسیر رودخانه تا اهواز، بخشی از مسیر آب حمل کالا به شمار می رفت. اما امروزه به دلیل عدم لایروبی بستر رود و احداث پل های متعدد امکان کشتیرانی در محدوده شهر اهواز وجود ندارد (یزدخواستی، ۱۳۹۳: ۸۰).



شکل ۲: موقعیت رودخانه کارون در شهر اهواز (نگارنده، ۱۴۰۲)

یافته های تحقیق

تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای صنعت گردشگری کلانشهر اهواز براساس

مدل SWOT

این بخش از یافته های تحقیق به تعیین نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدیدات براساس مدل های تحلیلی SWOT اختصاص دارد.

جدول ۲: شناسایی عوامل داخلی و خارجی صنعت گردشگری کلانشهر اهواز

برون سیستم (OT)		درون سیستم (SW)	
تهدیدها (Treatens)	فرصت ها (Opportunities)	نقاط ضعف (Weaknesses)	نقاط قوت (Strengths)
- شرایط نامناسب اقلیمی در ۶ ماه از سال - رشد اندک بخش گردشگری استان نسبت به توان گردشگری و مناظر با استان های همجوار - ظهور رقابت جدید گردشگری در اطراف استان - ورود بی رویه کالا های خارجی بی کیفیت با قیمت پایین و استفاده محصولات چینی از برند های تولیدات صنایع دستی	- مزیت مکانی و ارتباطی - قرارگیری در مرز غربی به عنوان مهم ترین کانون گردشگری فرصت کشور - قرارگیری در مسیر استانهای گردشگری پذیر غرب و مرکزی کشور و عبور انبوه گردشگران از محورهای مواصلاتی - موقعیت مناسب جغرافیایی جهت توسعه ورزش های ساحلی - قرارگیری کلانشهر در منطقه تاریخی و باستانی با قدمت	- نامناسب بودن و ناکافی بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی برای همه اقشار از جمله کمبود مراکز اقامتی مانند هتل، مهمان پذیر و توزیع نامناسب رستوران ها در سطح شهر - ضعف آمار و اطلاعات به روز بخش گردشگری - ضعف نظام تبلیغات بازاریابی و اطلاع رسانی برای گردشگری و سرمایه گذاران - ضعف در ناوگان حمل و نقل عمومی - کمبود آموزش های کاربردی در بخش خدمات گردشگری - ضعف پژوهش در زمینه های مختلف گردشگری صنایع دستی و میراث فرهنگی	- وجود آثار منحصر به فرد تاریخی و فرهنگی با هویت جهانی و ملی - وجود بازار قدیمی و کهن در مرکز شهر و قابلیت منطقه در جهت توسعه گردشگری تجاری - شهرت جهانی کلانشهر اهواز - عنوان عروس خاورمیانه - وجود رستوران های با تنوع غذایی سنتی و محلی - برگزاری جشنواره های سالانه چون راهیان نور و مناطق جنگی - وجود پتانسیل های طبیعی منحصر به فرد رودخانه کارون - گونه های نادر گیاهی و جانوری

<p>-ناهماهنگی قوانین و مقررات بخش های گردشگری صنایع دستی و سرمایه گذاری</p> <p>-یبی ثباتی در نرخ و پایین بودن کیفیت مواد اولیه صنایع دستی</p>	<p>چند هزار سلله و منا سب توسعه گردشگری</p> <p>-گرایش نسبی مردم به سفرو گردشگری طی سالهای اخیر</p> <p>-نزدیکی به مبادی ورودی گردشگران خارجی از مرکز و شمال غرب کشور</p> <p>-وجود اقلیم منا سب گردشگری در فصل بهار و تابستان</p> <p>-وجود کوه ها و تالاب های گردشگری</p>	<p>-فقدان استانداردهای لازم برای طراحی، تولید و بسته بندی صنایع دستی</p> <p>-عدم آشنایی و شناخت تولیدکنندگان صنایع دستی از سلیقه مصرف کنندگان و بازار</p> <p>-عدم سرمایه گذاری برای توسعه ورزش های ساحلی</p> <p>-عدم ثبات مدیریتی در بخش گردشگری، صنایع دستی و میراث فرهنگی</p> <p>-نرخ بالای بیکاری نیروهای جوان تحصیل کرده منا سب اشتغال به بخش گردشگری</p> <p>-کم رنگ بودن توسعه بخش میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در برنامه های کلان ملی و منطقه ای نسبت به دیگر فعالیت ها</p> <p>-عدم هماهنگی سازمان های مرتبط با گردشگری در جهت دستیابی به محتوای توسعه پایدار با فراهم سازی قابلیت های گردشگری</p> <p>-فقدان حیات وحش در کانون های جمعیتی و مقصد گردشگری</p>	<p>-وجود دانشگاه به عنوان مرکز قطب علمی جهت توسعه و اشاعه رشته های گردشگری</p> <p>-برخورداری از صنایع دستی اصیل و بومی</p> <p>-آبادی های مستعد استقرار زیرساخت های گردشگری</p> <p>-وجود محورهای شاخص فرهنگی - تاریخی - اکوتوریسمی (مصوب هیئت دولت)</p> <p>-قرارگیری در محدوده شبکه نسبتاً توسعه یافته مراکز زیست و فعالیت در کشور</p> <p>-زمینه های فرهنگی مناسب در مردم برای پذیرش میهمان و گردشگر</p> <p>-پایین بودن نرخ جرایم و بالابودن ضریب امنیت</p>
---	---	--	--

ماخذ: یافته های تحقیق، ۱۴۰۲

ایجاد ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی صنعت گردشگری کلانشهر اهواز

برای تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی ابتدا نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدید را لیست کرده و به هر عامل یک ضریب اولیه در طیف لیکرت بسیار کم تا بسیار زیاد طبق نظر کارشناسان اختصاص داده، سپس ضریب ثانویه را محاسبه می کنیم. در این صورت جمع ضریب ثانویه اختصاص داده شده باید مساوی یک باشد. در نهایت با توجه جدول ۳ تا ۶ رتبه و امتیاز وزنی عوامل داخلی و خارجی محاسبه می شود.

جدول ۳: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی صنعت گردشگری کلانشهر اهواز

معیار (نقاط قوت)				
امتیاز وزنی	رتبه	ضریب ثانویه	ضریب اولیه	
۰.۱۷	۴	۰.۰۴۳	۶۲	-وجود آثار منحصر به فرد تاریخی و فرهنگی با هویت جهانی و ملی
۰.۱۸	۴	۰.۰۴۵	۶۵	-وجود بازار قدیمی و کهن در مرکز شهر و قابلیت منطقه در جهت توسعه گردشگری تجاری
۰.۱۱	۳	۰.۰۳۷	۵۳	- شهرت جهانی کلانشهر اهواز عنوان عروس خاورمیانه
۰.۱۷	۴	۰.۰۴۲	۶۰	-وجود رستوران های با تنوع غذایی سنتی و محلی

۰.۱۸	۴	۰.۰۴۴	۶۳	-برگزاری جشنواره‌های سالیانه چون راهیان نور و مناطق جنگی
۰.۱۷	۴	۰.۰۴۲	۶۰	-وجود پتانسیل‌های طبیعی منحصر به فرد (رودخانه کارون و...)
۰.۱۱	۳	۰.۰۳۷	۵۳	-گونه‌های نادر گیاهی و جانوری
۰.۱۲	۳	۰.۰۴۰	۵۷	-وجود دانشگاه به عنوان مرکز قطب علمی جهت توسعه و اشاعه رشته‌های گردشگری
۰.۱۴	۴	۰.۰۳۵	۵۰	-برخوردار از صنایع دستی اصیل و بومی و تنوع و کاربردی بودن محصولات
۰.۰۸	۳	۰.۰۲۸	۴۰	-آبادی‌های مستعد استقرار زیرساخت‌های گردشگری
۰.۱۰	۳	۰.۰۳۳	۴۸	-وجود محورهای شاخص فرهنگی - تاریخی - اکوتوریسمی (مصوب هیئت دولت)
۰.۱۷	۴	۰.۰۴۳	۶۲	-قرارگیری در محدوده شبکه نسبتاً توسعه یافته مراکز زیست و فعالیت در کشور
۰.۱۱	۳	۰.۰۳۸	۵۵	-پایین بودن نرخ جرایم و بالابودن ضریب امنیت

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

جدول ۴: ادامه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی صنعت گردشگری کلانشهر اهواز

امتیاز وزنی	رتبه	ضریب ثانویه	ضریب اولیه	معیار (نقاط ضعف)
۰.۰۶	۲	۰.۰۳۱	۴۵	-نامنا سب بودن و ناکافی بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی برای همه اقشار از جمله کمبود مراکز اقامتی مانند هتل، مهمان‌پذیر و توزیع نامنا سب رستوران‌ها در سطح شهر
۰.۰۵	۱	۰.۰۴۷	۶۸	-ضعف آمار و اطلاعات به روز بخش گردشگری
۰.۰۸	۲	۰.۰۴۰	۵۸	-ضعف نظام تبلیغات بازاریابی و اطلاع رسانی برای گردشگری و سرمایه گذاران و ناشناخته ماندن جایگاه شهر در گردشگری استان و کشور
۰.۰۸	۲	۰.۰۴۰	۵۷	-کمبود آموزش‌های کاربردی در بخش خدمات گردشگری
۰.۰۳	۱	۰.۰۳۰	۴۳	-ضعف پژوهش در زمینه‌های مختلف گردشگری صنایع دستی و میراث فرهنگی
۰.۰۳	۱	۰.۰۳۰	۴۳	-ضعف در ناوگان حمل و نقل عمومی
۰.۰۹	۲	۰.۰۴۳	۶۲	-فقدان استانداردهای لازم برای طراحی، تولید و بسته‌بندی صنایع دستی
۰.۰۷	۲	۰.۰۳۵	۵۰	-عدم آشنایی و شناخت تولیدکنندگان صنایع دستی از سلیقه مصرف کنندگان و بازار
۰.۰۸	۲	۰.۰۳۸	۵۵	-عدم سرمایه گذاری برای توسعه ورزش های ساحلی
۰.۰۴	۱	۰.۰۴۲	۶۰	-عدم ثبات مدیریتی در بخش گردشگری، صنایع دستی و میراث فرهنگی
۰.۰۷	۲	۰.۰۳۵	۵۰	-نرخ بالای بیکاری نیروهای جوان تحصیل کرده مناسب اشتغال به بخش گردشگری
۰.۰۸	۲	۰.۰۳۸	۵۵	-عدم هماهنگی سازمان‌های مرتبط با گردشگری در جهت دستیابی به محتوای توسعه پایدار با فراهم سازی قابلیت‌های گردشگری
۰.۰۴	۱	۰.۰۴۲	۶۰	-فقدان حیات وحش در کانون‌های جمعیتی و مقصد گردشگری
۲.۶۱		۱	۱۴۳۴	مجموع عوامل داخلی

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

جدول ۵: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی صنعت گردشگری کلانشهر اهواز

معیار (نقاط فرصت)	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	امتیاز وزنی
-مزیت مکانی و ارتباطی	۶۸	۰.۱۲	۴	۰.۲۶
-قرارگیری در مرز غربی عنوان مهمترین کانون گردشگری فرصت کشور	۷۰	۰.۱۵	۴	۰.۳۶
-قرارگیری در مسیر استانهای گردشگرپذیر غرب و مرکز کشور و عبور انبوه گردشگران از محورهای مواصلاتی	۴۰	۰.۰۷۰	۳	۰.۰۹
-موقعیت مناسب جغرافیایی جهت توسعه ورزش های ساحلی	۵۵	۰.۰۵۵	۴	۰.۲۴
-قرارگیری در منطقه تاریخی و باستانی با قدمت چندهزار ساله و مناسب توسعه گردشگری	۶۰	۰.۰۶۸	۳	۰.۲۱
-گرایش نسبی مردم به سفرو گردشگری طی سالهای اخیر	۶۵	۰.۰۳۳	۳	۰.۱۰
-نزدیکی به مبادی ورودی گردشگران خارجی از مرکز و غرب کشور	۷۸	۰.۰۴۵	۴	۰.۱۴
-وجود اقلیم مناسب گردشگری در فصل بهار و تابستان	۴۵	۰.۰۳۸	۴	۰.۱۱
- وجود کوهها و تالابهای گردشگری	۵۶	۰.۰۵۲	۴	۰.۱۳

ماخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۲

جدول ۶: ادامه ماتریس ارزیابی عوامل خارجی صنعت گردشگری کلانشهر اهواز

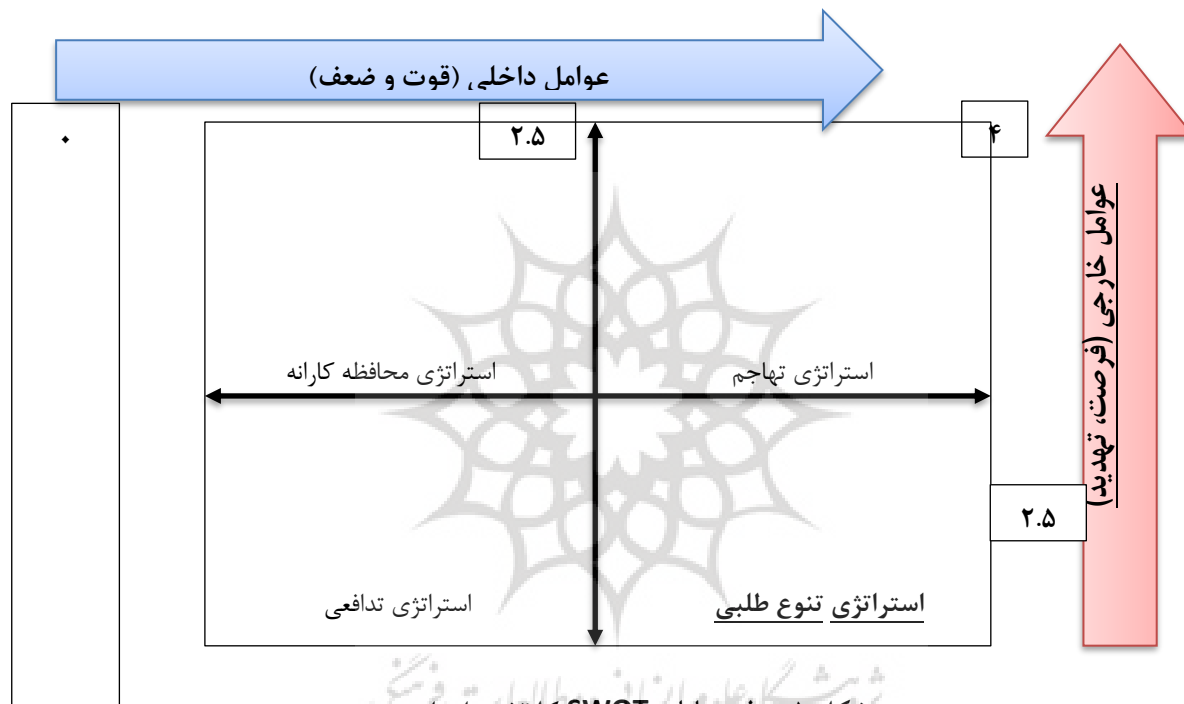
معیار (نقاط تهدید)	ضریب اولیه	ضریب ثانویه	رتبه	امتیاز وزنی
شرایط نامناسب اقلیمی در ۶ ماه از سال	۵۶	۰.۰۵۷	۳	۰.۱۴
-رشد اندک بخش گردشگری نسبت به توان گردشگری و متناظر با استان های همجوار	۶۵	۰.۰۵۳	۲	۰.۱۳
-ظهور مقاصد جدید گردشگری در اطراف	۶۸	۰.۰۸۷	۱	۰.۱۴
-ورود بی رویه کالاهای خارجی بی کیفیت با قیمت پایین و استفاده محصولات چینی از برندهای تولیدات صنایع دستی	۶۰	۰.۰۷۵	۲	۰.۰۹
-ناهماهنگی قوانین و مقررات بخش های گردشگری صنایع دستی و سرمایه گذاری	۵۵	۰.۰۵۴	۱	۰.۰۹
-بی ثباتی در نرخ و پایین بودن کیفیت مواد اولیه صنایع دستی	۵۲	۰.۰۴۳	۲	۰.۰۸
مجموع عوامل خارجی	۱۹۳	۱		۲.۳۱

ماخذ: یافته های تحقیق، ۱۴۰۲

در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی اگر میانگین آنها کمتر از ۲.۵ باشد یعنی محدوده از نظر عوامل داخلی دچار ضعف بوده و اگر نمره میانگین بیشتر از ۲.۵ باشد محدوده دارای قوت می باشد. همچنین از نظر عوامل خارجی اگر میانگین کمتر از ۲.۵ باشد محدوده مورد نظر در معرض تهدید بوده و چنانچه بیشتر از آن مقدار باشد محدوده مورد نظر دارای فرصت های تاثیرگذار می باشد. میانگین نتایج بدست آمده نشان می دهد که میانگین عوامل داخلی و خارجی در توسعه صنعت گردشگری کلانشهر اهواز به ترتیب ۲.۶۱ و ۲.۳۱ حاصل شده است. بنابراین می توان گفت که محدوده مورد مطالعه از نظر عوامل داخلی دارای قوت و از نظر عوامل خارجی دارای تهدیدات بوده است.

طراحی مدل تحلیلی SWOT صنعت گردشگری کلانشهر اهواز

همان طور که مشاهده می گردد با توجه به اینکه میانگین عوامل داخلی بیشتر از ۲.۵ بوده است. کلانشهر اهواز دارای قوت بوده و نوع استراتژی آن تنوع طلبی نیز حاصل شده است. این استراتژی، روی تقویت جنبه های مثبت داخلی و خارجی تمرکز دارد، به فرض آن که در این روش، عناصر منفی توسط جنبه های مثبت، جذب یا حذف شده اند. این استراتژی، زمانی به کار می رود که نقاط قوت و فرصت ها، بی شمار، استوار و امن هستند تا از این طریق، تاثیرات تهدیدات و ضعف ها به حداقل ممکن برسد.



شکل ۱: مدل تحلیلی SWOT کلانشهر اهواز

جدول ۷: استراتژی های SWOT

نقاط ضعف (W)	نقاط قوت (S)	محیط داخلی
<p>- نامناسب بودن و ناکافی بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی برای همه اقشار از جمله کمبود مراکز اقامتی مانند هتل، مهمان-پذیر و توزیع نامناسب رستوران-ها در سطح شهر</p> <p>- ضعف آمار و اطلاعات به روز بخش گردشگری</p> <p>- ضعف نظام تبلیغات بازاریابی و اطلاع رسانی برای گردشگری و سرمایه گذاران</p>	<p>وجود آثار منحصر به فرد تاریخی و فرهنگی با هویت جهانی و ملی</p> <p>- وجود بازار قدیمی و کهن در مرکز شهر و قابلیت منطقه در جهت توسعه گردشگری تجاری</p> <p>- شهرت جهانی کلانشهر اهواز عنوان عروس خاورمیانه</p>	

<p>-ضعف در ناوگان حمل و نقل عمومی</p> <p>-کمبود آموزش‌های کاربردی در بخش خدمات گردشگری</p> <p>-ضعف پژوهش در زمینه‌های مختلف گردشگری صنایع دستی و میراث فرهنگی</p> <p>-فقدان استانداردهای لازم برای طراحی، تولید و بسته‌بندی صنایع دستی</p> <p>-عدم آشنایی و شناخت تولیدکنندگان صنایع دستی از سلیقه مصرف کنندگان و بازار</p> <p>-عدم سرمایه گذاری برای توسعه ورزش‌های ساحلی</p> <p>-عدم ثبات مدیریتی در بخش گردشگری، صنایع دستی و میراث فرهنگی</p> <p>-نرخ بالای بیکاری نیروهای جوان تحصیل کرده مناسب اشتغال به بخش گردشگری</p> <p>-کم‌رنگ بودن توسعه بخش میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در برنامه‌های کلان ملی و منطقه‌ای نسبت به دیگر فعالیت‌ها</p> <p>-عدم هماهنگی سازمان‌های مرتبط با گردشگری در جهت دستیابی به محتوای توسعه پایدار با فراهم سازی قابلیت‌های گردشگری</p> <p>-فقدان حیات وحش در کانون‌های جمعیتی و مقصد گردشگری</p>	<p>-وجود ر ستوران های با تنوع غذایی سنتی و محلی</p> <p>-برگزاری ج شنواره‌های سالیانه چون راهیان نور و مناطق جنگی</p> <p>-وجود پتانسیل‌های طبیعی منحصربه فرد رودخانه کارون</p> <p>-گونه‌های نادر گیاهی و جانوری</p> <p>-وجود دان شگاه به عنوان مرکز قطب علمی جهت توسعه و اشاعه رشته‌های گردشگری</p> <p>-برخورداری از صنایع دستی اصیل و بومی</p> <p>-آبادی های مستعد استقرار زیرساخت‌های گردشگری</p> <p>-وجود محورهای شاخص فرهنگی-تاریخی-اکوتوریسمی (م صوب هیئت دولت)</p> <p>-قرارگیری در محدوده شبکه نسبتاً توسعه یافته مراکز زیست و فعالیت در کشور</p> <p>-زمینه‌های فرهنگی مناسب در مردم برای پذیرش میهمان و گردشگر</p> <p>-پایین بودن نرخ جرایم و بالابودن ضریب امنیت</p>	<p>محیط خارجی</p>
<p>استراتژی محافظه کارانه (WO)</p> <p>W01: حفاظت از مناطق بکر و طبیعی شهر با هدف توسعه پایدار</p> <p>W02: حفاظت و نگهداری از گونه‌های گیاهی و جانوری در جهت توسعه صنعت گردشگری کلانشهر اهواز</p> <p>W03: تقویت جایگاه صنایع دستی و محصولات مرتبط با توجه به ارزش صادراتی آن</p> <p>W04: تهیه کتابچه‌ها و مجلات راهنمای تور در سفر به کلانشهر اهواز و صنعت گردشگری آن</p>	<p>استراتژی تهاجمی (SO)</p> <p>S01: ایجاد تورهای گردشگری شهری با هدف آگاهی سازی شهروندان و گردشگران نسبت به جاذبه های گردشگری</p> <p>S02: برگزاری دوره‌های آموزشی و مهارتی شاغلان مراکز خدماتی و رفاهی و پذیرایی</p> <p>S03: تدوین برنامه و چشم انداز جامع گردشگری کلانشهر اهواز با هدف ارتقاء و بهبود جایگاه صنعت گردشگری در مقایسه با استان‌های همجوار</p>	<p>فرصتها (O)</p> <p>مزیت مکانی و ارتباطی</p> <p>-قرارگیری در مرز غربی به عنوان مهمترین کانون گردشگری فرصت کشور</p> <p>-قرارگیری در مسیر استانهای گردشگری پذیر غرب و مرکزی کشور و عبور انبوه گردشگران از محورهای مواصلاتی</p> <p>-موقعیت مناسب جغرافیایی جهت توسعه ورزش های ساحلی</p> <p>-قرارگیری کلانشهر در منطقه تاریخی و باستانی با قدمت چند هزار ساله و مناسب توسعه گردشگری</p>

	<p>S04: ایجاد زیرساخت‌های گردشگری در رودخانه کارون و روستاهای هدف و پیرامون شهر</p>	<p>-گرایش نسبی مردم به سفر و گردشگری طی سالهای اخیر -نزدیکی به مبادی ورودی گردشگران خارجی از مرکز و شمال غرب کشور -وجود اقلیم مناسب گردشگری در فصل بهار و تابستان -وجود کوه‌ها و تالاب‌های گردشگری</p>
<p>استراتژی تدافعی (WT) WT1: تهیه طرح‌های مطالعاتی گردشگری و انجام پژوهش‌های مرتبط با گردشگری شهری با هدف رقابت‌پذیری اقتصادی WT2: تکمیل و توسعه رودخانه کارون با توجه به ظرفیت‌های طبیعی و انسانی آن (ورزش‌های ساحلی و تفریحی) WT3: برگزاری اردوهای راهیان نور و مسابقات ملی در محورهای گردشگری کلانشهر اهواز WT4: ارتقاء سطح کمی و کیفی آموزش و پژوهش‌های جاذبه‌های گردشگری از طریق مراکز علمی چون دانشگاه و فنی و حرفه‌ای</p>	<p>استراتژی تنوع‌طلبی (ST) ST1: جذب سرمایه‌های بخش خصوصی در جهت حفاظت و نگهداری از جاذبه‌های گردشگری و افزایش جذابیت اقتصادی ST2: ارتقاء سطح حفاظت از جاذبه‌های گردشگری از طریق یک پارچگی و همکاری‌های بین‌سازمانی ST3: ارتقاء سهم کلانشهر اهواز از بازار گردشگری داخلی و خارجی استان و کشور از طریق ارتقاء کیفیت جاذبه‌های گردشگری و ابزارهای الکترونیکی و تبلیغاتی</p>	<p>تهدیدها (T) -شرایط نامناسب اقلیمی در ۶ ماه از سال -رشد اندک بخش گردشگری استان نسبت به توان گردشگری و مناظر با استان‌های همجوار -ظهور مقاصد جدید گردشگری در اطراف استان -ورود بی‌رویه کالاها خارجی بی‌کیفیت با قیمت پایین و استفاده محصولات چینی از برندهای تولیدات صنایع دستی -ناهماهنگی قوانین و مقررات بخش‌های گردشگری صنایع دستی و سرمایه‌گذاری -بی‌ثباتی در نرخ و پایین بودن کیفیت مواد اولیه صنایع دستی</p>

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

بررسی راهبردها و استراتژی‌های مناسب توسعه گردشگری کلانشهر اهواز براساس مدل

QSPM

پس از تعیین راهبردهای توسعه صنعت گردشگری کلانشهر اهواز، در این بخش راهبردها و استراتژی‌های مناسب براساس مدل QSPM بررسی و ارائه خواهد شد. در ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی عوامل تاثیرگذار و وزن آنها نیز همان موارد و وزن‌های ذکر شده در ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی و خارجی است. نمره‌های جذابیت نیز از مقایسه استراتژی‌ها و عوامل تاثیرگذار داخلی و خارجی براساس نظریه اعضای نخبگان و تناسب میان هر استراتژی و هرعامل به همراه دلیل منطقی به دست آمده است و مجموع نمره‌های جذابیت استراتژی‌های مشخص شده طبق منطق ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی معیار مطلوبی برای انتخاب از میان استراتژی‌ها است. در نهایت در جداول ۸ تا ۱۱ استراتژی‌های نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید بدست آمده و به ترتیب اولویت‌بندی ارائه شده‌اند.

امتیازهای جذابیت به صورت زیر است:

امتیاز ۱ = جذاب نمی باشد.

امتیاز ۲ = تا حدودی جذاب می باشد.

امتیاز ۳ = در حد قابل قبول جذاب است.

امتیاز ۴ = جذابیت بالایی دارد.

جدول ۸: استراتژی انتخابی و جذابیت های نقاط قوت

استراتژی‌ها							ردیف	نقاط قوت
ST3		ST2		ST1		QSPM		
جذابیت	نقاط	جذابیت	نقاط	جذابیت	نقاط	نقاط	عوامل اصلی تعیین کننده موفقیت و شکست	
0.3	2	0.45	3	0.6	4	0.15	-وجود آثار منحصر به فرد تاریخی و فرهنگی با هویت جهانی و ملی	
0.1	1	0.2	2	0.3	3	0.10	-وجود بازار قدیمی و کهن در مرکز شهر و قابلیت منطقه در جهت توسعه گردشگری تجاری	
0.24	2	0.36	3	0.48	4	0.12	- شهرت جهانی کلانشهر اهواز عنوان عروس خاورمیانه	
0.18	2	0.36	4	0.27	3	0.09	-وجود رستوران‌های با تنوع غذایی سنتی و محلی	
0.12	4	0.06	2	0.03	1	0.03	-برگزاری جشنواره‌های سالیانه چون راهیان نور و مناطق جنگی	
0.18	3	0.06	1	0.12	2	0.06	-وجود پتانسیل‌های طبیعی منحصر به فرد (رودخانه کارون و...)	
0.21	3	0.07	1	0.14	2	0.07	-گونه‌های نادر گیاهی و جانوری	
0.1	1	0.4	4	0.3	3	0.10	-وجود دانشگاه به عنوان مرکز قطب علمی جهت توسعه و اشاعه رشته‌های گردشگری	
0.09	3	0.06	2	0.03	1	0.03	-برخوردار از صنایع دستی اصیل و بومی و تنوع و کاربردی بودن محصولات	
0.21	3	0.14	2	0.07	1	0.07	-آبادی‌های مستعد استقرار زیرساخت‌های گردشگری	
0.16	4	0.04	1	0.08	2	0.04	-وجود محورهای شاخص فرهنگی- تاریخی- اکوتوریسمی (مصوب هیئت دولت)	
0.16	2	0.32	4	0.24	3	0.08	-قرارگیری در محدوده شبکه نسبتاً توسعه یافته مراکز زیست و فعالیت در کشور	
0.06	1	0.12	2	0.18	3	0.06	-پایین بودن نرخ جرایم و بالابودن ضریب امنیت	
2.11		2.64		2.84		1	مجموع جذابیت نهایی	

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

جدول ۹: استراتژی های انتخابی و جذابیت نقاط ضعف

استراتژی‌ها							ردیف	نقاط ضعف
ST3		ST2		ST1		QSPM		
جذابیت	نقاط	جذابیت	نقاط	جذابیت	نقاط	نقاط	عوامل اصلی تعیین کننده موفقیت و شکست	
0.1	1	0.2	2	0.3	3	0.1	-نامنا سب بودن و ناکافی بودن تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی برای همه اقشار از جمله کمبود مراکز اقامتی مانند هتل، مهمان‌پذیر و توزیع نامنا سب رستوران‌ها در سطح شهر	
0.24	2	0.36	3	0.48	4	0.12	-ضعف آمار و اطلاعات به روز بخش گردشگری	

0.48	3	0.32	2	0.64	4	0.16	W3	-ضعف نظام تبلیغات بازاریابی و اطلاع رسانی برای گردشگری و سرمایه گذاران و ناشناخته ماندن جایگاه شهر در گردشگری استان و کشور
0.02	1	0.04	2	0.06	3	0.02	W4	-کمبود آموزش‌های کاربردی در بخش خدمات گردشگری
0.02	2	0.02	2	0.01	1	0.01	W5	-ضعف پژوهش در زمینه‌های مختلف گردشگری صنایع دستی و میراث فرهنگی
0.1	2	0.05	1	0.15	3	0.05	W6	-ضعف در ناوگان حمل‌ونقل عمومی
0.08	2	0.04	1	0.08	2	0.04	W7	-فقدان استانداردهای لازم برای طراحی، تولید و بسته‌بندی صنایع دستی
0.04	1	0.08	2	0.08	2	0.04	W8	-عدم آشنایی و شناخت تولیدکنندگان صنایع دستی از سلیقه مصرف کنندگان و بازار
0.42	3	0.56	4	0.42	3	0.14	W9	-عدم سرمایه گذاری برای توسعه ورزش های ساحلی
0.28	4	0.21	3	0.14	2	0.07	W10	-عدم ثبات مدیریتی در بخش گردشگری، صنایع دستی و میراث فرهنگی
0.36	4	0.27	3	0.36	4	0.09	W11	-نرخ بالای بیکاری نیروهای جوان تحصیل کرده مناسبت اشتغال به بخش گردشگری
0.3	3	0.3	3	0.2	2	0.10	W12	-عدم هماهنگی سازمان‌های مرتبط با گردشگری در جهت دستیابی به محتوای توسعه پایدار با فراهم سازی قابلیت‌های گردشگری
0.06	1	0.12	2	0.06	1	0.06	W13	-فقدان حیات وحش در کانون‌های جمعیتی و مقصد گردشگری
2.5		2.57		2.98		1		مجموع جذابیت نهایی

ماخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۱

جدول ۱۰: استراتژی های انتخابی و جذابیت های نقاط فرصت

استراتژی‌ها							QSPM		ردیف
ST3		ST2		ST1			عوامل اصلی تعیین کننده موفقیت و شکست		
بازاریابی	فرهنگی	تاریخی	مکانی	مردمی	سیاسی	توسعه	نقاط فرصت		
0.8	4	0.6	3	0.8	4	0.2	01	مزیت مکانی و ارتباطی	
0.42	3	0.28	2	0.42	3	0.14	02	-قرارگیری در مرز غربی عنوان مهمترین کانون گردشگری فرصت کشور	
0.26	2	0.13	1	0.39	3	0.13	03	-قرارگیری در مسیر استانهای گردشگرپذیر غرب و مرکز کشور و عبور انبوه گردشگران از محورهای مواصلاتی	
0.3	3	0.4	4	0.3	3	0.10	04	-موقعیت مناسب جغرافیایی جهت توسعه ورزش های ساحلی	
0.15	1	0.45	3	0.3	2	0.15	05	-قرارگیری در منطقه تاریخی و باستانی با قدمت چندهزار ساله و مناسب توسعه گردشگری	
0.44	4	0.11	1	0.22	2	0.11	06	-گرایش نسبی مردم به سفر و گردشگری طی سالهای اخیر	
0.08	2	0.12	3	0.08	2	0.04	07	-نزدیکی به مبادی ورودی گردشگران خارجی از مرکز و غرب کشور	
0.06	1	0.18	3	0.06	1	0.06	08	-وجود اقلیم مناسب گردشگری در فصل بهار و تابستان	
0.14	2	0.07	1	0.14	2	0.07	09	- وجود کوه‌ها و تالاب‌های گردشگری	
2.65		2.34		2.71		1		مجموع جذابیت نهایی	

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

جدول ۱۱: استراتژی‌های انتخابی و جذابیت‌های نقاط تهدید

		استراتژی‌ها						QSPM	
		ST3		ST2		ST1		عوامل اصلی تعیین کننده موفقیت و شکست	
ردیف	نقاط تهدید	بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد	بسیار کم	کم	متوسط
T1	شرایط نامناسب اقلیمی در ۶ ماه از سال	0.6	3	0.2	1	0.4	2	0.2	
T2	-رشد اندک بخش گردشگری نسبت به توان گردشگری و مناظر با استان های همجوار	0.6	2	1.2	4	0.9	3	0.30	
T3	-ظهور مقاصد جدید گردشگری در اطراف	0.24	1	0.72	3	0.96	4	0.24	
T4	-ورود بی رویه کالاهای خارجی بی کیفیت با قیمت پایین و استفاده محصولات چینی از برندهای تولیدات صنایع دستی	0.24	2	0.12	1	0.36	3	0.12	
T5	-ناهماهنگی قوانین و مقررات بخش های گردشگری صنایع دستی و سرمایه گذاری	0.27	3	0.09	1	0.18	2	0.09	
T6	-بی ثباتی در نرخ و پایین بودن کیفیت مواد اولیه صنایع دستی	0.15	3	0.1	2	0.1	2	0.05	
		2.1		2.43		2.9		1	مجموع جذابیت نهایی

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

پس از تعیین نمره جذابیت‌ها ۱ استراتژی‌های تنوع طلبی، در نهایت مجموع نمره جذابیت عوامل داخلی و خارجی جمع گردیده تا اولویت راهبردها مشخص گردد. با توجه به نتایج جدول ۱۳ می‌توان گفت که ۱ استراتژی اول که مربوط به (ST1): جذب سرمایه‌های بخش خصوصی در جهت حفاظت و نگهداری از جاذبه‌های گردشگری و افزایش جذابیت اقتصادی) بوده با مجموع ۱۱/۴۳ رتبه اول، ۱ استراتژی دوم که مربوط به (ST2): ارتقاء سطح حفاظت از جاذبه‌های گردشگری از طریق یکپارچگی و همکاری‌های بین سازمانی) بوده با مجموع ۹/۹۸ رتبه دوم و استراتژی سوم که مربوط به (ST3): ارتقاء سهم کلانشهر اهواز از بازار گردشگری داخلی و خارجی استان و کشور از طریق ارتقاء کیفیت جاذبه‌های گردشگری و ابزارهای الکترونیکی و تبلیغاتی) بوده رتبه سوم را کسب کرده‌اند. به نظر می‌رسد جاذبه‌های گردشگری نیازمند سیاست‌های اقتصادی، آموزشی، فرهنگی و... بوده و مراقبت از آنها جهت ارائه محیطی تمیز و بدون آشغال و دیوارنویسی نیاز به سرمایه‌گذاری و همکاری بخش خصوصی است. با توجه به سه اولویت ارائه شده انتظار می‌رود همکاری و یکپارچگی سازمانی و گروه‌های اجتماعی بتوان جاذبه‌های گردشگری کلان شهر اهواز را با حفظ توان‌های اکولوژیکی، زیست محیطی و... به جهان پیرامون شناساند.

جدول ۱۲: اولویت بندی راهبردهای تنوع طلبی توسعه صنعت گردشگری کلانشهر اهواز

رتبه	راهبردهای تنوع طلبی	نمره جذابیت عوامل داخلی	نمره جذابیت عوامل خارجی	مجموع نمره جذابیت راهبردها
۱	ST1	۵/۸۲	۵/۶۱	۱۱/۴۳
۲	ST2	۵/۲۱	۴/۷۷	۹/۹۸
۳	ST3	۴/۶۱	۴/۷۵	۹/۳۶

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

بحث و نتیجه گیری

امروزه توسعه فضاهای شهری بدون شناخت کافی از توان‌های محیطی و بهره‌گیری از ویژگی‌های محیط طبیعی شهرها، مشکلات جدی برای شهرها را با خود داشته است. در جهت ایجاد توازن بین فضای انسان ساخت شهر و طبیعت که در آن ارتباط انسان با طبیعت مدنظر است می‌توان با احیای محیط طبیعی در شهر و بهره‌برداری و تقویت امکانات و فرصت‌ها و رفع محدودیت‌ها و تهدیدات و تبدیل آنها به نقاط قوت در قالب اجرای طرح‌های راهبردی به تجدید حیات و پیوند دوباره بین انسان و طبیعت نزدیک شد. بر همین اساس تحقیق حاضر بر آن بود تا چالش‌ها و راهبردهای موثر در صنعت گردشگری کلانشهر اهواز را شناسایی کند. همانطور که نتایج نشان داد نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدیدات صنعت گردشگری مبتنی بر استراتژی‌های تنوع طلبی است، به عبارتی در این بخش نقاط قوت و فرصت‌ها، بی‌شمار، استوار و امن هستند که می‌توانند نقاط ضعف و تهدید را پوشش دهند. بدین ترتیب جذب سرمایه‌های بخش خصوصی در جهت حفاظت و نگهداری از جاذبه‌های گردشگری و افزایش جذابیت اقتصادی، ارتقاء سطح حفاظت از جاذبه‌های گردشگری از طریق یکپارچگی و همکاری‌های بین‌سازمانی و ارتقاء سهم کلانشهر اهواز از بازار گردشگری داخلی و خارجی استان و کشور از طریق ارتقاء کیفیت جاذبه‌های گردشگری و ابزارهای الکترونیکی و تبلیغاتی به عنوان خروجی‌های این استراتژی در جهت رفع چالش‌ها ارائه می‌گردد. چنانچه نتایج این تحقیق با نتایج مطالعات مروری و همکاران (۱۳۹۳)، ضرابی و همکاران (۱۳۹۲)، موسوی و همکاران (۱۳۹۵)، مبنی بر ضعف مدیریت، ضعف تبلیغات، ضعف حاکم بر عناصر نهادی و فقدان ثبات در مدیریت گردشگری، مطالعات آهنگری و همکاران (۱۳۹۵) عدم زیبا سازی و توجه به کیفیت طراحی فضاهای گردشگری، مطالعات چقاجرودی و همکاران (۱۳۹۷)، عزت پناه (۱۳۹۹)، معتمدی و همکاران (۱۴۰۰)، مبنی بر کمبود سرمایه‌گذاری‌های خارجی در رونق و احیای جاذبه‌های گردشگری، و مطالعات برزگر و همکاران (۱۴۰۰)، آندرادس و دیمانچه (۲۰۱۹) مبنی بر تقویت زیرساخت‌های ارتباطی، امکانات رفاهی و تفریحی و مدیریت پایدار همسو می‌باشد.

پیشنهادات

- ❖ استفاده از مدیران مجرب و متخصص در سازمان‌ها، نهادها و بخش‌های ذینفع در گردشگری شهر.
- ❖ توسعه زیرساخت‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها در جاذبه‌های گردشگری در مناطق مختلف شهر و بهره‌گیری بهینه و هدفمند از آنها برای ایجاد اشتغال و افزایش درآمد شهروندان.
- ❖ رسیدگی به کیفیت معابر اصلی و فرعی، نورپردازی‌ها، پارکینگ و... به ویژه مسیرهای منتهی به جاذبه‌های گردشگری شهر.
- ❖ توسعه و جذب نیروی انسانی آموزش دیده در فعالیت‌های بخش گردشگری به منظور ارائه خدمات کارآمد در این بخش.
- ❖ استخدام راهنمایان آموزش دیده و مسلط به زبان‌های رایج در اماکن دیدنی و تاریخی توسط سازمان میراث فرهنگی.
- ❖ دعوت از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی و ایجاد تسهیلات و امتیازات ویژه سرمایه‌گذاری در زمینه‌ی احداث هتلها، مجتمع‌های اقامتی، تفریحی، ایجاد زمین‌های ورزشی و...
- ❖ آموزش و اطلاع‌رسانی مردم در نحوه‌ی برخورد با گردشگری و گردشگر به منظور جلوگیری از تعارض بین گردشگران و مردم.
- ❖ احداث حیات وحش آبی در ساحل رودخانه کارون (باغ وحش موجودات آبی مانند کروکودیل و...)
- ❖ ساخت زیپ لاین بر روی رودخانه کارون
- ❖ ایجاد اتاقک‌های شیشه‌ای کولردار در کنار ساحل جهت استفاده در فصل گرما

منابع

- آهنگری، نوید، حسین زاده، فخرالدین، و حاجی نژاد، صادق. (۱۳۹۸). برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری ورزشی با استفاده از مدل ترکیبی SWOT و VIKOR (مورد مطالعه: استان آذربایجان غربی). پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، ۱۱(۴)، ۹۱-۱۰۶. SID. <https://sid.ir/paper/222367/fa>
- اسماعیل زاده، حسن، و اسماعیل زاده، یعقوب. (۱۳۹۵). ارزیابی پایداری گردشگری و تعیین راهبرد بهینه توسعه گردشگری در بندر انزلی. مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه‌های انسانی (چشم انداز جغرافیایی)، ۱۱(۳۴)، ۱۱۵-۱۳۱. SID. <https://sid.ir/paper/175951/fa>

ایوب زاده، سید علی (۱۳۹۸) اکو هیدرولیک و احیای رودخانه ها، انجمن هیدرولیک ایران هجدهمین کنفرانس هیدرولیک ایران 16-17 بهمن تهران- دانشگاه تهران- دانشکده مهندسی عمران هیدرولیک محیط زیستی بوستانی، آرمین و اسماعیلی، کاظم، ۱۳۹۴، مهندسی رودخانه از گذشته تا آینده (بررسی رویکردها و چشم انداز)، نشریه آب و توسعه پایدار، شماره ۳، سال ۱، خردادماه، صفحات ۷۲-۶۷

پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۵)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم). تهران: سمت.

پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۵) گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت

پورمحمدی، محمد رضا، نعیمی، کیومرث & ایرانی، احمد (۱۳۹۴) ارزیابی و تدوین استراتژی های توسعه پایدار گردشگری با استفاده از تکنیک SWOT (و IEA مطالعه موردی: شهرستان بانه). (نشریه گردشگری شهری 2(3), 305-319. doi: 10.22059/jut.2015.58451

جلالی، مصطفی (۱۳۸۷) کارون، حیات یک رودخانه، نشریه مشعل شماره ۴۱۶، صفحه ۱۶-۱

جهان تیغ مند، سمیه، زینی وند، یاسین و موسوی ندوشن، سید معین (۱۴۰۲) «ساماندهی فضایی - مکانی حاشیه رودخانه های شهری با رویکرد توسعه گردشگری (نمونه موردی شهرستان پلدختر)»، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال بیست و سوم، شماره ۶۸، بهار، صص ۶۰-۴۳

سقایی، محسن، امینی نژاد، غلامرضا، و صبوحی، غلامرضا (۱۳۹۵). بررسی توانمندی های گردشگری شهر ساحلی بوشهر بر اساس مدل سوات و تاپسیس. جغرافیا و برنامه ریزی محیطی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)، ۲۷ (۱) (پیاپی ۶۱)، ۹۹-۱۲۶. SID. <https://sid.ir/paper/153174/fa>

سلطانی، علی و شریف، حمید رضا، (۱۳۹۴) رضایت سنجی خدمات گردشگری مذهبی با تأکید بر نقش عوامل محیطی، مطالعه موردی حرم شاهچراغ شیراز، مجله پژوهش و برنامه ریزی شهری، دوره ۶، شماره ۲۳، پیاپی ۲۳، زمستان، صفحات ۵۴-۳۵

قلی پور سلیمانی، علی و رشیدی، فرزاد (۱۳۹۰) عوامل موثر بر رضایت گردشگران در ایران، بانک مقالات بازاریابی ایران، (www.marketingarticles.ir)

کاظمی، مهدی (۱۳۹۰) مدیریت گردشگری، تهران، انتشارات سمت،

مثنوی، محمد رضا، تاسا، حمید، کافی، محسن و دیناروندی، مرتضی (۱۳۹۲) «ارزیابی بصری منظر رود دره قشلاق به منظور توسعه گردشگری»، مجله محیط شناسی، دوره ۳۹، شماره ۱، پیاپی ۱، اردیبهشت، صفحات ۱۴۴-۱۳۳

محمد نژاد، محمد و ملک حسینی، عباس (۱۳۹۹) «امکان سنجی توانمندی های رودخانه کارون در ایجاد و گسترش مکان های گذران اوقات فراغت و ورزش های آبی در شهر اهواز»، فصل نامه آمایش محیط، شماره ۴۹، دور ۱۳، شهریور، صص ۲۰۲-۱۸۱

معمدی، مهران، فخار، زرین، و مافی، فرزاد. (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت بندی عوامل راهبردی توسعه گردشگری شهر سنقر. گردشگری شهری، ۸(۴)، ۷۳-۸۶. SID. <https://sid.ir/paper/966576/fa>.

موسوی، طیبه، ۱۳۸۳، کارون و مسائل اجتماعی و زیست محیطی آن، فصلنامه گفتگو، شماره ۴۱، صفحه ۱۶۳-۱۵۰ میراشه، زهرا (۱۳۹۹) «نقش گردشگری پایدار آب با تاکید بر ملاحظات زیست محیطی: نمونه مورد مطالعه رودخانه دز»، فصلنامه علمی تخصصی باستان شناسی ایران، واحد شوشتر

نشریه شماره ۲۰۲ - ن وزارت نیرو (۱۴۰۰)

هاتف حاضری، هاتف و نظافت تکه، بهروز (۱۴۰۲) نقش اقتصاد گردشگری در توسعه پایدار شهرستان سرعین، مجله جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۶، شماره ۲، (پیاپی ۲۲)، مهر، صص ۲۹۷-۲۷۸

یاراحمدی، حسین و زلفی، مهدی (۱۴۰۰) «استراتژی توسعه گردشگری شهرستان نهاوند با استفاده از مدل SWOT» ، مجله جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۴، شماره ۲، (پیاپی ۱۴)، مهر، صص ۱۵۴-۱۴۳

یزدان شناس، سید یعقوب، رضایی، محمد رضا، استقلال، احمد، سرایی، محمد حسین و الحسینی المدرسی، سید علی (۱۴۰۱) «تحلیل راهبردی توسعه گردشگری رود دره های منطقه یاسوج»، مجله پژوهش و برنامه ریزی شهری، دوره ۱۳، شماره ۵۱، شماره پیاپی ۵۱، بهمن ماه، صفحات ۱۲۰-۱۰۳

یزدخواستی، فرناز (۱۳۹۳) طراحی لبه ساحلی با تاکید بر پیوند عناصر طبیعی و مصنوع در راستای تقویت نقش گردشگری (نمونه موردی: ساحل رود کارون اهواز)، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته طراحی شهری، به راهنمایی دکتر شکوهی دانشگاه هنر

- Aziza, H., Biglari, M., & Joudi, P. (2011). Assessment the feasibility of sustainable tourism in urban environments employing the cumulative linear model. *Procedia Engineering*, 21, 24-33.
- Colantonio, A., Potter, R. B. (2006). *Urban Tourism and development in the socialist state*. London: ashgate.
- Bobic, S., & Akhavan, M. (2022). Tourism gentrification in Mediterranean heritage cities. The necessity for multidisciplinary planning. *Cities*, 124, 103616.
- Chin-Hsien Hsu, Hsiao-Hsien Lin and Shangwun Jhang, 2020, Sustainable Tourism Development in Protected Areas of Rivers and Water Sources: A Case Study of Jiuqu Stream in China, *Sustainability* 2020, 12, 5262; doi:10.3390/su12135262
- Eko Susanto, Mega Fitriani Adiwarna Prawira, Sri Raharso & Valentino Sumardi, 2022, Strategic Environmental Analysis of River-Based Special Interest Tourism Development in Sukabumi City, *International Journal of Social Science Research and Review* , VOL 5 NO 3 (2022): IJSSRR VOL 5 NO 3 2022 MARCH

Fei Meng,2022, Coordination between Tourism and Ecological Environment and High-Quality development: Based on the Study of the Yellow River Basin, , Mathematical Problems in Engineering, vol. 2022, Article ID 5653945, 9 pages, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/5653945>

Giorgio A, Jose BAH, Hernando SM, Andres VDD, Lucia LDO. (2018). Coastal Tourism Importance and Beach Users' Preferences: The "Big Fives" Criteria and Related Management Aspects. J Tourism Hospit 7: 347

Hilma Tamiami Fachrudin Mohammad Dolok Lubis,2016, Planning for Riverside Area as Water Tourism Destination to Improve Quality of Life Local Residents, Case Study: Batuan – Sikambing River, Medan, Indonesia, ASEAN-Turkey ASLI (Annual Serial Landmark International) Conferences on Quality of Life 2016, AMER International Conference on Quality of Life, AicQoL2016Medan, 25 – 27 February, 2016, Medan, Indonesia

