

عنوان مقاله:

برنامهریزی راهبردی توسعه گردشگری با روش SWOT (مطالعه موردی: شهر شیراز)

محل انتشار:

مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، دوره 23، شماره 3 (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسندگان:

زهرا هادیانی - استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

محسن احدنژاد - استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

شمساله کاظمیاد - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

حکیمه قنبری - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

خلاصه مقاله:

شهر شیراز یکی از مراکز جذب گردشگر در سطح ملی و بینالمللی در کشور ایران است. این شهر به دلیل نزدیکی به تخت جمشید، هر ساله میزبان تعداد زیادی از گردشگران داخلی و خارجی است. علاوه بر این، شیراز دارای آب و هوای مناسب و پتانسیلهای طبیعی با ارزشی است. لیکن تاکنون این شهر نتوانسته به جایگاه واقعی خود در عرصه جذب گردشگران دست یابد. در پژوهش حاضر به روش توصیفی - تحلیلی، با بکارگیری فرایند برنامهریزی راهبردی، ضمن پیجویی توانمندیها و کارکردهای گردشگری شهر شیراز و به منظور توسعه این کارکردها، اقدام به ارائه راهکارها و تعیین راهبردهای کاربردی در جهت توسعه گردشگری شده است. بر این اساس، ابتدا فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدها شناسایی شد. سپس برای مشارکتی کردن برنامهریزی آتی در ناحیه مورد مطالعه، از تکمیل پرسشنامه توسط مردم، مسئولان و گردشگران استفاده گردید، برای وزندهی به تک تک عوامل تاثیرگذار نیز از روش دلفی استفاده شده است. نتایج نشان دهنده آن است که راهبردهای قابل قبول در برنامهریزی گردشگری شهر شیراز، در اولویت اول راهبردها محافظه کارانه است و راهبردهای تهاجمی در اولویت دوم برنامهریزی قرار میگیرد. بدین منظور، نخست راهبردهای اولیه WO و سپس راهبردهای SO در ماتریس SWOT در اولویت انتخاب قرار گرفتند. در واقع راهبرد محافظهکارانهی WO ۲ با امتیاز ۱۶/۶ نشان دهنده بهترین راهبرد در توسعه گردشگری شهر شیراز تلقی میشود. برای دستیابی به این مهم، آشنا کردن مدیران هتلها و دفاتر خدمات مسافرتی با روشهای نوین تبلیغات و بازاریابی گردشگری، در اولویت است و موجب افزایش آگاهی علاقمندان به گردشگری از جاذبههای منحصر به فرد این منطقه میگردد. و به تبع افزایش تعداد گردشگران و افزایش مدت زمان اقامت گردشگران در شهر عملی میگردد. در عین حال راهبرد تهاجمی ۱ SO با امتیاز ۳/۷ به عنوان موثرترین راهبرد پس از راهبرد محافظه کارانه، قلمداد میشود. برای نیل به تحقق اهداف و توسعه گردشگری با بهرهگیری از این راهبرد، تقویت و افزایش میزان ارائه امکانات و خدمات در کنار جاذبهها و منابع گردشگری دارای اهمیت در سطح ملی و بینالمللی، با هدف جلب رضایت بیشتر گردشگران به ویژه گردشگران خارجی به منظور معرفی جایگاه واقعی کارکردهای تاریخی - تمدنی و فرهنگی شهر شیراز به سایر کشورها با هدف جذب هر چه بیشتر گردشگران خارجی و ایجاد اشتغال و درآمد پایدار پیشنهاد میشود.

کلمات کلیدی:

برنامهریزی راهبردی، توسعه گردشگری، SWOT، شهر شیراز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1199453>



