

عوامل مؤثر در توسعه گردشگری شهری کرمانشاه

مسعود تقوایی^۱، حمیدرضا وارثی^۲ و اعظم صفرآبادی^۳

چکیده

تنوع ابعاد و پیچیدگی‌های صنعت گردشگری، متناسب با مناطق جغرافیایی، زمینه‌های ویژه‌ای برای برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری ایجاد کرده است. در مناطق مستعد توسعه صنعت گردشگری، باید به دنبال عوامل محرک جریان گردشگری بود، توسعه گردشگری راه‌حل کلی برای رفع همه مسائل نیست، اما راهبردی مناسب، برای توسعه پایدار و کاهش محرومیت مناطق، پیش‌روی برنامه‌ریزان قرار خواهد داد. ضرورت پرداختن به مسأله گردشگری شهری، نیازهای پیش روی شهرنشینان؛ از جمله: زندگی آپارتمانی، شلوغی شهرها، یکنواختی محیط‌های شهری، استفاده از اوقات فراغت، گسترش خانه‌های دوم، آمایش مناطق اطراف شهرها و ... است. این تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی است. جمع‌آوری داده‌ها از طریق بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی انجام و به شناخت توان‌ها و قابلیت‌ها و محدودیت‌ها و نارسایی‌های گردشگری در شهر کرمانشاه پرداخته و در تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل SWOT استفاده شده است. یافته‌ها، نشان‌دهنده آن است که؛ شهر کرمانشاه به رغم برخوردار بودن از ظرفیت‌های بالای گردشگری در بخش‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی، با کمبود امکانات زیربنایی و رفاهی، ضعف تبلیغات، تعدد تصمیم‌گیران و مسایل مدیریتی، مواجه است، از سویی، وجود زمینه‌های اشتغال‌زایی، درآمدزایی ارزی و سرمایه‌گذاری محلی، قابلیت‌های توسعه گردشگری این شهر، هستند. شایان ذکر است: اصلاح نهادهای مدیریتی، تقویت تبلیغات، تعامل بیشتر بین مسئولان و سازمان‌های مرتبط با گردشگری و مردم، راهکارهای مهم توسعه پایدار گردشگری شهری در کرمانشاه است.

کلید واژگان: برنامه‌ریزی، گردشگری شهری، شهر کرمانشاه، SWOT.

۱. استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان

۲. دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان

۳. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان

مقدمه

با شروع قرن بیست و یکم صنعت گردشگری به یکی از پر درآمدترین صنایع دنیا تبدیل شده و رقابت فشرده‌ای میان بسیاری از کشورهای جهان برای جذب گردشگران به چشم می‌خورد؛ صنعت گردشگری به عنوان صنعتی پویا و با ویژگی‌های منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است (Unwto, 2007). گردشگری به عنوان فعالیتی که در دنیای امروزی توان اثرگذاری بر فرآیند توسعه متوازن و خردورزانه را در همه دنیا به نمایش گذاشته، مورد توجه طیف وسیعی از سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان نظام‌های سیاسی و مدیران اجرایی در کشورهای مختلف است. (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۸). نواحی شهری به علت جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. شهرها معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بناهای یاد بود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی، مراکز خرید، مناطق با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور را دارا هستند که خود گردشگران بسیاری را جذب می‌کند. علاوه بر این، حتی در صورتی که جاذبه‌های گردشگری در مناطق غیرشهری واقع، باشند از آنجا که شهرها به پیرامون خود خدمات می‌دهند در رابطه با گردشگری قرار می‌گیرند. به عبارت دیگر، محل سکونت، سرو غذا، ارتباطات حمل و نقل، و سایر خدمات گردشگری در شهرها واقع‌اند که بازدیدکنندگان از مناطق اطراف شهر، و خود شهر از آنها استفاده می‌کنند (پاپلی یزدی و همکار، ۱۳۸۵: ۱۸۸). شهرها به عنوان مبدأ توریست فرست و هم به عنوان مقصد توریست‌پذیر محسوب می‌شوند. بیشتر شهرها و به ویژه شهرهای قدیمی و پایتخت‌ها این چنین نقشی را دارا هستند. متروپل‌های بزرگ و پایتخت‌های کشورهای صنعتی نیز به علت دارا بودن نقش‌های مختلف، جذابیت خاصی برای مسافران و جهانگردان بین‌المللی دارند. برگزاری نمایشگاه‌ها، مراسم هنری، فرهنگی، ورزشی، مسابقات علمی، کنگره‌ها و سمینارها در شهرهای بزرگ از جمله جاذبه‌های گردشگری شهری به حساب می‌آیند (رضوانی، ۱۳۷۳: ۱۰). گردشگران شهری از ویژگی‌های مختلفی برخوردارند. به طور عمده و کلی گردشگری شهری با دو انگیزه و هدف اصلی پنداشته می‌شود که در واقع آنها خیلی متفاوت هستند و عبارتند از: تجارت و فرهنگ (۱۶۸: ۱۹۹۶، low). اهداف گردشگری پایدار،

بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان، رعایت برابری یا مساوات بین دو نسل و درون یک نسل، حفظ کیفیت محیط زیست از طریق حفظ سیستم زیست محیطی، حفظ یکپارچگی و انسجام فرهنگی و همبستگی اجتماعی بین جوامع و ایجاد تسهیلات و امکانات است؛ به گونه‌ای که دیدار کنندگان بتوانند تجربه‌های ارزشمندی کسب کنند (گی، ۱۳۸۶: ۳۱۵). برای دستیابی به توسعه گردشگری به عواملی، نظیر؛ ساختار مناسب سازمانی، برنامه‌ریزی و آموزش نیروی انسانی، قوانین و مقررات گردشگری و جذب سرمایه نیاز است. برای دستیابی به توسعه پایدار در صنعت گردشگری وجود مدیریتی توانا و منسجم و هماهنگی بین بخش‌های دولتی و خصوصی حائز اهمیت است (مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۲: ۷). شهر کرمانشاه، با دارا بودن جاذبه‌های کم‌نظیر گردشگری، از جمله؛ طبیعی، فرهنگی، تاریخی و ... می‌تواند نقش مهمی در زمینه‌های توسعه گردشگری شهری، با توجه به موقعیت جغرافیایی خود، ایفا نماید. در سال‌های اخیر اقداماتی در این زمینه صورت گرفته است اما با توجه به تنوع جاذبه‌ها و توان‌های شهر کرمانشاه، کارهای انجام شده رضایت‌بخش نبوده است. اهمیت و ضرورت گسترش فعالیت‌های گردشگری در شهر کرمانشاه؛ تسریع در عمران و انجام پروژه‌های هدفمند و با برنامه، جذب گردشگران بیشتر به منظور درآمدزایی برای ساکنان محلی و ایجاد اشتغال، افزایش تعاملات فرهنگی بین مردم منطقه و گردشگران، شناسایی مکان‌های طبیعی بکر با ارزش اکوتوریستی بالا و معرفی آنها به علاقه‌مندان برای بازدید و جلوگیری از تخریب جاذبه‌های گردشگری به ویژه جاذبه‌های طبیعی است.

پیشینه پژوهش

سفر و گردشگری آن‌چنان که امروزه آن را می‌شناسیم و فعالیتی اجتماعی، پیوندخورده با زندگی مردمان در سراسر جهان است، همواره از چنین گستردگی برخوردار نبوده است. شرایط سیاسی، اقتصادی - اجتماعی و منابع موجود در اختیار بشر، در اعصار گوناگون، بر نگرش انسان و عمل او در خصوص موضوع سفر اثرگذار بوده است (رنجبریان، ۱۳۸۴: ۲۷). هدایی (۱۳۷۷)، در پایان‌نامه خود با عنوان بررسی جاذبه‌های گردشگری شهرستان کرمانشاه، به بررسی جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری پرداخته و نقش این پیامدها را در توسعه منطقه، مورد بررسی قرار داده است؛ نوری کرمانی و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهشی

با عنوان گردشگری شهری و پیوند عملکردی آن با اکوتوریسم؛ سکونتگاه‌های شهری را از نظر فعالیت‌های گردشگری به دلایل متعددی چون مقصد، مسیر عبور و مراکز ارایه خدمات برای گردشگران دارای اهمیت، و حجم ورودی بالای گردشگران به استان کردستان در هر سال را نشان از وجود ظرفیت‌های بالای جذب گردشگران دانسته‌اند؛ فرجی‌راد و همکار (۱۳۸۹)، در پژوهشی با عنوان رویکردهای تحلیلی در توسعه پایدار گردشگری شهری، به بررسی و شناسایی جایگاه و اهمیت گردشگری شهری، بررسی مفاهیم و روند تکاملی آن، و فرآیندهای مربوط به راهبردهای توسعه پایدار گردشگری شهری و ارزیابی ارتباط بین توسعه شهری و گردشگری و همچنین پیامدها و آثار مثبت و منفی این نوع گردشگری پرداخته است؛ لیاقتی و همکاران، (۱۳۸۹)، در پژوهشی با عنوان واکاوی ویژگی‌ها و الگوی فراغت در گردشگری شهری، معتقدند که گردشگری شهری دارای نیروی بالا در جذب گردشگران و به تبع آن جذب منافع مالی و فرصت‌های شغلی است و بسیاری از شهرهای ایران از جمله تهران، به دلیل بهرمندی از شرایط اقلیمی متنوع، نیروی بالایی را در جذب گردشگری شهری دارند؛ تقوایی و همکاران (۱۳۹۰)، در پژوهشی با عنوان بررسی عوامل مؤثر در پایداری گردشگری شهری با تأکید بر بهسازی و احیای بافت‌های شهری؛ معتقدند با توجه به توسعه گردشگری به خصوص گردشگری فرهنگی، بافت‌های مرکزی و فرسوده شهرها باید مورد توجه قرار گیرند و برای رفع مشکلات گردشگران و ساکنان، الگوی مناسبی برای احیای مجدد مراکز شهری ارائه شود.

تعاریف و مفاهیم

برنامه‌ریزی گردشگری

پیرامون برنامه‌ریزی گردشگری در شهرها قبل از هرگونه برنامه‌ریزی، ضروری است که سیاست‌گذاری‌های گردشگری شهری، در راستای سیاست‌های منطقه‌ای و ملی کشور تدوین شوند. این سیاست‌گذاری‌ها رهنمون کلی بخش دولتی در مورد دلایل توسعه گردشگری و نحوه سرمایه‌گذاری بخشی برای برنامه‌ریزی گردشگری است. سیاست‌گذاری در سطح شهرها، می‌تواند توسط مدیران شهری و مشارکت مردم محلی، با تأکید بر ارزش‌های مذهبی و

موازن توسعه پایدار تدوین گردد (بوچانی، ۱۳۸۳: ۴۷). توسعه این صنعت فرایند پیچیده‌ای است که عوامل بین‌المللی و ملی و گروه‌های درگیر با سیاست دولت، برنامه‌ریزان و قانون‌گذاران را دربر می‌گیرد (Tefler, 2008: 80) در کشور ما فقدان مدیریت متمرکز برای سیاست‌گذاری‌های عمده، برنامه‌ریزی، بازاریابی، کنترل و ارزشیابی در سطح کلان، نامشخص بودن حدود و سقور بخش‌های عمومی، خصوصی و نهادهای کشور در گردشگری، و مداخلات افراد متفرقه در مسائل گردشگری اعم از افراد عادی یا وابسته به نهادهای گوناگون که در این زمینه مسئولیت ندارند، مشکلات و دشواری‌های سازمان گردشگری است (وارثی، ۱۳۷۴: ۲۱۵).

گردشگری شهری

محل و هر چه که یک محل را تعریف می‌کند موضوعی اجتماعی است. گردشگری شهری نیز با نظریه‌ها و فعالیت‌های مربوط به محل، پیوندی نزدیک دارد. و حفظ میراث شهری، نظیر طرح‌های ساخت و بازسازی آب کنارها در شهرها متأثر از روابط قدرت درون و بیرون یک جامعه است. گذشته و آثار تاریخی شهر به شاهکارهای هنری تبدیل می‌شوند، زیرا همه فراموش می‌کنند که چه رابطه‌ای میان وضعیت فعلی و قبلی شهر وجود دارد (هال و جنکینز، ۱۳۸۲: ۷۹). محیط‌های شهری در سراسر جهان برای سالیان متمادی در زمره بیشترین جاذبه‌ها برای همه اهداف گردشگری بوده است (Edwards, 2008: 1032). نخستین شرط موفقیت هر شهر در توسعه گردشگری شهری، وجود زیرساختهای مناسب شهری و مدیریت عاقلانه و مدبرانه در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و مانند اینها است. دومین شرط برای تضمین موفقیت سیاست توسعه گردشگری شهری، تنسيق و آمایش جاذبه‌های شهر و ایجاد تسهیلات و امکاناتی است که دسترسی به جاذبه‌ها را بیش از پیش آسان سازد (دیناری، ۱۳۸۴: ۱۵).

گردشگری پایدار شهری

تحقق گردشگری پایدار شهری، نیازمند شهری پایدار و انسان‌هایی با کنش‌های فرهنگ شهرنشینی است. آنچه در توسعه گردشگری پایدار شهری بر آن تأکید می‌شود علاوه بر رهاوردهای

اقتصادی و اجتماعی این صنعت برای شهروندان و شهرها، اهمیت به تداوم برنامه‌های توسعه گردشگری در زمان (توجه به نسل‌های آینده) و آثار توسعه در مکان جغرافیایی (اثرات زیست محیطی) است (تقوایی، ۱۳۸۸: ۸۲). برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری وظیفه تعداد زیادی از سازمان‌های دولتی و خصوصی است که به طور مستقیم و یا غیرمستقیم در امر گردشگری دخالت دارند. بخش دولتی با ارائه خدمات، تنظیم و اجرای سیاست‌ها توسعه گردشگری شهری را به عهده دارد. برای افزایش فواید حاصل از توسعه گردشگری و کاهش آثار منفی در جوامع پذیرای گردشگری، برنامه‌ریزی و مدیریت کارآمد لازم است. این امر نیازمند برنامه‌ریزی‌های هماهنگ و حساب شده است تا این اطمینان حاصل شود که گردشگری راهی برای دستیابی به توسعه پایدار در نواحی شهری است. مشارکت جوامع و همه افراد و سازمان‌های ذیربط و طرح‌های مفید مدیریت گردشگری از ارکان ضروری روند برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری است (شیراسب، ۱۳۸۶: ۷).

محدوده پژوهش

شهر کرمانشاه در طول جغرافیایی ۴۷ درجه و ۴ دقیقه و عرض جغرافیایی ۳۴ درجه و ۱۶ دقیقه، با وسعت تقریبی ۷۹۸۳ کیلومترمربع به عنوان شهر مرکز شهرستان کرمانشاه دارای اهمیت استراتژیک است بعد مسافت از این شهر تا مرز خسروی، مرکز استان کردستان، مرکز استان همدان و مرکز استان لرستان با اندکی تفاوت تقریباً به یک اندازه است (فرهنگ جغرافیایی شهرستان‌های کشور، ۱۳۷۹: ۱۵). این شهر دارای چهار بخش، سیزده دهستان و ۸۱۵ روستا و جمعیتی بالغ بر ۹۰۳۳۰۶ نفر است (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵). شهر کرمانشاه از شهرهای تاریخی و فرهنگی پر قدمت ایران است و به دلیل قرارگیری در تقاطع دو محور شمال به جنوب و غرب به شرق و نیز همجواری با کشور عراق و واقع شدن در مسیر کربلا و عتبات عالیات از اهمیت بسیاری برخوردار است (شهام، ۱۳۸۴: ۱۴۰).

روش تحقیق

این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی است. جمع‌آوری داده‌ها، از طریق بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی انجام و با توجه به اطلاعات به دست آمده، به بررسی جاذبه‌ها، امکانات، خدمات و وضعیت کلی گردشگری در منطقه پرداخته شده است، در تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل SWOT استفاده شده است که به این منظور، محیط داخلی (نقاط قوت و ضعف) و محیط خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) منطقه مطالعه و اطلاعات از گردشگران و مسئولان مرتبط با گردشگری در شهر کرمانشاه (به عنوان جامعه میزبان)، به وسیله پرسشنامه، جمع‌آوری شد و با وزندهی به موارد، به تکمیل ماتریس SWOT و در نهایت، به ارایه راهبردها و استراتژی‌های مناسب توسعه گردشگری شهری کرمانشاه پرداخته شد.

تکنیک SWOT

تکنیک یا ماتریس swot، که گاهی tows نیز نامیده می‌شود، ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت‌های موجود در محیط خارجی یک سیستم و بازشناسی ضعف‌ها^۳ و قوت‌های^۴ داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبرد برای هدایت و کنترل آن سیستم است. این روش (SWOT) نتیجه مستقیم مدل دانشکده تجاری‌هاروارد است. در واقع، این روش بهترین استراتژی برای سازمان‌هاست (مرادی مسیحی، ۱۳۸۱: ۴۰). این تکنیک ابزاری برای تحلیل وضعیت و تدوین راهبرد است و این امور از طریق:

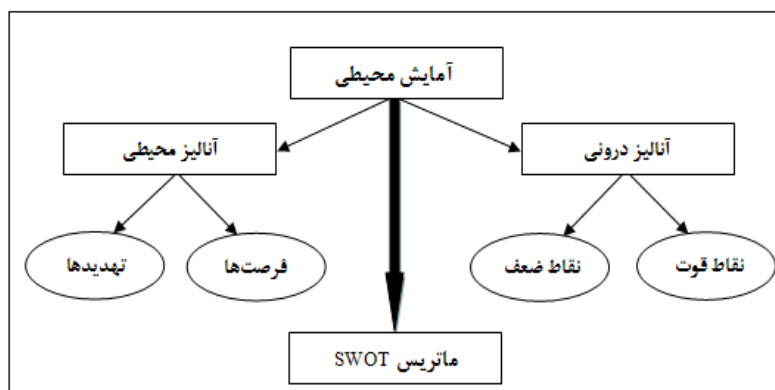
بازشناسی و طبقه‌بندی قوت‌ها و ضعف‌های درونی سیستم؛ بازشناسی و طبقه‌بندی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در محیط خارج سیستم؛ تکمیل ماتریس سوات؛ و تدوین راهبردهای گوناگون برای هدایت سیستم در آینده؛ صورت می‌گیرد (گلکار، ۱۳۸۴: ۴۹). برای ساختن ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، ضعف‌ها و قوت‌ها باید هشت مرحله را طی کرد:

-
1. Threats
 2. Opportunities
 3. Weaknesses
 4. Strengths

تنظیم فهرستی از فرصت‌های عمده‌ای که در محیط خارجی سازمان وجود دارد؛ تنظیم فهرستی از تهدیدهای عمده موجود در محیط خارج سازمان؛ تنظیم فهرستی از نقاط قوت داخلی و عمده سازمان؛ تنظیم فهرستی از نقاط عمده ضعف داخلی سازمان؛ مقایسه نقاط قوت داخلی و فرصت‌های خارجی با هم؛ مقایسه نقاط ضعف داخلی با فرصت‌های موجود در خارج؛ مقایسه نقاط قوت داخلی با تهدیدهای خارجی و مقایسه نقاط ضعف داخلی با تهدیدهای خارجی (فرد آر، ۱۳۸۰: ۳۶۴ - ۳۶۶).

بررسی محیطی

قبل از این که یک سازمان بتواند مرحله تدوین را آغاز کند، باید محیط بیرونی خود را بررسی و پویا کند تا بتواند فرصت‌ها و تهدیدهای بالقوه را کشف کند، همچنین باید محیط داخلی را کاوش کند تا بتواند به نقاط قوت و ضعف خود پی ببرد. بررسی محیطی عبارت است از: نظارت، ارزیابی و نشر اطلاعات به دست آمده مربوط به محیط‌های داخلی و خارجی سازمان، میان افراد کلیدی و مؤثر آن سازمان (هانگر و آل، ۱۳۸۱: ۶۰-۶۱). به طور کلی، چارچوب تحلیل SWOT در این پژوهش به صورت زیر است:



شکل ۱. چارچوب تحلیل SWOT (محمدی ده‌چشمه و زنگی‌آبادی، ۱۳۸۷: ۳)

تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهری کرمانشاه شرایط طبیعی، مورفولوژیک، عناصر اقلیمی همراه با ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهر

کرمانشاه، اشکال گوناگون و متنوعی از فضاهای شهری و روستایی را به وجود آورده‌اند که هر کدام به لحاظ کارکردهای طبیعی و فرهنگی از سایر نواحی متمایزند. در این مقاله، به بررسی عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری و نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای آن در شهر کرمانشاه پرداخته شده، تا با ایجاد دیدی علمی و مبتنی بر واقعیت‌های موجود، ضمن شناسایی عوامل دخیل در گسترش گردشگری، به ارایه راهبردهای اجرایی توسعه گردشگری این شهر پرداخته شود. مدل سوات یکی از روش‌های مورد استفاده برای سازماندهی عوامل خارجی در قالب مقوله‌های فرصت‌ها و تهدیدها و عوامل داخلی اعم از قوت‌ها و ضعف‌هاست. این روش به تجزیه و تحلیل عوامل اثرگذار و فراروی یک سیستم (شهر، منطقه، روستا و غیره) با استفاده از امتیازدهی به هر یک از عوامل، می‌پردازد. برای بررسی چگونگی اثرگذاری عوامل بر کارکردهای گردشگری و تحلیل آن مراحل ذیل انجام می‌شود: (جدول ۱)

در ستون یک (عوامل خارجی و داخلی): مهم‌ترین قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی سیستم معرفی می‌شوند

در ستون دو (وزن): به هر یک از این عوامل و بر اساس اثر احتمالی آنها بر موقعیت استراتژیک فعلی سیستم (بر اساس نتایج یافته‌های حاصل از شناخت و تجزیه و تحلیل وضع موجود) وزنی از یک (مهم‌ترین) تا صفر (بی اهمیت‌ترین) داده می‌شود. وزن بیشتر نشان‌دهنده اثرگذاری بیشتر بر موقعیت کنونی و آینده سیستم خواهد بود (جمع ستون ۲ بدون توجه به تعداد عوامل، ۱ است). در ستون سه (درجه بندی): به هر عامل و بر اساس اهمیت و موقعیت کنونی سیستم، امتیازی از ۵ (بسیار خوب) تا ۱ (ضعیف)، (بر اساس نتایج یافته‌های حاصل از شناخت و تجزیه و تحلیل وضع موجود) داده می‌شود. این درجه‌بندی نشان‌دهنده چگونگی پاسخ سیستم به عوامل خارجی است.

در ستون چهار (امتیاز وزنی): وزن را در درجه هر عامل ضرب (ستون ۲ ضرب در ستون ۳) تا به این وسیله امتیاز وزنی به دست آید. به این ترتیب، برای هر عامل، یک امتیاز وزنی از ۱ تا ۵ به دست می‌آید، که به طور متوسط این امتیاز عدد ۳ است.

سرانجام، امتیازات وزنی همه عوامل خارجی و داخلی در ستون ۴ به طور جداگانه با یکدیگر جمع و امتیاز وزنی محاسبه می‌شود. امتیاز وزنی کل نشان می‌دهد که یک سیستم چگونه به

عوامل و نیروهای موجود و بالقوه در محیط بیرونی‌اش پاسخ می‌دهد. همیشه متوسط امتیاز وزنی کل در یک سیستم در یک زمینه، عدد ۳ است (هانگر و ویلن، ۱۳۸۴: ۹۲-۹۰)، چنانچه بالاتر از آن باشد، اهمیت آن بیشتر و اگر کمتر از آن باشد، از اهمیت و اثرگذاری کمتری برخوردار است.

نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی^۱ مؤثر بر گردشگری شهر کرمانشاه (EFAS)

برای سازماندهی عوامل خارجی در قالب مقوله‌های فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی سیستم، با استفاده از عامل درجه‌بندی و اهمیت هر یک از فرصت‌ها و تهدیدها و با توجه به میزان اثرگذاری آنها بر کارکردهای شهری کرمانشاه، امتیازها محاسبه و به شرح جدول ذیل تعیین گردید:

جدول ۱. نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (فرصت‌ها) O

امتیاز وزنی	درجه‌بندی	وزن	فرصت‌ها
۰/۳۶	۴	۰/۰۹	۱- اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد ارزی برای کشور
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۲- امکان ایجاد بازارهای منطقه‌ای
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۳- نزدیکی به کشورهای حاشیه غرب کشور به ویژه عراق
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۴- قابلیت تبدیل شدن به مرکز پزشکی درمانی کشورهای منطقه
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۵- گسترش فرودگاه و تعدد پروازهای خارجی و داخلی
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۶- گسترش پایانه‌های مسافربری
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۷- گسترش اماکن اقامتی به ویژه برای پذیرایی از زائران عتبات عالیات
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۸- مبادلات تجاری- فرهنگی با کشورهای همسایه
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۹- سرمایه‌گذاری در تأسیسات زیربنایی و روبنای
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۱۰- برپایی نمایشگاه‌های بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای
۱/۶۴	---	۰/۵۳	جمع

1. External factors analysis summary(EFAS)

جدول ۲. نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (تهدیدها) T

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	تهدیدها
۰/۲۱	۴	۰/۰۷	۱- تبلیغات منفی در سطح جهانی علیه ایران
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۲- وجود ذهنیت‌های منفی راجع به قوم کرد
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۳- دگرگونی در ساختار جامعه
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	۴- تهدیدهای زیست محیطی و ایجاد خسارت به آثار تاریخی، طبیعی و فرهنگی
۰/۳۰	۵	۰/۰۶	۵- مهاجر فرست بودن منطقه
۰/۴۰	۵	۰/۰۸	۶- درصد بالای بیکاری در منطقه
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۷- پراکنش نامناسب فصلی بازدید کنندگان
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۸- عدم سرمایه‌گذاری کافی در بخش گردشگری
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۹- کافی نبودن امکانات بهداشتی درمانی تخصصی
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۱۰- آثار مخرب جنگ تحمیلی بر منطقه
۱/۷۵	---	۰/۴۷	جمع*

* شایان ذکر است که جمع کل وزن امتیازات عوامل خارجی ۱ و امتیاز وزنی آنها ۳/۳۹ بوده است.

با توجه به جداول فوق مهم‌ترین فرصت‌هایی که شهر کرمانشاه در زمینه توسعه گردشگری از دیدگاه پرسش شوندگان (مسئولان شهری، مردم محلی و گردشگران) با آن رو به روست عبارتند از: اشتغال‌زایی که با امتیاز وزنی ۰/۳۶ به عنوان اولین فرصت شناخته شده است، قابلیت تبدیل شدن به مرکز پزشکی درمانی کشورهای منطقه با امتیاز وزنی ۰/۲۸ به عنوان دومین فرصت پیش رو و امکان ایجاد بازارهای منطقه‌ای و مبادلات تجاری- فرهنگی با کشورهای همسایه با امتیاز وزنی ۰/۱۸ در اولویت‌های بعدی قرار دارند. در عین حال، مؤلفه‌های درصد بالای بیکاری در منطقه با امتیاز وزنی ۰/۴۰ به عنوان مهم‌ترین تهدید، مهاجر فرست بودن منطقه با امتیاز وزنی ۰/۳۰ به عنوان دومین عامل و وجود ذهنیت‌های منفی راجع به قوم کرد با امتیاز وزنی ۰/۲۱ مهم‌ترین تهدیدهای اثرگذار در توسعه گردشگری کرمانشاه هستند.

نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری شهر کرمانشاه (IFAS)^(۱) برای سازماندهی و طبقه‌بندی عوامل داخلی در دو مقوله نقاط قوت و ضعف، به منظور ارزیابی روش مدیریت و واکنش سیستم به این عوامل خاص، با توجه به اهمیت مورد انتظار در گردشگری کرمانشاه، بررسی و ضرایب تأثیر آنها به تفکیک جدول زیر تعیین گردید.

جدول ۳. نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (قوت‌ها) S

امتیاز وزنی	درجه‌بندی	وزن	قوت‌ها
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	۱- آثار تاریخی و میراث فرهنگی غنی
۰/۴۵	۵	۰/۰۹	۲- طبیعت بکر و توان‌های طبیعی و اکوتوریستی بالا
۰/۲۱	۳	۰/۰۷	۳- آب و هوای مطبوع و دلچسب
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۴- قابلیت‌های بالای منطقه برای جذب سرمایه‌گذاری در گردشگری
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۵- قرارگیری در نوار غربی کشور و همسایگی کشورهای عربی
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۶- برخورداری از زیرساخت‌های حمل و نقل مناسب و امکان توسعه آنها
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۷- موقعیت مناسب جغرافیایی
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۸- قرارگیری در نوار ترانزیت غرب کشور
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۹- جاذبه‌های ورزشی و تفریحی
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۱۰- وجود دشت‌ها و نواحی هموار متعدد برای ایجاد اماکن گردشگری
۱/۷۴	---	۰/۵۴	جمع

از دیدگاه پرسش شوندگان مهم‌ترین نقاط قوت شهر کرمانشاه در زمینه گردشگری، عبارتند از: طبیعت بکر و توان‌های طبیعی و اکوتوریستی بالا با امتیاز وزنی ۰/۴۵، آثار تاریخی و میراث فرهنگی غنی با امتیاز وزنی ۰/۳۲، آب و هوای مطبوع و دلچسب با امتیاز وزنی ۰/۲۱ است. همچنین از نظر پرسش شوندگان: عدم معرفی صحیح جاذبه‌های گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۳۲، عدم استفاده از توان‌های منطقه در ایجاد اشتغال با امتیاز وزنی ۰/۲۸، ضعف مدیریتی و عدم ثبات در مدیریت با امتیاز وزنی ۰/۲۷ مهم‌ترین نقاط ضعف بوده‌اند.

جدول ۴. نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (ضعف‌ها) W

امتیازوزنی	درجه‌بندی	وزن	ضعف‌ها
۰/۲۷	۴	۰/۰۷	۱- ضعف مدیریتی و عدم ثبات در مدیریت
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	۲- عدم معرفی صحیح جاذبه‌های گردشگری
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۳- کمبود اماکن اقامتی متناسب برای همه اقشار گردشگران
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	۴- نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۵- عدم توجه کافی به مبلمان شهری و به روز کردن طراحی مبلمان شهری
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۶- عدم هماهنگی سازمان‌های مرتبط با گردشگری با مردم
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۷- کافی نبودن امکانات رفاهی به ویژه در مناطق طبیعی
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۸- عدم طراحی مناسب در مکان‌های طبیعی برای جذب بیشتر گردشگر
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۹- عدم استفاده از توان‌های منطقه در ایجاد اشتغال
۰/۰۶	۳	۰/۰۲	۱۰- کمبود علائم راهنمایی برای هدایت گردشگران به مکان موردنظر
۱/۵۵	---	۰/۴۶	جمع*

* شایان ذکر است که جمع کل وزن امتیازات عوامل خارجی ۱ و امتیاز وزنی آنها ۳/۲۹ بوده است.

تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک^۱

با استفاده از جدول‌های تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی و ترکیب آنها، مهم‌ترین عوامل استراتژیک در گردشگری شهر کرمانشاه ارایه شده است. در واقع، با تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک، برنامه‌ریزانی که تصمیم‌های استراتژیک را اتخاذ می‌کنند، می‌توانند نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها را به تعداد کمتری از عوامل محدود نمایند. این کار با بررسی دوباره وزن‌های هر یک از عوامل موجود در جدول‌های تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی، انجام گرفته است. در واقع، سنگین‌ترین عوامل موجود در این دو جدول از حیث وزن، باید به جدول تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک منتقل شوند (هانگر و ویلن، ۱۳۰: ۸۶-۱۲۷). این مهم در خصوص عوامل استراتژیک اثرگذار بر گردشگری کرمانشاه در جدول زیر خلاصه شده است:

1. Strategic factors analysis summary(SFAS)

جدول ۵. تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS)

برنامه ریزی			امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	عوامل استراتژیک	
بلند مدت	میان مدت	کوتاه مدت					
*	*		۰/۴۵	۵	۰/۰۹	S1 طبیعت بکر و توان‌های طبیعی و اکوتوریستی	فرصت‌های داخلی S
*		*	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	S2 آثار تاریخی و میراث فرهنگی غنی	
*	*	*	۰/۲۱	۳	۰/۰۷	S3 آب و هوای مطبوع و دلچسب	
*	*	*	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	W1 عدم معرفی صحیح جاذبه‌های گردشگری	تهدیدهای داخلی W
*	*		۰/۲۸	۴	۰/۰۷	W2 ضعف مدیریتی و عدم ثبات در مدیریت	
*		*	۰/۲۰	۴	۰/۰۷	W3 عدم استفاده از توان‌های منطقه در ایجاد اشتغال	
*	*		۰/۲۰	۴	۰/۰۵	W4 عدم طراحی مناسب در مکان‌های طبیعی برای جذب گردشگر	
*			۰/۳۶	۴	۰/۰۹	O1 اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد ارزی برای کشور	فرصت‌های خارجی O
*		*	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	O2 قابلیت تبدیل شدن به مرکز پزشکی درمانی کشورهای منطقه	
*		*	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	O3 امکان ایجاد بازارهای منطقه‌ای	
*	*		۰/۱۸	۳	۰/۰۶	O4 مبادلات فرهنگی با کشورهای همسایه	
*		*	۰/۴۰	۵	۰/۰۸	T1 درصد بالای بیکاری در منطقه	تهدیدهای خارجی T
*	*		۰/۲۸	۴	۰/۰۷	T2 تبلیغات منفی در سطح جهانی علیه ایران	
*		*	۰/۳۰	۵	۰/۰۶	T3 مهاجر فرست بودن منطقه	
-----			۴	-----	۱	جمع	

با تداخل هر یک از عوامل بر یکدیگر، به تدوین راهبردهای مختلف رقابتی / تهاجمی (SO)، تنوع (ST)، بازنگری (WO) و بالاخره راهبردهای تدافعی (WT) پرداخته می‌شود:

تدوین راهبردها

راهبردهای رقابتی / تهاجمی (SO): در این راهبردها تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است که عبارتند از:

- گسترش استفاده از جاذبه‌های طبیعی و توان‌های اکوتوریستی منطقه از جمله سراب‌ها، تالاب‌ها، غارها و دریاچه‌ها؛

- تعریف کاربری‌های به روز و جذاب و متناسب با استفاده‌کنندگان امروزی برای امکان تاریخی و قدیمی؛
- ایجاد زمینه‌های اشتغال با توجه به توسعه برنامه‌های گردشگری؛
- ایجاد و گسترش امکانات درمانی بهداشتی برای خدمات‌رسانی به مردم منطقه و کشورهای همجوار؛
- ایجاد بازارهای منطقه‌ای.

راهبردهای تنوع (st): در تنوع بخشی بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی تمرکز شده که شامل موارد ذیل است:

- تلاش برای کاهش نرخ بیکاری منطقه از طریق فراهم آوردن زمینه‌های اشتغال به خصوص در زمینه گردشگری و ایجاد خدمات متناسب از این طریق؛
- تلاش در ختنی سازی اثرات مخرب تبلیغات منفی در سطح جهانی بر ضد کشور به خصوص برای جذب بیشتر گردشگر؛
- برنامه‌ریزی در محیط‌های طبیعی و فرهنگ برای ایجاد اشتغال و کاهش نرخ بیکاری و مهاجر فرست بودن منطقه.

راهبردهای بازنگری (wo): ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی برای رفع نقاط ضعف فراروی این ناحیه گردشگری بر موارد ذیل تأکید شده است:

- بهبود و ارتقای خدمات گردشگری از لحاظ علمی، درمانی، تجاری و تفریحی؛
- سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی در زمینه ایجاد و گسترش خدمات گردشگری برای گردشگران داخلی و خارجی.

راهبردهای تدافعی (wt): این راهبردها بر رفع آسیب‌پذیری گردشگری شهر کرمانشاه تأکید داشته، عبارتند از:

- تدوین مقررات و ضوابط در زمینه توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش‌های گردشگری و همچنین ثبات در مدیریت برای اجرای درست طرح‌های بلند مدت.
- جلب مشارکت‌های مردمی در ترویج، حفاظت و بهره‌مندی پایدار از منابع طبیعی و تاریخی - فرهنگی گردشگری منطقه و جلوگیری از تخریب‌های زیست محیطی و تاریخی - فرهنگی آن؛
- ارتقای سطح بهداشت در منطقه و احداث بیمارستان‌های تخصصی مدرن و به کارگیری پزشکان متخصص و تجهیز مراکز فعلی برای جذب مسافرانی که خواهان محصولات گردشگری علمی و پزشکی هستند.

جدول ۶. ماتریس SWOT و نحوه تعیین استراتژی‌ها

نقاط ضعف داخلی W	نقاط قوت داخلی S	ماتریس SWOT
استراتژی‌های بازنگری WO	استراتژی‌های رقابتی/تهاجمی SO	فرصت‌های خارجی O
استراتژی‌های تدافعی WT	استراتژی‌های تنوع ST	تهدیدهای خارجی T

جدول ۷. ماتریس راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری در شهر کرمانشاه

ضعف‌های داخلی W	قوت‌های داخلی S	تحلیل SWOT درونی بیرونی
۱- ضعف مدیریتی و عدم ثبات در مدیریت ۲- عدم معرفی صحیح جاذبه‌های گردشگری ۳- کمبود امکان اقامتی متناسب برای همه اقشار گردشگران ۴- نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی ۵- عدم توجه کافی به مبللمان شهری و به روز کردن طراحی مبللمان شهری ۶- عدم هماهنگی سازمان‌های مرتبط با گردشگری با مردم ۷- کافی نبودن امکانات رفاهی به ویژه در مناطق طبیعی ۸- عدم طراحی مناسب در مکان‌های طبیعی برای جذب بیشتر گردشگر ۹- عدم استفاده از توان‌های منطقه در ایجاد اشتغال ۱۰- کمبود علائم راهنمایی برای هدایت گردشگران به مکان مورد نظر	۱- آثار تاریخی و میراث فرهنگی غنی ۲- طبیعت بکر و تون‌های طبیعی و اکوتوریستی بالا ۳- آب و هوای مطبوع و دلچسب ۴- قابلیت‌های بالای منطقه برای جذب سرمایه‌گذاری در گردشگری ۵- قرار گیری در نوار غربی کشور و همسایگی کشورهای عربی ۶- برخورداری از زیرساخت‌های حمل و نقل مناسب و امکان توسعه آنها ۷- موقعیت مناسب جغرافیایی ۸- قرار گیری در نوار ترانزیت غرب کشور ۹- جاذبه‌های ورزشی و تفریحی ۱۰- وجود دشت‌ها و نواحی هموار متعدد برای ایجاد امکان گردشگری	فرصت‌های خارجی O ۱- اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد ارزی برای کشور ۲- امکان ایجاد بازارهای منطقه‌ای ۳- نزدیکی به کشورهای حاشیه غرب کشور به ویژه عراق ۴- قابلیت تبدیل شدن به مرکز پزشکی درمانی کشورهای منطقه ۵- گسترش فرودگاه و تعدد پروازهای خارجی و داخلی ۶- گسترش پایانه‌های مسافربری ۷- گسترش امکان اقامتی به ویژه برای پذیرایی از زائران عتبات عالیات ۸- مبادلات فرهنگی با کشورهای همسایه ۹- سرمایه‌گذاری در تأسیسات زیربنایی و رهنمایی ۱۰- برپایی نمایشگاه‌های بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای
استراتژی بازنگری (WO) ۱- بهبود و ارتقای خدمات گردشگری از لحاظ علمی، درمانی، تجاری و تفریحی ۲- سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی در زمینه ایجاد و گسترش خدمات گردشگری برای گردشگران داخلی و خارجی	استراتژی رقابتی/ نهاجمی (SO) ۱- گسترش استفاده از جاذبه‌های طبیعی و توان‌های اکوتوریستی منطقه از جمله سراب‌ها، تالاب‌ها، غارها و دریاچه‌ها ۲- تعریف کلیدی‌های به روز و جذاب و متناسب با استفاده کنندگان لروزی برای امکان تاریخی و قدیمی ۳- ایجاد زمینه‌های اشتغال با توجه به توسعه برنامه‌های گردشگری ۴- ایجاد و گسترش امکانات درمانی بهداشتی منطقه برای خدمات رسانی به مردم منطقه و کشورهای همجوار ۵- ایجاد بازارهای منطقه‌ای	تهدیدهای خارجی T ۱- تبلیغات منفی در سطح جهانی علیه ایران ۲- وجود ذهنیت‌های منفی راجع به قوم کرد ۳- دگرگونی در ساختار جامعه ۴- تهدیدهای زیست محیطی و ایجاد خسارت به آثار تاریخی طبیعی و فرهنگی ۵- مهاجر فرست بودن منطقه ۶- درصد بالای بیکاری در منطقه ۷- پراکنش نامناسب فصلی بازدید کنندگان ۸- عدم سرمایه‌گذاری کافی در بخش گردشگری ۹- کافی نبودن امکانات بهداشتی درمانی تخصصی ۱۰- آثار مخرب جنگ تحمیلی بر منطقه
استراتژی تلفیقی (WT) ۱- تدوین مقررات و ضوابط در زمینه توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش‌های گردشگری و همچنین ثبات در مدیریت برای اجرای درست طرح‌های بلند مدت. ۲- جلب مشارکت‌های مردمی در ترویج، حفاظت و بهره‌مندی پایدار از منابع طبیعی و تاریخی- فرهنگی گردشگری منطقه و جلوگیری از تخریب‌های زیست محیطی و تاریخی- فرهنگی آن. ۳- ارتقای سطح بهداشت در منطقه و احداث بیمارستان‌های تخصصی مدرن و به کارگیری پزشکان متخصص و تجهیز مراکز فعلی با دستگاه‌ها و تجهیزات مدرن برای جذب مسافرانی که خواهان محصولات گردشگری علمی و پزشکی هستند.	استراتژی تنوع (ST) ۱- تلاش در کاهش نرخ بیکاری منطقه از طریق فراهم آوردن زمینه‌های اشتغال به خصوص در زمینه گردشگری و ایجاد خدمات متناسب از این طریق ۲- تلاش در خنثی سازی اثرات مخرب تبلیغات منفی در سطح جهانی بر ضد کشور به خصوص برای جذب بیشتر گردشگر ۳- برنامه‌ریزی در محیط‌های طبیعی و فرهنگ برای ایجاد اشتغال و کاهش نرخ بیکاری و مهاجر فرست بودن منطقه	

نتیجه‌گیری

نتایج نشان می‌دهند که شهر کرمانشاه با دارا بودن توان‌های بالفعل و بالقوه گردشگری، می‌تواند یکی از محورهای مهم گردشگری کشور باشد. با توجه به بررسی وضعیت موجود و شناسایی قوت‌ها، فرصت‌ها، ضعف‌ها و تهدیدهای توسعه گردشگری، که در فرایند توسعه گردشگری این منطقه وجود دارد، رهیافت‌های مؤثر با توجه به مدل SWOT، نشان‌دهنده آن است که؛ ضعف و بی‌ثباتی در مدیریت، ضعف تبلیغات و ناهماهنگی سازمان‌های مرتبط در زمینه گردشگری با مردم، از علل اصلی توسعه‌نیافتگی گردشگری در این شهر هستند. راهبردهای توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش‌های گردشگری و همچنین ثبات در مدیریت برای اجرای طرح‌های بلند مدت، تقویت تبلیغات و فعالیت‌های آگاه‌سازی در خصوص قابلیت‌های گردشگری منطقه و از بین بردن ذهنیت بد گردشگران درباره وضعیت امنیتی و فرهنگی منطقه، تعامل و هم‌فکری بین مسئولان منطقه و سازمان‌های مرتبط با گردشگری و مردم و استفاده از توان‌های منطقه برای گسترش ورزش‌های زمستانی و تقویت اکوتوریسم، مهم‌ترین راهبردهای توسعه گردشگری شهر کرمانشاه هستند. همچنین راهبردهای جانبی، مانند استفاده از توان‌های گردشگری تجاری و ایجاد مناطق آزاد، توسعه خطوط هوایی برای ترانزیت مسافر و کالا و توسعه گردشگری درمانی نیز در این ارتباط رهگشا خواهد بود. با توجه به نارسایی‌ها و مشکلات بیان شده در بخش گردشگری شهر کرمانشاه و برای دستیابی به رشد و شکوفایی این صنعت در منطقه و بهبود کارکردها، در راستای کسب درآمد و منافع بیشتر در بخش گردشگری موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

استفاده از مدیران تحصیل کرده و آگاه به مسائل گردشگری در راس امور تصمیم‌گیری و اجرایی؛ هماهنگی بین مدیران منطقه و دیگر ارگان‌ها و مؤسسات مرتبط با گردشگری؛ مشارکت دادن مردم در امر تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری و اجرای برنامه‌های گردشگری؛ ایجاد تشکیلات سازمانی منسجم در بخش گردشگری و بهسازی تشکیلات اجرایی فعلی؛ سرمایه‌گذاری مناسب در بخش‌های فرهنگی و آموزش مردم محلی برای برقراری ارتباط مناسب با گردشگران، با برگزاری دوره‌های آموزشی؛ ایجاد پایگاه‌های اینترنتی جامع برای تبلیغات گسترده و مناسب؛ بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل داخلی و خارجی؛ توسعه فرودگاه بین‌المللی در شهر کرمانشاه با توجه به موقعیت مناسب جغرافیایی آن، و ایجاد و گسترش پروازهای داخلی و خارجی؛ معرفی

مزیت‌های نسبی شهر کرمانشاه در زمینه سرمایه‌گذاری‌های گردشگری از سوی مدیران منطقه برای متقاضیان؛ برنامه‌ریزی برای کاهش هزینه‌های تمام شده گردشگران از طریق: ایجاد تورهای گردشگری گروهی، راه اندازی بانک اطلاعات گردشگری و بهره‌گیری از راهنماهای گردشگری؛ حفظ، نگهداری و بازسازی جاذبه‌های گردشگری در سطح منطقه در راستای توسعه پایدار؛ ساخت امکانات و تسهیلات لازم در سایت‌های گردشگری؛ توسعه و بهبود امکانات رفاهی و تفریحی و ساخت پروژه‌های ورزشی برای جذب گردشگر ورزشی، بهبود زیرساخت‌های اقامتی متناسب با سلیقه‌های متفاوت و طبقه‌های مختلف اجتماعی؛ احیای مشاغل سنتی منطبق با فرهنگ بومی منطقه مانند صنایع دستی و عرضه آن به گردشگران؛ حضور فعال در نمایشگاه‌های گردشگری داخلی و خارجی و نیز برپایی نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های محلی در طول سال؛ تاسیس بیمارستان‌های تخصصی و فوق تخصصی و بهره‌گیری از پزشکان مجرب در این مراکز برای جذب گردشگران درمانی از کشورهای همسایه و

منابع

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی و همکاران (۱۳۸۸)، تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری ...، مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال اول، شماره اول، ص ۱۰۷-۱۲۸؛
۲. بوچانی، محمدحسین (۱۳۸۳)، گردشگری برنامه‌ای برای توسعه شهری بندر کیشهر، مجله شهرداریها، شماره ۶۷؛
۳. پاپلی‌یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی (۱۳۸۵)، گردشگری ماهیت و مفاهیم، تهران، انتشارات سمت، چاپ اول؛
۴. تقوایی مسعود، غلامی بيمرغ یونس، موسوی سیدعلی (۱۳۹۰)، بررسی عوامل مؤثر در پایداری گردشگری شهری با تأکید بر بهسازی و احیای بافت‌های شهری، جغرافیا و برنامه‌ریزی، تابستان، شماره ۳۶؛
۵. تقوایی، مسعود، محمود اکبری (۱۳۸۸)، مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری، انتشارات پیام علوی، چاپ اول، اصفهان؛
۶. دیناری، احمد (۱۳۸۴)، گردشگری شهری در ایران و جهان، انتشارات دانشگاه فردوسی، چاپ اول؛
۷. رضوانی، علی‌اصغر (۱۳۷۳)، جغرافیا و صنعت توریسم، تهران، انتشارات پیام نور؛
۸. رنجبریان، بهرام و محمد زاهدی (۱۳۸۴)، شناخت گردشگری، اصفهان، انتشارات چهار باغ؛
۹. شهام، افشین و هیلدا دادفر (۱۳۸۴)، جغرافیای جهانگردی ایران، تهران، انتشارات طراوت، چاپ اول؛
۱۰. شیراسب، راحله (۱۳۸۶)، رشد گردشگری محلی توسعه گردشگری شهری، مجله شهرداریها، شماره ۷۸؛
۱۱. فرجی‌راد عبدالرضا، سیدنصیری سیده ژاله (۱۳۸۹)، رویکردهای تحلیلی در توسعه پایدار گردشگری شهری، جغرافیای سرزمین، بهار شماره ۲۵؛
۱۲. فردآر. دیوید (۱۳۸۰)، مدیریت استراتژیک، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران، چاپ دوم؛
۱۳. گلکار، کورش (۱۳۸۴)، مناسب سازی تکنیک تحلیلی سوات (SOWT) برای کاربرد در طراحی شهری؛ مجله صفا، شماره ۴۱، سال پازدهم، پاییز و زمستان؛
۱۴. گی، چاک. وای (۱۳۸۶)، جهانگردی در چشم‌انداز جامع، مترجم علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم؛
۱۵. لیاقتی هومان، خوشبخت کورس، محمودی حسین، کوچک‌زاده محسن، امیدوار پگاه (۱۳۸۹)، واکاوی ویژگی‌ها و الگوی فراغت در گردشگری شهری، محیط‌شناسی، پاییز، شماره ۵۵؛

۱۶. محمدی ده‌چشمه، مصطفی و علی زنگی‌آبادی (۱۳۸۷)، امکان‌سنجی توانمندی‌های اکوتوریسم استان چهارمحال و بختیاری به روش SWOT، مجله محیط‌شناسی، سال ۳۴، شماره ۴۷، پاییز؛
۱۷. مدهوشی، مهرداد و نادر ناصرپور (۱۳۸۲)، ارزیابی موانع توسعه گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۸، پاییز؛
۱۸. مرادی مسیحی، وراز (۱۳۸۱)، برنامه‌ریزی استراتژیک در کلان‌شهرها، انتشارات پردازش و برنامه‌ریزی شهری، تهران، چاپ اول؛
۱۹. مرکز آمار ایران (۱۳۸۵ و ۱۳۸۶)، سرشماری عمومی نفوس و مسکن؛
۲۰. نوری کرمانی علی، ذوقی ایوب، یاری حصار ارسطو، علایی مسعود، (۱۳۸۸)، گردشگری شهری و پیوند عملکردی آن با اکوتوریسم، فضای جغرافیایی، تابستان؛
۲۱. وارثی، حمیدرضا (۱۳۷۴)، بررسی وضعیت توریسم در اصفهان، مجله سپهر، تهران، دوره پنجم، شماره ۱۸؛
۲۲. هال، کالین مایکل، و جان ام جنکینز (۱۳۸۲)، سیاست‌گذاری جهانگردی، مترجم سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی؛
۲۳. هانگر، جی دیوید و توماس ال، ویلن (۱۳۸۱)، مبانی مدیریت استراتژیک، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران، چاپ اول؛
۲۴. هدایی، هوشنگ (۱۳۷۷)، بررسی جاذبه‌های جهانگردی شهرستان کرمانشاه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، تهران، دانشگاه شهید بهشتی، راهنما صلاح‌الدین محلاتی؛
25. Camagni, Roberto and Other; Towards Sustainable City Policy, Ecological Economica, Vol 24, 1998;
26. Edwards, Deborah, Tony Griffin, Bruce Hayllar (2008), Urban Tourism Research Developing an Agenda, Annals of Tourism Research, Vol. 35, No. 4, pp 1032- 1052;
27. Low Christopher M. (1996), Urban Tourism Attraction Visitors to large Cities, Mansell, Publishing Limited, London;
28. Soteriades, Morios; Tourism and Environmental in Rural Areas, www.Fund. Acbe/prelude, 2002;
29. Tefler, D & Sharply, R (2008) :Tourism and Development in developing world, rout ledge publication. 80;
30. Unwto, Tourism Highlights 2007 Edition,(www.unwto.com), 2007.