

ارزیابی و توسعه گردشگری شهری با رویکرد توسعه پایدار

(مطالعه موردی: منطقه ۱۱ شهر تهران)

دکتر محمدرضا زندهمقدم^{۱*}، نرگس طوسی نژاد^۲

چکیده

مدیریت و توسعه گردشگری شهری به عنوان یک وزنه تعادلی جهت دستیابی به گردشگری پایدار شهری می باشد. هر عامل گونه ناکارآمدی مدیریت گردشگری شهری بنا پیچیدگی جریان گردشگری در عصر حاضر پیامدهای منفی بسیاری را به دنبال دارد. در این راستا نگرش ویژه به گردشگری شهری میتواند یکی از مهمترین عوامل توسعه پایدار شهری تلقی گردد. به همین منظور امروزه علاوه بر مشاهده رشد مطالعات و تحقیقات علمی شاهد تغییر نگرش بسیاری از مدیران شهری در همین راستا هستیم فلذا شهرهای برگی همچون شهر تهران نیز از این موضوع بهره مند گردیده است. این پژوهش از نوع ماهیت تحلیلی- توصیفی و با هدف کاربردی می باشد. از این رو اهمیت بررسی توسعه گردشگری شهری به یکی از پردرآمدترین و مهم ترین انواع گردشگری ها تبدیل شده است. از آنجایی که منطقه یازده بعنوان منطقه ای دارای جاذبه های متنوع توریستی، وجود مراکز مهم اقتصادی و بازارهای تخصصی با عملکرد فرامنطقه ای و فراشهری به عنوان رکن اصلی اقتصاد منطقه باعث تمرکز فعالیت های تجاری شده است. بر همین اساس، روزانه تعداد زیادی بازدیدکننده به این منطقه مراجعه می کنند بدین منظور برنامه ریزی صحیح در زمینه ایجاد فضای گردشگری مناسب در منطقه میتواند به توسعه پایدار این منطقه کمک شایانی بکند. در این رابطه جهت تحلیل پژوهش حاضر از مدل SWOT استفاده شده است. بر اساس نتایج بدست آمده عملکرد در زمینه گردشگری منطقه ضعیف عمل نموده و با چالش های برون سیستمی بسیاری روبرو می باشد. بر مبنای نتایج بدست آمده راهکارها و پیشنهاداتی در زمینه شکل گیری مدیریت متمرکز گردشگری در منطقه ارائه گردید.

واژگان کلیدی: توسعه گردشگری شهری، SWOT، توسعه پایدار، منطقه ۱۱ تهران.

^۱ دانشیار گروه جغرافیا، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران zandmoghadam@gmail.com^۲ دانشجوی دکتری جغرافیا برنامه ریزی شهری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران

مقدمه:

با گسترش پدیده شهرنشینی به همراه افزایش درآمدهای عمومی و نیز تغییرات سبک زندگی مردم، انگیزه مسافرت و افزایش اهمیت اوقات فراغت برای تامین احتیاجات روحی انسان به امری ضروری مبدل شد. این مهم منجر به ظهور پدیده ای جهانی به نام صنعت گردشگری شده است از سوی دیگر، محیط های شهری بعنوان مراکز تمدن، فرهنگ، سیاست و گاه با ارزشمندترین منابع گردشگری چون پارکها، چشم اندازهای طبیعی و فضاهای تاریخی محسوب می شوند (سرایبی، ۲۱: ۱۳۹۲) در حال حاضر گردشگری شهری در شهرهای بزرگ و کوچک جهان امری متداول است اماکن شهری اغلب طیف وسیعی از جاذبه های تاریخی، فرهنگی، مراکز خرید، سالنهای موزیک، پارکها، رستورانها و دیگر جاذبه های شهری را در خود جای داده اند. بسیاری از جاذبه ها و امکانات رفاهی شهری نخست به منظور ارائه خدمات به ساکنین محلی ایجاد شدند اما بعدها استفاده گردشگران باعث تقویت آنها شد. علاوه بر این شهرها به عنوان نقاط ورود و خروج گردشگران به کشور یا منطقه عمل می نمایند و پایگاهی برای گشت و گذار گردشگران در مناطق پیرامونی محسوب می شوند امروز مراکز اقامتی و سایر امکانات گردشگری بخش مهمی از بافت شهری را تشکیل می دهند بنابراین توسعه و بازسازی نواحی شهری خاص امری لازم به شمار می رود (سازمان جهانی گردشگری، ۱۳۷۹ ص ۴۴)

باتوجه به نقش صنعت گردشگری در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، کشورهای مختلف تلاش کرده اند تا با سازماندهی مناسب، حداکثر بهره را از این صنعت حاصل کنند. برنامه ریزی و توسعه گردشگری به عنوان عاملی مهم در روند اقتصادی شدن امر اجتماعی، فرهنگی، و نگرش ابزاری و کاربردی و کالایی به طبیعت و به فرهنگ، توجه به دیدگاههای مختلف درباره گردشگری را ضروری میسازد. نگاه از پایین به بالا، به گردشگری توجه کننده نگرش توسعه ای در مفهومی از مشارکت مردمی در اقتصاد سرمایه داری است. ولی نگاه از بالا به پایین به گردشگری نشان از این دارد که این پدیده علاوه بر کارکرد اقتصادی بر مفاهیم اجتماعی، فرهنگی و زیست-محیطی نیز استوار است. در این نگرش است که میتوان تاثیرگذاری گردشگری را در پیوند با سرمایه داری و تمامی ابعاد شناسایی کرد. دیدگاههای مختلف درباره گردشگری میتواند مارابه ابعاد مفاهیم و ساختار گردشگری و تحلیل ماهیت آن آگاه سازد. این دیدگاهها که عمدتاً در سه بعد بررسی میشود میتواند پوشش دهنده روند گردشگری در فضاهای جغرافیایی باشد. سه بعد اصلی گردشگری سرمایه، مدیریت و فناوری است، و دو رکن فرعی آن عوامل طبیعت و مجموعه میراث فرهنگی میباشد. در میان عوامل شکل دهنده تشکیلات و ساختار گردشگری وجود سرمایه از بنیانهای اساسی است. فناوری مناسب به عنوان زیرساخت، جریان گردشگری را متحول میکند. سرمایه عامل تاثیرگذار در روند ممتد گردشگری در پارامترهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. برپایه این عوامل گردشگری پیرامون ساختار خود شکل میگیرد و از ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی مورد بررسی قرار میگیرد. (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶، ص ۶۴-۶۳)

در همین راستا صنعت گردشگری به عنوان یک اهرم اقتصادی مهم برای تأمین منابع مادی در شهرها در دستور کار قرار گرفته است. با مدیریت و ساماندهی، پتانسیل با ارزشی چون گردشگری می تواند منابع درآمدی خوبی برای شهرداری ایجاد کند. رشد سفرهای کوتاه مدت، شهرها را به یکی از اصلی ترین مراکز گردشگری تبدیل کرده است. از سوی دیگر با اوج گرفتن نگرانی از عواقب فعالیت های انسانی و به دنبال گزارش برانت لند در دهه 1980، پارادایم توسعه پایدار مطرح شد. این رویکرد امروزه در ادبیات برنامه ریزی و مدیریت شهری، از جایگاه ویژه ای برخوردار است. توسعه پایدار منحصر به مسایل زیست محیطی نیست، بلکه جنبه های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن نیز دارای اهمیت زیادی است.

بر این اساس توسعه پایدار شهری توسعه انسانی پایدار را نیز به همراه می آورد. مفهوم پایداری در توسعه شهری با بهبود زیرساخت ها و مسکن با این حال، شهری و توزیع متناسب و عادلانه تسهیلات و خدمات شهری برای افزایش رفاه شهروندی ممکن می شود (United Nations 2013:13)

بسیاری از چالش های موجود در شهرها، دستیابی به رفاه شهروندی را مشکل می نمایند. چالش های مشترک شهری شامل ازدحام، کمبود بودجه برای ارائه خدمات اساسی، کمبود مسکن کافی و زوال زیرساخت ها است (UN HABITAT, 2015:17).

گردشگری شهری اغلب به منظور بهبود کیفیت زندگی در جوامع محلی به میزان زیادی مورد توجه قرار گرفته و در فرایند جهانی شدن اهمیت روزافزونی یافته است و همچنین پویایی اقتصاد شهری را به ارمغان می آورد (Khoshkham et al., 2014:16)

اهمیت گردشگری شهری در شهرهای کشورهای پیشرفته به حدی است که شهرداران در ایجاد زیرساخت ها و جاذبه های جدید توریستی و معرفی شهر خود با یکدیگر رقابت می کنند. مسئولان شهرهای توریستی مثل پاریس، پکن و مادرید، سعی می کنند با رشد صنعت گردشگری به توسعه شهر خود کمک کنند. در ایتالیا رقابت سنگینی بین شهرداران شهرهای مختلف وجود دارد و برای آژانس های توریستی به طور جدی خدمات خود را تبلیغ می کنند مهم ترین منابع گردشگری شهری که مدیریت اجرایی یک شهر باید در الگوی فضایی شهر و ساختار آن مورد برنامه ریزی قرار گیرد (دیناری، 1384: 161)

امروزه گردشگری، سومین صنعت اقتصادی در جهان شناخته می شود. (Oila et al 2012: 569) از نظر بیشتر مردم، عبارت گردشگری بر سفرهای تفریحی دلالت می کند و از نظر سازمان گردشگری یعنی مسافرت با اهداف مختلف به استثنای سفر به منظور کار، مهاجرت و فعالیت های محلی و منطقه ای (حاجی نژاد و دیگران: 110 1392) در عصر حاضر، گردشگری یکی از عوامل مؤثر در گسترش روابط بین ملت ها به شمار می رود و به منزله ایجادکننده فرصت های شغلی در بخش اقتصادی و ایجاد تعاملات اجتماعی فرهنگی مطرح می شود (پورا احمد و همکاران: 2: 1392) در کشورهای جهان از گردشگری به منزله کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه نواحی یاد شده است (sharply) . (2002: 233) امروزه، در کشورهای در حال توسعه، مثل ایران، برای ایجاد توسعه همه جانبه و پایدار و همچنین

جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی، نیازمند استفاده از همه امکانات و قابلیت ها هستیم (خاوریان گرمسیر و همکاران ۱۳۹۲). اقتصاددانان صنعت گردشگری را، پس از صنعت نفت و خودروسازی، سومین پدیده اقتصادی پویا و روبه رشد می دانند (مدهوشی و ناصرپور، ۲۷: ۱۳۸۲)

از این رو، توسعه گردشگری به منزله مجموعه فعالیت های اقتصادی در تقویت بنیان های جوامع به خصوص از جنبه اقتصادی تأثیر بسزایی دارد. (Lankford & Howard, 1994:122) به گونه ای که امروزه توسعه و ارتقای گردشگری به طور وسیعی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، پذیرفته شده و در دستور کار دولت قرار گرفته است (Ko & Stewart, 2002:523)

امروزه، اکثر شهرهای دنیا آن چنان جذابیتی را به دست آورده اند که هر ساله میزبان جمع کثیری از گردشگران داخلی و خارجی اند. مسلماً جاذبه های این شهرها به قدری زیادند که توانایی جذب گردشگر از نقاط دور و نزدیک را دارند تا حدود یک قرن پیش کمتر به شهرها به منزله یکی از مقاصد گردشگری نگاه می شد و اغلب شهرهای دنیامحلی برای توسعه هرچه بیشتر صنعت به شمار می رفت؛ مانند رقابت های صنعتی شهرهای اروپایی در سده اخیر. امروزه، با توسعه جامعه بشری، دیدگاه ها و نظریه های علمی نیز پیرامون شهرها و نیز صنعت گردشگری دچار تغییرات شده است. بدین معنی در دوره معاصر شهرها از رقابت صنعتی به رقابت گردشگری روی آورده اند، زیرا گردشگری چنان پتانسیلی دارد که می تواند به راحتی جایگزین شهرهای صنعتی شود و شهرهای بسیار زیبای گردشگری را به وجود آورد تا هم شهروندان و هم گردشگران از زیبایی های آن لذت ببرند و هم منبع درآمدی برای شهر باشد و هم شهرها را به شیوه ای پاکیزه توسعه دهد. در واقع این مزایای بسیار ارزشمند گردشگری باعث به وجود آمدن شهرهایی زیبا، پاکیزه، پردرآمد، و مرفه شده است. گردشگری باعث توسعه پایدار شهرهای گردشگر محور شده است. از سوی دیگر نیز باید این نکته ذکر شود که پایداری شهرها نیز خود عاملی در توسعه گردشگری به شمار می آید. بر این اساس، زمانی باید توسعه گردشگری شهری را پایدار بنامیم که مخرب نباشد و امکان حفظ منابع طبیعی و انسانی را برای آیندگان فراهم کند و منافعی برای اجتماعات محلی داشته باشد. در واقع، توریسم پایدار توریسمی است که بتواند در یک محیط، در زمان نامحدود، ادامه یابد و از نظر انسانی و فیزیکی به محیط زیست صدمه نزند؛ یعنی به اندازه ای فعال باشد که به توسعه فعالیت ها و فرایندهای اجتماعی لطمه ای وارد نکند. این رابطه دوسویه محققان تحقیق حاضر را بر آن داشت تا به بررسی نقش توسعه گردشگری شهری در راستای توسعه پایدار در منطقه ۱۱ تهران با رویکرد توسعه پایدار شهری این شهر اقدام گردد. دلیل انتخاب منطقه ۱۱ تهران به منزله نمونه موردی نیز مرکزیت تجاری و مراکز خرید، داشتن جذابیت های تاریخی در دوره صفویه و قاجاریه و پهلوی، بالا بودن سرویس های دسترسی، جذابیت های فرهنگی و تاریخی مورد توجه قرار گرفته است.

مبانی نظری

گردشگری شهری

مفهوم گردشگری شهری از دهه ۱۹۸۰ وارد فهرست تحقیقات شده است (دیناری ۳: ۱۳۸۴) نواحی شهری به دلیل آنکه جاذبه های تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی دارند، اغلب مقاصد گردشگری مهمی محسوب می شوند (۶: ۱۹۹۵). Timothy & wall شهرها به لحاظ داشتن تاریخ طولانی و استقرار نمادهای باستانی، تاریخی، و فرهنگی، ارزش های ملی هرکشوری به حساب می آیند (رستگار و همکاران ۱۵۶: ۱۳۹۰) در واقع، چون شهرها جاذبه های متنوع و بزرگی از قبیل موزه ها، بناهای یادبود، تئاترها، استادیوم های ورزشی، پارک ها، شهربازی ها، مراکز خرید، و مناطقی که معماری تاریخی و مکان هایی مربوط به حوادث مهم با افراد مشهور را دارند (خاکسپاری و همکاران ۱۳۲: ۱۳۹۲) و از سوی دیگر به دلیل پایین بودن هزینه و زمان جابه جایی برای دستیابی به مقاصد گردشگری، در نتیجه گردشگران بسیاری را جذب می کنند (Cooper et al ۱۹۹۸: ۴۲) گردشگری شهری عبارت است از مسافرت به شهرها با انگیزه های مختلف بر اساس جذابیت های مختلف و امکانات تسهیلاتی که شهر دارد و در شخص ایجاد جذابیت می کند (Law ۱۹۹۶: ۲۵) به طور کلی و عمده، توریسم شهری دو انگیزه و هدف اصلی را دنبال می کند که عبارت است از اهداف تجاری و اهداف فرهنگی (قربانی و همکاران ۳۳: ۱۳۹۲) نخستین شرط موفقیت هر شهر در توسعه گردشگری، وجود زیرساخت های مناسب شهری و مدیریت عاقلانه و مدبرانه در عرصه های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، و مانند این ها است. دومین شرط برای تضمین موفقیت سیاست توسعه گردشگری شهری، تنسيق و آمایش جاذبه های شهر و ایجاد تسهیلات و امکاناتی است که دسترسی به جاذبه ها را بیش از پیش آسان کند (دیناری ۱۵: ۱۳۸۴)

توسعه پایدار

در دهه ۱۹۸۰، مفهوم توسعه پایدار با این درک که تداوم بدون محدودیت رشد اقتصادی، اثرات نامطلوب زیست محیطی و اجتماعی در پی خواهد داشت، مطرح شد و الگوهای رشد و توسعه اقتصادی تا آن زمان را به چالش کشاند (Barbour ۱۹۹۳). بدین ترتیب، به دنبال گزارش برتلند در سال ۱۹۸۷، توسعه پایدار سفر طولانی اش را به سوی تبدیل شدن به یک پارادایم توسعه، در دوره جدید آغاز کرد. (WCED ۱۹۸۷) در همین زمینه، از دهه ۱۹۸۰، به دنبال گزارش های متعدد تهیه شده از سوی صدها محقق، کارشناس دولتی، و دانشگاهی و نهضت طرفداران محیط زیست، سرانجام رویکردهای توسعه گردشگری و دولت ها به چالش کشیده شدند و به منظور بازساخت چارچوب سنتی توسعه گردشگری همسو با رویکرد توسعه پایدار، به شکلی که الزامات و استانداردهای جدید طرفداران محیط زیست و پایداری یک سطح بهینه از منافع اقتصادی اجتماعی را تأمین کند، تحت فشار قرار گرفتند. (Choi ۲۰۰۳: ۷۷) بدین شکل از دهه ۱۹۹۰، حرکت از گردشگری انبوه به سوی رویکرد توسعه پایدار گردشگری آغاز شد و مفهوم توسعه پایدار وارد ادبیات گردشگری شد (قدمی و علیقلی زاده فیروزجایی ۸۲: ۱۳۹۱) اهداف گردشگری پایدار، بهبود کیفیت

زندگی جامعه میزبان، رعایت برابری یا مساوات بین نسلی و درون یک نسل، حفظ کیفیت محیط زیست از طریق حفظ سیستم زیست محیطی، حفظ یک پارچگی و انسجام فرهنگی و همبستگی اجتماعی بین جوامع، و ایجاد تسهیلات و امکانات است؛ به گونه ای که دیدارکنندگان بتوانند تجربه های ارزشمندی کسب کنند (گی ۱۳۸۶). بر خلاف پارادایم سنتی، گردشگری پایدار می تواند اهداف متعادل اجتماعی اقتصادی و زیست محیطی در سطح محلی و منطقه ای را برآورده کند. (Wight 1993: 9) از این رو، در قالب رویکرد توسعه پایدار گردشگری، بررسی نقش گردشگری در توسعه منطقه ای و محلی عموماً از ابعاد اقتصادی، اجتماعی، یا فرهنگی و محیطی صورت می گیرد (Mowforth & Munt 1998: 121)، زیرا ابعاد گردشگری پایدار لازم و ملزوم یکدیگرند و متقابلاً یکدیگر را تقویت می کنند. (Reid 1995: 38) مقوله توسعه شهری پایدار در سال های اخیر به منزله موضوع مهم علمی در کلیه جوامع مطرح بوده و بخش وسیعی از ادبیات توسعه شهری را به خود اختصاص داده است (مفیدی شمیرانی و همکاران ۱۳۸۸). ۱۵: با نگاهی مختصر به شهرهای توریستی برتر آشکار می شود که این شهرها مکان هایی پایدار برای زندگی شهروندان اند. بدین معنی که آن ها در چارچوب مفاهیم توسعه پایدار توانسته اند به جایگاه متری کنونی خود برسند. از سوی دیگر نیز، رشد صنعت گردشگری در شهرهای برتر گردشگری خود عاملی برای حرکت در چارچوب توسعه پایدار شهرها به شمار می آید. در نهایت اینکه گردشگری شهری و توسعه پایدار شهری لازم و ملزوم یکدیگرند و نمی توان به طور دقیق حکم داد که کدام یک بر دیگری پیشی دارد. متأسفانه هنوز در حوزه مدیریت گردشگری کشور فعالیت های چندانی صورت نگرفته است. این پژوهش نگاهی بر اهمیت و نقش توسعه گردشگری شهرها بر رویکرد توسعه پایدار شهری منطقه یازده تهران دارد.

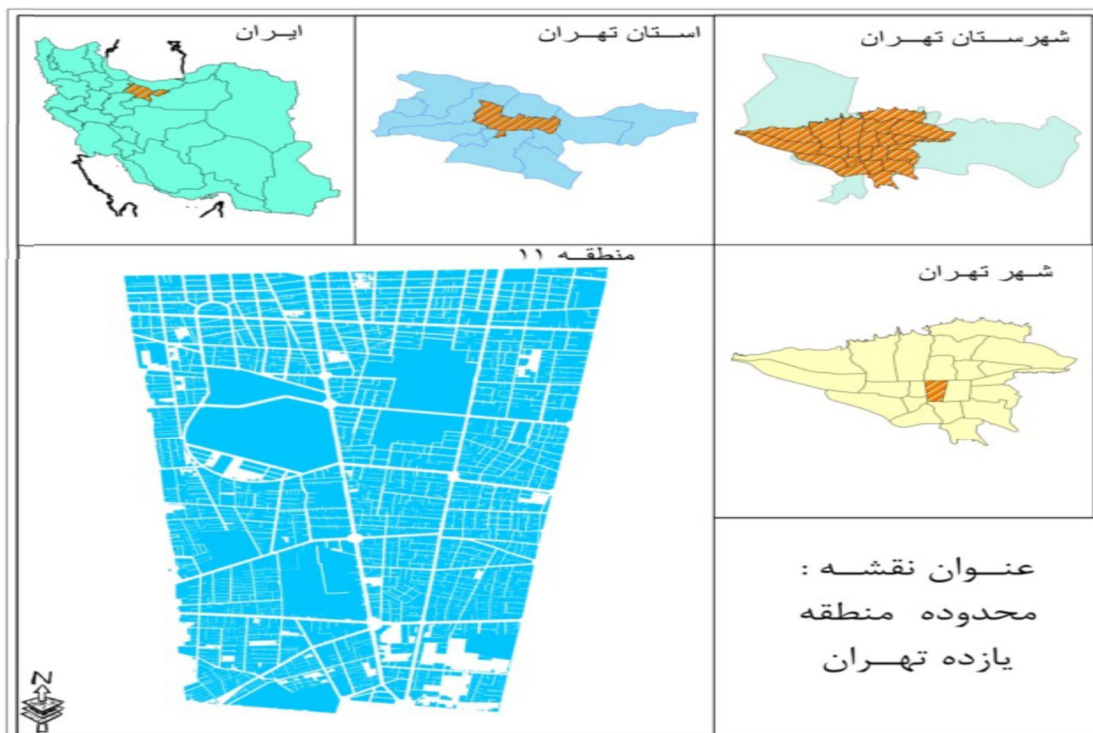
روش پژوهش

تحقیق حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و به لحاظ روش، از نوع توصیفی - تحلیلی است. در رویکردهای استراتژیک پرداختن به سه مقوله اساسی ضروری است. ۱- کجا میخواهیم باشیم؟ ۲- اکنون کجا هستیم؟ ۳- چگونه به آنجا میخواهیم برسیم؟ هدف این تحقیق ارزیابی و توسعه گردشگری شهری در راستای توسعه شهری پایدار در منطقه ۱۱ تهران می باشد. سوگل اصلی تحقیق عبارت است از: با توجه به موقعیت منطقه ۱۱ کدام استراتژی جهت نیل به توسعه پایدار شهری لازم است. در این پژوهش جهت تدوین راهبردهای توسعه پایدار در شهر آبادان از چهارچوب برنامه ریزی راهبردی استفاده شده است. ابزار اصلی در این روش مدل تحلیلی سوات (SWOT) و ماتریس آلترناتیوهای راهبردی (QSPM) است که امروزه در سطح بین المللی و به ویژه در حوزه پایدار شهری، از آن استفاده زیادی میشود. در تحلیلهای این مدل، فاکتورهای درونی و بیرونی در چهار بخش نامیده می شود، گردآوری می شوند. این چهار بخش عبارتند از: نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدها ۳۰ نفر، از اساتید دانشگاه ها، متخصصین مدیران شهری نظر سنجی گردیده است جهت جمع آوری دادهها در این مرحله از تحقیق

از پرسشنامه‌های که در چهار بعد اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، کالبدی و زیست محیطی مؤلفه های عوامل درونی شامل نقاط قوت (۱۰ مورد)، ضعف (۲۰ مورد)، عوامل بیرونی شامل تهدیدات (۹)، فرصتها (۱۰) عمده برای گردشگری با رویکرد توسعه پایدار شهری منطقه ۱۱ تنظیم شده و جهت ارزش گذاری و تعیین وزن نهایی هر یک از نقاط، ضعف، قوت، فرصت و تهدیدها با استفاده از طیف لیکرت در قالب پنج گزینه (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد و فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) اهمیت وزن نهایی هر عامل مشخص گردید. و مقایسات زوجی از طریق ضریب سازگاری (حساسیت) ضرایب اهمیت هر یک از شاخص ها مشخص گردید .

منطقه مورد مطالعه

تهران بزرگترین شهر و پایتخت ایران با جمعیت حدود ۱۱ میلیون و ۵۰ هزار نفر (همراه با توابع، که به نام تهران بزرگ شناخته می شود، ۱۵ میلیون نفر) میباشد. سطح شهر تهران به ۲۲ منطقه شهرداری و ۱۱۷ ناحیه شهری تقسیم شده است. منطقه مورد مطالعه در بخش مرکزی شهر تهران واقع گردیده است که فرسودگی و ریزدانی مناطق مسکونی از مهمترین ویژگی آن محسوب می شود. همچنین ناحیه مورد مطالعه دارای معابری نامنظم و کم عرض می باشد. جمعیت منطقه مورد مطالعه در سال ۱۳۸۵، ۲۶۹ هزار نفر است .



شکل ۱: محدوده سیاسی منطقه ۱۱ تهران

یافته های تحقیق

در این پژوهش با استفاده از تحلیل استراتژیک SOWT و برنامه ریزی استراتژیک و با توجه به خصوصیات منطقه و جاذبه های گردشگری این شهر به تفکیک نقاط (قوت و ضعف) که جزو عوامل درونی و نقاط (فرصت و تهدید) که جزو عوامل بیرونی محسوب میشود در جدول (۱) نمایش داده میشود که با توجه به موضوع پژوهش با تقویت و بهبود نقاط قوت و فرصت و کاهش عوامل ضعف و تهدید میتوان با برنامه ریزی درست در زمینه گردشگری که ابعاد مختلفی از جمله اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی و کالبدی بر توسعه شهر تهران بخصوص منطقه ۱۱ دارد.

شناسایی عوامل داخلی "(IFE)" و عوامل بیرونی "(EFE)" در این مرحله با استفاده از ابزار پرسشنامه مهمترین نقاط قوت، ضعف (عوامل درونی) و فرصت ها و تهدیدها (عوامل بیرونی) از دیدگاه کارشناسان و متخصصان شناسایی و سپس از طریق تکنیک فرایند سلسله مراتبی (AHP) و نرم افزار (Expert choice) اقدام به تعیین میزان اهمیت وزن عوامل تعیین شده نمود، که به تفکیک مهمترین ویژگیهای محیط درونی و بیرونی شهر تهران منطقه ۱۱ می باشد .

تحلیل swot منطقه ۱۱ تهران

جدول ۱: ماتریس عوامل داخلی و خارجی موثر بر توسعه گردشگری شهری

تهدید (i)	فرصت (o)	ضعف (w)	قوت (s)	
۱- تعدد نهاد های تصمیم گیر در رابطه با مساله توریست	۱- ایجاد زمینه ای مناسب جهت مشارکت مردم در زمینه توسعه گردشگری	۱- عدم وجود تنوع قومی و آداب و رسوم ویژه	۱- خون گرمی و مهمان نوازی مردم شهر	اجتماعی فرهنگی
۲- نبود امنیت اجتماعی در برخی نقاط شهر	۲- توجه مدیران به جاذبه های فرهنگی مذهبی شهر	۲- عدم بکارگیری مشارکت مردمی	۲- افزایش انگیزه سفر برای گردشگران	
۳- گسترش مهاجرت و افزایش رو به رشد جمعیت و بروز بزهکاری در شهر	۳- تبادل و ترویج متقابل فرهنگ ها	۳- پایین بودن سطح اطلاع رسانی از جاذبه ها	۳- برخورداری از جاذبه فرهنگی - مذهبی	
۴- ناتوانی و ناکارآمدی سازمانهای متولی امر گردشگری در بالادست	۴- ارتقا جایگاه فرهنگ و هنر های بومی	۴- آثار منفی عدم مهمان پذیری مردم شهر در مورد گردشگران	۴- علاقه مردم به پیشرفت گردشگری در شهر	
۵- عدم ثبات سیاسی و اجتماعی شهر های همجوار	۵- وجود کانون فرهنگی در میان گردشگران و تبادل فرهنگی	۵- عدم کفایت مدیریت در زمینه جاذبه های فرهنگی	۴- هنرستان موسیقی	
۶- عدم مشارکت مردم بومی		۶- آشنایی کم مردم منطقه با فرهنگ گردشگری	۵- موزه ثبت احوال	
			۶- تئاتر شهر	
			۷- کلیسا عاشوری	

				<p>۷- ضعف اختیارات مسئولین محلی</p> <p>۸- تصویر ذهنی منفی گردشگران خارجی نسبت به ایران</p>
اقتصادی	<p>۱- اشتغال بخشی از شاغلین شهر در فعالیت های مرتبط با گردشگری</p> <p>۲- وجود واردات و صادرات</p> <p>۴- وجود مراکز تجاری</p>	<p>۱- کمبود سرمایه گذاری و مشارکت بخش غیردولتی و تعاونی در گردشگری</p> <p>۲- کمبود اشتغال در بخش گردشگری</p> <p>۳- عدم اقامت طولانی مدت گردشگران به دلیل کمبود امکانات</p> <p>۴- ضعف بودن اعطای تسهیلات بانکی برای تحرک بخش خصوصی متقاضی فعالیت های گردشگری</p>	<p>۱- افزایش توجه دولت به سرمایه گذاری در بخش گردشگری</p> <p>۲- وجود انگیزه ی سرمایه گذاری بخش خصوصی</p> <p>۳- ایجاد بازارچه بومی</p> <p>۴- اشتغال زایی در منطقه</p> <p>۵- پیشرفت اقتصادی در دهه اخیر و میل شدید گردشگران برای سفر به این شهر</p>	<p>۱- توان ضعیف در عرضه کالا و خدمات به گردشگران</p> <p>۲- کم توجهی بخش دولتی به عرصه های گردشگری و توسعه زیرساخت های مربوط به آن</p> <p>۳- روند تبدیل مراکز کار به مسکن</p>
زیست محیطی		<p>۱- فقدان جایگاه زباله در سطح شهر</p> <p>۲- آلودگی منابع آب و خاک در منطقه با افزایش مقوله ی گردشگری</p>	<p>۱- مشارکت مردم در جهت حفظ محیط زیست</p>	<p>۱- ریختن زباله عدم توجه و رعایت گردشگران به این موضوع</p> <p>۲- عدم کنترل ساخت و ساز بی رویه و تخریب محیط زیست</p> <p>۳- آلودگی هوا- آلودگی صوتی ترافیک عبوری</p> <p>۵- تراکم تاکسی ها</p>
کالبدی	<p>۱- تنوع کاربری های تفریحی و توریستی</p> <p>۲- استفاده از مصالح بومی و جذابیت نمای بنا ها در شهر</p>	<p>۱- کمبود زیرساخت های شهری و گردشگری از لحاظ کالبدی</p> <p>۲- کمبود فضا های سبز در کل شهر</p>	<p>۱- ارتقای کیفی جاده های ارتباطی</p> <p>۲- تلاش در جهت حفظ آثار باستانی و تاریخی</p>	<p>۱- فقدان طرح ها و برنامه های توسعه گردشگری مقصد</p> <p>۲- ساخت و ساز بی رویه و تغییر کاربری</p>

<p>۳- عدم رعایت ایمنی ساختمان ها و ساخت و ساز بالا بودن میزان تخصیص زمین به کاربری مسکونی</p>	<p>۳- تهیه طرح جامع گردشگری در سطح منطقه ۴- وجود پتانسیل جهت احداث کاربریهای مناسب برای استفاده گردشگران (مانند شهر بازی، فضای اجتماعات، موزه صنایع دستی، رستوران، هتل) ... ۵- منظر دهی دلپذیر ۶- معماری هماهنگ در برخی نقاط ۷- وجود اراضی قابل توسعه ۸- نوسازی و ایمنی کالبدها</p>	<p>۳- وجود کوچه های کم عرض و باریک ۴- کمبود امکانات رفاهی ۵- کمبود فضای پارک ۶- نبود نقشه های مناسب گردشگری ۶- وجود بنا های متروکه در مناطق توریستی ۷- ریزدانی و فشردگی بافت ۹- وجود ساختمانهای بلند ۱۰- تعارض حرکت اتومبیل و مردم ۱۱- خیابانهای مملو از خودرو پارک شده ۱۲- ساختمانهای مدرن نامطلوب</p>	<p>۳- آثار تاریخی همچون خانه گلستانی- خانه مینایی- خانه بنگدار- سردرب خانه سهیلی- خانقاه نعمت الله ۴- وجود مراکز تجاری</p>
---	---	---	--

منبع: یافته های تحقیق

وزن دهی و ارزیابی عوامل درونی و بیرونی (نقاط قوت)

با توجه به توضیحاتی که بیان شد در این قسمت اقدام به ارزیابی معیار های درونی و بیرونی در بخش نقاط قوت میکنیم و وزن و امتیاز هر معیار مشخص میشود.

جدول ۲: ماتریس ارزیابی عوامل درونی (نقاط قوت)

کد عامل	نقاط قوت	وزن	امتیاز	امتیاز موزن
S1	خون گرمی و مهمان نوازی مردم شهر	۰/۰۴	۳	۰,۰۹
S2	افزایش انگیزه سفر برای گردشگران	۰/۰۳	۱	۰,۰۴
S3	برخور داری از جاذبه فرهنگی- مذهبی	۰/۰۲	۱	۰,۰۲
S4	علاقه مردم به پیشرفت گردشگری در شهر	۰/۰۴	۲	۰,۰۹
S5	اشتغال بخشی از شاغلین شهر در فعالیت های مرتبط با گردشگری	۰/۰۳	۳	۰,۰۸
S6	وجود واردات و صادرات	۰/۰۲	۲	۰,۰۳
S7	وجود مراکز تجاری	۰/۰۲	۱	۰,۰۴

۰,۰۳	۳	۰/۰۳	تنوع کاربری های تفریحی و توریستی	S8
۰,۰۴	۲	۰/۰۳	استفاده از مصالح بومی و جذابیت نمای بنا ها در شهر	S9
۰,۰۴	۱	۰/۰۳	آثار تاریخی همچون خانه گلستانی - خانه مینایی - خانه بنگدار - سردرب خانه سهیلی - خانقاه نعمت الله	S10
۰,۰۸	۳	۰/۰۴	وجود مراکز تجاری	S11
۰,۱۲	۴	۰/۰۳	هنرستان موسیقی	S12
۰,۰۸	۴	۰/۰۲	موزه ثبت احوال	S13
۰,۱۲	۴	۰/۰۳	تئاتر شهر	S14
۰,۱۲	۴	۰/۰۳	کلیسا عاشوری	S15
۱,۱۹		۰/۴۳		جمع

منبع: نگارنده

جدول ۳: ماتریس ارزیابی عوامل درونی نقاط ضعف

امتیاز موزن	امتیاز	وزن	نقاط ضعف	کد عامل	عامل درونی
۰,۰۶	۲	۰/۰۲	عدم وجود تنوع قومی و آداب و رسوم ویژه	W1	
۰,۱۲	۴	۰/۰۴	عدم بکارگیری مشارکت مردمی در زمینه جذب توریست	W2	
۰,۰۹	۳	۰/۰۴	پایین بودن سطح اطلاع رسانی از جاذبه ها	W3	
۰,۱۲	۲	۰/۰۳	آثار منفی عدم مهمان پذیری مردم شهر در مورد گردشگران	W4	
۰,۰۶	۳	۰/۰۲	عدم کفایت مدیریت در زمینه جاذبه های فرهنگی	W5	
۰,۱۶	۴	۰/۰۴	کمبود سرمایه گذاری و مشارکت بخش غیردولتی و تعاونی در گردشگری	W6	
۰,۱۶	۳	۰/۰۴	کمبود اشتغال در بخش گردشگری	W7	
۰,۱۲	۴	۰/۰۳	عدم اقامت طولانی مدت گردشگران به دلیل کمبود امکانات	W8	
۰,۰۹	۳	۰/۰۳	ضعیف بودن اعطای تسهیلات بانکی برای تحرک بخش خصوصی متقاضی فعالیت های گردشگری	W9	
۰,۱۲	۲	۰/۰۴	فقدان جایگاه زباله در سطح شهر	W10	
۰,۱۶	۳	۰/۰۴	آشنایی کم مردم منطقه با فرهنگ گردشگری	W11	
۰,۰۶	۲	۰/۰۳	ریزدانگی و فشردگی بافت	W12	
۰,۰۹	۴	۰/۰۲	کمبود زیرساخت های شهری و گردشگری از لحاظ کالبدی	W13	
۰,۱۲	۳	۰/۰۳	کمبود امکانات رفاهی	W14	
۰,۰۹	۳	۰/۰۳	کمبود فضای پارک	W15	
۰,۱۲	۲	۰/۰۳	خیابانهای مملو از خودرو پارک شده	W16	
۰,۰۹	۲	۰/۰۲	نبود نقشه های مناسب گردشگری	W17	

جمع			۰/۵۳	۰	۱,۸۳
-----	--	--	------	---	------

منبع : نگارنده

جدول ۴: ماتریس ارزیابی عوامل درونی نقاط فرصت

کد عامل	نقاط فرصت	وزن	امتیاز	امتیاز موزن
O1	ایجاد زمینه ای مناسب جهت مشارکت مردم در زمینه توسعه گردشگری	۰/۰۴	۴	۰,۱۶
O2	توجه مدیران به جاذبه های فرهنگی مذهبی	۰/۰۳	۳	۰,۰۹
O3	تبادل و ترویج متقابل فرهنگ ها	۰/۰۲	۲	۰,۰۴
O4	ارتقا جایگاه فرهنگ و هنر های بومی	۰/۰۴	۴	۰,۱۲
O5	وجود کانون فرهنگی در میان گردشگران	۰/۰۲	۲	۰,۰۶
O6	افزایش توجه دولت به سرمایه گذاری در بخش گردشگری	۰/۰۴	۴	۰,۱۶
O7	وجود انگیزه ی سرمایه گذاری بخش خصوصی در سواحل	۰/۰۴	۳	۰,۱۶
O8	ایجاد بازارچه بومی	۰/۰۲	۳	۰,۰۸
O9	پیشرفت اقتصادی در دهه اخیر و میل شدید گردشگران برای سفر به این شهر	۰/۰۴	۴	۰,۱۲
O10	مشارکت مردم در جهت حفظ محیط زیست	۰/۰۴	۳	۰,۱۲
O11	ارتقای کیفی جاده های ارتباطی	۰/۰۴	۳	۰,۱۶
O12	عماری هماهنگ در برخی نقاط	۰/۰۴	۳	۰,۰۹
O13	نوسازی و ایمنی کالبدها	۰/۰۴	۴	۰,۱۲
O14	تلاش در جهت حفظ آثار باستانی و تاریخی	۰/۰۳	۳	۰,۱۲
O15	تهیه طرح جامع گردشگری در سطح منطقه	۰/۰۴	۳	۰,۱۶
O16	وجود پتانسیل جهت احداث کاربریهای مناسب برای استفاده گردشگران (مانند شهربازی، فضای اجتماعات، موزه صنایع دستی، رستوران، هتل)...	۰/۰۲	۲	۰,۰۶
جمع		۰/۵۴	۰	۱,۸۲

منبع : نگارنده

فصل نامه خنجرافا و برنامه ریزی شهری چشم انداز گرس (دوره ۱۴، شماره ۵۲، تابستان ۱۳۹۱)

جدول ۵: ماتریس ارزیابی عوامل درونی نقاط تهدید

کد عامل	نقاط تهدید	وزن	امتیاز	امتیاز موزن
T1	تعدد نهاد های تصمیم گیر در رابطه با مساله توریست	۰/۰۴	۳	۰,۱۲
T2	نبود امنیت اجتماعی در برخی نقاط شهر	۰/۰۴	۳	۰,۱۶
T3	گسترش مهاجرت و افزایش رو به رشد جمعیت و بروز بزهکاری در شهر	۰/۰۲	۲	۰,۰۴
T4	نا توانی و ناکارآمدی سازمانهای متولی امر گردشگری در بالادست	۰/۰۴	۳	۰,۱۲
T5	ضعف اختیارات مسئولین محلی	۰/۰۲	۲	۰,۰۶
T6	توان ضعیف در عرضه کالا و خدمات به گردشگران	۰/۰۴	۳	۰,۱۲
T7	روند تبدیل مراکز کار به مسکن	۰/۰۳	۳	۰,۰۹
T8	کم توجهی بخش دولتی به عرصه های گردشگری و توسعه زیرساخت های مربوط به آن	۰/۰۲	۳	۰,۰۸
T9	آلودگی هوا- آلودگی صوتی ترافیک عبوری	۰/۰۴	۴	۰,۱۲
T10	فقدان طرح ها و برنامه های توسعه گردشگری مقصد	۰/۰۴	۴	۰,۱۶
T11	فقدان طرح ها و برنامه های توسعه گردشگری مقصد	۰/۰۳	۲	۰,۱۲
T12	ساخت و ساز بی رویه و بلند مرتبه سازی	۰/۰۴	۳	۰,۰۹
T13	عدم رعایت ایمنی ساختمان ها	۰/۰۴	۴	۰,۱۲
جمع		۰/۴۵	۰	۱,۵۲

عامل درونی

منبع : نگارنده

باتوجه به جمع امتیازات موزون از انجاییکه مجموعه امتیازات موزون در این بخش بیشتر از عدد استاندارد ۲,۵ می باشد و عدد حاصله در این بخش در عوامل داخلی که ۳,۰۲ استخراج گردیده می توان دریافت که منطقه ۱۱ تهران با توجه عوامل داخلی دارای ضعف بسیاری است و همچنین از نقاط قوت زیادی هم برخوردار است که با برنامه ریزی درست و کارآمد میتوان به در جهت توسعه گردشگری در این منطقه قدم برداشت. (منبع : نگارنده)

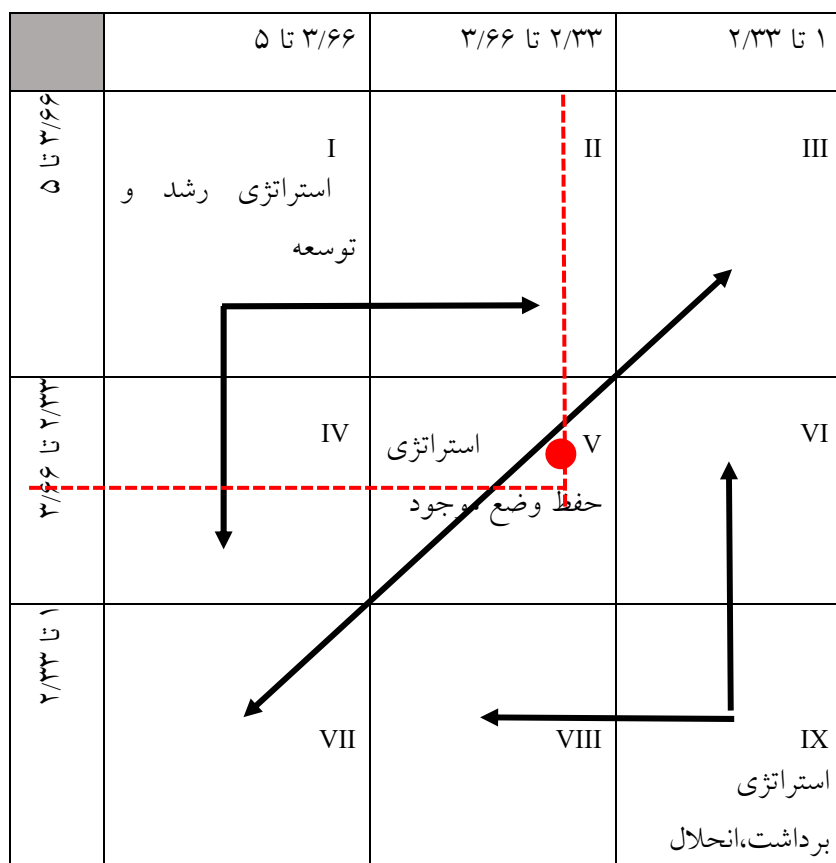
و در بخش عوامل خارجی و باتوجه به جمع امتیازات موزون در عوامل خارجی که ۳,۳۴ می باشد می توان دریافت که منطقه ۱۱ تهران با توجه عوامل خارجی دارای تهدید های بسیاری است و همچنین از فرصت های زیادی هم برخوردار است که با برنامه ریزی درست و کارآمد میتوان به در جهت توسعه گردشگری در شهر های شمالی قدم برداشت. (منبع : نگارنده)

ماتریس نهایی ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

کاربرد ماتریس داخلی- خارجی در تدوین استراتژی های بخش های گوناگون است. این ماتریس دارای ۹ گانه است و بخش های مختلف، در یکی از نه خانه آن قرار میگیرند. این ماتریس دارای دو بعد اصلی است:

۱- مجموع امتیازات موزون عوامل استراتژیک بیرونی از ماتریس EFE/EFAS که بروی محور عمودی نشان داده می شود

۲- مجموع امتیازات موزون عوامل استراتژیک درونی از ماتریس IFE/IFAS که بروی محور افقی نشان داده می شود. باتوجه به ایناه مجموع امتیازات موزون در ماتریس های ارزیابی عوامل درونی و بیرونی، در فاصله ۱ تا ۵ قرار می گیرد. بنابراین انه های این ماتریس به نحوی که در شال زیر نمایش داده شده است، خواهد بود. (سرایي، اشنویی، یرای: ۱۳۹۸)



نمودار ۱: نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی - خارجی

منبع: نگارنده

فصل نامه خنجرافا و برنامه ریزی شهری چشم انداز گرس (دوره ۱۴، شماره ۵۲، تابستان ۱۴۰۱)

تدوین استراتژی ها از طریق ماتریس SWOT

استراتژی های رقابتی (so)

در استراتژی های تهاجمی که تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت های بیرونی استوار است موارد زیر جهت بهره برداری از برتریهای موجود به منظور توسعه گردشگری در این منطقه ارائه می گردد.

❖ توسعه و گسترش گردشگری با توجه به در مرکزیت قرار گرفتن در پایتخت با تاکید بر توزیع بهینه درآمد و اشتغال حاصل از بخش صنعت و خدمات در میان تمام افراد ساکن از طریق ایجاد فرصت های برابر و توزیع عادلانه امکانات و درآمدهای حاصل از گردشگری.

❖ سرمایه گذاری در بخش گردشگری در نتیجه افزایش اشتغال زایی و درآمد که این خود موجب بهبود و توسعه محصولات گردشگری توسعه امکانات تفریحی، مراکز خدماتی و استراحتگاهی.

❖ افزایش امکانات زیر بنایی و روبنایی شبکه اینترنت و سیستم اطلاعات جغرافیایی GIS برای بهبود شرایط گردشگری که خود موجب بهبود و ارتقای خدمات گردشگری از لحاظ علمی، تجاری و تفریحی در عرصه گردشگری خواهد شد.

❖ تبلیغ از طریق سیستم الکترونیکی و گسترش صنایع دستی و فروش آن در اماکن تفریحی در نتیجه ترویج فرهنگ بومی و افزایش درآمد و اشتغال با استفاده از مشارکت های مردمی می توان تا حدودی ضعف نیروی انسانی کافی متخصص را جبران نمود.

❖ معرفی و ایجاد انگیزه برای سرمایه گذاری در زمینه تولیدات بومی و سنتی تقویت و احیاء صنایع دستی به عنوان یک فعالیت عمده اقتصادی ملی در کل منطقه،

❖ توسعه شبکه های ارتباطی در نتیجه توسعه گردشگری و بازدید از اماکن تفریحی که، موجب سهولت بهتر و بهبود توسعه گردشگری با تاکید بر جاذبه های طبیعی، فرهنگی و ویژه همجوار همراه است.

❖ کنترل قیمت زمین و جلوگیری از افزایش قیمت ملک و برنامه ریزی اصولی به دلیل جذب گردشگر در تمام سال در نتیجه بهبود عملکرد واحدهای ارائه دهنده خدمات گردشگری در منطقه.

❖ تشویق و معرفی کار افرینان و گردشگران خارجی و اختصاص تسهیلات بانکی ساخت مراکز خدماتی نظیر هتل، در نتیجه کاهش بیکاری ساکنین و تشویق بخش خصوصی به ویژه در عرصه مدیریت گردشگری منطقه که در آینده بسیار مفید خواهد بود و منجر به گسترش خدمات گردشگری می گردد.

استراتژی های تنوع (st)

در این استراتژی ها تنوع بخشی که بر نقاط درونی و بیرونی متمرکز است، موارد زیر به منظور پاره ای از نیازمندیهای نواحی گردشگری در جهت رفع تهدید ها ارائه می گردد:

- ❖ ایجاد سازمان های کاملاً تخصصی برای سازماندهی گردشگران در تمام طول سال و جلوگیری از افزایش گردشگران در برخی از ماه های سال و کاهش نارضایتی مردم یومی و ایجاد توازن در ورود گردشگران به منطقه خواهد شد.
 - ❖ مدیریت یکپارچه برای اجرای برنامه های توسعه گردشگری و نظارت بر قیمت توسط مسئولین در نتیجه کاهش فشارهای هزینه های ناشی از گرانفروشی بر مردم و گردشگران و افزایش توان گردشگران بر ای سفر و انتخاب منطقه.
 - ❖ به کار گیری مدیریت تخصصی سرمایه گذاری و برنامه ریزی گردشگری و جلوگیری از ازدحام گردشگران در مناطق توریستی در نتیجه جلوگیری از تعارض بین گردشگران و مردم.
 - ❖ توجه دولت به برنامه ریزی و افزایش تسهیلات بانکی و اختصاص بخشی برای حفاظت از جاذبه های فرهنگی و تاریخی
 - ❖ سرمایه گذاری در اماکن تفریحی در نتیجه افزایش اشتغال و درآمد مالی افزایش تسهیلات بانکی در جهت بهبود شرایط اقتصادی .
 - ❖ بازنگری در زمینه سرمایه گذاری و ایجاد امنیت برای سرمایه گذاران حوزه گردشگری و کمک کاسبان بومی در نتیجه گسترش بازار محصولات ، با جلب مشارکت و فعالیت سرمایه و تخصص داخلی و خارجی .
 - ❖ توسعه برنامه های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه ها و چشم انداز های منحصر به فرد تاریخی و فرهنگی .
 - ❖ تدوین مقررات و ضوابط در خصوص کاربری اراضی و نظارت ان در نتیجه کاهش تغییرات کاربری و تفکیک اراضی و حفاظت از مناطق تاریخی با توسعه گردشگری پایدار.
 - ❖ افزایش بودجه تخصصی دولت برای تحقیقات گردشگری در نتیجه افزایش اشتغال توسط مراکز گردشگری نظیر هتلها و غیره.
 - ❖ بهبود امکانات سرمایه گذاری و افزایش اعتبارات عمرانی در زمینه فضاهای ورزشی و تفریحی.
- استراتژی های بازنگری (wo)
- ❖ در این استراتژی ها بازنگری ضمن تاکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر ان است تا با بهره گیری از فرصت های بیرونی، پیشنهاد ات اساسی در جهت رفع نقاط ضعف فراروی نواحی توریستی ارائه شود. بدین منظور موارد زیر ارائه می گردد.
 - ❖ افزایش بودجه مالی در جهت تبدیل شدن به یکی از قطب های مهم گردشگری که موجب توسعه و گسترش ارتباطات راه دور ، خدمات بهداشتی و افزایش در سایر زیرساختهای خدماتی در کل منطقه خواهد شد.
 - ❖ کنترل تورم و افزایش قیمت اجناس با برنامه ریزی در خصوص افزایش تقاضا برای بازدید و سفر به مناطق با توزیع عادلانه امکانات و ثروت حاصل از گردشگری که با کاهش فاصله طبقاتی و از سوی دیگر موجب فراهم شدن بستری برای مشارکت مردم در تامین اجتماعی جامعه خواهد شد.

- ❖ آموزش کارشناسان متخصص گردشگری جهت شناسایی متغیرهای اصلی تاثیرگذار بر فرآیند توسعه گردشگری با برنامه ریزی منسجم و اصولی برای بهبود ساختار اشتغال و افزایش درآمد در منطقه.
 - ❖ سرمایه گذاری دولت در زمینه تأسیسات زیربنایی و روبنایی شبکه اینترنت، در نهایت بهبود امکانات و خدمات رفاهی.
 - ❖ تشویق بخش خصوصی در خصوص ساخت مراکز اقامتی و نظارت بر نرخ این مراکز در نتیجه گسترش صنایع دستی با ورود گردشگران بیشتر.
 - ❖ تنظیم قوانین مدون در مورد گردشگری و نظارت بر اجرای آن در منطقه، جهت امنیت و آرامش افراد برای سرمایه گذاری، در نتیجه انتقال درآمد از حوزه پس انداز به حوزه سرمایه گذاری و توسعه اقتصادی منطقه.
 - ❖ توجه به جلب سرمایه بخش خصوصی در توسعه مراکز گردشگری با توجه به توسعه و بهبود شبکه های ارتباطی و حمل و نقل.
 - ❖ بهبود و بازاریابی در زمینه تبلیغات و اطلاع رسانی برای جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی برای ازبین بردن بورس بازی زمین و بالطبع افزایش بار اقتصادی برای جوامع بومی.
 - ❖ افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری و برنامه ریزی برای برگزاری جشنواره ها و نمایشگاه های سالانه، فصلی با موضوع گردشگری.
 - ❖ ایجاد فرصتی برای کارآفرینان با تدوین و اجرای طرح ها و برنامه های جامع گردشگری در مقیاس منطقه ای به منظور شناسایی و منطقه بندی نواحی گردشگری، ایجاد امکانات و خدمات برای هر منطقه با توجه به نوع گردشگران پتانسیلها و تواناییهای گردشگری.
- استراتژی های تدافعی (wt)
- در این استراتژی سیستم نه با فرصت و نه با قوت محیط داخلی مواجه می باشد بلکه از بعد داخلی با ضعف و از نظر بعد خارجی با تهدیدات متعددی مواجه می باشد. در این حالت بهترین استراتژی، استراتژی کاهش خواهد بود.
- ❖ تشویق مردم منطقه به مشارکت و سرمایه گذاری در حوزه سیستم های الکترونیکی جهت توسعه ی تجهیزات و تسهیلات توریستی جهت ایجاد اشتغال و درآمد زایی برای منطقه از طریق مشارکت مردمی و افزایش اعتبارات در این بخش از صنعت گردشگری ارتقاء کیفیت محصولات گردشگری که موجب رضایت و با افزایش تقاضای گردشگران برای سفر خواهد شد.
 - ❖ تدوین یک برنامه مدون و جامع گردشگری با شناسایی همه ظرفیت های موسسات و نهاد های مرتبط با گردشگری در سطح کلان برای مهار تورم، در نتیجه بهبود وضعیت اقتصادی و کاهش فشار ناشی از گرانی فروشی.

- ❖ بهره‌گیری از مراکز آموزش برای آموزش کارشناسان متخصص و افراد آموزش دیده در زمینه گردشگری و استفاده از مهارت متخصصان برای آگاه نمودن مردم و عوارضی که گردشگری انبوه در آینده به دنبال خواهد داشت همچنین در خصوص توسعه گردشگری و چگونه گی کنترل گردشگران ورودی و جلوگیری از شلوغ شدن این منطقه در زمان های اوج گردشگری .
- ❖ رفع کمبود تسهیلات بانکی جهت رونق فعالیت های گردشگری و افزایش انگیزه برای سرمایه گذاری و تخصیص این منابع برای جبران کمبود سرمایه گذاری در زمینه امکانات و خدمات رفاهی بهداشتی در منطقه.
- ❖ پویاساختن تمام منابع و جاذبه های گردشگری منطقه در جهت متنوع سازی گردشگری؛ با تاکید بر گردشگری پایدار در نتیجه بهبود ساختار اشتغال و جلوگیری از جایجایی اشتغال در بخش خدمات .
- ❖ اعمال سیاست های نظارتی مناسب برای افزایش امنیت سرمایه، سرمایه گذار در منطقه و ایجاد سیاستهای شفاف در بخش توریسم جهت برنامه ریزی سرمایه گذاران بر مبنای آن.
- ❖ تقویت تبلیغات و فعالیت های آگاه سازی در رسانه ها در باره جاذبه های گردشگری در جهت جلب سرمایه بخش خصوصی در توسعه مراکز گردشگری.
- ❖ اعمال سیاست های نظارتی مناسب برای کنترل همه جانبه بر روی خرید و فروش زمین ها و بهبود وضعیت بازار یابی و اطلاع رسانی برای جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی در منطقه.
- ❖ ضمن بازنگری به نحوه تخصیص بودجه دولت برای برنامه ریزی گردشگری در خصوص جشنواره ها و نمایشگاه های سالانه، فصلی با موضوع گردشگری.
- ❖ افزایش اعتبارات عمرانی در زمینه توسعه گردشگری همچنین توجه و نظارت بر واحد های ارائه

نتیجه گیری

با توجه به مباحث بیان شده در حوزه گردشگری شهری، باید بیان کرد که این صنعت نوپای توریستی در حوزه مدیریت اجرایی شهرها با تأکید بر برنامه ریزی های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در ساختار کلانشهری تهران و سایر نقاط جامعه باید یکی از سرلوحه های فعالیت های عمده دستگاه های متولی گردشگری شهری در هر زمان و هر دولتی باشد، همچنین تأکید بر توسعه عمران شهری و گردشگری در کلانشهر تهران و نوسازی بافت های تاریخی و گردشگری مناطق توریسم شهری باید در دستور العمل دولت و شهرداری کلانشهر تهران جامعه ما قرار گیرد. احداث و بازسازی فضاهای تفریحی در حوزه گردشگری شهری داخل و خارج شهر (حومه) همراه با ارائه تسهیلات مناسب به بخش خصوصی و دولتی در رشد این صنعت شهری کمک شایانی به توسعه پایدار شهری و محلی و منطقه ای می کند. رقابت در جهت رشد برپایی فرصت های گردشگری در راستای توسعه مندی گردشگری در منطقه ۱۱ تهران باید دستور العمل مدیریت اجرایی قرار گیرد. توجه به ارائه نیازهای متنوع (اجتماعی - فرهنگی -

خدماتی - حمل و نقل - استراحتگاهی - تفریحی - اطلاعاتی و...) برای توریسم شهری در کنار تقویت مشارکت بخش های خصوصی و شهروندان در رفع این نیازها کمک شایانی به توسعه صنعت مذکور در منطقه ۱۱ تهران، می تواند کمک بکند. همچنین ایجاد بسترهای آمایشی مختلف در حوزه گردشگری شهری، وجود تسهیلات مناسب (هتلها - هتل آپارتمانها - میهمانسراها - غذاخوری ها - فست فودها - حمل و نقل داخلی و خارجی در شهر و...) با توجه به درآمد گردشگر، باید مورد اهمیت و برنامه ریزی قرار گیرد. وجود تبلیغ داخلی و خارجی در حوزه معرفی توریسم شهری، بسط مراکز فرهنگی، فرهنگسراها، پویایی گردشگری شهری، تربیت نیروی متخصص در این حوزه، رشد و اهمیت به پژوهش های متنوع در حوزه گردشگری از جمله گردشگری شهری در کلانشهر تهران، تغییر نگرش مسئولان و شهروندان نسبت به جذب گردشگران شهری، ارائه رفتارهای مناسب با این میهمانان، کنترل ترافیک، آلودگی هوا، تخریب محیط زیست، هماهنگی بین دستگاه های متولی گردشگری در شهر و جلوگیری از انداختن تقصیر به گردن دیگر نهاد گردشگری در شهر و تبرئه نمودن دستگاه خود، توجه به پروسه فرایند اطلاعاتی به گردشگران شهری، طراحی تبلیغاتی، اینترنتی در حوزه بسط پایداری گردشگری شهری، ارائه آداب و رسوم محلی، موسیقی سنتی و محلی، پوشاک بومی و... می تواند از مهمترین عوامل توسعه پایدار راهکارهای گردشگری شهری در تهران از جمله منطقه ۱۱ تهران گردش پذیر شهری باشد.

راهکار ها و پیشنهادات

تأکید بر برنامه ریزی اجتماعی - اقتصادی - فرهنگی - خدماتی به گردشگران شهری به صورت مستمر نه فقط در زمان های خاص از سال، با همکاری بخش های مختلف مدیریت اجرایی شهر و میراث فرهنگی شهر تهران و شهراری منطقه ۱۱.

تأکید بر توسعه عمران شهری و ایجاد خیز در جهت نوسازی بافت فرسوده شهر و حوزه گردشگری شهری، همراه با مشارکت بخش خصوصی، دولتی، حکومتی، و ارائه تسهیلات بسیار مناسب به افراد مشارکت کننده در توسعه این حوزه پایدار شهر تهران و منطقه ۱۱.

تأسیس و بازسازی مجموعه های گردشگری، تفریحی در حوزه شهر و حومه شهر با مشارکت بخش خصوصی و حکومتی یا دولتی.

رقابت مدیریت اجرایی، در جهت برپایی نمایشگاه ها متنوع، المپیادهای مختلف (ملی - منطقه ای - بین المللی)، همایش های ملی و بین المللی و منطقه ای. استفاده از فرصت های مناسب در زمان این فعالیت ها برای معرفی جاذبه های گردشگری منطقه ۱۱ تهران.

ارائه نیازمندی های متنوع اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، خدماتی به گردشگران در قالب شیوه های متنوع اطلاع رسانی.

تقویت مشارکت بخش خصوصی و شهروندان در جهت رشد بخش های مختلف گردشگری شهری و جلوگیری از عدم انحصاری بودن این بخش ها در دست نهادهای حکومتی.

ایجاد بسترهای آمایشی مختلف در جهت توسعه پایدار گردشگری شهری، با توجه به حمایت های همه جانبه مدیریت گردشگری شهر تهران.

ایجاد بسترهای لازم برای رفع نیازهای تفریحی و فراغتی گردشگران شهری (فضاهای سبز- بوستان ها- پارکها- شهربازی های سنتی و مدرن- مراکز خرید مجهز و مدرن در نقاط مختلف شهر).

وجود تسهیلات و امکانات حمایتی از بخش خصوصی در گسترش موارد اشاره شده و جلوگیری از انحصاری بودن این فضاها در دست عده ای خاص.

احیا و بازسازی جاذبه های تاریخی، فرهنگی شهر و توسعه همه جانبه میراث شهر تهران (منطقه ۱۱).

توسعه گسترش فضاهای مدرن چون بسط مراکز فرهنگی، تئاتر- سینماها، کنسرت های (ملی- منطقه ای- محلی)، میادین نمادین شده شهر، تلفیق و ترکیب سنت و مدرنیته در حوزه بازسازی فضاهای گردشگری شهری.

ایجاد فعالیت های تفریحی و فراغتی، مهیج، پویا، انعطافی، با برنامه ریزی های مدرن و مکانیکی از سوی مدیریت شهری برای جذب گردشگر شهری.

تربیت نیروی متخصص در جهت بهره برداری تورهای گردشگری شهری، راهنمایان تورهای شهری و حومه شهرها. گسترش کیوسک های اطلاعاتی گردشگری در نقاط مختلف شهر در طی سال و تعبیه افزایش دستگاههای مکان یابی برای گردشگری شهری.

ایجاد پژوهش های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، در حوزه گردشگری و حمایت همه جانبه در بسط پایداری توسعه گردشگری شهری از نتایج پژوهشی و برنامه ریزی های متنوع براساس یافته های اینگونه تحقیقات.

ایجاد تغییر نگرش های مسئولان و شهروندان نسبت به گردشگران شهری، برای جذب پایدار توریسم شهری. ایجاد راهکارهای مناسب برای تقویت حل مشکلات گردشگری و کنترل معضلات " کنترل ترافیک- تخریب فضای

سبز- عدم امنیت گردشگر، نحوه ارائه خدمات به توریسم، حمل و نقل داخلی و خارجی به گردشگر و..."

ارائه مدیریت اجرایی مناسب برای ارائه اطلاعات صحیح از اماکن تاریخی، فرهنگی به گردشگر.

رفع ناهماهنگی ها در جهت ارائه خدمات و برنامه ریزی های متنوع به گردشگر شهری و مسئول بودن تمام نهادهای متولی نسبت به ایجاد هرگونه مشکل و تلاش همه جانبه نهادهای متولی برای حل مشکلات و مسائل گردشگران شهری.

مسئولیت پذیری و پاسخگویی تمام نهادهای موثر در این حوزه برای ارائه هرگونه خدمات مناسب به گردشگر، در جهت توسعه پایدار توریسم شهری.

تلاش در جهت شکل گیری مناسب پروسه فرایندهای اطلاعاتی به گردشگر شهری.

کنترل اطلاعات و جلوگیری از اطلاعات ناقص در زمینه های مختلف این حوزه به گردشگر. طراحی وبلاگها، سایت های گردشگری مجازی، رسانه اختصاصی به معرفی جاذبه های گردشگری از جمله تورسیم شهری به صورت محلی - منطقه ای - ملی و بین المللی. حمایت از مشارکت بخش خصوصی - انجمن ها و سازمان های مردم نهاد در قالب ارائه دستاوردها - فعالیتهای فرهنگی محلی به گردشگر شهری.

منابع

- ۱- پاپلی یزدی محمد حسین، سقایی، مهدی (۱۳۸۹)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.
- دیناری، احمد 1384 .. گردشگری شهری در ایران و جهان، انتشارات الیاس، چاپ اول.
- ۲- سرایی، محمد حسین؛ شمشیری، مسلم (1392) ،، بررسی وضعیت گردشگری در شهر شیراز، جغرافیا و برنامه ریزی، در راستای توسعه پایدار با استفاده از تکنیک swot شماره ۱، ص 69-88.
- ۳- وای گی، چاک؛ فایوسولا، ادواردو (1390) ، جهانگردی در چشم انداز جامع، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ ششم.
- ۴- قدمی، مصطفی و ناصر عقیلی زاده، 1395 ، ارزیابی توسعه گردشگری مقصد در چارچوب پایداری نمونه مورد مطالعه: دهستان تمشکل شهرستان تنکابن، مجله تحقیقات جغرافیایی، دوره بیست و هفتم، شماره ۱.
- ۵- پوراحمد، احمد؛ حسینی، علی؛ اروجی، حسن؛ علیزاده، محمد 1392 (اولویت سنجش راهبردهای توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه الموت قزوین، پژوهش های انسانی 45 دوره، ش 3، ص 1-17
- ۶- خاوریان گرمسیر، امیررضا؛ استوارس، ژاکلین ام؛ علیان، مهدی 1392 (برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری توسعه گردشگری شهری با استفاده از مدل استراتژیک SOAR مدرس علوم انسانی برنامه ریزی، نمونه موردی، شهر نفت مجله آمایش فضا، دوره 17، ش 3، ص 127-142
- ۷- رستگار، موسی؛ غلامی، محمد؛ زمانی، مینا؛ مقدم، معصومه ، 1390 تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری پایدار شهری مجموعه مقالات همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، «با استفاده از مدل سوات، نمونه موردی، زنجان مرودشت، ص 148-160
- ۸- دیناری، احمد ۱۳۸۴ گردشگری شهری در ایران و جهان، مشهد: انتشارات دانشگاه مشهد.
- ۹- حاجی نژاد، علی؛ پورطاهری، محمد؛ احمدی، علی 1387 (تأثیرات گردشگری تجاری بر توسعه کالبدی فضایی مناطق شهری، مطالعه موردی، شهر بانه) مجله پژوهش های جغرافیای انسانی، ش 70، ص 91-109
6. خاکسپاری، علی؛ ابراهیم نیا سم اکوش، سعید؛ دامادی، محمد؛ معزز، وحید ۱۳۹۲ مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، س 2، ش 7، ص 126-147
- ۱۰- قربانی، حمید؛ احمدی، سجاد؛ معرفت نیا، سارا 1392 ، «نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری شهر بوشهر ماهنامه پیام سبز، ش 112، ص 33-37
- ۱۱- قدمی، مصطفی؛ علیقلی زاده فیروز؛ جایی، ناصر 1391 فصلنامه، «ارزیابی توسعه گردشگری مقصد در چارچوب پایداری تحقیقات جغرافیایی، س 27، ش اول، ص 79-10
- ۱۲- گی، چاک 1386 ، جهانگردی در چشم انداز جامع، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران: دفتر فرهنگی، چ 2
- ۱۳- مدهوشی، مهرداد؛ ناصرپور، نادر 1382 (، ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری استان لرستان. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ش 28، ص 58-25
- 14- World Tourism Organisaon(2012).Global Report on City Tourism.Madrid:World Tourism Organisaon,Vol 6.
- 15- Khoshkam,M.Marzuki,A.Al-Mulali,U.2016.Socio-demographic effects on Anzali wetland tourism development.journal of tourism management.vol 54(2016),96-106
- 16-Choi, H. S. & Sirakaya, E., 6002, Sustainability Indicators for managing ccommunity tourism, Tourism Management, Vol. 62, No. 99, PP. 9623-9691.

- 17- Law C.M, (1993), Urban Tourist Attracting Visitor to Large City, (Tourist, Leisure & Recreation Series), Man Sell, British Library Cataloguing, Oxford dictionary, volume XI, 1970.
- 18- Sharpley, J. and Richard (1997), Rural Tourism: an Introduction, International Thomson Business Press, London.
- 19-Barbour, J. (1993). Ethics in an age of technology, San Francisco: Harper Collines.
- 20- Choi,S.H.: (2003). Measurement of Sustainable Development progress for Managing Community Tourism, Dissertation for PHD) Texas A&M University
- 21-Ko, D.W. & W.P. Stewart, "A Structural Equation Model of Residents' Attitudes for Tourism Development", Tourism Management, 23(5), Pp. 521-530, 2002.
- 22- Lankford, S.V. & D.R. Howard, "Developing a Tourism Impact Attitude Scale", Annals of Tourism Research, 21(1), Pp. 121-139, 1994.
23. Law, Christopher(1996). urban tourism attraction visitors to large cities, mansell, London, publishing limited.
- 24-Mowforth, A,. & Munt, I. (1998). Tourism & sustainability: New tourism in the third world. London : Rutledge.
- 25- Oila, M., K. Mrtines& L. Gabriel, "Tourism Management in Urban Region: Brazile Vest Urban Region", Journal of Sustainable Tourism, Vol. 29,Pp. 567- 569, 2012.
- 26- Reid, D. (1995). Sustainable development: An introductory guide. London: Earth scans Publications.
- 27-Timothy, D. J. and Wall, G. (1995). Tourist Accommodation in an Asian historic city, The Journal of Tourism Studies, 6(2): 23-24.
- 28-Sharpely, R. (2002). Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: The Case of Cyprus, Tourism Management, No. 23, pp.233- 344
- 29-Cooper, C., J. Fletcher, D. Gilbert, S. Wanhill & R. Shepherd(1998), Tourism: Principles and Practice, 2nd Ed. New York: Longm.