



ارزیابی تهدیدها و فرصت‌های عوامل راهبردی توسعه صنعت توریسم و گردشگری در شیراز
(با استفاده از تکنیک SWOT)

امیر صباحی^۱ محمد صادق افراسیابی^۲

چکیده

در هزاره سوم صنعت گردشگری آنچنان در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها اهمیت یافته که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نامیده‌اند. امروزه صنعت گردشگری به عنوان بخشی مهم در اقتصاد جهانی بشمار می‌رود و در میان انواع مختلف گردشگری جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی و طبیعی از عوامل بنیادین در توسعه پایدار گردشگری می‌باشند. این مقاله در پی شناخت نقاط ضعف و قوت و ارائه راهکارهایی جهت دستیابی به توسعه صنعت توریسم در شیراز با استفاده از مدل SWOT می‌باشد. نوع پژوهش کیفی و مبتنی بر مطالعات اسنادی و روش کار «توصیفی - تحلیلی» می‌باشد. شیراز دارای پتانسیل‌های بالقوه در جذب گردشگر می‌باشد از جمله این فرصت‌ها می‌توان به جاذبه‌های غنی تاریخی، فرهنگی و ادبی، مذهبی و علمی اشاره نمود. از فرصت‌های بالفعل شیراز، دارا بودن نقش فستیوال و کنگره‌ای آن می‌باشد. عدم هماهنگی بین‌سازمانی، عدم تعیین ظرفیت برد، فقدان طرح مدیریتی تلفیقی در جهت کنترل و هدایت صنعت توریسم، عدم تبلیغات مناسب در مقیاس وسیع، کمبود تجهیزات و تسهیلات شهری، عدم تشکیل سازمان‌های جهانگردی، عدم آموزش نیروی انسانی متخصص و بسیاری از موارد دیگر که ذکر خواهد گردید از نقاط ضعف موجود در صنعت گردشگری شیراز بشمار می‌آیند. با توجه به مطالب بیان شده توجه به تعیین مکان‌هایی شاخص جهت برنامه‌ریزی صنعت توریسم ضروری می‌نماید و در این راستا توجه به جامعه و مشارکت شهروندان، ایجاد زیرساخت‌ها و تجهیزات شهری، افزایش خدمات و تسهیلات گردشگری، ترغیب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و حفاظت و مرمت آثار تاریخی از راهکارهای مهم در این زمینه می‌باشد. لذا توسعه گردشگری در شیراز و تبدیل این منطقه به یکی از قطب‌های مهم در جذب توریسم در سطح کلان مستلزم به کارگیری مدیریتی یکپارچه بر اساس عناصر محیطی، اجتماعی و اقتصادی می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: مدیریت توریسم، توسعه گردشگری، شیراز، تکنیک SWOT.

۱ - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیای نظامی، دانشگاه امام حسین(ع)، Amir_af_64@yahoo.com

۲ - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری؛ msafraasiyabi@yahoo.com