

بررسی قابلیت های توریسم شهرستان نیشابور با استفاده از مدل ارزیابی استراتژی

swot

دکتر ابوالفضل بهنیافر^۱، دکتر ژبلا کلالی مقدم^۲، الهام محمدی^{۳*}، مهوش نداف^۴

۱-استاد یار دانشگاه آزاد مشهد

com.behniyafar@yahoo.a

۲-استادیار دانشگاه پیام نور نیشابور

yahoo@kalali_z.com

*۳-کارشناسی ارشد ژئومورفولوژی، مربی پیام نور نیشابور

09392757865

mohamadi_8429@yahoo.com

۴-کارشناسی ارشد ژئومورفولوژی

naddaf.yahoo@mahvash.com

چکیده

ایران دارای جاذبه ها و پتانسیل های بالایی برای گردشگری(داخلی و خارجی) می باشد و سرمایه گذاری در صنعت گردشگری دارای آثار و تبعات اقتصادی و اجتماعی است که منجر به پایداری مناطق تحت گردشگری می شود. متأسفانه در کشور ما با وجود توان بسیار برای توسعه ی گردشگری این قابلیت به خوبی شنایابی نشده و از آنها برای توسعه کشور استفاده نگردیده است. شهرستان نیشابور با دارا بودن آثار فرهنگی و طبیعی یکی از مناطق مهم گردشگری استان خراسان رضوی محسوب می گردد. در این راستا ضمن بررسی داده ها و اطلاعات جمع آوری شده از منابع مختلف، مجموعه یافته ها با استفاده از ابزار SWOT طبقه بندی شد .

واژگان کلیدی :نیشابور، SWOT، توریسم،ماتریس ife، ماتریس efe



مقدمه

امروزه گردشگری یکی از مهمترین منابع درآمد زیادی از کشور های جهان محسوب میشود. محدود بودن منابع نفت و گاز و کانی های معدنی، دولت ها را به این داشته که از منابع پایدار تری چون میراث فرهنگی و تاریخی خود بهره برداری کنند و با انواع برنامه ریزی ها، این میراث و جذابیت های آن را به منابع درآمد اقتصادی تبدیل کنند. علاوه بر این از میراث فرهنگی و طبیعی خود حفاظت کنند (ثروتی و همکار، ص 3) یک جنبه ی توسعه ی پایدار تاکید بر گردشگری محلی است. این شیوه ی گردشگری بر دخالت دادن جامعه ی محلی در برنامه ریزی و توسعه گردشگری تاکید و توجه دارد و آن گردشگری را توسعه و گسترش می دهد که به منافع جامعه محلی بینجامد (رنجبریان و همکاران، 1379، 23) طبق تعریف سازمان جهانی جهانگردی، گردشگری عبارت است از مجموعه کارهایی که فرد در مسافرت و در مکانهایی خارج از محیط عادی زندگی انجام می دهد. این مسافرت بیش از یک سال به طول نمی انجامد و هدف تفریح، تجارت و یا فعالیت های دیگر غیر اشتغالی است. جهانگردی، پول و جمعیت را از مراکز تمرکز و ثقل صنعتی به سوی روستاها و نقاط طبیعی با جاذبه های مهیا می کشاند (گل محمدی، 74، 1389) در این راستا یکی از مناطق حائز اهمیت گردشگری شهرستان نیشابور در استان خراسان رضوی واقع در شرق کشور است. در این مقاله سعی شده است تا ضمن بررسی تعریف گردشگری، نقاط قوت و ضعف داخلی و تهدید و فرصت های بیرونی توریسم ناحیه مورد مطالعه جهت ارائه راهبردها و استراتژی های مناسب جهت رونق دهی به آن در قالب تکنیک بیان شود تا ذهن خواننده با ابعاد مختلف و گوناگون این شهرستان به طور جامع آشنا شود.

اهمیت و ضرورت تحقیق

صنعت توریسم، یکی از مهمترین بخشهای اقتصادی جهان است که در سالهای اخیر رشد فزاینده ای یافته است. این صنعت با بیش از 760 میلیون گردشگر و حدود 622 میلیون دلار در سال 2004 و بیش از 700 میلیارد دلار در سال 2006 حدود 10

درصد تولید ناخالصی آنها را به خود اختصاص داده است. بر اساس پیش بینی سازمان جهانی توریسم، تا سال 2020 میلادی جمعیت توریسم در جهان به 1 میلیارد نفر و درآمد حاصله به 1/6 میلیارد دلار بالغ خواهد گردید (w.t.o.2006)

برای بررسی قابلیت هر کدام از موارد و مطالعه توانایی جذب و توسعه گردشگری این منطقه، نیاز به تحقیق احساس می‌گردد که با بهره گیری از روش جدید علمی می توان ضرورت و توانایی های منطقه را به صورت علمی تعیین نمود تا در نهایت، برای برنامه ریزی توسعه این منطقه با توجه به نیاز، اقدامات لازم انجام شود.

اهداف تحقیق

در این تحقیق کوشش شده است تا نقاط قوت و نقاط ضعف گردشگری در این منطقه نشان داده شود و با توجه به بررسی تهدیدها و فرصت های موثر در صنعت گردشگری کوشش شود تا با توجه به نقاط ضعف منطقه استراتژیهای مناسب برای توسعه گردشگری در منطقه نیشابور ارائه گردد.

سوابق تحقیق

مفهوم گردشگری از دیدگاه آرتور بورمان مجموعه مسافرت هایی را در بر می گیرد که به منظور استراحت، تجارت یا دیگر فعالیت های شغلی و یا به منظور شرکت در مراسم خاص انجام می گیرد و نبود شخص گردشگر در محل سکونت دائمی خود طی این مسافرت موقتی و گذرا است (رضوانی، 33: 1374) از زمان نوشته شدن اولین کتاب در زمینه ی گردشگری، تحت عنوان کتاب راهنمای گردشگری در سال 1778 به وسیله توماس نوگنت بیشتر از 200 سال میگذرد (پارسایی، 5، 1384) از آن زمان تا کنون مطالعاتی که در زمینه گردشگری صورت گرفته در سه بخش عمده بوده است؛ یکی مطالعات شناخت و معرفی مکان های دیدنی، دوم مطالعاتی که گردشگری و تاثیرات آن را بررسی می کند و در نهایت، مطالعاتی که به صورت تخصصی در رشته های فرعی گردشگری بحث می کند. (شماعی و همکار، 1390، ص 4) در سطح جهانی، در سال 1985 مارپی در خصوص مدیریت توریسم، به این نتیجه رسیده است که توریسم به ارزیابی محیطی و برنامه ریزی محیطی نیاز دارد. همچنین پری معتقد است که هوا و اقلیم نه تنها بر منابع زیست-محیطی مناطق تاثیر گذارند، بلکه، خود به عنوان یک منبع گردشگری در هر منطقه و تجربه گردشگر ها تاثیر بسیار زیادی دارند. (1997) فننل در سال 1999 به مطالعه اکوتوریسم در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، توسعه اقتصادی و تاثیر آب و هوا را در جذب گردشگر مورد توجه قرار داده است و نتایج نشان می دهد که آب و هوا بیشتر از عوامل دیگر در جذب گردشگر موثر است. نپال در سال 2000 گردشگری را در منطقه حفاظت شده هیمالیا در کشور نپال مطالعه کرده است.

در ایران پژوهش های زیادی با عناوین متفاوت انجام شده است که به بیان چند نمونه اکتفا می کنیم. پژوهشی با بهره گیری از تکنیک SWOT به ارائه راهکارها جهت توسعه گردشگری در دهستان لواسان کوچک از دهستان های شهرستان شمیرانات می پردازند و نتیجه می گیرند که آسیب پذیری روستاهای این منطقه به دلیل گسترش گردشگری در سطح بالایی قرار دارد و نیازمند تدوین سیاست های مناسب است (رکن الدین افتخاری، 1385).



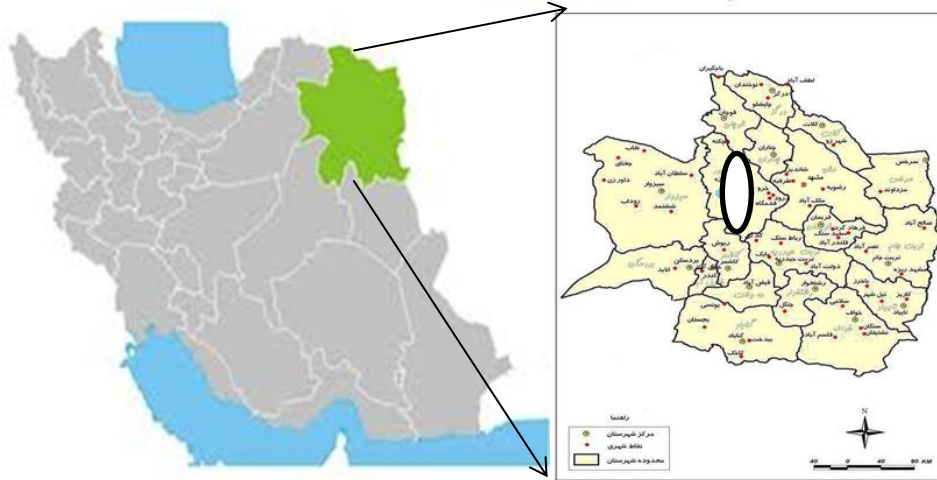
سبحانی (1389) در مقاله ای شناسایی آبهای گرم استان اردبیل و جایگاه آن را در توسعه توریسم بررسی نموده و به این نتیجه رسیده که اکوتوریسم های آبهای گرم در جذب توریسم تابستانی بعد از دمای استان نقش مهمی در گردشگری دارد. نوروزی اورگانی و نوری در سال 1383 در بررسی با عنوان ارزیابی توان محیطی برای توسعه توسعه در دهستان جفاخور، به این نتیجه رسیدند که تمامی سطح منطقه برای توسعه گردشگری از توان بالایی برخوردار است. در پژوهشی با عنوان امکان سنجی توانمندی های گردشگری طبیعی به ارایه، استان چهارمحال و بختیاری به روش SWOT راهبردهایی برای توسعه گردشگری طبیعی در این استان می پردازند و نشان می دهند که این استان توانمندی ها و فرصت های بسیاری دارد که رشد و شکوفایی آنها نیاز به برنامه ریزی جامع و گسترده دارد (زنگی آبادی، 1387). فرج زاده (1384) با کاربرد GIS در برنامه ریزی توریسم، بعد از معرفی سیستم های اطلاعات جغرافیایی، کاربرد های GIS در برنامه ریزی، مکان یابی فضایی و مسیریابی بهینه، در جریان های توریستی را تشریح نموده است. حیدری در سال 1387 در کتاب برنامه ریزی صنعت گردشگری ویژگی های صنعت گردشگری، ویژگی های صنعت گردشگری را بررسی کرده است.

روش تحقیق

با توجه به این که کلیه ی وسایل و مراحل جمع آوری سیستماتیک اطلاعات و نحوه ی تجزیه و تحلیل منطقی آنها برای نیل به یک هدف معین را روش علمی تحقیق گویند (نبوی، 8: 1372) روش انجام تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی - تحلیلی می باشد و روش جمع آوری اطلاعات به ترتیب استفاده : کتابخانه ای و سپس میدانی می باشد. ابزار تحلیلی SWOT یکی از روش های اساسی جهت ایجاد نظم و مناسبات ویژه بین مسائل استراتژیک است و از بهترین تکنیک ها برای تحلیل و هدایت محیط محسوب می شود. (yukse et.al2007.33) در راستای سوالات و هدف تحقیق از ابزار SWOT به منظور شناسایی و طبقه بندی عوامل محیط درونی و بیرونی استفاده شده است. تحلیل اطلاعات نیز با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل درونی و ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی انجام گرفته است. و با استفاده از ماتریس های ife (internal factor evaluation) و efe (external factor evaluathon) به هر یک از داده ها وزنی اختصاص داده شده، سپس جمع امتیازات محاسبه می گردد. و در پایان جهت توسعه ی گردشگری منطقه با توجه به نقاط ضعف و تهدیدات، استراتژی های مناسب تدوین شد.

موقعیت منطقه مطالعاتی

شهرستان نیشابور از شمال به رشته کوه بینالود و شهرستان قوچان، از غرب به شهرستان اسفراین و شهرستان سبزوار، از جنوب به شهرستان کاشمر و تربت حیدریه و از شرق به شهرستان مشهد محدود است. و وسعت آن 9308 کیلومتر می باشد. شهرستان نیشابور یکی از شهرستان های بخش مرکزی استان خراسان است که بین 58' و 19 دقیقه تا 59' و 30 دقیقه طول جغرافیایی و 35' و 40 دقیقه تا 36' و 39 دقیقه عرض جغرافیایی در حاشیه ی شرقی کویر مرکزی ایران واقع شده است. بخش اعظم این شهرستان در دشت نسبتاً وسیعی قرار گرفته که از شمال (بوسیله ی ارتفاعات بینالود) به شهرستان های چناران و قوچان، از شرق به شهرستان مشهد، از جنوب به شهرستان های کاشمر تربت حیدریه و از غرب به شهرستان سبزوار محدود است و شهر نیشابور نیز در 120 کیلومتری غرب مشهد و 768 کیلومتر مربع بوده که معادل 9/2 درصد وسعت استان و 53/0 درصد وسعت کل کشور می باشد

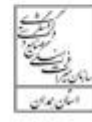


معرفی مدل SWOT

SWOT حروف اول چهار کلمه انگلیسی با معادل فارسی قوت (Strength)، ضعف (Weakness)، فرصت (Opportunity) و تهدید (Threats) شناسایی نظام مند SWOT میباشد (زیاری، 238، 1383)



شکل شماره (1) ماتریس swot



تجزیه و تحلیل SWOT شناسایی نظامند عواملی است که راهبرد باید بهترین سازگاری را با آنها داشته باشد. منطق رویکرد مذکور این است که راهبرد اثر بخش باید قوت ها و فرصت های سیستم را به حداکثر، ضعف ها و تهدیدها را به حداقل برساند. این منطق اگر درست بکار گرفته شود نتایج بسیار خوبی برای انتخاب و طراحی یک راهبرد اثر بخش خواهد داشت (پیرز و رابینسون، 155، 1383). همچنین این مدل یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سیستمی با فرصتها و تهدیدات برون سیستمی است (هریسون و جان، 192، 1382).

از مقایسه فرصت ها و نقاط قوت، راهبردهای فرصت - تهدید (SO) حاصل می شود. بهمین ترتیب از مقایسه نقاط قوت و تهدیدها، راهبردهای قوت - تهدید (ST)، از مقایسه نقاط ضعف و فرصت ها، راهبردهای ضعف - فرصت (WO) و از مقایسه نقاط ضعف و تهدیدها، راهبردهای ضعف - تهدید (WT) بدست می آید (زمانی و همکار، 1388). در این ماتریس در هر مرحله دو عامل یا یکدیگر مقایسه می شوند و هدف تشخیص بهترین راهبرد نیست، بلکه هدف تعیین راهبردهای قابل اجرا است. بنابراین همه راهبردهایی که در این ماتریس ارائه می گردند، انتخاب و اجرا نخواهد شد (دیوید، 1384).

استراتژی های SO: این استراتژی ها به منظور حداکثر استفاده از قوت های موجود برای بیشترین استفاده از فرصت های محیطی طراحی می شوند. به عبارتی دیگر این استراتژی ها، استراتژی های خاص رقابتی بوده و از نقاط قوت جهت بهره برداری بهتر از فرصت ها استفاده می شود (مهدوی، 1382).

استراتژی های ST: این استراتژی ها به منظور حداکثر استفاده از قوت های موجود برای حداقل نمودن اثرات تهدیدهای محیط بیرونی طراحی می شوند. به عبارتی دیگر این استراتژی ها تهدیدها را با استفاده از نقاط قوت، بی خطر می کنند.

استراتژی های WO: این استراتژی ها به منظور حداقل نمودن ضعف های داخل برای بیشترین استفاده از فرصت های محیطی طراحی می شوند. به عبارتی دیگر در این استراتژی ها از فرصت ها، جهت کمرنگ نمودن نقاط ضعف استفاده می شود (مافی، 1388).

استراتژی های WT: این استراتژی ها به منظور حداقل نمودن ضعف های داخل برای حداقل نمودن اثرات تهدیدهای محیط بیرونی طراحی می شوند. به عبارت دیگر این استراتژی ها، استراتژی های بقا پذیری در محیط بوده و جهت به حداقل رساندن نقاط ضعف و اجتناب از تهدیدها استفاده می شود (اعرابی، 1387).

ماتریس عوامل داخلی، نشانگر نقاط قوت و ضعف است. در تهیه این ماتریس تکیه اصلی بر مشاهدات و بررسی های میدانی و اطلاعات جمع آوری شده از طریق پرسشنامه که بین گردشگران و نیز بین مدیران و مسئولان سازمان گردشگری شهرستان جهت وزن دهی و اولویت بندی توزیع گردید می باشد.

عوامل خارجی عواملی اند که در آینده موجب فرصت و موقعیت منطقه می شوند و از طرف دیگر عوامل خارجی که این توسعه را تهدید می نمایند در این ماتریس فهرست شوند (زیویار و رجبی 1387). در ماتریس داخلی و

خارجی چهارخانه ای، جمع نمره های نهایی بر روی محور X ها از 1 تا 2/5 نشان دهنده ضعف داخلی و نمره 2/5 تا 4 بیانگر میزان قوت است. به همین شیوه، جمع نمره های نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی از 1 تا 2/5 بیانگر تهدید و نمره 2/5 تا 4 بیانگر میزان فرصت است. قرار گرفتن در هر یک از خانه های ماتریس داخلی و خارجی 4 خانه ای مفاهیم استرژیک خاصی دارد (ترشیزیان، 1386)

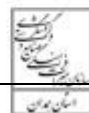
نتیجه گیری و تحلیل SWOT

ارزیابی محیط بیرونی و درونی

ارزیابی محیط بیرونی و درونی باعث می شود که تصمیم گیرندگان و برنامه ریزان در همان مراحل قضاوت کمی را در فرایند تدوین اهداف و راهبردها به کار گیرند (Mandal, 1989). تصمیماتی که در مورد اهمیت نسبی عوامل درونی و بیرونی توریسم شهرستان نیشابور گرفته می شود این امکان را فراهم می سازد که اهداف و راهبردهای مختلف را به شیوه ای اثر بخش ارائه نمایند.

ارزیابی محیط درونی

پس از بررسی عوامل درونی، عوامل عمده شناخته شده در ماتریس ارزیابی عوامل درونی قرار می گیرد. تعداد عوامل تعیین شده که در بر گیرنده نقاط قوت و ضعف شهرستان می باشد بیان می گردد. همانگونه که مشاهده میشود بر اساس نظرسنجی ها و بررسی ها عامل وجود ییلاقات خروین و درود و بوژان با امتیاز نهایی 0/268 به عنوان برترین نقاط قوت شناخته شد. در ادامه نخست نقاط قوت و سپس نقاط ضعف شهرستان در این ماتریس قرار می گیرد و به بررسی و ارزیابی محیط درونی می پردازیم.



ضرب نهایی	رتبه	ضرب	ارزیابان محیط زیست هگمتانه	نقاط قوت پرتماين مدن	CIVILICA
0.220	4	0.055	وجود شهرک صنعتی خیام		
0.268	4	0.067	بخش ها و روستا های زیبا و بکر مانند خروین، بوژان، درود و...		
0.060	2	0.030	اعتماد مسئولین به اشتغالزایی به وسیله ی گسترش توریسم		
0.070	2	0.035	راههای ارتباطی مناسب		
0.150	3	0.050	جاذبه های طبیعی و تاریخی و گردشگری		
0.120	3	0.040	برخورد مناسب مردم منطقه با گردشگران		
0.050	2	0.025	آداب و رسوم مردم		



CIVILICA

مرکز ملی مطالعات و پژوهش‌های توسعه پایدار

مرکز ملی مطالعات و پژوهش‌های توسعه پایدار

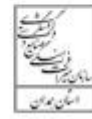
ارزیابان محیط زیست هگمتانه

0.22	4	0.055	برخورداري روستاها های شهرستان از شبکه توزیع برق و آب كشوری	8
0.040	2	0.020	بالا بودن روحیه مشارکت مسئولان سازمان گردشگری و مردم در معرفی پدیده های توریستی	9
0.220	4	0.55	وجود قدمگاه رضوی	10
0.066	2	0.033	نیروی متخصص و تحصیلکرده	11
0.26	4	0.065	اقلیم مناسب	12
0.135	3	0.045	جاذبه های فرهنگی	13
1.879		1	جمع کل	

جدول شماره (1) نقاط قوت

جدول شماره (2) نقاط ضعف

ضریب نهایی	رتبه	ضریب	نقاط ضعف	
0.080	2	0.040	کمبود تاسیسات زیربنایی	1
0.060	2	0.030	کمبود امکانات رفاهی و اقامتی برای گردشگران	2
0.070	2	0.035	عدم امکان جمع آوری زباله و موتد زاید از مناطق توریستی	3



0.030	1	0.030	ضعف تابلوهها و علایم راهنمایی گردشگران به مناطق توریستی تهدیدها	4	
0.070	2	0.035	عدم اطلاع رسانی و آگاهی لازم برای مشارکت بخش خصوصی برای سرمایه	5	
0.13	2	0.065	گذاری در بخشهای مختلف توریسم اعم از ژئوتوریسم، اکوتوریسم و..... عدم توجه مسئولان در معرفی مناطق ژئوتوریستی	6	1
0.070	2	0.035	عدم وجود شبکه ارتباطی مناسب و آسفالت شده برای بازدید از جاذبه های		
			شهرستان		
0.080	2	0.040	نبود برنامه های کارآمد و جامع در زمینه گردشگری در سطح شهرستان	7	
0.045	1	0.045	نبود تورهای گردشگری فعال در شهرستان	8	
0.060	2	0.030	نبود برنامه ریزی های مدیریتی گردشگری	9	
0.070	2	0.035	عدم توجه در معرفی پدیده های طبیعی و ژئومورفولوژیکی	10	
0.080	2	0.040	- کمبود امکانات بهداشتی در جوار مناطق ژئوتوریستی	11	
0.060	2	0.030	نبود مدیریت و برنامه ریزی و نیروی متخصص در مناطق ژئوتوریستی	12	
0.775	-	1	جمع کل		

چنانچه ملاحظه می شود بیشترین امتیاز نقاط ضعف در سطح شهرستان ابتدا مربوط به عدم وجود تاسیسات زیربنایی، نبود برنامه ریزی های کارآمد در زمینه گردشگری، کمبود امکانات بهداشتی در جوار مناطق ژئوتوریستی می باشد. امتیاز شهرستان نیشابور در ارزیابی عوامل داخلی بیشتر از 2/65 بوده و بنابر آنچه در مبانی تکنیک SWOT یاد شد، عدد بیشتر از 2/5 بیانگر قوت داخلی موجود در شهرستان نیشابور بوده و می توان با ارائه استراتژیهای مناسب و سرمایه گذاری بر روی ژئوتوریسم و گردشگری شهرستان از آن به نفع کشور و ساکنان آن بهره برد.

بررسی عوامل بیرونی:

جدول شماره (3) تهدیدها



0.11	2	0.055	آلودگی محیط زیست در اثر ورود گردشگران	2
0.11	2	0.055	از بین رفتن فرهنگ سنتی مردم با افزایش گردشگران	3
0.09	2	0.045	مهاجرت به مرکز استان	4
0.10	2	0.050	عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه خدمات و تجهیزات و تاسیسات گردشگری در منطقه	5
0.12	2	0.060	تراکم بیش از حد جمعیتی و شلوغ شدن منطقه در فصول خاص	6
0.1	2	0.050	تسلط بخش دولتی بر منابع گردشگری	7
0.1	2	0.050	سرمایه گذاری اندک بخش خصوصی در زمینه توریسم در منطقه	8
2.851	-	1	جمع کل	

جدول شماره (4) فرصتها

فرصتها	ضریب	رتبه	ضریب نهایی
--------	------	------	------------



0.32	4	0.080	توان و زیر ساخت های مناسب شهرستان در زمینه های مختلف	1
0.28	4	0.070	افزایش امکانات خدماتی و توریستی منطقه	2
0.304	4	0.076	نزدیکی به شهر زیارتی مذهبی مشهد مقدس	3
0.165	3	0.055	قرارگیری در مسیر ارتباطی مهم	4
0.180	3	0.060	سرمایه گذاری شرکتها و موسسات خصوصی	5
0.150	3	0.050	سرمایه گذاری شرکتها و موسسات دولتی	
0.207	3	0.69	- توسعه اقتصادی	6
0.165	3	0.055	- افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح با هدف شناخت این منطقه	7
0.220	4	0.055	ایجاد اشتغال و کاهش بیکاری	8
1.991	-	.0	جمع کل	

در ماتریس عوامل بیرونی، طبق جدول شماره 3 و 4، در بخش مربوط به تهدیدها بیشترین امتیاز در عامل عدم وجود توجه مسئولین در معرفی مناطق ژئوتوریستی و در قسمت فرصتها بیشترین امتیاز مربوط به توان و زیرساخت های مناسب شهرستان در زمینه های مختلف و نزدیکی به شهر زیارتی مشهد مقدس می باشد. امتیازهایی شهرستان نیشابور 2/851 می باشد و عدد بیشتر از 2/5 نشانگر وجود شرایط مطلوب در این بخش می باشد. این امر نشان دهنده این است که وضعیت شهرستان در ارتباط با عوامل خارجی جهت توسعه صنعت توریسم بهتر از شرایط داخلی بوده و امتیاز بدست آمده برای این بخش نشانگر این است که فرصت های موجود بیشتر از تهدیدها می باشند. این خود نشان دهنده شرایط مطلوب شهرستان به لحاظ وجود فرصت های مناسب جهت رونق دهی به صنعت توریسم این شهرستان بوده و جهت رسیدن به وضعیتی مطلوب و بهتر نیازمند ارائه استراتژی های مناسب جهت از بین بردن نقاط ضعف و خنثی کردن تهدیدهای موجود می باشد.

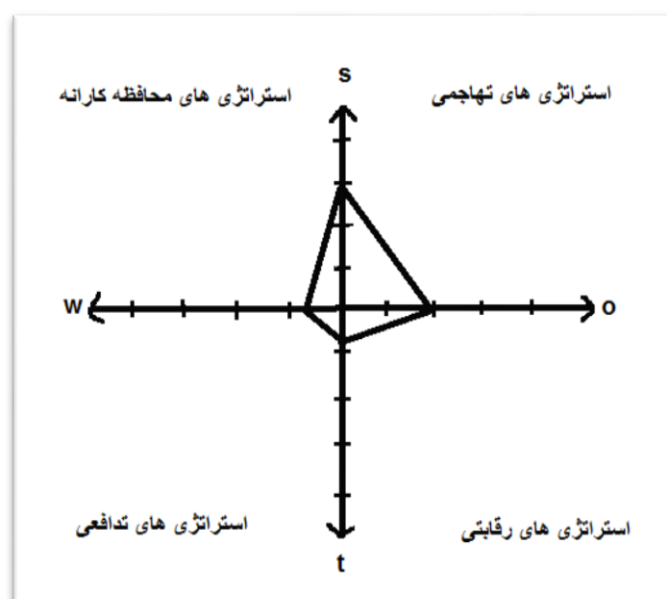
عوامل درونی		عوامل بیرونی	
S	W	O	T

1/879	0/775	1/991	0/86
مجموع ضرایب عوامل مرکب			
SO	WT	ST	WO
3/74	0/66	1/61	1/54

جدول شماره (5) ترکیب عوامل داخلی و خارجی

چنانچه ملاحظه می شود، بزرگترین عدد بدست آمده مربوط به عامل $SO = 3/74$ است که شامل نقاط قوت و فرصت های شهرستان نیشابور می باشد که در این شرایط از فرصت های بیرونی بهره برداری می شود و همواره ترجیح بر این است که بتوان با استفاده از نقاط قوت درونی از رویداد ها و روند های بیرونی یا خارجی بهره برداری کرد.

برای تعیین وضعیت کلی راهبردهای منطقه از ضریب نهایی هر بخش (SWOT) استفاده می کنیم. هر بخش ضریبی دارد که از مجموع ضرایب نهایی هر عامل به دست آمده است و در بالا ذکر شده بود. این محور شبیه دستگاه مختصات می باشد. ضریب هر بخش در محور مربوطه پیدا می کنیم و به هم دیگر وصل می کنیم. شکلی ترسیم می شود که به هر طرف که کشیده تر و متمایل تر بود، نشان دهنده وضعیت راهبردهای آن منطقه است.





شکل شماره (2) ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژی

بر طبق نتیجه به دست آمده، راهبردهای شهرستان نیشابور به راهبردهای تهاجمی نزدیک می باشد و مسئولین باید سعی کنند از نقاط قوت و فرصت نهایت استفاده را برده و به سمت این راهبردها گام بردارند. پژوهش حاضر نشان می دهد که به دلیل وجود جاذبه های گردشگری و ارزش های تاریخی، اکولوژیکی، مذهبی و فرهنگی، نیشابور می تواند سالیانه پذیرای جمع کثیری از گردشگران داخلی و خارجی باشد. در این قسمت به ارائه ی این فهرست پرداخته می شود به منظور دستیابی به گردشگری پایدار استراتژی هایی جهت پیشرفت و توسعه ی گردشگری به شرح ذیل تدوین گردیده است؛

استراتژی های رقابتی -تهاجمی (so) راهبردهای اصلی :

- افزایش انگیزه ی مسافرت مخصوصا در طبقه ی شهرنشین همچنین افزایش جاذبه ها و فرآورده های توریستی به منظور ایجاد اشتغال و درآمد برای ساکنین منطقه.
- شناسایی و بهره گیری از جاذبه ها و دیگر مزیت های نسبی گردشگری این منطقه از جمله وجود باغات مرکبات و قدمت بسیار زیاد اماکن تاریخی جهت رقابت با سایر مناطق گردشگری استان.
- ایجاد هماهنگی در بین ادارات و نهادات خصوصی و دولتی جهت یکپارچه سازی گردشگری پایدار در منطقه.
- حمایت و تشویق بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در بخش گردشگری.

استراتژی های تنوع: (st)

- تنوع بخشی در امکانات و خدمات برای گردشگران جهت کسب رضایت.
- تنوع بخشی در برنامه های تبلیغاتی برای معرفی منطقه و جاذبه های گردشگری.
- تنوع بخشی در اماکن تاریخی از طریق ایجاد نمایشگاه های مختلف و برپایی اردو های دانش آموزی و دانشجویی در این مناطق.
- تنوع بخشی و ایجاد بازار های محلی در منطقه و عرضه صنایع دستی.

-تنوع بخشی برنامه هایی از طریق صدا و سیمای استان و شبکه های ملی و...

استراتژی های بازننگری: (wo)

- بازنگری در نحوه ی برنامه ریزی های دولت و بخش خصوصی.
- بازنگری در نحوه ی برنامه ریزی دولت جهت توسعه و تجهیز زیر ساخت ها و تسهیلات مختلف گردشگری.
- بازنگری در نحوه ی توزیع خدمات و امکانات در منطقه برای جذب گردشگران.
- بازنگری در نحوه ی اطلاع رسانی.

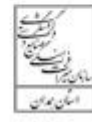
استراتژی های تدافعی: (wt)

- برگزاری نشست ها، مجالس و سمینارها برای توسعه سرمایه گذاری در گردشگری منطقه ی نیشابور توسط سازمان میراث فرهنگی با همکاری سایر دستگاه ها و مسئولان مرتبط.
- ایجاد آژانس های گردشگری ارزان قیمت در سطح استان و حتی کشور.
- ایجاد فضاهای استراحتگاهی و شهر بازی ها در اطراف مناطق گردشگری با هدف رونق گردشگری.
- دادن امتیاز خاص به سرمایه گذاران در زمینه ی گردشگری.
- تجهیز مسیرهای گردشگری جهت رفاه گردشگران.
- نصب علائم در مسیر های گردشگری.
- توزیع دفترچه و کتابچه راهنما در بین گردشگران.
- آموزش و اطلاع رسانی به مردم علی الخصوص روستاییان و یا اهالی نزدیک به اماکن گردشگری.
- آموزش و اطلاع رسانی به گردشگران در زمینه ی آداب و رسوم مردم منطقه.
- تشویق مردم به مشارکت در امر توسعه ی صنعت گردشگری و سرمایه گذاری در گردشگری برای کسب درآمد.



منابع

- ارمغان، سیمین. 1385.، توریسم و نقش آن در جغرافیا. انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلام شهر. تهران
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و داوود مهدوی (1385)، راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با دهستان لواسان کوچک، : SWOT استفاده از مدل فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره 10، شماره 2
- اعرابی، سید محمد، 1387، درسنامه برنامه ریزی استراتژیک، دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ سوم، تهران.
- پارسایی، اسماعیل (1384). امکانسنجی نواحی مستعد توسعه اکوتوریسم، پایان نامه. دانشگاه تربیت مدرس.
- پیرز، جان، ای و ریچارد، رایینسون (1383)، مدیریت راهبردی، اجرا و کنترل، انتشارات سمت، تهران.
- ترشیزیان، پیروش، 1386، برنامه ریزی و سامان دهی فضاهای شهری در راستای توسعه شهری، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- توکلی، دلبر (1387)، فصل جدید گردشگری در کارنامه ایران، دنیای تجارت، سال دوم، شماره 12 تا 14، سخنرانی هارش وارما همایش یک روزه تورگردانان جهان در ایران.
- محمد رضا ثروتی و الهام کزازی ژئوتوریسم فرصت های برنامه ریزی آن در استان همدان، مجله فضای جغرافیایی ص 3
- حیدری، رحیم، (1387)، برنامه ریزی صنعت گردشگری، انتشارات سمت، چاپ اول، تهران، صفحه 279.
- دیوید، فرد. آر. 1384، مدیریت استراتژیک، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی.
- رضوانی، ع، جغرافیا و صنعت توریسم، تهران، 1374
- زنجیریان، ب، و زاهدی، م، برنامه ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه ای، اصفهان، 1379
- زاهدی، شمس السادات (1385)، مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تاکید بر محیط زیست)، چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- زنگی آبادی، علی و مصطفی محمدی ده چشمه (1387)، امکان سنجی توانمندی های گردشگری طبیعی استان چهارمحال و بختیاری به روش SWOT مجله محیط شناسی، سال سی و چهارم، 47 شماره



- زمانی حسین ، خداوردی لو سهیلا ، 1388 ، راهبردهای توسعه گردشگری روستایی در شهرستان پاساگرد با استفاده از تکنیک SWOT ، دومین همایش ملی علوم جغرافیایی.

- زیاری، کرامت الله (1383)، مکتب ها، نظریه ها و مدل های برنامه و برنامه ریزی منطقه ای، انتشارات دانشگاه یزد، چاپ اول.

- سبحانی، بهروز، (1379)، شناسایی آبهای گرم استان اردبیل و جایگاه آن در توسعه صنعت توریسم، نشریه سپهر شماره 30، تهران، صفحه 44-38

- سبحانی، بهروز، (1389)، شناخت پتانسیل های گردشگری منطقه آبگرم سردابه در استان اردبیل با روش مجله مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، سال اول، شماره چهارم

- سخنرانی طالب الرفاعی (1387)، دومین همایش بین المللی فرصت های سرمایه گذاری در صنعت گردشگری، آریانا گردشگر.

- سلطانی، محمد علی ، قاضی نوری، سپهر، بکار گیری ماتریس SWOT در استخراج استراتژی های ملی نانو تکنولوژی در ایران، نشریه دفتر همکاریهای فن آوری، ریاست جمهوری.

- علی شمعی و جعفر موسی وند، سطح بندی شهرستان های استان اصفهان از لحاظ ظییر ساختی گردشگری با استفاده از مدل , topsis AHP، مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای ، سال سوم شماره دهم پاییز 1390. ص 4

- فرج زاده اصل، منوچهر، (1384)، سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه ریزی توریسم، چاپ اول، تهران، نشر سمت، صفحه 12.

- قادری، رضا _ طاهر ابوبکری بررسی قابلیت ها و تنگناهای توسعه توریسم شهرستان سردشت با استفاده از تکنیک SWOT- دومین همایش ملی علوم جغرافیایی- ۱۵ و ۱۶ مهرماه ۱۳۸۸ - دانشگاه پیام نور استان اذربایجان غربی-مرآزرومیه ص 4.

- گل محمدی، ف، توسعه ی صنایع دستی و فناوری متوسط با هدف گسترش توریسم و اشتغال پایدار روستایی، مسکن و محیط روستا، شماره 131

- مافی، عزت الله ، سقایی، مهدی ، 1388، کاربرد مدل SWOT در تحلیل مدیریت گردشگری (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد)، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره 14، تابستان 1388.

- محلاتی، صلاحالدین (1380). درآمدی بر جهانگردی، چاپ اول. انتشارات دانشگاه شهیدبهبشتی.

- نوروزی آورگانی ، اصغر و نوری ، هدایت الله، 1383، ارزیابی توان محیطی برای توسعه توریسم در دهستان چغاخور، مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان، اصفهان، صفحه 26.

- مهدوی، داوود ، 1382، توسعه صنعت توریسم و ارائه مدل استراتژیک SWOT در دهستان لواسان کوچک. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

- هریسون، جفری و کارون، جان (1382)، مدیریت استراتژیک، ترجمه بهروز تالی، انتشارات دانشگاه تهران.

- Fennell, (D), (1999), Ecotourism, Routledge,p25
- Nepal, Sanjay. K, (2000), Tourism in protected areas the Nepalese Himalaya, Annals of Tourism Research, vol 27, .no 3
- Murphy, Peleve, (1985), Tourism, Accommmunity Approach, new york.p 2000,p37
- Perry.A, H, (1997), pecreetionand tourism, in, Applied climatolojy,P 37
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (1995). Strategic management and business policy (5th Ed.). Reading, MA: - Addison-Wesle
- WTO, (2006), WTO, Basic document, Madrid: WTO

Abstract:

Iran's top attractions and potentials for tourism(Internal and external) and Investment in the tourism industry with the social and economic consequences that Will lead to sustainable tourism zones. Unfortunately in our country with great potential for tourism development ,the ability Not as good as Shnayayy and They have been used in developing countries .neyshabour city having one of the most important areas of natural and cultural tourism is the Razavi Khorasan Province.In this regard, the survey data collected from various sources,Results of the model SWOT Been classified that Be described in the text.

Key word:neyshabour, swot, tourism, matrix ife, efe matrix.