

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" استفاده از مفاد و نتایج پایان نامه بدون مجوز کتبی دانشگاه سمنان  
ممنوع می باشد "



دانشگاه سمنان  
دانشکده گردشگری  
گروه مدیریت جهانگردی

پایان نامه

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت جهانگردی،  
گرایش برنامه ریزی توسعه جهانگردی

عنوان:

طراحی فرایند برنامه ریزی استراتژیک برای توسعه و بهبود  
گردشگری  
(مورد مطالعه: شهر کربلا).

استاد راهنما:

دکتر محمد همتی

استاد مشاور:

دکتر علی اکبر امین بیدختی

پژوهش گر:

علی عزیز الگلگای

شهریور ۱۳۹۲

اینجانب علی عزیز الگلگاوای متعهد می شوم که محتوای علمی این پایان نامه با عنوان «طراحی فرایند برنامه ریزی استراتژیک برای توسعه و بهبود گردشگری (مورد مطالعه: شهر کربلا)» در مقطع کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، گرایش برنامه ریزی توسعه جهانگردی که به گروه آموزش مدیریت جهانگردی دانشکده گردشگری سمنان ارائه شده، دارای اصالت پژوهشی بوده و حاصل فعالیت های اینجانب می باشد. در صورتی که خلاف ادعای فوق در هر زمانی محرز شود کلیه حقوق معنوی متعلق به پایان نامه از اینجانب سلب شده و موارد قانونی مترتب به آن نیز از طریق مراجع ذیربط قابل پیگیری است.

نام و نام خانوادگی: علی عزیز الگلگاوای

شماره دانشجویی: ۱۹۲۱۷۳۰۰۰۱

صور تجلسه دفاع

تقديم

إلى سيدي الإمام الحسين عليه السلام ولاءً...

إلى والدي ووالدي وفاءً وإخلاصاً...

إلى زوجتي وأبنائي حباً...

أهدي هذا الجهد...

« با سپاس فراوان از استادان راهنما و مشاور گرامی جناب آقای دکتر محمد همتی و جناب آقای دکتر علی اکبر امین بیدختی به خاطر حمایت ها و راهنمایی های گرانددرشان در انجام این پژوهش و همچنین تشکر از داوران گرامی جناب آقای دکتر یونس وکیل الرعایا . به خاطر راهنمایی ها و نظرات گرانددرش و جناب آقای دکتر نجارزاده بخاطر نظرات ارزشمندش»

## چکیده

گردشگری به عنوان یک فعالیت جامع و کلی می تواند به وسیله برنامه ریزی مدون که اهداف اصلی و مشخصی دارد، موجبات بهبود شرایط در منطقه مقصد را فراهم آورد. دست اندرکاران برنامه ریزی و توسعه گردشگری، بایستی با توجه به شرایط هر مقصد، نسبت به توسعه گونه ای از گردشگری که بیشترین تناسب با ویژگیهای مقصد داراست، تلاش نمایند تا شهر کربلا که در مراحل اولیه چرخه حیات مقاصد گردشگری قرار دارد به عنوان مطالعه موردی این پژوهش قرار دهند. در تحقیق حاضر سعی شد که ضمن تحلیل استراتژیک فرصت‌ها، تهدیدات، ضعف‌ها و قوت‌های گردشگری شهر کربلا با بهره گیری از تکنیک **SWOT** استراتژی‌های مناسبی جهت توسعه گردشگری در این شهر ارائه گردد. در این راستا پس از جمع آوری اطلاعات از کارشناسان، صاحبانظران، مسئولان و مطالعه کتابخانه‌ای، برای دستیابی به نتایج مورد نظر ۳ سوال مطرح شد. جامعه آماری در این پژوهش مشتمل بر کارشناسان، صاحبانظران و مسئولان بود و به منظور جمع آوری اطلاعات از روش مصاحبه و پس از آن از پرسش نامه جهت اولویت دهی به نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید توجه شد. در پایان نیز داده‌های گردآوری شده با تکنیک‌های **AHP, SWOT** تجزیه و تحلیل شدند.

## کلید واژگان

گردشگری، شهر کربلا، برنامه ریزی استراتژیک، مدل **SWOT**.



## فهرست

۱	فصل اول کلیات تحقیق
۲	۱-۱ مقدمه
۴	۲-۱ طرح مسئله
۶	۳-۱ اهداف تحقیق
۶	۴-۱ سوالات تحقیق
۷	۵-۱ تعریف واژه های تحقیق
۷	۱-۵-۱ گردشگری
۷	۲-۵-۱ شهر کربلا
۷	۳-۵-۱ برنامه ریزی استراتژیک
۷	۴-۵-۱ مدل SWOT
۷	۵-۵-۱ استراتژی تهاجمی SO
۷	۶-۵-۱ استراتژی اقتضایی ST
۸	۷-۵-۱ استراتژی انطباقی WO
۸	۸-۵-۱ استراتژی تدافعی WT
۸	۶-۱ خلاصه فصل اول
۹	فصل دوم ادبیات تحقیق
۱۰	۱-۲ مقدمه
۱۲	۲-۲ گردشگری
۱۳	۱-۲-۲ تعریف گردشگری
۱۵	۲-۲-۲ تاریخچه گردشگری
۱۷	۳-۲-۲ اهمیت و اثرات گردشگری
۲۱	۴-۲-۲ انواع گردشگری
۲۵	۵-۲-۲ گردشگری مذهبی
۳۱	۱-۳-۲ مدیریت استراتژیک
۳۲	۲-۳-۲ برنامه ریزی استراتژیک
۳۳	۳-۳-۲ تعریف برنامه ریزی استراتژیک
۳۵	۴-۳-۲ اهداف برنامه ریزی
۳۵	۵-۳-۲ مراحل تدوین استراتژیها
۵۱	۵-۲ شهر کربلا
۵۴	۱-۵-۲ حرم های مطهر و مرقد های مشرف
۶۵	۲-۵-۲ مقامات دینی
۷۲	۳-۵-۲ اماکن تاریخی و گردشگری
۷۸	۴-۵-۲ عوامل فرهنگی و اجتماعی شهر کربلا
۸۷	۵-۵-۲ مؤلفه های صنعت گردشگری در شهر کربلا
۹۲	۶-۲ پیشینه تحقیق
۹۲	۱-۶-۲ تحقیقات به زبان فارسی
۹۴	۲-۶-۲ تحقیقات به زبان انگلیسی
۹۶	۷-۲ خلاصه فصل دوم
۹۱	فصل سوم روش تحقیق
۹۲	۱-۳ مقدمه
۹۲	۲-۳ روش تحقیق
۹۳	۳-۳ نقشه راه تحقیق
۹۴	۴-۳ جامعه آماری
۹۴	۵-۳ تعیین حجم نمونه و روش نمونه گیری
۹۴	۶-۳ قلمرو زمانی
۹۴	۷-۳ قلمرو مکانی
۹۴	۸-۳ روش گردآوری اطلاعات
۹۶	۹-۳ ابزارهای آماری برای تجزیه و تحلیل دادهها

۹۶	تکنیک SWOT	۱-۹-۳
۹۹	تکنیک AHP	۲-۹-۳
۱۰۴	جمع بندی فصل سوم	۱۰-۳
۱۰۵	<b>فصل چهارم تجزیه و تحلیل اطلاعات</b>	
۱۰۶	مقدمه	۱-۴
۱۰۶	توصیف داده ها	۲-۴
۱۰۷	سن پاسخگویان	۱-۱-۴
۱۰۸	میزان تحصیلات پاسخگویان مورد مطالعه	۲-۱-۴
۱۰۹	شغل خبرگان	۳-۱-۴
۱۱۰	جنسیت پاسخگویان	۴-۱-۴
۱۱۰	تحلیل سوالات تحقیق:	۳-۴
۱۱۰	تحلیل سوال ۱ : نقاط قوت گردشگری شهر کربلا از دید خبرگان چیست؟	۱-۳-۴
۱۱۱	تحلیل سؤال ۲ : نقاط ضعف گردشگری شهر کربلا از دید خبرگان چیست؟	۱-۴-۴
۱۱۳	تحلیل سؤال ۳ : فرصتهای گردشگری شهر کربلا از دید خبرگان چیست؟	۲-۴-۴
۱۱۳	تحلیل سؤال ۴ : تهدیدات گردشگری شهر کربلا از دید خبرگان چیست؟	۳-۴-۴
۱۱۴	تعیین اهمیت هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید توسط ((AHP	۴-۴
۱۱۶	روش حل AHP	۴-۴-۴
۱۱۷	نرخ نا سازگاری:	۵-۴-۴
۱۲۸	تعیین استراتژیهای ممکن با استفاده از تکنیک SWOT	۶-۴-۴
۱۳۰	ارائه راهبردهای ارتقاء صنعت گردشگری شهر کربلا:	۵-۴
۱۳۲	خلاصه فصل چهارم	۶-۴
۱۳۳	<b>فصل پنجم نتایج تحقیق</b>	
۱۳۴	مقدمه	۱-۵
۱۳۵	شرح نتایج کسب شده	۲-۵
۱۳۵	پاسخ سؤال اول تحقیق: مهمترین نقاط قوت، ضعف، فرصت ها، تهدیدها در شهر کربلا چه مواردی هستند؟	۱-۲-۵
۱۳۷	پاسخ سؤال دوم و سوم تحقیق: استراتژیهای مناسب به منظور بهبود و توسعه گردشگری در شهر کربلا چه مواردی هستند؟	۲-۲-۵
۱۳۹	مقایسه نتایج تحقیق با سایر تحقیقات	۳-۲-۵
۱۴۰	استراتژیهای کاربردی	۴-۲-۵
۱۴۲	پیشنهادات برای محققان آتی	۳-۵
۱۴۲	محدودیتهای تحقیق	۴-۵
۱۵۵	<b>منابع فارسی</b>	
۱۵۸	<b>منابع انگلیسی</b>	
۱۶۰	<b>منابع عربی</b>	
۱۴۶	<b>پیوست ها</b>	
۱۶۲	فرم نظر سنجی (با روش مصاحبه) - به زبان فارسی -	
۱۶۳	فرم نظر سنجی (با روش مصاحبه) - به زبان عربی -	
۱۶۴	پرسشنامه شماره ۱- (به زبان فارسی)	
۱۶۹	پرسشنامه شماره ۱- (به زبان عربی)	
۱۷۴	نقشه راه تحقیق	
۱۷۵	ساختار سلسله مراتبی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید شهر کربلا	
۱۷۶	نگاهی به رتبه های نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید، بر مبنای تکنیک AHP	
۱۷۸	جدول استراتژیهای بهبود گردشگری	

## فهرست شکل‌ها و عکس‌ها

- شکل ۱-۲ تعداد گردشگران بین‌المللی (کاظمی، ۱۳۹۰، ص. ۵). ۱۷
- شکل ۲-۲ درآمد حاصل از گردشگری (کاظمی، ۱۳۹۰، ص. ۶). ۱۸
- شکل ۳-۲ عوامل نقش آفرین در درجه تأثیرگذاری گردشگری بر اقتصاد ملی ۱۹
- شکل ۴-۲ گردشگری ACE (کاظمی، ۱۳۹۰، ص. ۲۷). ۲۱
- شکل ۵-۲ سوالات اساسی و مفاهیم برنامه ریزی استراتژیک (VANHOVE, 2005, P. 134). ۲۳
- شکل ۶-۲ الگوی جامع مدیریت استراتژیک (آر. دیوید، مدیریت استراتژیک، ۱۳۹۰، ص. ۴۳). ۳۷
- شکل ۷-۲ مقایسه قوتها، ضعفها، فرصتها و تهدیدات در تکنیک SWOT (خطیری، ۱۳۹۰، ص. ۹۹). ۴۵
- شکل ۸-۲ نقشه شهر کربلا و موقعیت در کشور عراق و جهان. ۴۷
- شکل ۹-۲ نقشه شهر کربلا در عراق. ۴۸
- شکل ۱۰-۲ نقشه شهر کربلا ۵۰
- عکس ۱۱-۲ حرم امام حسین (علیه السلام) از هواپیما (توسط پژوهشگر). ۵۱
- عکس ۱۲-۲ حرم ابوالفضل (علیه السلام) از هواپیما (توسط پژوهشگر). ۵۳
- عکس ۱۳-۲ ضریح حبیب ابن مظاهر (علیه السلام) داخل حرم (توسط پژوهشگر). ۵۴
- عکس ۱۴-۲ ضریح حبیب ابن مظاهر (علیه السلام) داخل حرم ۵۵
- عکس ۱۵-۲ ضریح شهدا (علیهم السلام) داخل حرم (توسط پژوهشگر). ۵۵
- عکس ۱۶-۲ مرقد حر بن یزید ریاحی (علیه السلام) ۵۶
- عکس ۱۷-۲ مرقد حر بن یزید ریاحی (علیه السلام) ۵۶
- عکس ۱۸-۲ مرقد عون بن عبد الله (علیه السلام) ۵۷
- عکس ۱۹-۲ مرقد احمد ابن فهد الحلی (قدس سره) ۵۸
- عکس ۲۰-۲ جایگاه امام مهدی (عجل الله تعالی فرجه) (توسط پژوهشگر). ۶۱
- عکس ۲۱-۲ خیمه گاه حسینی (توسط پژوهشگر). ۶۲
- عکس ۲۲-۲ جایگاه حضرت علی اکبر (علیه السلام) (توسط پژوهشگر). ۶۳
- عکس ۲۳-۲ جایگاه دست راست حضرت عباس (علیه السلام) (توسط پژوهشگر). ۶۴
- عکس ۲۴-۲ تل الزینبیه، جایگاه حضرت زینب (علیها السلام) (توسط پژوهشگر). ۶۵
- عکس ۲۵-۲ دژ الاخضیر از بیرون (توسط پژوهشگر). ۶۷
- عکس ۲۶-۲ مسجد دژ الاخضیر (توسط پژوهشگر). ۶۸
- عکس ۲۷-۲ داخل دژ الاخضیر (توسط پژوهشگر). ۶۹
- عکس ۲۸-۲ دریاچه رزازه ۷۰
- عکس ۲۹-۲ رودخانه‌های عین التمر ۷۰
- عکس ۳۰-۲ یک چشمه آب در منطقهای عین التمر ۷۱
- عکس ۳۱-۲ غارهای الطار (توسط پژوهشگر). ۷۲
- شکل ۱-۴ نمودار میله ای مربوط به توزیع سنی پاسخگویان ۱۰۸
- نمودار ۲-۴ نمودار ستونی سطح تحصیلات خیرگان گردشگری کربلا ۱۰۹
- نمودار ۳-۴ ساختار سلسله مراتبی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید شهر کربلا ۱۱۶

## فهرست جداول

۴۴	جدول ۱-۲ تجزیه و تحلیل SWOT (خطیری، ۱۳۹۰، ص. ۹۹).
۷۴	جدول ۲-۲ برآورد زائران عرب و غیر عرب کربلا در زیارت اربعین (۱/۲۴ تا ۲/۶/۲۰۱۰ میلادی)
۷۵	جدول ۳-۲ تعداد گردشگران خارجی است که طی سالها ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۰ به عراق سفر کرده اند.
۸۱	جدول ۴-۲ تعداد تخت خواب های تمام هتل های شهر و نسبت رشد ایجاد شده در تعداد هتل های شهر.
۸۱	جدول ۵-۲ درجه کیفی هتل های گردشگری از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۱ میلادی.
۸۲	جدول ۶-۲ میانگین زائران ایرانی که به شهر کربلا وارد شدند ۲۰۰۷ میلادی.
۸۳	جدول ۷-۲ میانگین زائران ایرانی که به شهر کربلا وارد شدند سال ۲۰۰۸ میلادی.
۸۴	جدول ۸-۲ میانگین زائر ایرانی که به شهر کربلا وارد شدند سال ۲۰۰۹ میلادی.
۸۴	جدول ۹-۲ میانگین زائران ایرانی که به شهر کربلا وارد شدند سال ۲۰۱۰ میلادی.
۱۰۱	جدول ۱۰-۳ ارزش گذاری شاخصها نسبت با هم.
۱۰۳	جدول ۲-۳ شاخصهای تصادفی (مهرگان، پژوهش عملیاتی پیشرفته، ۱۳۸۳، ص. ۱۷۳).
۱۰۷	جدول ۱۰-۴ آماره های توصیفی توزیع سنی خبرگان گردشگری کربلا.
۱۰۸	جدول ۲-۴ سطح تحصیلات خبرگان گردشگری کربلا.
۱۰۹	جدول ۳-۴ شغل خبرگان گردشگری کربلا.
۱۱۰	جدول ۴-۴ فراوانی جنسیت گردشگری کربلا.
۱۱۱	جدول ۵-۴ شناسایی نقاط قوت گردشگری شهر کربلا.
۱۱۲	جدول ۶-۴ شناسایی نقاط ضعف گردشگری شهر کربلا.
۱۱۳	جدول ۷-۴ شناسایی فرصتهای گردشگری شهر کربلا.
۱۱۴	جدول ۸-۴ شناسایی تهدیدات گردشگری شهر کربلا.
۱۱۸	جدول ۹-۴ شاخصهای تصادفی.
۱۱۸	جدول ۱۰-۴ ماتریس مقایسات زوجی نقاط قوت (S)
۱۱۹	جدول ۱۱-۴ رتبه بندی نقاط قوت (s) بر اساس AHP
۱۲۰	جدول ۱۲-۴ ماتریس مقایسات زوجی نقاط ضعف (w)
۱۲۱	جدول ۱۳-۴ رتبه بندی نقاط ضعف (w) بر اساس AHP
۱۲۲	جدول ۱۴-۴ ماتریس مقایسات زوجی فرصت ها (o)
۱۲۳	جدول ۱۵-۴ رتبه بندی فرصتها (o) بر اساس AHP
۱۲۳	جدول ۱۶-۴ ماتریس مقایسات زوجی تهدیدات (T)
۱۲۴	جدول ۱۷-۴ رتبه بندی تهدیدات (T) بر اساس AHP
۱۲۵	جدول ۱۸-۴ نگاهی به رتبه های نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید، بر مبنای تکنیک AHP
۱۲۸	جدول ۱۹-۴ استراتژی های SO
۱۲۸	جدول ۲۰-۴ استراتژی های WO
۱۲۹	جدول ۲۱-۴ استراتژی های ST
۱۳۰	جدول ۲۲-۴ استراتژی های WT
۱۳۰	جدول ۲۳-۴ ماتریس مقایسات زوجی انواع استراتژی
۱۴۰	جدول ۱-۵ استراتژی های کاربردی بهبود گردشگری

# فصل اول

## کلیات تحقیق

## ۱-۱ مقدمه

گردشگری گسترده ترین صنعت خدماتی در دنیا است. این صنعت متنوع به عنوان منبع اصلی اشتغال زایی، درآمد، شکوفه‌هایی اقتصادی و توسعه ساختارهای زیر بنایی در بسیاری از کشورهای جهان به شمار می آید. همه کشورها امروزه در رقابتی تنگاتنگ در پی بهره گیری از مزایای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و به ویژه دریافت سهم بیشتری از درآمد و بالاترین سطح اشتغال ناشی از بهینه سازی صنعت گردشگری هستند. در حالیکه صنعت گردشگری با رشدی بی سابقه وارد عصر نوین می شود، اهمیت درک ماهیت، اجزاء، دست اندرکاران و محیط پیرامون این صنعت پیش از پیش افزایش یافته است. دست اندرکاران گردشگری برای کسب موفقیت در صنعت چنین پویا، نیازمند آگاهی از محیط به شدت متغیر و عوامل بیرونی و درونی هستند که این صنعت را تحت تاثیر قرار می دهد.

از اواخر دهه ۱۹۶۰ میلادی، صنعت گردشگری در ابعاد جهانی‌اش رشد قابل ملاحظه ای داشته است چنان که در سال ۲۰۰۶ تعداد گردشگران بین المللی به ۸۰۸ میلیون نفر رسید و پیش بینی می شود که طی دهه ۲۰۲۰ میلادی صنعت شماره یک جهان محسوب می شود.

علاوه بر این، سود صنعت گردشگری صرفاً در بهره اقتصادی خلاصه نمی شود بلکه این بهره را از زوایای مختلفی همچون شناساندن فرهنگ داخلی به دیگر کشورها نیز می توان ارزیابی کرد. ویژگی های ساختار گردشگری هر مکان به نوبه خود از یک طرف متأثر از اهمیت، اعتبار، ماهیت، تنوع نقش و کارکرد مذهبی، فرهنگی، تفریحی، تجاری و به طور کلی جاذبه های مکانی آن است، و از طرف دیگر برگرفته و تأثیر پذیرفته از ویژگی های اجتماعی، فرهنگی (باورهای اعتقادی) و اقتصادی ساکنان آن محلی و گردشگران است.

کربلا در ۷۵ کیلومتری شمال غربی نجف و ۸۰ کیلومتری جنوب غربی بغداد قرار گرفته است. نزدیکترین شهر مهم عراق به کربلا شهر حله مرکز بابل است که در ۳۵ کیلومتری شرق کربلا قرار دارد. در داخل شهر، شاخه ای از رودخانه فرات به نام نهر حسینییه قرار دارد که سبب آبادانی و وجود نخلستان های متعدد در قسمت شمالی شهر گشته است. در شمال غربی این رود، دریاچه نمک الزازه واقع شده است. در متون تاریخی، اسامی گوناگونی برای کربلا ذکر شده است، مانند: نینوا، غاضریه، طف، عقربابل، نواوویس، الروضه و غیره. این شهر تا سال (۶۱) هجری قمری، بیابان بوده که بعدها به دلیل واقعه عاشورا، مورد توجه شیعیان قرار گرفت و پس از ساخت گنبد و بارگاه برای امام حسین و شهدا، به یکی از مهمترین شهرهای زیارتی جهان تبدیل شد.

مهمترین جاذبه های گردشگری مذهبی شهر کربلا: حرم مطهر امام حسین علیه السلام، حرم مطهر ابو الفضل علیه السلام، تل الزینبیه، خیمه گاه، زیارتگاه حر بن ریاحی، کف العباس و بین الحرمین می باشد، از سوی دیگر جاذبه های طبیعی دیگری نیز وجود دارد مانند دریاچه رزازه، رود خانه حسینییه، منطقه ی عین التمر، (۸۵ کیلومتر از مرکز شهر کربلا فاصله دارد) و منطقه بساتین کربلا. و همچنین آثار باستانی مانند دژ الاخیضر و مغاره طار در شهر کربلا واقع شده اند.

## ۲-۱ طرح مسئله

امروزه پدیده گردشگری و اکوتوریسم، به لحاظ درآمد زایی فراوان آن بسیاری از کشورهای جهان را بر آن داشته است که سرمایه گذاری زیادی را به این بخش اختصاص دهند. صنعت گردشگری و یا اصطلاحاً صنعت توریسم، سومین صنعت مولد شغل و سرمایه بعد از صنعت نفت و خودرو سازی می باشد. به همین دلیل در دهه های اخیر بسیاری از دولت ها، مسئولین اقتصادی و صاحب نظران با حساسیت بیشتری به گسترش این صنعت روی آورده اند و در تلاش هستند سهم بیشتری از بازار جهانی این صنعت را برای جوامع خود به ارمغان آورند. گردشگری در چارچوب الگوهای فضایی خاصی عمل می کند، یکی از این الگوهای فضایی، گردشگری شهری است. نواحی شهری به علت آن که جاذبه های تاریخی و فرهنگی بسیاری دارند، در اغلب موارد مقاصد گردشگری مهمی محسوب می شوند. شهرها معمولاً جاذبه های متنوع و بزرگی شامل موزه ها، بناهای یادبود، مکان های تاریخی را دارا هستند که خود گردشگران بسیاری را جذب می کنند.

شهر کربلا یکی از شهرهای جنوبی کشور عراق در ناحیه غربی فرات قرار دارد و فاصله اش تا بغداد ۱۰۵ کیلومتر است. کربلا به عنوان یکی از قطب های گردشگری مذهبی محسوب می شود. مسلمانان مخصوصاً اهل تشیع اعتقاد دارند که باید حد اقل یک بار در زندگی شان به شهر کربلا بروند. این شهر دارای حرم مطهر امام حسین علیه السلام سومین امام مذهب تشیع و حرم حضرت ابوالفضل فرزند امام علی ابن ابی طالب علیه السلام و برادر امام حسین علیه السلام می باشد. شعائر حسینی (که هر ساله به مناسبت شهادت امام حسین علیه السلام) برگزار می شود عامل مهمی در جذب گردشگران محسوب می شود، علی رغم اینکه سوگواری محرم در تمام مناطق شیعه نشین دنیا برگزار می شود، اما این مراسم در کربلا رنگ و بوی دیگری دارد. از مهمترین مراسم "رکضه طویریج" است که همه ساله در روز عاشورا برگزار می شود. و بزرگترین ماراتون مذهبی جهان بشمار می آید. در سال گذشته بیش از دو میلیون نفر در این تجمع شرکت کردند و جوش و خروش بی وقفه توده های مردم به مدت چهار ساعت در میدان بین الحرمین ادامه داشت. همچنین مراسم های دیگری در روزهای ۱۳ و ۱۷ محرم برگزار می شود که در شهرهای دیگر وجود ندارد. علاوه بر این در شهر کربلا آثار باستانی گوناگونی وجود دارد.

در همین شهر مطالعات متعددی در شهر انجام شده است، اکثر مطالعات نشان می دهند که این شهر مستعد برای جذب گردشگر با توجه به پتانسیل های متعدد از قبیل: مناطق گردشگری، آثار باستانی و غیره می باشد.



در این پژوهش سعی شده است که با بررسی و مطالعه موردی شهر کربلا راهبردهایی جهت رویارویی با چالش های توسعه گردشگری در مقاصد شهری با بهره گیری از برنامه ریزی استراتژیک و مدل های تصمیم گیری به روش SWOT ارائه گردد. در نهایت با توجه به پتانسیل های شهر کربلا این امید دور از دسترس نیست که با یک برنامه ریزی مدون شرایط جهت توسعه صنعت گردشگری به عنوان صنعتی فرا ناحیه ای که با حوزه های مختلف نظیر اقتصاد، کشاورزی، فرهنگ، محیط زیست و خدمات در تعامل است فراهم آید و زمینه ی توسعه را که باعث رشد و پیشرفت اقتصادی- اجتماعی می گردد، حاصل نماید.

### ۳-۱ اهداف تحقیق

۱. بررسی و شناخت قابلیت های و توانمند های شهر کربلا در جهت جذب توریسم و توسعه آن با استفاده از یک سیستم مدیریتی استراتژیکی در تعیین طرح ها و برنامه های که در جهت دستیابی به اهداف مورد نظر ضروری می باشد.
۲. شناسایی مهمترین نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها (SWOT).
۳. تعیین استراتژیهای مناسب برای بهبود توسعه و رونق گردشگری در شهر کربلا و در جهت بالا بردن سطح درآمدی شهروندان و افزایش اشتغال در شهر.

### ۴-۱ سوالات تحقیق

۱. مهمترین نقاط قوت، ضعف، فرصت ها، تهدیدها به منظور بهبود و توسعه گردشگری در شهر کربلا چه مواردی هستند؟
۲. استراتژیهای مناسب به منظور بهبود و توسعه گردشگری در شهر کربلا چه مواردی هستند؟
۳. استراتژی کلی (تهاجمی، اقتضایی، انطباقی، تدافعی) به منظور بهبود و توسعه گردشگری در شهر کربلا چه می باشد؟

## ۵-۱ تعریف واژه های تحقیق

گردشگری، شهر کربلا، برنامه ریزی استراتژیک، مدل SWOT.

### ۱-۵-۱ گردشگری

بازدید به مدت حداقل یک شب برای تفریح، تجارت و یا اهداف دیگر توریستی. بازدید به معنی جابجایی به مقصدی است که خارج از محل زندگی و کار می باشد

### ۲-۵-۱ شهر کربلا

کربلا یکی از شهرهای جنوبی کشور عراق در ناحیه غربی فرات قرار دارد و فاصله اش تا بغداد ۱۰۵ کیلومتر است. کربلا به عنوان یکی از قطب های گردشگری مذهبی محسوب می شود.

### ۳-۵-۱ برنامه ریزی استراتژیک

فرآیندی است سازمانی برای تعریف راهبرد سازمان و تصمیم گیری برای چگونگی یافتن منابع مورد نیاز برای رسیدن به مقصود استراتژی، صورت می گیرد. این فرآیند افراد و منابع را نیز شامل می شود.

### ۴-۵-۱ مدل SWOT

یکی از ابزارهای برنامه ریزی استراتژیک است که برای ارزیابی وضعیت داخلی و خارجی یک سازمان استفاده می شود. (اس دبلیو او تی) در انگلیسی حروف اول کلمات قوت (Strength)، ضعف (Weakness)، فرصت (Opportunity) و تهدید (Threat) است.

### ۵-۵-۱ استراتژی تهاجمی SO

با تلفیق نقاط قوت و فرصت یک استراتژی به نام استراتژی راهبردی تهاجمی به دست می آوریم. سازمان با استفاده از نقاط قوت داخلی می کوشد از فرصت های خارجی بهره برداری نماید.

### ۶-۵-۱ استراتژی اقتضایی ST

با تلفیق نقاط قوت و تهدیدات یک استراتژی به نام استراتژی راهبردی اقتضایی به دست می آوریم. سازمان با استفاده از نقاط قوت خود اثرات ناشی از تهدیدات موجود در محیط خارج را کاهش دهند.

### ۷-۵-۱ استراتژی انطباقی WO

با تلفیق نقاط ضعف و فرصتها یک استراتژی به نام استراتژی انطباقی به دست می آوریم. سازمان با بهره برداری از فرصت های موجود در محیط خارج بکوشد نقاط ضعف داخلی را بهبود بخشد.

### ۸-۵-۱ استراتژی تدافعی WT

با تلفیق نقاط ضعف و تهدیدات یک استراتژی به نام استراتژی تدافعی به دست می آوریم. سازمان که این استراتژی اجرا می آورد، حالت تدافعی به خود می گیرند و هدف کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات خارجی است.

## ۶-۱ خلاصه فصل اول

در ابتدای این فصل به توضیح صنعت گردشگری و نقش آن در توسعه همه جانبه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و توضیح این مطلب که این صنعت به عنوان یکی از پر درآمد ترین صنایع در بخش خدمات است اشاره شد. بعد از آن به معرفی اجمالی شهر کربلا پرداخته شد. و در پایان این فصل به اهداف تحقیق، سوالات تحقیق و تعاریف مفهومی و عملیاتی واژه های تحقیق اشاره شد.