

Geographic Notion
Vol. ۱۹. Autumn and Winter ۲۰۱۸
Zanjan University
No. ۱۳۷

اندیشه جغرافیایی
سال دهم، شماره نوزده، پاییز و زمستان ۱۳۹۷
دانشگاه زنجان
مقاله شماره ۱۳۷

تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهر یاسوج پایتخت طبیعت ایران

محمد رضا رضایی^۱، یوسف تازش^۲، علی اکبر حیدری^۳

چکیده

گردشگری صنعتی است که توسعه آن نیازمند شناخت و آگاهی کافی از مسائل و عوامل مؤثر اقتصادی اجتماعی و فرهنگی در هر منطقه است. بر این اساس در این پژوهش سعی داریم، با توجه به قابلیت‌های بالقوه شهر یاسوج در زمینه گردشگری، با استفاده از مدل SWOT نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی گردشگری این شهر را مورد بررسی قرار دهیم و جهت توسعه هر چه بیشتر آن راهکارهای استراتژیک ارائه دهیم. این پژوهش از نظر روش کتابخانه‌ای و پیمایشی مبتنی بر پرسشنامه است. تحلیل‌های حاصل نشان می‌دهد که به رغم پتانسیل گسترده شهر یاسوج در زمینه گردشگری، کمبود زیرساخت‌های گردشگری، کیفیت پایین سیستم حمل و نقل و کمبود امکانات اقامتی مطلوب، مهمترین موانع اساسی بر سر راه توسعه گردشگری یاسوج، از طرف دیگر، وجود جاذبه‌های طبیعی بکر و زیبا، تمایل عمومی مردم این شهر نسبت به توسعه گردشگری و وجود جاذبه‌های مذهبی به ترتیب با امتیاز وزنی ۶۰/۳۳ و ۲۷/۳۳ و ۲۷/۳۳ مهمترین نقاط قوت و شرایط آب و هوایی مطلوب، موقعیت میان راهی و همجواری با استان‌های فارس، اصفهان، خوزستان و بوشهر، مشارکت بخش خصوصی در طرح‌ها و برنامه‌های مرتبط با گردشگری به ترتیب با امتیاز وزنی ۵۶/۴۸ و ۳۰/۴۸ به عنوان مهمترین فرصت‌های گردشگری شهر یاسوج شناخته شد. در عین حال مولفه‌های عدم ارائه مجوز و تسهیلات جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری شهر یاسوج، از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی، افزایش مشکلات زیست محیطی به واسطه فعالیت‌های گردشگری و جذب شدن هر چه بیشتر گردشگران به مقاصد نزدیک مانند شیراز و اصفهان به دلیل ارائه امکانات و خدمات بهتر به گردشگران به عنوان مهمترین تهدیدهای پیش روی گردشگری شهر یاسوج شناخته شدند.

کلید واژه‌ها: گردشگری، توسعه، استراتژیک، یاسوج، SWOT

۱- استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی مرودشت

۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی، شهری دانشگاه آزاد اسلامی یاسوج Email: yosef.tazesh@gmail.com

۳- عضو هیئت علمی دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه یاسوج

مقدمه

طرح مساله

با شروع قرن بیست و یکم به دلیل وجود زیر ساخت های اقتصادی، بهداشتی، امنیتی و ارتباطی، گردشگری به یکی از سه صنعت برتر دنیا تبدیل شده است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱). بررسی آمار و اطلاعات جدید گردشگری نیز بر آن گواهی دارد. آمار نشان می دهد در سطح جهانی تعداد گردشگران در سال ۲۰۱۲ با ۴ درصد افزایش نسبت به سال ۲۰۱۱ برای اولین بار از مرز یک میلیارد نفر گذشت و به یک میلیارد و سیصد و پنجاه میلیون نفر رسید (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۳). بنابراین با استناد به آمار و گزارش ها می توان گفت که صنعت گردشگری در حال تبدیل شدن به بزرگترین و پردرآمدترین صنعت در ابعاد جهانی است (pretz, ۲۰۱۱, ۳۹). این صنعت ۱۱ درصد از تولید ناخالص (کباسی، ۲۰۱۰)، ۱۰ درصد از اشتغال (اسماعیلی و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۰)، ۵ درصد از صادرات (بیاتی خطیبی و همکاران، ۱۳۹۲: ۷) و ۵ درصد از سرمایه گذاری جهانی را شامل می شود (شورای جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۳) و در بسیاری از نواحی جهان نیز میزان تجارت گردشگری برابر یا حتی بیشتر از صادرات نفت، تولیدات مواد غذایی و اتومبیل است. چنین گسترش جهانی منجر به رشد اقتصادی و اشتغال در بسیاری از بخش های مرتبط، از ساخت و ساز گرفته تا کشاورزی و مخابرات شده است (بوهایلیس و دارکی، ۲۰۱۱). بر خلاف گذشته که فقط افراد معدودی می توانست در فرآیند آن مشارکت داشته باشد، افزایش روزافزون تعداد گردشگران، گویای تبلور یافتن گردشگری به عنوان یک نیاز است. همین امر ضریب تاثیر گذاری گردشگری را افزایش داده است. توسعه گردشگری اثرات گوناگونی را به همراه دارد که به طور کلی می توان آنها را می توان به اثرات و پیامدهای اقتصادی، محیطی و اجتماعی و فرهنگی تقسیم کرد که بسته به بافت و شرایط جامعه متفاوت است (Cascante, ۲۰۰۸, ۱۷). بنابراین نقش گردشگری به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، درآمدهای مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت های اجتماعی که موجب

رشد و توسعه سایر صنایع می شود، در مطالعات متعدد مورد تأیید قرار گرفته است (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱). با توجه به این موضوع، امروزه اکثر کشورها در صدد بهره برداری از این موقعیت برآمده اند.

ضرورت تحقیق

اهمیت صنعت گردشگری امروزه به حدی رسیده است که به عنوان بزرگترین صنعت خدماتی جهان درآمده و سالانه میلیونها نفر توریست در سراسر جهان با انگیزه‌های گوناگون در حال جابه جایی و سفر می باشند. تبلور یافتن گردشگری به عنوان یک نیاز و به طبع آن افزایش ضریب تأثیرگذاری آن در تمام ابعاد زندگی جوامع، لزوم توجه به آن را بیش از پیش مطرح می سازد. از طرف دیگر به دلیل تخصصی شدن گردشگری، این موقعیت برای تمام جوامع پیش آمده که با برنامه ریزی کارآمد، خود را به عنوان مقصد گردشگری مطرح کنند و از منافع سرشار آن بهره گیرند (کهزادی، ۱۳۸۹: ۵). با توجه به محرومیت شهر یاسوج مرکز استان کهگیلویه و بویراحمد، ضعف در زیرساخت های صنعتی، درصد بالای بیکاری جوانان و درآمد پایین این ناحیه لازم است با استفاده از تمام امکانات و قابلیت ها در جهت رفع محرومیت، ایجاد اشتغال و کسب درآمد از راههای مختلف اقدام شود. بدین منظور گسترش صنعت گردشگری به عنوان صنعتی فرابخشی که با حوزه های مختلفی نظیر اقتصاد، کشاورزی، فرهنگ، محیط زیست و خدمات در تعامل است و تجربیات سایر مناطق جهان نشان داده که توسعه آن در هر منطقه باعث رشد و پیشرفت آن ناحیه گردیده است، می تواند با توجه به قابلیت های بالقوه گردشگری شهر یاسوج به عنوان یکی از ابزارهای اصلی توسعه در این منطقه مورد توجه قرار گیرد. در این پژوهش سعی داریم تا در قالب مدل سوات، نقاط قوت، فرصت ها، ضعف ها و تهدیدهای پیش روی گردشگری شهر یاسوج را مورد بررسی قرار دهیم و با ایجاد دید علمی و مبتنی بر واقعیت های موجود، با ارائه راهبردهای اجرایی زمینه را برای توسعه هر چه بیشتر گردشگری فراهم کنیم.

اهداف تحقیق

- شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر در توسعه گردشگری شهر یاسوج
- شناسایی نقاط قوت گردشگری شهر یاسوج
- شناسایی نقاط ضعف گردشگری شهر یاسوج
- شناسایی فرصت های پیش روی گردشگری شهر یاسوج
- شناسایی تهدیدهای پیش روی گردشگری شهر یاسوج
- تدوین استراتژیهای توسعه گردشگری شهر یاسوج

روش تحقیق

تحقیق از نوع توصیفی- تحلیلی است. برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز از بررسی های کتابخانه ای و مطالعات میدانی استفاده شده است. در مرحله اول برای کسب دیدی جامع و مبتنی بر واقعیت، مصاحبه هایی با افراد مختلف در سازمان ها و بخش های گوناگون مرتبط با گردشگری و بازدیدهایی از جاذبه های شهر یاسوج صورت گرفت. در مرحله بعد، متناسب با دیدی که از مرحله اول کسب کردیم، پرسشنامه هایی برای کارشناسان بخش های مختلف مرتبط با گردشگری طراحی کردیم. بر اساس بررسی اولیه ۳۰ نفر از کارشناسان (فرهنگ و ارشاد اسلامی ۳ نفر، میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ۱۰ نفر، هتل و مراکز اقامتی ۳ نفر، شهرداری ۳ نفر، فرمانداری ۲ نفر، استانداری ۳ نفر، صدا و سیما ۲ نفر و آژانس های مسافرتی ۴ نفر) متناسب با موضوع تحقیق، به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. پس از نظرخواهی از آنها، بر اساس مدل سوات، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای گردشگری یاسوج مشخص شدند. در ادامه با توجه به نظر کارشناسان، اقدام به وزن دهی کردیم و سپس در نهایت با توجه به واقعیت موجود گردشگری شهر یاسوج سعی شد تا راهبردهای اجرایی برای برون رفت از وضع موجود ارائه شود.

مفاهیم

گردشگری ابزاری کلیدی در فرآیند توسعه

درآمد حاصل از صنعت گردشگری در جهان، به عنوان مهمترین بخش درآمدزایی بسیاری از کشورها طبق آمار به گونه ای کاملاً نابرابر تقسیم می شود، طوری که ۵۰ درصد از درآمد حاصل از این صنعت تنها به ۷ کشور آمریکا، انگلیس، فرانسه، ایتالیا، اسپانیا، آلمان و اتریش سرازیر شده است و دیگر کشورها تنها به ۵۰ درصد درآمد حاصل از این صنعت اکتفا می کنند. ایران در این میان با تأکید بر چشم انداز ۲۰ ساله کشور و سرمایه گذاری ۳۰ میلیارد دلاری برآن است سهم خود را از بازار جهانی گردشگری در سال ۱۴۰۴ با جذب حداقل یک و نیم درصد تعداد گردشگران بین المللی (۲۰ میلیون نفر) به ۲ درصد از درآمد صنعت گردشگری جهان برساند که مسلماً رسیدن به این مهم با ایجاد زیرساخت های مناسب برای جذب گردشگران در این زمینه محقق خواهد شد. (جنکینز، ۱۹۹۱: ۶۴).

جدول ۱- انواع اثرات صنعت گردشگری بر جوامع

تأثیرات	توضیح
تأثیرات مستقیم	دستمزدها و دریافتی ها که به صورت مستقیم از مشارکت کنندگان در صنعت گردشگری حاصل می شود. گردشگری در مقایسه با سایر صنایع نیروی انسانی بیشتری به کار می گیرد.
تأثیرات غیرمستقیم	آورده هایی که در زنجیره گردشگری حاصل می شود از جمله داده های حاصل از غذا، حمل و نقل و تجهیزات
تأثیرات دینامیک	گردشگری مجموعه وسیعی از انواع تأثیرات دینامیک را در برمی گیرد. توسعه گردشگری در سبک زندگی مردم محلی، همسایگان، توسعه تامین مالی، الگوهای رشد اقتصادی و انواع زیرساخت ها و منافع و مقاصد تاثیر می گذارد.

منبع: (Ashley et al. ۲۰۰۷)

در کل امروز نقش بالقوه گردشگری در توسعه بر کسی پوشیده نیست، صاحب نظران عمده ترین دلایل چنین نقش تاثیرگذاری را در عوامل زیر خلاصه کرده اند: گردشگری از منابع اصلی ارزآوری برای کشورها محسوب می شود. به علاوه، در تراز ملی پرداخت ها نیز تاثیر گذار می باشد که از دلایل اصلی حمایت دولت ها از

گردشگری می باشد. گردشگری از منابع اصلی ایجاد اشتغال و درآمد در کشورها و مناطق می باشد. برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه، با داشتن صنعتی محدود، منابع طبیعی ناچیز و وابسته به کمک های بین المللی، گردشگری شاید تنها وسیله برای کسب درآمد، ایجاد اشتغال و کسب سرمایه گذاری خارجی باشد (اوپرمن و چاون، ۱۹۹۷: ۱۰۹) علاوه بر موارد فوق، دلایل دیگری نیز برای نقش مؤثر گردشگری در توسعه ارائه شده، که عبارتند از:

گردشگری، صنعتی در حال رشد

تعداد کل گردشگران از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۷۶۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۴ افزایش یافته و پیش بینی می شود که این تعداد در سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد نفر برسد. نرخ رشد سالانه گردشگری در دهه ۱۹۹۰ سالانه ۷ درصد و در سال ۲۰۰۴ به بیش از ۱۰ درصد رسیده است. بر اساس برآورد سازمان جهانی افزایش روزافزون تعداد گردشگران، گویای تبلور یافتن گردشگری به عنوان یک نیاز است.

گردشگری و توزیع مجدد ثروت

در سطح بین المللی و محلی گردشگری به عنوان وسیله ای کارا برای انتقال ثروت و سرمایه از کشورهای توسعه یافته و غنی تر به مناطق و کشورهای کمتر توسعه یافته و فقیرتر می باشد. این توزیع مجدد در ثروت در نتیجه مخارج حاصل از گردشگری در مقاصد و همچنین سرمایه های کشورهای ثروتمندتر در تسهیلات گردشگری صورت می گیرد.

عدم وجود موانع تجاری برای گردشگری

برخلاف بسیاری از اشکال تجارت بین الملل، گردشگری معمولاً از تحمیل موانع تجاری مانند سهمیه بندی ها و تعرفه ها رنج نمی برد، به عبارت دیگر از آنجایی که بسیاری از کشورها و بلوک های تجاری مانند اتحادیه اروپا، برای حفاظت از بازارهای داخلی محدودیت هایی برای واردات قرار می دهد، کشورهای علاقه مند به گردشگری برای شهروندان خود محدودیت هایی بر حقوق آن ها برای خروج از

کشور، نوع مقصد و مدت زمان سفر آن ها قرار نمی دهند. بسیاری از مقاصد دسترسی آزاد و مساوی برای دسترسی به بازارهای گردشگری را دارند.

گردشگری و استفاده آن از طبیعت به عنوان زیرساختی رایگان

جاذبه گردشگری بسیاری از کشورها و مناطق با تکیه بر منابع طبیعی آنها می باشد مانند: دریا، سواحل، آب و هوا، کوه ها و... این موضوع به این نکته اشاره دارد که توسعه گردشگری بر منابع طبیعی بنا می گردد که رایگان یا الزاماً متعلق به یک کشور است که آن ها مجبور به ساخت و تولیدشان نمی باشند و ارزش اقتصادی حاصل از این منابع ممکن است محدود شده باشد و یا استفاده دیگری نداشته باشد. مثلاً سایت ها و جاذبه های تاریخی که توسط نسل های گذشته ساخته شده اند ممکن است رایگان به حساب آیند و البته این ها هزینه هایی نیز به همراه دارند.

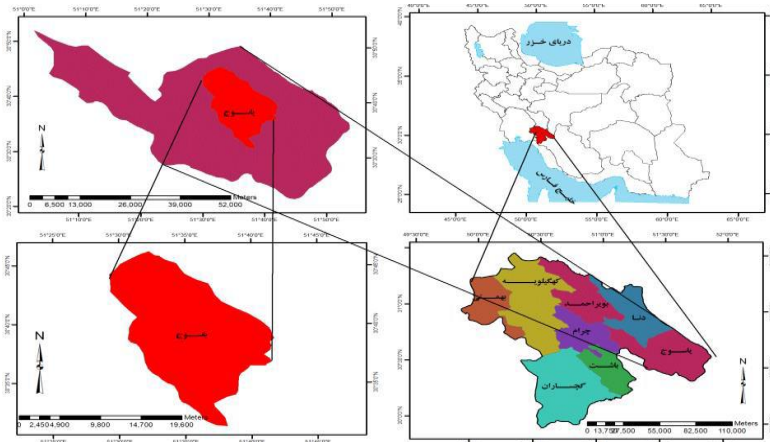
گردشگری و تقویت روابط مشاغل و صنایع

با توجه به نیاز گردشگران به طیف وسیعی از کالاها و خدمات در مقصد مانند، غذا، نوشیدنی، اقامتگاه، امکانات تفریحی، سیستم حمل و نقل محلی، سوغات و غیره، رونق گردشگری و حضور گردشگران در مقاصد گردشگری می تواند، به دلیل تلاش مشاغل و صنایع محلی جهت تأمین کارآمد نیاز و خواسته گردشگران و کسب منافع حاصل از آن، تقویت روابط بین آنها و در نتیجه توسعه این مشاغل و صنایع و توسعه کلی محل را به دنبال داشته باشد (شاپلر و تفلر، ۲۰۰۲: ۱۵). بهبود زیرساخت ها و تأمین تسهیلات که هم برای گردشگران و هم برای جامعه محلی مفید خواهند بود، توجه حفاظت از محیط زیست مانند طراحی پارک های ملی و تشویق حفظ و احیاء صنایع دستی، از جمله دلایل ثانویه ای برای مطرح شدن گردشگری به عنوان ابزار توسعه می باشد.

معرفی محدوده مورد مطالعه

شهر یاسوج پایتخت طبیعت ایران در موقع جغرافیایی ۳۰ درجه و ۲۸ دقیقه عرض شمالی و ۵۱ درجه و ۳۶ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ قرار گرفته است (سالنامه

آماري استان کهگیلویه و بویراحمد، ۱۳۹۰: ۳۱). یاسوج از نظر تقسیمات سیاسی کشور مرکز استان کهگیلویه و بویراحمد و مرکز شهرستان بویراحمد، در بخش مرکزی، دهستان سررود شمالی و از نظر طبیعی بین رودخانه‌های بشار در جنوب و مهربان در غرب و کوه‌های دنا در شمال و شرق محصور شده است. حوزه شهری یاسوج در پهنه کوهستانی زاگرس مرتفع و چین خورده واقع شده است. این محدوده بوسیله پهنه‌های توپوگرافی پیچیده و پر شیب احاطه شده است. شهر یاسوج در سال ۱۳۴۳ با اهداف سیاسی و اداری پایه‌ریزی شد و در سال ۱۳۴۵ به عنوان مرکزیت فرمانداری کل انتخاب شد. مساحت این شهر در سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۱۸۰۱ هکتار را اشغال کرده است. جمعیت این شهر (در سال ۱۳۹۵)، ۱۳۴۵۳۲ نفر بوده و همچنین این شهر از ۴ ناحیه تشکیل شده است.



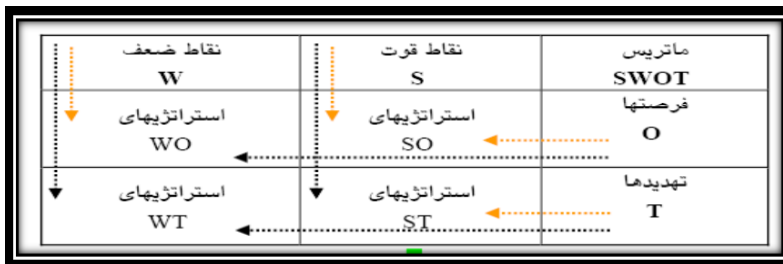
شکل ۱- موقعیت جغرافیایی شهر یاسوج

کاربرد روش

مدیریت استراتژیک یا راهبردی Swot

مدیریت استراتژیک عبارت است: از بررسی محیطی (هم محیط داخلی و هم محیط خارجی) تدوین استراتژی (برنامه ریزی بلندمدت یا استراتژیک) اجرای استراتژی، ارزیابی و کنترل (اعرابی، ۱۳۸۴: ۱۲). بنابراین مدیریت استراتژیک بر نظارت و ارزیابی

بر فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی در سایه توجه به نقاط قوت و ضعف یک مجموعه تأکید دارد. تجزیه و تحلیل SWOT یکی از ابزارهای مهم مدیریت استراتژیک جهت تطابق نقاط ضعف و قوت درونی با فرصت‌ها و تهدیدات بیرونی است. تجزیه و تحلیل SWOT روش تحلیل نظام یافته‌ای را برای شناسایی این عوامل و انتخاب استراتژی که بهترین تطابق بین آنها را ایجاد کند، ارائه می‌نماید. از دیدگاه این مدل یک استراتژی مناسب، قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. (فردآر، ۱۳۷۹: ۳۶۰).



شکل ۲- ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط ضعف، نقاط قوت

مأخذ: (موسوی: ۱۳۸۵).

تجزیه و تحلیل SWOT در ارتباط با وضعیت گردشگری شهر یاسوج

در این راستا ابتدا با سنجش محیط داخلی و محیط خارجی، فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها مطرح برای گردشگری شهر یاسوج تهیه، سپس با نظر سنجی از کارشناسان سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با گردشگری، اقدام به وزن دهی به هر یک از آنها کردیم. در نهایت با محاسبه و تحلیل آنها، اولاً اولویت‌ها مشخص شد، سپس با توجه به اولویت‌ها، جهت برطرف نمودن یا تقلیل نقاط ضعف و تهدیدها و تقویت نقاط قوت و فرصت‌های موجود در ارتباط با توسعه گردشگری شهر یاسوج، در فصل نتایج و راهکارها، استراتژی‌های بدین منظور ارائه شد.

شناسایی عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری شهر یاسوج

هدف از این مرحله سنجش محیط داخلی شهر یاسوج، جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت ها می باشد؛ یعنی جنبه های که در راه دستیابی به هدف توسعه گردشگری، می توانند نقش مساعد یا بازدارنده ایفاء کنند. مهمترین نقاط قوت و ضعف شهر یاسوج در ارتباط با توسعه گردشگری در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲- عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری شهر یاسوج

ردیف	عوامل داخلی
۱	قوت ها: S _۱ : وجود جاذبه های طبیعی بکر و زیبا
۲	S _۲ : وجود جاذبه های تاریخی
۳	S _۳ : وجود جاذبه های فرهنگی
۴	S _۴ : وجود جاذبه های مذهبی
۵	S _۵ : تمایل عمومی مردم شهر یاسوج نسبت به توسعه گردشگری
۶	ضعف ها: W _۱ : کیفیت پایین سیستم حمل و نقل در شهر یاسوج
۷	W _۲ : کمبود امکانات اقامتی مطلوب (نظیر هتل ها، مهمانسراها و...)
۸	W _۳ : کمبود نیروهای متخصص در زمینه گردشگری در نهادهای مرتبط با گردشگری
۹	W _۴ : ضعف تبلیغات و بازاریابی
۱۰	W _۵ : برخورد نامناسب افراد محلی با گردشگران
۱۱	W _۶ : کیفیت پایین تأسیسات رفاهی (نظیر سرویس های بهداشتی، پارکینگ و غیره در محل جاذبه ها)

شناسایی عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری شهر یاسوج

هدف از انجام این مرحله از پژوهش، کنکاش در محیط خارجی شهر یاسوج و شناسایی فرصت ها و تهدیدهای موجود در راه توسعه گردشگری این شهر می باشد. بر اساس مطالعات انجام شده و بررسی محیط پیرامون شهر، مجموعه فرصت ها و تهدیدهای موجود بر سر راه توسعه گردشگری شناسایی شد که در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳- عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری شهر یاسوج

ردیف	عوامل خارجی
	فرصت ها:
۱	O _۱ : افزایش تمایل فعالیت های گردشگری و به ویژه فعالیت های اکولوژیکی و قابلیت بالقوه شهر یاسوج در این زمینه
۲	O _۲ : مشارکت بخش خصوصی در طرح ها و برنامه های مرتبط با گردشگری
۳	O _۳ : شرایط آب و هوایی مطلوب
۴	O _۴ : موقعیت میان راهی و همجواری با استان های فارس، اصفهان، خوزستان و بوشهر
	تهدید ها:
۵	T _۱ : افزایش تمایل به سفرهای خارجی در میان ایرانیان
۶	T _۲ : عدم ارائه مجوز و تسهیلات جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری شهر یاسوج
۷	T _۳ : از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی
۸	T _۴ : افزایش مشکلات زیست محیطی به واسطه فعالیت های گردشگری
۹	T _۵ : تعارض بین فرهنگ سنتی شهروندان شهر یاسوج و فرهنگ گردشگران
۱۰	T _۶ : جذب شدن هرچه بیشتر گردشگران به مقاصد نزدیک شهر یاسوج مانند شیراز و اصفهان به دلیل ارائه امکانات و خدمات بهتر به گردشگران

تجزیه و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدهای پیش روی توسعه گردشگری شهر یاسوج

همانطور که در جداول ۲ و ۳ می بینید، در شهر یاسوج، تعداد ۵ نقطه قوت داخلی در برابر ۶ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۴ فرصت خارجی در برابر ۶ تهدید خارجی، مورد شناسایی و بررسی قرار گرفته است. بدین ترتیب در مجموع تعداد ۹ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت و تعداد ۱۲ ضعف و تهدید به عنوان محدودیت و تنگناهای پیش روی توسعه گردشگری شهر یاسوج قابل شناسایی است. مجموعه عوامل و معیارهای SWOT که در بالا بیان گردیدند، به منظور اولویت سنجی و وزن دهی در پرسشنامه مربوط به کارشناسان لحاظ شدند. معیار سنجش و درجه بندی برای هر یک از عوامل بدین صورت بود که برای عامل، دامنه ای که از (خیلی زیاد) تا (خیلی کم)، درجه بندی شده بود، ارائه شد. سپس بر اساس اطلاعات و داده های گردآوری شده، درجه بندی،

وزن دهی و امتیاز وزنی هر یک از عوامل، تعیین شدند. در نهایت بر اساس امتیاز وزنی کسب شده هر یک از عوامل، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها اولویت بندی شدند. در جداول ۴ و ۵ می‌توان وزن، درجه بندی و امتیاز وزنی هر یک از عوامل مطرح در تحلیل SWOT را مشاهده کرد.

جدول ۴- وزن دهی و رتبه بندی نقاط قوت و ضعف

ردیف	عوامل داخلی	وزن	رتبه	امتیاز وزنی
۱	قوت‌ها: S _۱ : وجود جاذبه های طبیعی بکر و زیبا	۰/۱۵	۴	۰/۶۰
۲	S _۲ : وجود جاذبه های تاریخی	۰/۰۵	۲	۰/۱۰
۳	S _۳ : وجود جاذبه های فرهنگی	۰/۰۷	۲	۰/۱۴
۴	S _۴ : وجود جاذبه های مذهبی	۰/۰۹	۳	۰/۲۷
۵	S _۵ : تمایل عمومی مردم شهر یاسوج نسبت به توسعه گردشگری	۰/۱۱	۳	۰/۳۳
۶	ضعف‌ها: W _۱ : کیفیت پایین سیستم حمل و نقل در شهر یاسوج	۰/۱۲	۴	۰/۴۸
۷	W _۲ : کمبود امکانات اقامتی مطلوب (نظیر هتل‌ها، مهمانسراها و...)	۰/۱۱	۳	۰/۳۳
۸	W _۳ : کمبود نیروهای متخصص در زمینه گردشگری در نهادهای مرتبط با گردشگری	۰/۰۹	۳	۰/۲۷
۹	W _۴ : ضعف تبلیغات و بازاریابی	۰/۰۷	۲	۰/۱۴
۱۰	W _۵ : برخورد نامناسب افراد محلی با گردشگران	۰/۰۲	۱	۰/۰۲
۱۱	W _۶ : کیفیت پایین تأسیسات رفاهی (نظیر سرویس های بهداشتی، پارکینگ و غیره در محل جاذبه ها)	۰/۱۲	۴	۰/۴۸
	جمع	۱		۳/۱۶

با توجه به جدول فوق از دید کارشناسان وجود جاذبه های طبیعی بکر و زیبا، تمایل عمومی مردم شهر یاسوج نسبت به توسعه گردشگری و وجود جاذبه های مذهبی به ترتیب با امتیاز وزنی ۶۰/، ۳۳/ و ۲۷/ مهمترین نقاط قوت گردشگری شهر یاسوج به حساب می‌آیند. همچنین، کیفیت پایین تأسیسات رفاهی (نظیر سرویس های بهداشتی، پارکینگ و غیره در محل جاذبه ها)، کیفیت پایین سیستم حمل و نقل و کمبود امکانات

اقامتی مطلوب (نظیر هتل ها، مهمانسراها و...) به ترتیب با امتیاز وزنی ۴۸/، ۴۸/ و ۳۳/ مهمترین نقاط ضعف گردشگری شهر یاسوج از دید کارشناسان محسوب می شود.

جدول ۵- وزن بندی و رتبه بندی فرصت ها و تهدیدها

ردیف	عوامل خارجی	وزن	رتبه	امتیاز وزنی
فرصت ها:				
۱	O _۱ : افزایش تمایل فعالیت های گردشگری و به ویژه فعالیت های اکولوژیکی و قابلیت بالقوه شهر یاسوج در این زمینه	۰/۰۸	۲	۰/۱۶
۲	O _۲ : مشارکت بخش خصوصی در طرح ها و برنامه های مرتبط با گردشگری	۰/۱۰	۳	۰/۳۰
۳	O _۳ : شرایط آب و هوایی مطلوب	۰/۱۴	۴	۰/۵۶
۴	O _۴ : موقعیت میان راهی و همجواری با استان های فارس، اصفهان، خوزستان و بوشهر	۰/۱۲	۴	۰/۴۸
تهدید ها:				
۵	T _۱ : افزایش تمایل به سفرهای خارجی در میان ایرانیان	۰/۰۸	۲	۰/۱۶
۶	T _۲ : عدم ارائه مجوز و تسهیلات جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری شهر یاسوج	۰/۱۲	۴	۰/۴۶
۷	T _۳ : از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی	۰/۱۰	۳	۰/۳۲
۸	T _۴ : افزایش مشکلات زیست محیطی به واسطه فعالیت های گردشگری	۰/۰۹	۳	۰/۲۷
۹	T _۵ : تعارض بین فرهنگ سنتی شهروندان شهر یاسوج و فرهنگ گردشگران	۰/۰۸	۲	۰/۱۶
۱۰	T _۶ : جذب شدن هر چه بیشتر گردشگران به مقاصد نزدیک شهر یاسوج مانند شیراز و اصفهان به دلیل ارائه امکانات و خدمات بهتر به گردشگران	۰/۰۹	۳	۰/۲۷
جمع		۱		۳/۱۴

با توجه به جدول فوق مهمترین فرصت هایی که شهر یاسوج در زمینه توسعه گردشگری از دیدگاه کارشناسان با آن روبرو است عبارتند از: شرایط آب و هوایی مطلوب که با امتیاز وزنی ۵۶/، به عنوان اولین فرصت شناخته شده است و موقعیت میان راهی و همجواری با استان های فارس، اصفهان، خوزستان و بوشهر با امتیاز وزنی ۴۸/

به عنوان دومین فرصت پیش رو و مشارکت بخش خصوصی در طرح ها و برنامه های مرتبط با گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۳۰ در اولویت بعدی قرار دارد. در عین حال مؤلفه های عدم ارائه مجوز و تسهیلات جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری شهر یاسوج با امتیاز وزنی ۰/۴۶ به عنوان مهمترین تهدید، از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی با امتیاز وزنی ۰/۳۲ به عنوان دومین عامل و جذب شدن هرچه بیشتر گردشگران به مقاصد نزدیک شهر یاسوج مانند شیراز و اصفهان به دلیل ارائه امکانات و خدمات بهتر به گردشگران و افزایش مشکلات زیست محیطی به واسطه فعالیت های گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۲۷ به عنوان سومین عامل تهدید روبه روی شهر یاسوج می باشد.

خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک

با توجه به جداول ۴ و ۵، در این مرحله عوامل مؤثر در گردشگری شهر یاسوج (نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید) اولویت بندی می شوند.

جدول ۶- خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک

ردیف	عوامل استراتژیک	وزن	رتبه	امتیاز وزنی
۱	S ₁ : وجود جاذبه های طبیعی بکر و زیبا	۰/۱۰	۴	۰/۴۴
۲	S ₂ : تمایل عمومی مردم شهر یاسوج نسبت به توسعه گردشگری	۰/۰۸	۳	۰/۲۴
۳	S ₃ : وجود جاذبه های مذهبی	۰/۰۷	۳	۰/۲۱
۴	W ₁ : کیفیت پایین تأسیسات رفاهی (نظیر سرویس های بهداشتی، پارکینگ و غیره در محل جاذبه ها)	۰/۰۹	۴	۰/۳۶
۵	W ₂ : کیفیت پایین سیستم حمل و نقل در شهر یاسوج	۰/۰۸	۳	۰/۲۴
۶	W ₃ : کمبود امکانات اقامتی مطلوب (نظیر هتل ها، مهمانسراها و...)	۰/۰۷	۳	۰/۲۱
۷	O ₁ : شرایط آب و هوایی مطلوب	۰/۱۰	۴	۰/۴۰
۸	O ₂ : موقعیت میان راهی و همجواری با استان های فارس، اصفهان، خوزستان و بوشهر	۰/۰۹	۴	۰/۳۶
۹	O ₃ : مشارکت بخش خصوصی در طرح ها و برنامه های مرتبط با گردشگری	۰/۰۸	۳	۰/۲۴
۱۰	T ₁ : عدم ارائه مجوز و تسهیلات جهت گسترش و توسعه خدمات،	۰/۰۹	۴	۰/۳۶

تجهیزات و تاسیسات گردشگری شهر یاسوج

۰/۲۴	۳	۰/۰۸	T _۲ : از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی	۱۱
			T _۳ : جذب شدن هر چه بیشتر گردشگران به مقاصد نزدیک یاسوج	
۰/۲۱	۳	۰/۰۷	مانند شیراز و اصفهان به دلیل ارائه امکانات و خدمات بهتر به گردشگران	۱۲
۳/۵۱	۱		جمع	

تدوین راهبردها

اینک با تداخل هر یک از عوامل بر یکدیگر به تدوین راهبردهای مختلف رقابتی/تهاجم (SO)، تنوع (ST)، بازنگاری (WO) و بالاخره راهبردهای تدافعی (WT) می پردازیم. در راهبردهای تهاجمی که تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت های بیرونی استوار است، راهکارهای زیر جهت بهره برداری های موجود به منظور توسعه گردشگری ارائه می شود.

راهبردهای رقابتی / تهاجمی (SO)

- تأکید بر توسعه توریسم طبیعی و اکوتوریسم به دلیل وجود مزیت های نسبی برای توسعه این نوع توریسم در شهر یاسوج
- ایجاد بستری مناسب برای سرمایه گذاری بخش خصوصی در صنعت گردشگری شهر یاسوج
- مشارکت دادن هر چه بیشتر جامعه محلی در برنامه های گردشگری، به منظور بهره مند شدن آنها از منافع حاصل از گردشگری و ایجاد دید مثبت بین آنها نسبت به گردشگری و در نتیجه حمایت از برنامه های توسعه گردشگری
- شناسایی جاذبه ها و تبلیغات و بازاریابی مناسب برای جذب گردشگران جهت رقابت با سایر مناطق تفریحی رقیب
- استفاده از نیروی متخصص در زمینه گردشگری و مدیریت گردشگری به منظور بکارگیری صحیح و استفاده از پتانسیل های بالقوه گردشگری یاسوج

راهبردهای تنوع (ST)

در راهبرد تنوع بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، جهت کاهش فشار تهدیدهای بیرونی می توان راهبردهای زیر را ارائه نمود:

- تنوع بخشی به امکانات، فعالیت ها و خدمات گردشگری به منظور جلب رضایت گردشگران و در نتیجه افزایش تعداد گردشگران در شهر یاسوج
- برگزاری جلسات مداوم و منظم با مردم محلی جهت به حداقل رساندن تأثیرات منفی احتمالی گردشگری مانند از بین رفتن فرهنگ محلی
- برنامه ریزی و ساماندهی توریسم به منظور استفاده و بهره گیری مطلوب از محیط آرام و زیبا و جلوگیری از تخریب مزارع، مناظر و چشم اندازهای طبیعی
- توسعه و تجهیز مسیرهای گردشگری شهر یاسوج و ایجاد و نصب علائم در این مکان ها و تدوین دفترچه های راهنما برای گردشگران و آموزش آنها

راهبردهای بازنگری (WO)

در این راهبرد ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی می شود تا با استفاده از فرصت های بیرونی موجود، تأثیر نقاط ضعف درونی را به حداقل رساند. از جمله این راهبردها می توان به موارد زیر اشاره نمود:

- توسعه و بهبود راههای ارتباطی، ایجاد شبکه ریلی و توسعه خطوط هوایی برای دسترسی آسانتر و کم هزینه تر گردشگران به منطقه
- ارائه مشوق های مختلف به سرمایه گذاران بخش خصوصی جهت پروژه های گردشگری
- بازنگری و توسعه نهادها و سازمانهای مرتبط در منطقه مورد مطالعه برای آموزش مردم و گردشگران به منظور بهره مندی بهینه و هدفمند از منافع و اثرات مثبت توریسم
- ضمن بازنگری در امکانات رفاهی موجود، توسعه همه جانبه امکانات رفاهی و استراحتگاهی گردشگران مورد توجه قرار گیرد

- کاهش بروکراسی اداری به منظور تسریع در پروژه های گردشگری شهر یاسوج

راهبردهای تدافعی (WT)

این راهبردها بر کاهش آسیب پذیری متمرکز هستند. بر این اساس برای کاهش آسیب پذیری گردشگری شهر یاسوج می توان راهبردهای زیر را ارائه نمود:

- تدوین مقررات و ضوابط در زمینه توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش های گردشگری و همچنین ثبات در مدیریت برای اجرای درست طرح های بلند مدت
- اطلاع رسانی و معرفی قابلیت ها و توانمندیهای شهر یاسوج جهت گذران اوقات فراغت و استراحت از طریق رسانه ملی، اینترنت، چاپ کتاب و...
- برگزاری همایش ها و سمینارها در زمینه توسعه سرمایه گذاری در صنعت گردشگری شهری و ایجاد تسهیلات و امتیازات ویژه در زمینه احداث مجتمع های اقامتی، هتل ها، موزه، تأسیسات تفریحی همچون پارک های جنگلی و..
- تنوع بخشیدن به فعالیت های گردشگری و در نتیجه کاهش فصلی بودن تقاضا
- فراهم آوردن شرایط لازم در جهت مشارکت مردمی (امان پور، ۱۳۹۱: ۸).

جدول ۷- ماتریس راهبردها و راهکارهای توسعه گردشگری شهر یاسوج

فرصت ها:	تهدیدها:
۱- افزایش تمایل فعالیت های گردشگری و به ویژه فعالیت های اکولوژیکی و قابلیت بالقوه شهر یاسوج در این زمینه	۱- افزایش تمایل به سفرهای خارجی در میان ایرانیان
۲- مشارکت بخش خصوصی در طرح ها و برنامه های مرتبط با گردشگری	۲- عدم ارائه مجوز و تسهیلات جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری شهر یاسوج
۳- شرایط آب و هوایی مطلوب	۳- از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی
۴- موقعیت میان راهی و همجواری با استان های فارس، اصفهان، خوزستان و بوشهر	۴- افزایش مشکلات زیست

عوامل بیرونی

تحلیل swot

<p>محیطی به واسطه فعالیت های گردشگری</p> <p>۵- تعارض بین فرهنگ سنتی شهروندان شهر یاسوج و فرهنگ گردشگران</p> <p>۶- جذب شدن هر چه بیشتر گردشگران به مقاصد نزدیک یاسوج مانند شیراز و اصفهان به دلیل ارائه امکانات و خدمات بهتر به گردشگران</p>		
<p>راهبردهای تنوع (ST)</p> <p>۱- تنوع بخشی به امکانات، فعالیت ها و خدمات گردشگری به منظور جلب رضایت گردشگران و در نتیجه افزایش تعداد گردشگران در شهر یاسوج</p> <p>۳- برگزاری جلسات مداوم و منظم با مردم محلی جهت به حداقل رساندن تأثیرات منفی احتمالی گردشگری</p> <p>۴- برنامه ریزی و ساماندهی توریسم به منظور استفاده و بهره گیری مطلوب از محیط آرام و زیبا و جلوگیری از تخریب مزارع، مناظر و چشم اندازهای طبیعی</p> <p>۵- توسعه و تجهیز مسیرهای گردشگری شهر یاسوج و ایجاد و نصب علائم در این مکان ها و تدوین دفترچه های راهنما برای گردشگران و آموزش آنها</p>	<p>راهبردهای رقابتی (SO)</p> <p>۱- تأکید بر توسعه توریسم طبیعی و اکوتوریسم به دلیل وجود مزیت های نسبی برای توسعه این نوع توریسم در شهر یاسوج</p> <p>۲- ایجاد بستری مناسب برای سرمایه گذاری بخش خصوصی در صنعت گردشگری در شهر یاسوج</p> <p>۳- مشارکت دادن هر چه بیشتر جامعه محلی در برنامه های گردشگری، به منظور بهره مند شدن آنها از منافع حاصل از گردشگری و ایجاد دید مثبت بین آنها</p> <p>۴- شناسایی جاذبه ها و تبلیغات و بازاریابی مناسب برای جذب گردشگران</p> <p>جهت رقابت با سایر مناطق تفریحی رقیب</p> <p>۵- استفاده از نیروی متخصص در زمینه گردشگری و مدیریت گردشگری به منظور بکارگیری صحیح و استفاده از پتانسیل های بالقوه گردشگری یاسوج</p>	<p>قوت ها:</p> <p>۱- وجود جاذبه های طبیعی بکر و زیبا</p> <p>۲- وجود جاذبه های تاریخی</p> <p>۳- وجود جاذبه های فرهنگی</p> <p>۴- وجود جاذبه های مذهبی</p> <p>۵- تمایل عمومی مردم شهر یاسوج نسبت به توسعه گردشگری</p>

ضعف ها:	راهبردهای بازنگری (WO)	راهبردهای تدافعی (WT)
۱- کیفیت پایین سیستم حمل و نقل در شهر یاسوج	۱- توسعه و بهبود راههای ارتباطی، ایجاد شبکه ریلی و توسعه خطوط هوایی برای دسترسی آسانتر و کم هزینه تر گردشگران به منطقه	۱- تدوین مقررات و ضوابط در زمینه توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش های گردشگری و همچنین ثبات در مدیریت
۲- کمبود امکانات اقامتی مطلوب (نظیر هتل ها، مهمانسراها و...)	۲- ارائه مشوق های مختلف به سرمایه گذاران بخش خصوصی جهت پروژه های گردشگری	۲- اطلاع رسانی و معرفی قابلیت ها و توانمندی های شهر یاسوج جهت گذران اوقات فراغت و استراحت از طریق رسانه ملی، اینترنت و ...
۳- کمبود نیروهای متخصص در زمینه گردشگری در نهادهای مرتبط با گردشگری	۳- بازنگری و توسعه نهادها و سازمانهای مرتبط در منطقه مورد مطالعه برای آموزش مردم و گردشگران به منظور بهره مندی بهینه و هدفمند از منافع و اثرات مثبت توریسم	۳- برگزاری همایش ها و سمینارها در زمینه توسعه سرمایه گذاری در صنعت گردشگری شهری و ایجاد تسهیلات و امتیازات ویژه در زمینه احداث مجتمع های اقامتی، هتل ها
۴- ضعف تبلیغات و بازاریابی	۴- ضمن بازنگری در امکانات رفاهی موجود، توسعه همه جانبه امکانات رفاهی و استراحتگاهی گردشگران مورد توجه قرار گیرد	۴- تنوع بخشیدن به فعالیت های گردشگری و در نتیجه کاهش فصلی بودن تقاضا
۵- برخورد نامناسب افراد محلی با گردشگران	۵- کاهش بروکراسی اداری به منظور تسریع در پروژه های گردشگری شهر یاسوج	۵- فراهم آوردن شرایط لازم در جهت مشارکت مردمی
۶- کیفیت پایین تأسیسات رفاهی (نظیر سرویس های بهداشتی، پارکینگ و غیره در محل جاذبه ها)		

نتیجه گیری و پیشنهادات

نتایج پژوهش حاضر نشان می دهد که، وضعیت کنونی گردشگری شهر یاسوج با قابلیت ها و استعداد های بالقوه ای آن تناسبی ندارد. همچنین بر اساس پژوهش، کمبود زیرساخت های گردشگری، کیفیت پایین سیستم حمل و نقل و کمبود امکانات اقامتی مطلوب، مهمترین موانع اساسی بر سر راه توسعه گردشگری یاسوج به حساب می آیند. از طرف دیگر، وجود جاذبه های طبیعی بکر و زیبا، تمایل عمومی مردم این شهر نسبت به توسعه گردشگری و وجود جاذبه های مذهبی به ترتیب با امتیاز وزنی ۶۰/، ۳۳/ و ۲۷/ مهمترین نقاط قوت و شرایط آب و هوایی مطلوب، موقعیت میان راهی و همجواری با استان های فارس، اصفهان، خوزستان و بوشهر، مشارکت بخش خصوصی در طرح ها و

برنامه های مرتبط با گردشگری به ترتیب با امتیاز وزنی ۵۶/، ۴۸/ و ۳۰/ به عنوان مهمترین فرصت های گردشگری شهر یاسوج شناخته شد. عدم ارائه مجوز و تسهیلات جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری شهر یاسوج با امتیاز وزنی ۴۶/۰ به عنوان مهمترین تهدید، از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی با امتیاز وزنی ۳۲/۰ به عنوان دومین عامل، افزایش مشکلات زیست محیطی به واسطه فعالیت های گردشگری و جذب شدن هرچه بیشتر گردشگران به مقاصد نزدیک یاسوج مانند شیراز و اصفهان به دلیل ارائه امکانات و خدمات بهتر به گردشگران با امتیاز وزنی ۲۷/۰ به عنوان سومین عامل تهدید روبه روی شهر یاسوج شناخته شدند. با توجه به نتایج پژوهش جهت برون رفت از وضع موجود می توان راهکارهایی از قبیل استفاده از وسایل ارتباط جمعی به منظور معرفی جاذبه های توریستی و امکانات گردشگری شهر یاسوج مانند چاپ و نشر مقاله در مطبوعات داخلی و خارجی و تهیه فیلم های کوتاه و تلویزیونی از جاذبه ها، توسعه گردشگری کوهستان به عنوان یکی از قابلیت های ممتاز شهر یاسوج از طریق تجهیز ارتفاعات مهم به پناهگاه و راه ارتباطی و سایر نیازمندیها، تلاش در جهت خارج کردن توریسم شهر از ماهیت فصلی بودن این صنعت، و فعال کردن توریسم زمستانی از طریق تجهیز و تبلیغ پست اسکی کاکان و فعال کردن جاذبه های مذهبی و فرهنگی، تجهیز سدها و رودخانه های شهر یاسوج به امکانات گردشگری جهت استفاده از جاذبه های آبی این مناطق، تلاش در جهت اتصال استان کهگیلویه و بویراحمد و شهر یاسوج به شبکه ریلی کشور، بهبود وضعیت جاده ها، شبکه ارتباط هوایی و مسیرهای دسترسی به جاذبه ها، ایجاد مراکز اطلاع رسانی و تبلیغاتی از دیدنی ها و جاذبه های شهر یاسوج، مشارکت دادن بخش خصوصی جهت تأسیس هتل ها و مهمانخانه ها، بهبود وضعیت فرودگاه یاسوج و افزایش تعداد پروازها در فصول بهار و تابستان و برگزاری همایش ها و جشنواره های مختلف جهت معرفی پتانسیلها و توانایی ها شهر یاسوج و به نمایش گذاشتن آثار هنری و صنایع دستی بومی در مراکز توریستی را ارائه کرد.

منابع

- ۱- اسماعیلی، رضا، گندمکار، امیر و مجید حبیبی نوخندان (۱۳۹۰). ارزیابی اقلیم آسایش چند شهر اصلی گردشگری ایران با استفاده از شاخص های دمای معادل فیزیولوژیک PET، پژوهش های جغرافیای طبیعی، شماره ۵۷.
- ۲- اعرابی، محمد، (۱۳۸۴)، مدیریت استراتژیک راهبردی، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۳- امان پور، سعید و تازش، یوسف، (۱۳۹۱)، امکان سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر یاسوج با استفاده از مدل SWOT، همایش منطقه ای تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، یاسوج.
- ۴- بیاتی خطیبی، مریم، زینلی، بهرام، رحیم پور، توحید و ذوالقدر، حمید (۱۳۹۲)، تقویم اقلیم گردشگری و آسایش گردشگر، همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان.
- ۵- پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی. (۱۳۸۹). گردشگری ماهیت و مفاهیم، تهران، انتشارات سمت، چاپ چهارم.
- ۶- سالنامه آماری، (۱۳۹۵)، استان کهگیلویه و بویراحمد.
- ۷- فردآر، دیوید، (۱۳۷۹)، مدیریت استراتژیک، ترجمه: علی پارسائیان و محمد اعرابی، تهران، انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- ۸- کاظمی، مهدی، (۱۳۸۷)، تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۱۲.
- ۹- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵)، مدیریتگردشگری، انتشاراتسمت، چاپاول، تهران.
- ۱۰- کهزادی، سالار، (۱۳۸۹)، آسیب شناسی توسعه گردشگری در استان کردستان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید چمران اهواز، دانشکده علوم زمین، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری.
- ۱۱- گوهریان، محمدابراهیم و کتابچی، محمد مهدی (۱۳۸۴). گردشگری بین المللی، چاپاول، تهران.
- ۱۲- محمدپورجابری، مرتضی (۱۳۹۳). تحلیل نقش گردشگری بر کیفیت زندگی شهروندان با تأکید بر شاخص های ذهنی، مورد مطالعه شهر فشم، گردشگری شهری، دوره ۱، شماره ۱، ص ۳۵-۴۵
- ۱۳- موسوی، میرنجف، (۱۳۸۵)، کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه ریزی شهری و ناحیه ای، نشر علم و دین.

۱۴- نعمتی، نسرین (۱۳۸۴)، راهکارهای توسعه گردشگری در ایران، مجموعه مقالات ظرفیت های اقتصادی ایران با تاکید بر وضعیت گردشگری ایران در بستر جهانی شدن، دانشگاه آزاد واحد فیروزکوه.

۱۵- Ashley, Caroline et al., (۲۰۰۷), The Role of the Tourism Sector in Expanding Economic Opportunity, The Fellows of Harvard College.

۱۶- Buhalis, D & Darcy S (۲۰۱۱) "Accessible Tourism: Concepts and Issues" Channel View Press.

۱۷- Cascante, D.M. (۲۰۱۸). Consequences of tourism – based growth on rural communities quality of life: A comparative study of Liberia and Lafortuna, Costa Rica, Dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of doctor of philosophy The Pennsylvania State university, p.p, ۴۲

۱۸- Jenkins, C.L, (۱۹۹۱), Tourism development strategies, In L. Lickerish (ed.) Developing Tourism Destinations.

۱۹- Kabassi, K (۲۰۱۰), .Personalizes recommendations for tourists, Journal of Telematics and Informatics, Vol. ۲۷, Pp. ۵۱-۶۶.

۲۰- Oppermann, M. and Chon, K, (۱۹۹۷), Tourism in Developing Countries, London, International Thomson Business Press.

۲۱- Pratt, L. Rivera, L. Bien, A(۲۰۱۱), Tourism: Investing in energy and recourse efficiency United Nations environment program me in towards a green economy. Pathways to sustainable development and poverty Eradiacation. Paris. UNEP.

۲۲- Sharply. R, David J. Telfer, (۲۰۰۲), Tourism and Development: Concepts and Issues, Channel View Publications.

۲۳- United Nation of World Tourism Organization. ۲۰۱۳. International Tourism to continue robust growth. <http://www.unwto.org>.

۲۴- World Tourism Organization (WTO), (۱۹۸۰), Manila Declaration on World Tourism, Madrid, World Tourism Organization.

Analysis of Factors Affecting the Development of Tourism in Yasuj, the Capital of Nature of Iran

Abstract

Industrial tourism, whose development requires adequate knowledge and knowledge of the issues and factors affecting economic and social and cultural development in each region. . Accordingly, in this research, we try to explore the strengths, weaknesses, opportunities and threats of



tourism in this city considering the potential capabilities of Yasuj city in the field of tourism, using the swot model. The more strategic strategies we provide. This research is based on a questionnaire-based library and survey method. The results of the analysis show that in spite of the extensive potential of Yasuj city in the field of tourism, lack of tourism infrastructure, low quality of transportation system and lack of suitable accommodation facilities, the most important obstacles on the development of Yasuj tourism, on the other hand, The presence of natural attractions in the city, the general tendency of the people of this city to develop tourism and the presence of religious attractions, with a weight of ۶۰, ۳۳/۲۷ and / ۲۷, the most important strengths and favorable climate conditions, the position of the middle way and the adjacent to Fars, Isfahan, Khuzestan and Bushehr provinces, private sector participation in tourism-related plans and programs, respectively, with the rate Weight ۵۶/۴۸/۳۰ / recognized as the most important tourism opportunities Yasouj.

At the same time, the components of the Failure to provide licenses and facilities for the expansion and development of Yasouj services, equipment and facilities for tourism, the elimination of traditional and local culture, Increasing environmental problems due to tourism activities and the increasing attraction of tourists to nearby destinations such as Shiraz and Isfahan, due to the provision of facilities and better facilities for tourists as The most important threats to the tourism development were Yasuj.

Key words: Tourism, Development, Strategic, Yasuj, swot