

بررسی توان‌ها و تنگنای‌های توسعه صنعت توریسم در شهر یاسوج با الگوی تحلیلی SWOT

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۰/۰۵

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۱/۱۵

کد مقاله: ۵۲۴۲۱

حسین رزمجویی^۱، علیرضا زارع^۲

چکیده

امروزه صنعت گردشگری در دنیا، به یکی از منابع مهم درآمد و درعین حال از عوامل مؤثر در تبدلات فرهنگی بین کشورهاست و به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان، حائز جایگاه ویژه‌ای است، از این رو بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی‌اند. شهر یاسوج واقع در استان کهگیلویه و بویراحمد یکی از مناطق مستعد برای توسعه صنعت گردشگری است. با توجه به قرار گرفتن کهگیلویه و بویراحمد در کریدور تردد گردشگران خارجی به جنوب کشور، باید توسعه، تجهیز و معرفی جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و باستانی منطقه را در اولویت قرار داد تا از این پس شاهد حضور و ماندگاری بیشتر گردشگران خارجی و داخلی در مناطق گردشگری بکر استان باشیم. پژوهش حاضر سعی در بررسی پتانسیل‌های بالقوه شهر یاسوج با استفاده از تکنیک SWOT و ارائه راهکارهایی جهت توسعه گردشگری پایدار دارد. بر این اساس روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و کتابخانه‌ای و میدانی است؛ و در نهایت پیشنهادهایی در راستای توسعه جاذبه‌های گردشگری آن ارائه گشته است. یافته‌های پژوهش با استفاده از تکنیک دلفی و مدل SWOT با حجم نمونه ۳۴ نفر ساکنین و نخبگان و مدیران شهر یاسوج می‌باشد. نتیجه به دست آمده نشان می‌دهد: با اتخاذ راهبردهای مناسب باید تهدیدها به فرصت تبدیل شوند.

واژگان کلیدی: گردشگری، یاسوج، تکنیک دلفی، مدل SWOT.

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری موسسه آموزش عالی آپادانا

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری موسسه آموزش عالی آپادانا

۱- مقدمه

گردشگری روندی است که از دیر زمان با اشکال خاص خود در جوامع انسانی وجود داشته و تدریجاً طی مراحل تاریخی سیر تکاملی خود را تا عصر حاضر پیموده است و هم‌اکنون به عنوان یکی از بنیان‌های جهانی‌سازی و نماد بارز درهم فشردگی فضا-زمان شناخته می‌شود. این پدیده عموماً بر بنیاد عامل اساسی سفر و جابه‌جایی قرار دارد که خود زاده نیازهای گوناگون روانی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی انسان است. با اختراع وسایل نقلیه سریع‌السیر و بهبود وسایل ارتباطی بین کشورهای جهان، کوتاه شدن زمان سفر، ایجاد تسهیلاتی که از جهات مختلف برای مسافرت در اکناف جهان فراهم آمده بود و افزایش نسبی درآمدهای ناشی از رشد اقتصادی کشورها، تحولات شگرفی در زمینه جهانگردی صورت گرفت، به طوری که امروزه صنعت جهانگردی در سطوح بین‌المللی توسعه فراوان یافته و یکی از ارکان مهم اقتصادی کشورهای جهان را تشکیل می‌دهد (lee&chien, 2008). توریسم واژه‌های فرانسوی است که از ریشه تور گرفته شده است. تور در زبان فرانسه به معنای حرکت دورانی، عمل پیمودن، طی کردن، سیر کردن و گردش نمودن می‌باشد. واژه توریسم نخستین بار در مجله‌ای تحت عنوان اسپورتینگ مگزین به کار برده شد. (محلای، ۱۳۸۰: ۱۴).

مدیریت توریسم برنامه‌ای است که استراتژی‌های خاصی را در جهت و گسترش و توسعه توریسم ارائه می‌دهد (نصیرزاده، ۱۳۸۱: ۲۰). در حال حاضر گردشگری یکی از عوامل مؤثر در گسترش روابط بین‌ملتها به شمار می‌رود و به منزله ایجادکننده فرصت‌های شغلی در بخش اقتصادی و ایجاد تعاملات کارآمد برای بازسازی و توسعه نواحی یادشده است (پوراحمد و همکاران، ۱۳۷۲: ۲۲) بر اساس برآوردهای سازمان جهانی جهانگردی، این صنعت در سال ۲۰۲۲ با درآمدی بالغ بر دو تریلیون دلار و جذب ۱,۱۶۱ میلیارد مسافر، نقش اول را در توسعه اقتصادی کشورها خواهد داشت. (رضائی و رحیم‌پور، ۱۳۷۲: ۳۹). قابلیت‌ها و ظرفیت‌های مناسب صنعت توریسم سبب شده که این صنعت در تمامی عرصه‌ها در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی مورد توجه دولت‌مردان و برنامه‌ریزان قرار بگیرد. کشورهای درحال توسعه قدرت رقابت در بخش علمی و صنعتی با کشورهای پیشرفته را ندارند و از طرفی وابستگی آن‌ها به منابع زیرزمینی و انرژی‌های فسیلی مغایر با فرایند توسعه پایدار است و به‌نوعی اقتصاد تک‌محصولی را به دنبال دارد که برای رسیدن به توسعه‌ی اقتصادی چندان مطمئن نیست؛ بنابراین سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری و برنامه‌ریزی جهت گسترش این صنعت در کشورهای درحال توسعه فرصت مناسبی را در جهت رسیدن به توسعه‌ی اقتصادی فراهم می‌سازد. امروزه بسیاری از کشورهای درحال توسعه، مانند: ترکیه، مصر و غیره فعالیت‌های مناسبی را در جهت توسعه‌ی این بخش انجام داده‌اند و به صنعت گردشگری به عنوان یکی از ارکان اقتصادی کشور نگاه می‌کنند. بر اساس مطالعات انجام گرفته درآمد حاصل از جذب یک جهانگرد خارجی با فروش ۱۱۲ بشکه نفت برابری می‌کند. (منشی‌زاده، ۱۳۹۶: ۱۱۹) نخستین شرط موفقیت در توسعه گردشگری، وجود زیرساخت‌های مناسب شهری و مدیریت عاقلانه و مدیرانه در عرصه‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و مانند این‌هاست. دومین شرط که برای تأمین موفقیت سیاست توسعه گردشگری شهری، تنسيق و آمایش جاذبه‌های شهر و ایجاد تسهیلات و امکاناتی است که دسترسی به جاذبه‌ها را بیش از پیش آسان کند. (دنیاری، ۱۳۸۴: ۱۵) هدف مدیریت شهری در ارتقای شرایط کار و زندگی جمعیت ساکن، در قالب اقشار و گروه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و حفاظت از حقوق شهروندان، تشویق توسعه اقتصادی اجتماعی پایدار و حفاظت از محیط کالبدی است (سعیدنیا، ۱۳۹۷: ۱۶) مدیریت شهری باید برای شهر برنامه کند، فعالیت‌های شهری را سازمان دهد و برای فعالیت‌های انجام شده نظارت کند و حتی برای انجام بهینه امور انگیزه ایجاد کند (همان: ۲۲).

گردشگری از آن مواردی است که ارتباط ارگانیک میان سازمان‌ها و نهادهای مختلف را نیاز دارد. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، سازمان محیط‌زیست، نیروی انتظامی، صنعت بیمه، بانکداری، شهرداری و استانداری، وزارت امور خارجه و ... باید در نهایت همکاری با یکدیگر در راستای پیشبرد گردشگری عمل نمایند. در ایران، گردشگری هنوز در اندازه‌ای که بتواند اثرات فراوان بر افراد و کل جامعه بگذارد، رونق نگرفته است. بنابراین می‌توان هم‌زمان با تلاش برای رونق گردشگری در کشور، اثرات مثبت و منفی اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی را در سطح جامعه موردبررسی قرار داد.

۲- بیان مسئله

گردشگری یکی از بازوهای اجتماعی و اقتصادی محیط شهری می‌باشد (Edwards & et al, 2008). امروزه از گردشگری شهری به عنوان یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی، اجتماعی و رفاهی شهر و شهرنشینان یاد می‌کنند. در راستای تحقیق توسعه گردشگری، مدیریت، شهری مهم‌ترین ابزار است بدین ترتیب مدیریت شهری که از ساماندهی عوامل، نیروها و منافع برای اداره و پاسخ‌گویی نیازهای ساکنان شهر شکل گرفته و شامل کارکردهای برنامه‌ریزی، اجرا، نظارت و کنترل است (رضویان، ۱۳۸۰: ۵۰) ارضای نیازهای معین، انگیزه‌های جدیدی به وجود می‌آورد که به دنبال آن نقش‌ها، رفتارها و تجارب گردشگری شکل می‌گیرد. پارینلو و کوهن در کار مشترکشان به‌طور جامع پیچیدگی تجارب گردشگری را تبیین کرده‌اند. در جامعه مافوق صنعتی که بخش

خدمات سهم بزرگی در اقتصاد بین‌المللی دارد، انگیزه برای مسافرت و گردشگری به‌طور روزافزون بیشتر می‌شود. از سوی دیگر ساختار تئوریک گردشگری بر آن است که رفتارهای اجتماعی نه‌تنها تحت تأثیر روابط دوستان و بستگان بلکه در تعامل فرد در یک شبکه پیچیده‌ای از روابط اجتماعی شکل می‌پذیرد. این ایده در مفهوم و نظام پردازی برای کلیه تجارب گردشگری اعم از آزمایشی، علمی، عرفانی و سرگرمی مؤثر و مفید است. (شفیعی، ۱۳۸۸)

توریست نقش مهمی در توسعه اقتصادی شهرها دارد، امروزه جهانگردی به عنوان یک صنعت مولد و اشتغال‌زا و بین‌المللی اهمیت زیادی پیدا کرده است. تغییرات به سبب تماس مردم محلی با گردشگران به وجود می‌آید. تأثیرات فرهنگی نیز تغییراتی است که در شیوه زندگی، سبک معماری، هنر و آداب و رسوم جامعه میزبان رخ می‌دهد. تأثیرات گردشگری و سفر، تغییراتی در ناخودآگاه همگانی و سامانه ارزش‌های فردی، الگوهای رفتار، ساختار جامعه، شیوه زندگی و کیفیت زندگی به وجود می‌آورند. این تغییرات که در جوامع میزبان به وقوع می‌پیوندد، دارای جنبه‌های مثبت و منفی است و می‌تواند وضعیت فرهنگی جامعه میزبان را بهبود ببخشد و آن را غنی‌تر سازد و یا اینکه باعث تضعیف فرهنگ بومی و آداب و رسوم محلی و یا ورود ناهنجاری‌های فرهنگی به جامعه شود. در مجموع، در اثر گردشگری و ارتباطی که بین افراد دو یا چند جامعه به وجود می‌آید، نوعی تبادل فرهنگی شکل می‌گیرد (Michael hall, 2002:145).

ورودی نامناسب شهر یاسوج که یکی از استان‌های مهم در مبلمان هر شهر ورودی زیبا و جذاب شهر است که متأسفانه یاسوج از ورودی نامناسبی برخوردار است، نبود بیلوردهای تبلیغاتی جهت ساماندهی تبلیغات سطح شهر، وضع نامناسب سیم‌کشی برخی تیر برق‌ها، نبود نور کافی در برخی کوچه‌ها به هنگام شب؛ که متأسفانه در این شهر توجه و سرمایه‌گذاری کمتری برای اعتلای کیفیت‌های محیطی در فضای گردشگری شهری نظیر اهمیت طراحی مناسب عناصر زیباسازی شهری از جمله مبلمان صورت پذیرفته است. بزرگ‌ترین مشکل در صنعت گردشگری در این شهر نداشتن هتل استاندارد و مراکز اقامتی می‌باشد. باید در طراحی‌های شهری برای جذب گردشگری از مهارت‌های فنی، هنری، ذوقی، اجتماعی، روان‌شناسی و پرورشی نیز بهره برد. از طرفی فقر و محرومیت استان کهگیلویه و بویراحمر و درصد بالای بیکاری جوانان این منطقه از کشور، ایجاب می‌کند تا با استفاده از امکانات و توانمندی مناطق مختلف کشور، از جمله این استان، در جهت کسب درآمد و اشتغال‌زایی و رفع محرومیت از این مناطق اقدام کنیم. شهر یاسوج از جمله شهرهایی است که دارای پتانسیل و شرایط آب‌وهوایی مناسب برای جلب گردشگران داخلی و خارجی می‌باشد. وجود جاذبه‌های گردشگری در زمینه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی می‌تواند، زمینه‌های رشد و توسعه اقتصادی بخش‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی و زیست‌محیطی را در این شهر فراهم آورد و به عنوان یک‌قطب مهم گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد و در سطح کلان و ملی مطرح شود.

۳- پیشینه و سوابق تحقیق

در رابطه پیشینه تحقیق، در زمینه توسعه گردشگری مطالعات چندی در سطح جهانی و کشور ایران صورت گرفته است که تعداد آن‌ها در سطح کشورمان بسیار ناکافی می‌باشد، آزموده و فنی در تحقیقی با عنوان «تحلیل و ارزیابی استراتژی‌های مؤثر بر برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری تاریخی شهر یزد با استفاده از مدل SWOT» در سال ۱۳۷۳ بیان می‌دارند که: گردشگری مبحثی بسیار گسترده است و یکی از انواع آن مربوط به عناصر تاریخی می‌باشد. آثار تاریخی و باستانی از دو جهت بسیار با ارزش و با اهمیت هستند؛ یک وجه آن بدون شک این است که این آثار، میراث و اسنادی هستند که از گذشتگان به جا مانده‌اند. از سوی دیگر بسیاری از گردشگران جدای از پژوهشگران، کاوشگران و... به آثار تاریخی علاقه‌مندند و باید در هر دو صورت باید به هر تدبیری در حفظ آن کوشا بود. روستازاده شیخ یوسفی و جهانگیری در تحقیقی با عنوان "ارائه راهکارهای گردشگری پایدار شهری با استفاده از مدل SWOT مطالعه موردی شهر اصفهان" در سال ۱۳۷۲ اظهار دارد که: بیشتر شهرهای ایران از قابلیت فراوانی در بخش گردشگری برخوردار بوده و چنانچه این قابلیت در مسیر صحیح مورد استفاده واقع شود مجموعه‌ای منحصر به فرد در زمینه گردشگری فراهم خواهد شد. گردشگری یکی از صنایعی است که به سرعت در حال رشد است. با رشد و رونق گردشگری نیازها و تقاضاهای جدید پیش می‌آید و میزان تقاضا نسبت به کالاها، خدمات و امکانات موجود افزایش می‌یابد. این امر، زمینه ایجاد کسب‌وکارهای جدید را فراهم می‌کند.

مقانی نسب و همکاران در سال ۱۳۷۱، در مقاله ای با عنوان عوامل مؤثر بر برنامه و مدیریت جذب توریسم مطالعه موردی (بندر چابهار) به این نتیجه رسیدند که صنعت توریسم از عوامل مؤثر در توسعه اقتصادی، اجتماعی، است که بر پیشرفت و ارتقاء سطح شهری و روستایی منطقه هدف، تأثیر قابل توجهی دارد. در این مقاله به بررسی نقش عملکرد و زمان‌های میراث فرهنگی، شهرداری و تأثیر تبلیغات، حمل و نقل و فضای سبز، بر مدیریت و برنامه‌ریزی توریسم با استفاده از روش SWOT در منطقه بررسی و تحلیل شود. محمدی فر و همکارانش سال ۱۳۷۳، در مقاله ای با عنوان «نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری شهری، مطالعه مورد مطالعه: شهر مشهد» به این نتیجه رسیدند که امروزه از گردشگری شهری به عنوان یکی از عوامل

مهم توسعه اقتصادی اجتماعی و رفاهی شهر و شهرنشینان یاد می‌شود. هدف از این مطالعه بررسی نقش مدیریت شهری در توسعه گردشگری شهر مشهد می‌باشد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مدیریت شهری در توسعه گردشگری شهری در شهر می‌تواند نقش بسیار بالایی را ایفا نماید. مهدی زندیه و همکاران در سال ۱۳۷۱، در تحویلی تحت عنوان نقش سراب روانسر در جذب گردشگر و ارتقاء اقتصاد شهری به این نتیجه رسیدند: که در حال حاضر سراب روانسر فاقد برنامه مدونی جهت توسعه گردشگری است و هدف بررسی و بازناسایی قابلیت‌های محیطی و برنامه‌ریزی جاذبه‌های طبیعی، حفاظتی و تقویت چشماندازهای طبیعی شهر و توجه به جنبه‌های زیباشناسانه محیط طبیعی، کاهش اثرات زیر محیطی گردشگری، برآورده شدن نیازهای تفریحی باز - دیدکنندگان با احترام به فرهنگ و طراحی براساس هماهنگی با طبیعت و همواره جهت جذب گردشگری در سراب روانسر تدوین شده است.

۴- اهداف تحقیق

بررسی توان‌ها و تنگناهای صنعت گردشگری در شهر یاسوج
و در نهایت ارائه راهکارهایی به منظور تقویت و توسعه صنعت توریسم در این شهر

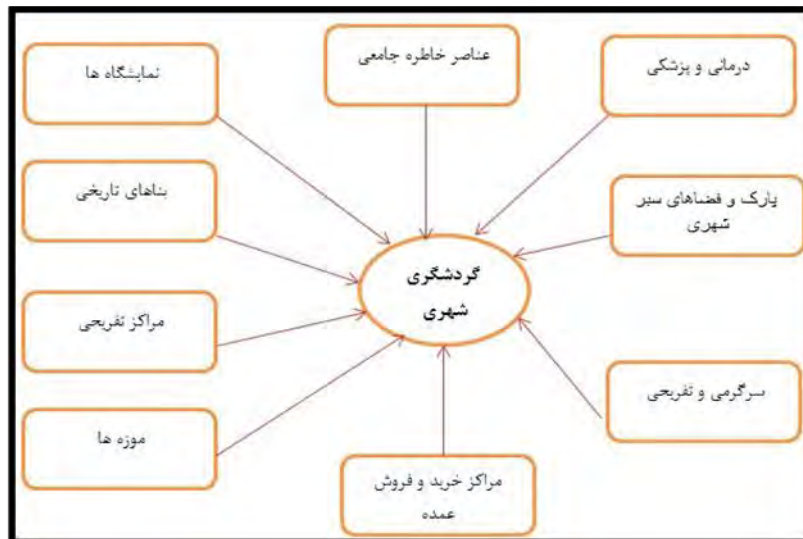
۵- مبانی نظری تحقیق

۵-۱- توسعه پایدار گردشگری

توسعه واژه‌ای است که اغلب به فرایند حرکت جامعه از نقطه‌های به نقطه دیگر اطلاق میگردد که جنبه‌های مختلفی اعم از رشد اقتصادی، تغییر ساختاری، صنعتی شدن، خودسکوفایی و اتکاء به نفس فرهنگی، مذهبی و ملی و فردی را در بر میگیرد (Harrison, 2008). بر همین اساس، مفهوم توسعه پایدار ناظر بر این واقعیت انکار ناپذیر است که ملاحظات مربوط به اکولوژی می‌تواند و باید در فعالیتهای اقتصادی به کار گرفته شود. این ملاحظات شامل ایده‌های ایجاد محیطی منطقی است که در آن ادعای توسعه به منظور پیشبرد کیفیت همه جنبه‌های زندگی مورد چالش قرار می‌گیرد (رادکلیف، ۱۳۷۳: ۳۴). اصول گردشگری پایدار نیز با اصول توسعه پایدار شباهت دارد، چرا که بر پایداری منابع برای گردشگری تأکید دارد. اصول پایداری به جنبه‌های محیطی، اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی از توسعه گردشگری برمی‌گردد و می‌بایستی تعادل مناسبی بین این سه بعد برای تضمین پایداری طولانی مدت ایجاد گردد (Logar, 2002:2) رویکرد توسعه پایدار گردشگری، یک جابه‌جایی از رویکردهای سنتی اقتصاد نئوکلاسیک در زمینه توسعه گردشگری، به یک رویکرد کلینگرتررا نشان می‌دهد که در این رویکرد، علاوه بر نیازهای بازار، نیازهای جامعه و محیط طبیعی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد (Hawkes & Williams, 1993). اینها و عدم ثبات در رویکردها به موضوع گردشگری خارجی و فراموشی بازار تقاضای گردشگری داخلی، روزمره-نگری، فقدان سند راهبردی بلند مدت و مشخص نبودن اهداف کلان توسعه گردشگری، چندگانگی تصمیم‌گیران و ارگانهای دخیل و غیره، از جمله ضعفها و تهدیدهای نظام مدیریت و توسعه گردشگری در کشور است (قدمی، ۱۳۹۰).

۵-۲- گردشگری شهری

گردشگری و شهر دو پدیده همزاد یکدیگر هستند. بدین معنا که گردشگری امروزه بعنوان یک پدیده انبوه از شهرها آغاز شد و این شهرنشینان بودند که توانستند جریان‌های گردشگری را از اشکال پراکنده به صورت سازمان یافته و انبوه درآورند. رابطه شهر و گردشگری حتی در بعد تاریخی نیز شناخته شده است. چرا که شهرها به دلایل زیارتی، اقتصادی و فرهنگی پیوسته محلی مراجعه انبوه مسافران بوده و هستند. شهرها بعنوان مقصد گردشگری، دارای عملکرد چند منظوره هستند، آن‌ها بعنوان دروازه ورودی به کشور، مراکز اقامت و مبدأ سفر به روستاها و مقاصد مجاور خود هستند، علاوه بر این شهرها فقط مقاصدی که در آن‌ها جمعیتی با فعالیت‌های اقتصادی، زندگی فرهنگی و تحت کنترل نیروهای سیاسی کنار هم جمع می‌شوند نمی‌باشند، بلکه نقش مهمی را به عنوان مراکز فعالیت گردشگری برعهده دارند؛ بنابراین باید به جای گردشگری در شهرها، مفهوم (گردشگری شهری) مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به ماهیت شهرها، جاذبه‌های طبیعی کمتری در درون شهرها مشاهده می‌گردد. (راهنمایی و همکاران، ۱۳۸۷، ۱۲).



شکل ۱- عناصر مرتبط با مبحث گردشگری شهری در کلان شهرها (منبع: ملک نیا، ۱۳۸۹)

۵-۳- اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری

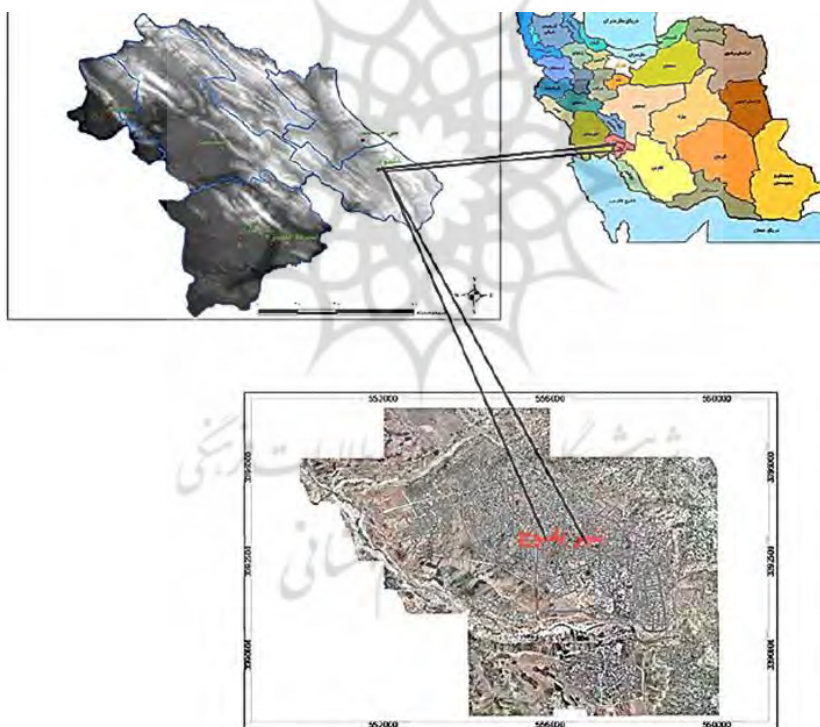
- در کتاب انسان شناسی گردشگری اسمیت اثرات مختلفی در این رابطه در نظر گرفته شده است.
- ۱- بعضی از انواع اثرات اجتماعی-اقتصادی، تغییرات طبیعی مستند و فشارهای ناشی از هر نوع توسعه اقتصادی را شامل می شوند حتی اگر بومیان و گردشگران دارای زمینه های فرهنگی یکسانی باشند.
 - ۲- اثرات دیگر ناشی از تفاوت اجتماعی-اقتصادی بین بومیان و گردشگران است که ممکن است دارای زمینه های اقتصادی-اجتماعی یکسان یا متفاوتی باشند که تفاوت سطوح نسبی با توسعه اجتماعی-اقتصادی-سیاسی بومیان و گردشگران به عنوان یک فاکتور مهم شناخته شده است.
 - ۳- نوع سوم اثرات منتج از تفاوت های فرهنگی چشم گیر بین بومیان و گردشگران است. آن تفاوت ها ممکن است به ارزش های اصلی و نظام قانونی اعتقادات مذهبی، سنن، رسوم، سبک زندگی، الگوهای رفتاری، نوع لباس، تقسیم بندی زمان، گرایش نسبت به بیگانگان و عوامل دیگر مربوط می باشد.
- یکی از مقاصد برنامه ریزی و سیاست گذاری جهانگردی ممانعت از درگیریها و کنترل تبعات فرهنگی حضور جهانگردان خارجی است. برای تامین این منظور معمولاً یکی از دو شیوه زیر مورد استفاده قرار می گیرد.
- ۱- تمرکز تاسیسات و تجهیزات جهان گردی در نقاط دور از مناطق پر جمعیت باعث می شود تا از این طریق از تقابل فرهنگ های متفاوت مردم و جهان گردان (مثلاً پوشش آنان، نحوه استفاده از دریا، الگوی مصرف و ...) جلوگیری به عمل آید؛ اما این راه حل خود موجب مشکلاتی از قبیل ایجاد منطقه فعال اقتصادی، جدا از محیط اجتماعی و اقتصادی بومی می گردد. به علاوه تمرکز تاسیسات و تجهیزات تفریحی به حالتی که استفاده از آن برای مردم بومی میسر نباشد، صورت ناخوشایندی از حضور جهانگردان است. به همین خاطر چنین شیوه ای شاید بتواند برای منطق کم جمعیتی که بالقوه امکان توسعه جهانگردی دارند مفید باشد.
 - ۲- ترکیب و پذیرش انواع خاصی از جهان گردان بین المللی به منظور جذب مشتریان کم زحمت تر و پردرآمدتر است به طوری که دریافتی حاصل از این عده ی قلیل عدم حضور تعداد کثیری جهانگرد معمولی را جبران می کند. توفیق در اجرای این سیاست انتخاب اصلح را پیشنهاد دارد و مستلزم وجود تجهیزات، خدمات و محیط های استثنایی است که در اغلب مناطق با امکانات موجود در کشور و یا برنامه های مصوب توسعه اجتماعی-اقتصادی آن مناطق انطباق ندارد. معالوف برخی کشورها (نظیر موریتانی) این خط مشی را دنبال کرده ودر اجرای آن توفیقاتی نیز بدست آورده اند. (ضرغام، ۱۳۷۵، ۸۹) (جدول ۱)

جدول ۱- جنبه های مثبت و منفی فرهنگی-اجتماعی (ماخذ: ضرغام، ۱۳۷۵، ۸۹)

نوع اثر	جنبه های مثبت	جنبه های منفی
مثبت	- بهبود کیفیت زندگی	
	- افزایش امکانات تفریحی و سرگرمی	
	- بهبود کیفیت خدمات اجتماعی-بهبود درک و تصور در مورد فرهنگ ها و جوامع دیگر	- افزایش فحشا
	- گسترش تبادلات فرهنگی	- افزایش الکلیسم
	- تسهیل در ملاقات با جهانگردان	- القای حس عقب ماندگی فرهنگی، مالی به ساکنین
	- حفاظت از وجهه فرهنگی جامعه میزبان	
	- القای احساس افتخار از داشته های فرهنگی خود	- ایجاد فرهنگ محلی غلط

۶- موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

شهر یاسوج مرکز استان کهگیلویه و بویراحمد واقع در جنوب غربی ایران در دامنه های رشته کوه های زاگرس بین ۳۰ درجه و ۹ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۳۲ دقیقه عرض شمالی و ۴۹ درجه و ۴۳ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۵۲ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ قرار دارد. جمعیت شهر یاسوج در سال ۱۳۹۰ از سوی سازمان آمار ۱۰۸،۵۰۵ نفر اعلام شد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰). یاسوج به دلیل قرارگیری در دامنه های زاگرس و موقعیت کوهستانی، دارای طبیعتی زیبا و آب و هوای معتدل برای گذران اوقات فراغت گردشگران است. به همین دلیل، سالانه گردشگران زیادی به این شهر کوهستانی سفر می کنند.



شکل ۲- موقعیت جغرافیایی شهر یاسوج

۷- روش تحقیق

روش تحقیق حاضر براساس هدف کاربردی-توسعه ای و براساس ماهیت از نوع توصیفی-تحلیلی می باشد گردآوری اطلاعات و داده های این پژوهش طی دو مرحله انجام گردید، ابتدا به بررسی اسنادی و جستجوی کتابخانه ای برای یافتن سوابق تحقیق، بررسی ابعاد نظری آن در میان صاحب نظران و فعالان این حوزه و برداشت از دستاوردهای تجربی پژوهش هایی که در این زمینه صورت پذیرفته است انجام گرفته است. در این مرحله کلیه مدارک موجود در فضاهای مرتبط با موضوع، مثل: استان داری، شهرداری، در مرحله دوم؛ علاوه بر روش کتابخانه ای، اسنادی و فناوری جهت تکمیل مبحث از روش میدانی نیز بهره گرفته است.

در این روش به تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدات با استفاده از تکنیک دلفی و مدل SWOT که به بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید و ارائه استراتژی و راهبردها جهت تحلیل تنگناها و محدودیت های توسعه گردشگری شهر یاسوج که و با کمک متخصصان کارشناسان، مدیریت امور شهری و اساتید دانشگاه وساکنین به تعداد ۳۴ نفر در سطح شهر یاسوج به دست آمده است.

۷-۱- تکنیک دلفی

تکنیک دلفی روشی است که در آن تصمیم گیری و پیش بینی متکی بر دیدگاه های آگاهانه و تأمل کارشناسانه است. ساختار این تکنیک براساس وضعیت و موضوع تغییر می کند. در این تکنیک جهت دستیابی به نظرات مشترک متخصصان مراحل زیر لازم است:

- از تعدادی کارشناس خواسته می شود به تعدادی از رویدادها، احتمالاتی را نسبت دهند.
- در این روش بین نظرات کارشناسانه ای که گردآوری شده است، به مقابله پرداخته می شود.
- پراکنش فراوانی نقطه نظرات براساس فراوانی نظرات طبق هبندی می شود و اگر نظرات آن ها مطابق بقیه نبود، دلایل عدم تغییر نظر خود را می نویسند. این مرحله آنقدر تکرار می شود تا نظرات مشترک کلی گروه بدست (احمدی، ۱۳۷۷: ۱۵)

روش دلفی فرآیندی ساختار یافته برای جمع آوری و طبقه بندی دانش موجود در نزد گروهی از کارشناسان و خبرگان است که از طریق توزیع پرسشنامه هایی در بین این افراد و بازخورد کنترل شده پاسخها و نظرات دریافتی صورت می گیرد. روش دلفی در آن دسته از پروژه هایی که ضرورت دارد نظرات و پیشنهادهای افراد مطلع و آگاه جمع آوری و میان نظرات حاصله، توافق و همخوانی ایجاد شود، کاربرد زیادی دارد در پایان نامه حاضر داده های مبنای تحلیل از طریق مصاحبه با 34 نفر از خبرگان و کارشناسان حوزه های شهری و فرمانداری و اساتید دانشگاه جمع آوری شدند. برای سنجش اعتبار پژوهش از نظر 34 نفر از خبرگان بهره گرفته شده. برای این منظور، نقاط قوت (S)، ضعف ها (W)، فرصت ها (O) و تهدیدات (T) توسعه گردشگری در شهر یاسوج کمک خبرگان مدیریت شهری و اساتید شناسایی شدند.

۸- یافته های تحقیق

۸-۱- تکنیک SWOT

تکنیک یا ماتریس سوات، ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصتهای موجود در محیط خارجی و بازشناسی ضعفها و قوتهای داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبردهایی برای هدایت و کنترل آن سیستم است. از دیدگاه این مدل، یک استراتژی مناسب قوتها و فرصتها را به حداکثر و ضعفها و تهدیدها را به حداقل ممکن میرساند. برای این منظور، نقاط قوت و ضعفها و فرصتها تهدیدها در چهار حالت کلی WT, ST, WO, SO به صورت زیر پیوند داده می شوند و گزینه های استراتژی از بین آن ها انتخاب می شود:

- راهبردهای رقابتی/تهاجمی (SO) که تمرکز آنها بر نقاط قوت درونی و فرصتهای بیرونی است.
- راهبردهای تنوع بخشی (ST)، بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است.
- راهبردهای بازنگری (WO) که ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره گیری از فرصتهای بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف می باشد.
- راهبردهای تدافعی (WT) که برای مقابله با ضعفهای درونی و تهدیدهای بیرونی ارائه میشود (موحد و کهزادی، ۱۳۸۹).

۸-۲- تحلیل یافته ها

توسعه گردشگری در شهر یاسوج مستلزم آن است که مطالعات پایه و کسب شناخت همه جانبه از توانهای طبیعی، فرصتهای سرمایه گذاری و دیگر قابلیت ها و پتانسیلهای گردشگری داشته باشیم. بدین منظور، در این بخش به شناخت و تحلیل نقاط ضعف و قوت و همچنین فرصتها و تهدیدهای صنعت گردشگری در شهر یاسوج با استفاده از مدل تحلیلی SWOT می پردازیم. چنانچه ملاحظه میشود امتیاز شهر در ارزیابی عوامل داخلی ۲/۸۷ بوده است. با توجه به اینکه عدد مربوطه از ۲/۵ بزرگتر می باشد میتوانیم نشان دهیم که سیستم ما از لحاظ عوامل داخلی نسبت قوی است و از جمله عوامل مؤثر در موفقیت این پروژه به حساب می آید (جدول شماره ۲). همچنین در ماتریس عوامل خارجی، امتیاز نهایی شهر یاسوج ۲/۴۸ بوده و عدد کمتر از ۲/۵ بیانگر شرایط

نامطلوب این بخش نیز می‌باشد و برای اینکه شهر از وضعیت فعلی به وضعیت پویا و فعال تبدیل شود، نیازمند استراتژیهای خاص در ارتباط با وضع موجود می‌باشد (جدول شماره ۳).

جدول ۲- ماتریس ارزیابی نقاط ضعف و قوت ناشی از عوامل داخلی (IFE) بر اساس وضع موجود شهرستان یاسوج

ردیف	عوامل	ضریب	نمره	نمره نهایی
نقاط ضعف				
1	وجود تعارض بین فرهنگ گردشگران و مردم محلی	0/05	1	0/05
2	وضعیت نامطلوب برخی راهها و جاده ها	0/03	1	0/03
3	عدم آشنایی و آموزش روستاییان	0/02	2	0/04
4	کمبود امکانات آموزشی، تفریحی و توریستی	0/03	2	0/06
5	عدم تبلیغات کافی برای گردشگران	0/04	1	0/04
6	عدم وجود آمار و امکانات مبنایی	0/03	1	0/03
7	عدم امنیت برخی جاده ها به خاطر فقر و محرومیت	0/03	1	0/03
8	کمبود دفاتر اطلاعاتی و جهانگردی	0/04	2	0/08
9	عدم سرمایه گذاری (بخش دولتی و خصوصی) در زمینه گردشگری	0/03	2	0/06
10	کمبود وسایل حمل و نقل برای جابجایی گردشگران	0/02	2	0/04
نقاط قوت				
11	وجود مناظر و چشم اندازهای طبیعی در منطقه	0/05	3	0/015
12	ترویج فرهنگ بومی و گسترش همکاری نهادهای محلی	0/04	3	0/012
13	سالم بودن آب	0/03	4	0/012
14	وجود آب و هوای معتدل و کوهستانی	0/03	4	0/012
15	قرار گرفتن در مسیر شمال به جنوب کشور	0/04	3	0/012
16	وجود آثار متعدد باستانی و تاریخی	0/03	3	0/09
17	داشتن شرایط مناسب برای توسعه گردشگری	0/03	4	0/012
18	وجود جاذبه های فراوان توریستی و اکوتوریستی	0/04	3	0/012
19	وجود غارهای موجود در منطقه	0/04	3	0/012
20	مستعد بودن منطقه جهت سرمایه گذاری و برنامه ریزی گردشگری و استفاده از منابع طبیعی و انسانی	0/05	3	0/015
21	وجود اقلیم مناسب در فصول گرم سال	0/03	3	0/09
23	وجود چشمه و رودخانه در منطقه	0/03	4	0/012
	جمع	1	82	2,87

جدول ۳- ماتریس ارزیابی فرصتها و تهدیدهای ناشی از عوامل بیرونی (EFE) بر اساس وضع موجود شهر

ردیف	عوامل	ضریب	نمره	نمره نهایی
فرصتها				
1	مناظر زیبا و کوهستانی منطقه	0/05	4	0/020
2	صادرات مرکبات و محصولات باغی شهرستان به سایر نقاط	0/03	4	0/012
4	ایجاد موزه صنایع دستی	0/02	3	0/06
5	آشنایی مردم با جاذبه های زیارتی و مذهبی	0/02	3	0/06
6	استفاده از نیروی جمعیت تحصیل کرده	0/04	4	0/016
7	ایجاد رستورانهای سنتی در اطراف جاذبه ها	0/03	3	0/09
8	تهیه بروشورهای تبلیغاتی برای معرفی جاذبه ها	0/03	3	0/09
9	ایجاد تقاطع های غیر همسطح و زیر گذرها	0/03	3	0/09
10	ایجاد حریم استحفاظی در اطراف جاذبه ها	0/04	3	0/012

ردیف	عوامل	ضریب	نمره	نمره نهایی
11	راه اندازی پلیس توریسم	0/03	3	0/09
12	ارائه برنامه مدون برای اکوتوریسم	0/04	3	0/012
13	تبلیغات وسیع در سطح ملی و بین‌المللی	0/05	4	0/020
14	جذب مشارکت بخش خصوصی در زمینه توریسم	0/03	3	0/09
تهدیدها				
15	عدم توجه کافی به برخی از آثار باستانی	0/05	1	0/05
16	نبود اطلس توریستی مناسب	0/02	2	0/04
17	عدم اطلاع گردشگران از مناطق مختلف	0/03	2	0/06
18	از بین رفتن فرهنگ محلی	0/03	2	0/06
19	بی توجهی مسئولین نسبت به نگهداری جاذبه ها	0/04	1	0/04
20	آلودگی منابع آب و خاک	0/03	2	0/06
21	کمبود تاسیسات بهداشتی و رفاهی در مجاورت جاذبه های گردشگری	0/03	2	0/06
22	کمبود تورهای تفریحی و توریستی	0/03	2	0/06
23	کمبود نیروی انسانی آموزش دیده در گردشگری	0/04	1	0/04
25	کمی اطلاعات باستان شناسی برای حفاظت از آثار	0/03	2	0/06
۲۶	افزایش قیمت زمین و گرانی کالا	0/04	1	0/04
۲۷	بی توجهی به تجارب جهانی برای ارتقا توریسم	0/03	2	0/06
۲۸	نبود فضاهای فرهنگی و تفریحی مناسب	0/03	2	0/06
	جمع	1	74	2/48

جدول ۴- ترکیب عوامل داخلی و خارجی

عوامل داخلی		عوامل خارجی	
S	W	O	T
0/068	0/032	0/048	0/052
مجموعه ضرایب عوامل مرکب			
SO	WT	ST	WO
1/16	0/084	1/20	0/080

بر اساس داده های فوق نمودار ارزیابی عوامل داخلی و خارجی SWOT ترسیم می گردد:



شکل ۳- نمودار ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

با توجه به نمودار ارزیابی داخلی و خارجی بزرگترین عدد به دست آمده مربوط به عوامل ST نقاط قوت و تهدیدات پروژه می باشد که باید «استراتژی های رقابتی» اتخاذ شود تا بتوان تهدیدها را به فرصت تبدیل نمود. در اجرای استراتژیهای ST باید با

استفاده از نقاط قوت، اثرات ناشی از تهدیدهای موجود در محیط خارج را کاهش داد یا آن‌ها را از بین برد. البته این بدان معنا نیست که یک طرح یا برنامه قوی، ناگزیر در محیط خارجی با تهدیدهایی روبرو خواهد شد.

۸-۳- تجزیه و تحلیل SWOT در جهت توسعه گردشگری پایدار در شهر یاسوج

برای بررسی عوامل مؤثر در درونی (نقاط قوت و نقاط ضعف) و عوامل تأثیر گذار بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) بر گردشگری بر گردشگری در شهر یاسوج، تجزیه و تحلیل SWOT به کار برده می‌شود.

راهبردهای رقابتی/تهاجمی (SO):

- اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد از طریق برنامه‌ریزی و استفاده از منابع طبیعی و انسانی موجود در منطقه در جهت توسعه گردشگری.
- استفاده از زمین‌های بایر برای ساخت مراکز پذیرایی و گردشگری در این منطقه.
- ترغیب بخش دولتی برای ایجاد فضاهای فرهنگی-آموزشی (مانند نمایشگاه‌ها، خانه فرهنگ، دپارتمان و...) جهت ارائه خدمات عمومی فرهنگی، هنری، اجتماعی و علمی به منظور غنیمت‌سازی اوقات فراغت در راستای تقویت هویت محلی- منطقه‌ای و ارتقاء فرهنگ شهروندی.
- ایجاد محیط‌های جذاب و توسعه فضاهای تفریحی برای جذب مسافران به این شهر.

راهبردهای تنوع (ST):

- بکارگیری روش‌های تبلیغاتی مؤثر و حرفه‌ای و آگاهی‌رسانی به ساکنین محلی و هدایت آن‌ها برای توسعه و ترویج گردشگری و از بین بردن ذهنیت بد گردشگران درباره وضعیت امنیتی منطقه و استان
- تنوع بخشی به امکانات اقامتی تفریحی به منظور جلب رضایت گردشگران

راهبردهای بازنگری (WO):

- بازنگری در خصوص سرمایه‌گذاری در زمینه ایجاد واحدهای ارزان برای اقامت مسافران در جهت حمایت طبقات متوسط و کم درآمد.
- تجهیز تاسیسات اقامتی و به روز کردن وسایل و امکانات
- تعامل و هم‌فکری سازمان‌های مرتبط برای استفاده از قابلیت‌های این منطقه و پیشبرد طرح‌های گردشگری آن
- توسعه و بهبود راه‌های ارتباطی

راهبردهای تدافعی (WT):

- برگزاری سمینارها و گردهمایی‌های "توسعه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری شهری و روستایی" به وسیله شورای شهر با سایر دستگاه‌های مرتبط و کارآفرینان، دعوت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و ایجاد تسهیلات و امتیازهای ویژه سرمایه‌گذاری در زمینه احداث مجتمع‌های تفریحی و توریستی، مجتمع‌های اقامتی، پارک‌ها، ایجاد زمین‌های ورزشی، موزه میراث فرهنگی و ...
- تقویت و توسعه امکانات بهداشتی و نظارت مستمر در آن
- بالا بردن سطح آگاهی گردشگران جهت کنترل و جلوگیری از تخریب محیط‌زیست، آلوده کردن منابع طبیعی و همچنین حفظ و حراست از جاذبه‌های گردشگری منطقه
- تقویت امنیت در ابعاد داخلی و اذهان خارجی

۹- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

بیشتر شهرهای ایران، از جمله شهر یاسوج، از قابلیت فراوانی در بحث گردشگری برخوردار بوده و چنانچه این قابلیت‌ها در مسیر صحیح مورد استفاده واقع شود، مجموعه‌ای منحصر به فرد، در زمینه گردشگری فراهم خواهد شد. در یک جمع‌بندی کلی با نگرش سیستمی به رابطه بین نقاط قوت و ضعف در محیط داخلی از یک سو و فرصت‌ها و تهدیدها در محیط خارجی از سوی دیگر

می‌توان اظهار داشت که در محیط داخلی شهر یاسوج نقاط قوت بیشتر از نقاط ضعف است و در محیط خارجی تهدیدها بیشتر از فرصتهاست.

با توجه به جداول موجود در ارزیابی کیفی حاصله از شهر میتوان گفت که شهر یاسوج در موقعیت ST یا "استراتژی رقابتی" یا به تفسیری توسعه‌های - ساماندهی قرار دارد که می‌توان در این راستا به ارائه پیشنهادات و راهکارهایی برای ارتقاء صنعت توریسم در شهر یاسوج پرداخت. با توجه به اهمیت توریسم در شهر یاسوج برای توسعه آن نیاز به برنامه‌هایی برای جذب گردشگر پیشنهاد میشود:

۹-۱- پیشنهادات

- توجه به قابلیت‌ها و پتانسیل‌ها گردشگری موجود در تهیه طرح‌های توسعه شهری.
- گسترش خدمات و امکانات زیربنایی لازم جهت گردشگری متناسب با الگوی شهری.
- تقویت صنایع و هنرهای دستی جاذب گردشگر
- اطلاع‌رسانی بومی در مورد اهمیت نقش گردشگری در اقتصاد شهر.
- متنوع کردن جاذبه‌های گردشگری منطقه، جهت جذب گردشگران در تمام فصول.
- توجه ویژه و تشکیل مدیریت متمرکز.
- گسترش همکاری بین مسئولان مرتبط با گردشگری در جهت جذب توریست و پیشرفت گردشگری.
- آموزش نیروهای انسانی در سطوح مختلف مدیریتی و خدماتی نظیر کارمندان اژانسهای مسافرتی، هتلها، بخش حمل و نقل، فرودگاه، پلیس و غیره
- برگزاری کارگاه‌ها و جشنواره‌های متعدد گردشگری به منظور افزایش تعامل دیدار کنندگان و جامعه میزبان و آشنا سازی آنان با کدهای اخلاقی در گردشگری؛
- تلاش برای افزایش سطح آگاهی و دانش مردم و هم‌چنین مسئولین امور شهری، جهت حفظ محیط طبیعی و گردشگر پذیر منطقه و هم‌چنین خدمات رسانی بهتر به گردشگران

منابع

- ۱- اژدری، علی رضا، (۱۳۸۹)، نقش مدیریت در صنعت گردشگری.
- ۲- اعرابی، محمد، (۱۳۹۸)، دستنامه برنامه‌ریزی استراتژیک، چاپ چهارم. تهران. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ۳- پارسیان، ح، اعرابی، (۱۳۷۷)، جهان گردی در چشمانداز جامع، انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- ۴- پوراحمد، احمد، حسینی، علی، اروحی، حسن، علیزاده، محمد، (۱۳۹۲)، الویت سنجی راهبردی توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه الموت قزوین، پژوهش‌های انسانی، دوره ۱۱، ش ۳، ص ۱-۱۹.
- ۵- خاکسپاری، علی، ابراهیم نیا، سماکوش، سعید، دامادی، محمد، مغرز، وحید، (۱۳۹۲)، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ش ۹، ص ۱۱۹-۱۲۶.
- ۶- محلاتی، صلاح‌الدین (۱۳۸۰). درآمدی بر جهانگردی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- ۷- دیناری، احمد، (۱۳۸۴)، گردشگری شهری در ایران و جهان، مشهد: انتشارات دانشگاه مشهد.
- ۸- راهنمایی، محمدتقی، فرهودی، رحمت‌الله، دیتمان، آندریاس و قدمی مصطفی، (۱۳۸۷) بررسی ظرفیت حوزه مقصد گردشگری با تأکید بر جامعه میزبان (نمونه موردی: شهر کلاردشت) پژوهشهای جغرافیایی انسانی، شماره ۶۶
- ۹- رضویان، محمد تقی، (۱۳۹۴)، مدیریت عمران شهری، انتشارات پیوند نور.
- ۱۰- زنده، مهدیه، فرایی، مهد مهدی، الیاسی، ابراهیم، ویسی، نداء، (۱۳۸۱) نقش سراب روانی در جذب گردشگری و ارتقاء اقتصادی شهری.
- ۱۱- سعید نیا، احمد، (۱۳۸۹) مدیریت شهری، تهران، انتشارات سازمان شهرداریها و دهیاریهای کشور.
- ۱۲- صدر موسوی، جواد، (۱۳۸۶)، ارزیابی و صنعت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دیدگاه گردشگران، پژوهشهای جغرافیایی، شماره ۶۱، انتشارات دانشگاه تهران، ص ۱۳۲.
- ۱۳- محلاتی، صلاح‌الدین، (۱۳۸۰)، درآمدی بر جهان گردی، نشر دانشگاه شهید بهشتی، ص ۱۱ تا ۲۲.
- ۱۴- محمدی فر، مجید، علوی نسب، سیدهاشم، (۱۳۷۳)، نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری (نمونه مورد مطالعه: شهر مشهد).

- ۱۵- محمدیان، ابوالفضل، حسینی، سیدحسن، نگینه رئوف آوا، میرگانه، (۱۳۸۸)، نقش آموزش بر توسعه زیر ساختها و در صنعت توریسم ایران.
- ۱۶- مرادی، مریم، (۱۳۸۵)، مدیریت گردشگری، اصول مبانی و مفاهیم کاربردی، انتشارات آستان قدس رضوی، چاپ اول، ص ۱۳ تا ۲۲.
- ۱۷- معصومی، مسعود، (۱۳۸۵)، ماهیت گردشگری، انتشارات پیک کوثر.
- ۱۸- ملک نیا، محبوبه، (۱۳۸۹)، نقش محورهای فرهنگی و تاریخی منطقه ۱۲ در توسعه گردشگری شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور.
- ۱۹- ممقانی نسب، اشکان، امیری، روح الله، (۱۳۷۱)، بررسی عوامل مؤثر برنامه‌ریزی و مدیریت جذب توریست (مطالعه موردی: نبور چاربهار).
- ۲۰- نصیر زاده، ح، (۱۳۸۱)، مطالعات جهانگردی و اکورتوریسم و اثرات آن بر محیطزیست و توسعه انتشارات استانداری یزد.
- ۲۱- موحد، علی و کهزادی، سالار، (۱۳۸۹) تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان کردستان با استفاده از مدل SWOT، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال اول، شماره ۲، صص ۸۵-۱۰۲.
- ۲۲- ل.پیرس، فیلیپ، (۱۳۷۵) رفتار گردشگر، حمید زرغام بروجنی، انتشارات مهکامه، تهران
- ۲۳- منشی‌زاده، رحمت الله (۱۳۹۶). اندر مقوله گردشگری، تهران: پیام مؤلف.
- 24- Lee, C and Chain, M, 2008, 'Structural Breaks, Tourism Development and Economic Growth: Evidence from Tourism. Mathematics and Computation in Simulation, No: 77, 358368.
- 25- Hawkes, S & Williams, P, 1993, 'From Principles to Practice: A Casebook of Best Environmental Practice in Tourism, Burnaby, BC: Centre for Tourism Policy
- 26- Harrison, D, 1998, 'The Sociology of Modernization and Development, London, Routledge.

