

مجله علمی تخصصی برنامه‌ریزی فضایی

سال اول، شماره دوم، پاییز ۱۳۹۰

تاریخ وصول: ۱۳۸۹/۱۲/۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۸/۳۰

صص: ۱-۲۴

برنامه ریزی توسعه گردشگری با استفاده از مدل Swot (مطالعه موردی: شهرستان نورآباد ممسنی)

اصغر ضرابی^{۱*}، جمال محمدی^۲، محمد علی فیروزی^۳، مجید گودرزی^۴

۱- استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان

۲- استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان

۳- استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه شهید چمران اهواز

۴- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان

چکیده

هدف کلی این تحقیق بررسی نقش جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری شهرستان نورآباد ممسنی در جذب گردشگران است. روش تحقیق این پژوهش ترکیبی از روش‌های توصیفی، اسنادی و تحلیلی است. لازم به ذکر است که در این تحقیق پس از تهیه کلیات و چهارچوب نظری تحقیق، برای کسب اطلاع از مناطق مورد مطالعه و بررسی جایگاه و چگونگی گردشگری در آن منطقه، اقدام به انجام عملیات میدانی شد. به طور کلی پرسشنامه‌ای برای انجام این تحقیق آماده شد. پس از تکمیل این پرسشنامه، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار Spss و Excel استفاده گردید. آزمون آماری آلفای کورنباخ (قابلیت اعتماد پرسشنامه) نشان داد که این پرسشنامه از اعتبار و روایی مناسبی برخوردار است. آزمون‌های فرضیات تحقیق که با آزمون آماری خی دو انجام گرفت، نشان داد که بین عدم آشنایی گردشگران از جاذبه‌های گردشگری و تعداد گردشگران در این شهرستان رابطه معناداری وجود دارد

(P</05). همچنین نتایج به دست آمده نشان داد که بین کمبود امکانات زیربنایی و توسعه‌نیافتگی صنعت گردشگری در شهرستان ممسنی رابطه معناداری وجود دارد (P</05). علاوه بر این، نتایج تحلیل SWOT نشان می‌دهد که آستانه آسیب‌پذیری این شهرستان در زمینه انواع مختلف گردشگری بسیار بالا بوده و نیازمند بازنگری و ارایه سیاست‌های مناسب برای رفع ضعف‌ها و تهدیدها با استفاده از نقاط قوت و فرصت‌هاست. واژه‌های کلیدی: پتانسیل‌ها، گردشگری، توسعه گردشگری، گردشگران، تحلیل SWOT.

۱- مقدمه

۱-۱. طرح مسأله

درآمد و ایجاد اشتغال که دارای تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی فوق‌العاده‌ای نیز است به عنوان یک نیاز مطرح می‌شود، اما هدایت این فرآیند تنها با شناخت علمی قابلیت‌ها و تنگناهای موجود در هر منطقه از کشور میسر است. شهرستان نورآباد ممسنی در استان فارس به دلیل پیشینه تاریخی، شرایط اقلیمی، جاذبه‌های طبیعی، مذهبی و فرهنگی فراوان می‌تواند به مکانی مناسب برای جذب گردشگران داخلی و خارجی تبدیل شود، ولی به هر حال این شهرستان با وجود دارا بودن جاذبه‌های متنوع و فراوان همچنان برای گردشگران ناآشناست و این سؤال به اذهان متبادر می‌شود که چرا این شهرستان با این همه جاذبه‌های گردشگری نمی‌تواند از مزایای گوناگون صنعت گردشگری که تبدیل به یکی از بخش‌های اقتصادی و پردرآمد جهان شده است استفاده کند؟ در ضمن از چه روشی می‌توان این صنعت نوپا و سودآور را در این شهرستان توسعه داد؟ برای رسیدن به پاسخ سؤالات، شناخت جاذبه و پتانسیل‌های گردشگری این شهرستان، امکانات، انتظارات گردشگران و برنامه ریزی متناسب با شرایط اجتماعی و فرهنگی ضرورت دارد. برای این منظور عوامل مرتبط با توسعه‌نیافتگی صنعت گردشگری در شهرستان نورآباد ممسنی که با توجه به قابلیت‌های فراوان یکی از مهم‌ترین مناطق کشور برای رشد و

ایران به عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه که ذخایر نفتی آن به عنوان منبع اصلی کسب درآمد در آینده ای نه چندان دور به پایان می‌رسد، برای ایجاد یک توسعه همه جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد بجای منابع نفتی نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌های خود است. در این راستا با توجه به توانمندی کشور ایران در داشتن جاذبه‌های گردشگری و تنوع اقلیمی کم نظیر در دنیا و جایگاه با ارزش صنعت توریسم در جهان که با اختصاص نزدیک به ۱۱ درصد از تولید ناخالص داخلی، ۱۴ درصد از نیروی کار جهانی و ۷/۱ درصد درآمدهای جهانی یکی از بنیانی‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان محسوب می‌شود (Wto, 1997) به نحوی که رشد این صنعت عظیم در دهه ۱۹۹۰ معادل ۷۰ درصد برآورد شده است (Weaver, 2002: 169)، متأسفانه کشور ایران با توجه به دارا بودن جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی که در رده دهم کشورهای دنیا قرار دارد، سهم بسیار ناچیزی در حد چند هزارم درصد یعنی ۶۳۰ میلیون دلار را از این درآمد کلان جذب نموده است (فرزانه، ۱۳۸۰: ۳). از این رو برنامه ریزی، هدایت و توسعه صنعت گردشگری به عنوان یکی از منابع بسیار مهم کسب

توسعه این صنعت است، به عنوان مسأله تحقیق حاضر مورد بررسی و شناسایی قرار می‌گیرد.

در عمران و انجام پروژه‌های منطقه با هدف برنامه‌ی معین - ارزش آن برای مناطق پیرامونی و شهرستان نورآباد ممسنی.

۱-۲. اهمیت و ضرورت تحقیق

صنعت گردشگری یکی از عرصه‌های نو و زمینه‌های جدید مورد مطالعه علوم مختلف بوده و امروزه از جهات گوناگونی مورد توجه و عنایت کشورها واقع شده است. توجه به گردشگری از یک سو به علت ارزش‌های اقتصادی و از سوی دیگر به دلیل اثرات فرهنگی و اجتماعی آن است. به دلیل آنکه بهره برداری از توان‌ها و قابلیت‌های گردشگری در هر منطقه می‌تواند زمینه‌ای پویا و فعال برای توسعه آن منطقه فراهم نماید، بررسی توان‌ها و قابلیت‌های مزبور به گونه‌ای جغرافیایی، ضرورتی ویژه خواهد داشت. ضرورت و اهمیت انجام این تحقیق از آنجا ناشی می‌شود که شهرستان نورآباد ممسنی با داشتن ویژگی‌های خاص برای توسعه گردشگری می‌تواند نقش خود را در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با توجه به موقعیت جغرافیایی آن ایفا نماید، اما تاکنون این جاذبه‌های متنوع و ارزشمند طبیعی و انسانی کمتر مورد توجه، برنامه ریزی و استفاده قرار گرفته است. در صورتی که اگر بهای بیشتر و جامع‌تری به گردشگر و گردشگری در این منطقه داده شود می‌تواند فواید زیر را در بر داشته باشد:

- افزایش درآمد اقتصادی ساکنین - جلوگیری از انهدام و تخریب پتانسیل‌های گردشگری منطقه - جلوگیری از مهاجرت بی رویه به سمت مرکز استان و شهرهای دیگر - بالا رفتن فرهنگ عمومی مردم منطقه به دلیل ارتباط فرهنگی با گردشگران - تسریع

۱-۳. اهداف تحقیق

این پژوهش اهداف زیر را دنبال می‌کند:

۱- شناسایی موانع موجود در زمینه جذب گردشگران در شهرستان نورآباد ممسنی.

۲- بررسی میزان رضایتمندی گردشگران از امکانات و خدمات گردشگری شهرستان نورآباد ممسنی.

۳- برنامه ریزی و ارائه راهکارهایی برای استفاده بهتر از جاذبه‌ها و رونق صنعت گردشگری شهرستان نورآباد ممسنی.

۱-۴. پیشینه و تاریخچه موضوع تحقیق

در هر تحقیق علمی مطالعه و بررسی تحقیقات و پژوهش‌هایی که در ارتباط با موضوع انجام شده، لازم و ضروری است، چرا که بدون دستیابی به نتایج پژوهشی دیگران و توسعه و تکامل آن‌ها، امکان رسیدن به پاسخ مناسب و تجزیه و تحلیل بهتر میسر نیست. صنعت جهانگردی در ایران بیش از نیم قرن پیش با تشکیل اداره ای به نام امور جهانگردی در سال ۱۳۱۴ در وزارت کشور شکل گرفت، تا فعالیت‌هایی در زمینه ایجاد تسهیلات مربوط به این صنعت را انجام دهد و هم اکنون سازمان میراث فرهنگی و گردشگری که یکی از سازمان‌های وابسته به نهاد ریاست جمهوری است، متولی صنعت جهانگردی است (رحیمی، ۱۳۸۴: ۳۰۸).

منوگرافی، جغرافیای انسانی - اقتصادی بوده و کمتر به بحث گردشگری به خصوص با دید برنامه ریزی پرداخته شده است.

از جمله مطالعاتی که در زمینه گردشگری صورت گرفته است عبارتند از:

- Y.kim, 1988 در رساله خود، سعی در ارزیابی توریسم از بُعد ساختار فضایی و تأثیرات آن بر مدل سفرهای توریستی دارد. این رساله با استفاده از «مدل کشش» تباینات فضایی سفرهای توریستی و ارزیابی و روند حاصل از آن را ارائه می‌کند. - c. lee, 1992 در رساله خود، رویکردهای گروه‌های مختلف توریستی را برای ارزیابی تأثیرات اقتصادی توریسم و اوقات فراغت بر روی تورهای مختلف مورد بررسی و تحلیل قرار داده است. این تحقیق با استفاده از نظریات مختلف بازدید کنندگان از مناطق توریستی شکل گرفته است. - Deng, 2004 و دیگران در مقاله خود به ارزیابی جاذبه‌های طبیعی توریسم (اکو توریسم) پرداخته است. در این مقاله ساختار سلسله مراتبی برای ارزیابی مناطق طبیعی توریستی استفاده شده است و از مدل‌هایی برای ارزیابی توریسم، استفاده شده است. - sh.zahede, 2004 در مقاله خود تلاش می‌کند تا با اهمیت دادن به طبیعت و توجه توریسم به آن، رابطه و اثراتی که این دو با هم دارند مورد بررسی قرار گیرد. نتیجه این مقاله نشان دهنده آن است که بشر با سرعتی بیشتر از آنچه طبیعت بتواند تحمل کند، به محیط طبیعی آسیب می‌رساند، رفتار بشر بیشتر اصول پایداری را نادیده می‌گیرد و برنامه‌ها و راه‌حل‌هایی در پایان توصیه می‌کند.

سیر و سفر و گردشگری پیشینه تاریخی وسیعی دارد اما مقوله گردشگری موضوعی است که امروزه به ویژه در قرن حاضر توجه صاحب‌نظران و برنامه‌ریزان را با خود معطوف داشته است و به تدریج به مرحله فنی، اقتصادی و اجتماعی کنونی خود رسیده است. بنا بر اطلاعات تاریخی، مسافرت‌ها به شکل امروزی از اوایل قرن شانزدهم آغاز و در قرن هفدهم رفته رفته گسترش یافت و در قرن هجدهم و نوزدهم، به دنبال دگرگونی‌های اجتماعی و اقتصادی در اروپا شکل تازه ای یافت و با ایجاد آژانس‌های گردشگری سازمان یافته جنبه عمومی به خود گرفت و بعد از جنگ جهانی دوم به عنوان یک پدیده مهم اقتصادی در بین کشورهای صنعتی مطرح شد. کشور ایران که صاحب کهن‌ترین گنجینه‌های تاریخی، مذهبی، فرهنگی، هنری، طبیعی و اکو توریستی است، تاکنون نتوانسته با فایق آمدن بر مشکلات و موانع سد راه صنعت گردشگری، به جایگاه شایسته ای در جهان دست یابد. به طور کلی می‌توان گفت در طی سال‌های اخیر که مقوله گردشگری و تحقیقات وابسته به آن در مجامع بین‌المللی از اهمیت ویژه ای برخوردار شده است، در ایران تحقیقات جامعی (چه در محافل دانشگاهی، چه در مؤسسات تحقیقاتی و ...) در این زمینه صورت نگرفته است و شهرستان نورآباد ممسنی نیز از این قاعده مستثنی نیست به نحوی که در مورد گردشگری در شهرستان نورآباد ممسنی به جرأت می‌توان گفت که تا به حال (طبق نظر فرمانداری و اداره میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری و سایر ارگان‌ها در محدوده شهر) هیچ‌گونه تحقیقی انجام نشده و تحقیقات انجام شده بیشتر به صورت

و ارایه راهکارهایی برای توسعه صنعت گردشگری در این شهرستان دارد.

۱-۵. فرضیات تحقیق

۱- به نظر می‌رسد بین عدم آشنایی گردشگران از جاذبه‌های گردشگری و تعداد گردشگران در این شهرستان رابطه معناداری وجود دارد.

۲- به نظر می‌رسد بین کمبود امکانات زیربنایی و توسعه‌نیافتگی صنعت گردشگری در شهرستان نورآباد ممسنی رابطه معناداری وجود دارد.

۱-۶. روش انجام تحقیق

روش تحقیق این پژوهش ترکیبی از روش‌های توصیفی، اسنادی و تحلیلی است که بخشی از اطلاعات از طریق مطالعات میدانی تهیه خواهد شد. جامعه آماری پژوهش مورد نظر، کلیه افرادی هستند که برای گذراندن وقت خود به اماکن و مناطق تاریخی، طبیعی و مذهبی شهرستان نورآباد ممسنی سفر کرده‌اند. شیوه نمونه‌گیری به صورت تصادفی انتخاب شده است و به علت پراکنش جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری در نقاط مختلف شهرستان، پرسشنامه‌ها را به صورت تصادفی در بین گردشگران تقسیم می‌کنیم. بر اساس اطلاعات سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، میانگین کل گردشگران شهرستان نورآباد ممسنی در سال ۱۳۸۶ بالغ بر ۵۰۰۰۰ نفر بوده، بنابراین برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد است که تعداد حجم نمونه برای پرسشگری برابر ۳۸۱ است.

- دیناری (۱۳۸۵): در مقاله‌ای با عنوان مذهب و گردشگری به بررسی جایگاه گردشگری در دین اسلام پرداخته و به این نتیجه رسیده است که یکی از مهم‌ترین انگیزه‌های گردشگری در جهان، مسافرت‌های مذهبی و زیارتی است، به ویژه اگر آن ناحیه جغرافیایی از چشم اندازه‌های طبیعی و زیبا برخوردار باشد، می‌تواند اثرات بیشتری را برای جذب گردشگران داشته باشد. - مهدیزاده (۱۳۸۶): در مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری در ایران به بررسی صنعت گردشگری پرداخته و راهکارهایی مانند گسترش فعالیت‌های شهرداری و دیگر سازمان‌ها را ارایه کرده است و به این نتیجه رسیده است که تمامی مسایل مرتبط با گردشگری ایران، با همکاری سازمان‌های مربوطه مرتفع می‌شود. - منشی زاده و مرادی (۱۳۸۶): در تأثیر گردشگران مذهبی بر روی فضاهای کالبدی شهر مشهد به بررسی این تأثیرات پرداخته و به این نتیجه رسیده است که با گسترش و رفت و آمد روزافزون زائران به این شهر و قدیمی بودن بافت اطراف حرم، مشکلات فراوانی برای زائران به وجود آمده است. - زنگی آبادی و دیگران (۱۳۸۶): در شناخت پتانسیل‌های گردشگری بخش باغ بهادران و برنامه ریزی توسعه آن به بررسی و شناخت محرومیت‌های این منطقه پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که برای رسیدن به یک گردشگری مناسب باید به فعالیت‌هایی همچون ساماندهی شبکه‌های ارتباطی، دادن خدمات و تأسیساتی مانند هتل در منطقه بپردازند.

- پژوهشگر سعی در بررسی نقش جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری شهرستان نورآباد ممسنی در جذب گردشگران با استفاده از مدل استراتژیک Swot

EXCEL و سایر نرم افزارهای مورد نیاز انجام خواهد شد.

$$n = \frac{(1/96)^2 (0.5 \times 0.5)}{(0.5)^2} = 381$$

$$n = \frac{1}{1 + \frac{1}{50000} \left(\frac{(1/96)^2 (0.5 \times 0.5)}{(0.5)^2} - 1 \right)}$$

$$n = \frac{t^2 pq}{d^2} = 384$$

$$n = \frac{1}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

$$N = 50000$$

$$d = 0.05$$

$$q = 0.5$$

$$p = 0.5$$

$$t = 1/96$$

ابزار گردآوری در این تحقیق به صورت کتابخانه‌ای، اسنادی، پرسشنامه ای و استفاده از منابع سازمان‌های مربوطه است. در این مطالعه از پرسشنامه محقق ساخته ارزیابی نقش جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری استفاده گردید. پایایی از نوع آلفای کرانباخ این پرسشنامه ۰/۹۵ به دست آمد که نشان دهنده پایایی مناسب این پرسشنامه است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS و

۱-۷. موقعیت جغرافیایی شهرستان ممسنی

شهرستان ممسنی در شمال غربی استان فارس بین مدارهای ۵۰ درجه و ۴۵ دقیقه تا ۵۲ درجه و ۱۰ دقیقه طول شرقی و ۲۹ درجه و ۳۷ دقیقه تا ۳۰ درجه و ۴۱ دقیقه عرض شمالی واقع شده است. این شهرستان از شمال و شمال غربی به شهرستان یاسوج در استان کهگیلویه و بویراحمد، از جنوب و جنوب غربی به شهرستان کازرون، برازجان و بندر گناوه و از شرق و شمال شرقی به شهرستان شیراز و سپیدان محدود می‌شود. شهر نورآباد مرکز شهرستان ممسنی در موقعیت ۵۱ درجه و ۳۲ دقیقه طول شرقی و ۳۰ درجه و ۱۳ دقیقه عرض شمالی قرار گرفته است. ارتفاع این شهر از سطح دریا ۹۰۰ متر است و حدود ۲۰۲۰ هکتار وسعت دارد (مهندسین مشاور امکو ایران، ۱۳۷۹: ۲۷).



شکل شماره ۱: نقشه موقعیت فضایی استقرار شهرستان ممسنی در استان فارس و کشور ایران

مأخذ: استانداری فارس، ۱۳۸۷

۲. مفاهیم، دیدگاه‌ها و مبانی نظری

۲-۱. تعریف گردشگری

واژه توریسم نخستین بار در سال ۱۸۱۱ در مجله انگلیسی به نام (sporting) آمده است (محللاتی، ۱۳۸۰ : ۱۴). در فرهنگ فارسی، توریست به «سیاح» و جهانگرد ترجمه شده و به مفهوم «کسی که در کشورها و شهرها بگردد و سیاحت کند» (دهخدا، ۱۳۶۹:۱۳۲۵) معنا شده و در زبان فارسی، کلمه توریسم به معنای جهانگردی است. گردشگری معادل فارسی واژه ای Tourism در زبان‌های انگلیسی، فرانسه و آلمانی است که به صورت مصطلح در زبان فارسی به صورت جهانگردی ترجمه شده است. ریشه این واژه از اصطلاح Tornus یونانی و لاتین گرفته شده که یکی از معانی آن گردش کردن و یا گشتن است و با پسوند ISM به صورت اسم مصدر توریسم یا گردشگری درآمده است (ارمغان، ۱۳۸۶: ۱).

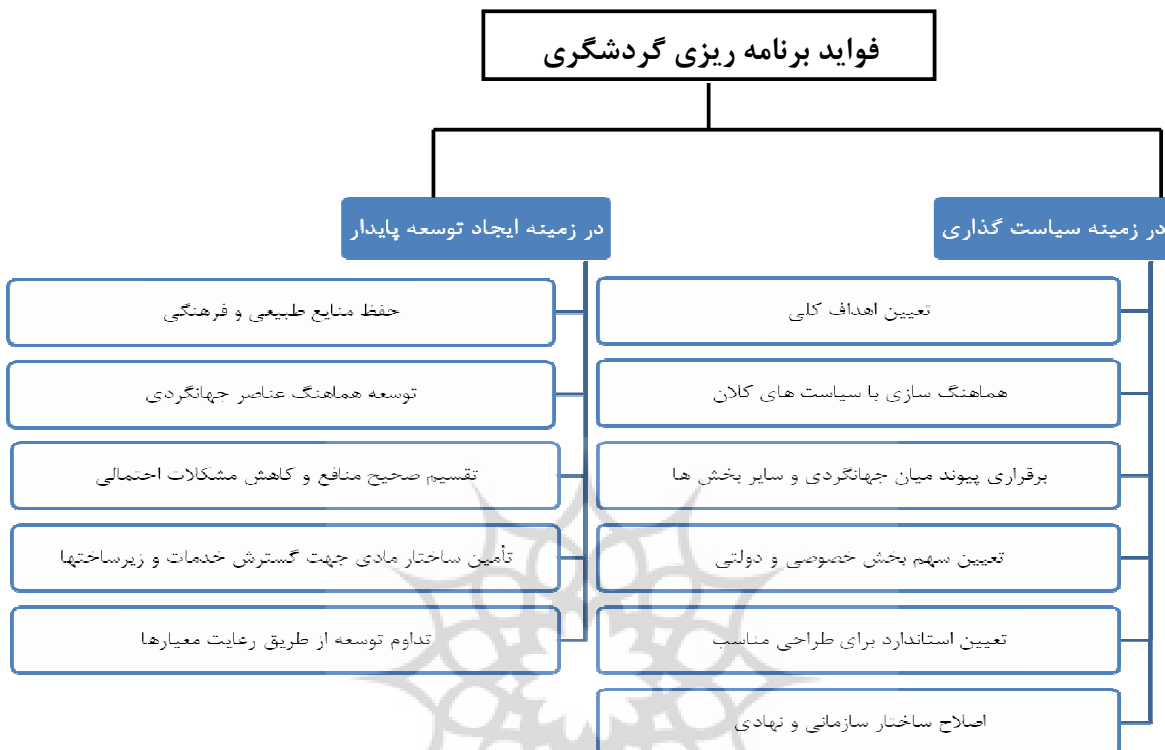
رشد و توسعه توریسم بین‌المللی طی هفتاد سال اخیر نتیجه عوامل چندگانه ای بوده است که اهم آن‌ها عبارتند از:

- افزایش سطح درآمد - افزایش طول اوقات فراغت از کار- پیشرفت و توسعه وسایل حمل و نقل - کاوش‌های عظیم و پرارزش جغرافیایی - طول مدت اقامت در منطقه یا کشور پذیرای جهانگرد. این عوامل کلاً و توأمأ سبب شده‌اند که توریسم بین‌المللی در سطح جهانی و سیاحت و گشت و گذار داخلی در سطح کشورها توسعه یابد (ارمغان، ۱۳۸۶: ۳).

۲-۲. برنامه ریزی گردشگری

بودجه ای که در دنیا به مسافرت و تفریح اختصاص می‌یابد سه برابر بودجه ای است که صرف امور دفاعی می‌شود و آمارها بیانگر جایگاه خاص این صنعت در استراتژی‌های توسعه کشورهای مختلف جهان است. گردشگری به سیر صعودی خود ادامه می‌دهد و ضرورت نگرش نظاممند به این صنعت و بهره‌گیری از روش‌های علمی و مناسب مدیریت آن بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود (هال و جنکینز، ۱۳۸۲: ۹ و ۱۱). گردشگری فعالیتی ترکیبی و مستلزم مشارکت بخش‌های مختلف و متعدد جامعه است و به همان میزان نیز اثرات گسترده ای در بر دارد، از همین رو در هر مرحله نیازمند برنامه ریزی و هماهنگی است. بدون برنامه ریزی و اجرای دقیق برنامه و بدون وضع و اجرای قوانین لازم، گردشگری به نحوی غیره منطقی و مخرب رشد می‌یابد و موجب نابودی چیزهایی می‌گردد که بر پایی آن‌ها شکل گرفته است. به همان اندازه که برنامه ریزی برای یکپارچه کردن نظام جهانگردی دارای اهمیت است، برنامه ریزی برای ادغام جهانگردی در سیاست‌های توسعه کلان، طرح‌ها و الگوهای یک کشور یا منطقه نیز حایز اهمیت است (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱۶). برنامه ریزی به عنوان یک ابزار علمی به دست‌اندرکاران صنعت گردشگری کمک می‌کند تا در یک فرآیند پیوسته و علمی، بهترین مسیر راهکار توسعه گردشگری در یک منطقه را مشخص نموده و این توسعه را در مسیر توسعه سایر بخش‌های اقتصادی قرار دهند. نکته قابل توجه در برنامه ریزی گردشگری، پویا بودن این فرآیند است، بدین مفهوم

که برنامه ریزی هیچ‌گاه متوقف نگشته و با تغییر اصلاح مستمر است. شرایط و حصول اطلاعات جدید، نیازمند بازنگری و



شکل شماره ۲: فواید برنامه ریزی گردشگری

مأخذ: (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱۲ و ۱۳)



شکل شماره ۳: مراحل برنامه ریزی گردشگری

مأخذ: (استینز و اهلورن، ۲۰۰۴: ۲)

۲-۳. معرفی تعدادی از جاذبه‌های گردشگری

شهرستان نورآباد ممسنی

جاذبه‌های طبیعی: تنگه بوان (یکی از جنات اربعه عالم) - تنگه سام و آبشار آن - تنگه لاله - چشمه آبگرم ممسنی - دریاچه برم شور - دیمه میل - سرآب بهرام - تل چغا - رودخانه کتی.

جاذبه‌های تاریخی: نقش باستانی کورنگون (کورنگان) - داو دختر یا دی دوور (مادر و دختر) - آتشکده دیمه میل یا میل آزاد یا میل اژدها - چهار بازار میل اژدها - کتیبه سنگی تل اسپید - اثر ساسانی قندیل - نقش برجسته سراب بهرام - شهر هخامنشی لیدوما.

جاذبه‌های مذهبی: بابا منیر - شیر لنگ - امیر ایوب - شیر مرد (سید احمد) - شاه تسلیم - جمال کر - شاه شوم یا شاه حشام - بقعه شاه زاده میر احمد - امام زاده ابراهیم - شاه داوود - امام زاده شاه ابوطالب - امام زاده شاه محمد تقی.

۳. یافته‌های پژوهش

۳-۱. آمار استنباطی

در این بخش به منظور تعمیم نتایج حاصل از نمونه تحقیق به جامعه آماری مورد نظر به آزمون

جدول شماره (۱): فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار مربوط به فرض اول پژوهش

Residual (باقیمانده)	Expected N (فراوانی مورد انتظار)	Observed N (فراوانی مشاهده شده)	ابعاد گویه‌ها
-۳۷,۳	۹۵,۳	۵۸	خیلی کم
۱۴۰,۸	۹۵,۳	۲۳۶	کم
-۲۵,۳	۹۵,۳	۷۰	متوسط
-۷۸,۳	۹۵,۳	۱۷	زیاد
		۳۸۱	جمع

فرضیه‌های تحقیق می‌پردازیم. در این تحقیق برای تعیین وجود یا عدم وجود ارتباط معنی‌دار بین متغیرهای تحقیق از آزمون نا پارامتری خی دو (X^2) تک متغیره استفاده گردید.

۳-۱-۱. آزمون فرضیات

با توجه به این که فرض شماره یک ترکیبی از دو متغیر بوده و از طرف دیگر در این تحقیق متغیر وابسته به صورت واقعی که داده پذیر باشد، نداریم. لذا برای تحلیل فرضیات این تحقیق از آزمون نا پارامتری خی دو استفاده شد. فرض اول که ترکیبی از دو متغیر بوده پس از جمع منطقی آن‌ها و تقسیم آن‌ها بر تعداد دامنه‌ای بین ۱ تا ۵ همانند طیف لیکرت حاصل شد، لذا پس از انجام این عملیات از طریق آزمون نا پارامتری خی دو به تحلیل این فرضیه پرداخته شد که نتایج آن در زیر آمده است:

فرضیه اول: به نظر می‌رسد بین عدم آشنایی گردشگران از جاذبه‌های گردشگری و تعداد گردشگران در این شهرستان رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره (۲): آزمون آماری خی دو مربوط به فرض اول پژوهش

شاخص آماری	
آزمون خی دو	۲۹۳/۵۳۰
درجه آزادی	۳
سطح معناداری	.۰۰۰

تفسیر جداول: مقادیر فراوانی‌های مشاهده شده و نظری و اختلاف آن‌ها در جدول شماره ۱ نشان داده شده است مقدار آماره خی دو و درجه آزادی آزمون فرض و سطح معنی داری فرض در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

نتایج حاصل از جدول فوق نشان می‌دهد که (X^2) حاصل شده (۲۹۳/۵۳۰) از (X^2) جدول بزرگ‌تر بوده، لذا فرض صفر در سطح $p \leq 0.05$ رد می‌شود. بنابراین با توجه به $p = 0.000$ بدست آمده، فرض یک پذیرفته می‌شود و بین عدم آشنایی گردشگران از جاذبه‌های گردشگری و تعداد گردشگران در این شهرستان رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد بین کمبود امکانات زیربنایی و توسعه‌نیافتگی صنعت گردشگری در شهرستان نورآباد ممسنی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به این که فرض شماره دو ترکیبی از چندین متغیر بوده و از طرف دیگر در این تحقیق متغیر وابسته به صورت واقعی که داده پذیر باشد نداریم لذا برای تحلیل فرضیات این تحقیق از آزمون ناپارامتری خی دو استفاده شد، پس از جمع منطقی آن‌ها و تقسیم آن‌ها بر تعداد دامنه ای بین ۱ تا ۵ همانند طیف لیکرت حاصل شد لذا پس از انجام این عملیات از طریق آزمون ناپارامتری خی دو به تحلیل این فرضیه پرداخته شد که نتایج آن در ذیل آمده است.

جدول شماره (۳): فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار مربوط به فرض دوم پژوهش

Residual (باقیمانده)	Expected N (فراوانی مورد انتظار)	Observed N (فراوانی مشاهده شده)	ابعاد گویه‌ها
-۲۶.۲	۷۶.۲	۵۰	خیلی کم
۴۱.۸	۷۶.۲	۱۱۸	کم
۲۹.۸	۷۶.۲	۱۰۶	متوسط
-۴.۲	۷۶.۲	۷۲	زیاد
-۴.۲	۷۶.۲	۳۵	خیلی زیاد
		۳۸۱	جمع

جدول شماره (۴): آزمون آماری خی دو مربوط به فرض دوم پژوهش

	شاخص آماری
۶۶/۱۰۰	آزمون خی دو
۴	درجه آزادی
.۰۰۰	سطح معناداری

امر برنامه ریزی استراتژیک در نوع کاربردی آن است (ورزبوم، ۱۳۸۲: ۲۸)، در حقیقت ابزاری است که عموماً برای کنار هم قرار دادن یافته‌های تحلیل فشارهای خارجی و قابلیت‌های داخلی استفاده می‌شود و تحلیل قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها، تهدیدها است که مستلزم شناسایی نقاط قوت و ضعف ناحیه در ارتباط با بازار و فرصت‌ها و تهدیدهایی است که بر اساس روندهای پیش بینی شده محیطی ارایه شده است.

در خصوص برنامه ریزی فضایی، این روش نکات زیر را در بر می‌گیرد:

۱- تحلیل خارجی (سازمان، بخش یا منطقه) که تهدیدات عمده و فرصت‌های ارایه شده از محیط بیرونی را مشخص می‌سازد.

۲- تحلیل داخلی (سازمان، بخش یا منطقه) که در واقع حسابرسی از منابع و یا تهیه فهرستی از نقاط قوت و نقاط ضعف در ارتباط با هر یک از موضوعات استراتژیک است (مرادی مسیحی، ۱۳۸۱: ۴۰). بنابراین این روش همان‌طور که گفته شد برای انجام تحلیل وضعیت موجود و بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به منظور شناسایی مسایل استراتژیک و ارایه استراتژی‌های مناسب در بلند مدت برای یک ناحیه است. این روش در متون مختلف برنامه ریزی به صورت مختلف به کار برده

تفسیر جداول: مقادیر فراوانی‌های مشاهده شده و نظری و اختلاف آن‌ها در جدول شماره ۲ نشان داده شده است. مقدار آماره خی دو و درجه آزادی آزمون فرض و سطح معنی داری فرض در جدول شماره ۳ نشان داده شده است.

نتایج حاصل از جدول فوق نشان می‌دهد که (X^2) حاصل شده (۶۶/۱۰۰) از (X^2) جدول بزرگ‌تر بوده، لذا فرض صفر در سطح $p \leq 0/05$ رد می‌شود. بنابراین با توجه به $p = 0/000$ بدست آمده، فرض یک پذیرفته می‌شود و بین کمبود امکانات زیربنایی و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در شهرستان ممسنی رابطه معناداری وجود دارد.

۳-۲. مدل تحلیلی Swot

اساساً، Swot یک ابزار برنامه ریزی استراتژیک است (Horn-Haacke, 2001, PN). روش Swot (نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها) نتیجه مستقیم مدل دانشکده تجاری‌هاروارد است (مرادی مسیحی، ۱۳۸۱: ۴۰). Swot به طور ساده به عنوان ابزار بررسی قوت‌ها و ضعف‌های درون سازمانی (درون ناحیه‌ای) و فرصت‌ها و تهدیدات محیط برون سازمانی (برون ناحیه‌ای) است و در مفهوم کلی ابزاری برای بهره برداری در مراحل مقدماتی تصمیم‌گیری و به عنوان یک پیش درآمد در

شده و هر کدام مراحل متفاوتی را برای این روش بیان نموده‌اند.

قوت و نقاط ضعف و در چارچوب ابعاد توسعه گردشگری تقسیم بندی شده است.

۳-۲-۱. عوامل داخلی موثر بر گردشگری در منطقه مطالعه شده

هدف این مرحله سنجش محیط داخلی منطقه مطالعه شده برای شناسایی نقاط قوت و ضعف است، یعنی جنبه‌هایی که در راه دستیابی به اهداف برنامه ریزی و اجرای تکلیف‌های آن زمینه‌های مساعد یا بازدارنده دارد مد نظر است. از این رو در این قسمت سه مقوله راهبردهای موجود، عملکردها و منابع، مورد توجه و بررسی قرار گرفته و تحت عنوان نقاط

۳-۲-۲. عوامل خارجی موثر بر گردشگری در منطقه مطالعه شده

هدف این مرحله کند و کاو آثار محیط خارجی در ناحیه مطالعه شده برای شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که ناحیه در ارتباط با گسترش گردشگری با آن مواجه است. بنابراین بر اساس مطالعات انجام شده و بررسی وضعیت محیط پیرامون ناحیه مطالعه شده، مجموعه فرصت‌ها و تهدیدهای موجود و موثر بر این ناحیه از لحاظ گردشگری در غالب ابعاد توسعه گردشگری مورد بررسی و توجه قرار گرفته است.

جدول شماره (۵): نظام تحلیل و ارزیابی گردشگری تاریخی - مذهبی بر پایه مدل (swot)

تهدیدها (Threats)	فرصت‌ها (Opportunities)	نقاط ضعف (Weakness)	نقاط قوت (Strengths)
<ul style="list-style-type: none"> - وجود جاذبه‌های تاریخی متمرکز در برخی شهرها و استان‌های مجاور - گسترش دامنه‌ی فعالیت‌های ساختمانی (بازار بفروشی) به عنوان رقیبی برای جذب سرمایه در صنعت گردشگری - عدم پوشش کامل مراکز بهداشتی در سطح شهرستان 	<ul style="list-style-type: none"> - هم پیوندی با برنامه‌های توسعه گردشگری شهرها و استان‌های هم‌جوار - حضور مسئولین بومی در رده‌های مختلف مدیریتی استان - با آشنایی کامل نسبت به شهرستان و توان آن - مصوبات هیئت دولت برای ایجاد مراکز اقامتی در سطوح مختلف 	<ul style="list-style-type: none"> - برتری بینی در میان برخی طوایف شهرستان - نامتوازن بودن توزیع جمعیت باسواد در سطح شهرستان - عدم توجه به مرمت و نگهداری برخی بناهای کهن و تخریب بخشی از آنها - کمبود مراکز اقامتی در سطح شهرستان - کمبود و توزیع نامناسب رستوران‌ها در سطح شهرستان و فقدان رستوران‌های با کیفیت مناسب در اکثر نقاط شهرستان 	<p>تاریخی</p> <ul style="list-style-type: none"> - وجود بناهای باستانی چون لیدوما، میل اژدها و ... در سطح شهرستان - معروف بودن شهرستان به جاذبه‌های تاریخی آن در زمینه گردشگری - قدمت زیاد بناهای تاریخی شهرستان
<ul style="list-style-type: none"> - تمرکز جاذبه‌های مذهبی در شهرها و استان‌های مجاور - گسترش دامنه‌ی فعالیت‌های ساختمانی (بازار) 	<ul style="list-style-type: none"> - مصوبات هیئت دولت برای ایجاد مراکز اقامتی در سطوح مختلف - حضور مسئولین بومی در 	<ul style="list-style-type: none"> - عدم توجه به مرمت و نگهداری برخی بناهای کهن و تخریب بخشی از آنها - کمبود مراکز اقامتی در سطح 	<p>مذهبی</p> <ul style="list-style-type: none"> - وجود بناهای مذهبی بجای مانده از عصرهای گوناگون - برگزاری آیین‌ها و مراسم

مذهبی در سطح شهرستان	شهرستان	رده‌های مختلف مدیریتی استان	بفروشی) به عنوان رقیبی برای جذب سرمایه در صنعت گردشگری
	- کمبود و توزیع نامناسب رستوران‌ها در سطح شهرستان و فقدان رستوران‌های با کیفیت مناسب در اکثر نقاط شهرستان	با آشنایی کامل نسبت به شهرستان و توان آن	- عدم پوشش کامل مراکز بهداشتی در سطح شهرستان
	- نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی و خدماتی	- هم پیوندی با برنامه‌های توسعه گردشگری شهرها و استان‌های هم‌جوار	

جدول شماره (۶): نظام تحلیل و ارزیابی گردشگری طبیعی - آبی و ورزشی بر پایه مدل (swot)

تهدیدها (Threats)	فرصت‌ها (Opportunities)	نقاط ضعف (Weakness)	نقاط قوت (Strengths)
- آلاینده‌های ناشی از صنایع و مراکز زیستی - گسترش دامنه‌ی فعالیت‌های ساختمانی (بازار بفروشی) به عنوان رقیبی برای جذب سرمایه در صنعت گردشگری - عدم پوشش کامل مراکز بهداشتی در سطح شهرستان - از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار تخریبی آن همانند افزایش سیل و تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی - آلودگی منابع آب و خاک این منطقه نسبت به نواحی رقیب	- برنامه‌های سازمان حفاظت از محیط زیست در حفظ منابع طبیعی - مصوبات هیئت دولت برای ایجاد مراکز اقامتی در سطوح مختلف - افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری - افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این منطقه	- کمبود مراکز اقامتی در سطح شهرستان - کمبود و توزیع نامناسب رستوران‌ها در سطح شهرستان و فقدان رستوران‌های با کیفیت مناسب در اکثر نقاط شهرستان - عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری به دلایل مختلف از جمله افزایش سوداگری زمین و خرید و فروش اراضی، عدم آشنایی به صنعت توریسم و ... - عدو وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری‌های دولتی در منطقه - نامناسب بودن زیر ساخت‌های محیطی و کالبدی (همانند جاده‌ها و فاضلاب) - کمبود و نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی - ورزشی	طبیعی - وجود اقلیم معتدل در فصول مختلف - وجود چشمه‌ها (از جمله چشمه‌های آب معدنی) و آبشارهای متعدد - وجود زیست‌گاه‌های کوهستانی در مناطق مختلف شهرستان با گونه‌های خاص جانوری - وجود زیستگاه‌های جنگلی در شهرستان - وجود مراتع فشلاقی و بیلاقی در شهرستان - بارز بودن خصلت گردشگر پذیری و مهمان نوازی در میان ساکنان شهرستان - وجود چشم اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه فضای سبز و باغات در شهرستان - وجود ارتفاعات و قله مرتفع جهت انجام ورزش‌ها و تفریحاتی از قبیل کوهنوردی و راهپیمایی - دسترسی آسان و مناسب به این نواحی برای گردشگران - داشتن محیط آرام و بدون سر و صدا به خصوص برای شهرنشینان جهت استراحت و تمدد اعصاب و تفریح

<p>آبی</p> <p>- وجود رودخانه‌های متعدد در سطح شهرستان</p> <p>- وجود چشمه‌ها و آبشارها</p> <p>- جاذبه‌های ورزشی و تفریحی همانند شنا، ماهیگیری و ...</p>	<p>- عدم احداث سازه‌های آبی تفریحی</p> <p>- کمبود مراکز اقامتی در سطح شهرستان</p> <p>- کمبود و توزیع نامناسب رستوران‌ها در سطح شهرستان و فقدان رستوران‌های با کیفیت مناسب در اکثر نقاط شهرستان</p>	<p>- برنامه‌های سازمان حفاظت از محیط زیست</p> <p>- در حفظ منابع طبیعی</p> <p>- وجود اقلیم معتدل در فصول بهار و تابستان</p> <p>- مصوبات هیئت دولت برای ایجاد مراکز اقامتی در سطوح مختلف</p>	<p>- تخلیه آلاینده‌های ناشی از صنایع و مراکز زیستی در رودخانه‌ها</p> <p>- عدم همکاری برخی از سازمان‌های متولی برای توسعه گردشگری در این زمینه</p> <p>- گسترش دامنه‌ی فعالیت‌های ساختمانی (بساز بفروشی) به عنوان رقیبی برای جذب سرمایه در</p>
<p>ورزشی</p> <p>- وجود کوهستان در مناطق مختلف برای کوهنوردی و سایر ورزش‌های مرتبط</p> <p>- جاذبه‌های ورزشی همانند شنا</p>	<p>- عدم وجود امکانات ورزشی مناسب</p> <p>- کمبود مراکز اقامتی در سطح شهرستان</p> <p>- کمبود و توزیع نامناسب رستوران‌ها در سطح شهرستان و فقدان رستوران‌های با کیفیت مناسب در اکثر نقاط شهرستان</p>	<p>- برنامه‌های سازمان حفاظت از محیط زیست</p> <p>- در حفظ منابع طبیعی</p> <p>- وجود اقلیم معتدل در فصول بهار و تابستان</p> <p>- مصوبات هیئت دولت برای ایجاد مراکز اقامتی در سطوح مختلف</p>	<p>- تخلیه آلاینده‌های ناشی از صنایع و مراکز زیستی در رودخانه‌ها</p> <p>- گسترش دامنه‌ی فعالیت‌های ساختمانی (بساز بفروشی) به عنوان رقیبی برای جذب سرمایه در صنعت گردشگری</p> <p>- عدم پوشش کامل مراکز بهداشتی در سطح شهرستان</p>

جدول شماره (۷): نظام تحلیل و ارزیابی گردشگری فرهنگی - هنری بر پایه مدل (swot)

نقاط قوت (Strengths)	نقاط ضعف (Weakness)	فرصت‌ها (Opportunities)	تهدیدها (Threats)
<p>فرهنگی</p> <p>- حضور عشایر کوچنده در شهرستان</p> <p>- بارز بودن خصلت گردشگر پذیری و مهمان‌نوازی در میان ساکنان شهرستان</p> <p>- پوشاک شاخص ساکنان و عشایر همچون قشقایی‌ها و لرها</p> <p>- حفظ برخی از آداب و رسوم کهن از دوره‌های ایلامی، هخامنشی، ساسانی</p> <p>- سابقه‌ی طولانی گلیم بافی در</p>	<p>- تعصب‌های طایفه‌ای</p> <p>- برتری بینی در میان برخی طوایف شهرستان</p> <p>- نامتوازن بودن توزیع جمعیت باسواد در شهرستان</p> <p>- کیفیت و ارزش هنری متوسط صنایع دستی شهرستان</p> <p>- کمبود مراکز اقامتی در سطح شهرستان</p> <p>- کمبود و توزیع نامناسب رستوران‌ها در سطح شهرستان و فقدان رستوران‌های با کیفیت مناسب در اکثر</p>	<p>- حضور مسئولین بومی در رده‌های مختلف مدیریتی استان با آشنایی کامل نسبت به شهرستان و توان آن</p> <p>- مصوبات هیئت دولت برای ایجاد مراکز اقامتی در سطوح مختلف</p> <p>- امکان هم پیوندی با برنامه‌های گردشگری سایر شهرهای استان و استان‌های دیگر کشور</p> <p>- علت نزدیکی به جاده</p>	<p>- گسترش دامنه‌ی فعالیت‌های ساختمانی (بساز بفروشی) به عنوان رقیبی برای جذب سرمایه در صنعت گردشگری</p> <p>- عدم پوشش کامل مراکز بهداشتی در سطح شهرستان</p> <p>- عدم توجه شایسته به میراث فرهنگی</p> <p>- ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران در این منطقه نسبت به قبل</p> <p>- از بین رفتن فرهنگ سنتی و</p>

<p>محللی(همانند زبان، آداب و رسوم محلی و نوع پوشاک و ...) با افزایش گردشگران</p>	<p>اصلی، در محور چهار استان فارس، بوشهر، خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد</p>	<p>نقاط شهرستان - نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی و خدماتی - عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده در منطقه - توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال(تراکم کم در فصل زمستان) - تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم منطقه</p>	<p>شهرستان - وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی</p>
<p>- وجود جاذبه‌های گردشگری متمرکز در برخی شهرها و استان‌های مجاور - گسترش دامنه‌ی فعالیت‌های ساختمانی (بساز بفروشی) به عنوان رقیبی برای جذب سرمایه در صنعت گردشگری - عدم پوشش کامل مراکز بهداشتی در سطح شهرستان</p>	<p>- سابقه هنری تاریخی شهرستان - علاقه‌مندی گردشگران به بازدید از آثار شهرستان - مصوبات هیئت دولت برای ایجاد مراکز اقامتی در سطوح مختلف - حضور مسئولین بومی در رده‌های مختلف مدیریتی استان با آشنایی کامل نسبت به شهرستان و توان آن</p>	<p>- کمبود سالن‌های نمایش و سینما - نبود موزه در شهرستان - تعداد اندک نمایشگاه‌های هنری در شهرستان - کمبود مراکز اقامتی در سطح شهرستان - کمبود و توزیع نامناسب رستوران‌ها در سطح شهرستان و فقدان رستوران‌های با کیفیت مناسب در اکثر نقاط شهرستان</p>	<p>هنری - سابقه شهرستان در دستگاه و گوشه‌های موسیقی ایرانی و موسیقی ویژه قوم لر و قشقایی - آیین‌ها و رقص‌های محلی مردم و عشایر شهرستان - اشعار و آوازه‌های ویژه در مراسمات مختلف مردم شهرستان</p>

جمع‌بندی و تحلیل ساده می‌توان گفت که آستانه آسیب‌پذیری شهرستان نورآباد ممسنی در زمینه انواع گردشگری بسیار بالا بوده و نیازمند بازنگری و ارایه سیاست‌های مناسب در جهت رفع ضعف‌ها و تهدیدها با استفاده از نقاط قوت و فرصت‌ها است.

۳-۲-۳. تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها
همانگونه که در جداول بالا نشان داده شده است، در مناطق مطالعه شده تعداد نقاط قوت و ضعف داخلی، فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی در مورد انواع گردشگری شناسایی و بررسی شد؛ لذا در یک

جدول شماره (۸): نظام تحلیل راهبردها و استراتژی گردشگری تاریخی و مذهبی بر پایه مدل (swot)

موضوعات تحلیل	موضوعات تحلیل	موضوعات تحلیل	موضوعات تحلیل
<p>ساختار و نظام فضایی گردشگری تاریخی و مذهبی</p> <p>- تبلیغات جهت معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه - حفظ و نگهداری و ایجاد مناطق گردشگری - استفاده از کارشناسان و مردم بومی جهت برنامه ریزی برای جاذبه‌های گردشگری - بازنگری به نحوه توزیع امکانات، خدمات و تسهیلات گردشگری و اولویت دهی و تخصیص مجدد این نوع امکانات به مناطق گردشگری با قابلیت بالا و متوسط - ضمن بازنگری به نوع و نحوه برنامه ریزی و حمایت دولتی از نواحی گردشگری، بهره گیری منطقی از نهادها، قوانین و مقررات حمایتی در جهت توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها، تسهیلات و تجهیزات مختلف گردشگری در منطقه مورد مطالعه صورت گیرد - بازنگری و توسعه نهادها و سازمان‌های مرتبط در منطقه برای آموزش مردم و گردشگران جهت استفاده مطلوب و بهینه از جاذبه‌ها</p>	<p>استراتژی فرصت‌ها (WO)</p>	<p>ساختار و نظام فضایی گردشگری تاریخی و مذهبی</p> <p>- حفظ و حراست از بناهای تاریخی و مذهبی باستانی - بهسازی و زیباسازی محیط پیرامون بناهای تاریخی و مذهبی - بهسازی جاده‌ها و نصب علائم راهنمایی و رانندگی - بالا بردن امنیت منطقه با تشکیل پلیس توریسم - استفاده از پتانسیل منطقه جهت فقر زدایی و رفع بیکاری در منطقه - ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه گذاری بخش خصوصی در منطقه - افزایش انگیزه مسافرت در بین طبقات شهرنشین - شناسایی و بهره گیری از جاذبه‌ها، فرآورده‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی گردشگری این منطقه - استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه به منظور ایجاد تشکل‌های تعاونی مردمی و همچنین ترویج و آموزش گردشگری از طریق نشست‌ها و جلسات مختلف با مردم منطقه - ایجاد هماهنگی مابین نهادها و بخش‌های مختلف مرتبط با گردشگری</p>	<p>استراتژی نقاط قوت (SO)</p>
<p>- نگاه دولت به گردشگری شهرستان به لحاظ توانایی گردشگری در ایجاد درآمد - آموزش و برطرف کردن نیازهای مردم منطقه در جهت کاهش استفاده از جنگل‌ها و مراتع - جلوگیری از آلودگی منابع آب و خاک منطقه - پوشش مراکز بهداشتی در سطح شهرستان - متنوع کردن جاذبه‌های منطقه جهت جذب گردشگران بیشتر - آموزش ساکنین جهت برخورد مناسب با گردشگران - زمینه سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه زیرساخت‌ها، تجهیزات و تسهیلات مختلف گردشگری و کسب درآمد از این طریق و همچنین استفاده از مشارکت بخش خصوصی در زمینه‌هایی که مردم نمی‌توانند مشارکت و یا سرمایه گذاری نمایند - برگزاری سمینارها و نشست‌های مختلف توسط دستگاه‌های ذی‌ربط در جهت توسعه گردشگری در منطقه</p>	<p>استراتژی پرهیز از تهدید (WT)</p>	<p>- ایجاد مراکز اقامتی در سطح شهرستان - ایجاد و توزیع مناسب رستوران‌ها و اغذیه فروشی‌ها در سطح شهرستان و توجه به کیفیت آن‌ها - تشویق و ارایه تسهیلات به بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری - توجه و سرمایه گذاری دولت در بخش گردشگری - ایجاد تأسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی در پیرامون جاذبه‌های تاریخی و مذهبی - فرهنگ سازی توسط سازمان‌های مربوطه جهت حفظ بناهای تاریخی - توجه به جاده‌ها و تعمیر و نصب علائم راهنمایی و رانندگی - بهره برداری از توان تشکیلاتی، قوانین و مقررات در جهت کاهش مخاطرات و فرسودگی بناهای تاریخی و مذهبی - تأمین امنیت مناطق گردشگری در جهت جلوگیری از بروز تخلفات اجتماعی و سایر تخلفات</p>	<p>استراتژی به حداقل رساندن نقاط ضعف (ST)</p>

<p>- تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه‌ها و فراورده‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب و آلودگی این منابع</p>		<p>- تنوع بخشی به امکانات، فعالیت‌ها و خدمات توریستی به منظور جلب رضایت گردشگران و بالطبع افزایش تعداد گردشگران</p>
---	--	---

جدول شماره (۹): نظام تحلیل راهبردها و استراتژی گردشگری طبیعی، آبی و ورزشی بر پایه مدل (swot)

موضوعات تحلیل	موضوعات تحلیل	موضوعات تحلیل	موضوعات تحلیل
<p>ساختار و نظام فضایی گردشگری طبیعی، آبی و ورزشی</p> <p>- تبلیغات جهت معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه - حفظ و نگهداری و ایجاد مناطق گردشگری - استفاده از کارشناسان و مردم بومی جهت برنامه ریزی برای جاذبه‌های گردشگری - بازنگری به نحوه توزیع امکانات، خدمات و تسهیلات گردشگری و اولویت دهی تخصیص مجدد این نوع امکانات به مناطق گردشگری با قابلیت بالا و متوسط - ضمن بازنگری به نوع و نحوه برنامه ریزی و حمایت دولتی از نواحی گردشگری، بهره گیری منطقی از نهادهای، قوانین و مقررات حمایتی در جهت توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها، تسهیلات و تجهیزات مختلف گردشگری در منطقه مورد مطالعه صورت گیرد - بازنگری و توسعه نهادهای سازمان‌های مرتبط در منطقه برای آموزش مردم و گردشگران جهت استفاده مطلوب و بهینه از جاذبه‌ها</p>	<p>استراتژی فرصت‌ها (WO)</p>	<p>ساختار و نظام فضایی گردشگری طبیعی، آبی و ورزشی</p> <p>- حفظ طبیعت زیبای جاذبه‌های گردشگری با برنامه ریزی و توجه به اصول توسعه پایدار - بهسازی جاده‌ها و نصب علائم راهنمایی و رانندگی - بالا بردن امنیت منطقه با تشکیل پلیس توریسم - استفاده از پتانسیل منطقه جهت فقر زدایی و رفع بیکاری در منطقه - ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه گذاری بخش خصوصی در منطقه - حفظ و حراست از زیست گاه‌های جنگلی و گونه‌های خاص جانوری - افزایش انگیزه مسافرت در بین طبقات شهرنشین - شناسایی و بهره گیری از جاذبه‌ها، فراورده‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی گردشگری این منطقه - استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه به منظور ایجاد شکل‌های تعاونی مردمی و همچنین ترویج و آموزش گردشگری از طریق نشست‌ها و جلسات مختلف با مردم منطقه - ایجاد هماهنگی مابین نهادها و بخش‌های مختلف مرتبط با گردشگری</p>	<p>استراتژی نقاط قوت (SO)</p>
<p>- نگاه دولت به گردشگری شهرستان به لحاظ توانایی گردشگری در ایجاد درآمد - آموزش و برطرف کردن نیازهای مردم منطقه در جهت کاهش استفاده از جنگل‌ها و مراتع - جلوگیری از آلودگی منابع آب و خاک منطقه - پوشش مراکز بهداشتی در سطح شهرستان - متنوع کردن جاذبه‌های منطقه جهت جذب گردشگران بیشتر - آموزش ساکنین جهت برخورد مناسب با گردشگران - زمینه سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه زیرساخت‌ها، تجهیزات و تسهیلات مختلف گردشگری و کسب درآمد از این طریق و همچنین استفاده از مشارکت بخش خصوصی در زمینه‌هایی که مردم نمی‌توانند مشارکت یا سرمایه گذاری نمایند - برگزاری سمینارها و نشست‌های مختلف توسط دستگاه‌های ذی‌ربط در جهت توسعه گردشگری در منطقه - تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه‌ها</p>	<p>استراتژی پرهیز از تهدید (WT)</p>	<p>- ایجاد مراکز اقامتی در سطح شهرستان - ایجاد و توزیع مناسب رستوران‌ها و اغذیه فروشی‌ها در سطح شهرستان و توجه به کیفیت آن‌ها - تشویق و ارائه تسهیلات به بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری - توجه و سرمایه گذاری دولت در بخش گردشگری - ایجاد تأسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی در پیرامون جاذبه‌های گردشگری - فرهنگ سازی توسط سازمان‌های مربوطه جهت حفظ محیط طبیعی - توجه به جاده‌ها و تعمیر و نصب علائم راهنمایی و رانندگی - توسعه و گسترش توریسم کشاورزی به منظور بهره برداری مناسب از مناظر، مزارع و باغات روستایی در جهت کسب درآمد و نیز جلوگیری از تخریب مزارع و پوشش گیاهی منطقه</p>	<p>استراتژی به حداقل رساندن نقاط ضعف (ST)</p>

<p>و فرآورده‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب و آلودگی این منابع</p>	<p>- بهره برداری از توان تشکیلاتی، قوانین و مقررات در جهت کاهش مخاطرات و آلودگی‌های اکولوژیکی و زیست محیطی در مناطق و مکان‌های گردشگری - تأمین امنیت مناطق گردشگری در جهت جلوگیری از بروز تخلفات اجتماعی و سایر تخلفات - تنوع بخشی به امکانات، فعالیت‌ها و خدمات توریستی به منظور جلب رضایت گردشگران و بالطبع افزایش تعداد گردشگران</p>	
--	---	--

جدول شماره (۱۰): نظام تحلیل راهبردها و استراتژی گردشگری فرهنگی و هنری بر پایه مدل (swot)

موضوعات تحلیل	موضوعات تحلیل	موضوعات تحلیل
<p>ساختار و نظام فضایی گردشگری فرهنگی و هنری</p> <p>- تبلیغات جهت معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه - حفظ و نگهداری و ایجاد مناطق گردشگری - استفاده از کارشناسان و مردم بومی جهت برنامه ریزی برای جاذبه‌های گردشگری - بازنگری به نحوه توزیع امکانات، خدمات و تسهیلات گردشگری و اولویت دهی تخصیص مجدد این نوع امکانات به مناطق گردشگری با قابلیت بالا و متوسط</p> <p>- ضمن بازنگری به نوع و نحوه برنامه ریزی و حمایت دولتی از نواحی گردشگری، بهره گیری منطقی از نهادها، قوانین و مقررات حمایتی در جهت توسعه و تجهیز زیر ساخت‌ها، تسهیلات و تجهیزات مختلف گردشگری در منطقه مورد مطالعه صورت گیرد</p> <p>- بازنگری و توسعه نهادها و سازمان‌های مرتبط در منطقه برای آموزش مردم و گردشگران جهت استفاده مطلوب و بهینه از جاذبه‌ها</p> <p>- توجه و حمایت دولت از میراث فرهنگی - ارائه خدمات بهداشتی - درمانی به مناطق گردشگری - تقویت فرهنگ و سنن بومی منطقه - تشویق بخش خصوصی به سرمایه گذاری در مناطق گردشگری</p>	<p>ساختار و نظام فضایی گردشگری فرهنگی و هنری</p> <p>- توجه و حمایت دولت از عشایر شهرستان - حفظ و حراست از مناطق بیلاقی و قشلاقی منطقه جهت استفاده عشایر کوچنده - ارائه تسهیلات به عشایر منطقه جهت تقویت صنایع دستی - برگزاری جشنواره‌های فرهنگی در جهت تقویت آداب و رسوم کهن - برگزاری نمایشگاه‌ها توسط دستگاه‌های ذی‌ربط جهت عرضه محصولات فرهنگی منطقه - بهسازی جاده‌ها و نصب علائم راهنمایی و رانندگی - بالا بردن امنیت منطقه - استفاده از پتانسیل منطقه جهت فقر زدایی و رفع بیکاری در منطقه - ایجاد بستر مناسب جهت سرمایه گذاری بخش خصوصی در منطقه - افزایش انگیزه مسافرت در بین طبقات شهرنشین - شناسایی و بهره گیری از جاذبه‌ها، فرآورده‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی گردشگری این منطقه - استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه به منظور ایجاد تشکل‌های تعاونی مردمی و همچنین ترویج و آموزش گردشگری از طریق نشست‌ها و جلسات مختلف با مردم منطقه - ایجاد هماهنگی مابین نهادها و بخش‌های مختلف مرتبط با گردشگری</p>	<p>استراتژی نقاط قوت (SO)</p>
<p>استراتژی پرهیز از تهدید (WT)</p> <p>- نگاه دولت به گردشگری شهرستان به لحاظ توانایی گردشگری در ایجاد درآمد - جلوگیری از آلودگی منابع آب و خاک منطقه - پوشش مراکز بهداشتی در سطح شهرستان</p>	<p>استراتژی پرهیز از تهدید (WT)</p> <p>- برطرف کردن روحیه طایفه گرایی در شهرستان از طریق فرهنگ سازی توسط دستگاه‌های ذی‌ربط - ایجاد روحیه همدلی و وحدت در بین طوایف شهرستان</p>	<p>استراتژی به حداقل رساندن نقاط ضعف</p>

<p>- متنوع کردن جاذبه‌های منطقه جهت جذب گردشگران بیشتر</p> <p>-آموزش ساکنین جهت برخورد مناسب با گردشگران</p> <p>- زمینه سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه زیرساخت‌ها، تجهیزات و تسهیلات مختلف گردشگری و کسب درآمد از این طریق و همچنین استفاده از مشارکت بخش خصوصی در زمینه‌هایی که مردم نمی‌توانند مشارکت و یا سرمایه گذاری نمایند</p> <p>- برگزاری سمینارها و نشست‌های مختلف توسط دستگاه‌های ذی‌ربط در جهت توسعه گردشگری در منطقه</p> <p>- تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه‌ها و فراورده‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب و آلودگی این منابع</p>		<p>(ST)</p> <p>- ارزش و بها دادن به صنایع دستی شهرستان</p> <p>- پوشش خدمات بهداشتی - درمانی به نقاط گردشگری</p> <p>- ایجاد مراکز اقامتی در سطح شهرستان</p> <p>- ایجاد و توزیع مناسب رستوران‌ها و اغذیه فروشی‌ها در سطح شهرستان و توجه به کیفیت آن‌ها</p> <p>- تشویق و ارایه تسهیلات به بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری</p> <p>- توجه و سرمایه گذاری دولت در بخش گردشگری</p> <p>- ایجاد تأسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی در پیرامون جاذبه‌های گردشگری</p> <p>- توجه به جاده‌ها و تعمیر و نصب علائم راهنمایی و رانندگی</p> <p>- بهره برداری از توان تشکیلاتی، قوانین و مقررات در جهت کاهش مخاطرات و آلودگی‌های اکولوژیکی و زیست محیطی در مناطق و مکان‌های گردشگری</p> <p>- تأمین امنیت مناطق گردشگری در جهت جلوگیری از بروز تخلفات اجتماعی و سایر تخلفات</p> <p>- تنوع بخشی به امکانات، فعالیت‌ها و خدمات توریستی به منظور جلب رضایت گردشگران و بالطبع افزایش تعداد گردشگران</p>
--	--	--

۴. جمع بندی و نتیجه گیری

لازم گردشگری، می‌تواند موجبات گسیل خیل عظیمی از گردشگران داخلی و خارجی را فراهم آورد.

به منظور پی بردن به وضعیت گردشگری شهرستان می‌بایست شاخص‌های زیادی را مورد بررسی و ارزیابی قرارداد. در این پژوهش به بررسی ویژگی‌ها، تعداد، تنوع و موقعیت فضایی - مکانی جاذبه‌های گردشگری شهرستان ممسنی و همچنین ارزیابی وضعیت تأسیسات زیربنایی و خدماتی مانند: راه‌های ارتباطی، واحدهای پذیرایی و خدمات حمل و نقل، خدمات توریستی در مکان جاذبه‌ها با استفاده از پرسشنامه ای که توسط گردشگران تکمیل شد پرداختیم. با تجزیه و تحلیل و نگرش در این مطالب و آمار مشخص شد که شهرستان نورآباد ممسنی از

شهرستان نورآباد ممسنی به واسطه وضعیت خاص جغرافیایی و تنوع آب و هوایی، وجود جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، مذهبی، فرهنگی و هنری در تمام فصول سال می‌تواند پذیرای گردشگران بی شماری از سراسر کشور با مقاصد مختلف و زمینه‌های متعدد گردشگری باشد. وجود چشم اندازهای کم نظیر و استثنایی مانند آبشارها، رودخانه‌ها، سراب‌ها و چشمه سارهای فراوان، غارها، جنگل‌های انبوه، تفرجگاه‌ها و ارتفاعات زیبا و برف گیر، آثار و بناهای تاریخی و مذهبی و نیز فرهنگ، رسوم و مراسم آیینی مختلف و متنوع تنها قسمتی از قابلیت‌های گردشگری شهرستان است و در صورت فراهم نمودن زمینه‌های لازم و ایجاد زیرساخت‌های

نظر جاذبه‌های گردشگری دارای توان بالایی است ولی از نظر امکانات و تأسیسات زیربنایی و تبلیغات و بازاریابی و دیگر عوامل موثر در توسعه گردشگری دارای مشکلات فراوانی است، از این نظر نیازمند برنامه ریزی، توجه و سرمایه گذاری است.

بر اساس تجزیه و تحلیل‌های آماری صورت گرفته مشخص شد که در زمینه تبلیغات و معرفی جاذبه‌های گردشگری شهرستان توسط دستگاه‌های مربوط و همچنین صدا و سیما شبکه استانی اقدامات سازنده ای صورت نگرفته و اکثر گردشگران شناخت کافی از جاذبه‌های گوناگون گردشگری شهرستان نداشته‌اند. همچنین در زمینه تأسیسات و زیرساخت‌های گردشگری با توجه به تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته مشخص شد که از این بعد نیز نارسایی‌ها و ضعف‌های عمده ای متوجه صنعت گردشگری این شهرستان است.

در زمینه توسعه صنعت گردشگری در شهرستان نورآباد ممسنی با توجه به یافته‌های پژوهش موانعی از قبیل:- موانع سازمانی و ساختاری (متولی بودن چند سازمان در زمینه اداره امور مربوط به گردشگری که باعث ناهماهنگی و تداخل وظایف می‌گردد)، موانع فرهنگی - اجتماعی (اغلب در نقاط مختلف شهرستان، ساکنان یک محل به علت ناآگاهی یا دیدن برخی اعمال از گردشگران و همچنین تفاوت فرهنگی بین میزبان و گردشگران، از این صنعت برداشت ناخوشایند و منفی دارند و کار کردن در بعضی از مشاغل مربوط به گردشگری از طرف افراد بومی، مشاغل سطح پایین تلقی شده و ساکنان بومی حاضر به کار کردن در این مشاغل نیستند)، موانع موجود در بازار (درآمد پایین، هزینه سوخت، امنیت

شغلی، عوامل فصلی و انگیزه‌های مسافرت)، موانع زیربنایی (کمبود و نامطلوب بودن وسایل حمل و نقل، جاده‌ها، مراکز خرید، تأسیسات اقامتی، شبکه‌های آب، برق، مخابرات، فاضلاب و بهداشت در مناطق گردشگری)، موانع آموزشی و کمبود نیروی انسانی متخصص (متأسفانه به علت جوان بودن این صنعت در بیشتر کشورهای در حال توسعه، نیروی انسانی متخصص مورد نیاز وجود ندارد)، بی توجهی در رسیدگی و پیگیری به خواست‌ها و نیازهای گردشگران، سخت‌گیری و عدم اصلاح در مواردی همچون سرمایه گذاری، اعطای پروانه و مجوز ساخت و ساز در امور گردشگری، عدم فعالیت کافی برای آموزش مردم بومی در مناطق مختلف دارای جاذبه‌های گردشگری در اموری همچون نگهداری از جاذبه‌ها و شیوه‌های برخورد با مهمانان و رعایت مقررات از سوی دولت مرکزی برای طرح‌های گردشگری شهرستان و عدم نظارت جدی بر کیفیت خدمات و تسهیلات ارائه شده از سوی واحدهای پذیرایی - اقامتی شهرستان، ضعف اطلاع رسانی به بازارهای هدف در جهت معرفی جاذبه‌های گردشگری، کمبود امکانات مالی برای توسعه و تجهیز تأسیسات مورد نیاز صنعت گردشگری و عدم همکاری و هماهنگی سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی با یکدیگر که در بهبود وضع گردشگری موثرند، کمبود راهنمایان توریستی و تبلیغات نامناسب از نارسایی‌های بخش گردشگری شهرستان و نبود سیاست‌های حفاظتی منطقی و جدی برای جلوگیری از انقراض گونه‌های گیاهی و جانوری، کمبود و نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی در پیرامون جاذبه‌های گردشگری، عدم تمایل

اقدامات قانونی (برنامه ریزی و طراحی، تدوین طرح حمایت از دارایی‌های فرهنگی و طبیعی، ایجاد طرح جامع صنعت گردشگری، ایجاد تیم اطلاعات هوشمند به منظور ارائه آخرین اطلاعات و مقایسه وضعیت قبلی و موجود برای پیش بینی آینده، ایجاد شورای ویژه در سطح شهرستان متشکل از نمایندگان اتحادیه‌ها، هتل‌ها و رستوران‌ها، آژانس‌های جهانگردی، نیروی انتظامی، فرهنگ و ارشاد اسلامی، میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، راه و ترابری، شهرداری و... آموزش گردشگرها در مورد سنت‌ها، عادات و خواسته‌های مردم از طریق اطلاعات و نوشته‌های منتشره به نحوی که رفتار، گفتار و پوشش و... آن‌ها موجب جدایی و اثرات نامطلوب نگردد. توجه به برنامه‌های صدا و سیما به منظور آشنایی دانش آموزان با اهمیت صنعت گردشگری، تهیه عکس، نقشه‌های ماهواره ای به منظور آشنایی بیشتر با منطقه و زبان‌های مختلف، تهیه فیلم و برنامه‌های رادیو تلویزیونی، برگزاری هفته بهسازی صنعت گردشگری، شرکت فعال در نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی، نصب ماکت و پوستر مناظر دیدنی و صنایع دستی شهرستان در فرودگاه‌ها، پایانه‌های مسافربری و اماکن عمومی، برگزاری مراسم سنتی، جشن‌ها و جشنواره‌ها در سطح شهرستان، اجرای کنسرت‌های محلی و دعوت از نوازندگان و خوانندگان محلی، چاپ تقویم و کارت‌های تبریک با تصاویر مناطق دیدنی و صنایع دستی، ایجاد یک ساختار کارآمد و تمرکز سیاست‌گذاری گردشگری در آن، توجه به مسایل محیط زیست و استفاده بهینه از منابع، جلوگیری از آلودگی رودخانه‌های شهرستان، جلوگیری از آلودگی

مردم برای سرمایه گذاری در بخش گردشگری، عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری دولتی در نواحی گردشگری، شناسایی شد که برای توسعه صنعت گردشگری شهرستان باید سعی در برطرف کردن موانع نمود تا از این طریق زمینه شکل گیری انواع گردشگری در این شهرستان مهیا شود.

۴-۱. راه‌های گسترش صنعت گردشگری در منطقه

مورد مطالعه با توجه به یافته‌های پژوهش

برای پیشرفت و توسعه گردشگری نیاز اساسی و فوری به برنامه ریزی داریم. این برنامه ریزی بایستی بر اساس کلیه شرایط خاص شهرستان طراحی شده و ضمن مطابقت با استانداردهای سازمان جهانی جهانگردی، از یک پشتوانه محکم اجرایی برخوردار باشد. برنامه ریزی اصولی با اهداف صحیح و سازماندهی فراگیر، تجهیز امکانات، منابع و هدایت و رهبری اصولی و توانمند می‌تواند از آثار با ارزش این شهرستان درآمد زیادی را فراهم آورد به ویژه در حال حاضر که نظام اقتصادی کشور به مسأله کسب درآمد از راه صادرات غیر نفتی توجه زیادی دارد و در سراسر جهان یکی از بزرگ‌ترین منابع درآمد در قرن بیست و یکم کسب درآمد از طریق گردشگری خواهد بود.

بنابراین پیشنهاد می‌شود برای توسعه صنعت گردشگری شهرستان ممسنی اقداماتی از قبیل: اقدامات فرهنگی (مناسبات ورزشی، ایجاد گروهک‌های بومی هنری، صنایع دستی، موسیقی، تورهای فرهنگی، برپایی نمایشگاه و مسابقات ورزشی، تحقیقات علمی و کاربردی در خصوص گردشگری، فرهنگ سازی عمومی برای پذیرش گردشگر)،

برقراری امنیت در مسیرها، کنترل رعایت بهداشت ارایه مواد غذایی، جمع‌آوری متکدیان، معتادان و تمامی کسانی که به عناوین مختلف سد معبر کرده و چهره زشتی به محیط می‌دهند، بهبود وضعیت اتوبان بابا میدان- نورآباد و قائمیه-نورآباد، صورت گیرد تا بتوانیم شاهد رونق صنعت گردشگری در این شهرستان باشیم.

منابع

- ۱- ارمان، سیمین (۱۳۸۶)، توریسم و نقش آن در جغرافیا، چاپ اول، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر.
- ۲- حسینی فسائی، حاج میرزا حسن (۱۳۸۲)، فارسنامه ناصری، تصحیح دکتر منصور رستگار فسائی، چاپ سوم، جلد دوم، نشر امیر کبیر، تهران.
- ۳- دهخدا، علی اکبر (۱۳۶۹)، لغت نامه، ج ۱۹، دانشگاه تهران.
- ۴- دیناری، احمد (۱۳۸۵)، مذهب و گردشگری، مجله زائر، شماره ۱۲۰.
- ۵- رحیمی، عبدالرحیم (۱۳۸۴)، نقش صنعت توریسم در متغیرهای کلان اقتصادی کشور، مجموعه مقالات همایش (۲)، ظرفیت‌های اقتصادی ایران با تأکید بر وضعیت گردشگری، معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه.
- ۶- سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹)، برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی (ترجمه محمود عبدالله زاده)، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.

چشمه‌ها و آبشارهای منطقه، جلوگیری از صید بی‌رویه ماهیان در آب‌های شهرستان)، اقدامات اقتصادی (افزایش اعتبارات عمرانی بخش گردشگری، مشارکت نظام بانکی در ایجاد اقامتگاه‌های مناسب و حمل و نقل، تخصیص بودجه مناسب برای چاپ کتاب و مقالات ارزنده در خصوص صنعت گردشگری توسط سازمان‌های مربوط، ایجاد تسهیلات لازم برای بخش خصوصی و تشویق این بخش برای سرمایه‌گذاری در امر صنعت گردشگری، حمایت از آژانس‌های گردشگری و توجه ویژه به صنایع دستی)، اقدامات خدماتی (تنظیم یک دستورالعمل جامع و یکسان برای بازدید از مراکز مذهبی و تاریخی، نظارت بر امور بهداشتی مهمان-سراها و...، ایجاد دهکده‌های گردشگری، ایجاد آرشبو موسیقی محلی و بومی، ایجاد قهوه‌خانه‌ها و چایخانه‌های سنتی، ایجاد پارک‌ها، باغ‌وحش، آکواریوم، باغ‌های گل و گیاه، استخرهای شنا، زمین‌های ورزشی، تجهیز راه‌ها به پمپ بنزین، استراحتگاه‌ها، رستوران، سرویس بهداشتی، نمازخانه و...، ایجاد تسهیلات تفریحی ورزشی در کنار برخی جاذبه‌های گردشگری شهرستان، بازسازی کاروانسراهای قدیمی، توجه بیشتر به حفظ و مرمت آثار باستانی و تاریخی، حفظ منابع موجود گردشگری طبیعی و انسانی، تغییر کاربری ابنیه تاریخی و تبدیل آن‌ها به اماکنی نظیر موزه، قهوه‌خانه‌های سنتی، کتابخانه و...، آموزش قبلی و ضمن خدمت تمامی افرادی که با صنعت گردشگری در ارتباط می‌باشند، ترتیب برنامه‌ای برای تعلیم مدیران در بخش گردشگری، تدوین طرح جامع برای گردشگران که شامل هزینه‌های بیمارستان، بیمه حوادث و ... باشد،

- ۷- فرزانه، پروین (۱۳۸۰)، ((گزارشی از اثرات اقتصادی و جهانگردی برگرفته از نشریات سازمان جهانی جهانگردی))، دفتر بازاریابی واحد بین‌الملل سازمان ایران‌گردی و جهانگردی.
- ۸- محلاتی، صلاح‌الدین (۱۳۸۰)، درآمدی بر جهانگردی، دانشگاه شهید بهشتی.
- ۹- مرادی مسیحی، وراز (۱۳۸۱)، برنامه ریزی استراتژیک در کلان شهرها، به ضمیمه استراتژیک شهر لندن، نشر شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.
- ۱۰- معین فر، علی اکبر و دیگران (۱۳۶۹)، زلزله‌های ۲۱ تیر ۶۵ هرایرز و ۲۰ مرداد ۶۷ دره گرگ نورآباد ممسنی و بررسی فعالیت لرزه خیزی این منطقه، چاپ اول، نشر مرکز تحقیقات ساختمان و مسکن، تهران.
- ۱۱- منشی زاده، رحمت ... و اعظم مرادی (۱۳۸۴)، تأثیر گردشگران مذهبی بر روی فضاهای کالبدی شهر مشهد، نشریه دانشکده علوم زمین، شماره ۱۱.
- ۱۲- مهدی زاده، جواد (۱۳۸۶)، مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری در ایران، مجله مجلس و پژوهش، شماره ۴۴.
- ۱۳- مهندسین مشاور ورزبوم (۱۳۸۲)، راهکارها و سیاست‌های توسعه نواحی صنعتی روستایی در
- برنامه پنج ساله چهارم، معاونت صنایع، عمران و توسعه روستایی وزارت جهاد کشاورزی، تهران.
- ۱۴- هرتسفلد، ارنست (۱۳۵۵)، تاریخ باستانی ایران بر بنیاد باستان شناسی، ترجمه علی اصغر حکمت، نشریه انجمن آثار ملی، تهران.
- 15 - Horn-Haacke.I.(2001),Using SWOT for Project Team Planning Sessions,PN.3.
- 16-Deng, Jinyang, Brianking & Ithomas Bauer(2004): Evaluatig natural attractions for tourism, Annals of Tourism Research, Vol.29, Issue2: 422438.
- 17-Kim, Yog – Kwam(1988): Tourism Impact Assessment : A Test of Vested Interests Model, A Ph.D Thesie presented to Texas A & M University, Unpublished
- 18-Lee, Choong – Ki (1992) : The Ecoomic Impact of International Inbound Tourism on the South Korean Economy and its Distributional Effects on Income Classes, A.
- 19-W.T.O, (1997), Year Book of Tourism Statistics, WTO, Madrid - stynes, Daniel.sand O,Halloren, Cynthia.(2004).Tourism planning,Michigan state university Extention Bulletin . A:\Tourism planning.Htm.pp1-15
- 20-Weaver, David, and Laura. Lawto(2002) , tourism maagment, edi. Wiley(second edition).
- 21-Zahedi,SH(2004): Ecological understanding: a prerequisite of sustainable ecotourism. Department of Managmet, Allameh Tabataba, University, Iran.



پښتونستان د علومو او انساني مطالعاتو فریښتی
پرتال جامع علوم انسانی