



شناسایی پتانسیل‌های گردشگری کوه‌رنگ و ارائه راهکارهای مناسب جهت توسعه گردشگری منطقه

دکتر علی خاکساری

عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی تهران

مریم عباسی

دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی توسعه منطقه‌ای دانشگاه علامه طباطبائی تهران

چکیده

با گذشت زمان صنعت گردشگری آنچنان درخشش و توجیه اقتصادی پیدا کرده که پس از صنایع نفت و حمل و نقل رتبه پرسودترین صنایع را به خود اختصاص داده است. با وجودی که ایران از لحاظ منابع تاریخی، فرهنگی و طبیعی جزء ۱۰ کشور اول دنیاست اما تنها کمتر از یک درصد سهم درآمد جهانی از صنعت توریسم را به خود اختصاص داده است. استان چهارمحال و بختیاری خصوصاً شهرستان کوه‌رنگ سرزمینی زیبا با آب و هوای دلپذیر و محصور در کوه‌های مرتفع است که در سلسله جبال زاگرس واقع شده است. وضعیت مناسب اقلیمی منطقه موقعیت مطلوبی جهت رشد و توسعه بخش‌های گردشگری فراهم کرده است. وجود جاذبه‌های طبیعی فراوان از ویژگی‌های ممتاز منطقه می‌باشد که در صورت ایجاد تأسیسات گردشگری مناسب و استفاده از ظرفیت‌های موجود در آنها برای جذب گردشگری می‌توان به توسعه صنعت گردشگری در این منطقه امیدوار بود. پژوهش حاضر با هدف شناسایی پتانسیل‌های گردشگری منطقه کوه‌رنگ و ارائه راهکارهای مناسب جهت توسعه گردشگری منطقه صورت گرفته است، که با استفاده از روش پرسشنامه دلفی، مطالعات میدانی و مصاحبه به شناسایی پتانسیل‌های گردشگری منطقه و سپس تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به شیوه SWOT و همچنین وزن‌دهی و اولویت‌بندی عوامل مطرحه به ارائه راهبرد در جهت توسعه گردشگری منطقه کوه‌رنگ پرداخته است. تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته در تحقیق حاکی از آن است که آبشار چشمه کوه‌رنگ، آبشار شیخ علی خان، غاریخی چما، چشمه دیمه، امامزاده سر آقاسید، پیست اسکی چلگرد، دشت لاله‌های واژگون، از جمله جاذبه‌های گردشگری منطقه می‌باشند. همچنین با توجه به مطالعات انجام شده جهت توسعه گردشگری منطقه مورد مطالعه راهبرد محافظه‌کارانه باید در اولویت برنامه‌های توسعه گردشگری قرار گیرد. واژه‌های کلیدی: گردشگری، گردشگر، مدل SWOT، گردشگری پایدار، منطقه کوه‌رنگ

مقدمه

گردشگری از مهمترین فعالیت‌های انسان معاصر است که همراه به وجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین اوضاع اقتصادی، سیاسی،

منش و روش زندگی انسان‌ها را دگرگون می‌سازد. (محلانی، صلاح‌الدین ۱۳۸۰: ۱۲) کشورها جوامع و مناطق به طور فزاینده به این حقیقت پی برده‌اند که برای حفظ وضع اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برآیند. اگر چه در مناطق مختلف شرایط متفاوت است ولی همواره صنعت گردشگری عاملی برای پیشرفت وضع اقتصادی بوده است. بررسی و شناسایی پتانسیل‌های گردشگری به عنوان یکی از منابع مهم اقتصادی در ایجاد اشتغال، درآمد و کاهش فقر در سطح محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی می‌تواند رهیافتی مؤثر در توسعه اقتصادی و مناطق دارای این استعداد به طور خاص شود. فعالیت مذکور زمانی که سود دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش است جایگزین مناسبی جهت آنها و راهبردی در توسعه پایدار تلقی می‌گردد. توسعه صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که به معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند از اهمیت فراوانی برخوردار است. ایران نیز از جمله کشورهایی است که با اقتصاد تک محصولی، اتکا شدیدی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام داشته و دارد و این شرایط باعث شده متغیرهای کلان اقتصادی با دنباله روی از قیمت جهانی در طول زمان دچار نوسانات شدیدی شده‌اند. اما رهایی از نفت در سایه افزایش صادرات کالاهای صنعتی، محصولات کشاورزی و برنامه‌ریزی برای توسعه فعالیت‌هایی چون صنعت گردشگری امکان‌پذیر است. به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار خواهد بود. استان چهارمحال و بختیاری با توجه به کوهستانی بودن منطقه و شرایط خاص آب و هوایی به لحاظ صنعتی پیشرفته نیست و یکی از استان‌های محروم کشور محسوب می‌شود که بیشتر ساکنین به فعالیت‌های کشاورزی و دام داری مشغول می‌باشند و سطح درآمد در حد پایینی قرار دارد. از نظر جغرافیایی این منطقه با توجه به موقعیت ممتاز در میان سلسله جبال زاگرس و با برخورداری از طبیعت زیبا و متنوع و مناظر بدیع طبیعی و فرهنگی می‌تواند زمینه‌های وسیع و گسترده‌ای را جهت توسعه در اختیار دستگاه‌های برنامه‌ریزی، اجرایی و مردم محلی قرار دهد و بسترهای لازم را برای سرمایه‌گذاری و جذب گردشگر فراهم نماید؛ که می‌توان با بهره‌گیری از مزایای مذکور ضمن اشتغال‌زایی در روند توسعه انسانی و منطقه‌ای به عنوان یک محور اصلی ایفای نقش نمود. پس شناسایی



است؛ که به دلیل جاذبه‌های گردشگری مختلف در فصول مختلف سال این شهرستان هر ساله پذیرای تعداد زیادی گردشگر می‌باشد که از شهرستان کوهرنگ و منطقه دشت زرین و مناطق سیاحتی آن دیدن می‌نمایند.

پیست اسکی چلگرد: پیست اسکی در شهر چلگرد و دامنه کوه کارکنان با شیب مناسب و طول ۸۰۰ متر و دو محدوده تفکیک شده جهت استفاده گردشگران همراه با سیستم بالابر، از مشهورترین پیست‌های ناحیه زاگرس است. انباشت حجم فوق‌العاده برف، راه دسترسی مناسب، قرار گرفتن در منطقه مستعد توریستی کوهرنگ و نیز هوای آفتابی و آرامش اکثر روزهای فصل زمستان، از دلایل انتخاب این پیست نزد ورزشکاران و گردشگران است.

چشمه کوهرنگ: این چشمه با آب بسیار زیاد از دامنه‌های زردکوه سرچشمه می‌گیرد و پس از گذر از پیچ و خم‌های فراوان به دریاچه سد کوهرنگ می‌ریزد و از تونل اول کوهرنگ وارد زاینده‌رود می‌شود. مناظر بسیار زیبای طبیعی اطراف چشمه و حضور عشایر در منطقه، زیبایی این چشمه را دو چندان کرده است.

دشت لاله‌های واژگون: این دشت در ۱۲ کیلومتری چلگرد و در نزدیکی روستای بنواستکی از توابع شهرستان کوهرنگ واقع شده است. وسعت زیاد (سه هزار و ۴۰۰ هکتار) پوشش گیاهی بسیار زیبا و ارزشمند، لاله‌های واژگون در دو نوع قرمز و زرد و نیز نزدیکی به دیگر جاذبه‌های قطب سیاحتی کوهرنگ از این منطقه تفرجگاه بسیار مناسبی ساخته است.

آبشار شیخ علی خان: آبشار شیخ علی خان در شهرستان کوهرنگ - چلگرد واقع و در ۹۲ کیلومتری شهرکرد قرار دارد. این آبشار در نزدیکی روستایی به همین نام قرار دارد. در فصل بهار این منطقه دارای بارندگی‌های زیادی است. و در هر جای این استان قدم بگذاریم چشمه‌ها و آبهای جاری را خواهیم دید که منظره بکر این جا را بسیار دیدنی تر کرده‌اند.

غار یخی چما: در فاصله ۲۵ کیلومتری چلگرد در نزدیکی روستای شیخ علیخان، یکی از نادرترین و اعجاب انگیزترین غارهای منطقه به نام غار یخی چما با قندیل‌های فراوان یخی واقع شده است. از زیر یخ‌های این غار چشمه‌ای با آب سرد در جریان است که نهایتاً به سد کوهرنگ می‌ریزد. قرار گرفتن در دره‌های عمیق و انباشت حجم برف‌های چندین ساله در این مکان سبب شده قندیل‌های یخ و توده‌های عظیم برف به صورت دائمی و در تمام فصول سال باقی بماند.

چشمه دیمه: چشمه دیمه در منطقه کوهرنگ در مجاورت روستایی به همین نام که اهالی، آن را به کیکاووس از قهرمانان شاهنامه نسبت می‌دهند قرار دارد. این چشمه سرچشمه اصلی زاینده رود قبل از ایجاد تونل‌های کوهرنگ و در ۱۲ کیلومتری چلگرد و در مجاورت روستای دیمه واقع شده و تا مرکز استان ۸۵ کیلومتری فاصله دارد.

چشمه آب معدنی کوهرنگ: چشمه کوهرنگ با جریان آب بسیار زیاد از دامنه‌های زردکوه سرچشمه می‌گیرد و پس از گذر از پیچ و خم‌های فراوان به دریاچه سد کوهرنگ می‌ریزد و از تونل اول کوهرنگ وارد زاینده رود می‌شود. مناظر بسیار زیبای طبیعی اطراف چشمه و حضور عشایر در منطقه، زیبایی آن را دو چندان کرده است.

ظرفیت‌های گردشگری خصوصاً در منطقه کوهرنگ و ارائه راهکارهایی مناسب برای توسعه منطقه مذکور می‌تواند نقشی مهم در اشتغال، درآمد، کاهش فقر و ارتقای رفاه اجتماعی در سطح محلی، منطقه‌ای و ملی و نقش مؤثر در توسعه اجتماعی، اقتصادی به طور عام و مناطق روستایی و منطقه به طور خاص ایفا نماید.

هدف پژوهش

این تحقیق برآن است تا در راستای پاسخ به سؤالات تحقیق به شناسایی پتانسیل‌های گردشگری کوهرنگ و در نهایت ارائه راهکارهایی برای تحول بخشیدن در توسعه گردشگری جهت دستیابی به توسعه منطقه باشد.

روش پژوهش

در این پژوهش از روش ترکیبی، روش‌های پیمایشی، توصیفی و تحلیلی استفاده شده است. مدل SWOT یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سیستمی با فرصت‌ها و تهدیدات برون سیستمی است. ازدیدگاه 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، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در چهار حالت کلی WT, ST, WO, SO پیوند داده می‌شود و گزینه‌های استراتژی از بین آنها انتخاب می‌شود (حکمت‌نیا، ۱۳۸۵، ۱۳۳).

محدوده مورد مطالعه (شهرستان کوهرنگ)

در تقسیمات سیاسی استان چهارمحال و بختیاری، شهرستان کوهرنگ با مساحت ۳۷۹۱ کیلومتر معادل ۲۳/۲ درصد از مساحت استان، بین ۳۱ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۳۲ درجه و ۱۷ دقیقه عرض شمالی و نیز ۴۸ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۴۹ درجه و ۵۸ دقیقه طول شرقی قرار دارد. شهرستان کوهرنگ در شمال غرب استان قرار گرفته است و از شمال به استان اصفهان و لرستان، از جنوب به شهرستان اردل، از غرب به استان خوزستان و از شرق به شهرستان شهرکرد و فارسان منتهی می‌شود. این شهرستان دارای یک شهر به نام چلگرد، دو بخش و پنج دهستان می‌باشد. جمعیت این شهرستان برابر ۳۶۶۵۱ نفر بوده است. منطقه کوهرنگ با ارتفاع ۲۳۵۰ متر از سطح دریا یکی از شهرستان‌های مرتفع و کوهستانی استان محسوب می‌شود و قله ۴۵۰۰ متری زرد کوه که سرچشمه رودخانه بزرگ و مهم زاینده رود است در آن واقع شده است.

بررسی چشم‌انداز گردشگری منطقه

منطقه کوهرنگ از زیباترین و خوش آب و هواترین مناطق استان محسوب می‌شود. کوه زرد کوه کوهرنگ، چشمه کوهرنگ، آبشار تونل کوهرنگ، دشت لاله‌های واژگون کوهرنگ، غار یخی چما کوهرنگ، پیست اسکی چلگرد و تونل کوهرنگ از مهمترین جاذبه‌های گردشگری منطقه به شمار می‌آیند. منطقه کوهرنگ از نظر جاذبه‌ها و مناظر طبیعی و مصنوعی، یکی از زیباترین و کم نظیرترین مناطق ایران می‌باشد. ساختار مورفولوژیکی متنوع و اشکال بدیع زمین در سطح منطقه سبب پدید آمدن چنین چشم‌اندازهای بی نظیر طبیعی و مصنوعی در منطقه مورد مطالعه شده



یافته‌های پژوهش تحلیل SWOT

عوامل بیرونی: عواملی هستند که از کنترل منطقه خارج بوده و از بیرون بر سیستم اثر می‌گذارند و به نوعی مرتبط با فرایندهایی هستند که در خارج از محدوده آن منطقه به وقوع می‌پیوندد. عوامل بیرونی شامل فرصت‌ها و تهدیدها می‌باشند.

عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری در منطقه کوه‌رنگ

هدف این مرحله سنجش محیط داخلی ناحیه مطالعه شده جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت است.

عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری در کوه‌رنگ

هدف این مرحله کندو کاو آثار عوامل خارجی در ناحیه مطالعه شده جهت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که این ناحیه در ارتباط با گسترش گردشگری با آن مواجه است.

ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

در این قسمت سعی شده است تا علاوه بر نکات فوق به وسیله تکنیک مصاحبه، مزیت‌ها و محدودیت‌های عمده این منطقه جهت اولویت‌بندی گزینه‌ها از دیدگاه کارشناسان ارزیابی شود تا علاوه بر مشارکتی کردن این روش بتوان نتیجه را به صورت کمی و منطقی و اصولی بدست آورد. بنابراین با توجه به نظرات ارائه شده و محاسبات انجام گرفته وزن دهی انجام شد. تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی در پنج مرحله زیر صورت گرفت: پس از شناسایی عوامل داخلی، نقاط قوت و ضعف سازمان مشخص می‌شود (بین ۱۰ تا ۲۰ عامل)؛ نخست نقاط قوت و سپس نقاط ضعف نگاشته می‌شود. در این ماتریس براساس نظر خبرگان به هر یک از عوامل بر حسب اهمیت، نمره وزنی بین ۰ (بی‌اهمیت) تا ۱ (بسیار مهم) اختصاص داده می‌شود. مجموع وزن‌های کلیه عوامل باید برابر یک گردد. وضع موجود هر عامل با امتیازی بین ۱ تا ۴ مشخص می‌شود. لازم به ذکر است که نقاط ضعف فقط امتیاز ۱ یا ۲ را دریافت می‌نماید و نقاط قوت فقط نمرات ۳ و ۴ را به خود اختصاص می‌دهد؛ به اینصورت که خیلی قوی=۴، قوی=۳، ضعیف=۲ و خیلی ضعیف برابر ۱ یک می‌باشد. بعد از آن امتیاز وزن‌دار (موزون) هر عامل محاسبه می‌شود؛ بدین منظور امتیاز هر ردیف از عوامل درون سازمانی در وزن استاندارد شده آن ضرب و در یک ستون جدید درج می‌گردد. جمع امتیازات وزن‌دار (موزون) محاسبه می‌شود که حداقل ۱ و حداکثر ۴ و میانگین ۲/۵ است. اگر امتیاز وزنی سازمانی بزرگتر از ۲/۵ باشد سازمان از نظر عوامل درونی در مجموع دارای قوت و اگر نمره کمتر از میانگین باشد، سازمان از نظر عوامل داخلی در مجموع دچار ضعف است. عدد ۲/۷۱ بدست آمده از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) بیانگر غلبه فرصت‌های محیطی بر تهدیدهای محیطی می‌باشد.

تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از ماتریس‌های داخلی و خارجی

نتایج بدست آمده از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی بیانگر آن است که وضعیت گردشگری منطقه کوه‌رنگ در حالت انطباقی (محافظه

بدیهی است که بدون آگاهی و شناخت پتانسیل‌ها و توان‌های بالقوه و بالفعل در هر منطقه، امکان برنامه‌ریزی و پیش‌بینی وجود نخواهد داشت. در واقع شناخت پتانسیل‌های هر منطقه به محقق و برنامه‌ریز این امکان را می‌دهد تا متناسب با آن و بر اساس وضع موجود، توسعه و جهت آن را در منطقه شناسایی و برنامه‌ریزی نماید. یکی از مناسب‌ترین فنون برنامه‌ریزی و تجزیه و تحلیل استراتژیک، ماتریس SWOT (تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات) است که امروز به عنوان ابزاری نوین برای تحلیل عملکردها و وضعیت شکاف، مورد استفاده طراحان و ارزیابان استراتژی قرار می‌گیرد. بنابراین در این تحقیق، از روش فوق استفاده شده است. قلمرو ماتریس SWOT وسیع و گسترده است و در واقع یک چهارچوب مفهومی برای تحلیل‌های سیستمی محسوب می‌شود که امکان بررسی عوامل و مقایسه تنگناها، تهدیدات، جنبه‌های آسیب‌زننده، فرصت‌ها، تقاضاها و موقعیت‌های محیط بیرونی را همراه با نقاط قوت و ضعف استراتژی به وجود می‌آورد. البته ترکیب و تلفیق این عوامل با یکدیگر در واقع، مبنای تدوین چهار نوع استراتژی می‌باشد. (جدول شماره ۱)

جدول ۱: ماتریس SWOT و نحوه تعیین استراتژی‌ها



این استراتژی‌ها می‌توانند چهارچوب انتخاب‌های استراتژیک برای ممیزی استراتژیک را فراهم سازند. کاربرد فنون مذکور در کشورها مختلف، پتانسیل‌ها و توانمندی‌های رویکرد مؤثر و قابلیت‌ها و اثر بخشی‌های تحلیلی روش SWOT به عنوان یکی از کارآمدترین فنون ممیزی استراتژیک را اثبات کرده است. (نوری، ۱۳۸۵: ۲۷)

برای هر موضوع یا هر مکان، عوامل مختلفی در نحوه کیفیت عملکرد آن تأثیر دارد این عوامل عموماً در دو دسته از عوامل داخلی و عوامل خارجی جای می‌گیرند:

عوامل داخلی: این عوامل عواملی هستند که در درون خود سیستم یا منطقه وجود دارند و در تعیین وضعیت منطقه مؤثر می‌باشند. در مدل SWOT عوامل داخلی شامل نقاط قوت و نقاط ضعف یک سیستم یا سازمان یا منطقه می‌باشند.



جدول ۲: ماتریس عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری در منطقه کوهرنگ

Weakness نقاط ضعف	Strength نقاط قوت	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ▪ عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری‌های دولتی در این ناحیه ▪ پایین بودن میزان بهره‌وری عوامل تولید 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری در جهت استفاده از منابع طبیعی و انسانی و معرفی آن به عنوان قطب مهم گردشگری 	اقتصادی
<ul style="list-style-type: none"> ▪ عدم ترویج سیاست حفظ و مراقبت از سنت‌ها و آداب و رسوم و چشم‌اندازها و محیط زیست منطقه ▪ تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران با مردم منطقه ▪ ناکافی بودن امکانات و تجهیزات اقامتی و رفاهی ▪ کمبود زیرساخت‌های زیربنایی اجتماعی و فرهنگی 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ وجود سرمایه‌های جغرافیایی، کیفیت مناظر طبیعی و آثار تاریخی، فرهنگ محلی منطقه جهت جذب گردشگر 	اجتماعی- فرهنگی
<ul style="list-style-type: none"> ▪ توپوگرافی خشن منطقه ▪ عدم وجود منابع معدنی (کانی‌های معدنی) ▪ عدم رعایت چارچوب ظرفیت قابل تحمل در بعضی نقاط در منطقه ▪ آلودگی منطقه در اثر تخلیه زباله‌ها و عدم رعایت بهداشت گردشگران ▪ فرسایش شدید منابع خاک و تخریب کیفیت خاک با توجه به خشکسالی‌های اخیر 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ وجود هوای مناسب و دلپذیر، طبیعت بکر همراه با رودخانه‌های پر آب که از میان جنگل‌ها و مراتع عبور می‌کند ▪ نزدیکی به دو استان خوزستان و اصفهان ▪ راه دسترسی آسان جهت اسکی در منطقه مستعد گردشگری ▪ داشتن محیط آرام و بدون سر و صدا به خصوص برای شهرنشینان جهت استراحت و تمدد اعصاب ▪ وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد به همراه باغات در نواحی روستایی منطقه ▪ وجود بارش مناسب برف برای ورزش و گردشگری زمستانی ▪ وجود قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بالقوه همچون قله مرتفع و ارتفاعات پربرف جهت انجام ورزش‌ها و تفریحاتی همچون اسکی، کوهنوردی 	زیست محیطی و اکولوژیکی
<ul style="list-style-type: none"> ▪ عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده جهت جذب گردشگران در این منطقه ▪ نداشتن تبلیغات مناسب جهت شناساندن منطقه گردشگری ▪ کمبود زیرساخت‌های شهری و گردشگری از لحاظ کمی و کیفی ▪ عدم وجود ارتباط ریلی ▪ عرض کم جاده‌ها و نقاط حادثه‌خیز 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی به وسیله گسترش گردشگری به عنوان یکی از سازوکارهای مناسب در جهت توسعه منطقه ▪ وجود جاده‌ها و دسترسی مناسب 	زیرساخت‌ها

جدول ۳: ماتریس عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری در منطقه کوهرنگ

Threat تهدیدها	Opportunities فرصت‌ها	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ عدم شناخت کافی در مورد اهمیت توسعه گردشگری و تأثیر اقتصاد منطقه و توسعه پایدار 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ بوجود آوردن زمینه شغلی فراوان در ناحیه ▪ امکان بهره‌برداری از آب چشمه دیمه جهت آب درمانی و صادر کردن آن به استان‌های دیگر ▪ امکان مشارکت بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری 	اقتصادی
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران در منطقه نسبت به قبل ▪ از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی و کافی نبودن نیروی انسانی آموزش دیده در زمینه گردشگری ▪ خالی شدن از سکنه و مهاجرت نیروی جوان 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ارتقاء سطح فرهنگی ناحیه و تبادلات اجتماعی بین گردشگران و ساکنان ناحیه ▪ توجه به هنرهای سنتی و دستی و احیاء آداب و رسوم و حفاظت از جاذبه‌های گردشگری و کاهش مهاجرت ▪ همجواری با دو استان پرجمعیت اصفهان و خوزستان و امکان بهره‌گیری از توانمندی‌های اقتصادی به ویژه صنعتی آن استان در راستای توسعه صنعتی و گردشگری شهرستان 	اجتماعی - فرهنگی
<ul style="list-style-type: none"> ▪ آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم منطقه ▪ از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و تخریب زمین‌های کشاورزی ▪ خطرناک بودن مسیرهای اصلی و مسدود شدن آنها به هنگام سرما و یخبندان و عدم وجود امنیت کافی ▪ چرای بی‌رویه دام در دشت‌های لاله و ازگون و از بین رفتن این گونه گیاهی نادر ▪ نابودی گونه‌های گیاهی و جانوری به دلیل شکار بی‌رویه ▪ وجود محدودیت‌های طبیعی مانند برودت هوا در اکثر فصول سال و بر خورداری از روزهای سرد 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ قرارگیری شهرستان کوهرنگ در منطقه آب و هوایی سرد و مرطوب که مناسب برای گردشگری زمستانی است. ▪ داشتن هوای مطبوع و تمیز و قرار نداشتن کارخانجات آلوده کننده هوا در اطراف آن ▪ ورود نزدیک به ۶۰ هزار نفر جمعیت عشایر برای گذران دوران ییلاق ▪ داشتن فاصله نسبتاً کم با مرکز استان 	زیست محیطی و اکولوژیکی



زیرساخت‌ها	<ul style="list-style-type: none"> ▪ هدایت سرمایه‌گذاری‌ها در تأسیسات زیربنایی و رو بنایی ▪ امکان ایجاد دهکده زمستانی ▪ امکان فراهم نمودن زمینه توسعه واحداث تأسیسات گردشگری و بهره‌برداری از ظرفیت موجود ▪ امکان استفاده از سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی برای تقویت بخش خصوصی و تعاونی ▪ توجه و حمایت مسئولان کشور به توسعه روستایی با رویکرد اشتغال‌زایی و کسب درآمد 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ عدم ارائه تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری ▪ تراکم بیش از حد جمعیتی و شلوغ شدن این منطقه در برخی فصول سال ▪ عدم تخصیص بودجه‌های لازم جهت ساماندهی جاذبه‌های انسانی ▪ فقدان طرح و برنامه‌های توسعه گردشگری مقصد
------------	---	---

جدول ۴: ماتریس SWOT عوامل اصلی تأثیر گذار داخلی بر منطقه مطالعه شده

ماتریس عوامل تأثیر گذار داخلی	
ضعف‌ها (W)	قوت‌ها (S)
W1 - عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری W2 - عدم ترویج سیاست حفظ و مراقبت از سنت‌ها و آداب و رسوم و چشم‌اندازها و محیط زیست منطقه W3 - تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران با مردم منطقه W4 - ناکافی بودن امکانات و تجهیزات اقامتی و رفاهی W5 - عدم رعایت چارچوب ظرفیت قابل تحمل در بعضی نقاط در منطقه W6 - آلودگی منطقه در اثر تخلیه زباله‌ها و عدم رعایت بهداشت گردشگران W7 - عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده جهت جذب گردشگران در این منطقه W8 - نداشتن تبلیغات مناسب جهت شناساندن منطقه گردشگری W9 - کمبود زیرساخت‌های شهری و گردشگری از لحاظ کمی و کیفی W10 - عرض کم جاده‌ها و نقاط حادثه‌خیز W11 - توپوگرافی خشن منطقه	S1 - مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری S2 - وجود سرمایه‌های جغرافیایی، کیفیت مناظر طبیعی و آثار تاریخی، فرهنگ محلی منطقه جهت جذب گردشگر S3 - نزدیکی به دو استان خوزستان و اصفهان S4 - داشتن محیط آرام و بدون سر و صدا به خصوص برای شهرنشینان جهت استراحت و تمدد اعصاب S5 - وجود قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بالقوه همچون قله مرتفع و پربرف جهت انجام ورزش‌هایی همچون اسکی، کوهنوردی S6 - اعتقاد مسئولان به اشتغال‌زایی به وسیله گسترش گردشگری به عنوان یکی از ساز و کارهای مناسب در جهت توسعه منطقه S7 - وجود بارش مناسب برف برای ورزش و گردشگری زمستانی S8 - وجود هوای مناسب و دلپذیر همراه با رودخانه‌های پر آب که از میان جنگل‌ها و مراتع عبور می‌کند.

جدول ۵: ماتریس SWOT عوامل اصلی تأثیر گذار خارجی بر منطقه مطالعه شده

عوامل اصلی تأثیر گذار خارجی	
تهدیدها (T)	فرصت‌ها (O)
T1 - عدم شناخت کافی در مورد اهمیت توسعه گردشگری و تأثیر اقتصاد منطقه و توسعه پایدار T2 - آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم منطقه T3 - خطرناک بودن مسیرهای اصلی و مسدود شدن آنها به هنگام سرما و یخبندان و عدم وجود امنیت کافی T4 - ریشه کن کردن واز بین بردن گونه‌های گیاهی نادر از جمله لاله‌های وازگون توسط گردشگران T5 - وجود محدودیت‌های طبیعی مانند پرودت هوا در اکثر فصول سال و برخورداری از روزهای سرد T6 - عدم ارائه تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری T7 - تراکم بیش از حد جمعیتی و شلوغ شدن این منطقه در برخی فصول سال T8 - عدم تخصیص بودجه‌های لازم جهت ساماندهی جاذبه‌های انسانی T9 - فقدان طرح و برنامه‌های توسعه گردشگری مقصد T10 - از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی و کافی نبودن نیروی انسانی آموزش دیده در زمینه گردشگری T11 - ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران به منطقه نسبت به قبل	O1 - بوجود آوردن زمینه شغلی فراوان در ناحیه O2 - امکان بهره برداری از آب چشمه دیمه O3 - امکان مشارکت بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری O4 - ارتقاء سطح فرهنگی ناحیه و تبادلات اجتماعی بین گردشگران و ساکنان ناحیه O5 - توجه به هنرهای سنتی و دستی و احیاء آداب و رسوم و حفاظت از جاذبه‌های گردشگری و کاهش مهاجرت O6 - همجواری با دو استان پرجمعیت اصفهان و خوزستان و امکان بهره‌گیری از توانمندی‌های اقتصادی به ویژه صنعتی O7 - قرارگیری شهرستان کوه‌رنگ در منطقه آب و هوایی سرد و مرطوب که مناسب برای گردشگری زمستانی است . O8 - داشتن هوای مطبوع و تمیز و قرار نداشتن کارخانجات آلوده کننده هوا در اطراف منطقه O9 - امکان فراهم نمودن زمینه توسعه واحداث تأسیسات گردشگری و بهره برداری از ظرفیت موجود O10 - هدایت سرمایه‌گذاری‌ها در تأسیسات زیر بنایی و رو بنایی

جدول ۶: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

عوامل تأثیر گذار داخلی			
وزن	امتیاز عامل	امتیاز وزنی	نقاط قوت (S)
۰/۰۹	۴	۰/۳۶	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری
۰/۰۸	۳	۰/۲۴	<ul style="list-style-type: none"> ▪ وجود سرمایه‌های جغرافیایی، کیفیت مناظر طبیعی و آثار تاریخی، فرهنگ محلی منطقه جهت جذب گردشگر

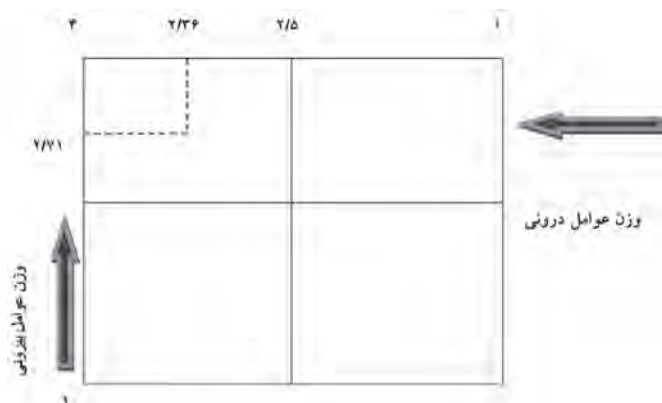


۰/۲۱	۳	۰/۰۷	وجود هوای مناسب و دلپذیر همراه با رودخانه های پر آب که از میان جنگل ها و مراتع عبور می کند.
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	نزدیکی به دو استان اصفهان و خوزستان
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	وجود قابلیت ها و پتانسیل های بالقوه همچون قله مرتفع و پربرف جهت انجام ورزش هایی همچون اسکی، کوهنوردی
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	داشتن محیط آرام و بدون سر و صدا به خصوص برای شهرنشینان جهت استراحت و تمدد اعصاب
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	وجود بارش مناسب برف برای ورزش و گردشگری زمستانی
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	اعتقاد مسئولان به اشتغال زایی به وسیله گسترش گردشگری به عنوان یکی از سازوکارهای مناسب در جهت توسعه منطقه
نقاط ضعف (W)			
۰/۰۷	۱	۰/۰۷	عدم تمایل مردم منطقه جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	عدم ترویج سیاست حفظ و مراقبت از سنت ها و آداب و رسوم و چشم اندازها و محیط زیست منطقه
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران با مردم منطقه
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	ناکافی بودن امکانات و تجهیزات اقامتی و رفاهی
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	عدم رعایت چارچوب ظرفیت قابل تحمل در بعضی نقاط در منطقه
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	آلودگی منطقه در اثر تخلیه زباله ها و عدم رعایت بهداشت گردشگران
۰/۰۶	۱	۰/۰۶	عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده جهت جذب گردشگران در این منطقه
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	نداشتن تبلیغات مناسب جهت شناساندن منطقه گردشگری
۰/۰۸	۱	۰/۰۸	کمبود زیرساخت های شهری و گردشگری، از لحاظ کمی و کیفی
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	عرض کم جاده ها و نقاط حادثه خیز
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	تویوگرافی خشن منطقه
۲/۳۶		۱	جمع کل

عدد ۲/۳۶ بدست آمده از ماتریس عوامل داخلی IFE بیانگر غلبه نقاط ضعف بر نقاط قوت می باشد.

جدول ۷: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی^۲ (EFE)

عوامل تأثیر گذار خارجی			
امتیاز وزنی	امتیاز عامل	وزن	فرصت ها (O)
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۱- بوجود آوردن زمینه شغلی فراوان در ناحیه
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۲- امکان بهره برداری از آب چشمه دیمه
۰/۹	۳	۰/۰۳	۳- امکان مشارکت بخش خصوصی به سرمایه گذاری
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۴- ارتقاء سطح فرهنگی ناحیه و تبادلات اجتماعی بین گردشگران و ساکنان ناحیه
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۵- توجه به هنرهای سنتی و دستی و احیاء آداب و رسوم و حفاظت از جاذبه های گردشگری و کاهش مهاجرت
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۶- همجواری با دو استان پرجمعیت اصفهان و خوزستان و امکان بهره گیری از توانمندی های اقتصادی به ویژه صنعتی
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۷- قرار گیری شهرستان کوهرنگ در منطقه آب و هوایی سرد و مرطوب که مناسب برای گردشگری زمستانی است.
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	۸- داشتن هوای مطبوع و تمیز و قرار نداشتن کارخانجات آلوده کننده هوا در اطراف منطقه
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۹- امکان فراهم نمودن زمینه توسعه واحداث تأسیسات گردشگری و بهره برداری از ظرفیت موجود
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۱۰- توجه و حمایت مسئولان کشور به توسعه روستایی با رویکرد اشتغال زایی و کسب درآمد
تهدیدها (T)			
۰/۱۴	۲	۰/۰۷	۱- عدم شناخت کافی در مورد اهمیت توسعه گردشگری و تأثیر اقتصاد منطقه و توسعه پایدار
۰/۰۷	۱	۰/۰۷	۲- آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم منطقه
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۳- خطرناک بودن مسیرهای اصلی و مسدود شدن آنها به هنگام سرما و یخبندان و عدم وجود امنیت کافی
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۴- ریشه کن کردن و از بین بردن گونه های گیاهی نادر از جمله لاله های واژگون توسط گردشگران
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۵- وجود محدودیت های طبیعی مانند بردودت هوا در اکثر فصول سال
۰/۱۲	۲	۰/۰۶	۶- عدم ارائه تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه خدمات، تجهیزات و تأسیسات گردشگری
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۷- تراکم بیش از حد جمعیتی و شلوغ شدن این منطقه در برخی فصول سال
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۸- عدم تخصیص بودجه های لازم جهت ساماندهی جاذبه های انسانی
۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۹- فقدان طرح و برنامه های توسعه گردشگری مقصد
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۱۰- از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی و کافی نبودن نیروی انسانی آموزش دیده در زمینه گردشگری
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۱۱- ازدیاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگران به منطقه نسبت به قبل
۲/۷۱		۱	جمع کل

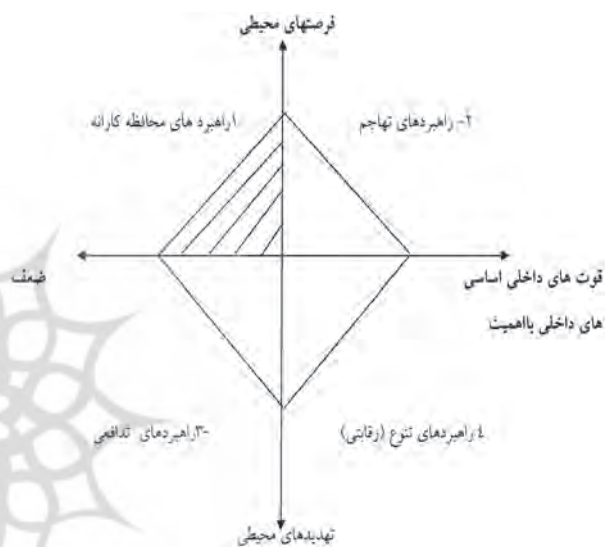


کارانه) قرار دارد. در این ناحیه با وجود فرصت‌های خارجی، سیستم دارای نقاط ضعف درونی است.

راهبرد در این بخش بر این متکی است که با غلبه بر ضعف‌ها بتوان فرصت‌های احتمالی را بالفعل کرد.

تدوین راهبرد به کمک SWOT

پس از شناسایی عوامل محیطی (فرصت‌ها و تهدیدها) و عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) آنها از ماتریس‌های IFE و EFE وارد ماتریس SWOT شده و راهبرد های ترکیبی تعیین می‌شوند.



راهبرد تنوع (ST):

در راهبرد تنوع بخشی که بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، راهکارهای زیر به منظور تأمین پاره‌ای از نیازمندی‌های نواحی توریستی در جهت رفع تهدیدها ارائه می‌شود:

- استفاده از بستر طبیعی منطقه در جهت پیش‌بینی و اجرای سیستم جمع‌آوری دفع زباله و فاضلاب‌های منطقه
- دادن آموزش‌های لازم و تشویق گردشگران در جهت رعایت مسائل زیست محیطی
- بهره‌برداری بهینه و ساماندهی مطلوب منابع آبی با توجه به جنبه‌های طبیعی و زیباشناختی و با هدف جذب توریسم
- ایجاد کمپینگ‌های موقتی در جاذبه‌های توریستی در کل منطقه که در مقاطع زمانی خاص دارای ویژگی‌های گردشگری هستند، مثل دشت لاله
- تنظیم برنامه جهت دادن آموزش‌های لازم به گردشگران منطقه دشت لاله و دیگر گونه‌های منحصر به فرد به نحوی که از تخریب آنها جلوگیری به عمل آید.

- تنظیم برنامه جهت جلوگیری از رها شدن فاضلاب‌های روستایی و ممانعت از ورود آنها به آب‌های سطحی با توجه به پراکنده بودن روستاهای منطقه
- فراهم آوردن زمینه بهره‌برداری از امکانات توریستی کنونی در تمام فصول سال از سرمایه‌گذاری محدود جلوگیری نموده و می‌تواند گردشگر بیشتری را به منطقه هدایت نماید.

راهبرد بازنگری (WO):

در راهبرد بازنگری ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف فرا روی نواحی توریستی منطقه می‌باشد. به این منظور راهکارهای زیر ارائه می‌شود:

- بهره‌برداری بهینه و ساماندهی مطلوب منابع آبی با توجه به جنبه‌های طبیعی و زیبا شناختی و با هدف جذب اکوتوریسم
- استفاده از اعتبارات مالی ارگان‌های دولتی در راستای تجهیز و گسترش عناصر زیر ساختی و روساختی منطقه
- ایجاد بسترهای مناسب برای ارتباط مناسب و راحت‌تر منطقه با محدوده‌های پیرامونی .

راهبرد تهاجمی (SO):

در راهبرد تهاجمی که تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است راهکارهای زیر جهت بهره‌برداری از برتری‌های موجود به منظور توسعه گردشگری در منطقه مطالعه شده ارائه می‌شود:

- بکارگیری مشوق‌ها از طرف دولت جهت جذب بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
- برگزاری مسابقات و ورزش‌های زمستانه در منطقه چلگرد
- اتخاذ تدابیری جهت ایجاد آرامش ذهنی در نزد گردشگران که با استفاده از مناظر آبشار، رودخانه و تونل‌ها و... موجب تمدد اعصاب و بهینه کردن روحیه گردشگران و بازدیدکنندگان از منطقه گردد. در چنین وضعیتی است که می‌توان گردشگران را به منطقه جذب کرد
- طراحی مناسب فضا در جهت ایجاد امکان برقراری ارتباط اجتماعی میان گردشگران
- حفاظت از آداب و سنن و فرهنگ عشایر منطقه به منظور جلب نظر گردشگران
- ایجاد یک شبکه زنجیره‌ای توریستی کار آمد بین اصفهان، چهارمحال و بختیاری، خوزستان به نحوی که بتواند ماندگاری گردشگران را در این مناطق به حداکثر رسانده و خدمات لازم را به موقع به آنها ارائه دهند.



کوه‌رنگ تشخیص داده شدند. برنامه‌ریزی اصولی با اهداف صحیح و سازماندهی فراگیر، تجهیز امکانات، منابع و هدایت و رهبری اصولی و توانمند می‌تواند از آثار با ارزش این منطقه درآمد زیادی را فراهم آورد. بویژه 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 یک کسب درآمد از طریق توریست خواهد بود. منطقه کوه‌رنگ به لحاظ گردشگری پذیر بودن دارای پتانسیل‌های طبیعی فراوانی می‌باشد که تاکنون اقدامات مؤثری در جهت شناسایی و استفاده از آنها صورت نگرفته است و هم چنین با توجه به فراوانی و تنوع جاذبه‌های گردشگری، در صورت توجه مسئولان این جاذبه‌ها می‌توانند گردشگران بسیار زیادی را به منطقه جذب کنند، که این امر به نوبه خود فرصت‌های شغلی زیادی را در منطقه بوجود می‌آورد و از مهاجرت‌های بی‌رویه جلوگیری می‌نماید. در راستای توجه به اهداف توسعه‌ای و خط و مشی‌های ارائه شده پیشنهادهایی در زمینه توسعه گردشگری ارائه شده است:

- فراهم آوردن تشویق‌های لازم برای مشارکت بخش خصوصی در گسترش خدمات فرهنگی، هنری، علمی، پژوهشی، آموزشی، جهت توسعه گردشگری و پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی
- ایجاد، تجهیز و تقویت زیرساخت‌های گردشگری و طبیعت گردی در منطقه‌های نمونه و کانون‌های گردشگری شهرستان و جذب گردشگران از استان‌های خوزستان و اصفهان
- حفظ، احیاء و بهره برداری بهینه از قلمروهای جنگلی و مرعی شهرستان
- افزایش منطقه‌های مدیریت شده زیست محیطی و توسعه گردشگری در مناطق تحت مدیریت با رویکرد گردشگری طبیعت گردی
- توزیع متناسب سرمایه‌گذاری‌ها با توجه به مزیت‌های نسبی و رقابتی و توزیع بهینه امکانات تولیدی و خدماتی با هدف کاهش نابرابری در نقاط مختلف شهرستان
- توسعه همه جانبه شهر چلگرد و برپایی شهرهای نوپای صمصامی، چمن گلی، میهه، دهنو و دشت زرین جهت توسعه گردشگری منطقه
- توسعه روستاهای کانونی در راستای محورهای گردشگری کوه‌رنگ صمصامی و چمن گلی و کوه‌رنگ - خویه
- جبران کمبودهای زیر ساختی گردشگری، فرهنگی و ورزشی
- بهره‌گیری کامل از توانمندی‌های طبیعت گردی و گردشگری شهرستان و جذب گردشگران از شهرها و استان‌های دیگر
- مشارکت دادن افراد بومی و آموزش آنها جهت حفاظت از جاذبه‌های گردشگری و امکانات خدماتی و به وجود آوردن اشتغال‌زایی در منطقه
- کرایه دادن خانه‌های روستایی به عنوان اقامتگاه گردشگران که باعث افزایش طول مدت بازدیدکنندگان و به تبع آن تولید درآمد بیشتر می‌شود.
- تدوین برنامه‌های آموزشی و تربیتی برای افراد شاغل در بخش گردشگری
- برگزاری مسابقات ملی و بین‌المللی و جشنواره‌های زمستانی جهت معرفی پیست اسکی چلگرد
- ایجاد تبلیغات گسترده و مناسب و تهیه و توزیع بروشورهای تبلیغاتی در داخل کشور و کشورهای همسایه برای آشنایی بیشتر گردشگران از امکانات

- طراحی عناصر کالبدی منطقه به صورت فشرده و مترکم در جهت به حداقل رساندن اثرات سرما و گرمای هوا
- تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه‌ها و فرآورده‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب، آلودگی و از بین رفتن منابع
- تشکیل دوره‌های آموزشی خدمات توریستی و آشنا کردن شاغلین این بخش به خدمات نوین گردشگری
- تنظیم استانداردهای توسعه و طراحی خدمات مهمانداری و گردشگری و ایجاد یک سیستم کنترل و نظارت بر کیفیت خدمات واحدهای اقامتی و رستوران‌ها در بخش گردشگری و مهمانداری
- تهیه برنامه‌های آموزشی برای ساکنین مناطق توریستی به نحوی که بتوان فرهنگ‌های صحیح و معقول وارداتی را اشاعه و با تبلیغات لازم از گسترش فرهنگ نامطلوب جلوگیری به عمل آورد
- اتخاذ تصمیم‌هایی که می‌تواند مشارکت بخش خصوصی را در راه اندازی و ایجاد دهکده زمستانی بویژه در چلگرد و دامنه‌های زردکوه جلب نماید.

راهبرد تدافعی (WT):

- در این راهبرد ضمن تأکید بر رفع آسیب‌پذیری ناحیه مطالعه شده راهکارهای زیر ارائه شود:
- مرمت و دوبانده کردن مسیر چلگرد - شهرکرد و حذف نقاط حادثه خیز
 - استفاده حداکثری از اعتبارات دولتی در راستای بهبود خدمات و تأسیسات منطقه
 - حمایت قانونی از سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی و فراهم کردن زمینه جذب آنها
 - برنامه‌ریزی مناسب برای ایجاد تسهیلات
 - بازنگرگی در ساختار تشکیلاتی و مدیریتی بخش توریسم منطقه و اعمال مدیریت کار آمد
 - تلاش برای برقراری ارتباط بیشتر با قطب‌های گردشگری کشور و استفاده از تجارب کارشناسی آنها
 - توسعه و بهسازی شبکه ارتباطی استان به ویژه مسیرهای منتهی به جاذبه‌ها
 - برنامه‌ریزی دقیق جهت شناسایی پتانسیل‌های مختلف گردشگری کوه‌رنگ و مناسب سازی و قابل دسترسی کردن آنها برای گردشگران

نتیجه‌گیری

در برنامه‌ریزی توسعه صنعت گردشگری در هر ناحیه توریستی، شناخت جاذبه‌ها، معرفی آنها به جامعه گردشگری، بررسی امکانات، تأسیسات، تجهیزات و تسهیلات موجود در آن ناحیه، مطالعه و بررسی فرصت‌ها و توان‌های موجود و در نهایت بررسی ابعاد و جنبه‌های گوناگون تأثیرگذار گردشگری بر جامعه میزبان و محیط پذیرای آنان ضروری به نظر می‌رسد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که، وضعیت کنونی گردشگری کوه‌رنگ با قابلیت‌ها و استعدادهای بالقوه‌ی آن تناسبی ندارد. همچنین براساس پژوهش، ناکافی بودن زیرساخت‌ها لازم، ضعف فعالیت‌های تبلیغاتی، ضعف مدیریت گردشگری، مهمترین موانع اساسی بر سر راه توسعه گردشگری شهرستان



و جاذبه‌های گردشگری منطقه

■ بهبود زیرساخت‌های اقامتی و غذاخوری و حمل و نقل در سطح استانداردهای جهانی و متناسب با سلیقه‌های متفاوت و طبقه‌های مختلف اجتماعی
■ نظارت مستمر به وسیله ستاد توسعه گردشگری، بر رعایت نرخ مصوب و بهداشت کلیه اقامتگاه‌ها و مراکز گردشگری

منابع و مأخذ

۱- ارمغان، سیمین (۱۳۸۶)، توریسم و نقش آن در جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلام شهر.

۲- بول، ادريان (۱۳۷۹)، اقتصاد سفر و جهانگردی، ترجمه علی اعظم بیگی، تهران مؤسسه فرهنگی آینده.

۳- بهکیش، محمد (۱۳۸۱)، اقتصاد در ایران در بستر جهانی شدن، تهران، نشر نی.

۴- پاپلی یزدی، محمد حسین، (۱۳۸۵)، مطالعه گردشگری، سازمان مطالعات و تدوین کتب علوم انسانی، (سمت).

۵- تولائی، سیمین (۱۳۸۶)، مروری بر صنعت گردشگری، دانشگاه تربیت معلم.

۶- چاک وای گی (۱۳۷۷)، جهانگردی در چشم‌انداز جامع، ترجمه علی پارسایان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

۷- حکمت‌نیا، حسن (۱۳۸۵) کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، انتشارات علم نوین، تهران.

۸- داس ویل (۱۳۷۹)، مدیریت جهانگردی مبانی راهبردها و آثار، ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم، تهران.

۹- دیوید، فردا، مدیریت استراتژیک، ترجمه علی پارسایان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران ۱۳۷۹.

۱۰- دیبایی، پرویز (۱۳۷۱)، شناخت جهانگردی، انتشارات دانشگاه علامه

۱۱- رضوانی، ع (۱۳۷۹)، جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ هفتم.

۱۲- شیوندی، داود، و همکاران، سیمای محیط زیست در استان چهارمحال و بختیاری، ۱۰۰ ص.

۱۳- ضیائی، م، جغرافیای گردشگری، انتشارات پیام نور، چاپ اول، ۲۰۷ ص.

۱۴- لاند برگ، دانلد (۱۳۸۳)، اقتصاد گردشگری، مترجم محمدرضا فروتن، تهران، شرکت چاپ و نشر بازگانی.

۱۵- لومسدن، لس (۱۳۸۰)، بازاریابی گردشگری، ترجمه محمد ابراهیم گوهریان، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

۱۶- لی، جان (۱۳۷۸)، گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه دکتر عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری و معصومه سادات صالحی امین، تهران، شرکت چاپ و نشر بازگانی وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازگانی.

۱۷- کاظمی، مهدی (۱۳۸۲)، فصلنامه علمی مطالعات جهانگردی، نشر دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.

۱۸- کارگر، بهمن (۱۳۸۶)، توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران، از مفهوم تا راهکار، انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح تهران.

۱۹- محلاتی، صلاح الدین (۱۳۸۰)، درآمدی بر جهانگردی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.

۲۰- نوری، ج و عباسپور، م و مقصدلو کمالی، ب؛ ارزیابی زیست محیطی سیاست‌های استراتژیک توسعه صنعتی ایران با رویکرد تحلیل و عوامل استراتژیک (SWOT)، علوم تکنولوژی محیط زیست، شماره ۲۱ - وضعیت گردشگری ایران در بستر جهانی شدن، مجموعه مقالات همایش، با مشارکت واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی تهران جنوب و رودهن با همکاری گروه اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه.

۲۱- یآوری گهر، فاطمه (۱۳۸۲)، فصلنامه علمی مطالعات جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.

22-Barber, B. R. Jihad vs McWorld(1995) Terrorism's Challenge to Democracy.: NEW WORK:Ballantine

23- Harrison ,D.(1995), "Tourism and less Developed Countries" NewYork:wiley prees .

UNWTO (2007),Sustainable Development of Torism in Desert -

پی نوشت

1-Internal Factor Evaluation(IFE)

2-External Factor Evaluation