

ORIGINAL ARTICLE

Strategic Tourism Planning of Yasouj City Using Meta-Swot Model based on Sustainable Development Approach

Ismail Aliakbari¹, Mohammad Mehdi Hassanzadeh², Bijan Dadras³, Mohsen Saqai⁴

1. Professor, Department of Geography, Payam Noor University, Tehran, Iran.

2. Ph.D. Student in Geography and Urban Planning, Payam Noor University, Tehran, Iran.

3. Assistant Professor, Department of Geography, Payam Noor University, Tehran, Iran.

4. Assistant Professor, Department of Geography, Payam Noor University, Tehran, Iran.

Correspondence

Bijan Dadras

Email: dadras@pnu.ac.ir

How to cite

Aliakbari, I.; Hassanzadeh, M.M.; Dadras, B.; Saqai, M. (2023). Strategic Tourism Planning of Yasouj City Using Meta-Swot Model based on Sustainable Development Approach, Physical Social Planning, 8 (29), 117-131.

ABSTRACT

Considering the great potential of Yasouj city in the tourism industry and its impact on sustainable development, strategic planning of tourism in this city is a necessity. The purpose of the current research is to plan the strategic development of tourism in Yasouj city, to identify the factors of tourism development and to compare it with competing regions based on the sustainable development approach. The research was carried out by descriptive-analytical method and the data was collected by survey. The statistical population includes all experts and executive managers who are proficient in urban planning and sustainable tourism in Yasouj city. A total of 25 research samples were selected using the purposeful sampling method. The Meta-swot model was used to develop strategies for the development of urban tourism in Yasouj, to present objectives, to compare with competitors in the region, and to influence the factors of Yasouj's return. The findings of the research showed that the most important competitor of Yasouj region is Shiraz with a score of 3.2. Also, the most important factor in the sustainable development of tourism in Yasouj is paying attention to environmental issues with Bubble size: 5.36 and preventing the destruction of natural attractions around the city.

KEYWORDS

Strategic Planning, Urban Tourism, Sustainable Development, Meta-Swot, Yasouj.

نشریه علمی

برنامه‌ریزی توسعه کالبدی

«مقاله پژوهشی»

برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری شهر یاسوج با استفاده از مدل متاسوات (Meta-swot) بر اساس رویکرد توسعه پایدار

اسماعیل علی اکبری^۱، محمد مهدی حسن زاده^۲، بیژن دادرسی^{۳*}، محسن سقایی^۴

چکیده

باتوجه به پتانسیل فراوان شهر یاسوج در صنعت گردشگری و تأثیر آن بر توسعه پایدار، برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری در این شهر ضرورت دارد. در همین راستا هدف پژوهش حاضر برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهر یاسوج، شناسایی و عوامل توسعه گردشگری و مقایسه با مناطق رقیب براساس رویکرد توسعه پایدار بوده است. نوع تحقیق در این پژوهش روش توصیفی-تحلیلی و روش گردآوری داده‌ها پیمایشی و همچنین جامعه آماری پژوهش، شامل تمام خبرنگاران، کارشناسان و مدیران اجرایی متخصص مسلط به برنامه‌ریزی شهری و گردشگری پایدار در شهر یاسوج است. نمونه‌های تحقیق با استفاده از روش، نمونه‌گیری هدفمند به تعداد ۲۵ نفر انتخاب شدند. برای تدوین راهبردهای توسعه گردشگری شهری یاسوج، ارائه اهداف، مقایسه با رقبای منطقه و عوامل اثرگذار بر گردشگری شهر یاسوج از مدل Meta-swot استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که مهم‌ترین رقیب منطقه شهر یاسوج، شیراز با امتیاز ۳/۲ است. همچنین مهم‌ترین عامل در توسعه پایدار گردشگری شهر یاسوج توجه به مسائل زیست‌محیطی با (Bubble size: 5/36) و جلوگیری از تخریب جاذبه‌های طبیعی اطراف شهر است.

واژه‌های کلیدی

برنامه‌ریزی راهبردی، گردشگری شهری، توسعه پایدار، متاسوات، یاسوج.

۱. استاد گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
۲. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
۳. استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران.
۴. استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران.

نویسنده مسئول:

بیژن دادرسی

رایانامه: dadras@pnu.ac.ir

استناد به این مقاله:

علی اکبری، اسماعیل؛ حسن‌زاده، محمد مهدی؛ دادرسی، بیژن؛ سقایی، محسن (۱۴۰۲). برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری شهر یاسوج با استفاده از مدل متاسوات (Meta-swot) براساس رویکرد توسعه پایدار، فصلنامه علمی برنامه‌ریزی توسعه کالبدی، ۸ (۲۹)، ۱۱۷-۱۳۱.

مقدمه

امروزه گردشگری به‌عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی دنیا، جایگاه ویژه‌ای در عرصه‌های اقتصادی- فرهنگی- اجتماعی و سیاسی به خود اختصاص داده است. صنعت گردشگری با ۲۰۰ میلیون شاغل (۸ درصد کل اشتغال دنیا) و گردش مالی سالانه در حدود ۵/۴ تریلیون دلار، به بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت دنیا تبدیل شده، به طوری که در بیش از ۱۵۰ کشور، گردشگری یکی از پنج منبع مهم کسب ارز خارجی است و در ۶۰ کشور رتبه اول را به خود اختصاص داده است. تعداد کل گردشگران از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۷۶۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۴ افزایش یافته و پیش‌بینی می‌شود که این تعداد در سال ۲۰۲۰ به ۱/۵۶ میلیارد نفر برسد. نرخ رشد سالانه گردشگری در دهه ۱۹۹۰ سالانه ۷ درصد و در سال ۲۰۰۴ به بیش از ۱۰ درصد رسیده است (UNWTO, 2001: 14).

سازمان جهانی گردشگری «UNWTO» مفهوم گردشگری را برای افرادی به کار می‌برد که مکانی را به مدت بیش از ۲۴ ساعت و کمتر از یک سال به قصد بازدید و تفریح ترک می‌کنند، به‌جز آن‌هایی که هنگام بازدید پولی را به دست می‌آورند (WTO, 1998: 40).

در بعد جغرافیایی، گردشگری زمانی از فعالیت گذراندن اوقات فراغت یا تفریح تعریف می‌شود که مستلزم غیبت شبانه از مکان مسکونی عادی است (Carlsen et al, 2001: 43). مهمترین انگیزه‌های عملکرد گردشگری شهری شامل دیدار دوستان و خویشاوندان، حضور در نمایشگاه‌ها و کنفرانس‌ها، بازدید از میراث تاریخی- فرهنگی، سفرهای مذهبی (زیارت)، شرکت حضوری در مراسم، مسایل درمانی- بهداشتی، خریدهای تفریحی، ورزشی، آموزشی، سفرهای روزانه و اداری، دلایل شخصی، تجاری و بازرگانی (Hal, 2001: 18) است.

گردشگری علاوه بر حفظ ارزش‌های زیست‌محیطی منطقه در وضعیت موجود و آینده، زمینه را برای توسعه و شکوفایی سکونتگاه‌های شهری و روستایی فراهم کند. در واقع اصول گردشگری پایدار به حفاظت از محیط زیست، ارتقای معیشت و ارزش‌های جوامع محلی، حفاظت از فرهنگ بومی و میراث معنوی و زنده نگه داشتن هنرهای سنتی و صنایع دستی اهمیت ویژه‌ای می‌دهد (Wallace, 1996: 844).

امروزه گردشگری و به‌تبع آن فعالیت طبیعت گردی، ۲/۵ برابر اوپک درآمد سالانه دارد (Grilli, 2021: 2) به‌طوری که حجم پولی که از سوی گردشگران جابجا می‌شود، طی یک سال حدود ۲/۵ برابر درآمد اوپک است و طبق آمار موجود

حجم پولی که جابجا می‌شود، حدود ۲/۵ برابر درآمد سالانه کشورهای عضو اوپک از محل فروش نفت است. در این میان شورای جهانی گردشگری به همراه گروه اقتصادی آکسفورد در آخرین بررسی‌های سالانه خود نشان دادند که در سال ۲۰۲۰، درآمد بازار مسافرت و گردشگری جهان با رشد ۳/۵ درصدی همراه بوده است (Font, 2021: 15). به‌طوری که طی پنج سال گذشته، یک چهارم از مشاغل جدید در جهان توسط بازار گردشگری ایجاد شده است (Croes, 2020: 8). امروزه با توجه درآمذزایی بسیار بالا از فعالیت‌های گردشگری و طبیعت‌گردی در دنیا به‌عنوان یکی از سه صنعت پر درآمد جهان شناخته شده است (Grilli et al, 2021: 2). حال آنکه امروزه شهرها با بهره‌مندی از انواع جاذبه‌ها و رویدادها و همجواری با یک سری جاذبه‌های پیرامونی امکان تبدیل به یک مقصد گردشگر پذیر را دارا هستند (اقلیدی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱). این موضوعات ضرورت توجه به صنعت گردشگری را جهت رساندن شهرها به توسعه پایدار را دو چندان می‌کند. صنعت گردشگری را شاید بتوان یگانه راه رسیدن به توسعه پایدار شهرهای و مناطق با پتانسیل گردشگری دانست. صنعتی که سه رکن اصلی توسعه پایدار یعنی اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی را به نحو شایسته‌ای پوشش می‌دهد (Moons, 2020: 15). به‌طوری که فعالیت گردشگری، اگر به‌طور مطلوب برنامه‌ریزی شده باشد، می‌تواند ضمن حفاظت و مدیریت بهینه طبیعت، منفعت‌های اضافی برای جوامع بومی و اقتصاد محلی به همراه داشته باشد (Teymori et al, 2019: 34) و همچنین باعث ایجاد و رونق سرمایه‌گذاری‌های کلان برای جوامع بومی در مناطق شود (حکمت نیا و همکاران، ۱۳۹۹: ۱). با شروع صنعتی شدن جوامع بشری، مکتب‌های جدید علوم شهری بر این باور بودند که بر مبنای حرکت سریع تغییر و تحولات، شهرها را باید از دیدگاه مهندسی محض و تقدم ماشین بر انسان برنامه‌ریزی و طراحی نمود. این رویکرد در جوامع شهری به ازهم گسیختگی هویت فرهنگی- تاریخی و موجب از بین رفتن المان‌های شاخص انسانی و طبیعی شهرها شد. در نتیجه این اعمال آلودگی شدید زیست‌محیطی شهرها را فرا گرفت و شهروندان به انواع بیماری‌های روحی، روانی و جسمانی مبتلا شدند. از اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی جرقه‌های فکری در بین دانشمندان حوزه شهری به وجود آمد و اولین نظریه‌ها جهت اصلاح این روند ارائه گردید. بر این اساس می‌توان گفت عصر طرح‌های جامع و تفصیلی که بدون در نظر گرفتن شاخص‌های انسانی و طبیعی تنها به دنبال گسترش

منجر شود. لذا این پژوهش در نظر دارد تا ضمن حفاظت از جاذبه‌های طبیعی و انسانی بتواند اقتصاد این شهر را به توسعه پایدار برساند. شهر یاسوج در جنوب غرب ایران با عنوان پایتخت طبیعت بیشترین جاذبه‌های گردشگری طبیعی و انسانی در این منطقه از کشور است و با روند جهانی شدن گردشگری شهری باید تمامی برنامه‌های توسعه این شهر را بر مبنای توسعه پایدار گردشگری منطبق نماییم. این شهر دارای جاذبه‌ها و ظرفیت‌های طبیعی همچون غارها، تالاب‌ها، چشمه‌ها، آبشارهای زیبا، جنگل‌ها و کوه‌ها، پتانسیل و استعداد بسیار بالای در زمینه جذب گردشگر دارد. به طوری که بهبود و توسعه صنعت گردشگری در شهر یاسوج می‌تواند تأثیر شگرفی در جذب گردشگران ایفا نماید و این حوزه در منطقه خاورمیانه به یکی از مراکز گردشگری تبدیل باعث افزایش درآمد ارزی برای کشور و توسعه استان شود. با وجود قابلیت‌ها و پتانسیل‌های موجود صنعت گردشگری در شهر یاسوج متأسفانه در برنامه‌ریزی و طراحی طرح‌های شهری به این صنعت پاک و متضمن آینده شهرها توجه نشده و این را می‌توان در منظر شهرها مبلمان شهری، میدان‌ها، پیاده‌روها، مسیره‌های دوچرخه سواری، کاربری فرهنگی و فضای سبز شهری، پارک‌ها، سرویس‌های بهداشتی، موزه‌ها، سواحل، رودخانه‌ها، کیوسک‌های مطبوعات، بازار و بازارچه‌های سنتی، امامزاده‌ها و اماکن تاریخی مشاهده نمود.

بنابر آنچه مطرح شد و با توجه به استفاده از مدل متاسوات لذا سوالات ذیل جهت انجام پژوهش طراحی شده‌اند:

- ۱- شهر یاسوج دارای چه پتانسیل‌ها و ویژگی‌های خاص در زمینه گردشگری شهری است؟
- ۲- مهم‌ترین شهرهای رقیب در ابعاد منطقه و ملی برای شهر یاسوج کدام شهرها می‌باشند؟
- ۳- کدام ویژگی و جاذبه‌های خاص گردشگری شهری یاسوج را از رقبای در سطح ملی و منطقه متمایز می‌نماید؟
- ۴- مهم‌ترین عوامل خارجی موثر بر توسعه گردشگری پایدار شهری یاسوج کدام عامل است؟
- ۵- مطلوب‌ترین راهبرد توسعه پایدار گردشگری یاسوج کدام است؟ بر همین اساس هدف کلی پژوهش، برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری شهر یاسوج با استفاده از مدل متاسوات براساس رویکرد توسعه پایدار است.

در ادامه شناخت و تحلیل پیشینه تحقیق ضروری است. بر این اساس موسی پژوهان و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری شهری با رویکرد

زندگی ماشینی بودند به اتمام رسیده و متخصصین برنامه‌ریزی شهری به دنبال ایده‌ای هستند که با استفاده از شاخص‌های هویت‌ساز و غنی گذشته، راهکاری جهت ارتقای کیفیت زندگی، حفظ زیبایی‌های طبیعی، انسانی شهرها و در کنار آن به توسعه اقتصاد شهری جوامع برسند. صنعت گردشگری را شاید بتوان یگانه راه رسیدن به توسعه پایدار شهرهای و مناطق با پتانسیل گردشگری دانست. متأسفانه در برنامه‌ریزی و طراحی طرح‌های شهری به این صنعت پاک و متضمن آینده شهرها توجه نشده و این را می‌توان در سیما و منظر شهرها مبلمان شهری میدان‌ها، پیاده‌روها، مسیره‌های دوچرخه سواری، کاربری‌های فرهنگی، فضای سبز شهری، پارک‌ها، سرویس‌های بهداشتی، موزه‌ها، ساحل‌ها، رودخانه‌ها، کیوسک‌های مطبوعات، بازار و بازارچه‌های سنتی، امامزاده‌ها و اماکن تاریخی مشاهده نمود. بر این اساس توسعه صنعت گردشگری که اقتصاددانان آن را سومین پدیده اقتصادی پویا و رو به رشد پس از صنعت نفت و خودروسازی می‌دانند. به‌عنوان نیاز اساسی کشور مطرح می‌شود. با توجه به انقلاب دیجیتال، گسترش حمل و نقل و توسعه اقتصادی در جوامع انسانی، صنعت گردشگری تبدیل به یکی از صنایع پیشرو به منظور توسعه پایدار در جوامع بشری تبدیل شده است. توسعه پایدار ناشی از صنعت گردشگری باعث ایجاد ثروت، اشتغال و رفاه در شهرهای جهان و خاورمیانه شده به طور مثال شهر دبی در همسایگی جنوب ایران چندین برابر کشور پهناور ایران قادر به جذب توریست و سرمایه طی ۲ دهه اخیر شده که بر اساس آمارهای سازمان جهانی گردشگری ایران از لحاظ تعداد آثار میراث فرهنگی ثبت شده جهانی جز ۱۰ کشور اول دنیا، جاذبه‌های طبیعی رتبه پنجم و تنوع صنایع دستی رتبه سوم دنیا را دارا است و این امر ضرورت برنامه‌ریزی را جهت توسعه صنعت گردشگری در کشور ایران را بیشتر می‌کند.

شاید بتوان استان کهگیلویه و بویراحمد را رویای سرزمین چهار فصل نام نهاد که هر گوشه و بخش آن جلوه‌ای از هنرنمایی هنرمند زیبای آفرینش است. شهر یاسوج در جنوب غرب ایران بیشترین جاذبه‌های گردشگری طبیعی و انسانی را در این منطقه از کشور دارد و با روند جهانی شدن گردشگری شهری باید تمامی برنامه‌های توسعه این شهر را بر مبنای توسعه پایدار گردشگری منطبق نماییم. متأسفانه به دلیل وجود عدم وجود استراتژی توسعه شهری در شهر یاسوج شاهد از بین رفتن جاذبه‌های طبیعی و میراث فرهنگی در این شهر هستیم که این امر می‌تواند به ناپایداری و عدم زیست‌پذیری این شهر

آلمان تا سال ۲۰۳۰، به این نتیجه رسیده است که جهت توسعه طبیعت‌گردی در مناطق گردشگری آبگرم آلمان نیاز به عوامل مورد توجه در تنظیم سناریوهای گردشگری آلمان از جمله بهبود شرایط اقتصادی، قوانین جدید اشتغال و مقررات دولت، شکل‌گیری طبقه‌ی متوسط، سیستم‌های بیمه‌ی اجتماعی است. مانوئل و همکاران (۲۰۱۷)، در پژوهشی با عنوان نگرش ساکنان و اتخاذ رفتارهای طرفدار گردشگری در جزایر کیپ ورد به این نتیجه رسیدند که بین رفتار استقبال ساکنان از گردشگران و رفتارهای گردشگران رابطه معناداری وجود دارد؛ و برای رسیدن به منافع شخصی و اقتصادی در بحث گردشگری، نیازمند شناخت رفتارهای گردشگران و ساکنان مقصد گردشگری است.

آنوار و همکاران (۲۰۲۰)، در پژوهشی با عنوان بررسی آینده گردشگری در سال ۲۰۲۰ و فراتر از آن به این نتیجه رسیدند که، در آینده، صنعت گردشگری جهانی احتمالاً تحت تأثیر پنج عامل کلیدی، انسانی، جغرافیایی، اقتصادی، فناوری و محیط‌زیست قرار خواهد گرفت. این عوامل به احتمال زیاد باعث می‌شود مدیران برای یافتن راه‌های جدید برای حفظ موقعیت خود در بازارهای جهانی استراتژی‌های مختلفی را در پیش بگیرند. هدف قرار دادن گردشگران آینده، شامل مجموعه‌ای از رویکردهای واکنش‌پذیر در میان طیف وسیعی از بازارها، سطوح بازار و محلات از جمله این استراتژی‌ها است. بسیاری از تغییرات ایجاد شده توسط فناوری‌های جدید هدایت می‌شوند که دوران گردشگری مجازی را معرفی می‌کند. بدین ترتیب صنعت گردشگری به لحاظ برنامه‌ریزی، نیاز به تحلیل، ادغام ایده‌ها و فناوری‌های نوظهور و استفاده از استراتژی‌های مختلف بازاریابی برای ارائه‌ی گزینه‌های جدید کسب و کار دارد.

داده‌ها و روش کار

روش این پژوهش توصیفی-تحلیلی و هدف آن کاربردی است. در این تحقیق برای شناخت ادبیات پژوهش و مرور تحقیقات پیشین از روش کتابخانه و اسنادی استفاده شده است. برای این منظور تمامی طرح‌ها و پژوهش‌هایی حوزه گردشگری شهری یاسوج مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه آماری این تحقیق ۲۵ نفر از مدیران اجرایی گردشگری، استادان دانشگاه، و پژوهشگران حوزه گردشگری شهر یاسوج هستند که اطلاعات میدانی به روش پیمایشی (مصاحبه و پرسشنامه) جمع‌آوری گردید.

بازآفرینی فرهنگ مینا در بافت تاریخی شهر رشت به این نتیجه رسیدند که بافت قدیم شهر رشت با وجود دارا بودن منابع فرهنگی درون خود، به دلیل ضعف زیرساخت‌های گردشگری فرهنگی و عدم خلاقیت در کاربست فرهنگ و هنر در فرایند بازآفرینی فرهنگ مینا نتوانسته از این منابع محلی بهره‌جوید.

عظمی و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان توسعه طبیعت‌گردی پایدار بر اساس رویکرد منظر اکولوژی ارک جنگلی نور، به بررسی راهبرد طبیعت‌گردی در پارک جنگلی نور پرداختند. نتایج این پژوهش، نشان داد که تدوین نقشه راهبردی بر اساس اصول پایداری برای اکو پارک‌های جنگلی پایه چهار اصل کلی حفاظت، توسعه، آموزش، فرهنگ و دو عنوان فرعی توالی و مشارکت استوار است.

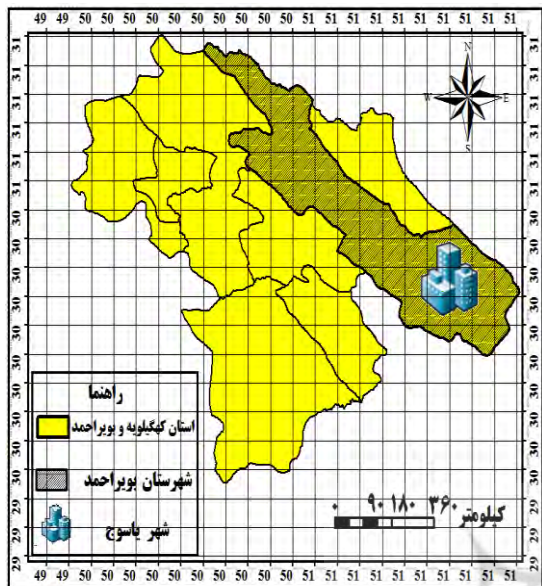
یزدان‌شناس و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان تحلیل راهبردی توسعه گردشگری رود دره‌های منطقه یاسوج به این نتیجه رسیدند که راهبردهای توسعه مطلوب گردشگری رود دره‌های یاسوج در بخش راهبردهای تدافعی قرار می‌گیرد که البته این نوع راهبردها مبتنی بر ترکیب نقاط ضعف و تهدیدها است.

ده‌زاده و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان تعیین پیشران‌های کلیدی موثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی شهرستان‌های استان مازندران به این نتیجه رسیدند که از میان پیشران‌های مورد بررسی، متغیرهای بخش زیرساختی و خدماتی بیشترین تأثیر را بر توسعه طبیعت‌گردی مناطق مورد مطالعه و عوامل طبیعی کمترین درجه تأثیرگذاری را به خود اختصاص دادند.

صفر قائدرحمتی و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه خود با عنوان نقش تکنیک SWOT – Meta در برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری شهر یزد به این نتیجه رسیدند که مهم‌ترین عامل در راستای توسعه گردشگری شهر یزد ثبات سیاسی است.

نعمت شاکرمی و همکاران در مقاله با عنوان برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری استان کردستان به این نتیجه رسیده‌اند مهم‌ترین رقبای منطقه استان کردستان استان‌های کرمانشاه و همدان هستند و مدیریت کلان کشور، سیاست‌های خارجی دولت. مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر گردشگری کرمانشاه است. ولف (۲۰۱۷)، در پژوهشی با عنوان گردشگری آب گرم در

شهر ۱۳۴۵۳۲ برآورد شده (شهرداری یاسوج، ۱۳۹۸) که از نظر سلسله مراتبی کارکردی دارای رتبه اول خدماتی و جمعیتی استان است.



شکل ۲. موقعیت شهر یاسوج در استان کهگیلویه و بویراحمد

شرح و تفسیر نتایج

شناخت عوامل مؤثر بر برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری

پایدارشهر یاسوج با استفاده از مدل Meta-SWOT

به طور کلی جهت جمع‌بندی ادبیات و استخراج پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری پایدار شهر یاسوج، شناسایی و طبقه‌بندی اهداف برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهر یاسوج با رویکرد توسعه پایدار گردشگری گام اول در این نوع برنامه‌ریزی می‌باشد. در ابتدا برای شناسایی مهم‌ترین پیشران‌های مؤثر و محتمل در توسعه صنعت گردشگری پایدار شهر یاسوج، در مرحله اول، جهت استخراج شاخص‌های مقدماتی جهت توسعه صنعت گردشگری پایدار شهر یاسوج، از روش طوفان فکری یا به عبارت دیگر مصاحبه با کارشناسان، خبرگان و مدیران اجرایی استان در حوزه گردشگری شهری و روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد.

مرحله اول: تعیین اهداف

در گام اول برای برنامه‌ریزی در مدل و نرم افزار متاسوات در قسمت Strategic Planning برای توسعه گردشگری

ایزار اصلی تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات پژوهش، مدل و نرم‌افزار متاسوات^۱ است. نرم‌افزار فوق تاکنون در حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی به صورت گسترده استفاده نشده است و بهره‌گیری از آن می‌تواند به روند برنامه‌ریزی راهبردی در حوزه گردشگری شهری به متخصصین و پژوهشگران کمک شایانی نماید.

روش Meta-SWOT مدل جدیدی در برنامه‌ریزی راهبردی و به نوعی نمونه تکامل یافته از تکنیک SWOT است. این مدل راهبردی نخستین بار توسط گروه سه نفره متشکل از آگروال، استادیار علوم یارانه نوربرت کالج آمریکا و دو تن از همکاران ایشان در دپارتمان مدیریت بازرگانی همان دانشگاه در سال ۲۰۱۲ معرفی شد. مقاله ایشان نخستین کار پژوهشی منتشر شده در جهان است (صفر قائد رحمتی و همکاران، ۱۳۹۴). مدل فوق بر خلاف مدل سوات که مدل قدیمی‌تر برنامه‌ریزی راهبردی است توانایی این را دارد که بتواند شهر یا منطقه مورد نظر را با رقبای منطقه خود بر اساس اهداف و نقاط ضعف مقایسه نماید و در نهایت راهبردهای مناسب را جهت توسعه پایدار گردشگری ارائه نماید. در این ارتباط، شاخص‌های پژوهش که مهم‌ترین اهداف و بازیگران کلیدی مؤثر و محتمل بر توسعه صنعت گردشگری پایدار شهر یاسوج بودند، از طریق تحلیل هنجاری اکتشافی و روش دلفی شناسایی و طبقه‌بندی شدند. جامعه آماری پژوهش، شامل تمام خبرگان، کارشناسان و مدیران اجرایی متخصص مسلط به برنامه‌ریزی شهری و گردشگری پایدار در شهر یاسوج است. نمونه‌های تحقیق با استفاده از روش، نمونه‌گیری هدفمند به تعداد ۲۵ نفر انتخاب شدند. در همه مراحل از متخصصین و کارشناسان نظر خواهی به عمل آمده تا در نهایت راهبردهای توسعه پایدار گردشگری شهر یاسوج تدوین شود. بدین ترتیب در مرحله اول اهداف اصلی با مطالعه اسناد فرادست و رایزنی با نظر کارشناسان انتخاب و سپس اهداف بر اساس اهمیت به صورت اولویت بالا، اولویت متوسط و اولویت پایین تقسیم بندی شده است.

یاسوج یکی از شهرهای جنوبی ایران و مرکز استان کهگیلویه و بویراحمد است. شهر یاسوج در موقع جغرافیایی ۳۰ درجه و ۲۸ دقیقه عرض شمالی و ۵۱ درجه و ۳۶ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ قرار گرفته و مساحت آن برابر با ۱۸۰۱ هکتار است. بر اساس سرشماری، ۱۳۹۵ جمعیت این

۱. Meta-swot

بویراحمند و شهر یاسوج در نظر گرفته شده است.
۲- در طرح‌های انجام شده مانند طرح جامع گردشگری، طرح آمایش سرزمین و طرح جامع شهر یاسوج به مقایسه گردشگری شهر یاسوج و مقایسه به رقبای منطقه و ملی آن پرداخته نشده است.

مرحله دوم: مشخصات اهداف اولیه

مشخصات اهداف اولیه مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری شهر یاسوج در جدول ۱ ارائه شده است.

شهر یاسوج براساس رویکرد توسعه پایدار اهداف سازمانی تعیین گردید.

سپس با استفاده از طرح‌های بالادستی مانند طرح آمایش سرزمین، طرح جامع شهر یاسوج و طرح جامع گردشگری و نظرخواهی از خبرگان اقدام به تعیین اهداف گردید که ۱۴ هدف برای توسعه پایدار شهر یاسوج به شرح ذیل تعیین و وارد نرم‌افزار شد.

دلایل انتخاب اهداف تعیین شده:

۱- در طرح آمایش سرزمین استان کهگیلویه و بویراحمد و شهرستان بویراحمد گردشگری به‌عنوان محور توسعه شهرستان

جدول ۱. مشخصات اهداف اولیه مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری شهر یاسوج و اولویت آن‌ها

اهداف	درجه اولویت
توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	اولویت بالا
رشد ۳ برابری گردشگران در افق طرح (داخلی)	اولویت متوسط
رشد ۲ برابری گردشگران خارجی در افق طرح	اولویت بالا
توسعه پایدار گردشگری شهری یاسوج	اولویت بالا
حفظ باغات و جاذبه‌های طبیعی	اولویت بالا
هم‌افزایی نهادهای سازمان‌های مرتبط با گردشگری	اولویت پایین
توسعه زیرساخت و راه‌های ارتباطی	اولویت پایین
توسعه گردشگری آب و حاشیه رودخانه‌های شهر یاسوج	اولویت بالا
افزایش بودجه در حوزه گردشگری	اولویت متوسط
توسعه بازارچه‌های صنایع دستی	اولویت پایین
حفظ فرهنگ عشایری و سنتی مردم	اولویت متوسط
افزایش تبلیغات در سطح ملی و بین‌المللی	اولویت متوسط
تدوین سند توسعه گردشگری شهر یاسوج	اولویت بالا
بالا بردن امنیت گردشگران در شهر یاسوج	اولویت پایین

جدول ۲، پتانسیل‌ها و عوامل کلیدی توسعه گردشگری شهری یاسوج را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، داشتن جاذبه‌های طبیعی، کوهستان، رودخانه دارای بیشترین وزن و سیما و منظر شهری، بازارچه‌های صنایع دستی پایین‌ترین وزن را دارند.

مرحله سوم: شناسایی پتانسیل‌ها و عوامل کلیدی توسعه گردشگری شهری یاسوج و وزن‌بندی آنها

پس از شناسایی و اولویت‌بندی اهداف، پتانسیل‌ها و عوامل کلیدی که می‌توانند شهر یاسوج را به توسعه پایدار گردشگری برسانند شناسایی و با استفاده از روش دلفی وزن دهی شد.

جدول ۲. وزن دهی پتانسیل‌ها و عوامل کلیدی توسعه گردشگری شهری یاسوج

CRITICAL SUCCESS FACTORS	
Identification Which resources and capabilities are required to be successful in our line of business (industry)?	Weighting How important are these in comparison to each other?
داشتن جاذبه طبیعت گردی کوهستان، رودخانه	28 %
سرمايه گذاري بخش خصوصي	8 %
دارا بودن برند گردشگری	5 %
موقعیت خاص جغرافیایی	9 %
توسعه پایدار و طرح آمایش سرزمین توسط دولت و مردم	4 %
امنیت	11 %
سوج و اسکان عشایر ایل بویراحمد در اطراف شهر یاسوج	9 %
وجود دانشگاه‌های استان	5 %
حفظ باغات، کشتزارها و محیط زیست	10 %
حضور طبیعت خلاق	5 %
سیما و منظر شهری، بازارچه های صنایع دستی	6 %
Total 100	

گام چهارم: شناسایی ابعاد رقابتی، رقبا و مشخص نمودن و اخذ اندازه‌گیری

هستند. پارامترهای رقابت و نیز شهرهای رقیب در حوزه گردشگری در پنج سطح خیلی بالا، بالا، متوسط، پایین و خیلی پایین مورد مقایسه قرار گرفت. جدول ۳ متغیرهای رقابتی شهر یاسوج با شهرهای رقیب را نشان می‌دهد.

در این مرحله با توجه به محتوای طرح‌های بالادست و بررسی‌های کارشناسان شهرهای شیراز، بوشهر، اهواز، گچساران و نورآباد به عنوان رقبای شهر یاسوج در حوزه گردشگری شهری.

جدول ۳. متغیرهای رقابتی شهر یاسوج با شهرهای رقیب

IDENTIFICATION OF COMPETITIVE DIMENSIONS	
Identify two dimensions that differentiate these resources and capabilities. Be combined. In our industry we primarily compete on _____ and _____	
ورودی گردشگر داخلی و خارجی	
توسعه پایدار گردشگری شهری	
How do you measure size ... ?	
رشد تعداد گردشگران در سال های گذشته	
Non-Integer Number (Please enter a decimal value between 1 and 5)	
<input type="checkbox"/>	
IDENTIFICATION OF COMPETITORS	BUSINESS SIZE RELATIVE TO COMPETITORS
List the major competitors your organization will face:	How do we compare with our competitors on _____?
شیراز	Much Smaller
اهواز	About the Same
بوشهر	Larger
یزد	About the Same
گچساران	Larger
نورآباد	Much Larger

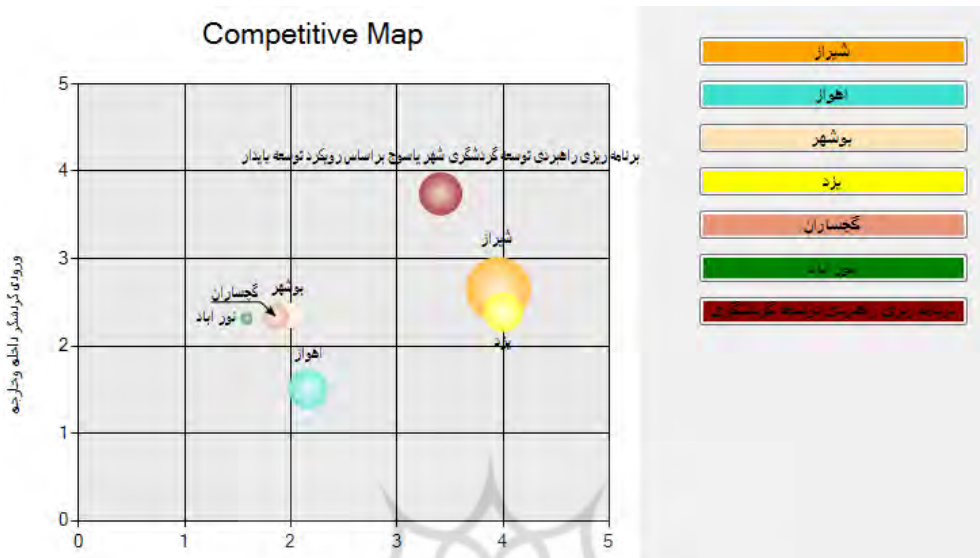
گام پنجم: مقایسه رقابتی شهر یاسوج با شهرهای رقیب و نقشه رقابتی

با شهرهای رقیب نقشه رقابتی ترسیم شد. مقایسه شهر یاسوج با شهرهای رقیب از نظر عوامل موثر بر توسعه پایدار گردشگری را نشان می‌دهد.

در این مرحله با توجه به پتانسیل‌ها و فاکتورهای شناسایی شده برای توسعه پایدار گردشگری شهر یاسوج و ابعاد رقابتی

بوشهر گچساران نورآباد و اهواز وضعیت مناسب تری دارد، اما نسبت به شهرهای شیراز و یزد ضعیف تر است. در زمینه توسعه پایدار گردشگری وضعیت به همین صورت می‌باشد.

شکل ۱، نقشه رقابتی سیستم گردشگری شهر یاسوج با شهرهای رقیب را نشان می‌دهد که گردشگران ورودی (مجموع داخلی و خارجی) شهر یاسوج نسبت به شهرهای



شکل ۱. نقشه رقابتی سیستم گردشگری شهر یاسوج با شهرهای رقیب

جدول ۵، مزیت رقابتی هر یک از شهرهای رقیب را جداگانه بر اساس ابعاد رقابتی و به صورت جمع کل امتیازات نشان داده شده است. همانطور که ملاحظه می‌شود یافته‌های پژوهش نشان داد که از نظر تعداد گردشگران ورودی شهر شیراز با وزن ۳، ۲ وضعیت بهتری نسبت به شهر یاسوج دارد و

اصلی‌ترین رقیب شهر یاسوج می‌باشد. بعد از شیراز یزد و بوشهر نزدیک‌ترین رقیب شهر یاسوج است. در بعد توسعه پایدار گردشگری شهرهای شیراز و یزد بزرگ‌ترین رقیب برای شهر یاسوج محسوب می‌شوند.

جدول ۵. وزن مزیت رقابتی هر یک از شهرهای رقیب در حوزه توسعه پایدار گردشگری

COMPARISON WITH COMPETITORS						
How do we compare with competitors on the following resources and capabilities? We are ...						
	شیراز	اهواز	بوشهر	یزد	گچساران	نورآباد
داشتن جاذبه طبیعت کبری ... کوهستان، رودخانه	Superior	Much Superior	Superior	Much Superior	Superior	Superior
سرمایه گذاری بخش خصوصی	Much Inferior	About Equal	About Equal	Inferior	Superior	Much Superior
دارا بودن برند گردشگری	Much Inferior	Superior	Superior	Inferior	Much Superior	Much Superior
موقعیت خاص جغرافیایی	About Equal	Superior	Much Superior	Inferior	About Equal	Superior
در اولویت قرار گرفتن توسعه پایدار و طرح آمایش سرزمین توسط امنیت	Inferior	Superior	About Equal	Much Inferior	Superior	Much Superior
وجود فرهنگ روستایی و عشایری بین مردم شهر یاسوج و اسکان	About Equal	Much Superior	Superior	Inferior	Superior	Superior
وجود دانشگاه‌های استان	Much Superior	Superior	Superior	Superior	About Equal	Inferior
حفظ باغات، کشتزارها و محیط زیست	Much Inferior	Inferior	Superior	Inferior	Much Superior	Much Superior
حضور طبیعت خلایق	Inferior	Superior	About Equal	Inferior	About Equal	About Equal
حضور طبیعت خلایق	Inferior	Superior	Superior	Inferior	Much Superior	Superior
سیما و منظر شهری، بازارچه های صنایع دستی	Much Inferior	Superior	About Equal	Much Inferior	Superior	Much Superior

نتایج تحلیلی پیش‌ران‌های مؤثر نشان داد که متغیرهای رابط یا پیوندی از وابستگی بالا و قدرت هدایتی بالا برخوردارند. به عبارتی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری این معیارها بسیار بالاست و هر تغییر کوچکی بر روی این متغیرها باعث تغییرات اساسی در سیستم می‌شود.

جدول ۶ نتایج ارزیابی منابع و قابلیت‌ها بر اساس تئوری مبتنی بر منابع را نشان می‌دهد، همان‌گونه که ملاحظه می‌شود.

گام ششم: ارزیابی منابع و قابلیت‌ها بر اساس تئوری مبتنی بر منابع

در این گام بر اساس تئوری مبتنی بر منابع و قابلیت‌ها بر اساس کمیایی، تغییرناپذیری و غیر قابل جایگزینی در یک طیف پنج تایی (خیلی موافق موافقم و مخالف خیلی مخالفم) مورد سنجش قرار می‌گیرد. معیار با ارزش بودن در این مرحله مورد ارزیابی قرار نمی‌گیرد. زیرا زمانی با ارزش بودن منابع و قابلیت‌ها را می‌توان سنجید که در مقام مقایسه با عوامل خارجی قرار گیرند.

جدول ۶. نتایج ارزیابی منابع و قابلیت‌ها بر اساس تئوری مبتنی بر منابع

COMPETITIVE ADVANTAGE								
	ورودی گردشگر داخلی		پایدار گردشگری		Sum توسعه		Rank	
	Absolute	Normalized	Absolute	Normalized	Absolute	Normalized	Absolute	Normalized
شیراز	3.953489	1.526946	2.649123	1.173575	6.602612	2.700521	6	6
اهواز	2.162791	0.8353294	1.508772	0.6683937	3.671563	1.503723	1	1
بوشهر	1.976744	0.763473	2.350878	1.041451	4.327622	1.804924	4	4
یزد	4	1.54491	2.385965	1.056995	6.385965	2.601905	5	5
گچساران	1.860465	0.7185629	2.333333	1.033679	4.193799	1.752242	3	3
نورآباد	1.581395	0.6107785	2.315789	1.025907	3.897185	1.636685	2	2
*								

پایدار گردشگری شهر یاسوج پرداخته شد. جدول ۷، عامل‌های کلان برتر با بیشترین میزان اثرگذاری بر بهبود و توسعه صنعت گردشگری پایدار شهر یاسوج را نشان می‌دهد. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود.

گام هفتم: تحلیل پستل‌شناسایی عوامل کلان در این گام به شناسایی فاکتورهای و عامل‌های کلان خارج از سیستم از قبیل سیاسی، اقتصادی، فرهنگی اجتماعی، تکنولوژیکی، بوم‌شناسی و قانونی (پستل) موثر فضای توسعه

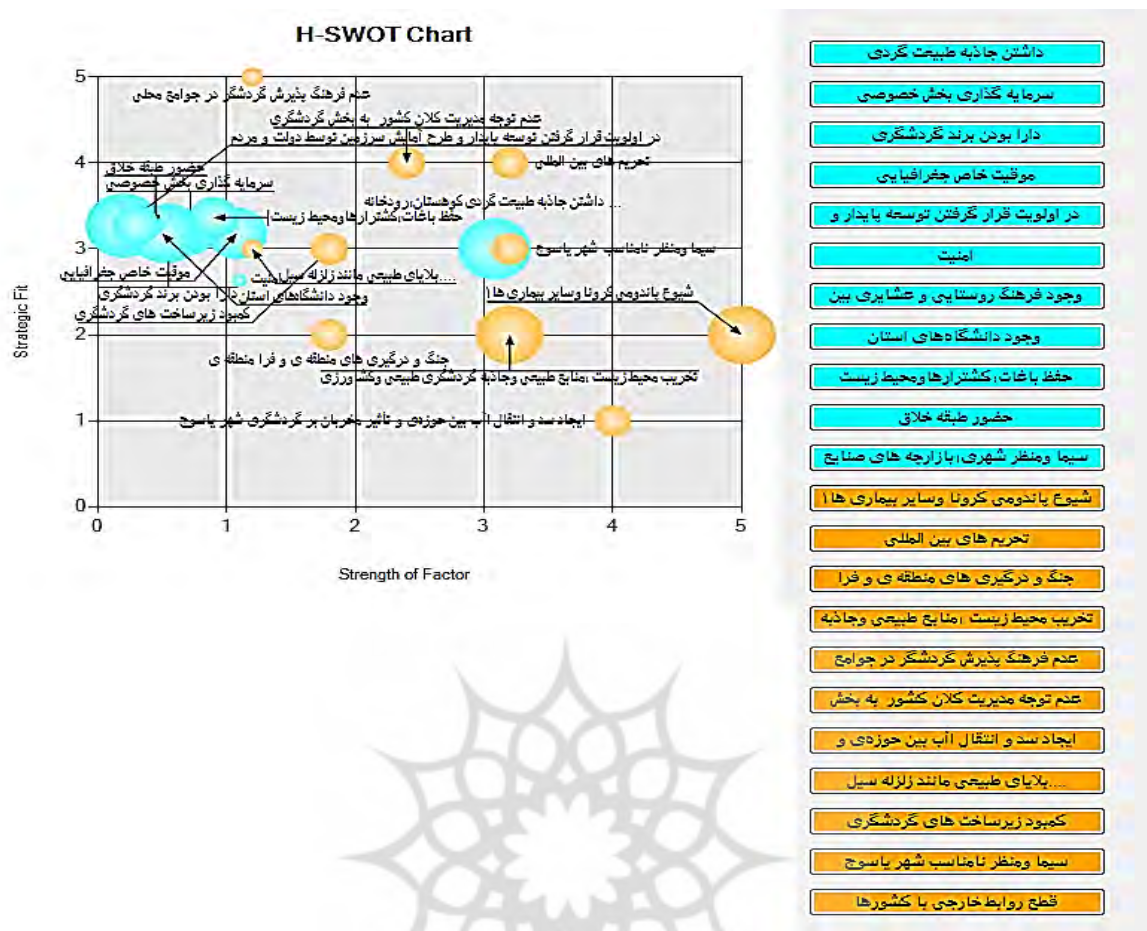
جدول ۷. عامل‌های کلان برتر با بیشترین میزان اثرگذاری بر بهبود و توسعه صنعت گردشگری پایدار شهر یاسوج

عامل	وزن	تاثیر	احتمال افزایش	درجه اضطراب
شیوع پاندومی کرونا وسایر بیماری‌ها	بسیار مهم	بسیار قوی	بالا	بلافاصله
تحریم‌های بین‌المللی	مهم	قوی	پایین	فوری
جنگ و درگیری‌های منطقه و فرا منطقه‌ی	متوسط	متوسط	بالا	فوری
تخریب محیط زیست، منابع طبیعی وجاذبه گردشگری طبیعی و کشاورزی	مهم	قوی	بالا	بلافاصله
عدم فرهنگ پذیرش گردشگر در جوامع محلی	خیلی پایین	متوسط	بسیار پایین	نه بسیار زود
عدم توجه مدیریت کلان کشور به بخش گردشگری	متوسط	قوی	پایین	فوری
یجاد سد و انتقال آب بین حوزه‌ی و تأثیر مخرب آن بر گردشگری شهر یاسوج	مهم	بسیار قوی	بسیار پایین	بسیار فوری
بلایای طبیعی مانند زلزله سیل	متوسط	ضعیف	متوسط	نه بسیار زود
کمبود زیرساخت‌های گردشگری	متوسط	متوسط	متوسط	فوری
سیما ومنظر نامناسب شهر یاسوج	مهم	قوی	متوسط	فوری
قطع روابط خارجی با کشورها	متوسط	متوسط	متوسط	فوری

نارنجی نشان داده شده است. آن‌هایی که به سمت راست متمایل شده‌اند؛ نسبتاً با ارزش، نادر، تقلید نشدنی و غیر قابل جایگزین هستند و از تناسب راهبردی برخوردارند. آن دسته از عواملی که به سمت بالا متمایل می‌باشند دارای درجه بالایی از تناسب راهبردی هستند. اندازه‌های بیابانگر درجه تناسب آن‌ها با اهداف اندازه آن‌ها با اهداف، اندازه‌های بیابانگر درجه تناسب محیطی به درجه اضطراب آن‌ها است. به طور کل برای هر دسته از حساب‌ها که به سایر منابع و توانایی‌ها و همچنین عوامل کلان محیطی است قرارگیری در موقعیت بالا و سمت راست بیانگر بالاترین میزان امتیاز و نمره است. شکل ۲ نقشه راهبردی توسعه پایدار گردشگری شهر یاسوج را نشان می‌دهد.

گام هشتم: ترسیم نقشه راهبردی توسعه پایدار گردشگری شهر یاسوج

نحوه پراکنش پیشران‌ها در نقشه توزیع و پراکندگی پیشران‌هایی مؤثر بهبود و توسعه صنعت گردشگری پایدار شهر یاسوج منطبق، بیانگر میزان پایداری و ناپایداری آن‌ها خواهد بود. اگر پیشران‌ها به صورت متمرکز تک هسته‌ای در نقشه توزیع و پراکندگی پیشران‌ها توزیع شده باشند، سیستم پایدار و متعادل خواهد بود و حالت متمرکز بودن پیشران‌ها در سیستم، نشان‌دهنده ثبات پیشران‌های تأثیرگذار و تداوم تأثیرگذاری آن‌ها بر سایر پیشران‌ها است. با توجه به تحلیل پستل و مقایساتی که بین منابع و اهداف و منابع عوامل کلان انجام می‌شود، نقشه تناسب راهبردی ترسیم می‌شود. منابع و توانایی‌ها با رنگ فیروزه و عوامل کلان محیطی با رنگ



شکل ۲. نقشه راهبردی توسعه پایدار گردشگری شهر یاسوج

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این پژوهش، تدوین برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار با استفاده از مدل متاسوات است. در این تحقیق ابتدا جایگاه گردشگری شهر یاسوج در مقایسه با رقبای منطقه‌ای مشخص و مهم‌ترین شاخص‌ها گردشگری شهر یاسوج مورد بررسی قرار گرفت و عوامل کلان در مقیاس جهانی ملی و منطقه در رابطه با گردشگری شهر یاسوج بررسی شد. در مناطق شهری برای جذب گردشگر نیازمند منابع و قابلیت‌های کمیاب، تقلید ناپذیر و همچنین سازماندهی مناسب و با ارزش نسبت به رقبای خود بودند. این شاخص‌ها، مزیت‌های رقابت‌پذیر پایدار را شکل می‌دهند. به طوری که با تمرکز بر این عامل‌های منحصر به فرد می‌توان محیط خارجی را تحت تأثیر قرار داد. بنابراین شهر یاسوج با تمرکز بر منابع و قابلیت‌های منحصر به فرد خود، توانایی رقابت با شهرهای رقیب خود را در راستای توسعه پایدار گردشگری خواهد داشت.

برای توسعه گردشگری شهر یاسوج، براساس رویکرد توسعه پایدار اهداف سازمانی تعیین شد. سپس با استفاده از طرح‌های بالادست مانند طرح آمایش سرزمین، طرح جامع شهر یاسوج، طرح جامع گردشگری و نظرسنجی از خبرگان، اهداف بازبینی شد. در نهایت ۱۴ هدف برای توسعه پایدار شهر یاسوج به دست آمد. اهداف با نظر سنجی از کارشناسان به صورت هدفمند در سه سطح متوسط، بالا و پایین طبقه بندی شد. بر اساس تئوری مبتنی بر منابع (کمیاب، تقلید ناپذیر و غیر قابل جایگزین) پارامترهای همچون جاذبه‌های خاص طبیعت‌گردی کمیاب‌ترین، تقلید ناپذیرترین و غیر قابل جایگزین‌ترین مزیت شهر یاسوج است. در میان عامل‌های کلان محیطی، شیوع پاندمی کرونا و تخریب منابع طبیعی و زیستگاه‌های محیط زیست استانی دارای بیشترین اثر بر توسعه پایدار گردشگری شهر یاسوج هستند. عامل‌های دیگر مانند جنگ‌ها و درگیری‌های منطقه و بین المللی و مخاطرات طبیعی مثل سیل و زلزله در اولویت‌های پایین‌تر قرار دارد.

منابع

- با توجه به یافته‌های مطالعه، شهر یاسوج با وجود داشتن مؤلفه‌های توسعه پایدار گردشگری شهری تاکنون به جایگاهی که شایسته آن باشد، نرسیده که مهم‌ترین دلیل آن در سال‌های گذشته همه‌گیری کرونا، تخریب محیط زیست و جاذبه‌های طبیعی و عدم توجه سیاست‌گذاران به بخش گردشگری است. این شهر در زمینه جاذبه‌های طبیعی در میان رقبای منطقه خود رتبه اول را کسب کرده که این خود زمینه‌ساز جذب گردشگر و توسعه پایدار در این شهر است. در ادامه با توجه به یافته‌های تحقیق راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:
- حفظ جاذبه‌های طبیعی، میراث طبیعی و چشم اندازهای گردشگری طبیعی شهر یاسوج با فرهنگ‌سازی و ارائه قوانین.
 - ارتقا سیما و منظر شهر یاسوج با تهیه ضوابط منظر شهری.
 - شناسایی شهر یاسوج به عنوان مقصد جدید گردشگری کشور با برند پایتخت طبیعت ایران از طریق برگزاری فن تورها و تبلیغات در عرصه ملی و بین‌المللی.
 - قراردادن طرح‌های موضوعی و موضعی با محور گردشگری در طرح جامع یاسوج.
 - بررسی مجدد اثرات زیست‌محیطی و گردشگری شهر یاسوج و تأثیر آن بر توسعه گردشگری شهر یاسوج.
 - حمایت مادی و معنوی از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی جهت سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری از طریق پرداخت تسهیلات مالی با سود کم و تسهیلات نرم‌افزاری از قبیل تغییر کاربری و نگرفتن عوارض از سرمایه‌گذاران.
 - اتصال کردن شهر یاسوج به مسیرهای گردشگری کشور بر اساس برنامه تورهای داخلی و همچنین وارد کردن شهر یاسوج به مسیرهای برنامه‌ریزی شده برای گردشگران خارجی.
 - ایجاد اکو موزه عشایری و روستایی در پارک جنگلی یاسوج.
 - توسعه گردشگری آب در حاشیه رودخانه بشار و مهربان.
 - احداث شهرک سلامت و احداث سایت گیاهان دارویی در شهر یاسوج به علت توزیع فضایی متنوع گیاهان دارویی و غذایی در استان.
 - تدوین طرح جامع گردشگری شهر یاسوج در راستای ایجاد اشتغال و نیز فراهم آوردن درآمد پایدار برای شهرداری یاسوج.
 - سرمایه‌گذاری در ابر پروژه‌های گردشگری شهر یاسوج توسط سرمایه‌گذاران خارجی مانند آبشار یاسوج، حاشیه رودخانه بشار و پارک جنگلی.
- قائدرحمتمی، صفر و خاوریان، امیررضا (۱۳۹۵). تحلیل و ارزیابی کاربرد روش تحلیل سلسله مراتبی فازی در اولویت‌بندی سناریوهای توسعه گردشگری روستایی. نشریه برنامه‌ریزی توسعه گردشگری مازندران، ۱۸(۵)، ۱۵۸-۱۷۸.
- بدری، سیدعلی و رضوانی، محمدرضا (۱۳۹۴). متاسوات ابزاری استراتژیک برای برنامه‌ریزی گردشگری پایدار. نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۹(۱۳)، ۱۶۵-۱۷۹.
- حسینی‌خواه، حسین و ضرابی، اصغر (۱۳۹۹). کاربرد آینده پژوهی در برنامه‌ریزی پاسخ به بحران زلزله با رویکرد برنامه‌ریزی بر پایه سناریو. فصلنامه جغرافیا و توسعه ۱۸(۶۰)، ۸۴-۵۹.
- حسینی‌خواه، حسین، زنگی‌آبادی، علی و قاسمی، محمدرضا (۱۳۹۷). برنامه‌ریزی توسعه منطقه‌ای بر پایه روش آینده‌پژوهی تحلیل اثرات متقاطع و سناریونویسی سایب (پژوهش موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد). پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، ۵۱(۳)، ۶۷۴-۶۵۷.
- تقوایی، مسعود و صفرآبادی، اعظم (۱۳۹۱). نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر کرمانشاه). مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۱(۴)، ۵۲-۳۵.
- هادیانی، زهره، کاظمی‌زاد، شمس‌اله، قنبری، حکیمه و احدنژاد، محسن (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری بر اساس تحلیل SWOT. جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۳۳(۳)، ۱۱۱-۱۱۱.
- زندیه، مهدی و گودرزبان، شروین (۱۳۹۳). رویکرد منظرین، عامل موفقیت گردشگری شهری. نشریه باغ نظر، ۱۱(۳۰)، ۵۹-۶۶.
- پژوهان، موسی و پورمقدم، زهرا (۱۳۹۷). برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری شهری با رویکرد بازآفرینی فرهنگ مبنا در بافته‌ای تاریخی (نمونه موردی: بافت قدیم شهر رشت). فصلنامه مطالعات شهری، ۷(۲۷)، ۶۶-۵۹.
- عظمتی، حمیدرضا و دباغیان، فرنوش (۱۳۹۸). توسعه طبیعت‌گردی پایدار بر اساس رویکرد منظر اکولوژی (نمونه موردی: پارک جنگلی نور)، اولین همایش بین‌المللی و پنجمین همایش معماری و شهرسازی پایدار، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران.

- زیرساخت‌های گردشگری شهری تهران، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۱۲(۴۵)، ۲۰-۱.
- حکمت‌نیا، حسن، موسوی، میرنجف، رسولی، محمد و سعیدپور، شراره (۱۴۰۰). شناسایی و تحلیل عوامل کلیدی مؤثر در سیاست‌گذاری توسعه فیزیکی شهر ارومیه. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۱۲(۴۵)، ۷۰-۵۵.
- Anwar, S. , Hamilton, J. (2005). Tourism into the Future -Towards 2020, and Beyond. *Tourism Recreation Research*, (۴۵) 3, 77-85. DOI: 10. 1080/02508281. ۲۰۰۵. 11081489.
- Anwar, S. , Hamilton, J. (2020). Tourism into the Future -Towards 2020, and Beyond. *Tourism Recreation Research*, (45) 3, 77-85. DOI: 10. 1080/02508281. ۲۰۰۵. 11081489.
- Carlsen, J. Getz, D. , Ali-Knight, J. (2001). The Environmental Attitudes and Practices of Family Businesses in the Rural Tourism and Hospitality Sectors. *Journal of Sustainable Tourism*, (9)4.
- Croes, R. , Ridderstaat, J. , Bağ, M. , Zientara, P. (2020). Tourism specialization, economic growth, human development and transition economies: The case of Poland. *Tourism Management*, (82). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104181>.
- Font, X. , English, R. , Gkritzali, A. , Tian, W. (2021). Value co-creation in sustainable tourism: A service-dominant logic approach. *Tourism Management*, (82). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104200>.
- Font, X. , English, R. , Gkritzali, A. , Tian, W. (2021). Value co-creation in sustainable tourism: A service-dominant logic approach. *Tourism Management*, (82). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104200>.
- یزدان‌شناس، یعقوب، رضایی، محمدرضا، استقلال، احمد، سربایی، حسین و المدرسی، علی (۱۴۰۰). تحلیل راهبردی توسعه گردشگری رود دره‌های منطقه یاسوج. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۱۳(۵۱)، ۱۰۳-۱۲۰.
- اقلیدی، محمد، میرایی، محمدرضا، قاسمی، بهروز و نوربخش، کامران (۱۴۰۰). ارائه الگوی ژئومارکتینگ مبتنی بر توسعه
- Grilli, G. , Tyllianakis, E. (2021). Prospective tourist preferences for sustainable tourism development in Small Island Developing States. *Tourism Management*, (82). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104178>.
- Larousse Dictionary*. (1991). Publisher: Pocket Books; Reprint Edition.
- Longman. (2005). American Dictionary
- Manuel, R. , Patricia, P. , João, S. (2017), Residents 'attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: The case of developing island countries, *Tourism Management*, (61), 523-537.
- Moons, I. , Pelsmacker, P. , Barbarossa, C. (2021). Do personality- and self-congruity matter for the willingness to pay more for ecotourism? An empirical study in Flanders, Belgium. *Tourism Management*, (272). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122866>.
- Moons, I. , Pelsmacker, P. , Barbarossa, C. (2021). Do personality- and self-congruity matter for the willingness to pay more for ecotourism? An empirical study in Flanders, Belgium. *Tourism Management*, (272). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122866>.
- Oxford Dictionary. (1970). Volume XI (T-U). Publisher: Oxford University Press.
- Thomas, R. , Pigozzi, B. , Sambrook, R. (2005). Tourist Carrying Capacity Measures: Crowding Syndrome in the

- Caribbean. *The Professional Geographer*, (57)1,13-20.
- Wallace, G. N. , Pierce, S. M. (1996). An evaluation of ecotourism in Amazonas, Brazil. Journal article: *Annals of Tourism Research*, (23)4, 843-873.
- Webster Dictionary*. (1991). Publishers: Later Printing Edition.
- Wolf, N. (2013). *A scenario analysis of the 2030 German spa tourist and tourism*, Master of Tourism Management, Victoria University of Wellington.
- World Tourism Organization. (1998). *Tourism 2020 vision*. WTO Publications Unit. World Tourism Organization, Madrid, Spain.
- WTO. (2010). Retrieved from <http://www.world-tourism.org/facts/menus.html>, ۲۰۱۰.
- WTO. (2010). Retrieved from <http://www.world-tourism.org/facts/menus.html>, ۲۰۱۰.
- WTO. Retrieved from <http://www.world-tourism.org/newsroom/Release/۲۰۰۵/۰۰۰۰۰۰,۲۰۱۱۵۰>.
- Yuan, J. , Dai, L. , Wang, Q. (2008). State-led ecotourism development and nature conservation (a case study of the Changbai Mountain Biosphere Reserve, China). *Ecology and Society*, (13) 2. URL: <http://www.ecologyandsociety.org/vol13/iss2/art55/>.

