

## امکان سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر یاسوج با استفاده از مدل SWOT

مصیب صفاری زاده<sup>۱\*</sup> مصطفی خزایی<sup>۲</sup>

۱. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه شهید بهشتی

۲. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه شهید بهشتی

### چکیده

هدف از انجام این پژوهش، شناسایی توانایی ها و پتانسیل های گردشگری شهر یاسوج و تحلیل نقاط قوت و ضعف و شناسایی موارد تهدیدی است، که در ارتباط با جاذبه های گردشگری این شهر وجود دارد. و تلاش در جهت تبدیل این تهدیدها به فرصت مناسب برای توسعه صنعت گردشگری و ارائه راهبردهایی برای تقویت آن در راستای توسعه پایدار شهری است. روش انجام این پژوهش به صورت پیمایشی، توصیفی و براساس تحلیل محتوا می باشد. یافته های پژوهشی که از روند بررسی جاذبه های توریستی در شهر یاسوج دریافت شد، حاکی از این واقعیت است که این شهر علی رغم داشتن جاذبه های گردشگری فراوان، و وجود فرصت هایی برای تقویت این نقاط، برای جذب گردشگر، این شهر نتوانسته است از پتانسیل های موجود خود در این زمینه استفاده کرده و گامهایی را در جهت توسعه خود بردارد. و این امر حاکی از این است که مدیریت اصولی و توأم با آینده نگری توسط مدیران و سازمان های متولی صنعت توریسم در این شهر وجود نداشته است. لذا پژوهش حاضر سعی دارد، در حد توان خود به ارائه راهکارهایی در جهت توسعه پایدار گردشگری در این شهر بپردازد.

**واژگان کلیدی:** شهر یاسوج، گردشگری، توسعه پایدار شهری، مدل SWOT

**۱: مقدمه**

روند مدرنیزاسیون از آغاز قرن هیجدهم با سرمایه گذاریهای فراوان و تمرکز فعالیت ها در شهرها و به تبع آن، افزایش جمعیت و توسعه وسیع شهرنشینی را نیز سبب شد. این توسعه هرچند دربردارنده بسیاری از مزایا و عوامل رفاهی بود، اما مشکلاتی از قبیل ازدحام، آلودگی صوتی، سروصدا، هیجانات و... را در پی داشت (ارمغان، ۱۳۸۶: ۱۲۰). درچنین فضایی افزایش و توسعه وسایل حمل و نقل، کم شدن ساعات کار و افزایش دستمزدها که حاصل ماشینی شدن زندگی شهری بود، زمینه های گذران اوقات فراغت و روند گریز از محیطهای شهری را مهیا کرد به گونه ای که همگام با توسعه شهرنشینی گردشگری نیز تعمیم یافت. (رضوانی، ۱۳۷۴: ۸۴). گردشگری، یکی از بزرگترین صنایع جهان شمول است؛ کشورهای زیادی روی این صنعت سرمایه گذاری کرده اند؛ زیرا مطمئن به سودآوری بلندمدت آن هستند و گردشگری را طلای سیال نامیده اند. (وارثی، تقوایی، پرزادی، ۱۳۸۹) البته باید گفت که تاثیرات گردشگری صرفاً تاثیرات مثبتی نیستند، بلکه عدم نظارت بر چگونگی استفاده از محیط های گردشگرپذیر می تواند آنها را تخریب کند. بنابر این همگام با برنامه ریزی برای توسعه گردشگری و در نهایت توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به بعد پایداری آن نیز باید توجه کرد. (گریفین، ۱۰: ۱۳۷۷) در گردشگری پایدار، هنگام برنامه ریزی، توجه به نیازهای جامعه میزبان اهمیت فراوانی دارد که مبدا این موضوع بر ساختار فرهنگی و اجتماعی جامعه میزبان، تاثیرات منفی بگذارد. (گی.چاک، ۱۳۸۲: ۲۸۸) همگام با توجه به جامعه میزبان، لازم است تا به خواست و نیاز گردشگران نیز توجه شود، زیرا تجربه های شخصی گردشگر، کلید موفقیت در راهبرد توریسم است. از این رو راهبرد موفق توریسم باید شرایطی را فراهم کند که گردشگران تجربه های خوشایندی داشته باشند. (Kelly, 1998:158) گردشگری از بعد فضایی الگوهای متفاوتی ارائه می دهد که هر کدام از آنها ساختار و عملکرد فضایی خاصی را در پی دارند. یکی از این الگوهای فضایی، گردشگری شهری است. (سقائی، ۱۳۸۵: ۱۸۸) امروزه شهرها یکی از پر بیننده ترین مقاصد گردشگری جهان به شمار می آیند که هر ساله پذیرای میلیونها نفر گردشگرند. (کازس، ۱۳۸۲: ۱۰) گردشگری شهری، سرآمد انواع گردشگریها و پرمشتری ترین آنهاست، به طوری که با توجه به جایگاه ویژه شهر، در بسیاری از کشورهای موفق در این صنعت، شهر پایه و اساس توسعه گردشگری است. (تقوایی و مبارکی، ۱۳۸۹) مهمتر این که گردشگری شهری با ایجاد فرصت هایی برای اشتغال و کسب درآمد برای ساکنین محلی و توسعه ساختارهای زیربنایی امکان توسعه پایدار و یکپارچه شهری را فراهم می آورد. (رحمانی، شمس و حاتمی فر، ۱۳۸۹) از طرفی این صنعت می تواند در توسعه منطقه ای گردشگری نیز نقشی مؤثر ایفا کند. به عبارتی، توسعه خدمات جهانگردی علاوه بر این که اصالتهای منطقه ای را برجسته میسازد، از حاصل آن در حفظ و ساماندهی این اصالتها و نیز به وجود آوردن توازن بهینه منبع و طرز استفاده مناسب از آن برای حفظ و نگهداری و رشد و توسعه منابع طبیعی و ملی نیز بهره می جوید، و همزمان با آن از مزایای اقتصادی مربوط به آن هم برخوردار می شود.

## ۲: طرح مسئله

جایگاه با ارزش صنعت گردشگری در جهان، با اختصاص نزدیک به ۱۱ درصد از تولید ناخالص داخلی، ۱۴ درصد از نیروی کار جهانی و ۷/۱ درصد درآمد جهانی، یکی از بنیانی‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان محسوب می‌شود. (WTO، ۱۹۹۷) به طوری که رشد آن در دهه ۱۹۹۰ معادل ۷۰ درصد برآورد شده است. (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵) کشور ایران، با داشتن جاذبه‌های گردشگری و تنوع اقلیمی طبیعی و انسانی کم نظیر در دنیا، از توانمندی بسیار بالایی برخوردار می‌باشد. که از لحاظ جاذبه‌های گردشگری جز ده کشور اول جهان و از نظر تنوع گردشگری، جزو ۵ کشور اول جهان محسوب می‌شود. (WTO، ۲۰۰۰: ۱۱) این در حالی است که از لحاظ سهم گردشگری جهانی، موقعیت خوبی در دنیا ندارد. که نیاز به نگاه کلی به عوامل و دلایل مؤثر در این زمینه دارد. و وجود یک سازمان واحد برای اداره صنعت گردشگری ضروری می‌باشد. (Barron & Wood، ۱۹۹۹: ۶۸۹) از طرفی اقتصاد ایران متکی به درآمدهای نفتی است و این جریان، مشکلات زیادی را برای کشور به وجود آورده، چرا که با کمترین نوسان قیمتی در بازارهای بین‌المللی، یا تحریم اقتصادی از طرف کشورهای قدرتمند دنیا، سریع، تحت تأثیر قرار می‌گیرد. لذا متنوع کردن زمینه‌های درآمدی کشور و تکیه بر صادرات غیرنفتی، از راهکارهای برون رفت از این مسأله می‌باشد که یکی از راهکارها، برنامه ریزی جهت استفاده مطلوب از جاذبه‌های بسیار گردشگری در کشور است. به ویژه آن که زندگی شهری و مشکلات روحی و روانی ناشی از آن ضرورت را دوجندان می‌کند تا با استفاده از مناطق طبیعی و زیبا بتوانیم از فشارهای روحی و روانی ناشی از زندگی ماشینی را بر مردم بکاهیم. گسترش صنعت گردشگری به عنوان صنعتی که با حوزه‌های مختلفی نظیر اقتصاد، کشاورزی، فرهنگ، محیط زیست و خدمات در تعامل بوده، دارای اهمیت فراوان است که توسعه آن در هر منطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی آن منطقه خواهد شد. از طرفی فقر و محرومیت استان کهگیلویه و بویراحمر و در صددبالای بیکاری جوانان این منطقه از کشور، ایجاب می‌کند تا با استفاده از امکانات و توانمندی مناطق مختلف کشور، از جمله این استان، در جهت کسب درآمد و اشتغال‌زایی و رفع محرومیت از این مناطق اقدام کنیم. شهر یاسوج از جمله شهرهایی است که دارای پتانسیل و شرایط آب‌وهوایی مناسب برای جلب گردشگران داخلی و خارجی می‌باشد. وجود جاذبه‌های گردشگری در زمینه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی می‌تواند، زمینه‌های رشد و توسعه اقتصادی بخش‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی و زیست محیطی را در این شهر فراهم آورد و به عنوان یک قطب مهم گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمر و در سطح کلان و ملی مطرح شود. این در حالی است که آمار و ارقام موجود، ضعف بنیه اجتماعی و اقتصادی این شهر را کامل بازگو می‌کند. لذا یکی از بهترین زمینه‌ها و فرصت‌ها برای خروج از این شرایط نابسامان اجتماعی و اقتصادی شهر یاسوج، تقویت و توسعه گردشگری و توریسم در این منطقه است. بنابراین با توجه به مطالب فوق، پژوهش حاضر کوشیده است، تا با شناسایی توانایی‌ها و پتانسیل‌های

گردشگری شهر یاسوج و تحلیل نقاط قوت و ضعف آنها، به ارائه راهبردهایی برای توسعه صنعت توریسم در این شهر پردازد.

### ۳: اهداف

- ارزیابی جامعی از پتانسیل های موجود گردشگری در شهر یاسوج با استفاده از مدل SWOT
- تفسیر و تبیین روشنی از جایگاه و وضعیت موجود گردشگری در شهر مورد مطالعه
- و در نهایت ارائه راهکارهایی به منظور تقویت و توسعه صنعت توریسم در این شهر

### ۴: مبانی نظری

بسیاری از کشورها، به نقش و اهمیت گردشگری به عنوان منبعی برای ایجاد درآمد و اشتغال پی برده اند. در نتیجه، بسیاری از آنان مناسباتشان را برای بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی این صنعت توسعه داده‌اند. در زمان حاضر، توسعه مناسبات دویاچندجانبه در سطوح بین استانی، کشوری و یا در سطح دولتهای منطقه‌ای بر اساس توافقات در قالب همکاریهای راهبردی برای توسعه گردشگری اهمیت یافته، که هدف آن بهره‌گیری از مزایای بازار گردشگری است (Reida, Simthb, . McCloskey, 2007) بر این اساس، سازمان گردشگری جهانی در بیانیه مانیل، گردشگری را نیاز اساسی در هزاره سوم معرفی کرده‌است. بر اساس چهاردهه تحقیقات بانک جهانی، گردشگری به عنوان اهرمی قدرتمند در الگو واره توسعه مورد تأیید قرار گرفته‌است، به طوری که مروری بر مبانی نظری صنعت گردشگری، نقش این صنعت را به عنوان عاملی تأثیرگذار بر توسعه نشان می‌دهد. (Hawkins 2006, 350). گردشگری دارای پیامدها و جنبه‌های بسیاری است، از جمله تأثیرات فضایی. در اینجا منظور از تأثیرات فضایی، تأثیراتی است که گردشگری بر بافت کالبدی شهرها برجای می‌گذارد. در واقع منظور از فضا در تحقیق حاضر، همان مفهوم عینی از فضا است که بخشهای مختلف شهرها از جمله شبکه خیابانها، بافتهای مسکونی و سایر بخشهای تشکیل دهنده شهر را در بر می‌گیرند. گردشگری می‌تواند با ایجاد تغییر در مؤلفه‌های مختلفی مانند اقتصادی، جمعیت و فرهنگ و خصوصیات دیگر اجتماعی، در تغییرات فضایی شهرها مؤثر باشد. به عنوان مثال، این صنعت باعث شده‌است تا بخش عظیمی از جمعیت فعال جهان در این بخش مشغول به کار شوند. برآورد شورای جهانی سفر و جهانگردی (W.T.T.C) نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۰ میلادی، سفر و جهانگردی ۴.۵۰۶ میلیارد دلار فعالیت اقتصادی ایجاد کرده است، که این رقم در سال ۲۰۱۰ به ۸.۴۵۴ میلیارد دلار خواهد رسید. به عبارت دیگر، فعالیت اقتصادی سفر و جهانگردی در فاصله سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ سالانه ۴/۲ درصد رشد داشته است. در واقع می‌توان گفت که امروزه گردشگری مفیدترین بخش صنعتی جهان است و حدود ۱۳ درصد از تولید ناخالص ملی را تشکیل می‌دهد. این صنعت، بالغ بر ۱۰۰ میلیون کارمند و بیشترین نیروی انسانی را به کار می‌گیرد. گردشگری می‌تواند باعث افزایش درآمد مردم در مقصد شود، زیرا پولی که گردشگران در مقصد خرج می‌کنند، درآمد را بالا می‌برد و با وضع مالیات نیز موجب افزایش پایه‌های مالیاتی در کشور می‌گردد. گردشگری همچنین

می‌تواند بر محیط نیز تأثیرات مثبت و یا منفی بگذارد. با استفاده از درآمدی که از گردشگری به دست می‌آید، می‌توان به حفظ و بهسازی و بازسازی محیط‌های گردشگری پذیر پرداخت. ورود مسافر یا گردشگر به هر مکان، موجب افزایش درآمد می‌شود. و بودجه لازم برای حفظ آثار تاریخی و به طور کلی محیط گردشگری پذیر به دست می‌آید. (گی.چاک، ۱۳۸۲، ۳۲۰)

گردشگری در زمان حاضر به یکی از بخشهای اثرگذار بر کاربری زمینهای شهری تبدیل شده است. تأثیر گردشگری بر شهر، هم از نظر فعالیت مسافرتی، امور زیربنایی برای پذیرش و اسکان گردشگران و هم از نظر تأثیری که مستقیماً از گردشگران می‌پذیرد، بسیار درخور توجه است. (Lesly 1997, 21)

به دلیل تأثیر فرصتهای شغلی ناشی از گردشگری بر جمعیت پذیری مناطق و افزایش تقاضای کاربریهای مسکونی، مقوله اشتغال جایگاه ویژه‌ای در برنامه‌ریزی کاربری اراضی شهری دارد، چراکه به واسطه ایجاد مشاغل اصلی، مشاغل تبعی نیز شکل می‌گیرند؛ که البته هریک از آنها در استقرارشان به اراضی معینی برای فعالیت نیاز دارند (پور محمدی، ۱۳۸۹: ۲۳)

همزمان با رشد کاربری‌های مربوط به بخش گردشگری و افزایش تمرکز و تراکم در شهر، نیاز به کاربریهای دیگر از جمله شبکه معابر و دسترسی‌ها، تأسیسات و تجهیزات زیربنایی شهر یا افزایش می‌یابد، که باعث گسترش کالبدی شهر خواهد شد. بنابراین، گردشگری می‌تواند به توسعه فضایی - کالبدی شهری سرعت بخشد. به طور کلی، گردشگری می‌تواند شهر را به مکان بهتری برای زندگی تبدیل کند. و از آن دسته از ویژگیهای شهری که شهروندان بیشترین اهمیت را به آنها می‌دهند، حمایت کند.

برای دستیابی به این اهداف باید چشم‌انداز شهر شمول (چشم‌اندازی که دارای ویژگی‌های شهری باشد) جایگزین تعداد اندکی از بخشهای مرکزی یا به عبارت دیگر تله‌های توریستی شود. افزون بر این، سرمایه‌گذاری در امر گردشگری را می‌بایست به عنوان بهبوددهنده چشم‌انداز کلی شهر و فضای شهری، و در عین حال حافظ میراث طبیعی و فرهنگی نگریست. گردشگری علاوه بر آثار اقتصادی، آثار اجتماعی و فرهنگی نیز در پی دارد. تأثیرات اجتماعی، تغییراتی است که در زندگی مردم جامعه میزبان رخ می‌دهد. این تغییرات به سبب تماس مردم محلی با گردشگران به وجود می‌آید.

تأثیرات فرهنگی نیز تغییراتی است که در شیوه زندگی، سبک معماری، هنر و آداب و رسوم جامعه میزبان رخ می‌دهد. تأثیرات گردشگری و سفر، تغییراتی در ناخودآگاه همگانی و سامانه ارزشهای فردی، الگوهای رفتار، ساختار جامعه، شیوه زندگی و کیفیت زندگی به وجود می‌آورند. این تغییرات که در جوامع میزبان به وقوع می‌پیوندد، دارای جنبه‌های مثبت و منفی است و می‌تواند وضعیت فرهنگی جامعه میزبان را بهبود ببخشد و آنرا غنی‌تر سازد و یا اینکه باعث تضعیف فرهنگ بومی و آداب و رسوم محلی و یا ورود ناهنجاری‌های فرهنگی به جامعه شود. در مجموع، در اثر گردشگری و ارتباطی که بین افراد دو یا چند جامعه به وجود می‌آید، نوعی تبادل فرهنگی شکل می‌گیرد. (Michael hall, 2002: 145)

## ۶. محدوده مورد مطالعه

شهر یاسوج مرکز شهرستان بویراحمد و مرکز استان کهگیلویه و بویراحمد می‌باشد. جمعیت این شهر ۱۰۰،۵۴۴ نفر می‌باشد. شهر نوپای یاسوج در کنار رودخانه بشار در آغوش تپه‌های متعدد در ارتفاع ۱۸۷۰ متری از سطح دریا قرار گرفته. این شهر که در سال ۱۳۴۴ فقط دارای یک خیابان اصلی بود، امروزه از گسترش و توسعه زیادی برخوردار می‌باشد. در فصل زمستان برف زیادی در این شهر می‌بارد. و اکثر نقاط و ارتفاعات اطراف آن برای مدتی طولانی پوشیده از برف باقی می‌ماند. شهر یاسوج تاکنون بالغ بر ۱۸ کیلومتر وسعت یافته‌است. یکی از مهمترین دلایل این توسعه مرکزیت اداری و سیاسی این شهر می‌باشد. که از سال ۱۳۴۲ مرکز فرمانداری کل کهگیلویه و بویراحمد بوده و سپس در سال ۱۳۵۵ به مرکزیت کل استان ارتقاء یافته‌است. شهر یاسوج در منطقه اقلیم سردسیری واقع شده و دارای هوای معتدل متمایل به سرد است. (wikipedia.org)



شکل شماره ۱: موقعیت محدوده مورد مطالعه در سطح استان و کشور (ماخذ: نویسندگان)

## ۷: جاذبه های گردشگری یاسوج

### ۷-۱: درختان جنگلی و ارتفاعات

شهر یاسوج در منطقه زاگرس قرار دارد و زیبایی آن برای کسانی که به این شهر وارد می‌شوند، بیش از هر چیز ناشی از وجود ارتفاعات سر به فلک کشیده است که با پوشش جنگلی خود منظره‌های کم نظیری را به بیننده عرضه می‌کنند. قرار گرفتن در سلسله جبال زاگرس، باعث ریزش فراوان جوی و به تبع آن، شکل گیری بافت جنگلی انبوه و نیمه انبوه با حیات وحش و همچنین جاری شدن رودخانه ها و چشمه های زیبا در دامنه‌ی این کوهها گردیده است. مهمترین تیپ های جنگلی این منطقه عبارت اند از: تیپ سرو کوهی با تیپ ارس، تیپ بلوط، تیپ بنه (پسته وحشی). (اداره کل محیط زیست استان، ۱۳۷۰)

### ۷-۲: غارها یا اشکفت ها

فضاهای خالی زیر زمینی که به طور طبیعی به وجود آمده و با فضای پیوسته زمین به وسیله‌ی دهانه ای پیوستگی داشته باشند، غار گفته می‌شود. غارهای مهم واقع در منطقه یاسوج: الف: اشکفت برد

جفته در بخش مارگون؛ ب: اشکفت زرد در بخش مرکزی شهرستان بویراحمد؛ ج: اشکفت سفلی گلان در بخش لوداب؛ د: اشکفت سیاه در بخش لوداب؛ ه: اشکفت علیا گلان در بخش لوداب ح: اشکفت قاطری مور زرد در بخش مارگون.

### ۷-۳: تنگه ها

تنگ سرخ (در شمال شرقی شهر یاسوج و در مسیر ارتباطی این شهر به سوی سپیدان و شیراز به صورت دشت محصور شده ای در میان کوه ها قرار دارد). تنگ تیزاب (در نزدیکی جاده آسفالت سپیدان - یاسوج)؛ تنگ براق (نزدیکی تنگ تیزاب)؛ تنگ تامرادی (حدود ۳۸ کیلومتری شهر یاسوج در مسیر یاسوج، بابا میدان)؛ تنگ مهران (در یک کیلومتری مسیر یاسوج به اصفهان)، چشم اندازی زیبا و طبیعی، چشم هر مسافری را می نوازد. که به تنگ مهران معروف است. تنوع درختانی نظیر سپیدار، بلوط، افرا، چنار، کاج، انگور وحشی و بنه، در تنگ مهران از ویژگی های این منطقه است. تنگه مهران در زمستان هم محل رفت و آمد علاقه مندان به اسکی است. (<http://yasouj.irib.ir>)

### ۷-۴: دریاچه ها و چشمه ها و آبشارها

دریاچه مورد زرد زیلایی (در فاصله ۳ کیلومتری شرق دلی رون از دهستان زیلایی بخش مارگون)؛ دریاچه سد شاه قاسم (در ۱۰ کیلومتری جنوب شهر یاسوج)؛ چشمه آب شهر (در فاصله ۱۵ کیلومتری یاسوج)؛ (بهمن بیگی، ۱۳۶۸: ۳۲۱). چشمه خارکلون (در فاصله ۱۵ کیلومتری جنوب شرقی یاسوج)؛ هفت چشمه (در بخش مارگون در ۵ کیلومتری جنوب غربی شهر یاسوج)؛ آبشار تنگ تامرادی (در فاصله ۵۰ کیلومتری شهر یاسوج و در جنوب شرقی منطقه سپیدار)؛ آبشار مارگون (در ۳۵ کیلومتری شهر یاسوج و در شمال شرقی دهستان کاکان)؛ رود بشار (که از جنوب شرقی بویراحمد علیا سرچشمه می گیرد و به سوی شمال شرقی بویراحمد سفلی پیش می رود)؛ رود یاسوج (از ارتفاعات شرقی دنا سرچشمه می گیرد و پس از عبور از تنگه آبشار وارد شهر یاسوج می شود)؛ رود مهران (از ارتفاعات غربی دنا سرچشمه می گیرد و با عبور از تنگ و روستای مهران وارد رودخانه خرسان می شود)؛ رودخانه دره آجم (از ۱۲۰ کیلومتری شمال غربی یاسوج سرچشمه می گیرد و در ۳۰ کیلومتری جنوب غربی اردکان به رود خرسان می ریزد)؛ آبشار یاسوج، یکی از مهمترین جاذبه های گردشگری شهر یاسوج است. این آبشار در فاصله ۲ کیلومتری مرکز شهر و در شمال شهر یاسوج واقع است. (زننده دل، ۱۳۷۹: ۴۹)

### ۷-۶: جاذبه های ورزشی

شهر یاسوج در منطقه کاملاً کوهستانی و برف گیر واقع شده است. وجود قله مرتفع، زیبا و متنوع و دارای هوای مطبوع و پوشش جنگلی، به همراه چشمه های موجود در دامنه های آنها، باعث گردیده تا در

فصول مختلف، گروه هایی به قصد ورزش های کوهستانی، کوهنوردی، کوهپیمایی و اسکس رانی (مثل پیست اسکی کاکان در ۱۵ کیلومتری شمال شرق یاسوج در مسیر جاده یاسوج - اقلید) وارد این شهر شوند. (<http://yasouj.irib.ir>)

### ۷-۷: جاذبه های تاریخی

الف: تل خسروی: تپه ای در جنوب شهر یاسوج است. که متجاوز از دو هزار سال قدمت دارد. لیکن احداث ابنیه معاصر در پیرامون آن، بعد از سال ۱۳۰۹ خورشیدی شروع شده و تا سال ۱۳۲۳ ادامه یافت. و پس از آن متروک شده است. (اقتداری، ۱۳۵۸: ۵۲۴) ب: تل مهره ای: به هزاره سوم و چهارم قبل از میلاد تعلق دارد. این تل در یک کیلومتری شرق روستای سقاوه یاسوج واقع شده است. ج: تپه دم چنار، در نزدیکی روستای دم چنار یاسوج واقع است. (زنده دل، ۸۴) د: تل شهدا به هزار سوم پیش از میلاد مربوطه است؛ در ۱۱ کیلومتری شمال شرقی یاسوج واقع شده است. (زنده دل، ۱۳۷۹: ۸۵) ه: قبر پیر بلدوک: در ۱۰ کیلومتری شهر یاسوج قرار دارد.

### ۷-۸: جاذبه های مذهبی

۱: امام زاده حسن در شمال غربی شهر یاسوج، در فاصله ۲ کیلومتری قرار دارد. ۲: امام زاده قاسم در ۳ کیلومتری شهر یاسوج، در شمال غرب آن قرار دارد. ۳: امام زاده عبدالله، در ۳۵ کیلومتری جنوب غربی شهر یاسوج قرار دارد. ۴: امام زاده مختار در ۱۵ کیلومتری جنوب شهر یاسوج قرار دارد. (<http://safarirani.blogfa.com>)

### ۷-۹: صنایع دستی

صنایع دستی شهر یاسوج شامل: قالی و قالیچه، گلیم، گبه، خورجین، نمد، سیاه چادر و حور، جاجیم و غیره می باشد.

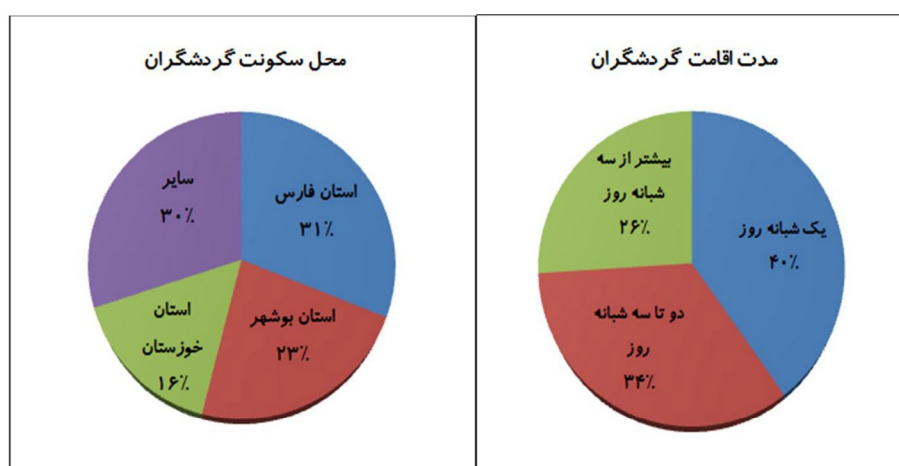


شکل شماره ۲: عکس هایی از جاذبه های گردشگری شهر یاسوج (ماخذ: نگارندگان)



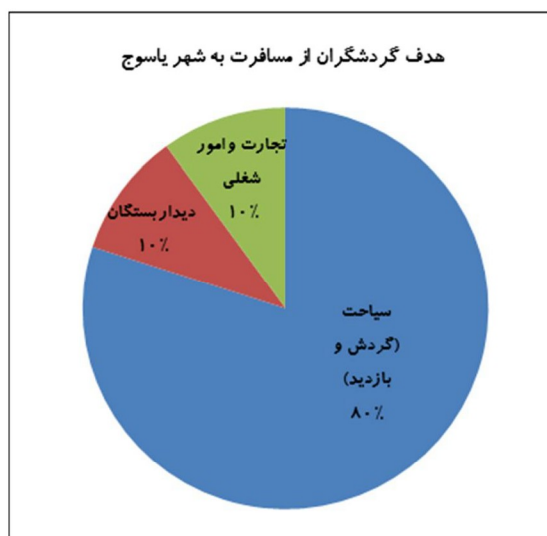
## ۸: تحلیل یافته ها

مسافران وارد شده به شهر یاسوج را می توان به سه دسته تقسیم کرد: الف: مسافرانی که صرفاً در فصول بهار و تابستان جهت گذران بخشی از اوقات فراغت خود در مکان های پر جاذبه این شهر اقامت می نمایند. (توریسم اقامتی) ب: مسافرانی که تعطیلات آخر هفته و یا هر روز تعطیل را در مناطق بکر منطقه می گذرانند. (توریسم کوتاه مدت) ج: مسافرانی که به صورت عبوری از این شهر می گذرند. (سهمگین، ۱۳۸۴: ۱۱۱) هم چنین، مبدأ حرکت مسافران وارد شده به شهر یاسوج را می توان به سه گروه تقسیم کرد: گروه اول: مسافرانی هستند که غالباً از سه استان فارس، بوشهر و خوزستان می باشند. مسافران این گونه استانها در فصول بهار و تابستان به دلیل حاکمیت مطلق گرما در این مناطق، به سوی نواحی خوش آب و هوای استان کهگیلویه و بویراحمد (شهر یاسوج) حرکت می کنند. گروه دوم از شهرهایی هستند که در داخل استان قرار دارند. شهرهای که در نواحی گرمسیری استان واقع شده اند. و به تبع افزایش دما خود را به مناطق بیلاقی یاسوج می رسانند. گروه سوم: معمولاً شامل مسافرانی می شوند که به قصد اصفهان، تهران، مشهد و شمال کشور و یا شهر های جنوبی کشور در تردد هستند. از نظر محل سکونت گردشگران، براساس پرسشی که از آنها به عمل آمده است، مشخص گردید ۳۱ درصد از استان فارس؛ ۲۳ درصد از استان بوشهر، ۱ درصد از استان خوزستان و ۳۰ درصد از سایر مناطق کشور (مانند اصفهان، یزد، لرستان، کرمان و غیره) بودند. مدت زمان اقامت گردشگران در این منطقه از یک روز تا یک هفته و شاید هم بیشتر در نوسان است. در پرسشی که در خصوص مدت اقامت گردشگران از آنها به عمل آمد، ۴۰ درصد آنها، مدت اقامت خود را در حدود یک شبانه روز؛ ۳ درصد در حدود ۲ تا ۳ شبانه روز و ۲۶ درصد نیز مدت اقامت خود را بیشتر از ۳ شبانه روز ارزیابی نمودند.



نمودار شماره ۱: مدت اقامت گردشگران و محل سکونت گردشگران

همچنین بر اساس پرسشی که در خصوص هدف گردشگران از مسافرت به این منطقه از آنها به عمل آمد، ۸۰ درصد از آنها سیاحت (گردش و بازدید از اماکن)؛ ۱۰ درصد دیدار بستگان و ۱۰ درصد دیگر، تجارت و امور شغلی را عنوان نمودند.



نمودار شماره ۲: هدف گردشگران از مسافرت به شهر یاسوج

#### ۸-۶: مهمترین مشکلات و تنگناهای توسعه گردشگری در شهر یاسوج:

**عدم وجود آمار و اطلاعات مبنایی:** یکی از مهمترین ابزارها در زمینه برنامه ریزی در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، وجود آمار و اطلاعات و دسترسی آسان به این مهم می باشد. آمار نه تنها وضعیت موجود را به نحو احسن نشان می دهد، بلکه با روشن ساختن زوایای مختلف یک موضوع (جهانگردی)، ما را در پیش بینی نیازهای آینده یاری می نماید. متأسفانه دستگاه های مختلف با امر گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد، آمار و اطلاعات دقیقی از تعداد جهانگردانی که روزانه، ماهانه و سالانه از جاذبه های گردشگری این منطقه بازدید می نمایند، ندارند. در مجموع به دلیل عدم وجود آمار دقیق، بررسی آماری و روش های پیش بینی روند جهانگردی در سطح استان، نمی توان سیمای دقیقی از وضعیت موجود ارائه نمود.

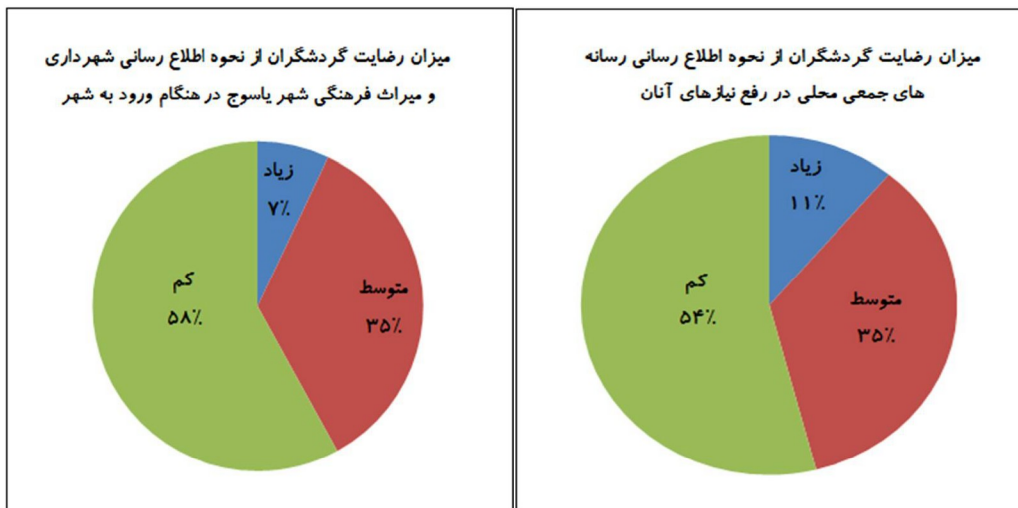
**محدویت ها در زمینه راه و ترابری:** توسعه فعالیت های مسافرتی در هر کشوری به شبکه راه ها و ارتباطات زمینی، هوایی و دریایی بستگی دارد. (محللاتی، ۱۳۸۰، ص ۲۹۱) لذا سرمایه گذاری و احداث راه ها با معیار و استانداردهای بین المللی از مواردی است که توجه با آن ضروری است. (احسانی، ۱۳۷۴، ص ۵۲۶) وضعیت یگان ترابری این شهر و ترمینال های مسافربری با مشکلات زیر روبرو می باشد: کمبود وسایل نقلیه علی الخصوص در ایام تعطیل و فصول سفر، عدم نظافت بر سرویس منظم اتوبوس ها و مینی بوس ها، کیفیت نامطلوب اتوبوس ها و فرسوده بودن آنها، تأخیر اتوبوس ها و مینی بوس ها و عدم توجه به حقوق مسافران و از جمله مشکلات بخش حمل و نقل است که می توان به آن اشاره کرد.



شکل شماره ۳: نقشه راه های ارتباطی شهر یاسوج با شهرهای اطراف

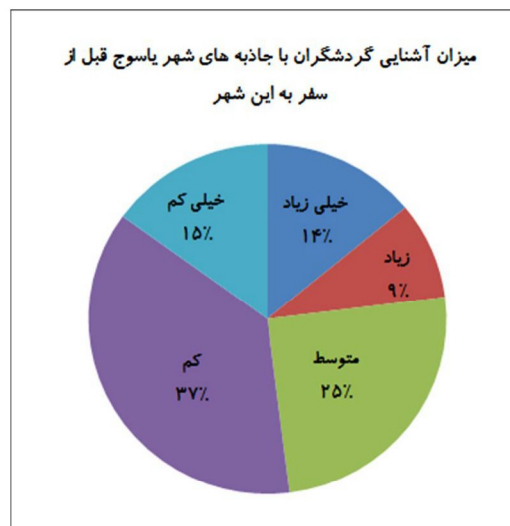
**مشکلات و نارسایی‌های مربوط به مراکز و تاسیسات اقامتی و پذیرایی:** مهمترین عامل جذب جهانگرد و ایجاد انگیزه برای مسافرت مجدد به یک منطقه، وجود تاسیسات، امکانات اقامتی و پذیرایی می‌باشد. کیفیت بد مواد غذایی، کمبود امکانات رفاهی و بهداشتی، عدم آشنایی مسئولین واحدها با موضوع جهان گردی و نحوه برخورد با جهانگردان، عدم برنامه ریزی و برقراری دوره های آموزشی از سوی متولیان امر گردشگری برای مسئولین واحدهای پذیرایی، عدم وجود نظارت کافی از سوی دستگاه های مرتبط با امر گردشگری، بر مراکز اقامتی و پذیرایی از جمله مشکلات که در راه توسعه گردشگری است. در صورت اعمال نظارت قوی و مستمر بر این گونه مراکز از سوی دستگاه های مرتبط و حمایت از حقوق مصرف کنندگان می‌توان نسبت به ایجاد اطمینان در گردشگران به لحاظ کیفیت ارائه خدمات، و در نتیجه ایجاد رونق برای سرمایه‌گذاران در این بخش امیدوار بود.

**موانع و تنگناهای تبلیغاتی:** ارگان های مرتبط با گردشگری در شهر یاسوج، تاکنون نتوانسته اند اطلاعات گردشگری منطقه را به صورت کارشناسانه به مخاطبان خود ارائه نمایند به نحوی که جاذبه های جهانگردی منطقه، فاصله این مراکز از همدیگر، آدرس و نشانی مراکز اقامتی و امکانات آن ها، تاسیسات مختلف بین راهی و داخل شهری، اورژانس، پست، مخابرات، پاسگاه های انتظامی و مواردی از این قبیل را که مورد نیاز گردشگران و مسافران است، به آنها معرفی نماید. این ضعف، موجب گردیده تا گردشگران در بدو ورود به این شهر دچار سرگردانی شوند. براساس پرسشنامه های به عمل آمده از جمع کثیری از مسافران و گردشگران که در سال ۱۳۹۰ وارد شهر یاسوج شدند، ۱۱ درصد زیاد، ۳۵ درصد متوسط، ۵۴ درصد کم از نحوه اطلاع رسانی رسانه های جمعی محلی به گردشگران و تاثیر آن در رفع نیازهای آنان ابراز رضایت نموده اند. هم چنین ۷ درصد از گردشگران در حد زیاد، ۳۵ درصد در حد متوسط، ۵۸ درصد در حد کم از نحوه اطلاع رسانی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و شهرداری شهر یاسوج در هنگام ورود به شهر، ابراز رضایت نمودند.



نمودار شماره ۳: میزان رضایت گردشگران از نحوه اطلاع رسانی رسانه های محلی و سازمان های متولی گردشگری در شهر یاسوج

از جمله مشکلات دیگر در زمینه تبلیغات و اطلاع رسانی، میزان آشنایی گردشگران با جاذبه های طبیعی و فرهنگی منطقه مورد مطالعه قبل از سفر به این منطقه بوده است که این امر برای برنامه ریزان و دست اندرکاران موضوع جهانگردی جای تامل و بررسی دارد. براساس پرسش دیگری در این زمینه که از گردشگران به عمل آمد، ۱۴ درصد آنها در حد خیلی زیاد، ۹ درصد زیاد، ۲۵ درصد در حد متوسط، ۳۷ درصد در حد کم و ۱۵ درصد در حد خیلی کم با جاذبه های طبیعی و فرهنگی شهر یاسوج در قبل از سفر به این شهر، آشنایی داشته اند.



نمودار شماره ۴: میزان آشنایی گردشگران با جاذبه های شهر یاسوج قبل از مسافرت به این شهر

## تکنیک SWOT

تکنیک SWOT، یک ابزار حمایتی برای تصمیم گیری است که عموماً برای تحلیل سیستماتیک محیط داخلی و محیط خارجی سازمان یا شهر استفاده می شود. با تعریف نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت ها و

تهدیدها، سازمان یا شهر می تواند، استراتژی هایی را برای تقویت نقاط قوت و بر طرف کردن نقاط ضعف و هم چنین استفاده از فرصت ها برای مقابله با تهدیدات اتخاذ کند. ارزیابی درونی تمامی جنبه های داخلی و در کنترل شهر را، تحت عنوان نقاط قوت و ضعف و ارزیابی بیرونی شرایط اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، تکنولوژیکی و رقابتی بیرون از شهر و خارج از کنترل آن را تحت عنوان فرصت ها و تهدیدها بررسی و تحلیل می کند و از جابه جایی عوامل و اجزای SWOT، ماتریس آن تشکیل شده و از ترکیب آن ها استراتژی های (راهبرد) مختلف ارائه می شود. در ماتریس داخلی و خارجی چهار خانه ای، جمع نمره های نهایی بر روی محور X ها از یک تا ۲.۵ نشان دهنده ضعف داخلی، و نمره ۲.۵ تا ۴ بیانگر میزان قوت است. به همین شیوه، جمع نمره های نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی از ۱ تا ۲.۵ بیانگر میزان تهدید و نمره های ۲.۵ تا ۴ بیانگر میزان فرصت است. قرار گرفتن در هر یک از خانه های ماتریس داخلی و خارجی ۴ خانه ای مفاهیم استراتژیک خاصی دارد (قادری و دیگران، ۱۳۹۰: ۳۱).

جدول شماره ۱: ماتریس عوامل داخلی و خارجی موثر بر گردشگری شهر یاسوج

| S(نقاط قوت)   | W(نقاط ضعف)   | O(فرصت ها)   | T(تهدیدها)  |
|---|---|--|---|
| ۱: وجود جاذبه های تاریخی، فرهنگی و طبیعی در سطح شهر یاسوج         | ۱: فقر امکانات زیرساختی (پارکینگ، استراحتگاه، سرویس بهداشتی، واحدهای اقامتی - پذیرایی، راهو غیره)   | ۱: پتانسیل بالای طبیعتگردی اطراف شهر یاسوج                         | ۱: بی توجهی گردشگران در آسیب نرساندن به آثار تاریخی                   |
| ۲: ارتفاعبالایمنطقههازسطحدریا و اقلیم مناسب منطقه جهت ریزشهای جوی | ۲: فصلی بودن گردشگری در منطقه مورد مطالعه   | ۲: دارابودن مرکزیت سیاسی اداری در استان                            | ۲: بی توجهی دولت به توان منطقه  |
| ۳: جاذبه های ورزشی این شهر (مانند کوهپیمایی، اسکی رانی و...)      | ۳: ضعف اطلاع رسانی شبکه ها و رسانه های گروهی و اداری در خصوص معرفی جاذبه های گردشگری در سطح شهرستان | ۳: توان بالای نیروی جوان تحصیل کرده در منطقه جهت استفاده از آنها   | ۳: عدم کسب درآمد مناسب به دلیل کوتاه بودن مدت اقامت گردشگران در استان |
| ۴: معتدل بودن هوای منطقه در فصل بهار و تابستان                    | ۴: عدم نفوذ فرهنگ توجه به توریست و ارزش بالای اقتصادی آن در بین ساکنین شهر                          | ۴: قرار گرفتن بر سر راه مسیر ارتباطی شمال و جنوب کشور              | ۴: عدم آموزش کافی به مردم منطقه و گردشگران                            |
| ۵: وجود صنایع دستی زیبا در شهر                                    | ۵: عدم حمایت ارگانهای زیربط از فعالیتهای بخش خصوصی  | ۵: عدم حفاظت از محیط زیست منطقه                                    | ۵: عدم حفاظت از محیط زیست منطقه                                       |
| ۶: وجود فرهنگ قوی مهمان نوازی در بین مردم                         | ۶: عدم وجود آمار و اطلاعات مبنایی   | ۶: کم رنگ و مبهم بودن جایگاه صنعت گردشگری در سطح شهر یاسوج و استان | ۶: کم رنگ و مبهم بودن جایگاه صنعت گردشگری در سطح شهر یاسوج و استان    |

(ماخذ: یافته های نگارندگان)

### ارزیابی محیط درونی (Internal)

در این مرحله، ارزیابی محدوده به منظور تشخیص نقاط ضعف و قوت آن است. نقاط ضعف و قوت جزء فعالیت های قابل کنترل ناحیه هستند که در هر مقطع زمانی به ناحیه سود یا زیان می رسانند. (قادری و دیگران، ۱۳۹۰: ۳۳)

جدول شماره ۲: ماتریس ارزیابی نقاط قوت و ضعف ناشی از عوامل داخلی

| رتبه | ردیف | عوامل  | ضریب | نمره | امتیاز |
|------|------|--|------|------|--------|
| قوت  | ۱    | وجود جاذبه های تاریخی، فرهنگی و طبیعی در سطح شهر یاسوج   | ۰.۲  | ۴    | ۰.۸    |
|      | ۲    | ارتفاع بالای منطقه از سطح دریا و اقلیم مناسب منطقه جهت ریزشهای جوی                               | ۰.۰۵ | ۳    | ۰.۱۵   |
|      | ۳    | جاذبه های ورزشی این شهر (مانند کوهپیمایی، اسکی رانی و...)  | ۰.۰۵ | ۳    | ۰.۱۵   |
|      | ۴    | معتدل بودن هوای منطقه در فصل بهار و تابستان  | ۰.۰۹ | ۴    | ۰.۳۶   |
|      | ۵    | وجود صنایع دستی زیبا در شهر  | ۰.۰۴ | ۳    | ۰.۱۲   |
|      | ۶    | وجود فرهنگ قوی مهمان نوازی در بین مردم   | ۰.۰۴ | ۳    | ۰.۱۲   |
| ضعف  | ۷    | فقر امکانات زیرساختی (پارکینگ، استراحتگاه، سرویس بهداشتی، واحدهای اقامتی - پذیرایی، راه و غیره)  | ۰.۲  | ۱    | ۰.۲    |
|      | ۸    | فصلی بودن گردشگری در منطقه مورد مطالعه   | ۰.۱  | ۲    | ۰.۲    |
|      | ۹    | عدم وجود آمار و اطلاعات منبایی   | ۰.۰۸ | ۱    | ۰.۰۸   |
|      | ۱۰   | ضعف اطلاع رسانی شبکه ها و رسانه های گروهی و اداری در خصوص معرفی جاذبه های گردشگری در سطح شهرستان | ۰.۰۸ | ۱    | ۰.۰۸   |
|      | ۱۱   | عدم نفوذ فرهنگ توجه به توریست و ارزش بالای اقتصادی آن در بین ساکنین شهر                          | ۰.۰۳ | ۲    | ۰.۰۶   |
|      | ۱۲   | عدم حمایت ارگان های زیربنا از فعالیتهای بخش خصوصی  | ۰.۰۴ | ۲    | ۰.۰۸   |
|      | جمع  |  |      | ۱    | ۲.۴    |

### یافته های حاصل از تحلیل عوامل داخلی توریسم شهر یاسوج:

همان طور که ملاحظه می شود، امتیاز شهر یاسوج در ارزیابی عوامل داخلی برابر ۲.۴ بوده که به این معنی است که طبق پیش بینی های به عمل آمده ضعف های پیشروی شهر، بر قوت های آن، غلبه داشته است.

### ارزیابی محیط بیرونی (External)

این مرحله به تبیین و توصیف محیط بیرونی به منظور مشخص نمودن فرصت ها و تهدیدهایی است که محدوده مورد مطالعه با آن روبرو است.

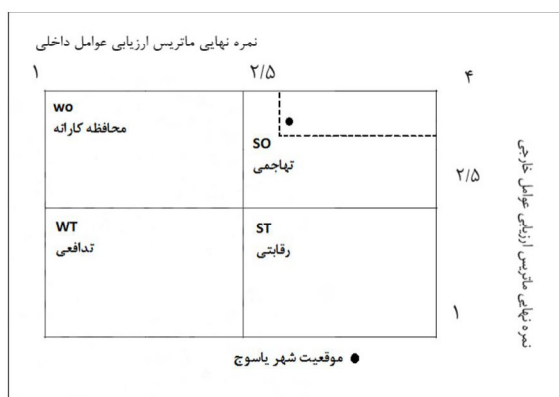
جدول شماره ۳: ماتریس ارزیابی نقاط فرصت و تهدید ناشی از عوامل بیرونی

| رتبه  | ردیف | عوامل  | ضریب | نمره | امتیاز |
|-------|------|--|------|------|--------|
| فرصت  | ۱    | پتانسیل بالای طبیعت گردی اطراف شهر یاسوج                           | ۰.۲  | ۴    | ۰.۸    |
|       | ۲    | دارا بودن مرکزیت سیاسی اداری در استان                              | ۰.۲  | ۴    | ۰.۸    |
|       | ۳    | توان بالای نیروی جوان تحصیل کرده در منطقه جهت استفاده از آنها      | ۰.۱  | ۴    | ۰.۴    |
|       | ۴    | قرار گرفتن بر سر راه مسیر ارتباطی شمال و جنوب کشور                 | ۰.۲  | ۴    | ۰.۸    |
| تهدید | ۵    | بی توجهی گردشگران در آسیب نرساندن به آثار تاریخی                   | ۰.۰۵ | ۲    | ۰.۱    |
|       | ۶    | بی توجهی دولت به توان منطقه  | ۰.۰۵ | ۲    | ۰.۱    |
|       | ۷    | عدم آموزش کافی به مردم منطقه و گردشگران                            | ۰.۰۲ | ۲    | ۰.۰۴   |
|       | ۸    | عدم کسب درآمد مناسب به دلیل کوتاه بودن مدت اقامت گردشگران در استان | ۰.۰۷ | ۱    | ۰.۰۷   |
|       | ۹    | عدم حفاظت از محیط زیست منطقه                                       | ۰.۰۸ | ۱    | ۰.۰۸   |

|      |   |      |   |     |
|------|---|------|---|-----|
| ۰.۰۳ | ۱ | ۰.۰۳ | کم رنگ و مبهم بودن جایگاه صنعت گردشگری در سطح شهر یاسوج و استان | ۱۰  |
| ۳.۲۲ |   | ۱    |   | جمع |

(مأخذ: یافته های نگارندگان)

یافته های مرحله دوم (تحلیل عوامل خارجی تاثیرگذار بر توریسم شهر یاسوج): در ماتریس عوامل خارجی، امتیاز نهایی شهر یاسوج ۳.۲۲ می باشد. که بیانگر این واقعیت است که فرصت های پیشرو این شهر برای پیشرفت گردشگری، بر تهدیدهای آن غلبه داشته است. بنابراین نتیجه محاسبات نشان می دهد که امتیاز شهر یاسوج در عوامل داخلی برابر ۲.۴ و در عوامل خارجی برابر ۳.۲۲ می باشد. موقعیت شهر یاسوج بر اساس این امتیازات بر روی نمودار (شماره) مشخص شده است.



نمودار شماره ۵: نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی شهر یاسوج (مأخذ نگارندگان)

باتوجه به اینکه شهر یاسوج در موقعیت SO قرار گرفته است. راهبردهای مورد استفاده، راهبردهای مبتنی بر نقاط قوت و فرصتها می باشد. برای به دست آوردن راهبردهای مناسب، فرصتها و قوتها در جدولی که ستون آن فرصتها و سطر آن قوتها قرار داشتند، مورد بررسی قرار گرفت. از جمع سطری و ستونی جدول ذکر شده، مهمترین نقاط قوت مرتبط با مهمترین فرصتها به دست می آید. سپس به مقایسه S ها و O ها انتخاب شده پرداختیم. و راهبردهای به دست آمده را هم با یکدیگر مقایسه کرده و در نهایت راهبرد های ترکیبی را به دست آورده ایم.

### راهبردهای توسعه شهر یاسوج

- توسعه گردشگری از طریق اطلاع رسانی و معرفی جاذبه های گردشگری شهر، تهیه شناسنامه کلیه اماکن گردشگری و غیره.
- متنوع کردن جاذبه های گردشگری منطقه، جهت جذب گردشگران در تمام فصول.

- ارائه تسهیلات و خدماتی از قبیل، ایجاد اقامتگاه و سرویس بهداشتی در مکانهای مناسب، پارکینگ، تقویت مراکز پذیرایی در اطراف جاذبه های گردشگری و غیره.
- تلاش برای افزایش سطح آگاهی و دانش مردم و هم چنین مسئولین امور شهری، جهت حفظ محیط طبیعی و گردشگر پذیر منطقه، و هم چنین خدمات رسانی بهتر به گردشگران.
- توجه به ظرفیت تحمل منطقه یاسوج در جذب گردشگران، به منظور جلوگیری از تخریب و نابودی محیط گردشگر پذیر.
- حفاظت و بازسازی آثار طبیعی و تاریخی.
- ایجاد زمینه گسترش همکاری بین شهرداری و سازمان های متولی امور گردشگری، به منظور جلوگیری از تداخل کاری.
- سرمایه گذاری در بخش راه و ترابری و تقویت سیستم حمل و نقل شهری.
- استفاده از نیروی جوان و تحصیل کرده منطقه برای توسعه گردشگری.
- دادن معافیت های مالیاتی و تسهیلات مناسب برای جلب سرمایه های خصوصی داخل و خارج از استان.
- تقویت صنایع و هنرهای دستی جاذب گردشگر.
- 

#### ۹: نتیجه گیری

بیشتر شهرهای ایران، از جمله شهر یاسوج، از قابلیت فراوانی در بحث گردشگری برخوردار بوده و چنانچه این قابلیت ها در مسیر صحیح مورد استفاده واقع شود، مجموعه ای منحصر به فرد، در زمینه گردشگری فراهم خواهد شد. براساس آنچه در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت، شهر یاسوج با توجه به این که در زمینه های مختلف طبیعی، تاریخی و فرهنگی دارای پتانسیل های زیادی برای جلب گردشگر می باشد، ولی در واقعیت، این امر نتوانسته است دستاوردهایی را که می تواند، داشته باشد، برای این شهر به ارمغان بیاورد. چرا که این شهر، در سطح منطقه ای و ملی از وضعیت و جایگاه مناسبی برخوردار نیست. چنانچه مدیریت واحد و هماهنگی بین نهاد های مسئول در این زمینه (گردشگری) وجود داشته باشد، و همچنین، زیرساخت های لازم برای استفاده از این جاذبه ها فراهم آید، امکان اشتغال و کسب درآمد برای ساکنین شهر فراهم می آید. و وضعیت صنعت توریسم را در این شهر، با تدوین و اجرای برنامه های جامع و بلند مدت به مسیر پیشرفت و توسعه کشاند.



**منابع و مآخذ:**

۱. احسانی، م، ۱۳۷۴. توان شناسی جهانگردی استان سمنان، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا دانشگاه شهید بهشتی.
۲. اداره کل محیط زیست استان کهگیلویه و بویراحمد. ۱۳۷۰. طرح جامع محیط زیست استان.
۳. ارمغان، سیمین. ۱۳۸۶. توریسم و نقش آن در جغرافیا، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی اسلامشهر، چاپ اول.
۴. اقتداری، ا. ۱۳۵۹. خوزستان، کهگیلویه و ممسنی، مرکز آثار ملی ایران، تهران.
۵. بهمن بیگی، م. ۱۳۷۸. بخارای من ایل من، انتشارات آگاه، تهران.
۶. پاپلی یزدی، م و سقایی، م. ۱۳۸۵. گردشگری، ماهیت و مفاهیم، انتشارات سمت، چاپ اول.
۷. پورمحمدی، م. ۱۳۸۹. برنامه ریزی کاربری اراضی شهری، انتشارات سمت، چاپ ششم.
۸. تقوائی، مسعود و امید مبارکی. ۱۳۸۸. بررسی و تحلیل فضاهای توریستی شهر تبریز به منظور برنامه ریزی توریسم در آن، نشریه جغرافیا و برنامه ریزی دانشگاه تبریز، سال ۱۵، شماره ۳۳، صفحات ۵۸ تا ۸۳.
۹. رحمانی، بیژن و مجید شمس و ساناز حاتمی فر. ۱۳۸۹. امکان سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر ملایر با استفاده از مدل SWOT، فصل نامه جغرافیا و مطالعات محیطی، سال اول، شماره سوم.
۱۰. رضوانی، ع. ۱۳۷۴. جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور.
۱۱. زنده دل، ح و دستیاران. ۱۳۷۹. مجموعه راهنمای جامع ایرانگردی، استان کهگیلویه و بویراحمد، نشر ایرانگردان.
۱۲. سقایی، مهدی. ۱۳۸۵. چالش های صنعت توریسم در ایران و راهکارهای بهبود و توسعه آن، مجموعه مقالات همایش جغرافیا و قرن ۲۱، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی نجف آباد.
۱۳. سهمگین، ح. ۱۳۸۴. امکان سنجی توسعه توریسم در استان کهگیلویه و بویراحمد، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا دانشگاه شهید بهشتی.
۱۴. قادری، رضا، هادیانی زهره، محمدی، کاوه و طاهر ابوبکری. ۱۳۹۰. استراتژی های برنامه ریزی منطقه ای گردشگری با استفاده از تکنیک SWOT، مطالعه موردی: شهرستان پیرانشهر، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، سال اول، شماره اول (ص ۲۷ تا ۴۰).
۱۵. محلاتی، ص. ۱۳۸۰. درآمدی بر جهانگردی، مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۱۶. وارثی، حمیدرضا و مسعود تقوایی و طاهر پریزادی. ۱۳۸۹. امکان سنجی پتانسیلهای گردشگری در شهر سقز با استفاده از مدل SWOT، فصل نامه مطالعات مدیریت شهری، سال دوم، شماره سوم.
17. Cazes, G., Potier, F., 2004, Urban Tourism, Translated in Persian by Salaheddin Mahallati, University of Shahid Beheshti Publication
18. Donald, E., Hawkins, Shaun Mann, 2007, The World Bank's Role in Tourism Development, annals of tourism research . Vol. 34, No. 2, pp. 348–363..

19. Gee, Y., Chuk, 2003, International Tourism; a Global Perspective, Culture & Management publication , teran
20. Griffin, Kand Tree, M.k., 1999, Human Development, Translated in Persian by Gholam Khaje Pour, Tehran, Wedad Publication
21. J., Reid, S., L.J., Smith, McCloskey, R., 2007, The Effectiveness of Regional Marketing Alliances: A Case Study of the Atlantic Canada Tourism Partnership 2000–2006, Tourism Management
22. Kelly, M.E., 1998, Tourism Planning: What to Consider in Tourism Planning Laurel,
23. Kerr Bill & Barron Gordon & C wood, Roy (1999), "Politics, Policy and Regional Tourism Administration: A Case Examination of Scottish Area Tourist Board Funding", Tourism Management, 22.
24. Lesly, F., 1997, Sustainable Tourism Master Plan of Baneh, 2004.
25. Michael hall and Stephen j .page ,The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place, and Space, routledge Publisher, edition 2<sup>nd</sup> , 2002.
26. W.T.O, (1997), "Year Book of Tourism Statistics", WTO, Madrid.
27. Wikipedia.org
28. World Tourism Organization (2000), "Tourism Market Trends", Asia and the Pacific, Madrid: Author.