

بررسی عوامل پیش برنده و بازدارنده گردشگری شهری یاسوج

سعید امان پور^۱، لیلا هاشمی فرد^۲

نویسنده مسئول:

سعید امان پور

چکیده

علی‌رغم پتانسیل‌های بالای گردشگری و طبیعت بکر و پرجاذبه شهر یاسوج بسیاری از این قابلیت‌ها به دلیل نبود شناخت و مدیریت صحیح درباره عوامل پیش‌برنده و بازدارنده، توجه چندانی به آن نشده و همچنین از آن به صورت شایسته بهره‌برداری نشده است. این پژوهش با هدف بررسی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده گردشگری شهری یاسوج انجام گرفته است. روش انجام این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی است و با بهره‌گیری از روش اسنادی-میدانی که جهت گردآوری داده‌ها ۸۰ نفر از (اساتید دانشگاه، دانشجویان رشته گردشگری، کارکنان سازمان‌های مدیریت و برنامه‌ریزی و شورای شهر و شهرداری) به عنوان نمونه از شهر یاسوج انتخاب شدند، و برای تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون t از نرم‌افزارهای excel و spss استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که، از ۲۷ شاخص (عوامل طبیعی، اجتماعی، اقتصادی، خدماتی و شاخص‌های فرهنگی)، مورد مطالعه قرار گرفتند. و شهر یاسوج با وجود جاذبه‌های طبیعی فراوان و آب و هوای معتدل و مناسب در فصول سال نتوانسته است در سطح ملی و منطقه‌ای از وضعیت و جایگاه مناسبی در جذب گردشگر برخوردار باشد. که این نشان می‌دهد شهر نیازمند توجه بیشتر و ارائه سیاست‌های مناسب در جهت پیشبرد و جذب گردشگر و رفع محدودیت‌ها و موانع گردشگری می‌باشد.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری شهری، عوامل پیش‌برنده و بازدارنده، شهر یاسوج

مقدمه

در تازه‌ترین گزارش مجمع جهانی اقتصاد که به بررسی وضعیت رقابت‌پذیری بخش شهر و گردشگری در مناطق و کشورهای مختلف جهان می‌پردازد، جایگاه ایران در سال ۲۰۱۷ به رتبه ۹۳ از بین ۱۳۶ کشور مورد بررسی رسیده است. این امر با توجه اینکه کشور ایران در شمار ۱۰ کشور برتر جهان از نظر جذابیت‌های گردشگری قرار دارد چندان مطلوب به نظر نمی‌رسد (اصغرزاده، ناری، ۱۳۸۹: ۹). 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 (خاکساری، عباسی، ۱۳۹۲: ۱). امروزه اهمیت گردشگری در توسعه اقتصادی شهرها تا اندازه‌ای است که در محافل حرفه‌ای و علمی اقتصاد، از آن به عنوان «صادرات نامرئی» یاد می‌شود و برنامه‌ریزان و مدیران محلی، منطقه‌ای و محلی در همه نقاط دنیا به خاطر نقش مؤثر گردشگری در توسعه اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی جوامع جهت گسترش آن برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری می‌نمایند. در این بین شهرها به دلیل داشتن قابلیت‌هایی از قبیل «استقرار مراکز مهم اقتصادی، علمی، فرهنگی، تاریخی، طبیعی» و غیره در آنها، به عنوان مقصد اصلی و نهایی اکثر گردشگران می‌باشد (نوروزی و همکاران: ۱۳۹۳). گردشگری نه تنها نشان دهنده یک فعالیت اقتصادی بزرگ و مولد درآمد و اشتغال است، بلکه می‌توان از طریق تأثیر آن بر ایجاد اشتغال، توزیع درآمد، ترویج توسعه اجتماعی و کمک به کاهش فقر پرداخت، گردشگری شهری به عنوان یکی از زیر بخش‌های مهم فعالیت گردشگری به میزان زیادی مورد توجه قرار گرفته و در فرایند جهانی شدن، اهمیت روزافزونی یافته است (زیاری و همکاران، ۱۳۹۶: ۲). گردشگری شهری امروزه در چهارچوب طرح‌های آمایشی یا کالبدی، اعم از ملی، منطقه‌ای یا محلی توریسم به عنوان یکی از ابزارها و مولفه‌های مهم توسعه و محرومیت‌زدایی به شمار می‌رود، توریسم یکی از امیدبخش‌ترین فعالیت‌هایی است که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد می‌شود (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۴: ۲). در جهان رقابتی امروز استفاده از پتانسیل‌های گردشگری از جمله مهم‌ترین راه‌ها جهت بهبود وضعیت اقتصادی و کسب درآمد می‌باشد. کسب درآمدهای سرشار ارزی، توسعه روابط علمی و فرهنگی، ایجاد اشتغال به صورت مستقیم و غیر مستقیم و نمایش ثبات و امنیت کشور در جهان از جمله نتایج و دستاوردهای گسترش صنعت توریسم در هر کشور محسوب می‌شود. لزوم توسعه گردشگری که بر اساس آمار و ارقام منتشر شده از سوی سازمان جهانی گردشگری در هزاره جدید به بزرگترین منبع درآمد جهانی تبدیل شده است، به عنوان صنعتی جایگزین، برای کشورهای مانند ایران، که دارای اقتصاد تک محصولی و متکی بر نفت می‌باشند، بسیار ضروری است (پورخسروانی، ۱۳۹۵: ۲). در این راستا گردشگری شهری جزئی از توریسم به حساب می‌آید که می‌تواند نقش عمده‌ای را در تنوع بخشی به رشد اقتصادی و پیشرفت شهرها ایفا نماید. حال با توجه به گسترش بیش از اندازه شهرهای بزرگ کشور ما و افزایش مشکلات ناشی از قطبی شدن بعضی از شهرهای بزرگ و مهاجرت روز افزون جمعیت به شهرهای بزرگ، که یکی از این عوامل قطبی شدن، ناشی از برنامه ریزی ناقص در گذشته بوده است باید چاره‌ای اندیشیده شود تا از این مشکلات و مسائل کاسته شود. به نظر می‌رسد با برنامه ریزی درست و گنجانیدن بحث آمایش سرزمین در فعالیتها و برنامه‌های کشور برای گسترش نواحی گردش پذیر و استفاده از قابلیت‌های گردشگری در شهر بتوان به پویایی جمعیت و رشد و شکوفایی اقتصادی این نواحی توجه کرد و با ایجاد مکان تفریحی و استراحتگاهی برای جوامع شهری جهت فراغت از مشکلات شهری کاسته شود، تا از این طریق بتوانیم شهرهایی که جمعیت کمتری دارند و از لحاظ اقتصادی چندان شکوفا نیستند با رونق گردشگری در این شهرها بتوان نقش آنها را در سطح محلی، ملی و منطقه‌ای پررنگ‌تر کرد. برای این منظور باید به منطقه‌ای خوش آب و هوای شهر یاسوج در استان کهگیلویه و بویراحمد توجه ویژه‌ای شود دلیل این توجه، قرارگیری این استان در کنار سلسله رشته کوه‌های زاگرس و قله دنا است که، چشم‌انداز زیبایی به این استان می‌دهد. خصوصاً طبیعت زیبا و بکر شهر یاسوج که دارای ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های بالای گردشگری در سطح استان و کشور می‌باشد، برای استفاده از این طبیعت زیبا و بالا بردن نقش گردشگری شهری یاسوج باید به شناسایی و تبیین عوامل و امکانات جاذب گردشگری و شناخت موانع و محدودیت‌های گردشگری پرداخت، که این تبیین نیازمند یک نگرش ساختاری به جریان گردشگری و شهر دارد که بتوان با استفاده از آن به شناخت قابلیت‌ها پرداخت و فرصت‌هایی را برای رفع موانع گردشگری مهیا کند. بنابراین در این تحقیق سعی شده است با مطالعه موردی شهر یاسوج و شناخت نارسایی‌ها و نقاط بالقوه گردشگری شهری هم‌چنین با تعیین شاخص‌ها و متغیرهای محیطی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، تبیینی از نقش عوامل بازدارنده و پیش‌برنده گردشگری شهری یاسوج مورد ارزیابی قرار گیرد. تا بتوان با شناخت توانها و پتانسیل‌های گردشگری در شهر برای رسیدن به رشد و توسعه مطلوب و پایداری در بخش گردشگری در شهر برنامه‌ریزی مطلوب و درخور توجهی شکل بگیرد. علاوه بر توجه به گردشگری و لزوم توجه به ابعاد آن در زمینه‌های محیطی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و سیاسی در این پژوهش این سوال اصلی و کلی مطرح می‌شود که عوامل بازدارنده و پیش‌برنده گردشگری شهری کدامند؟ و همچنین سوالات زیر به ذهن متبادر می‌شود:

۱- قابلیت‌های طبیعی و محیطی چه میزان در پیش‌برد گردشگری شهری یاسوج موثر است؟

۲- از عوامل بیرونی بازدارنده گردشگری شهری یاسوج کدامند؟

۳- بیشترین عامل تاثیرگذار که مانع رونق گردشگری در شهر یاسوج می‌شود کدام است؟

در پاسخ به پرسش‌های بالا فرضیه‌های زیر عنوان شده است:

۱- به نظر می‌رسد از عوامل اصلی پیش‌برنده گردشگری در شهر یاسوج معتدل بودن آب و هوای منطقه و پتانسیل‌های محیط طبیعی شهر است.

۲- به نظر می‌رسد یکی از عوامل بازدارنده گردشگری شهری یاسوج وجود استان‌های همسایه در جذب بالای گردشگر می‌باشد.

۳- به نظر می‌رسد نبود بازارهای سنتی و پایین بودن کیفیت خدمات رفاهی و اقامتی بالاترین نقش را در عوامل بازدارنده گردشگری شهری ایفا می‌کند.

ضرورت و اهمیت تحقیق

بررسی ضرورت مساله این پژوهش باید از دو بعد مورد توجه قرار گیرد. نخست، ضرورت توجه و بررسی خود فعالیت‌های گردشگری است و دوم مساله‌ی شناخت عواملی که سبب پیش‌برد و عوامل بازدارنده گردشگری در شهر یاسوج می‌شود. به طور کلی اهمیت و ضرورت این پژوهش بررسی نقش گردشگری، و شناخت نقش عوامل مختلف اجتماعی، اقتصادی و محیطی که سبب پیش‌برد و مانع رونق گردشگری در شهر یاسوج می‌شود.

اهداف تحقیق

گردشگری به عنوان یکی از کارکردهای اساسی انسان، به علت آنکه در فضای خاصی رخ می‌دهد، دارای آثار متعددی می‌باشد که نتیجه این آثار بر چشم‌انداز جغرافیایی محل اثر گذاشته و موجب به وجود آمدن فضاهای جغرافیایی جدیدی می‌شود.

هدف اصلی این تحقیق تعیین و شناسایی عوامل بازدارنده و پیش‌برنده گردشگری شهری یاسوج در استان کهگیلویه و بویراحمد می‌باشد، به دلیل جایگاه این شهر به لحاظ برخورداری از طبیعت بکر و آب و هوای مناسب می‌تواند به عنوان قطب جاذب گردشگری در سطح استان و کشور مطرح گردد. در این پژوهش سعی بر این است تا عواملی که به پیش‌برد گردشگری کمک می‌کند شناسایی شود و همچنین با شناخت عوامل موثر در عدم رونق گردشگری و به ارائه راه‌حل‌ها و پیشنهادات پرداخت. به طور کلی هدف از ارائه این تحقیق شناسایی و ارزیابی استعدادها و عوامل موثر در رونق گردشگری شهری یاسوج می‌باشد. و همچنین شناخت عواملی که مانع ایجاد جاذبه و جلب گردشگر در شهر یاسوج می‌باشد، تا بتوان با شناخت این عوامل به توسعه و پایداری گردشگری شهری پرداخت.

روش و نوع تحقیق

در این پژوهش روش تحقیق توصیفی-تحلیلی بوده و برای گردآوری اطلاعات از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. که در بخش نظری تحقیق روش اسنادی مورد استفاده قرار گرفته که شامل مطالعه منابع موجود اعم از کتابخانه‌ها و مقالات معتبر و گزارش‌های موجود در این زمینه بوده است. در بخش میدانی؛ برای جمع‌آوری آمار و اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. بدین منظور از جامعه‌ی آماری شهر یاسوج، تعداد ۸۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شد و ۲۷ نفر از کارکنان شورای شهر، شهرداری، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی به سوالات پرسشنامه پاسخگو بودند و ۵۳ نفر باقیمانده از اساتید و دانشجویان رشته گردشگری شهری بودند. سپس از طریق روشهای توصیفی و استنباطی به وارد کردن داده‌ها در نرم‌افزار excell پرداخته، و با کمک نرم افزار spss و تحلیل فرضیات از طریق آزمون One-Sample Test داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

پیشینه تحقیق

ایران با توجه به تمدن کهن خود، از کشورهای صاحب تجربه و سابقه در گردشگری محسوب می‌شود. این سابقه با توجه به دو عامل اصلی، یکی موقعیت جغرافیایی، سیاسی و جذابیت‌های متنوع و فراوان طبیعی، تاریخی و فرهنگی کشور، و دیگری ویژگی‌های اخلاقی و فرهنگی کشور و علاقه‌ای که ایرانیان به سیروسفر و مهمان‌نوازی دارند.

ویلیامز (۲۰۰۰)، در پژوهشی نتیجه گرفت که همه تحقیقات در زمینه گردشگری، به توصیف و تحلیل درون منطقه‌ای محدود می‌شوند. وی معتقد است که با واردات کالاها و روابط اقتصادی، زمینه‌های رشد گردشگری فراهم می‌شود. هم‌چنین برای تغییر الگوهای مهاجرت، تعادل پول، استفاده بهینه از زمین و توسعه اقتصادی، می‌توان از توسعه گردشگری استفاده کرد.

حاسین و آلتین ای (۲۰۰۵)، در مطالعه خود با عنوان: توسعه پایدار گردشگری «مطالعه موردی: قبرس شمالی» تأثیرات منفی توسعه گردشگری را در شمال قبرس مطالعه کردند یافته‌های آن‌ها نشان می‌داد که بیشترین تأثیر محیطی توسعه گردشگری در این جزیره مربوط به انهدام زباله است. در پایان به این نتیجه رسیدند که توسعه پایدار گردشگری توسعه ای است که بتواند بین محیط طبیعی، فرهنگی و انسانی تعادل ایجاد کند.

میرزایی کالار و همکارانش (۱۳۹۲)، در پژوهش عوامل بازدارنده و سوق دهنده گردشگری ورزشی، یافته‌های تحقیق آن‌ها نشان داد که اجتماعی شدن، آرامش و سرگرمی (عوامل سوق دهنده) مهمترین عوامل برای حضور گردشگران و مشکلات مالی و شخصی (عوامل بازدارنده) مهمترین عوامل برای عدم حضور در رویدادهای ورزشی از دیدگاه گردشگران شرکت کننده در مسابقات فوتبال محسوب می‌شود. و در پایان به این نتیجه رسیدند؛ با توجه به عوامل سوق دهنده به حضور گردشگران ورزشی و عوامل بازدارنده از حضور آن‌ها در رویدادهای ورزشی، پیشنهاد می‌شود برای افزایش حضور گردشگران در رویدادهای ورزشی انگیزه‌های آن‌ها به خوبی شناسایی شود و اطلاع‌رسانی دقیقی درباره جاذبه‌های رویداد صورت گیرد؛ همچنین هزینه‌های مالی، مشکلات ایمنی و سلامتی به حداقل ممکن برسد.

مشکینی و حیدری (۱۳۸۹) در مقاله: ارزیابی توسعه گردشگری شهر زنجان با استفاده از مدل SWOT، یافتند که؛ توجه به صنعت توریسم در این استان می‌تواند به یک عامل توسعه درون‌زا تبدیل شود و این مهم به دست نمی‌آید جز با یک برنامه هدفمند، آینده‌نگر، یکپارچه، و توجه به عناصر ترکیبی شکل دهنده این صنعت یعنی، حمل و نقل، جاذبه‌ها، خدمات، اطلاعات و تبلیغات دارد. و برنامه ریزی جامع برای بازنمایی نقاط قوت، تقویت فرصت و مقابله با تهدیدات و ضعف‌ها را ضرورت می‌بخشد.

تقوایی و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله: عوامل موثر در توسعه گردشگری شهری: شهر کرمانشاه به دلیل برخوردار بودن از ظرفیت‌های بالای گردشگری در بخش‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی، با کمبود امکانات زیربنایی و رفاهی، ضعف تبلیغات، تعدد تصمیم‌گیران و مسایل مدیریتی، تقویت تبلیغات، تعامل بیشتر بین مسئولان و سازمانهای مرتبط با گردشگری و مردم، راهکارهایی مهم برای توسعه پایدار گردشگری شهری در کرمانشاه است.

ابراهیم‌نیا سماکوش و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش ارزیابی نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی- محیطی شهر بابل: نتایج گردشگری، در زمینه اقتصادی، اثرات قابل توجهی داشته و علاوه بر اشتغال زایی و درآمدزایی، سبب بالا رفتن قیمت ها و سوداگری زمین شده است. در زمینه زیست محیطی و کالبدی نیز ورود گردشگران منجر به کاهش اراضی زیرکشت کشاورزی و تغییر کاربری آن‌ها، افزایش خدمات و تسهیلات کالبدی گردشگری، افزایش آلودگی و تخریب محیط زیست و سهولت دسترسی به شهر شده است. و به این نتیجه رسیدند که، با برنامه ریزی اصولی و تلاش برای استفاده بهینه از ورود گردشگران، می‌توان وضعیت اقتصادی، وضعیت زیست محیطی و کالبدی شهر را بهبود بخشید.

صفاری‌زاده و خزایی (۱۳۹۳)، در مقاله امکان‌سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر یاسوج با استفاده از مدل SWOT به این نتیجه دست یافتند که؛ شهر یاسوج علیرغم داشتن جاذبه‌های گردشگری فراوان، و وجود فرصتهایی برای تقویت این نقاط، برای جذب گردشگر، این شهر نتوانسته است از پتانسیل‌های 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.

مبانی نظری تحقیق

گردشگری

گردشگری را با هر تعریفی که مورد قبول اجتماع علمی، کسب و کار است بپذیریم ارتباط آن با دو واژه دیگر تفریح و فراغت را نمی توان نادیده گرفت. در یکی از تعاریف کمیته متخصصین آمار جامع ملل، گردشگر به کسی اطلاق شده که محل اقامت دائمی خود را حداقل به مدت ۲۴ ساعت ترک گفته و در کشور دیگری اقامت گزیند (رکن الدین افتخاری، بیشمی، ۱۳۸۹: ۴).

گردشگری شهری

در زمینه گردشگری شهری دیدگاه و نظریات مختلفی ارائه شده است. در یک دسته بندی می توان طیفی از الگوها، نظریات و دیدگاه های مختلف در زمینه گردشگری به عنوان چارچوب نظری تحقیق ارائه نمود، که به شرح زیر می باشد.

اعلامیه ها و اسناد سازمان جهانی جهانگردی (WTO): در این اعلامیه های مواد قانونی مصوب در زمینه وظایف کشورهای عضو سازمان جهانی جهانگردی در زمینه گردشگری و صنعت توریسم مطرح گردیده است. که بایستی به عنوان اصول لازم الاجرا از کلیه کشورهای عضو (از جمله ایران) رعایت گردد. از جمله سند آکاپولکو، دستور کار ۲۱، منشور بین المللی گردشگری و ... می باشد (مسیح، ۱۳۹۶: ۳).

نظریه های گردشگری پایدار: توریسم پایدار را نمی توان جدا از مفهوم توسعه پایدار بحث کرد، گردشگری فقط بخشی از توسعه است، بنابراین مفاهیم توسعه پایدار در بخش توریسم در قالب همان مفاهیم توسعه پایدار اقتصاد کلان قابل تبیین است. توریسم پایدار بر ضرورت استفاده و توسعه منابع گردشگری در یک راه سالم تاکید می کند و نیز هم زمان تمهیداتی ایجاد می کند که منابع برای نسل های آینده باقی بماند (همان: ۴).

در راستای پردازش به یک الگوی فضایی در شهر، گردشگری شهری را می توان به صورت زیر تعریف کرد: گردشگری شهری، عملکرد متقابل گردشگر- میزبان و تولید فضای گردشگری در رابطه با سفر به مناطق شهری با انگیزه های متفاوت و بازدید از جاذبه ها و استفاده از تسهیلات و خدمات مربوط به گردشگری است که آثار متفاوتی را بر فضا و اقتصاد شهری بر جای می نهد (حیدری چپانه و همکاران، ۱۳۹۵: ۴).

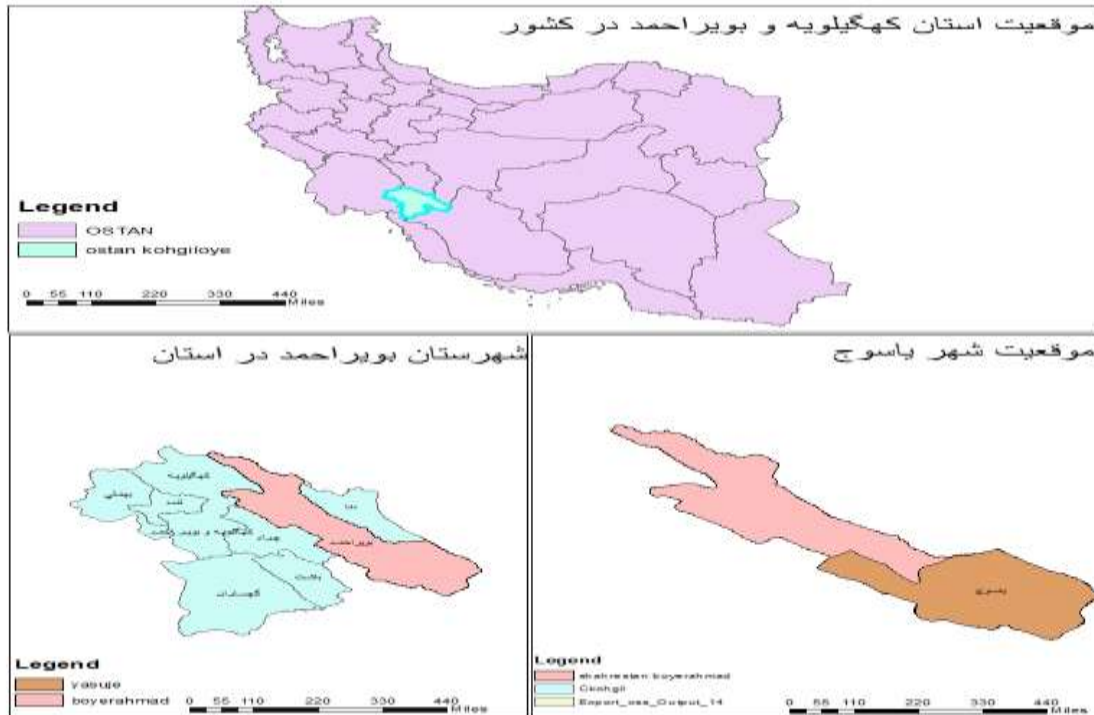
طی دهه ۱۹۸۰ میلادی، به طور گسترده ای، خط مشی ها و سیاست هایی به منظور توسعه گردشگری در شهرهای آمریکای شمالی و اروپای غربی، به کار گرفته شد. گردشگری شهری به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، عامل موثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه، بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می شود (غفاری گیلانده و همکاران، ۱۳۹۵: ۵). امروزه فعالیت های گردشگری به عنوان بخش چهارم فعالیتهای انسان پس از کشاورزی، صنعت و خدمات محسوب می گردد و کارشناسان پیش بینی می کنند در سال ۲۰۲۰ میلادی به عنوان سود آور ترین صنعت جهان در آید. بطوریکه از آن به عنوان صادرات نامرئی که مرکز اقتصادی آن شهرها هستند نام می برند. از طرفی محیط های شهری بدلیل تمرکز جمعیت، فشارها و خستگی های ناشی از کار، بعنوان مبدأ مسافت گردشگران و از طرف دیگر با امکانات رفاهی، فرهنگی، بهداشتی، ارتباطات، بازرگانی و داشتن جاذبه ها تاریخی - توریستی بعنوان مقصد توریستها بشمار می آید (ستاری، ۱۳۹۴: ۵).

معرفی محدوده مورد مطالعه

استان کهگیلویه و بویراحمد با مساحتی حدود ۱۵۵۰۴ کیلومتر مربع و موقعیتی بین ۲۹ درجه و ۴۹ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۲۷ دقیقه عرض شمالی و ۴۹ درجه و ۵۳ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۵۳ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ قرار گرفته است. این استان که در جنوب غرب کشور واقع شده است و مرکز آن شهر یاسوج است، از شمال به استان چهارمحال و بختیاری، از مشرق به استانهای فارس و اصفهان، از جنوب به استانهای فارس و بوشهر و از مغرب به استان خوزستان محدود شده است (سالنامه آماری استان کهگیلویه و بویراحمد: ۱۳۹۵). شهر یاسوج پایتخت سحرانگیز طبیعت ایران در شهرستان بویراحمد به مرکزیت استان کهگیلویه و بویراحمد در ۳۰ درجه و ۴۰ دقیقه شمالی و ۵۱ درجه و ۳۵ دقیقه شرقی واقع شده است. این شهر به دلیل جاذبه های طبیعی، توریستی و گردشگری به عنوان پایتخت طبیعت ایران شناخته شده است. یاسوج با زیبایی های چشم نواز هم چون قطعه حریری سبز در دامنه های دنا ی شرقی قرار گرفته و به واسطه این زیبایی ها و آب و هوای مطبوعش، هر ساله در فصل بهار و تابستان، پذیرای گردشگران و علاقه مندان به طبیعت است. گرداگرد این شهر را رودهای خروشان بشار و

مهریان و کوه‌های سر به فلک کشیده دنا با پوشش جنگل‌های بلوط و بنه فرا گرفته است به طوری که برخی این منطقه را شمال جنوب می‌نامند. (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان: ۱۳۹۴)

نقشه موقعیت شهر یاسوج



ترسیم کننده: نویسنده

یافته‌های پژوهش

برای شناسایی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده گردشگری در شهر یاسوج و رسیدن به نتایج تحقیق، ۲۷ شاخص در ارتباط با این عنوان شامل؛ شاخص‌های عوامل طبیعی، اجتماعی، اقتصادی و خدماتی و شاخص‌های فرهنگی، مطابق جداول زیر مورد بررسی قرار گرفتند.

شاخص‌های محیط طبیعی

در این جدول شاخص‌های محیط طبیعی نشان می‌دهد تفاوت معناداری بین جاذبه‌های محیط طبیعی و گردشگری شهری یاسوج وجود دارد، که در میان شاخص‌ها، آب و هوای معتدل شهر در فصول بهار و تابستان بیشترین سهم را از عوامل پیش‌برنده گردشگری در شهر یاسوج دارا می‌باشد.

جدول ۱: شاخص‌های محیط طبیعی و سنجش متغیرها

		بهار معتدل بودن آب و هوای منطقه در فصول بهار و تابستان	جاذبیت محیط زیست و شادی و زیبایی نقاط تفریحی	برخورداری از پتانسیل های محیط طبیعی برای جلب گردشگر	برخورداری شهر از جاذبه های ورزشی (کوهپیمایی- اسکی رانی و...)	الودگی های آبی و محیطی و ضایعات در چشم اندازهای شهری زیاد است و مانع جلب گردشگر میشود	برخورداری از چشم اندازها و معماری و هنر در جلب گردشگر
N	Valid	80	80	79	80	80	80
	Missing	1	1	2	1	1	1
Mean		4.6000	4.4625	4.3544	4.4750	2.1750	4.5000
Std. Deviation		.75641	1.01811	.83264	.89972	1.08820	.99365
Minimum		2.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00
Maximum		5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Sum		368.00	357.00	344.00	358.00	174.00	360.00

شاخص‌های اجتماعی

جدول ۲: شاخص‌های محیط اجتماعی و سنجش متغیرها

		بالا بودن روحیه های مهمان‌نوازی و داشتن علاقه زیاد به گردشگران	فرهنگ سنتی و محلی شهر (زبان- اداب و رسوم و...در جلب گردشگران موثر است	رفتار مودبانه کارکنان و ساکنان شهر برای هدایت و راهنمایی گردشگران در بازدید از نقاط تفریحی	مشارکت شهری بالا و تلاش برای جلب گردشگر	انسجام و صمیمیت اجتماعی در روابط گردشگران و میزبانان در شهر	به دلیل نبود امنیت و ایمنی زیاددر شهر گردشگران این شهر را برای بازدید انتخاب نمی کنند
N	Valid	80	80	80	80	80	80
	Missing	1	1	1	1	1	1
Mean		2.9750	4.1000	3.9250	3.9875	4.2125	4.4625
Std. Deviation		1.17973	.92230	.93829	1.04934	1.02739	.79466
Minimum		.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00

در آزمون شاخص‌های اجتماعی، نیز بالا بودن روحیه مهمان‌نوازی بیشترین سهم را از عوامل پیش‌برنده گردشگری در شهر یاسوج ایفا می‌کند، و از عوامل بازدارنده گردشگری در شهر، عدم مشارکت شهری بالا و تلاش برای جلب گردشگر بیشترین سهم را دارا می‌باشد.

شاخص‌های اقتصادی و خدماتی

در تحلیل شاخص‌های اقتصادی و خدماتی موجود در شهر نیز میانگین، انحراف استاندارد، واریانس، کمترین و بیشترین داده‌ها و جمع متغیرها نیز بدست آمده که نشان می‌دهد؛ از بین شاخص‌های خدماتی نبود حمل و نقل و پارکینگ درون شهری بیشترین سهم را از عوامل بازدارنده گردشگری در شهر دارا می‌باشد. و از عوامل پیش‌برنده گردشگری شهری در میان شاخص‌های اقتصادی تنوع در تولیدات صنایع دستی بیشترین سهم را دارا می‌باشد.

جدول ۳: شاخص‌های اقتصادی و خدماتی و سنجش متغیرها

		نبود بازارهای سنتی از عوامل بازدارنده گردشگری شهری است	تنوع در تولیدات صنایع دستی (گلیم-قالی بافی-جاجیم بافی و....	دسترسی به کمپ های اقامتی و خدمات درمانگاهی	دسترسی به زمینهای بازی در شهر محدود است	مسافران و گردشگران انگیزه دارند استانهای همسایه را برای جلب گردشگری انتخاب کنند	پایین بودن کیفیت خدمات و امکانات پذیرایی (رستوران- اغذیه فروشی و...)
N	Valid	79	80	80	80	74	80
	Missing	2	1	1	1	7	1
Mean		3.3418	4.6500	3.8125	3.3375	2.9459	3.1375
Std. Deviation		1.28986	.69537	.90139	1.19008	1.24847	.91047
Minimum		1.00	2.00	2.00	1.00	.00	1.00
Maximum		5.00	5.00	5.00	6.00	5.00	5.00
Sum		264.00	372.00	305.00	267.00	218.00	251.00

شاخص‌های فرهنگی

جدول ۴: سنجش متغیرهای شاخص فرهنگی

	تبلیغات برای جلب گردشگری شهری کم است	تبلیغات منفی در مورد فرهنگ و برخورد مردم مانع جذب گردشگر به شهر می شود	تضاد و اختلاف زبان و فرهنگ با گردشگران در شهر مانع رونق گردشگری می شود	فرهنگ سنتی و محلی شهر (زبان-آداب و رسوم و...در جلب گردشگران موثر است
N	Valid 80	79	76	79
	Missing 1	2	5	2
Mean	4.2125	3.6329	3.3421	3.0759
Std. Deviation	1.02739	1.03994	3.73293	.99707
Variance	1.056	1.081	13.935	.994
Minimum	1.00	1.00	1.00	1.00
Maximum	5.00	5.00	34.00	5.00
Sum	337.00	287.00	254.00	243.00

متغیرهای موجود در شاخص فرهنگی نشان می‌دهد؛ فرهنگ سنتی و محلی شهر در جذب گردشگر دارای بالاترین میانگین است، و کم بودن تبلیغات از عوامل بازدارنده گردشگری در شهر است.

نتایج تحلیل شاخصها و متغیرهای موجود با استفاده از طیف لیکرت که شامل خیلی زیاد با ارزش ۵، زیاد ۴، متوسط ۳، کم ۲ و خیلی کم ۱ با میزان فراوانی داده‌ها و میانگین و انحراف معیار و...به دست آمده است.

آزمون فرضیه‌ها با استفاده از روش‌های آماری

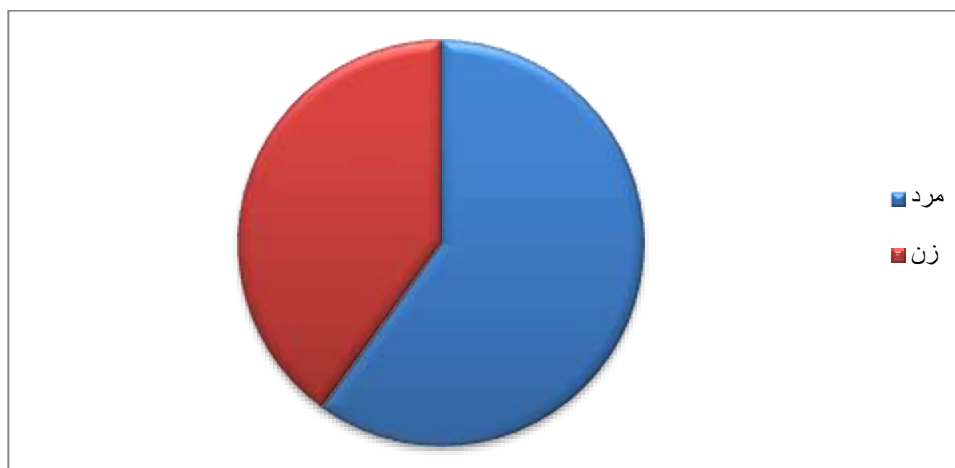
تحلیل‌های آماری

استنباط آماری عبارت است از برآورد پارامترهای جامعه براساس شاخص‌های نمونه. یعنی اینکه پارامترهای جامعه نظیر: میانگین، واریانس، انحراف استاندارد و غیره براساس شاخص‌های نمونه برآورد می‌گردد. در این پژوهش جامعه آماری بر اساس نمونه‌گیری تصادفی و فرمول کرکران ۸۰ نفر به دست آوردیم و سوالات پرسشنامه طبق آمار توصیفی و استنباطی تحلیل شده است.

آمار توصیفی :

جنس: نمودار شماره (۱) نشان‌دهنده توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنس می‌باشد چنانچه مشاهده می‌شود ۶۰٪ (۴۸ نفر) از کل پاسخگویان را مردان و ۴۰٪ (۳۲ نفر) را زنان تشکیل می‌دهند.

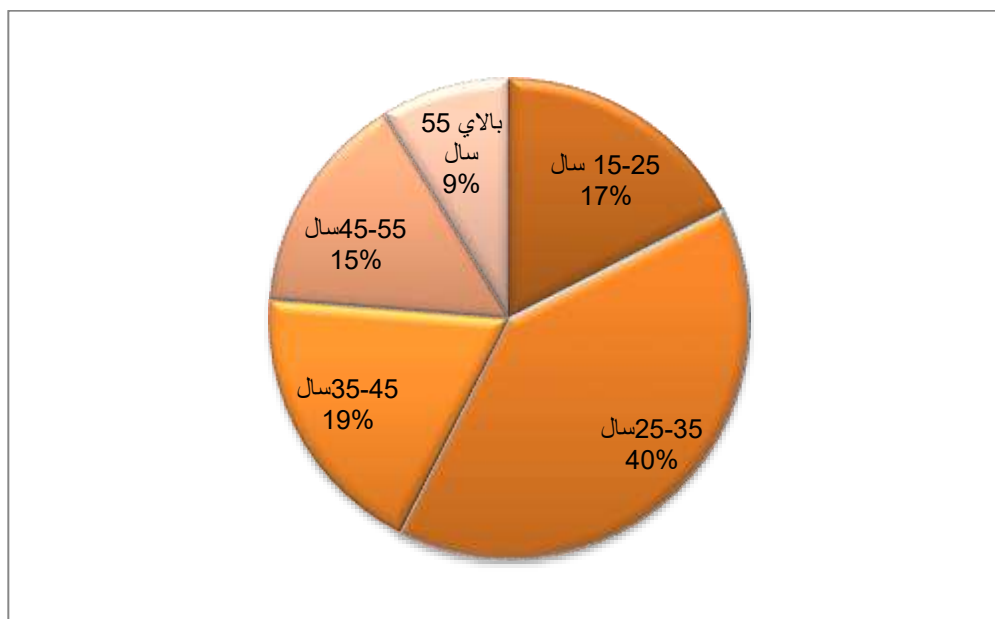
نمودار (۱) پراکندگی فراوانی پاسخگویان بر حسب جنس



سن

نمودار شماره (۲) نشان دهنده توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب رده های سنی می باشد چنانچه مشاهده می شود ۱۷.۵٪ (۱۴ نفر) پاسخگویان در رده سنی ۱۵-۲۵ سال و ۴۰٪ (۳۲ نفر) در رده سنی ۲۵-۳۵ سال و ۱۸.۷۵٪ (۱۵ نفر) در رده سنی ۳۵-۴۵ سال و ۱۵٪ (۱۲ نفر) در رده سنی ۴۵-۵۵ سال فقط ۸.۷۵٪ (۷ نفر) از کل پاسخگویان را افراد بالای ۵۵ سال تشکیل داده اند.

نمودار (۲) توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن



تحصیلات

جدول شماره (۳) نشان دهنده توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات می باشد چنانچه مشاهده می شود ۱۱.۱۴٪ (۱۱ نفر) دارای مدرک فوق دیپلم هستند، و ۵۴.۶۸٪ (۵۴ نفر) لیسانس و بالاتر و ۹٪ (۹ نفر) دیپلم و فقط ۶.۷٪ (۶ نفر) زیر دیپلم دارند و می توان گفت اکثر پاسخگویان را افراد تحصیل کرده تشکیل داده است.

جدول (۵) توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات

تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
زیر دیپلم	۶	۶.۷
دیپلم	۹	۹.۱۱
فوق دیپلم	۱۱	۱۱.۱۴
لیسانس و بالاتر	۵۴	۵۴.۶۸
مجموع	۸۰	۱۰۰

آمار استنباطی :

جهت بررسی فرضیه‌های فوق ابتدا سوالات مرتبط و تاثیرگذار در هر فرضیه کامپوت (Computs) شده سپس با استفاده از آزمون One-Sample Test مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و نتایج آن در بخش‌های مختلف مورد ارزیابی قرار گرفت و ارائه گردید .

فرضیه ۱ : به نظر می‌رسد نبود بازارهای سنتی و پایین بودن کیفیت خدمات رفاهی و اقامتی بالاترین نقش را در عوامل بازدارنده گردشگری شهری ایفا می‌کند.

با توجه اطلاعات بدست آمده از پرسشنامه سوالات مربوط به این فرضیه به رد یا تایید این فرضیه می‌پردازیم با توجه به سوالات مربوط به این فرضیه و رتبه‌بندی پاسخ‌های ارائه شده برای سوال، میانگین کل برابر با ۳.۳۴ گویای سطح متوسطی از بازارهای سنتی است .

برای انجام آزمون فوق ابتدا میانگین مکان‌یابی فعلی را در نمونه بدست می‌آوریم در جدول زیر شاخص‌های توصیفی مهم نمونه آورده شده است:

انحراف معیار	میانگین	بیشترین	کمترین	تعداد	
۰.۱۴۵	۳.۳۴	۵	۲	۷۹	نبود بازارهای سنتی از عوامل بازدارنده گردشگری شهری است

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود؛ میانگین برابر با ۳/۳۴ شده است که از ۳ بیشتر است .

Test Value = 3						
	t	df	Sig. (1-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرضیه ۱	23.28	78	0.000	3.342	3.05	3.63

در جدول فوق مقدار سطح معناداری $P\text{-value}=0.000$ شده است و چون این مقدار از 0.05 (خطای نوع اول) کمتر است، در نتیجه فرض مورد نظر پذیرفته می‌شود و می‌توان گفت:

نبود بازارهای سنتی و پایین بودن کیفیت خدمات رفاهی و اقامتی بالاترین نقش را در عوامل بازدارنده گردشگری شهری ایفا می‌کند.

فرضیه ۲: به نظر می‌رسد از عوامل اصلی پیش‌برد گردشگری در شهر یاسوج معتدل بودن آب و هوای منطقه و پتانسیل‌های محیطی شهر است.

با توجه اطلاعات بدست آمده از سوالات پرسشنامه مربوط به این فرضیه به رد یا تایید این فرضیه می‌پردازیم با توجه به سوالات مربوط به این فرضیه و رتبه‌بندی پاسخ‌های ارائه شده برای هر سوال، میانگین کل برابر با ۳ گویای سطح متوسطی از توزیع کاربری‌های اداری است.

در جدول زیر شاخص‌های توصیفی مهم نمونه آورده شده است:

انحراف معیار	میانگین	بیشترین	کمترین	تعداد	
۰.۷۴۹۵	۴.۵۳۷	۴	۱	۸۰	معتدل بودن آب و هوای منطقه و پتانسیل‌های محیطی شهر

همان‌گونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود؛ میانگین برابر با ۴.۵۳ شده است که از ۴ بیشتر شده و نشان می‌دهد که عوامل اصلی پیش‌برد گردشگری در شهر یاسوج معتدل بودن آب و هوای منطقه و پتانسیل‌های محیطی شهر است.

Test Value = 3						
		t	df	Sig. (1-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference
						Lower Upper
فرضیه ۲		54143	79	0.000	4.53	4.37 4.70

در جدول فوق مقدار سطح معناداری $P\text{-value}=0.000$ شده است و چون این مقدار از 0.05 (خطای نوع اول) کمتر است، در نتیجه فرض مورد نظر پذیرفته می‌شود و می‌توان گفت:

فرضیه ۳: به نظر می‌رسد از عوامل بازدارنده گردشگری در شهر یاسوج وجود استان‌های همسایه در جذب بالای گردشگری می‌باشد.

با توجه اطلاعات بدست آمده از سوالات پرسشنامه مربوط به این فرضیه به رد یا تایید این فرضیه می‌پردازیم با توجه به سوالات مربوط به این فرضیه و رتبه‌بندی پاسخ‌های ارائه شده برای هر سوال، میانگین کل برابر با ۳ گویای سطح متوسطی از وجود استان‌های همسایه در جذب بالای گردشگری است.

برای انجام آزمون فوق ابتدا میانگین وجود استان‌های همسایه در جذب بالای گردشگری را در نمونه بدست می‌آوریم در جدول زیر شاخص‌های توصیفی مهم نمونه آورده شده است:

انحراف معیار	میانگین	بیشترین	کمترین	تعداد	
۰.۱۰۰۵	۳.۳۹۰۴	۵	۲	۷۳	وجود استان‌های همسایه در جذب بالای گردشگری

همان‌گونه که در جدول فوق مشاهده می‌شود؛ میانگین برابر با ۳.۳۹ شده است که از ۳ بیشتر است.

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (1-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرضیه ۳	33.72	72	0.000	3.39	3.19	3.59

در جدول فوق مقدار سطح معناداری $P\text{-value}=0.000$ شده است و چون این مقدار از 0.05 (خطای نوع اول) کمتر است، در نتیجه فرض مورد نظر پذیرفته میشود و می توان گفت از عوامل بازدارنده گردشگری در شهر یاسوج وجود استان های همسایه در جذب بالای گردشگری می باشد.

نتیجه گیری

اکثر شهرهای ایران از جمله شهر یاسوج از قابلیت های فراوانی در بحث گردشگری برخوردار است. با توجه به اینکه این شهر در زمینه های مختلف طبیعی، تاریخی و فرهنگی دارای پتانسیل های زیادی برای جلب گردشگر است ولی نتوانسته است دستاوردهای مناسبی برای شهر به ارمغان بیاورد، چرا که این شهر با وجود جاذبه های طبیعی فراوان و آب و هوای معتدل و مناسب در فصول سال نتوانسته است در سطح ملی و منطقه ای از وضعیت و جایگاه مناسبی برخوردار باشد. در این پژوهش بعد از تبیین و تحلیل داده های آماری که از شاخص های محیطی، اجتماعی و اقتصادی برای شناسایی عوامل بازدارنده و پیش برنده گردشگری شهری مورد بررسی قرار گرفت نتایج بدست آمده از داده های آماری که از ۸۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند بعد از اینکه داده ها در SPSS وارد شدند و فرضیه ها مورد تحلیل و اثبات قرار گرفت نتایج به دست آمده نشان می دهد هر سه فرضیه تایید شدند، و فرضیه اول: (به نظر می رسد نبود بازارهای سنتی و پایین بودن کیفیت خدمات رفاهی و اقامتی بالاترین نقش را در عوامل بازدارنده گردشگری شهری ایفا می کند) و همچنین فرضیه سوم (به نظر می رسد از عوامل بازدارنده گردشگری در شهر یاسوج وجود استان های همسایه در جذب بالای گردشگری می باشد) تایید و هر دو فرضیه حاکی از آنند که سهم بالایی از عوامل بازدارنده گردشگری در شهر یاسوج را دارا می باشد. و از مهم ترین عواملی که بیشترین سهم را در پیش برد گردشگری در شهر ایفا می کند وجود آب و هوای معتدل است که در تمام فصول سال می تواند پذیرای گردشگران در شهر باشد. همچنین سایر شاخص های اجتماعی، اقتصادی و محیطی که با استفاده از طیف لیکرت طبقه بندی شدند به صورت جمع و میانگین و ... در قالب جدول نتایج آنان ارائه شده است.

راهنماها

- ایجاد تبلیغات مناسب برای جلب گردشگران با وجود آب و هوای معتدل در تمام فصول سال.
- ایجاد بازارهای صنایع دستی و بالا بردن کیفیت، و تقویت هنرهای دستی جاذب گردشگر.
- تنوع دادن و بالا بردن کیفیت وسایل حمل و نقل و خدمات مربوط به آن از جمله: پارکینگ، تقویت سیستم حمل و نقل شهری و مراکز پذیرایی اطراف جاذبه های گردشگری و غیره.
- بالا بردن کیفیت خدمات و امکانات بهداشتی - زیر ساختی و خدمات رفاهی در شهر.
- اطلاع رسانی و معرفی جاذبه های گردشگری شهر، تهیه بزرگراه های دسترسی و مراکز گردشگری و غیره.

منابع

- ابراهیم نیاسماکوش، سعید. خاکساری، علی. لطیفی، غلامرضا. دامادی، محمد (۱۳۹۲)، ارزیابی نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی- محیطی شهر بابلسر، صص ۱۷-۳۱.
- اصغرزاده، پرنیا. ناری، سعید (۱۳۸۹) نقش اکوتوریسم در توسعه پایدار ارزیابی و مقایسه پتانسیل گردشگری مناطق کندوان و ارسباران جهت ایجاد موزهی فضای باز
- پوراحمد، احمد. بهدوست، فرانک. فروهودی، رحمت‌الله (۱۳۹۳)، بررسی نقش گردشگری در توسعه شهری کرمانشاه، جغرافیا و آمایش شهری- منطقه‌ای، شماره ۱۵، صص ۸۵-۱۰۰.
- پورخسروانی، محسن (۱۳۹۵)، ارزیابی پتانسیل‌های گردشگری شهری سیرجان، دوره ۵، شماره ۲۰، صص: ۵۹-۸۰.
- تقوایی، مسعود. وارثی، حمیدرضا. صفراآبادی، اعظم (۱۳۹۱)، عوامل موثر در توسعه گردشگری شهری کرمانشاه، فصلنامه علمی- پژوهشی انجمن جغرافیای ایران، سال دهم، شماره ۳۳.
- سالنامه آماری استان کهگیلویه و بویراحمد، ۱۳۹۵، فصل: سرزمین و آب‌وهوا.
- سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان: ۱۳۹۵
- ستاری، محمدحسین، ۱۳۹۴، گردشگری شهری، سومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار.
- حیدری‌چپانه، رحیم. راحلی، حسین. فکری، حسین (۱۳۹۶)، ارزیابی جاذبه‌های گردشگری شهری با روش ارزش گذاری مشروط (cvm)، مطالعه موردی: جاذبه شورابیل اردبیل.
- خاکساری، علی. عباسی، مریم (۱۳۹۲)، شناسایی پتانسیل‌های گردشگری کوه‌رنگ و ارائه راهکارهای مناسب جهت توسعه گردشگری منطقه، دوره ۲۲، شماره ۸۸، صص: ۱۱۴-۱۰۶
- خانیان، پروانه. ۱۳۸۴. «فرصتها و چالش‌های توریسم ایران در دوره هزاره»
- زیاری، کرامت‌اله. جمالی، کیوان. صادقی، فرشید (۱۳۹۶)، ارائه الگوی توسعه پایدار گردشگری شهری (نمونه موردی: شهر لاهیجان)، دوره ۴، شماره ۴، صص ۷۱-۵۵.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا. بیشمی، بهار (۱۳۸۹)، جایگاه گردشگری ایران در Oic و نقش آن در همگرایی فرهنگی جهان اسلام، مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافی دانان جهان اسلام.
- صفاری‌زاده، مصیب. خزایی، مصطفی (۱۳۹۳)، امکان‌سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر یاسوج با استفاده از مدل SWot.
- غفاری گیلانده، عطا. ده‌زاده سیلابی، پروین. قدیمی، مریم (۱۳۹۵)، رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری براساس پتانسیل جذب گردشگر با استفاده از مدل تاکسونومی عددی (مورد مطالعه: شهرستان خوی)، شماره: ۵ (۴ پیاپی ۲۰)، صص: ۱۱۳-۱۲۶.
- مسیح، رها (۱۳۹۶)، شناسایی پتانسیل‌های گردشگری و ارائه راهکارهای اجرایی جهت تقویت گردشگری شهری (منطقه ۲۰ تهران)، چهارمین کنفرانس بین‌المللی برنامه‌ریزی و مدیریت محیط زیست.
- مشکینی، ابوالفضل. حیدری، تقی (۱۳۸۹)، ارزیابی توسعه گردشگری شهر زنجان با استفاده از مدل SWot، شماره ۳۵، صص ۳۷-۶۳.
- میرزایی کالار، اکبر. مدنی، سید مهدی. همتی‌نژاد، مهرعلی. رحمانی‌نیا، فرهاد (۱۳۹۲)، عوامل بازدارنده و سوق دهنده گردشگری ورزشی، سال ۲، شماره ۱ (پیاپی ۲)، صص ۸۵-۹۵.
- نوروزی، حامد. شریفی، شهرام. شیدایی، آیلین (۱۳۹۴)، ارزیابی گردشگری شهری با تاکید بر توسعه زیرساخت‌های گردشگری و رقابت‌پذیری شهری؛ مورد پژوهشی: کلان‌شهر تهران، شماره ۳۹، صص ۳۶۹-۳۹۲.
- Husain, K. Altin Ay, M. (2005). Sustainable Tourism Development: A Case Study of North Cyprus, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Volume:17, Issue:3. pp: 272 – 280.
- Williams, S. (2000). Tourism Geography. second published, London: Routledge.