

## تدوین و اولویت بندی راهبردهای توسعه گردشگری منطقه شمال استان فارس

حسین کیومرثی (دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه اصفهان،

اصفهان، ایران)

[h.kiumarsi@yahoo.com](mailto:h.kiumarsi@yahoo.com)

مسعود تقوایی (استاد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران، نویسنده

مستول)

[taghvaei@geo.ui.ac.ir](mailto:taghvaei@geo.ui.ac.ir)

حمیدرضا وارثی (استاد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران)

[varesi@geo.ui.ac.ir](mailto:varesi@geo.ui.ac.ir)

### چکیده

امروزه گردشگری از مهمترین رویکردهای توسعه اقتصادی و اجتماعی هر منطقه محسوب می شود و می تواند تاثیرات قابل توجه به دنبال داشته باشد. در راستای توسعه گردشگری، شناخت منابع، ظرفیت ها، مسائل و راهبردهای مطلوب بسیار ضروری است. شمال منطقه استان فارس با وجود تنوع اقلیمی و جغرافیایی و همچنین منابع مهم توسعه گردشگری اعم از تاریخی و طبیعی مورد غفلت قرار گرفته و اجرای برخی پروژه ها از جمله آزاد راه اصفهان- شیراز نیز بحث گردشگری منطقه را در انزوا قرار خواهد داد. هدف این پژوهش شناخت نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت در زمینه رشد و توسعه گردشگری منطقه شمال استان فارس و سپس تدوین راهبردهای موثر در این زمینه جهت برون رفت از مساله و مشکلات موجود و آینده است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر گردآوری داده های پیمایشی است. ابزار گردآوری داده ها، پرسش نامه است. روایی پرسش نامه از طریق نخبگان تایید و پایایی نیز از طریق آلفای کرونباخ بالای ۰/۷۰ تایید شد. جامعه آماری تحقیق را گردشگران تشکیل داده اند. تعداد نمونه ۳۸۴ نفر محاسبه شد. تحلیل مدل برای توسعه گردشگری منطقه شمال استان فارس نشان داد که نقاط قوت با امتیاز ۴/۰۵ به دلیل تنوع اقلیمی و منابع گردشگری منطقه و همچنین نقاط فرصت با امتیاز ۳/۹۷۶ به دلیل موقعیت جغرافیایی و استراتژیکی، به عنوان مهمترین ظرفیت های توسعه گردشگری منطقه شناخته شده اند که نسبت به نقاط ضعف و تهدید، وزن بیشتری دارند. نقاط ضعف با امتیاز ۳/۵۴۵ و نقاط تهدید با امتیاز ۳/۷۰۵ به دلیل کمبود امکانات و خدمات و تهدیدات و همچنین احداث آزاد راه اصفهان-شیراز در رتبه های بعدی شناخته شده اند. تقویت دسترسی به آزاد راه گردشگری

و همچنین توسعه خدمات گردشگری از مهمترین راهبردهای مطرح شده جهت برون رفت از مساله است.

**کلید واژگان:** توسعه، برنامه ریزی گردشگری، منطقه شمال استان فارس.

#### ۱. مقدمه

در چند دهه اخیر، گردشگری به یکی از محرک های اصلی رشد اقتصادی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته تبدیل شده است (آلم<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۶، ص. ۱۱۱). امروزه نقش گردشگری به عنوان یک منبع درآمد مهم و ایجاد تحول در اقتصاد یک منطقه بر کسی پوشیده نیست (رمضانی پور، ۱۳۹۷، ص. ۱۴۴) و به عنوان روبره رشد ترین صنعت اشتغال زا در دنیا و دومین صنعت پس از نفت شناخته شده و در توسعه کشورها بسیار مهم بوده است. بر همین اساس در چند دهه اخیر بسیاری از برنامه ریزان، صنعت گردشگری را به عنوان یکی از ارکان توسعه پایدار دانسته و بر این باور هستند که گردشگری به عنوان موضوعی چند ارزشی از راهکارهای مهم نیل به توسعه پایدار به شمار می رود؛ زیرا بسیاری از ساختارهای انسانی و طبیعی تحت تاثیر آن قرار گرفته و روند توسعه را هموار و محقق می سازد (استریمی کنه<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۱، ص. ۲۶۱). گردشگری یک پدیده اجتماعی (نظری سرمایه و صیدایی، ۱۴۰۰: ۲۶۱) و از مهمترین عوامل توسعه منطقه ایو فعالیتی است که می تواند به توسعه اقتصادی در سطح منطقه ای منجر شود و توزیع عادلانه درآمد و همچنین افزایش اشتغال را به دنبال دارد (کالرو و تارنر<sup>۳</sup>، ۲۰۲۰، ص. ۶). البته اهمیت صنعت گردشگری بسیار بیشتر از رشد اقتصادی و اشتغال زایی، در سطح جهانی است (تین<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۹، ص. ۸۴). چنانچه از این صنعت می توان برای حفظ و افزایش فرصت های مطلوب آینده، افزایش آگاهی مردم از طریق شناسایی فرهنگ های خاص و ترویج

---

1. Alam

2. Streimikiene

3. Calero & Turner

4. Tien

آنها و حتی برای کاهش تنش‌های سیاسی استفاده کرد(باتلر<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۲، ص. ۵۹). علاوه بر نکات ذکر شده، جمعیت به سرعت در حال رشد است و ضرورت راهبردهای جدید اشتغال زایی بخوبی وجود دارد که یکی از این راهبردها، توسعه گردشگری است(کلینسریسوک و پیچدین<sup>۲</sup>، ۲۰۲۲، ص. ۴).

به دلیل توسعه روزافزون و نقش آفرینی، بسیاری این صنعت را، صنعت تاثیرگذار در قرن آینده دانسته اند(متوک سرب<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۲، ص. ۱۱). بررسی روند تعداد گردشگران بخوبی این موضوع را تایید می نماید؛ چرا که بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری، تعداد گردشگری در سال ۲۰۱۷، برابر با ۷۸ میلیون نفر بوده است که در سال ۲۰۱۸ به ۸۴ نفر افزایش یافته که یک رشد ۷ درصد را شاهد هستیم(سازمان جهانی گردشگری<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸، ص. ۱۱). همچنین بر اساس آمار این سازمان بعد از بهتر شدن روند همه گیری کرونا و افزایش سفرها، تعداد گردشگری در سال ۲۰۲۱ برابر با ۷۶ میلیون نفر بوده که در پایان سال ۲۰۲۲ به ۱۱۷ میلیون افزایش یافته است(سازمان جهانی گردشگری<sup>۵</sup>، ۲۰۲۳، ص. ۵). بنابراین گردشگری و روند آن بخوبی تایید می نماید که بایستی این صنعت را به عنوان یک صنعت و راهبرد اساسی در زمینه توسعه اقتصادی و پایداری مناطق محسوب نمایم. توسعه گردشگری از مهمترین راهبردهای توسعه هر منطقه محسوب می شود(سیاسکای و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۲۲، ص. ۳)؛ چرا که گردشگری می تواند به ایجاد فرصت های شغلی، توسعه اقتصادی، حفظ فرهنگ و تاریخ و توسعه سایر صنایع منجر شود(لکا و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۲۲، ص. ۳۲). در واقع گردشگری می تواند به عنوان یک راه حل برای بهبود شرایط اقتصادی و اجتماعی در مناطق مختلف عمل نماید(آزیمونا و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۲۲، ص. ۲).

کشور ایران یکی از مناطق و مقاصد مهم گردشگری است. این موضوع به دلیل گستردگی و شرایط جغرافیایی، گونه های گیاهی و جانوری، مناظر و چشم اندازهای خاص و آثار تاریخی است. با این حال، عدم تعیین اهداف و سیاست های واضح در حوزه گردشگری، نبود تبلیغات مناسب، محدود شدن شناخت کشور ایران در جهان، کمبود نیروی انسانی متخصص، عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری و سایر

---

<sup>1</sup>. Butler

<sup>2</sup>. Klinsrisuk & Pechdin

<sup>3</sup>. Mateoc-Sîrb

<sup>4</sup>. The World Tourism Organization

<sup>5</sup>. Ciascai

<sup>6</sup>. Leka

<sup>7</sup>. Azimovna

مسائل مرتبط، به عنوان موانع اصلی در توسعه گردشگری در ایران محسوب می‌شوند. (صفری علی اکبر یو صادقی، ۱۴۰۱، ص. ۱۲۷). بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری، در سال ۲۰۲۲، ۴/۱ میلیون نفر از ایران بازدید نموده اند که این رقم نسبت به سال ۲۰۲۰ (۹۹۰ هزار)، ۳۱۵ درصد رشد داشته است (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۲۳، ص. ۱۲۱). البته سهم ایران از کل گردشگران وارد شده به منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۲۲، ۶ درصد بوده که با توجه به منابع گردشگری، بسیار کم بوده است.

استان فارس به عنوان یکی از استان های کشور محسوب می شود که از لحاظ گردشگری دارای جایگاه ویژه ای است. وجود منابع متنوع تاریخی و طبیعی و موقعیت جغرافیایی آن، این منطقه را مهم و ارزشمند کرده است. با وجود تنوع زیاد گردشگری در این استان، اما برخی مناطق از جمله منطقه شمال استان فارس، از لحاظ گردشگری کمتر مورد توجه قرار گرفته است. همین بی توجهی یا عدم برنامه ریزی، سبب شده که گردشگری این محدوده از استان فارس توسعه نیابد. منطقه شمال استان فارس شامل شهرستان های آباد، اقلید، بوانات، پاسارگاد، سرچهان و خرم بید با جمعیتی در حدود ۳۲۰ هزار نفر به سبب موقعیت خاص جغرافیایی، تنوع اقلیمی، فرهنگی و همچنین برخورداری از جاذبه های طبیعی، تاریخی و مذهبی متعدد یکی از مناطق بکر و ناشناخته گردشگری استان فارس و کشور محسوب می شود که علیرغم وجود قابلیت های فراوان، برنامه ریزی چندانی در جهت شناسایی و معرفی آن صورت نگرفته است. محدوده پژوهش دارای تعداد ۲۸ مورد جاذبه طبیعی شامل دریاچه ها، سدها، رودخانه ها، قله های سر به فلک کشیده، آبشارهای متعدد، تفرج گاه های طبیعی و ... و همچنین تعداد ۳۸ مورد جاذبه تاریخی-فرهنگی مانند مجموعه جهانی پاسارگاد، قلعه ها، عمارت ها و کاروان سراهای باستانی، مرقد امامزادگان و مساجد جامع تاریخی و همچنین آداب و رسوم خاص محلی و ... می باشد. موقعیت خاص منطقه و استقرار بر سر راه ارتباطی چهار استان اصفهان، یزد، فارس و کهگیلویه و بویراحمد و عبور شاهراه ارتباطی شمال به جنوب کشور نقش مهمی در اقتصاد این منطقه ایفا نموده و سبب رشد و توسعه نسبی منطقه علی رغم کمبودها و نیازهای موجود شده است. در سالیان اخیر اجرای پروژه آزادراه اصفهان - شیراز علی رغم داشتن مزیت هایی از جمله کاهش فاصله زمانی کلانشهرهای اصفهان و شیراز، سبب به حاشیه رانده شدن شهرهایی مانند آباد، اقلید، بوانات، خرم بید، سعادت شهر و همچنین مرودشت خواهد شد که موجودیت و توسعه خویش را به میزان زیادی مدیون وجود شاهراه ارتباطی بودند و

این جابجایی مسیر نقش منفی در اقتصاد این شهرها ایفا خواهد نمود. بنابراین منطقه شمال استان فارس به سبب تنوع اقلیمی، فرهنگی و ویژگی های خاص منطقه دارای قابلیت های فراوان توسعه گردشگری می باشد و توجه به نقش گردشگری منطقه یکی از رویکردهای توسعه پایدار این منطقه محسوب می شود. با توجه به این مساله، ضروری است که علاوه بر شناخت نقاط قوت و ضعف این منطقه از جهت گردشگری، راهبردهای موثر و مطلوب در این زمینه نیز اتخاذ شود. در این پژوهش این هدف مورد تاکید قرار گرفته است.

## ۲. پیشینه تحقیق

در این بخش به تعدادی از تحقیقات انجام شده در حوزه گردشگری به ویژه توسعه گردشگری در سطح منطقه ای اشاره شده است. کرمی و مدیری (۱۳۸۹) در تبیین نقش گردشگری در توسعه منطقه ای کلپورگان در استان سیستان و بلوچستان به این نتیجه دست یافتند که در صورت اعمال مدیریت و تهیه یک طرح جامع منطقه ای می توان بسترهای توسعه گردشگری در منطقه و به تبع آن توسعه منطقه را فراهم آورد. قادری و همکاران (۱۳۹۰)، در پژوهشی به تدوین راهبردهای توسعه گردشگری در شهرستان پیرانشهر با پرداخته و نتیجه گرفتند که با برنامه ریزی در جهت توسعه گردشگری و شناخت شهرستان به عنوان منطقه نمونه گردشگری می توان برای ساکنان منطقه ایجاد اشتغال نمود. علی اکبری و همکاران (۱۳۹۴) در تحلیل راهبرد توسعه منطقه ای در استان آذربایجان غربی نشان دادند که میان مدیریت یکپارچه گردشگری و توسعه منطقه ای و مؤلفه های مورد بررسی ارتباط معناداری وجود دارد و برای توسعه گردشگری منطقه، تقویت سازمانی، ظرفیت سازی، ارتباطات و مشارکت تمامی ذینفعان، به عنوان راهبردی اساسی مطرح است. احمدی فرد و داراب خانی (۱۳۹۹) در تدوین راهبردهای توسعه گردشگری بافت تاریخی شهر تهران نشان دادند که راهبرد یکپارچه و هماهنگ - نمودن تصمیمات مدیریتی، افزایش آگاهی و آموزش نیروی انسانی متخصص و کارشناس مرتبط با امر گردشگری و در اولویت قراردادن منطقه در برنامه های شورای برنامه ریزی شهرداری، سه راهبرد موثر در این زمینه هستند. مهدوی توکلی (۱۴۰۰)، در بررسی راهبردهای توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی بر پایه برنامه ریزی راهبردی مشارکتی نشان داد که راهبرد برنامه ریزی برای حمایت از مناطق حفاظت شده به عنوان

راهبرد اصلی و ایجاد مراکز خدماتی و تسهیلاتی اقامتی گردشگران در محدوده حفاظتی و مرمت‌شده تاریخی و ارتقاء استانداردهای آن برای ارائه خدمات بهتر در منطقه تاریخی موردنظر به عنوان راهبرد جایگزین شناخته شده‌اند. بهرامی جاف و همکاران (۱۴۰۰)، در تدوین راهبردهای توسعه گردشگری مناطق مرزی نتیجه گرفتند که مهم‌ترین مزیت‌های گردشگری منطقه داشتن تنوع آب‌وهوایی، بافت و معماری خاص و منحصر به فرد و نیروی انسانی تحصیل کرده است، و ضعف دیپلماسی کشور، درگیری بین کشورهای منطقه، مدیریت کلان کشور، کمبود زیرساخت‌های مناسب به عنوان بزرگ‌ترین موانع توسعه گردشگری شناخته شده است. شگوری و همکاران (۱۴۰۰) در تدوین راهبردهای توسعه گردشگری شهر تبریز، نشان دادند که بهترین راهبرد، راهبرد تهاجمی یا رشد و توسعه است که در این زمینه ضرورت توجه به برنامه ریزی گردشگری پایدار، تاکید بر توسعه گردشگری فرهنگی - تاریخی کلان شهر تبریز به دلیل تعدد بناهای تاریخی و وجود مزیت‌های نسبی این نوع گردشگری، بسیار مهم است. صفری علی اکبری و صادقی (۱۴۰۱) در بررسی موانع و راهبردهای توسعه گردشگری منطقه دزپارت نشان دادند که شش راهبرد برنامه ریزی فرهنگی، مدیریت یکپارچه، بهبود خدمات و امکانات، ظرفیت‌سنجی و عرضه محصولات، توسعه عمرانی-زیربنایی و بهبود دانش گردشگری قابل اجرا است. محمود و همکاران (۱۴۰۱) در تدوین راهبردهای توسعه گردشگری، نتیجه گرفتند که ترویج گردشگری ورزشی به ویژه گردشگری ورزشی ماجراجویانه می‌تواند به عنوان یکی از عوامل توسعه گردشگری و جذب گردشگر مورد توجه مدیران منطقه باشد و ضروری است برنامه ریزان و دست‌اندرکاران کشوری و محلی با فراهم کردن زیرساخت‌های لازم، بستری مناسب جهت توسعه گردشگری طبیعی ورزشی در منطقه را فراهم کنند.

سامرس و همکاران (۲۰۱۹) در بررسی عوامل و موانع توسعه گردشگری نتیجه گرفتند که عدم درک گردشگری، نداشتن بصیرت تجاری، کمبود منابع مالی و انسانی و عدم تمایل به همکاری در زمینه مشاغل گردشگری به عنوان موانع و حمایت دولت محلی، درک صحیح از ساختار گردشگری و ظرفیت مشارکت در بازاریابی از عوامل رشد

---

<sup>1</sup>. Summers

گردشگری هستند. لاکجانووا<sup>۱</sup>(۲۰۱۹) در بررسی مشکلات و روندهای توسعه گردشگری منطقه ای نشان داد که ضعف زیرساختی و امکانات، نبود تبلیغات، ضعف در رقابت، کمبود سرمایه و نبود مشارکت از مهمترین موانع و بازاریابی به عنوان مهمترین راهکار شناخته شده است. آندراز و همکاران<sup>۲</sup>(۲۰۱۹)، نتیجه می گیرند که گردشگری به تمرکز بخشیدن فعالیت اقتصادی در بزرگترین منطقه کشور و کاهش فاصله بین مناطق دوم و سوم کمک کرده است و در واقع گردشگری در همه مناطق اثرات مثبت بر اقتصاد کشور دارد. لو<sup>۳</sup>(۲۰۱۹) به بررسی اثرات توسعه گردشگری بر نابرابری منطقه ای در ۱۱۳ کشور جهان از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۲ با استفاده از شاخص های نابرابری می پردازد و نشان می دهند که گردشگری تاثیر منفی بر نابرابری های منطقه ای دارد و ترویج توسعه گردشگری را ابزاری موثر برای دستیابی به توسعه بیشتر منطقه ای می داند. تانگ<sup>۴</sup>(۲۰۲۰) در بررسی توسعه گردشگری در ویتنام و استراتژی موثر در این زمینه نتیجه گرفت که ویتنام به واسطه شرایط آب و هوایی، جاذبه ها و منابع طبیعی و ویژگی های فرهنگی، ظرفیت زیادی برای گردشگری دارد که در این زمینه اتخاذ راهبرد فناوری محور و توسعه فرهنگی از مهمترین راهبردهای قابل تاکید است. لیو و همکاران<sup>۵</sup>(۲۰۲۰) نیز نشان دادند که دولت در توسعه گردشگری به ویژه گردشگری روستایی در چین موثر است و اتخاذ راهبردهای مبتنی بر مشارکت، توسعه فناوری و همچنین توسعه زیرساختی می تواند به رشد گردشگری و پایداری آن کمک نماید. هجر<sup>۱</sup>(۲۰۲۲) در بررسی سیاست توسعه گردشگری با تاکید بر ظرفیت های اقتصادی نتیجه گرفت که گردشگری می تواند به توسعه سایر بخش های اقتصادی یک منطقه نیز کمک نماید و در این زمینه رشد خدمات و برنامه های خلاق محور اقتصادی در بخش گردشگری بسیار مهم هستند. تانگ<sup>۷</sup>(۲۰۲۳) نشان داد که توسعه گردشگری یک رویکرد مطلوب برای توسعه متوازن است و در این زمینه اقتصاد

---

1. Lukjanova

2. Andraz

3. Lv

4. Tung

5. Liu et al

6. Hajar

7. Tang

دیجیتال می تواند به رشد گردشگری کمک نماید. بالوچ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۳) در بررسی تاثیر گردشگری بر پایداری محیطی نتیجه گرفتند که گردشگری با ایجاد فرصت های شغلی و ظرفیت های تازه در یک منطقه می تواند به کنترل و مدیریت منابع محیطی کمک نماید و در این زمینه، تاکید روی راهبردهای محیط محور بسیار مهم است. تفاوت اصلی این پژوهش با پژوهش های ذکر شده علاوه بر متفاوت بودن منطقه، بحث شناخت و سپس تدوین راهبردهای توسعه گردشگری در سطح یک منطقه با محدوده قابل توجه است. علاوه بر این در این مطالعه، منطقه ای انتخاب شده که از لحاظ منابع توسعه گردشگری غنی است، اما در انزوا قرار گرفته و نیاز به تدوین راهبردهای مناسب جهت برون رفت از مساله را دارد.

### ۳. مبانی نظری

یکی از بخش های مهم و در حال رشد سریع در جهان، گردشگری است که در رشد اقتصاد کشورها بسیار مؤثر است، ضمن آنکه منافع اقتصادیان شامل جوامع محلی نیز می شود (عثمان و سنتوسا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹، ص. ۲۶). گردشگری توجه دولت ها، سازمان های غیردولتی و فعالان اقتصادی را نیز به خود جلب کرده است؛ زیرا نقش مهمی در جهت دهی به فعالیت های اقتصادی و کمک به افزایش درآمد جوامع دارد (چن<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۰، ص. ۳۶). گردشگری عرصه پیچیده و دارای اجزای بسیاری است که در محصول و تجربه گردشگری نقش دارند (کوری و فالکونر<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳، ص. ۲). اگر چه در جهان امروزی صنعت گردشگری از فرمول سابق گردشگری آفتاب، ماسه و دریا که قرن ۱۸ به بعد در اروپا متداول شده، دور شده و به طرف تعطیلات هدفمند و مسافرتی که نیازهای استراحتی و ذهنی را با هم داشته باشد حرکت می کند (نکوئی صدری، ۱۳۹۸، ص. ۱۱). برای اینکه صنعت گردشگری در یک کشور متحول شوند و توسعه یابد، باید در راستای آن عناصر و فعالیت هایی متحول شده و توسعه یابند، که در پویایی آن سهم هستند (گی و فایوسولا، ۱۳۹۰، ص. ۴۸).

---

1. Baloch

2. Osman and Sentosa

3. Chin

4. Currie and Falconer



صنعت گردشگری به عنوان یکی از صنایع پویا و رو به رشد در جهان، می‌تواند دارای نقش بسیار مهمی در توسعه منطقه‌ای باشد. در اینجا به چند مورد از تاثیرات آن در توسعه منطقه‌ای اشاره می‌شود. ۱- فرصت‌های شغلی: صنعت گردشگری می‌تواند فرصت‌های شغلی جدید را در مناطق مختلف فراهم کند و با افزایش تقاضا برای خدمات در منطقه، بهبود شرایط اقتصادی و اجتماعی را به همراه داشته باشد. در مواردی، گردشگری می‌تواند به عنوان منبع اصلی درآمد از بخش خدمات در منطقه عمل کند (احمد<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۲، ص. ۵). ۲- توسعه اقتصادی: صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان منبعی از درآمد برای مناطق مختلف عمل کند و با فعال شدن این صنعت، توسعه اقتصادی منطقه را حمایت کند. با جذب توریست‌ها، درآمد ارزی نیز به کشور وارد می‌شود. ۳- توسعه منابع طبیعی: صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان یک ابزار برای حفظ و بهره‌برداری پایدار از منابع طبیعی عمل کند. با توجه به اینکه صنعت گردشگری به بخش‌های مختلف محیط زیست وابسته است، می‌تواند با بهره‌برداری پایدار از این منابع، به توسعه منطقه کمک کند (لیو<sup>۲</sup>، ۲۰۲۲، ص. ۴۵). ۴- حفظ فرهنگ و تاریخ: صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان یک ابزار برای حفظ فرهنگ و تاریخ محلی عمل کند و با جذب گردشگران، فرهنگ و تاریخ منطقه را به نمایش بگذارد و حفظ کند. این کار می‌تواند در جهت حفظ هویت فرهنگی منطقه و افزایش آگاهی گردشگران از فرهنگ و تاریخ منطقه مؤثر باشد (حسن<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۲، ص. ۷). ۵- توسعه سایر صنایع: با توجه به نیاز گردشگران به خدمات، صنایع دیگری مانند بن‌بست، صنعتی، خدماتی و ... نیز می‌توانند در منطقه رشد کنند و توسعه پیدا کنند. به عنوان مثال، با جذب گردشگران، صنایع مرتبط با خدمات خودرو، خدمات هتل‌ی و خدمات رستورانی نیز پیشرفت خواهند کرد (یانگ<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۲۲، ص. ۹). ۷- توسعه فرهنگی و اجتماعی: با جذب گردشگران از مناطق مختلف، فرهنگ و هنرهای محلی، غذاهای محلی و سبک زندگی محلی برای گردشگران نمایش داده می‌شود. این کار می‌تواند در جهت افزایش اطلاعات و آگاهی گردشگران از فرهنگ و سبک زندگی

---

1. Ahmad

2. Liu

3. Hassan

4. Yang

محلی و در نتیجه، ارتقای سطح فرهنگی و اجتماعی منطقه موثر باشد. ۸- توسعه ارتباطات و تبلیغات: صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان یک ابزار برای توسعه ارتباطات و تبلیغات منطقه عمل کند. با تبلیغات مناسب و توسعه ارتباطات با گردشگران، افزایش تعداد گردشگران و افزایش درآمد از این صنعت، توسعه منطقه را حمایت خواهد کرد (رزاق<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۳، ص. ۴۸۹).

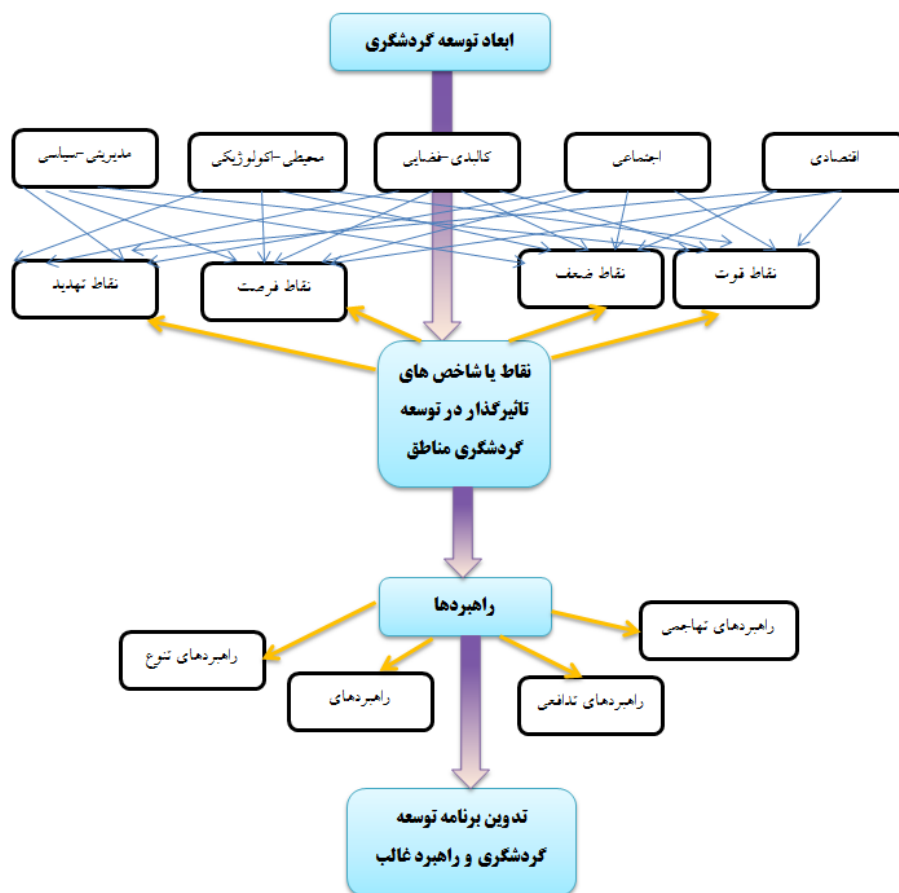
به طور کلی، صنعت گردشگری می‌تواند در توسعه منطقه‌ای نقش بسیار مهمی داشته باشد. با ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه اقتصادی، حفظ فرهنگ و تاریخ، توسعه منابع طبیعی، توسعه سایر صنایع، توسعه فرهنگی و اجتماعی و توسعه ارتباطات و تبلیغات، صنعت گردشگری می‌تواند به توسعه منطقه کمک کند. با این حال، مدیریت شایسته و پایدار این صنعت بسیار مهم است تا این که این صنعت به نفع منطقه و جامعه عمل نماید (تنگ<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۲، ص. ۳۲).

شکل شماره ۱، مدل مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد. بر اساس این مدل، برای تدوین راهبردهای توسعه گردشگری شمال استان فارس، ابتدا بایستی شناخت کافی از ظرفیت‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری این منطقه در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، محیطی-اکولوژیکی، کالبدی-فضایی و مدیریتی-سیاسی، به دست آید. هر یک از این ابعاد دارای جهات مختلفی هستند. به عبارت دیگر هر یک از عوامل ذکر شده می‌توانند دارای بخش‌های مختلفی شامل عوامل محدود کننده یا توسعه دهنده گردشگری باشند که در چهار بخش نقاط قوت و ضعف (عوامل داخلی) و همچنین فرصت و تهدید (عوامل خارجی) شناخته می‌شوند. بر اساس مدل مفهومی، با شناختی که از نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در ابهام گوناگون حاصل می‌شود، می‌توان به تدوین راهبردهای مناسب و همچنین انتخاب راهبرد مطلوب جهت توسعه گردشگری شمال استان فارس مبادرت نمود. بر این اساس مدل مفهومی، به خوبی در مرحله اول یک شناخت در ابعاد مختلف و سپس بر اساس این شناخت، راهبردهای مطلوب را تدوین می‌نماید.

---

<sup>1</sup>. Razzaq

<sup>2</sup>.Tang



شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش

#### ۴. روش پژوهش

روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر گردآوری داده های پیمایشی است. این تحقیق همچنین از نوع تحقیقات کمی محسوب می شود. قلمرو مکانی این پژوهش شمال استان فارس می باشد. جامعه آماری تحقیق را دو گروه کارشناسان و گردشگران تشکیل داده اند. تعداد جامعه کارشناس ۳۵ نفر و به روش گلوله برفی تعیین شد. همچنین حجم نمونه گردشگران بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر محاسبه شد. پرسشنامه پژوهش از منظر روایی مورد تأیید خبرگان قرار گرفت و از منظر پایایی با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۶ تأیید شد. تجزیه و تحلیل داده ها فرآیندی چندمرحله ای است که با استفاده از مدل سوات انجام شد. مدل SWOT شامل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در زمینه یک موضوع یا پدیده است. به عبارت دیگر این مدل، روشی است که

برای شناسایی نقاط قوت و ضعف داخلی و فرصت ها و تهدیدهای خارجی یک سیستم به کار برده می شود. منطق رویکرد مذکور این است که راهبرد اثر بخش باید قوت ها و فرصت های سیستم را به حداقل برساند. اگر این منطق درست به کار گرفته شود نتایج بسیار خوبی برای انتخاب و طراحی یک راهبرد اثر بخش خواهد داشت. همچنین در این پژوهش از مدل تحلیل شکاف نیز استفاده شده است که در جای خود در ادامه توضیح داده شده است.

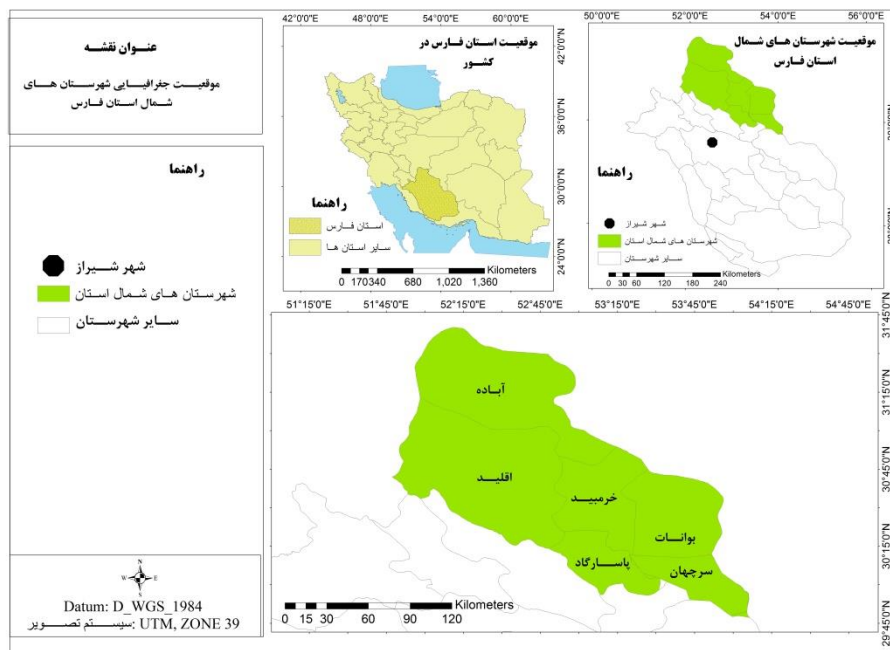
#### ۴.۱. محدوده مورد مطالعه

محدوده مورد پژوهش، منطقه شمال استان فارس و شامل شش شهرستان آباده، اقلید، بوانات، پاسارگاد، سرچهان و خرم بید می باشد که جمعیتی بالغ بر ۳۲۰ هزار نفر را دارند. وسعت منطقه نیز در حدود ۲۲۵۰۰ کیلومترمربع بوده که به تنهایی از ۱۱ استان کشور شامل گیلان، قم، کهگیلویه و بویراحمد، قزوین، تهران، چهارمحال بختیاری، اردبیل، همدان، ایلام، زنجان، گلستان وسیعتر می باشد. این منطقه از لحاظ گردشگری دارای ظرفیت ها و منابع توسعه متنوعی شامل اقلیم مطلوب، آثار تاریخی-فرهنگی و همچنین اکوتوریسمی است.

جدول (۱) جمعیت و وسعت شهرستان های مورد بررسی به همراه تعداد جاذبه های گردشگری

شهرستان	جمعیت	مساحت Km2	تعداد جاذبه		شهرستان	جمعیت	مساحت Km2	تعداد جاذبه	
			طبیعی	تاریخی- فرهنگی				طبیعی	تاریخی- فرهنگی
آباده	۱۰۰۸۳۱	۷۱۳۲	۴	۱۱	پاسارگاد	۳۰۱۱۸	۱۷۵۴	۳	۷
اقلید	۹۳۷۶۳	۵۹۱۸	۸	۱۳	سرچهان	۱۶۰۴۴	۲۱۵۵	۲	۱
بوانات	۳۴۳۷۴	۲۵۴۱	۳	۲	خرم بید	۵۰۵۲۲	۲۷۱۸	۸	۴
-	-	-	-	-	مجموع	۳۲۵۶۵۲	۲۲۲۸۴	۲۸	۳۸

از نظر موقعیت جغرافیایی حدفاصل چهار استان اصفهان در شمال، استان یزد در شرق، شهرستان های استان فارس در جنوب و استان کهگیلویه و بویراحمد در حد غرب بوده و بر سر شاهراه ارتباطی شمال به جنوب کشور و آزاد راه اصفهان - شیراز قرار دارد.



شکل (۲) موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه (شمال استان فارس)

## ۵. یافته های تحقیق

۵.۱. تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی موثر بر رشد توسعه صنعت گردشگری برنامه ریزی برای توسعه گردشگری در گرو بررسی دقیق و شناخت از منطقه مورد مطالعه است، بدون آگاهی و شناخت پتانسیل ها در هر منطقه، امکان برنامه ریزی وجود نخواهد داشت. در پژوهش حاضر به منظور شناخت نقاط ضعف و قوت و نیز فرصت ها و تهدیدهای خارجی موثر در صنعت گردشگری منطقه مورد مطالعه، کلیه نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدیدهای مربوط به هر شهرستان بر اساس مطالعات و پژوهش های میدانی محقق، به صورت جداگانه و در ابعاد کالبدی فضایی، محیطی-اکولوژیکی، اقتصادی، اجتماعی و مدیریتی-سیاسی آورده شد. سپس وزن هر معیار با استفاده از نظر تعداد ۳۵ نفر از کارشناسان و مسئولین مرتبط (جدول ۲) با حوزه گردشگری در طیف لیکرت و در دامنه وزنی ۱ به معنی کمترین اهمیت و ۵ به معنی بیشترین اهمیت تعیین گردید. در ادامه به منظور تعیین وزن حقیقی هر یک از معیارها، از کارشناسان و مسئولین مربوطه خواسته شد تا وزن همان عامل در گردشگری منطقه

مورد مطالعه نیز در دامنه وزنی ۱ تا ۵ تعیین گردد و پاسخ های بدست آمده در هر دو مرحله به عنوان میانگین وزن آن معیار در توسعه گردشگری شهرستان مورد مطالعه منظور گردید.

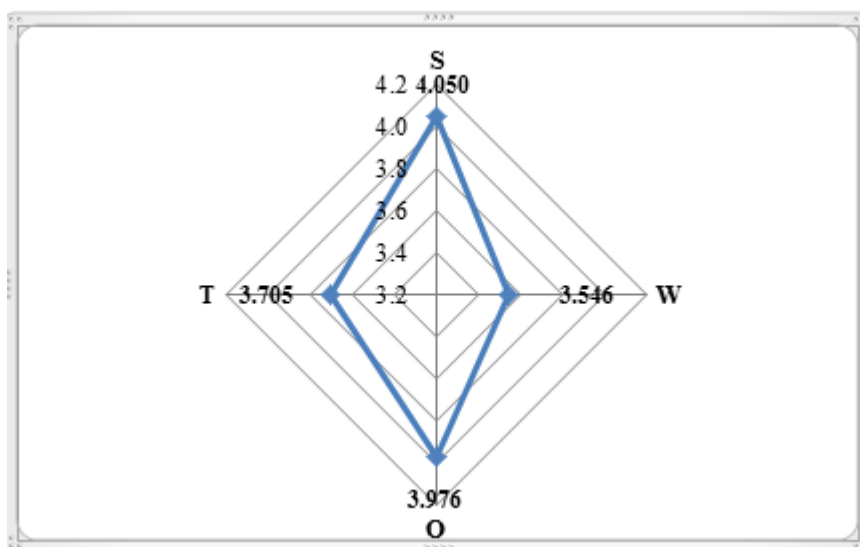
جدول (۲) مشخصات مسئولین و کارشناسان با ذکر تخصص و سابقه خدمت

سمت	تخصص	تعداد	سابقه فعالیت (مجموع)
استاد دانشگاه	برنامه ریزی گردشگری	۵	۱۶۴
مسئول	میراث فرهنگی	۶	۷۸
کارشناس	گردشگری	۱۴	۱۸۵
فعال حوزه گردشگری	بخش خصوصی	۱۰	۴۵

نتایج حاصل از جمع بندی نهایی میزان میانگین امتیازات هریک از جنبه های توسعه گردشگری به تفکیک شهرستان نشان می دهد که در بیشتر شهرستان ها، نقاط ضعف به دلیل کمبود امکانات و خدمات و سایر موارد مربوط به وضعیت داخلی شهرستان، از جمله مهمترین موانع توسعه صنعت گردشگری محسوب می شوند. در رتبه بعد تهدیدهای پیش رو به دلایل مختلف از جمله احداث آزاد راه اصفهان-شیراز و تاثیرات منفی آن بر رونق گردشگری منطقه به وضوح تاثیرات خود را نشان داده است.

جدول (۳) امتیازات کسب شده توسط عوامل موثر بر رشد و توسعه صنعت گردشگری

نام شهرستان	S	W	O	T
آباده	۴/۰۶۸	۳/۵۷۴	۴/۰۱۸	۳/۷۶۲
اقلید	۴/۰۵۱	۳/۷۰۴	۴/۰۰۴	۳/۷۳۳
بوانات	۴/۰۷۶	۳/۵۶۲	۳/۹۶۸	۳/۶۵۶
پاسارگاد	۴/۰۳۴	۳/۴۱۷	۳/۹۴۶	۳/۶۳۹
خرم بید	۴/۱۳۸	۳/۵۰۶	۳/۹۷۳	۳/۷۱۲
سرچهان	۳/۹۳۳	۳/۵۱۱	۳/۹۱۲	۳/۷۳۰
میانگین	۴/۰۵	۳/۵۴۵	۳/۹۷۶	۳/۷۰۵



شکل (۳) امتیازات کسب شده توسط عوامل موثر بر رشد و توسعه صنعت گردشگری

۵,۱. تدوین راهبردهای توسعه صنعت گردشگری محدوده مورد مطالعه

در این بخش، راهبردهای توسعه صنعت گردشگری منطقه ارائه شده است. بر اساس مدل سوات، راهبردهای توسعه گردشگری در چهار نوع تهاجمی (SO)، تنوع (ST)، بازنگری (WO) و تدافعی (WT) است. در ادامه کلیه راهبردهای توسعه گردشگری منطقه مورد مطالعه به شرح جداول ۴ تا ۷ آورده شده است. از مهمترین راهبردهای تهاجمی (جدول ۳) می توان به تقویت راه های ارتباطی استان، بهره گیری از روحیه تعاون مردم منطقه و برگزاری جشنواره های ورزشی اشاره نمود.

جدول (۴) راهبردهای تهاجمی موثر بر رشد و توسعه صنعت گردشگری

شرح راهبرد	شماره	ابعاد
تقویت راه های ارتباطی دسترسی کلیه شهرستان ها به مرکز استان و سایر مراکز استانی	۱	کابلی فضایی
همراهی با جشنواره های استانی و ملی سایر استان ها	۲	
توسعه حمل و نقل عمومی و اتصال آن به صنعت حمل و نقل عمومی و ترانزیت کشور	۳	
میزبانی از فستیوال ها و جشنواره های ملی و منطقه ای به دلیل وجود زیرساخت های اقامتی	۴	
برگزاری جشنواره های ورزشی و دعوت از استان های مجاور جهت انتقال تجربیات و ...	۵	
تقویت نقش گردشگری درمانی با توجه به فاصله از مراکز بزرگ شهری	۶	
ایجاد همگرایی و همبستگی بیشتر جوامع و مردم محلی با توجه به اشتراکات تاریخی و فرهنگی	۷	
جذب بیشتر زیرساخت های مورد نیاز توسعه منطقه ای از قبیل مراکز دانشگاهی و ...	۸	
برقراری راه ارتباطی مناسب به آزاد راه اصفهان- شیراز	۹	
برقراری راه ارتباطی مناسب کلیه شهرستان ها به بزرگراه طریق الرضا	۱۰	
ارتقاء مراکز خدمات بین راهی در راستای خدمات دهی بهتر و بیشتر به گردشگران	۱۱	
تقویت نقش مالی و اداری شهرستان های محدوده از طریق تبدیل شدن به استان مستقل	۱۲	

تقویت راه های ارتباطی بین شهرستان ها	۱۳	محیط اکولوژیکی
تقویت دسترسی به مناطق کوهستانی و پر برف خصوصا قله بل جهت تقویت گردشگری زمستانه	۱۴	
استفاده از قابلیت های دریاچه های آب شیرین جهت توسعه ورزش های آبی	۱۵	
استفاده از قابلیت های گردشگری ساحلی و دریاچه با توجه به وجود سد ملاصدرا	۱۶	
برنامه ریزی جهت استفاده گردشگران و مردم محلی از تنوع اقلیمی با ایجاد تورهای فصلی	۱۷	
برگزاری تورهای آموزشی و تفریحی جهت بازدید از قنوات قدیمی	۱۸	
حفظ و نگهداری چشمه سارها و ایجاد امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران	۱۹	
برگزاری تورهای بازدید از حیات وحش با توجه به وجود مناطق حفاظت شده	۲۰	
ایجاد دسترسی مناسب بین مناطق گرم و خشک مرکزی و سرد و پرباران غربی محدوده	۲۱	
استفاده از منابع آبی سطحی و زیرزمینی و خاک حاصلخیز به منظور توسعه گردشگری کشاورزی	۲۲	
توسعه صادرات محصولات کشاورزی و باغی با توجه به قیمت پایین تمام شده آنها	۲۳	
توسعه بازارچه های عرضه و فروش تولیدات محلی (زراعی، باغی و صنایع دستی).	۲۴	
ایجاد نمایشگاه و فروشگاه تولیدات صنعتی و معدنی	۲۵	
تقویت کارگاه های کوچک صنایع دستی در راستای ایجاد اشتغال پایدار	۲۶	
برنامه ریزی جهت صرف هزینه توسط گردشگر با ارائه خدمات و امکانات مطلوب و متنوع	۲۷	
تقویت زیرساخت های اقتصادی در مجاورت آزادراه جدید الاحداث	۲۸	

ادامه جدول(۴) راهبردهای تهاجمی موثر بر رشد و توسعه صنعت گردشگری

شرح راهبرد	شماره	ابعاد
جشنواره های بومی و محلی در راستای افزایش مراودات فرهنگی بین گردشگران و جوامع محلی	۲۹	فرهنگی
بهره گیری از روحیه تعاون و همیاری مردم محلی جهت برگزاری جشنواره های استان و ملی	۳۰	
برنامه ریزی جهت توسعه گردشگری مذهبی با وجود امامزادگان جلیل القدر	۳۱	
برنامه ریزی جهت توسعه گردشگری تاریخی با توجه به وجود جاذبه های تاریخی و دارای اهمیت	۳۲	
افزایش سطح آگاهی مردم محلی از طریق ارائه مطالب مفید در روزنامه های و نشریات محلی	۳۳	توسعه بازاریابی و تبلیغاتی
برنامه ریزی جهت جلب گردشگران فرهنگی و تاریخی با توجه به اتمام شیوع ویروس کرونا	۳۴	
افزایش انگیزه بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در گردشگری با توجه به امنیت بالای منطقه	۳۵	
اهتمام و توجه مسئولین به توسعه گردشگری	۳۶	
امکان استفاده از تجارب غنی سایر کشورها	۳۷	
امکان استفاده از ظرفیت نهادهای متولی امر گردشگری	۳۸	
قابلیت بالای بهره گیری از مسئولین بومی در سطح استان در صورت همکاری بیشتر	۳۹	
امکان استفاده از قوانین و ضوابط موجود جهت سرعت بخشیدن به توسعه گردشگری	۴۰	

بر اساس جدول(۵) از جمله راهبردهای بازنگری توسعه گردشگری منطقه می توان به استقرار مراکز خدمات درمانی با توجه به نقش مرکز ناحیه و منطقه ای محدوده، بهبود کیفیت راه های روستایی، تنوع بخشی به فعالیت های موجود در مجاورت راه های ارتباطی اصلی، افزایش آگاهی سرمایه گذاران محلی، منطقه ای با توجه به افزایش انگیزه تفریح و مسافرت در مردم و غیره اشاره نمود.

جدول(۵) راهبردهای بازنگری موثر بر رشد و توسعه صنعت گردشگری

شرح راهبرد	شماره	ابعاد
استقرار مراکز خدمات درمانی با توجه به نقش مرکز ناحیه و منطقه ای محدوده	۱	توسعه بازاریابی و تبلیغاتی
استفاده از تجربیات قطب های گردشگری همجوار در راستای تنوع بخشی به امکانات و خدمات	۲	



بهبود کیفیت راه های روستایی و اتصال مناسب آنها به شبکه راه های سراسری	۳	محیطی - اکولوژیکی
اتصال مناسب شبکه راههای ارتباطی به آزاد راه اصفهان- شیراز	۴	
برنامه ریزی جهت طراحی و اجرای مسیرهای دسترسی به بزرگراه طریق الرضا	۵	
استفاده از قابلیت های خالی از سکنه شهرستان ها جهت استقرار صنایع خاص مانند پادگان ها و ...	۶	
تنوع بخشی به فعالیت های موجود در مجاورت راه های ارتباطی اصلی	۷	
توزیع متناسب امکانات و خدمات با توجه به عبور آزادراه و بزرگراه جدیدالاحداث	۸	
استفاده از تجربیات سایر شهرها جهت ساماندهی بصری به مناظر و جاذبه ها	۹	
ایجاد زیستگاه های مصنوعی پرندگان مهاجر	۱۰	
حفظ و تقویت محیط زیست	۱۱	
حفاظت از گونه های گیاهی و جانوری با ایجاد مناطق شکار ممنوع	۱۲	
به زیرکشت بردن اراضی دارای قابلیت کشت با ایجاد سدهای ذخیره آب	۱۳	
کمک به تقویت سفره های آب زیرزمینی با ایجاد طرح های حفاظت آب و خاک	۱۴	
همگرایی منطقه ای و پرهیز از سیاسی کاری در جهت حفظ حوضه های آبخیز	۱۵	
راه اندازی سیستم دفع فاضلاب و بازیافت زباله ها	۱۶	
حفظ و نگهداری از منابع آب شیرین و پرهیز از هدر رفت آب	۱۷	
تقویت دسترسی به جاذبه های طبیعی درعین حفظ محیط و جلوگیری از تخریب طبیعت	۱۸	
مدیریت مصرف بهینه آب خصوصا در بخش کشاورزی و جلوگیری از شور شدن آبها	۱۹	

ادامه جدول (۵) راهبردهای بازنگری موثر بر رشد و توسعه صنعت گردشگری

شرح راهبرد	شماره	ابعاد
جلب سرمایه گذار جهت شناسایی جاذبه ها با اعطای مشوق های مالی	۲۰	اقتصادی
آموزش جوانان و مردم محلی از مزایای توسعه صنعت گردشگری	۲۱	
آموزش نیروهای متخصص در زمینه فعالیت های معدنی و فراوری آن	۲۲	
توسعه صنایع همساز با اقلیم و ویژگی های جغرافیایی با توجه به عدم پوشش گیاهی مناسب	۲۳	
افزایش اشتغال در بخش گردشگری و کاهش آن در بخش کشاورزی با توجه به کمبود اراضی کشاورزی	۲۴	
برگزاری نمایشگاه های تولیدات محلی در راستای تقویت واردات و صادرات کالاها و خدمات	۲۵	
برگزاری نمایشگاه های ویژه معادن سنگ و خاک	۲۶	
جلوگیری از خام فروشی منابع معدنی با فراوری و تبدیل آنها به کالاهای نهایی	۲۷	
افزایش آگاهی سرمایه گذاران محلی، منطقه ای با توجه به افزایش انگیزه تفریح و مسافرت در مردم	۲۸	اجتماعی
ایجاد و تقویت موزه های تاریخ طبیعی و مردم شناسی در جهت افزایش سطح آگاهی مردم محلی	۲۹	
شناسایی فرهنگ و آداب و رسوم جامعه عشایری به آن بخش از مردم ناآشنا و شهرنشین	۳۰	
افزایش آگاهی مردم محلی از مواهب توسعه گردشگری و تلاش برای بازتر شدن فضای جامعه	۳۱	
بهره گیری از قابلیت های جاذبه ها در جهت افزایش آگاهی مردم محلی و گردشگران	۳۲	
کاوش در زمینه جنبه های مثبت و غرورآفرین جاذبه های تاریخی و فرهنگی و تقویت حس همگرایی منطقه ای	۳۳	
یادآوری گذشته مشترک و اشتراکات فرهنگی در جهت کاهش تعارضات و ناهنجاری های اجتماعی	۳۴	
تربیت نیروی متخصص و آموزش دیده باتوجه به افزایش توجه دولت به توسعه گردشگری	۳۵	مدیریتی -
بهره گیری از تجارب غنی ملی و جهانی گردشگری در جهت افزایش آگاهی مسئولین و متولیان امر گردشگری	۳۶	
افزایش سطح ضوابط و استانداردها در جهت رسیدن به استانداردهای جهانی و جلب گردشگر	۳۷	

خارجی	
بهره گیری از تجارب جهانی در جهت ساماندهی بصری جاذبه ها	۳۸
تهیه اطلس گردشگری و ارائه برنامه جامع جهت جذب گردشگر در فصول مختلف سال	۳۹
شایسته سالاری و حذف مدیران ناکارآمد و غیر مرتبط در نهادهای گردشگری استان	۴۰
تفسیر واضح و روشن قوانین در جهت کاهش تراحم نهادها و دستگاہهای اجرایی	۴۱
تفسیر واضح و روشن قوانین در جهت کاهش ریسک سرمایه گذاری در گردشگری	۴۲
تدوین ضوابط و مقررات مناسب با توجه به وجود قوانین مختلف و حذف قوانین دست و پاگیر	۴۳

جدول (۶) راهبردهای تنوع موثر بر رشد و توسعه گردشگری در منطقه را نشان می دهد. از مهمترین راهبردهای تنوع می توان به توسعه حمل و نقل عمومی در جهت دسترسی به آزادراه، افزایش امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران با توجه به وجود رقبای قدرتمند، ایجاد موسسات مالی و اعتباری جهت جلوگیری از خروج نخبگان اقتصادی، افزایش آگاهی گردشگران در جهت جلوگیری از تخریب طبیعت، حفظ و تقویت خرده فرهنگ های به عنوان میراث فرهنگی ناملموس و غیره اشاره نمود.

جدول (۶) راهبردهای تنوع موثر بر رشد و توسعه صنعت گردشگری

شرح راهبرد	شماره	ابعاد
توسعه حمل و نقل عمومی در جهت دسترسی به آزادراه	۱	کابردی فضایی
افزایش امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران با توجه به وجود رقبای قدرتمند	۲	
تنوع بخشی به امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران	۳	
ایجاد موسسات مالی و اعتباری جهت جلوگیری از خروج نخبگان اقتصادی	۴	
ایجاد موسسات آموزشی و اماکن ورزشی به منظور جلوگیری از مهاجرت مردم بومی	۵	
ارائه خدمات زیرساختی (آب، برق و ...) در راستای تقویت زیرساخت های سکونتگاه های روستایی	۶	
تقویت جاذبه های غیرفصلی مانند کاروانسراها و ... در جهت توزیع مناسب فصلی گردشگران	۷	
افزایش آگاهی گردشگران در جهت جلوگیری از تخریب طبیعت	۸	
ارائه خدمات جمع آوری فاضلاب و ... به منظور کاهش آلودگی محیط	۹	
کاهش میزان برداشت از آب های زیرزمینی	۱۰	
تعیین مناطق ممنوعه برداشت آب از سفره های زیرزمینی	۱۱	
تدوین مجازات های سنگین برداشت بی رویه آب زیرزمینی	۱۲	
افزایش آگاهی مردم محلی و گردشگران از اهمیت قنوات و چاه های قدیمی	۱۳	
تدوین ضابطه های جهت احیای مناطق همجوار معادن مانند کشت درختان و ...	۱۴	
حفظ و تقویت مناطق حفاظت شده	۱۵	اقتصادی
اعمال مجازات های سنگین برای افراد خاطی و آتش زنده بوته ها و مراتع	۱۶	
ایجاد صنایع تبدیلی کشاورزی با توجه به قیمت پایین محصولات تولیدی	۱۷	
اختصاص بودجه لازم جهت حفظ و تقویت بازارچه های محلی	۱۸	
توسعه و بهره وری معادن و جلوگیری از خام فروشی	۱۹	
ایجاد صنایع تبدیلی و جلوگیری از خروج سرمایه از منطقه	۲۰	
جلب سرمایه گذار خارج از منطقه با توجه به وجود معدن غنی سنگ و خاک	۲۱	

توسعه صنایع دستی مانند منبت و ... به توجه به وجود تولیدات چوبی مرغوب (چوب گردو و ...)	۲۲	آشنایی و
ارائه محصولات تولیدی محلی و صنایع دستی در بازارچه های سنتی	۲۳	
حفظ و تقویت خرده فرهنگ های به عنوان میراث فرهنگی ناملموس	۲۴	
استفاده از روحیه مهمان نوازی مردم محلی در جهت کاهش تخلفات و تنش ها	۲۵	
معرفی و تبلیغ بیشتر گردشگری فرهنگی - مذهبی در رسانه های استانی	۲۶	
افزایش آگاهی گردشگران از آداب و رسوم محلی به دلیل تنوع قومی و فرهنگی	۲۷	
تبادل و ترویج فرهنگ ها از طریق رسانه های استانی و روزنامه های محلی	۲۸	
کاهش تعارض های فرهنگی به دلیل وجود روحیه مهمان نوازی مردم محلی	۲۹	
کاهش بروکراسی اداری به دلیل اهتمام مسئولین به توسعه گردشگری	۳۰	
رفع موازی کاری ادارت و نهادها	۳۱	
تدوین قوانین و ضوابط حمایت از سرمایه گذار بخش گردشگری	۳۲	مدیریت - سیاسی
استفاده از مدیران بومی و متخصص در بخش مدیریت گردشگری در سطح استان و شهرستان ها	۳۳	
بهره گیری از تجربیات کشورهای موفق و تطبیق آن با شرایط فرهنگی و اجتماعی کشور و منطقه	۳۴	
ارتقاء دفاتر اطلاعات گردشگری و تبدیل آنها به پایگاه های شناسایی فرهنگ اصیل بومی و محلی	۳۵	
ایجاد امنیت و تضمین سرمایه گذاری در بخش گردشگری مانند امنیت اجتماعی موجود	۳۶	

جدول (۷) راهبردهای تدافعی موثر بر رشد و توسعه گردشگری در منطقه را نشان می دهد. از مهمترین راهبردهای تدافعی می توان به راه اندازی فرودگاه شمال فارس، بازتوزیع امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران و مردم محلی، جلوگیری از تخریب مزارع و باغ ها توسط گردشگران، ایجاد و توسعه صنایع تبدیلی محصولات کشاورزی، تدوین برنامه منسجم در راستای حمایت قانونی از سرمایه گذار و غیره اشاره نمود.

جدول (۷) راهبردهای تدافعی موثر بر رشد و توسعه صنعت گردشگری

شرح راهبرد	شماره	ابعاد
راه اندازی فرودگاه شمال فارس با توجه به رقابت شدید جذب گردشگری در استان های همجوار	۱	کالبدی فضایی
تلاش برای دست یابی به استانداردهایی از امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران	۲	
توسعه حمل و نقل عمومی جهت تقویت دسترسی کلیه سکونتگاه های روستایی به یکدیگر	۳	
بهبود کیفیت جاده ها به منظور امکان ارائه خدمات بهتر به مردم محلی و گردشگران	۴	
بازتوزیع امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران و مردم محلی	۵	
برنامه ریزی جهت جذب گردشگر در فصول مختلف سال	۶	
تقویت زیرساخت های آموزشی، بهداشتی، ورزشی و ... در جهت توسعه گردشگری	۷	
بهبود کیفیت تابلوها و علائم راهنمای گردشگران	۸	
جلوگیری از تخریب مزارع و باغ ها توسط گردشگران	۹	
وضع قوانین سختگیرانه به منظور جلوگیری از تخریب محیط طبیعی	۱۰	محیطی - اکولوژیکی
مدیریت برداشت از منابع آب زیرزمینی	۱۱	
احیای باتلاق ها و آبگیرهای زیستگاه پرندگان مهاجر	۱۲	
تدوین ضوابط حفظ محیط زیست توسط مالکین و بهره بردارن معادن	۱۳	
بازنگری و تطبیق مرزهای سیاسی با مرزهای حوضه آبخیز به منظور مدیریت بهتر محیط طبیعی	۱۴	
افزایش آگاهی گردشگران از شکننده بودن محیط و لزوم حفظ و نگهداری آن	۱۵	
ارائه خدمات گرمایشی به روستاها و مجتمع های گردشگری با توجه به سردی هوا	۱۶	
ایجاد و توسعه صنایع تبدیلی محصولات کشاورزی	۱۷	

افزایش بهره وری از منابع معدنی و تبدیل آنها با کالاهای تولیدی نهایی	۱۸	انتزاعی
افزایش آگاهی مسئولین و مردم محلی از مزایای اقتصادی توسعه صنعت گردشگری	۱۹	
راه اندازی موزه های تاریخ طبیعی و مردم شناسی به منظور حفظ ارزش های سنتی و بومی	۲۰	
برگزاری دوره های آموزشی توسط تورگردان هاو ... جهت آگاهی بخشیدن به گردشگران	۲۱	
افزایش تولیدات استانی در خصوص شناسایی و معرفی جاذبه های گردشگری شهرستان ها	۲۲	
حذف ناهنجاری های فرهنگی و تقویت هنجارهای و ارزش های فرهنگی	۲۳	
برگزاری دوره های آموزشی درآمذزایی جهت مدیران و مسئولین استانی و شهرستانی	۲۴	
تدوین برنامه منسجم در راستای حمایت قانونی از سرمایه گذار	۲۵	
استفاده از مدیران بومی و متخصص گردشگری در سطح استان و شهرستان	۲۶	
تغییر نگرش و مواضع از گردشگری صرف اسلامی به سایر جنبه های سالم گردشگری	۲۷	
بهره گیری از تجارب بین المللی خصوصا کشورهای اسلامی پیشرو در امر گردشگری	۲۸	
بازنگری قوانین و مقررات در راستای حمایت قانونی از سرمایه گذار بخش خصوصی	۲۹	
تدوین برنامه های مناسب و تبلیغ آن ها در راستای ختنی نمودن اثرات تبلیغات منفی خارجی	۳۰	

## ۵.۲. تجزیه و تحلیل راهبردها و انتخاب راهبرد مطلوب

در پژوهش حاضر به منظور اولویت بندی راهبردهای منظور شده در جهت رشد و توسعه صنعت گردشگری در محدوده مورد مطالعه، هر کدام از راهبردها به صورت جداگانه با عوامل ضعف، قوت، فرصت و تهدید ها مقایسه و در نهایت به منظور اولویت بندی نهایی بین راهبردهای مورد نظر مجموع امتیازات کسب شده توسط هر راهبرد با همدیگر مقایسه گردید. در جدول شماره (۸) در ستون اول معیارها، در ستون دوم میانگین وزن های کسب شده توسط هر معیار در مرحله قبل آورده و در ستون های AS وزن های هر معیار با توجه به نقشی که در راهبرد ایفا می کند در دامنه وزنی ۱ به عنوان کمترین امتیاز تا ۵ به عنوان بیشترین امتیاز منظور شده است. در نهایت نتیجه حاصل ضرب امتیاز معیار در وزن آن معیار در ستون TAS منظور گردید.

جدول(۸) امتیازات کسب شده توسط راهبردها

ST		SO						امتیاز	معیار
ST36		ST1		SO40		SO1			
TAS	A S	TAS	A S	TAS	A S	TAS	AS		
۱۹/۲۹	۱	۷۷/۱۶	۴	۳۸/۵۸	۳	۹۶/۴۵	۵	۱۹/۲۹	S1
۲۴	۲	۳۶	۳	۱۲	۲	۳۶	۳	۱۲	S43
۱۶/۶۷	۱	۶۶/۶۸	۴	۳۳/۳۴	۳	۶۶/۶۸	۴	۱۶/۶۷	W1
۳۰/۶	۳	۳۰/۶	۳	۳۰/۶	۲	۱۰/۲	۱	۱۰/۲	W4 7
۲۸	۲	۲۸	۴	۱۴	۱	۴۲	۳	۱۴	O1
۳۰/۰۶	۳	۲۰/۰۴	۲	۴۰/۰۸	۴	۲۰/۰۴	۲	۱۰/۰۲	O3 4
۲۲/۸	۲	۳۴/۲	۳	۱۱/۴	۱	۳۴/۲	۳	۱۱/۴	T1
۳۶/۳۶	۳	۳۶/۳۶	۳	۴۸/۴۸	۴	۲۴/۲۴	۲	۱۲/۱۲	T3

۷۹۸۵	-	۸۰۲۶	-	۸۳۸۳	-	۷۹۰۷	-	-	9
									TAS
WT				WO				امتیاز	معیار
WT30		WT1		WO43		WO1			
TAS	A S	TAS	A S	TAS	A S	TAS	AS		
۳۸/۵۸	۲	۵۷/۸۷	۳	۱۹/۲۹	۱	۷۷/۱۶	۴	۱۹/۲۹	S1
۳۶	۳	۳۶	۳	۱۲	۱	۲۴	۲	۱۲	S43
۳۳/۳۴	۲	۸۳/۳۵	۵	۵۰/۰۱	۳	۶۶/۶۸	۴	۱۶/۶۷	W1
۴۰/۸	۴	۲۰/۴	۲	۲۰/۴	۲	۱۰/۲	۱	۱۰/۲	W4 7
۲۸	۲	۴۲	۳	۲۸	۲	۲۸	۲	۱۴	O1
۵۰/۱	۵	۳۰/۰۶	۳	۲۰/۰۴	۲	۲۰/۰۴	۲	۱۰/۰۲	O3 4
۲۲/۸	۲	۳۴/۲	۳	۱۱/۴	۱	۱۱/۴	۱	۱۱/۴	T1
۶۰/۶	۵	۳۶/۳۶	۳	۲۴/۲۴	۲	۲۴/۲۴	۲	۱۲/۱۲	T3 9
۷۸۵۳	-	۸۳۷۲	-	۷۳۲۷	-	۸۱۴۵	-	-	TAS

در این مرحله از پژوهش به منظور انتخاب بهترین راهبردهای رشد و توسعه صنعت گردشگری در محدوده مورد مطالعه به مقایسه امتیازهای به دست آمده از هر کدام از راهبردها پرداخته شده است و مهمترین راهبردهای توسعه گردشگری منطقه ای در شمال استان فارس استخراج گردید.

جدول (۹) امتیازات کسب شده توسط راهبردهای توسعه

رتبه	امتیاز	شرح	شماره	راهبرد
۳	۰/۱۱۶	توسعه حمل و نقل عمومی و اتصال آن به صنعت حمل و نقل عمومی و ترانزیت کشور	۳	SO
۱	۰/۱۵۹	برقراری راه ارتباطی مناسب به آزاد راه اصفهان- شیراز	۹	
۲	۰/۱۳۶	برقراری راه ارتباطی مناسب کلیه شهرستان ها به بزرگراه طریق الرضا	۱۰	
۱۱	۰/۰۲۹	برنامه ریزی جهت استفاده بیشتر گردشگران و مردم محلی از تنوع اقلیمی	۱۷	
۱۲	۰/۰۲۵	برنامه ریزی جهت صرف هزینه توسط گردشگر با ارائه خدمات و امکانات مطلوب و متنوع	۲۷	
۱۳	۰/۰۲۱	استفاده از تجربیات قطب های گردشگری همجوار به منظور تنوع بخشی به امکانات و خدمات	۲	WO
۷	۰/۰۵۹	همگرایی منطقه ای و تقویت منافع مشترک	۱۵	
۱۹	۰/۰۰۸	برگزاری نمایشگاه تولیدات محلی در راستای تقویت واردات و صادرات کالاها و خدمات	۲۵	
۱۴	۰/۰۱۷	شناسایی فرهنگ و آداب و رسوم جامعه عشایری به آن بخش از مردم نآشنا و شهرنشین	۳۰	
۸	۰/۰۴۹	تهیه اطلس گردشگری و ارائه برنامه جامع جهت جذب گردشگر در فصول مختلف سال	۳۹	
۴	۰/۰۹۸	تنوع بخشی به امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران	۳	ST
۱۸	۰/۰۰۹	حفظ و تقویت مناطق حفاظت شده	۱۵	

۹	۰/۰۴۲	جلب سرمایه گذار خارج از منطقه با توجه به وجود معدن غنی سنگ و خاک	۲۱	
۲۰	۰/۰۰۷	کاهش تعارض های فرهنگی به دلیل وجود روحیه مهمان نوازی مردم محلی	۲۹	
۵	۰/۰۸۳	ایجاد امنیت و تضمین سرمایه گذاری در بخش گردشگری	۳۶	
۱۵	۰/۰۱۵	تلاش برای دست یابی به استانداردهایی از امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران	۲	WT
۱۰	۰/۰۳۵	بهبود کیفیت جاده ها به منظور ارائه خدمات بهتر به مردم محلی و گردشگران	۴	
۱۶	۰/۰۱۲	مدیریت برداشت از منابع آب زیرزمینی	۱۱	
۱۷	۰/۰۱۱	افزایش آگاهی گردشگران از شکننده بودن محیط و لزوم حفظ و نگهداری آن	۱۵	
۶	۰/۰۷	تدوین برنامه منسجم در راستای حمایت قانونی از سرمایه گذار	۲۵	

منبع: یافته های پژوهش

پس از تدوین و اولویت بندی راهبردهای مناسب توسعه گردشگری شمال استان فارس، به منظور ارزیابی کیفیت هر یک از راهبردها و تاثیر آن در توسعه گردشگری منطقه ای پرداخته شد. بر اساس نتایج مهمترین راهبرد برقراری راه ارتباطی مناسب به آزاد راه اصفهان- شیراز با وزن ۰/۱۵۹ بوده است. همچنین دو راهبرد برقراری راه ارتباطی مناسب کلیه شهرستان ها به بزرگراه طریق الرضا با وزن ۰/۱۳۶ و توسعه حمل و نقل عمومی و اتصال آن به صنعت حمل و نقل عمومی و ترانزیت کشور با امتیاز ۰/۱۱۶ در رتبه های دوم و سوم شناخته شده است.

### ۵.۳. استخراج و میزان تاثیر گذاری معیارهای نهفته در هر راهبرد

با توجه به ماهیت ذاتی و کلی راهبردهای بدست آمده و عدم امکان اجرای آن ها در بسیاری از موارد، معیارهای نهفته در هریک از راهبردها شناسایی گردید. سپس جهت ارزیابی کیفیت معیارها در وضع موجود و مقایسه آن با حالت ایده آل از مدل تحلیل شکاف استفاده و معیارهای بدست آمده توسط تعداد ۳۸۴ نفر گردشگر بازدید کننده از جاذبه های گردشگری منطقه مورد مطالعه مورد بررسی قرار گرفت. بر اساس مدل تحلیل شکاف میزان کیفیت تعداد ۱۱۲ نوع خدمات گردشگری ارائه شده در منطقه در وضعیت موجود و در وضعیت مورد انتظار با استفاده از طیف لیکرت در دامنه وزنی ۱ به معنی کیفیت بسیار پایین تا ۵ به معنای کیفیت بسیار بالا مورد پرسش قرار گرفت.

نتایج حاصل از پرسشنامه ها به طور میانگین کیفیت ها در جدول شماره (۹) و نیز ستون های P و E نشان داده شده است. مؤلفه های موجود در مدل تحلیل شکاف عبارتند از: انتظارات گردشگران، ادراکات گردشگران و شکاف کیفیت خدمات ارائه شده که معادله ریاضی این رابطه به شرح زیر است:

$$(Gap = P - E)$$

انتظارات گردشگران - ادراکات گردشگران = شکاف کیفیت خدمات ارائه شده  
در مدل تحلیل شکاف ادراکات و انتظارات گردشگران در مورد همه معیارها مورد ارزیابی قرار می گیرد، لیکن به دلیل کسانبودناهمیتمعیارها، میزان اهمیت و ارزش هر معیار با استفاده از مدل فرایند تحلیل سلسله مراتبی و مقایسه زوجی آن ها بدست آمده و در تفاضل کیفیت ارائه خدمات ارائه شده در وضع موجود و مورد انتظار ضرب می گردید که مشروح رابطه آن به شرح ذیل و مشروح محاسبات در جدول شماره (۱۰) ارائه شده است:

$$SQ = W_i (P_{ij} - E_{ij})$$

(انتظارات گردشگران - ادراکات گردشگران)میزان اهمیت معیارها = نمره کیفیت خدمات ارائه شده

نتایج حاصل از تدوین معیارها و ارزیابی کیفیت خدمات ارائه شده و دخالت وزن های حاصل از مقایسه زوجی راهبردها در منطقه مورد مطالعه نشان می دهد (جدول ۱۰) که در بین ۱۱۲ نوع خدمات گردشگری مورد ارزیابی، ایجاد راه های دسترسی به آزادراه در حال احداث و همچنین تقویت آستانه خدمات رسانی به کلیه مناطق مورد مطالعه از مهمترین اولویت ها و اقدامات مدنظر می باشد. چراکه این معیار با وزن ۰/۲۹ - بیشترین میزان شکاف بین وضع موجود و وضعیت مورد انتظار را دارد. نتایج حاصل از پژوهش همچنین دسترسی به آزادراه و دغدغه کارشناسان، مسئولین و گردشگران در خصوص تبعات احداث آزادراه بر رشد و توسعه گردشگری منطقه را به خوبی نشان می دهد. همچنین در منطقه مورد مطالعه به دلیل شرایط توپوگرافی، موقعیت جغرافیایی و قرارگیری بر سر شبکه راه های مواصلاتی مهم و کلیدی کشور و تبعیت نقش و کارکرد شهرها و روستاها از آن و نیز تاثیر بسیار زیاد محورهای ارتباطی موجود بر رشد و توسعه گردشگری منطقه، دغدغه مهم دیگر کارشناسان، مسئولین و گردشگران، نحوه

پراکنش و توزیع فضایی امکانات و خدمات مورد نیاز و تمرکز آنها در مراکز مهم شهری و اختلاف فاحش بین این مراکز و سایر محدوده ها و روستاها و نقاط گردشگری می باشد. چراکه دومین معیار مهم و شکاف موجود را آستانه و برد خدمات گردشگری در وضعیت موجود به خود اختصاص داده است.

جدول (۱۰) میزان کیفیت خدمات ارائه شده در وضع موجود و مورد انتظار

رایبرد	معیار	P	E	P-E	GAP	رایبرد	معیار	P	E	P-E	GAP
SO3	ترمینال های مسافربری	۲/۴	۳/۳۴	-۰/۹۴	-۰/۱۱	WO15	ایستگاه ها حمل و نقل	۱/۹۷	۲/۲۶	-۱/۲۹	-۰/۱۴
	وسائط حمل و نقل	۲/۳۴	۳/۳۱	-۰/۹۷	-۰/۱۱		تعمیرات راه ها	۱/۶۹	۱/۶۹	۰/۰	۰/۰
	خدمات فرودگاهی	۱/۲۹	۳/۵۱	-۲/۲۳	-۰/۲۵		معرفی فرهنگ بومی	۲/۱۷	۴/۴۹	-۲/۳۱	-۰/۰۴
SO9	خدماتی ریلی و راه آهن	۲/۰۶	۳/۶۹	-۱/۶۳	-۰/۱۸	WO25	استفاده از فناوری های نوین	۲/۴۳	۳/۷۷	-۱/۳۷	-۰/۱۵
	آستانه خدمات حمل و نقل	۱/۶۹	۳/۸۹	-۲/۲	-۰/۲۵		مناطق نمونه	۱/۶۵	۳/۷۴	-۲/۰۶	-۰/۰۳
	دسترسی به آزادراه	۲/۶۳	۴/۴۳	-۱/۸	-۰/۲۹		رونق تولیدی محلی	۲/۱۸	۴/۶۳	-۲/۴۵	-۰/۰۴
SO10	دسترسی به بزرگراه	۳/۵۴	۴/۰۶	-۰/۵۱	-۰/۰۸	WO30	دسترسی به راه اصلی	۳/۶۶	۳/۸۱	-۱/۱۴	-۰/۰۲
	کیفیت جاده ها	۲/۸۳	۳/۳۲	-۰/۴۹	-۰/۰۸		زیان و گواش محلی	۳/۶۶	۳/۸۶	-۰/۲	-۰/۰۱
	تابلوهای راهنما	۲/۵۴	۳/۳۳	-۰/۷۷	-۰/۱۲		آداب و رسوم محلی	۳/۵۷	۳/۸۶	-۰/۲۹	-۰/۰۱
SO17	ارائه خدمات بین راهی	۳/۲۹	۳/۸۲	-۰/۵۱	-۰/۰۸	WO39	مشارکت پذیری	۳/۴۳	۴/۶	-۱/۱۷	-۰/۰۶
	ترمینال های مسافربری	۲/۴۶	۳/۸۶	-۱/۴	-۰/۱۹		مشوق توسعه محلی	۱/۵۷	۴/۴۹	-۲/۹۱	-۰/۱۴
	ایستگاه ها	۲/۱۴	۳/۸۷	-۱/۷۱	-۰/۲۳		نشر آداب محلی	۲/۱۷	۳/۵۱	-۱/۳۴	-۰/۰۷
SO17	وسائط حمل و نقل	۲/۳۴	۴/۱۴	-۱/۸	-۰/۲۴	SO17	رسانه های جمعی	۲/۰۹	۴/۳۱	-۲/۲۳	-۰/۱۱
	خدمات فرودگاهی	۱/۳۴	۳/۹۷	-۲/۶۳	-۰/۲۱		تبلیغات	۱/۵۱	۴/۱۷	-۲/۶۶	۰/۰۲۶
	خدماتی ریلی	۲/۳۱	۳/۶۸	-۱/۳۷	-۰/۱۹		نمایشگاه بین المللی	۱/۲۶	۳/۹۱	-۲/۶۷	۰/۰۲۷
SO17	فناوری های نوین	۲/۱۴	۳/۵۴	-۱/۴	-۰/۱۹	SO17	رشته دانشگاهی	۱/۴۹	۳/۵۴	-۲/۰۶	-۰/۰۲
	ارائه خدمات بین راهی	۳/۴۳	۳/۴۳	۰/۰	-۰/۱۱		پایگاه اطلاعاتی	۱/۲۸	۳/۴۶	-۲/۱۸	-۰/۰۲۲
	آب و هوا	۳/۲۳	۴/۳۷	-۱/۱۴	-۰/۰۳		حمایت از طرح ها	۱/۴۸	۴/۱۱	-۲/۶۳	-۰/۰۲۶
SO17	پوشش گیاهی	۲/۲۶	۳/۳۴	-۱/۰۹	-۰/۰۳	SO17	تهیه استراتژی مناسب	۱/۴۳	۴/۳۴	-۲/۹۱	-۰/۰۲۹
	زندگی جانوری	۲/۹۴	۳/۰۳	-۰/۰۹	-۰/۰۱		خدمات بهداشتی	۲/۱۴	۴/۰۶	-۱/۹۱	-۰/۰۰۲



-۰/۰۱	-۱/۲	۳/۸۶	۲/۶۶	مجتمع های بین راهی	ST15	-۰/۰۸	-۲/۸۶	۴/۶۳	۱/۷۷	دسترسی به کلیه مکان ها	SO27
-۰/۰۱	-۱/۵۷	۳/۸۳	۲/۲۶	خدمات اداری و مالی		-۰/۰۵	-۱/۷	۳/۰۱	۱/۳۱	سرمایشی و گرمایشی	
-۰/۰۱	-۱/۲۳	۳/۸۹	۲/۸۷	خدمات جهانگردی		-۰/۰۸	-۲/۸۳	۴/۱۷	۱/۳۴	فعالیت های مرتبط	
-۰/۰۲	-۱/۶۹	۳/۸۶	۲/۱۷	خدمات بانکی		-۰/۰۶	-۲/۱۱	۳/۸	۱/۶۹	ارزش جاذبه ها	
-۰/۰۲	-۲/۰۳	۳/۷۱	۱/۶۵	ارائه خدمات اینترنتی		-۰/۰۹	-۳/۱۷	۴/۵۱	۱/۳۵	خدمات اقامتی و پذیرایی	
-۰/۱	-۲/۴۶	۴/۰۶	۱/۶	آگاه سازی گردشگران		-۰/۰۵	-۱/۷۷	۴/۱۷	۴۲,۲	صنایع دستی	
-۰/۰۹	-۲/۱۴	۳/۸۳	۱/۵۴	منابع تجدیدناپذیر		-۰/۰۷	-۲/۴	۳/۹۷	۱/۵۷	ارائه خدمات متنوع	
-۰/۰۶	-۱/۳۴	۴/۰۱	۲/۶۶	عدم تخریب اراضی		-۰/۰۹	-۳/۲	۴/۶۳	۱/۴۳	بازراچه های بومی	
-۰/۰۹	-۲/۲۳	۳/۴۳	۱/۱۷	حمل و نقل پاک		-۰/۰۳	-۱/۶۶	۴/۴۹	۲/۸۳	مناطق همجوار	
-۰/۰۷	-۱/۶	۴/۲۶	۲/۶۷	میزان مصرف انرژی		-۰/۰۳	-۱/۵۱	۳/۶۹	۲/۱۷	بهره گیری از تجربیات	
-۰/۰۴	-۱/۰۱	۳/۴۳	۲/۴۴	جلوگیری از آلاینده ها	-۰/۰۵	-۲/۴۹	۳/۹۱	۱/۴۳	برنامه ریزی مکانی	WO2	
-۰/۱	-۲/۳۴	۳/۶۱	۱/۲۶	سرمایه گذاری کوچک	-۰/۰۴	-۲/۰۶	۳/۵۱	۱/۴۶	مطالعات انجام شده		
-۰/۱۵	-۳/۴۹	۴/۷۱	۱/۲۳	نمایشگاه معدنی	-۰/۰۵	-۲/۳۱	۳/۹۷	۱/۶۶	جشنواره های مشترک	WO1	
-۰/۱۲	-۲/۹۱	۴/۱۷	۱/۲۶	حمایت از صنایع نوپا	-۰/۰۳	-۱/۴۳	۳/۳۴	۲/۹۱	مناسبات فرهنگی		
-۰/۰۹	-۲/۰۶	۳/۸۴	۱/۷۷	تکنولوژی های نوین	-۰/۰۸	-۱/۲۰	۴/۱۷	۲/۸۹	تعامل با فرهنگ ها		
-۰/۰۷	-۱/۶۹	۴/۰۴	۲/۳۱	بسته های تشویقی	-۰/۰۹	-۱/۴۹	۴/۲	۲/۷۱	احترام به ارزش ها		

ادامه جدول (۱۰) میزان کیفیت خدمات ارائه شده در وضع موجود و مورد انتظار

راهنبرد	معیار	P	E	P-E	GAP	راهنبرد	معیار	P	E	P-E	GAP
ST29	آموزش افراد محلی	۱/۷۴	۴/۴۱	-۲/۶۶	-۰/۰۲	WT11	کیفیت آب های زیرزمینی	۲/۴۳	۴/۶۱	-۱/۱۱	-۰/۰۱
	فرهنگ سازی عمومی	۱/۲۳	۴/۰۳	-۲/۸	-۰/۰۲		میزان بهره برداری از منابع	۳/۴۹	۴/۴۹	-۲/۰۶	-۰/۰۲
	تولید محتوی در رسانه	۲/۱۴	۳/۸۴	-۱/۶۹	-۰/۰۱		دستگاه کنترل هوشمند	۱/۶۹	۳/۵۱	-۱/۸۳	-۰/۰۲
	ارج نهادن به ارزش ها	۳/۲۶	۴/۳۴	-۱/۰۹	-۰/۰۱		سیستم های نوین آبیاری	۲/۱۷	۴/۳۱	-۲/۱۴	-۰/۰۳
ST36	تقویت اشتراکات	۲/۲۶	۴/۱۴	-۱/۸۹	-۰/۰۱	WT15	حفظ منابع آبی	۱/۲۶	۳/۷۱	-۲/۴۶	-۰/۰۳
	لزوم پرداخت ورودیه	۲/۵۷	۳/۸۱	-۱/۲۶	-۰/۱		حفظ باغ ها	۳/۲۶	۴/۰۵	-۰/۸	-۰/۰۱
	مشارکت سیستم بانکی	۱/۴۹	۴/۰۳	-۲/۵۴	-۰/۲۱		حفاظت از گونه های خاص	۲/۲۶	۴/۵۴	-۲/۰۹	-۰/۰۲
	آژانس های گردشگری	۱/۱۷	۴/۴۳	-۳/۲۶	-۰/۲۷		بازیافت زباله	۲/۴۵	۴/۱۴	-۱/۷۴	-۰/۰۲
WT2	تشکیل پلیس توریسم	۱/۱۱	۳/۳۷	-۲/۳۷	-۰/۲۰	WT25	آموزش گردشگران	۲/۲۷	۳/۸۵	-۱/۵۷	-۰/۰۲
	اقامتگاه بوم گردی	۲/۹۷	۳/۸۶	-۰/۸۹	-۰/۰۱		تسهیلات و معافیت مالیاتی	۲/۶۷	۳/۵۱	-۰/۸۶	-۰/۰۶
	فروشگاه و مغازه	۲/۹۱	۴/۴۹	-۱/۵۷	-۰/۰۲		مشارکت در سرمایه گذاری	۱/۲۹	۳/۶۷	-۲/۴	-۰/۱۷
	واحد های پذیرایی	۲/۱۷	۴/۶	-۲/۴۳	-۰/۰۴		رفع موانع قانونی	۲/۹۷	۳/۷۷	-۰/۸	-۰/۰۶
	پارکینگ	۲/۵۷	۳/۸۵	-۱/۲۶	-۰/۰۲		تضمین بازگشت سرمایه	۳/۲۶	۳/۸۹	۰/۶۳	-۰/۰۴
	اطلاعات گردشگری	۱/۲۶	۳/۶۹	-۲/۴۳	-۰/۰۴		ارائه مشوق سرمایه گذاری	۲/۲۶	۳/۸۶	-۱/۶	-۰/۱۱
	سرویس های بهداشتی	۱/۴۹	۴/۰۹	-۲/۶	-۰/۰۴		روش ساخت و واگذاری	۲/۲۸	۴/۴۹	-۲/۲۳	-۰/۱۶
	کیفیت جاده ها	۲/۴۲	۴/۴۳	-۲/۰۳	-۰/۰۷		تامین مالی پروژه	۱/۷۷	۴/۶۱	-۲/۸۳	-۰/۲
WT4	تابلوی راهنمای مسیر	۲/۲۶	۴/۴۱	-۲/۱۴	-۰/۰۸	-	-	-	-	-	-
	ارائه خدمات بین راهی	۲/۶۶	۳/۹۱	-۱/۲۶	-۰/۰۴	-	-	-	-	-	-

## ۶. نتیجه گیری و پیشنهادها

گردشگری از مهمترین رویکردهای توسعه هر منطقه محسوب می شود. بر همین اساس توسعه این بخش نیازمند شناخت درست ظرفیت ها، منابع، مشکلات آن است. در ادامه بر اساس این شناخت بتوان راهبردهای مناسب را تدوین و اتخاذ نمود. در این مطالعه این موضوع مورد تاکید قرار گرفته است. شمال استان فارس با توجه به موقعیت خاص جغرافیایی و تنوع اقلیمی و همچنین به دلیل وجود جاذبه های طبیعی، فرهنگی و تاریخی متعدد، دارای قابلیت های فراوان توسعه صنعت گردشگری می باشد، ولیکن توسعه صنعت گردشگری در این منطقه به طور کلی مغفول مانده است. این منطقه شامل شهرستان های آباد، اقلید، بوانات، پاسارگاد، خرم بید و سرچهان می باشد.

نتیجه این تحقیق نشان داد که ۹۰ عامل به عنوان نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدید موجود در زمینه رشد و توسعه صنعت گردشگری منطقه وجود دارد. در این زمینه نقاط قوت با امتیاز ۴/۰۵ به دلیل تنوع اقلیمی و منابع گردشگری منطقه و همچنین نقاط فرصت با امتیاز ۳/۹۷۶ به دلیل موقعیت جغرافیایی و استراتژیکی، به عنوان مهمترین ظرفیت های توسعه گردشگری منطقه شناخته شده اند که نسبت به نقاط ضعف و تهدید، وزن بیشتری دارند. نقاط ضعف با امتیاز ۳/۵۴۵ و نقاط تهدید با امتیاز ۳/۷۰۵ به دلیل کمبود امکانات و خدمات و تهدیدات و همچنین احداث آزاد راه اصفهان-شیراز در رتبه های بعدی شناخته شده اند. تقویت دسترسی به آزاد راه گردشگری و همچنین توسعه خدمات گردشگری از مهمترین راهبردهای مطرح شده جهت برون رفت از مساله است. بر اساس مقایسه های انجام شده نتیجه حاصل از مقایسه امتیازات، نشان می دهد که شمال استان فارس با وجود داشتن نقاط قوت بالا، ضعف های فراوانی دارد و با تهدیدهای زیادی از جمله عبور آزادراه، خشکسالی و کمی توجهی به گردشگری روبه رو است. نتایج این پژوهش یا تحقیقات کرمی و مدیری (۱۳۸۹)، مهدوی توکلی (۱۴۰۰)، صفری علی اکبری و صادقی (۱۴۰۱)، سامرس و همکاران (۲۰۱۹) و بالوچو همکاران (۲۰۲۳) همپوشانی دارد؛ چرا که در تحقیقات ذکر شده بر اهمیت عوامل و راهبردهای مختلف آموزشی، مدیریتی، اشتغال زایی،

توسعه خدمات و فرهنگ گردشگری در راستای توسعه صنعت گردشگری به طرق مختلف تاکید شده است. در تحقیق حاضر نیز به این موارد در چارچوب راهبردهای مختلف تاکید شده است.

نتیجه نشان داد که دسترسی به آزادراه در حال احداث و همچنین تقویت و افزایش شعاع پوششی خدمات و دسترسی ها در کل منطقه با هدف دسترسی مناسب به آزادراه و همچنین شناسایی و معرفی جاذبه های گردشگری منطقه مورد مطالعه مهمترین دغدغه کارشناسان، مسئولین و گردشگران می باشد. بر اساس تحلیل انجام شده، مهمترین راهبرد در راستای توسعه صنعت گردشگری منطقه، راهبرد برقراری راه ارتباطی مناسب به آزاد راه اصفهان- شیراز بوده است. همچنین دو راهبرد برقراری راه ارتباطی مناسب کلیه شهرستان ها به بزرگراه طریق الرضا و راهبرد توسعه حمل و نقل عمومی و اتصال آن به صنعت حمل و نقل عمومی و ترانزیت کشور در رتبه های دوم و سوم شناخته شده اند. در مجموع نتیجه این تحقیق تایید می نماید که منطقه شمال استان فارس، دارای ظرفیت های گردشگری زیادی است اما به دلایل و عوامل مدیریتی، اقتصادی و زیرساختی مورد بی توجهی قرار گرفته است. نادیده گرفتن این شرایط سبب می شود که منطقه با احداث بزرگراه شیراز-اصفهان، به انزوا رود و مشکلات و مسائل اقتصادی و زیادی برای سکونتگاه های شهری و روستایی در منطقه شکل گیرد. با توجه به این شرایط، پیشنهادات و راهکارهای زیر طرح می شود.

۱- تقویت دسترسی نقاط سکونتگاهی منطقه مورد مطالعه به آزادراه اصفهان-شیراز.

۲- حمایت از مناطق نمونه گردشگری منطقه.

۳- ارائه و تقویت خدمات مختلف توسعه گردشگری اعم از خدمات فرودگاهی، اقامتی، تفریحی و ... .

۴- برگزاری جشنواره های بومی و گردشگری به طور سالیانه در یکی از شهرستان های شمال استان با هدف معرفی و جذب گردشگر.

۵- تاکید بر بعد رسانه ای و تبلیغات گردشگری منطقه شمال استان فارس از طریق صدا و سیمای ملی و استانی و نشریات محلی.

۶- ارائه تسهیلات مالی و بانکی مناسب در جهت رونق فعالیت های گردشگری.

- ۷- تنوع بخشی به امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران در منطقه.
- ۸- تدوین برنامه منسجم در راستای حمایت قانونی از سرمایه گذاری بخش خصوصی و ....

### کتاب نامه

- ۱- احمدی فرد، نرگس؛ داراب خانی، رسول. (۱۳۹۹). طراحی راهبردهای توسعه گردشگری با استفاده از تکنیک (SWOT- ANP) مطالعه موردی: بافت تاریخی کلانشهر تهران، علوم و تکنولوژی محیط زیست، ۲۲(۸)، ۱۲۷-۱۳۷.
- ۲- بهرامی جاف، ساجد؛ صالح آبادی، ریحانه؛ شیوراک، رحیم. (۱۴۰۰). اولویت بندی راهبردهای توسعه گردشگری در مناطق مرزی (نمونه موردی: شهرستان پاوه)، برنامه ریزی و آمایش فضا، ۲۵(۲)، ۳۵-۶۲.
- ۳- رضانی پور، مهرداد. (۱۳۹۷). پتانسیلهای توسعه گردشگری پایدار شهری- منطقه ایشهرستانوشهر براساس شاخصهای طبیعی-اقلیمی، فصلنامه آمایش محیط، ۴۰(۴)، ۱۴۳-۱۶۰.
- ۴- شگوری، مصطفی؛ بیگ بابایی، بشیر؛ نوروزی ثانی، پرویز. (۱۴۰۰). تدوین استراتژی و اولویت بندی استراتژی های توسعه گردشگری کلان شهر تبریز با استفاده از روش SWOT و QSPM، مجله جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای)، ۱۱(۴۳)، ۴۰۷-۴۲۱.
- ۵- صفری علی اکبری، مسعود؛ صادقی، حجت الله. (۱۴۰۱). تحلیل موانع و راهبردهای توسعه گردشگری شهرستان دزپارت. نشریه علمی جغرافیا و برنامه ریزی، ۲۶(۸۲)، ۱۲۵-۱۴۳.
- ۶- گی، چاک؛ فایوسولا، ادواردو. (۱۳۹۰). جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه علی پارساییان و محمد عربی، تهران: نشر دفتر پژوهش های فرهنگی.
- ۷- محمودی، صدیق؛ یکتایار، مظفر؛ محرم زاده، مهرداد. (۱۴۰۱). تدوین برنامه راهبردی گردشگری ماجراجویانه با استفاده از مدل SOAR، مجله مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۲۱(۵۸)، ۱۸۵-۲۰۰.
- ۸- مهدوی توکلی، آرمان. (۱۴۰۰). راهبردهای توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی بر پایه برنامه ریزی راهبردی مشارکتی. فصلنامه علمی و پژوهشی نگرش های نو در جغرافیای انسانی، ۱۳(۲)، ۲۷۱-۲۹۰.

- ۹- نظری سرمایه، حمید؛ صیدایی، اسکندر. (۱۴۰۰). واکاوی عوامل بنیادین اثرگذار بر توسعه کارآفرینی گردشگری با استفاده از تحلیل مقایسه کیفی مجموعه فازی (مطالعه موردی شهرستان کوهرنگ)، *مجله علمی جغرافیا و برنامه ریزی*، ۲۵(۷۷)، ۲۶۱-۲۷۶.
- ۱۰- نکوئی صدری، بهرام. (۱۳۹۸). مبانی زمین گردشگری، با تاکید بر ایران، تهران: نشر سمت.

- 11- Ahmad, M., Zhu, X., & Wu, Y. (2022). The criticality of international tourism and technological innovation for carbon neutrality across regional development levels. *Technological Forecasting and Social Change*, 182(1), 11-25.
- 12- Alam, S., Sudharshan MD. & Paramati, R. (2016). The impact of tourism on income inequality in developing economies: Does Kuznets curve hypothesis exist?, *Annals of Tourism Research*. (61), 111-126.
- 13- Andraz, M., Jorge, N, a, Nelia, M & Gonçalves, H, S. (2019). regional asymmetries: Empirical evidence for Portugal, *Tourism Management*, 50(2), 257-267.
- 14- Azimovna, M. S., Ilkhomovna, U. D., & Shokhrukhovich, U. F. (2022). Innovative Strategies Of Tourism Development In Uzbekistan. *European Journal Of Innovation In Nonformal Education*, 2(1), 1-4.
- 15- Baloch, Q. B., Shah, S. N., Iqbal, N., Sheeraz, M., Asadullah, M., Mahar, S., & Khan, A. U. (2023). Impact of tourism development upon environmental sustainability: A suggested framework for sustainable ecotourism. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(3), 5917-5930.
- 16- Butler, G., Szili, G., & Huang, H. (2022). Cultural heritage tourism development in Panyu District, Guangzhou: community perspectives on pride and preservation, and concerns for the future. *Journal of Heritage Tourism*, 17(1), 56-73.
- 17- Calero, C., & Turner, L. W. (2020). Regional economic development and tourism: A literature review to highlight future directions for regional tourism research. *Tourism Economics*, 26(1), 3-26.
- 18- Chin, c., Lo, M., Songan, p., Nair, V. (2020). Rural Tourism Destination Competitiveness: A study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 144(3), 35 – 44
- 19- Ciascai, O. R., Dezsi, Ş., & Rus, K. A. (2022). Cycling tourism: A literature review to assess implications, multiple impacts, vulnerabilities, and future perspectives. *Sustainability*, 14(15), 1-116.

- 20- Currie, C., Falconer, P.(2013). Maintaining Sustainable Island Destinations in Scotland: The role of the transport–tourism relationship, *Journal of Destination Marketing and Management*,3(3),1-16.
- 21- Hajar, S. (2022). Tourism Development Policy Through Economic Potential in Supporting Tourism and Creative Economy Programs in the Lake Toba Region. *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)*, 4(1), 18-30.
- 22- Hassan, T. H., Salem, A. E., & Abdelmoaty, M. A. (2022). Impact of Rural Tourism Development on Residents' Satisfaction with the Local Environment, Socio-Economy and Quality of Life in Al-Ahsa Region, Saudi Arabia. *International journal of environmental research and public health*, 19(7), 1-19.
- 23- Klinsrisuk, R., & Pechdin, W. (2022). Evidence from Thailand on easing COVID-19's international travel restrictions: An impact on economic production, household income, and sustainable tourism development. *Sustainability*, 14(6), 1-18.
- 24- Leka, A., Lagarias, A., Panagiotopoulou, M., & Stratigea, A. (2022). Development of a Tourism Carrying Capacity Index (TCCI) for sustainable management of coastal areas in Mediterranean islands– Case study Naxos, Greece. *Ocean & coastal management*, 216(1),23-41.
- 25- Liu, A. (2022). Impact of tourism on regional economic growth: A global value chain perspective. *Asian Development Bank Economics Working Paper Series*, 7(4),30-48.
- 26- Liu, C., Dou, X., Li, J., & Cai, L. A. (2020). Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China. *Journal of Rural Studies*, 79(1), 177-188.
- 27- Lukjanova, J.(2019). Problems and trends of regional tourism development in Latvia, *Journal of Economics Ecology Socium*, 3(1),1-11
- 28- Mateoc-Sîrb, N., Albu, S., Rujescu, C., Ciolac, R., Țigan, E., Brînzan, O., ... & Milin, I. A. (2022). Sustainable tourism development in the protected areas of Maramureș, Romania: Destinations with high authenticity. *Sustainability*, 14(3), 1-22.
- 29- Osman, Z. and Sentosa, I.(2019). Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural Tourism, *International Journal of Economics Business and Management Studies*, 2(1),25-37.
- 30- Razzaq, A., Fatima, T., & Murshed, M. (2023). Asymmetric effects of tourism development and green innovation on economic growth

- and carbon emissions in Top 10 GDP Countries. *Journal of Environmental Planning and Management*, 66(3), 471-500.
- 31- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable development*, 29(1), 259-271.
- 32- Summers, J., Cavaye, J., Woolcock, G. (2019). Enablers and Barriers of Tourism as a Driver of Economic and Social-cultural Growth in Remote Queensland, *Journal of Economic Papers*, 38(2), 1-17.
- 33- Tang, J., Cai, C., Liu, Y., & Sun, J. (2022). Can Tourism Development Help Improve Urban Liveability? An Examination of the Chinese Case. *Sustainability*, 14(18), 11427.
- 34- Tang, R. (2023). Digital economy drives tourism development—Empirical evidence based on the UK. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 36(1), 2003-2020.
- 35- Tien, N. H., Dung, H. T., Vu, N. T., Doan, L., & Duc, M. (2019). Risks of unsustainable tourism development in Vietnam. *International Journal of Research in Finance and Management*, 2(2), 81-85.
- 36- Tung, L. T. (2020). Tourism development in Vietnam: New strategy for a sustainable pathway. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 31(3), 1174-1179.
- 37- UNWTO. (2018). world tourism organization annual report, UNWTO.
- 38- UNWTO. (2023). world tourism organization annual report, UNWTO.
- 39- Yang, G., Yang, Y., Gong, G., & Gui, Q. (2022). The spatial network structure of tourism efficiency and its influencing factors in China: A social network analysis. *Sustainability*, 14(16), 9921.

## **Compilation and prioritization of tourism development strategies in the northern region of Fars province**

### **Abstract**

Today, tourism is considered one of the most important approaches to the economic and social development of any region and can have significant effects. In order to develop tourism, it is very necessary to know the resources, capacities, issues and strategies. The north of Fars province, despite its climatic and geographical diversity, as well as the important resources of tourism development, both historical and natural, has been neglected, and the implementation of some projects, including Azad Rah Isfahan-Shiraz, will isolate the region's tourism. The purpose of this research is to identify the strengths, weaknesses, threats and opportunities in the field of tourism growth and development in the northern region of Fars province and then formulate effective strategies in this field to overcome the existing and future problems and problems. The research method is descriptive-analytical and based on the collection of survey data. The data collection tool is a questionnaire. The validity of the questionnaire was confirmed through elites and the reliability was also confirmed through Cronbach's alpha above 0.70. The statistical population of the research is made up of tourists. The number of samples was calculated to be 384 people. The analysis of the model for the development of tourism in the northern region of Fars province showed that the strengths with a score of 4.05 due to the climatic diversity and tourism resources of the region, as well as the opportunity points with a score of 3.976 due to the geographical and strategic location, are the most important capacities for tourism development. Regions are known to have more weight than weaknesses and threats. Weak points with a score of 3.545 and threat points with a score of 3.705 are known in the next ranks due to the lack of facilities and services and threats, as well as the construction of the Isfahan-Shiraz freeway. Strengthening the access to free tourism and also the development of tourism services is one of the most important strategies proposed to solve the problem.

**Keywords:** development, tourism planning, northern region of Fars province.