

امکان سنجی صنعت توریسم در شهر خرم آباد بر اساس مدل تحلیلی SWOT

دکتر پروانه زیویار^۱، سمیه تیموری^۲، مصطفی نوروزی^۳

۱- استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر ری

۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری و عضو باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم آباد (نویسنده مسئول)

۳- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه تربیت مدرس

چکیده

ویژگی‌های ساختار گردشگری هر مکان به نوبه خود متأثر از اهمیت، اعتبار، ماهیت، تنوع نقش و کارکرد مذهبی، فرهنگی، تفریحی، تجاری و به طور کلی جاذبه‌های مکانی آن است. با این حال نکته‌ای که باید در نظر داشت شناسایی استعدادها، پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های مکان‌های گردشگری است تا با سرمایه گذاری بهینه بتوان در جهت توسعه هرچه بیشتر این مناطق گام برداشت. لذا هدف اصلی این تحقیق، امکان سنجی ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری به منظور توسعه این صنعت در شهر خرم آباد، با توجه به موقعیت مناسب آن می‌باشد. بدین منظور، فهرستی از نقاط قوت و ضعف و همچنین فرصت‌ها و تهدیدها تهیه و با تنظیم عوامل استراتژیک، ماتریس SWOT از آن استخراج و رهیافت‌های حاصل از آن، به عنوان خط مشی‌های راهگشا در جهت تقویت زیرساخت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری شهر خرم آباد ارائه شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که با نگاهی سیستمی به نقاط ضعف و قوت و همچنین فرصت‌ها و تهدیدهای موجود می‌توان نتیجه گرفت که شهر از جاذبه‌های توریستی فراوانی برخوردار است و دارای قابلیت‌های محیطی بسیاری است. لیکن شهر از انطباق پذیری لازم با محیط برخوردار نیست و باید با اتخاذ استراتژی‌هایی در صدد از بین بردن تهدیدها جهت تبدیل به فرصت برآمد.

کلید واژه‌ها: توسعه گردشگری، گردشگری شهری، خرم آباد، swot.

مقدمه:

گردشگری روندی است که از دیرزمان با اشکال خاص خود در جوامع انسانی وجود داشته و تدریجاً طی مراحل تاریخی سیر تکاملی خود را تا عصر حاضر پیموده است و هم‌اکنون به عنوان یکی از بنیانهای جهانی سازی و نماد بارز درهم فشردگی فضا - زمان شناخته می‌شود. این پدیده عموماً بر بنیاد عامل اساسی سفر و جابه‌جایی قرار دارد که خود زاده نیازهای گوناگون روانی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی انسان است. با اختراع وسایل نقلیه سریع-السیر و بهبود وسایل ارتباطی بین کشورهای جهان، کوتاه شدن زمان سفر، ایجاد تسهیلاتی که از جهات مختلف برای مسافرت در اکناف جهان فراهم آمده بود و افزایش نسبی درآمدهای ناشی از رشد اقتصادی کشورها، تحولات شگرفی در زمینه جهانگردی صورت گرفت، به طوری که امروزه صنعت جهانگردی در سطوح بین‌المللی توسعه

فراوان یافته و یکی از ارکان مهم اقتصادی کشورهای جهان را تشکیل می‌دهد (Lee & Chien, 2008). مطابق تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگری عبارت است از فعالیتی که در آن فردی به مسافرت رفته و در آن مکان که خارج از محیط زندگی اوست برای مدتی کمتر از یک سال، جهت تفریح، تجارت و دیگر اهداف اقامت نماید (WTO, 2001). این فعالیت به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارزی و تقویت زیرساختهای اجتماعی که موجب رشد و تقویت سایر صنایع می‌شود، به عنوان بخش چهارم فعالیت‌های انسان پس از کشاورزی، صنعت و خدمات محسوب می‌شود و کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند در سال ۲۰۲۰ به عنوان سودآورترین صنعت جهان درآید. در واقع از گردشگری به عنوان ابزاری برای تحریک اقتصادهای بحرانی و تقویت فعالیت‌های توسعه‌ای از طریق اشتغال‌زایی و کسب درآمد استفاده می‌شود (Abby & Geffrey, 2006). تأثیرات شگرف توریسم در کاهش نرخ بیکاری، افزایش سطح درآمد، تأمین منابع انرژی و رونق بازار صنایع دستی که طبق آمار موجود، ۱۰ میلیون نفر از آن ارتزاق می‌کنند، تنها بخشی از مزایای ویژه پرداختن به این صنعت است (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۰). طبق آمار ارائه شده توسط سازمان جهانی گردشگری که به طور تقریبی تخمین زده شده است در سال ۲۰۰۶ درآمد حاصل از گردشگری به عددی معادل ۷۳۵ میلیارد دلار رسیده که نسبت به سال ۲۰۰۵ رشدی معادل ۵۷ میلیارد دلار یا معادل ۴۱ میلیارد یورو داشته است (هزارجریبی، ۱۳۹۰). بر اساس همین آمارها در سال ۲۰۰۷ درآمدی حدود ۸۵۶ میلیارد دلار از بخش گردشگری حاصل شده است (WTO, 2008). چنین حجم بالایی از گردش سرمایه در جهان، گردشگری را به یکی از ارکان اصلی اقتصاد جهانی تبدیل کرده است (مافی و سقایی، ۱۳۸۹). بنابراین ضرورت گسترش فعالیت‌های اقتصادی در زمینه‌های مختلف نظیر صنعت گردشگری با هدف دستیابی به منابع جدید پایدار ارزی و اشتغال و سلامتی امری اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد (WTO, 2008). علاوه بر این، سود صنعت گردشگری صرفاً در بهره اقتصادی خلاصه نمی‌شود، بلکه این بهره را از زوایای مختلفی همچون شناساندن فرهنگ داخلی به دیگر کشورها نیز می‌توان ارزیابی کرد. ویژگی‌های ساختار گردشگری هر مکان به نوبه خود از یک طرف متأثر از اهمیت، اعتبار، ماهیت، تنوع نقش و کارکرد مذهبی، فرهنگی، تفریحی، تجاری و به طور کلی جاذبه‌های مکانی آن است، و از طرف دیگر برگرفته و تأثیر پذیرفته از ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی (باورهای اعتقادی) و اقتصادی ساکنان محلی و گردشگران است (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰). با این حال نکته‌ای که باید در نظر داشت شناسایی استعدادها، پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های مکان‌های گردشگری (عشوری و فریادی، ۱۳۸۹)، (رحمانی و همکاران، ۱۳۸۹)، (امیر عضدی و شریعت پناهی، ۱۳۸۹) و (مشکینی و حیدری، ۱۳۹۰) است تا با سرمایه‌گذاری بهینه بتوان در جهت توسعه هرچه بیشتر این مناطق گام برداشت. وضعیت صنعت گردشگری کشور ایران حاکی از آن است که به لحاظ سهم بخش گردشگری از تولید ناخالص داخلی، کشور ایران در میان ۱۷۴ کشور جهان رتبه ۸۶ و در میان کشورهای حاشیه خلیج فارس جایگاه سوم را پس از بحرین و قطر به خود اختصاص داده و نیز در زمینه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری، کشور ایران در میان ۱۸۶ کشور جهان رتبه ۱۷۲ و در میان کشورهای خاورمیانه در رتبه آخر قرار گرفته است. همچنین به لحاظ ارزش صنعت گردشگری در سال ۲۰۰۵ کشور ایران در میان ۱۷۴ کشور جهان رتبه ۴۳ را کسب نموده است (کمالی، ۱۳۹۰: ۹). بر این اساس شناسایی جاذبه‌های گردشگری در مناطق مختلف برای ایجاد و توسعه کانون گردشگری،

توسط سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران، در کلیه مناطق کشور صورت گرفته است. در این میان، شهر خرم آباد به سبب قدمت تاریخی، شمار فراوان جاذبه‌ها و نیز تنوع در آنها از شهرهای بارز استان لرستان به شمار می‌آید، وضعیت استقرار و نوع جاذبه‌های این شهر موقعیت مناسبی را برای زون بندی و برنامه‌ریزی تجهیز جاذبه‌ها فراهم کرده است. با این حال صنعت گردشگری در این شهر نسبت به شهرهای تاریخی کشور از پیشرفت کمتری برخوردار بوده و دلیل اصلی این امر را باید در عدم برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری درست جستجو نمود. با توجه به این که توسعه صنعت گردشگری به عنوان بخشی از سند توسعه اقتصادی و اجتماعی استان لرستان دیده شده، در این پژوهش سعی بر آن داریم تا با امکان‌سنجی ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری گامی مهم در راستای اشتغال‌زایی، توسعه اقتصادی و عدالت اجتماعی و در نهایت توسعه پایدار شهر خرم آباد برداشته و به دو سؤال اساسی پاسخ دهیم: (۱) پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری در شهر خرم آباد کدام است؟ (۲) عمده راهبردها و استراتژی‌های مؤثر به منظور توسعه صنعت گردشگری در شهر خرم آباد به چه صورت می‌باشد؟ بر همین اساس شناساندن و شفاف‌ساختن اهمیت گردشگری برای مردم و مسئولین منطقه به منظور بهره‌برداری بهینه و بهتر از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های گردشگری مهم‌ترین هدف این پژوهش می‌باشد.

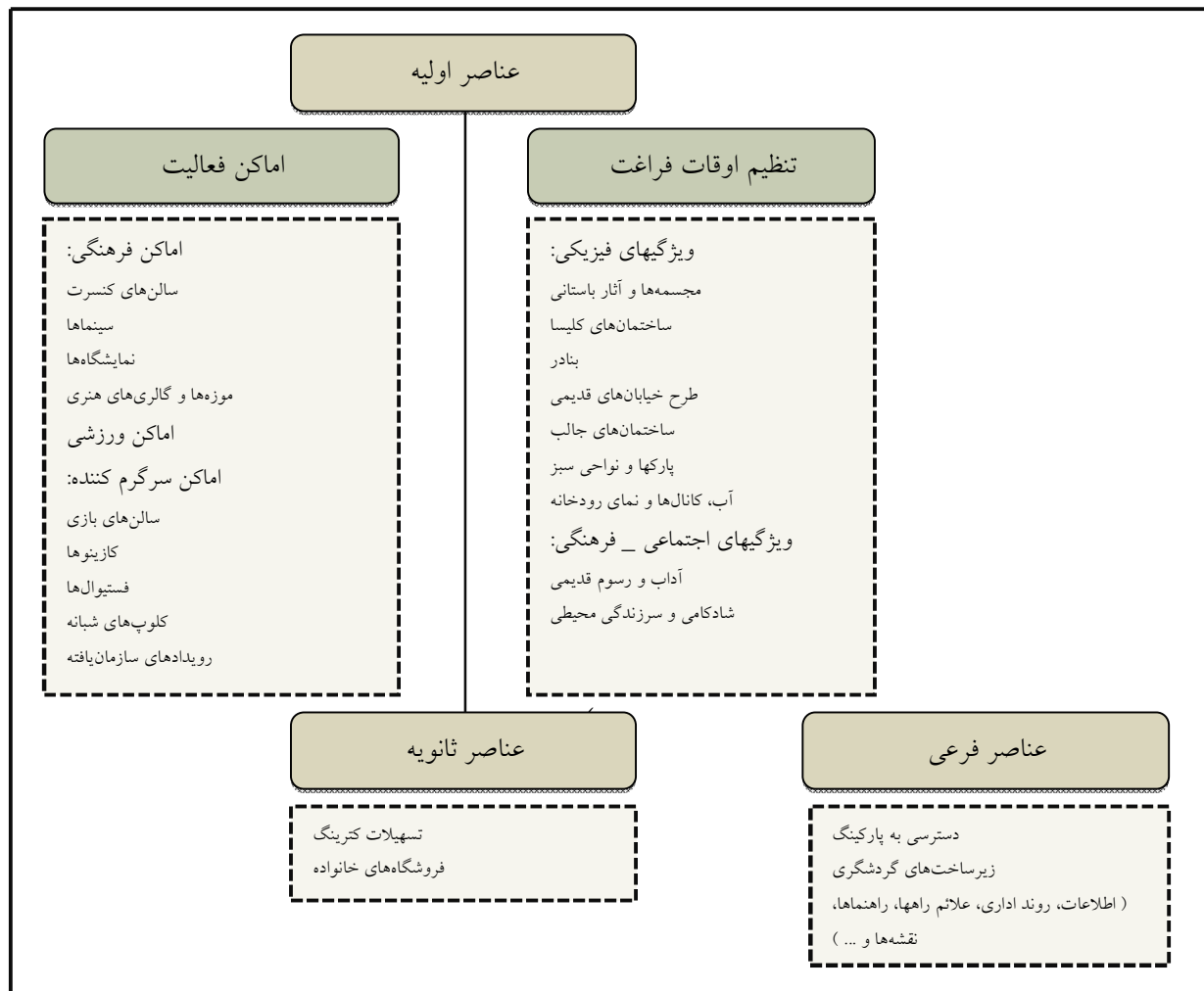
توسعه پایدار گردشگری:

توسعه واژه‌ای است که اغلب به فرایند حرکت جامعه از نقطه‌ای به نقطه دیگر اطلاق می‌گردد که جنبه‌های مختلفی اعم از رشد اقتصادی، تغییر ساختاری، صنعتی شدن، خودکوفایی و اتکاء به نفس فرهنگی، مذهبی و ملی و فردی را در بر می‌گیرد (Harrison, 1998). بر همین اساس، مفهوم توسعه پایدار ناظر بر این واقعیت انکارناپذیر است که ملاحظات مربوط به اکولوژی می‌تواند و باید در فعالیت‌های اقتصادی به کار گرفته شود. این ملاحظات شامل ایده‌های ایجاد محیطی منطقی است که در آن ادعای توسعه به منظور پیشبرد کیفیت همه جنبه‌های زندگی مورد چالش قرار می‌گیرد (رادکلیف، ۱۳۷۳: ۳۴). اصول گردشگری پایدار نیز با اصول توسعه پایدار شباهت دارد، چرا که بر پایداری منابع برای گردشگری تأکید دارد. اصول پایداری به جنبه‌های محیطی، اقتصادی و اجتماعی _ فرهنگی از توسعه گردشگری برمی‌گردد و می‌بایستی تعادل مناسبی بین این سه بعد برای تضمین پایداری طولانی مدت ایجاد گردد (Logar, 2002: 2). رویکرد توسعه پایدار گردشگری، یک جابه‌جایی از رویکردهای سنتی اقتصاد نئوکلاسیک در زمینه توسعه گردشگری، به یک رویکرد کلی‌نگرتر نشان می‌دهد که در این رویکرد، علاوه بر نیازهای بازار، نیازهای جامعه و محیط طبیعی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد (Hawkes & Williams, 1993). مطابق با تعریف سازمان جهانی گردشگری، توسعه پایدار گردشگری فرایندی است که با کیفیت زندگی میزبانان، تأمین تقاضای گردشگران و به همان نسبت با حفاظت از منابع طبیعی و انسانی در ارتباط می‌باشد (Hunter & Green, 1995: 22). بنابراین زمانی باید توسعه گردشگری را پایدار بدانیم که مخرب نبوده و باعث حفظ منابع آب و خاک، منابع ژنتیکی، گیاهی و جانوری برای نسل‌های آینده گردد. در واقع توریسم پایدار، توریسمی است که بتواند در یک محیط و در زمانی نامحدود تداوم داشته باشد و از نظر انسانی و فیزیکی به محیط زیست صدمه نزند و تا حدی فعال شود که به توسعه سایر فعالیت‌ها و فرایندهای اجتماعی لطمه‌ای وارد نسازد (Butler, 2000: 29). علیرغم پذیرش جهانی رویکرد توسعه پایدار به طور اعم و رویکرد توسعه پایدار گردشگری به طور اخص و تلاش

گسترده بسیاری از کشورها، به ویژه کشورهای پیشرفته و در عرصه گردشگری در زمینه عملیاتی سازی اصول و معیارهای توسعه پایدارگردشگری در قالب برنامه‌های بلند مدت مبتنی بر اهداف کلان، راهبردها و سیاست‌های شفاف، این مهم در کشور ما ایران هنوز جایگاه واقعی و به عبارتی دیگر جایگاه مشخص و شفافی پیدا نکرده است. ابهام و عدم ثبات در رویکردها به موضوع گردشگری خارجی و فراموشی بازار تقاضای گردشگری داخلی، روزمره-نگری، فقدان سند راهبردی بلند مدت و مشخص نبودن اهداف کلان توسعه گردشگری، چندگانگی تصمیم گیران و ارگان‌های دخیل و غیره، از جمله ضعف‌ها و تهدیدهای نظام مدیریت و توسعه گردشگری در کشور است (قدمی، ۱۳۹۰).

جاذبه‌های گردشگری:

جاذبه‌های هر شهر یا کشوری مبنایی برای توسعه گردشگری فراهم می‌کند. این جاذبه‌ها اغلب جزء لاینفک و ضروری محصول گردشگری را شکل می‌دهند. جاذبه‌های گردشگری را می‌توان به صورت کلی و یا بر مبنای اهداف خاص تعریف نمود. لیو (۱۹۸۷) جاذبه‌های گردشگری را چنین تعریف می‌کند: "مکانی غیر از خانه، که مسافران داوطلب را از خانه‌هایشان به سمت خود جذب می‌کند. این جاذبه‌ها اغلب شامل چشم اندازهایی برای مشاهده، فعالیت‌هایی برای مشارکت و تجربیاتی برای به خاطر سپردن است". وی سه رویکرد را برای طبقه‌بندی جاذبه‌ها ارائه می‌دهد: رویکرد نمادی، رویکرد سازمانی و رویکرد ادراکی. رویکرد نمادی متداول ترین رویکرد در زمینه طبقه‌بندی جاذبه‌هاست. این روش به ویژگی کلی یک مکان اشاره دارد. ویژگی‌هایی که به عنوان مثال می‌تواند شامل زیبایی طبیعی، اقلیم، آداب و رسوم یا ویژگی‌های اجتماعی باشد. رویکرد دوم به ماهیت فضایی، گنجایشی و موقت جاذبه‌ها در تقسیم بندی آنها اشاره دارد. سومین رویکرد یعنی رویکرد ادراکی شامل طبقه‌بندی جاذبه‌ها بر اساس ادراکات و تجربیات گردشگران است (برگرفته از جهانیان و نادعلی‌پور، ۱۳۸۸: ۴۸، به نقل از لیپر، ۱۹۹۰). به صرف سرمایه گذاری در بخش گردشگری و فراهم آوردن انواع تسهیلات حمل و نقل و اسکان و سایر خدمات بدون وجود جاذبه‌های مناسب، نمی‌توان به توسعه این صنعت امیدوار بود. بر اساس رویکرد تقاضا محور برنامه ریزی گردشگری چنین فرض می‌شود که مقصد مسافرت منعکس کننده احساسات، باورها و عقاید یک فرد در مورد توانایی درک مقصد برای تأمین رضایت خویش در رابطه با تفریحات خاصی است که نیاز دارد (Hu & Ritchie, 1993: 25). جامعه میزبان نیز می‌تواند به عنوان یک جاذبه مهم برای گردشگران محسوب شود. اغلب بروز جنبه‌های فرهنگی جامعه شامل صنایع دستی و کارهای هنری، همچنین فاکتورهای کمتر ملموس مانند موسیقی، رقص و جشنواره‌های مذهبی است که به عنوان جاذبه‌های مهم عمل می‌کنند (میسون، ۱۳۹۰: ۱۴۷). جنسن وربک مفهوم یا رویکرد منحصر به فردی را برای جوامع با توجه به کل قلمروی یک منطقه شهری که جاذب گردشگری است پیشنهاد نموده‌اند که متشکل از اجزاء و عناصر اولیه، ثانویه و فرعی می‌باشد. عناصر اولیه یا به صورت امکانات و تسهیلاتی خاص می‌باشند و یا مکان‌هایی هستند که فعالیت‌های گردشگری در آن انجام می‌گردد. این اماکن با امکانات فرهنگی، ورزشی و سرگرم کننده شکل می‌گیرند (شکل ۱) (Rosentraub & Joo, 2009).



شکل ۱- طبقه‌بندی برنامه‌های جامعه میزبان برای امکانات گردشگری

منبع: (Jansen-Verbeke, 1986)

گردشگری شهری:

گردشگری یکی از بازوهای اجتماعی و اقتصادی محیط شهری می‌باشد (Edwards & et al, 2008). امروزه از گردشگری شهری به عنوان یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی، اجتماعی و رفاهی شهر و شهرنشینان یاد می‌کنند. گردشگری شهری صنعتی است که محصولات و تجارب متنوعی را برای افرادی که طیف گسترده‌ای از انگیزه‌ها، تمایلات و دیدگاه‌های فرهنگی دارند و درگیر یک تعامل دیالکتیکی با جامعه میزبان هستند را مدیریت و به فروش می‌رساند (Gregory & et al, 2011). بر همین اساس به روشنی در می‌یابیم که جاذبه‌ها و شهرت یک ناحیه شهری است که تصمیم گردشگران را برای بازدید تحت تأثیر قرار می‌دهد (Clark, 2004). شهرها به عنوان مقاصد گردشگری دارای عملکرد چند منظوره هستند: از سویی آنها به عنوان دروازه ورودی به کشور، مراکز اقامت و مبدأ سفر به روستاها و مقصدهای مجاور خود شناخته می‌شوند (سیف‌الدینی و همکاران، ۱۳۸۹) و از سویی دیگر به علت تجمع نهادهای مدنی و زیرساخت‌های اجتماعی توانستند محل مناسبی برای جلب گردشگران داخلی و خارجی

محسوب شوند (قرخلو و جانبابانژاد، ۱۳۸۵) و گروه‌های بازدیدکننده ویژه‌ای را بر اساس تفاوت در نوع سفر و انگیزه آنها از بازدید به خود جذب کنند (Page & Barker, 2002). بر همین اساس با سرمایه گذاری در زیرساخت‌ها و جاذبه‌های فرهنگی، به دنبال جایگاهی مناسب و امن در نقشه گردشگری جهان می‌باشند (Russo & Borg, 2002). پرداختن به گردشگری شهری می‌تواند در کاهش بسیاری از مشکلات نظیر بیکاری، رکود صنایع محلی و ... مؤثر باشد و از بعد فرهنگی و اجتماعی نیز به احیاء یا تقویت هویت ملی و حفاظت از ارزش‌های فرهنگی در شهرها کمک نمایند (موحد و دولت‌شاه، ۱۳۹۰). شهرها و گردشگری دارای روابط مکملی هستند چرا که همه انواع گردشگری به نوعی به کانونها و خدمات شهری نیازمند می‌باشند. بنابراین در هر گونه برنامه ریزی برای توسعه و ترقی گردشگری باید به توانمندی کانون‌های شهری در ارائه خدمات (مستقیم و غیرمستقیم) نیز توجه شود (نوری کرمانی و همکاران، ۱۳۸۸).

روش تحقیق:

بدیهی است که روش شناسی تحقیق با توجه به نوع، هدف و موضوع مورد مطالعه می‌تواند متفاوت باشد. روش تحقیق در مقاله حاضر توصیفی-تحلیلی و از نوع تحقیقات پژوهشی-کاربردی می‌باشد که از یکسو با مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای به بررسی ابعاد، تعاریف و چارچوب نظری تحقیق و از سوی دیگر با مشاهدات میدانی دقیق و همچنین مراجعه به سازمان‌ها و ادارات ذیربط به گردآوری داده‌ها و اطلاعات لازم در محدوده مورد مطالعه برای دستیابی به پاسخی برای سؤالات تحقیق و آزمون آن می‌پردازد. در نهایت برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه استراتژی و راهبرد توسعه گردشگری، از روش تحلیلی SWOT استفاده شده است. بدین منظور، فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها تهیه و با تنظیم عوامل استراتژیک، ماتریس SWOT از آن استخراج و رهیافت‌های حاصل از این تجزیه و تحلیل‌ها، به عنوان خط مشی‌های راهگشا در جهت تقویت زیرساخت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری شهر خرم آباد ارائه گردید.

تکنیک SWOT:

تکنیک یا ماتریس سوات، ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت‌های موجود در محیط خارجی و بازشناسی ضعف‌ها و قوت‌های داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبردهایی برای هدایت و کنترل آن سیستم است. از دیدگاه این مدل، یک استراتژی مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این منظور، نقاط قوت و ضعف‌ها و فرصت‌ها تهدیدها در چهار حالت کلی WT, ST, WO, SO به صورت زیر پیوند داده می‌شوند و گزینه‌های استراتژی از بین آنها انتخاب می‌شود:

- راهبردهای رقابتی / تهاجمی (SO)، که تمرکز آنها بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی است.
- راهبردهای تنوع بخشی (ST)، بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است.
- راهبردهای بازنگری (WO)، که ضمن تأکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف می‌باشد.

- راهبردهای تدافعی (WT)، که برای مقابله با ضعف‌های درونی و تهدیدهای بیرونی ارائه می‌شود (موحد و کهنزادی، ۱۳۸۹).

جدول ۱: استراتژی‌های چهارگانه ماتریس SWOT و نحوه تعیین آن

ماتریس SWOT		نقاط قوت (S)		نقاط ضعف (W)	
		موضوعات	(نقاط قوت فهرست می‌شود)	موضوعات	(نقاط ضعف فهرست می‌شود)
فرصت‌ها (O)		استراتژی‌های SO [حداکثر - حداکثر] با بهره‌گیری از نقاط قوت از فرصت‌ها استفاده می‌شود.		استراتژی‌های WO [حداقل - حداکثر] با بهره‌گیری از فرصت‌ها نقاط ضعف از بین برده می‌شود.	
تهدیدها (T)		استراتژی‌های ST [حداکثر - حداقل] برای احتراز از تهدیدات از نقاط قوت استفاده می‌شود.		استراتژی‌های WT [حداقل - حداقل] نقاط ضعف را کاهش می‌دهد و از تهدیدها پرهیز می‌شود.	

مأخذ: (حکمت‌نیا و موسوی، ۱۳۹۰: ۳۱۹).

ماتریس عوامل داخلی، نشانگر نقاط قوت و ضعف است. در تهیه این ماتریس تکیه اصلی بر مشاهدات و بررسی‌های میدانی محقق است و برای تهیه آن نیاز به انجام ۵ مرحله به شرح زیر می‌باشد:

- ۱- بررسی عوامل و فهرست کردن آن
- ۲- وزن دهی به عوامل فهرست شده از ۰ تا ۱
- ۳- رتبه دادن، که رتبه بین عدد یک و چهار مطرح است، جهت قوت‌ها رتبه ۳ و ۴ و ضعف‌ها، رتبه ۱ و ۲ در نظر گرفته می‌شود.

۴- ضریب هر عامل در رتبه مربوط ضرب می‌شود تا نمره نهایی بدست آید.

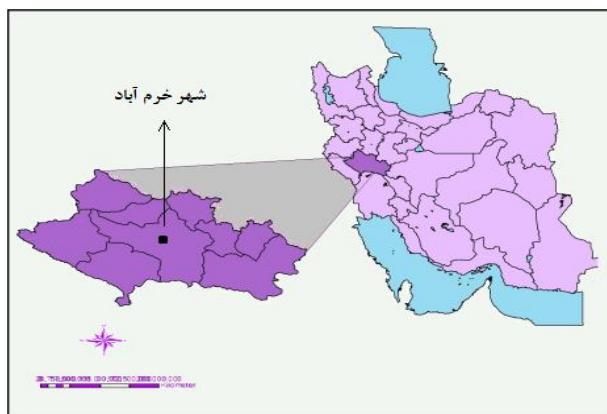
۵- از مجموع نمره‌های نهایی مطلق به هر یک از عوامل، مجموع نمره‌های عوامل داخلی تعیین می‌شود.

برای تهیه ماتریس ارزیابی عوامل خارجی نیاز به انجام پنج مرحله یاد شده فوق است. با این تفاوت که در این ماتریس از طرفی عواملی که در آینده موجب فرصت و موقعیت توسعه می‌شود و از طرف دیگر عوامل خارجی که این توسعه را تهدید می‌نماید در این ماتریس فهرست می‌شوند. در مرحله بعدی پس از کد گذاری هر یک از عوامل مندرج در ماتریس‌های داخلی و خارجی با نگرش سیستمی به این عوامل، استراتژی‌های مناسب به صورت ترکیبی از عوامل یاد شده در قالب جدول ۹ خانه‌ای SWOT معین می‌گردد و بر اساس فراوانی استراتژی‌های تعیین شده در خانه مربوطه جایگاه آن در جدول ۴ خانه‌ای SWOT به لحاظ تعیین خط مشی کلی در اتخاذ استراتژی مناسب توسعه معین می‌گردد. در ماتریس داخلی و خارجی چهارخانه‌ای، جمع نمره‌های نهایی بر روی محور X ها از ۱ تا ۲/۵ نشان دهنده ضعف داخلی و نمره ۲/۵ تا ۴ بیانگر میزان قوت است. به همین شیوه، جمع نمره‌های نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی از ۱ تا ۲/۵ بیانگر میزان تهدید و نمره ۲/۵ تا ۴ بیانگر میزان فرصت است. قرار گرفتن در هر یک از خانه‌های ماتریس داخلی و خارجی ۴ خانه‌ای مفاهیم استراتژی خاصی دارد.

محدوده مورد مطالعه:

شهر خرم آباد مرکز استان لرستان در ۴۸ درجه و ۲۱ دقیقه طول شرقی و ۳۳ درجه و ۲۹ دقیقه عرض شمالی واقع شده است. مساحت شهر معادل ۳۴۵۳،۹ هکتار (وارثی و همکاران، ۱۳۸۷) و جمعیت آن مطابق با سرشماری

عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵ معادل با ۳۲۸،۵۴۴ نفر با ۷۵،۹۴۵ خانوار بوده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵). این شهر از سه منطقه و ۱۱ ناحیه شهری برخوردار می‌باشد. فاصله خرم آباد تا بروجرد ۱۱۰ کیلومتر، تا تهران ۴۹۰ کیلومتر و تا اهواز ۳۹۰ کیلومتر است که در مسیر شاهراه تهران- خوزستان قرار گرفته و دارای اهمیت ارتباطی و راهبردی است (شهرداری خرم آباد). شهر خرم آباد به صورت خطی و به طور عمده در جهت شمال و جنوب و در بستر عرصه‌های مسطح و وسیع این مناطق هدایت شده و به صورت کاملاً متراکم و فشرده با بافت قدیمی و شبکه معابر پر پیچ و خم و باریک می‌باشد (قنواتی و همکاران، ۱۳۸۸). وضع قرار گرفتن کوهها و دره‌ها به شهر موقعیت اقلیمی خاصی بخشیده و موجب جریان دائمی رودخانه خرم آباد در آن شده است و از آب و هوایی معتدل و نیمه مرطوب برخوردار می‌باشد. به خاطر همین عوامل محیطی و طبیعی مناسب، این شهر از دیرباز جاذب جمعیت بوده‌است. از طرفی دیگر همین عوامل طبیعی و محیطی باعث ایجاد موانعی در توسعه شهر خرم آباد شده‌است. مورفولوژی کنونی خرم آباد بیشتر متأثر از محیط آن است به صورتی که شهر در جاهایی که محیط اجازه داده است پیش رفته و آنجا که به پای کوه رسیده است شهر به سمت دیگری کشیده شده است.



شکل ۲- موقعیت شهر خرم آباد در استان لرستان

جاذبه‌های گردشگری شهر خرم آباد:

در مجموع شهری که امروزه از آن به نام خرم‌آباد نام برده می‌شود از نخستین سکونتگاه‌های مردم ایران به شمار می‌رود. اهمیت این شهر علاوه بر موقعیت استراتژیک آن به عنوان پل ارتباطی شمال به جنوب به آثار تاریخی و باستانی موجود در این شهر باز می‌گردد. شهر خرم آباد یکی از شهرهای قدیمی ایران است که از آغاز پیدایش خود تا کنون، تمدن‌های مختلف و متعددی، از جمله کاسی‌ها، بابلی‌ها، ایلامی‌ها، ساسانیان، سلجوقیان و خوارزمشاهیان و ... را تجربه کرده است. در پیرامون این شهر آثار متعددی از ادوار فوق باقی مانده است. خرم‌آباد در میان دره‌ای قیفی شکل و پرآب جای گرفته و قلعه‌های تاریخی و قدیمی آن، محلی امن و سنگری محکم برای حاکمان زمان در برابر مهاجمان و شورشیان بوده است. خرم‌آباد شهری است تجاری، خدماتی و نظامی که به عنوان مرکز استان لرستان، در کنار توسعه ناموزون، موجبات جذب مهاجران شهری و روستایی را فراهم آورده است. شکل و ترکیب شهر خرم‌آباد بیش‌تر تابع عوامل جغرافیایی آن است، به طوری که فشار جمعیت، خانه‌های شهری را تا کمرکش کوه پیش برده و دارای معبر و مسیرهای قدیمی و طبیعی بسیاری می‌باشد. قابلیت‌های طبیعی و جاذبه‌های تاریخی زیادی در این شهر وجود دارد که این شهر را می‌تواند به یکی از شهرهای توریستی ایران تبدیل کند. از جمله مهمترین جاذبه‌های

گردشگری شهر خرم آباد، قلعه فلک‌الافلاک یا دژ شاپورخواست است که در مرکز شهر واقع می‌باشد. این قلعه که به قلعه دوازده برجی هم شناخته می‌شود، بر فراز تپه‌ای مشرف به شهر و در نزدیکی رودخانه قرار گرفته و چشمگیرترین اثر تاریخی و گردشگری شهر خرم آباد می‌باشد. مناره آجری نیز یکی از آثار باستانی شهر خرم آباد و متعلق به قرن چهارم هجری قمری می‌باشد. این بنا با قدمتی حدود ۹۰۰ سال در جنوب خرم آباد و در کنار شهر قدیمی شاپورخواست، بر روی پایه سنگی بنا شده و حدود ۳۰ متر ارتفاع دارد. سنگ نبشته هم به عنوان یکی دیگر از جاذبه‌های گردشگری شهر خرم آباد شناخته می‌شود. این کتیبه به خط کوفی و بر قطعه سنگ بزرگی به ارتفاع سه و نیم متر نوشته شده و قدمت آن به قرن ششم قمری و دوره سلجوقیان می‌رسد (سازمان میراث فرهنگی استان لرستان). از دیگر جاذبه‌های گردشگری شهر خرم آباد می‌توان به پل شکسته، گرداب سنگی، چشمه کیو، آسیاب گبری، مقبره زیدبن علی، کاروانسرای میرزا سیدرضا، مقبره شهنشاه و ... اشاره نمود. همچنین شهر خرم آباد با داشتن ۵ چشمه پرآب به نامهای چشمه گلستان، چشمه شاه آباد، چشمه سراب کیو، چشمه گرداب سنگی و گرداب دارایی از معدود شهرهایی است که تمام آب مصرفی شهر را از طریق چشمه تأمین می‌کند. چشمه‌ای چون «کیو» که تشکیل دریاچه‌ای با همین نام را داده و پارک مجاور آن، به جاذبه‌ای برای گردشگران شهر خرم آباد تبدیل شده است. خرم‌آباد از سوی دفتر منطقه ای اسکان بشر سازمان ملل متحد به عنوان یک شهر نمونه گردشگری انتخاب شده است. این انتخاب به منظور اجرای طرح توسعه پایدار شهری بر مبنای گردشگری است. محور اجرای این طرح قلعه فلک‌الافلاک است و ساماندهی فضای اطراف این قلعه و همچنین طرح مرمت و حفاظت از سایر آثار باستانی سطح شهر خرم‌آباد نیز جزء این طرح محسوب می‌شود. خرم‌آباد به عنوان نخستین شهر ایران به منظور اجرای این طرح از سوی دفتر منطقه ای اسکان بشر سازمان ملل متحد انتخاب گردیده است (اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی لرستان).

تحلیل یافته‌ها:

توسعه گردشگری در شهر خرم آباد مستلزم آن است که مطالعات پایه و کسب شناخت همه‌جانبه از توان‌های طبیعی، فرصت‌های سرمایه‌گذاری و دیگر قابلیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری داشته باشیم. بدین منظور، در این بخش به شناخت و تحلیل نقاط ضعف و قوت و همچنین فرصت‌ها و تهدیدهای صنعت گردشگری در شهر خرم آباد با استفاده از مدل تحلیلی SWOT می‌پردازیم. چنانچه ملاحظه می‌شود امتیاز شهر در ارزیابی عوامل داخلی ۲/۸۷ بوده است. با توجه به اینکه عدد مربوطه از ۲/۵ بزرگتر می‌باشد می‌توانیم نشان دهیم که سیستم ما از لحاظ عوامل داخلی نسبتاً قوی است و از جمله عوامل مؤثر در موفقیت این پروژه به حساب می‌آید (جدول شماره ۲). همچنین در ماتریس عوامل خارجی، امتیاز نهایی شهر خرم آباد ۲/۴۸ بوده و عدد کمتر از ۲/۵ بیانگر شرایط نامطلوب این بخش نیز می‌باشد و برای اینکه شهر از وضعیت فعلی به وضعیت پویا و فعال تبدیل شود، نیازمند استراتژی‌های خاص در ارتباط با وضع موجود می‌باشد (جدول شماره ۳).

جدول ۲- ماتریس ارزیابی نقاط ضعف و قوت ناشی از عوامل داخلی (IFE) براساس وضع موجود شهرستان خرم آباد

ردیف	عوامل	ضریب	نمر	نمره نهایی
نقاط ضعف				
۱	کمبود تاسیسات اقامتی و پذیرایی (هتلها و رستورانها)	۰/۰۵	۱	۰/۰۵
۲	وضعیت نامطلوب برخی راهها و جاده ها	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
۳	کمبود مراکز درمانی و پزشکی	۰/۰۲	۲	۰/۰۴
۴	کمبود امکانات آموزشی، تفریحی و توریستی	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
۵	عدم تبلیغات کافی برای گردشگران	۰/۰۴	۱	۰/۰۴
۶	کمبود نیروی انسانی آموزش دیده و متخصص در امر گردشگری	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
۷	عدم امنیت برخی جاده ها به خاطر فقر و محرومیت	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
۸	کمبود دفاتر اطلاعاتی و جهانگردی	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
۹	عدم سرمایه گذاری (بخش دولتی و خصوصی) در زمینه گردشگری	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
۱۰	کمبود وسایل حمل و نقل برای جابجایی گردشگران	۰/۰۲	۲	۰/۰۴
نقاط قوت				
۱۱	وجود مناظر و چشم اندازهای طبیعی در منطقه	۰/۰۵	۳	۰/۰۱۵
۱۲	وجود چشمه های پر آب	۰/۰۴	۳	۰/۰۱۲
۱۳	سالم بودن آب	۰/۰۳	۴	۰/۰۱۲
۱۴	وجود آب و هوای معتدل و کوهستانی	۰/۰۳	۴	۰/۰۱۲
۱۵	عبور جاده ارتباطی خوزستان به تهران	۰/۰۴	۳	۰/۰۱۲
۱۶	وجود آثار متعدد باستانی و تاریخی	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۱۷	داشتن شرایط مناسب برای توسعه گردشگری	۰/۰۳	۴	۰/۰۱۲
۱۸	وجود جاذبه های فراوان توریستی و اکوتوریستی	۰/۰۴	۳	۰/۰۱۲
۱۹	ایجاد زیر گذرهای برای کاهش ترافیک شهری	۰/۰۴	۳	۰/۰۱۲
۲۰	ایجاد آذراه بزرگی در منطقه	۰/۰۵	۳	۰/۰۱۵
۲۱	دارا بودن آبشارهای فراوان در اطراف شهر	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۲۲	وجود غارهای زیبایی چون پاسنگر مربوط به دوره بارادوسی	۰/۰۴	۳	۰/۰۱۲
۲۳	وجود حمام هایی چون حمام گپ (بزرگ) مربوط به دوره صفویه	۰/۰۲	۳	۰/۰۶
۲۴	پلهای متعددی مربوط به دوره صفویه و قاجاریه	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
۲۵	وجود قلعه های فراوان چون فلک الافلاک	۰/۰۵	۳	۰/۰۱۵
۲۶	دارا بودن کاروان سراهای زیادی چون کاروان سرای چمشک	۰/۰۳	۴	۰/۰۱۲
۲۷	وجود مقبره های متعددی در شهر	۰/۰۳	۴	۰/۰۱۲
۲۸	وجود گورستانهای تاریخی مانند رازان	۰/۰۳	۴	۰/۰۱۲
۲۹	نقاشی هایی مربوط به انسانهای نخستین	۰/۰۲	۴	۰/۰۸
۳۰	وجود کنیبه های حوض ده موسی	۰/۰۲	۳	۰/۰۶
جمع	-	۱	۸۲	۲,۸۷

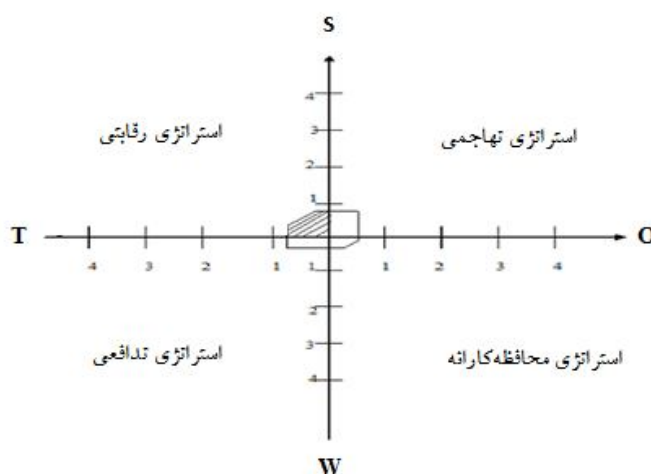
جدول ۳- ماتریس ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از عوامل بیرونی (EFE) بر اساس وضع موجود شهر

ردیف	عوامل	ضریب	نمره	نمره نهایی
فرصت‌ها				
۱	مناظر زیبا و کوهستانی منطقه	۰/۰۵	۴	۰/۰۲۰
۲	راه اندازی آزادراه پل زال خرم آباد - خوزستان	۰/۰۳	۴	۰/۰۱۲
۳	ایجاد مراکز تفریحی و توریستی در نزدیک قلعه فلک الافلاک	۰/۰۴	۳	۰/۰۱۲
۴	ایجاد موزه صنایع دستی	۰/۰۲	۳	۰/۰۰۶
۵	آشنایی مردم با جاذبه های زیارتی و مذهبی	۰/۰۲	۳	۰/۰۰۶
۶	وجود چشمه آبهای فراوان	۰/۰۴	۴	۰/۰۱۶
۷	ایجاد رستورانهای سنتی در اطراف جاذبه ها	۰/۰۳	۳	۰/۰۰۹
۸	تهیه بروشورهای تبلیغاتی برای معرفی جاذبه ها	۰/۰۳	۳	۰/۰۰۹
۹	ایجاد تقاطع های غیر همسطح و زیر گذرها	۰/۰۳	۳	۰/۰۰۹
۱۰	ایجاد حریم استحقاقی در اطراف جاذبه ها	۰/۰۴	۳	۰/۰۱۲
۱۱	راه اندازی پلیس توریسم	۰/۰۳	۳	۰/۰۰۹
۱۲	ارائه برنامه مدون برای اکوتوریسم	۰/۰۴	۳	۰/۰۱۲
۱۳	تبلیغات وسیع در سطح ملی و بین المللی	۰/۰۵	۴	۰/۰۲۰
۱۴	جذب مشارکت بخش خصوصی در زمینه توریسم	۰/۰۳	۳	۰/۰۰۹
تهدیدها				
۱۵	عدم توجه کافی به برخی از آثارباستانی	۰/۰۵	۱	۰/۰۰۵
۱۶	نبود اطلس توریستی مناسب	۰/۰۲	۲	۰/۰۰۴
۱۷	عدم اطلاع گردشگران از مناطق مختلف	۰/۰۳	۲	۰/۰۰۶
۱۸	کمبود زیر ساختهای مناسب گردشگری و راههای اصلی	۰/۰۳	۲	۰/۰۰۶
۱۹	بی توجهی مسئولین نسبت به نگهداری جاذبه ها	۰/۰۴	۱	۰/۰۰۴
۲۰	تخریب و از بین رفتن برخی جاذبه ها مثل طاق پیل	۰/۰۳	۲	۰/۰۰۶
۲۱	کمبود تاسیسات بهداشتی ورفاهی در مجاورت جاذبه های گردشگری	۰/۰۳	۲	۰/۰۰۶
۲۲	کمبود تورهای تفریحی و توریستی	۰/۰۳	۲	۰/۰۰۶
۲۳	کمبود نیروی انسانی آموزش دیده در گردشگری	۰/۰۴	۱	۰/۰۰۴
۲۴	وجود پادگان ارتش و مغازه ها در اطراف قلعه فلک الافلاک	۰/۰۳	۲	۰/۰۰۶
۲۵	کمی اطلاعات باستان شناسی برای حفاظت از آثار	۰/۰۳	۲	۰/۰۰۶
۲۶	عدم ساماندهی به رودخانه اطراف قلعه فلک الافلاک	۰/۰۳	۲	۰/۰۰۶
۲۷	بخش جنوبی قلعه که در معرض خطر ریزش قرار دارد.	۰/۰۴	۱	۰/۰۰۴
۲۸	عدم بررسی تحولات معماری قلعه فلک الافلاک	۰/۰۳	۲	۰/۰۰۶
۲۹	بی توجهی به تجارب جهانی برای ارتقا توریسم	۰/۰۳	۲	۰/۰۰۶
۳۰	نبود فضاهای فرهنگی و تفریحی مناسب	۰/۰۳	۲	۰/۰۰۶
جمع	-	۱	۷۴	۲/۴۸

جدول ۴. ترکیب عوامل داخلی و خارجی

عوامل داخلی		عوامل خارجی	
S	W	O	T
۰/۰۶۸	۰/۰۳۲	۰/۰۴۸	۰/۰۵۲
مجموعه ضرایب عوامل مرکب			
SO	WT	ST	WO
۱/۱۶	۰/۰۸۴	۱/۲۰	۰/۰۸۰

بر اساس داده های فوق نمودار ارزشیابی عوامل داخلی و خارجی SWOT ترسیم می گردد:



شکل ۳. نمودار ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

چنانچه ملاحظه می شود، بزرگترین عدد به دست آمده مربوط به عوامل ST نقاط قوت و تهدیدات پروژه می باشد که باید "استراتژی های رقابتی" اتخاذ شود تا بتوان تهدیدها را به فرصت تبدیل نمود. در اجرای استراتژی های ST باید با استفاده از نقاط قوت، اثرات ناشی از تهدیدهای موجود در محیط خارج را کاهش داد یا آنها را از بین برد. البته این بدان معنا نیست که یک طرح یا برنامه قوی، ناگزیر در محیط خارجی با تهدیدهایی روبرو خواهد شد.

نتیجه گیری و جستجوی راه حل:

نتایج تحقیق حاضر همچنین در راستای نتایج دیگر تحقیقات انجام شده در زمینه امکان سنجی صنعت گردشگری در شهرهای مختلف کشور، وجود جاذبه گردشگری و ارزش های فرهنگی در کنار شناخت توان های محیطی را برای بازنمایی نقاط قوت، تقویت فرصت و مقابله با تهدیدات و ضعف ها را ضروری می داند. در یک جمع بندی کلی با نگرش سیستمی به رابطه بین نقاط قوت و ضعف در محیط داخلی از یکسو و فرصت ها و تهدیدها در محیط خارجی از سوی دیگر می توان اظهار داشت که در محیط داخلی شهر خرم آباد نقاط قوت بیشتر

از نقاط ضعف است و در محیط خارجی تهدیدها بیشتر از فرصتهاست. لذا شهر از انطباق پذیری لازم با محیط برخوردار نیست و باید با اتخاذ استراتژی هایی در صدد از بین بردن تهدیدها جهت تبدیل به فرصت برآمد. به این ترتیب با نگاهی سیستمی به نقاط ضعف و قوت و فرصتها و تهدیدهای جداول فوق می توان نتیجه گرفت که شهر از جاذبه های توریستی فراوانی برخوردار است و دارای قابلیت های محیطی بسیاری است و قابلیت تبدیل به قطب توریستی بزرگی را دارا می باشد. با توجه به جداول موجود در ارزیابی کیفی حاصله از شهر می توان گفت که شهر خرم آباد در موقعیت ST یا "استراتژی رقابتی" یا به تفسیری توسعه ای - ساماندهی قرار دارد که می توان در این راستا به ارائه پیشنهادات و راهکارهایی برای ارتقاء صنعت توریسم در شهر خرم آباد پرداخت. با توجه به اهمیت توریسم در شهر خرم آباد برای توسعه آن نیاز به برنامه هایی برای جذب گردشگر پیشنهاد می شود:

- اولین اقدام و برنامه برای جذب گردشگر در شهر ایجاد هتلها و سایر زیرساخت های لازم در شهر خرم آباد می باشد. که در حال حاضر تنها ۸ هتل با ظرفیت ۲۰۵ اتاق و ۴۴۰ تخت که عمدتاً دور از استانداردهای مطلوب هستند فعالیت دارند همچنین نزدیک به ۱۱۰ واحد پذیرایی بین راهی برای گردشگری فعالیت دارند که برخی از آنها به صورت غیرمجاز کار می کنند (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۴).
- از دیگر عوامل جذب گردشگر، داشتن شهری مجهز به سیستم پولی و بانکی پیشرفته است که مانعی برای گردشگر ایجاد نکند.

- ایجاد پارک، سینما، مراکز گذران اوقات فراغت، کتابخانه و ... نیز برای جذب گردشگر مناسب می باشد.
- پاک سازی حریم برخی آثار از جمله قلعه فلک الافلاک
- تبلیغات عنصری مهم برای جذب گردشگر

همچنین به منظور ساماندهی فضای توریستی شهر خرم آباد می توان راهکارهای زیر را ارائه داد:

- ۱- تاکید بر طراحی شهری و مدیریت شهری مرتبط با صنعت توریسم در پروژه ها
- ۲- در نظر گرفتن نقاط مطلوب شهری که دارای پتانسیل جذب گردشگری هستند، جهت ارایه اقامتگاه به گردشگران
- ۳- احداث رستوران، کافی شاپ، سفره خانه سنتی، اغذیه فروشی و ...
- ۴- ایجاد و احداث شهرکها و دهکده های گردشگری و اقامتی با توجه به بافت طبیعی، فرهنگی و اجتماعی استان
- ۵- جذب مشارکت بخش خصوصی در توسعه جهانگردی
- ۶- اطلاع رسانی مناسب و تبلیغات گسترده در سطح ملی و بین المللی
- ۷- ارائه خدمات استاندارد از قبیل: اسکان، بهداشت، حمل و نقل، ارتباطات و ... به گردشگران
- ۸- راه اندازی پلیس گردشگری
- ۹- احداث موزه های حیات وحش و مردم شناسی
- ۱۰- الگو برداری از تجارب موفق جهان در صنعت توریسم
- ۱۱- ارایه تسهیلات کافی مثل: اینترنت، پست، مخابرات و فراهم کردن سیستم خرید الکترونیکی

- ۱۲- چاپ بروشور، کاتالوگ و نقشه‌های گردشگری
- ۱۳- طراحی و ایجاد فضاهای فرهنگی، ورزشی، تفریحی مثل: پیست اسکی، قایق سواری در رودهای خروشان، تله کابین و...
- ۱۴- ایجاد واحدها و کارگاه‌های تولیدی در جهت تولید پوشاک و دیگر صنایع بومی و محلی
- ۱۵- ارایه برنامه مدون در بخش اکوتوریسم تنها با مشارکت سازمان‌های دولتی و زیست محیطی
- ۱۶- زیبا سازی و محوطه سازی اطراف مناطق تاریخی و فرهنگی با در نظر گرفتن فضای تاریخی و فرهنگی آن
- ۱۷- راه‌اندازی وب‌سایتی جهت معرفی جاذبه‌های گردشگری شهر خرم آباد

منابع:

- ۱- ابراهیم‌زاده، عیسی و کاظمی‌زاد، شمس‌ا... و اسکندری ثانی، محمد، ۱۳۹۰، برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی، مطالعه موردی: شهر قم، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، سال چهارم و سوم، شماره ۷۶، صص ۱۱۵ - ۱۴۱.
- ۲- امیرعزیدی، طوبی و شریعت پناهی، مجید، ۱۳۸۹، بررسی قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدهای گردشگری در شهرستان شمیرانات، فصلنامه جغرافیای انسانی، سال دوم، شماره ۴، صص ۱۶۷-۱۸۵.
- ۳- پایگاه اطلاع رسانی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان لرستان، <http://lorestan.farhang.gov.ir>، شهرستان خرم آباد، تاریخ بازدید: ۱۳۹۱/۲/۲۱.
- ۴- پایگاه اطلاع رسانی شهرداری خرم آباد، <http://www.shahrdari-khorramabad.ir>، تاریخ بازدید: ۱۳۹۱/۲/۲۱.
- ۵- جهانیان، منوچهر و نادعلی‌پور، زهرا، ۱۳۸۸، مدیریت گردشگری، تعاریف، ماهیت و اجزاء، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول.
- ۶- حکمت نیا، حسن و موسوی، میرنجف، ۱۳۹۰، کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و ناحیه‌ای، یزد: انتشارات علم نوین، چاپ دوم.
- ۷- رادکلیف، مایکل، ۱۳۷۳، توسعه پایدار، ترجمه: حسین نیر، تهران: انتشارات مرکز مطالعات برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی، وزارت کشاورزی، چاپ اول.
- ۸- رحمانی، بیژن و شمس، مجید و حاتمی‌فر، ساناز، ۱۳۸۹، امکان سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر ملایر با استفاده از مدل SWOT، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، سال اول، شماره ۳، صص ۱۳-۲۵.
- ۹- سیف‌الدینی، فرانک و شعبانی‌فرد، محمد و حسینی، علی و رشیدی، مصطفی، ۱۳۸۹، سنجش کیفیت و ظرفیت گردشگری شهری بر اساس الگوی رفتاری گردشگران و جامعه میزبان، نمونه موردی: شهر اصفهان، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، سال چهارم و دوم، شماره ۷۱، صص ۶۷-۸۷.

- ۱۰- عشوری، پروانه و فریادی، شهرزاد، ۱۳۸۹، ارزیابی توانایی مناطق طبیعت‌گردی با استفاده از روشهای تجزیه و تحلیل چند معیاره، مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک، فصلنامه محیط شناسی، سال سی و ششم، شماره ۵۵، صص ۱-۱۲.
- ۱۱- قدمی، مصطفی، ۱۳۹۰، ارزیابی و تدوین استراتژی مقصد در چارچوب توسعه پایدار گردشگری، نمونه مورد مطالعه: کلانشهر مشهد، فصلنامه مطالعات و پژوهشهای شهری و منطقه‌ای، سال سوم، شماره ۹، صص ۵۹-۸۲.
- ۱۲- قرخلو، مهدی و جانبابانزاد، محمدحسین، ۱۳۸۵، گردشگری، فرصت یا تهدید؛ فصلنامه علوم جغرافیایی، شماره ۴، صص ۶۵-۸۳.
- ۱۳- قنوتی، عزت‌ا... و قلمی، شبنم و عبدلی، اصغر، ۱۳۸۸، توانمندسازی مدیریت بحران شهری در جهت کاهش بلایای طبیعی (زلزله)، نمونه موردی: شهر خرم‌آباد؛ فصلنامه جغرافیای طبیعی، سال اول، شماره ۴، صص ۱۵-۲۴.
- ۱۴- کمالی، یحیی، ۱۳۹۰، توسعه گردشگری ایران: تحلیل سیاست‌های برنامه سوم و چهارم توسعه، تهران: انتشارات مشکوه، چاپ اول.
- ۱۵- مافی، عزت‌ا... و سقایی، مهدی، ۱۳۸۹، نگاهی به اقتصاد گردشگری در کلانشهرها (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد)، فصلنامه جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۱۵، صص ۲۶۷-۲۹۲.
- ۱۶- مرکز آمار ایران. سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵.
- ۱۷- مشکینی، ابوالفضل و حیدری، تقی، ۱۳۹۰، ارزیابی توسعه گردشگری شهر زنجان با استفاده از مدل SWOT، نمونه موردی: منطقه زنجان‌رود، فصلنامه فضای جغرافیایی، سال یازدهم، شماره ۳۵، صص ۳۷-۶۴.
- ۱۸- موحد، علی و دولت‌شاه، صدیقه، ۱۳۹۰، بررسی نگرش مدیران برای توسعه گردشگری شهری (نمونه موردی: شهر خرم‌آباد)، مشهد: سومین کنفرانس برنامه‌ریزی و مدیریت شهری.
- ۱۹- موحد، علی و کهزادی، سالار، ۱۳۸۹، تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان کردستان با استفاده از مدل SWOT، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال اول، شماره ۲، صص ۸۵-۱۰۲.
- ۲۰- میسون، پیتر، ۱۳۹۰، گردشگری: اثرات، برنامه‌ریزی و مدیریت، ترجمه: میرزائی، روزبه و ترابیان، پونه؛ تهران: انتشارات ترمه، چاپ دوم.
- ۲۱- نوروزی، اکرم و شفق‌تی، مهدی و متقی، سمیه، ۱۳۹۰، نقش گردشگری در اقتصاد شهری، مطالعه موردی: شهر سرعین استان اردبیل، مشهد: اولین کنفرانس اقتصاد شهری.
- ۲۲- نوری کرمانی، علی و ذوقی، ایوب و یاری حصار، ارسطو و علایی، مسعود، ۱۳۸۸، گردشگری شهری و پیوند عملکردی آن با اکوتوریسم، مطالعه موردی: استان کردستان، فصلنامه فضای جغرافیایی، سال نهم، شماره ۲۶، صص ۱۳۷-۱۵۶.
- ۲۳- وارثی، حمیدرضا و محمدی، جمال و شاهپوندی، احمد، ۱۳۸۷، مکان‌یابی فضای سبز شهری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی، نمونه موردی: شهر خرم‌آباد، فصلنامه جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۱۰، صص ۸۳-۱۰۳.

۲۴- وب سایت سازمان میراث فرهنگی استان لرستان، <http://www.ichto.ir>، بناهای تاریخی و فرهنگی استان لرستان، تاریخ بازدید: ۱۳۹۱/۲/۲.

۲۵- هزارجریبی، جعفر، ۱۳۹۰، احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال بیست و دوم، شماره ۲، پیاپی ۴۲، صص ۱۲۱ - ۱۴۲.

- 26- Abby, Liu and Geffrey, Wall, 2006, Planning Tourism Employment: A Developing Country Perspective, Tourism Management, Vo 140, No 27.
- 27- Butler, R. W, 2000, Ecotourism - Has it Achieved Maturity or Has the Bubble Burst, Keynote Adress, Pacific Rim Tourism, Rotorua, Zealand.
- 28- Clark, T. N, 2004, The City as an Entertainment Machine, Oxford, UK: Elsevier.
- 29- Edwards, D & Griffin, T & Hayllar, B, 2008, Urban Tourism Research: Developing an Agenda, Annals of Tourism Research, 35(4), 1032-1052.
- 30- Gregory, Ashworth & Page, Stephen J, 2011, Urban Tourism Research: Recent Progress and Current Paradoxes, Tourism Management, No: 32, 1-15.
- 31- Harrison, D, 1998, The Sociology of Modernization and Development, London, Routledge.
- 32- Hawkes, S & Williams, P, 1993, From Principles to Practice: A Casebook of Best Environmental Practice in Tourism, Burnaby, BC: Centre for Tourism Policy.
- 33- Hunter, C & Green, H, 1995, Tourism and the Environment: A Sustainable Relationship? London and New York.
- 34- Hu, Y & Ritchie, J.R, 1993, Measuring Destination Attractiveness: a Contextual Approach, Journal of Travel Research 25-34.
- 35- Jansen-Verbeke, M, 1986, Inner City Tourism: Resources, Tourists, and Promoters; Annals of Tourism Research, No: 13, 79-100.
- 36- Lee, C and Chain, M, 2008, Structural Breaks, Tourism Development and Economic Growth: Evidence from Tourism. Mathematics and Computation in Simulation, No: 77, 358-368.
- 37- Leiper, Neil, 1990, Tourism Attractions Systems, Annals of Tourism Research: 367-384(available in "Tourism, Critical Concepts" in the Social Sciences, Stephen Williams(2004)).
- 38- Logar, Lavana, 2009, Sustainable Tourism Management in Crikvenica, Croatia: An Assessment of Policy Instruments, Tourism Management.
- 39- Page, Stephen J & Barker, Michael, 2002, Visitor Safety in Urban Tourism Environments: The Case of Auckland, New Zealand, Cities, No: 4, 273-282.
- 40- Rosentraub, Mark S & Joo, Mijin, 2009, Tourism and Economic Development: Which Investments Produce Gains for Regions?, Tourism Management, No: 30, 759-770.
- 41- Russo, Antonio. P & Jan Van der, Borg, 2002, Planning Considerations for Cultural Tourism: a Case Study of Four European Cities, Tourism Management, No: 23, 631-637.
- 42- World Tourism Organization, 2001, Sport and Tourism Shaping Global Culture, WTO Publication Unit World Tourism Organization, Madrid, Spain.
- 43- World Tourist Organization, 2008, Tourism 2020 Vision, WTO Publication Unit World Tourism Organization, Madrid, Spai.