

جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، شماره ۱۴، بهار ۱۳۹۴

وصول مقاله: ۱۳۹۲/۷/۸

تأیید نهایی: ۱۳۹۳/۱/۱۶

صفحات: ۲۴ - ۱

برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری با تأکید بر توسعه پایدار در ناحیه خرم‌آباد

دکتر عیسی ابراهیم‌زاده^۱، گل آفرین ملکی^۲، حسین فرهادی نژاد^۳

چکیده

گردشگری، منشور کثیرالوجهی است که هر وجه آن جنبه‌هایی از زندگی و نیازهای جامعه انسانی را متأثر و مرتفع می‌سازد و بنا به ماهیت خود این صنعت نه تنها کارکردهای متعددی دارد؛ بلکه از اشکال متنوعی نیز برخوردار است. این صنعت به رغم جاذبه‌های بسیار زیاد آن در ایران سهم اندکی از درآمدهای جهانی گردشگری را به خود اختصاص داده است. امروزه گردشگری یکی از صنایع در حال رشد جهان بوده و عموم کشورها در تمام مراحل توسعه به طور فزاینده‌ای به آن وابسته‌اند. افزون بر این بسیاری از برنامه‌ریزان سیاستمداران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند. این در حالی است که ایران علی‌رغم آنکه به دلیل برخورداری از منابع سرشار محیطی و بهره‌گیری از پشتوانه غنی تاریخی- فرهنگی چند هزار ساله از قابلیت ویژه‌ای در توسعه صنعت گردشگری برخوردار است؛ لیکن تا کنون نتوانسته سهم شایسته‌ای از این گردش سرمایه را به دست آورد. گرچه انتظار می‌رود در برنامه پنجم و پس از آن تا تحقق چشم‌انداز ۱۴۰۴ بیش از گذشته شاهد تحولی سازنده در این زمینه باشیم. این مقاله با رویکردی توصیفی- تحلیلی و با مطالعات میدانی و کتابخانه‌ای هدفش تعیین نحوه به کارگیری فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک در برنامه‌ریزی گردشگری منطقه‌ای در ایران (ناحیه خرم‌آباد) است. تجزیه و تحلیل‌های حاصل از مدل فوق در این پژوهش نشان می‌دهد که در برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری ناحیه خرم‌آباد، در اولویت اول استراتژی‌های محافظه‌کارانه و در اولویت دوم برنامه‌ریزی استراتژی‌های تهاجمی قرار می‌گیرند. بدین منظور، نخست استراتژی‌های اولیه WO و سپس استراتژی‌های SO در ماتریس SWOT در اولویت قرار گرفتند. در استراتژی‌های تهاجمی، استراتژی SO_۲ با امتیاز ۶/۵۵ در اولویت اول قرار می‌گیرد و در راهبردهای محافظه‌کارانه، راهبرد WO_۱ با امتیاز ۵/۵۹ نمایانگر بهترین راهبرد در گردشگری پایدار ناحیه خرم‌آباد شناخته می‌شود.

کلید واژگان: گردشگری، توسعه پایدار، برنامه‌ریزی استراتژیک، مدل SWOT، خرم‌آباد.

مقدمه

گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در سال‌های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه‌ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به بهسازی زیستگاه‌های حیات وحش، توسعه نواحی روستایی دارای جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از برون‌کوچی در کنار مزایای صنعت، جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است (صدر موسوی و دخیلی کهنموئی، ۱۳۸۳: ۹۲).

در دهه‌های اخیر، اهمیت گردشگری در سطح بین‌المللی هم از لحاظ تعداد گردشگران و هم از لحاظ درآمد ارزی همواره و به طور بی‌سابقه‌ای در حال افزایش بوده است (Thomas et al, 2005: 18) دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه است و می‌تواند امیدهایی را برای کاهش فقر فراهم آورد به خصوص در نواحی که به نوعی دچار رکود اقتصادی شده‌اند (پاپلی یزدی و سقایی ۱۳۸۶: ۸۲). اینک به منظور تنوع‌بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و هم‌چنین ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در کشور، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است (طیپی و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۴). زیرا توسعه گردشگری، به ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، عامل مؤثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه، بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که ارزهای به دست آمده از فعالیت‌های گردشگری، در تنظیم تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها، به ویژه کشورهای کمتر توسعه‌یافته که معمولاً وابسته به محصول‌اند، مؤثر واقع

شده است (کازمی، ۱۳۸۷: ۷). در واقع توسعه یا ارتقای گردشگری علاوه بر ایجاد شغل، درآمد و وصول مالیات همچنین فرصتی را برای توسعه زیرساخت‌های محلی ایجاد می‌کند (اصغری لمجمامی و دیگران، ۱۳۹۱: ۱۲۴). به طور کلی عوامل مؤثر در تکامل صنعت توریسم عبارت‌اند از: پیدایش شهرها و گسترش شهرنشینی. بهبود ساختار زیربنایی و مکانیزه شدن جابه‌جایی. تدوین قوانین مطلوب کار و افزایش درآمد‌ها. ارتقای سطح فرهنگ و بینش اجتماعی. پیدایش مؤسسات و آژانس‌های توریستی. چاپ و ارائه نشریات، بروشورها و نقشه‌های تبلیغاتی. کشف آثار و اماکن باستانی و طبیعی، وجود گروه‌های اجتماعی متنوع و عوامل دیگر (رضوانی، ۱۳۸۶: ۳۹). جهانگردی و تفرج در ذات خود از جمله فعالیت‌هایی است که کمترین وابستگی را به تکنولوژی‌های آلاینده دارد. توسعه خدمات جهانگردی نه فقط اصالت‌های منطقه‌ای را برجسته می‌نماید، بلکه از حاصل آن در حفظ و ساماندهی این اصالت‌ها و نیز در به وجود آوردن توازن بهینه بین منبع و طرز استفاده مناسب از آن برای حفظ و نگهداری رشد و توسعه منابع طبیعی و ملی بهره می‌جوید و هم‌زمان با آن از مزایای اقتصادی آموشده‌های مربوطه برخوردار می‌شود (میکاییلی، ۱۳۷۹: ۲۹). گردشگری در دوران پس از جنگ جهانی یکی از پویاترین بخش‌های در حال توسعه اقتصاد جهان است (Coccosis, 2006, 2). تحولات گردشگری در ایران نشان می‌دهد که عواملی مانند ناآرامی‌های دوران انقلاب، سوی برداشت‌ها از اوضاع داخلی ایران در جهان و آغاز جنگ تحمیلی باعث شده است که رکودی در جهانگردی ایران به وجود آید. گرچه در سال‌های اخیر این صنعت از وضعیت رو به رشد نسبی در کشور برخوردار بوده است؛ اما این رشد در مقایسه با توان‌های توریستی کشور بسیار بطلی بوده است (حیدری‌چیان، ۱۳۸۳: ۴).

برای تأمین غذا و دوری از خطر و یافتن آب و هوای مناسب بود. با پیشرفت امکانات این اهداف به سوی تجارت و تفریح سوق پیدا کرد. به طوری که امروزه این اهداف به حدی گسترده و پیچیده است که نمی‌توان، حد و مرزی برای آن متصور شد (فیض‌بخش، ۱۳۷۹: ۳۱). در واقع گردشگری به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت مالیات بیشتر، جذب ارز، تقویت زیرساخت‌های اجتماعی و عامل توسعه سایر صنایع به شمار می‌رود (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱). صنعت توریسم می‌تواند راهکارهای مناسب برای توسعه صادرات و کسب درآمدهای دولتی کشورها داشته باشد (Oh, 2004: 39)

بسیاری از کشورها، این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیر بنایی می‌دانند (محلای، ۱۳۸۰: ۱). این صنعت که به صورت یکی از پیچیده‌ترین کسب و کارهای بشری تبدیل شده است دارای اثرات مثبتی چون اشتغال‌زایی، کسب درآمد، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی، ارتقای فرهنگی و... است. در این میان، کشورهای طراز اول در صنعت گردشگری، هر یک بنا به پتانسیل‌های موجود در کشور خود توانسته‌اند زمینه و فاکتورهای اساسی برای توسعه گردشگری را فراهم کنند و با سرمایه‌گذاری در این صنعت اکنون شاهد به بار نشستن تلاش‌هایشان هستند و بیشترین سهم را نسبت به سایر کشورها از این صنعت برده‌اند. به عبارتی دیگر با توجه به تأثیر شگرف گردشگری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جوامع امروز، باید با نظری بلند و مدیریتی عالمانه، آگاهانه و با برنامه‌ریزی درست، در جهت گسترش گردشگری تلاش کرد (همان منبع: ۶).

در واقع گردشگری آمیزه‌ای از فعالیت‌های مختلف است که به صورت زنجیره‌ای در جهت خدمات‌رسانی به گردشگران انجام می‌گیرد. بنابراین گردشگری شامل

برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری با تأکید بر توسعه پایدار در ... ایران به دلیل برخورداری از منابع سرشار محیطی و بهره‌گیری از پشتوانه تاریخی- فرهنگی چند هزار ساله از قابلیت ویژه‌ای در توسعه صنعت گردشگری برخوردار است؛ اما متأسفانه اقتصاد تک‌محصولی متکی بر درآمدهای نفتی مانع از توجه به این بخش از اقتصاد در کشور شده است. مقایسه کشورهای که مهمترین منابع اقتصادی خود را از گردشگری کسب می‌کنند با کشور ما که به درآمدهای نفتی متکی است اهمیت اقتصادی توسعه گردشگری را نشان می‌دهد. توسعه گردشگری در کشور ضمن ایجاد اشتغال برای گروه‌های مختلف، رونق صنایع دستی، حمل و نقل و صنایع وابسته، افزایش درآمد و توسعه منطقه‌ای را نیز به دنبال دارد. از این‌رو توسعه گردشگری علاوه بر اینکه در سطح ملی ضرورت می‌یابد در سطح محلی نیز ضروری است. با توسعه گردشگری در سطح محلی می‌توان رونق و اعتبار خاصی به عرصه سکونتگاه‌های شهری و روستایی بخشید. با توجه به تأثیر شگرف گردشگری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جوامع امروز، باید با نظری بلند و مدیریتی عالمانه، آگاهانه و با برنامه‌ریزی درست، در جهت گسترش آن تلاش کرده و آثار منفی آن را به حداقل رسانید (محلای، ۱۳۸۰: ۶). در پژوهش حاضر هدف اصلی آن بوده است که با به کارگیری فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک، ضمن پی‌جویی توانمندی‌ها و محدودیت‌های گردشگری ناحیه خرم‌آباد و به منظور توسعه کارکردهای گردشگری، اقدام به ارائه راهکارها و تعیین استراتژی‌های کاربردی در جهت توسعه گردشگری این شهر با تأکید بر توسعه پایدار گردد.

مبانی نظری

گردشگری

انسان‌ها در طی تاریخ با اهداف و مقاصد خاصی مسافرت می‌کردند، برای انسان‌های اولیه این حرکت

(۱۱). در توسعه پایدار، انسان مرکز توجه است و انسان‌ها هماهنگ با طبیعت سزاوار حیاتی توأم با سلامت و سازندگی هستند (موحد، ۱۳۷۹، ۴۳). توسعه پایدار به معنی ارائه راه‌حلی در برابر الگوهای سنتی کالبدی، اجتماعی و اقتصادی توسعه است که بتواند از بروز مسائلی چون نابودی منابع طبیعی، تخریب اکوسیستم‌ها، آلودگی، افزایش افسارگسیخته جمعیت، رواج بی‌عدالتی و پایین آمدن کیفیت زندگی انسان‌ها جلوگیری کند (کیانی، ۱۳۸۳، ۵).

گردشگری پایدار

توسعه فعالیت گسترده و توانمند گردشگری که بخش‌های صنعتی، تجاری، خدماتی و فرهنگی را به حرکت درآورده و از سوی دیگر موجب بزرگ‌ترین تحرک جغرافیایی در طول بشریت بوده، باید به گونه‌ای سازمان یابد که در عین دستیابی به رشد بیشتر، از محیط زیست و منافع فرهنگی و میراث بشری نیز حمایت نماید. این مقصود در چارچوب رویکرد توسعه پایدار برآورده می‌شود (رحمانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۵). توسعه پایدار بنابر زمینه کاربردی آن از معانی متفاوتی برخوردار است. در زمینه توسعه بین‌المللی، اکنون توسعه پایدار به طور کلی در زمینه روابط چندگانه بین جنبه‌های اجتماعی - اقتصادی و زیست‌محیطی توسعه در نظر گرفته می‌شود. اصول موجود در توسعه پایدار به عنوان ابزاری بسیار مؤثر در فرآیند برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری مدنظر واقع می‌شوند که ضمن دستیابی به همگرایی و توسعه همه‌جانبه اقتصادی، اجتماعی و محیطی، اصل پایدارماندن منابع و منافع در درازمدت و برای نسل‌های آینده مورد تأکید واقع می‌شوند. به طور کلی مفهوم توسعه پایدار در اواخر دهه هفتاد مطرح گردید و در دهه ۸۰ میلادی مباحث بسیاری پیرامون آن در توسعه گردشگری صورت گرفت که منجر به ظهور گردشگری نوین مبتنی بر توسعه پایدار گردید.

تمامی پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت‌ها و جوامع میزبان، در فرایند جذب و پذیرایی از گردشگران است (McIntosh, 1995: 9).

اما شاید بهترین تعریفی که از گردشگری شده است تعریف ماتیسن و وال (۱۹۸۲) باشد: «توریسم یا گردشگری، حرکت معاصر مردم است برای اینکه اوقات فراغت خود را در مکان‌هایی بیرون از خانه صرف نموده و اقامت نمایند، فعالیت‌هایی است که طی اقامتشان انجام می‌دهند و نیز تسهیلاتی است که متناسب با نیازهایشان ایجاد می‌شود».

بعضی دیگر نیز گردشگری را به عنوان اقدام به مسافرت با هدف تفریح و ارائه خدمات برای این عمل تعریف کرده‌اند. تعریف جامع‌تری نیز به وسیله سازمان جهانی گردشگری از توریسم ارائه شده است: گردشگری یک صنعت خدماتی است که شامل تعدادی از ترکیبات مادی و غیر مادی است. عناصر مادی شامل سیستم‌های حمل و نقل (هوایی، راه آهن، جاده‌ای، آبی و امروزه فضایی)، پذیرایی (مسکن، غذا، تورها) و خدمات مربوط به آن نظیر خدمات بانکی، بیمه و خدمات بهداشتی و ایمنی می‌شود. عناصر غیرمادی شامل استراحت، آرامش، فرهنگ، فرار، ماجراجویی و تجربیات جدید و متفاوت است (WTO, 2004a).

توسعه پایدار

توسعه پایدار در مفهوم گسترده آن به معنی اداره و بهره‌برداری صحیح و کارآمد از منابع پایه، طبیعی، مالی و نیروی انسانی برای دستیابی به الگوی مصرف مطلوب است (زیاری، ۱۳۷۸، ۱۶). فرآیند پایداری جریانی چند بعدی است که ضمن بهبود وضعیت اقتصادی و ایجاد رفاه همگانی توأم با عدالت اجتماعی از آثار مخرب زیست‌محیطی و اکولوژیکی و ناهنجاری‌های اجتماعی به دور است (حبیب، ۱۳۸۶،

مشخص شود؛ بلکه هدف تعیین استراتژی‌های قابل اجرا است. از نظر برابری، برنامه‌ریزی استراتژیک فرایندی هشت مرحله‌ای و بسیار منظم‌تر، مدبرانه‌تر و مشارکتی‌تر از سایر فرایندهاست که عبارت‌انداز: آغاز برنامه‌ریزی استراتژیک و حصول توافق درباره محتوای آن، تعیین و شناسایی دستورها، روشن ساختن رسالت‌ها و ارزش‌ها، ارزیابی محیط خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)، ارزیابی محیط داخلی (نقاط قوت و ضعف)، شناسایی مسائل استراتژیک، تنظیم استراتژی‌هایی برای مدیریت مسائل و تدوین دیدگاه کارساز برای آینده. این هشت مرحله باید در هر مرحله از فرایند، اجرا، ارزیابی و به نتیجه‌گیری منتهی گردد (بهبزادفر و زمانیان، ۱۳۸۷: ۹۰). همچنین تأکید می‌شود که اجرا، نتیجه‌گیری و ارزشیابی باید در هر مرحله از فرایند صورت پذیرد (شکل ۱).

برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری با تأکید بر توسعه پایدار در ... سازمان‌های مرتبط با صنعت سفر و گردشگری به ویژه شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC)^۱ و سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)^۲ به تطبیق مفهوم توسعه پایدار با گردشگری تحت عنوان «دستور جلسه ۲۱ برای صنعت سفر و گردشگری» پرداختند. در این سند توسعه پایدار گردشگری به شرح زیر تعریف شده است: " توسعه پایدار گردشگری با توجه ویژه به اصول حفاظتی و افزایش فرصت‌های بهره‌برداری نسل‌های آینده، به ارضای نیازهای نسل حاضر گردشگران و مناطق میزبان می‌پردازد (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۸۶: ۲۳-۲۴). هدف اصلی در بسط معنایی گردشگری پایدار، ارائه روش‌های منطقی در بهره‌گیری از منابع طبیعی و انسانی و ممانعت از به‌کارگیری غیر علمی این منابع است. توسعه پایدار گردشگری دارای سه جنبه است:

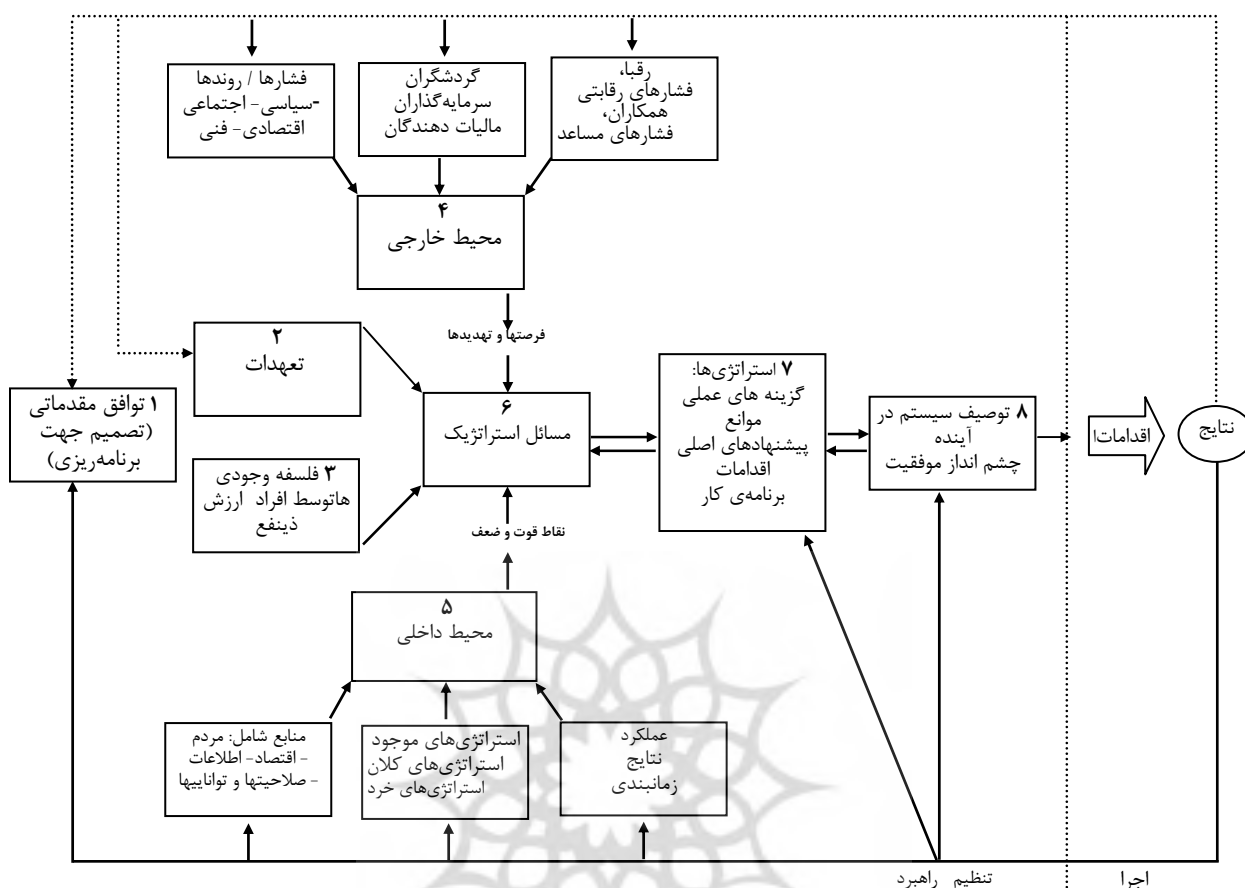
۱. حفاظت از محیط زیست؛ ۲. حفظ منابع و میراث فرهنگی ۳. حرمت و احترام به جوامع است (پاپلی و سقایی، ۱۳۸۶: ۱۰۸).

برنامه‌ریزی استراتژیک

برنامه‌ریزی استراتژیک یک نوع برنامه‌ریزی فرایندی است. دلیل فرایندی بودن برنامه‌ریزی در نوع و گونه پدیده‌هایی است که برای آن‌ها برنامه‌ریزی صورت می‌گیرد. در برخورد و برنامه‌ریزی این پدیده‌ها از آنجا که در حال تغییر هستند باید به گونه‌ای این برنامه‌ریزی انجام گیرد که قابلیت بازخورد و تطبیق با شرایط جدید در آن وجود داشته‌باشد (Evans, 2003: 4). در برنامه‌ریزی استراتژیک اصل اساسی بر این است که با بهره‌جستن از فرصت‌های خارجی و پرهیز از اثرات ناشی از تهدیدات خارجی و با کاهش دادن آن‌ها به تدوین راهبرد پرداخت و از سوی دیگر در تدوین این استراتژی‌ها، هدف این نیست که بهترین استراتژی

1 . World Travel & Tourism Council

2 .United Nations-World Tourism Organization



شکل ۱. نمودار فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری

منبع: برگرفته از (بهزادفر و زمانیان، ۱۳۸۷: ۹۱)

تأثیرگذاری آن‌ها بر کارکردهای گردشگری شهرستان خرم‌آباد و تحلیل آن، مراحل پنج‌گانه زیر انجام گرفته است: * در ستون اول، مهمترین عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدات) و داخلی (نقاط قوت و ضعف) فراروی سیستم را تعیین و تدوین نموده‌ایم. * در ستون دوم، به هر یک از عوامل خارجی و داخلی بر اساس اثر احتمالی آن‌ها بر موقعیت استراتژیکی فعلی سیستم وزنی از ۱ (مهمترین) تا صفر (بی‌اهمیت‌ترین) داده‌ایم. در واقع هر چقدر وزن بیشتر باشد، تأثیر آن بر موقعیت کنونی و آینده آن سیستم

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) و عوامل داخلی (IFE) و مراحل آن

برنامه‌ریزان استراتژیک با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی می‌توانند عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بوم‌شناسی، محیطی، سیاسی و غیره را مورد ارزیابی قرار داده و در عین حال با استفاده از ماتریس ارزیابی داخلی روابط بین موضوعات مختلف را شناسایی، ارزیابی و راه‌حلهایی را برای آن‌ها ارائه نمایند (دیوید، ۱۳۸۴: ۳۶ و ۳۵). برای تهیه و ساخت جدولی از عوامل خارجی و داخلی و چگونگی

1 - External Factor Evaluation (EFE) Matrix
2 - Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix

در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و داخلی، صرف نظر از تعداد عواملی که موجب قوت و ضعف یا فرصت یا تهدید می‌شوند، هیچ‌گاه مجموع امتیازهای نهایی برای سیستم به بیش از ۴ و هیچ‌گاه به کمتر از ۱ نمی‌رسد. میانگین این جمع ۲/۵ می‌شود. چنان‌چه بالاتر از آن باشد، اهمیت آن بیشتر و اگر کمتر از آن باشد، اهمیت و تأثیرگذاری کمتری دارد (بهزادفر و زمانیان، ۱۳۸۷: ۹۷). همچنین اگر یک عامل از عوامل داخلی یا خارجی، به صورت همزمان دارای نقاط مثبت و منفی باشد، این عامل را باید دو بار در ماتریس مربوط گنجانند و برای هر نوبت به آن ضریب و امتیاز داد. با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و داخلی، امکان تدوین چهار انتخاب یا استراتژی متفاوت از نظر درجه کنشگری‌های متفاوت در فضا فراهم می‌شود؛ البته در جریان عمل برخی از استراتژی‌ها با یکدیگر هم‌پوشانی داشته و یا به طور هم‌زمان و هماهنگ با یکدیگر به اجرا در می‌آیند (هریسون و کارون، ۱۳۸۲: ۱۹۲) (جدول ۱).

برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری با تأکید بر توسعه پایدار در ... بیشتر خواهد بود (جمع ستون دوم هر یک از عوامل خارجی و داخلی بدون توجه به تعداد عوامل ۱ است).
* در ستون سوم، به هر یک از عوامل خارجی و داخلی بر اساس اهمیت و موقعیت کنونی سیستم، به آن عامل خاص رتبه‌ای از ۴ (بسیار خوب) تا ۱ (ضعیف) می‌دهیم. این رتبه‌بندی، نحوه موقعیت هر عامل توسط سیستم را ارزیابی می‌کند.

* در ستون چهارم هر یک از عوامل خارجی و داخلی و وزن هر عامل را در رتبه آن (ستون ۲ × ستون ۳) ضرب می‌کنیم تا بدین وسیله امتیاز وزنی آن به دست آید.

* سرانجام امتیازهای وزنی موجود در ستون چهارم را به طور جداگانه با یکدیگر جمع کرده و امتیاز وزنی عوامل خارجی و داخلی را محاسبه کرده‌ایم. امتیاز وزنی کل نشان می‌دهد که یک سیستم چگونه به عوامل و نیروهای موجود و بالقوه در محیط درونی یا بیرونی‌اش پاسخ می‌دهد (هانگر و ویلن، ۱۳۸۱: ۱۲۲-۱۲۰).

جدول ۱. استراتژی‌های چهارگانه ماتریس SWOT و نحوه تعیین آن

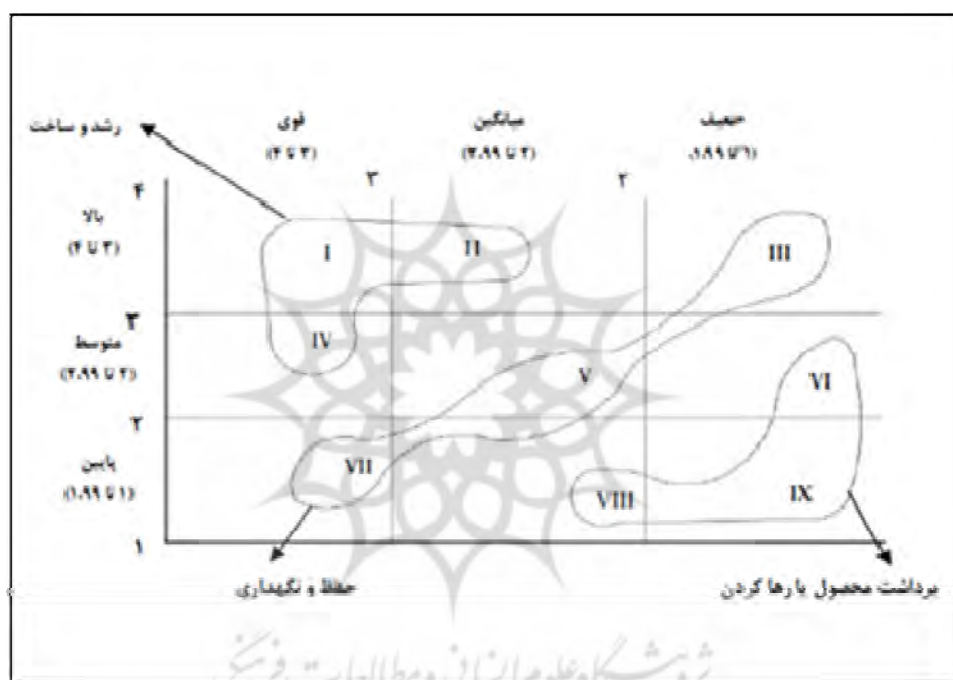
ماتریس SWOT		نقاط قوت (S)		نقاط ضعف (W)	
		نقاط قوت فهرست می‌شود	نقاط قوت فهرست می‌شود	نقاط ضعف فهرست می‌شود	نقاط ضعف فهرست می‌شود
فرصتها (O)		استراتژی‌های SO [حداکثر - حداکثر]		استراتژی‌های WO [حداقل - حداکثر]	
فرصتها فهرست می‌شود		با بهره‌گیری از نقاط قوت از فرصتها استفاده می‌شود.		با بهره‌گیری از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

اولویت‌های اجرایی بر اساس استقرار داده‌ها در دو بعد اصلی شکل می‌گیرد:

الف. جمع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی که بر روی محور Xها نشان داده می‌شود؛
ب. جمع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی که بر روی محور Yها نوشته می‌شود.

ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی SWOT

ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی، بخش‌های مختلف سیستم را به صورت نمودار در ۹ قسمت جداگانه قرار می‌دهد (شکل ۲) بررسی‌های قبل و بعد از تهیه ماتریس چنین امکاناتی را به وجود می‌آورد که اثرات مورد انتظار تصمیمات استراتژیک بر سیستم پیش‌بینی گردد. ماتریس استراتژی‌ها و



شکل ۲. ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی گردشگری

منبع: (دیوید: ۱۳۸۴)

سیستم در وضع متوسط قرار داشته و نهایتاً امتیازهای ۳ تا ۴ بیانگر قرار گرفتن سیستم در وضع عالی است. ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی را می‌توان به سه ناحیه عمده تقسیم کرده و برای هر یک از نواحی، استراتژی‌های متفاوتی استفاده کرد. نخست، برای بخش‌هایی که در خانه‌های ۱، ۲ یا ۴ (از بالا و از چپ به راست) قرار می‌گیرند می‌توان استراتژی‌هایی را به اجرا درآورد که موجب رشد و شناخت شوند. در این واحدها باید استراتژی تمرکز متضمن رسوخ در بازار، توسعه بازار و توسعه محصول به اجرا درآورد. به علاوه،

در ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی؛ جمع امتیاز نهایی عوامل داخلی بر روی محور Xها، چنان‌چه در محدوده‌ای از ۱ تا ۱/۹۹ قرار گیرد، نشان‌دهنده ضعف داخلی سیستم است. امتیازهای ۲ تا ۲/۹۹ نشان از قرارگیری سیستم در وضع متوسط دارد و بالاخره امتیازهای ۳ تا ۴ بیانگر قوت سیستم است. به همین شیوه جمع امتیاز نهایی عوامل خارجی بر روی محور Yها از ۱ تا ۱/۹۹ بیانگر ضعف سیستم، امتیازهای ۲ تا ۲/۹۹ بیانگر این واقعیت است که

موقعیت جغرافیایی ناحیه خرم‌آباد

شهرستان خرم‌آباد که مرکز استان لرستان به شمار می‌رود، به لحاظ موقعیت جغرافیایی و وضع ویژهٔ سیمای زمین و اقلیم، از نظر گردشگری، امنیتی و سیاسی از اهمیت بسزایی برخوردار است. این شهرستان با ۶۲۳۳ کیلومتر وسعت در ۴۱°، ۴۷° تا ۵۷°، ۴۸° طول شرقی و ۵۶°، ۳۲° تا ۵۱°، ۳۳° عرض شمالی واقع شده است. دارای ۶ بخش ۶ شهر ۲۲ دهستان و ۸۵۳ آبادی دارای سکنه است (شرکت مهندسی مشاور نپتا، ۱۳۸۸: ۱). برخی از جغرافیانویسان و مورخان معتقدند که مرکز اولیهٔ خرم‌آباد خایدالو بوده است. برخی نیز معتقدند که شهر کنونی خرم‌آباد بر خرابه‌های شهر شاپورخواست بنا شده است (قاسمی، ۱۳۷۵: ۱۱). «فرانک هول» استاد دانشگاه رایس آمریکا در پژوهش‌های خود طی سال‌های ۴۳-۱۳۴۲ دربارهٔ خرم‌آباد چنین می‌نویسد: بهترین اطلاعات ما راجع به سکونت و نحوهٔ امرار معاش انسان‌های اواخر دورهٔ چهارم زمین‌شناسی، مربوط به درهٔ خرم‌آباد واقع در جنوب غرب ایران است. به نظر بسیاری از محققان، شهر فعلی خرم‌آباد زمانی شهر مهم عیلامی یعنی خایدالو بر جای آن قرار داشته است. همچنین بسیاری از محققان بر این عقیده هستند که شهر قدیمی شاپورخواست در دورهٔ ساسانی و قرن نخست هجری در مکان شهر قدیمی خایدالو و مکان فعلی شهر خرم‌آباد قرار داشته است

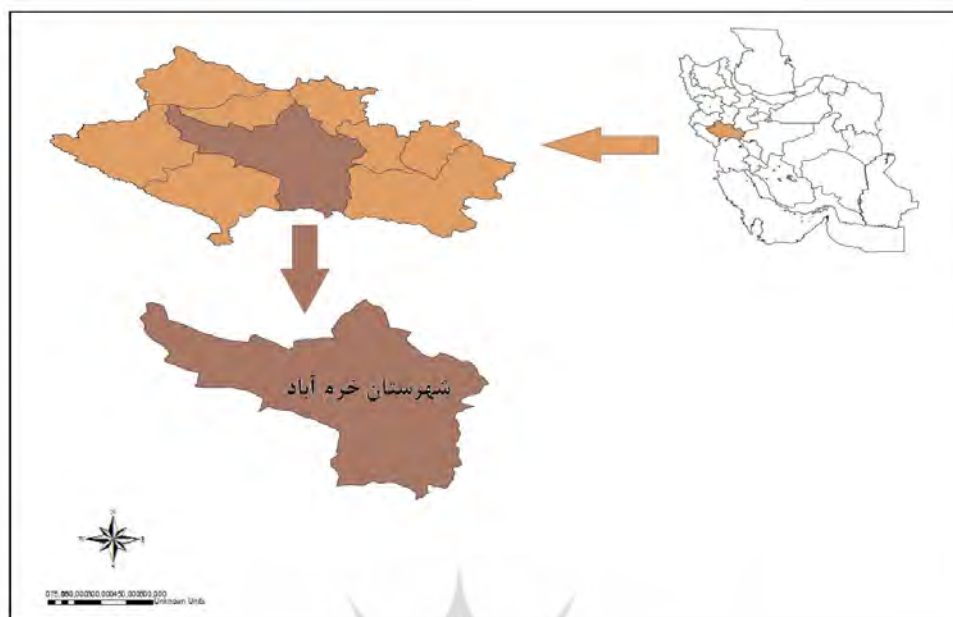
(www. Wikipedia. Org).

بنیانگذار بناهای نخستین بر ویرانه‌های این دو شهر شجاع‌الدین خورشید سر سلسلهٔ اتابکان لر کوچک بوده است (قاسمی، ۱۳۷۵: ۳۳). خرم‌آباد از آغاز تأسیس تاکنون، تمدن‌هایی از قبیل کاسی‌ها، بابلی‌ها، عیلامی‌ها، ساسانیان، سلجوقیان و خوارزمشاهیان را به خود دیده است (گروه آموزشی جغرافیای استان لرستان، ۱۳۷۶: ۳۲).

برنامه‌ریزی استراتژیک توسعهٔ گردشگری با تأکید بر توسعهٔ پایدار در ... می‌توان استراتژی‌های مبتنی بر یکپارچگی عمودی به بالا، یکپارچگی عمودی به پایین و یکپارچگی افقی را به اجرا درآورد، که مناسب‌ترین استراتژی هستند. دوم، برای واحدهایی از سیستم که در خانه‌های ۳، ۵ یا ۷ قرار می‌گیرند، باید استراتژی‌هایی را به اجرا درآورد که هدف حفظ و نگهداری وضع موجود باشد. در این واحدهای استراتژیک رسوخ در بازار و توسعهٔ محصول بسیار متداول است. سوم، برای واحدهایی که در خانه‌های ۶، ۸ و ۹ قرار می‌گیرند، باید استراتژی‌های برداشت محصول یا رها کردن را به اجرا درآورد. در این ماتریس سیستم‌هایی که دارای‌های خود را در واحدهایی سرمایه‌گذاری کنند که در خانهٔ شماره ۱ قرار گیرد، قطعاً موفق‌ترند.

روش تحقیق

این پژوهش از لحاظ هدف، از نوع کاربردی و توسعه‌ای و روش تحقیق آن توصیفی-تحلیلی است. روش گردآوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز در تحقیق مشتمل بر مطالعات کتابخانه‌ای و روش میدانی است. همچنین در روش کتابخانه‌ای با بهره‌گیری از کتب پایان‌نامه‌ها و گزارش‌های سازمان‌های ذی‌ربط، داده‌های مورد نیاز گردآوری شد. روش میدانی نیز شامل مصاحبه و مشاهده است. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائهٔ استراتژی‌های توسعهٔ گردشگری ناحیهٔ خرم‌آباد از ماتریس تحلیلی SWOT بهره گرفته شد. بدین منظور فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها شناسایی شدند. در عین حال برای تکمیل اطلاعات، از روش مصاحبه با مسئولان و دست‌اندرکاران سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری نیز بهره گرفته شد. سپس با توجه به دیدگاه‌های کارشناسی و نظرات مصاحبه‌شوندگان وزن‌دهی به تک‌تک عوامل تأثیرگذار صورت گرفت.



شکل ۳: موقعیت جغرافیایی شهرستان خرم‌آباد در استان لرستان

منبع: نویسندگان، ۱۳۹۲.

معرفی جاذبه‌های گردشگری در محدوده مورد مطالعه

حضور جاذبه‌های گردشگری یکی از دلایل مهم مسافرت مردم به یک مقصد خاص است. جاذبه‌های گردشگری به عنوان عامل کشش (pull factor) با توجه به ویژگی‌های خاص و جذابیت‌هایی که دارند، می‌توانند گردشگران را از نقاط و سرزمین‌های دور به سمت خود جذب کنند. هر چقدر جاذبه‌های گردشگری متنوع‌تر، منحصربه‌فردتر و جذاب‌تر باشند از قدرت کشش بالاتری برخوردار خواهند بود. در نتیجه حوزه نفوذ بسیار وسیع‌تری خواهند داشت. اهمیت جاذبه‌ها به حدی است که وجود امکانات اقامتی و پذیرایی، فروشگاه‌های سوغاتی و صنایع دستی، حداقل به وجود چند جاذبه اولیه وابسته است. این جاذبه‌های اولیه ممکن است به صورت منفرد بوده یا اینکه با جاذبه‌های کوچکتر و بزرگتر از خود ترکیب شده باشند. شناخت رابطه بین انواع جاذبه‌های مختلف، درک سلسله مراتبی از قدرت جذب و کشش جاذبه‌ها، یکی از مراحل مهم توسعه کانون‌ها و مقاصد

گردشگری است (ابراهیم زاده، ۱۳۸۶: ۴). آقای دفرت (Defert) منابع گردشگری و جهانگردی را به چهار بخش عمده تقسیم نموده است:

۱. منابع ئیدروم (Hydrome): منابعی هستند که ریشه آبی دارند، مانند: دریاها، چشمه‌ها، روانه‌ها، آب‌معدنی، یخ، برف و نظایر آن.
 ۲. منابع فیتوم (Phytome): منابعی هستند که ریشه گیاهی دارند، مانند: جنگل، مزارع، مراتع و گیاهان آبی.

۳. منابع لیتوم (Lithome): منابعی هستند که ریشه سنگی دارند، مانند: آثار باستانی، ساختمانی، کاخ‌ها، مساجد، عبادتگاه‌ها، کوه‌ها، دره‌ها و غارها.

۴. منابع آنتروپوم (Anthropome): منابعی هستند که ریشه فرهنگی دارند، مانند آداب و رسوم، سنت‌ها، غذاها، موسیقی، جاذبه‌های مردم‌شناختی، ادبیات فولکلور و نظایر آن (شرکت مهندسين مشاور نپتا، ۱۳۸۱: ۳). در ادامه برخی از جاذبه‌های شاخص گردشگری در منطقه مطالعه‌شده به اختصار معرفی می‌شوند.

آبشار نوژیان: این آبشار در ۵۰ کیلومتری شهر خرم‌آباد و ۲۰ کیلومتری ایستگاه راه‌آهن کشور واقع شده است. آب‌های جاری از ارتفاعات تاف منبع اصلی شکل‌گیری آبشار به شمار می‌رود.

قلعه فلک الافلاک: بر روی تپه‌ای بزرگ در میان شهر خرم‌آباد، قلعه‌ای زیبا با مساحت ۵۳۰۰ مترمربع مشرف بر رودخانه‌ای به نام گلستان که از شرق آن می‌گذرد و با نام قدیمی شاپورخواست که قدمت آن به دوره ساسانی می‌رسد واقع شده است. دارای ۱۲ برج مدور با دیوارهای بلند و مستحکم است. به همین دلیل به دوازده‌برجی معروف بوده است.

دریاچه کیو: در کنار پارکی زیبا به همین نام در شمال شهر خرم‌آباد با چشم‌اندازی بسیار زیبا و دلنشین واقع شده و آب آن از چشمه تأمین می‌شود.

آبشار گریت (سه‌گانه سرکانه عباس‌آباد): آبشار گریت در جنوب شرقی خرم‌آباد و در ۱۵ کیلومتری شمال غربی سپیددشت واقع شده است. قرارگیری آن در کنار دسترسی خرم‌آباد به سپیددشت موقعیت فوق‌العاده‌ای برای آبشار به وجود آورده است.

جدول ۲. جاذبه‌های گردشگری ناحیه خرم‌آباد

نوع جاذبه										
رودخانه	آبشار	پارک جنگلی	تپه	معبد و مقبره	غار	پل	قلعه	گورستان	چشمه	سایر
رودخانه خرم‌آباد	آبشار نوژیان (تاف)	تپه تنوره بان	معبد مهری	غار بنه اراز	پل تاریخی کشکان	فلک الافلاک (شاپورخواست)	قبرستان تاریخی میربیگ روستای حسن آباد	چشمه گوگردی	آبشار نوژیان (تاف)	جنگل نوژیان
رودخانه نسب	آبشار وارک	پارک جنگلی شوراب	تپه کرگونه	مقبره زیدبن علی	غار طاق ارسلان	پل شکسته	قلعه جق (قلعه جغد)	گورستان رازان	چشمه زاغه	سنگ نوشته
رودخانه چولهول	آبشار بیشه بوران	پارک گل سرخ	تپه میل	مقبره باها طاهر	غاز قازه	پل گپ (پل بزرگ)	قلعه نصیر	گورستان روستای میراحمدی	چشمه گلستان (آب ارم)	ارتفاعات تاف
رودخانه رباط	آبشار وارک	پارک جنگلی مخمل کوه	تپه ده سفید	مقبره میر سید علی	غار رو به خدا	قلعه نو			سراب چنگائی	مناره آجری
رودخانه کاکاشرف		پارک جنگلی شوراب	تپه باده آستان و تپه حسین خان ساکی	مقبره فلک الدین	غار و چاه ماهیان کور بلورین	قلعه منگره			چشمه لیلی و کلم سبز	کاروانسرای میرزا سیدرضا
رودخانه کشکان		منطقه سیاحتی سماق	تپه پُرسونه (پای تپه)	مقبره حیات الغیب - گنبد الباس	غار یاپناهگاه پاسنگر (یا گور خلیفه)	قلعه قلاچق			چشمه آهکی آب گرداب دارابی	بازار خرم‌آباد
			تپه باده آستان و تپه حسین خان ساکی	آرامگاه شجاع الدین خورشید	غار قمری - اشکفت قمری	قلعه سرقلا			چشمه آبسرد	گرداب سنگی
		تپه کبودر		امامزاده مادر ملک احمد (مارگیه احمد)	غار یافته	قلعه رکی			چشمه بیدهل	کاروانسرای گوشه شهنشاه
		تپه ماسور		امامزاده پیر محمد باباحسین (پله بابا حسین)	غار مغار				چشمه گوگردی گری سراب	آسیاب گبری

مسجد جامع خرم آباد	چشمه سراب نرم					بقعه محمد حنیفیه	تپه سنگر			
موزه تاریخ طبیعی لرستان	سراب رفتخان					گنبد بابا لنگ	تپه کله جو			
خانه آخوند آبو	سراب عباسیگی					دژ گربت				
دره پیرجد										
منطقه حفاظت شده سفیدکوه										
ارتفاعات هشتاد پهلوی										

منبع: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان لرستان، ۱۳۸۸

یافته‌های تحقیق

مرحله اول: ارزیابی عوامل خارجی (EFE) و داخلی (IFE)

در مرحله اول عوامل خارجی و داخلی تأثیرگذار بر بخش گردشگری ناحیه خرم‌آباد طی چهار گام با استفاده از ماتریس ارزیابی محیط خارجی و داخلی مورد ارزیابی قرار گرفته است؛

گام اول: تعیین عوامل خارجی و داخلی تأثیرگذار در گردشگری ناحیه خرم‌آباد

گام دوم: تعیین میزان اهمیت عوامل خارجی و داخلی

گام سوم: تعیین رتبه عوامل خارجی و داخلی

گام چهارم: تعیین امتیاز نهایی عوامل خارجی و داخلی و ارزیابی آن.

جدول ۳. ماتریس عوامل خارجی نظام فضایی توسعه جاذبه‌های گردشگری ناحیه خرم‌آباد

امتیاز وزنی	رتبه	وزن	عوامل خارجی (EFE): فرصت‌ها (O) و تهدیدها (T)
۰/۳۳	۳/۶۷	۰/۰۹	O _۱ : قرار گرفتن ناحیه مطالعه‌شده در مسیر ترانزیتی تهران- خوزستان
۰/۲۹	۳/۶۸	۰/۰۸	O _۲ : احیا و مرمت آثار ارزشمند تاریخی
۰/۲۵	۳/۶۷	۰/۰۷	O _۳ : جایگاه صنعت گردشگری در اقتصاد ملی از طریق استفاده از ظرفیت‌های طبیعی، تاریخی و میراث فرهنگی
۰/۲۳	۳/۲۸	۰/۰۷	O _۴ : رودخانه خرم‌آباد به عنوان یک محور مجهز گردشگری ساحلی
۰/۲۲	۳/۲۴	۰/۰۷	O _۵ : شناسایی و اطلاع‌رسانی دقیق از جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی
۰/۱۸	۳/۱۲	۰/۰۶	O _۶ : توسعه و تجهیز شهر به فضاهای تفریحی سالم
۰/۱۷	۲/۸۴	۰/۰۶	O _۷ : بهره‌گیری از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
۰/۱۳	۲/۱۸	۰/۰۶	O _۸ : توجه به آداب و رسوم سنتی مردم منطقه
۰/۱۳	۲/۶۸	۰/۰۵	O _۹ : وجود نیروی انسانی جوان و پرتوان
۰/۲	۲/۹۹	۰/۰۷	T _۱ : عدم توجه کافی به مرمت آثار تاریخی
۰/۱۶	۲/۷۴	۰/۰۶	T _۲ : ترافیک سنگین در معابر باریک بافت قدیم شهر
۰/۱۶	۲/۶۸	۰/۰۶	T _۳ : کمبود بودجه جهت فعالیت‌های تحقیقاتی و تبلیغاتی گردشگری
۰/۱۶	۲/۶۸	۰/۰۶	T _۴ : فصلی بودن گردشگری
۰/۱۲	۲/۴۴	۰/۰۵	T _۵ : بافت کالبدی نامنظم شهری در هسته شهر
۰/۱۱	۲/۲۴	۰/۰۵	T _۶ : عدم تجهیز پارک جنگلی دامنه سفیدکوه به عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری
۰/۰۷	۱/۹۹	۰/۰۴	T _۷ : آلودگی‌های زیست‌محیطی
۲/۹۱	-	۱/۰۰	جمع

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

از عواملی که فرصت یا موقعیت ایجاد می‌کنند، تا حدودی بهره‌برداری نماید یا از عواملی که موجب تهدید می‌گردند، تا حدودی دوری کند (جدول ۳).

مجموع امتیاز نهایی عوامل خارجی برای گردشگری ناحیه خرم‌آباد در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی ۲/۹۱ به دست آمده است. این امتیاز به این معنی است که شهرستان خرم‌آباد نسبتاً توانسته است

جدول ۴. ماتریس عوامل داخلی نظام فضایی توسعه جاذبه‌های گردشگری ناحیه خرم‌آباد

امتیاز وزنی	رتبه	وزن	عوامل داخلی (IFE): نقاط قوت (S) و نقاط ضعف (W)
۰/۳۳	۳/۶۸	۰/۹	S _۱ : وجود آثار تاریخی و فرهنگی متعدد در محدوده و پیرامون منطقه مطالعه شده
۰/۲۷	۳/۴۶	۰/۰۸	S _۲ : حضور قلعه تاریخی فلک‌الافلاک به عنوان نشانه مهم ذهنی و هویتی در مرکز شهر
۰/۲۵	۳/۵۸	۰/۰۷	S _۳ : وجود جاذبه‌های طبیعی مثل: رودخانه، آبشارها، چشمه‌ها، جنگل‌ها و غیره
۰/۲۴	۳/۴۸	۰/۰۷	S _۴ : کیفیت مطلوب چشم‌انداز در کوهستان‌ها و جنگل‌های زاگرس
۰/۲۱	۳/۱۲	۰/۰۷	S _۵ : نگاه مثبت سازمان میراث فرهنگی و گردشگری به آثار تاریخی گردشگری
۰/۱۳	۲/۷۲	۰/۰۵	S _۶ : وجود غارهای طبیعی در منطقه
۰/۱۳	۲/۶۸	۰/۰۵	S _۷ : رایگان بودن بازدید از مراکز گردشگری
۰/۰۹	۱/۸۴	۰/۰۵	S _۸ : رویش گیاهان دارویی در منطقه
۰/۲۲	۳/۱۸	۰/۰۷	W _۱ : فقدان مشارکت مردم در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی در حوزه صنعت گردشگری
۰/۱۹	۲/۸۴	۰/۰۷	W _۲ : ساختار ارگانیک محدوده مرکزی شهر خرم‌آباد که آثار تاریخی باارزشی را در خود جای داده است
۰/۱۹	۲/۸۲	۰/۰۷	W _۳ : عدم وجود پیاده‌روهای مناسب در محدوده مرکزی شهر جهت تردد آسان گردشگران
۰/۱۷	۲/۵۴	۰/۰۷	W _۴ : محدودیت تأسیسات و زیرساخت‌های مورد نیاز
۰/۱۷	۲/۴۵	۰/۰۷	W _۵ : عدم استفاده مناسب و اصولی از منابع و جاذبه‌های توریستی در مرکز شهر
۰/۱۵	۲/۵۸	۰/۰۶	W _۶ : دسترسی ضعیف به نقاط جاذب گردشگر برای گردشگران
۰/۱۲	۲/۱۲	۰/۰۶	W _۷ : ضعف تبلیغات، تسهیلات و امکانات فراغتی و گردشگری برای گردشگران
۲/۸۶	-	۱/۰۰	جمع

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

جدول می‌توان عوامل استراتژیک مجموعه را خلاصه کرد. فردی که تصمیم‌های استراتژیک را اتخاذ می‌کند با توجه به جدول (SFAS) این فرصت را دارد که تمام عوامل T, O, W, S را به تعداد عامل کمتری محدود کند. این کار با بررسی دوباره وزن‌های هر یک از جداول عوامل EFE و IFE انجام می‌گیرد. جدول خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (جدول ۵)، فهرستی از عوامل استراتژیک خارجی و داخلی گردشگری ناحیه خرم‌آباد در قالب جدول SFAS است. این جدول مهمترین عوامل را شامل می‌شود و به عنوان مبنا و پایه‌ای در تدوین راهبردها استفاده می‌شود.

مجموع امتیاز نهایی عوامل داخلی نیز برای بخش گردشگری ناحیه خرم‌آباد در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی ۲/۸۶ به دست آمده که آن هم تا حدودی به معنای قوت عوامل داخلی در گردشگری شهرستان خرم‌آباد است (جدول ۴).

مرحله دوم: تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک گردشگری ناحیه خرم‌آباد

با ترکیب جدول تجزیه و تحلیل عوامل خارجی و داخلی، می‌توان جدول خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS) را استخراج کرد. با کمک این

جدول ۵. خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS) توسعه جاذبه‌های گردشگری ناحیه خرم‌آباد

امتیاز وزنی	رتبه	وزن	خلاصه تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS)
۰/۳۳	۳/۶۸	۰/۹	S _۱ : وجود آثار تاریخی و فرهنگی متعدد در محدوده و پیرامون منطقه مطالعه شده
۰/۲۷	۳/۴۶	۰/۰۸	S _۲ : حضور قلعه تاریخی فلک‌الافلاک به عنوان نشانه مهم ذهنی و هویتی در مرکز شهر
۰/۲۵	۳/۵۸	۰/۰۷	S _۳ : وجود جاذبه‌های طبیعی مثل: رودخانه، آبشارها، چشمه‌ها، جنگل‌ها و غیره
۰/۲۴	۳/۴۸	۰/۰۷	S _۴ : کیفیت مطلوب چشم‌انداز در کوهستان‌ها و جنگل‌های زاگرس
۰/۲۲	۳/۱۸	۰/۰۷	W _۱ : فقدان مشارکت مردم در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی در حوزه صنعت گردشگری
۰/۱۹	۲/۸۴	۰/۰۷	W _۲ : ساختار ارگانیک محدوده مرکزی شهر خرم‌آباد که آثار تاریخی باارزشی را در خود جای داده است
۰/۱۹	۲/۸۲	۰/۰۷	W _۳ : عدم وجود پیاده‌روهای مناسب در محدوده مرکزی شهر، جهت تردد آسان گردشگران
۰/۳۳	۳/۶۷	۰/۰۹	O _۱ : قرار گرفتن ناحیه مطالعه شده در مسیر ترانزیتی تهران - خوزستان
۰/۲۹	۳/۶۸	۰/۰۸	O _۲ : احیا و مرمت آثار ارزشمند تاریخی
۰/۲۵	۳/۶۷	۰/۰۷	O _۳ : جایگاه صنعت گردشگری در اقتصاد ملی از طریق استفاده از ظرفیت‌های طبیعی، تاریخی و میراث فرهنگی
۰/۲۳	۳/۲۸	۰/۰۷	O _۴ : رودخانه خرم‌آباد به عنوان یک محور مجهز گردشگری ساحلی
۰/۲	۲/۹۹	۰/۰۷	T _۱ : عدم توجه کافی به مرمت آثار تاریخی
۰/۱۶	۲/۷۴	۰/۰۶	T _۲ : ترافیک سنگین در معابر باریک بافت قدیم شهر
۰/۱۶	۲/۶۸	۰/۰۶	T _۳ : کمبود بودجه جهت فعالیتهای تحقیقاتی گردشگری

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

مرحله سوم: مرحله تعیین استراتژی‌ها





گام اول: تدوین استراتژی‌های SO - WO - ST - WT

در این گام، نقاط قوت داخلی و فرصت‌های خارجی، نقاط ضعف داخلی و فرصت‌های خارجی، نقاط ضعف داخلی و تهدیدهای خارجی و نقاط ضعف داخلی و تهدیدهای خارجی با یکدیگر مقایسه شده و نتیجه آن‌ها به ترتیب در خانه‌های مربوط به گروه استراتژی

قوت - فرصت (SO)، ضعف - فرصت (WO)، قوت - تهدید (ST) و ضعف - تهدید (WT) درج گردیدند (جدول ۶).

تعیین استراتژی‌ها در واقع شامل مرحله انتخاب استراتژی‌های قابل قبول، از طریق ماتریس داخلی و خارجی است.

جدول شماره ۶: استراتژی‌های توسعه گردشگری ناحیه خرم‌آباد

<p>۱. بهبود تسهیلات و امکانات فراغتی گردشگری با مشارکت دولت، بخش خصوصی و مردم بومی. ($O_6, W_7, W_6, W_4, W_1, O_9, O_7$)</p> <p>۲. بهبود و باززنده‌سازی کالبد بخش مرکزی شهر و پیاده‌روهای آن و افزایش کیفیت بصری شهر. (O_9, O_3, O_1, W_3, W_2)</p> <p>۳. بهبود وضعیت دسترسی آسان به جاذبه‌های گردشگری با همکاری دولت و بخش خصوصی. (O_9, O_7, W_6, W_4, W_1)</p> <p>۴. تقویت برنامه‌های منظم جهت ترویج فرهنگ گردشگری در جذب گردشگر داخلی و خارجی. (O_9, S_3, O_7, W_7, W_5)</p>	<p>استراتژی بازنگری (WO)</p> 	<p>۱. توسعه و توانمندسازی جاذبه‌های اکوتوریستی به عنوان بستر مناسب گردشگری. ($S_1, S_3, S_4, S_6, O_4, O_6, O_9$)</p> <p>۲. ارتقای وضعیت صنعت گردشگری در اقتصاد ملی و ناحیه با توجه به وجود توانمندی‌های فراوان طبیعی، تاریخی و فرهنگی. ($S_1, S_3, S_4, O_1, O_6, O_5, O_8, O_7, O_9, O_{11}$)</p> <p>۳. ارتقای تجهیزات و زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و حمایت‌های بخش دولتی. ($S_1, S_3, S_4, S_6, O_3, O_4$)</p>	<p>استراتژی تهاجمی (SO)</p> 
<p>۱. جلب مشارکت مردمی در ترویج، حفاظت و بهره‌مندی پایدار از منابع طبیعی و تاریخی- فرهنگی منطقه و جلوگیری از فرسودگی و تخریب آن‌ها. (T_5, T_3, W_5, W_1)</p> <p>۲. بهبود تبلیغات و فعالیت‌های آگاه‌سازی در رسانه‌ها درباره جاذبه‌های گردشگری منطقه در سطح ملی و بین‌المللی. (W_6, W_5, W_1)</p> <p>(T_4, T_3, W_7)</p>	<p>استراتژی تدافعی (WT)</p> 	<p>۱. بهبود وضعیت احیا و مرمت آثار ارزشمند تاریخی و میراث فرهنگی منطقه جهت افزایش هرچه بیشتر جذب گردشگر. ($T_5, T_3, S_1, S_2, S_{11}$)</p> <p>۲. بهبود و اصلاح شبکه‌های داخلی بافت قدیم شهر با توجه به حضور جاذبه‌های فراوان تاریخی و فرهنگی در این بافت. (T_5, T_3, S_5, S_2, S_1)</p> <p>۳. حمایت از تحقیقات گردشگری جهت رسیدن به راهکارهای مناسب گردشگری و معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه به گردشگران در راستای ارتقای گردشگری منطقه. (T_3, S_5, S_3, S_1)</p>	<p>استراتژی تنوع (ST)</p> 

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

مرحله چهارم: تشکیل ماتریس داخلی و خارجی (انتخاب استراتژی‌های قابل قبول)

پس از تدوین استراتژی‌های اولیه، از مقایسه عوامل داخلی و خارجی در ماتریس SWOT استراتژی‌های قابل قبول از میان این استراتژی‌های اولیه انتخاب گردید. فرایند انتخاب استراتژی‌های قابل قبول برنامه‌ریزی گردشگری ناحیه خرم‌آباد در دو گام زیر صورت پذیرفت:

گام اول: تشکیل ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی و تعیین موقعیت گردشگری ناحیه خرم‌آباد

ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی دو بعد اصلی دارد. جمع امتیازهای نهایی ارزیابی عوامل داخلی گردشگری ناحیه خرم‌آباد بر روی محور Xها

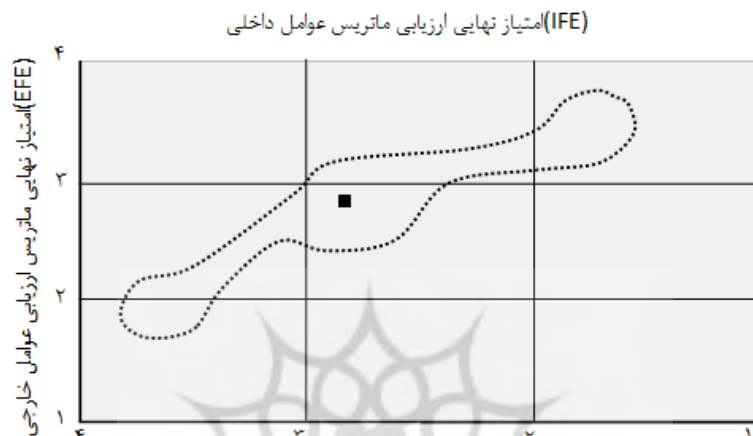
نشان داده شده و جمع امتیاز نهایی ارزیابی عوامل خارجی بخش گردشگری ناحیه خرم‌آباد بر روی محور Yها نوشته شده است. نقطه تلاقی جمع امتیازهای عوامل خارجی و داخلی بخش گردشگری ناحیه خرم‌آباد بر روی محور Xها و Yها، تعیین‌کننده موقعیت این بخش در ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی است.

گام دوم: انتخاب استراتژی‌های قابل قبول

موقعیت گردشگری ناحیه خرم‌آباد در ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی، تعیین‌کننده استراتژی‌های قابل قبول برای بهبود وضعیت گردشگری ناحیه است. استراتژی‌های قابل قبول در برنامه‌ریزی گردشگری ناحیه خرم‌آباد، با توجه به

استراتژی‌های تهاجمی نیز استفاده کرد. به همین دلیل، نخست از استراتژی‌های اولیه در خانه WO و سپس از استراتژی‌های اولیه در خانه SO در ماتریس نقاط قوت، نقاط ضعف، تهدیدات و فرصت‌ها انتخاب می‌گردد.

قرارگیری در خانه شماره پنج ماتریس، استراتژی‌ها محافظه کارانه است (شکل ۳). با توجه به این که منابع و جاذبه‌های گردشگری ناحیه خرم‌آباد در سطح متوسط به بالا قرار گرفته‌اند؛ بنابراین می‌توان بعد از استفاده از استراتژی‌های محافظه کارانه، از



شکل ۴. ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی گردشگری ناحیه خرم‌آباد

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

تمام استراتژی‌های قابل قبول پیشنهاد شده، در ردیف بالای ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک فهرست می‌شوند.

* برای تعیین جذابیت هر استراتژی در یک مجموعه از استراتژی‌ها، بنا به اهمیت آن در تدوین هر استراتژی امتیازی از ۱ تا ۴ داده می‌شود.

* برای به دست آوردن جمع امتیاز جذابیت وزن‌های مرحله اول را در امتیاز جذابیت مرحله دوم ضرب می‌کنیم، بدین ترتیب مجموع امتیاز جذابیت هر یک از عوامل هر استراتژی به دست می‌آید. جمع امتیازهای جذابیت، نشان‌دهنده جذابیت هر یک از عوامل در یک مجموعه از استراتژی‌ها است.

* از جمع امتیازهای جذابیت هر ستون جدول برنامه‌ریزی کمی استراتژیک، امتیاز جذابیت نهایی هر یک از استراتژی‌ها به دست می‌آید، که نشان‌دهنده استراتژی‌هایی است که از جذابیت بیشتری برخوردار هستند. امتیاز جذابیت بیشتر، نشان‌دهنده مطلوبیت استراتژی نسبت به سایر استراتژی‌ها است، در نتیجه بهترین استراتژی‌ها را اولویت‌بندی می‌کند (جدول ۷).

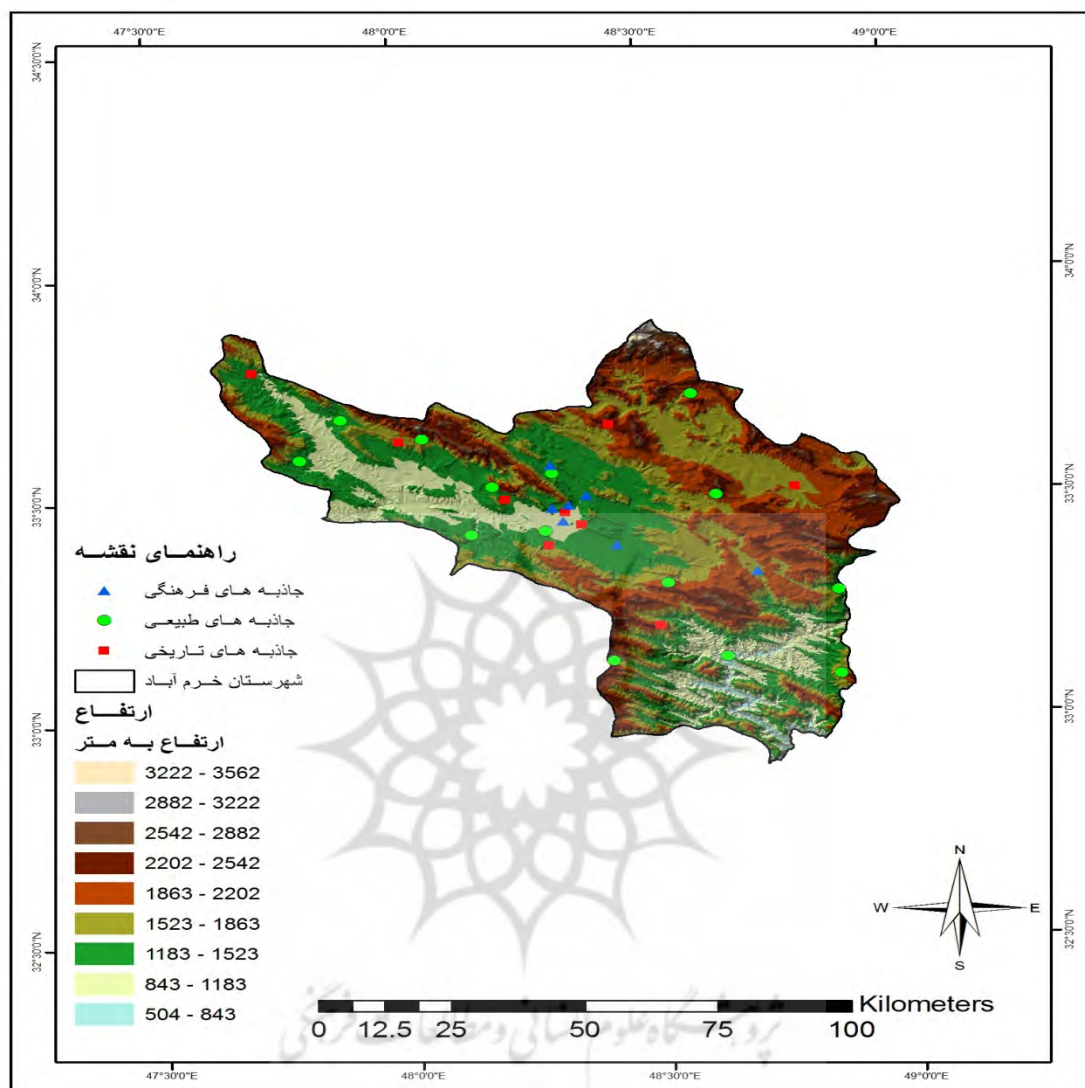
مرحله پنجم: تهیه جدول برنامه‌ریزی کمی استراتژیک (اولویت‌بندی راهبردهای قابل قبول)

تصمیم‌گیری درباره استراتژی‌های قابل قبول برنامه‌ریزی گردشگری ناحیه خرم‌آباد با استفاده از تجزیه و تحلیل علمی و قضاوت شهودی صورت می‌گیرد. در مرحله قبل با مقایسه عوامل داخلی و خارجی، استراتژی‌های قابل قبول شناسایی گردیدند. در مرحله حاضر در ارتباط با استراتژی‌های قابل قبول تصمیم‌گیری می‌شود. جذابیت هر استراتژی با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی کمی مشخص شده و استراتژی‌های دارای جذابیت بالا به عنوان استراتژی‌های مورد تأکید و اولویت‌دار در برنامه گردشگری تعیین می‌گردد. برای تهیه جدول برنامه‌ریزی کمی استراتژیک گردشگری ناحیه خرم‌آباد مراحل زیر طی شده است:

* ابتدا عوامل داخلی و خارجی و امتیاز وزنی هر یک از آن‌ها به جدول برنامه‌ریزی استراتژیک منتقل شده، سپس

جدول ۷. ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی گردشگری ناحیه خرم‌آباد

استراتژی‌های گردشگری ناحیه خرم‌آباد														ضریب اهمیت	عوامل داخلی و خارجی	
SO ³		SO ²		SO ¹		WO ²		WO ³		WO ²		WO ¹				
جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت	جمع امتیاز جذابیت	امتیاز جذابیت			
۰/۳۳	۱	۰/۹۹	۳	۰/۹۹	۳	۰	۰	۰/۹۹	۳	۰/۳۳	۱	۰/۳۳	۱	۰/۳۳	S ₁ : وجود آثار تاریخی و فرهنگی متعدد در محدوده و پیرامون منطقه مطالعه شده	نقاط قوت (S)
۰/۲۷	۱	۰/۵۴	۲	۰	۰	۰	۰	۰/۲۷	۱	۰/۵۴	۲	۰	۰	۰/۲۷	S ₂ : حضور قلعه تاریخی فلک‌الافلاک به عنوان نشانه مهم ذهنی و هویتی در مرکز شهر	
۰/۲۵	۱	۰/۷۵	۳	۱	۴	۰	۰	۰/۵	۲	۰	۰	۰/۲۵	۱	۰/۲۵	S ₃ : وجود جاذبه‌های طبیعی مثل: رودخانه، آبشارها، چشمه‌ها، جنگل‌ها و غیره	
۰	۰	۰/۲۴	۱	۰/۴۸	۲	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۲۴	۱	۰/۲۴	S ₄ : کیفیت مطلوب چشم‌انداز در کوهستان‌ها و جنگل‌های زاگرس	
۰/۴۲	۲	۰/۲۱	۱	۰	۰	۰/۲۱	۱	۰/۲۱	۱	۰	۰	۰/۲۱	۱	۰/۲۱	S ₅ : نگاه مثبت سازمان میراث فرهنگی و گردشگری به آثار تاریخی گردشگری	
۰/۱۳	۰	۰/۱۳	۱	۰/۳۹	۳	۰	۰	۰/۱۳	۱	۰	۰	۰/۱۳	۱	۰/۱۳	S ₆ : وجود غارهای طبیعی در منطقه	
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۱۳	۱	۰/۱۳	۱	۰	۰	۰	۰	۰/۱۳	S ₇ : رایگان بودن بازدید از مراکز گردشگری	
۰	۰	۰/۰۹	۱	۰/۲۷	۳	۰	۰	۰/۰۹	۱	۰	۰	۰	۰	۰/۰۹	S ₈ : روبش گیاهان دارویی در منطقه	
۰	۰	۰/۲۲	۱	۰	۰	۰/۲۲	۱	۰/۲۲	۱	۰	۰	۰/۱۸۸	۴	۰/۲۲	W ₁ : فقدان مشارکت مردم در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی در حوزه صنعت گردشگری	نقاط ضعف (W)
۰	۰	۰/۱۹	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۵۷	۳	۰	۰	۰/۱۹	W ₂ : ساختار ارگانیک محدوده مرکزی شهر خرم‌آباد که آثار تاریخی بالارزشی را در خود جای داده است	
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۷۶	۴	۰/۱۹	۱	۰/۱۹	W ₃ : عدم وجود پیاده‌روهای مناسب در محدوده مرکزی شهر جهت تردد آسان گردشگران	
۰/۵۱	۳	۰/۱۷	۱	۰/۳۴	۲	۰	۰	۰/۳۴	۲	۰/۳۴	۲	۰/۶۸	۴	۰/۱۷	W ₄ : محدودیت تأسیسات و زیرساخت‌های لازم	
۰/۱۷	۱	۰/۱۷	۱	۰	۰	۰/۳۴	۲	۰	۰	۰/۵۱	۳	۰	۰	۰/۱۷	W ₅ : عدم استفاده مناسب و اصولی از منابع و جاذبه‌های توریستی در مرکز شهر	
۰/۱۵	۱	۰	۰	۰/۳	۲	۰/۱۵	۱	۰/۶	۴	۰	۰	۰/۴۵	۳	۰/۱۵	W ₆ : دسترسی ضعیف به نقاط جاذب گردشگر برای گردشگران	
۰/۳۶	۳	۰/۱۲	۱	۰	۰	۰/۳۶	۳	۰/۲۴	۲	۰	۰	۰/۴۸	۴	۰/۱۲	W ₇ : ضعف تبلیغات، تسهیلات و امکانات فراغتی و گردشگری برای گردشگران	



شکل ۵: نقشه جاذبه‌های برتر گردشگری شهرستان خرم‌آباد، مأخذ: سازمان میراث فرهنگی شهرستان خرم‌آباد

منبع: ترسیم نگارندگان: ۱۳۹۲

نتیجه‌گیری

گردشگری باید به سه بخش توسعه محصول، منابع انسانی و بازاریابی توجه داشته باشد. برنامه‌ریزی راهبردی به عنوان روشی نظام‌یافته برای اخذ تصمیمات و اجرای اقدامات جهت هدایت جریان توسعه یک سامانه، کارکرد و بنیاد برنامه‌ریزان را در جهت نیل به اهداف برنامه‌ریزی توسعه گردشگری را یاری می‌کند. در واقع برنامه‌ریزی راهبردی برای توسعه گردشگری روشی است که می‌تواند برنامه‌ریزان را در

توسعه نظام‌مند گردشگری و استفاده از قابلیت‌های بسیار این بخش برای بهبود وضعیت کنونی گردشگری کشور، مستلزم به کارگیری برنامه‌ریزی گردشگری است، تا با توجه به حساسیت‌های موجود و ظرفیت جامعه و نیازهای گردشگران بتوان از قابلیت‌های این صنعت در جهت پیشرفت و توسعه جامعه استفاده کرد. برنامه‌ریزی توسعه گردشگری از الزامات توسعه ملی محسوب می‌شود. هر گونه برنامه‌ریزی در زمینه

منابع

ابراهیم زاده، عیسی، ۱۳۸۶ طرح جامع گردشگری استان سیستان و بلوچستان، گزارش بخش سوم از مرحله اول (نتیجه گیری و تحلیل)، پژوهشکده علوم زمین و جغرافیا وابسته به دانشگاه سیستان و بلوچستان.

ابراهیم زاده، عیسی، ۱۳۸۹، آمایش سرزمین و برنامه ریزی محیطی در جنوب شرق ایران، انتشارات اطلاعات.

اصغری لقمجانی، صادق، ملانوروزی، معصومه و هاشم ماه خان مقدم، ۱۳۹۱، ارزیابی و بررسی چشم‌اندازهای گردشگری در شهرهای مرزی (مطالعه موردی: دره گز)، همایش ملی شهرهای ملی و امنیت، چالشها و رهیافتها، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

بهبزادفر، مصطفی و روزبه زمانیان، ۱۳۸۷، برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری با تأکید بر بخش محصول (نمونه موردی: شهرستان نیشابور)، نشریه بین‌المللی علوم مهندسی دانشگاه علم و صنعت ایران، ویژه نامه معماری و شهرسازی، جلد ۱۹، شماره ۶، صص ۱۰۳-۸۹.

پاپلی یزدی، محمد حسین و مهدی سقایی، ۱۳۸۶، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، تهران.

حبیب، فرح، ۱۳۸۵، رویکرد پایداری در متن شهرسازی، مجله علوم و تکنولوژی محیط زیست، دوره نهم، شماره ۱، صص ۱۲۰-۱۱۱.

حیدری چیانه، رحیم، ۱۳۸۳، ارزیابی برنامه ریزی صنعت توریسم در ایران، رساله دکتری رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز.

دیوید، فرد، ۱۳۸۴، مدیریت استراتژیک، ترجمه دکتر علی پارسائیان و دکتر سید محمد اعرابی، دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران.

رحمانی، بیژن، شمس، مجید و ساناز حاتمی فر، ۱۳۸۹، امکان سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر ملایر با استفاده از مدل SWOT، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، شماره سوم، صص ۲۵-۱۳.

رضوانی، علی اصغر، (۱۳۸۶)، جغرافیا و صنعت توریسم: انتشارات پیام نور.

جهت تدوین راهبردهای کاربردی برای توسعه گردشگری یاری نماید.

در مقاله حاضر اولویت بندی استراتژی های برنامه ریزی گردشگری ناحیه خرم آباد از طریق تجزیه و تحلیل عوامل خارجی و داخلی مؤثر بر گردشگری این شهر، با ماتریس SWOT و مدل برنامه ریزی استراتژیک کمی تعیین و مشخص گردید. با توجه به اینکه موقعیت گردشگری منطقه مطالعه شده مطابق با خانه شماره پنج ماتریس داخلی و خارجی (شکل ۳) است، استفاده از استراتژی محافظه کارانه (WO) به عنوان اولویت اصلی و استراتژی تهاجمی (SO) در اولویت بعدی تعیین و ارائه گردیده است. در استراتژی های تهاجمی، استراتژی SO_۲ با امتیاز ۶/۵۵ در اولویت اول قرار می گیرد، در این راستا با توجه به توانمندی های فراوان تاریخی و طبیعی و فرهنگی در منطقه، ارتقای وضعیت گردشگری، تأثیر مثبتی بر اقتصاد ملی و این منطقه بر جای خواهد نهاد.

در راهبردهای محافظه کارانه، راهبرد WO_۱ با امتیاز ۵/۵۹ نمایانگر بهترین راهبرد در گردشگری ناحیه خرم آباد شناخته می شود. با مشارکت دولت، بخش خصوصی و مردم می توان تسهیلات و امکانات فراغتی گردشگری را به ویژه در بعد جاذبه های طبیعی گردشگری که تا حدودی در مناطق دور افتاده و با فاصله از شهرها واقع شده اند، بهبود بخشیده و بدین وسیله باعث جذب بیشتر گردشگر در این مناطق شد. البته باید توجه داشت که توسعه زیرساخت های گردشگری نیز نقش حیاتی در نزدیک شدن مقصد گردشگری شهرستان خرم آباد به چشم انداز ۱۴۰۰ خود دارد و بایستی از لحاظ زمانی جهت اجرا در اولویت قرار گیرد.

موحد، علی، ۱۳۷۹، توسعه پایدار شهری، نشریه مسکن و انقلاب، شماره ۹۰.

میکیایی، علیرضا (۱۳۷۹)، برنامه ریزی توریستی بر اساس اصول اکولوژیکی: پژوهشهای جغرافیایی، شماره ۳۹، صص ۲۸-۲۱.

هریسون، جفری و جان کارون، ۱۳۸۲، مدیریت استراتژیک، ترجمه بهروز قاسمی، انتشارات هیأت، چاپ اول، تهران.

Coccosis, H and M,E, Constantoglou(2006),The use typologies in tourism planning problems and conflicts,46th Congress of the European regional Science association(ERSA),university of Thessaly – Department of planning and Regional Development.

Evans, Nigel, Campbell, David, Stonehouse, George (2003) "Strategic Management for Travel and Tourism ", Butterworth, Oxford.

Hanger, J. Daivid, Vilan. L. Tomas. (2002) Base of Strategic Managment, Translated by Seyed Mohammad Erabi and Davod Ezadi, Published by Center for Cultural Recerch.

McIntosh, W. R., Charles, R. G. (1995), Tourism Principles, Practices, Philosophies, United States Of America, John Wiley & Sons, Inc.

Oh, C. O. (2004), the contribution of tourism development to economic growth in the Korena Economy, Tourism Management, 26, pp. 39-44.

Thomas R, Pigozzi B, and Sambrook R, (2005) Tourist Carrying Capacity Measures: Crowding Syndrome in the Caribean, the Professional Geographer, Vol. 57, No. 1, pp. 13-20.

WTO, <http://www. Answers. Com/ tourism&r =67, 2004a>

<http://www.wikipedia.org/>

برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری با تأکید بر توسعه پایدار در ...

زیاری، کرامت الله، ۱۳۸۰، توسعه پایدار و مسئولیت برنامه ریزان شهری در قرن بیست و یکم، مجله علمی - پژوهشی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، شماره ۱۶۰، تهران، صص ۳۸۵-۳۷۱.

سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان لرستان، ۱۳۸۸.

شرکت مهندسی مشاور نپتا، ۱۳۸۸، مطالعات طرح تفصیلی گردشگری شهرستان خرم آباد.

صدر موسوی، میرستار و جواد دخیلی کهنمویی، ۱۳۸۳، درآمدی بر برنامه ریزی تفریحگاههای توریستی، نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، شماره پیاپی ۱۷، دانشگاه تبریز.

طیبه، سید کمیل، بابکی، روح اله، جباری، امیر، (۱۳۸۶). "بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی ایران" پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، شماره بیست و ششم.

فیض بخش، هوشنگ، ۱۳۷۹، صنعت جهانگردی در ایران و جهان؛ مدرسه عالی خدمات جهانگردی، تهران.

قاسمی، سید فرید، ۱۳۷۵، تاریخ خرم آباد، انتشارات افلاک.

کاظمی، مهدی، ۱۳۸۷، تحیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار، مجله جغرافیا و توسعه، سال ششم، شماره ۱۲، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، صص ۱۰۰-۸۱.

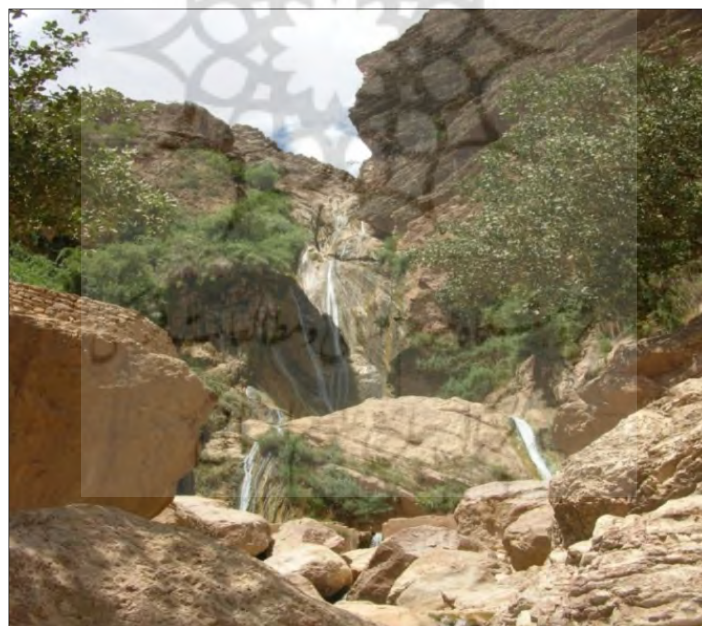
کیانی، مصطفی، ۱۳۸۳، توسعه پایدار و بازسازی بم، مجله آبادی، مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری، سال چهاردهم، شماره ۴۲.

گروه آموزشی جغرافیای استان لرستان، ۱۳۷۶، جغرافیای استان لرستان.

محلاتی، صلاح الدین، ۱۳۸۰، درآمدی بر جهانگردی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.



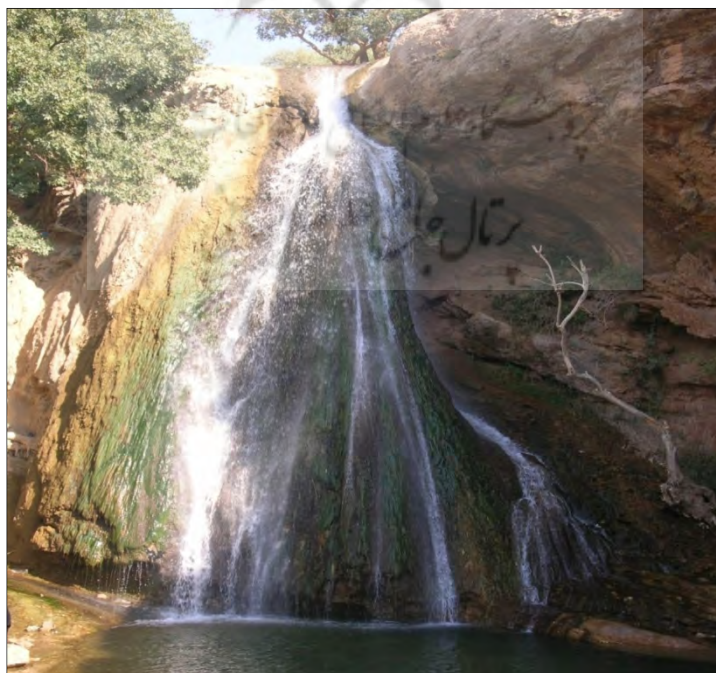
قلعهٔ فلک‌الافلاک، واقع در مرکز شهر خرم‌آباد



آبشار نوزیان، واقع در ۳۵ کیلومتری جنوب شهر خرم‌آباد



دریاچه کیو، واقع در شمال شهر خرم‌آباد



آبشار گریت، واقع در ۵۵ کیلومتری شمال شرق خرم‌آباد



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی