

شناسایی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری پایدار شهری با استفاده از روش مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM)، مطالعه موردی: شهر خرم آباد

مهناز کشاورز^۱ - استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱۰/۲۵ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۰۲/۲۵

چکیده

شهر خرم آباد یکی از مناطق پرجاذبه، دارای پتانسیل ها و میراث ارزشمند گردشگری به عنوان پایلوت توسعه پایدار گردشگری و دارای شنا سنامه جهانی، امکانی مناسب برای توسعه پایدار شهری بر پایه گردشگری پدید آورده است. هدف مقاله، تحلیل عوامل مؤثر در توسعه پایدار گردشگری در شهر خرم آباد با بهره گیری از نظر کارشناسان و مدیران بومی، در راستای کمک به توسعه صنعت توریسم می باشد. روش پژوهش، بر اساس هدف، کاربردی و از نوع توسعه ای استراتژیک می باشد. در این مقاله، ابتدا عوامل تأثیرگذار بر گردشگری خرم آباد لیست شدند، اهمیت نسبی عوامل کلیدی استراتژیک موجود به روش دلفی و با نظر کارشناسان تعیین گردیدند و ۱۴ عامل با اهمیت بیشتر در توسعه گردشگری در شهر خرم آباد، انتخاب شدند. سپس با استفاده از متدولوژی تحلیلی نوین، تحت عنوان "مدل سازی ساختاری تفسیری" (ISM) روابط بین این عوامل تعیین و به صورت یکپارچه تجزیه و تحلیل گردیدند و ضمن بررسی ارتباط و تعیین توالی عوامل مؤثر در گردشگری شهر خرم آباد، عوامل مذکور سطح بندی شدند. نتایج پژوهش حاضر ضمن تحلیل مدل به دست آمده بیانگر این است که "حضور بخش خصوصی و سرمایه گذاری در طرح های گردشگری" به عنوان عامل ریشه ای دارای بیشترین تأثیر بر توسعه گردشگری در شهر خرم آباد بوده و عامل های مانند: "روحیه مهمان نوازی"، "آب و هوا و اقلیم مناسب" و "طرح های گردشگری" در رتبه اهمیت پایین تری نسبت به سایر عوامل قرار دارند.

واژه های کلیدی: توسعه پایدار گردشگری، گردشگری پایدار، مدل ساختاری تفسیری ISM، شهر خرم آباد.

مقدمه

در دهه‌های بعد از جنگ جهانی دوم گردشگری رشد فزاینده‌ای را پشت سر گذاشته و در مقایسه با دیگر بخش‌های اقتصاد رشد سریعی در قلمرو اقتصاد جهانی به دست آورده است. از صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از پررونق‌ترین فعالیت‌های اقتصادی یاد شده که پس از صنعت نفت و خودرو سازی سومین منبع درآمدزای جهان است. گردش مالی گردشگری جهان در این سده از گردش مالی بخش صنعت فراتر رفته و در چند سال آینده به بیش از دو هزار میلیارد دلار می‌رسد. از سوی دیگر، گردشگری نقش مهمی در ترغیب سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها داشته و سبب ایجاد درآمد برای دولت‌ها و اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم در سراسر دنیا شده است (تقوی و قلی‌پور، ۱۳۸۸: ۱۵۹). بر اساس پیش‌بینی‌های سازمان جهانی گردشگری، تعداد گردشگران در سطح بین‌المللی تا ۲۰ سال دیگر با میانگین رشد ۴۳ میلیون گردشگر در سال، نزدیک به ۲ میلیارد نفر می‌رسد. طبق این گزارش، رشد توریسم بین‌المللی به‌گونه‌ای مستمر طی دو دهه آینده با گام‌هایی ملایم‌تر از دهه گذشته ادامه خواهد یافت و تا سال ۲۰۳۰ این تعداد به ۱/۸ میلیارد نفر می‌رسد (World Tourism Organization, 2013). این ارقام بیانگر آن است که توجه به صنعت گردشگری و بهره‌برداری از پتانسیل‌ها و امکانات مناطق مختلف باید به‌عنوان اولویت اصلی نظام اجتماعی-اقتصادی کشورها قرار گیرد، تا با بهره‌گیری از اثرات بی‌شمار اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، گام مؤثری در توسعه پایدار و همه‌جانبه یک ناحیه، منطقه و کشور برداشته شود. آنچه مسلم است، توجه به این نکته است که امروزه، افزایش جمعیت، افزایش رفاه عمومی، پیشرفت علوم و فنون، افزایش زمان آزاد و فراغت، تفکیک مقوله کار و فراغت و... همه و همه باعث رشد روزافزون سفر و گردشگری شده است و کشورهای جهان به این واقعیت دست‌یافته‌اند که توجه ویژه به صنعت گردشگری و تلاش در جهت توسعه این صنعت باعث کسب درآمدهای هنگفتی خواهد شد. گردشگری یک فعالیت پویا، بزرگ، متنوع، پاکیزه و نیز یکی از بخش‌های رشد‌یابنده در سیستم اقتصاد ملی به شمار می‌رود. بنابراین، تمامی کشورها در پی استفاده از فرصت‌ها و مزایای فراوان حاصل از آن هستند تا به‌واسطه آن، رفاه نسبی را برای حال و آینده جوامع خود، رقم بزنند (زنگی‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۳۳). کشور ایران جزو ۵ کشور بالقوه توانمند در زمینه جذب گردشگر خارجی است. همچنین به‌عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه که ذخایر نفتی آن در آینده‌ای نه‌چندان دور به پایان می‌رسد؛ ایجاد یک توسعه همه‌جانبه و پایدار و جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به‌جای منابع نفتی، نیازمند استفاده از تمامی پتانسیل‌ها و قابلیت‌های خود در صنعت گردشگری می‌باشد (زنگی‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۷: ۷). لذا منطقی است با برنامه‌ریزی مناسبی در جهت ساماندهی نیازمندی‌ها و ملزومات این صنعت بتواند گردشگران مشتاق را از سراسر جهان به‌سوی خود جذب کند و موجب توسعه گردشگری پایدار گردد.

شهرستان خرم‌آباد یکی از مناطق پرجاذبه و دارای پتانسیل‌ها و استعدادهای نهفته در حوزه گردشگری می‌باشد. شهرستان خرم‌آباد به‌عنوان مرکز شهرستان دارای فضاهای با پتانسیل‌های بالای گردشگری بوده و از طرف سازمان ملل به‌عنوان پایلوت برای اجرای طرح توسعه پایدار شهری از طریق گردشگری برگزیده شده است. وجود آثار و جاذبه‌های تاریخی و معماری متعدد، اقلیم معتدل و مناسب، منابع طبیعی و پوشش گیاهی متنوع با کیفیت بصری بالا و چشم‌اندازهای زیبا، تمرکز جاذبه‌های تاریخی یادمانی مختلف به‌ویژه در شهرستان خرم‌آباد از جمله قابلیت‌های بالای جذب گردشگر در شهرستان و شهرستان خرم‌آباد می‌باشد که مجموعاً می‌تواند بر اقتصاد منطقه تأثیر قابل‌توجهی بر جای گذارد (کشاورز و سرپرست، ۱۳۹۲: ۶). در پژوهش حاضر سعی گردیده ضمن تحلیل عوامل مؤثر در توسعه پایدار گردشگری در شهرستان خرم‌آباد در راستای کمک به توسعه صنعت توریسم و تبدیل شهر به یک مقصد گردشگری بین‌المللی پایدار و رقابتی با استفاده از مدل ساختاری مفهومی تحلیل‌هایی ارائه گردد. برخی مطالعات داخلی و خارجی انجام‌شده در زمینه گردشگری پایدار و تکنیک ISM به شرح ذیل می‌باشند:

کرباسیان و همکاران در سال ۱۳۹۰ مقاله «کاربرد تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری جهت سطح بندی شاخص های انتخاب تأمین کنندگان چابک و رتبه بندی تأمین کنندگان با استفاده از روش Topsis & AHP فازی»؛ ابتدا معیارهای سنجش تأمین کنندگان تعیین شدند و سپس با تکنیک ISM عوامل سطح بندی گردیدند. نتایج این روش نشان می دهد که معیار سرعت تحول در سطح اول خروجی این مدل قرار داشته و دارای نیروی پیش برندگی بسیار مناسبی است. سپس با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی فازی وزن معیارهای سنجش چابکی تأمین کنندگان را تعیین کرده و ورودی مدل تاپسیس قرار داده شد. در پایان با استفاده از روش تاپسیس فازی به رتبه بندی شش تأمین کننده پرداخته شد. نتایج پژوهش نشان داد که معیارهایی که از نیروی پیش برندگی بیشتر و وابستگی کمتری برخوردارند در مدل فرایند تحلیل سلسله مراتبی هم از وزن بیشتری برخوردارند لذا بر متغیرهای سطح اول و دوم باید تمرکز نمود.

پوراحمد و همکاران در سال ۱۳۹۱، در پژوهشی با عنوان بررسی راهبردهای توسعه گردشگری استان کرمانشاه با استفاده از مدل سوات و با روش تحلیلی - تو صیفی با استفاده از ابزارهای تحلیلی SWOT و QSPM به این نتایج رسیده اند؛ حوزه گردشگری استان کرمانشاه در راستای توسعه پایدار گردشگری با قوت های بیشتری نسبت به ضعف ها و با تهدیدهای قوی روبروست که در صورت اتخاذ استراتژی های ST می توان به نتایج مطلوب تری دست یافت.

کشاوری و همکاران در سال ۱۳۹۲ در مقاله ای با عنوان «تحلیل راهبردهای توسعه پایدار گردشگری بر اساس مدل ترکیبی فرایند تحلیل شبکه و تحلیل استراتژیک سوات در شهرستان خرم آباد» از مدل تلفیقی فرایند تحلیل شبکه ای (ANP) و تحلیل استراتژیک سوات (SWOT) استفاده نموده اند. پس از رتبه بندی عوامل استراتژیک با توجه به برترین عوامل تأثیرگذار، راهبردهای مناسب جهت توسعه صنعت گردشگری در شهرستان خرم آباد ارائه شده است.

ائوگنیو و همکاران (۲۰۰۴) در پژوهشی با عنوان «گردشگری و توسعه اقتصادی در کشورهای آمریکای لاتین طی دوره زمانی ۱۹۹۸ - ۱۹۸۵ از رویکرد داده های پانلی استفاده کردند. آن ها برای مطالعه رابطه میان دو متغیر از یک مدل اقتصاد کلان استفاده کرده اند. نتایج پژوهش نشان می دهد که توسعه صنعت گردشگری شرط لازم برای رشد اقتصادی کشورهای آمریکای لاتین با درآمد متوسط و پایین می باشد حال آنکه برای کشورهای با درآمد بالا ضرورت ندارد. همچنین درآمد از طریق سرمایه گذاری در صنعت توریسم مانند سرمایه گذاری بر منابع فیزیکی و انسانی با سطح تولید ناخالص داخلی و رشد اقتصادی کشورهای آمریکای لاتین رابطه مثبت معناداری دارد.

زونگ رولی و یو هو سانکوآدر سال ۲۰۱۵ پژوهشی با عنوان «استفاده از مدل سازی ساختاری مفهومی (ISM) برای برنامه ریزی استراتژی بازاریابی تسلسلی: مطالعه موردی گردشگری معماری در تایوان» را انجام داده اند. این مطالعه بر روی استراتژی های بازاریابی گردشگری معماری در تایوان با استفاده از تکنیک ISM برای تعیین یک پروسه تصمیم گیری مؤثر و علمی متمرکز است. در آن با استفاده از مدل سازی ساختاری تفسیری برای تعیین یک پروسه تصمیم گیری مؤثر برای ایجاد فرصت های کسب و کار جدید از طریق برنامه ریزی کافی استفاده خواهد کرد.

مبانی نظری

صنعت گردشگری فرایند تلفیق یافته ای از فضای فیزیکی و جامعه انسانی است که اشکال جدید آن نتیجه تغییر در ارزش ها و نگرش های زندگی انسان، تکنولوژی پیشرفته، رشد انفجارگونه اطلاعات و نیروهای سیاسی است. این صنعت دربردارنده همه پدیده ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت ها و جوامع میزبان در فرایند جذب و پذیرایی از گردشگران است (ایمانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۵). توسعه گردشگری پایدار عبارت است

۱ Eugenio

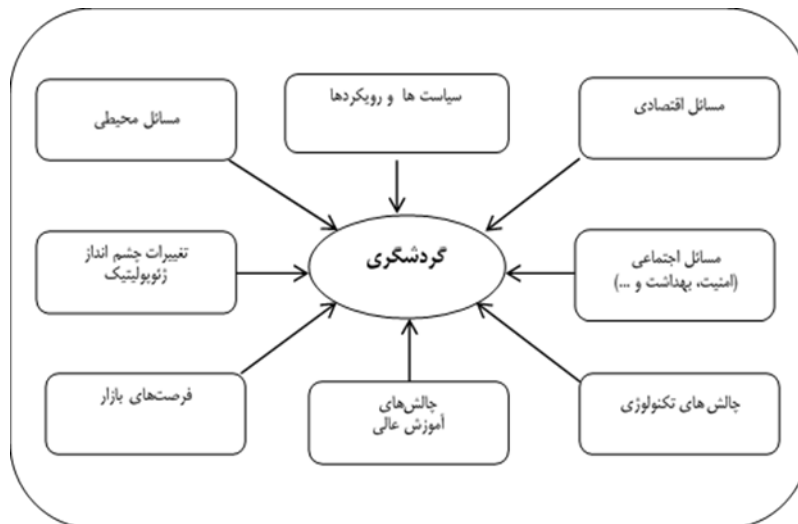
۲ Tzong & Yu

از گسترش صنعت گردشگری و جذب گردشگران به یک ناحیه با استفاده از منابع موجود به گونه‌ای که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، فرهنگی و قانونی جامعه و انتظارات گردشگران بتوان وحدت، هویت فرهنگی، سلامت محیط‌زیست، تعادل اقتصادی مقصد و مهمانان آنان را به‌طور متوازن در حد بهینه تأمین کرد (استعلاجی و الله قلی نژاد، ۱۳۹۰: ۷). توسعه پایدار به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردهای توسعه محسوب می‌شود. در این راهبرد ضرورت‌های مطرح‌شده به‌منظور جذب گردشگر و افزایش درآمد، لزوم شناخت و استفاده عملی از جاذبه‌های توریستی و اکوتوریستی مؤثر در گردشگری را ایجاد کرده است. توسعه پایدار برای گردشگری باید باهدف بهبود کیفیت زندگی ساکنان، به بهینه‌سازی منافع اقتصادی، حفاظت از محیط‌زیست طبیعی جوامع کمک کند و موجب فراهم کردن تجربه‌ای باکیفیت بالا برای بازدیدکنندگان و گردشگران شود (Choi & Sirakaya, 2006: 1274). همواره مسائل و چالش‌های استراتژیک و سیستماتیک وجود دارند که ممکن است رقابت و پایداری صنعت گردشگری را کاهش دهد. توسعه گردشگری فرایند پیچیده‌ای مشتمل بر عوامل توسعه بین‌المللی، ملی و گروه‌های درگیر باسیاست‌های دولت، برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری می‌باشد (Tefler & Sharply, 2008: 56). سیاست توسعه گردشگری پایدار امروزه یک رویکرد عمومی است که از طریق دولت‌ها مورد توجه قرار گرفته است تا گردشگری، از لحاظ بوم‌شناسی در طولانی‌مدت، قابل قبول و از لحاظ مالی، خودکفا و به لحاظ دیدگاه‌های اجتماعی و اخلاقی، برای جوامع محلی مفید و نویدبخش باشد (Altinay & Hussain, 2005: 272-280). توسعه گردشگری پایدار باید ارتقاء کیفیت زندگی جامعه میزبان با افزایش منافع اقتصاد محلی، حفظ کیفیت محیط‌زیست طبیعی و محیط انسان‌ساخت و ایجاد تجربه‌ای باکیفیت بالا برای بازدیدکنندگان و رابطه بلندمدت اقتصادی میان جوامع مقصد و صنایع را مورد توجه قرار دهد، همچنین باید اثرات منفی گردشگری بر محیط‌زیست طبیعی را به حداقل برساند و آسایش اجتماعی فرهنگی جوامع مقصد را ارتقاء دهد (Kerimoglu et al, 2008: 22-43). در جامعه شهری، گردشگری می‌تواند مزایای در خور توجهی به وجود بیاورد. این منافع عبارت‌اند از: ایجاد مکان‌های جدید، چشم‌انداز جدید برای شرکت‌های گردشگری محلی، فرصت‌های سرمایه‌گذاری جدید، افزایش درآمد و بهبود استانداردهای زندگی برای جوامع محلی، درآمد مولد از مالیات‌های محلی که می‌تواند برای زیرساخت‌ها و بهبود امکانات استفاده شود. بهبود زیرساخت‌هایی که علاوه بر گردشگران منطقه، ساکنان نیز ذینفع مستقیم خواهند بود و تضمین منابع مالی برای حفاظت از مناطق طبیعی، هنر، صنایع دستی، مناطق باستان‌شناسی و تاریخی و سنت‌های فرهنگی. درواقع، مزایای در حال توسعه گردشگری پایدار شهری به طیف وسیع‌تر و تعداد زیادی از مردم، هم برای ساکنان و هم گردشگران و در نهایت بهبود گردشگری است (اکبریان رونیزی، ۱۳۹۶: ۴). عوامل متعددی در توسعه صنعت گردشگری در یک منطقه نقش دارند که ارتباط و توسعه بین آن‌ها توسعه گردشگری را شکل می‌دهد. در این ارتباط، سه عامل اصلی در توسعه گردشگری عبارت‌اند از: گردشگران، جامعه میزبان و ویژگی‌های مقصد (ایمانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۷). بر اساس نظریه مورفوت و مات؛ گردشگری پایدار ترکیبی است از ابعاد اکولوژیکی، اجتماعی، اقتصادی، اداری و سیاسی، فرهنگی و تکنولوژیکی در سطوح مختلف بین‌المللی، ملی، منطقه‌ای و محلی (Mow forth & Munt: 2003). از نظر چوی و سیریکا به‌طور سنتی توسعه گردشگری شامل ابعاد اقتصادی اجتماعی یا اجتماعی فرهنگی و زیست‌محیطی است. اما گردشگری پایدار علاوه بر این عوامل، ابعاد گسترده‌تری را نیز در برمی‌گیرد که شامل ابعاد اکولوژیکی، اجتماعی، اقتصادی، نهادی و فرهنگی و تکنولوژیکی در سطح محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی می‌باشد (Choi & Sirakaya, 2006: 1274). بر اساس نظریه مایاکا^۱ همواره مسائل و چالش‌های استراتژیک و سیستماتیک وجود دارند که ممکن است رقابت و پایداری صنعت گردشگری را کاهش دهد. این مسائل و چالش‌های کلیدی استراتژیک، تحت عنوان "الگوی پستل"^۲ شامل مسائل محیط‌زیست کلان سیاسی، اقتصادی، اجتماعی،

1 Mayaka

2 Pestel

تکنولوژیکی، محیطی و قانونی یا حقوقی می‌باشد و به‌طور عادی برای تحلیل عوامل کلیدی که سازمان‌ها و صنایع را تحت تأثیر قرار می‌دهد، استفاده شده است. مهم‌ترین مسائل و چالش‌های استراتژیک که در صنعت گردشگری شناسایی شده‌اند را می‌توان در ۹ حوزه موضوعی با چارچوب مفهومی گروه‌بندی کرد؛ این امر می‌تواند کانون دستورالعمل مدیریتی توسعه پایدار گردشگری باشد (Mayaka & Prasad, 2012:48).



شکل شماره ۱. الگوی گردشگری مایاکا: مسائل کلیدی استراتژیک در توسعه گردشگری پایدار
منبع: (Mayaka et al, 2012:49)

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر، بر اساس هدف، کاربردی و بر اساس ماهیت از جمله تحقیقات توصیفی - تحلیلی می‌باشد. رویکرد حاکم بر پژوهش، پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل متخصصان صنعت گردشگری، کارشناسان، مسئولین و مدیران سازمان‌ها و ادارات مربوطه در شهر خرم‌آباد که به روش "انتخاب تصادفی"، گزینش شدند؛ و با توجه به کم بودن حجم جامعه، تعداد کل حجم نمونه برابر جامعه آماری در نظر گرفته شد. به این ترتیب حجم نمونه برای پرسش‌نامه شماره یک ۲۰۰ نفر و در مورد پرسش‌نامه دوم با توجه به ماهیت آن حجم نمونه ۴۰ نفر بوده است. گردآوری اطلاعات به دو روش کتابخانه‌ای (بررسی و مطالعه اسناد، فیش‌برداری و توجه به منابع کتابخانه‌ای، منابع اینترنتی و غیره) و میدانی بوده است. برای پاسخگویی به مسئله تدوین شده و تصمیم‌گیری در مورد تعیین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری پایدار شهری در شهر خرم‌آباد، بنا به ضرورت، از روش‌های مختلف پژوهش بهره گرفته شده و به کمک یک متدولوژی تحلیلی نوین تحت عنوان مدل‌سازی ساختاری تفسیری ISM، روابط بین عوامل توسعه گردشگری پایدار در شهر خرم‌آباد تعیین و به صورت یکپارچه مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته‌اند. مدل تفسیری-ساختاری که توسط وارفیلد مطرح شد، یک فرایند یادگیری متعامل است که در آن مجموعه‌ای از عناصر مختلف و مرتبط با همدیگر در یک مدل سیستماتیک جامع ساختار بندی می‌شوند (Warfield, 1974:405-417)؛ روش ISM یک روش ساختار تفسیری است که در سال ۲۰۰۶ تا وسط آگاروال به‌طور جدی مطرح گردید و در سال ۲۰۰۷ توسط کانان در مقاله‌ای ارائه شد. در این روش ابتدا به شناسایی عوامل مؤثر و اساسی پرداخته و سپس روابط بین این عوامل و راه دستیابی به پیشرفت توسط این عوامل ارائه شده است. در واقع روش ISM بیان می‌کند که عوامل مورد بررسی به چه میزان در دستیابی سازمان به اهدافش دخالت دارند و وابستگی آن‌ها نسبت به یکدیگر چگونه است. این مدل قادر است ارتباط بین شاخص‌ها که به صورت تکی یا گروهی به یکدیگر وابسته‌اند، را تعیین نماید و با تجزیه معیارها در چند سطح مختلف به تحلیل ارتباط

بین شاخص‌ها می‌پردازد (Kannan et al, 2008:82-108).

گام اول: به منظور شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری و ارائه این عوامل در قالب یک الگو، ضمن بررسی ادبیات موضوع و مصاحبه با خبرگان و کارشناسان و مدیران بومی که شناخت بهتری از شهر داشتند عوامل مؤثر در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، محیط‌زیستی و تکنولوژیکی مورد شناسایی قرار گرفتند تا از این طریق چارچوب و ملاک عملی و علمی برای شناسایی این عوامل حاصل شود. در این راستا، پس از گردآوری و پالایش داده‌های حاصل از مطالعات نظری و بهره‌گیری از دیدگاه‌های کارشناسی صاحب‌نظران مسائل گردشگری و توسعه پایدار (در قالب مصاحبه)، مطالب حاصل مورد تجزیه و تحلیل کیفی قرار گرفتند و بعد از دسته‌بندی و تلخیص، زمینه‌های اصلی و مسائل مهم در شکل‌گیری و بروز فرصت‌ها و همچنین تهدیدهای محیط بیرونی و یا نقاط قوت و ضعف محیط درونی برای توسعه گردشگری پایدار شهری در شهر خرم‌آباد شناسایی و طبقه‌بندی شدند.

گام دوم: عوامل کلیدی‌تر با بهره‌گیری از نظر کارشناسان و تلخیص یافته‌ها و در چارچوب ابعاد هشت‌گانه (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی، سیاست‌ها و رویکردها و...) مطابق با الگوی گردشگری مایاکا از بین زمینه‌های اصلی و مسائل مهم انتخاب شدند. در ادامه پرسش‌نامه‌ای شامل ۴۴ سؤال در قالب طیف لیکرت، جهت تعیین میزان اهمیت عوامل بین کارشناسان توزیع گردید. با بررسی و تحلیل پرسش‌نامه‌های جمع‌آوری شده میزان اهمیت هر یک از عوامل معلوم گردید و بدین ترتیب از بین همه عوامل لیست شده، ۱۴ عامل که از اهمیت بیشتری در توسعه گردشگری در شهر خرم‌آباد برخوردار بودند به عنوان عوامل اصلی کلیدی اثرگذار انتخاب شدند.

گام سوم: عوامل به دست آمده وارد یک جدول ماتریسی ۱۴*۱۴ شده به طوری که در سطر اول و ستون اول تکرار شده‌اند. هدف مقایسه دوبه‌دوی عوامل می‌باشد بدین صورت که عامل سطر با تک‌تک عوامل ستون مقایسه می‌شود و در این مقایسه با توجه به تأثیرگذاری عامل سطر بر عامل ستون از ضرایب زیر استفاده شده است.

جدول شماره ۲. جدول ضرایب تأثیرگذاری عامل سطر بر عامل ستون

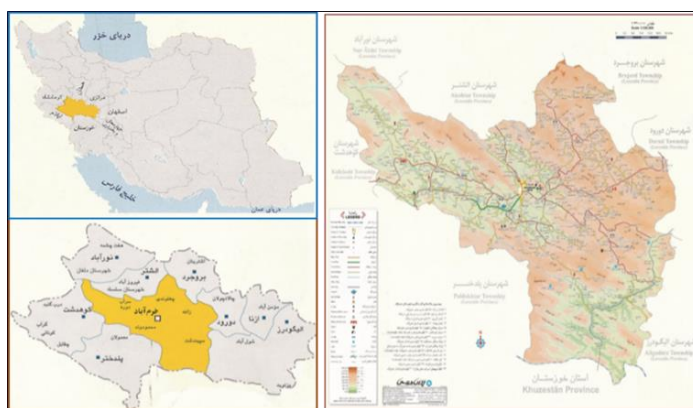
کاملاً مؤثر است	عدد ۳	تأثیر ناچیزی دارد	عدد ۱
مؤثر است	عدد ۲	بی‌تأثیر است	عدد ۰

پس از شناسایی متغیرها، این متغیرها در ماتریس ساختاری روابط درونی متغیرها (SSIM) وارد شد. این ماتریس یک ماتریس به ابعاد متغیرها می‌باشد که در سطر و ستون اول آن متغیرها به ترکیب ذکر می‌شود. آنگاه روابط دودویی متغیرها مشخص می‌شود. از نظر کارشناسان بر اساس تکنیک‌های مختلف مدیریتی از جمله، " طوفان فکری "، " گروه اسمی " و غیره. در توسعه روابط محتوایی میان متغیرها استفاده شد و برای تعیین روابط میان عوامل مؤثر در توسعه گردشگری پایدار در شهر خرم‌آباد، از نظرات ۱۹ کارشناس استفاده گردید؛ که تعدادی از اساتید دانشگاه در حوزه گردشگری بودند و سایر افراد، دست‌اندرکار سازمان‌های مرتبط با گردشگری می‌باشند که شناخت خوبی از منطقه مورد مطالعه داشته‌اند.

محدوده مورد مطالعه

استان لرستان از استان‌های پر سابقه تاریخی ایران است؛ و شهر خرم‌آباد از نخستین سکونتگاه‌های مردم ایران به شمار می‌رود (خودگو، ۱۳۸۳: ۳). تنوع اقوام و ایلات غنای فرهنگی قابل توجهی را در این سرزمین ایجاد نموده‌اند. که از لحاظ گردشگری فرهنگی حائز اهمیت فراوان هستند. در شهر خرم‌آباد جاذبه‌هایی نظیر موسیقی و رقص محلی، زبان و گویش، آداب و سنن از جاذبه فرهنگی، صنایع دستی و مصنوعات دست‌ساز الهام گرفته از باورها، رخدادها و شگفتی‌های طبیعت از

جاذبه‌های قومی و قبیله‌ای وجود دارد که از پتانسیل‌های قوی در تبدیل به خدمات گردشگری هستند. دشت‌های محدود استان و دره‌های عمیق آن بین ستیغ برکشیده کوه‌ها واقع گردیده و در تنوع عناصر زیستی و عناصر گردشگری اکوتوریسم و ژئوتوریسم در ابعاد گسترده تأثیرگذار است (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری لرستان، ۱۳۸۸: ۸۶). شهر خرم‌آباد به‌عنوان یک مقصد گردشگری شناخته‌شده در استان، نقش مهمی در پذیرش گردشگران داخلی و خارجی داشته و دروازه ورود گردشگران به این استان و حتی محور تلقی می‌شود. این منطقه به علت داشتن جاذبه‌ها و منابع منحصر به فرد تاریخی - فرهنگی به‌عنوان منطقه دارای اولویت در گردشگری تاریخی - فرهنگی و طبیعی معرفی می‌شود (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری لرستان، ۱۳۸۸: ۷۲). دشت خرم‌آباد به خاطر رویش گل‌های شقایق در میان چمنزارها و سبزه‌زارهایش، به سرزمین شقایق‌های سرخ معروف گشته است. ویژگی‌های ژئومورفولوژیکی موجود در محدوده مطالعاتی، سبب ایجاد اشکال و رخنمون‌های متنوعی گردیده است که از عناصر مهم گردشگری محسوب می‌گردد (سازمان ایران گردی و جهانگردی استان لرستان، ۱۳۸۲: ۹۴).



شکل شماره ۱. موقعیت محدوده مورد مطالعه

بحث و یافته‌ها

در پژوهش حاضر فرآیند تجزیه و تحلیل با توجه به هدف پژوهش و مسئله پژوهش تنظیم گردیده است. نتایج به دست آمده از پرسشنامه‌ها با یکدیگر جمع شده و برای هر عامل عددی به شرح جدول شماره ۳ آمده است.

جدول شماره ۳. ماتریس روابط درونی متغیرها

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۱ حضور بخش خصوصی و جذب سرمایه‌گذاری	۰	۴۸	۵۷	۴۲	۲۱	۴۵	۲۹	۴۴	۴۳	۴۸	۴۵	۵۶	۴۲	۵۲
۲ برنامه‌ریزی آموزش گردشگری و توسعه منابع انسانی	۳۱	۰	۲۶	۴۷	۴۰	۴۳	۴۱	۲۹	۲۷	۲۳	۵۲	۴۵	۳۱	۳۳
۳ توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها	۲۷	۴۱	۰	۵۱	۴۸	۴۰	۳۷	۴۱	۵۳	۴۹	۵۶	۵۷	۴۲	۴۷
۴ نقش مدیریت شهری	۱۹	۲۳	۲۶	۰	۴۳	۵۰	۱۷	۲۸	۳۲	۳۴	۴۳	۴۹	۵۲	۳۰
۵ موقعیت استراتژیک منطقه در کشور	۱۴	۱۷	۲۳	۲۱	۰	۴۱	۳۴	۴۹	۲۷	۳۱	۲۸	۱۷	۴۳	۵۱
۶ تنوع زیستی، محیطی و جاذبه‌های طبیعی	۱۳	۱۷	۱۹	۲۳	۲۶	۰	۴۰	۴۲	۱۹	۲۷	۲۳	۳۰	۴۵	۴۴
۷ روحیه مهمان‌نوازی	۵	۲۱	۱۰	۲۶	۱۷	۴۳	۰	۴۶	۱۳	۲۲	۱۶	۹	۴۱	۱۲
۸ منابع سرزمین: اقلیم مناسب	۶	۲۲	۱۵	۹	۱۴	۴۴	۴۱	۰	۱۷	۲۹	۲۳	۱۶	۱۲	۴۳
۹ معرفی شهر خرم‌آباد به‌عنوان پایلوت توسعه گردشگری پایدار	۲۷	۴۹	۶۰	۴۸	۵۸	۴۱	۳۱	۴۳	۰	۴۷	۶۱	۵۷	۵۱	۳۹
۱۰ به‌کارگیری اینترنت	۳۳	۴۳	۴۱	۵۰	۴۴	۴۸	۳۷	۴۵	۴۳	۰	۵۵	۵۱	۲۹	۶۳
۱۱ پیشینه تاریخی و میراث فرهنگی ارزشمند	۲۷	۲۰	۳۴	۴۱	۴۷	۴۶	۴۵	۲۲	۱۹	۲۱	۰	۴۳	۳۲	۳۶
۱۲ امنیت اجتماعی	۱۱	۱۷	۱۳	۴۰	۴۱	۴۳	۲۳	۴۴	۲۹	۱۹	۴۵	۰	۵۱	۲۷
۱۳ مشارکت جامعه محلی و سهامداران در اجرای طرح‌های گردشگری	۱۹	۳۴	۲۵	۱۵	۲۷	۳۶	۱۲	۲۶	۱۴	۳۱	۲۳	۱۹	۰	۵۳
۱۴ طرح‌های گردشگری	۶	۱۹	۱۳	۷	۱۱	۸	۱۵	۶	۲۰	۱۲	۱۵	۱۷	۲۲	۰

در ادامه ماتریس دسترسی اولیه^۱ با تعیین روابط به صورت صفر و یک از روی ماتریس به دست آمده در مرحله قبل و طی ۲ مرحله به دست می آید: در مرحله اول ابتدا یک مقیاس عددی واحد در نظر گرفته و اعداد جدول مرحله قبل با آن مقایسه می شود. در صورتی که عدد مربوطه در جدول از مقیاس بزرگتر باشد در جدول جدید از عدد یک و در غیر این صورت از صفر استفاده می شود.

$$m=2 * n \quad m=2 * 19=38$$

m : عدد مقیاس و n : تعداد پرسشنامه های جمع آوری شده که برای این تحقیق عدد مقیاس ۳۸ به دست می آید. بنابراین در این پژوهش و در جدول مربوط به ماتریس ساختاری روابط درونی متغیرها، همه عددهای بزرگتر و مساوی ۳۸ را مساوی یک و اعداد کوچکتر را برابر صفر قرار داده و ماتریس حاصل را با ماتریس همانی جمع می شود. ماتریس خود تعاملی ساختاری به ماتریس صفر و یکی تبدیل می شود که نام آن ماتریس دسترسی اولیه می باشد، در این ماتریس فقط اعداد صفر و یک می باشد. پس از اینکه ماتریس دسترسی اولیه به دست آمد باید سازگاری درونی آن بررسی شود. به عنوان نمونه اگر متغیر X منجر به متغیر Y شود و متغیر Y هم منجر به متغیر Z شود باید متغیر X نیز منجر به متغیر Z شود و اگر در ماتریس دسترسی اولیه این حالت برقرار نبود باید ماتریس اصلاح شود و روابطی که از قلم افتاده اند جایگزین شوند.

جدول شماره ۴. ماتریس دسترسی نهایی

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	میزان نفوذ
۱ حضور بخش خصوصی و جذب سرمایه گذاری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۴
۲ برنامه ریزی آموزش گردشگری و توسعه منابع انسانی	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱۰
۳ توسعه امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساختها	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۳
۴ نقش مدیریت شهری	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۹
۵ موقعیت استراتژیک خرم آباد	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۶
۶ تنوع زیستی، محیطی و جاذبه های طبیعی	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۵
۷ روحیه مهمان نوازی	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۵
۸ منابع سرزمین: آب و هوا، اقلیم مناسب	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۵
۹ معرفی شهر خرم آباد به عنوان پایلوت توسعه گردشگری پایدار شهری	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۳
۱۰ به کارگیری اینترنت و	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۳
۱۱ پیشینه تاریخی و میراث فرهنگی ارزشمند	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۹
۱۲ امنیت اجتماعی	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۹
۱۳ مشارکت جامعه محلی و سهامداران در اجرای طرح های گردشگری	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۲
۱۴ طرح های گردشگری	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱
میزان وابستگی	۱	۵	۴	۸	۹	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۴	۴	۴	۸	۱۳	۱۴

برای سازگار کردن ماتریس روش های مختلفی پیشنهاد شده است که در اینجا از قوانین ریاضی برای ایجاد سازگاری در ماتریس دسترسی اولیه استفاده می شود بدین صورت که ماتریس دسترسی اولیه را به توان $(K+1)$ می رسانند:

$$RMC = RM^{k+1} \quad K > 1$$

RMC : ماتریس دسترسی اولیه سازگار شده

عملیات به توان رساندن ماتریس باید طبق قاعده بولن باشد.

طبق این قاعده: $1+1=1, 1*1=1$ می باشد.

با به توان رساندن ماتریس دسترسی اولیه بعضی خانه‌های جدول که صفر بودن پس از سازگاری به یک تبدیل می‌شوند. ماتریس حاصل در جدول شماره (۴) تحت عنوان ماتریس دسترسی نهایی به دست آمده است. برای تعیین سطح متغیرها در مدل نهایی، به ازاء هر یک از آن‌ها، سه مجموعه خروجی، ورودی و مشترک تشکیل می‌گردد، این مجموعه‌ها در ساختار ماتریس نهایی و طراحی سیستم نقش اساسی دارند. مجموعه خروجی شامل عامل‌هایی است که از آن تأثیر می‌پذیرند، به‌طور مشابه مجموعه ورودی شامل عامل‌هایی است که بر آن تأثیر می‌گذارند و مجموعه مشترک نیز اشتراک دو مجموعه مذکور است. پس از به دست آوردن مجموعه‌های ورودی و خروجی برای هر یک از عامل‌ها و تعیین مجموعه‌های مشترک، سطح‌بندی عامل‌ها انجام می‌شود. مجموعه مشترک حاصل اشتراک دو مجموعه ورودی و خروجی هر دو عامل می‌باشد؛ چنانچه مجموعه‌های خروجی و مشترک برای یک عامل یکسان باشد آن عامل در بالاترین سطح مدل قرار می‌گیرد. بدین ترتیب سطوح عوامل اصلی مؤثر در توسعه گردشگری پایدار شهری در خرم‌آباد تعیین گردید (جدول شماره ۵).

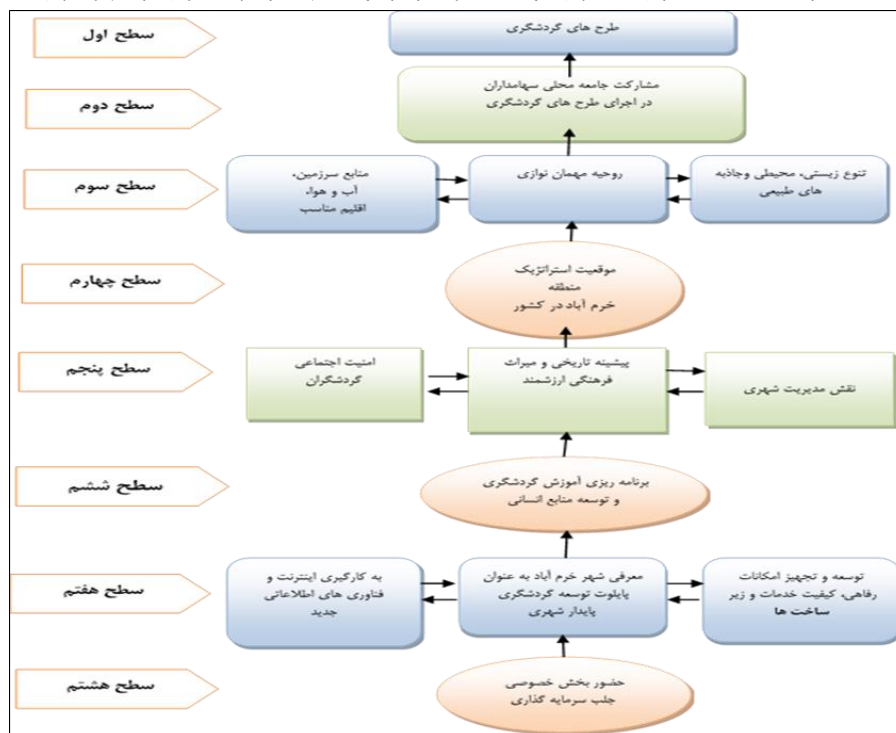
جدول شماره ۵. سطوح عوامل اصلی مؤثر در توسعه گردشگری پایدار شهری در خرم‌آباد

معیارها	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مشترک	سطح
۱ حضور بخش خصوصی و جذب سرمایه‌گذاری	۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۲، ۱۱،۱۲،۱۳،۱۴	۱	۱	سطح هشتم
۲ برنامه‌ریزی آموزش گردشگری و توسعه منابع انسانی	۱۱،۱۲،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۳،۱۴	۱،۲،۳،۴،۹،۱۰	۲	سطح ششم
۳ توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها	۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۲، ۱۱،۱۲،۱۳،۱۴	۱،۳،۹،۱۰	۳،۹،۱۰	سطح هفتم
۴ نقش مدیریت شهری	۴،۵،۶،۷،۸،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴	۱،۲،۳،۴،۹،۱۰،۱۱،۱۲	۴،۱۱،۱۲	سطح پنجم
۵ موقعیت استراتژیک خرم‌آباد	۵،۶،۷،۸،۱۳،۱۴	۱۰،۱۱،۱۲،۱۳،۴،۵،۹	۵	سطح چهارم
۶ تنوع زیستی، محیطی و جاذبه‌های طبیعی	۶،۷،۸،۱۳،۱۴	۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۲، ۱۱،۱۲	۶،۷،۸	سطح سوم
۷ روحیه مهمان‌نوازی	۶،۷،۸،۱۳،۱۴	۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۲، ۱۱،۱۲	۶،۷،۸	سطح سوم
۸ منابع سرزمین: آب‌وهوا، اقلیم مناسب	۶،۷،۸،۱۳،۱۴	۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۲، ۱۱،۱۲	۶،۷،۸	سطح سوم
۹ معرفی شهر خرم‌آباد به‌عنوان پایلوت توسعه پایدار گردشگری	۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۲، ۱۱،۱۲،۱۳،۱۴	۱،۳،۹،۱۰	۳،۹،۱۰	سطح هفتم
۱۰ به‌کارگیری اینترنت و	۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۲، ۱۱،۱۲،۱۳،۱۴	۱،۳،۹،۱۰	۳،۹،۱۰	سطح هفتم
۱۱ پیشینه تاریخی و میراث فرهنگی ارزشمند	۴،۵،۶،۷،۸،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴	۱،۲،۳،۴،۹،۱۰،۱۱،۱۲	۴،۱۱،۱۲	سطح پنجم
۱۲ امنیت اجتماعی	۴،۵،۶،۷،۸،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴	۱،۲،۳،۴،۹،۱۰،۱۱،۱۲	۴،۱۱،۱۲	سطح پنجم
۱۳ مشارکت جامعه محلی و سهامداران در اجرای طرح‌های گردشگری	۱۳،۱۴	۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۲، ۱۱،۱۲،۱۳	۱۳	سطح دوم
۱۴ طرح‌های گردشگری	۱۴	۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۲، ۱۱،۱۲،۱۳،۱۴	۱۴	سطح اول

پس از تعیین روابط و سطح عوامل باید آن‌ها را به شکل مدلی ترسیم کرد. به همین منظور با توجه به سطوح هر یک از عامل‌ها و همچنین ماتریس دسترسی‌پذیری نهایی و مدل اولیه ساختاری تفسیری، مدل نهایی ساختاری مفهومی (ISM) تشکیل گردید. مدل نهایی به دست آمده در این پژوهش از هشت سطح مختلف تشکیل شده است شکل شماره (۳). عواملی که در سطوح بالایی مدل قرار گرفته‌اند از تأثیرگذاری کمتری برخوردار بوده و هرچه به سطوح پایین‌تر مدل نزدیک‌تر می‌شویم؛ تأثیرگذاری عوامل افزایش می‌یابد. مهم‌ترین این عوامل از نظر سطح اهمیت، "حضور بخش

خصوصی" می‌باشد که در پایین مدل قرار گرفته است و در واقع عامل ریشه‌ای و مهم به حساب می‌آید. در سطح بعدی به ترتیب عامل‌های دیگری مانند: "معرفی شهر به عنوان پایلوت گردشگری از سوی سازمان ملل"، "توسعه و تجهیز امکانات رفاهی و زیرساخت‌ها" و "به‌کارگیری اینترنت و فناوری‌های اطلاعاتی جدید" تأثیر بسزایی در جهت رشد و توسعه گردشگری در شهر خرم‌آباد داشته و همانند سنگ زیربنایی، عمل می‌کنند. سایر عامل‌ها با توجه به میزان تأثیرگذاری و اهمیت در امر توسعه گردشگری پایدار در سطوح بعدی مدل ساختاری تفسیری قرار گرفته‌اند.

شکل شماره ۳. مدل ساختاری تفسیری عوامل تأثیرگذار در توسعه پایدار گردشگری در شهر خرم‌آباد



تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ - میزان وابستگی عوامل: جمع سطری مقادیر در ماتریس دسترس‌سی نهایی جدول شماره (۴) برای هر عامل بیانگر میزان نفوذ و جمع ستونی بیانگر میزان وابستگی خواهد بود، عواملی که در سطوح پایین مدل قرار دارند به دلیل دارا بودن قدرت پیش‌برندگی بیشتر به عنوان عوامل هادی و عواملی که در سطوح بالاتر قرار دارند به دلیل وابستگی، عوامل پیرو محسوب می‌شوند. بر اساس قدرت نفوذ و وابستگی چهار گروه از عوامل قابل‌شناسایی خواهند بود که عبارت‌اند از: عوامل خودمختار: عواملی که دارای قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف باشند، این عوامل تا حدودی از سایر عوامل مجزا و ارتباطات کمی دارند (ناحیه ۱). عوامل وابسته: عواملی که دارای قدرت نفوذ کمی ولی وابستگی زیاد باشند (ناحیه ۲). عوامل متصل (پیوندی): عواملی که دارای قدرت نفوذ و وابستگی زیاد هستند (ناحیه ۳). عوامل محرک: عواملی که دارای قدرت نفوذ زیاد و وابستگی ضعیف می‌باشند (ناحیه ۴). در این پژوهش با توجه به قدرت نفوذ و میزان وابستگی، عوامل را در یکی از خوشه‌های چهارگانه روش ماتریس اثر ضرب ارجاع متقابل کاربردی قرار می‌گیرند. بر روی ماتریس موردنظر نقاط مرزی معمولاً یک واحد از میانگین تعداد عوامل بزرگ‌تر می‌باشند. با توجه به اینکه تعداد عوامل برابر ۱۴ می‌باشد، نقاط مرزی روی ماتریس باید برابر ۸ در نظر گرفته شود و از آنجایی که نقاط مرزی باید به‌گونه‌ای باشد که به خوبی عوامل مختلف را در خوشه‌های موردنظر تفکیک کند. در پژوهش حاضر مرز دقیقاً بین ۷ و ۸ قرار گرفته است. ناحیه یک: شامل "متغیرهای مستقل" است که دارای قدرت نفوذ و میزان وابستگی ضعیف هستند، این متغیرها نسبتاً

غیر متصل به سیستم بوده و دارای ارتباطات کم و ضعیف با سیستم می‌باشند. در این پژوهش هیچ‌یک از عوامل در این دسته قرار نگرفته‌اند و این بیانگر ارتباط قوی متغیرها با همدیگر در مدل توسعه گردشگری شهری پایدار می‌باشد.

ناحیه دو: "متغیرهای وابسته" دومین دسته هستند که دارای قدرت نفوذ کم و میزان وابستگی زیاد می‌باشند. این متغیرها به‌طور عمده نتایج توسعه گردشگری هستند که برای ایجاد آن‌ها عوامل زیادی دخالت دارند و خود آن‌ها کمتر می‌توانند زمینه‌ساز متغیرهای دیگر شوند. عواملی مانند "موقعیت استراتژیک منطقه و شهر خرم‌آباد در کشور"، "تنوع زیستی، محیطی و جاذبه‌های طبیعی"، "روحیه مهمان‌نوازی"، "آب‌وهوا و اقلیم مناسب"، "مشارکت جامعه محلی سهامداران در اجرای طرح‌های گردشگری" و "طرح‌های گردشگری" با توجه به مدل در این ناحیه قرار می‌گیرند.

ناحیه سه: عواملی که قدرت نفوذ و میزان وابستگی بالایی دارند و در اصطلاح عوامل پیوندی خوانده می‌شوند، در این ناحیه واقع شده‌اند عواملی چون "نقش مدیریت شهری"، "امنیت اجتماعی گردشگران" و "پیشینه تاریخی و میراث فرهنگی ارز شمند" با توجه به تجزیه و تحلیل مدل در این ناحیه قرار گرفته‌اند. ناحیه چهار: عواملی که از قدرت نفوذ بسیار بالا و میزان وابستگی کمی برخوردار هستند. عواملی مانند: "حضور بخش خصوصی"، "معرفی شهر به‌عنوان پایلوت گردشگری از سوی سازمان ملل"، "توسعه و تجهیز امکانات رفاهی و زیرساخت‌ها"، "به‌کارگیری اینترنت و فناوری‌های اطلاعاتی جدید" و "برنامه‌ریزی و توسعه نیروی انسانی" با توجه به اینکه در سطوح بالاتر اهمیت نمودار واقع شده و از قدرت نفوذ بیشتری نسبت به سایر عوامل برخوردارند در این ناحیه قرار می‌گیرند.

شکل شماره ۴. نمودار قدرت نفوذ - وابستگی

قدرت نفوذ	۱۴	۱																			
	۱۳				۳۹،۱۰																
	۱۲																				
	۱۱				ناحیه چهار															ناحیه سه	
	۱۰				خوشه محرک	۲														خوشه پیوندی	
	۹									۱۲،۱۱،۴											
	۸																				
	۷																				
	۶														۵						
	۵																			۸،۷،۶	
	۴					ناحیه یک														ناحیه دو	
	۳					عوامل خودمختار														خوشه وابسته	
	۲																				۱۳
	۱																				۱۴
		۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴						
																					میزان وابستگی

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به‌منظور تحلیل عوامل مؤثر در توسعه پایدار گردشگری در شهر خرم‌آباد در راستای کمک به توسعه صنعت توریسم و تبدیل شهر به یک مقصد گردشگری بین‌المللی پایدار و رقابتی با استفاده از مدل ساختاری مفهومی انجام گرفت. برای پاسخگویی به مسئله تدوین شده و تصمیم‌گیری در مورد تعیین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری پایدار شهری در شهر خرم‌آباد، بنا به ضرورت، از روش‌های مختلف پژوهش بهره گرفته شده و به کمک یک متدولوژی تحلیلی نوین تحت عنوان مدل‌سازی ساختاری تفسیری ISM، روابط بین عوامل توسعه گردشگری پایدار در شهر خرم‌آباد تعیین و به‌صورت یکپارچه مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که عواملی که در ناحیه‌های

سوم و چهارم قرار دارند با توجه به قدرت نفوذ بالاتر از تأثیرگذاری بیشتری برخوردار هستند. حضور بخش خصوصی و سرمایه‌گذاری در طرح‌های گردشگری، به‌عنوان عامل ریشه‌ای دارای بیشترین تأثیر بر توسعه گردشگری در شهر خرم‌آباد بوده و عامل‌های دیگری مانند: "معرفی شهر به‌عنوان پایلوت گردشگری از سوی سازمان ملل"، "توسعه و تجهیز امکانات رفاهی و زیرساخت‌ها" و "به‌کارگیری اینترنت و فناوری‌های اطلاعاتی جدید" که با توجه به قدرت نفوذ زیاد و وابستگی کم در ناحیه چهارم واقع شدند تأثیر بسزایی در رشد و شکوفایی گردشگری در شهر خرم‌آباد داشته و در رتبه‌های بعدی اهمیت قرار دارند. نتایج پژوهش حاضر ضمن تحلیل مدل به‌دست‌آمده بیانگر این است که، عواملی مانند: "موقعیت استراتژیک منطقه و شهر خرم‌آباد در کشور"، "تنوع زیستی، محیطی و جاذبه‌های طبیعی"، "روحیه مهمان‌نوازی"، "آب‌وهوا و اقلیم مناسب" و "طرح‌های گردشگری" در رتبه اهمیت پایین‌تری نسبت به سایر عوامل قرار دارند. به نظر می‌رسد توجه به اهداف و اصول توسعه پایدار گردشگری نیازمند همکاری بخش‌ها و نهادهای گوناگون مسئول در توسعه و عمران شهری است، شناسایی منابع و عوامل مؤثر در توسعه گردشگری و استفاده بهینه از آن‌هاست که در راستای تأمین نیازهای فراغتی عامه شهروندان و بازید کنندگان، در مقیاس محلی، ملی و فراملی به کار می‌رود. عوامل کلیدی استراتژیک حاصل از پژوهش حاضر می‌تواند در کانون توجه مدیران و برنامه‌ریزان در شهر قرار گرفته، امکانی مناسب برای توسعه پایدار شهری بر پایه گردشگری پدید آورده، موجب دستیابی منطقه به موقعیت مطلوب در زمینه گردشگری در عرصه داخلی و بین‌المللی و تبدیل شهر خرم‌آباد به یک مقصد گردشگری بین‌المللی پایدار و رقابتی شوند. به‌طور کلی توسعه پایدار در صنعت گردشگری اثراتش را در تمام بخش‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی به سرعت نشان خواهد داد، موجب شکوفایی اقتصادی گردیده و در نهایت منجر به اشتغال‌زایی، بهره‌وری صنایع محلی، افزایش توان اقتصادی شهر و به‌تبع آن افزایش درآمد سازمان‌های اداره‌کننده شهر (شهرداری‌ها و شورای شهر) برای اداره هر چه بهتر شهر گردد. یافته‌های پژوهش حاضر می‌تواند به مدیران شهری در بالا بردن سطح توسعه پایدار گردشگری شهری و افزایش رضایت محلی و همچنین رضایت گردشگران با کمترین آسیب محیطی، یاری رساند. از جمله پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه می‌توان به پژوهشی که مایاکا و همکاران انجام داده‌اند اشاره کرد؛ نتایج پژوهش نشان می‌دهد؛ اگرچه گردشگری یک بخش مهمی در اقتصاد می‌باشد و یک عنصر کلیدی و شاخص در کسب توسعه و پیشرفت کنیاست ولی توجه به عوامل خارجی گوناگونی که به‌طور عمده به عملکرد بهینه در توسعه گردشگری پایدار کمک می‌کند لازم است. اعمال نفوذ قدرت‌ها به‌منظور کسب مزیت‌ها از فرصت‌های به وجود آمده و پتانسیل موجود در بازارهای گردشگری، منطقه‌ای و بین‌المللی. اصلاح در بخش آموزشی بالاتر برای تحقق نیروی کار آموزش‌دیده در صنعت گردشگری در راستای اهداف توسعه‌ای ملی امری ضروری است. حفاظت از همه اکوسیستم‌ها، لازم و ضروری می‌باشد. آنچه از مقایسه نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش الگوی گردشگری مایاکا و همکاران به‌دست‌آمده، این است که برخی نتایج مشترک درباره اثرگذاری عوامل مورد مطالعه در توسعه گردشگری پایدار حاصل گردیده است.

مدیریت کلان یکپارچه شهری متخصص و مسلط به علم روز در زمینه صنعت گردشگری می‌تواند باعث رشد و شکوفایی این صنعت شود. مدیریت کلان در صنعت گردشگری باید فرصت‌ها را در منطقه شناسایی کرده و آن‌ها را در طرح جامع گردشگری شهر خرم‌آباد بگنجانند و زمینه سرمایه‌گذاری در آن‌ها را مهیا کند چرا که شهر خرم‌آباد به‌عنوان مرکز استان لرستان از جمله تاریخی‌ترین شهرستان‌های کشور با غنای فرهنگی و محیطی مناسب بسیار مستعد توسعه گردشگری می‌باشد. راهکارهای حاصل از پژوهش حاضر جهت پیشبرد هدف اصلی که همان توسعه پایدار گردشگری در شهر خرم‌آباد می‌باشد به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- ❖ جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی برای سرمایه‌گذاری در طرح‌های توسعه گردشگری در شهر خرم‌آباد؛
- ❖ بهبود زیرساخت‌ها، ارتقاء کیفیت خدمات و تسهیلات به گردشگران؛

- ❖ توجه بیشتر به آثار تاریخی و فرهنگی و تلاش برای مرمت و نگهداری جدی آن‌ها؛
- ❖ ایجاد نهادی تحت عنوان گردشگری مجازی باهدف توسعه چشم‌انداز گسترش صنعت گردشگری شهری؛
- ❖ توسعه مدیریت یکپارچه شهری در عرصه توسعه گردشگری در شهر خرم‌آباد؛
- ❖ توسعه فضاهای تفریحی - گردشگری در سطح شهر و اطراف رودخانه خرم‌آباد؛
- ❖ اصلاح و بهبود سیستم حمل‌ونقل؛
- ❖ توسعه منابع انسانی مرتبط با صنعت گردشگری و تربیت نیروی انسانی متخصص و کارآمد در این زمینه؛

منابع

- (۱) استعلاجی، علیرضا الله؛ قلی نژاد، مهناز (۱۳۹۰) برنامه‌ریزی توسعه پایدار با تأکید بر گردشگری مطالعه موردی سرعین و روستاهای اطراف، فصلنامه جغرافیا، دوره جدید، سال ۹، شماره ۳۰، صص. ۱۴۴-۱۲۹.
- (۲) اکبریان رونیزی، سعید رضا (۱۳۹۶) نقش گردشگری در پایداری شهری، مورد: شهر سی سخت شهرستان دنا، نشریه گردشگری شهری، زمستان ۱۳۹۶، دوره ۴، شماره ۴، صص. ۱۲-۱.
- (۳) ایمانی، بهرام؛ خسروی مهر، حمیده؛ طورانی، علی (۱۳۹۴) ارزیابی و رتبه‌بندی موانع توسعه گردشگری در شهرستان مینودشت، نشریه گردشگری شهری، بهار ۱۳۹۴، دوره ۲، شماره ۱، صص ۸۹-۷۵.
- (۴) پوراحمد، احمد؛ بادکو، بهروز؛ حاتمی نژاد، حسین؛ فرجی سبکبار، حسنعلی (۱۳۹۱) بررسی راهبردهای توسعه گردشگری استان کرمانشاه با استفاده از مدل سوات، نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، زمستان ۱۳۹۱، سال ۵، شماره ۱، صص. ۱۸-۱.
- (۵) تقوی، مهدی و قلی پور سلیمانی، علی (۱۳۸۸) عوامل مؤثر بر رشد صنعت گردشگری ایران، پژوهشنامه اقتصادی، پاییز ۱۳۸۸، سال ۹، شماره ۳ (پیاپی ۳۴)، صص. ۱۷۲ - ۱۵۷.
- (۶) خودگو، سعادت (۱۳۸۳) لرستان در عهد قاجار، چاپ اول، خرم‌آباد: انتشارات افلاک.
- (۷) زنگی‌آبادی، علی؛ محمدی، جمال؛ زیرک باشی، دیبا (۱۳۸۵) تحلیل گردشگری داخلی شهر اصفهان، نشریه جغرافیا و توسعه، پاییز و زمستان ۱۳۸۵، سال ۴، شماره ۸، صص. ۱۵۶ - ۱۳۱.
- (۸) زنگی‌آبادی، علی و ده چشمه، مصطفی (۱۳۸۷) امکان‌سنجی توانمندی‌های اکوتوریسم استان چهارمحال بختیاری، نشریه محیط‌شناسی، پاییز ۱۳۸۷، دوره ۳۴، شماره ۴۷، صص. ۱۰۰ - ۱.
- (۹) سازمان میراث فرهنگی صنایع‌دستی و گردشگری استان لرستان، شرکت مهندسی مشاور نتپا، نو اندیشان توسعه پایدار آسیا (۱۳۸۸) مطالعات ساختاری راهبردی طرح تفصیلی گردشگری شهرستان خرم‌آباد، مرحله یکم، جلد دوم، لرستان: سازمان میراث فرهنگی صنایع‌دستی و گردشگری استان لرستان.
- (۱۰) سازمان ایران‌گردی و جهانگردی استان لرستان، شرکت مهندسی آبادی سرزمین (۱۳۸۲) طرح جامع گردشگری استان لرستان، مطالعات شناخت، گزارش مطالعات گردشگری، جلد ۲، لرستان: سازمان ایران‌گردی و جهانگردی استان لرستان.
- (۱۱) سازمان نوسازی و بهسازی خرم‌آباد، مهندسی مشاور آباد بوم قشم (۱۳۸۳) تدوین برنامه راهبردی حفظ، احیاء و باز زنده سازی بافت تاریخی خرم‌آباد، گزارش مرحله اول، خرم‌آباد: سازمان نوسازی خرم‌آباد.
- (۱۲) کرباسیان، مهدی؛ خوشانی، اعظم؛ جوانمردی، محمد؛ زنجیرچی، سید محمود (۱۳۹۰) کاربرد مدل ISM جهت سطح‌بندی شاخص‌های انتخاب تأمین‌کنندگان چایک و رتبه‌بندی تأمین‌کنندگان با استفاده از روش TOPSIS - AHP فازی، مجله مدیریت تولید و عملیات، بهار و تابستان ۱۳۹۰، سال دوم، شماره دوم، صص. ۱۳۴-۱۰۷.
- (۱۳) کشاورز، مهناز و سرپرست، حسین (۱۳۹۲) تحلیل راهبردهای توسعه پایدار گردشگری بر اساس مدل ترکیبی فرایند تحلیل شبکه و تحلیل استراتژیک سوات مطالعه موردی: شهرستان خرم‌آباد، همایش معماری و شهرسازی و توسعه پایدار با محوریت از معماری بومی تا شهر پایدار، ۵ دی‌ماه ۱۳۹۲، مؤسسه آموزش عالی خاوران، صص ۳۰ - ۱۵.
- 14) Altinay, Mehmet. & Hussain, Kashif. (2005) Sustainable tourism development: a case study of North Cyprus, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol.17 , No.3, pp.272 – 280.
- 15) Choi, Hawansukchris. & Sirakaya, Ercan. (2006) Sustainable indicators for managing Community tourism, Tourism Management, Vol.27, No.6, pp.1274–1289.

- 16) Eugenio-Martin, Juan Luis. & Morales, Noelia Martin and scarpa, Riccardo (2004) Tourism and economic growth in latin american Ccountries: A panel data approach FEEM Working Paper, No.26, pp.34-48.
- 17) Kannan, Govindan. & A Noorul, Haq. and Sasikumar, padangal. and Arunachalam Subramaniam. (2008) Analysis and selection of green suppliers using interpretative structural modeling and analytic hierarchy process. International Journal of Management and Decision Making, Vol.9, No.2, pp.163-82.
- 18) Kerimoglu, Ebru. & Hale, Ciraca. (2008) Sustainable tourism development and governance model for Valley, ITUAIZ (Istanbul technical university, Faculty of Aechitecture, Istanbul, Turkey). Vol.5, No.2, pp.22-43.
- 19) Mayaka, Melphon. Angwenyi. & Prasad, Haushila. (2012) Tourism In Kenya: An Analysis of Strategic Issues And Challenges Tourism, Management Perspectives, Vol.1, No.1, pp.48-56.
- 20) Mowforth, Martin. & Munt, Ian. (2003) Tourism and sustainably Development, globalization and new torism in the Third World, edition 2, London and New York: Routlege.
- 21) Tefler, David. & Sharply, Richard. (2008) tourism and Development in the developing world, edition 1, routledge publication.
- 22) Tzong-Ru, Lee. & Yu-Hsuan, Kuo. & Matti, Muhos. (2015) Applying Interpretive Structural Modeling to the Planning of a Sequence of Marketing Strategies: A Case Study of the Architectural Tourism in Taiwan. Asia Pacific Journal of Tourism Research, Vol.20, N.10, pp.1132-1150.
- 23) Warfield, John. (1974) Toward interpretation of complex structural modeling. IEEE Trans, Systems Man Cybernet, Vol.4, No.5, pp.405-417.
- 24) World Tourism Organization. (2013) UNWTO Annual Report 2012, UNWTO, Madrid.