

## تحلیل و ارزیابی قابلیت‌های توسعه صنعت گردشگری بافت تاریخی خرم‌آباد (مورد مطالعه: محله باباطاهر)

پروانه زیویار<sup>۱</sup>

دانشیار جغرافیا، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

سمیه تیموری

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه خوارزمی تهران و مدرس واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری،

دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۷/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۲/۲۱

### چکیده

گردشگری به عنوان بزرگترین و پیچیده‌ترین صنعت دنیا محسوب می‌گردد. تنوع ابعاد و پیچیدگی‌های صنعت گردشگری متناسب با مناطق جغرافیایی، زمینه‌های ویژه‌ای جهت برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری می‌طلبد. گردشگری از طریق ایجاد شغل و کسب درآمد می‌تواند مناطقی را که استعداد گردشگری را دارد به عنوان یکی از عناصر کلیدی توسعه مطرح نماید. در میان شهرهای مختلف کشور، شهر خرم‌آباد به سبب قدمت تاریخی، شمار فراوان جاذبه‌ها و نیز تنوع در آن‌ها از شهرهای بارز کشور به شمار می‌آید. محله باباطاهر به سبب داشتن آثار تاریخی متعددی از جمله مجاورت با قلعه فلک‌الافلاک، بازار میرزا سیدرضا، مقبره باباطاهر، چندخانه تاریخی، حمام باشی، میدان گپ، حمام گپ و ... قابلیت‌های زیادی را برای تبدیل به قطب مهمی از گردشگری را دارد. لذا هدف اصلی این تحقیق، تحلیل و ارزیابی قابلیت‌های توسعه صنعت گردشگری بافت تاریخی خرم‌آباد (محله باباطاهر) می‌باشد. روش تحقیق در پژوهش حاضر، توصیفی - تحلیلی و از نوع تحقیقات پژوهشی - کاربردی می‌باشد. نتایج به دست آمده در مدل تحلیل سلسله مراتبی AHP نشان می‌دهد که جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی با ضریب (۰/۶۵۶)، زیرساخت‌ها با ضریب (۰/۱۸۵) و تسهیلات و خدمات با ضریب (۰/۱۵۶) به ترتیب اهمیت بالاترین نمره را به خود اختصاص داده‌اند. نتایج حاصل از ارزیابی ماتریس - SWOT نشان می‌دهد که بزرگ‌ترین عدد به دست آمده مربوط به OS که نقاط فرصت و قوت پروژه می‌باشد که باید "استراتژی تهاجمی" اتخاذ شود، در این استراتژی OS {حداکثر - حداکثر} می‌باشد که باید با بهره‌گیری از نقاط قوت از فرصت‌های موجود نهایت استفاده را کرد.

واژگان کلیدی: توسعه، صنعت گردشگری، بافت تاریخی، خرم‌آباد، محله باباطاهر.

## مقدمه

گردشگری از طریق ایجاد شغل و کسب درآمد می‌تواند مناطقی را که استعداد گردشگری را دارد به‌عنوان یکی از عناصر کلیدی توسعه مطرح نماید چراکه این صنعت منجر به ایجاد تنوع در فعالیت‌های اقتصادی شده و ریسک ناشی از اقتصاد تک‌محصولی را کاهش می‌دهد. گردشگری می‌تواند در دو بعد جهانگردی (توریست خارجی) و ایرانگردی (توریست داخلی) مطرح باشد؛ در بخش اول ارزآوری این صنعت می‌تواند موجبات رشد و توسعه را فراهم نماید و در بخش دوم با تشدید سرعت جریان پول و کالادر اقتصاد محلی، منطقه‌ای و نهایتاً توسعه موزون ملی نقش مهمی ایفا نماید. نقش گردشگری به‌عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارزی و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و تقویت سایر صنایع می‌شود، در مطالعات متعدد مورد تأیید قرار گرفته است (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱). امروزه فعالیت‌های گردشگری به‌عنوان بخش چهارم فعالیت‌های انسان پس از کشاورزی، صنعت و خدمات محسوب می‌شود و کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند در سال ۲۰۲۰ به‌عنوان سودآورترین صنعت جهان درآید، به‌طوری‌که از آن به‌عنوان صادرات نامرئی نام می‌برند (کریم پناه، ۱۳۸۴). در واقع از گردشگری به‌عنوان ابزاری برای تحریک اقتصادهای بحرانی و تقویت فعالیت‌های توسعه‌ای از طریق اشتغال‌زایی و کسب درآمد استفاده می‌شود (Abby & Geoffrey, 2006). گردشگری به‌عنوان بزرگ‌ترین صنعت خدماتی دنیا، نقش و جایگاه ویژه‌ای در توسعه مناطق جغرافیایی دارد. هنگامی که ابعاد و زمینه‌های مرتبط با گردشگری به‌خوبی شناخته گردد، به‌طور یقین در جهت توسعه واقعی مناطق جغرافیایی گام‌های علمی و اجرایی مطلوب‌تری طی خواهد شد. این وضعیت زمانی نمود بیشتر و عینی‌تری پیدا می‌نماید که منطقه‌ای دارای پتانسیل‌های گردشگری متنوع و منحصر-به‌فرد باشد، توسعه گردشگری در هر منطقه نیازمند شناخت علمی توان‌ها و پتانسیل‌های گوناگون گردشگری، ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی، اکولوژیکی، اقتصادی، صنعتی، مسائل و مشکلات مسافران در طول اقامت آنان و برنامه‌ریزی پویا است. شناخت پتانسیل‌های طبیعی و انسانی هر منطقه، همراه با آگاهی از محدودیت‌های آن در امر برنامه‌ریزی و توسعه پایدار آن نقش عمده‌ای ایفا می‌نماید (بزی و سالاری سردری، ۱۳۸۹: ۳). در میان مناطق گوناگون کشور، شهر خرم‌آباد به سبب قدمت تاریخی، شمار فراوان جاذبه‌ها و نیز تنوع در آن‌ها از شهرهای بارز استان لرستان به‌شمار می‌آید، وضعیت استقرار و نوع جاذبه‌های این شهر موقعیت مناسبی را برای زون‌بندی و برنامه‌ریزی تجهیز جاذبه‌ها فراهم کرده است (طرح جامع گردشگری استان لرستان، ۱۳۸۴). محله باباطاهر به سبب داشتن آثار تاریخی متعددی از جمله: مجاورت با قلعه فلک‌الافلاک، بازار میرزاسید رضا، مقبره باباطاهر، چند خانه تاریخی، حمام باشی، میدان گپ، حمام گپ و... قابلیت‌های زیادی را برای تبدیل به قطب مهمی از گردشگری را دارد. با این حال صنعت گردشگری در این محله نسبت به نواحی دیگر از پیشرفت کمتری برخوردار بوده و دلیل اصلی این امر را باید در عدم برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری درست جستجو نمود. با توجه به آنچه ذکر شد، هدف اصلی این تحقیق تحلیل و ارزیابی قابلیت‌های توسعه صنعت گردشگری بافت تاریخی خرم‌آباد (محله باباطاهر) می‌باشد. با توجه به بیان مسئله و اهمیت موضوع تحقیق و همچنین اهدافی که در بالا ذکر گردید، این پژوهش درصدد است تا به سؤال اساسی زیر پاسخ دهد:

- عمده راهبردها و استراتژی‌های مؤثر به‌منظور توسعه صنعت گردشگری در محله باباطاهر به چه صورت می‌باشد؟

## ادبیات نظری و پیشینه پژوهش

مفهوم گردشگری را می‌توان از زوایا و چشم‌اندازهای مختلف مورد بررسی قرارداد. اسمیت معتقد است که دست-اندرکاران جهانگردی باید تعاریف متفاوت و انبوه ارائه شده از جهانگردی را پذیرفته، ضمن درک دلایل وجود چنین اختلاف نظرهایی، آن را ارج نهند (هال و جنکینز، ۱۳۸۹: ۱۸). لغت گردشگری<sup>۱</sup> از کلمه تور<sup>۲</sup> به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین tours به معنای دور زدن، رفتن و برگشتن بین مبدأ و مقصد و چرخش دارد (-Oxford, 1989). واژه توریسم نخستین بار در سال ۱۸۱۱ میلادی در مجله‌ای انگلیسی به نام اسپورتینگ ماگازین (مجله ورزش) آمد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت و به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت (محلای، ۱۳۸۰: ۳)؛ اما در فرهنگ‌های فارسی گردشگری با جهانگردی مترادف است و به معنای در اقطار عالم سفر کردن، مسافرت برای تفریح و سرگرمی و سفری که در آن مسافر به قصد مقصدی می‌رود و سپس به محل اقامت خود بازمی‌گردد، معنا شده است (الوانی، ۱۳۷۳: ۱۸). اما کامل‌ترین تعریفی که از گردشگری می‌توان ارائه داد، تعریفی است که سازمان جهانی گردشگری آن را بیان نموده است. طبق این تعریف، 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). گردشگری به مجموعه فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد. این فرآیند شامل هر فعالیتی از قبیل: برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن نیز می‌شود. همچنین فعالیت‌هایی را که یک گردشگر به عنوان بخشی از سفر انجام می‌دهد، نظیر خرید کالاهای مختلف و تعامل میان میزبان و میهمان را در برمی‌گیرد. به طور کلی می‌توان هرگونه فعالیت و فعل و انفعالی را که در جریان سفر یک گردشگر اتفاق می‌افتد، گردشگری تلقی کرد (موحد، ۱۳۸۶: ۱۵). در اینجا لازم است برای روشن شدن مفهوم گردشگری تفاوت بار معنایی آن با جهانگردی بیان شود. جهانگردی اساساً یک کار فرهنگی و به قصد شناخت و سیر در آفاق و انفس و برای نزدیکی به خداوند و تبلیغ دین انجام می‌شد. در حالی که گردشگری یک کار اقتصادی است که بیشتر برای لذت بردن و احساس آرامش کردن، فرار از گرفتاری‌های شهری و ارضای حس لذت‌جویی و کنجکاوای صورت می‌پذیرد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۲۲).

جغرافی دانان تعاریف زیادی از گردشگری ارائه کرده‌اند و اهمیت موضوع از نظر جغرافی دانان به حدی است که امروزه به صورت یک شاخه مستقل در جغرافیا تحت عنوان "جغرافیای جهانگردی"<sup>۳</sup> در آمده است. این کلمه در سال ۱۹۰۵ توسط "التراندر"<sup>۴</sup> وارد ادبیات جغرافیایی آلمان شد که با گسترش بررسی‌های جغرافیایی، اشکال مختلف جهانگردی و اهمیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن بیش از پیش مورد توجه قرار گرفت. در اینجا دو توصیف برای

<sup>۱</sup>. tourism

<sup>۲</sup>. tour

<sup>۳</sup>. Tourism Geography

<sup>۴</sup>. Altrandr

جهانگردی از نظر جغرافی دانان آورده می‌شود: "مطالعه شرایط جغرافیایی جهانگردی و بررسی وابستگی‌های بین اشکال مختلف وقت‌گذرانی با عوامل گوناگون طبیعی و فرهنگی است" (شکویی، ۱۳۵۴:۱۲).

مجموعه تأثیرات و روابط متقابلی که در نتیجه حضور موقت و گذراندن اوقات فراغت فرد یا گروهی از افراد غیر محلی از یک طرف و محیط پیرامون از طرف دیگر به وجود می‌آید. این تعریف نه تنها جنبه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جریان جهانگردی را نفی نمی‌کند، بلکه سعی می‌کند اساس پیدایش آن را با توجه به عوامل جغرافیایی اعم از عوامل طبیعی یا انسانی توجیه نموده و علل ظهور آن را بیان نماید تا از این طریق یعنی با شناخت آگاهانه به تجزیه و تحلیل یک جریان جهانگردی پرداخته و اثرات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را نه تنها در مقطع زمانی بلکه با استفاده از این دیدگاه، چشم‌انداز آینده را رخنمون سازد (رضوانی، ۱۳۷۴:۱۲).

### 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، خودشکوفایی و اتکاب‌نفس فرهنگی، مذهبی و ملی و فردی را در برمی‌گیرد (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، چراکه بر پایداری منابع برای گردشگری تأکید دارد. اصول پایداری به جنبه‌های محیطی، اقتصادی، 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 کلینگرتررا نشان می‌دهد که در این رویکرد، علاوه بر نیازهای بازار، نیازهای جامعه و محیط طبیعی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد (Hawkes & William, 1993).

ادبیات آکادمیک گردشگری شهری در ایران و سراسر جهان، در چند دهه اخیر افزایش وسیعی داشته است. در این راستا مطالعاتی نیز در صورت پذیرفته است که چند نمونه از آن به شرح زیر می‌باشد:

بدری و یاری حصار در سال ۱۳۸۸ در پژوهشی تحت عنوان "انتخاب مناطق نمونه گردشگری با استفاده از روش AHP در استان گهگیلویه و بویراحمد" به این نتیجه رسیدند که مناطق گردشگری چشمه بلقیس، کوهگل، منطقه دریاچه کوثر مناسب‌ترین گزینه برای انتخاب به عنوان مناطق نمونه گردشگری در تهیه طرح جامع گردشگری هستند (بدری و یاری حصار، ۱۳۸۸).

عشوری و فریادی در سال ۱۳۸۹ در پژوهشی تحت عنوان "ارزیابی توانایی مناطق طبیعت‌گردی با استفاده از روش‌های تجزیه و تحلیل چند معیاره (مطالعه موردی: لواسان کوچک)"، استعدادهای گردشگری لواسان کوچک را با استفاده از روش‌های ارزیابی چند معیاره در شش حوزه آبخیز شناسایی و ارزیابی نمودند. نتایج تحقیق آنان نشان می‌دهد که سه معیار جاذبه‌ها، تسهیلات و جوامع محلی مهم‌ترین معیارها می‌باشند (عشوری و فریادی، ۱۳۸۹).

رحمانی و همکاران در سال ۱۳۸۹ در پژوهشی دیگر با عنوان "امکان‌سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر ملایر با استفاده از مدل SWOT"، باهدف شناخت عوامل و زمینه‌های قوت، ضعف، فرصت و تهدید مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری شهر و تبیین الگویی مناسب جهت توسعه پایدار گردشگری شهری ملایر از دو روش توصیفی و تحلیلی استفاده نموده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، به دلیل وجود جاذبه‌های گردشگری و ارزش‌های فرهنگی در شهر، ملایر می‌تواند سالیانه پذیرای جمع کثیری از گردشگران داخلی و خارجی باشد (رحمانی و همکاران، ۱۳۸۹).

مشکینی و حیدری در در سال ۱۳۹۰ در پژوهش خود با عنوان "ارزیابی توسعه گردشگری شهر زنجان با استفاده از مدل SWOT" به بررسی پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توسعه صنعت گردشگری در شهر زنجان پرداخته‌اند. تجزیه و تحلیل‌ها نشان می‌دهد که با توجه به توان‌ها و استعدادهای بالقوه گردشگری منطقه، آن می‌تواند به یک عامل توسعه درون‌زا تبدیل شود که خود نیاز به برنامه‌ریزی جامع برای بازنمایی نقاط قوت، تقویت فرصت و مقابله با تهدیدات و ضعف‌ها را ضرورت می‌بخشد (مشکینی و حیدری، ۱۳۹۰). زیویار و همکاران در سال ۱۳۹۲ در پژوهشی با عنوان "امکان‌سنجی صنعت توریسم در شهرستان خرم‌آباد استفاده از مدل تحلیلی SWOT" به این نتیجه رسیدند که با نگاهی سیستمی به نقاط ضعف و قوت و همچنین فرصت‌ها و تهدیدهای موجود می‌توان نتیجه گرفت که شهر خرم‌آباد از جاذبه‌های توریستی فراوانی برخوردار است و دارای قابلیت‌های محیطی بسیاری است. لذا شهر از انطباق‌پذیری لازم با محیط برخوردار نیست و باید با اتخاذ استراتژی‌هایی درصدد از بین بردن تهدیدها جهت تبدیل به فرصت برآمد (زیویار و همکاران، ۱۳۹۲). رضایی نیا و جعفری در سال ۱۳۹۳ در پژوهش خود با عنوان "اولویت‌بندی راهبردهای مدیریت مقاصد گردشگری شهر سلطانیه" که بر اساس مدل استراتژیک (SWOT) و ماتریس (QSPM) داشتند، به این نتیجه رسیدند که تبلیغات وسیع و واگذاری تسهیلات خصوصی برای ساخت هتل و حفظ بازارهای گردشگری و شناساندن جاذبه‌ها و استفاده از پتانسیل‌های طبیعی شهر برای ایجاد امکانات تفریحی، مهم‌ترین راهبردها در گردشگری این شهر محسوب می‌شوند. جعفری و دیگران در سال ۱۳۹۴ در پژوهشی تحت عنوان "بررسی پتانسیل‌های اکوتوریسم و ژئوتوریسم شهرستان ماهنشان با استفاده از الگوی تحلیلی SWOT و تکنیک GIS" به بررسی جاذبه‌ها، امکانات و خدمات و وضعیت اکوتوریسم و ژئوتوریسم منطقه مورد مطالعه پرداخته و در نهایت به ارائه راهبردها و استراتژی‌های مرتبط به توسعه اکوتوریسم و ژئوتوریسم منطقه پرداخته شد. استراتژی نهایی اکوتوریسم و ژئوتوریسم این شهرستان یک استراتژی تهاجمی مبتنی بر تقویت نقاط قوت و استفاده از فرصت‌های موجود در جهت غلبه بر ضعف‌ها و تهدیدات پیش‌رو در زمینه گردشگری منطقه می‌باشد. سقایی و دیگران در سال ۱۳۹۵ در پژوهشی تحت عنوان "بررسی توانمندی‌های گردشگری شهر ساحلی بوشهر بر اساس مدل سوات و تاپسیس" برای این منظور با تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها براساس مدل SWOT به ارائه راهبرد، در جهت توسعه گردشگری شهر ساحلی بوشهر پرداختند. همچنین با استفاده از مدل تاپسیس رتبه‌بندی و سطح‌بندی پتانسیل‌های گردشگری بوشهر از نظر پاسخ‌دهندگان مناطق ۸ گانه شهر بوشهر صورت گرفت که نتایج به دست آمده نشان داد که برخورد مناسب مردم با ضریب نزدیکی (۵۳۴۷). در اولویت اول، ساحل زیبا و شنی با ضریب نزدیکی (۵۳۳۹). در اولویت دوم و مراسم مذهبی-سنتی با ضریب نزدیکی (۳۴۳۶). در اولویت سوم قرار گرفته و در جذب گردشگر به این شهر تأثیرگذار بودند. سبحانی و همکاران در سال ۱۳۹۶ در

پژوهشی تحت عنوان " کاربرد شاخص TCI و مدل SWOT در توسعه گردشگری دریاچه ارومیه" به این نتیجه رسیدند که شاخص TCI نشان می‌دهد که ماه‌های تیر و مرداد برای گردشگری ایده آل، ماه‌های خرداد، اردیبهشت، شهریور، فروردین، مهر و اسفند برای گردشگری بسیار خوب تا عالی و ماه‌های آبان، آذر، دی و بهمن برای گردشگری در مرز بحرانی تا خوب می‌باشد. نتایج تجزیه و تحلیل مدل SWOT نشان داد که تعداد ۱۷ نقطه قوت داخلی در برابر ۱۵ نقطه ضعف و تعداد ۱۹ فرصت در برابر ۱۷ تهدید شناسایی شد. بنابراین منطقه دارای پتانسیل بالای جذب گردشگری است ولی آستانه آسیب‌پذیری منطقه به علت کاهش آب دریاچه که در صورت تداوم آن سبب کاهش شدید گردشگران می‌شود که نیازمند بازنگری و ارائه سیاست مناسب برای رفع محدودیت‌ها و استفاده از مزیت‌های نسبی موجود منطقه می‌باشد.

### روش‌شناسی تحقیق

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 سؤالات و اهداف تحقیق پرداخته شد. ابتدا ما با توجه به نتایجی که از ۱۰۰ پرسش‌نامه گردشگری به دست آمده به رتبه‌بندی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری در بافت تاریخی محله باباطاهر از طریق مدل تحلیل سلسله مراتبی AHP به وسیله نرم‌افزار Expert choice می‌پردازیم و در نهایت برای ارائه راهبردها و استراتژی‌های موجود با توجه به نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدید از طریق ماتریس SWOT پیشنهادهایی را ارائه می‌دهیم. فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، یکی از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره است که برای اولین بار توسط آل ساعتی در سال ۱۹۸۰ مطرح شد. اساس این روش مقایسات زوجی است و هنگامی که تصمیم‌گیرنده با چندین شاخص کمی و کیفی روبه‌روست روش مناسبی است. فرآیند تحلیل شبکه با شناسایی و اولویت‌بندی عناصر تصمیم‌گیری شروع می‌شود، این عناصر شامل هدف‌ها، معیارها یا مشخصه‌ها و گزینه‌های احتمالی می‌شود که در اولویت‌بندی به کار گرفته می‌شوند. فرآیند شناسایی عناصر و ارتباط بین آن‌ها به ایجاد یک ساختار سلسله مراتبی منجر می‌شود، ساخت سلسله مراتبی به این دلیل است که عناصر تصمیم‌گیری را می‌توان در سطوح مختلف خلاصه کرد (بوون، ۱۹۹۳: ۳۳۳). این فرآیند روشی مناسب جهت اتخاذ تصمیمات پیچیده‌ای که عناصر و فاکتورهای تصمیم‌گیری در آن از جنس کیفیت بوده و به سختی می‌توان آن‌ها را به جنس کمیت تبدیل نمود. در این روش پس از ایجاد ساختاری سلسله مراتبی از عناصر تصمیم‌گیری (هدف، معیارها و گزینه‌ها) مقایسه دوجه‌دوی هر سطح از عناصر صورت می‌پذیرد که بدین ترتیب وزن هر عنصر در یک خوشه یا سطح تعیین و به منظور حصول اطمینان از ثبات اوزان تعیین شده جهت دستیابی به هدف مورد نظر، اقدام به محاسبه نرخ سازگاری آن‌ها می‌گردد (آقایی-همکاران، ۱۳۸۶: ۴). 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 تنوع‌بخشی (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).

#### محدوده مورد مطالعه

این محله یکی از قدیمی‌ترین محله‌های شهر خرم‌آباد در مرکز شهر است که از چهار طرف توسط خیابان‌های اصلی محصور شده است. از طرف شمال خیابان فردوسی (راسته بروجردی‌ها)، از جنوب خیابان ۲۴ متری حکیم، از طرف شرق خیابان امام و از سمت غرب خیابان حافظ این محله را محصور کرده است. این محله که تقریباً در سال ۹۷۷ هجری خورشیدی به وجود آمده از نظر معماری، بافت قدیمی و اکثراً به صورت خانه‌های ریزدانه و بعضاً درشت‌دانه معابر و کوچه‌های تنگ و باریک است. از آثار تاریخی موجود می‌توان به مقبره باباطاهر، خانه آخوند ابو، خانه ابوالقاسمی، حمام باشی، سقاخانه و چندین خانه تاریخی و قدیمی ثبت‌نشده اشاره کرد. این محله در سال ۱۳۵۵ هجری خورشیدی با عبور خیابان ۲۴ متری حکیم در جهت شرقی-غربی با عبور از دل محله و ویرانی معابر و خانه‌های موجود، محله را به دو قسمت تبدیل کرد و به دلیل قرار گرفتن مقبره باباطاهر در این محله، به این محله درب باباطاهر گویند (کاظمی، ۱۳۷۶).



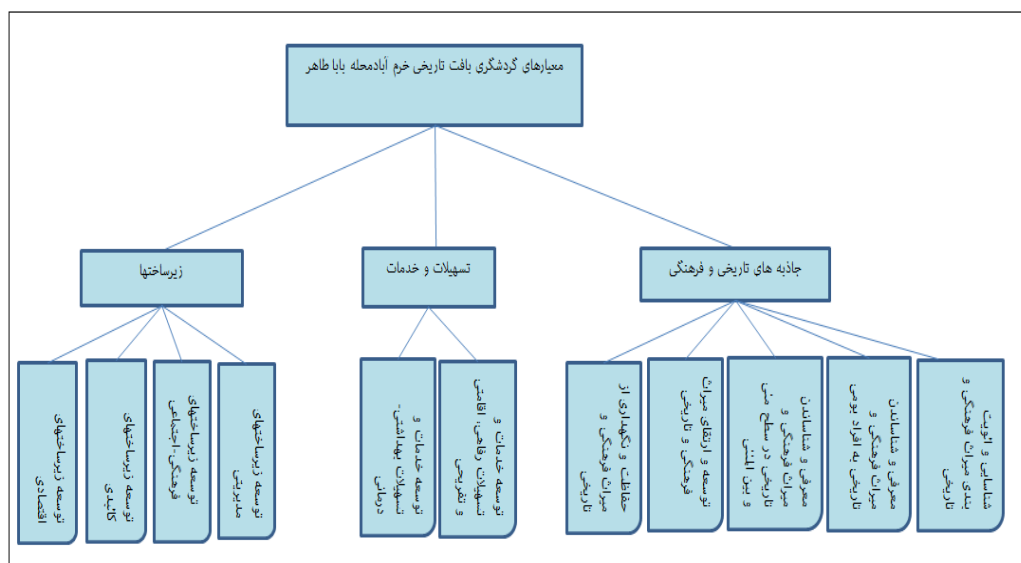
شکل ۱. موقعیت محله درب باباطاهر

منبع: سازمان نوسازی و بهسازی شهر خرم‌آباد

#### یافته‌ها

#### ۱. معیارهای گردشگری دریافت تاریخی

در این قسمت با توصیف اطلاعات به دست آمده در زمینه معیارهای گردشگری بافت تاریخی (جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی، تسهیلات و خدمات و زیرساخت‌های گردشگری) که در ۱۰۰ پرسشنامه که توسط گردشگران، ساکنین و صاحبین کسب و کار به عنوان جامعه میزبان مورد ارزیابی قرار گرفت به تحلیل وضعیت گردشگری بافت تاریخی پرداخته شده است. گردشگری دریافت تاریخی با سه معیار جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی، خدمات و تسهیلات و زیرساخت‌ها مورد ارزیابی قرار گرفته است، که ما به رتبه‌بندی این عوامل در قالب مدل فرآیند تحلیل سلسله مراتبی - AHP و سپس برای ارائه راهبردها و استراتژی‌ها به بررسی نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدید گردشگری در محدوده مورد مطالعه از طریق ماتریس SWOT می‌پردازیم.



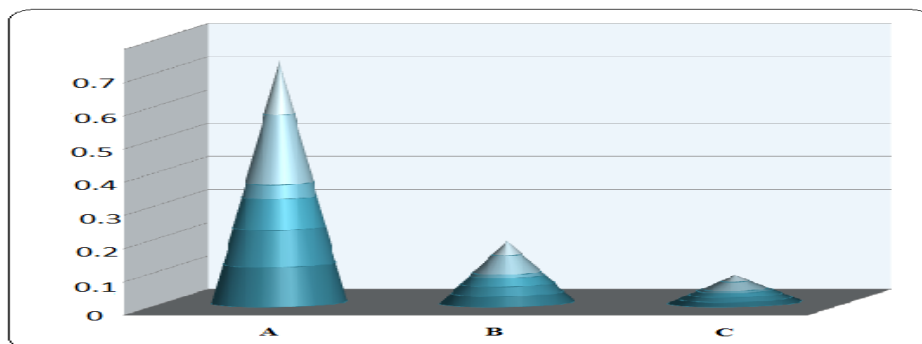
شکل ۲. ساختار سلسله مراتبی در پژوهش حاضر (نگارندگان، ۱۳۹۶)

جدول ۱. وزن نهایی معیار و زیرمعیارهای عوامل موثر بر گردشگری بافت تاریخی محله باباطاهر

هدف	معیار	زیرمعیار	ضریب اهمیت
رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری محله باباطاهر	جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی (۰/۶۵۶)	شناسایی و اولویت‌بندی میراث فرهنگی-تاریخی	۰/۵۲۸
		معرفی و شناسایی میراث فرهنگی-تاریخی به افراد بومی	۰/۲۲۹
		معرفی و شناسایی میراث فرهنگی-تاریخی در سطح ملی و بین‌المللی	۰/۰۶۱
		توسعه و ارتقاء میراث فرهنگی و تاریخی	۰/۰۷۳
		حفاظت و نگهداری از میراث فرهنگی و تاریخی	۰/۱۰۹
	تسهیلات و خدمات (۰/۱۵۶)	تسهیلات رفاهی- اقامتی-تفریحی	۰/۷۵۰
		تسهیلات بهداشتی- درمانی	۰/۲۵۰
	زیرساخت‌ها (۰/۱۸۵)	زیرساخت‌های مدیریتی	۰/۵۴۹
		زیرساخت‌ها اقتصادی	۰/۲۹۷
		زیرساخت‌ها فرهنگی- اجتماعی	۰/۱۰۲
		زیرساخت‌های کالبدی	۰/۰۵۳

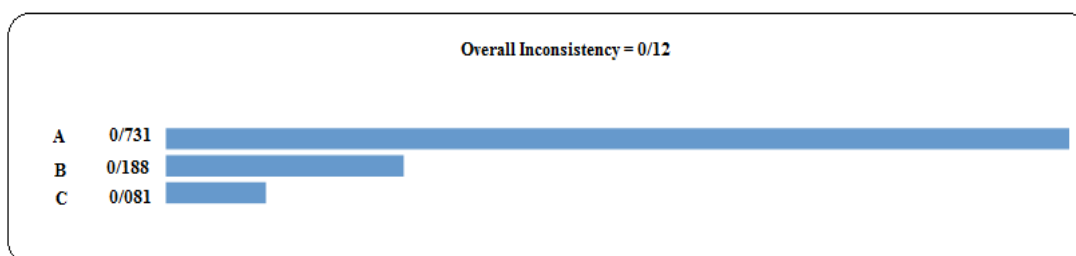
(منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶)





شکل ۳. ارزیابی گزینه‌ها در پژوهش حاضر (نگارندگان، ۱۳۹۶)

شاخص ناسازگاری در تحقیق حاضر  $CR=0/12$  درصد است که نشان‌دهنده صحت محاسبات حاصل از رتبه‌بندی است که در نرم‌افزار EXPERT CHOICE محاسبه شده است.



شکل ۴. شاخص ناسازگاری در پژوهش حاضر (منبع: نگارندگان، ۱۳۹۶)

## ۲. تحلیل یافته‌ها در مدل تحلیل سلسله مراتبی AHP

نتایج به دست آمده در مدل تحلیل سلسله مراتبی AHP نشان می‌دهد که جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی با ضریب (۰/۶۵۶) زیرساختها با ضریب (۰/۱۸۵) و تسهیلات و خدمات با ضریب (۰/۱۵۶) به ترتیب اهمیت بالاترین نمره را به خود اختصاص داده‌اند. در زمینه زیرمعیارها شناسایی و اولویت‌بندی جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی با ضریب (۰/۵۲۸) تسهیلات و خدمات اقامتی تفریحی با ضریب (۰/۷۵۰) زیرساخت‌های مدیریتی با ضریب (۰/۵۴۹) بیشترین رتبه را به خود اختصاص داده‌اند. نتایج نظرسنجی حاصل از شناسایی و اولویت‌بندی که توسط گردشگران، کسبه و ساکنین از پرسش‌نامه به دست آمده است نشان می‌دهد که اکثریت پاسخ‌دهندگان (۱۱، ۲۷/۶۶ و ۱۳ درصد) عملکرد سازمان‌های ذی‌ربط در زمینه فعالیت‌های شناسایی، اولویت‌بندی و معرفی جاذبه‌ها را به ترتیب بسیار مطلوب، نامطلوب و تا حدی مطلوب ارزیابی کرده‌اند. تعداد تقریباً برابری از آن‌ها (۳۸/۶۶ و ۹/۶۸ درصد) به ترتیب بر نامطلوب و بسیار نامطلوب بودن نظر داده‌اند. با توجه به نتایج کلی تحلیل و مشاهدات عینی پژوهشگر می‌توان به این نتیجه رسید که سیستم گردشگری بافت تاریخی و شناسایی و شناساندن جاذبه‌های تاریخی فرهنگی توانسته تا حدی موفق باشد ولی این عملکرد درخور اهمیت و ارزش جاذبه‌های گردشگری نیست. نتایج تحلیل شاخص توسعه خدمات و تسهیلات رفاهی- اقامتی- تفریحی حاکی از وضعیت نامطلوب خدمات و تسهیلات محدوده تاریخی- فرهنگی می‌باشد. بیشترین تعداد گردشگران (۳۰ و ۲۸ درصد) وضعیت خدمات و تسهیلات بافت تاریخی شهر خرم‌آباد محله باباطاهر را تا بسیار نامطلوب و نامطلوب، اعلام نموده‌اند. فقط تعداد کمی از آن‌ها (۲۰ و ۱۵ و ۷ درصد) وضعیت خدمات و تسهیلات بافت تاریخی را بسیار مطلوب و مطلوب و تا حدی مطلوب دانسته‌اند. می‌توان

از این یافته‌ها به این نتیجه رسید از دیدگاه گردشگران، سیستم گردشگری بافت تاریخی شهر خرم‌آباد محله باباطاهر در تهیه و ارائه این خدمات و تسهیلات عملکرد ضعیفی داشته است و می‌توان علت اصلی این ضعف را فقدان مراکز بازی و فروشگاه‌های بزرگ، نداشتن پارکینگ و نبود هتل و مسافرخانه و... دانست. زیرساخت‌های مدیریتی یکی دیگر از شاخص‌های مدیریت گردشگری در بافت تاریخی می‌باشد. وضعیت این شاخص در پرسشنامه ساکنین و کسبه مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج حاصل از تحلیل این ارزیابی نشان می‌دهد که در رابطه با زیرساخت‌های مدیریتی می‌توانیم بگوییم که اکثریت ساکنین و کسبه (۵۶ و ۱۰ درصد) زیرساخت‌های مدیریت گردشگری در بافت تاریخی شهر خرم‌آباد محله باباطاهر را به ترتیب نامطلوب و بسیار نامطلوب ارزیابی نموده‌اند (۱۷ و ۹ و ۸) آن‌ها این زیرساخت‌ها را به ترتیب مطلوب تا حدی مطلوب و بسیار مطلوب اعلام کرده‌اند.

### ۳. تجزیه و تحلیل یافته‌ها در ماتریس SWOT

توسعه گردشگری 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 بافت تاریخی خرم‌آباد با استفاده از مدل تحلیلی SWOT می‌پردازیم. چنانچه ملاحظه می‌شود امتیاز محدود ما در ارزیابی عوامل داخلی ۲/۴۱ 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. همچنین در ماتریس عوامل خارجی، امتیاز نهایی ۲/۵۲ بوده و عدد بزرگ‌تر از ۲/۵ بیانگر شرایط مطلوب این بخش نیز می‌باشد و برای اینکه محدود ما از وضعیت فعلی به وضعیت پویا و فعال تبدیل شود، نیازمند استراتژی‌های خاص در ارتباط با وضع موجود می‌باشد.

جدول ۲. ماتریس ارزیابی نقاط ضعف و قوت ناشی از عوامل داخلی ((IFE)

ردیف	عوامل	ضریب	نمره	نمره نهایی
<b>نقاط ضعف</b>				
۱	عدم سرمایه‌گذاری (بخش دولتی و خصوصی) در زمینه گردشگری	۰/۰۹	۱	۰/۰۹
۲	کمبود نیروی انسانی آموزش‌دیده و متخصص در امر گردشگری	۰/۰۸	۱	۰/۰۸
۳	کمبود تاسیسات اقامتی و پذیرایی (هتل‌ها و رستوران‌ها)	۰/۰۸	۱	۰/۰۸
۴	کمبود امکانات آموزشی، تفریحی و توریستی	۰/۰۷	۲	۰/۱۴
۵	عدم تبلیغات کافی برای گردشگران	۰/۰۷	۲	۰/۱۴
۶	کمبود مراکز درمانی و پزشکی	۰/۰۶	۲	۰/۱۲
۷	کمبود دفاتر اطلاعاتی و جهانگردی	۰/۰۶	۲	۰/۱۲
<b>نقاط قوت</b>				
۸	مجاورت در کنار آثار مهمی مثل قلعه فلک‌الافلاک	۰/۰۹	۳	۰/۲۷
۹	وجود چند خانه تاریخی در محدوده بافت مانند خانه آخوند ابو	۰/۰۹	۳	۰/۲۷
۱۰	وجود حمام‌های تاریخی مانند حمام باشی	۰/۰۷	۳	۰/۲۱
۱۱	وجود کاروانسرای تاریخی میرزا سید رضا	۰/۰۷	۳	۰/۲۱
۱۲	نزدیکی به بازار	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
۱۳	وجود اماکن مذهبی مثل امامزاده زید ابن علی	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
۱۴	وجود ساختمان تاریخی میرملاس	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
جمع	-	۱	۳۵	۲/۴۱

جدول ۳. ماتریس ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از عوامل بیرونی ((EFE)

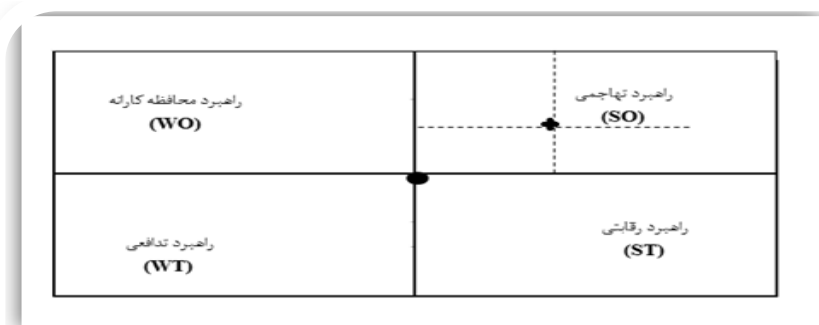
ردیف	عوامل	ضریب	نمره	نمره نهایی
<b>فرصت‌ها</b>				

۰/۲۷	۳	۰/۰۹	تهیه برنامه ای جامع و مدون برای توسعه گردشگری	۱
۰/۲۷	۳	۰/۰۹	ایجاد مراکز تفریحی و توریستی در نزدیک قلعه فلک الافلاک	۲
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	تهیه بروشورهای تبلیغاتی برای معرفی جاذبه ها	۳
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	آشنایی مردم با جاذبه های زیارتی و مذهبی	۴
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	ایجاد موزه صنایع دستی	۵
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	ایجاد رستوران های سنتی در اطراف بافت تاریخی	۶
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	تغییر کاربری برخی آثار مانند حمام باشی	۷
<b>تهدیدها</b>				
۰/۰۹	۱	۰/۰۹	نبود اطلس توریستی مناسب	۸
۰/۰۸	۱	۰/۰۸	عدم توجه کافی به برخی از آثار باستانی	۹
۰/۰۷	۱	۰/۰۷	عدم اطلاع گردشگران از مناطق مختلف بافت تاریخی	۱۰
۰/۱۴	۲	۰/۰۷	کمبود تأسیسات بهداشتی و رفاهی در مجاورت بافت موجود	۱۱
۰/۱۲	۲	۰/۰۶	کمبود زیرساخت های مناسب گردشگری	۱۲
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	کمبود نیروی انسانی آموزش دیده در گردشگری	۱۳
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	کمبود تورهای تفریحی و توریستی	۱۴
۲/۵۲	۳۵	۱	جمع	-

جدول ۴. ترکیب عوامل داخلی و خارجی

عوامل داخلی		عوامل خارجی	
S	W	O	T
۱/۶۴	۰/۷۷	۱/۸۲	۰/۷
مجموعه ضرایب عوامل مرکب			
SO	WT	ST	WO
۳/۴۶	۱/۴۷	۲/۳۴	۲/۵۹

منبع: یافته های پژوهش



شکل ۵. ارزیابی عوامل داخلی و خارجی (منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۶)

با توجه به ارزیابی و محاسبات انجام شده در این تکنیک، مشخص کردن نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدید و امتیازدهی به آن ها در قالب ماتریس SWOT و مشخص کردن عوامل داخلی و خارجی و ترسیم نمودار نهایی ملاحظه می گردد جمع نمره های نهایی بر روی محور Xها از ۱ تا ۲/۵ نشان دهنده ضعف داخلی و نمره ۲/۵ تا ۴ بیانگر میزان قوت است. به همین شیوه، جمع نمره های نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی از ۱ تا ۲/۵ بیانگر میزان تهدید و نمره ۲/۵ تا ۴ بیانگر میزان فرصت است. همان طور که در نمودار شکل (۵) مشاهده می شود نمرات نهایی بر روی محور Xها بیشتر از ۲/۵ و تا حد ۴ می باشد بزرگ ترین عدد به دست آمده مربوط به OS که نقاط فرصت و قوت پروژه می باشد که باید "استراتژی تهاجمی" اتخاذ شود، در این استراتژی OS {حداکثر - حداکثر} می باشد که باید با بهره گیری از نقاط قوت از فرصت های موجود نهایت استفاده را کرد.

نتیجه گیری و ارائه راه حل

در یک جمع‌بندی کلی با نگرش سیستمی به رابطه بین نقاط قوت و ضعف در محیط داخلی از یکسو و فرصت‌ها و تهدیدها در محیط خارجی از سوی دیگر می‌توان اظهار داشت که در محیط داخلی محدوده مورد مطالعه نقاط قوت بیشتر از نقاط ضعف است و در محیط خارجی فرصت‌ها بیشتر از ضعف‌هاست. به این ترتیب با نگاهی سیستمی به نقاط ضعف و قوت و فرصت‌ها و تهدیدهای جداول فوق می‌توان نتیجه گرفت که محدوده ما از جاذبه‌های توریستی فراوانی برخوردار است و دارای قابلیت‌های محیطی بسیاری است و قابلیت تبدیل به قطب توریستی بزرگی را دارا می‌باشد. با توجه به جداول موجود در ارزیابی کیفی حاصله می‌توان گفت که محله باباطاهر در موقعیت SO یا "استراتژی تهاجمی" قرار دارد این استراتژی (حداکثر-حداکثر) می‌باشد که می‌توان گفت با بهره‌گیری از نقاط قوت می‌توان از فرصت‌های موجود حداکثر استفاده را کرد که محدوده مورد مطالعه ما به قطب توریستی مهمی تبدیل شود. نتایج به دست آمده در مدل تحلیل سلسله مراتبی AHP نشان می‌دهد که جاذبه‌های تاریخی فرهنگی با ضریب (۰/۶۵۶) زیرساخت‌ها با ضریب (۰/۱۸۵) و تسهیلات و خدمات با ضریب (۰/۱۵۶) به ترتیب اهمیت بالاترین نمره را به خود اختصاص داده‌اند. در زمینه زیرمعیارها شناسایی و اولویت‌بندی جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی با ضریب (۰/۵۲۸) تسهیلات و خدمات اقامتی تفریحی با ضریب (۰/۷۵۰) و زیرساخت‌های مدیریتی با ضریب (۰/۵۴۹) بیشترین رتبه را به خود اختصاص داده‌اند.

با توجه به اهمیت صنعت گردشگری در محله باباطاهر برای توسعه آن نیاز به برنامه‌هایی برای جذب گردشگر پیشنهاد می‌شود:

- ✓ ایجاد هتل‌ها و زیرساخت‌های لازم در محدوده مورد نظر؛
  - ✓ ایجاد یک سیستم پولی و مالی پیشرفته برای جذب گردشگر؛
  - ✓ ایجاد پارک، سینما، مراکز گذران اوقات فراغت، موزه و ...؛
  - ✓ تبلیغات به عنوان عنصری حیاتی برای جذب گردشگر؛
- همچنین به منظور ساماندهی گردشگری محله باباطاهر می‌توان راهکارهای زیر را ارائه داد:
- ✓ تأکید بر طراحی شهری و مدیریت شهری مرتبط با گردشگری؛
  - ✓ احداث رستوران، کافی‌شاپ، سفره‌خانه سنتی، اغذیه‌فروشی و ...؛
  - ✓ جذب مشارکت بخش خصوصی در توسعه گردشگری؛
  - ✓ اطلاع‌رسانی مناسب و تبلیغات گسترده در سطح ملی و بین‌المللی؛
  - ✓ ارائه خدمات استاندارد از قبیل اسکان، بهداشت، حمل و نقل، ارتباطات و ... به گردشگران؛
  - ✓ احداث موزه‌های حیات وحش و مردم‌شناسی؛
  - ✓ الگوبرداری از تجارب موفق جهانی در صنعت گردشگری؛
  - ✓ راه‌اندازی وبسایتی جهت معرفی جاذبه‌های گردشگری.

## منابع

آقایاری هیر، محسن (۱۳۸۳)؛ سطح‌بندی پایداری توسعه روستاهای بخش هیر با استفاده از GIS، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس.

الوانی، مهدی و ده‌دشتی‌شاهرخ، زهره (۱۳۷۳)؛ اصول و مبانی جهانگردی، تهران: معاونت اقتصادی و برنامه‌ریزی بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی.

بدری، سید علی، یاری حصار، ارسطو (۱۳۸۸)؛ انتخاب مناطق نمونه گردشگری با استفاده از روش AHP (نمونه موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد)، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال بیست و چهارم، شماره ۴.

ترشیزیان، پیروش (۱۳۸۷)؛ کاربرد تکنیک SWOT در برنامه‌ریزی و ساماندهی فضاهای شهری در رابطه با توسعه گردشگری (تربت‌جام)، نشریه پوشش، شماره ۱.

حکمت‌نیا، حسن و موسوی، میر نجف (۱۳۹۰)؛ کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و ناحیه‌ای، یزد، انتشارات علم نوین، چاپ دوم.

خلیل‌پور، سید علی (۱۳۸۰)؛ اولویت‌بندی شاخص‌های تأثیرگذار فرهنگی - اجتماعی بر امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران با استفاده از مدل AHP پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.

جعفری، غلام حسن، جعفری، محمد، عباسی، مهدی، ارامی، ابراهیم (۱۳۹۴)؛ "بررسی پتانسیل‌های اکوتوریسم و ژئوتوریسم شهرستان ماهنشان با استفاده از الگوی تحلیلی SWOT و تکنیک GIS"، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، دوره ۴، شماره ۱۶، پاییز ۱۳۹۴.

دیوید، فرد آر (۱۳۸۳)؛ مدیریت استراتژیک، ترجمه: پارسائیان، علی و اعرابی، سید محمد؛ تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ ششم.

رهنمایی، محمدتقی (۱۳۹۰)؛ گردشگری شهری، انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، چاپ اول.  
رادکلیف، مایکل (۱۳۷۳)؛ توسعه پایدار، ترجمه: حسین نیر، تهران: انتشارات مرکز مطالعات برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی، وزارت کشاورزی، چاپ اول.

رضایی‌نیا، حسن، جعفری، فرهاد (۱۳۹۳)؛ اولویت‌بندی راهبردهای مدیریت مقاصد گردشگری با استفاده از مدل‌های کمی و کیفی (مطالعه موردی: شهر سلطانیه)، مجله گردشگری شهری، دوره ۱، شماره ۱.

زیویار، پروانه، تیموری، سمیه، نوروزی، مصطفی (۱۳۹۲)؛ امکان‌سنجی صنعت توریسم در شهر خرم‌آباد بر اساس مدل تحلیلی SWOT، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال دهم، شماره ۳۹.

زبردست، اسفندیار (۱۳۸۰)؛ کاربرد فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی در برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، پژوهش‌های هنرهای زیبا دانشگاه تهران، شماره ۱۰.

سقای، محسن، امینی‌نژاد، غلامرضا، صبحی، غلامرضا (۱۳۹۵)؛ "بررسی توانمندی‌های گردشگری شهر ساحلی بوشهر بر اساس مدل سوات و تاپسیس"، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، دوره ۲۷، شماره ۱، شماره (پیاپی ۶۱)، بهار ۱۳۹۵.

سیحانی، بهروز، صفریان‌زنگیر، بهروز (۱۳۹۶)؛ "کاربرد شاخص TCI و مدل SWOT در توسعه گردشگری دریاچه ارومیه"، مجله پایاداری، توسعه و محیط زیست، دوره ۴، شماره ۲ (پیاپی ۱۴)، تابستان ۱۳۹۶.

طرح جامع گردشگری استان لرستان (۱۳۸۴)؛ مهندسین مشاور آبادی سرزمین.  
طیبیان، منوچهر و همکاران (۱۳۸۶)؛ جستاری بر مفاهیم و روش‌های برآورد کمی ظرفیت برد و ارائه یک نمونه کاربردی بر پایه تجربه برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری دره عباس‌آباد-گنج‌نامه همدان، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۹.

قرخلو، مهدی و جانبابانژاد، محمدحسین (۱۳۸۵)؛ گردشگری، فرصت یا تهدید؛ فصلنامه علوم جغرافیایی، شماره ۴.  
کریم‌پناه، رفیق (۱۳۸۴)؛ تحلیل اکو توریسم و نقش آن در توسعه منطقه‌ای استان کردستان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیای طبیعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.

کاظمی، ایرج (۱۳۷۶)؛ مشاهیر لر، انتشارات افلاک.

گل‌کار، کورش (۱۳۸۴)؛ مناسب‌سازی تکنیک تحلیلی سوات (SWOT) برای کاربرد در طراحی شهری، فصلنامه صفا، سال پانزدهم، شماره ۴.

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.

مشکینی، ابوالفضل و حیدری، تقی (۱۳۹۰)؛ ارزیابی توسعه گردشگری شهر زنجان با استفاده از مدل SWOT (نمونه موردی: منطقه زنجان رود)، فصلنامه فضای جغرافیایی، سال یازدهم، شماره ۳۵.

محلاتی، صلاح‌الدین (۱۳۸۰)؛ درآمدی بر جهانگردی، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، چاپ اول.

هال، کالین مایکل و جنکینز، جان. ام (۱۳۸۹)؛ سیاست‌گذاری جهانگردی، ترجمه: اعرابی، سید محمد و ایزدی، داود؛ تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ چهارم.

Abby, Liu and Geffrey, Wall (2006). Planning Tourism Employment: A Developing Country Perspective, *Tourism Management*, Vol: 140, N: 27.

Bowen, William, M (1993). AHP: Multiple criteria Evolution, in kloster man, Roetall (Eds), spread sheet.

Harrison, D (1998). *The Sociology of Modernization and Development*, London, Routledge.

Hawkes, S & Williams, P (1993). *From Principles to Practice: A Casebook of Best Environmental Practice in Tourism*, Burnaby, BC: Centre for Tourism Policy.

Logar, Lavana (2009). *Sustainable Tourism Management in Crikvenica, Croatia: An Assessment of Policy Instruments*, *Tourism Management*.

Oxford English Dictionary (1989). Oxford University Press, Second Edition.

Page, Stephen J & Barker, Michael (2002). Visitor Safety in Urban Tourism Environments: The Case of Auckland, New Zealand, *Cities*, No: 4, 273-282.

World Tourism Organization (2001). *Sport and Tourism Shaping Global Culture*, WTO Publication Unit World Tourism Organization, Madrid, Spain.