

## مکان

فصلنامه جغرافیا و آمایش سرزمین

سال اول / شماره اول / پاییز ۱۳۹۰

### بررسی ظرفیت‌های گردشگری جهت توسعه گردشگری شهری خرم‌آباد

\* علی موحد<sup>۱</sup> و صدیقه دولت‌شاه<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> استادیار دانشگاه شهید چمران اهواز، <sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه شهید چمران اهواز

پذیرش مقاله: ۸۹/۱۰/۲۰؛ تایید نهایی: ۹۰/۵/۲۰

#### چکیده

امروزه گردشگری شهری را یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی-اجتماعی و رفاهی شهر و شهرنشینان می‌دانند. به همین سبب، مسؤلان امور گردشگری و شهری در پی ارتقا و گسترش آن بر آمده‌اند. گردشگری بر اساس وجود جاذبه‌های دیدارگر شکل می‌گیرد و یکی از پر جاذبه‌ترین مکان‌های گردشگری، شهرها می‌باشند. شهر خرم‌آباد از جمله شهرهای تاریخی کشور است که ویژگی‌های لازم برای توسعه گردشگری شهری را داراست، در این راستا سؤالات پژوهش طرح شد: ۱- جاذبه‌های اصلی گردشگری شهری خرم‌آباد کدامند؟ ۲- وضعیت خدمات و زیرساخت‌ها در شهر خرم‌آباد به چه صورت است؟ ۳- آیا شهر خرم‌آباد ظرفیت لازم برای تبدیل شدن به یک قطب گردشگری را دارد؟ روش پژوهش در این مقاله توصیفی-تحلیلی و نوع پژوهش کاربردی-نظری و برای جمع‌آوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. نوع داده‌ها کمی می‌باشد و در تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های استنباطی (خی دو و ضریب همبستگی کندال) با استفاده از نرم‌افزار Spss انجام شده است. هدف این پژوهش شناخت ظرفیت‌های گردشگری لازم برای ارائه الگوی توسعه گردشگری شهری برای خرم‌آباد می‌باشد. نتایج تحقیق نشان داد، شهر خرم‌آباد ظرفیت لازم را برای تبدیل شدن به قطب گردشگری دارد و بین زیرساخت‌ها و خدمات شهری و توسعه گردشگری در شهر خرم‌آباد رابطه معنی‌داری وجود دارد.

**واژه‌های کلیدی:** گردشگری شهری، توسعه گردشگری، ظرفیت‌های گردشگری، زیرساخت‌ها، خرم‌آباد.

## مقدمه

گردشگری یکی از نیروهای اقتصادی - اجتماعی بسیار مهم (شهری) به حساب می‌آید. ضمناً دارای اهمیت بین‌المللی اقتصادی و ژئوپلتیکی بسیار است. گردشگری به طور جهانی فضاهای فرهنگی، اجتماعی و جغرافیایی را می‌سازد، بازسازی می‌کند و ساکن می‌شود. نمی‌توان انکار کرد که گردشگری یک نیروی فوق‌العاده برای تغییر است و در بسیاری از کشورها به‌عنوان نیروی برای خوشبختی به حساب می‌آید. هزاران بازدیدکننده‌ای که برای گردش می‌آیند، نه تنها پول همراه خود می‌آورند، بلکه زندگی محلی را به وضع بهتر یا بدتری تغییر می‌دهند (رس‌سانا<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷: ۹۵).

شهرها با ارائه کالا و خدمات متنوع دامنه وسیعی از فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را فراهم می‌آورند. شهرها همچنین با ارائه فعالیت‌های خدماتی مانند، امکانات پذیرایی و فراغتی، زمینه توسعه گردشگری را توسعه می‌دهند (تیموتی، ۲۰۰۵). شاو و ویلیامز (۱۹۹۴) نیز تاکید دارند، نواحی شهری با تمرکز بالایی از امکانات و جاذبه‌ها، نیازمندی‌های بازدیدکنندگان و ساکنان خود را فراهم می‌سازند.

شهرها و گردشگری روابط مکملی دارند، چرا که تمامی انواع گردشگری به نوعی به کانون‌ها و خدمات شهری نیازمند هستند. لذا هرگونه برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری باید به توانمندی شهرها در ارائه خدمات مستقیم و غیرمستقیم توجه داشته باشند (لطفی، ۱۳۸۶: ۱۶۰) این وابستگی و روابط مکمل، تقاضا را برای سفر به شهرها از دهه‌های گذشته تاکنون به‌طور روز افزونی افزایش داده است. در حالی که تعداد زیادی از مسافرت‌ها، شغلی یا با اهداف معمولی است، اما بقیه انواع مسافرت‌های دیگر که در اوقات فراغت صورت می‌گیرد با هدف آشنایی با دیگر فرهنگ‌ها به‌منظور توسعه علائق ویژه و برای تفریح و سرگرمی انجام می‌شود. درباره اینکه دقیقاً چه عناصر ویژه‌ای از گردشگری شهری است که یک شهر را برای بازدیدکنندگان جذاب می‌کند کریستوفرلو<sup>۲</sup> در کتاب خود با عنوان «گردشگری شهری: بازدیدکنندگان، اقتصاد و رشد شهرهای بزرگ» چهار رابطه بین گردشگری و مناطق شهری را بررسی می‌کند. او میان عوامل اولیه، ثانویه و دیگر عوامل منابع گردشگری شهری تمایز قائل می‌شود. عوامل اولیه، دلایل عمده و اصل دیدار بازدیدکنندگان از شهر را فراهم می‌آورند. عوامل ثانویه از قبیل محل سکونت، محل خرید، حمل و نقل یا اطلاعات گردشگری اگر چه در موفقیت گردشگری شهری نقش بسیار مهمی دارند، اما مهمترین عوامل جذب گردشگر به حساب نمی‌آیند. عناصر کلیدی زیر می‌تواند علاقه‌ی بازدیدکننده را به مناطق شهری افزایش دهد، بخش‌های تاریخی، سواحل، نمایشگاه‌ها و مراکز گردهمایی، وقایع و جشنواره‌ها.

1- Rossana

2- Christopherlu

محیط‌های شهری از دو نظر در صنعت گردشگری اهمیت دارند، از یک سو کانون‌های شهری به لحاظ تمرکز جمعیت در آنها و فشارها و خستگی‌های ناشی از کار و فعالیت، به عنوان مبدأ مسافرت‌های گردشگری محسوب می‌شوند و از سوی دیگر بعضی از شهرها به علت امکان فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی و ارتباطی، فراغتی و جاذبه‌های تاریخی و گردشگری به عنوان مقصد مسافرت‌های گردشگری نیز به شمار می‌آیند (کردی، ۱۳۸۱: ۱۸).

اهمیت گردشگری شهری در شهرهای کشورهای پیشرفته به حدی است که شهرداران در ایجاد زیرساختها و جاذبه‌های جدید توریستی و معرفی شهر خود با یکدیگر رقابت می‌کنند. مسؤولان شهرهای توریستی مثل پاریس، پکن و مادرید، سعی می‌کنند با رشد صنعت گردشگری به توسعه شهر خود کمک کنند. در ایتالیا رقابت سنگینی بین شهرداران شهرهای مختلف وجود دارد و برای آژانس‌های توریستی به‌طور جدی خدمات خود را تبلیغ می‌کنند (دیناری، ۱۳۸۴: ۱۶۱).

گردشگری در شهرهایی توسعه پیدا می‌کند که علاوه بر داشتن جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و هنری، از امکانات و خدمات مناسب نیز بهره‌مند باشند (موحد، ۱۳۸۴: ۱۱۵). وجود زیرساخت‌های مناسب در هر مکان، از قبیل، راه (دسترسی مناسب)، بهداشت، مخابرات، آب، برق، امنیت و مدیریت مواد زائد در جلب و کسب رضایت گردشگران برای تکرار سفر اهمیت بسیار بالایی دارد. رشد و توسعه گردشگری در شهرها نه تنها به حفاظت و پیشرفت شهر وابسته است، بلکه ایجاد سازمانی قوی را نیز طلب می‌کند، سازمانی که حفاظت و گردشگری را با هم برنامه‌ریزی و مدیریت کند. گردشگری بخشی از فضای شهری را استفاده و در با ارزش کردن آن قسمت از شهر، نقش اساسی داشته و دارد. در نتیجه توسعه گردشگری در شهر با حفاظت و توسعه و پیشرفت شهری در تضاد نیست، بلکه به نوعی در ارتباط متقابل است. گردشگری علاوه بر کمک در حفظ بناهای تاریخی به عنوان میراث فرهنگی، می‌تواند در توسعه شهر نیز نقش مثبتی داشته باشد (موحد، ۱۳۸۶: ۱۱۶). وجود گردشگر در شهرها باعث بالارفتن کیفیت فضاهای گردشگری و خدمات و زیر ساخت‌های شهری و گردشگری می‌شود، به‌عبارت دیگر راهبرد توسعه گردشگری، زمینه‌ساز سرمایه‌گذاری در زیر ساخت‌ها و خدمات شهری با هدف دو سویه است که از یک سو زیرساخت‌های و خدمات شهری تأمین و از دیگر سو زیرساخت و خدمات برای توسعه گردشگری فراهم می‌شود.

گردشگری بر اساس وجود جاذبه‌های دیدارگر شکل می‌گیرد و یکی از پرجاذبه‌ترین مکان‌های گردشگری شهرها می‌باشند. از سوی دیگر، شهرها به‌دلیل بهره‌مندی از امکانات و خدمات بالا، مقصد اولیه بسیاری از گردشگرانی است که می‌خواهند به نقاط دیگر گردشگری عزیمت نمایند. همچنین شهرها به جهت استقرار صنایع، مراکز تجاری عمده، ادارات و ... یکی از مکان‌های عمده سفر محسوب می‌شوند و به همین دلیل مکانی مناسب برای شکل‌گیری گردشگری شهری می‌باشند. با توجه به آثار و

فواید بسیار صنعت گردشگری، پرداختن به گردشگری شهری می‌تواند در کاهش بسیاری از مشکلات نظیر بیکاری، رکود صنایع محلی و ... مؤثر گشته و به نظام مدیریت شهرها در جهت افزایش توان اقتصادی شهر و به تبع آن افزایش درآمد سازمان‌های اداره کننده شهر (شورای شهر و شهرداری‌ها) منجر شده و آنها را در اجرای درست و به هنگام طرح‌های توسعه شهری یاری رساند. ضمن اینکه از بعد فرهنگی - اجتماعی نیز به احیا یا تقویت هویت ملی، انسجام فرهنگی، تبادل فرهنگی و تعامل فرهنگی و حفاظت از ارزش‌های فرهنگی در شهرها کمک کند.

خرم‌آباد، شهری فرهنگی، تجاری، خدماتی و توریستی است. به باور بسیاری از پژوهشگران، دره‌ی تاریخی خرم‌آباد به سبب برخورداری از شرایط مناسب آب و هوایی و قرار گرفتن در مسیر راه‌های باستانی شمال به جنوب و غرب به شرق، یکی از مهمترین کانون‌های زیست بشر، در دوران پیش از تاریخ بوده است. ابزارهای سنگی به دست آمده از غارهای پنج‌گانه پیش از تاریخ خرم‌آباد، قدمت این بخش از پهنه‌ی ایران زمین را به ۴۰ هزار سال پیش بر می‌گرداند (قاسمی، ۱۳۷۸: ۱۰). وجود آثار و جاذبه‌های متعدد تاریخی نظیر، قلعه تاریخی فلک الافلاک (دژ شاپور خواست)، مناره آجری، گرداب سنگی، سنگ نوشته، پل شکسته و آثار متعدد دیگر نشان‌دهنده لایه‌های مختلف تاریخی و تمدنی در این دره سرسبز و خوش آب و هواست. شهر خرم‌آباد با توجه به پیشینه کهن و جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی و اماکن تفریحی فراوانی که دارد در صورت فراهم بودن تسهیلات، خدمات و تأسیسات زیربنایی جهانگردی و وجود مدیریت متمرکز و کارآمد در زمینه تصمیم‌گیری‌های عمده و سیاست‌گذاری‌های بلندمدت در زمینه توسعه گردشگری و جذب گردشگر و سرمایه‌گذاری مناسب بخش دولتی و خصوصی می‌تواند به قطب گردشگری تبدیل شود. در این پژوهش، به بررسی ظرفیت‌های گردشگری جهت توسعه گردشگری شهری از نظر وجود جاذبه‌های شهری، زیرساختها، خدمات پرداخته می‌شود. در این راستا سوالاتی در خصوص تحقیق به این شرح مطرح می‌شود. ۱- جاذبه‌های اصلی گردشگری شهری خرم‌آباد کدامند؟ ۲- وضعیت خدمات و زیرساختها در شهر خرم‌آباد به چه صورت است؟ ۳- آیا شهر خرم‌آباد ظرفیت لازم را برای تبدیل شدن به یک قطب گردشگری دارد؟

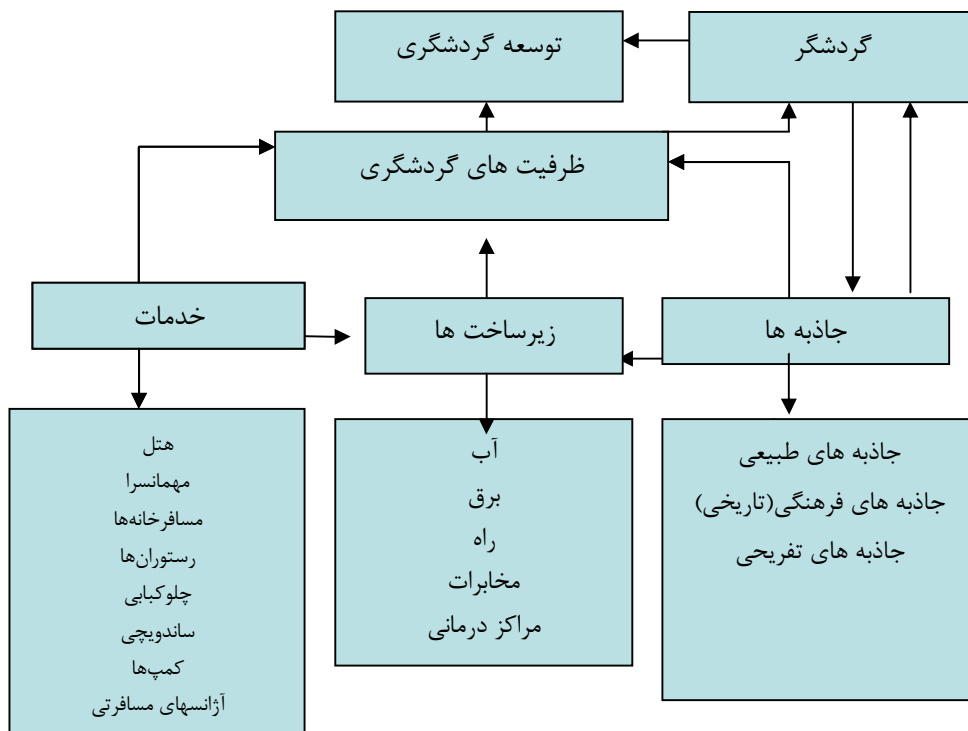
#### اهداف تحقیق:

- ۱- شناخت جاذبه‌های شهری خرم‌آباد.
- ۲- شناخت ظرفیت‌های گردشگری شهر خرم‌آباد.
- ۳- تعریف قطب گردشگری شهری برای خرم‌آباد.
- ۴- زمینه‌های توسعه گردشگری شهری در خرم‌آباد.
- ۵- امکان سنجی برای ارائه الگوی توسعه گردشگری شهری در خرم‌آباد.

### مواد و روش‌ها

روش پژوهش در این تحقیق توصیفی-تحلیلی و با هدف کاربردی است. در مقاله حاضر، با توجه به موضوع مورد بررسی، از روش توصیفی در بررسی وضع موجود استفاده و تصویری کلی از قلمرو تحقیق و همچنین منطقه مورد مطالعه ارائه شده است. در روش تحلیلی نیز با تکیه بر مطالعات توصیفی و مشاهدات عینی و ابزار پرسشنامه، با بررسی نتایج حاصل از داده‌های پیمایشی از میان مدیران، معاونان و کارشناسان ارشد، سازمان‌ها و ادارات مرتبط با گردشگری به اثبات فرضیات تحقیق پرداخته شده است. نتایج حاصل از پرسشنامه از روش آزمون‌های (خی دو و ضریب همبستگی کندال) و با نرم‌افزار Spss پردازش شده است. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده است.

پس از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های اولیه، سه متغیر که به نظر می‌رسد با متغیر توسعه گردشگری شهری در خرم‌آباد مرتبط باشند، شناسایی شدند. متغیرهای مطالعه شده این پژوهش، تحت سه عامل زیرساخت‌ها، خدمات و جاذبه‌ها، بررسی قرار شده‌اند. الگوی مفهومی ارائه شده در شکل ۱: بیان‌کننده روابط میان متغیرهای پژوهش می‌باشد.



شکل ۱- الگوی مفهومی پژوهش

## الف-جامعه آماری و حجم نمونه:

جامعه آماری در این پژوهش، ۴۳ نفر، شامل مدیران، معاونان و کارشناسان ارشد ادارات و سازمان‌های دولتی مرتبط با صنعت گردشگری می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول  $n = \frac{z^2}{E^2} Pq$  استفاده می‌شود که در این فرمول  $Z$  آماره توزیع استاندارد با سطح اطمینان ۰/۰۹۵ (سطح اطمینان مورد پذیرش در تحقیقات علوم انسانی) برابر ۱/۹۶ می‌باشد.  $P$  نسبت موفقیت (وجود رابطه بین متغیرها) و  $q$  بیانگر عدم موفقیت (عدم رابطه بین متغیرها) است که با استفاده از روش احتیاطی (بازرگان و همکاران، ۱۳۸۳:۱۸۶) وقتی که مقدار آنها مشخص نباشد آنها برابر  $P=Q = ۰/۵$  در نظر گرفته می‌شوند.

با توجه به تحقیقات مشابه (ناصرپور، ۱۳۸۲:۸۷) و مقدار خطای برآورد (تفاوت میان میانگین و مقدار برآورد آن) یعنی  $E$  برابر ۰/۰۷ در نظر گرفته می‌شود. حال با توجه به مطالب فوق و فرمول گفته شده حجم نمونه برابر  $n=196$  خواهد بود.

$$n = \frac{(1/96)^2 (0/5)(0/5)}{(0/07)^2} = 196$$

با استفاده از روش احتیاطی (بازرگان و همکاران، ۱۳۷۹:۱۸۷) باید نسبت حجم نمونه به حجم جامعه کوچکتر یا مساوی ۰/۰۵ باشد، اما چون تعداد مدیران، معاونان و کارشناسان ارشد ۴۳ نفر

می‌باشد و حجم نمونه ۱۹۶ نفر تعیین شده است، باید این تعداد با استفاده از فرمول  $n' = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$

تعدیل شود  $n' = \frac{196}{1 + \frac{196}{43}} = 35$  یعنی تعداد حجم نمونه برای مدیران، معاونان و کارشناسان ارشد ۳۵

نفر تعیین می‌شود. با توجه به قانون راسکو که حجم نمونه بیشتر از ۳۰ و کمتر از ۵۰۰ را برای اکثر پژوهش‌ها مناسب می‌داند (سکاران، ۱۳۸۰:۳۳۴) و این توضیح که وقتی حجم نمونه از ۳۰ بیشتر می‌شود توزیع آماره به سمت توزیع نرمال حرکت می‌کند، برای تعیین حجم نمونه انتخابی از هر طبقه

از فرمول‌های  $n_h = n \cdot f_h$ ,  $f_h = \frac{N_h}{N}$  استفاده می‌شود (ناصرپور، ۱۳۸۲:۸۸).

$N$ : حجم جامعه

$N_h$ : حجم طبقه

$n$ : حجم نمونه

$n_h$ : حجم نمونه مورد ارزیابی در هر طبقه

ضریب تعیین نمونه مورد ارزیابی در هر طبقه:  $F_h$   
 تعداد نمونه انتخابی از هر طبقه در ادارات و سازمان‌ها در جدول (۱) به تفکیک بیان شده است.

جدول ۱- توزیع فراوانی تعداد مدیران، معاونان و کارشناسان ارشد در سازمان‌های مرتبط با گردشگری

ردیف	سازمان	تعداد مدیران، معاونین	$= F_h \frac{N_h}{N}$	$n_h = n \cdot F_h$
۱	فرهنگ و ارشاد اسلامی	۴	۰/۰۹۳	$35 \times 0.093 \cong 3$
۲	میراث فرهنگی	۱۲	۰/۲۷۹	$35 \times 0.279 \cong 10$
۳	صداوسیما	۹	۰/۲۰۹	$35 \times 0.209 \cong 7$
۴	شهرداری	۵	۰/۱۱۶	$35 \times 0.116 \cong 4$
۵	فرمانداری	۴	۰/۰۹۳	$35 \times 0.093 \cong 3$
۶	استانداری	۹	۰/۲۰۹	$35 \times 0.209 \cong 8$
	جمع	$N=43$		$n=35$

### ب- روش گردآوری اطلاعات

بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با اشخاص ذی‌صلاح برای جمع‌آوری داده‌ها از یک سری پرسشنامه با ۳۵ سؤال به تعداد ۳۵ عدد بین ۶ سازمان مرتبط با گردشگری از جمله میراث فرهنگی، استانداری، فرمانداری، شهرداری، فرهنگ و ارشاد اسلامی و صدا و سیما بین مدیران و معاونان و کارشناسان ارشد این سازمانها تکمیل گردیده است. برای محاسبات داده‌ها از نرم‌افزار Spss استفاده شده است. کلیه محاسبات در سطح معنی‌داری  $\alpha = 0/05$  در نظر گرفته شده است.

### ج- روایی داده‌ها

برای بررسی میزان روایی داده‌های تحقیق از آلفای کرونباخ استفاده شده است. یکی از روش‌های محاسبه‌ی قابلیت اعتماد، استفاده از فرمول کرونباخ است. این روش برای محاسبه‌ی هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری، از جمله پرسشنامه‌ها یا آزمون‌هایی که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کند، به کار می‌رود (بازرگان و همکاران، ۱۳۸۳: ۱۶۹). میزان روایی (آلفای کرونباخ) ۳۴ متغیر مورد مطالعه در این پرسشنامه برابر با ۰/۶۷۶ به دست آمده است. بنابراین اعتبار این پرسشنامه، قابل قبول است.

## بحث

خرم‌آباد در میان کوه‌های موازی شکل آهکی به ارتفاع ۱۱۷۰ متر بین ۴۸ درجه و ۲۱ دقیقه طول و ۳۰ درجه و ۳۲ دقیقه عرض جغرافیایی واقع شده است (ایزدپناه، ۱۳۷۶: ۱۶). این شهر در فاصله‌ی ۴۸۰ کیلومتری جنوب غرب تهران، در دره‌ای خوش آب و هوا با درختان انبوه و جویبارهای پرآب و در میان کوه‌های بلند واقع شده و به لحاظ طبیعت خاص خود مناظر دیدنی و تفرجگاه‌های طبیعی فراوانی دارد. از لحاظ قدمت و سابقه‌ی تاریخی، این شهر با تاریخ چند هزار ساله‌ای که دارد، یکی از شهرهای قدیمی ایران به شمار می‌آید که در طی تاریخ، دستخوش تغییرات زیادی شده است. بررسی جاذبه‌های شهر نشان می‌دهد (جدول ۲) بیشتر جاذبه‌ها با توجه به ویژگی‌های جغرافیای طبیعی شهر، جاذبه‌های طبیعی هستند، اما وزن جاذبه‌های تاریخی در شهر بیشتر اهمیت پیدا کرده است. زیرا جاذبه‌های طبیعی درحاشیه شهر قرار دارند و جاذبه‌های تاریخی درشهر هستند، جاذبه‌های تاریخی از اهمیت ملی و بین‌المللی برخوردارند. برخی از جاذبه‌های مهم شهر عبارتند از: قلعه فلک افلاک، سنگ نوشته، گرداب سنگی، دریاچه کیو.

شهر خرم‌آباد با توجه به موقعیت جغرافیایی و نقش سیاسی، از دیرباز مورد توجه بوده است، زیرا زیرساختها و خدمات شهری مناسبی را دارد. برخی از این زیرساختها عبارتند از: راه‌های ارتباطی، شبکه‌های آب و برق و مخابرات، مراکز درمانی، مراکز اقامتی و ... طبق اطلاعات گردآوری شده (جدول ۲، شکل ۲) در این زمینه، شهر خرم‌آباد در زمینه‌ی برخورداری از زیرساختها و خدمات‌دهی لازم جهت توسعه گردشگری، قابلیت فراهم‌سازی بستر لازم جهت پذیرش و پذیرایی از گردشگران شهری را داراست. در راستای تحلیل و یافتن ارتباط میان این سه شاخص (زیرساختها، خدمات شهری و جاذبه‌ها) و توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد، با استفاده از آزمون خی‌دو و ضریب همبستگی کندال بر پایه دیدگاه مسئولان و کارشناسان شهری پرداخته شده است.

با توجه به نتایج به‌دست آمده از آماره‌های خی‌دو و ضرایب همبستگی که در جداول ۴ و ۳ آمده است، نشان می‌دهد، با توجه به مقدار آماره (۸/۷۷۴) و سطح معنی‌داری آزمون (۰/۰۰۳) فرض وجود رابطه بین زیر ساختها و خدمات شهری و توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد پذیرفته می‌شود. شایان ذکر است به این دلیل که متغیرهای زیر ساختها و خدمات شهری و توسعه گردشگری در بین پرسشنامه متغیرهای رتبه‌ای هستند، از همبستگی کندال استفاده شده است. که نتایج در جدول ۴ آورده شده است. مطابق با جدول ۴ مقدار سطح معنی‌داری (۰/۰۰۳) نشان‌دهنده همبستگی بین زیرساختها و خدمات شهری و توسعه گردشگری در خرم‌آباد می‌باشد و میزان این همبستگی (۰/۴۶۴+) است. بنابراین، با توجه به شواهد و دلایل فوق، زیرساختها و خدمات شهری برای توسعه گردشگری در شهر خرم‌آباد وجود دارد.



جهت کشف وجود و نوع رابطه میان ظرفیت‌های شهر خرم‌آباد و توسعه گردشگری (تبدیل شدن به قطب گردشگری) از آزمون خی دو و ضریب همبستگی کندال استفاده شده است. نتایج مربوط به جدول توافقی و آزمون خی دو در جداول ۶ و ۵ آورده شده است. همانطور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود با توجه به مقدار آمار آزمون (۹/۳۱۴) و سطح معنی‌داری (۰/۰۰۲) بین ظرفیت‌های شهر خرم‌آباد و توسعه گردشگری (تبدیل شدن به قطب گردشگری) رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۲- زیرساخت‌ها، خدمات و جاذبه‌های شهر خرم‌آباد

ردیف	نام	تعداد
۱	جاذبه های طبیعی	۲۴
۲	جاذبه های تاریخی	۱۷
۳	جاذبه های فرهنگی و انسان ساخت (تفریحی)	۱۸
۴	منبع تأمین آب	۳ چشمه و ۱۲ حلقه چاه
۵	وسایل نقلیه عمومی	۲۵۶۶
۶	تلفن های همگانی	۱۵۴۹
۷	مراکز درمانی	۲۰۲
۸	هتل	۶
۹	مهمانپذیر	۷
۱۰	اغذیه فروشی	۱۵۳
۱۱	دفاتر جهانگردی	۸

جدول ۳ - آزمون خطی دو جهت اثبات رابطه بین زیرساخت‌ها و خدمات شهری و توسعه گردشگری

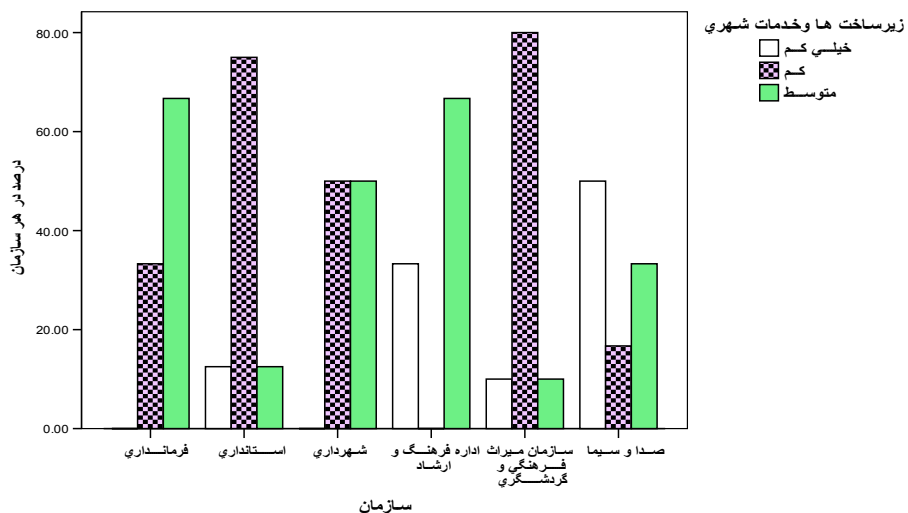
تعداد	مقدار	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
۳۴	۸/۷۷۴	۱	۰/۰۰۳

منبع: نگارندگان

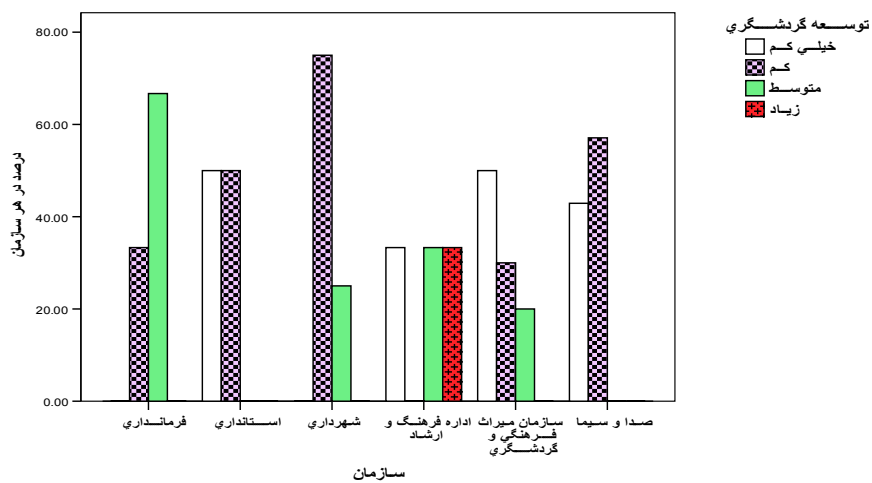
جدول ۴- ضریب همبستگی کندال جهت اثبات رابطه بین زیر ساختها و خدمات شهری و توسعه گردشگری

تعداد	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی / کندال
۳۵	.	۱/۰۰۰
۳۴	۰/۰۰۳	۰/۴۶۴

منبع: نگارندگان



شکل ۲- مقایسه دیدگاه سازمان ها در رابطه با زیرساخت ها و خدمات شهری



شکل ۳- مقایسه دیدگاه سازمان ها در رابطه با توسعه گردشگری

البته به دلیل رتبه‌ای بودن متغیرهای مورد بررسی، از همبستگی کندال استفاده می‌کنیم. نتایج در جدول ۶ آورده شده است. مطابق با این جدول مقدار سطح معنی‌داری (۰/۰۰۳) نشان‌دهنده همبستگی بین ظرفیت‌های این شهر و توسعه گردشگری (تبدیل شدن به قطب گردشگری) است و میزان این

همبستگی (۰/۴۹۲+) است. بنابراین شهر خرم‌آباد ظرفیت لازم را برای تبدیل شدن به قطب گردشگری دارد.

جدول ۵- آزمون خی دو جهت اثبات رابطه بین ظرفیت‌های شهر خرم‌آباد و توسعه گردشگری

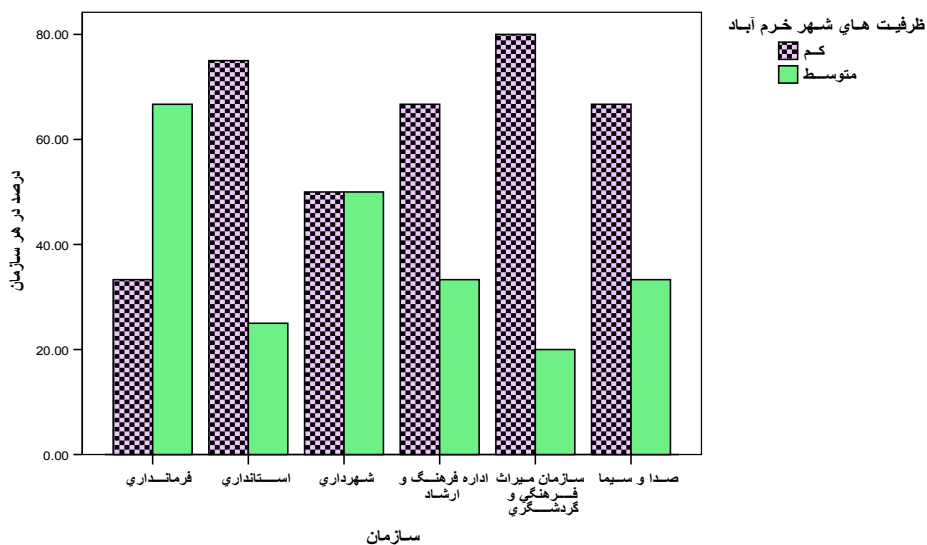
تعداد	مقدار	درجه آزادی	سطح معنی داری
۳۴	۹/۳۱۴	۱	۰/۰۰۲

منبع: نگارندگان

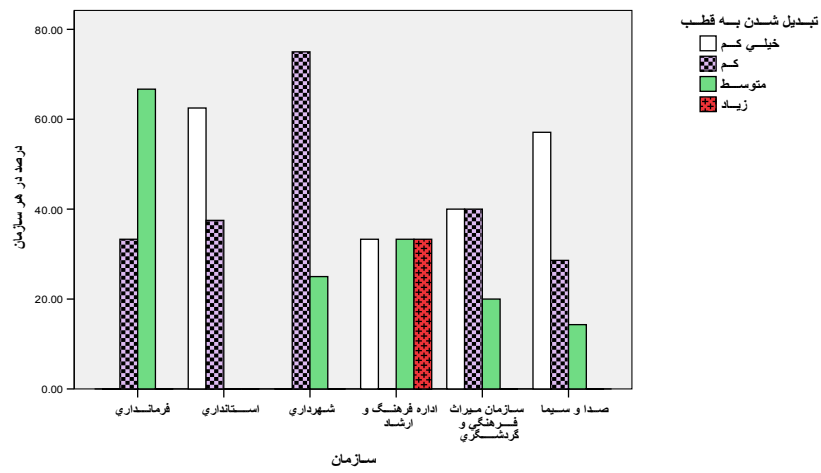
جدول ۶- ضریب همبستگی کندال برای اثبات رابطه بین ظرفیت‌های شهر خرم‌آباد و توسعه گردشگری

تعداد	سطح معنی داری	ضریب همبستگی / کندال
۳۴	.	۱/۰۰۰
۳۵	۰/۰۰۳	۰/۴۹۲

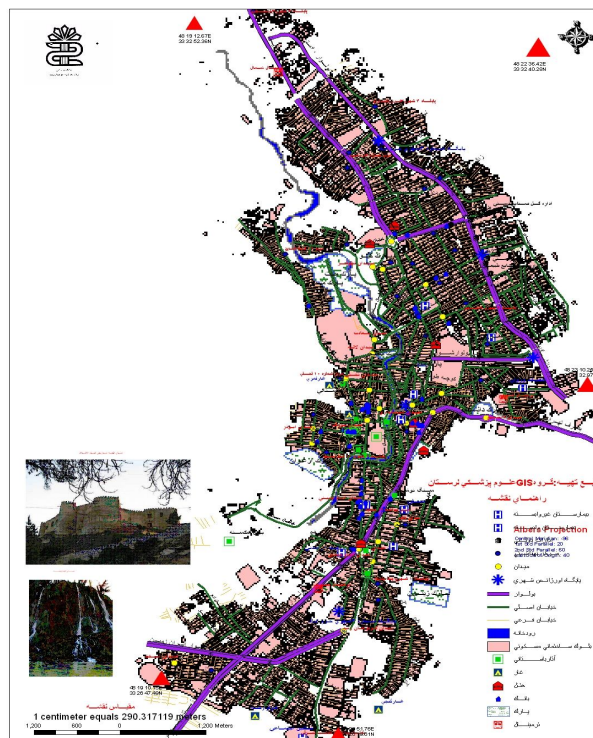
منبع: نگارندگان



شکل ۴- مقایسه دیدگاه سازمان‌ها در رابطه با ظرفیت‌های شهر خرم‌آباد



شکل ۵- مقایسه دیدگاه سازمان‌ها در رابطه با تبدیل شدن به قطب



شکل ۶- گردشگری شهر خرم‌آباد

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

امروزه گردشگری شهری را یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی- اجتماعی و رفاهی شهر و شهرنشینان می‌دانند به همین دلیل مسؤلان امور گردشگری و شهری در پی ارتقا و گسترش آن برآمده‌اند. لیکن این ارتقا و گسترش، خود مستلزم ایجاد شرایط ویژه ساختاری، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است. گردشگری بر اساس وجود جاذبه‌های دیدارگر شکل می‌گیرد و یکی از پرجاذبه‌ترین مکان‌های گردشگری شهرها می‌باشند. با توجه به آثار و فواید بسیار صنعت گردشگری، پرداختن به گردشگری شهری می‌تواند در کاهش بسیاری از مشکلات نظیر بیکاری، رکود صنایع محلی و ... مؤثر بوده و به نظام مدیریت شهرها برای افزایش توان اقتصادی شهر و به تبع آن افزایش درآمد سازمانهای اداره‌کننده شهر (شورای شهر و شهرداری‌ها) منجر شده و آنها را در اجرای درست و به هنگام طرح‌های توسعه شهری یاری رساند. ضمن این که از بعد فرهنگی - اجتماعی نیز به احیا یا تقویت هویت ملی، انسجام فرهنگی، تبادل فرهنگی و تعامل فرهنگی و حفاظت از ارزش‌های فرهنگی در شهرها کمک کند.

به این منظور عوامل مرتبط با توسعه گردشگری شهری در خرم‌آباد به‌عنوان مسأله تحقیق حاضر مورد بررسی و شناسایی قرار گرفت. با توجه به بررسی‌ها، مطالعات و مصاحبه‌های اولیه، عوامل مؤثر در توسعه یافتگی این صنعت در خرم‌آباد از دو بعد زیرساختی و خدماتی و ظرفیت‌های گردشگری، بررسی و شناسایی شد. بر اساس مطالعه صورت گرفته، نتایج نشان می‌دهد شهر خرم‌آباد ظرفیت لازم برای تبدیل شدن به قطب گردشگری را داراست و بین زیرساخت‌ها و خدمات شهری برای توسعه گردشگری در این شهر رابطه معنی‌داری وجود دارد. بر اساس نظریات مدیران و کارشناسان ارشد شهری و بر پایه اطلاعات استخراج شده از پرسشنامه و داده‌های دلفی، زمینه لازم برای توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد وجود دارد. با این حال برخی از مشکلات و موانع توسعه گردشگری وجود دارد که عبارتند از:

- کمبود اعتبار کافی برای احداث تأسیسات زیربنایی تکمیلی
- عدم آگاهی کافی مردم با مسائل گردشگری
- کمبود نیروی انسانی متخصص در زمینه‌ی گردشگری
- نبود آمار و اطلاعات دقیق گردشگری در دستگاه‌های متولی
- بی توجهی به اهمیت جاذبه‌های گردشگری
- عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
- کمبود اعتبارات لازم برای انجام پروژه‌های مرتبط با گردشگری

با توجه به مشکلاتی که مدیران و کارشناسان و گردشگران مطرح کرده‌اند اگر سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی در قالب طرح‌های صورت گرفته و در دست انجام گردشگری (مطرح شده از سوی مدیران) مانند:

- ساخت مجتمع‌های رفاهی - مراکز اقامتی پارک‌ها و فضاهای سبز
- آزادسازی اطراف قلعه فلک الافلاک
- احداث پارک زیباکنار
- مطالعه طرح جامع گردشگری خرم‌آباد
- طرحی برای ساماندهی پل شکسته و برنامه اجرایی طاق پل شکسته
- نورپردازی قلعه فلک الافلاک
- احداث پارک‌های شوراب و مخمل کوه
- بازسازی هتل شهرداری
- طرح جامع گردشگری استان
- بازسازی و آزادسازی سنگ نبشته
- احداث اماکن اقامتی و پذیرایی، سفره‌خانه‌های سنتی و سایر زیرساخت‌های گردشگری
- به درستی انجام گیرد و این سرمایه‌گذاری‌ها تشویق شود؛ شهر خرم‌آباد ظرفیت‌های لازم را برای تبدیل شدن به قطب گردشگری در سطح کشور خواهد داشت.
- برای نیل به قطب گردشگری شهری و توسعه گردشگری پیشنهادهای زیر مطرح می‌گردد:
- تشکیل کمیته‌ای از افراد متخصص و صاحب نظر در امر گردشگری با عنوان کمیته مشورتی برای توسعه گردشگری شهر
- ایجاد دهکده توریستی در پارک شوراب
- بازسازی و مرمت بناهای مهم تاریخی و باستانی
- ساماندهی، تجهیز و آماده‌سازی سراب‌ها و چشمه‌های درون شهری
- ایجاد و تکمیل هتل‌ها و مهمان‌پذیرهای شهر خرم‌آباد
- توسعه شبکه‌های ارتباطی هوایی و جاده‌ای
- تبلیغات لازم به‌ویژه خارج از استان و کشور بر اساس شناساندن جاذبه‌های گردشگری منطقه از طریق شرکت در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی و صدا و سیما
- اتصال راه آهن دورود به خرم‌آباد
- نورپردازی در کوه‌های اطراف شهر خرم‌آباد
- ایجاد زیرساخت‌ها نظیر جاده‌ها - مراکز اقامتی - تفریحی و پذیرایی - رفاهی

- برگزاری دوره‌های آموزشی برای تمامی افراد و دستگاه‌های اجرایی مرتبط با گردشگری
- ایجاد بستر مناسب در آزادسازی حریم اماکن تاریخی و ایجاد محور گردشگاهی بین اماکن مختلف گردشگری
- استفاده از مدیران متخصص در امر گردشگری در سازمانهای مرتبط با گردشگری

### منابع

- ایزدپناه، حمید. ۱۳۶۳. آثار باستانی و تاریخی لرستان، جلد ۲-۱، انتشارات نقش جهان. بازرگان، عباس و همکاران. ۱۳۸۳. روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، انتشارات آگاه، چاپ نهم، تهران. باستیه، ژان و برناردزر. ۱۳۷۷. شهر، ترجمه: اشرفی، علی، شهر، انتشارات دانشگاه هنر، چاپ اول. پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی. ۱۳۸۵. گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت چاپ اول. پاپلی یزدی، محمدحسین و رجبی، حسین. ۱۳۸۲. نظریه‌های شهر و پیرامون، انتشارات سمت، چاپ اول. دلاور، علی. ۱۳۸۵. روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی، انتشارات ویرایش، چاپ بیستم. دیناری، احمد. ۱۳۸۴. گردشگری شهری در ایران و جهان، انتشارات الیاس، چاپ اول. رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد. ۱۳۷۹. سازمان جهانی جهانگردی برنامه‌ریزی گردشگری در سطح ملی و منطقه‌ای، جهاد دانشگاهی، اصفهان.
- سکاران، اوما. ۱۳۸۰. روش‌های تحقیق در عملیات، ترجمه محمد صائبی و محمود شیرازی، چاپ اول، تهران مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- سازمان گردشگری و میراث فرهنگی لرستان. ۱۳۸۷. میراث فرهنگی و گردشگری استان لرستان، بخش آمار نامه‌ها.
- فرج‌زاده اصل، منوچهر. ۱۳۸۴. سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه‌ریزی توریسم، انتشارات سمت، چاپ اول.
- قاسمی، فرید. ۱۳۷۸. خرم‌آباد شناسی (۲)، انتشارات افلاک، چاپ اول.
- کازس، ژرژ و پوتیه، فرانسواز. ۱۳۸۲. جهانگردی شهری، ترجمه: محلاتی، صلاح‌الدین، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- کردی، محمد. ۱۳۸۱. برنامه‌ریزی توریسم شهری با تأکید بر توسعه پایدار (شهر تبریز)، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- لطفی، صدیقه. ۱۳۸۶. بررسی توسعه گردشگری شهری در تعامل با اکوتوریسم، دو فصلنامه اندیشه جغرافیایی، سال اول شماره اول.
- ملائی توانی، علی. ۱۳۸۶. مدیریت توریسم شهری در تنکابن، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- موحد، علی. ۱۳۸۴. توریسم شهری، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی، سال اول، چاپ اول.
- موحد، علی. ۱۳۸۶. گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران، چاپ اول.

ناصرپور، نادر. ۱۳۸۲. بررسی و تبیین موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران.

- Gartner, W. 1996. *Tourism Development, Principles, Processes, Policies*. New York, Gohnuiley Sons.
- Gunn, Clare A. 1994. *Tourism planning*. New York, Taylor and Francis.
- Higham, G. 2005. *Sport Tourism Destinations Issues, Opportunities Analysis*.
- Orbasll, A. 2000. *Tourists in Historic Towns*. Urban Conservation and Heritage Management , London, E 8 spon
- Pearce Douglas, G. 2001. *An Integrative Frame Work for Urban Tourism Research*. Annals of Tourism Research 28 (4).
- Rossana G. 2007. *Tourism and the City: Opportunity for Regeneration*.
- Show, G., and Williams, A.M. 1994. *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspectives*. Blackwell: Oxford.
- Timothy, Dallen, J. 2005. *Aspect of Tourism Shopping Tourism, Retailing and Leisure*. Channel View Publications, Toronto.