

Identifying the key drivers effective in the development of tourism in Khorramabad city: with an emphasis on tourism infrastructure

Shabnam Galehdar

Master of Urban Design, Iran Art University, Tehran, Iran

Shadi Galehdar

Master of Urban Design, Art University of Isfahan, Isfahan, Iran

Enayat Mirzaei

Assistant Professor, Department of Urban Planning, Technical and Engineering Faculty, Lorestan University, Iran

Mandana Masoudi Rad *

Assistant Professor, Department of Urban Planning, Technical and Engineering Faculty, Lorestan University, Iran

Abstract (Times New Roman font, 12- with 150-250 words)

Tourism infrastructure is considered one of the main pillars in the growth and dynamism of the tourism industry. Weaknesses in this area can be seen as a fundamental crisis. In this context, Khorramabad City has always attracted tourists due to its natural and historical attractions. However, deficiencies in tourism infrastructure represent a significant barrier to the development of this industry. Therefore, this research aims to identify the key drivers influencing the development of tourism in Khorramabad City, with an emphasis on tourism infrastructure and a future-oriented approach. The research indicators were collected through existing documents in this field and semi-structured interview with experts and specialists in the tourism sector of Khorramabad City. The statistical population of the study consists of 19 individuals. To analyze the data, the cross-impact analysis technique was utilized using Micmac software. The results of this study identified 7 key drivers

* Corresponding Author: mandana.masoudi@gmail.com

How to Cite: xxxxxxxx

among 19 critical factors, indicating that the most influential elements in developing tourism infrastructure in Khorramabad City are specialized management, skilled workforce training, private sector involvement, tourism tours, security, innovative advertising methods, and cultural-educational events

Keywords: Tourism infrastructure, Khorramabad City, Key Drivers, Tourism Development, Future Studies.

1. Introduction

Tourism has a direct connection with economic prosperity. Many countries have found impetus in investing in this sector. Tourism is seen as a suitable strategy for sustainable development and reducing deprivation in regions. Most countries consider tourism as a primary source of income, exploitation, and infrastructure development.

The expansion of the tourism industry requires many facilities and infrastructures. These infrastructures include a range of services to meet the needs of tourists and enhance their satisfaction during their stay. Therefore, focusing on the development of these infrastructures, especially in developing countries, plays a crucial role in the revenues generated from tourism.

Sight et al. (2015) divided tourism infrastructure into three categories: 1- Common infrastructure (accommodation facilities, services for tourists, and tourist attractions), 2- Paratourism infrastructure (transportation facilities, roads, local, public, commercial, and service facilities), and 3- Food and recreational facilities (sports, leisure activities, and entertainment).

The country of Iran, with its rich natural resources and millennia-old historical-cultural background, holds significant potential for tourism development. However, due to insufficient attention to various tourism infrastructures, it has not been able to secure a prominent position in the tourism industry. Therefore, studying to achieve a proper and accurate understanding of tourism infrastructures seems essential.

The city of Khorramabad, despite its diverse natural, historical, and human-made tourist attractions, has not experienced a significant influx of tourists. This is in contrast to the county of Khorramabad, which, due to its unique climatic conditions, abundant natural and historical resources, and strategic location along the route of southern

cities in the country, holds special importance. Therefore, the aim of this study is to identify the key drivers influencing the development of tourism in the city of Khorramabad, with a focus on tourism infrastructure.

2. Literature Review

This section examines relevant research in the field of tourism development factors. Shoraket al. (2021) conducted a study titled "Evaluation of Factors Affecting the Development of Tourism in the City of Bejnord," where they surveyed experts and found that infrastructure and environmental factors had the highest average, while socio-cultural factors had the lowest. Aliakbari et al. (2020) employed a futuristic approach to develop and identify scenarios affecting the future of sustainable tourism in Kerman, focusing on competitiveness, program-oriented, and balanced development. Meanwhile, Keshavarz (2019) highlighted the presence of the private sector and investment in tourism projects as the main contributors to the greatest impact on tourism development in Khorramabad. Additionally, Taghvai and Hosseinekhah (2017) utilized a futuristic method and scenario writing with a case example of Yasuj City, identifying eight key drivers influencing the development of the tourism industry, including weather conditions, a comprehensive tourism plan, facilities and infrastructure, media, welfare services and customs, the private sector, and security. Furthermore, Amanda et al. (2021) investigated the satisfaction of foreign tourists with three key factors of tourism development in Indonesia: infrastructure, accommodation, and advertising. The infrastructure category encompassed factors such as mobile phone access, hospitals, and post offices. The accommodation category covered hotels, restaurants, and services, while the advertising category focused on government measures, introduction, and information banks to facilitate finding tourist centers. Blazeska et al. (2018) conducted a study on the impact of tourism infrastructure on tourist satisfaction and found that improving the quality of service through continuous employee training is crucial. They also suggested that the public sector

should collaborate with the private sector to enhance tourism infrastructure and establish a comprehensive database in cities to facilitate tourist access, as improving tourism infrastructure can create new incentives for tourist satisfaction at the destination.

3. Methodology

The data collection tool in this study was a semi-structured interview, which was used to select tourism experts for the Delphi method. This research utilized both library research and field research in terms of functional purpose, including descriptive-analytical research and an information gathering method. The reliability of the questionnaire was measured using Cronbach's alpha. Micmac software was used in this method, which is designed to analyze the cross-impact matrix.

The study population included specialists and experts who had sufficient experience in the field of tourism, especially in the city of Khorramabad. The sample size was not predetermined in this study. Initially, a number of experts in the field were asked to introduce other experts related to the subject of this research. This process continued until theoretical saturation was reached, and eventually, the sample size consisted of 19 people.

4. Results




The results of this research, based on the literature review and expert opinions regarding the tourism infrastructure of Khorramabad County, identified 19 drivers of influence. Among these, 6 key drivers emerged as having the most significant impact on the development of tourism infrastructure: specialized management, skilled human resource training, private sector involvement, tourism tours, security, innovative advertising methods, and cultural-educational events. These factors play a decisive role in facilitating and supporting the growth and improvement of infrastructure in Khorramabad. Furthermore, the findings align with previous studies on components such as the private sector (Mousavi et al., 2017), security (Al-Daghi et al., 2020), and specialized management (Taghavi & Hosseini Khah, 2017). Additionally, they corroborate results from Akbari et al. (2020), Kayumovich (2019), and Hunt (1975), highlighting that modern advertising methods promote tourism culture by creating a positive image for tourists. However, organizing tourism tours is identified as a dependent factor influenced by various variables. In summary,

نام خانوادگی نویسنده اول و دوم (بیش از دو نویسنده نام خانوادگی نویسنده اول و همکاران | ۵

considering the current status and future development of tourism infrastructure in Khorramabad, several strategies have been proposed to achieve enhanced infrastructure development.

آماده انتشار

شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد: با تأکید بر زیرساخت‌های گردشگری

کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه هنر ایران، تهران، ایران	شبیم گله دار 
کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران	شادی گله دار 
استادیار، گروه شهرسازی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه لرستان، ایران	عنایت میرزایی
استادیار، گروه شهرسازی، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه لرستان، ایران	ماندانا مسعودی راد  *

چکیده

زیرساخت‌های گردشگری به‌عنوان یکی از ارکان اصلی در رشد و پویایی صنعت گردشگری به‌شمار می‌رود. ضعف در این زمینه، می‌تواند به‌عنوان یک بحران اساسی در این زمینه تلقی شود. در این بین، شهرستان خرم‌آباد، به‌علت جاذبه‌های طبیعی و تاریخی همواره مورد توجه گردشگران بوده است. اما ضعف در زیرساخت‌های گردشگری یکی از موانع قابل توجه در توسعه این صنعت به‌شمار می‌رود. بنابراین این پژوهش باهدف شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد با تأکید بر زیرساخت‌های گردشگری با رویکرد آینده پژوهی شکل گرفته است. شاخص‌های پژوهش با کمک اسناد موجود در این حوزه و مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته، از کارشناسان و متخصصان در حوزه گردشگری شهرستان خرم‌آباد، جمع‌آوری شده است. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۹ نفر می‌باشد. به‌منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات، از تکنیک تحلیل اثرات متقاطع در نرم‌افزار، Micmac استفاده شده است. نتایج این پژوهش از میان ۱۹ عامل کلیدی، ۷ پیشران کلیدی استخراج شد؛ که نشان داد بیشترین تأثیرگذاری در توسعه زیرساخت‌های گردشگری شهرستان خرم‌آباد به ترتیب مربوط به پیشران‌های کلیدی مدیریت تخصصی، آموزش نیروی ماهر، بخش خصوصی، تورهای گردشگری، امنیت، روش‌های نوین تبلیغات و رویدادهای فرهنگی-آموزشی است.

کلیدواژه‌ها: زیرساخت‌های گردشگری، شهر خرم‌آباد، پیشران‌های کلیدی، توسعه گردشگری، آینده پژوهی

مقدمه

گردشگری یک بخش بسیار پیچیده از اقتصاد است که توسعه آن با رونق اقتصادی رابطه مستقیم دارد (چگین، ۱۴۰۱؛ ۲۰۵)؛ در این راستا بسیاری از کشورها به سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری سوق پیدا کرده‌اند. توسعه گردشگری راه‌حل کلی برای رفع همه مسائل نیست، اما راهبردی مناسب، برای توسعه پایدار و کاهش محرومیت مناطق، پیشروی برنامه‌ریزان قرار خواهد داد (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۱). این در حالی است که بیشتر کشورها این صنعت را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، شغل و توسعه ساختارهای زیربنایی می‌دانند (یعقوب زاده و همکاران، ۱۳۹۴، ۱۰۰). به عبارتی گسترش صنعت گردشگری در هر نقطه از جهان، نیازمند شرایط و امکانات و ویژگی‌های چون آب‌وهوا، آثار تاریخی و فرهنگی، جاذبه‌های طبیعی، آداب و سنن، زیرساخت‌ها، امکانات و تجهیزات است که باید در برنامه‌ریزی‌ها مورد توجه قرار گیرد (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۲). به نقل از حکمت نیا، (۱۳۹۹، ۷۲). زیرساخت‌های گردشگری شامل تعداد زیادی خدمات است که برای رفع نیازهای گردشگران و افزایش رضایت آن‌ها در طول اقامت در مقصد ضروری است (Jovanovic and Ilic, 2016: 288). علاوه بر این، شناسایی عوامل تأثیرگذار بر توسعه زیرساخت‌های گردشگری نقش مهمی در توسعه فعالیت‌های بخش گردشگری خواهد داشت (دلشاد، ۱۳۹۶، ۱۳۸). بنابراین، توجه به توسعه زیرساخت‌ها به‌ویژه برای کشورهای در حال توسعه که دارای ضعف‌های اساسی در دیگر صنایع و اقتصاد جهانی هستند؛ نقش مهمی در توسعه فعالیت‌ها و درآمدهای گردشگری دارد (رسال‌ور و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۰۴).

زیرساخت‌های گردشگری تعاریف متعددی دارد. برای مثال، (Sight et al (2015) زیرساخت‌های گردشگری را به سه دسته تقسیم‌بندی کردند: ۱. زیرساخت‌های معمول گردشگری (امکانات اقامتی، تسهیلات جهت سرویس‌دهی به گردشگران، جاذبه‌های گردشگری)؛ ۲. زیرساخت‌های پاراتوریست (امکانات حمل‌ونقل، جاده‌ای و انتقال مسافر، امکانات محلی، حمل‌ونقل عمومی، امکانات تجاری و خدماتی)؛ ۳. غذا و امکانات تفریحی (ورزش، اوقات فراغت و سرگرمی). در پژوهش دیگری که توسط کیانی سلمی و بسحاق (۱۳۹۶) انجام شده، زیرساخت‌های گردشگری به عواملی همچون خدمات پذیرایی، امنیت، دسترسی آسان، محل‌های استقرار، بهداشت و درمان، گردشگری پذیری، مکان‌های اقامتی و شبکه ارتباطی تقسیم‌بندی شده است. علاوه بر این، در پژوهش دیگری که توسط فرهادی یونکی و ایمانی خوشخو (۱۴۰۱) این زیرساخت‌ها در چهار گروه جاذبه‌های گردشگری، اقامتگاه‌ها، دسترسی و امکانات تقسیم‌بندی شده‌است. در مجموع، پژوهش‌های بسیاری نشان داده‌اند که ارتقای زیرساخت‌ها باعث جلب رضایت در گردشگران می‌شود (Blazeska et al., 2018; Haneef, 2017)؛ فرهادی یونکی و ایمانی خوشخو، ۱۴۰۱).

بر اساس برنامه چشم انداز ۲۰ ساله، ایران باید اولین کشور منطقه در زمینه گردشگری باشد و بر اساس این هدف، کشور ایران باید تا سال ۱۴۰۴ (۲۰۲۵) پذیرای ۲۰ میلیون گردشگر و درآمد ۱۵ میلیارد دلاری از این حوزه داشته باشد (چگین، ۱۴۰۲؛

¹ Para tourist Infrastructure

۲۰۵). کشور ایران با توجه به منابع طبیعی و بهره‌گیری از پشتوانه تاریخی-فرهنگی و طبیعی چند هزارساله از پتانسیل قابل توجهی برای توسعه گردشگری برخوردار است. اما به لحاظ شکوفایی نتوانسته جایگاه درخور توجهی کسب کند. هر چند این مسأله دلایل متفاوتی دارد، اما عدم توجه کافی به زیرساخت‌های چندگانه‌ی گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین پیشران‌های بخش گردشگری در این توسعه نیافتگی نقش به‌سزایی داشته است. به همین دلیل مطالعه برای دستیابی به درک درست و دقیق از زیرساخت‌های گردشگری کشور یک ضرورت اساسی به نظر می‌رسد (طالبی و همکاران، ۱۳۹۶). مطالعه پژوهش‌های مرتبط با امر گردشگری نشان می‌دهد که بخش گردشگری ایران (باوجود جاذبه‌های بسیار زیاد) در مقایسه با بعضی از کشورها با سابقه کمتر از یک دهه ورود به اقتصاد گردشگری، در رقابت جهانی و حتی منطقه‌ای گردشگری جایگاه واقعی خود را به دست نیاورده است (شرکا و همکاران، ۱۴۰۱، ۱۳۲؛ هزارجریبی و نجفی، ۱۳۹۰، ۱۳۳؛ احدپور و جعفری، ۱۳۹۰؛ ۹۵).

در این میان شهر خرم‌آباد نیز علی‌رغم داشتن جاذبه‌های متنوع گردشگری طبیعی، تاریخی و انسان‌ساخت با استقبال چشمگیری (چندان‌که شایسته‌ی آن است) از سوی گردشگران مواجه نشده است. این در حالی است که شهر خرم‌آباد به دلیل شرایط ویژه اقلیمی، وجود منابع متعدد طبیعی-تاریخی و قرارگیری در مسیر شهرهای جنوبی کشور از اهمیت خاصی برخوردار است. این در حالی است که علی‌رغم ظرفیت‌های توسعه اشتغال در بخش گردشگری، استان لرستان و به خصوص شهرستان خرم‌آباد از نظر وضعیت نرخ بیکاری در استان‌های کشور، در سال ۱۴۰۱ در رتبه چهارم قرار می‌گیرد (مرکز آمار ایران: ۱۴۰۱). از این رو، ارتقای کیفیت زیرساخت‌های گردشگری در این استان، نه تنها می‌تواند در رشد این صنعت کمک کند. بلکه، می‌تواند نقش مؤثری در ایجاد اشتغال داشته باشد. با توجه به مطالب گفته شده، هدف از این مطالعه، شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد با تأکید بر زیرساخت‌های گردشگری است.

پیشینه پژوهش

شرکا و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در شهر بجنورد، پس از بررسی از نگاه متولیان و کارشناسان نشان دادند که، بیشترین میانگین مربوط به "عوامل زیرساختی و زیست‌محیطی و کمترین میانگین مربوط به "عوامل اجتماعی-فرهنگی" بوده‌اند. از جمله موارد: امنیت، امکانات و خدمات، مسئولیت‌پذیری و مشارکت مردم، اطلاع‌رسانی، برگزاری جشنواره‌های فصلی و فرهنگی، استفاده از روش‌های نوین تبلیغاتی، مشارکت بخش و آگاه کردن مردم می‌تواند تأثیرات مثبت زیادی بر توسعه گردشگری داشته باشد.

حکمت‌نیا (۱۳۹۹)، در مقاله‌ای باهدف ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری، شهر میبد، موقعیت نسبی-تاریخی، امکانات-خدمات و زیرساخت‌ها، مدیریتی-نهادی، اجتماعی-امنیتی، طبیعی-اقلیمی را به ترتیب به‌عنوان مؤثرترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری معرفی کرده است. در پژوهش دیگری علی‌اکبری و همکاران (۱۳۹۹)، با رویکرد آینده پژوهی، به

تدوین و شناسایی سناریوهای مؤثر بر آینده گردشگری پایدار شهر کرمان در افق ۱۴۱۰ پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که مطلوب‌ترین سناریو برای وضعیت گردشگری کرمان در آینده بر شالوده رقابت‌پذیری، برنامه‌محوری و توسعه متوازن استوار است. کشاورز (۱۳۹۸)، در پژوهش خود، توجه به اهداف و اصول توسعه پایدار گردشگری را نیازمند همکاری بخش‌ها و نهادهای گوناگون عنوان کرد، و عواملی مانند؛ حضور بخش خصوصی و سرمایه‌گذاری در طرح‌های گردشگری را به عنوان عامل‌های اصلی که بیشترین تاثیر را بر توسعه گردشگری در شهرستان خرم‌آباد دارد معرفی کرده است. در پژوهشی دیگر، تقوایی و حسینی خواه (۱۳۹۶) با عنوان برنامه‌ریزی توسعه صنعت گردشگری مبتنی بر روش آینده‌پژوهی و سناریونویسی با مطالعه موردی شهر یاسوج، ۸ پیشران کلیدی از جمله شرایط آب و هوایی و اقلیم، طرح جامع گردشگری، تأسیسات زیربنایی، رسانه‌ها، خدمات رفاهی، آداب و رسوم، بخش خصوصی و امنیت را به عنوان عوامل توسعه صنعت گردشگری شهر یاسوج بیان کردند. یعقوب زاده و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به ارزیابی مناطق آزاد ایران به لحاظ جذب گردشگر و توسعه زیرساخت‌های گردشگری، منطقه آزاد قشم پرداخته است. نتایج این پژوهش زیرساخت‌های گردشگری را در وضعیت مناسبی نشان داده است. ولی در بخش نامناسب به مواردی از جمله توجه به آموزش، امنیت و مهمان‌نوازی اشاره شده است. علاوه بر این، تقوایی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی برای یافتن عوامل مؤثر در توسعه گردشگری در کرمانشاه، ضعف در مدیریت، ضعف در تبلیغات و ناهماهنگی سازمان‌های مرتبط در زمینه گردشگری با مردم را به عنوان مهم‌ترین دلایل در عدم توسعه زیرساخت‌های گردشگری این شهرستان معرفی کرده است. سپس در پژوهش دیگری، هزارجریبی و نجفی (۱۳۹۰)، به منظور بررسی جامعه‌شناختی، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در ایران، خاطر نشان کردند که وجود احساس رضایت و تمایل سفر مجدد گردشگران برای توسعه گردشگری بسیار مفید است. به همین دلیل باید به مواردی نظیر؛ آموزش و اطلاع‌رسانی، گسترش برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های تاریخی، آموزش توریسم، جهت‌دهی سرمایه‌گذاری، رفع مشکلات راه‌ها، استاندارد نمودن تأسیسات اقامتی - پذیرایی اشاره کرد.

Amanda et al (2021) در پژوهشی میزان رضایت گردشگران خارجی از عوامل توسعه گردشگری را در سه دسته زیرساخت‌ها، اقامتگاه‌ها و تبلیغات در اندونزی مورد بررسی قرار دادند. در دسته‌ی زیرساخت‌ها به مواردی همچون، دسترسی به شبکه تلفن همراه، بیمارستان، اداره پست، و غیره، در دسته‌ی اقامتگاه‌ها به موارد دیگری همچون، هتل، متل، رستوران و خدمات این مراکز و در نهایت در دسته تبلیغات به اقدامات دولت در جهت اطلاع‌رسانی و معرفی و بانک اطلاعاتی جهت تسهیل در پیدا کردن مراکز گردشگری اشاره داشت.

Blazeska et al (2018) در پژوهشی با عنوان "تأثیر زیرساخت‌های گردشگری بر رضایت گردشگران شهر اوهرید"^۲ با هدف تاکید بر بهبود دائمی زیرساخت‌های گردشگری در پیشبرد رضایت گردشگری نشان دادند که کیفیت خدمات، باید با آموزش مستمر کارمندان بهبود پیدا کند. علاوه بر این، بخش دولتی با کمک بخش خصوصی باید به بهبود زیرساخت‌های

² Ohrid

گردشگری پردازد. پس از آن، ایجاد یک بانک اطلاعاتی را در شهر برای تسهیل در دسترسی برای گردشگران ضروری می‌داند. علاوه بر این، (Mandic et al, 2018) در پژوهش خود به بررسی ارتباط بین زیرساخت های گردشگری، امکانات تفریحی و توسعه گردشگری پرداختند. نتایج این پژوهش حاکی از این است که بین توسعه گردشگری و تعداد بازدید کنندگان، شب های اقامت و وضعیت فعلی زیرساخت ها و امکانات همبستگی معناداری وجود دارد.

روش

ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش مصاحبه نیمه ساختاریافته بوده که نظر خواهی از خبرگان به روش دلفی صورت گرفته است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از جمله تحقیقات توصیفی- تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات نیز کتابخانه‌ای، میدانی بوده است. روایی و پایایی پرسشنامه موردنظر با مصاحبه از اساتید و آلفای کرونباخ سنجیده شده است.

در این پژوهش از ماتریس اثرات متقاطع استفاده شده است. این روش، روشی خبره محور است که نتایج کمی از آن به دست می‌آید (بهزادی و همکاران، ۱۳۹۷؛ ۴۲). نرم افزار Micmac در این روش استفاده شده که جهت تحلیل ماتریس اثرات متقاطع طراحی شده است. در ماتریس متقاطع، جمع اعداد سطرهای هر پیشران میزان تأثیرگذاری و جمع ستونی نیز میزان تأثیرپذیری آن پیشران از پیشران‌های دیگر را نشان می‌دهد. با یک روش ساده می‌توان دریافت که تأثیر پیشران‌ها با در نظر گرفتن تعداد گروه‌های ارتباطی در ماتریس تشکیل شده، قابل سنجش است. متغیر یا پیشرانی که بر تعداد محدودی از متغیرها یا پیشران‌ها تأثیر مستقیم دارد، تأثیرگذاری اندکی در کل سیستم دارد (رسال‌ور و همکاران، ۱۳۹۹، ۱۹۹).

جامعه آماری این پژوهش شامل متخصصان و خبرگانی می‌باشد که حوزه گردشگری، به خصوص شهرستان خرم‌آباد، تجربه کافی و لازم دارند. در این پژوهش حجم نمونه از قبل مشخص نبوده است. در ابتدا از تعدادی از متخصصان در این حوزه خواسته شد تا خبرگان مرتبط با موضوع این پژوهش را معرفی کنند. این کار تا اشباع نظری ادامه پیدا کرد و در نهایت حجم نمونه به ۱۹ نفر رسید که مشخصات جامعه آماری آن‌ها در جدول ۱ ارائه شده است. در سایر پژوهش‌های مشابه که از نرم افزار Micmac جهت تحلیل ماتریس اثرات متقابل استفاده شده است، حجم نمونه آماری از بین ۱۰ تا ۳۰ نفر متغیر بوده است (بهزادی و همکاران، ۱۳۹۷؛ الداغی و همکاران، ۱۳۹۹).

جدول ۱. مشخصات جامعه آماری کارشناسان

گزینه	جنسیت		تحصیلات	
	مرد	زن	کارشناسی	کارشناسی ارشد
فراوانی	۱۲	۷	۲	۷
درصد	۶۳/۱۵	۳۶/۸۴	۱۰/۵۲	۳۶/۸۴
گزینه	سازمان		سن	

۵۱-۶۰	۴۱-۵۰	۳۱-۴۰	دانشگاه	میراث	
۵	۸	۶	۸	۱۱	فراوانی
۲۶/۳۱	۴۲/۱۰	۳۱/۵۷	۴۲/۱۰	۵۷/۸۹	درصد

منبع: نگارندگان

پس از شناسایی متغیرها از مبانی نظری پژوهش، پرسشنامه بین خبرگان در حوزه گردشگری با روش نمونه‌گیری گلوله برفی توزیع گردید. از خبرگان در حوزه گردشگری خواسته شد تا به پیشران‌های موردنظر، بر اساس شدت اثر، امتیازهای ۰ تا ۳ داده شود. بدین معنی که بیشترین شدت تأثیرگذاری یک عامل کلیدی بر عامل کلیدی دیگر برابر ۳ و کمترین شدت تأثیرگذاری برابر ۰ می‌باشد.

پس از شناسایی و طبقه‌بندی پیشران‌های موردنظر، ماتریس اولیه ۱۹*۱۹ تشکیل یافته است. به‌منظور تحلیل پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه زیرساخت‌های گردشگری شهر خرم‌آباد، پیشران‌های کلیدی به کمک مرور ادبیات پژوهش و مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان در حوزه گردشگری شناسایی و در قالب ۵ مؤلفه اصلی (اقتصادی، مدیریتی - برنامه‌ای، فرهنگی - اجتماعی، تبلیغات و خدمات) و ۱۹ پیشران فرعی به شرح جدول زیر مشخص شده است.

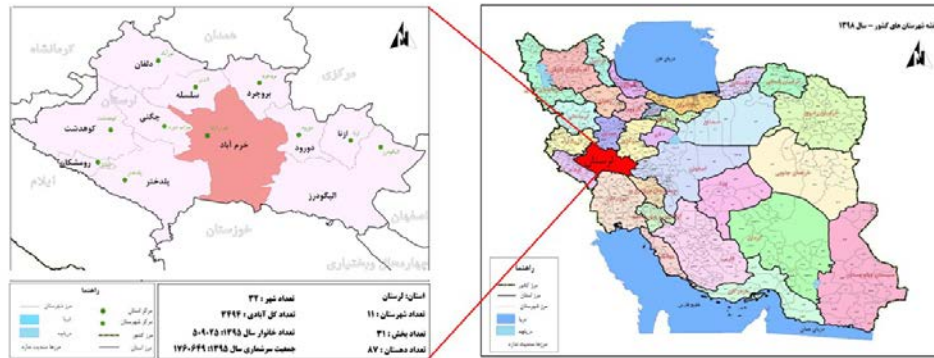
جدول ۲. پیشران‌های موردبررسی بر توسعه زیرساخت‌های گردشگری

مؤلفه‌های اصلی	پیشران‌های فرعی	منابع
اقتصادی	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، بودجه دولتی، سازمان‌های مردم‌نهاد، مناسب بودن هزینه‌ها	(Mandic et al, 2018)، (موسوی و همکاران، ۱۳۹۶)، (تقوایی و حسینی خواه، ۱۳۹۶)، (یعقوب زاده و همکاران، ۱۳۹۴)، (Blazeska et al, 2018) (کشاورز، ۱۳۹۸)
مدیریتی - برنامه‌ای	مدیریت تخصصی، آموزش نیروی انسانی ماهر، طرح جامع گردشگری، برندینگ، دسترسی آسان به تسهیلات، امنیت	(حکمت‌نیا، ۱۳۹۹)، (رسال‌ور و همکاران، ۱۳۹۹)، (خوارزمی و همکاران، ۱۳۹۸)، (Almeyda-Ibáñez & George, 2017)، (Blazeska et al, 2018)، (کشاورز، ۱۳۹۸)
فرهنگی - اجتماعی	رویدادهای فرهنگی - آموزشی، فرهنگ پذیرش، آداب‌ورسوم، شبکه‌های اجتماعی	(بافقی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵) و (حیدری نیا و همکاران، ۱۳۹۳) و (شرکا و همکاران، ۱۴۰۱)، (Hua et al, 2017)، (Cibinskiene, 2012)، (رضایی و همکاران، ۱۳۹۹)
تبلیغات	روش‌های نوین تبلیغات	(اکبری و همکاران، ۱۳۹۹)، (Hunt, 1975)، (Khudoynazarovich, 2021)
خدمات	خدمات رفاهی (اقامتی - تفریحی)، تورهای گردشگری، دفاتر گردشگری، بانک اطلاعات	(دلشاد، ۱۳۹۶)، (Blazeska et al, 2018)، (Amanda et al, 2021)

منبع: نگارندگان با مرور مبانی پژوهش و مصاحبه

معرفی محدوده مورد مطالعه

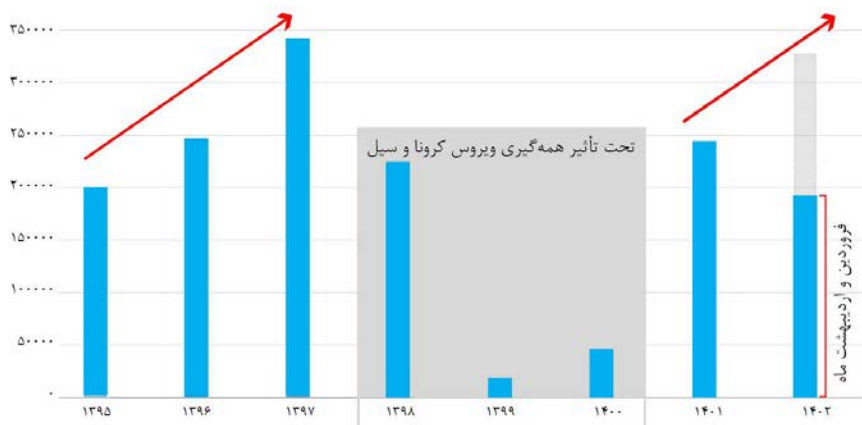
رونق گردشگری در هر منطقه تابع شرایط و ویژگی‌های آن منطقه می‌باشد بنابراین شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری هر منطقه ابتدایی‌ترین گام برای توسعه گردشگری آن مکان است. شهرستان خرم‌آباد مرکز استان لرستان است که در دره‌های میان رشته کوه‌های زاگرس غربی قرار گرفته است (رضایی، ۱۳۹۹؛ ۱۱۶) طبق گزارش مرکز آمار ایران، جمعیت این شهرستان در سرشماری سال ۱۳۹۵ برابر با ۵۰۶۴۷۱ نفر بوده است. در زمان‌های گذشته، این شهر به نام شاپور خواست، قسمت تاریخی شهر، شناخته شده است.



شکل ۱. موقعیت قرارگیری شهرستان خرم‌آباد

منبع: مرکز آمار ایران

شهرستان خرم‌آباد از نظر گردشگری، از دو حیث هویت تاریخی و طبیعی، حائز اهمیت است. در این میان می‌توان به جاذبه‌هایی همچون قلعه فلک‌الافلاک و آبشار بیشه اشاره کرد. طبق پژوهش‌ها در زمینه برندینگ شهری خرم‌آباد (موسوی و همکاران: ۱۳۹۶)، با توجه بر خورده‌های این محدوده از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، با عنوان "خرم‌آباد گنجینه طبیعت و تاریخ ایران" معرفی شده است. همچنین این شهر به دلیل دارا بودن فضاهایی با پتانسیل گردشگری بالا، از طرف سازمان ملل به عنوان پایلوت برای اجرای طرح توسعه پایدار شهری از طریق گردشگری برگزیده شده است (کشاورز، ۱۳۹۸؛ ۱۲۲). علاوه بر این، روند رشد تعداد گردشگران وارده به این شهرستان در سال‌های اخیر همواره تساعدی بوده است. به طوری که، پس از سپری شدن موج‌های ویرانگر پاندمی کرونا، بخش گردشگری این محدوده، مجدداً حیات خود را باز یافته است. به گزارش سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان لرستان، تنها از ابتدای سال ۱۴۰۲ تا تاریخ ۳ اردیبهشت ماه، حدود ۱۸۰۷۸۳ نفر از قلعه فلک‌الافلاک بازدید داشته‌اند.



شکل ۲. نرخ فروش بلبلیط در قلعہ فلک‌الافلاک

منبع: میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان لرستان

مطابق شکل ۲ بر اساس تعداد بلبلیط به فروش رفته قلعہ فلک‌الافلاک، به عنوان پربازدیدترین مرکز گردشگری این شهرستان تنها تا تاریخ ۶ فروردین ۱۴۰۲، در سطح کشور سومین جاذبه گردشگری پربازدید ایران بوده است (روابط عمومی اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان لرستان، ۱۴۰۲). این در حالی است که ظرفیت های گردشگری این شهرستان بیش از این برآورد شده است. به طوری که بر اساس مطالعات انجام شده، به دلیل مهیا نبودن جاذبه‌ها برای استفاده گردشگران و نامتناسب بودن تسهیلات و امکانات گردشگری و در نتیجه آن ناامن شدن محیط برای گردشگران، آلودگی های محیطی و مشکلات برنامه ریزی و اجرایی و ناآشنا بودن بومیان و جامعه میزبان با امور مرتبط با گردشگری، سیستم توسعه گردشگری این شهرستان در معرض آسیب و خطر قرار دارد (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲۸). از این رو، بخش گردشگری شهر خرم آباد در زمینه زیرساخت های گردشگری نیازمند توجه و بهبود است.

زیرساخت های گردشگری در پژوهش های متفاوت دسته بندی های متفاوتی را در بر می گیرند، به طور مثال، در پژوهش Jovanović & Ilić, (2016) زیرساخت های گردشگری در چهار دسته فیزیکی (اقامتگاه ها)، خدمات (آژانس های مسافرتی)، فرهنگ (میراث، جشنواره ها، غذا و زبان) و حکومت (قانون و مهاجرت) می باشد. با این حال، زیرساخت ها را در دو دسته سخت و نرم تقسیم می کند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۵). زیرساخت های سخت شامل بیشتر شامل تأسیسات گردشگری می شود که از تمرکز این پژوهش خارج است و تمرکز این پژوهش بیشتر بر زیرساخت های نرم که در جدول ۲ اشاره شد می شود.

جدول ۳. وضعیت پیشران های موثر بر توسعه زیرساخت های گردشگری در شهر خرم آباد

دسته بندی زیرساخت ها	وضعیت فعلی	وضعیت مطلوب
----------------------	------------	-------------

۲	۲	۲	۲	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۰	۲	۲	۲	۲	مدیریت
۲	۳	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۱	۲	۲	۰	۲	۲	۲	۲	۳	نیروی انسانی
۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۰	۲	۲	۲	۲	۲	۲	طرح جامع گ
۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۰	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۱	برندینگ
۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۰	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	دسترسی
۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۰	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	امنیت
۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۰	۲	۲	۲	۱	۲	۲	۲	۲	۲	۲	رویدادها
۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۰	۲	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	فرهنگ پذیر
۲	۲	۲	۲	۲	۲	۰	۲	۲	۲	۲	۲	۱	۲	۲	۲	۲	۲	۲	آداب و رسم
۲	۲	۲	۲	۳	۰	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۱	۲	۲	۲	شبکه اج
۲	۲	۲	۲	۰	۲	۲	۲	۳	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	روش تبلیغ
۲	۲	۳	۰	۲	۲	۱	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۱	۲	۲	خدمات رفاه
۲	۳	۰	۲	۲	۲	۳	۳	۲	۲	۲	۲	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۲	تور گردش
۲	۰	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۱	۲	۲	۲	۲	۲	۳	دفاتر گردش
۰	۱	۲	۲	۲	۲	۲	۱	۲	۲	۱	۲	۳	۲	۲	۲	۱	۲	۲	بانک گردش

جدول ۴. ماتریس استخراج شده از نظر کارشناسان

منبع: نگارندگان

جدول ۵. تحلیل اولیه داده‌های ماتریس و آماره‌های آن

ابعاد ماتریس	تعداد تکرار	بدون تأثیر (۰)	تأثیر ضعیف (۱)	تأثیر میانه (۲)	تأثیر قوی (۳)	درجه پرشدگی
۱۹*۱۹	۳	۱۹	۷۴	۱۲۲	۱۴۶	۹۵ درصد

منبع: نگارندگان

تحلیل ماتریس اثرات مستقیم و غیرمستقیم

پس از تشکیل ماتریس متقاطع، ماتریس تأثیر مستقیم (MDI^۳) و غیرمستقیم (MII^۴) تشکیل شد. در ماتریس متقاطع، جمع اعداد سطرهاى هر پیشران، میزان تأثیر گذاری و جمع ستونی، میزان تأثیر پذیری را نشان داد.

جدول ۶. تأثیر مستقیم و غیرمستقیم پیشرانها بر یکدیگر

مؤلفه‌ها	پیشرانها		اثرات مستقیم		اثرات غیرمستقیم	
	بخش خصوصی	بودجه دولتی	سازمان‌های مردم‌نهاد	اثر پذیری	اثر گذاری	اثر پذیری
اقتصادی	۴۸	۳۸	۲۹	۴۶	۳۰۰۳۲۶۱	۳۱۰۱۴۴۴
					۲۴۱۹۰۵۳	۲۵۲۲۱۸۹
					۲۳۶۸۵۳۹	۱۹۴۴۷۰۹

³ Matrix of Direct Influences

⁴ Matrix of Indirect Influences

۲۸۰۲۵۸۳	۲۴۲۲۶۹۳	۴۳	۳۷	مناسب بودن هزینه‌ها	
۳۰۵۴۲۶۲	۳۲۲۰۶۴۴	۴۷	۵۰	مدیریت تخصصی	مدیریتی - برنامه‌ای
۳۰۱۳۰۴۰	۳۱۴۹۲۵۹	۴۷	۴۹	آموزش نیروی انسانی ماهر	
۲۱۰۱۷۳۳	۲۲۵۵۶۷۸	۳۲	۳۴	طرح جامع گردشگری	
۲۵۶۶۱۳۱	۲۸۲۶۱۹۲	۳۹	۴۳	برندینگ	
۲۵۰۰۶۲۹	۲۵۸۰۷۹۷	۳۸	۳۹	دسترسی آسان به تسهیلات	
۳۰۸۵۱۱۵	۲۷۹۱۶۲۰	۴۸	۴۳	امنیت	
۲۶۱۶۳۵۷	۲۵۶۶۶۶۸	۴۰	۳۹	رویدادهای فرهنگی - آموزشی	فرهنگی - اجتماعی
۲۴۷۴۶۵۱	۲۴۴۳۱۲۸	۳۷	۳۷	فرهنگ پذیرش	
۲۳۱۵۴۸۰	۲۱۷۳۰۱۸	۳۵	۳۳	آداب و رسوم	
۲۷۰۵۵۷۷	۲۴۶۱۹۶۹	۴۱	۳۷	شبکه‌های اجتماعی	
۲۸۱۹۱۹۵	۲۷۳۵۴۳۹	۴۳	۴۲	روش‌های نوین تبلیغات	تبلیغات
۲۴۵۷۰۳۹	۲۵۲۷۳۰۹	۳۷	۳۸	خدمات رفاهی (اقامت - تفریحی)	خدمات
۳۰۰۲۰۱۲	۲۹۳۱۸۵۳	۴۶	۴۵	تورهای گردشگری	
۲۶۰۱۰۹۷	۲۵۹۸۳۰۸	۳۹	۳۹	دفاتر گردشگری	
۱۷۲۲۳۸۱	۲۳۷۵۲۱۸	۲۶	۳۶	بانک اطلاعات گردشگری	

منبع: نگارندگان

بر اساس نتایج به دست آمده، در مؤلفه‌های اقتصادی، بخش خصوصی و بودجه دولت، در مؤلفه‌های مدیریتی - برنامه‌ای، آموزش نیروی انسانی ماهر و مدیریت تخصصی، در بخش تبلیغات، روش‌های نوین تبلیغات و در مؤلفه‌های خدمات، تورهای گردشگری بیشترین تأثیرگذاری را دارند. علاوه بر این، فرهنگ پذیرش و دفاتر گردشگری تأثیرگذاری و تأثیرپذیری یکسانی دارد.

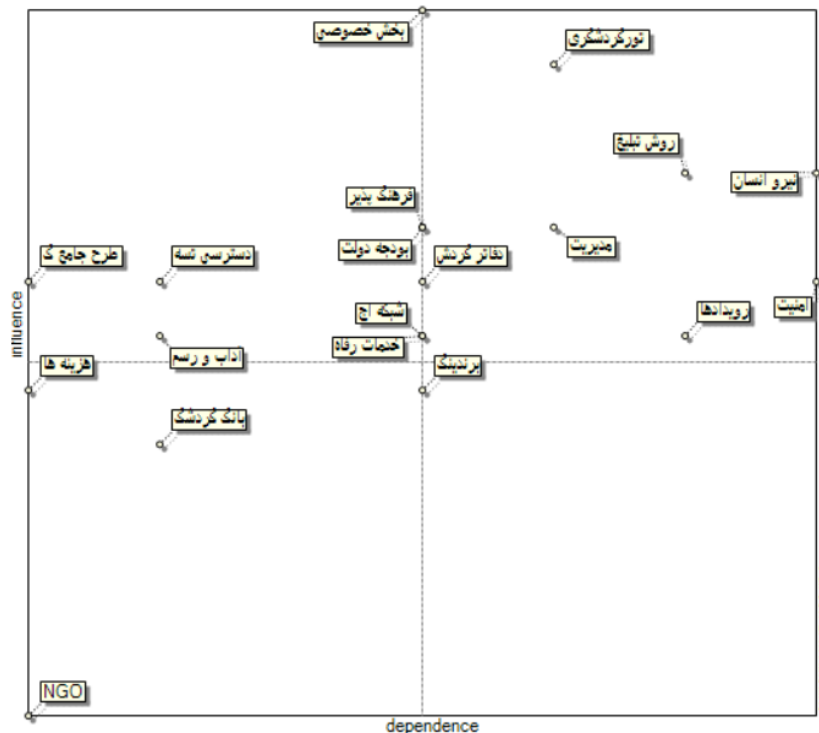
در مجموع، بیشترین تأثیرگذاری در بین پیشران‌های بررسی شده بر سایر پیشران‌ها در راستای توسعه زیرساخت‌های گردشگری شهرستان خرم‌آباد مربوط به پیشران‌های مدیریت تخصصی، آموزش نیروی انسانی ماهر و بخش خصوصی و کمترین تأثیرگذاری مربوط به سازمان‌های مردم‌نهاد می‌باشد.

تحلیل پایداری و ناپایداری سیستم بر اساس نقشه اثرگذاری و اثرپذیری مستقیم^۵

⁵ Direct influence/dependence map

نحوه پراکنش پیشران‌ها در نقشه اثرگذاری- اثرپذیری نشان‌دهنده میزان پایداری و ناپایداری سیستم است. به طوری که اگر پراکنش پیشران‌ها به شکل I باشد، سیستم پایدار و اگر پیشران‌ها حول محور قطری پخش شده باشند، سیستم ناپایدار است و کمبود پیشران‌های تأثیرگذار، سیستم را تهدید می‌کنند.

آنچه از نقشه اثرگذاری- اثرپذیری پیداست، ناپایداری سیستم زیرساخت‌های گردشگری شهرستان خرم‌آباد است.

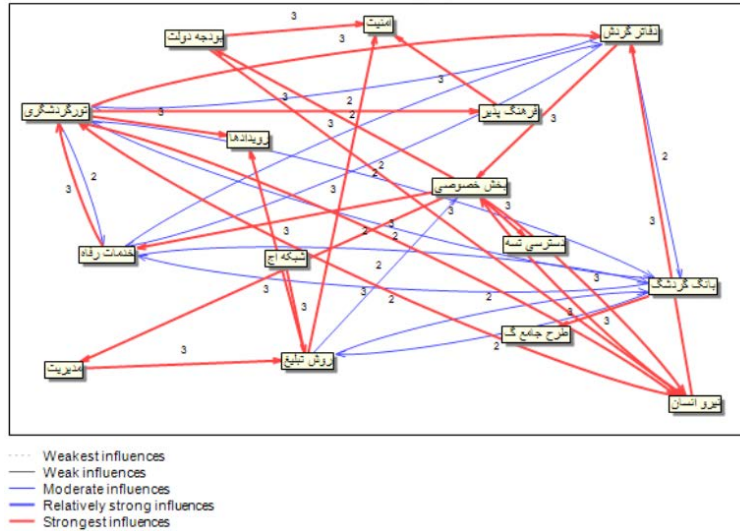


شکل ۳. نقشه اثرگذاری و اثرپذیری مستقیم

منبع: نگارندگان

تحلیل گراف اثرگذاری

گراف اثرگذاری نشان‌دهنده روابط پیشران‌ها و چگونگی اثرگذاری آن‌ها بر یکدیگر است. این گراف با خطوط قرمز و آبی با پیکان نشان داده شده است. خطوط قرمز، اثرگذاری شدید پیشران‌ها بر یکدیگر و خطوط آبی، روابط متوسط و ضعیف را نشان می‌دهد. علاوه بر این، این گراف نشان می‌دهد چنانچه پیشران‌ها بر تعدادی از پیشران‌ها تأثیرگذار باشند، سیستم در آینده به سمت پایداری سوق پیدا خواهد کرد.



شکل ۴: گراف ماتریس تأثیر مستقیم

منبع: نگارندگان

با توجه به نتایج به دست آمده، وضعیت کلی پیشران‌های کلیدی توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد بدین شرح است: متغیرهای ورودی در قسمت شمال غربی شامل بخش خصوص، دسترسی آسان به تسهیلات، طرح جامع گردشگری و آداب و رسوم به عنوان متغیرهای تعیین کننده و تأثیرگذار شناخته می‌شوند. در قسمت شمال شرقی نمودار متغیرهای تورهای گردشگری، روش‌های نوین تبلیغات، مدیریت تخصصی، نیروی انسانی ماهر، امنیت، رویدادهای فرهنگی-آموزشی به دلیل پتانسیل بالایی که برای تبدیل شدن به بازیگران اصلی و با توجه به ویژگی‌های ناپایدار خود، از آن‌ها به عنوان متغیرهای ریسک یاد می‌کنند. در قسمت جنوب غربی نمودار، متغیرهای بانک اطلاعات گردشگری و مناسب بودن هزینه‌ها به عنوان متغیرهای ثانویه شناخته می‌شوند. متغیر سازمان‌های مردم‌نهاد در قسمت جنوب غربی، از حداقل تأثیرگذاری و تأثیرپذیری برخوردار است و دارای کم‌ترین دخالت در سیستم است. در مرکز نمودار متغیرهای فرهنگ پذیرش، بودجه دولت، دفاتر گردشگری، شبکه‌های اجتماعی، خدمات رفاهی و برندینگ حالت تنظیمی داشته و قابلیت ارتقا به متغیرهای تأثیرگذار یا تعیین کننده و یا متغیرهای هدف و ریسک را دارند. بر اساس موارد ذکر شده، متغیرها به شکل زیر دسته‌بندی می‌شوند:

جدول ۷: جایگاه هر یک از پیشران‌ها در توسعه زیرساخت‌های گردشگری شهرستان خرم‌آباد

طبقه‌بندی عوامل	طبقه‌بندی پیشران‌ها
عوامل مستقل	سازمان‌های مردم‌نهاد
عوامل تنظیمی	برندینگ، خدمات رفاهی (اقامت-تفریحی)، دفاتر گردشگری، بودجه دولت، فرهنگ پذیرش، شبکه‌های اجتماعی
عوامل ریسک	تورهای گردشگری، روش‌های نوین تبلیغات، مدیریت تخصصی، آموزش نیروی انسانی ماهر، امنیت، رویدادهای فرهنگی-آموزشی
عوامل تأثیرگذار	بخش خصوصی، دسترسی آسان به تسهیلات، طرح جامع گردشگری، آداب و رسوم

عوامل ثانویه	هزینه‌ها، بانک اطلاعات گردشگری
--------------	--------------------------------

منبع: نگارندگان

آماده انتشار

بحث و نتیجه‌گیری (قلم بی لوتوس، سایز ۱۴ پررنگ)

نتایج حاصل از یافته‌های تحقیق بر اساس مطالعات ادبیات تحقیق و نظرات کارشناسان گردشگری نسبت به زیرساخت‌های گردشگری شهرستان خرم‌آباد ۱۹ پیشران موردسنجش قرار گرفت که در این میان ۶ پیشران کلیدی شامل؛ مدیریت تخصصی، آموزش نیروی انسانی ماهر، بخش خصوص، تورهای گردشگری، امنیت، روش‌های نوین تبلیغات و رویدادهای فرهنگی - آموزشی به ترتیب بیشترین تأثیرگذاری را بر توسعه زیرساخت‌های گردشگری شهرستان خرم‌آباد دارند. این عوامل، نقش تعیین‌کننده‌ای در تسهیل و حمایت از رشد و بهبود زیرساخت‌ها در شهرستان خرم‌آباد، دارند.

همچنین نتایج به‌دست‌آمده از این تحقیق با پیشینه مطالعاتی در مؤلفه‌های همچون بخش خصوص (موسوی و همکاران، ۱۳۹۶)، امنیت (الداغی و همکاران، ۱۳۹۹)، مدیریت تخصصی (تقوایی و حسینی خواه، ۱۳۹۶)، هم‌راستا است. همین‌طور با نتایج (اکبری و همکاران، ۱۳۹۹)، (Khudoynazarovich, 2021) و (Hunt, 1975) از این جهت که استفاده از روش‌های نوین تبلیغات منجر به ترویج فرهنگ گردشگری با کمک ایجاد تصویر ذهنی برای گردشگران می‌شود، هم‌سو است. با این وجود، برگزاری تورهای گردشگری را به‌عنوان عامل تأثیرپذیر و وابسته که متغیرهای زیادی در ایجاد آن‌ها مؤثر است نشان می‌دهند.

درمجموع با توجه به وضع موجود و آینده توسعه زیرساخت‌های گردشگری شهرستان خرم‌آباد به‌منظور دستیابی به توسعه زیرساخت‌های گردشگری شهرستان خرم‌آباد راهکارهای زیرارائه شده است:

جدول ۸: سیاست های موثر بر توسعه زیرساخت های گردشگری شهرستان خرم آباد

پیشران های کلیدی موثر	راهبرد	سیاست ها
مدیریت کارآمد با انعطاف در برنامه های گردشگری	ایجاد سامانه گردشگری دیجیتال	<p>- طراحی و پیاده سازی پلتفرم جامع گردشگری: همکاری با شرکت های نرم افزاری معتبر برای توسعه یک سامانه که شامل اطلاعات جاذبه های گردشگری، رزرو آنلاین، مدیریت بازخورد گردشگران و تحلیل داده ها باشد.</p> <p>- همکاری بین با سامانه های دولتی و بخش خصوصی: اتصال سامانه مدیریت گردشگری با سیستم های دولتی مانند وزارت راه و شهرداری ها و همچنین تاسیسات و موسسات گردشگری مانند هتل ها و رستوران ها.</p> <p>- آموزش کارکنان مرتبط: برگزاری دوره های آموزشی برای مدیران و کارکنان گردشگری جهت استفاده بهینه از سامانه دیجیتال</p>
آموزش نیروی ماهر	برگزاری کارگاه های آموزشی برای مدیران گردشگری	<p>- تعیین موضوعات کلیدی: انتخاب موضوعاتی مانند مدیریت بحران، بازاریابی دیجیتال، مدیریت پروژه های گردشگری و توسعه پایدار.</p> <p>- دعوت از متخصصان بین المللی و داخلی: همکاری با دانشگاه ها و موسسات آموزشی معتبر برای برگزاری این کارگاه ها.</p> <p>- ارزیابی و پیگیری پس از آموزش: ایجاد سیستم های ارزیابی اثربخشی آموزش ها و پیگیری اجرای مهارت های آموخته شده در عمل.</p>
آموزش نیروی ماهر	تاسیس موسسه آموزش عالی تخصصی گردشگری:	<p>- همکاری با دانشگاه های معتبر: امضای تفاهم نامه با دانشگاه های داخلی و خارجی برای ارائه دوره های مشترک و تبادل دانشجو و استاد.</p> <p>- تجهیزات و منابع آموزشی مدرن: ایجاد کلاس های درس مجهز به تکنولوژی های جدید، آزمایشگاه های عملی و کتابخانه های تخصصی.</p> <p>- برنامه های آموزشی متنوع: ارائه دوره های مختلف از جمله مدیریت هتلداری، بازاریابی گردشگری، راهنمایی گردشگری و مدیریت رویدادها.</p>
آموزش نیروی ماهر	برگزاری دوره های کارآموزی و کارگاه های عملی برای دانشجویان:	<p>- توسعه همکاری با کسب و کارهای محلی: ایجاد قراردادهای همکاری با هتل ها، رستوران ها و شرکت های گردشگری برای فراهم کردن فرصت های کارآموزی.</p> <p>- برنامه های کارگاه های عملی: برگزاری کارگاه هایی مانند مدیریت تور، خدمات مشتری، برنامه ریزی رویدادها و گردشگری و غیره.</p> <p>- ارزیابی و ارتقاء کیفیت آموزش عملی: نظارت بر عملکرد دانشجویان در دوره های کارآموزی و اعمال تغییرات لازم برای بهبود فرآیند آموزشی.</p>
آموزش نیروی ماهر	ایجاد فرصت های شغلی در بخش های مختلف صنعت گردشگری به منظور جذب متخصصان	<p>- تدوین نقشه شغلی: شناسایی نیازهای شغلی در بخش های مختلف گردشگری مانند هتل داری، رستورانی، راهنمایی گردشگری، بازاریابی و مدیریت رویدادها.</p> <p>- راه اندازی وبسایت های کاریابی تخصصی: ایجاد پلتفرم های آنلاین برای ارتباط بین فارغ التحصیلان و کارفرمایان در صنعت گردشگری.</p>

<p>-تشویق به کار آفرینی :ارائه تسهیلات مالی و مشاوره‌ای برای فارغ‌التحصیلان جهت راه‌اندازی کسب‌وکارهای خود در حوزه گردشگری.</p>		
<p>-ایجاد قوانین تشویقی مالیاتی :ارائه تخفیف‌ها و معافیت‌های مالیاتی برای سرمایه‌گذاران در حوزه گردشگری. -تهیه مستندات جامع :تدوین گزارش‌های اقتصادی و گردشگری که پتانسیل بازار و فرصت‌های سرمایه‌گذاری را نشان می‌دهد</p>	<p>تدوین طرح‌های جذب سرمایه‌گذاری با ارائه تضمین‌های مالی و قانونی</p>	<p>ایجاد بستری لازم جهت امکان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در گردشگری</p>
<p>-ایجاد دفاتر خدمات یک‌نقطه‌ای :فراهم کردن مکان‌هایی که سرمایه‌گذاران بتوانند تمامی مراحل اخذ مجوزها را به صورت یکجا و سریع انجام دهند. -استفاده از فناوری‌های دیجیتال :پیاپی‌سازی سامانه‌های آنلاین برای تسهیل فرآیند درخواست و صدور مجوزها. -ارائه مشاوره‌های تخصصی :ایجاد تیم‌های مشاوره‌ای برای راهنمایی سرمایه‌گذاران در مراحل مختلف راه‌اندازی کسب‌وکار.</p>	<p>تسهیل فرآیند اخذ مجوزها و کاهش زمان لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری:</p>	
<p>-ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری عمومی و خصوصی :فراهم کردن منابع مالی برای حمایت از پروژه‌های نوآورانه در حوزه گردشگری. -ارائه وام‌های کم‌بهره: حمایت مالی از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در صنعت گردشگری.</p>	<p>-تاسیس صندوق‌های سرمایه‌گذاری گردشگری:</p>	
<p>-پیاپی‌سازی سیستم‌های رزرو آنلاین :همکاری با پلتفرم‌های معتبر برای ارائه خدمات رزرو تور و هتل به صورت آنلاین. -استفاده از سامانه‌های ارتباط با مشتری :بهره‌گیری از نرم‌افزارهای مدیریت مشتری برای پیگیری و بهبود خدمات ارائه شده. توسعه اپلیکیشن‌های موبایل :ایجاد اپلیکیشن‌های مخصوص دفاتر و تورهای گردشگری برای دسترسی آسان‌تر گردشگران به خدمات.</p>	<p>تجهیز دفاتر گردشگری با فناوری‌های نوین:</p>	<p>دفاتر و تورهای گردشگری</p>
<p>-شناسایی جاذبه‌های محلی :تهیه لیستی از جاذبه‌های گردشگری محلی و همکاری با کسب‌وکارهای مرتبط برای ارائه تورهای جامع. -ایجاد تورهای تخصصی :مانند تورهای طبیعت‌گردی، فرهنگی، تاریخی، ماجراجویی و غیره که به نیازها و علاقه‌مندی‌های مختلف گردشگران پاسخ می‌دهد. -بازاریابی و تبلیغات :استفاده از روش‌های تبلیغاتی متنوع برای معرفی این بکجی‌ها به گردشگران داخلی و خارجی.</p>	<p>توسعه بکجی‌های تور متنوع و سفارشی‌سازی شده با همکاری کسب‌وکارهای محلی:</p>	
<p>-ایجاد لیست استانداردهای امنیتی :شامل ایمنی ساختمان‌ها، دسترسی به خدمات پزشکی، علامت‌گذاری‌های مناسب و برطرف کردن خطرات احتمالی -بازرسی منظم و نظارت مستمر :انجام بازرسی‌های دوره‌ای توسط نهادهای مربوطه برای اطمینان از رعایت استانداردها. -اعطای گواهینامه‌های امنیتی :تشویق کسب‌وکارهای گردشگری به دریافت گواهینامه‌های امنیتی معتبر.</p>	<p>تدوین و اجرای استانداردهای امنیتی برای تمامی نقاط گردشگری:</p>	<p>بهبود امنیت سطح</p>

<p>- برگزاری دوره‌های تخصصی مدیریت بحران: شامل آموزش‌های عملی و تئوری در زمینه پاسخگویی به حوادث طبیعی و انسانی.</p> <p>-- شبیه‌سازی شرایط اضطراری: انجام تمرینات منظم برای آماده‌سازی کارکنان در مواجهه با شرایط بحرانی.</p> <p>توزیع دستورالعمل‌های امنیتی: تهیه و توزیع راهنماها و دستورالعمل‌های عملی برای کارکنان و گردشگران.</p>	<p>آموزش نیروهای امنیتی و کارکنان گردشگری در زمینه مدیریت بحران و پیشگیری از حوادث:</p>	
<p>- تعیین نقاط استراتژیک: شناسایی و تجهیز نقاط کلیدی گردشگری با تجهیزات امدادی و امنیتی.</p> <p>- ایجاد تیم‌های واکنش سریع: تشکیل تیم‌های تخصصی که بتوانند به سرعت به حوادث و نیازهای امنیتی پاسخ دهند</p> <p>آگاهی‌رسانی به گردشگران: ارائه اطلاعات امنیتی و راه‌های دسترسی به خدمات امدادی به گردشگران از طریق تابلوها، بروشورها و اپلیکیشن‌ها.</p>	<p>همکاری با نهادهای امنیتی برای ایجاد پایگاه‌های امدادی در نقاط کلیدی گردشگری:</p>	
<p>- استفاده از تبلیغات هدفمند در شبکه‌های اجتماعی: اجرای کمپین‌های تبلیغاتی در پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام، فیسبوک و تلگرام با هدف جذب مخاطبان خاص.</p> <p>- تولید محتوای ارزشمند و جذاب: ایجاد محتوای چندرسانه‌ای شامل ویدئوها، تصاویر و مقالات که جذابیت‌های گردشگری خرم‌آباد را به خوبی نمایش دهد</p>	<p>راه‌اندازی کمپین‌های بازاریابی دیجیتال</p>	<p>استفاده از روش‌های نوین برای تبلیغات گردشگری:</p>
<p>- طراحی وب‌سایت کاربرپسند: ایجاد وب‌سایتی با رابط کاربری ساده و جذاب که اطلاعات جامع و به‌روزی از جاذبه‌ها، تورها و خدمات گردشگری ارائه دهد و امکان نظر سنجی و اشتراک‌گذاری تجربه گردشگران را داشته باشد.</p> <p>- افزایش قابلیت‌های تعاملی: افزودن قابلیت‌های نظردهی، امتیازدهی، نظرسنجی و اشتراک‌گذاری تجربیات گردشگران.</p> <p>- پیاده‌سازی سیستم‌های رزرو آنلاین: تسهیل فرآیند رزرو تورها، هتل‌ها و خدمات دیگر از طریق وب‌سایت.</p>	<p>توسعه وب‌سایت‌های تعاملی با محتوای چندرسانه‌ای و امکانات رزرو آنلاین:</p>	
<p>- شناسایی و انتخاب اینفلوئنسرهای مرتبط: انتخاب افرادی که مخاطبان آن‌ها با هدف گردشگری خرم‌آباد همخوانی دارد.</p> <p>-- برنامه‌های همکاری متقابل: ارائه خدمات رایگان یا تخفیف‌های ویژه به اینفلوئنسرها در ازای پوشش و معرفی مقاصد گردشگری.</p> <p>- ارزیابی اثربخشی همکاری‌ها: تحلیل تاثیر همکاری‌ها بر افزایش بازدید و شناخت گردشگران هدف از طریق معیارهای مانند تعداد بازدیدها، تعاملات و تبدیل‌ها.</p>	<p>همکاری با اینفلوئنسرها و بلاگرهای گردشگری:</p>	
<p>• تعیین تقویم سالانه برای برگزاری رویدادهای فرهنگی به صورت منظم:</p> <p>- برنامه‌ریزی زمانی دقیق: انتخاب تاریخ‌های مناسب برای برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها که با سایر رویدادهای منطقه تداخل نداشته باشد و شروع تبلیغات و اطلاع‌رسانی حداقل چند ماه قبل از برگزاری رویدادها برای جذب حداکثر مخاطبان باشد.</p> <p>- هماهنگی با تقویم‌های ملی و بین‌المللی: اطمینان از همزمانی رویدادها با تعطیلات رسمی و تعطیلات گردشگری برای جذب بیشتر گردشگران.</p>	<p>- برگزاری جشنواره‌های موسیقی سنتی و نمایشگاه‌های صنایع دستی</p>	<p>رویدادهای فرهنگی - آموزشی</p>
<p>• در نظر گرفتن مناطق ویژه در نقاط گردشگری برای برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها:</p>		

<p>- تجهیز زیرساخت‌های لازم: استفاده از سیستم‌های صوتی و نورپردازی، امکانات بهداشتی و ایمنی در نقاط منتخب.</p> <p>- طراحی فضاهای مناسب برای نمایشگاه‌ها: ایجاد محل‌های ویژه برای نمایش صنایع‌دستی، فروشگاه‌های موقت و غرفه‌های هنرمندان.</p> <p>- تضمین دسترسی آسان برای گردشگران: ایجاد مسیرهای مشخص، پارکینگ‌های کافی و حمل‌ونقل عمومی مناسب به نقاط برگزاری رویدادها.</p>	
<p>• تشکیل تیم‌های هماهنگی با حضور هنرمندان محلی و مدیران رویداد:</p> <p>- تعیین نقش‌ها و مسئولیت‌ها: تقسیم وظایف بین اعضای تیم برای مدیریت برنامه‌های هنری، فنی و اجرایی.</p> <p>- ایجاد برنامه‌ریزی دقیق رویداد: تدوین جدول زمانی، هماهنگی با هنرمندان و تهیه تجهیزات لازم برای اجرای برنامه‌ها.</p> <p>مدیریت ارتباطات با هنرمندان و تامین‌کنندگان: حفظ ارتباط مستمر و موثر با هنرمندان محلی و تامین‌کنندگان خدمات جهت تضمین اجرای بی‌نقص رویدادها</p>	
<p>• همکاری با رسانه‌های محلی و ملی برای پوشش رویدادها:</p> <p>- برقراری روابط عمومی موثر: ارسال اطلاعیه‌های مطبوعاتی و دعوت از خبرنگاران به رویدادها.</p> <p>- استفاده از رسانه‌های مختلف: انتشار اخبار و گزارش‌های زنده از رویدادها در تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها و پلتفرم‌های آنلاین.</p> <p>- تدوین محتوای تبلیغاتی مشترک: همکاری با رسانه‌ها برای تولید محتوای مشترک مانند مستندها، مصاحبه‌ها و گزارش‌های ویژه</p>	

منبع: نگارندگان

تعارض منافع

تعارض منافی وجود ندارد.

سپاسگزاری

این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی "ظرفیت سنجی ایجاد تأسیسات و مؤسسات گردشگری در شهرستان خرم آباد" می باشد که با حمایت مالی اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان لرستان انجام شده است. بنابراین نویسندگان این مقاله از همکاری مدیران و کارشناسان در حوزه گردشگری این سازمان تقدیر و تشکر می نمایند.

ORCID

Shabnam Galehdar		https://orcid.org/0009-0002-6690-1592
Shadi Galehdar		https://orcid.org/0009-0002-4473-6098
Enayat Mirzaei		https://orcid.org/0000-0002-7839-2011
Mandana Masoudi Rad		https://orcid.org/0000-0002-8613-8638

منابع

۱. الداعی، زهرا، ابراهیمی، عبدالحمید، شجاعی، سامره و دیده خانی، حسین. (۱۳۹۹). تدوین سناریوهای توسعه منطقه گردشگری استان گلستان، با رویکرد آینده پژوهی. نشریه جغرافیا و توسعه، ۱۸(۵۸)، ۵۹-۷۴. <https://doi.org/10.22111/gdij.2020.5176>.
۲. اکبری، مجید، طاهرپور، فاطمه، بوستان احمدی، وحید، & فولادی، عاطفه. (۱۳۹۹). مدل سازی ساختاری- تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی در ایران با رویکرد آینده پژوهی. گردشگری و توسعه، ۹(۴)، ۲۸۵-۲۹۶. <https://www.sid.ir/paper/1070810/fa>
۳. بافقی زاده، محمد، سلیمانی مقدم، پرویز، و طاهری فر، راضیه. (۱۳۹۵). سطح بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهر اهواز. جغرافیایی فضای گردشگری، ۵(۲۰)، ۳۷-۵۸. <https://sanad.iau.ir/Journal/gjts/Article/999581>
۴. بهزادی، صدیقه، رهنما، محمدرحیم، جوان، جعفر و عنایستانی، علی اکبر. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده نگاری (مطالعه موردی: استان یزد). مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۹(۳۳)، ۳۷-۵۲. <https://www.sid.ir/paper/382491/fa>
۵. تقوایی، مسعود و حسینی خواه، حسین. (۱۳۹۶). برنامه ریزی توسعه صنعت گردشگری مبتنی بر روش آینده پژوهی و سناریونویسی (مطالعه موردی: شهر یاسوج). برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۶(۲۳)، ۸-۳۰. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2018.1762>
۶. تقوایی، مسعود، وارثی، حمیدرضا و صفرابادی، اعظم. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر در توسعه گردشگری شهری کرمانشاه. جغرافیا (فصلنامه علمی انجمن جغرافیایی ایران)، ۱۰(۳۳)، ۲۷-۴۸. <https://www.sid.ir/paper/150511/fa>

۷. دلشاد، علی. (۱۳۹۶). تحلیل عوامل موثر بر توسعه و تکامل مقصدهای گردشگری. <https://www.sid.ir/paper/515118/fa>. ۱۳۵-۱۴۹، (۱)۶، توسعه و توسعه، ۱۴۹-۱۳۵.
۸. رسال ور، ناصر، پناهی، علی، و ولی زاده، رضا. (۱۳۹۹). آینده پژوهی مدیریت سیستمی گردشگری کلان شهر تبریز با تأکید بر رویکرد حکمروایی شایسته. *جغرافیا و آمایش شهری - منطقه ای*، ۱۰(۳۵)، ۱۹۱-۲۰۸.
۹. رضایی، فاطمه؛ عباسی، حامد؛ مرادی، حوریه. (۱۳۹۹). نقش نمادها و المان‌های شهری در توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد. *مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی*، ۲(۱)، ۱۱۱-۱۲۵. <https://doi.org/10.22111/gaij.2020.5582>
۱۰. رضایی، محمدرضا، مختاری، صادق و کشتکار، لیلا. (۱۳۹۴). ارائه‌ی مدلی تلفیقی جهت اولویت‌بندی زیرساخت‌های توسعه‌ی گردشگری مطالعه‌ی موردی: شهرستان‌های استان چهارمحال و بختیاری. *مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*، ۶(۲۲)، ۱-۱۷. <http://dx.doi.org/10.52547/gasma.2.1.111>
۱۱. فرجی سبکیار، حسنعلی، سلمانی، محمد و عیاشی، اطهره. (۱۳۹۲). ارزیابی سطح ریسک در فرایند توسعه سیستم‌های گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان خرم‌آباد). *جغرافیا و مخاطرات محیطی*، ۲(۲)، ۲۰۸۴۵. <https://doi.org/10.22067/geo.v0i0.20845>
۱۲. فرهادی یونکی، مجید و ایمانی خوشخو، محمدحسین. (۱۴۰۱). تأثیرگذاری زیرساخت‌های گردشگری در میزان وفاداری گردشگران (مطالعه موردی: شهر اصفهان). *گردشگری و توسعه*، ۱۱(۱)، ۱۲۹-۱۴۲. <https://www.sid.ir/paper/1045509/fa>
۱۳. شرکا، سعید؛ علیزاده، کتابون؛ جعفری، حمید. (۱۴۰۱). ارزیابی عوامل موثر بر توسعه گردشگری نمونه موردی: شهر بجنورد. *نشریه گردشگری شهری*، ۹(۳)، ۳۱-۴۶. <https://doi.org/10.22059/jut.2022.340958.1025>
۱۴. طالبی، حدیث، مدیری، محمود و طرهانی، فرزاد. (۱۳۹۶). اولویت‌بندی مؤلفه‌های توسعه گردشگری در ایران با رویکرد تصمیم‌گیری چند معیاره ترکیبی فازی مطالعه

- موردی: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران. برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۶(۲۰)، ۹۴-۱۱۴. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2017.1489>
۱۵. علی اکبری، اسماعیل؛ مرصوصی، نفیسه؛ جلال آبادی، لایلا. (۱۳۹۹). تدوین سناریوهای مؤثر بر آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده پژوهی. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵(۵۰)، ۳۵-۶۰.
- <https://doi.org/10.22054/tms.2020.33013.1953>
۱۶. علیزاده، رضا؛ ایزدی، حسن؛ آراسته، مجتبی. (۱۴۰۰). رتبه بندی ظرفیت گردشگری طبیعت محور در مناطق کوهستانی، نمونه موردی: منطقه شرقی استان لرستان. برنامه ریزی و آمایش فضا (مدرس علوم انسانی)، ۲۵(۱)، ۱۱۷-۱۴۲. <http://hsm.sp.modares.ac.ir/article-21-46361-fa.html>
۱۷. چکین، میثم. (۱۴۰۱). طراحی چارچوب توسعه زیرساخت های گردشگری سلامت در کشور. برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۱۱(۴۱)، ۲۰۱-۲۲۴. https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_3642_614df496a4b2a1f54c0f5eb370c4cf31.pdf?lang=en
۱۸. حکمت نیا، حسن. (۱۳۹۹). ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهر مشهد. نشریه گردشگری شهری، ۷(۲)، ۷۱-۸۴. <https://doi.org/10.22059/jut.2020.284076.675>
۱۹. حیدری نیا، سعید و محمدی ده چشمه، مصطفی و آتش افروز، نسرين و کاظمی، فرانک. (۱۳۹۳). بررسی توانمندی مدیریت گردشگری شهری خرم آباد از دید گردشگران، همایش بین المللی مدیریت، تهران، <https://civilica.com/doc/343760>
۲۰. خوارزمی، امیدعلی، قهرمان، آرش و بستان، زهرا. (۱۳۹۹). تحلیلی بر پیشران های گردشگری شهر مشهد، نهمین کنفرانس و دومین کنفرانس برنامه ریزی و مدیریت شهری، مشهد (صص ۲۱۸-۲۲۹). <https://civilica.com/doc/1138201>
۲۱. کشاورز، مهناز. (۱۳۹۸). شناسایی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری پایدار شهری با استفاده از روش مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM) در شهر خرم آباد. نشریه گردشگری شهری، ۶(۱)، ۱۲۱-۱۳۴. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.246390.414>

۲۲. کیانی سلمی، صدیقه؛ بسحاق، محمدرضا. (۱۳۹۶). تحلیل نقش خدمات و زیرساخت‌های گردشگری بر وفاداری و تمایل به بازدید مجدد گردشگران (مورد مطالعه: مناطق روستایی شهرستان ساوجبلاغ). گردشگری و توسعه، ۶(۳)، ۱۵۴-۱۷۶.
<https://www.sid.ir/paper/396249/fa>
۲۳. مسعودی راد، ماندانا؛ میرزایی، عنایت‌اله؛ گله دار، شادی؛ گله دار، شبنم. (۱۴۰۱). ظرفیت‌سنجی تاسیسات و موسسات گردشگری شهرستان خرم‌آباد. میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان لرستان.
۲۴. موسوی، سیدنجم‌الدین، سپهوند، رضا، و شریعت‌نژاد، علی. (۱۳۹۶). تبیین مولفه‌های برندسازی شهری با تأکید بر صنعت گردشگری (مورد مطالعه: شهرستان خرم‌آباد). گردشگری و توسعه، ۶(۴)، ۱۶۰-۱۷۹.
<https://www.sid.ir/paper/227691/fa>
۲۵. مرکز آمار ایران، ۱۴۰۱. <https://www.amar.org.ir>
۲۶. میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان لرستان، ۱۴۰۲.
<https://forestan.mcth.ir>
۲۷. واحدپور، غلامعباس؛ جعفری، مهتاب. (۱۳۹۰). راهبردهای مدیریت و توسعه پایدار زیرساخت‌های گردشگری ایران با تأکید بر مدل SOWT. برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۱(۱)، ۸۳-۹۷.
<https://www.sid.ir/paper/230488/fa>
۲۸. هزارجریبی، جعفر؛ نجفی، ملک‌محمد. (۱۳۹۱). بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در ایران (با رویکرد جذب گردشگران خارجی). جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۲۳(۳)، ۱۳۳-۱۴۶.
<https://www.sid.ir/paper/153195/fa>
۲۹. یعقوب‌زاده، رحیم؛ عمویی، صدرا؛ جانبانژاد، محمدحسین. (۱۳۹۴). ارزیابی مناطق آزاد ایران به لحاظ جذب گردشگر و توسعه زیرساخت‌های گردشگری؛ مطالعه موردی: منطقه آزاد قشم. مطالعات فرهنگی و سیاسی خلیج فارس، ۲(۳)، ۹۹-۱۱۶.
<http://istta.ir/upload/file/06.pdf>

References

30. Almeyda-Ibáñez, M., & George, B. P. (2017). The evolution of destination branding: A review of branding literature in tourism. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 3(1), 9-17, <https://doi.org/10.5281/zenodo.401370>
31. Amanah, D., Agustini, F., & Harahap, D. A. (2021). The satisfaction level of foreign tourists in Indonesia. *Calitatea*, 22(181), 117-123. https://www.researchgate.net/publication/381772784_The_Satisfaction_Level_of_Foreign_Tourists_in_Indonesia
32. Blazeska, D., Strezovski, Z., & Klimoska, A. M. (2018). The influence of tourist infrastructure on the tourist satisfaction in Ohrid. *UTMS Journal of Economics*, 9(1), 85-93. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/195327/1/1031313001.pdf>
33. JOVANOVIĆ, S & ILIĆ, I. (۲۰۱۶). INFRASTRUCTURE AS IMPORTANT DETERMINANT OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE COUNTRIES OF SOUTHEAST EUROPE. *Ecoforum Journal*, 5(1). Retrieved from <http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/329/216>
34. Cibinskiene, A. (2012). Impact evaluation of events as factors of city tourism competitiveness. *Economics and management*, 17(4), 1333-1339. <https://doi.org/10.5755/j01.em.17.4.2997>
35. Haneef., S. K. (2017). A Model to Explore the Impact of Tourism Infrastructure on Destination Image for Effective Tourism Marketing. Thesis for Phd. School of built environment university of salford, uk. <https://salford-repository.worktribe.com/preview/1492797/PhD%20Thesis%20-%20Sunitha.pdf>
36. Hua, L. Y., Ramayah, T., Ping, T. A., & Jun-Hwa, C. (2017). Social media as a tool to help select tourism destinations: The case of Malaysia. *Information Systems Management*, 34(3), 265-279. <https://doi.org/10.1080/10580530.2017.1330004>
37. Hunt, J. D. (1975). Image as a factor in tourism development. *Journal of travel research*, 13(3), 1-7. <https://doi.org/10.1177/004728757501300301>
38. Khudoynazarovich, A. S. (2021). An Opportunity Of Internet Marketing In Tourism Sphere. *Polish science journal*, 160. <https://journals.researchparks.org/index.php/IJEFSD/article/view/1539/1510>

39. Manic, Ante. Mrnjavac, Zelijko. Kordic, Lana. (2018). Tourism infrastructure, recreational facilities and tourism development, *Tourism and hospitality management*. Vol. 24, No1. 41- 62.
40. <https://dx.doi.org/10.20867/thm.24.1.12>
41. Singh, A., Saini, G. K., & Majumdar, S. (2015). Application of Social Marketing in Social Entrepreneurship: Evidence From India. *Social Marketing Quarterly*, 21(3), 152-172.
<https://doi.org/10.1177/1524500415595208>

[In Persian]

1. Akbari, M., Taherpoor, F., Boustan Ahmadi, V., & Foladi, A. (2020). Structural-Interpretive Modeling of Factors Affecting the Development of Religious Tourism in Iran by Future Research Approach. *Journal of Tourism and Development*, 9(4), 285-296.
<https://www.sid.ir/paper/1070813/en>
2. Aldaghi, Z & Ebrahimi, AH & Shojaee, S & Didehkhani, H.(2020). Drafting Tourism Development Scenarios for Golestan Province with Future Study Approache. *Gography and Development*,18 (58), 59-74,
<http://dx.doi.org/10.22111/GDIJ.2020.5176>.
3. Aliakbari, E., Marsousi, N., & Jalalabadi, L. (2020). Compilation and Priority Assessment of Scenarios Affecting the Future of Sustainable Tourism in Kerman with the Futures studies Approach. *Tourism Management Studies*, 15(50), 35-60.
<https://doi.org/10.22054/tms.2020.33013.1953>
4. Alizadeh R, Izady H, Arasteh M. Ranking of Nature-based Tourism Capacity in Mountainous Regions, Case Study: Eastern Region of Lorestan Province. *MJSP* 2021; 25 (1) :117-142
<http://hsmssp.modares.ac.ir/article-21-46361-fa.html>
5. Bafghizadeh, M., Soleimani, M. P., & Taheifar, R. (2016). Ranking the Factors Affecting Tourism Development in Ahwaz, *Geographical Journal of Tourism Space*, 5(20) ,37-58.
<https://sanad.iau.ir/Journal/gjts/Article/999581>
6. Behzadi, S., Rahnama, M. R., Javan, J., & Anabestani, A. A. (2018). Identifying key factors affecting tourism development with a foresight approach (Case Study: Yazd Province). *Journal of Arid Regions Geographic Studies*, 9(33), 37-52.
<https://www.magiran.com/p2042184>
7. Chekin, M. (2022). Developing a framework for the development of health tourism infrastructure in Iran. *Journal of Tourism Planning and*

- Development*, 11(41), 201-224.
https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_3642_614df496a4b2a1f54c0f5eb370c4cf31.pdf?lang=en
8. Cultural Heritage, Tourism, and Handicrafts of Lorestan Province, 2023. <https://lorestan.mcth.ir>
 9. Delshad, A. (2017). The Analysis of Influential factors on Tourism Destination Development. *Journal of Tourism and Development*, 6(1), 135-149. <https://www.sid.ir/paper/515118/fa>
 10. FarajiSabokbar, H., Salmani, M., & Aiashi, A. (2013). Risk level assessing in tourism developing process (Case Study: Khorram Abad County). *Journal of Geography and Environmental Hazards*, 2(2). <https://doi.org/10.22067/geo.v0i0.20845>
 11. Farhadi Uonaki, M., & Imani Khoshkhoo, M. H. (2022). The Impact of Tourism Infrastructures on Tourists' Loyalty (Case Study: Isfahan). *Journal of Tourism and Development*, 11(1), 129-142. <https://www.sid.ir/paper/1045509/en>
 12. Hekmatnia, H. (2020). Evaluation of Effective Factors on tourism development of Meybod. *urban tourism*, 7(2), 71-84. <https://doi.org/10.22059/jut.2020.284076.675>
 13. Heydari-Nia, S., Mohammadi ten spring, M., Atashafrooz, N., Kazemi, F., (2014) Examine the capabilities of Khorramabad city tourism management from the perspective of tourists. International Conference on Management. <https://civilica.com/doc/343760>
 14. Hezarjaribi, J., & Najafi, M. M. (2011). Social Trust and Development of Tourism. *Journal of Urban - Regional Studies and Research*, 2(7), 53-70. <https://www.magiran.com/p836093>
 15. Keshavarz, M. (2019). Identifying factors influencing on Sustainable Tourism Development using interpretive structural modeling (ISM) in Khorramabad. *urban tourism*, 6(1), 121-134. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.246390.414>
 16. Kharazmi, Omid Ali., Ghahreman, Arash., & Bostan, Zahra. (2020). An analysis of tourism drivers in Mashhad. Urban Planning and Management, the 9th National Conferences and the 2th International Conference, Mashhad(pp.218-229). <https://civilica.com/doc/1138201>
 17. Kiani Salmi, S., & Boshagh, M. (2017). Analyzing the role of facilities and ifrastructures of tourism on tourists' loyalty and interest for Revisit (Case study: rural regions of Savojbalagh). *Journal of Tourism and Development*, 6(3), 154-176. <https://www.sid.ir/paper/396249/en>

18. Masoudi Rad, M., Mirzaei, E., Gallehdar, Sh., & Gallehdar, Sh. (2022). Capacity assessment of tourism facilities and institutions in Khorramabad County. General Directorate of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism of Lorestan Province.
19. Resalvar, N., Panahi, A., & Valizadeh, R. (2020). Future Studies of Tourism Systematic Management in Tabriz Metropolis Emphasizing the Good Governance Approach. *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 10(35), 191-208. <https://doi.org/10.22111/gaij.2020.5582>
20. Rezaee F, Abbasi H, Moradi H. The Role of Symbol and Urban Elements in Tourism Development of Khorramabad City. *JGSMA* 2021; 2 (1) :111-125. <http://gsma.lu.ac.ir/article-1-146-fa.html>
21. Rezaye, M., mokhtari, S., & keshtkar, L. (2022). Compilation model to prioritize the development of tourism infrastructure Case Study: county Chahar Mahal and Bakhtiari Abstract. *Journal of Arid Regions Geographic Studies*, 6(22), 1-17. https://jargs.hsu.ac.ir/article_161399_1ff4bdf93866de6c4a4cf34dd1356e8f.pdf?lang=en
22. Mousavi, N., Sepahvand, R., & Shariatnezhad, A. (2018). Urban branding with emphasis on tourism attractions. *Journal of Tourism and Development*, 6(4), 160-179. <https://www.sid.ir/paper/227691/en>
23. Shoraka, S., Alizadeh, K., & Jafari, H. (2022). Evaluation of factors affecting tourism development Case study: Bojnourd city. *urban tourism*, 9(3), 31-46. <https://doi.org/10.22059/jut.2022.340958.1025>
24. Statistical Center of Iran, 2022. <https://www.amar.org.ir>
25. Taghvaei, M., Varesse, H., & Safarabadi, A. (2012). Effective factors in the development of urban tourism in Kermanshah. *Geography*, 10(33), 27-48. <https://sid.ir/paper/150511/en>
26. Taghvai, M., Hosseinekhah, H. (2018). Tourism Development Planning Based on Futures Studies and Scenario: Case Study: Yasouj. *Journal of Tourism Planning and Development*, 6(23), 8-30. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2018.1762>
27. Talebi, H., Modiri, M., & Tarhani, F. (2017). Prioritize Components of Tourism Development in Iran with Fuzzy Hybrid MCDM Approach Case Study: Iran Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization. *Journal of Tourism Planning and Development*, 6(20), 94-114. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2017.1489>
28. Vahedpoor, Gh., & Jafari, M.. (2011). Management Strategies and Sustainable Development of Tourism Infrastructure IRAN with Emphasis on Model SOWT. *Journal of Regional Planning*, 1(1), 83-97. <https://sid.ir/paper/230488/en>

29. Yaghoubzadeh, R., Amooee, S., Janbabanejad, MH. (2015). Assessment of Iran's free zones In terms of tourist attractions and development of tourism infrastructure Case Study: Qeshm, , 2(3), 99. <http://istta.ir/upload/file/06.pdf>

ماده
استناد

استناد به این مقاله: نام خانوادگی نویسنده اول، نام. (سال). عنوان مقاله. عنوان نشریه (ایتالیک)، سال (شماره)، ص
آغاز-ص پایان.



Management Studies in Development and Evolution is licensed under
a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.