

توزیع فضایی قابلیت‌های گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) به منظور

برنامه‌ریزی گردشگری در شهرستان بروجرد

سیامک شرفی^{*۱} مریم بیرانوندزاده^۲ سعید تقوی‌گودرزی^۳ سیددانا علیزاده^۴

۱- دانشجوی دکتری جغرافیای طبیعی - ژنومورفولوژی، دانشگاه تهران.

۲- مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم‌آباد.

۳- عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خرم‌آباد.

۴- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور تهران.

*مسئول مکاتبات. پست الکترونیک: Sharafi.s64@gmail.com

چکیده

گردشگری با برخورداری از اهمیت‌های فرهنگی و اجتماعی، استراتژی اقتصادی دوران مدرن و پسامدرن محسوب می‌گردد. اهمیت این صنعت باعث شده که دامنه وسیعی از تصمیم‌گیریهای راهبردی در کشورها به منظور توسعه این صنعت به اجرا درآید. این تحقیق با هدف شناسایی و ارزیابی پراکنش فضایی قابلیت‌های گردشگری شهرستان بروجرد و بررسی نقاط قوت و ضعف این قابلیت‌ها در راستای دستیابی به توسعه پایدار صورت پذیرفت. برای این منظور از روش تحلیلی - کمی و نقشه‌های رقومی تقسیمات سیاسی، توپوگرافی، زمین‌شناسی و تصاویر ماهواره‌ای به وسیله نرم‌افزارهای Arc GIS و ENVI استفاده شد. نتایج نشان داد که جاذبه‌های طبیعی شهرستان بروجرد از قابلیت‌های بیشتری نسبت به جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی برخوردار است. پراکنش فضایی جاذبه‌ها نیز حاکی از آن است که در بخش مرکزی بیشترین فراوانی مربوط به جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی با ۷۷ درصد، جاذبه‌های طبیعی با ۱۷ درصد و جاذبه‌های ویژه با ۶ درصد می‌باشد. همچنین فراوانی پدیده‌های گردشگری نشان می‌دهد که پدیده‌های تاریخی - فرهنگی با ۲۳، بیشترین و انسان ساخت با ۵ کمترین فراوانی را در سطح شهرستان دارا هستند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، GIS، جاذبه‌های طبیعی، تحلیل مکانی، بروجرد.

مقدمه

گردشگری روندی است که از دیرباز با اشکال خاص در جوامع انسانی وجود داشته و به تدریج طی مراحل تاریخی سیر تکامل خود را تا عصر حاضر پیموده است (نادری، ۱۳۸۹). این صنعت در قرن حاضر با توجه به گسترش زیر ساخت‌های اقتصادی، بهداشتی، امنیتی و ارتباطی به یک واقعیت اجتناب ناپذیر تبدیل شده است به نحوی که سفر با انگیزه‌های مختلف جزء ملزومات زندگی در این قرن محسوب می‌شود و در واقع جریانی را شکل داده که مرزهای ملی و بین‌المللی را در نوردیده و رویکردی فراتر از دولت - ملت یافته است. بر این مبنا جریان گردشگری در جهان، خصوصاً در ابعاد اقتصادی اهمیتی دو چندان یافته به گونه‌ای که مصرف گردشگری، سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی و همچنین درآمد‌های ناشی از آن در سال ۲۰۰۴ میلادی رشدی معادل ۵/۹ درصد و در حدود ۵/۵ تریلیون دلار داشته است (Lee and chang, 2007). امروزه کشورهایی که به توسعه اقتصادی خود می‌اندیشند، به صنعت گردشگری و فراغت به عنوان یک ضرورت مهم می‌نگرند به همین دلیل گردشگری در اغلب کشورها به ویژه ممالک غربی گسترش و پیشرفت فوق‌العاده‌ای یافته به نحوی که فرانسه به تنهایی در سال ۲۰۰۵ پذیرای بیش از ۷۵ میلیون گردشگر بوده است (WTO, 2005). توسعه گردشگری به عنوان مجموعه فعالیتهای اقتصادی تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد. نقش گردشگری به عنوان منبع جدید برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی، جذب ارز و تقویت زیر ساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می‌شود، در مطالعات متعدد مورد تأیید قرار گرفته است (Lankford and Howard, 1994).

ایران نیز به منظور رهایی از اقتصاد تک محصولی و به دلیل برخورداری از قابلیت‌های فراوان تاریخی، فرهنگی و طبیعی می‌تواند در عرصه گردشگری، با داشتن راهبرد مناسب به سطح مطلوبی از توسعه دست یابد. در ایران شاهد تفاوت‌های اقتصادی و اجتماعی در بین مناطق مختلف هستیم و برخی از شهرهای مهم کشور بیشترین امکانات را در خود دارند در حالیکه سایر مناطق از عدم توسعه اجتماعی - اقتصادی رنج می‌برند. یکی از راه‌های مناسب برای رهایی از نابرابریهای منطقه‌ای، توجه به قابلیت‌ها و توانهای مناطق مختلف می‌باشد به نحوی که با تقویت این قابلیت‌ها و برنامه‌ریزی مناسب، می‌توان ضمن توسعه اقتصادی مناطق و از تمرکز بیش از حد سرمایه در مراکز بزرگ شهری جلوگیری نمود (احمدی، ۱۳۸۷).

هال و جنکینز (۲۰۰۰) در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که صنعت جهانگردی و اوقات فراغت بخش مهمی از خط مشی کلی توسعه اقتصادی حکومت محلی است. شهرها و مناطق موجود به طور دائم در حال مراقبت از فعالیتهای خود و تجدید نظر در آنها هستند تا کیفیت آن را به عنوان محلی جذاب برای زندگی، کار، سرمایه‌گذاری و تفریح افزایش دهند (خانجانی، ۱۳۸۸). هنتر (۲۰۰۷) با مطالعه در زمینه تأثیر عکاسی و تصویرگری بر گردشگری اظهار داشت که تصویر نوعی رسانه قوی و پرنفوذ برای تبلیغ مکانهای گردشگری است به نحوی که تصویرگری از منابع طبیعی و فرهنگی، مکان توریستی را به

بهترین جلوه نمایش می‌دهد. لی و همکاران (۲۰۰۷) در بررسی گردشگری اماکن تاریخی در چین به این نتیجه رسیدند که نوعی تضاد بین حفظ میراث فرهنگی و توسعه گردشگری وجود دارد. شایان و پارسایی (۱۳۸۶) در امکان سنجی نواحی مستعد توسعه اکوتوریسم در استان کهگیلویه و بویراحمد با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی به این نتیجه رسیدند که شهرستانهای دنا و گچساران در ارائه خدمات و پشتیبانی گردشگری از توانمندی بیشتری برخوردارند. فرج‌زاده و کریم‌پناه (۱۳۸۷) در تحلیل پهنه‌های مناسب توسعه اکوتوریسم در استان کردستان با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی عنوان نمودند که حدود ۸۰ درصد از پهنه این استان دارای پتانسیل‌های لازم جهت توسعه فعالیت‌های اکوتوریستی می‌باشد. سلطانی و اله نوری (۱۳۸۹) در تحقیقی با عنوان ارزیابی توان محیطی شهرستان خوانسار به منظور توسعه توریسم با استفاده از مدل اکولوژیک توریسم به این نتیجه رسیدند که سطح منطقه برای توسعه تفرج گسترده یا تفرج متمرکز از توان بالایی برخوردار می‌باشد.

لرستان یکی از استانهای تاریخی ایران محسوب می‌گردد که آثار باقیمانده در آن به هزاره سوم قبل از میلاد و بنا بر تخمین‌هایی به ۱۱ هزار سال قبل از میلاد می‌رسد. حیات دیرین در این استان موجب شده تا جاذبه‌های تاریخی آن بسیار متنوع بوده و دوره‌های تاریخی بسیاری را فرا گیرد. موقعیت و تنوع اقلیمی استان نیز موجب شکل‌گیری جلوه‌های بی‌نظیر طبیعی شده که از نظر جذابیت با ارزش تلقی می‌شوند. در این میان بروجرد به عنوان یکی از شهرستانهای دهگانه استان، با دارا بودن عرصه‌های طبیعی متنوع و غنی، شرایط مطلوب اقلیمی، تاریخ کهن و مملو از آثار و نمادهای ماندگار، فرهنگ اصیل شهرنشینی و روستایی، چشم‌اندازها و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی و استقرار در محور ارتباطی منطقه غرب کشور و همجواری با استانهای مرکزی و همدان یکی از نواحی مستعد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری و توسعه بازار در مقیاسهای مختلف فضایی (محلی، استانی و...) محسوب می‌گردد. این تحقیق با هدف بررسی توزیع فضایی قابلیت‌های گردشگری به منظور برنامه‌ریزی این صنعت در شهرستان بروجرد صورت پذیرفت.

مبانی نظری

آگاهی جوامع از اینکه گردشگری منبع درآمد ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه‌ای در اختیار اقتصاد یک کشور قرار می‌دهد، باعث شده که گردشگری مفهوم بسیار گسترده‌ای در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کرده و به عنوان یک صنعت تلقی شود. گردشگری به عنوان فعالیتی اقتصادی و اجتماعی با منافع بسیار در بهبود کیفیت زندگی مردم محسوب می‌شود (سقائی و علیزاده، ۱۳۸۳). مهمترین دیدگاهها و تعاریف در زمینه گردشگری در جداول ۱ و ۲ اشاره شده است.

جدول ۱: تعاریف گردشگری از دیدگاه صاحب نظران

نویسنده	تعریف و تشریح	توضیحات
مکین (۱۹۷۷)	خواست عمیق انسان برای شناخت دیگران به صورت دو جانبه؛ همان گونه که ممکن است بخواهیم خودمان را بشناسیم، به عبارتی تمایل به دیدن، شنیدن و درک همه پدیده های جالب در دنیا	گردشگری فعالیتی مثبت در جهت خودشناسی است.
جعفری (۱۹۷۷)	مطالعه انسان دور از محل سکونت معمولی اش و بررسی تأثیری که این صنعت بر محیطهای اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و فیزیکی میزبان می گذارد.	بر ماهیت انسانی و چندبعدی گردشگری تمرکز دارد.
ماتیسون و وال (۱۹۸۲)	پدیده ای چند وجهی که به بررسی جابه جایی (حرکت) انسان به سمت مقصدی غیر از محل سکونت معمولی اش و اقامت وی در آنجا می پردازد.	دیدگاهی مفید اما بسیار وسیع است. آیا گردشگری یک پدیده است.
پیرس (۱۹۸۲)	گردشگری را می توان همچون یک آلیاژ یا ترکیب صنعتی تعریف کرد که از حرکت و جابه جایی مردم و اقامتشان در مقاصد مختلفی غیر از محل سکونتشان نشئت می گیرد. گردشگری اساساً پدیده ای است که در اوقات فراغت شکل می گیرد.	تعریفی اثر بخش است، اما توجهی به آثار گردشگری ندارد.
مورفی (۱۹۸۵)	گردشگری به مسافرت افراد غیر ساکن به نواحی مقصد گفته می شود، البته مادام که اقامت آنها در یک مقصد آن قدر طولانی نشود که مقیم آنجا محسوب شوند. گردشگری ترکیبی از تفریح و تجارت است.	بر هدف مسافرت تمرکز دارد.
یوری (۱۹۹۰)	چرا و چگونه برای دوره های کوتاه مدت، مردم محل سکونت و کار خود را ترک می کنند؟ علت آن مصرف کالاها و خدماتی است که به نوعی غیر ضروری اند. آنها مصرف کننده لذتها و تجاربی هستند که متفاوت از زندگی معمولی شان است.	بر مصرف به عنوان بخشی از تجربه پست مدرن تمرکز دارد.
رایان (۱۹۹۱)	اساساً گردشگری تجربه مکانهاست. محصول گردشگری صرفاً مقصد گردشگر نیست، بلکه کسب تجربه از مکان و آنچه در آنجا اتفاق می افتد است. گردشگری مجموعه ای از تعاملات درونی و بیرونی است.	دیدگاهی انسانی و تجربی درباره گردشگری است که هم به میزبان و هم مهمان توجه دارد.
میدلتون (۱۹۹۸)	اگر چه مسافرت و گردشگری یک صنعت توصیف می شود، بهتر است آن را به عنوان یک بازار کل درک کنیم که مجموعه ای از تقاضای مصرفی ملاقات کنندگان را با دامنه ای گسترده از محصولات برآورده می کند.	گردشگری را نوعی تجارت و گردشگر را نوعی مشتری می داند.

جدول ۲: مهمترین دیدگاه‌های ارائه شده در زمینه گردشگری

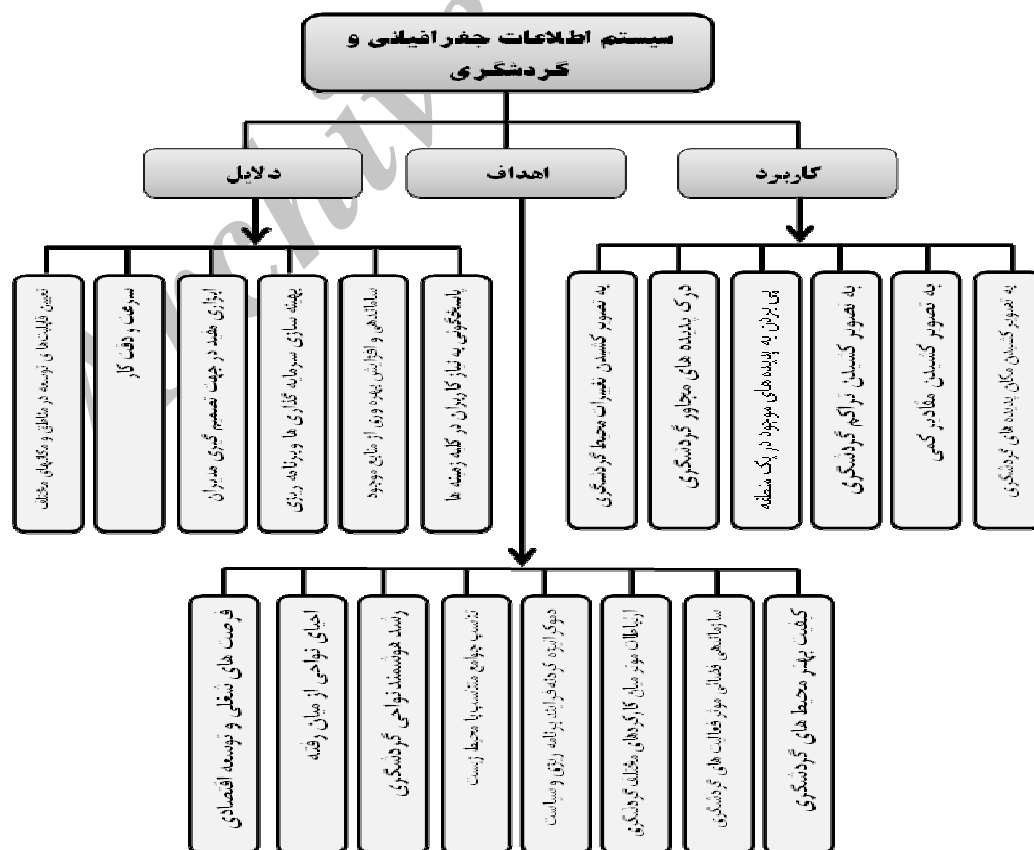
نظریه	
گردشگری بین‌المللی به عنوان امید بخش‌ترین، پیچیده‌ترین و جایگزین‌ترین صنعتی است که جهان سوم با آن روبروست. رشد سریع پیشرفت‌های تکنولوژی و افزایش تعداد کشورهای کمی که از کنترل دولتی به سوی تشکیل اقتصاد بازار حرکت می‌کند در حال ایجاد روندهای شدید به سوی جهانی شدن است و سبب تغییراتی مهم در حوزه جهانگردی بین‌المللی خواهد شد. فرایند جهانی شدن در حال شتاب گرفتن است، اما این امر سبب تغییر چهره این واقعیت که جهانگردی بین‌المللی اساساً موقوف به اصلی‌ترین کشورهای صنعتی جهان است، نشده است. نگاهی گذرا به الگوی جریان مسافر نشان می‌دهد که مبادلات جهانگرد غالباً در حال گسترش است و جهانگردان انتخاب‌های نامحدودی دارند.	جهانی شدن
نظریه فرهنگ‌پذیری عنوان می‌کند که وقتی دو فرهنگ برای مدت طولانی با هم تماس پیدا می‌کنند یک مبادله اندیشه‌ها و محصولات جایگزینش می‌شود که در سطح متفاوتی از همگرایی بین فرهنگها را ایجاد می‌کند، بدین معنا که آنها شبیه‌تر می‌شوند. تأثیر میهمان و میزبان که در بحث فرهنگها مطرح است از ۳ طریق انجام می‌گیرد: الف) وقتی که توریستها کالا یا خدمات را از مردم محلی در بازار یا هتلها یا رستورانها خریداری می‌کنند. ب) وقتی که توریستها و میزبانها دارای تسهیلات مشابهی مانند سرگرمی‌ها و نیمکت‌های محلی باشند. ج) وقتی که آنها به طور هدفمندانه ای همدیگر را ملاقات می‌کنند تا یکدیگر را به کیش هم در آورند و یا اندیشه‌ها و تجربیات یا اطلاعات را مبادله نمایند.	فرهنگ‌پذیری
دیوید هریسون دیدگاه نوسازی را در مطالعه توریسم به کار برده است. وی معتقد است اگر چه سهم اقتصادی و اجتماعی توریسم بین‌المللی در راستای توسعه ملی دارای انشعابات نظری روشن است اما توریسم هم‌درگیر نوسازی و هم‌رویکردهای توسعه نیافتگی است، ایشان معتقدند برای ایجاد صنعت توریسم پرونوق باید نوسازی در تمامی زمینه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی صورت بگیرد.	نوسازی
تا بلمن نظریه سلسله مراتب نیازهای مزلو را در جهت تشریح رضایتمندی توریستی بکار می‌برد. طبق نظریه مزلو همه انسانها دارای نیازهای مشترک و فطری هستند که در سلسله مراتبی از نیرومندترین تا ضعیف‌ترین قرار می‌گیرند که باید این نیازها ارضا شود. نیازهایی که در پایین قرار دارند باید قبل از نیازهایی که در بالا هستند ارضا شوند. با توجه به سلسله مراتب نیازهای مزلو یک توریست که برای انجام فعالیت توریستی به کشوری دیگر سفر می‌کند باید در جامعه میزبان نیازهایش برطرف شود. اگر جامعه میزبان بتواند نیازهای توریست را برطرف نماید توریست به رضایتمندی می‌رسد، در غیر اینصورت سطح رضایت او پایین خواهد بود.	سلسله مراتب نیازها و توریسم
مونتینهو و کوپر نظریه انگیزه را در مورد توریسم بکار برده‌اند. مطابق نظر مونتینهو انگیزه موقعیت نیازهاست. انگیزه شرایطی را بیان می‌کند که افراد را بر می‌انگیزد تا به نیازهای خویش پاسخ گویند و به رضایتمندی برسند. کوپر در این مورد بیان می‌دارد که شناخت درست تقاضای توریستی در سطح فردی پیامد جریانی می‌باشد که وابسته به عوامل مختلفی است. عواملی متشکل از نیازها و امیال که فراهم بودن پول، زمان و تصورات، ادراکها و نگرشها آن را شکل می‌دهند.	انگیزش

منبع: طرح جامع منطقه نمونه گردشگری سلیمان تنگه، ۱۳۸۵

توان رقابتی مناطق مختلف در بازار گردشگری از یک سو به استراتژی‌ها و سیاستهای مسئولان محلی و از سوی دیگر به قابلیت‌های گردشگری مناطق مختلف بستگی دارد. این بدان معنا است که ابتدا باید قابلیت‌های گردشگری در مناطق مختلف مورد بررسی قرار گرفته و با شناسایی قابلیت‌ها و بازار گردشگری متناسب با آن، زمینه اقدام مسئولان محلی در رابطه با اخذ استراتژی‌های مناسب فراهم آید. یکی از

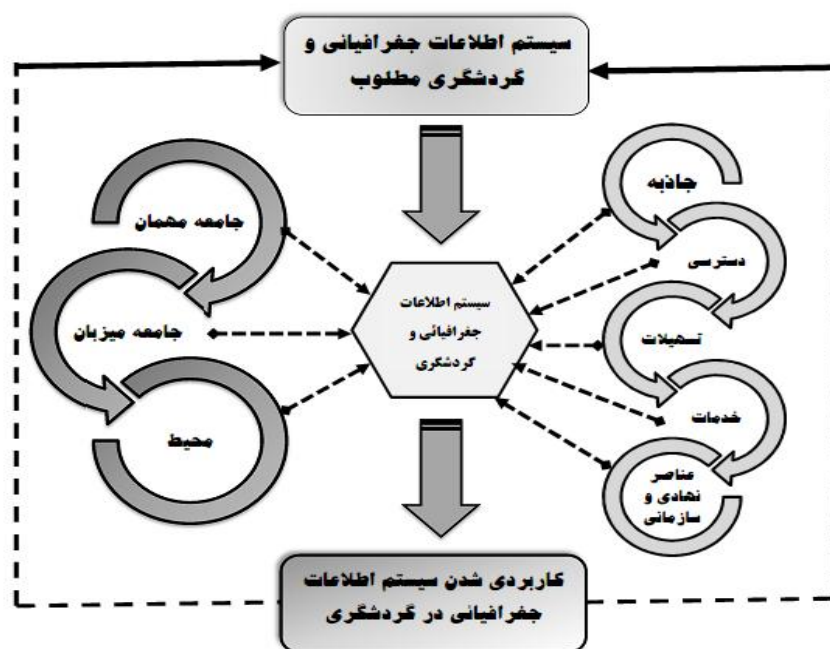
پارامترهایی که می‌تواند موجبات این مهم را فراهم آورد وجود و استفاده بهینه و کاربردی از سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) است. امروزه تعاریف و مفاهیم مختلف و متنوعی از سیستم اطلاعات جغرافیایی ارائه شده که می‌توان گفت جامع‌ترین آن عبارت است از سامانه اطلاعات جغرافیایی سامانه‌ای است برای دریافت، ذخیره‌سازی، کنترل، ادغام، پردازش، تحلیل و نمایش داده‌های مکانی (Suhaedi, 2002).

کاربرد این سیستم بسته به نیازهای هر منطقه یا کشور در بخشهای مختلفی توسعه یافته است به طوری که از این سیستم در اروپا در پایگاه‌های اطلاعات ثبت اسناد و املاک، محیط زیست و نگهداری نقشه‌های توپوگرافی (Budic, 1992)، در کانادا در برنامه‌ریزی جنگلها، در چین و ژاپن به منظور نظارت و مدل‌سازی تغییرات زیست محیطی (Densham, 1996) و در آمریکا در برنامه‌ریزی شهری و شهرداریها استفاده شده و با گذشت زمان و توسعه این سیستم استفاده از آن به کلیه بخشهای مرتبط با علوم زمین گسترش یافته است (Halid, 1997). استفاده از این سیستم در کلیه علوم که با زمین، نقشه و جغرافیای مکان‌دار و پردازش آنها ارتباط دارند، امکان پذیر می‌باشد (Densham, 1991). در این بین گردشگری یکی از مقوله‌هایی است که اگر کاربرد و جایگاه سیستم اطلاعات جغرافیایی در آن به خوبی شناخته شود، می‌توان شاهد تحولات مثبت و چشمگیری در آن بود (شکل ۱).



شکل ۱: جایگاه سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) در تحلیل‌های گردشگری

امروزه مولفه گردشگر، جامعه میزبان و مکان به عنوان مولفه‌های اصلی در شکل‌گیری فضای گردشگری مطرح می‌باشند. از سوی دیگر موفقیت و رشد گردشگری در گرو عملکرد مناسب چرخه گردشگری و عناصر و فاکتورهایی نظیر جاذبه، دسترسی، تسهیلات، خدمات و عناصر نهادی و سازمانی می‌باشد که روی هم رفته محیط گردشگری را شکل می‌دهند (سقائی و علیزاده، ۱۳۸۳). در این میان وجود عناصر و فاکتورهای فوق در گردشگری، کاربرد و جایگاه سیستم اطلاعات جغرافیایی را نشان می‌دهد (شکل ۲).



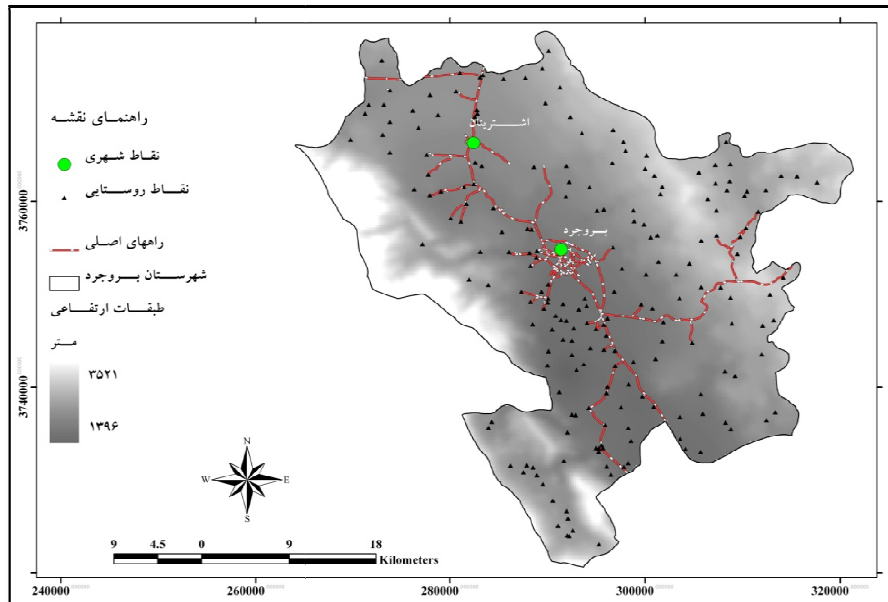
شکل ۲: سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) و گردشگری مطلوب

در مجموع می‌توان گفت که برای برنامه‌ریزی مناسب و ارتقاء سیاستهای توسعه گردشگری و تحلیل فضایی مکانهای گردشگری به سیستم اطلاعات جغرافیایی نیازمند هستیم. امروزه از این سیستم به منظور مدیریت بهینه مکانها و محیطهای گردشگری و ساماندهی منابع و محیطهای حساس گردشگری استفاده می‌شود.

منطقه مورد مطالعه

شهرستان بروجرد در غرب ایران و در منطقه کوهستانی رشته کوههای زاگرس در ۳۳ درجه و ۳۶ دقیقه تا ۳۴ درجه و ۶ دقیقه عرض شمالی و ۴۸ درجه و ۲۷ دقیقه تا ۴۹ درجه و ۲۷ دقیقه طول شرقی قرار دارد. این شهرستان در شمال شرقی استان لرستان واقع شده است. بروجرد از شمال به ملایر و نهاوند، از شرق به اراک، از جنوب به دورود و از غرب به خرم‌آباد و الشتر محدود می‌شود. به لحاظ اقلیمی دارای آب و هوای معتدل کوهستانی با تابستانهای معتدل و زمستانهای سرد می‌باشد. میانگین بارندگی در این شهر

۴۸۰ میلیمتر در سال است. این شهرستان به دلیل واقع شدن در دشت وسیع سیلاخور دارای قابلیت‌های گسترده کشاورزی می‌باشد. براساس تقسیمات کشوری، این شهرستان دارای دو منطقه شهری بروجرد و اشترینان، دو بخش اشترینان و مرکزی و ۷ دهستان و ۱۹۷ آبادی می‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵). شکل ۳ موقعیت شهرستان بروجرد را نشان می‌دهد.



شکل ۳: موقعیت مکانی شهرستان بروجرد

روش تحقیق

این تحقیق به روش تحلیلی - کمی انجام پذیرفت و جامعه آماری آن منابع انسانی شاغل در اماکن اقامتی و پذیرایی، بازار، جوامع محلی، جاذبه‌ها و مسئولین دستگاههای اجرایی بوده‌اند. تعیین حجم نمونه بوسیله فرمول کوکران انجام و با استفاده از ابزار و مدل‌ها نسبت به تهیه پایگاه اطلاعاتی فضاهای گردشگری اقدام گردید. برای این منظور از نقشه‌های توپوگرافی رقومی با مقیاس ۱:۲۵۰۰۰، نقشه زمین‌شناسی با مقیاس ۱:۱۰۰۰۰۰، تصاویر سنجنده ETM و نقشه کاربری اراضی و نرم افزارهای Arc GIS 10، ENVI 4.7، Auto Cad استفاده شد. همچنین که از نقشه‌های توپوگرافی برای تعیین مدل رقومی ارتفاع منطقه و شیب و جهت، از نقشه‌های زمین‌شناسی برای تعیین نوع سازندها و سنگ‌شناسی استفاده گردید. سپس موقعیت جاذبه‌های طبیعی و تاریخی با استفاده از سیستم مختصات UTM بر روی سایر لایه‌ها منطبق و پس از مشخص شدن موقعیت آنها، کانون‌های گردش به منطقه با توجه به آمار موجود شناسایی گردیدند. در نهایت تجزیه و تحلیل قابلیت‌های گردشگری منطقه با استفاده از مدل SWOT انجام و با روی هم انداختن لایه‌ها، توزیع فضایی گردشگری در سه سطح روستایی، شهری و طبیعی مشخص گردید.

نتایج

دستیابی به اقتصاد پویا و کارآمد به ویژه در چارچوب توسعه پایدار و حفظ محیط زیست و همچنین کاهش فقر و محرومیت و بسترسازی برای بهره‌مندی از فرصت‌ها و پتانسیل‌های موجود نواحی و ارتقاء معیشت و رفاه ساکنین و توازن و تعادل ثروت و توزیع عادلانه آن می‌تواند از طریق بهره‌گیری مناسب از پتانسیل‌های بخش گردشگری محقق شود. بدون شک در حیطه گردشگری تا زمانیکه مطالعه دقیق و علمی از توانمندیها صورت نگیرد، امکان ارائه و انجام برنامه‌ریزی در افق‌های کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت مقدور نخواهد بود. شهرستان بروجرد یکی از مهمترین شهرستانهای استان لرستان است که به لحاظ گردشگری دارای قابلیت‌های ویژه‌ای از جمله اقلیم آسایش مناسب، مناظر و چشم‌اندازهای زیبای طبیعی و فرهنگی، آثار برجسته باستانی، جاذبه‌های مذهبی، صنایع دستی و سهولت دسترسی می‌باشد. مهمترین جاذبه‌های گردشگری شهرستان بروجرد در شکل ۴ نشان داده شده است.



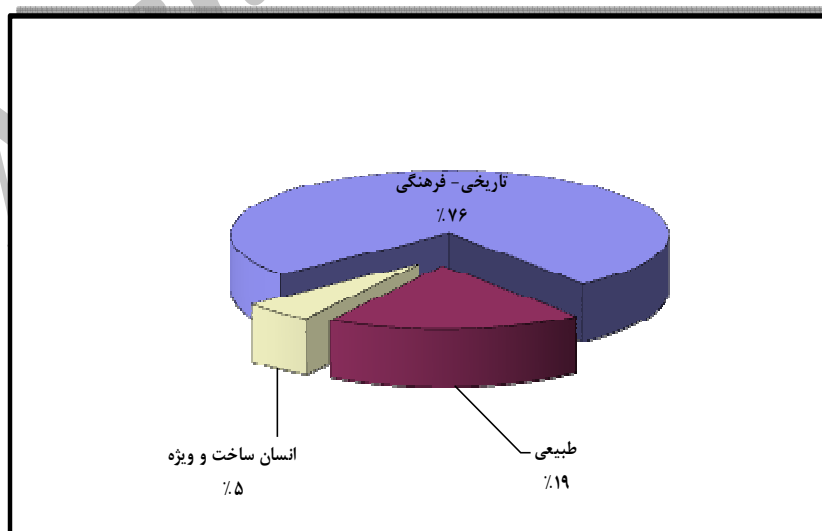
شکل ۴: مهمترین جاذبه‌های گردشگری شهرستان بروجرد

ارزیابی توان‌های گردشگری

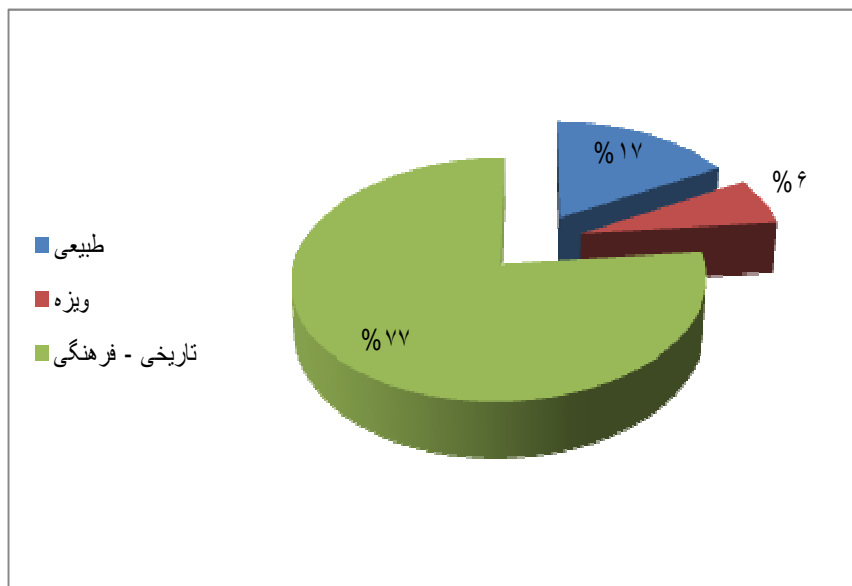
بررسی توان‌های گردشگری شهرستان بروجرد نشان می‌دهد جاذبه‌های طبیعی به دلیل تنوع، منحصر به فرد بودن و اقلیم آسایش مناسب از قابلیت‌های بیشتری نسبت به جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی برخوردار می‌باشند. همچنین گردشگری ورزشی (ورزشهای زمستانی، کوه‌نوردی و کوهپایه‌نوردی) در این شهرستان نیز از قابلیت توسعه در برد محلی و استانی برخوردار است. الگوی توزیع جاذبه‌ها بر حسب تعداد و انواع آنها نشان می‌دهد که در گستره شهرستان، جاذبه‌های تاریخی فرهنگی و طبیعی بیشترین فراوانی را داشته و پس از آنها جاذبه‌های انسان ساخت یا ویژه قرار می‌گیرند (نمودار ۱).

پراکنش فضایی جاذبه‌ها نیز حاکی از آن است که در بخش مرکزی بیشترین فراوانی به ترتیب مربوط به جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی (۷۷ درصد)، جاذبه‌های طبیعی (۱۷ درصد) و ویژه (۶ درصد) می‌باشد (نمودار ۲). در بخش اشتهرینان نیز اگر چه جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی از حیث سهم بیشترین میزان را به خود اختصاص داده‌اند (۵۹ درصد) ولیکن در مقایسه با بخش مرکزی سهم آنها کمتر و در مقابل سهم جاذبه‌های طبیعی آن بیشتر می‌باشد (۴۱ درصد) (نمودار ۳). در شکل‌های ۵ و ۶ نیز جاذبه‌های گردشگری طبیعی و تاریخی فرهنگی شهرستان بروجرد نشان داده شده است.

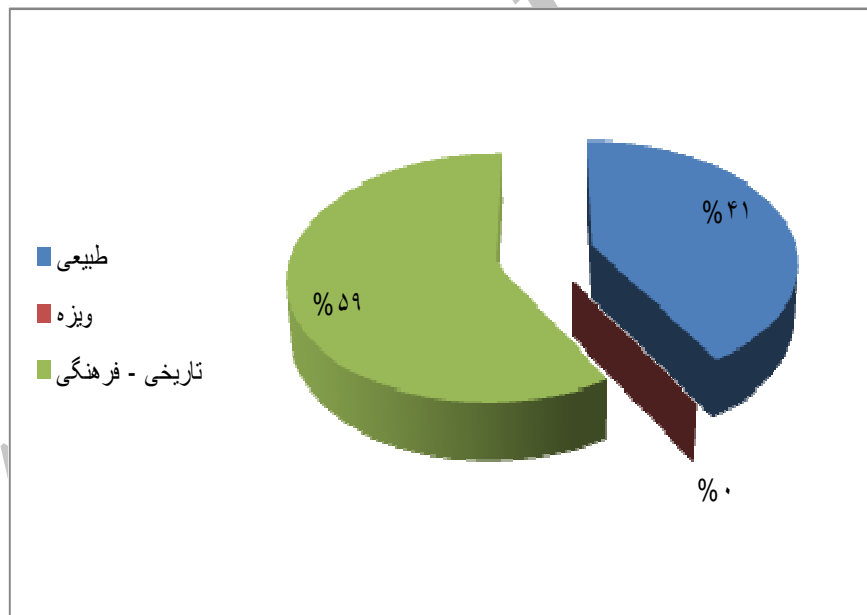
$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)} = \frac{\frac{(1/96)^2 (0/5)(0/5)}{(0/05)^2}}{1 + \frac{1}{371000} \left(\frac{(1/96)^2 (0/5)(0/5)}{(0/05)^2} - 1 \right)} = 383.6 \approx 384$$



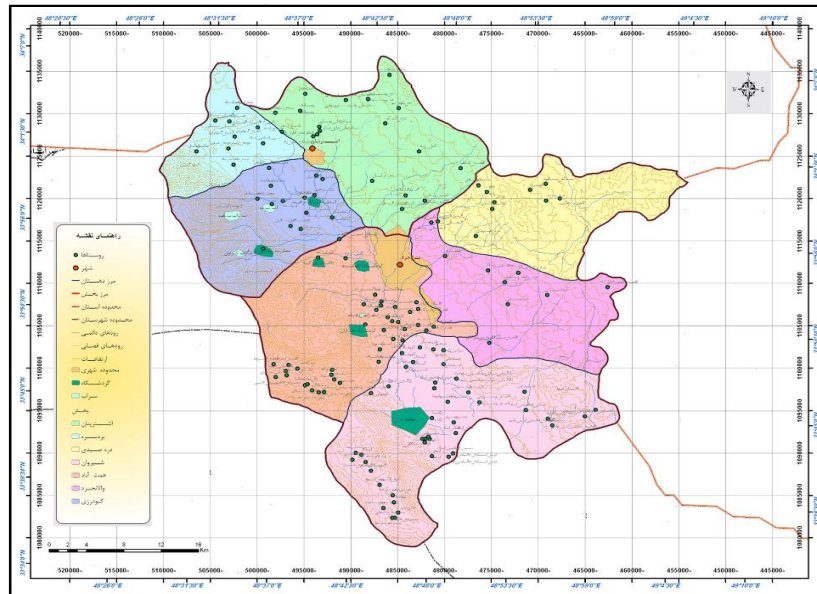
نمودار ۱: الگوی توزیع نسبی جاذبه‌های گردشگری شهرستان بروجرد



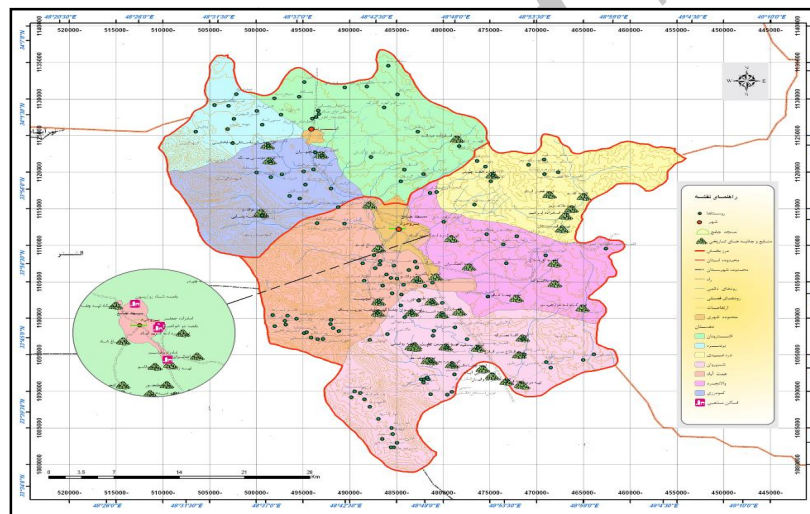
نمودار ۲: توزیع آماری جاذبه‌های گردشگری بخش مرکزی شهرستان بروجرد



نمودار ۳: الگوی توزیع نسبی جاذبه‌های بخش مشتریان شهرستان بروجرد



شکل ۵: موقعیت جاذبه‌های طبیعی فرهنگی شهرستان بروجرد



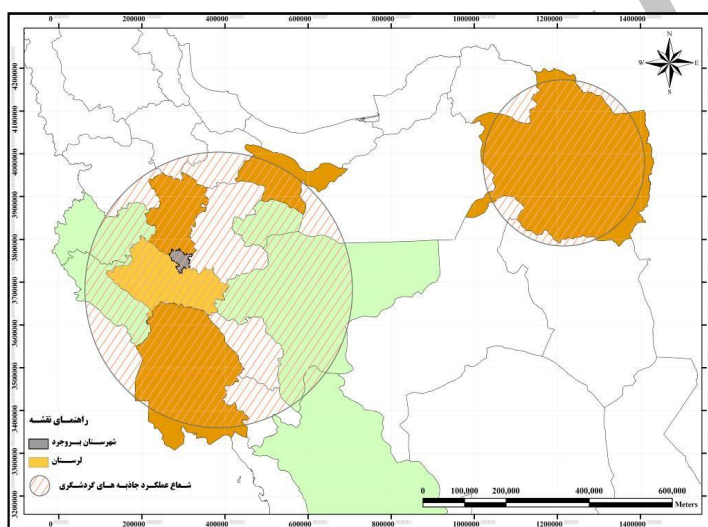
شکل ۶: موقعیت جاذبه‌های تاریخی فرهنگی شهرستان بروجرد

تقسیم‌بندی و بررسی پراکنش جاذبه‌های گردشگری شهرستان بروجرد به این دلیل است که توزیع فضایی جاذبه‌ها و پهنه‌های جغرافیایی دارای پتانسیل مشخص گردند. نتایج نشان داد که ۶۲ درصد از جاذبه‌های طبیعی شهرستان بروجرد در دهستان همت آباد و ۲۳ و ۱۵ درصد در گودرزی و شیروان قرار دارند. همچنین ۹۲ درصد از جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی در دهستان همت‌آباد و ۸ درصد آنها در دهستان‌های شیروان و گودرزی قرار گرفته‌اند. از طرفی جاذبه‌های انسان ساخت در سطح شهرستان بروجرد به صورت همگن و عادلانه توزیع نشده و کلیه آنها در شهر بروجرد استقرار یافته‌اند (جدول ۳).

جدول ۳: توزیع جغرافیایی و فراوانی جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی، طبیعی و انسان ساخت در شهرستان بروجرد

انسان ساخت	طبیعی	تاریخی - فرهنگی	نوع جاذبه
۵	۱۳	۲۳	فراوانی

بررسی تحولات گردشگر فرستی استانهایی که بازار اصلی محدوده را تشکیل می‌دهند نشان‌دهنده این واقعیت است که کانون‌های گردشگر فرست تهران، خراسان رضوی، خوزستان و همدان چهار کانونی هستند که در طی ۱۰ سال گذشته به ترتیب بیشترین حجم گردشگر فرستی را داشته‌اند. استانهای قم، ایلام، اصفهان، کرمانشاه و فارس در رتبه‌های بعدی گردشگر فرست به محدوده هستند (طرح تفصیلی گردشگری شهرستان بروجرد، ۱۳۸۷) (شکل ۷).



شکل ۷: کانونهای گردش فرست به شهرستان بروجرد

نتایج نشان می‌دهد که هدف اصلی مراجعین استفاده از توان‌های طبیعی و اکوتوریستی شهرستان بروجرد است به طوریکه بیش از ۸۰ درصد مردم هدف اصلی خود را از بازدید این مکان، تفریح و استفاده از جاذبه‌های طبیعی عنوان نموده‌اند. گردشگران این منطقه، طبیعت‌گردی را مهمترین اولویت توسعه فعالیت‌ها نامیده‌اند به طوری که حدود ۴۹ درصد از گردشگران توسعه فعالیت طبیعت‌گردی را مهمترین اولویت توسعه می‌دانند و پس از آن فعالیت‌های تفریحی و ورزشی با سهمی تقریباً یکسان قرار دارند. با توجه به مطالعات صورت گرفته شهرستان بروجرد یکی از مهمترین مقاصد گردشگری در استان لرستان و شهرهای پیرامونی است و بعد غالب، جاذبه‌های گردشگری طبیعی آن است هر چند این شهرستان دارای جاذبه‌های بی‌شمار تاریخی و فرهنگی است. لازم به ذکر است که برخی از جاذبه‌های طبیعی شهر در اثر سوء مدیریت دچار خسارات جبران ناپذیری شدند به نحوی که تالاب بیشه دالان و چشمه در خونی به زمین کشاورزی تبدیل شده‌اند. شکل ۸ توزیع فضایی گردشگری شهرستان بروجرد را نشان می‌دهد.

جدول ۴: تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف گردشگری شهرستان بروجرد با استفاده از مدل SWOT

زمینه موضوعی	شرایط درونی		شرایط بیرونی	
	قوت‌ها	ضعف‌ها	فرصت‌ها	تهدیدها
اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی	دارا بودن چشم اندازهای زیبای طبیعی نظیر: ونایی، تپه چغا تنگه های طبیعی نظیر تنگه کپرگه، تنگه بزهل و تنگه هشت بید، چشمه سارها و سراب‌ها	عدم پوشش تلفن همراه در برخی از نواحی کوهستانی کانون گردشگری بروجرد.	امکانات و فضاهای تاریخی و شهری بروجرد و منابع انسانی قابل توجه آن.	عدم رعایت بهداشت توسط گردشگران
	دارا بودن برخی از زیر بناهای مناسب خاص گردشگری در سطح استان نظیر (امکانات هتل زاگرس) امکانات تفریحی (پارک چغا)	ضعف در کاربری های مکمل و پشتیبان فعالیت گردشگری در شهر بروجرد	غنای محیط طبیعی به خصوص ناهمواریها، پوشش گیاهی، چشمه ها و رودخانه ها در شهرستان	عدم وجود مدل هیدرولیکی و شبیه سازی سیلاب رودخانه.
	وجود دو شهر بروجرد و اشترینان به عنوان شهرهای پشتیبانی کننده منطقه گردشگری.	فقدان تابلوهای راهنما برای جاده ها و جاذبه های گردشگری	وجود فضای سبز حاشیه رودخانه حدفاصل آبادی قلعه حاتم (در حومه شهر بروجرد) تا تپه و تفرجگاه چغا به طول تقریبی ۳ کیلومتر جهت احداث محور گردشگری با هدف ایجاد ذخیره فضای سبز	احتمال بسته شدن محور اصلی اراک - بروجرد به ویژه منطقه زالیان و فقدان دید ناشی از مه در معهود ایامی از فصول سرد سال.
	شرایط اقتصادی (صنعت، کشاورزی و خدمات) نسبتاً توسعه یافته منطقه بروجرد و امکان تامین نیازهای تفریحی و فراغتی فعالین این بخش در برنامه گردشگری.	مدیریت نامناسب پارک های جذب گردشگر	تولید صنایع دستی	رشد و گسترش فزاینده شهر و ساخت وسازهای کنترل نشده و احتمال تعرض به عرصه های طبیعی مجاور جاذبه های گردشگری.
	محیطی خوش منظر و زیبا از لحاظ جاذبه های طبیعی و انسانی	عدم وجود راهنمای محلی	مناسب بودن منطقه برای انجام ورزش های زمستانی و ایجاد پیست اسکی	
		کمبود سرویس بهداشتی در مناطق جذب گردشگر	امکان گسترش خطوط راه آهن و اتصال ریلی منطقه به استان های همجوار مرکزی، همدان و کرمانشاه	
		بار ترافیکی سنگین ترانزیت شمال - جنوب کشور در تمام ایام سال در محورهای اصلی کانون بروجرد.		

بحث و نتیجه گیری

در گردشگری جاذبه‌های طبیعی، انسانی و وضعیت گردشگران از عوامل اصلی و با ارزش جهت جذب گردشگر در هر منطقه محسوب می‌شوند. آب و هوای مطلوب، چشم‌اندازهای زیبا، آثار باستانی و تاریخی، کاخ‌ها، آتشکده، قلعه‌ها، مساجد قدیمی و اماکن مقدس باعث جذب گردشگر در هر نقطه می‌شوند. شهرستان بروجرد به عنوان یکی از شهرستانهای استان لرستان با آب و هوای معتدل و کوهستانی دارای قابلیت‌های بسیار گردشگری طبیعی و تاریخی است که می‌توان با شناسایی و سرمایه‌گذاریهای لازم، زمینه‌های جذب گردشگر و توسعه صنعت گردشگری را به شیوه‌ای صحیح و اصولی فراهم نمود. نتایج نشان داد که هدف اصلی گردشگران استفاده از توان‌های طبیعی، اکوتوریستی و تفریحی شهرستان بروجرد است به طوری که بیش از ۸۰ درصد مردم هدف اصلی خود را بازدید از جاذبه‌های طبیعی عنوان نموده و ۴۹ درصد از آنها توسعه فعالیت طبیعت‌گردی را مهمترین اولویت می‌دانند.

پراکنش فضایی جاذبه‌ها به تفکیک بخش مرکزی و اشترینان نیز حاکی از آن است که در بخش مرکزی بیشترین فراوانی به ترتیب مربوط به جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی (۷۷ درصد) و طبیعی (۱۷ درصد) و ویژه (۶ درصد) می‌باشد. همچنین فراوانی پدیده‌های گردشگری نشان می‌دهد که پدیده‌های تاریخی - فرهنگی با ۲۳، طبیعی با ۱۳ و انسان ساخت با ۵ در سطح شهرستان بروجرد قرار دارند. بررسی تحولات گردشگر فرستی استان‌هایی که بازار اصلی محدوده را تشکیل می‌دهند نشانگر این واقعیت است که کانون‌های گردشگر فرست تهران، خراسان رضوی، خوزستان و همدان چهار کانونی هستند که در طی ۱۰ سال گذشته بیشترین حجم گردشگر فرستی را به این محدوده داشته‌اند و استان‌های قم، ایلام، اصفهان، کرمانشاه و فارس در رده‌های بعدی قرار دارند.

از مهمترین نقاط قوت و فرصتهای پیش روی صنعت گردشگری در شهرستان بروجرد می‌توان به منطقه سرسبز و بکر روستای ونایی، گردشگاه گلدشت، تاک درخت، تالاب بیشه دالان، اشتران کوه، تنگه‌های طبیعی کپرگه و بزهل و هشت بید، سراب‌ها و تفرجگاه چغا اشاره نمود. از نقاط ضعف تهدید کننده صنعت گردشگری شهرستان نیز می‌توان به گسترش فرآینده شهر و ساخت و سازهای کنترل نشده، احتمال تعرض به عرصه‌های طبیعی مجاور جاذبه‌های گردشگری و عدم وجود مدل هیدرولیکی و شبیه‌سازی سیلاب رودخانه اشاره نمود. به منظور به حداقل رساندن نقاط ضعف و تهدید کننده صنعت گردشگری در شهرستان بروجرد پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- ✓ نوسازی و بهبود کمی و کیفی شبکه‌های ارتباطی به نقاط گردشگری شهرستان.
- ✓ ایجاد زیر ساخت‌های مناسب و قطب‌های گردشگری و حفظ و احیاء آثار فرهنگی و تاریخی.
- ✓ کنترل، نظارت و هدایت فعالیتهای مراکز اقامتی و پذیرایی.
- ✓ مطالعه و مکان‌یابی دهکده‌ها و شهرکهای گردشگری - تفریحی.

- ✓ ارتقاء کیفیت و خدمات ارائه شده در هتلها مطابق با استانداردهای بین‌المللی.
- ✓ تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی از طریق وام و تسهیلات بانکی و تجهیز و توسعه امکانات.
- ✓ تربیت و آموزش نیروی انسانی شاغل در بخش گردشگری.
- ✓ آموزش ضمن خدمت واحدهای خدماتی بین‌راهی و شاغلین در مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری.

Archive of SID

منابع

- ۱- احمدی، ع. ۱۳۸۷. تأثیرات گردشگری تجاری بر توسعه کالبدی- فضایی مناطق شهری (مطالعه موردی: شهر بانه). پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشگاه زاهدان.
- ۲- خانجانی، ص. ۱۳۸۸. ارزیابی گردشگری در شهر تاریخی ماسوله. پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشگاه یزد.
- ۳- سقائی، م. و علیزاده، س.د. ۱۳۸۳. مناطق عشایری و قابلیت‌های گردشگری (دورنمایی پسا گردشگری انبوه). فصلنامه عشایری ذخائر انقلاب، تهران.
- ۴- سلطانی، ز. و اله‌نوری، س.ه. ۱۳۸۹. ارزیابی توان محیطی شهرستان خوانسار به منظور توسعه توریسم (با استفاده از GIS). فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۹۹.
- ۵- شایان، س. و پارسایی، ا. ۱۳۸۶. امکان‌سنجی نواحی مستعد توسعه اکوتوریسم در استان کهگیلویه و بویراحمد. فصلنامه مدرس علوم انسانی، ویژه‌نامه جغرافیا.
- ۶- شرکت مهندسی مشاور ایده پردازان توسعه. ۱۳۸۷. طرح تفصیلی گردشگری شهرستان بروجرد.
- ۷- فرج‌زاده اصل، م. و کریم‌پناه، ر. ۱۳۸۷. تحلیل پهنه‌های مناسب توسعه اکوتوریسم در استان کردستان با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی. پژوهش‌های جغرافیای طبیعی، شماره ۶۵.
- ۸- مرکز آمار ایران. ۱۳۸۵. نتایج عمومی سرشماری نفوس و مسکن.
- ۹- مهندسی مشاور شار اندیشان پارس. ۱۳۸۵. طرح جامع منطقه نمونه گردشگری سلیمان تنگه.
- ۱۰- نادری، ر. ۱۳۸۹. صنعت توریسم و اکوتوریسم پایدار در استان خراسان شمالی. همایش ملی هنر اسلامی- ایرانی در خراسان شمالی، دانشگاه پیام نور بجنورد.
- 11-Budic, Z.D. 1992. GIS Use Among Southeastern Local Government. Journal of Urban and Regional Information Systems Association.
- 12-Densham, P. 1991. Spatial Support Systems, Geographical Information Systems: Principles and Application. Longman, London.
- 13-Densham, P. 1996. Visual Interactive Locational Analysis, in P.Longley and M. Batty, Spatial Analysis:Modeling in GIS Environment. Geoinformation International, Cambridge, UK, Forthcoming.
- 14-Halid, M. 1997. Land Use-Cover Change Detection using Knowledge based approaches: Remote Sensing and GIS.
- 15-Hunter, W.C. 2007. Atypology of photographic representation for tourism: Depictions of groomed spaces, College of Economics and Commerce, Cheju Nation.
- 16-Lankford and Howard. 1994. impacts of community festivals are similar to those utilized. Journal of travel research, vol 39. No, 3: 317-318.
- 17-Lee, C.C. and Chang, C.P. 2007. Tourism development and economic growth: A closer look at panels. Department of Applied Economics, National chung Hsing.

18-Li, M. Wu, B. And Cai, L. 2007. Tourism development of world Heritage Sites in China: Ageographic perspective, purdue University, China, West Lafayette, IN479, 7, USA, 308-319.

19-Suhaedi, E. 2002. Geographic Information Sistem and Multiple Goal Analysis for Spatial Land Use Modelling in Indonesia.

20-world Tourism Organization. 2005.Tourism Highlights.

Archive of SID