

تدوین و اولویت‌بندی استراتژیهای مناسب توسعه‌ی گردشگری پایدار (مطالعه‌ی موردی: استان لرستان)

مهدی کاظمی
محمود رضا اسماعیلی*
الله یار بیگی فیروزی

چکیده

تحقیق حاضر با هدف شناسایی نیروهای ترغیب‌کننده و بازدارنده در توسعه گردشگری پایدار استان لرستان و تدوین و اولویت‌بندی استراتژی‌های مناسب انجام گرفت. در این راستا، ابتدا نیروهای ترغیب‌کننده و بازدارنده شناسایی، و سپس بر اساس روش ANP اولویت‌بندی گردیدند. در مرحله دوم با استفاده از مدل (PIP) مناسب‌ترین استراتژی‌های توسعه گردشگری پایدار استان به ازاء مهم‌ترین نیروها تدوین شد. در نهایت جهت اولویت‌بندی استراتژی‌ها، بین استراتژی‌های تدوین شده بر اساس زیرمعیارهای تحقیق مقایسه زوجی برقرار شد. نتایج تحقیق نشان داد "ایجاد اشتغال" و "افزایش قیمت املاک" به ترتیب مهم‌ترین نیروها در بین نیروهای ترغیب‌کننده و بازدارنده بودند. در میان استراتژی‌های ارائه شده؛ استراتژی (I-A) با ضریب $0/0823$ با تاکید بر بهره‌گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه مسافرت در بین مردم در جهت بهره‌برداری از جاذبه‌ها و فرآورده‌های توریستی به منظور ایجاد اشتغال و درآمد برای مردم استان بعنوان بهترین استراتژی پیشنهاد می‌گردد. واژگان کلیدی: استراتژی، گردشگری پایدار، استان لرستان، مدل PIP، فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP)

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به پدیده‌ای تأثیرگذار در اقتصاد جهانی تبدیل شده (ابراهیم زاده و آقاسی زاده، ۱۳۹۰: ۵، بیگی فیروزی، ۱۳۹۱: ۲) بطوریکه بسیاری از کشورها این صنعت را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند (Lee et al, 2011: 413 and Tohid, 2011: 207) توسعه صنعت گردشگری، به ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بی‌کاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند. از اهمیت فراوانی برخوردار است، از این رو باید زمینه‌ی توسعه گردشگری از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و حقوقی فراهم شود (طیبی و همکاران، ۱۳۸۷: ۸۴). با این وجود گردشگری صنعتی چند بعدی و فعالیتی بسیار پیچیده است که دارای تبعات مثبت و منفی است و بدون برنامه ریزی و استراتژی‌های مشخص ممکن است نتایج ناخواسته و اثرات ناهنجاری از توسعه آن به دست آید (سقایی، ۱۳۸۶: ۲۳). این چالش عمده نظر خاص سازمان‌های توریستی را به خود معطوف داشته که چگونه می‌توان پی آمدهای منفی صنعت توریسم را کاهش داد در حالی که اثرات مثبت آن، شامل سهمی که در توسعه منطقه بازی می‌کند، افزایش یابد. کالای اصلی توریسم شبیه سایر محصولات صنعتی نیست. ویژگی خاص این صنعت کالای مورد مبادله مردم، فرهنگ، سنن، آداب و رسوم و محیط زندگی آن‌ها است. در این حالت فعالیت تجاری توریسم افزایش قابلیت فروش این کالا است بدون آنکه بر عناصر تشکیل دهنده آن لطمه وارد آورد و یا نهایتاً منجر به تخریب این عناصر شود. اگر این فعالیت‌ها به فرسایش محیطی و فرهنگی منجر شود جامعه توریست پذیر بیش از مصرف کننده کالای توریستی آسیب می‌بیند (رضوانیان، ۱۳۸۸: ۷۴).

این نگرانی سبب مطرح شدن بحث جدیدی تحت عنوان توسعه گردشگری پایدار در حوزه گردشگری شد، اصطلاح گردشگری پایدار که از مفهوم کلی توسعه پایدار مشتق شده است، اولین بار در سال ۱۹۸۷ در کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه (WCED)^۱ با عنوان «آینده مشترک ما» استفاده شد. که مفاهیم توسعه اقتصادی و

1- World Commission Economic Development
2- Our common future

حفاظت از محیط را با هم بکار می‌گیرد (Mehmet and Kashif, 2005: 274). از این رو برنامه‌ریزی، هدایت و توسعه صنعت گردشگری به عنوان یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال که دارای تاثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی فوق‌العاده ای نیز می‌باشد به عنوان یک نیاز مطرح می‌شود (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۰). اما هدایت این فرآیند با شناخت علمی قابلیت‌ها و تنگناهای موجود در هر منطقه از کشور میسر است. استان لرستان با توجه به دارا بودن مناطق ممتاز گردشگری مانند قلعه فلک الافلاک، دریاچه گهر، آبشارهای زیبا، تاریخ کهن و میراث فرهنگی کم نظیر، دارای قابلیت‌های بسیار زیاد برای جذب گردشگر می‌باشد که در مجموع می‌تواند بر اقتصاد منطقه تأثیر قابل توجهی داشته باشد. با این وجود، شواهد حاکی از عدم رونق صنعت گردشگری و از بین رفتن سایت‌های گردشگری در این استان است. خصوصاً برنامه‌های مدونی نیز برای توجه بحث توسعه گردشگری پایدار وجود ندارد. پژوهش‌های متعددی در زمینه توسعه گردشگری پایدار در داخل و خارج کشور انجام گرفته است.

محسنی (۱۳۸۸) مقاله‌ای تحت عنوان گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها انجام داد. در این مقاله ضمن تحلیل وضعیت صنعت گردشگری در ایران به نقش کارکردهای آن و موانع و راهکارهای ایجاد صنعت گردشگری پایدار در ایران پرداخته شده است. در این تحقیق، بر لزوم توسعه گردشگری در ایران به عنوان صنعتی که دارای کارکردهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است، تأکید گردیده است. از دید محقق صنعت گردشگری علاوه بر مزایای مستقیم و غیر مستقیم برای منطقه گردشگر پذیر دارای پیامدهای منفی نیز می‌باشد. به همین جهت این پژوهش بحث گردشگری پایدار را عنوان می‌کند و چالش‌ها و موانعی را که دست‌یابی به گردشگری پایدار را دشوار می‌سازد، بر می‌شمارد. یافته‌های تحقیق نشان داد؛ مهم‌ترین چالش‌های دست‌یابی به گردشگری پایدار در ایران شامل موانع اقتصادی، اجتماعی، آموزشی و تحقیقاتی، نارسایی امکانات رفاهی، فرهنگی و تبلیغاتی هستند. شیعه و کبیری (۱۳۸۸) با استفاده از رویکرد تحلیل راهبردی (SWOT)^۱ به ارائه راهبردهای توسعه گردشگری پایدار در اراضی نازوان حومه شهر اصفهان پرداختند. با

کاربرد رویکرد تحلیلی راهبردی (SWOT) در مورد اراضی ناژوان یعنی تشکیل ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی و مقایسه این عوامل با یکدیگر، چهار نوع راهبرد تهاجمی، تدافعی، انطباقی و اقتضایی مشخص گردید. از سوی دیگر ارزیابی برآیند عوامل داخلی و خارجی در اراضی ناژوان نشان می‌دهد که در شرایط حاضر از میان راهبردهای ذکر شده، راهبردهای اقتضایی (STها) با واقعیات، اهداف و میزان پاسخگویی به چالش‌ها و مسائل بیشتر سازگار است. از طریق این راهبرد با تکیه بر نقاط قوت و در نظر گرفتن تهدیدها پیرامون اراضی ناژوان در تمامی (زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، محیطی و طبیعی) زیر ساخت‌ها و مدیریت می‌تواند اهداف مورد نظر را تحقق بخشد و به طور نسبی پاسخگویی چالش‌های اراضی باشد.

زاهدی (۱۳۸۸) در مقاله‌ای به بررسی گردشگری و توسعه پایدار در هر سه بخش دولتی، خصوصی و مدنی پرداخت و الگویی جهت نظارت بر فعالیت‌های گردشگری به منظور ارزیابی اثرات توسعه گردشگری بر محیط زیست ارائه کرد. تقوایی و همکاران (۱۳۹۰) به بررسی عوامل موثر در پایداری گردشگری شهری با تأکید بر بهسازی و احیای بافت‌های شهری در شهر مشهد پرداختند. در این پژوهش سعی شد با توجه به مشکلات گردشگران و ساکنان، الگوی مناسبی برای احیای مجدد مرکز شهر مشهد ارائه شود. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که مشکلات مدیریتی، عدم مشارکت مردم محلی و عدم تبلیغات و شناساندن سایر جاذبه‌های شهر مشهد از عوامل مهم ناپایداری گردشگری در بافت مرکزی شهر مشهد است. برای رفع این مشکلات راهکارهایی مانند مشارکت مردم محلی، گسترش تبلیغات و هماهنگی دستگاه‌های مختلف ارائه گردید. هریسون^۱ و همکاران (۲۰۰۳) پژوهشی تحت عنوان توسعه گردشگری پایدار در کارائیب آپالشی‌های عمده، انجام دادند. آنها در این مقاله موضوعات اساسی که بر توسعه گردشگری پایدار در کارائیب موثر بود را مورد بررسی قرار دادند. جهت این امر با چهل نفر از کارشناسان و متخصصین صنعت هتلداری و بخش گردشگری مصاحبه به عمل آمد. نتایج تحقیق نشان داد؛ موضوعات کلیدی توسعه در گردشگری کارائیب، نیازهای تحقیقاتی و آموزشی هستند. جایاواردینا^۲ و

1- Harrison
2- Carribean
3- Jayawardena

همکاران (۲۰۰۸) به بررسی توسعه گردشگری پایدار در نیاگارا^۱ پرداختند، در این پژوهش وجه اقتصادی توسعه گردشگری پایدار و اثرات مثبت و منفی آن مورد توجه قرار گرفت و استراتژی‌هایی جهت افزایش شایستگی‌های نیاگارا جهت حمایت از گردشگری پایدار ارائه کردند. فازدنا^۲ و همکاران (۲۰۱۰) در پژوهش خود تحت عنوان برنامه گردشگری دره دورو^۳ بیان کردند؛ دره دورو ویژگی‌های منحصر بفردی دارد و نیازمند ارتقای گردشگری پایدار جهت مدیریت و حفاظت از این منطقه است. دورو با چالش‌هایی از جمله: حمایت و حفاظت از منابع طبیعی، ایجاد و توسعه شرایط فرا ساختاری برای توسعه منطقه، ارتقاء آگاهی محیطی بین ساکنین و بازدیدکنندگان مواجه است. فازدنا و همکاران جهت برخورد مناسب با این چالش‌ها و افزایش رقابت پذیری منطقه یک فرآیند برنامه‌ریزی مشارکتی را پیشنهاد کردند. و همچنین می‌توان به تحقیق کلدرون^۴ و همکاران (۲۰۱۱) که به بررسی میزان حساسیت هتل‌ها به گردشگری پایدار پرداختند، اشاره کرد.

بر این اساس تحقیق حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤال اساسی است: نیروهای بازدارنده^۵ و ترغیب‌کننده^۶ توسعه گردشگری پایدار در استان لرستان کدامند و چه استراتژی‌هایی برای توسعه گردشگری پایدار در این استان مناسب‌ترند؟

مبانی نظری تحقیق

مفهوم توسعه گردشگری پایدار^۷

از توسعه گردشگری پایدار تعریف‌های متفاوتی ارائه شده است و از آن، به مثابه توسعه درون‌زا، توسعه محیط مدار، توسعه معتدل و متوازن، توسعه همه جانبه، توسعه مسئولانه و توسعه جهانگردی خاص نام برده‌اند. توسعه درون‌زا، بیشتر بر منابع داخلی تکیه داشته است و توسعه محیط مدار، توجه و تاکید خود را بر محیط می‌گذارد. توسعه جهانگردی خاص بر این تفکر استوار است که هر منطقه باید با توجه به عوامل مختلف محیطی (مانند محیط فرهنگی، اقتصادی و...) جهانگردی خاص خود و جهانگردان

1- Niagara
2- Fazedna
3- Douro
4- Calderon
5- Inherent forces
6- Encouraging forces
7- Sustainable tourism development

سازگار با فرهنگ خود را داشته باشد. توسعه مسئولانه نیز خود را با توجه به انتظارات و نیازهای جامعه انجام دهد. توسعه متوازن و همه جانبه نیز به تمامی عوامل موجود در جامعه و محیط توجه می کند و سعی بر آن دارد تا با تلفیق تمامی عوامل به انتخابی بهینه در توسعه دست یابد (الوانی و پیروز بخت، ۱۳۸۵: ۲۱).

در گردشگری پایدار تلاش بر اینست که ضمن برآورده کردن نیازهای نسل‌های حاضر و آینده، بین سود کوتاه مدت و محافظت از محیط، نگهداری هویت فرهنگی و ارتقاء مزایای اقتصادی هم در میان جوامع توسعه یافته و هم در حال توسعه توازن برقرار شود (Sinclair, 2003: 404; Jayawadena et al, 2008: 258). هازبند و هریسون^۱ (۱۹۹۶)؛ گردشگری پایدار را به عنوان راهی برای انجام برنامه ریزی، سیاست گذاری و توسعه گردشگری می دانند. و از این طریق سودها بهطور بهینه در میان جمعیت مقصد، حکومت‌ها، گردشگران و سرمایه گذاران توزیع می شود (Harrison et al, 2003: 295). توسعه گردشگری پایدار فرآیند ارضای نیازهای نسل‌های حاضر و آینده تولید کنندگان و مشتریان گردشگری بدون تخریب منابع حمایت کننده حیات یا هویت فرهنگی و سیستم‌های گردشگری که بر آن استوار است، می باشد (Hall & David, 2009: 10).

به طور کلی ازدید سازمان جهانی گردشگری: «گردشگری پایدار نیازهای توریست زمان حال و جوامع میزبان را برآورده می کند و در عین حال فرصت‌ها را برای آینده بسط و گسترش می دهد و منابع را به گونه ای مورد استفاده قرار می دهد که همزمان با حفظ ارزش‌های فرهنگی، فرآیندهای اکولوژیکی، تنوع زیستی و سیستم‌های پشتیبان حیات، به نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیباشناختی پاسخ داده شود (زاهدی، ۱۳۸۵: ۱۱۲؛ Fazenda et al, 2010: 429). طبق این تعریف گردشگری پایدار یک مفهوم چند بعدی است؛ که می تواند با ابعاد بوم شناختی^۲، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و نهادی^۳ تجزیه و تحلیل شود. در این چارچوب توسعه گردشگری پایدار شامل: چالش محیطی به شکل مقاومت در برابر از بین رفتن منابع طبیعی و محیطی. چالش اقتصادی به شکل افزایش درآمد جامعه حاضر در حالی که درآمد نسل آینده را تضمین کند.

1- Husband and Harrison
2- Ecological
3- Institutional

چالش اجتماعی به شکل ارتقاء عدالت اجتماعی، امنیت و برابری. چالش فرهنگی به شکل محافظت و ارتقای فرهنگ‌ها و ارزش‌های زیبا شناختی^۱. چالش نهادی به شکل ارتقاء مشارکت جوامع محلی در تصمیم‌گیری استراتژیک (Fokiali et al, 2006: 27).

در توسعه پایدار گردشگری هدف اصلی، ارائه روش‌های منطقی در بهره‌گیری از منابع طبیعی و انسانی و ممانعت از به کارگیری غیر علمی این منابع است. توسعه پایدار گردشگری دارای سه جنبه (۱) حفاظت از محیط زیست، (۲) حفظ منابع و میراث فرهنگی و (۳) حرمت و احترام به جوامع است. از این رو گردشگری پایدار باید با سیاست مشخص و مدونی به اجرا درآید تا بتواند حرکت امید بخشی را در توسعه همه جانبه فضاهای جغرافیایی تضمین کند (منصوری، ۱۳۸۱: ۳۷).

مدل پایپ (PIP)^۲

رشد سریع تکنولوژی، رشد سریع بازارهای اقتصادی و تغییرات اجتماعی و سیاسی به طور مستمر سازمان‌ها را تحت فشار قرار می‌دهد و به عنوان نیروهای ترغیب‌کننده یا بازدارنده با سازمان در چالش است. برای سازمان‌ها این موضوع دارای اهمیت است که در مسیر بهبود قرار گرفته، به سوی آینده حرکت کرده، بر تجربیات گذشته اتکا نمایند. این تجربیات ممکن است حتی با مشکلات جدید که پیش رو هستند بی ارتباط باشند، اما یک سازمان در صورت اتخاذ استراتژی‌های مناسبی مبتنی بر نیروهای اطراف سازمان، به جای برخورد انفعالی، برخورد آینده‌نگری داشته باشند (قلی زاده، ۱۳۸۹: ۵۲).

همان‌طور که ذکر شد طبق روش پایپ ابتدا مشکلات شناسایی، تجزیه و تحلیل و ریشه‌یابی می‌شوند و سپس نیروهای بازدارنده و ترغیب‌کننده موثر در ایجاد مشکلات بالقوه یا رفع مشکلات بالفعل تعیین می‌گردند. در نهایت استراتژی‌هایی برای بهره‌گیری از نیروهای ترغیب‌کننده و مقابله با نیروهای بازدارنده تدوین شده، برنامه‌های عملی بهبود مشخص می‌شوند. فرآیند مدل برنامه ریزی بهبود عملکرد در جدول ۱ خلاصه شده است (داوری و شانه سارزاده، ۱۳۸۰: ۱۰۹).

1- Aethetic

2- Performance Improvement Programming

جدول ۱. فرآیند مدل PIP

مرحله	فعالیت‌ها
مرحله اول	تعیین شاخص‌های عملکرد و اولویت اهداف پیش‌بینی عملکرد آینده
مرحله دوم	شناسایی و تجزیه و تحلیل مشکلات عملکرد تعیین نیروهای بازدارنده و ترغیب‌کننده ریشه‌یابی و دسته‌بندی مشکلات ارزیابی قدرت نسبی نیروهای بازدارنده و ترغیب‌کننده
مرحله سوم	تدوین استراتژی به ازای هر یک از نیروهای بازدارنده یا ترغیب‌کننده تفکر ژرف برای خلق ایده‌های نو شناسایی امکانات بالقوه و بالفعل تدوین یک برنامه بهبود عملکرد برای سازمان

فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP)^۱

فرآیند تحلیل شبکه‌ای نظریه جدیدی است که فرآیند تحلیل سلسله مراتبی^۲ را برای پرداختن به وابستگی در بازخورد توسعه می‌دهد و به این منظور از رهیافت ابر ماتریس استفاده می‌کند. ساعتی^۳ روش ANP را برای حل مسائلی که وابستگی بین گزینه‌ها یا معیارها را دارند پایه‌ریزی کرد (Monavvarian et al, 2011: 541). ANP از سه گام اصلی: پایه ریزی مدل و ساختار مسئله، تشکیل ماتریس مقایسات زوجی و بردارهای تقدم و ارائه سوپر ماتریس تشکیل می‌شود (سبکبار و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۳۵؛ رحیمی و عشقی، ۱۳۸۸: ۱۳۲؛ عالم تبریز و باقرزاده آذر، ۱۳۸۹: ۵۹ و Liao et al, 2011: 1326)

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش، از لحاظ گردآوری داده‌ها توصیفی - پیمایشی و از لحاظ هدف کاربردی است. به منظور گردآوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه و پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری در این پژوهش شامل: کارشناسان و صاحب نظران ادارات و سازمان‌های دولتی مرتبط با صنعت

1- Analytical Network Process
2- Analytical Hierarchy Process
3- Saaty

گردشگری و هتلداری و صاحبان آژانس‌های مسافرتی و تفریحی در سطح استان لرستان می‌باشند. در این تحقیق برای انتخاب افراد مورد نظر از روش نمونه برداری قضاوتی از نوع غیر احتمالی و هدفدار استفاده شد. بنابراین با توجه به محدود بودن تعداد خبرگان مورد تحقیق در حوزه صنعت گردشگری استان لرستان و پس از بررسی کامل و شناسایی خبرگان تعداد ۴۰ پرسشنامه به صورت حضوری توسط محقق بین این افراد توزیع شد و ۳۰ پرسشنامه جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روش تجزیه و تحلیل در این تحقیق شامل چهار مرحله اصلی است: در مرحله اول؛ هدف تحقیق و معیارهای دستیابی به این هدف تعیین شده است. با توجه به عنوان تحقیق مهم-ترین هدف تحقیق حاضر؛ انتخاب استراتژی مناسب توسعه گردشگری پایدار استان لرستان می‌باشد. جهت دستیابی به این هدف، چهار معیار اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، محیطی و نهادی استفاده شده است. دلیل به کارگیری معیارهای فوق این است که یک منطقه گردشگر پذیر جهت دستیابی به توسعه پایدار در گردشگری خود با چهار چالش اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، محیطی و نهادی مواجه است. لذا در تحقیق حاضر این چالش‌ها تحت عنوان معیارهای دستیابی به گردشگری پایدار وارد تحقیق گردیدند. در مرحله دوم؛ پس از مطالعه پیشینه و ادبیات تحقیق، فهرستی از عوامل در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، محیطی و نهادی که تأثیر مثبت یا منفی بر گردشگری پایدار داشتند، شناسایی گردید. سپس از طریق مصاحبه با کارشناسان و خبرگان گردشگری استان لرستان، از بین عوامل فوق، عواملی را که بر گردشگری پایدار استان موثر بودند انتخاب و تحت عنوان نیروهای ترغیب‌کننده و بازدارنده در توسعه گردشگری پایدار لرستان (که نقش زیر معیار را در تحقیق حاضر ایفا می‌کنند) وارد تحقیق گردیدند. در مرحله سوم؛ بر اساس اطلاعات حاصل از مراحل پیشین پرسشنامه‌ای بر اساس فرآیند تحلیل شبکه‌ای با مقیاس ۹ تایی طراحی، و بین کارشناسان و صاحب‌نظران گردشگری استان لرستان توزیع گردید. در ادامه نظرات کارشناسان جمع‌آوری، و وارد نرم افزار Super Decision شد. از این طریق اولویت معیارها و زیر معیارهای تحقیق نسبت هدف تحقیق مشخص گردید. در پایان مرحله سوم؛ جهت تدوین استراتژی توسعه گردشگری پایدار استان از مهم‌ترین نیروهای ترغیب‌کننده و بازدارنده استفاد شد. در نهایت در مرحله چهارم؛ از پاسخ دهندگان

درخواست شد اهمیت هر یک از استراتژی‌های ارائه شده را بر اساس زیر معیارهای تحقیق، مشخص نمایند. از طریق جمع آوری و ورود این نظرات به نرم افزار فوق، اولویت استراتژی‌ها نیز تعیین شد. شکل ۳ شمای کلی مراحل انجام تحقیق و مدل ترکیبی مورد استفاده را نشان می‌دهد.

یافته‌های تحقیق

مرحله اول: تعیین هدف تحقیق و معیارهای دستیابی به هدف
هدف اصلی این تحقیق تدوین و انتخاب استراتژی توسعه گردشگری پایدار استان لرستان است. جهت دستیابی به این هدف پس از مرور ادبیات تحقیق، چهار شاخص؛ اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، محیطی و نهادی شناسایی گردید.
مرحله دوم: شناسایی نیروهای ترغیب کننده و بازدارنده توسعه گردشگری پایدار بر اساس معیارهای تحقیق

در این مرحله پس از مرور ادبیات تحقیق و مصاحبه های بعمل آمده از کارشناسان گردشگری استان لرستان، نیروهای ترغیب کننده و بازدارنده موثر در توسعه گردشگری پایدار استان در قالب معیارهای اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، محیطی و نهادی شناسایی گردید.

جدول ۲. شناسایی نیروهای بازدارنده و ترغیب‌کننده توسعه گردشگری پایدار استان لرستان

نیروهای بازدارنده	نیروهای ترغیب‌کننده	
۱. افزایش قیمت املاک (1-N) ۲. افزایش قیمت‌های فروش در طول فصل گردشگری (2-N) ۳. داشتن هزینه فرصت (3-N) ۴. فصلی بودن فرصت‌های شغلی (4-N)	۱. ایجاد اشتغال (1-P) ۲. درآمدزایی (2-P)	اقتصادی (1-C)
۵. آسیب به سیستم‌ها و منابع فرهنگی از جمله خطر حذف زبان‌های اقلیت (5-N) ۶. ازدیاد تخلفات اجتماعی (6-N)	۳. ارتقای سطح زندگی اجتماعی (3-P) ۴. توسعه و حفظ موزه‌ها، الگوهای موسیقی، لباس و آداب و رسوم (4-P) ۵. ارتقاء عدالت اجتماعی، امنیت و برابری (5-P)	اجتماعی - فرهنگی (2-C)
۷. آلودگی و تخریب منابع طبیعی و فرهنگی و ذخایر آب و از بین رفتن چشم‌اندازها (7-N) ۸. آلودگی هوا، صدا و مناظر (8-N)	۶. احیای ساختمان‌های موجود و اماکن تاریخی (6-P) ۷. حفظ محیط زیست (7-P)	محیطی (3-C)
۹. تقاضای رو به کاهش گردشگر خارجی وارده به ایران (9-N)	۸. ارتقای مشارکت جوامع محلی در تصمیم‌گیری استراتژیک (8-P)	نهادی (4-C)

همان‌طور که در جدول ۲ نشان داده شده است، در استان مورد مطالعه تعداد ۸ نیروی ترغیب‌کننده و ۹ نیروی بازدارنده شناسایی شده است. به این ترتیب در یک جمع‌بندی و تحلیل ساده می‌توان گفت آستانه آسیب‌پذیری استان لرستان بالا بوده و نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب در جهت رفع نیروهای بازدارنده و استفاده از نیروهای ترغیب‌کننده می‌باشد.

مرحله سوم: اولویت‌بندی معیارها و زیر معیارهای تحقیق و تدوین استراتژی‌های توسعه گردشگری پایدار لرستان

در این مرحله، اطلاعات جمع‌آوری شده حاصل از پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم افزار Super Decision مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. همان‌گونه که در مبانی

نظری تحقیق توضیح داده شده است، در مدل ANP محاسبه‌های سوپر ماتریس در سه مرحله انجام می‌گیرد. ابتدا مقادیر وزن محاسبه شده برای تمام مقایسه‌های زوجی به ماتریس یک در اصطلاح سوپر ماتریس فاقد وزن نام دارد، وارد می‌شود. در مرحله بعد سوپر ماتریس دارای وزن^۲ از حاصل ضرب مقادیر سوپر ماتریس فاقد وزن در مقادیر متناظر ماتریس مقایسه‌های معیارها محاسبه می‌شود. سپس مقادیر ماتریس وزن داده شده استاندارد می‌شود، به طوریکه مجموع مقادیر ستون‌های ماتریس برابر عدد یک شود. در مرحله سوم و آخر، سوپر ماتریس حد^۳ که در آن مقادیر ماتریس در ستون‌ها با هم برابر است، محاسبه می‌شود. با استفاده از این سوپر ماتریس وزن‌های نهایی معیارها، زیر معیارها و گزینه‌های تحقیق نسبت به هدف تحقیق مشخص می‌گردد. لذا در تحقیق حاضر جهت به دست آوردن اولویت نهایی معیارها، زیر معیارها و گزینه‌های تحقیق نسبت به هدف تحقیق از سوپر ماتریس حد تحقیق استفاده می‌شود. این سوپر ماتریس که از خروجی نرم افزار Super Decision استخراج شده است، در پیوست ۱ آورده شده است. جدول ۳ و ۴ اولویت معیارها و زیر معیارهای تحقیق حاصل از پیوست ۱ را نشان می‌دهد.

جدول ۳. اولویت معیارهای تحقیق نسبت به هدف تحقیق

معیارها	مقادیر اولوی بندی شده نسبت به هدف تحقیق	رتبه
1-C	۰/۱۶۲۳۱	۱
3-C	۰/۱۰۱۰۳	۲
2-C	۰/۰۴۶۴۸	۳
4-C	۰/۰۲۳۵۱	۴

همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد، در بین معیارهای تحقیق؛ معیار 1-C (اقتصادی) با ضریب ۰/۱۶۲۳۱ رتبه ۱ و پس از آن معیارهای 3-C (محیطی)، 2-C (اجتماعی - فرهنگی) و معیار 4-C (نهادی) به ترتیب با ضرایب ۰/۱۰۱۰۳، ۰/۰۴۶۴۸ و ۰/۰۲۳۵۱ رتبه‌های ۲ تا ۴ را بدست آوردند.

جدول ۴. اولویت زیر معیارهای تحقیق نسبت به هدف تحقیق

نیروهای بازدارنده			نیروهای ترغیب کننده		
زیر معیار	مقادیر اولویت بندی شده نسبت به هدف تحقیق	رتبه	زیر معیار	مقادیر اولویت بندی شده نسبت به هدف تحقیق	رتبه
1-N	۰/۰۲۹۸۵	۱	1-P	۰/۰۳۲۵۷	۱
7-N	۰/۰۲۵۶۰	۲	2-P	۰/۰۲۸۳۰	۲
2-N	۰/۰۲۲۱۴	۳	7-P	۰/۰۲۷۴۷	۳
5-N	۰/۰۱۷۱۱	۴	6-P	۰/۰۲۰۰۱	۴
8-N	۰/۰۱۷۰۸	۵	5-P	۰/۰۱۸۴۳	۵
9-N	۰/۰۱۶۹۸	۶	8-P	۰/۰۱۳۸۷	۶
3-N	۰/۰۱۵۷۳	۷	3-P	۰/۰۱۳۷۶	۷
4-N	۰/۰۱۱۱۴	۸	4-P	۰/۰۱۲۲۵	۸
6-N	۰/۰۱۱۰۵	۹			-

جدول ۴، اولویت زیر معیارهای تحقیق را نسبت به هدف تحقیق نشان می‌دهد. در بین نیروهای ترغیب کننده؛ زیر معیار 1-P (ایجاد اشتغال) با ضریب ۰/۰۳۲۵۷ بالاترین اولویت را کسب کرده است و زیر معیارهای 2-P (درآمدزایی)، 7-P (حفظ محیط زیست)، 6-P (احیای ساختمان‌های موجود و اماکن تاریخی) به ترتیب با ضرایب ۰/۰۲۸۳۰، ۰/۰۲۷۴۷ و ۰/۰۲۰۰۱ اولویت‌های ۲ تا ۴ را بدست آوردند. در بین نیروهای بازدارنده؛ زیر معیار 1-N (افزایش قیمت املاک) با ضریب ۰/۰۲۹۸۵ بیشترین اولویت را کسب نموده است و زیر معیارهای 7-N (آلودگی و تخریب منابع طبیعی و فرهنگی و ذخایر آب و از بین رفتن چشم‌اندازها)، 2-N (افزایش قیمت‌های فروش در طول فصل گردشگری) و 5-N (آسیب به سیستم‌ها و منابع فرهنگی از جمله خطر حذف زبان‌های اقلیت) به ترتیب با ضرایب ۰/۰۲۵۶۰، ۰/۰۲۲۱۴ و ۰/۰۱۷۱۱ رتبه‌های ۲ تا ۴ را بدست آوردند.

مرحله چهارم: تدوین و اولویت‌بندی استراتژی‌های توسعه گردشگری پایدار استان لرستان

در این مرحله با استفاده از اطلاعات حاصل از مراحل اول تا سوم استراتژی‌های

مناسب توسعه گردشگری پایدار لرستان تدوین و اولویت بندی می‌شوند. طبق مدل PIP به ازاء مهم‌ترین نیروهای ترغیب کننده و بازدارنده (نیروهای با رتبه ۱ تا ۴) استراتژی‌های مناسب تدوین می‌شوند، لذا در این مرحله جهت استفاده از نیروهای ترغیب کننده و اجتناب از نیروهای بازدارنده استراتژی‌های مناسب جهت توسعه گردشگری پایدار استان به شرح زیر ارائه می‌گردند.

۱. 1-A: بهره‌گیری بهینه و هدفمند از افزایش انگیزه مسافرت در بین مردم در جهت بهره‌برداری از جاذبه‌ها و فرآورده‌های توریستی به منظور ایجاد اشتغال و درآمد برای مردم استان (1-P، 2-P)
۲. 2-A: ایجاد صندوقی برای حمایت و مدیریت مناطق زیبا و جذاب در استان و مرمت آثار و ابنیه تاریخی (6-P، 7-P)
۳. 3-A: ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در مکان‌های مختلف توریستی در استان لرستان در جهت کاهش فشار و تراکم بیش از حد به این مکان‌ها و جاذبه‌ها و جلوگیری از بین رفتن و تخریب آن‌ها (7-N)
۴. 4-A: نظارت بر قیمت اجناس و املاک از طرف سازمان‌های مرتبط در طول فصل گردشگریه منظور بهره‌برداری از قسمت‌های مختلف آن برای عموم (مردم و گردشگران) و همچنین جلوگیری از بورس بازی زمین (1-N، 2-N)
۵. 5-A: شناسایی و بهره‌گیری از جاذبه‌ها، فرآورده‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی توریستی استان جهت جلب گردشگران و افزایش توان فرهنگی مردم منطقه (5-N) در جدول ۵ با توجه به پیوست ۱، اولویت استراتژی‌ها نسبت به هدف تحقیق نشان داده شده است:

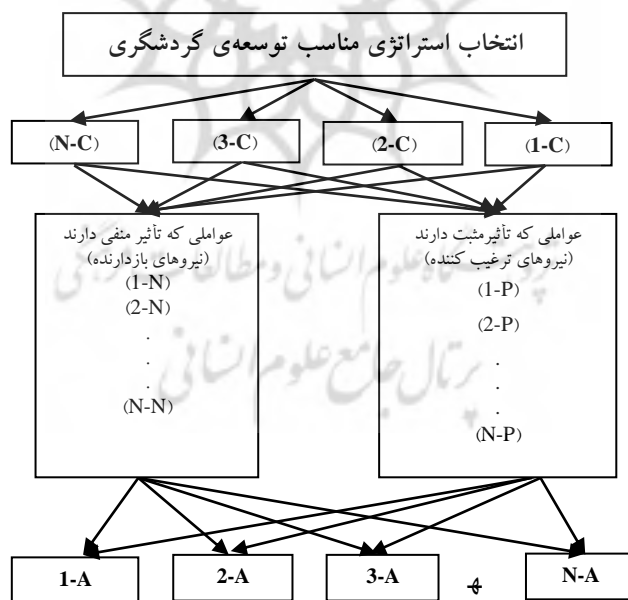
جدول ۵. اولویت استراتژی‌های توسعه‌ی گردشگری پایدار استان لرستان

نمودار	استراتژی	مقادیر اولویت‌بندی شده نسبت به هدف تحقیق
	1-A	۰/۰۸۲۳
	2-A	۰/۰۶۶۷
	3-A	۰/۰۵۹۲
	4-A	۰/۰۶۹۹
	5-A	۰/۰۵۵۲

همان‌طور که در جدول ۵ نمایان است، در بین استراتژی‌های ارائه شده؛ استراتژی 1-A با مقدار ۰/۰۸۲۳ از بیشترین اولویت برخوردار شده و پس از آن استراتژی‌های 4-، 2-A، 3-A و 5-A به ترتیب با مقادیر ۰/۰۶۹۹، ۰/۰۶۶۷، ۰/۰۵۹۲ و ۰/۰۵۵۲ رتبه‌های ۲ تا ۵ را کسب کردند.

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری صنعتی چند بعدی و فعالیتی بسیار پیچیده است که دارای تبعات مثبت و منفی است و بدون برنامه ریزی و استراتژی‌های مشخص ممکن است نتایج ناخواسته و اثرات ناهنجاری از توسعه آن به دست آید. بر این اساس و در راستای بهره‌گیری از منافع این صنعت و کاهش تبعات منفی آن در استان لرستان، تحقیق حاضر با هدف شناسایی نیروهای ترغیب‌کننده و بازدارنده و تدوین و انتخاب استراتژی توسعه گردشگری پایدار در درون استان انجام گرفت. در این راستا از مدل تلفیقی پایپ (PIP) فرآیند تحلیل شبکه ای (ANP) بهره گرفته شد. جهت پیاده‌سازی این مدل در دستیابی به نتایج مورد انتظار، چهار مرحله طی گردید. شکل زیر بطور خلاصه این مراحل را نشان می‌دهد.



شکل ۳. شمای کلی تحقیق و مدل ترکیبی PIP و ANP

همان گونه که در شکل ۳ نشان داده شده است؛ هدف اصلی تحقیق حاضر، انتخاب استراتژی مناسب توسعه گردشگری پایدار در گردشگری استان لرستان است. بر اساس روش فرآیند تحلیل شبکه‌ای جهت دستیابی به این هدف، ضروری است که اولویت معیارها و زیر معیارها مشخص گردد به گونه‌ای که در این روش معیارها بر زیر معیارها و زیر معیارها بر گزینه‌های تحقیق تأثیر می‌گذارند. لذا جهت تکمیل مراحل فوق، اهمیت و اولویت معیارها و زیر معیارها و در نهایت استراتژی‌های تحقیق از دید کارشناسان و خبرگان گردشگری تعیین شد. پس از گردآوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل اطلاعات مشخص شد که در بین معیارها: معیار 1-C (اقتصادی) و در بین زیر معیارها: زیر معیار 1-P (ایجاد اشتغال) در بین نیروهای ترغیب کننده و زیر معیار 1-N (افزایش قیمت املاک) در بین نیروهای بازدارنده از بیشترین اولویت برخوردار شدند. در مرحله بعد با توجه به اولویت بندی انجام شده؛ مهم‌ترین استراتژی‌های توسعه گردشگری پایدار استان لرستان تدوین شد. در نهایت بین استراتژی‌های تعیین شده بر اساس زیر معیارها مقایسه زوجی برقرار شد و استراتژی 1-A به عنوان بهترین استراتژی انتخاب گردید.

بر اساس استراتژی انتخاب شده؛ جهت افزایش اشتغال و درآمد زایی در درون استان، بایستی مسافران داخلی و خارجی را ترغیب نمود که از جاذبه‌های گردشگری استان دیدن نمایند تا از این طریق زمینه توسعه استان پدید آید. برای پیاده سازی این استراتژی پیشنهاد می‌شود با دعوت از متخصصان بازاریابی، توانائی‌ها، قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری استان شناسایی شده و از طرفی بازارهای هدف تعیین شوند و بر مبنای آن یک طرح جامع بازاریابی تهیه شود. از دیگر امور می‌توان به انتشار کتابچه، کاتالوگ و بروشور در مورد جاذبه‌های استان (به دو زبان فارسی و انگلیسی) و توزیع آن در ترمینال‌های مسافری و فرودگاه‌های شهرهای بزرگ کشور و همچنین تهیه مقالات مختلف جهت معرفی جاذبه‌های استان و انتشار آن در مطبوعات و مجلات معتبر کشور اشاره کرد، همچنین می‌توان با تهیه برنامه از جاذبه‌های گردشگری استان و پخش آن از صدا و سیما شبکه استانی و برگزاری جشنواره‌های منظم سالانه در محل این جاذبه‌ها و شرکت در نمایشگاه‌های گردشگری در داخل و خارج از کشور، توانایی‌ها و قابلیت‌های گردشگری لرستان را معرفی نمود و با ایجاد یک پایگاه

اینترنتی، این جاذبه‌ها به تفضیل معرفی شده و آخرین اطلاعات مربوط به گردشگری در سطح ایران و جهان به علاقمندان عرضه شود.

بر اساس آمار و ارقام منتشره از سوی مرکز آمار ایران، استان لرستان با نرخ بیکاری سالیانه ۱۷/۳ در سال ۸۹ به عنوان بیکارترین استان شناخته گردید و این نرخ در سال ۹۰ به ۱۹/۲ افزایش یافته است که پس از استان البرز (نرخ بیکاری ۱۹/۳) دومین استان بیکار در سطح کشور است. این وضعیت نیز از دید مدیران و کارشناسان گردشگری به عنوان مشکل اصلی استان لرستان ارزیابی شده و باید به دنبال راهکارهایی جهت رفع این وضع نابسامان در استان بود. جهت رفع این مشکل ضروری است که تمام صنایع در استان زمینه‌های ایجاد اشتغال برای جوانان را فراهم آورند. گردشگری در استان از اهم صناعی است که اگر به گونه‌ای مناسب از آن بهره‌برداری شود، منافع بسیاری از جمله رفع مشکلات بیکاری استان از آن به دست می‌آید. از اینرو استراتژی (1-A) با تأکید بر افزایش اشتغال در استان از طریق ظرفیت‌های گردشگری استان، به عنوان بهترین استراتژی از دید کارشناسان پیشنهاد گردیده است.

در راستای نتایج تحقیق حاضر می‌توان به نتایج تحقیق کاظمی و همکاران (۱۳۹۰) اشاره کرد، در این تحقیق، استراتژی WT3 از زیر گروه WT با تأکید بر تشویق و ترغیب مردم برای مسافرت به استان لرستان و تبلیغ جاذبه‌های گردشگری در بازارهای هدف به عنوان بهترین استراتژی پیشنهاد شده است. محسنی (۱۳۸۸) تحقیقی با عنوان گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها انجام داد. در این تحقیق بر توجه به آموزش ساکنین و گردشگران، زیرساخت‌ها و امکانات لازم بر توسعه گردشگری تأکید شده است که از این لحاظ با تحقیق حاضر همخوانی دارد. در تحقیق شیعه و کبیری (۱۳۸۸) جهت گردشگری پایدار در پارک‌های طبیعی حومه شهر اصفهان؛ بر توسعه و ارتقاء کشاورزی و باغداری، طراحی محیط بر پایه ویژگی‌های طبیعی تأکید شده است که با نتایج تحقیق حاضر ناسازگار است. دلیل این امر به متفاوت بودن مناطق و جاذبه‌های گردشگری و فرهنگ متفاوت ساکنین اشاره کرد. تقوایی و همکاران (۱۳۹۰) مشکلات مدیریتی، عدم مشارکت مردم محلی و عدم تبلیغات و شناساندن سایر جاذبه‌های شهر مشهد از عوامل مهم ناپایداری گردشگری در بافت مرکزی شهر مشهد ذکر کردند که در راستای استراتژی‌های ارائه شده در این

تحقیق نیست. در تحقیق جایاواردینا^۱ و همکاران (۲۰۰۸) وجه اقتصادی توسعه گردشگری پایدار و اثرات مثبت و منفی آن مورد توجه قرار گرفت و استراتژی‌هایی جهت افزایش شایستگی‌های نیاگارا جهت حمایت از گردشگری پایدار ارائه کردند اما در تحقیق حاضر جهت ارائه استراتژی‌های توسعه گردشگری پایدار در لرستان، تمام ابعاد توسعه پایدار (اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، اکولوژیکی و نهادی) مورد توجه قرار گرفت. فازدنا^۲ و همکاران (۲۰۱۰) بیان کردند؛ دورو با چالش‌هایی از جمله: حمایت و حفاظت از منابع طبیعی، ایجاد و توسعه شرایط فرا ساختاری برای توسعه منطقه، ارتقاء آگاهی محیطی بین ساکنین و بازدیدکنندگان مواجه است. فازدنا و همکاران جهت برخورد مناسب با این چالش‌ها و افزایش رقابت پذیری منطقه یک فرآیند برنامه ریزی مشارکتی را پیشنهاد کردند که با چالش‌ها و نیروهای بازدارنده مذکور در این تحقیق همپوشانی دارد.



1- Jayawardena
2- Fazedna

منابع

- ابراهیم زاده، عیسی و آقاسی زاده، عبد‌الله (۱۳۹۰). تأثیر منطقه آزاد چابهار بر توسعه گردشگری حوزه‌ی نفوذ آن با بهره‌گیری از مدل رگرسیون و آزمون T-test، *مجله جغرافیا و توسعه*، شماره ۲۱، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- الوانی، سید مهدی؛ پیروز بخت، معصومه. (۱۳۸۵). *فرآیند مدیریت جهانگردی*، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول.
- بیگی فیروزی، الله یار. (۱۳۹۰). *تدوین استراتژی توسعه صنعت گردشگری استان لرستان بر اساس تحلیل SWOT و فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- تقوایی، مسعود و غلامی، یونس و موسوی، سیدعلی. (۱۳۹۰). بررسی عوامل موثر در پایداری گردشگری شهری با تأکید بر بهسازی و احیای بافت‌های شهری (نمونه موردی بافت مرکزی شهر مشهد)، *نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی*، سال شانزدهم، شماره ۳۶، صص: ۸۶-۵۹، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- داوری، دردانه؛ شانه‌سار زاده، محمد حسن. (۱۳۸۰). *مدیریت استراتژیک از تئوری تا عمل*، تهران: انتشارات آتنا، چاپ اول.
- رحیمی، سمیه؛ عشقی، کوروش. (۱۳۸۸). تعیین ترکیب بهینه منابع انرژی ایران، با استفاده از فرآیند تحلیل شبکه‌ای، *فصل‌نامه‌ی مطالعات اقتصاد انرژی*، سال پنجم، شماره ۱۸، صص: ۱۶۰-۱۲۳.
- رضوانیان، محمد تقی. (۱۳۸۸). *نقش توریسم در توسعه پایدار منطقه‌ای*، چاپ در مجموعه مقالات همایش ملی گردشگری، توسعه پایدار و اشتغال‌زایی، دانشگاه سمنان.
- زاهدی، شمس‌السادات. (۱۳۸۵). *مبانی توریسم و اکو توریسم پایدار*، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ اول.
- زاهدی، شمس‌السادات. (۱۳۸۹). گردشگری و توسعه پایدار: ضرورت‌های جاری سازی حفاظت محیطی در سیاست‌های توسعه گردشگری، *فصلنامه مطالعات جهانگردی*، شماره ۱۱ و ۱۲.
- سبکبار، حسنعلی؛ سلمانی، محمد؛ فریدونی، فاطمه؛ کریم‌زاده حسین، رحیمی، حسن. (۱۳۸۷). مکان‌یابی محل دفن بهداشتی زباله روستایی با استفاده از مدل فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP): مطالعه موردی نواحی روستایی شهرستان قوچان، *فصلنامه مدرس علوم انسانی*، دوره ۱۴، شماره ۱، صص: ۱۴۹-۱۲۷.
- سقای، مهدی (۱۳۸۶). *تفکیک فضایی گردشگری در کلانشهرها (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد)*، کنگره جغرافیدانان جهان اسلام. اصفهان.
- شیعه، اسماعیل و کبیری، فاتح. (۱۳۸۸). گردشگری پایدار در پارک‌های طبیعی حومه شهرها با استفاده از رویکرد تحلیل راهبردی (SWOT) نمونه موردی: اراضی ناژوان حومه شهر اصفهان،

نشریه آرمان شهر، سال دوم، شماره ۳، صص: ۹-۱.

طیبی، کمیل؛ جباری، امیر؛ بابکی، روح اله. (۱۳۸۷). بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه موردی ایران، کشورهای OECD به علاوه کشورهای منتخب)، *مجله دانش و توسعه*، سال پانزدهم، شماره ۲۴.

عالم تبریز، اکبر؛ باقر زاده آذر، محمد. (۱۳۸۹). مدل تصمیم گیری فرآیند تحلیل شبکه ای فازی برای گزینش تأمین کننده راهبردی، *فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی*، شماره ۵۴، صص: ۸۶ ° ۵۷.

قلی زاده، محمدرضا (۱۳۸۹). *ارائه یک الگوی تلفیقی به منظور بخش بندی بازار هدف صنعت گردشگری با استفاده از رویکرد A'WOT (مطالعه موردی؛ استان گیلان)*، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد رشت.

کاظمی، مهدی و اسماعیلی، محمود رضا و بیگی فیروزی، الله یار. (۱۳۹۰). تدوین و انتخاب استراتژی توسعه گردشگری استان لرستان بر اساس تحلیل SWOT و ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی، *مجله جغرافیا و توسعه*، دانشگاه سیستان و بلوچستان، در دست چاپ.

منصوری، علی. (۱۳۸۱). گردشگری و توسعه پایدار، *مجله رشد آموزش جغرافیا*، ش ۶۳.

نظری، گودرز. (۱۳۸۰). *راهنمای جهانگردی استان لرستان*، خرم آباد: کانون آگاهی و تبلیغات جهانگردی، چاپ اول.

Calderon, P. and Montero, M. and Rossell, P. (2011). *Sensitivity of listed European hotels with the sustainable tourism, Int. J. Environ. Res.*, vol.5, No.1, pp: 57- 66.

Fazenda, N. and Da silva, F.N. and Costa, C. (2010). Douro Valley Tourism Plan; The plan as part of a sustainable tourist destination development process, *Journal of World Hospitality and tourism*, vol.2, No.4, pp: 428-440.

Fokiali, P. and Xanthakou, Y. and Tatlidil, E. and Kaila, M. (2006). Tourism and sustainable development strategies in RHODES: The Awareness Of The Local Societies, *Journal of Ege Academic Review*, vol.6, No.2, pp: 25-46.

Hall, C.M. and David, B.W. (2009). *Sustainable tourism futures*, Routledge.

Harrison, L.C. and Jayawardena, C. and Clayton, A. (2003). Sustainable tourism development in the Caribbean: practical challenges, *International Journal of Contemporary Management*, vol.15, No.5, pp: 294-298.

Jayawardena, C. and Patterson, D.J and Choi, C. Rayan, B. (2008). Sustainable tourism development in Niagara, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol.20, No.3, pp: 258-277.

Lee, T.H. and Liu, R.T. (2011). Strategy formulation for the recreational areas of Central Taiwan: An application of SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threat) analysis *Journal of Hospitality Management and Tourism*, Vol.2, No.3, pp: 38-47.

Liao, S-K. and Chen, Y-C. and Chang, K-L. and Tseng, T-W. (2011). *Assessing the performance of Taiwanese tour guides*, *African Journal of Business Management*, vol.5, No.4, pp: 1325- 1333.

Mehmet, A. and Kashif, H. (2005). *Sustainable tourism development: a case study of North Cyprus*, *Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol.17, No.3, pp:272-280.

Monavvarian, A. and Fathi, M.R. and Zarchi, M.K. and Faghih, A. (2011).

Combining ANP with TOPSIS in selecting knowledge management strategies (case study: Pars Tire Company), European journal of scientific research, vol.54, No.4, pp: 538- 546.

Sinclair, D. and Jayawardena, C. (2003). The development of sustainable tourism in the Guianas, *International Journal of Contemporary Hospitality Management, vol.5, Iss.7, pp: 402-407.*

Tohid, F. (2011). Economic Impact of Tourism Industry, *International Journal of Business and Management, vol. 6, No.8, pp: 206- 215*

