



دانشگاه سیستان و بلوچستان

تحصیلات تکمیلی

پایان نامه کارشناسی ارشد در مدیریت بازرگانی - مدیریت تحول

عنوان:

تدوین استراتژی توسعه صنعت گردشگری استان

لرستان بر اساس تحلیل SWOT و فرآیند تحلیل

شبکه ای (ANP)

استاد راهنما:

دکتر مهدی کاظمی

استاد مشاور:

دکتر محمود رضا اسماعیلی

تحقیق و نگارش:

الله یار بیگی فیروزی

(این پایان نامه از حمایت مالی معاونت پژوهشی دانشگاه سیستان و بلوچستان بهره مند شده است)

بهمن ۱۳۹۰

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بسمه تعالی

این پایان نامه با عنوان تدوین استراتژی توسعه صنعت گردشگری استان لرستان بر اساس تحلیل SWOT و فرآیند تحلیل شبکه ای (ANP) قسمتی از برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - مدیریت تحول توسط دانشجو الله یار بیگی فیروزی تحت راهنمایی دکتر مهدی کاظمی تهیه شده است. استفاده از مطالب آن به منظور اهداف آموزشی با ذکر مرجع و اطلاع کتبی به حوزه تحصیلات تکمیلی دانشگاه سیستان و بلوچستان مجاز می باشد.

(نام و امضاء دانشجو)

الله یار بیگی فیروزی

این پایان نامه ۶ واحد درسی شناخته می شود و در تاریخ توسط هیئت داوران بررسی و درجه به آن تعلق گرفت.

تاریخ

امضاء

نام و نام خانوادگی

دکتر مهدی کاظمی

استاد راهنما:

دکتر محمود رضا اسماعیلی

استاد مشاور:

داور ۱:

داور ۲:

نماینده تحصیلات تکمیلی:

تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب **الله یار بیگی فیروزی** تأیید می‌کنم که مطالب مندرج در این پایان نامه حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این نوشته از آن استفاده شده است مطابق مقررات ارجاع گردیده است. این پایان نامه پیش از این برای احراز هیچ مدرک هم سطح یا بالاتر ارائه نشده است.

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به دانشگاه سیستان و بلوچستان می‌باشد.

نام و نام خانوادگی دانشجو:

الله یار بیگی فیروزی

امضاء

این تحفه ناپحیر

تقدیم به روح آسمانی پدرم، آن سفر کرده که چشم امیدم به دعای اوست. او که آرامش و آسایش خود را وقف فرزندانش نمود و

رنج ها و سختی ها را بر خود خرید و همچون شمعی سوخت تا فرزندانش بتوانند فردایی داشته باشند.

تقدیم به ماد بصور و فداکارم که با تحمل رنج ها و سختی ها، همیشه پشتیبانم است.

تقدیم به برادران عزیزم: جوای نیکزاد، فرزاد، یادگار و اسفندیار، سبیلان عشق و معرفت.

تقدیم به شکوفه های زیبای هستی: سانیا، شما، فرشته و اسیرین.

تقدیم به سرزمین لرستان و متولیان امر گردشگری استان و تمام کسانی که برای توسعه استان بی شائبه تلاش می کنند.

ساکزاری

پاس بی حد خدای را عزوجل که ما را نعمت آموختن عطا فرمود و درود بر خاتم فرستادگانش محمد مصطفی (ص) که طلب علم را واجب و زکاتش

را نشر آن قرار داد.

بعد از حمد و ستایش خداوند منان، قبل از همه خیز بوسه می زنم بر دستان پر مهر پدر و مادرم که دستان گرمشان تکیه گاه و یادشان همواره مایه امید داریم

بوده و دل سوزی ما و راهبانی های آنان در طول زندگی ام همواره راهگشای مشکلاتم بوده است. همچنین از برادران بلاخص از برادر زحمت کشم

یادگار که از جوانی خودگذشت و آرزوهایش را نادیده گرفت تا من به تحصیل سپردم صمیمانه ساکزارم. و از کسانی که دوستان داریم، از جمله

مونا منصورستانی، منصور کاشی، علی کریمی، علی خدادادی و فتح اله کبیریان فرقدردانی و شکر می کنم.

از استاد ارجمندم جناب آقای دکتر مهدی کاظمی که کار راهبانی این پایان نامه را بر عهده داشته اند و همچنین استاد عزیزم جناب آقای دکتر محمود

رضا اسماعیلی که استاد مشاوره این پایان نامه بوده اند، صمیمانه شکر و قدردانی می کنم.

چکیده:

استان لرستان با وجود داشتن مناطق ممتاز گردشگری مانند قلعه فلک افلاک، دریاچه گهر، آبشارهای زیبا، تاریخ کهن، میراث فرهنگی کم نظیر، موقعیت استراتژیک و فرصت‌های متعدد پیش رو همچون افزایش انگیزه مسافرت در بین مردم، وجود نیروهای متخصص و شرایط اقلیمی و طبیعی مناسب با ضعف‌ها و تهدیدهایی در استفاده از توانمندی‌های موجود در این زمینه مواجه است. تحقیق حاضر با هدف شناسایی عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف)، عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) و تدوین استراتژی توسعه صنعت گردشگری استان لرستان انجام گرفت. بدین منظور از مدل تلفیقی SWOT و فرآیند تحلیل شبکه ای (ANP) استفاده شده است. فرآیند تحلیل شبکه ای اجازه اندازه گیری، در شرایطی که بین عوامل استراتژیک وابستگی وجود دارد را می‌دهد. مدل شبکه ای ارائه شده در این تحقیق به منظور تجزیه و تحلیل SWOT از چهار سطح، هدف (بهترین استراتژی) در سطح اول، عوامل SWOT و زیر معیارهای SWOT به ترتیب در سطوح دوم و سوم و آخرین سطح از گزینه های استراتژی تشکیل شده است. جهت تعیین وزن‌های عوامل SWOT بر اساس روش ANP پرسشنامه ای به صورت مقایسه زوجی با مقیاس ۹ تایی طراحی و توسط ۲۵ نفر از کارشناسان صنعت گردشگری استان لرستان تکمیل گردید. پس از آن داده های جمع آوری شده توسط نرم افزار Super Decision مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و استراتژی‌های ST (تنوع) به عنوان بهترین استراتژی‌ها، جهت توسعه صنعت گردشگری استان لرستان تعیین گردید. تاکید استراتژی‌های دسته ST بر این است که؛ با استفاده از نقاط قوت به مقابله با تهدیدها پردازیم. با استفاده از قابلیت‌های زیاد و جاذبه های بسیار متنوع استان لرستان برای جذب گردشگر، برنامه ریزان و سیاست‌گذاران قادر خواهند بود که از تهدیدهای پیش روی صنعت گردشگری استان اجتناب نمایند. طبق این دسته استراتژی‌ها باید با تنوع بخشی به امکانات، فعالیت‌ها و خدمات توریستی، توسعه برنامه های تبلیغاتی و تأمین امنیت مکان‌های توریستی زمینه های جذب گردشگر به استان لرستان را فراهم آورد و گردشگران را تشویق نمود که از مناطق عشایری دیدن نمایند. با عملیاتی شدن این استراتژی‌ها، شاهد تحولاتی پویا و توسعه پایدار کارکردهای گردشگری در استان لرستان خواهیم بود.

واژگان کلیدی: استراتژی گردشگری، استان لرستان، تحلیل SWOT، فرآیند تحلیل شبکه ای (ANP)

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات تحقیق
۱-۱ - مقدمه	۱-۱-۱
۲-۱ - بیان مسئله تحقیق	۲-۱-۱
۳-۱ - اهمیت و ضرورت تحقیق	۳-۱-۱
۴-۱ - اهداف تحقیق	۴-۱-۱
۵-۱ - سؤالات تحقیق	۵-۱-۱
۱-۵-۱ - سؤال اصلی تحقیق	۱-۵-۱-۱
۲-۵-۱ - سؤالات فرعی تحقیق	۲-۵-۱-۱
۶-۱ - چارچوب نظری تحقیق	۶-۱-۱
۷-۱ - قلمرو تحقیق	۷-۱-۱
۱-۷-۱ - قلمرو موضوعی تحقیق:	۱-۷-۱-۱
۲-۷-۱ - قلمرو مکانی و زمانی تحقیق:	۲-۷-۱-۱
۸-۱ - تعریف عملیاتی واژه‌ها	۸-۱-۱
۱-۸-۱ - گردشگری	۱-۸-۱-۱
۲-۸-۱ - گردشگر	۲-۸-۱-۱
۳-۸-۱ - توسعه گردشگری	۳-۸-۱-۱
۴-۸-۱ - استراتژی	۴-۸-۱-۱
۵-۸-۱ - تدوین استراتژی	۵-۸-۱-۱
۶-۸-۱ - SWOT	۶-۸-۱-۱
۷-۸-۱ - فرآیند تحلیل شبکه ای	۷-۸-۱-۱
۹-۱ - خلاصه و جمع بندی فصل	۹-۱-۱

۱۳	فصل دوم: ادبیات تحقیق
۱۴	۱-۲- مقدمه
۱۵	۲-۲- بخش اول: صنعت گردشگری
۱۵	۱-۲-۲- ابعاد صنعت گردشگری
۱۵	۲-۲-۲- بعد اقتصادی صنعت گردشگری
۱۶	۳-۲-۲- بعد اجتماعی- فرهنگی گردشگری
۱۷	۴-۲-۲- بعد محیطی گردشگری
۱۷	۵-۲-۲- بعد سیاسی گردشگری (نهادی)
۱۸	۶-۲-۲- توسعه گردشگری پایدار
۲۰	۷-۲-۲- تدوین استراتژی در صنعت گردشگری
۲۳	۸-۲-۲- استراتژی‌های توسعه گردشگری
۲۷	۳-۲- بخش دوم: تدوین استراتژی (تعاریف و مفاهیم اصلی)
۲۸	۱-۳-۲- مدل‌های تدوین استراتژی
۳۲	۱-۳-۲- ۱- مدل دیوید
۳۴	۲-۳-۱-۲- تجزیه و تحلیل SWOT
۳۷	۴-۲- بخش سوم: تکنیک‌های تصمیم‌گیری چند معیاره (MCDM)
۳۸	۱-۴-۲- فرآیند تحلیل شبکه ای (ANP)
۴۲	۲-۴-۲- وابستگی درونی بین گروه‌های SWOT (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها)
۴۳	۳-۴-۲- مدل شبکه ای مناسب برای SWOT
۴۵	۵-۲- بخش چهارم: معرفی منطقه مورد مطالعه
۴۶	۱-۵-۲- موقعیت طبیعی و جغرافیایی استان لرستان
۴۸	۲-۵-۲- موقعیت طبیعی لرستان:
۵۲	۳-۵-۲- آثار و بناهای تاریخی و باستانی لرستان
۵۴	۶-۲- بخش پنجم: پیشینه تحقیق

۵۴	۱-۶-۲- پیشینه تحقیقات داخلی
۶۲	۲-۶-۲: پیشینه تحقیقات خارجی
۶۶	۷-۲-: خلاصه و جمع بندی فصل
۶۸	فصل سوم: روش شناسی تحقیق
۶۹	۱-۳- مقدمه
۶۹	۲-۳: نوع و روش تحقیق
۶۹	۳-۳: جامعه آماری و روش نمونه گیری
۷۰	۴-۳: روش و ابزار گردآوری اطلاعات
۷۱	۱-۴-۳: تجزیه و تحلیل محیط داخلی
۷۱	۲-۴-۳: تجزیه و تحلیل محیط خارجی
۷۲	۳-۴-۳: ماتریس تحلیلی SWOT
۷۲	۱-۳-۴-۳: استراتژی‌های SO
۷۳	۲-۳-۴-۳: استراتژی‌های WO
۷۳	۳-۳-۴-۳: استراتژی‌های ST
۷۳	۴-۳-۴-۳: استراتژی‌های WT
۷۳	۵-: پرسشنامه سنجش اهمیت نسبی گروه‌ها و فاکتورهای SWOT
۷۹	۶-۳: روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۷۹	۱-۶-۳: محاسبه نرخ ناسازگاری
۸۰	۲-۶-۳: سوپر ماتریس
۸۱	۷-۳: روایی و پایایی تحقیق
۸۱	۸-۳- خلاصه و جمع بندی فصل
۸۳	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها
۸۴	۱-۴: مقدمه
۸۴	۲-۴: تجزیه و تحلیل SWOT در جهت توسعه صنعت گردشگری استان لرستان

۸۵	تجزیه و تحلیل عوامل داخلی موثر بر صنعت گردشگری استان لرستان
۸۶	تجزیه و تحلیل عوامل خارجی موثر بر صنعت گردشگری استان لرستان
۸۸	تشکیل ماتریس نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها (SWOT)
۹۰	ارائه استراتژی‌های توسعه صنعت گردشگری استان لرستان
۹۰	استراتژی‌های تهاجمی (قوت - فرصت)
۹۰	استراتژی‌های بازنگری (ضعف - فرصت)
۹۱	استراتژی‌های تنوع (قوت - تهدید)
۹۲	استراتژی‌های تدافعی (ضعف - تهدید)
۹۶	پرسشنامه سنجش اهمیت نسبی معیارها، زیر معیارها و استراتژی‌ها
۹۶	مقایسه زوجی عوامل SWOT با فرض عدم وابستگی بین آنها
۹۷	ماتریس وابستگی درونی عوامل SWOT
۹۷	ماتریس وابستگی درونی عوامل SWOT با توجه نقاط قوت
۹۸	ماتریس وابستگی درونی عوامل SWOT با توجه به نقاط ضعف
۹۸	ماتریس وابستگی درونی عوامل SWOT با توجه به تهدیدها
۹۸	تشکیل سوپر ماتریس
۱۰۶	خلاصه و جمع بندی فصل
۱۰۷	فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات
۱۰۸	۱-۵ مقدمه
۱۰۸	۲-۵ خلاصه یافته های تحقیق
۱۰۸	۱-۲-۵ یافته های حاصل از اولویت بندی معیارها و زیر معیارهای تحقیق
۱۱۳	۳-۵ یافته های حاصل از اولویت بندی گزینه های تحقیق
۱۱۴	۴-۵ بحث در نتایج
۱۱۸	۵-۵ پیشنهادات کاربردی
۱۲۳	۱-۵-۵ پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آتی و محققان دیگر

۱۲۴ محدودیت‌های تحقیق و محقق
۱۲۴ ۷-۵- خلاصه و جمع بندی فصل
۱۲۵ منابع و مآخذ
۱۲۵ الف - فارسی
۱۳۲ ب- منابع خارجی
۱۳۴ فصل ششم: ضمایم و پیوست‌ها
۱۳۵ پیوست ۶- ۱: فهرست مجلات علمی - تخصصی جهانگردی
۱۳۷ پیوست ۶- ۲: خروجی‌های نرم افزار Super Decision
۱۳۷ ۶- ۲- ۱: خروجی نرم افزار Super Decision - مقایسه زوجی عوامل SWOT با فرض عدم وابستگی ..
 ۶- ۲- ۲: خروجی نرم افزار Super Decision - ماتریس وابستگی درونی عوامل SWOT با توجه به نقاط
۱۳۷ قوت
 ۶- ۲- ۳: خروجی نرم افزار Super Decision - ماتریس وابستگی درونی عوامل SWOT با توجه به نقاط
۱۳۸ ضعف
 ۶- ۲- ۴: خروجی نرم افزار Super Decision - ماتریس وابستگی درونی عوامل SWOT با توجه به تهدیدها
۱۳۸
 ۶- ۲- ۴: خروجی نرم افزار Super Decision - اولویت بندی معیارها، زیر معیارها و گزینه‌های تحقیق ..
۱۴۰ پیوست ۶- ۳: پرسشنامه تحقیق

فهرست جداول

صفحه	عنوان جداول
۲۸	جدول ۱-۲: مقایسه برخی از مدل‌های برنامه ریزی استراتژیک از جوانب مختلف
۵۲	جدول ۲-۲: فهرست آثار و ابنیه های تاریخی استان لرستان
۷۴	جدول ۱-۳: ماتریس مقایسات دودویی
۷۵	جدول ۲-۳: مقادیر ترجیحات برای مقایسه های زوجی
۷۶	جدول ۳-۳: نمونه ماتریس مقایسه زوجی
۷۹	جدول ۴-۳: مقادیر شاخص ناسازگاری تصادفی
۸۸	جدول ۱-۴: ماتریس نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها (SWOT) صنعت گردشگری استان لرستان
۹۲	جدول ۲-۴: ماتریس خلاصه استراتژی‌های توسعه صنعت گردشگری استان لرستان
۹۳	ادامه جدول ۴-۲
۹۴	ادامه جدول ۴-۲
۹۵	جدول ۳-۴: مقایسه زوجی عوامل SWOT با فرض عدم وابستگی بین آن‌ها
۹۶	جدول ۴-۴: ماتریس وابستگی درونی عوامل SWOT با توجه به نقاط قوت
۹۷	جدول ۵-۴: ماتریس وابستگی درونی عوامل SWOT با توجه به نقاط ضعف
۹۷	جدول ۶-۴: ماتریس وابستگی درونی عوامل SWOT با توجه به تهدیدها
۹۸	جدول ۷-۴: شکل کلی سوپر ماتریس مورد استفاده در این تحقیق
۹۹	جدول ۸-۴: سوپر ماتریس وزنی تحقیق
۱۰۰	ادامه جدول ۴-۸
۱۰۱	جدول ۹-۴: سوپر ماتریس حد تحقیق
۱۰۲	ادامه جدول ۴-۹
۱۰۲	جدول ۱۰-۴: مقادیر معیارها و زیر معیارهای تحقیق نسبت به هدف تحقیق
۱۰۳	ادامه جدول ۴-۱۰
۱۰۴	جدول ۱۱-۴: مقادیر گزینه های تحقیق نسبت به هدف تحقیق

- جدول ۱-۵: اولویت معیارها و زیر معیارها نسبت به هدف تحقیق ۱۰۵
- ادامه جدول ۵-۱ ۱۰۸
- جدول ۲-۵: اولویت گزینه‌ها نسبت به هدف تحقیق ۱۱۱
- جدول ۳-۵: مهم ترین عوامل استراتژیک تأثیر گذار بر صنعت گردشگری استان لرستان ۱۱۲
- جدول ۱-۶: فهرست مجلات علمی تخصصی جهانگردی ۱۳۵

فهرست شکل‌ها

- شکل ۱-۱: چارچوب نظری تحقیق ۹
- شکل ۱-۲: چرخه‌ی فرهنگ گردشگری ۱۶
- شکل ۲-۲: مدیریت استراتژی گردشگری ۲۲
- شکل ۲-۳: فرآیند برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری ۲۳
- شکل ۲-۴: سه عامل اصلی در توسعه‌ی گردشگری و منطقه مشترک آن‌ها ۲۴
- شکل ۲-۵: تجزیه و تحلیل SWOT ۳۵
- شکل ۲-۶: تجزیه و تحلیل SWOT و تلاقی محیط خارجی و داخلی ۳۶
- شکل ۲-۷: تفاوت ساختار سلسله مراتب و شبکه: (a) سلسله مراتب و (b) شبکه ۳۹
- شکل ۲-۸: قالب عمومی سوپر ماتریس ۴۱
- شکل ۲-۹: وابستگی‌های درونی بین عوامل SWOT ۴۳
- شکل ۲-۱۰: الف) ساختار سلسله مراتبی SWOT ب) ساختار شبکه ای SWOT ۴۴
- شکل ۲-۱۱: ماتریس تصمیم سلسله مراتب SWOT ۴۵
- شکل ۲-۱۲: موقعیت استان لرستان در کشور ۴۷
- شکل ۳-۱: ماتریس تحلیلی SWOT و نحوه تعیین استراتژی‌های مختلف ۷۲
- شکل ۳-۲: مراحل تدوین و انتخاب استراتژی توسعه صنعت گردشگری استان لرستان ۸۲
- شکل ۴-۱: وابستگی‌های درونی بین عوامل SWOT ۹۶

فصل اول: تدوین استراتژی توسعه صنعت گردشگری استان لرستان بر اساس تحلیل SWOT و فرآیند تحلیل آمبولای (ANP)

کلیات تحقیق

آنچه در این فصل بیان شده است:

- ✓ مقدمه
- ✓ بیان مسئله تحقیق
- ✓ اهمیت و ضرورت تحقیق
- ✓ اهداف تحقیق
- ✓ سؤالات تحقیق
- ✓ چارچوب نظری تحقیق
- ✓ قلمرو تحقیق
- ✓ تعریف عملیاتی واژه‌ها
- ✓ خلاصه و جمع بندی فصل

۱-۱ - مقدمه

امروزه صنعت گردشگری یا جهانگردی به عنوان یکی از ابزارها و راه کارهای مناسب جهت کسب درآمد و شکوفایی اقتصاد دولت‌ها و ملت‌ها از یک سو و توسعه و آبادانی مناطق در نقاط مختلف دنیا از سوی دیگر مطرح می‌باشد (ابراهیم زاده و آقاسی زاده، ۱۳۹۰: ۶)؛ به نحوی که این صنعت سومین پدیده اقتصادی پویا و در حال توسعه پس از صنایع نفت و خودرو به شمار می‌رود (نظری، ۱۳۸۰: ۵). کشور ایران نیز از جمله مناطق پراستعداد در این زمینه به شمار می‌رود و جاذبه‌های فراوان طبیعی - تاریخی و فرهنگی آن زبانزد خاص و عام است (کاظمی، ۱۳۸۶: ۱)، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اعلام کرده است؛ ایران مقام دهم جهان از نظر داشتن آثار تاریخی و رتبه پنجم دنیا از لحاظ تنوع اقلیمی را داراست. اهمیت جهانگردی به عنوان بخشی از فعالیت اقتصادی که سهم بسزایی در رشد اقتصادی یک کشور دارد با جریان سرمایه‌های وسیعی که هر ساله صرف سرمایه‌گذاری در این بخش می‌شود و با توجه به افزایش حجم مبالغی که همچنان برای توسعه جهانگردی بکار می‌رود روز به روز به طور وسیع‌تری مورد قبول عامه قرار می‌گیرد (بهرینی و مقدم، ۱۳۸۳: ۳۴). با توجه به مطالب فوق، در تحقیق حاضر سعی می‌شود پتانسیل‌ها و محدودیت‌های صنعت گردشگری استان لرستان که تأثیر سازنده‌ای بر برنامه ریزی مناسب صنعت گردشگری در استان دارد شناسایی شود. همچنین با شناسایی پتانسیل‌ها و محدودیت‌های گردشگری، استراتژی‌ها و راهکارهای مناسب صنعت گردشگری که منجر به توسعه آن می‌شود ارائه شود. بنابراین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، و تهدیدهای پیش روی صنعت گردشگری استان از دیدگاه مشارکت‌کنندگان و افراد ذینفع در امر گردشگری با استفاده از تکنیک SWOT و فرآیند تحلیل شبکه‌ای مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت و در نهایت استراتژی‌های مناسب به منظور بهره‌گیری از نقاط قوت و فرصت‌ها و رفع نقاط ضعف و تهدیدها در جهت توسعه صنعت گردشگری استان ارائه می‌شود تا گامی هر چند کوچک در رفع محرومیت‌های این استان برداشته و ارائه نتایج حاصله، برنامه ریزان و متولیان این صنعت را در استان لرستان در جهت تدوین یک برنامه جامع یاری رساند.

۲-۱ - بیان مسئله تحقیق

ایران به عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه که ذخایر نفتی آن به عنوان منبع اصلی کسب درآمد در آینده ای نه چندان دور به پایان می‌رسد. برای ایجاد یک توسعه همه جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد بجای منابع نفتی نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌های خود می‌باشد. در این راستا صنعت گردشگری و مسافرت که یکی از بزرگ‌ترین صنایع در جهان است (Liu et al, 2011: 413) و بر اساس آمار و ارقام منتشره از سوی سازمان جهانی گردشگری در هزاره جدید به بزرگ‌ترین منبع درآمد جهانی تبدیل گردیده (Tohidy, 2011: 207)، بطوریکه اقتصاددانان این صنعت را سومین پدیده اقتصادی پویا و روبه رشد پس از صنعت نفت و خودرو سازی می‌دانند مطرح می‌شود (نظری، ۱۳۸۰: ۵). توریسم به عنوان یک ابزار اقتصادی (Liu et al, 2006: 159; Yasarata et al, 2010: 346)، تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد (کاظمی، ۱۳۸۷: ۸۱). طبق آمار شورای جهانی مسافرت و گردشگری در سال ۲۰۱۱، ۹/۰۱ درصد از کل تولید ناخالص داخلی (GDP)، ۸/۸ درصد اشتغال، ۴/۵ درصد سرمایه گذاری و ۵/۸ درصد صادرات جهان از صنعت گردشگری است. امروزه بخش صنعت گردشگری، به طور مستقیم و غیر مستقیم بیش از ۲۵۰ میلیون فرصت شغلی تمام وقت، نیمه وقت و فصلی به وجود آورده است (WTTC, 2011). بنا بر آمار سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۰ تعداد گردشگران در سرتاسر جهان بالغ بر ۹۴۰ میلیون نفر بوده و از این جریان گردشگری، مبلغی حدود ۹۱۹ میلیارد دلار به طور مستقیم وارد چرخه اقتصاد جهان شده است (WTO, 2011) و پیش بینی می‌شود در سال ۲۰۲۰ درآمد گردشگری به ۲۰۰۰ میلیارد دلار برسد، کشور ایران با توجه به جاذبه های فرهنگی، تاریخی و طبیعی در رده ۱۰ کشور اول دنیا قرار دارد (محسنی، ۱۳۸۸: ۱۵۳). اما بر طبق آخرین آماری که سازمان میراث فرهنگی و گردشگری ایران رسماً اعلام کرده، در سال ۱۳۸۹ تنها تعداد ۳ میلیون و ۱۲۱ هزار و ۲۸۱ گردشگر وارد کشور شده است و در بین ۱۸۵ کشور رتبه ۱۳۳ را بدست آورده است (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری^۱، ۱۳۹۰). همچنین بر اساس سند چشم انداز ۲۰ ساله در پایان برنامه چهارم، رقم جذب گردشگر باید ۲/۶ میلیون نفر و درآمد آن از این محل ۳/۲ میلیارد دلار می‌رسید. همچنین در برنامه پنجم، سال ۹۳، جذب گردشگر به ۶/۵ میلیون نفر و درآمد آن از این محل ۸ میلیارد دلار و در برنامه ششم، سال ۹۸، جذب گردشگر به ۱۳ میلیون نفر و

1. www.ichto.ir

درآمد آن به ۱۶ میلیارد دلار برسد. طبق سند چشم انداز در افق ۱۴۰۴ (۲۰۲۵ میلادی) جذب توریست باید ۱/۵ درصد و درآمد آن ۲ درصد رشد داشته و پذیرای ۲۰ میلیون گردشگر با درآمدی حدود ۲۵ میلیارد دلار باشد ولی با توجه به آمار موجود نه تنها این بخش از برنامه چهارم محقق نشده است، بلکه به نظر می‌رسد اهداف مورد نظر در چشم انداز ۲۰ ساله کشور ایران با توجه به شرایط گردشگری در این کشور، بلند پروازانه است (قلی زاده، ۱۳۸۹: ۶) از این رو برنامه ریزی، هدایت و توسعه صنعت گردشگری به عنوان یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال (Dwyer et al, 2004: 307) که دارای تاثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی فوق العاده ای نیز می‌باشد (Saarinen, 2006: 1121) به عنوان یک نیاز مطرح می‌شود، 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 افلاک ، 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 در این استان است. خصوصاً برنامه های موجود توفیقی در جذب گردشگران علاقه مند به طبیعت و طبیعت گردی نداشته‌اند. طبق بررسی‌های به عمل آمده در نوروز ۱۳۹۰ سه میلیون و ۹۰ هزار و ۶۵۰ نفر مسافر وارد استان لرستان شده است این در حالی است که در سال ۱۳۸۹ تعداد سه میلیون و ۱۹۰ هزار و ۹۵۹ نفر مسافر نوروزی و در سال ۱۳۸۸ تعداد سه میلیون و ۲۱۵ هزار مسافر به لرستان سفر کرده بودند. همچنین تعداد بازدیدکنندگان از بنای منحصر به فرد قلعه فلک الافلاک خرم آباد در سال ۱۳۸۸ بیش از ۱۴۳ هزار نفر، در سال ۱۳۸۹ بیش از ۱۳۷ هزار نفر و در سال ۱۳۹۰ تعداد ۱۰۴ هزار و ۹۹۵ نفر بوده است که حاکی از آمار روبه کاهش گردشگران ورودی به استان لرستان می‌باشد (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۰^۱). بر این اساس تحقیق حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤال اساسی است:

استراتژی مناسب توسعه صنعت گردشگری استان لرستان بر اساس تحلیل SWOT و فرآیند تحلیل شبکه ای (ANP) کدام است؟

1. <http://www.mehrnews.com>

۱-۳- اهمیت و ضرورت تحقیق

با توجه به محرومیت استان لرستان و درصد بالای بیکاری جوانان این ناحیه لازم است با استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌ها در جهت رفع محرومیت، ایجاد اشتغال و کسب درآمد از راه‌های مختلف اقدام شود. بدین منظور صنعت گردشگری به عنوان صنعتی فرا بخشی که با حوزه‌های مختلفی نظیر اقتصاد، کشاورزی، فرهنگ، محیط زیست و خدمات در تعامل است و تجربیات سایر مناطق جهان نشان داده که توسعه آن در هر منطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی - اجتماعی آن ناحیه گردیده است (مکیان و نادری، ۱۳۸۲: ۱۹۵). می‌تواند به عنوان یکی از ابزارهای اصلی توسعه در استان لرستان مورد توجه قرار گیرد. توسعه گردشگری که دارای مزایای فراوانی در حوزه‌ها و بخش‌های مختلف می‌باشد و به برخی از آن‌ها در زیر اشاره می‌شود با شناخت موانع و رفع آن‌ها و ارائه استراتژی‌های مناسب امکان پذیر است.

۱- درآمدزایی: سازمان جهانی گردشگری اعلام کرده است که در سال ۲۰۱۰ بیش از ۲۰۰ میلیون نفر از منطقه آسیا و اقیانوسیه دیدن کرده‌اند و پیش بینی می‌شود این رقم در سال ۲۰۲۰ به ۳۹۷ میلیون نفر برسد (WTO, 2011). حال اگر کشور ایران با توجه به قابلیت‌ها و پتانسیل‌های فراوان خویش بتواند تنها ۰/۰۵٪ از این مسافران را جذب نماید و هر گردشگر به طور متوسط رقمی به اندازه ۱۰۰۰ دلار (در مدت ۱۰ روز) خرج کند درآمد ایران رقمی بالغ بر ۱۹ میلیارد دلار خواهد بود، حال اگر استان لرستان (که قابلیت‌ها و جاذبه‌های لازم را در اختیار دارد) بتواند با برنامه ریزی صحیح تنها ۰/۰۲ درصد از این درآمد را جذب کند، مبلغی بیش از ۳۹۰ میلیون دلار بدست خواهد آورد که درآمدی بسیار هنگفت است و می‌تواند تأثیر بسیار شگرفی در اقتصاد استان و کل ناحیه داشته باشد.

۲- ایجاد اشتغال: گردشگری یکی از بخش‌هایی است که نیاز فراوانی به نیروی کار دارد، ولی در عوض نیاز چندانی به سرمایه ندارد. زیرا این صنعت بسیار کاربر بوده و اکثراً نیروی کار ساده و نیمه ماهر را به سوی خود جلب می‌کند (صباغ کرمانی، ۱۳۸۰: ۳۱). طبق آمار منتشره از سوی سازمان جهانی گردشگری، هر تخت جهانگردی (محل اسکان هر جهانگرد) در کل دنیا تقریباً بین ۱ تا ۲ شغل ایجاد می‌کند، اما آمار بدست آمده در ایران نشان می‌دهد هر تخت تقریباً بین ۴ تا ۵ شغل ایجاد می‌کند (ناصر پور، ۱۳۸۲: ۶). بنابراین اگر استان لرستان بتواند سهم خود را از پذیرش گردشگر افزایش دهد ظرفیت‌های فراوانی جهت اشتغال مردم این ناحیه ایجاد خواهد شد.