

## ارائه مدل توسعه گردشگری استان لرستان

محمد حکاک<sup>۱</sup>، مریم احمدی فرد<sup>۲</sup>، آرش حبیبی<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۴/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۱/۲۵

### چکیده

مطالعه پیش رو پژوهشی کاربردی است که با هدف ارائه مدل شاخص‌های توسعه گردشگری در استان لرستان صورت گرفته است. این پژوهش، از نظر نوع داده، پژوهشی آمیخته با رویکرد اکتشافی است. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش مصاحبه و پرسش‌نامه است. جامعه آماری پژوهش خبرگان هستند که با روش نمونه‌گیری غیراحتمالی گلوله‌برفی انتخاب شده‌اند. برای دستیابی به اهداف پژوهش، نخست، با توجه به مطالعات پیشین و مصاحبه با ده نفر از خبرگان حوزه گردشگری استان لرستان، مجموعه‌ای از شاخص‌های توسعه گردشگری شناسایی شد. این عوامل با روش مدل‌سازی تفسیری - ساختاری، تجزیه و تحلیل و در نهایت ارتباط و توالی شاخص‌ها به دست آمده است. بنابر یافته‌های پژوهش، ترمیم و بهینه‌سازی شبکه‌های ارتباطی، فرهنگ‌سازی برای افزایش آگاهی ساکنان استان از مزایای صنعت گردشگری و پاسخ‌گویی و خدمات‌دهی سریع به درخواست‌های گردشگران پایه‌ای‌ترین متغیرها برای توسعه گردشگری است. بینشی که این مدل در اختیار مدیران صنعت گردشگری استان لرستان قرار می‌دهد راهنما و مکملی در برنامه‌ریزی راهبردی برای توسعه این صنعت استان خواهد بود.

**واژه‌های کلیدی:** گردشگری، توسعه، مدل‌سازی ساختاری تفسیری، منطق فازی، لرستان

۱. نویسنده مسئول: دانشیار گروه مدیریت دانشگاه لرستان، خرم‌آباد، ایران (Hakak.m@lu.ac.ir)  
 ۲. دانشجوی دکتری مدیریت، دانشگاه آزاد بروجرد  
 ۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد بروجرد

## مقدمه

امروزه گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع جهان است و رشد سریع آن تغییرات اجتماعی و اقتصادی و محیطی فراوانی را به همراه داشته است، از این رو به حوزه مهم مطالعاتی بین پژوهشگران مبدل شده است (کاظمی و همکاران، ۱۳۸۹). در دهه‌های اخیر بسیاری از دولت‌ها، مسئولان اقتصادی و صاحب‌نظران با حساسیت بیشتری به گسترش این صنعت پرداخته‌اند و می‌کوشند سهم بیشتری از بازار جهانی این صنعت را برای جوامع خود به دست آورند (معصومی، ۱۳۸۵). در این میان، کشورهایی که به متنوع‌سازی اقتصادی روی آورده‌اند و می‌خواهند خود را از اقتصاد تک‌پایه‌ای رها کنند، در جست‌وجوی شناخت راه‌های آن یا خلق راه‌ها و روش‌های جدیدند (زردان و منصور بهمنی، ۱۳۹۴). یکی از راهبردهایی که در اغلب کشورها مورد توجه قرار گرفته توسعه و گسترش گردشگری در نواحی محروم و دارای پتانسیل‌های لازم برای گسترش گردشگری است (Liu et al., 2017).

در جهان اقتصاد امروز، صنعت گردشگری، پس از صنعت نفت و تولید خودرو، سومین صنعت پول‌ساز شناخته می‌شود (تقوی و پورسلیمانی، ۱۳۸۸). صنعت گردشگری، ضمن تحریک اقتصادهای محلی، سرمایه‌گذاری خارجی را جذب می‌کند، فعالیت و کسب‌وکار را افزایش می‌دهد، زیرساخت‌های جامعه را بهبود می‌بخشد و موتور محرک رشد و توسعه هر کشور به‌شمار می‌رود (Liang & Hui, 2016)؛ از لحاظ اجتماعی نیز، زیرساخت‌ها و امکانات موردنیاز کشور را افزایش می‌دهد و درک هویت فرهنگی و ترویج حفظ و احیای هنرهای سنتی، فرهنگی و صنایع دستی را آسان می‌سازد (Rasoolimanesh et al., 2017). از دیدگاه خط‌مشی‌گذاران، توسعه صنعت گردشگری ایجاد مشاغل بی‌شماری را در پی دارد. ایجاد مشاغل بیشتر منافع اقتصادی و اجتماعی بیشتر، بیکاری

کمتر، ارزش‌داریایی بیشتر، دستمزدهای بالاتر، درآمد و سودآوری برای کسب‌وکارهای محلی و درآمدهای مالیاتی بیشتر برای دولت به همراه خواهد داشت (Dogru & Sirakaya-Turk, 2017). براساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، در سال‌های اخیر، خاورمیانه بیشترین رشد را در زمینه گردشگری داشته است. اما جایگاه ایران و به‌ویژه استان لرستان در بازار بزرگ گردشگری بسیار نگران‌کننده است. استان لرستان با داشتن جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و طبیعی بسیار سهم‌چندانی از عواید و فواید صنعت گردشگری ندارد. از این رو، برنامه‌ریزی دقیق و کاربردی برای توسعه صنعت گردشگری استان لرستان ضرورتی انکارناپذیر است. استان لرستان از استان‌هایی است که کمتر در مسیر صنعتی‌شدن قرار گرفته است. با توسعه صنعت گردشگری، جای خالی کارخانجات و شرکت‌های صنعتی به‌خوبی پر خواهد شد و استان لرستان از عواید این صنعت بهره‌مند خواهد شد. لازمه این امر برنامه‌ریزی دقیق برای توسعه گردشگری است. برای توسعه و ارتقای صنعت گردشگری استان لرستان، ضمن بهره‌گیری از فرصت‌ها و ایجاد امکانات مناسب گردشگری و رفع موانع، باید برنامه‌ای همه‌جانبه و بلندمدت تدوین کرد. پژوهش پیش رو در پاسخ به این سؤال صورت گرفته است که مدل توسعه گردشگری استان لرستان چگونه است.

## مبانی نظری

## توسعه گردشگری

توسعه گردشگری به شیوه‌های گوناگونی تعریف می‌شود: از یک سو، می‌توان آن را دربرگیرنده تمامی عناصری دانست که با دیدارکننده مقصد ارتباط دارد، همچون زیرساخت (حمل‌ونقل، تسهیلات عمومی)، کارکنان خدماتی، محل اقامت، جاذبه‌ها و فعالیت‌ها، امکانات و خدمات رفاهی.

گردشگری یکی از معیارهای اصلی توان اجتماعی است. بدیهی است که اگر بومیان دیدگاه درستی از صنعت گردشگری نداشته باشد، خدمات مناسبی به گردشگران ارائه نخواهند کرد یا حتی در برخی موارد ممکن است گردشگران را مهاجم و غاصب تلقی کنند. در این شرایط توسعه صنعت گردشگری در منطقه با مشکلات جدی مواجه خواهد شد (Williams & Shaw, 2015). در پژوهش‌های پیشین، ادراکات ساکنان از توسعه صنعت گردشگری و تأثیرات مثبت و منفی دریافت‌شده از این توسعه بررسی شده است (Hidayati et al., 2016). تأثیرات دریافت‌شده مثبت، به‌منزله نتیجه‌ای از گردشگری، جامعه را به حمایت از توسعه صنعت گردشگری و به‌ویژه فعالیت در این صنعت تشویق می‌کند. اما تأثیرات دریافت‌شده منفی ساکنان را از حمایت توسعه گردشگری باز می‌دارد (Rasoolimanesh et al., 2017). دیدگاه فرهنگی مردم منطقه در زمینه گردشگری تأثیر معنی‌داری در توسعه صنعت گردشگری در مناطق گردشگری دارد. فرهنگ عامل تأثیرگذاری است که باید به‌صورت دوجانبه شکل پذیرد و ارتقا یابد. فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌پذیری دو مقوله مهم در گسترش صنعت گردشگری است که باید از سوی هر دو طرف یعنی میزبان و میهمان باشد (هزارجریبی و نجفی، ۱۳۹۱).

#### مدل‌های توسعه گردشگری

در خصوص توسعه گردشگری، پژوهشگران زیادی مبادرت به ارائه مدل‌های توسعه گردشگری کرده‌اند که در این بخش به چند مدل اشاره می‌شود. در مدل هال و لاو (۱۹۹۹) درباره رویکردها و ابزارهایی بحث می‌شود که به‌صورت بالقوه برای مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری پایدار در مقصدها مناسب‌اند این مدل براساس دیدگاهی ارزش‌محور ارائه می‌شود که در آن بر یک پارچگی ارزش‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی در جهت دستیابی به هدف‌های

از سوی دیگر، توسعه گردشگری فقط دربردارنده جاذبه‌ها، فعالیت‌ها و امکاناتی تعریف می‌شود که به‌طور خاص برای دیدارکننده ارائه می‌شود. بدون زیرساخت حمایت‌کننده از توسعه محصولات که گردشگران می‌خواهند ببینند و کارهایی که مایلند در طی اقامتشان انجام دهند، توسعه گردشگری به‌طور کامل موفق نخواهد بود. توسعه گردشگری فرایندی است که در آن سرمایه‌های هر مقصد برای برآوردن نیازهای مشتریان ملی و بین‌المللی تغییر شکل داده می‌شوند (سازمان جهانی گردشگری، ۱۳۹۳). صرف‌نظر از اینکه گردشگری با چه هدفی انجام می‌شود، تمامی گردشگران دو نیاز اصلی مشترک دارند: مکانی برای اقامت و غذایی برای خوردن. محل اقامت پایگاه اصلی گردشگران است که گردشگر از آنجا فعالیت‌های دیگری مانند بازدید از اماکن گردشگری یا کارهای تجاری خود را انجام می‌دهد (Mok et al., 2013). اقامت یا اسکان همواره بزرگ‌ترین و همگانی‌ترین زیربخش اقتصاد گردشگری است. درج<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۵) درباره اهمیت تسهیلات و امکانات اقامتی بیان می‌کنند که «وقتی گردشگران مسافرت خود را آغاز می‌کنند، در اغلب مواقع به‌نوعی از امکانات اقامتی برای استراحت و تجدید قوا در حین مسیر نیاز دارند. بنابراین، به‌نظر می‌رسد اقامت نیاز دائمی هرگونه مسافرتی است. در طی تاریخ گردشگری و مسافرت، همواره می‌توان ردپایی از تسهیلات اقامتی را مشاهده کرد. نوع و ساختار محل سکونت برحسب اندازه و تسهیلات موجود متفاوت است، اما هدف اصلی آن ایجاد مکانی برای سکونت گردشگران است». گردشگری صنعتی است که مستقیماً با انسان‌ها (گردشگران و جامعه بومی) سروکار دارد، بنابراین جای هیچ تعجیبی نیست که توان اجتماعی و مقولات جامعه‌شناختی تأثیر بسزایی در آن دارند (هزارجریبی و نجفی، ۱۳۹۱). مشارکت مردم بومی در توسعه

## پیشینه پژوهش

در راستای توسعه صنعت گردشگری در این استان مطالعاتی صورت گرفته و اقداماتی انجام شده است. شاطریان و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان «ارزیابی شاخص‌های توسعه گردشگری»، به ارائه شاخص‌هایی پرداختند که توسعه گردشگری با آن‌ها ارزیابی می‌شود. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که مهم‌ترین شاخص‌های توسعه گردشگری چهار اصل آسایش، رقابت‌پذیری، مدیریت کارآمد و زیرساخت و امکانات است. حکاک (۱۳۹۴) در اولین دوره کنفرانس فرصت‌های سرمایه‌گذاری در استان لرستان موانع توسعه گردشگری را بررسی کرد. نتایج این پژوهش نشان‌دهنده آن است که نبود برنامه‌ریزی راهبردی در گردشگری لرستان مهم‌ترین مانع توسعه گردشگری است. پیری‌کیا و همکاران (۱۳۹۳) موانع و مشکلات در توسعه صنعت گردشگری در جنگل‌های لرستان را ارزیابی کردند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که نبود برنامه‌ریزی و فقدان زیرساخت‌ها و امکانات مناسب از مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری لرستان است. مدهوشی و ناصرپور (۱۳۸۲) نیز موانع صنعت گردشگری در این استان را بررسی کردند. از نظر آن‌ها بین تعدد مراکز تصمیم‌گیری و توسعه‌نیافتگی صنعت گردشگری استان لرستان و همچنین بین ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری و نیز ضعف بازاریابی و در انتها فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر با توسعه‌نیافتگی صنعت گردشگری استان لرستان رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. شیعه و کیبیری (۱۳۸۸)، با بهره‌گیری رویکرد تحلیل راهبردی سوات (SWOT)، راهبردهای توسعه گردشگری پایدار در اراضی ناژوان (حومه شهر اصفهان) را ارائه کردند. با این رویکرد در خصوص اراضی ناژوان، یعنی با ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی و مقایسه این عوامل با یکدیگر، چهار گونه راهبرد تهاجمی، تدافعی، انطباقی و اقتضایی مشخص شد. زاهدی (۱۳۸۵) در

توسعه پایدار در مقصدهای گردشگری تأکید شده است. در مدل مقایسه‌ای سنجش گردشگری پایدار بلانسز و همکاران (۲۰۱۰)، با توجه به پیشنهادها و تعاریف سازمان جهانی گردشگری، نظامی شاخص برای سنجش پایداری در مقاصد گردشگری ارائه شده است. همچنین شاخص ترکیبی جدیدی برای ساده‌کردن اندازه‌گیری پایداری و تسهیل تجزیه و تحلیل مقایسه‌ای برای طبقه‌بندی مقصدها به کار گرفته شده است. این مدل در مقایسه با سایر مدل‌ها قابلیت مقایسه چند مقصد در طی فرایند سنجش به‌طور هم‌زمان را دارد. مدل دیگری که در راستای توسعه گردشگری وجود دارد، مدل کو (۲۰۰۵) است. عناصر این مدل شامل سنجش اجزا، فرایند انتخاب شاخص، روش‌های جمع‌آوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل آن‌ها است. مدل کو فرایندی هشت مرحله‌ای برای سنجش توسعه پایدار است که شامل معرفی دستگاه‌ها، معرفی ابعاد، معرفی شاخص‌ها، مشخص کردن درجه‌بندی پایداری توسعه نقشه‌های ارزشیابی پایداری و بسط پایداری به صورت مداوم و ارزشیابی خروجی است. در خصوص مدل‌های داخلی باید گفت که تقوی‌فرد و اسدیان اردکانی (۱۳۹۵) با بهره‌گیری از ISM به طراحی مدل توسعه گردشگری پرداختند. مدل آن‌ها نشان می‌دهد که «امکانات و توان مالی» اساسی‌ترین عامل در مدل توسعه گردشگری الکترونیکی است. جلالیان و همکاران (۱۳۹۷) مدل توسعه نظام گردشگری را با استفاده از نظریه آشوب طراحی کردند. مدل آن‌ها نشان می‌دهد که نقاط روستایی را می‌توان به‌منزله چارچوب نظام آشوبناک و پیچیده مطالعه کرد. این پیچیدگی نه از منظر دخالت فرایندها و ساختارهای متعدد، بلکه از دید حساسیت و واکنش سریع اجزای نظام گردشگری‌های سریع محیط روستایی به شرایط درونی و بیرونی و واکنش روستا به عوامل مختلف است. این روند برپایه نظریات چرخه حیات گردشگری از جمله مدل باتلر قابل تبیین است.



به‌شمار می‌آید، زیرا اعتبار نتایج بستگی به شایستگی و دانش این افراد دارد (Powell, 2003 in Habibi et al., 2014). معمولاً خبرگان از طریق نمونه‌گیری غیراحتمالی<sup>۵</sup> انتخاب می‌شوند. در این پژوهش از نمونه‌گیری گلوله‌برفی استفاده شده است. مانند هر نمونه‌گیری دیگر، حجم نمونه به عواملی مانند امکان دسترسی به افراد، زمان کافی و هزینه گردآوری اطلاعات بستگی دارد. در این روش که اعضای نمونه باید از متخصصان موضوع پژوهش باشند، این محدودیت‌ها افزایش می‌یابد. از طرف دیگر، ایجاد اتفاق نظر میان اعضا که هدف از به‌کارگیری این روش است با افزایش شمار آنان دشوارتر می‌شود. هرچند تعداد اعضای خبرگان در پژوهش‌های پیشین بین ۱۰ تا ۱۶۸۵ نفر متغیر بوده است، اما اگر میان اعضا تجانس وجود داشته باشد، حدود ده تا بیست عضو توصیه می‌شود (Powell, 2003 in Habibi et al., 2014). بنابراین، در این پژوهش ده نفر خبره با نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شدند. در جدول ۱ مشخصات نمونه ارائه می‌شود.

جدول ۱: مشخصات نمونه

ردیف	سن	فراوانی	تحصیلات	فراوانی	سابقه کار
۱	۲۰-۳۰	۱	دیپلم	۰	۱-۵
۲	۳۱-۴۰	۳	کارشناسی	۱	۶-۱۰
۳	۴۱-۵۰	۵	کارشناس ارشد	۵	۱۱-۱۵
۴	بیشتر از ۵۰	۱	دکتری	۴	بیشتر از ۱۵

در فاز کیفی از مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته استفاده شده است. در خصوص روش کیفی پژوهش گفتنی است، پس از آن که مصاحبه‌های پژوهش انجام شد، با شیوه کدگذاری زنده، شاخص‌های توسعه گردشگری به‌دست آمد. بدین صورت که اشارات و عبارات مرتبط با شاخص‌های توسعه گردشگری استخراج شد و از تلفیق آن‌ها شاخص‌ها به‌دست آمد. در فاز کمی نیز از رویکرد ترکیب روش دیمتل و

پژوهشی به بررسی گردشگری و توسعه پایدار در هر سه بخش دولتی، خصوصی و مدنی پرداخت و الگویی برای نظارت بر فعالیت‌های گردشگری به‌منظور ارزیابی تأثیرات توسعه گردشگری بر محیط‌زیست ارائه کرد. هریسون و همکاران (۲۰۰۳)، در پژوهشی با عنوان «توسعه گردشگری پایدار در کارائیب»، مسائل عمده توسعه گردشگری این منطقه را ارزیابی کردند. آن‌ها در این پژوهش به موضوعاتی اساسی پرداختند که بر توسعه گردشگری پایدار در کارائیب مؤثر بود. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که مهم‌ترین مشکل توسعه گردشگری حوزه کارائیب برنامه‌ریزی متفاوت کشورهای حوزه کارائیب و نبود برنامه‌ریزی توسعه گردشگری یک‌پارچه است. فازدنا و همکاران (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان «برنامه گردشگری دره دورو» بیان کردند که دره دورو ویژگی منحصر به فردی دارد و نیازمند ارتقای گردشگری پایدار برای مدیریت و حفاظت از این منطقه است. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که دورو با چالش‌هایی از جمله حمایت و حفاظت از منابع طبیعی، ایجاد و توسعه شرایط فراساختاری برای توسعه منطقه، ارتقای آگاهی محیطی ساکنان و بازدیدکنندگان مواجه است.

با توجه به مرور پیشینه پژوهش، مشخص می‌شود که تاکنون در هیچ پژوهشی مدل توسعه گردشگری در استان لرستان ارائه نشده است. بنابراین، وجه تمایز پژوهش حاضر از دیگر پژوهش‌های صورت‌گرفته درباره استان لرستان ارائه مدلی برای توسعه گردشگری در این استان است.

### روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی است. جامعه آماری این پژوهش دربردارنده تمامی افرادی است که در حوزه گردشگری به‌نوعی خبره‌اند. شرایط برای انتخاب این خبرگان از مهم‌ترین مراحل چنین پژوهش‌هایی

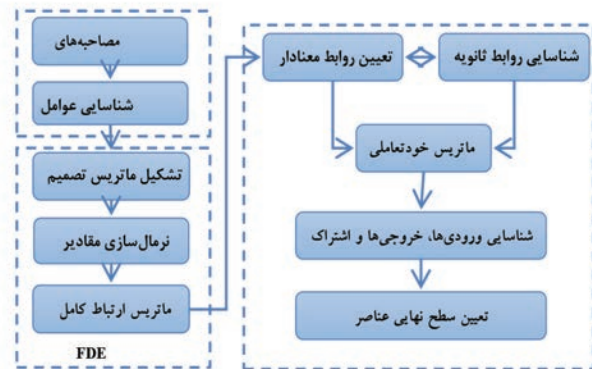
5.non-probability sampling

کد	مؤلفه‌ها
D1	هتل‌های گران قیمت پنج‌ستاره تا هتل‌های بسیار کم‌هزینه یا کمپ‌های ارزان قیمت یک‌ستاره تا کمپ‌های پنج‌ستاره
D2	صرفه اقتصادی و هزینه کم سفر به جاذبه‌های گردشگری استان لرستان
D3	ترمیم و بهینه‌سازی شبکه‌های ارتباطی موجود اعم از خطوط هوایی، زمینی و حمل‌ونقل ریلی به جاذبه‌های گردشگری استان
D4	اطلاع‌رسانی و هماهنگی در سراسر زنجیره تأمین گردشگری استان
D5	تدوین قوانین تسهیل‌کننده جذب گردشگری برای استان لرستان
D6	نظارت بر فعالیت شرکت‌ها و مراکز پذیرای گردشگران و حمایت قانونی از آن‌ها
D7	تشکیل قطب‌های گردشگری در استان و کسب استانداردهای بین‌المللی در قطب‌های گردشگری
D8	تأمین احساس سلامت و امنیت گردشگران و نظام بیمه‌ای مناسب برای گردشگران
D9	ایجاد امنیت روانی برای گردشگران و قوانین صریح و واضح در برخورد با متخلفان
D10	فرهنگ‌سازی برای افزایش آگاهی ساکنان استان از مزایای صنعت گردشگری
D11	بهره‌گیری درست از ظرفیت‌های منحصربه‌فرد استان لرستان همچون موسیقی، شعر، هنر
D12	آموزش زبان‌های خارجی به‌ویژه انگلیسی به راهنمایان توره‌های گردشگری
D13	بازاریابی اینترنتی و ایجاد پرتابل اطلاع‌رسانی از مراکز گردشگری استان لرستان
D14	پاسخ‌گویی و خدمات‌دهی سریع به درخواست‌های گردشگران
D15	توسعه محصولات گردشگری و به‌کارگیری راهبردهایی برای بهبود انواع گوناگون محصولات گردشگری

#### جدول ۲: شاخص‌های توسعه گردشگری

براساس مدل پژوهش، گام بعدی شناسایی روابط درونی شاخص‌های شناسایی شده است. برای انعکاس روابط درونی میان معیارهای اصلی از روش دیمتل فازی استفاده شده است. نخست دیدگاه خبرگان گردآوری شده و با طیف فازی جدول فازی سازی شده است. چون از دیدگاه چند کارشناس استفاده شده، با استفاده از جدول‌های ۳ و ۴، ماتریس ارتباط مستقیم فازی یا ۱ تشکیل شده است.

مدل‌سازی ساختاری - تفسیری (ISM) استفاده شده است. الگوی کلی رویکرد ترکیبی پژوهش حاضر در شکل ۱ ارائه می‌شود



شکل ۱: چارچوب پیشنهادی با روش پژوهش آمیخته و رویکرد ترکیبی دیمتل - مدل‌سازی معادلات ساختاری

رویکرد ترکیبی دیمتل - مدل‌سازی معادلات ساختاری (ISM-DEMATEL) پیش‌تر نیز در مطالعات گوناگونی استفاده شده است (Yin et al., 2012). توضیح اینکه اگرچه افراد خبره از شایستگی‌ها و توانایی‌های ذهنی خود برای انجام مقایسات استفاده می‌کنند، اما باید به این نکته توجه داشت که فرایند سنتی کمی‌سازی دیدگاه افراد امکان انعکاس کامل سبک تفکر انسانی را ندارد. به عبارت بهتر، استفاده از مجموعه‌های فازی سازگاری بیشتری با عبارات کلامی و بعضاً مبهم انسانی دارد، بنابراین بهتر است با بهره‌گیری از مجموعه‌های فازی (به‌کارگیری اعداد فازی) به پیش‌بینی بلندمدت و تصمیم‌گیری در جهان واقعی پرداخت (Karhman et al., 2008).

#### یافته‌های پژوهش

شناسایی و تعیین روابط شاخص‌های توسعه گردشگری در استان لرستان شاخص‌های توسعه گردشگری، با بهره‌گیری از نظر خبرگان، در جدول ۲ ارائه می‌شود.

جدول ۶: ماتریس ارتباط کامل (T) معیارهای اصلی

	D01	D02	D03	D04	...	D15
D01	(01/0-06/0-43/0)	(03/0-08/0-45/0)	(04/0-11/0-55/0)	(06/0-14/0-69/0)	...	(02/0-08/0-48/0)
D02	(03/0-09/0-48/0)	(01/0-06/0-45/0)	(01/0-13/0-59/0)	(07/0-16/0-73/0)	...	(02/0-08/0-50/0)
D03	(02/0-08/0-46/0)	(03/0-09/0-47/0)	(01/0-07/0-53/0)	(06/0-15/0-71/0)	...	(03/0-09/0-50/0)
D04	(02/0-07/0-44/0)	(01/0-06/0-43/0)	(04/0-11/0-54/0)	(02/0-01/0-63/0)	...	(02/0-07/0-46/0)
D05	(02/0-07/0-45/0)	(02/0-07/0-45/0)	(03/0-01/0-55/0)	(07/0-15/0-70/0)	...	(03/0-09/0-49/0)
D06	(02/0-07/0-44/0)	(01/0-06/0-43/0)	(04/0-01/0-54/0)	(08/0-16/0-70/0)	...	(02/0-07/0-47/0)
D07	(02/0-08/0-46/0)	(01/0-06/0-45/0)	(04/0-11/0-57/0)	(07/0-15/0-72/0)	...	(03/0-09/0-50/0)
D08	(04/0-01/0-52/0)	(04/0-11/0-52/0)	(04/0-12/0-62/0)	(07/0-17/0-78/0)	...	(04/0-11/0-56/0)
D09	(03/0-09/0-48/0)	(03/0-08/0-47/0)	(03/0-01/0-56/0)	(06/0-15/0-72/0)	...	(03/0-09/0-51/0)
D10	(02/0-07/0-47/0)	(02/0-07/0-46/0)	(04/0-11/0-57/0)	(07/0-16/0-73/0)	...	(02/0-03/0-51/0)
D11	(02/0-07/0-45/0)	(01/0-04/0-06/0)	(04/0-01/0-55/0)	(07/0-16/0-72/0)	...	(04/0-01/0-51/0)
D12	(02/0-06/0-43/0)	(03/0-07/0-45/0)	(04/0-01/0-54/0)	(05/0-14/0-68/0)	...	(02/0-08/0-47/0)
D13	(03/0-08/0-46/0)	(02/0-07/0-45/0)	(04/0-11/0-56/0)	(07/0-16/0-73/0)	...	(03/0-09/0-49/0)
D14	(01/0-06/0-40/0)	(01/0-06/0-40/0)	(03/0-03/0-49/0)	(05/0-13/0-63/0)	...	(03/0-07/0-43/0)
D15	(01/0-11/0-53/0)	(04/0-11/0-52/0)	(04/0-11/0-61/0)	(07/0-16/0-77/0)	...	(01/0-07/0-57/0)

برای فازی‌زدایی از روش مرکز سطح (رابطه ۹) استفاده شده است. نتایج حاصل از قطعی‌سازی ماتریس ارتباطات کامل در جدول ۷ خلاصه شده است.

جدول ۷: الگوی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری معیارهای اصلی

نماد مورد استفاده	D	R	D+R	D-R
D01	98,2	40,2	38,5	58,0
D02	16,3	35,2	51,5	81,0
D03	04,3	02,3	06,6	02,0
D04	85,2	00,4	85,6	-15,1
D05	99,2	95,2	95,5	04,0
D06	94,2	07,4	00,7	-13,1
D07	11,3	80,3	92,6	-69,0
D08	47,3	13,2	60,5	34,1
D09	12,3	30,2	43,5	82,0
D10	15,3	30,3	45,6	-14,0
D11	06,3	43,3	48,6	-37,0
D12	89,2	31,3	20,6	-41,0
D13	05,3	35,3	40,6	-30,0
D14	61,2	86,2	46,5	-25,0
D15	42,3	59,2	00,6	83,0

در ماتریس ارتباطات کامل، جمع عناصر هر سطر (D) نشانگر میزان تأثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل‌های سیستم است. بر این اساس، بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌های منحصربه‌فرد استان لرستان همچون موسیقی، شعر، هنر بیشترین تأثیرگذاری را دارند. جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل نشانگر میزان تأثیرپذیری آن عامل است که نشان می‌دهد

جدول ۳: طیف فازی و روش دیمتل (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۳)

متغیر زبانی	معادل فازی
بی تأثیر	(0/0, 1/0, 3/0)
تأثیر کم	(1/0, 3/0, 5/0)
تأثیر متوسط	(3/0, 5/0, 7/0)
تأثیر زیاد	(5/0, 7/0, 9/0)
تأثیر خیلی زیاد	(7/0, 9/0, 0/1)

جدول ۴: محاسبه ماتریس ارتباط مستقیم فازی

	D01	D02	D03	D04	...	D15
D01	(0-1/0-3/0)	(27/0-31/0-56/0)	(27/0-45/0-64/0)	(36/0-55/0-75/0)	...	(13/0-28/0-48/0)
D02	(25/0-45/0-64/0)	(0/0-1/0-3/0)	(48/0-68/0-85/0)	(46/0-66/0-85/0)	...	(13/0-28/0-48/0)
D03	(15/0-3/0-5/0)	(21/0-43/0-63/0)	(0/0-1/0-3/0)	(39/0-59/0-78/0)	...	(25/0-43/0-63/0)
D04	(15/0-3/0-5/0)	(04/0-15/0-35/0)	(31/0-52/0-72/0)	(0/0-1/0-3/0)	...	(13/0-26/0-46/0)
D05	(11/0-26/0-45/0)	(16/0-32/0-52/0)	(2/0-35/0-55/0)	(41/0-61/0-8/0)	...	(18/0-35/0-55/0)
D06	(14/0-26/0-46/0)	(04/0-15/0-25/0)	(21/0-41/0-61/0)	(57/0-77/0-94/0)	...	(1/0-25/0-45/0)
D07	(15/0-28/0-48/0)	(06/0-19/0-39/0)	(29/0-46/0-65/0)	(44/0-61/0-81/0)	...	(21/0-37/0-56/0)
D08	(27/0-43/0-63/0)	(36/0-55/0-75/0)	(21/0-41/0-61/0)	(44/0-63/0-81/0)	...	(31/0-5/0-69/0)
D09	(25/0-41/0-61/0)	(0,19, 0,37, 0,57)	(0,17, 0,35, 0,55)	(0,35, 0,54, 0,73)	...	(0,24, 0,41, 0,6)
D10	(0,12, 0,26, 0,46)	(0,12, 0,26, 0,46)	(0,26, 0,43, 0,62)	(0,52, 0,72, 0,88)	...	(0,28, 0,46, 0,65)
D11	(0,11, 0,25, 0,45)	(0,05, 0,19, 0,39)	(0,22, 0,39, 0,58)	(0,52, 0,72, 0,87)	...	(0,27, 0,45, 0,64)
D12	(0,07, 0,19, 0,39)	(0,27, 0,45, 0,64)	(0,29, 0,46, 0,66)	(0,35, 0,54, 0,74)	...	(0,15, 0,32, 0,52)
D13	(0,21, 0,37, 0,56)	(0,15, 0,3, 0,5)	(0,27, 0,45, 0,64)	(0,52, 0,72, 0,89)	...	(0,19, 0,35, 0,55)
D14	(0,08, 0,21, 0,41)	(0,07, 0,21, 0,41)	(0,21, 0,37, 0,56)	(0,34, 0,54, 0,73)	...	(0,15, 0,3, 0,5)
D15	(0,79, 0,63, 0,44)	(0,77, 0,59, 0,39)	(0,58, 0,39, 0,22)	(0,78, 0,59, 0,39)	...	(0,3, 0,1, 0)

برای نرمال‌سازی مقادیر، باید مقادیر  $\bar{a}_i^{(k)}$  (رابطه ۳) و  $\bar{b}^{(k)}$  (رابطه ۴)

محاسبه شده است. با تقسیم درایه‌های ماتریس  $\bar{X}$  بر بیشینه مقادیر  $\sum u_{ij}$  ماتریس نرمال فازی  $\bar{N}$  به دست آمده است:

$$\bar{b}^{(k)} = 10.33; \bar{N} = \frac{1}{10.33} * \bar{X}$$

جدول ۵: محاسبه ماتریس ارتباط مستقیم نرمال فازی

	D01	D02	D03	D04	...	D15
D01	(0/0-01/0-03/0)	(02/0-04/0-05/0)	(03/0-04/0-06/0)	(04/0-05/0-07/0)	...	(01/0-03/0-05/0)
D02	(02/0-04/0-06/0)	(0/0-01/0-03/0)	(05/0-07/0-08/0)	(04/0-06/0-08/0)	...	(01/0-03/0-05/0)
D03	(01/0-03/0-05/0)	(02/0-04/0-06/0)	(0/0-01/0-03/0)	(04/0-06/0-08/0)	...	(02/0-04/0-06/0)
D04	(01/0-03/0-05/0)	(0/0-01/0-03/0)	(03/0-05/0-07/0)	(0/0-01/0-03/0)	...	(01/0-03/0-04/0)
D05	(01/0-03/0-04/0)	(02/0-03/0-05/0)	(02/0-03/0-05/0)	(04/0-06/0-08/0)	...	(02/0-03/0-05/0)
D06	(01/0-03/0-04/0)	(0/0-01/0-03/0)	(03/0-04/0-06/0)	(06/0-07/0-09/0)	...	(01/0-02/0-04/0)
D07	(01/0-03/0-04/0)	(01/0-02/0-04/0)	(03/0-04/0-06/0)	(04/0-06/0-08/0)	...	(02/0-04/0-05/0)
D08	(0/30-0/40-0/60)	(0/40-0/50-0/70)	(0/30-0/40-0/60)	(04/0-06/0-08/0)	...	(03/0-05/0-07/0)
D09	(0/20-0/40-0/60)	(0/10-0/40-0/60)	(0/20-0/30-0/50)	(04/0-05/0-07/0)	...	(02/0-04/0-06/0)
D10	(01/0-03/0-04/0)	(01/0-02/0-04/0)	(03/0-04/0-06/0)	(05/0-07/0-09/0)	...	(03/0-04/0-06/0)
D11	(01/0-02/0-04/0)	(01/0-02/0-04/0)	(02/0-04/0-06/0)	(05/0-07/0-08/0)	...	(03/0-04/0-06/0)
D12	(01/0-02/0-04/0)	(01/0-04/0-06/0)	(03/0-04/0-06/0)	(03/0-05/0-07/0)	...	(01/0-03/0-05/0)
D13	(02/0-04/0-05/0)	(01/0-03/0-05/0)	(03/0-04/0-06/0)	(05/0-07/0-09/0)	...	(02/0-03/0-05/0)
D14	(01/0-02/0-04/0)	(01/0-02/0-04/0)	(02/0-04/0-05/0)	(03/0-05/0-07/0)	...	(01/0-03/0-05/0)
D15	(02/0-04/0-08/0)	(04/0-06/0-07/0)	(02/0-04/0-06/0)	(04/0-06/0-08/0)	...	(0/0-01/0-03/0)

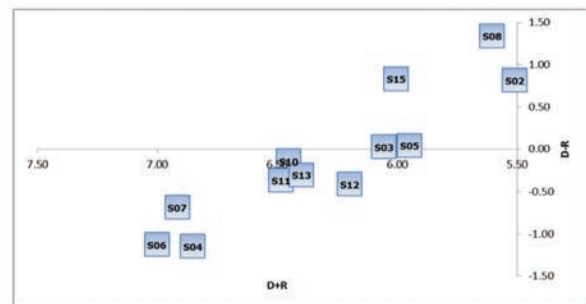
برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل از رابطه استفاده شده است.

از آستانه تحمل کوچک‌تر است (روابط بی‌معنی) صفر و مقادیری که از آستانه تحمل بزرگ‌تر است (روابط معنادار) یک در نظر گرفته می‌شود. ماتریس دریافتی از تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دو ارزشی صفر و یک به دست می‌آید. در ماتریس دریافتی درایه‌های قطر اصلی برابر یک قرار می‌گیرد. همچنین برای اطمینان باید روابط ثانویه کنترل شود. به این معنا که اگر A منجر به B شود و B منجر به C شود، در این صورت باید A منجر به C شود. یعنی اگر براساس روابط ثانویه باید تأثیرات مستقیم لحاظ شده باشد اما در عمل این اتفاق نیفتاده باشد، باید جدول تصحیح شود و رابطه ثانویه نیز نشان داده شود. ماتریس خودتعاملی ساختاری از ابعاد و شاخص‌های مطالعه و مقایسه آن‌ها با استفاده از چهار حالت روابط مفهومی تشکیل می‌شود. اطلاعات به دست آمده براساس روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری جمع‌بندی و ماتریس خودتعاملی ساختاری نهایی تشکیل شده است. این ماتریس از سوی خبرگان و متخصصان و براساس خروجی نهایی روش دیمتل با ملاحظه آستانه تحمل تکمیل می‌شود. ماتریس دریافتی روش ISM در جدول ۸ ارائه شده است.

جدول ۸: ماتریس دریافتی روش ISM

D15	D14	D13	D12	D11	D10	D09	D08	D07	D06	D05	D04	D03	D02	D01	T
1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	D01
0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	D02
1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	D03
1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	D04
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	D05
1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	D06
1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	D07
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	D08
1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	D09
1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	D10
1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	D11
1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	D12
1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	D13
1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	D14
1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	D15

ترمیم و بهینه‌سازی شبکه‌های ارتباطی موجود اعم از خطوط هوایی، زمینی و حمل‌ونقل ریلی به جاذبه‌های گردشگری استان بیشترین تأثیرپذیری را دارد. همچنین در شکل ۳ بردار افقی (D+R) میزان تأثیر و تأثر عامل موردنظر در سیستم است. بردار عمودی (D-R) قدرت تأثیرگذاری هر عامل را نشان می‌دهد. به‌طور کلی اگر D-R مثبت باشد، متغیر یک متغیر علی محسوب می‌شود و اگر منفی باشد، معلول است.



شکل ۲: نمودار مختصات دکارتی برون‌داد دیمتل برای معیارهای اصلی

### نقشه روابط معنادار و تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری

برای تعیین نقشه روابط شبکه (NRM) باید ارزش آستانه محاسبه شود. با این روش می‌توان از روابط جزئی صرف‌نظر کرد و شبکه روابط قابل‌اعتنا را ترسیم کرد. فقط روابطی که مقادیر آن‌ها در ماتریس T از مقدار آستانه بزرگ‌تر باشد در NRM نمایش داده می‌شود. برای محاسبه مقدار آستانه روابط کافی است میانگین مقادیر ماتریس T محاسبه شود. پس از آنکه شدت آستانه تعیین شد، تمامی مقادیر ماتریس T که کوچک‌تر از آستانه باشد صفر می‌شود، یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شود. در این مطالعه ارزش آستانه ۰٫۲۰۴ به دست آمده است. اگر براساس آستانه تحمل، مقادیر روابط معنادار خروجی نهایی روش دیمتل که در ماتریس T ارائه شده است، استخراج شود، ماتریسی قابل‌اتکا به‌منزله ورودی روش ISM محسوب می‌شود. مقادیری که



سطح، معیاری که سطح آن معلوم شده از تمامی مجموعه در جدول حذف می‌شود و مجدداً مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌ها تشکیل داده می‌شود و سطح متغیر بعدی به دست می‌آید. بدین ترتیب  $D_{01}$  و  $D_{04}$  و  $D_{11}$  متغیرهای سطح اول اند. پس از شناسایی متغیرهای سطح اول، این متغیرها حذف می‌شوند و مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌ها بدون در نظر گرفتن متغیرهای سطح اول محاسبه می‌شود. مجموعه مشترک شناسایی و متغیرهایی که اشتراک آن‌ها برابر مجموعه ورودی‌ها باشد به منزله متغیرهای سطح دوم انتخاب می‌شوند. محاسبات تعیین سطح دوم در سلسله مراتب ISM در جدول ۱۰ ارائه شده است.

جدول ۱۰: تعیین سطح دوم در سلسله مراتب ISM

سطح	مجموعه مشترک	خروجی‌ها	ورودی‌ها
2	D02D13	D02D13	D02D05D07D08D13
2	D03D08D13	D03D08D13	D03D05D06D08D10D12D13D14D15
	D05D06D07D08D13	D02D03D05D06D07D08D13	D05D06D07D08D09D10D12D13D14D15
	D05D06D08	D03D05D06D08	D05D06D08D09D10D12D13D14D15
	D05D07D08D13D14D15	D02D05D07D08D13D14D15	D05D07D08D09D10D12D13D14D15
	D03D05D06D07D08D12D13D14D15	D02D03D05D06D07D08D12D13D14D15	D03D05D06D07D08D09D10D12D13D14D15
	D09	D05D06D07D08D09D12	D09D14D15
	D10D14D15	D03D05D06D07D08D10D12D13D14D15	D10D14D15
	D08D12D13D14D15	D03D05D06D07D08D12D13D14D15	D08D09D10D12D13D14D15
	D02D03D05D07D08D12D13D14D15	D02D03D05D06D07D08D12D13D14D15	D02D03D05D07D08D10D12D13D14D15
	D07D08D10D12D13D14D15	D03D05D06D07D08D09D10D12D13D14D15	D07D08D10D12D13D14D15
	D07D08D10D12D13D14D15	D03D05D06D07D08D09D10D12D13D14D15	D07D08D10D12D13D14D15

با توجه به خروجی محاسبات تعیین سطح دوم در سلسله مراتب ISM، متغیرهای  $D_{02}$  و  $D_{03}$  متغیرهای سطح دوم اند. برای تعیین عناصر سطح سوم، متغیرهای سطح دوم حذف می‌شوند و یک بار دیگر مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌ها بدون در نظر گرفتن متغیرهای سطح دوم محاسبه می‌شود. بر اساس جدول ۱۱، مجموعه مشترک شناسایی و متغیرهایی که اشتراک آن‌ها برابر مجموعه ورودی‌ها باشد به منزله متغیرهای سطح سوم انتخاب می‌شوند. با توجه به خروجی محاسبات تعیین سطح سوم در سلسله مراتب ISM، متغیرهای  $D_{05}$  تا  $D_{08}$  متغیر سطح سوم اند.

ماتریس حاصل (ماتریس ارتباطات داخلی) هم رابطه علی و معلولی بین عوامل را نشان می‌دهد و هم اثرپذیری و اثرگذاری متغیرها را نمایش می‌دهد. در این مطالعه، پس از شناسایی ابعاد و شاخص‌های مطالعه، روابط بین ابعاد و شاخص‌های شناسایی شده با استفاده از رابطه مفهومی «منجر به» تحلیل شده است.

### تعیین روابط و سطح بندی ابعاد و شاخص‌ها

برای تعیین روابط و سطح بندی معیارها باید مجموعه خروجی‌ها و ورودی‌ها برای هر معیار از ماتریس دریافتی استخراج شود. مجموعه خروجی‌ها شامل خود معیار و معیارهایی است که از آن تأثیر می‌پذیرد. مجموعه ورودی‌ها شامل خود معیار و معیارهایی است که بر آن تأثیر می‌گذارد. سپس مجموعه روابط دوطرفه معیارها مشخص می‌شود.

جدول ۹: مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌ها برای تعیین سطح

سطح	اشتراک	خروجی‌ها	ورودی‌ها
1	D01	D01	D01D02D03D05D07D08D10D12D13D14D15
	D02D13	D01D02D13	D02D05D07D08D13
	D03D08D11D13	D01D03D08D11D13	D03D05D06D08D10D11D12D13D14D15
1	D04	D04	D04D05D07D08D10D12D13D14D15
	D05D06D07D08D11D13	D01D02D03D04D05D06D07D08D11D13	D05D06D07D08D09D10D11D12D13D14D15
	D05D06D08	D03D05D06D08	D05D06D08D09D10D12D13D14D15
	D05D07D08D11D13D14D15	D01D02D04D05D07D08D11D13D14D15	D05D07D08D09D10D11D12D13D14D15
	D03D05D06D07D08D11D12D13D14D15	D01D02D03D04D05D06D07D08D11D12D13D14D15	D03D05D06D07D08D09D10D11D12D13D14D15
	D09	D05D06D07D08D09D11D12	D09D14D15
	D10D14D15	D01D03D04D05D06D07D08D10D11D12D13D14D15	D10D14D15
1	D03D05D07D08D11D13D14D15	D03D05D07D08D11D13D14D15	D03D05D07D08D09D10D11D12D13D14D15
	D08D12D13D14D15	D01D03D04D05D06D07D08D11D12D13D14D15	D08D09D10D12D13D14D15
	D02D03D05D07D08D11D12D13D14D15	D01D02D03D04D05D06D07D08D11D12D13D14D15	D02D03D05D07D08D10D11D12D13D14D15
	D07D08D10D11D12D13D14D15	D01D03D04D05D06D07D08D09D10D11D12D13D14D15	D07D08D10D11D12D13D14D15
	D07D08D10D11D12D13D14D15	D01D03D04D05D06D07D08D09D10D11D12D13D14D15	D07D08D10D11D12D13D14D15

اولین سطری که اشتراک دو مجموعه برابر با مجموعه قابل دست‌یابی (ورودی‌ها) باشد، سطح اول اولویت مشخص خواهد شد. چنانچه اشتراک مجموعه ورودی‌ها و مجموعه مقدم (خروجی‌ها) برابر باشد، متغیر مربوطه در سلسله مراتب ماتریس ISM در بالاترین سطح قرار می‌گیرد. پس از تعیین

## نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های پژوهش در مدل ارائه‌شده، عناصر  $D_{01}$  و  $D_{04}$  و  $D_{11}$  یعنی ترمیم و بهینه‌سازی شبکه‌های ارتباطی موجود اعم از خطوط هوایی، زمینی و حمل‌ونقل ریلی به جاذبه‌های گردشگری استان، فرهنگ‌سازی برای افزایش آگاهی ساکنان استان از مزایای صنعت گردشگری و پاسخ‌گویی و خدمات‌دهی سریع به درخواست‌های گردشگران در جایگاه نخست قرار دارند و پایه‌ای‌ترین متغیرها برای توسعه گردشگری‌اند. این عناصر با اطلاع‌رسانی و هماهنگی در سراسر زنجیره تأمین گردشگری استان، نظارت بر فعالیت شرکت‌ها و مراکز پذیرای گردشگران و حمایت قانونی از آن‌ها ارتباط مستقیم دارند. به تبع این روابط، متغیرهای بهره‌گیری درست از ظرفیت‌های منحصربه‌فرد استان لرستان همچون موسیقی، شعر، هنر تحت تأثیر قرار می‌گیرند. به دیگر سخن، ترمیم و بهینه‌سازی شبکه‌های ارتباطی موجود اعم از خطوط هوایی، زمینی و حمل‌ونقل ریلی به جاذبه‌های گردشگری استان و تشکیل قطب‌های گردشگری در استان و کسب استانداردهای بین‌المللی در قطب‌های گردشگری موجبات پاسخ‌گویی و خدمات‌دهی سریع به درخواست‌های گردشگران را فراهم می‌آورد؛ این خود صرفه اقتصادی و هزینه کم سفر به جاذبه‌های گردشگری استان لرستان را به همراه داشت. ضعف نهادهای متولی در زمینه بازاریابی و تبلیغات گردشگری و نبود برنامه‌های جامع و راهبردی و همچنین فقدان استفاده از دیدگاه‌های انجمن‌های صنفی دفاتر خدمات مسافرتی، نقیصه‌ای در برنامه‌ریزی‌ها است که باید برای رفع آن کوشید. فقدان نیروی انسانی کارآموده و متخصص امور جهان‌گردی در دفاتر ایران‌گردی و جهان‌گردی و ناآگاهی و بی‌تجربگی کادر شاغل در مؤسسات جهان‌گردی از قبیل خدمت‌گزاران هتل‌ها، کارکنان آژانس‌ها و راهنماهای جهان‌گردی از دیگر

جدول ۱۱: محاسبات تعیین عناصر سطح سوم

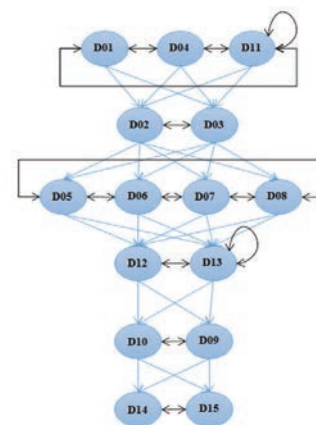
سطح	مجموعه مشترک	خروجی‌ها	ورودی‌ها	سطح
۲	$D_{05}D_{06}D_{07}D_{08}D_{13}$	$D_{05}D_{06}D_{07}D_{08}D_{13}$	$D_{05}D_{06}D_{07}D_{08}D_{09}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{05}$
۲	$D_{05}D_{06}D_{08}$	$D_{05}D_{06}D_{08}$	$D_{05}D_{06}D_{08}D_{09}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{06}$
۲	$D_{05}D_{07}D_{08}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{05}D_{07}D_{08}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{05}D_{07}D_{08}D_{09}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{07}$
۲	$D_{05}D_{06}D_{07}D_{08}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{05}D_{06}D_{07}D_{08}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{05}D_{06}D_{07}D_{08}D_{09}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{08}$
	$D_{09}$	$D_{05}D_{06}D_{07}D_{08}D_{09}D_{12}$	$D_{09}D_{14}D_{15}$	$D_{09}$
	$D_{10}D_{14}D_{15}$	$D_{05}D_{06}D_{07}D_{08}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{10}D_{14}D_{15}$	$D_{10}$
	$D_{08}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{05}D_{06}D_{07}D_{08}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{08}D_{09}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{12}$
	$D_{05}D_{07}D_{08}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{05}D_{06}D_{07}D_{08}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{05}D_{07}D_{08}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{13}$
	$D_{07}D_{08}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{05}D_{06}D_{07}D_{08}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{07}D_{08}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{14}$
	$D_{07}D_{08}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{05}D_{06}D_{07}D_{08}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{07}D_{08}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{15}$

برای تعیین عناصر سطح چهارم متغیر  $K$  حذف و براساس مجموعه ورودی‌ها و خروجی‌های جدید متغیر  $D_{12}$  و  $D_{13}$  عناصر سطح چهارم انتخاب شدند.

جدول ۱۲: محاسبات تعیین عناصر سطح چهارم

سطح	مجموعه مشترک	خروجی‌ها	ورودی‌ها	سطح
	$D_{09}$	$D_{09}D_{12}$	$D_{09}D_{14}D_{15}$	$D_{09}$
	$D_{10}D_{14}D_{15}$	$D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{10}D_{14}D_{15}$	$D_{10}$
4	$D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{09}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{12}$
4	$D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{13}$
	$D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{09}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{14}$
	$D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{09}D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{10}D_{12}D_{13}D_{14}D_{15}$	$D_{15}$

برای تعیین عناصر سطح پنجم، متغیرهای شناسایی شده سطح چهارم حذف شده‌اند. به این ترتیب دو متغیر  $D_{09}$  و  $D_{10}$  عناصر سطح پنجم انتخاب شده‌اند. دو متغیر  $D_{14}$  و  $D_{15}$  عناصر سطح ششم انتخاب شده‌اند. الگوی نهایی سطوح متغیرهای شناسایی شده در شکل ۳ ارائه



شکل ۳: مدل پایه‌ای توسعه داده‌شده با روش ISM

می‌شود. در این نگاره فقط روابط معنادار عناصر هر سطح بر عناصر سطح زیرین و همچنین روابط درونی معنادار عناصر هر سطر در نظر گرفته می‌شود.

موانع توسعه صنعت گردشگری در استان است و باید با آموزش کارکنان، مترجمان و تورگردانان کارآمد و حرفه‌ای در حوزه گردشگری این مشکل را برطرف کرد. احداث جاذبه‌های دست‌ساز و مصنوعی، مانند هتل‌های تفریحی، تله‌کابین‌ها، بالن‌سواری و پل‌های طویل، حیات‌وحش و تلفیق فناوری با جاذبه‌های طبیعی استان، اصلی‌ترین راهکار برای جذب گردشگران خاص و به‌ویژه سرمایه‌دار است. گردشگر باید بتواند از طریق اینترنت بلیت مقصد و هتلش را رزرو و از کارت اعتباری استفاده کند. نبود این امکانات سبب می‌شود گردشگر انگیزه و اشتیاقی برای سفر نداشته باشد. این موضوع باید به‌طور جدی از سوی همه دستگاه‌های گردشگری استان اجرایی شود. در مصاحبه‌های انجام‌گرفته به نبود تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری به‌منزله یکی از موانع و عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری در استان پرداخته شد که از بازتاب‌های آن می‌توان به بازگرداندن بودجه ارزی سالانه استان اشاره نمود. نبود تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در لرستان، به علت فقدان سودآوری و حمایت ناکافی دولت و اقدامات سلیقه‌ای و محدودکننده از سوی برخی مقامات غیرمسئول است. نهادهای دولتی استان باید با کاهش تصدی‌گری خود در صنعت گردشگری به وظیفه تسهیل و رفع موانع سرمایه‌گذاری از سوی بخش خصوصی و افزایش منابع برای توسعه این بخش بپردازند. همچنین باید از تعدد مراکز تصمیم‌گیری جلوگیری کرد و بیش از گذشته به تقویت سازمان اصلی متولی صنعت گردشگری پرداخت. درخصوص مقایسه یافته‌های پژوهش با دیگر پژوهش‌های صورت‌گرفته باید گفت که این پژوهش با پژوهش‌های علیایی و خزایی (۱۳۹۶) و ذبیحی و همکاران (۱۳۹۲) هماهنگی دارد. وجه تشابه این پژوهش‌ها در آن است که هر دو پژوهش تدوین قوانین تسهیل‌کننده جذب

گردشگری برای استان لرستان را شاخصی اثرگذار در توسعه گردشگری می‌دانند. همچنین هماهنگی این پژوهش با پژوهش ذبیحی و همکاران (۱۳۹۲) در آن است که هر دو پژوهش زیرساخت‌ها و امکانات را شاخص‌های مهم توسعه گردشگری قلمداد می‌کنند. درخصوص محدودیت‌های این پژوهش نیز باید گفت با توجه به هدف پژوهش باید از خبرگان استفاده می‌شد. کم‌شمار بودن خبرگان سبب محدودیت در تعداد نمونه شده است. همچنین، نبود مدل توسعه گردشگری در استان لرستان محدودیت‌هایی را در بخش ادبیات و پیشینه به این پژوهش حاضر تحمیل کرد.

### پیشنهادها

با توجه به نتایج پژوهش، یکی از مهم‌ترین شاخص‌های توسعه گردشگری استان لرستان بهبود زیرساخت‌های اسکان و ساخت هتل‌های گران‌قیمت پنج‌ستاره تا هتل‌های بسیار کم‌هزینه یا کمپ‌های ارزان‌قیمت یک‌ستاره تا کمپ‌های پنج‌ستاره است. با توجه به مشکلات مالی که در وضعیت موجود برای کشور و استان وجود دارد، پیشنهاد می‌شود دولت با سیاست‌های حمایتی خود ساخت زیرساخت‌های اسکان و هتل را برون‌سپاری کند تا هم هزینه‌های خود را کاهش دهد و هم در راستای توسعه گردشگری گام بردارد.

همچنین، با توجه به پتانسیل فرهنگی و طبیعی استان لرستان، پیشنهاد می‌شود که خانه‌های بوم‌گردی به شکل سنتی ساخته شود، به‌گونه‌ای که چهره فرهنگی و اجتماعی استان لرستان را بازتاب دهد. برای تحقق این امر می‌توان از جامعه بومی استان بهره‌گرفت؛ بدین شکل که به افرادی که تمایل دارند اجازه داده شود که، ضمن رعایت استانداردهای منازل بوم‌گردی، منازل خود را در اختیار گردشگران بگذارند تا هم درآمد خانوارها افزایش یابد و هم هزینه ساخت منازل بوم‌گردی کاهش پیدا کند.

تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی. رشت: انتشارات کتیبه گیل.

حکاک، محمد (۱۳۹۴). بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان. کنفرانس بین‌المللی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در استان لرستان، دانشگاه لرستان.

پیری‌کیا، مریم، اولادی، جعفر و صادقی، تیمور (۱۳۹۳). ارزیابی موانع و مشکلات موجود در توسعه صنعت گردشگری در جنگل‌های لرستان. اولین همایش ملی توریسم و گردشگری سبز، همدان، انجمن ارزیابان محیط زیست هگمتانه.

ذبیحی، حسین، لاریمیان، تایماز و پورانی، حمیده (۱۳۹۲). «ارائه مدل تحلیلی برای ارتقاء امنیت شهری از طریق رویکرد امنیت طراحی (SBD) (مطالعه موردی: منطقه ۱۷ شهرداری تهران)». مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال پنجم، شماره ۱۷، ص ۱۳۶-۱۱۹

زردان، میثم و منصور بهمنی، مسلم (۱۳۹۴). گردشگری روستایی و اصول توسعه گردشگری پایدار. همایش ملی عمران و پایداری با رویکردی بر توسعه پایدار. زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۵). «گردشگری و توسعه پایدار: ضرورت جاری‌سازی حفاظت محیطی در سیاست‌های توسعه گردشگری». فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۴، شماره ۱۱ و ۱۲، ص ۱-۲۲. شیعه، اسماعیل و کبیری، فاتح (۱۳۸۸). «گردشگری پایدار در پارک‌های طبیعی حومه شهرها با استفاده از رویکرد تحلیل راهبردی SWOT نمونه موردی: اراضی نازوان حومه شهر اصفهان»، نشریه معماری و شهرسازی آرمان شهر، دوره ۲، شماره ۳، ص ۱-۹. شاطریان، محسن، غلامی، یونس و میرمحمدی، محمد (۱۳۹۶). «ارزیابی شاخص‌های توسعه گردشگری پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر کاشان)». نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، دوره ۱۷، شماره ۴۶، ص ۱۹۵-۲۱۴.

با توجه به ظرفیت‌هایی که در استان لرستان برای موسیقی، شعر، هنر و صنایع دستی وجود دارد، پیشنهاد می‌شود که نمایشگاه و فروشگاه‌های دائمی در استان راه‌اندازی شود تا گردشگران از عواید آن بهره‌مند شوند.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ترمیم و بهینه‌سازی شبکه‌های ارتباطی موجود اعم از خطوط هوایی، زمینی و حمل‌ونقل ریلی به جاذبه‌های گردشگری استان بسیار مهم است و بهبود شبکه ارتباطی استان باید در دستور کار قرار گیرد.

به پژوهشگران آتی توصیه می‌شود که با روش دلفی فازی یا دیمتل فازی شاخص‌های توسعه گردشگری استان لرستان را شناسایی کنند یا با به‌کارگیری روش کمی، تأثیر متغیرهای مرتبط را بر توسعه گردشگری بسنجند.

## منابع

سازمان جهانی گردشگری (۱۳۹۳). توسعه محصول گردشگری. ترجمه ابوالفضل تاج‌زاده و وحید مرزی، تهران: نشر سیمای دانش.

جلالیان، حمید، رضوانی، محمدرضا، طهماسبی، اصغر و اروجی، حسن (۱۳۹۷). «تبیین مدل توسعه سیستم گردشگری روستایی با استفاده از نظریه آشوب و مدل باتلر (مورد مطالعه: روستای مصر، شهرستان خور و بیابانک)». فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۹، شماره ۲، ص ۲۲۲-۲۳۵.

تقوی، مهدی و پورسلیمانی، علی (۱۳۸۸). «بررسی عوامل مؤثر بر رشد صنعت گردشگری». پژوهش‌نامه اقتصادی، دوره ۹، شماره ۳، پی‌پی ۱۵۷-۱۷۲. تقوی‌فرد، محمدتقی و اسدیان اردکانی، فائزه (۱۳۹۵). «ارائه مدل توسعه گردشگری الکترونیکی با رویکرد مدل‌سازی ساختاری - تفسیری». نشریه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۱، شماره ۳۳، ص ۱۹-۳۹. حبیبی، آرش، ایزدیار، صدیقه و سرافرازی، اعظم (۱۳۹۳).



- Carolina". *Tourism Management*, 58, 205-214.
- Fazenda, N. da Silva, F. N., & Costa, C. (2010). "Douro Valley Tourism Plan; The plan as part of a sustainable tourist destination development process". *Journal of World Hospitality and tourism*, 2(4), 428-440.
- Hall, C. M. & Lew, A. A. (1999) *Sustainable tourism; a geographical perspective*. New York, Longman.
- Habibi, A., Sarafrazi, A., & Izadyar, S. (2014). "Delphi Technique Theoretical Framework in Qualitative Research". *The International Journal Of Engineering And Science*, 3(4), 8-13.
- Harrison, L. C., Jayawardena, C., & Clayton, A. (2003). "Sustainable tourism development in the Caribbean: practical challenges". *International Journal of Contemporary Management*, 15(5), 294-298.
- Hidayati, R., Sudaryono, D. W., & Prayitno, B. (2016). "Tourism development of historical riverbanks in Jatinom Village". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 227, 650-655.
- Ko, T. G. (2005) "Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach". *Tourism management*, 26(3), 431-445.
- Available from: [WWW.Sciencedirect.com](http://WWW.Sciencedirect.com).
- Kahraman, C. (2008). *Fuzzy Multi-Criteria Decision Making: Theory and Applications with Recent Developments* (Vol. 16) Springer Science & Business Media.
- Liang, Z. X., & Hui, T. K. (2016). "Residents' quality of life and attitudes toward tourism
- علیایی، محمدصادق و خزایی، کاظم (۱۳۹۶). «ارزیابی شهرستان‌های استان لرستان از نظر شاخص‌های توسعه گردشگری». نگرش نو در جغرافیای انسانی، دوره ۱۰، شماره ۱، ص ۳۰۶-۳۲۰
- کاظمی، علی، صنایعی، علی، رنجبریان، بهرام و آذربایجانی، کریم (۱۳۸۹). «شناسایی مزیت‌های رقابتی در صنعت گردشگری به منظور جذب گردشگران خارجی (مورد مطالعه: استان اصفهان)». نشریه پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال دوم، شماره ۵، ص ۹۳-۱۱۰.
- مدهوشی، مهرداد و ناصرپور، نادر (۱۳۸۲). «ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان». پژوهشنامه بازرگانی، دوره ۷، شماره ۲۸، ص ۲۵-۵۸.
- معصومی، محمد (۱۳۸۵). «گردشگری و برنامه‌ریزی منطقه‌ای: فرایند برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری». نشریه ساخت‌وساز، شماره ۲۵، هزارچریبی، جعفر و نجفی، ملک محمد (۱۳۹۱). «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در ایران (با رویکرد جذب گردشگران خارجی)». جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال بیست‌وسوم، شماره ۳، پیاپی ۴۷، ص ۱۳۳-۱۴۶.
- Blances, F. J., Gonzelez, M., Lozano-oyola, M., & Perez, F. (2010). "The assessment of sustainable tourism: application to Spanish coastal destinations". *Ecological indicators*, 10(2), 484-492. Available; from: [WWW.Elsevier.com/locate/ecolind](http://WWW.Elsevier.com/locate/ecolind).
- Dredge, D., Airey, D. W., & Gross, M. J. (2015). *Creating the future: Tourism, hospitality and events education in a post-industrial, post-disciplinary world* (pp. 535-550). Routledge.
- Dogru, T., & Sirakaya-Turk, E. (2017). "Engines of tourism's growth: An examination of efficacy of shift-share regression analysis in South

- rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development". *Tourism Management*, 60, 147-158.
- Williams, A., & Shaw, G. (2015). *Tourism, Geography of*. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2nd edition, Volume 24.
- Yin, S. H., Wang, C. C., Teng, L. Y., & Hsing, Y. M. (2012). "Application of DEMATEL, ISM, and ANP for key success factor (KSF) complexity analysis in R&D alliance". *Scientific Research and Essays*, 7(19), 1872-1890.
- development in China". *Tourism Management*, 57, 56-67.
- Liu, J., Nijkamp, P., Huang, X., & Lin, D. (2017). "Urban livability and tourism development in China: Analysis of sustainable development by means of spatial panel data". *Habitat International*, 68, 99-107.
- Mok, C., Sparks, B., & Kadampully, J. (2013). *Service quality management in hospitality, tourism, and leisure*, Routledge.
- Powell, C. (2003). "The Delphi technique: Myths and realities". *Journal of Advanced Nursing*, 41(4), 376-38.
- Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., & Ramaya, T. (2017). "Urban vs.