

تحلیلی بر برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری در استان لرستان با

بهره‌گیری از مدل استراتژیک SWOT

عیسی ابراهیم زاده^{۱*}، منیر یاری^۲، برزو سبزی^۳

۱.دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه سیستان و بلوچستان

۲.دانشجوی کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم دانشگاه سیستان و بلوچستان

۳.دانشجوی کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم دانشگاه سیستان و بلوچستان

(تاریخ دریافت: ۹۰/۱۰/۲۵ ؛ تاریخ تصویب: ۹۱/۳/۴)

چکیده

با توجه به اینکه لرستان سرزمینی کوهستانی در محدوده میانی کوه‌های زاگرس بوده و با برخورداری از آب و هوای متنوع، رودهای پرآب، چشم اندازهای بدیع طبیعی، تالاب‌ها، آبشارها، دریاچه‌ها، جنگل‌ها و مراتع سرسبز و در عین حال با تاریخ و تمدن کهن و برخورداری از آثار باستانی و تمدنی، دارای پتانسیل‌های زیادی در جهت جذب گردشگران می‌باشد. با وجود جاذبه‌های گردشگری فراوان و متنوع گردشگری، تا کنون توفیق چندانی در جذب گردشگران به دست نیآورده است. اینک پژوهش حاضر در پی شناسایی و تدوین استراتژی‌های توسعه گردشگری در لرستان می‌باشد. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و بر حسب محتوا از نوع تحقیقات کاربردی است و هدف آن بررسی زمینه‌های توسعه گردشگری در استان لرستان با تاکید بر پتانسیل‌ها و محدودیت‌های موجود در این استان می‌باشد. به منظور تحقق این مهم با بهره‌گیری از تکنیک SWOT قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات گردشگری در استان لرستان مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های حاصل از این تحقیق بیانگر آن است که در این استان ۱۲ قوت و ۱۵ ضعف داخلی، در عین حال ۸ فرصت و ۱۰ تهدید بیرونی، دارای تاثیر عمده بر کارکردهای گردشگری منطقه می‌باشد. در این پژوهش نمونه آماری متشکل از ۱۰۰ نفر از مسؤولان استان لرستان بوده که دیدگاه آنها اخذ و سپس با آزمون T مستقل تک جامعه‌ای تاثیر این دو محیط در توسعه گردشگری لرستان مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که هم کارکردهای محیط بیرونی و هم محیط درونی در توسعه گردشگری استان لرستان تاثیرگذار می‌باشند که متناسب با محتوای تحلیل، استراتژی‌های رهگشا استخراج و رتبه‌بندی گردید و در نهایت استراتژی‌های WO در اولویت اول و استراتژی‌های SO در اولویت دوم برنامه‌ریزی قرار گرفتند.

واژگان کلیدی

برنامه‌ریزی گردشگری، توسعه گردشگری، لرستان، تکنیک SWOT.

مقدمه

در فرهنگ لغت فارسی، گردشگری را چنین تعریف کرده‌اند: در اقطار عالم سفر کردن و شناخت؛ مسافرت برای تفریح و سرگرمی؛ و سفری که در آن مسافر به مقصدی می‌رود و سپس به محل سکونت خود باز می‌گردد (الوانی و دهدشتی، ۱۳۷۳، ص ۱۸). سازمان جهانی گردشگری، فعالیت‌های افراد را که با نیت گذران اوقات فراغت، تفریح، خرید و ... در کم‌تر از یک سال در خارج از محیط عادی زندگی خود صورت می‌گیرد، توریسم می‌نامد (امیدی نجف آبادی، ۱۳۸۵، ص ۳۳). سازمان جهانی جهانگردی^۱ در پایان قرن بیستم میلادی صنعت گردشگری را در ردیف نخست صنایع کسب کننده درآمد صادراتی معرفی کرد و رقم صادرات آن به حدود ۵۵۰ میلیارد دلار رسید و امروزه نیز گردشگری در ردیف سه صنعت عمده صادراتی جهان قرار دارد. نرخ رشد صنعت گردشگری تا دوره ۲۰۲۰ میلادی به طور متوسط دو برابر رشد متوسط جهانی برآورد می‌گردد (رنجریان، زاهدی، ۱۳۸۸، ص ۴۷). این صنعت از بزرگ‌ترین صنایع دنیا بوده و دارای رشد سریعی می‌باشد (موسایی، ۱۳۸۳، ص ۲۲۶). به طوری که در سال ۲۰۱۰ رقم گردش سرمایه در این صنعت به بیش از ۹۱۹ میلیارد دلار رسیده است (سازمان جهانی جهانگردی، ۲۰۱۱، ص ۲) به بیانی دیگر، گردشگری یکی از پدیده‌های جهانی است که به خوبی ترکیب امور اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی را نشان می‌دهد (هولجاواک، ۲، ۲۰۰۳، ص ۱۳۲). صنعت گردشگری اغلب به عنوان بزرگ‌ترین صنعت جهان، ابزاری برای دست‌یابی به توسعه پایدار می‌باشد، که نتایج فرصت‌های اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی - فرهنگی را برای بسیاری از جوامع محلی ارایه می‌کند (عارف، ۳، ۲۰۱۱، ص ۲۰). در واقع عوامل موثر در تکامل صنعت توریسم عبارتند از: پیدایش شهرها و گسترش شهرنشینی، بهبود ساختار زیربنایی و مکانیزه شدن جابجایی، تدوین قوانین مطلوب کار و افزایش درآمدها، ارتقای سطح فرهنگ و بینش اجتماعی، پیدایش موسسات و آژانس‌های توریستی، چاپ و ارایه نشریات، بروشورها و نقشه‌های تبلیغاتی، کشف آثار و اماکن باستانی و طبیعی، وجود گروه‌های اجتماعی متنوع و عوامل دیگر (رضوانی، ۱۳۸۶، ص ۳۹).

-
1. UNWTO
 2. Holjevac
 3. Aref

گردشگری در دوران پس از جنگ جهانی یکی از پویاترین بخش‌های در حال توسعه اقتصاد جهان است (کوکاسیس^۱، ۲۰۰۶، ص ۲). اینک به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و هم‌چنین ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در کشور، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است (طیسی و همکاران، ۱۳۸۶، ص ۸۴). توسعه گردشگری، به ویژه در کشورهای کم‌تر توسعه یافته، عامل موثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که ارزهای به دست آمده از فعالیت‌های گردشگری، در تنظیم تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها، به ویژه کشورهای کم‌تر توسعه یافته که معمولاً وابسته به محصول‌اند، موثر واقع شده است (کاظمی، ۱۳۸۶، ص ۷). هدف اصلی در بسط معنایی گردشگری پایدار، ارایه روش‌های منطقی در بهره‌گیری از منابع طبیعی و انسانی و ممانعت از به کارگیری غیر علمی این منابع است. در واقع گردشگری پایدار حاصل تلاش در دستیابی به توسعه پایدار در تمامی زمینه‌هاست (پاپلی یزدی، ۱۳۸۶، ص ۱۰۸). توسعه پایدار به معنای تلفیق اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی برای حداکثر سازی رفاه انسان فعلی بدون آسیب به توانایی‌های آتی برای بر آوردن نیازها می‌باشد (زاهدی، ۱۳۸۲، ص ۴۹). به منظور برنامه‌ریزی صحیح توریسم و برای توسعه یکپارچه آن در کشور، شناخت قطب‌های گردشگری هر ناحیه امری ضروری است. چرا که اغلب طرح‌های توسعه توریسم بر اساس جاذبه‌ها و فعالیت‌های مرتبط با محیط‌های طبیعی، میراث‌های فرهنگی و تاریخی صورت می‌گیرد. در این بین استان لرستان با توجه به برخورداری از تنوع آب و هوایی، رودهای پرآب، چشم‌اندازهای بدیع طبیعی، تالاب‌ها، آبشارها، دریاچه‌ها، جنگل‌ها و مراتع سرسبز به علاوه تاریخ و تمدن کهن و وجود آثار باستانی و تاریخی که گویای قدمت این منطقه است، دارای پتانسیل‌های زیادی در جهت جذب گردشگران می‌باشد. با توجه به محرومیت استان لرستان و درصد بالای بیکاری جوانان در این استان، لازم است با استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌ها در جهت رفع محرومیت، ایجاد اشتغال و کسب درآمد از راه‌های مختلف اقدام شود که یکی از این قابلیت‌ها و

امکانات، بهره‌برداری حداکثر از توان بالای این منطقه برای توسعه توریسم در وجوه مختلف آن می‌باشد که در این تحقیق به عنوان هدف اساسی تحقیق، ضمن بررسی نقاط قوت و ضعف درونی و فرصت و تهدیدهای بیرونی به پی‌جویی رهیافت‌ها و استراتژی‌های توسعه توریسم مبتنی بر توانمندی‌های منطقه پرداخته‌ایم.

روش تحقیق

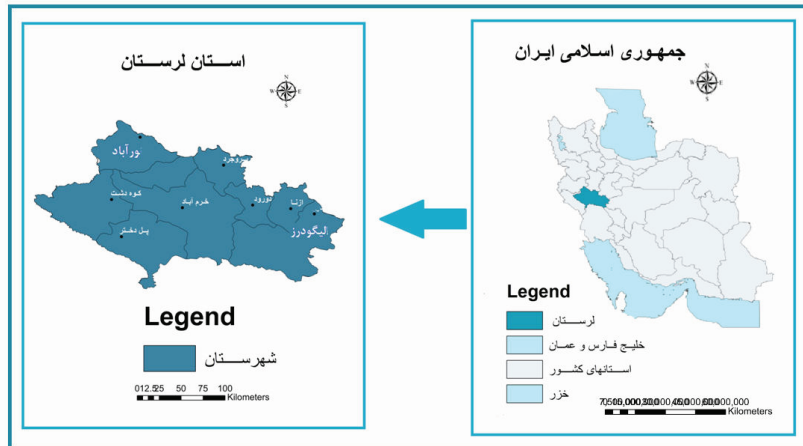
این تحقیق به لحاظ هدف، کاربردی- توسعه‌ای است و روش تحقیق آن روش توصیفی- تحلیلی می‌باشد. برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز، از مطالعات کتابخانه‌ای و همچنین بررسی‌های میدانی از قبیل مصاحبه، مشاهده و بازدید از جاذبه‌ها صورت گرفته و با توجه به اطلاعات به‌دست آمده، جاذبه‌ها، امکانات، خدمات و وضعیت کلی گردشگری در استان لرستان مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. در مرحله بعد، جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارایه استراتژی‌های توسعه گردشگری در استان لرستان از تکنیک SWOT بهره گرفته شد. بدین منظور فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها مورد شناسایی قرار گرفت و با توجه به عوامل چهارگانه SWOT، پرسشنامه‌هایی تنظیم گردید. جهت تعیین حجم نمونه از بین مسئولان و کارشناسان حوزه گردشگری ۱۰۰ نفر انتخاب شد. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی ساده بوده است. جهت آزمون فرضیات تحقیق از T تک جامعه‌ای، بهره گرفته شده است. اینک با توجه به مباحث مطرح شده و با عنایت به موضوع تحقیق در پی یافتن پاسخ سوالات اساسی تحقیق شامل موارد ذیل بوده‌ایم؛

۱. آیا محیط درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) در توسعه گردشگری استان لرستان تاثیرگذار هستند؟
۲. آیا محیط بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدات) در توسعه گردشگری استان لرستان تاثیرگذار هستند؟
۳. کدام استراتژی‌ها به منظور توسعه گردشگری منطقه در اولویت قرار می‌گیرند؟

قلمرو مکانی تحقیق

استان لرستان با ۲۸۰۶۴ کیلومتر مربع وسعت، ۱/۷ درصد از مساحت کشور را در بر گرفته است. این استان که جزء استان‌های غربی ایران محسوب می‌شود، نقشه شماره (۱)

بین ۳۲ درجه و ۴۰ دقیقه تا ۳۴ درجه و ۲۳ دقیقه عرض شمالی و بین ۴۶ درجه ۵۰ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۱۰ دقیقه طول شرقی واقع شده است (سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، ص ۱۳۸۴). لرستان از قدیم الایام سرزمین اقوامی بوده است که به آسیانیکوس یا آرتیک مشهورند. از بازماندگان شناخته شده این اقوام می‌توان به گوتی‌ها و کاسی‌ها اشاره کرد که در کردستان، لرستان و بختیاری سکنی داشته‌اند (غضنفری، ۱۳۷۲، ص ۱۳).



شکل ۱: موقعیت استان لرستان. منبع: (نگارندگان، ۱۳۹۰)

سه ویژگی عمده استان لرستان

استان لرستان به دلیل داشتن سه ویژگی عمده، می‌تواند به یکی از قطب‌های گردشگری داخلی و خارجی تبدیل شود. این ویژگی‌ها عبارتند از:

الف - سابقه تاریخی: لرستان به دلیل داشتن شرایط طبیعی به عنوان یکی از قدیمی‌ترین سکونت‌گاه‌های انسان در جهان شناخته شده است. مثلاً اقوام کاسیت که شهرت آنان در ساخت اشیای مفرغی زبانزد باستان شناسان جهان است، از قرن دوازدهم تا ششم پیش از میلاد، در این مرز و بوم می‌زیسته‌اند. یادگارهای باقی مانده از آنان هم اکنون در جهان از ارزش بالایی برخوردار است. از دوره‌های مختلف تاریخ ایران نیز، همچون دوره‌های مادها، هخامنشیان، سلوکیان، اشکانیان، ساسانیان و دوره‌های تاریخی پس از اسلام، در استان آثار بسیار ارزشمندی بر جای مانده است.

ب- طبیعت زیبا و متنوع: سیمای طبیعی لرستان، از کوه‌های سر برافراشته اشترانکوه و گرین و سفید کوه گرفته تا دشت‌ها و دره‌های سرسبز و پرآب، آبشارها و رودهای زیبا،

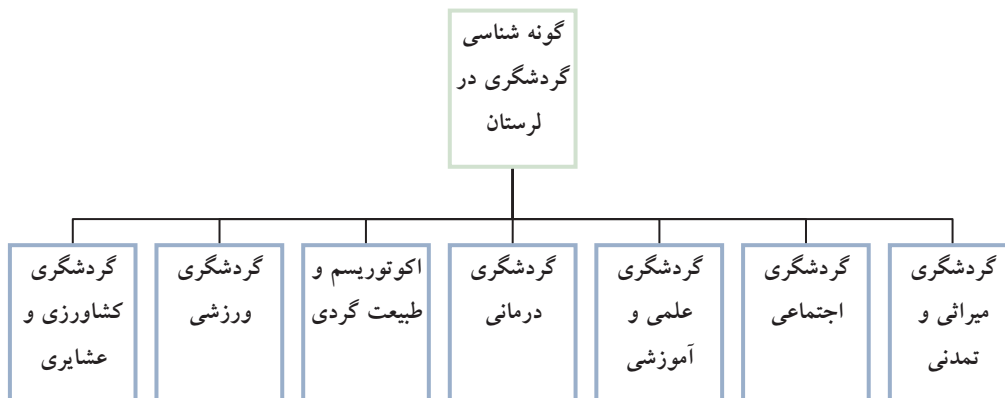
همه و همه دارای تصاویر دل انگیز و چشم‌اندازهایی بدیع است که هر بیننده‌ای را به شگفتی و تحسین وا می‌دارد. تنوع آب و هوایی استان نیز چنان است که فاصله زمستان تا بهار را می‌توان در مسافتی کوتاه پیمود.

ج- نقش ارتباطی: استان لرستان پیوند دهنده نیمه شمالی کشور با نیمه جنوب غربی کشور است و در تابستان مسافران از نواحی جنوب و جنوب غربی به نواحی شمالی مسافرت می‌کنند و در زمستان سیر حرکت عکس می‌شود (علی یاری، ۱۳۸۴، ص ۵۹).

گونه‌شناسی گردشگری بر اساس جاذبه‌های آن در لرستان

بررسی و طبقه‌بندی انواع سفرهای گردشگری و گونه‌شناسی آن یکی از مهم‌ترین ابعاد صنعت گردشگری است و در این راستا می‌توان بر اساس عوامل زیر طبقه‌بندی‌های مختلفی نیز ارائه کرد؛

دلایل و انگیزه سفر، مدت سفر، زمان سفر، نوع جاذبه‌های گردشگری و چگونگی سازماندهی مسافرت (حیدری، ۱۳۸۷، ص ۳۸). در این بین با توجه به نوع جاذبه‌های گردشگری یک گونه‌شناسی از پتانسیل‌های گردشگری استان لرستان ارائه شد و در جداول (۱، ۲، ۳ و ۴) برخی از جاذبه‌های مرتبط معرفی گردیده و سپس مسیرهای عمومی گردشگری در استان بر اساس جاذبه‌های گردشگری در جدول شماره (۵) ارائه شده است.



نمودار ۱: گونه‌شناسی گردشگری در استان لرستان منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۰).

جدول (۱) گونه گردشگری اکوتوریستی در استان لرستان

گونه	زیر گونه ها
اکوتوریسم	مناطق حفاظت شده: منطقه حفاظت شده اشترانکوه - منطقه حفاظت شده سفید کوه
	آبشار: آبشار بیشه پوران - آبشار شیرز - شویو - کهمان - گل هو - تاف (نوژیان) - وارک - قلعه خان جان - معمولان - چکان و...
	رودخانه: رودخانه خرم آباد - کشکان - سزار - مابره - تیره و سیلاخور - سیمره - جزمان رود - آب سرخ - آب سفید - شباندر - آب گورکش - با لارود - آب واسک - گهر رود - آب ملایر - آب گل گل - گابان و...
	چشمه و سراب: چشمه آب ارم - آب گرداب دارایی - اراز - کیان - هفت چشمه - دره خونی - قلقلی - سیاب - نایی - آب گرداب دارایی - سراب جانیزه - زرشکه - چشمه‌های وفایی - سراب غار تندر - گایکان - سردره - رودکو
	دریاچه: گهر - کیو
	تالاب: زردابه - تکانه - لفانه ۱ و ۲ - سیاه - بلمک - جمجمه - کبود - گلم سوزه - پیکه - بیشه دالان و...
	کوه: غالیه کوه - اشتران کوه - تمندر - اقر - بلال - تخت کلا - تخت شاه - خرگوش‌تیناب - دستگرد - سرسبز - سفید - قالی کوه - کازینستان - گرین - گریچه - مبتکان - میش پرور - موبلی راه - میر - ولاش - هرا - هفت تنان - مخمل کوه و ...
	پوشش گیاهی: بنه - بلوط - ارس - زالزالک - پسته - گلابی - گیلاس وحشی و ...
	حیات وحش: خرس قهوه‌ای - سمر - سنجاب - گراز - کفتار - روباه - بز کوهی - قوچ - آهو - پلنگ - لک لک - حواصیل - انواع غاز و مرغابی - شاهین - عقاب - و ...

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۰)

جدول ۲: گونه‌های گردشگری اجتماعی، علمی - آموزشی و درمانی در استان لرستان

گونه	زیر گونه ها
گردشگری اجتماعی	دیدار و شناخت مردمان اقوام، طوایف و مذاهب دیگر
	دیدار اقوام و آشنایان
گردشگری علمی - آموزشی	تحصیل (آموزش‌های کوتاه مدت و بلند مدت در لرستان)
	کنفرانس‌ها - سمینارها و همایش‌ها
	آموزش ژئو (به عنوان مثال تنگه شیرز کوه‌دشت) - غارهای لرستان - اشکال آهکی
گردشگری درمانی	اقلیم متناسب و کوهستانی
	چشمه‌های معدنی: چشمه‌های گوگردی گراب - گرخوشاب - ایلرد
	گیاهان دارویی: گل گاوزبان - خاکشیر - آویشن - ترنجبین - هلیله - ریحان - بنفشه - پرسیاوش - کاسنی - شقایق - لاله - زنبق - شیرین بیان و...

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۰)

جدول ۳: گونه گردشگری میراثی و تمدنی در استان لرستان

گونه	زیر گونه ها
گردشگری میراثی و تمدنی	آثار باستانی: قلعه کوهزاد - غار همیان ۱- غار همیان ۲ - غار مسکون و مقوش میر ملاث - غار کنجی - غار گراجنه - غار قمری - غار یافته - غار پاسنگر - غار دوشه - معبد مهری - معبد سرخ دم لری و لکی - کتیبه دره حوض موسی - تپه پیاره - تپه ماسور - تپه باستانی چغابل و ...
	آثار تاریخی: قلعه فلک الافلاک - مناره آجری - گرداب سنگی - طاق شکسته - مسجد جامع بروجرد - خانه همایونی - خانه سلطانی - کاروانسرای گوشه شهنشاه - کاروانسرای چشمک - کاروانسرای میش وند - پل خرم آباد - پل شاپوری - پل گاومیشان - حمام گپ - حمام آسیا - قلعه رزه - قلعه شینه - قلعه گریت - قلعه سیله - قلعه زلال انگیز - سنگ نبشته های دوره صفویه خرم آباد - بازار میرزا سید رضا - بازار قدیمی بروجرد - آسیاب گبری - مسجد امام بروجرد - پل بلدختر - کاخ ساسانی - پل چالان چولان و ...
	آثار فرهنگی و سنتی: موزه مردم شناسی خرم آباد - کنسرت های مجاز لری - صنایع دستی استان (صنایع دستی لرستان در سه نوع متمایز عشایری، روستایی و شهری شکل می گیرند و بیش تر تولیدات صنایع دستی عشایری به مصرف خانوار می رسند و کم تر به بازار عرضه می شوند. انواع صنایع دستی عشایر لر عبارتند از: سیاه چادر، چیت، قالی و گلیم. صنایع دستی روستایی را قالی، گلیم، رنگرزی و جاجیم تشکیل می دهند و عمده صنایع دستی شهری نیز خراطی، ورشوسازی، قالی و گلیم بافی هستند) غذاهای محلی - موسیقی و ...
	گردشگری مذهبی: امام زاده قاسم ازنا - امام زاده جعفر بروجرد - امام زاده حیات الغیب حومه خرم آباد - امامزاده محمد کوهدشت - بقعه شاهزاده احمد خرم آباد - امام زاده محسن بروجرد - امام زاده ویلیان بروجرد - ابوالوفا کوهدشت - داوود رشید کوهدشت و ...

منبع: (یافته های پژوهش، ۱۳۹۰)

جدول ۴: گونه های گردشگری ورزشی، روستایی و عشایری در استان لرستان

گونه	زیر گونه ها
گردشگری ورزشی	انجام فعالیت های ورزشی: ورزش های زمستانی در تونل برفی ازنا - اسب سواری و سوار کاری در دشت های کوهدشت - کوهنوردی در کوه های استان و ...
	دیدار از مسابقات ورزشی: دیدار از مسابقات ورزشی در استان لرستان مانند اجرای مسابقات مردان آهنین در بروجرد
گردشگری روستایی (کاشاورزی) و عشایری	دیدار از مزارع و باغات: باغ های انار تنگ سیاب کوهدشت - مزار گندم و ...
	دیدار از زندگی عشایری: ایل های بیرانوند - بالاگریوه - باجولوند (سگوند - سادات) - سلسله و دلفان (حسنوند) - حاجی وند - ممیوند - عبدالوند
	دیدار از روستاهای گردشگری: روستای بیشه - روستای ونایی - روستای شول آباد - روستای چنارستان

منبع: (یافته های پژوهش ۹ ۱۳۸۹)

مدل SWOT و تحلیل آن

یکی از مناسب‌ترین مدل‌های برنامه‌ریزی، تجزیه و تحلیل استراتژیک از طریق ماتریس SWOT (تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات) است که امروزه به عنوان ابزاری نوین برای تحلیل عملکردها و وضعیت‌ها مورد استفاده طراحان و ارزیابان استراتژیک قرار می‌گیرد. بنابراین در این تحقیق، از این روش استفاده شده است. قلمرو ماتریس SWOT وسیع و گسترده است و در واقع یک چهارچوب مفهومی برای تحلیل‌های سیستمی محسوب می‌شود که امکان بررسی عوامل و مقایسه تنگناها، تهدیدات، جنبه‌های آسیب‌زنده، فرصت‌ها، تقاضاها و موقعیت‌های محیط بیرونی را همراه با نقاط قوت و ضعف‌ها و موقعیت‌های درونی سیستم و نهایتاً تدوین استراتژی متناسب با آن را به وجود می‌آورد (ابراهیم زاده، ۱۳۸۹، ص ۷۳) البته ترکیب و تلفیق این عوامل با یکدیگر در واقع، مبنای تدوین چهار نوع استراتژی به شرح زیر می‌باشد. (جدول شماره ۵)

(۱) تلفیق نقاط قوت و فرصت SO

(۲) تلفیق نقاط قوت و تهدید ST

(۳) تلفیق نقاط ضعف و فرصت WO

(۴) تلفیق نقاط ضعف و تهدید WT

از این رو در برنامه‌ریزی راهبردی لازم است برای تدوین راهبرد نهایی، همه عوامل به مثابه بخشی از روند برنامه‌ریزی راهبردی در چارچوب روش تجزیه و تحلیل SWOT در نظر گرفته شود و برنامه‌های راهبردی یکی از راه‌های مهم حمایتی برای تصمیم‌گیری و استفاده‌های مشترک در تحلیل عوامل داخلی و خارجی محیط به شمار می‌آید که با تعریف نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدهای سازمان می‌توان راهبردهایی ساخت که مبنای آن استفاده از فرصت‌ها، از بین بردن ضعف‌ها و مقابله با تهدیدهاست (یوکسل^۱ و همکاران، ۲۰۰۷، ص ۳۳۶۵).

جدول ۵: استراتژی‌های چهارگانه ماتریس SWOT و نحوه‌ی تعیین آن

ماتریس SWOT	نقاط قوت (S)		نقاط ضعف (W)	
	فهرست می‌شود	(نقاط قوت فهرست می‌شود)	فهرست می‌شود	(نقاط ضعف فهرست می‌شود)
فرصتها (O)	استراتژی‌های SO [حداکثر - حداکثر]		استراتژی‌های WO [حداقل - حداکثر]	
فرصت‌ها فهرست می‌شود	با بهره‌گیری از نقاط قوت از فرصت‌ها استفاده می‌شود.		با بهره‌گیری از فرصت‌ها نقاط ضعف از بین برده می‌شود.	
تهدیدها (T)	استراتژی‌های ST [حداکثر - حداقل]		استراتژی‌های WT [حداقل - حداقل]	
تهدیدها فهرست می‌شود	برای احتراز از تهدیدات از نقاط قوت استفاده می‌شود.		نقاط ضعف را کاهش می‌دهد و از تهدیدها پرهیز می‌شود.	

منبع: (دیوید، ۱۳۸۸، ص ۳۶۵ و ابراهیم زاده، ۱۳۸۹، ص ۷۵)

تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری استان لرستان

با توجه به اینکه الگو SWOT، یکی از روش‌های مورد استفاده برای سازماندهی عوامل خارجی در قالب مقوله‌های فرصت‌ها و تهدیدات و عوامل داخلی، اعم از قوت‌ها و ضعف‌هاست. اینک این روش برای تجزیه و تحلیل عوامل تاثیرگذار و فراروی گردشگری استان لرستان با استفاده از عوامل موثر، درجه‌بندی و با توجه به اهمیت هریک از عوامل تاثیرگذار به شرح زیر مورد استفاده قرار می‌گیرد.

- عوامل خارجی موثر بر گردشگری استان لرستان

هدف این مرحله کند و کاو آثار محیط خارجی گردشگری، جهت شناسایی فرصت و تهدیدهایی است که گردشگری استان لرستان با آن روبرو است.

- عوامل داخلی موثر بر گردشگری استان لرستان

هدف این مرحله، سنجش محیط داخلی گردشگری جهت شناسایی نقاط قوت و ضعف است؛ یعنی جنبه‌هایی که در راه دست یابی به اهداف برنامه‌ریزی و اجرای تکنیک‌های آن، زمینه‌های مساعد یا بازدارنده مورد توجه است.

برای تهیه و ساخت جدولی از این عوامل و چگونگی تاثیرگذاری آنها بر کارکردهای گردشگری و تحلیل آن مراحل زیر انجام گرفته است؛

- در ستون یک (عوامل خارجی و داخلی)، مهم‌ترین قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و

تهدیدهایی را مشخص می‌نماییم.

- در ستون دو میانگین وزن دیدگاه مسئولان و کارشناسان آورده شده است.
- در ستون سه رتبه‌بندی عوامل بر اساس میانگین وزنی آنها آورده شده است.
- جدول ۶: نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی موثر بر توسعه گردشگری استان لرستان**

رتبه	میانگین	عوامل کلیدی محیط درونی
۱۲	۲/۸۹	S1 - وجود روزنامه های محلی و استانی و شبکه استانی لرستان
۱۰	۳/۵۳	S2 - وجود جاذبه های انسان ساخت مدرن
۱۱	۳/۲۹	S3 - هزینه کم برای سفر در استان لرستان
۴	۳/۸۷	S4 - باور مسئولین به اهمیت گردشگری در قرن ۲۱
۹	۳/۵۶	S5 - وجود نیروی انسانی جوان و کار آمد
۵	۳/۸۳	S6 - نزدیکی به مراکز عمده گردشگر فرصت
۷	۳/۷۵	S7 - موقعیت استان لرستان (اتصال دهنده استانهای جنوبی و شمالی کشور)
۳	۳/۹۷	S8 - وجود اقلیم ۴ فصل
۱	۴/۲۳	S9 - وجود جاذبه های طبیعی و چشم اندازهای زیبا
۸	۳/۶۳	S10 - تنوع زندگی عشایری، روستایی و شهری
۲	۴	S11 - وجود جاذبه های فرهنگی - تاریخی
۶	۳/۷۷	S12 - وجود راه ارتباطی ریلی به استان
۱۴	۲/۸۹	W1 - عدم توجه به زیبا سازی شهرها
۱۱	۳/۲۱	W2 - عدم ارائه خدمات اطلاعات گردشگری
۱	۴/۷۵	W3 - عدم سرمایه گذاری خصوصی (داخلی و خارجی)
۷	۳/۴۷	W4 - کمبود پژوهش های توسعه گردشگری
۸	۳/۳۹	W5 - عدم نگرش علمی به گردشگری
۵	۳/۶۲	W6 - ضعف تبلیغات گردشگری
۱۵	۲/۸۴	W7 - عدم وجود بازارچه های محلی در سطح استان
۴	۳/۸۷	W8 - نامناسب بودن زیر ساخت ها ، تسهیلات و خدمات گردشگری
۱۲	۳/۱۷	W9 - عدم شناخت بازارهای گردشگری هدف
۱۰	۳/۲۴	W10 - ضعف در پرواز هواپیمایی استان
۱۳	۳/۰۴	W11 - نبود تمرکز و همگرایی در تصمیمات موثر و کارآمد در بخش گردشگری
۲	۳/۹۳	W12 - عدم اختصاص اعتبارات ارزی و ریالی کافی
۶	۳/۶۱	W13 - سیاست های ضعیف استخدامی
۹	۲/۸۹	W14 - فعال نبودن گردشگری درون استانی
۳	۳/۹۰	W15 - برنامه ریزی نامناسب کاربری زمین و سایت های مناسب برای توسعه گردشگری

اینک باید گفت با توجه به جدول شماره (۶)، مهم‌ترین قوت‌ها عبارتند از: وجود جاذبه‌های طبیعی و چشم اندازهای زیبا با میانگین ۴/۲۳ در رتبه اول، وجود جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی با میانگین ۴ در رتبه دوم، وجود اقلیم ۴ فصل با میانگین ۳/۹۷ در رتبه سوم و مهم‌ترین ضعف‌ها عبارتند از: عدم سرمایه‌گذاری خصوصی (داخلی و خارجی) با میانگین ۴/۷۵ در رتبه اول، عدم اختصاص اعتبارات ارزی و ریالی کافی با میانگین ۳/۹۳ در رتبه دوم، برنامه‌ریزی نامناسب کاربری زمین و سایت‌های مناسب برای توسعه گردشگری با میانگین ۳/۹۰ در رتبه سوم.

جدول ۷: نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری استان لرستان

رتبه	میانگین	عوامل کلیدی محیط بیرونی
۸	۳/۹۳	O1 - افزایش انگیزه برای تفریح و گردشگری
۷	۳/۹۵	O2 - به کارگیری روش‌های مناسب مدیریت گردشگری پایدار
۵	۳/۹۸	O3 - حفاظت از آثار تاریخی و فرهنگی
۲	۴/۱۲	O4 - وجود بازارهای بزرگ گردشگری در ایران و کشورهای حاشیه خلیج فارس
۱	۴/۱۸	O5 - اشتغال زایی
۶	۳/۶۷	O6 - گسترش آتی گردشگری در منطقه
۳	۴/۱۲	O7 - کسب درآمد
۴	۴/۳	O8 - حفاظت از محیط زیست
۲	۴/۰۲	T1 - فرسایش آثار باستانی و تاریخی
۱	۴/۴۵	T2 - آلودگی محیط زیست (آب، خاک و هوا)
۷	۲/۹۸	T3 - عدم وجود تحقیقات و ارزیابی رضایتمندی گردشگران
۹	۲/۲۸	T4 - شلوغی و تراکم جمعیت در برخی از نقاط گردشگر پذیر
۵	۳/۲۸	T5 - از بین رفتن فرهنگ بومی و سنتی
۶	۳/۱۱	T6 - گران شدن برخی از کالاها و خدمات
۱۰	۲/۰۱	T7 - از بین رفتن پوشش گیاهی و فرسایش خاک
۸	۲/۹۱	T8 - ازدیاد تخلیفات
۳	۳/۶۹	T9 - موازی کاری ارگان‌های دولتی و کمبود منابع انسانی در برنامه ریزی و توسعه گردشگری
۴	۳/۵۰	T10 - عدم ارایه مجوز و تسهیلات از سوی دولت

با توجه به جدول شماره (۷)، مهم‌ترین فرصت‌ها عبارتند از: اشتغال‌زایی با میانگین ۴/۱۸ در رتبه اول، وجود بازارهای بزرگ گردشگری در ایران و کشورهای حاشیه خلیج فارس با میانگین ۴/۱۲ در رتبه دوم و کسب در آمد با میانگین ۴/۱۲ در رتبه سوم. مهم‌ترین تهدیدات عبارتند از: آلودگی محیط زیست (آب، خاک و هوا) با میانگین ۴/۴۵ در رتبه اول، موازی کاری ارگان‌های دولتی و کمبود منابع انسانی در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری با میانگین ۳/۶۹ در رتبه سوم قرار دارند.

اینک به منظور بررسی چگونگی تاثیرگذاری محیط بیرونی و درونی SWOT در توسعه گردشگری استان لرستان سوالات تحقیق مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌گیرند.

بررسی میزان اثرگذاری محیط درونی در توسعه گردشگری استان لرستان

جدول ۸: آزمون T تک نمونه‌ای نظرات مسؤولان و کارشناسان در تاثیرگذاری محیط درونی بر توسعه

گردشگری لرستان

متغیر	میانگین	رتبه آزادی	آماره	سطح معناداری	اختلاف میانگین	کران پایین	کران بالا
محیط درونی	۹۹/۷۹۰۰	۹۹	۱۹/۴۸۷	۱۸/۷۹	۱۶/۸۷۶	۲۰/۷۰۳۳

منبع: (تحلیل یافته‌های حاصل از پرسش‌نامه، ۱۳۹۰)

اینک با توجه به داده‌های جدول (۸) حاصل از آزمون T تک نمونه‌ای جهت بررسی نظرات مسؤولان و کارشناسان نشانگر آن است که T محاسبه شده برای این نظرات (۱۹/۴۸۷) با درجه آزادی ۹۹ در سطح ۹۹ درصد کوچک‌تر از ۰/۰۱ می‌باشد ($p < 0/01$) لذا تفاوت‌های مشاهده شده به لحاظ آماری در سطح ۹۹ درصد معناداری می‌باشد. بنابراین تفاوت مشاهده شده بین نظرات مسؤولان و تاثیر محیط درونی در توسعه گردشگری استان لرستان رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به مثبت بودن کران بالا و کران پایین، میانگین نظرات مسؤولان و کارشناسان از حد متوسط بالاتر می‌باشد.

جدول ۹: آزمون T تک نمونه‌ای نظرات مسؤولان و کارشناسان در تاثیرگذاری محیط بیرونی بر توسعه

گردشگری لرستان

متغیر	میانگین	رتبه آزادی	آماره	سطح معناداری	اختلاف میانگین	کران پایین	کران بالا
محیط درونی	۶۴/۷۸	۹۹	۱۱/۴۴۰	۱۰/۷۸	۸/۹۱۰۲	۱۲/۶۴۹۸

منبع: (تحلیل یافته‌های حاصل از پرسش‌نامه، ۱۳۹۰)

نتایج حاصل از داده‌های جدول (۹) آزمون T تک نمونه‌ای نشانگر آن است که T محاسبه شده (۱۱/۴۴۰) با درجه آزادی ۹۹ در سطح ۹۹ درصد کوچک‌تر از ۰/۰۱ می‌باشد ($p < 0/01$) لذا تفاوت‌های مشاهده شده به لحاظ آماری در سطح ۹۹ درصد معنادار می‌باشد. بنابراین تفاوت مشاهده شده بین نظرات مسؤولان و کارشناسان در تاثیر محیط بیرونی بر توسعه گردشگری استان لرستان، رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به مثبت بودن کران بالا و کران پایین، میانگین نظرات از حد متوسط بالاتر می‌باشد.

تدوین راهبردهای توسعه گردشگری استان لرستان

راهبرد تهاجمی (پیشینه - پیشینه (SO)

این مجموعه از ترکیب نقاط قوت و فرصت‌ها به وجود آمده است. در این راهبردها بهره‌گیری از نقاط قوت و فرصت‌های مهیا شده از سوی محیط بیرونی استفاده می‌شود و پتانسیل‌ها و قابلیت‌های نهفته و بالقوه را در این استراتژی به حداکثر می‌رسانند که عبارتند از؛

So1- طراحی مناسب الگوهای رفتاری گردشگران از جاذبه‌های گردشگری استان

So2- برگزاری مسابقات و ورزش‌های زمستانه

So3- برگزاری تورهای کوهنوردی در استان

So4- برگزاری سمینارها و همایش‌ها در خصوص گردشگری استان لرستان

So5- به کارگیری مشوق‌ها از طرف دولت جهت جذب سرمایه‌گذاری

So6- تعیین تقویم آسایش اقلیم برای ۱۲ ماه از سال

So7- توسعه تسهیلات برای گردشگران ترانزیتی

So8- به کارگیری متخصصان گردشگری در مشاغل مربوطه و امر پژوهش

راهبرد اقتضایی (پیشینه - کمینه) (ST)

این مجموعه از ترکیب و تحلیل نقاط قوت درونی با تنگناها و تهدیدات بیرونی شکل می‌گیرد، در این راهبردها از نقاط قوت درونی جهت کاهش یا رفع خطرات و تهدیدات محیط خارجی استفاده می‌شود.

St1- بهره‌برداری بهینه وساماندهی مطلوب منابع آبی با توجه به جنبه‌های طبیعی و

زیبا شناختی و با هدف جذب اکوتوریسم

St2_ ایجاد تورهای گردشگری در شرایط و رویدادهای مختلف

St3- ساخت برنامه‌های مستند از جاذبه‌ها و گونه‌های گردشگری در استان لرستان

St4 - گونه شناسی گردشگری در استان و برنامه‌ریزی در جهت توسعه آنها

راهبرد انطباقی یا راهبرد کمینه - بیشینه (WO)

این مجموعه از ترکیب و تعدیل نقاط ضعف درونی با بهره‌گیری از فرصت‌های محیط بیرونی شکل می‌گیرد. بر اساس این مجموعه راهبردها با کاستن از نارسایی‌ها و نقاط ضعف درونی میزان استفاده و بهره‌مندی از فرصت‌های بیرونی را ارتقا می‌بخشند.

Wo1 - تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه‌ها و فرآورده‌های

گردشگری و جلوگیری از تخریب، آلودگی و از بین رفتن منابع

Wo2 - تنظیم استانداردهای توسعه و طراحی خدمات مهمانداری و گردشگری و

ایجاد یک سیستم کنترل و نظارت بر کیفیت خدمات واحدهای اقامتی و رستوران‌ها در بخش گردشگری و مهمانداری.

Wo3- ترمیم بافت‌های فرسوده شهرها

Wo4 - ارزیابی و ارتقای رضایت‌مندی گردشگران با نظرسنجی از آنها

Wo5 - حمایت بیش‌تر دولت از بخش‌های مرتبط با گردشگری در امر تحقیقات

بازاریابی، برای جمع‌آوری اطلاعات به هنگام در جهت تامین نیازهای گردشگران

Wo6 - تنوع بخشیدن به امکانات و خدمات و فعالیت‌های توریستی به منظور جلب

رضایت گردشگران

دفاعی یا کمینه - کمینه (WT)

این راهبردها با تعدیل نقاط ضعف درونی منطقه و تهدیدات خارجی شکل می‌گیرد. در واقع این راهبرد تلاش می‌کند تا از میزان ضعف و نارسایی و تنگناهای درونی و تهدیدات خارجی کاسته شود و از طریق ترمیم نقاط ضعف برای برون رفت از تهدیدات خارجی استفاده می‌کنند.

Wt1 - حمایت قانونی از سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی و فراهم کردن زمینه

جذب آن

Wt2 - تفویض برخی از اختیارات تصمیم‌گیری به سازمان میراث فرهنگی و

گردشگری لرستان

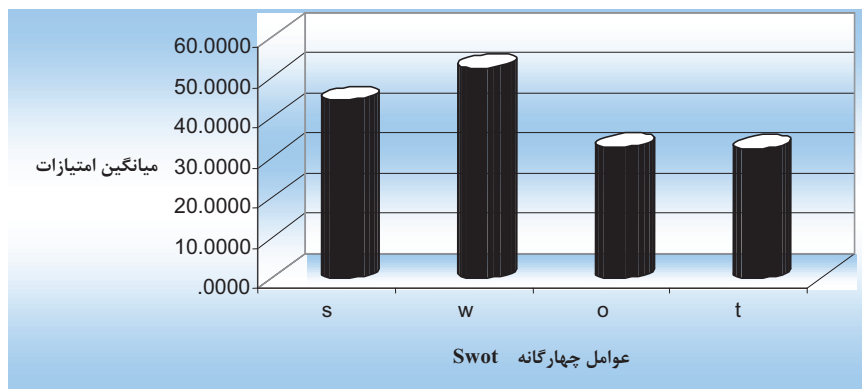
- Wt3 - برنامه‌ریزی مناسب برای ایجاد تسهیلات
- Wt4 - فعال کردن گردشگری داخلی در استان
- Wt5 - توسعه و بهسازی شبکه ارتباطی استان به ویژه مسیرهای منتهی به جاذبه‌ها
- Wt6 - تهیه نقشه مسیر دسترسی به جاذبه‌ها
- Wt7 - تلاش برای برقراری ارتباط بیشتر با قطب‌های گردشگری کشور و استفاده از تجارب کارشناسی آنها
- Wt8 - برنامه‌ریزی در خصوص جذب گردشگران سایر کشورها
- Wt9 - ایجاد بازارچه‌های محلی برای فروش صنایع دستی استان لرستان
- اینک بمنظور اجرایی نمودن استراتژی‌های ارایه شده نیاز به اولویت‌بندی آنها می‌باشد که با توجه به میانگین‌های تاثیرگذار بر هر یک از استراتژی‌ها در مرحله بعدی اولویت‌بندی‌ها ارایه شده‌اند.

اولویت‌بندی استراتژی‌ها

از مقایسه عوامل داخلی و خارجی در ماتریس SWOT استراتژی‌های برتر از میان این استراتژی‌های اولیه انتخاب گردید. فرایند اولویت بندی استراتژی‌های مهم‌تر توسعه گردشگری استان لرستان در دو گام زیر صورت پذیرفت:

گام اول: اولویت‌بندی عوامل چهارگانه swot (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات)

در این مرحله میانگین نظرات مسئولان و کارشناسان در عوامل چهارگانه گرفته شده و نتایج در نمودار شماره (۲) آورده شده است. نتایج نشان می‌دهد که ضعف‌ها با میانگین ۵۲/۳ در رتبه اول، قوت‌ها با میانگین ۴۴/۳۲ در رتبه دوم، فرصت‌ها با میانگین ۳۲/۵۵ در رتبه سوم و تهدیدات با رتبه ۳۲/۲۳ در رتبه چهارم قرار می‌گیرند.



شکل ۲: اولویت بندی عوامل چهارگانه SWOT (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات).
منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۰)

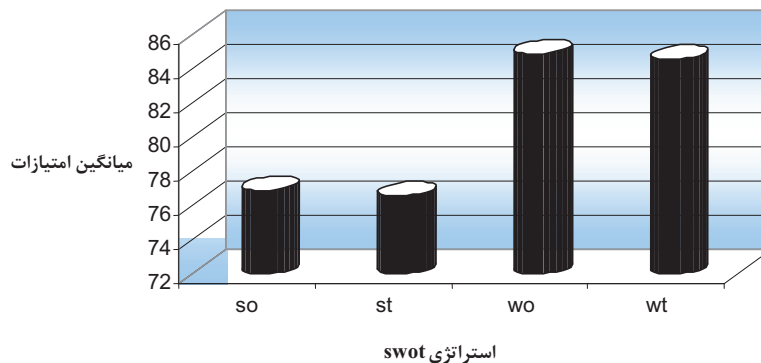
گام دوم: اولویت‌بندی استراتژی‌های برتر

به طور کلی استراتژی‌ها و اولویت‌هایی که قابلیت اجرایی شده دارند، تعیین کننده استراتژی‌های برتر به منظور بهبود کارکردها در بخش گردشگری استان لرستان می‌باشند. از این رو استراتژی‌های برتر و رهگشا در برنامه‌ریزی با توجه به نمودار شماره (۳) از ترکیب عوامل چهارگانه SWOT به دست می‌آیند، با توجه به این نمودار میانگن عوامل دو به دو با هم جمع شده‌اند.



شکل ۳: نحوه تولید استراتژی‌ها و به دست آوردن میانگین استراتژی‌ها
منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۰)

سپس نتایج نهایی اولویت بندی استراتژی ها در نمودار شماره (۴) آورده شده است، این نتایج نشان داد که استراتژی های WO با میانگین ۸۴/۸۵ در رتبه اول، استراتژی های Wt با میانگین ۸۴/۵۳ در رتبه دوم، استراتژی های SO با میانگین ۷۶/۸۷ در رتبه سوم و استراتژی های St با میانگین ۷۶/۵۵ در رتبه چهارم قرار دارند.



شکل ۴: اولویت بندی استراتژی های قابل قبول توسعه گردشگری استان لرستان

منبع: (یافته های پژوهش، ۱۳۹۰)

نتیجه

استان لرستان به لحاظ گردشگری پذیر بودن دارای پتانسیل های طبیعی، فرهنگی و انسان ساخت فراوانی می باشد که تاکنون اقدامات موثری در جهت شناسایی و استفاده از آنها صورت نگرفته است و همچنین با توجه به فراوانی و تنوع جاذبه های گردشگری در آن، در صورت توجه و برنامه ریزی مسئولان و سیاست گذاران، این جاذبه ها می توانند گردشگران بسیار زیادی را به استان لرستان جذب کنند، که با توجه به یافته های عارف (۲۰۱۱) با مشارکت این امر به نوبه خود فرصت های شغلی زیادی را نیز در استان بوجود می آورد و از مهاجرت های بی رویه در سطح استان جلوگیری می نماید. با توجه به یافته های طبیعی و همکاران (۱۳۸۶) توسعه گردشگری سبب رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی می شود و در راستای یافته های کاظمی (۱۳۸۶) توسعه گردشگری موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می شود.

نتایج حاصل از تحلیل و آزمون فرضیه‌های این تحقیق نشان داد که هم محیط درونی و هم محیط بیرونی با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ در سطح ۹۹ درصد در توسعه گردشگری و جلب گردشگر به استان لرستان تاثیرگذار می‌باشند، لذا با توجه به تاثیرگذاری هر دو محیط، استراتژی‌های راهگشا و کاربردی به منظور برون رفت از وضع موجود در وهله اول و خلق فضایی مناسب جهت توسعه و گسترش هر چه بیشتر صنعت گردشگری در این استان، ارایه گردید و در نهایت استراتژی‌ها با توجه به میانگین وزن‌های ارایه شده با طیف لیکرت توسط مسؤلان و چگونگی شکل‌گیری استراتژی‌ها از محیط درونی و بیرونی (شکل ۳) رتبه‌بندی شدند و استراتژی‌های WO در اولویت اجرایی قرار گرفت که می‌بایست در وهله اول اموری چون: ۱. تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه‌ها و فرآورده‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب، آلودگی و از بین رفتن منابع ۲. تنظیم استانداردهای توسعه و طراحی خدمات مهمان‌داری و گردشگری و ایجاد یک سیستم کنترل و نظارت بر کیفیت خدمات واحدهای اقامتی و رستوران‌ها در بخش گردشگری و مهمان‌داری ۳. ترمیم بافت‌های فرسوده شهرها ۴. ارزیابی و ارتقای رضایت‌مندی گردشگران با نظرسنجی از آنها ۵. حمایت بیشتر دولت از بخش‌های مرتبط با گردشگری در امر تحقیقات بازاریابی، برای جمع‌آوری اطلاعات به هنگام در جهت تامین نیازهای گردشگران، به موقع اجرا گذاشته شود و پس از تحقق این مهم در وهله دوم به‌منظور توسعه بلند مدت گردشگری استراتژی‌های SO به شرح زیر در اولویت برنامه‌ریزی قرار گیرند: ۱. طراحی مناسب الگوهای رفتاری گردشگران از جاذبه‌های گردشگری استان ۲. برگزاری مسابقات و ورزش‌های زمستانه ۳. برگزاری تورهای کوهنوردی در استان ۴. برگزاری سمینارها و همایش‌ها در خصوص گردشگری استان لرستان ۵. به کارگیری مشوق‌ها از طرف دولت جهت جذب سرمایه‌گذاری ۶. تعیین تقویم آسایش اقلیم برای ۱۲ ماه از سال ۷. توسعه تسهیلات برای گردشگران ترانزیتی ۸. به کار گیری متخصصان گردشگری در مشاغل مربوطه و امر پژوهش در استان.

پیشنهادات

۱. تهیه آرم گردشگری استان لرستان جهت ایجاد علاقه و شناخت (تهیه آرم قلعه فلک افلاک به‌عنوان نماد تاریخی، آبشار بیشه نماد طبیعی، ورشو و کمانچه نماد فرهنگی، نقاشی‌های باستانی همیان کوه‌دشت نماد باستانی).

۲. توسعه تلاش‌های بازاریابی در راستای جلب گردشگر از استان‌های همجوار (بخش‌بندی بازارهای جغرافیایی استان‌های همجوار مانند خوزستان، کرمانشاه، مرکزی، اصفهان و ...)
۳. ارایه تخفیف از سوی هتل‌ها به صورت مستقیم به گردشگران و تورگردان‌ها (ارایه تخفیف در جهت ایجاد انگیزه گردشگری)
۴. معرفی مقاصد گردشگری لرستان بر حسب طبقات مختلف گردشگران از جمله گردشگران تاریخی - فرهنگی و اکوتوریستی (مقاصد تاریخی - فرهنگی مانند قلعه فلک الافلاک - مناره آجری - گرداب سنگی - طاق شکسته - مسجد جامع بروجرد - خانه همایونی - خانه سلطانی - کاروان‌سرای گوشه شهنشاه، موزه مردم‌شناسی خرم‌آباد - کنسرت‌های مجاز لری - صنایع دستی استان و اکوتوریستی مانند: آبشار بیشه پوران - آبشار شیرز - شویو - کهمان، رودخانه خرم‌آباد - کشکان - سزار - مابره - تیره و سیلاخور - سیمره، گهر، چشمه آب ارم - آب گرداب دارابی - اراز - کیان - هفت چشمه).
۵. انجام برنامه‌های خاص تبلیغاتی برای جلب قشر بازنشسته کشور (بازاریابی بازنشستگان).
۶. تدوین استراتژی معرفی صنایع دستی لرستان (مصرف و به کارگیری انواع صنایع دستی در هتل‌ها، دانشگاه‌ها، ادارات، نهادها، مساجد، پادگان‌ها و ...).
۷. ارایه تسهیلات ویژه گردشگری ارزان برای دانش‌آموزان و دانشجویان (طراحی بن خرید سوغات برای دانشجویان و دانش‌آموزان).
۸. برگزاری تورهای ویژه برای ستارگان ورزشی، سینما و موسیقی ایران (مانند برگزاری مسابقات ورزشی در این استان).
۹. ایجاد مراکز اطلاع‌رسانی در مبادی ورودی اصلی گردشگری استان (اطلاع‌رسانی در جاده اسلام‌آباد - خوزستان که از غرب استان لرستان می‌گذرد).
۱۰. برگزاری مسابقات ورزشی زمستانه در تونل برفی ازنا
۱۱. برگزاری کنسرت‌های محلی (لکی و لری).
۱۲. تبلیغ جاذبه‌ها در شبکه افلاک در جهت فعال کردن توریسم درون‌استانی (مانند ژئوتوریسم دره شیرز کوه‌دشت، گردشگری روستایی بیشه، گردشگری مذهبی امامزاده محمد(ع)، جشن انار در کوه‌دشت و ...)
۱۳. تلاش در جهت ثبت جهانی جاذبه‌های گردشگری استان لرستان (مانند نقاشی‌های

همیان (۲).

۱۴. ایجاد امکانات بین راهی در سطح استان (امکانات برای گردشگران عبوری از استان به واسطه اینکه لرستان اتصال دهنده استان‌های شمالی و جنوبی کشور است مانند امکانات برای گردشگران مذهبی که از غرب استان وارد دروازه زیارتی مهران ایلام می‌شوند).
۱۵. راه اندازی تورهای تشویقی و تخفیفی از سراسر کشور (تورهای تشویقی برای کارمندان نمونه و ...).
۱۶. تلاش نمایندگان استان در مجلس شورای اسلامی در معرفی استان به عنوان یک منطقه بالقوه توریستی و جذب بودجه در این راستا.
۱۷. همکاری با استان‌های همجوار برای برگزاری تورهای مشترک (همکاری با استان کرمانشاه و خوزستان برای برگزاری تورهای گردشگری).

منابع و مأخذ

۱. ابراهیم زاده عیسی ، الهام ایزدفر (۱۳۸۸) تحلیلی بر مکان یابی فرودگاه بین المللی شهید بهشتی اصفهان با استفاده از الگوی راهبردی SWOT ، مجله ی جغرافیا و توسعه ی ناحیه ای، شماره ۱۳، پاییز و زمستان، دانشگاه مشهد. ص ۲۳۷-۲۶۰
۲. ابراهیم زاده عیسی (۱۳۸۹) آمایش سرزمین و برنامه ریزی محیطی در جنوب شرق ایران، انتشارات موسسه اطلاعات، تهران.
۳. الوانی مهدی ، شاهرخ دهدشتی (۱۳۷۳) اصول و مبانی جهانگردی، انتشارات بنیاد مستضعفان، تهران.
۴. پاپلی یزدی محمد حسین ، مهدی سقایی، (۱۳۸۶)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت).
۵. حیدری رحیم، (۱۳۸۷)، مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت).
۶. رضوانی علی اصغر، (۱۳۸۶)، جغرافیا و صنعت توریسم: انتشارات پیام نور.
۷. رنجبریان بهرام، زاهدی محمد، (۱۳۸۸). شناخت گردشگری نشر چهار باغ اصفهان.
۸. رنجبریان محمد ، محمد زاهدی (۱۳۸۶)، بررسی اثرات تکرار سفر به اصفهان بر میزان رضایت گردشگران خارجی، مجله ی جغرافیا و توسعه ی ناحیه ای، شماره نهم، ص ۶۵-۷۸
۹. زاهدی شمس السادات، (۱۳۸۲)، چالشهای توسعه پایدار از منظر اکوتوریسم: مدرس دوره ۷، شماره ۳.
۱۰. سازمان جغرافیای نیروهای مسلح، (۱۳۸۴)، اطلس راهنمای استانهای ایران. ص ۸۹-۱۰۳
۱۱. طیبی سید کمیل، بابکی روح اله، جباری امیر (۱۳۸۶). بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی ایران پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، شماره بیست و ششم. ص ۸۳-۱۱۰
۱۲. علی یاری حسین ، سید مهرعلی موسوی ، احمد کوشکی، (۱۳۸۴)، جغرافیای استان لرستان: سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی.
۱۳. غضنفری حسین (۱۳۷۲)، لرستان در گذر تاریخ: سازمان میراث فرهنگی کشور
۱۴. موسایی، میثم، (۱۳۸۳). تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۲. ص ۲۲۵-۲۴۴
۱۵. میکاییلی علیرضا (۱۳۷۹)، برنامه ریزی توریستی بر اساس اصول اکولوژیکی: پژوهشهای جغرافیایی، شماره ۳۹. ص ۲۱-۲۸
۱۶. میر کاظمیان مریم السادات (۱۳۸۶)، اطلس ژئوتوریسم استان لرستان (www.ngdir.ir)
۱۷. ناصرپور نادر (۱۳۸۲) بررسی و تبیین موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان و ارائه راهکارهای مناسب در این زمینه، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه مازندران به راهنمایی دکتر مهرداد مدهوشی و محمد رضا زالی.

۱۸. نوری جعفر، مجید عباسپور، بیژن مقصدلو کمالی (۱۳۸۵): ارزیابی زیست محیطی سیاستهای استراتژیک توسعه صنعتی ایران با استفاده از رویکرد تحلیل عوامل استراتژیک (SWOT)، علوم تکنولوژی محیط زیست، شماره ۲۹، صص ۲۵-۳۷

- 19.19- Aref, Fariborz (2011), Sense of Community and Participation for Tourism Development, life Science Journal, Volume8 Issue1
- 20.20 - Coccosis, H and M,E, Constantoglou(2006),The use typologies in tourism planning problems and conflicts,46th Congress of the European regional Science association(ERSA),university of Thessaly – Department of planning and Regional Development
- 21.21- Holjeva, Ivanka (2003)" a vision of tourism and the hotel industry in the 21 century, hospitality management; vol 22 Lin
- 22.22 -Yuksle, İhsan and Metin Dagdeviren (2007), Using the Analytic Network Process (ANP) in a SWOT Analysis - A Case Study for a Textile Firm, Journal of Information Sciences, Vol. 177, Issue 16, Aug., pp 3364–3382