



تدوین سناریوهای توسعه گردشگری بارویکرد آینده پژوهی (نمونه موردی: شهرستان خرم آباد)

لیلا خادمی^۱، حسن ایزدی^۲، علی سلطانی^۳

DOI:10.22034/jtd.2022.336256.2594

چکیده

امروزه، توسعه گردشگری به منزله یکی از راهکارهای مهم برای دستیابی به توسعه پایدار شناخته می‌شود و در برنامه‌های توسعه کشورهای گوناگون جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده است. هدف این پژوهش تعیین سناریوهای توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی در شهرستان خرم‌آباد است. پژوهش حاضر، از حیث هدف، کاربردی و، از نظر ماهیت، تحلیلی - اکتشافی و مبتنی بر روش‌های آینده‌پژوهی است. روش گردآوری اطلاعات اسنادی و میدانی و جامعه آماری این پژوهش ۱۴ نفر کارشناس در زمینه گردشگری و برنامه‌ریزی فضایی بوده‌اند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل اثر متقابل و نرم‌افزارهای میک‌مک و سناریو ویزارد استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که ۱۲ عامل کلیدی در توسعه گردشگری در ناحیه مورد مطالعه تأثیرگذار هستند که این عوامل براساس تحلیل‌های سناریونویسی ۳۶ وضعیت احتمالی را شکل دادند. بعد از تحلیل وضعیت‌های احتمالی، ۳ سناریو با امتیاز بسیار بالا و احتمال وقوع قوی، ۱۱ سناریوی باورکردنی و ۳۴۷۱ سناریو با احتمال ضعیف در توسعه گردشگری نشان داده شده است. همچنین، سناریوی ایستا با روندی مطلوب به منزله محتمل‌ترین سناریو شناخته شده است. در نهایت، برای سناریوی منتخب راهبردهایی در زمینه توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد پیشنهاد شده است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۱۷

واژه‌های کلیدی:

گردشگری، توسعه گردشگری، آینده‌پژوهی، سناریونویسی، شهرستان خرم‌آباد

مقدمه

فرهنگی - اجتماعی و زیست محیطی تأثیرگذار است (Kazemi, 2006: 4). در واقع، گردشگری صنعتی در هم تنیده و تحت تأثیر فعالیت‌ها، بخش‌های محلی و از خدمات پایه تا خدمات پیشرفته قرار می‌گیرد (Cole & Razak, 2009: 336). همچنین، رشد اقتصادی انگیزه‌ای برای کشورهای در حال توسعه است که بتوانند از قابلیت این صنعت برای تولید، کسب درآمد، جذب ارز، جذب فزاینده سرمایه‌گذاری‌های بین‌المللی، افزایش درآمدهای مالیاتی و تولید مشاغل نو بهره‌مند شوند (Hekmatnia, 2020: 72). به علاوه، در کشورهای

گردشگری پدیده‌ای تاریخی است که در جوامع شهری و منطقه‌ای وجود داشته است و به تدریج و در مراحل گوناگون تاریخ موضوعی فنی، اقتصادی و فرهنگی - اجتماعی شده است. در واقع، این صنعت منشوری چندبعدی است که هر بُعد با برخی جنبه‌ها و نیازهای زندگی انسان و تأثیرات آن مواجه می‌شود (Najafi et al., 2016: 7). گردشگری در عصر حاضر صنعتی پویا، پاک و محرک اقتصادی محسوب می‌شود که در ابعاد گوناگونی همچون اقتصادی، سیاسی،

۱. کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.

۲. استادیار بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسئول). izady@shirazu.ac.ir

۳. استاد بخش شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.



منطقه است (Taghvaei & Hosseinekhah, 2018: 10). به‌منظور شناخت گردشگری و برنامه‌ریزی برای آن باید متوجه این مسئله باشیم که جزء جدانشدنی فرایند برنامه‌ریزی پرداختن به آینده است (Beheshti & Zali, 2011: 42). امروزه، در عرصه برنامه‌ریزی رویکردهای آینده‌پژوهی مشتمل بر تلاش‌هایی است که با بررسی منابع، عوامل تغییر یا ثبات به تجسم آینده‌های بالقوه و با کنترل و مدیریت آینده به برنامه‌ریزی گردشگری می‌پردازد (Dadazade-Silabi & Ahmadifard, 2019: 75).

برنامه‌ریزی برای آینده گردشگری، براساس نیازها یا محدودیت‌ها، عاملی برای موفقیت در جهان نیست (Fattahzadeh et al., 2020: 111)؛ چراکه نظام‌های اجتماعی، اقتصادی، طبیعی و غیره برآمده از گردشگری به‌سرعت در حال دگرگونی هستند و این دگرگونی‌ها سبب شکل‌گیری عدم قطعیت‌ها می‌شود که همین امر ضرورت آینده‌پژوهی در این صنعت را دوچندان می‌کند (Kok et al., 2011: 838). اما، برای ایفای نقش آینده، برنامه‌ریزی باید با تکیه بر عدم قطعیت‌ها و تحولات آینده سناریوسازی شود و با توجه به مسائل چالش‌برانگیز کنونی و آینده متناسب با قابلیت‌ها و ظرفیت‌های جامعه انجام شود (Ahadnejad et al., 2018: 16). لذا، استفاده از شیوه سناریو در زمینه گردشگری برای برنامه‌ریزی و درک توسعه، که با عدم قطعیت‌های ذاتی همراه است، می‌تواند بسیار مؤثر واقع شود (Oana et al., 2011: 246) و همین امر منجر شده که از آینده‌پژوهی در صنعت گردشگری مبتنی بر سناریو به‌منزله ستون فقرات گردشگری یاد کنند (Hasani & Rahimzadeh, 2019: 141).

ایران یکی از قدیمی‌ترین تمدن‌های جهان به‌شمار می‌رود که جایگاه منحصر به فردی در نقشه جهانی گردشگری دارد (Zali & Atrian, 2016: 108) و شهرستان خرم‌آباد نیز یکی از مستعدترین مناطق گردشگری این کشور است که به‌منزله یکی از نخستین سکونتگاه‌های انسانی شناخته می‌شود، از لحاظ تاریخی، قدمتی طولانی دارد. همچنین، این منطقه جزء یکی از پرآب‌ترین مناطق ایران و دارای مناظر دیدنی و طبیعی فوق‌العاده همچون قلعه فلک‌الافلاک، دریاچه کیو، بام لرستان، حمام گپ، آبشار بیشه و آبشار نورزبان است. این شهرستان، با وجود دارا بودن ظرفیت‌های گردشگری، جزء مناطق محروم کشور به‌شمار می‌آید و آمار و ارقام موجود نشان از بیکاری جوانان، ضعف و عدم برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح این صنعت در

کمتر توسعه‌یافته، رونق گردشگری عامل مؤثری در مقابله با فقر اقتصادی شناخته می‌شود که، به‌تبع آن، رونق اقتصادی، بهبود کیفیت زندگی و رونق رفاه اجتماعی به وقوع می‌پیوندد. شاید به همین دلایل است که لوئیس ترنر اعتقاد دارد که گردشگری امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی است که در جهان سوم می‌تواند جانشینی برای دیگر صنایع درآمدزا باشد (Lea, 1999: 1).

گردشگری، در طول چند دهه گذشته، رشد و توسعه چشم‌گیری را تجربه کرده (Shafiee et al., 2018: 96) و یکی از مهم‌ترین عوامل رشد اشتغال محسوب می‌شود (El-Gohary, 2016: 125) که نقش بسیار مهمی در اقتصاد جهانی دارد (Nazmfar & Alibakhshi, 2022: 60). رشد اقتصادی برای بسیاری از کشورها قابلیت چشم‌گیری برای توسعه آینده دارد و افراد در تمام سطوح و مشاغل در جامعه تحت تأثیر این رشد سریع و مهم قرار می‌گیرند که می‌تواند به مزیت رقابتی در بازار جهانی گردشگری منجر شود (Stauvermann & Kumer, 2017: 229). به همین منظور، مزیت رقابتی فشار زیادی را به مقصد وارد می‌کند تا راه‌هایی بهتر و منحصربه‌فرد برای رقابت و تمایز کالاهای ارائه‌شده از مقاصد دیگر پیدا کنند (Okumus et al., 2012: 639). گستره صنعت گردشگری چنان است که ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی، ۷ درصد از تجارت بین‌المللی و ۳۰ درصد از خدمات را در جهان به خود اختصاص داده است و، طبق گزارش‌های سازمان جهانی گردشگری، از هر ۱۰ شغل در جهان یک شغل با گردشگری ارتباط مستقیم دارد (Chebli, 2020: 198). با توجه به رشد گسترده گردشگری، جهان در آغاز هزاره جدید، دولت‌ها و جوامع محلی را مجبور کرده است تا اهمیت حفظ و تقویت مکان‌هایی را که گردشگری در آن اتفاق می‌افتد به رسمیت بشناسند (Bricker & Schultz, 2011: 215). همچنین، ویژگی‌های منحصر به فرد محصولات سفر و گردشگری از جمله مشارکت بالای گردشگران در شکل‌گیری محصولات، تجربه محور بودن کالاهای گردشگری و ناملموس بودن آن را به صنعتی تبدیل می‌کند که به دست آوردن اطلاعات و برنامه‌ریزی برای آن اهمیت بسیاری دارد (Chung & Han, 2017: 370-371). همین امر منجر شد که اهمیت گردشگری مورد توجه برنامه‌ریزان قرار بگیرد (Rahnama et al., 2018: 38) و برنامه‌ریزان بیان می‌کنند که گردشگری صنعتی است که توسعه آن نیازمند شناخت و آگاهی کافی از مسائل و عوامل مؤثر اقتصادی و فرهنگی - اجتماعی در هر



متحد، گردشگری نوعی فعالیت است که در فضایی شهری اتفاق می‌افتد و شامل طیف وسیع و متفاوتی از تجربیات اجتماعی، طبیعی، فرهنگی، فناوری و معماری است (Haghzad et al., 2020: 175).

گردشگری دارای آثار مثبت و منفی بسیاری است (Hidayati et al., 2016: 652) و باید در نظر داشته باشیم که توسعه گردشگری آثار گوناگونی همچون آثار اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی و زیست‌محیطی در کشورهای مقصد به همراه دارد. مهم‌ترین اثر توسعه گردشگری در اغلب کشورها رونق اقتصادی آن است (Mohammadi, 2016: 30). صنعت گردشگری می‌تواند به تحریک اقتصادهای محلی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، افزایش فعالیت و کسب‌وکار و بهبود زیرساخت‌های جامعه منجر (Kim et al., 2013: 248) و موتور محرک رشد و توسعه کشورها محسوب شود (Liang & Hui, 2016: 151). پول‌هایی که گردشگران و مسافران برای خرید کالا و خدمات در کشور مقصد هزینه می‌کنند در واقع همان منافع و درآمد مستقیم در صنعت گردشگری است. این پول‌ها سبب به جریان افتادن چرخه اقتصاد محلی، تحرک چندباره اقتصادی و افزایش سطح درآمد مردم می‌شود (Herman & Hawkins, 1989: 214). در واقع، گردشگری، از طریق چرخه چندباره اقتصادی، ظرفیت‌هایی برای احیای اقتصادهایی که در معرض بحران و رکود هستند ایجاد می‌کند (Law, 1996: 22). از دیگر ملاحظات توسعه گردشگری در هر منطقه آثار فرهنگی - اجتماعی گردشگری آن است که بررسی آثار آن از آثار اقتصادی و زیست‌محیطی مشکل‌تر است (Nazmfar & Alibakhshi, 2022: 62). عوامل فرهنگی - اجتماعی باید به صورت دوجانبه شکل گیرند و ارتقا یابند. دو مقوله مهم در گسترش صنعت گردشگری فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌پذیری است که می‌تواند در الگوی رفتاری و سبک و کیفیت زندگی جامعه میزبان و گردشگران مؤثر باشد (Hakkak et al., 2020: 185). گردشگری نیز دارای آثار زیست‌محیطی گسترده‌ای است؛ چراکه محیط بستر فعالیت‌های گردشگری بسیاری از جاذبه‌های گردشگری را شکل می‌دهد. به همین منظور، برای بهره‌مندی صحیح از محیط طبیعی می‌بایست توسعه و مدیریت گردشگری با محیط سازگار باشد (Movahed, 2015: 179).

امروزه، توسعه صنعت گردشگری به یکی از این موضوعات مهم و اساسی تبدیل شده است که می‌تواند با بهره‌گیری از رویکرد آینده‌نگری و سناریونویسی به

شهرستان و، به تبع آن، سهم ناچیز آن در درآمد شهرستان است و این خود اهمیت برنامه‌ریزی در حوزه گردشگری را نشان می‌دهد؛ چراکه با گسترش صنعت گردشگری، به‌منزله صنعتی که با حوزه‌های گوناگونی در تعامل است، می‌توان شاهد رشد و توسعه اقتصادی - اجتماعی همه‌جانبه بود. با افزایش تغییرات، اتکا به روش‌های برنامه‌ریزی مبتنی بر پیش‌بینی جواب‌گویی نیاز مدیریتی نیست. لذا، برای دستیابی به موفقیت، باید برنامه‌ریزی‌ها مبتنی بر عدم قطعیت‌ها همراه با نگاه به آینده و شناسایی سناریوها باشند. از این رو، با توجه به شرایط نامطلوب گردشگری در منطقه و ضرورت توسعه گردشگری در شهرستان برای تسهیل رشد اقتصادی و بالا بردن کیفیت زندگی مردم منطقه، لازم است برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در منطقه با رویکرد آینده‌پژوهی مبتنی بر سناریونویسی انجام شود. بنا بر ماهیت این پژوهش، هدف این پژوهش پاسخ به این سؤالات است: چه عواملی در توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد مؤثر هستند؟ چه سناریوهای احتمالی برای آینده گردشگری شهرستان وجود دارند؟ چه راهبردها و سیاست‌هایی برای آینده گردشگری مبتنی بر سناریو محتمل وجود دارند؟

مروری بر ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش

مفاهیم گردشگری و سفر واژه‌هایی هستند که امروزه در میان اقشار مردم و متخصصان صنعت گردشگری بسیار رایج هستند (Dashtlaali et al., 2020: 128). در واقع، گردشگری برای همه افراد تجربه‌ای را فراهم می‌کند، به طوری که هرکسی، بدون در نظر گرفتن توانایی‌ها، سن، نژاد، جنس، عقاید، ایدئولوژی یا پیشینه فرهنگی، بتواند از آن لذت ببرد (Polat & Hermans, 2016: 127). ریشه این واژه از اصطلاح tornus یونانی و لاتین گرفته شده که یکی از معانی آن گردش کردن یا گشتن است و با پسوند ism به صورت اسم مصدر tourism یا گردشگری درآمده است. واژه توریست به کسی اطلاق می‌شود که صرف نظر از کنجاوی به قصد تفنن و تفریح سفر می‌کند. نخستین بار واژه توریسم در سال ۱۸۱۱ در مجله انگلیسی Sporting Magazine مطرح شد. در آن زمان، این لغت به معنای مسافرت با هدف بازدید از آثار تاریخی و جاذبه‌های طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت (Seidaie & Hedayati Moghadam, 2011: 99). براساس تعریف سازمان جهانی گردشگری ملل



روند اقتصادی و افزایش کیفیت زندگی افراد منجر شود (Taghvaei & Hosseinekhah, 2018: 9). در واقع، آینده‌پژوهی نشان‌دهنده روندهای آتی و پیش‌بینی تحولات در آینده است که این فعالیت‌ها با عدم قطعیت‌های محیطی و تحولات سریع از طریق خلاقیت و ایجاد فرصت‌های غیرمنتظره و پیش‌رفتن در اقتصادی پویا همراه است (Varum et al., 2011: 19). گردشگری می‌تواند اساس و پایه راهبرد رشد و توسعه در آینده بیشتر کشورها باشد و در نتیجه مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گیرد (Aktas et al., 2014: 494). همچنین، اهمیت بحث آینده‌نگری در صنعت گردشگری و برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو ستون فقرات برنامه‌ریزی گردشگری محسوب می‌شود، اما با وجود مطالعاتی که اخیراً در این حوزه انجام شده است، مطالعات آینده‌نگاری گردشگری و برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو هنوز در دوران ابتدایی رشد خود هستند که این امر ضرورت توجه و دقت نظر بیشتر در این زمینه را نشان می‌دهد (Hasani & Rahimzadeh, 2019: 141).

در زمینه گردشگری، تحقیقات بسیاری شده است، اما در زمینه آینده‌پژوهی و سناریونویسی پژوهش‌های مختصری انجام شده است که به شرح برخی از آن‌ها می‌پردازیم.

زالی و عطریان (۲۰۱۶) در مقاله‌ای به تدوین سناریوهای توسعه گردشگری منطقه‌ای بر اساس اصول آینده‌پژوهی در استان همدان پرداختند که، پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، به ۱۴ عامل کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری استان همدان دست یافتند. این عوامل شامل بودجه، طرح جامع گردشگری، سیاست‌های کلان، دانش فنی، هماهنگ‌سازی سازمان‌ها و برنامه‌های آموزشی رسانه‌ها، سیاست‌های تشویقی، قوانین و مقررات گردشگری، هماهنگ‌سازی سازمان‌ها و برنامه‌های آموزشی، رقابت، خدمات رفاهی، فرهنگ پذیرش گردشگر، تأسیسات زیربنایی و بخش خصوصی است. برای این عوامل، ۴۱ وضعیت احتمالی تهیه و تنظیم شد که بعد از تحلیل وضعیت‌های احتمالی، ۴۱۱ سناریو با احتمال وقوع ضعیف، ۱۴ سناریو باورنکردنی و ۵ سناریو با احتمال وقوع قوی در توسعه گردشگری استان همدان شناسایی شد.

حسینی و رحیم‌زاده (۲۰۱۹) در پژوهشی به آینده‌نگاری صنعت گردشگری در شهر تهران پرداختند. آن‌ها از روش‌های کارگاه آینده، پنل خبرگان و سناریونگاری بر اساس عدم قطعیت‌های بحرانی استفاده

کردند. تحقیق آن‌ها به چهار سناریوی مستقل برای آینده گردشگری شهر تهران رسید که به ترتیب عبارت هستند از «تهران مخوف»، «تهران: میزبان مهمانان سرزده»، «تهران چشم‌انتظار» و «تهران: بازدید برای عموم آزاد» نام‌گذاری شدند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که، جز در سناریوی «تهران: بازدید برای عموم آزاد»، وضعیت گردشگری تهران خوب نیست و این صنعت نمی‌تواند به اقتصاد شهری تهران کمک کند.

سرایی و همکاران (۲۰۲۰) به شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری در شهر میبد پرداختند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که، از میان ۱۴ عامل کلیدی، ۵ پیشران حیاتی (جاذبه، تاریخ، اقتصاد، مدیریت و برنامه‌ریزی) عوامل مؤثر و کلیدی توسعه صنعت گردشگری شهر میبد محسوب می‌شوند که، بر این اساس، پیشران‌های حیاتی در ۳ حالت با ۳ وضعیت تدوین شدند و ۸۲ درصد وضعیت‌ها نشان از مطلوبیت گردشگری پایدار داشتند. در نتیجه، مطلوب‌ترین سناریوی پیشنهادشده سناریوی میبد طلایی بود که مبتنی بر تنوع جاذبه‌های گردشگری و ایجاد امکانات رفاهی همراه با مدیریت و برنامه‌ریزی مناسب است.

نظم‌فر و علی‌بخشی (۲۰۲۰) در پژوهش خود به آینده‌پژوهی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری پرداختند. در این پژوهش، با استفاده از نرم‌افزار میک‌مک، ۱۴ عامل کلیدی از جمله طرح جامع گردشگری، رسانه‌ها، سیاست‌های تشویقی، سیاست‌های کلان دولت، تأسیسات زیربنایی، مراکز تفریحی، برنامه‌ریزی، توزیع امکانات، افزایش انگیزه‌بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری، مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری گردشگری، امکانات امنیتی، بودجه، وجود چشمه‌های آب گرم و معدنی، بهبود سامانه‌های اطلاع‌رسانی، همچون وب‌گاه و وبلاگ به منزله کلیدی در توسعه استان اردبیل مشخص شدند. در نهایت، با تحلیل‌های انجام‌شده از روایی سناریوها توسط کارشناسان، سناریوی ایستای پژوهش (سناریوی باورکردنی) به منزله محتمل‌ترین سناریو در افق ۱۴۰۴ تعیین شد.

قهرمانی‌فرد و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهش خود به شناخت پیشران‌های حیاتی مؤثر در توسعه گردشگری در کلان‌شهر تبریز پرداختند. در این پژوهش، از بین ۳۸ شاخص مؤثر شناخته‌شده در توسعه گردشگری شهری تبریز، ۱۰ شاخص به منزله پیشران حیاتی مشخص



سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها را برای توسعه گردشگری به عاملی مهم برای گردشگری تبدیل کند، به‌ویژه شرایطی برای جذب بیشتر گردشگر و بهبود شرایط زیرساخت‌های محلی و همچنین بهبود خدمات برای جلب بازدیدکنندگان فراهم کند.

هارتمن و همکاران (2020) در مقاله‌ای به بررسی آینده مدیریت مقاصد گردشگری در کشور هلند پرداختند. روش تحقیق این پژوهش به صورت کیفی و همراه با مصاحبه بوده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ایجاد شبکه‌های بازیگر مولد در دستور کار سیاسی بر آینده مقاصد گردشگری در کشور هلند بسیار حائز اهمیت است.

نعمت‌پور و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای به بررسی سامانمند توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی و سناریونویسی پرداختند. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار میک‌مک و نرم‌افزار سناریوی ویزارد تجزیه و تحلیل شد. نتایج روش میک‌مک نشان داد که ۱۰ متغیر از نظر تأثیر در سیستم توسعه بازار گردشگری ایران نقش کلیدی دارند. در مرحله دوم مطالعه، ۳۴ حالت ممکن از متغیرهای کلیدی تعریف شد. نتایج روش سناریو نشان داد که چهار سناریو دارای سازگاری قوی هستند و در میان آن‌ها تنها یکی دارای ویژگی‌ها و شرایط ایدئال و مطلوب برای اجرا است.

پژوهش‌های داخلی بسیاری در زمینه گردشگری انجام شده است که هرکدام از آن‌ها بر موضوعات متفاوتی تأکید دارند، اما آنچه این پژوهش را از سایر آن‌ها متمایز می‌کند تفاوت در نمونه موردی و بررسی متغیرهای گوناگون و متناسب با نمونه موردی است؛ زیرا هر منطقه مشکلات و بحران‌های خود را دارد و نمی‌توان همه عوامل توسعه گردشگری را به سایر مناطق تعمیم داد. همچنین، با توجه به مسائل روز گردشگری، عواملی مانند رفع تحریم‌ها و تنش‌ها و شیوع بیماری‌های همه‌گیر همانند بیماری کرونا در این پژوهش گنجانده شده است که این عوامل در سایر پژوهش‌های پیشین مدنظر نبوده است. بنابراین، در این تحقیق، تلاش شده است، با تعیین عوامل کلیدی مؤثر و سناریوی منتخب، راهبردهای مؤثری برای رشد و توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد پیشنهاد شود.

معرفی محدوده مورد مطالعه

این شهرستان در مرکز نیمه غربی استان لرستان و در ۴۱ درجه و ۴۷ دقیقه تا ۵۷ درجه و ۴۸ دقیقه و ۵۶ درجه و ۳۲ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۳۳ دقیقه عرض شمالی

شدند. در بین پیشران‌های کشف‌شده، پیشران فرهنگ با امتیاز ۱۱۰۷ بالاترین و پیشران تبلیغات با امتیاز ۶۹۵ کمترین امتیاز را کسب کردند. این پژوهش، درکل، وضعیت تحقق پیشران‌های کشف‌شده در شهر تبریز را در وضعیت مطلوبی شناسایی نکرد.

چی و وین (2012) در پژوهش خود به ۱۱ عامل اصلی مؤثر در توسعه گردشگری ویتنام می‌رسند که عبارت هستند از گروه ۱: مؤلفه‌های داخلی صنعت گردشگری (سیستم مدیریت گردشگری، زیرساخت‌های گردشگری، زیرساخت‌های اجتماعی، بیمه اقتصادی برای مهمان‌نوازی، کاربرد فناوری در گردشگری)، گروه ۲: مؤلفه‌های خارجی مؤثر در صنعت گردشگری (محیط سیاسی، محیط فرهنگی، محیط رقابتی) و گروه ۳: منابع گردشگری (حس خوب حفاظت از محیط زیست، منابع طبیعی و ارزش فرهنگی). همه این عوامل تأثیری مثبت در توسعه گردشگری ویتنام دارند، اما به ترتیب بیشترین تأثیر را گروه ۱، گروه ۳ و گروه ۲ دارند.

انوار و همیلتون (2015) در پژوهشی به بررسی آینده گردشگری ۲۰۲۰ پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که، در آینده، صنعت گردشگری جهانی تحت تأثیر پنج عامل کلیدی انسانی، جغرافیایی، اقتصادی، فناوری و محیط زیست قرار خواهد گرفت. این عوامل به احتمال زیاد موجب می‌شود که مدیران راهبردهای گوناگونی را برای یافتن راه‌های جدید برای حفظ موقعیت خود در بازارهای جهانی در پیش بگیرند.

استراوسون و کومار (2017)، در نتایج پژوهش خود با عنوان «رشد بهره‌وری و درآمد در بخش گردشگری جهانی»، دریافته‌اند که افزایش در بهره‌وری نیروی کار به تقاضا برای گردشگری مثبت و آثار مفید منجر می‌شود، در غیر این صورت نتایج منفی خواهد داشت.

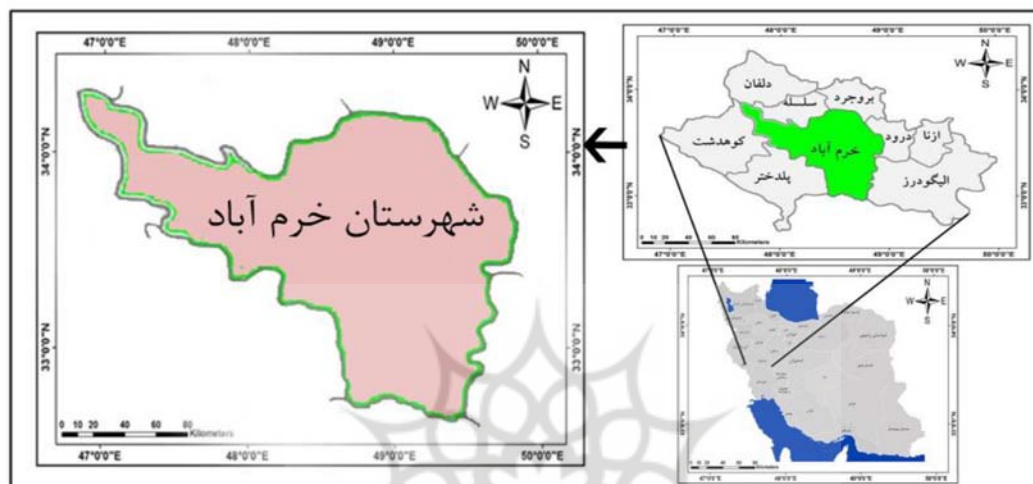
چیم میکی و باتیستا کانیو (2018) در مقاله‌ای به بررسی توسعه نوعی مدل همکاری گردشگری در مقصد پرداختند که در روش تحقیق این پژوهش از تکنیک دلفی استفاده شده است. در این پژوهش، ابتدا ۴۷ شاخص انتخاب و سپس از میان آن‌ها ۳۰ شاخص انتخاب شدند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که ۷ مؤلفه محل همکاری، ارتباط، رقابت، همکاری، مدیریت راهبردی، کارآفرینی و تولید همکاری در مدل همکاری در مقصد گردشگری تأثیرگذار است.

تان و راجاگوپال (2019) در تجزیه و تحلیل عوامل تأثیرگذار در گردشگری توسعه پایدار در ویتنام در عصر جدید به این نتیجه رسیدند که دولت باید برای بهبود صلاحیت رقابتی ویتنام سرمایه‌گذاری‌ها را افزایش دهد،



واقع شده است. ارتفاع این شهرستان از سطح دریا بیش از ۱۱۴۷ متر است و ۵۴۴۴ کیلومتر وسعت دارد (Golpaigani, 2016: 44). مرکز این شهرستان شهر خرم‌آباد است که در مسیر جاده اصفهان به خوزستان و جاده تهران به خوزستان واقع شده است. براساس سرشماری مرکز آمار ایران، جمعیت شهرستان

خرم‌آباد در سال ۱۳۹۵ برابر با ۵۰۶۴۷۱ نفر است که بیشترین جمعیت استان در این شهرستان ساکن هستند. این شهرستان جاذبه‌های گردشگری بسیاری مانند قلعه فلک‌الافلاک، دریاچه کیو، حمام گپ، آبشار بیشه و آبشار نوژیان را دارد که سالانه گردشگرانی برای بازدید از آن‌ها به این شهرستان سفر می‌کنند.



شکل ۱: موقعیت جغرافیایی شهرستان خرم‌آباد

روش‌شناسی پژوهش

انجام شده است. همچنین، انتخاب خبرگان واجد شرایط از طریق روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی انجام شد، به‌گونه‌ای که ابتدا چند کارشناس انتخاب شدند و سپس از آن‌ها درخواست شد افراد دیگری را معرفی کنند. بر این اساس، تعداد ۱۴ نفر به شرح جدول ۱ انتخاب شدند.

این پژوهش، از نظر هدف، کاربردی و، از لحاظ ماهیت و روش، تحلیلی - اکتشافی است. روش گردآوری داده‌ها به صورت مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی است. جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان و متخصصان در موضوع مربوطه هستند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش با استفاده از روش غیراحتمالی و از نوع هدفمند

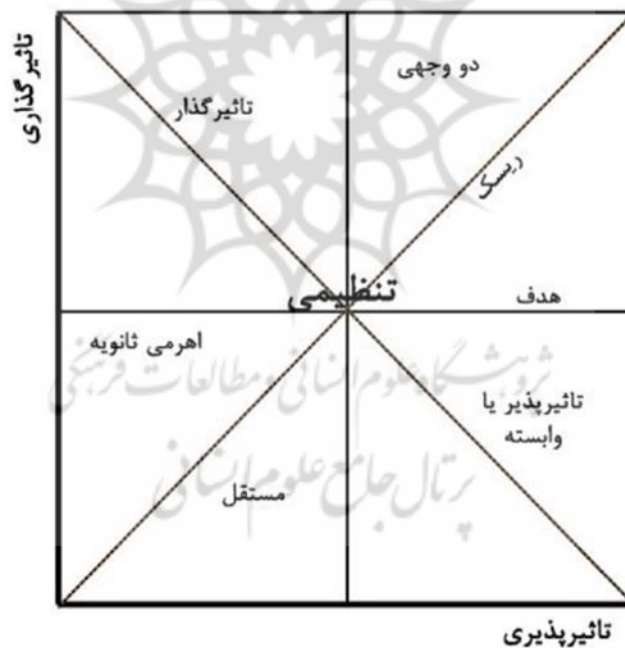
جدول ۱: مشخصات جمعیت‌شناختی پنل خبرگان

ردیف	ویژگی	توضیحات
۱	جنسیت	۹ نفر زن، ۵ نفر مرد
۲	مقطع تحصیلی	یک نفر کارشناسی شهرسازی، یک نفر دکتری جهانگردی و گردشگری، ۶ نفر دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، ۴ نفر ارشد برنامه‌ریزی منطقه‌ای
۳	پست سازمانی	یک نفر رئیس سازمان نوسازی و بهسازی شهرستان خرم‌آباد، ۹ نفر استاد دانشگاه، ۴ نفر فارغ‌التحصیل
۴	سابقه فعالیت و تحقیق در حوزه گردشگری	همگی بین ۳ تا ۱۲ سال



داده‌ها از طریق نرم‌افزار میک‌مک به‌منظور انجام محاسبات سنگین ماتریس اثر متقاطع انجام شد. براساس پراکندگی متغیرها و میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هرکدام از آن‌ها در خروجی نرم‌افزار، ۵ دسته متغیر (شکل ۲) تشخیص داده شد که هرکدام نقش متفاوتی در پویایی سیستم داشتند. این ۵ دسته شامل متغیرهای تأثیرگذار (بیشترین تأثیرگذاری و کمترین تأثیرپذیری)، متغیرهای دوجهی (تأثیرگذاری و تأثیرپذیری بسیار بالا و دارای ظرفیت تبدیل شدن به عوامل کلیدی سیستم)، متغیرهای تأثیرپذیر یا وابسته (تأثیرگذاری پایین و تأثیرپذیری بسیار بالا)، متغیرهای مستقل (تأثیرگذاری و تأثیرپذیری پایین) و متغیرهای تنظیمی (تنظیم‌کننده سیستم) هستند (Godet et al., 2003: 11). درنهایت، با استفاده از خروجی‌ها و تجزیه و تحلیل‌های نرم‌افزار مربوطه، مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری منطقه مورد مطالعه انتخاب شدند.

در این پژوهش، از روش‌های تحلیل ساختاری و سناریونگاری و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و از نرم‌افزارهای مرتبط MICMAC و Scenario Wizard استفاده شده است. برای شناسایی مهم‌ترین شاخص‌ها در توسعه صنعت گردشگری شهرستان خرم‌آباد، ابتدا ۴۷ شاخص از طریق تفحص در پژوهش‌های انجام‌شده و به‌کمک کارشناسان و متخصصان شناسایی شد و ۵ پرسش‌نامه اولیه به متخصصان و کارشناسان داده شد. سپس، با بررسی و تحلیل بیشتر شاخص‌ها به‌کمک کارشناسان، از میان ۴۷ شاخص درنهایت ۳۷ شاخص اصلی برای پرسش‌نامه نهایی تعیین شد. با توجه به تعداد متغیرهای شناسایی‌شده، ماتریس $n \times n$ تشکیل شد که متخصصان برای بررسی ارتباط میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری بین متغیرها از عدد «صفر» به‌منزله «بدون تأثیر»، عدد «یک» به‌منزله «تأثیر ضعیف»، عدد «دو» به‌منزله «تأثیر متوسط» و درنهایت عدد «سه» به‌منزله «تأثیر زیاد» استفاده کردند. تجزیه و تحلیل ابتدایی



شکل ۲: پلان متغیرها

پرداختن به سناریونویسی، پس از انتخاب عوامل کلیدی، هریک از عوامل به ۳ وضعیت گوناگون طبقه‌بندی و این وضعیت‌ها برای تمام عوامل کلیدی به‌صورت ماتریسی $n \times n$ به متخصصان و کارشناسان داده شدند. کارشناسان این پرسش‌نامه ماتریسی را براساس سه ویژگی توانمندساز، بی‌تأثیر و محدودیت‌ساز با درج

بعد از به دست آوردن تحلیل‌های میک‌مک، به اصول و مبانی آینده‌پژوهی درخصوص روش سناریو پرداخته شده است که هدف آن تغییر نگرش به «واقعیت‌های پنداری» و نزدیک کردن هرچه بیشتر دیدگاه آن‌ها به «واقعیت‌های موجود» یا «واقعیت‌های در حال ظهور» است (Amjadi, 2016: 76). برای



یافته‌های پژوهش عوامل کلی مؤثر در توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد

برای شناسایی مهم‌ترین شاخص‌ها در توسعه صنعت گردشگری منطقه مورد مطالعه از طریق تفحص در پژوهش‌های انجام‌شده و به کمک کارشناسان و متخصصان، ۳۷ شاخص برای تدوین پرسش‌نامه تعیین شد. این ۳۷ شاخص (جدول ۲) شامل ۶ بخش فرهنگی - اجتماعی، جاذبه‌های گردشگری، مدیریت و برنامه‌ریزی، عوامل محیطی، زیرساختی و خدماتی و اقتصادی - سیاسی است.

ارقامی بین ۳ تا ۳- میزان تأثیرگذاری هرکدام از وضعیت‌ها را در سیستم مشخص کردند. نرم‌افزار مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل این داده‌ها نرم‌افزار Scenario Wizard است که به تکنیک تحلیلی CIB معروف است و هدف آن بهینه‌سازی سناریوها و قابل اطمینان کردن سناریوهای انتخاب شده است. در نهایت، براساس خروجی‌های نرم‌افزار، سناریوهای محتمل شناسایی شدند که در یافته‌های پژوهش مورد بحث قرار گرفته‌اند.

جدول ۲: عوامل کلی مؤثر در توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد

عوامل فرهنگی - اجتماعی	سطح آموزش و آگاهی جامعه میزبان، فرهنگ گردشگرپذیری، مهمان‌نوازی گردشگران و کیفیت خدمات پذیرایی، برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و غیره، رونق صنایع دستی، آداب و رسوم خاص محلی (مانند آیین سوگواری عاشورا و شب یلدا)، شیوع بیماری‌های همه‌گیر، تأمین امنیت گردشگران، تربیت نیروهای متخصص و کاردان در حوزه گردشگری، مرمت آثار و ابنیه فرهنگی - تاریخی (مانند قلعه فلک‌الافلاک)، تولید غذاهای محلی و معرفی آن‌ها.
جاذبه‌ها	تنوع جاذبه‌های طبیعی و زیستی (مانند آبشار بیسه، دریاچه کیو و رودخانه‌ها)، تنوع اماکن و جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی، جاذبه‌های قومی و عشایری.
برنامه‌ریزی و مدیریت	تهیه و اجرای برنامه‌های توسعه گردشگری، مشارکت شهروندان، برندسازی گردشگری، شفاف‌سازی قوانین و مقررات گردشگری، سیاست‌های تشویقی و حمایتی دولت، هماهنگی نهادها و سازمان‌های ذی‌ربط گردشگری.
محیطی	خطرات بلایای طبیعی (مثل سیل)، شرایط آب‌وهوایی، گردشگری ورزشی طبیعت مبنای منطقه، منابع آلاینده و آسیب‌های زیست‌محیطی، اقامتگاه‌های بوم‌گردی.
زیرساختی - خدماتی	شبکه حمل و نقل منطقه‌ای (ریلی، زمینی و هوایی)، خدمات رفاهی و زیرساخت‌های گردشگری (مانند هتل، رستوران و بیمارستان)، تورها، دفاتر و آژانس‌های گردشگری، ایجاد بانک اطلاعات گردشگری، گردشگری خرید.
اقتصادی - سیاسی	تبلیغات و بازاریابی، میزان اختصاص بودجه سالانه دولت در حوزه گردشگری و امکانات زیربنایی، رفع تحریم‌ها و تنش‌ها، تعامل سازنده و افزایش روابط سیاسی با کشورها، کارآفرینی و فضای کسب و کار در حوزه گردشگری، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، افزایش درآمد گردشگران، رقابت‌پذیری در زمینه جذب گردشگر، کاهش و متعادل‌سازی هزینه‌های سفر و گردشگری (مانند هزینه اقامت و بازدید)



تحلیل کلی سیستم

در این پژوهش، ۳۷ متغیر شناسایی شده در ۶ حوزه با استفاده از روش تحلیل اثر متقابل با نرم‌افزار میک‌مک به‌منظور استخراج عوامل کلیدی وضعیت آینده منطقه مورد مطالعه تحلیل شدند. براساس تعداد متغیرها، ابعاد ماتریس ۳۷*۳۷ است. تعداد تکرارها ۲ بار در نظر گرفته شده است و میزان پرشدگی ماتریس

جدول ۳: ویژگی‌های کلی سیستم

ابعاد ماتریس	تکرار ماتریس	تعداد صفر	تعداد یک	تعداد دو	تعداد سه	تعداد p	جمع	درصد پرشدگی
37*37	۲	۱۳۳	۴۲۳	۶۸۶	۱۲۷	0	۱۲۳۶	۹۰/۲۸

جدول ۴: درجه مطلوبیت و بهینه‌شدگی ماتریس

چرخش	تأثیرگذاری	تأثیرپذیری
۱	۹۹	۱۰۰
۲	۱۰۰	۱۰۰

با توجه به شیوه توزیع و پراکنش متغیرها در پلان سیستم، ۵ دسته متغیر (متغیرهای تأثیرگذار: دارای بیشترین تأثیرگذاری و کمترین تأثیرپذیری و غیرقابل کنترل هستند، متغیرهای دووجهی: هم تأثیرپذیر و هم تأثیرگذار و ناپایدار هستند، متغیرهای تنظیمی: به‌منزله اهداف ضعیف یا شاخص‌های ریسک ثانویه هستند، متغیرهای

تأثیرپذیر: تأثیرگذاری بسیار پایین و تأثیرپذیری بسیار بالایی دارند و متغیرهای مستقل: تأثیرگذاری بسیار پایین و تأثیرپذیری بسیار پایینی دارند) قابل‌شناسایی هستند که با توجه به ویژگی‌های تشریح‌شده دسته‌بندی و در جدول ۵ تشریح شده‌اند.

جدول ۵: انواع متغیرها

دسته‌بندی	متغیرها
تأثیرگذار	رفع تحریم‌ها و تنش‌ها، تعامل سازنده و افزایش روابط سیاسی با سایر کشورها
دووجهی	سطح آموزش و آگاهی جامعه میزبان، فرهنگ گردشگری و مهمان‌نوازی، برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و غیره، تربیت نیروهای متخصص و کاردان در حوزه گردشگری، تهیه و اجرای برنامه‌های توسعه گردشگری، مشارکت شهروندان، برندسازی گردشگری، شفاف‌سازی قوانین و مقررات گردشگری، سیاست‌های تشویقی و حمایتی دولت، هماهنگی نهادها و سازمان‌های ذی‌ربط گردشگری، گسترش اقامتگاه‌های بوم‌گردی، توسعه خدمات رفاهی و زیرساخت‌های گردشگری، گسترش تورها، دفاتر و آژانس‌های گردشگری، گردشگری خرید، تبلیغات و بازاریابی، میزان اختصاص بودجه سالانه دولت، کارآفرینی و فضای کسب‌وکار در حوزه گردشگری، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، افزایش درآمد گردشگران، رقابت‌پذیری در زمینه جذب گردشگر، کاهش و متعادل‌سازی هزینه‌های سفر و گردشگری.



متغیرها	دسته بندی
تأثیرپذیری	جاذبه‌های قومی و عشائری، تولید غذاهای محلی، ایجاد بانک اطلاعات گردشگری.
مستقل	شیوع بیماری‌های همه‌گیر، خطرات بلایای طبیعی، شرایط آب‌وهوایی، منابع آلاینده.
تنظیمی	آداب‌ورسوم خاص محلی، تأمین امنیت گردشگران، مرمت آثار و ابنیه فرهنگی - تاریخی تنوع اماکن و جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی، تنوع جاذبه‌های طبیعی و زیستی، شبکه حمل‌ونقل منطقه‌ای گردشگری ورزشی طبیعت مبنای در منطقه.

تحلیل ماتریس تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرها

سطری هر عامل به منزله میزان تأثیرگذاری و جمع ستونی هر عامل میزان تأثیرپذیری آن را از عوامل دیگر نشان می‌دهد. هرچه میزان جمع سطری یک عامل بیشتر باشد، اثرگذاری آن عامل بیشتر و اثرپذیری آن کمتر است. بدین ترتیب، با توجه به جدول ۶، میزان و درجه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها در یکدیگر نشان داده شده است. در ماتریس تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم، متغیر هماهنگی بین نهادها و سازمان‌ها بیشترین تأثیرگذاری، متغیر خطرات بلایا طبیعی کمترین تأثیرگذاری، متغیر برندسازی گردشگری بیشترین تأثیرپذیری و متغیر رفع تحریم‌ها و تنش کمترین تأثیرپذیری را دارد.

تحلیل بعدی بررسی میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری ماتریس مستقیم و غیرمستقیم هرکدام متغیرها است که توسط نرم‌افزار میک‌مک سنجیده شده است. البته، در تأثیرات غیرمستقیم متغیرها، هرکدام از روابط متغیرها توسط نرم‌افزار میک‌مک به توان ۲، ۳ و غیره می‌رسند و بر این اساس، آثار غیرمستقیم متغیرها سنجیده می‌شود که در این پژوهش، پس از بررسی خروجی‌ها، به این نتیجه رسیدیم که تحلیل ماتریس تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم مشابه یکدیگر هستند. در ماتریس تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم، جمع

جدول ۶: میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم و غیرمستقیم متغیرها

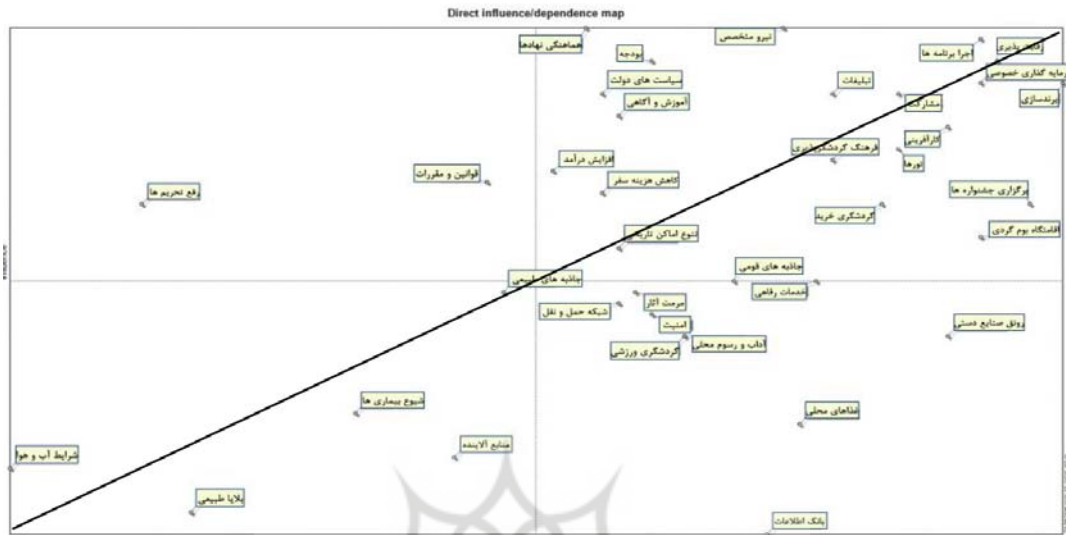
متغیرها	MDI (مستقیم)		MII (غیرمستقیم)	
	اثرگذاری	اثرپذیری	اثرگذاری	اثرپذیری
(۱) سطح آموزش و آگاهی جامعه میزبان	۶۹	۵۴	۲۰۶۲۸۳	۲۴۹۵۵۴
(۲) فرهنگ گردشگری، مهمان‌نوازی	۶۵	۶۷	۲۴۸۰۳۳	۲۳۵۰۸۳
(۳) برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و غیره	۶۱	۷۹	۲۸۵۶۷۳	۲۲۳۲۸۲
(۴) رونق صنایع دستی	۴۹	۷۴	۲۷۶۳۲۹	۱۸۵۷۸۶
(۵) آداب‌ورسوم خاص محلی	۴۹	۵۸	۲۱۷۹۲۰	۱۸۴۴۴۷
(۶) شیوع بیماری‌های همه‌گیر	۴۲	۳۸	۱۳۹۹۶۰	۱۵۵۹۱۶
(۷) تأمین امنیت گردشگران	۵۱	۵۶	۱۹۹۵۱۰	۱۸۸۳۷۷
(۸) تربیت نیروهای متخصص و کاردان	۷۷	۶۴	۲۳۹۵۲۶	۲۷۸۸۹۲
(۹) مرمت آثار و ابنیه فرهنگی - تاریخی	۵۳	۵۵	۱۹۹۰۱۸	۱۹۵۸۶۷
(۱۰) تولید غذاهای محلی و معرفی آن‌ها	۴۱	۶۵	۲۴۴۳۶۴	۱۵۵۶۹۸
(۱۱) تنوع جاذبه‌های طبیعی و زیستی	۵۳	۴۷	۱۶۶۷۷۱	۱۹۰۵۳۵



MII (غیرمستقیم)		MDI (مستقیم)		متغیرها
اثرپذیری	اثرگذاری	اثرپذیری	اثرگذاری	
۱۹۷۰۵۰	۲۰۹۹۰۹	۵۴	۵۷	۱۲) تنوع اماکن و جاذبه‌های تاریخی
۲۲۷۶۹۷	۲۰۰۸۴۵	۶۱	۵۴	۱۳) جاذبه‌های قومی و عشایری استان
۲۷۰۷۴۰	۲۷۲۲۱۶	۷۶	۷۶	۱۴) تهیه و اجرای برنامه‌های توسعه
۲۶۱۲۶۲	۲۵۴۷۱۸	۷۱	۷۱	۱۵) مشارکت شهروندان
۲۹۸۲۴۳	۲۶۲۵۷۳	۸۱	۷۲	۱۶) برندسازی گردشگری
۱۶۸۶۴۸	۲۳۲۲۹۴	۴۶	۶۳	۱۷) شفاف‌سازی قوانین و مقررات
۱۹۰۲۹۹	۲۵۵۰۷۲	۵۳	۷۱	۱۸) سیاست‌های تشویقی و حمایتی دولت
۱۹۲۴۷۹	۲۷۸۷۳۱	۵۲	۷۷	۱۹) هماهنگی نهادها و سازمان‌های ذی‌ربط
۹۷۱۱۷	۱۱۷۴۸۳	۲۸	۳۳	۲۰) خطرات بلاای طبیعی (مثل سیل)
۶۰۱۱۲	۱۲۸۲۴۱	۱۷	۳۷	۲۱) شرایط آب‌وهوایی
۲۰۲۵۴۲	۱۸۲۶۷۶	۵۸	۴۹	۲۲) گردشگری ورزشی طبیعت مینا
۱۵۳۵۳۸	۱۳۶۳۵۰	۴۴	۳۸	۲۳) منابع آلاینده و آسیب‌های محیطی
۲۷۱۹۱۱	۲۱۱۱۷۹	۷۶	۵۸	۲۴) گسترش اقامتگاه‌های بوم‌گردی
۱۹۱۴۹۳	۱۹۰۵۲۱	۵۴	۵۲	۲۵) شبکه حمل‌ونقل منطقه‌ای
۲۳۶۰۰۴	۱۹۷۰۸۸	۶۶	۵۴	۲۶) خدمات رفاهی و زیرساخت‌ها
۲۵۴۵۶۵	۲۴۲۲۷۸	۷۱	۶۶	۲۷) تورها، دفاتر و آژانس‌های گردشگری
۲۳۱۰۰۳	۱۱۲۰۹۸	۶۳	۳۱	۲۸) ایجاد بانک اطلاعات گردشگری
۲۵۵۸۸۰	۲۲۰۹۲۵	۷۰	۶۱	۲۹) گردشگری خرید
۲۴۵۰۱۶	۲۵۹۴۵۶	۶۷	۷۱	۳۰) تبلیغات و بازاریابی
۲۰۱۹۹۲	۲۶۷۵۴۷	۵۶	۷۴	۳۱) میزان اختصاص بودجه سالیانه دولت
۹۶۰۳۴	۲۲۲۵۹۳	۲۵	۶۱	۳۲) رفع تحریم‌ها و تنش‌ها با سایر کشورها
۲۷۱۴۰۲	۲۵۰۸۹۵	۷۴	۶۸	۳۳) رونق کارآفرینی و فضای کسب‌وکار
۲۷۹۹۴۵	۲۶۱۷۴۷	۷۶	۷۲	۳۴) سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
۱۸۵۷۴۹	۲۳۱۴۰۰	۵۰	۶۴	۳۵) افزایش درآمد گردشگران
۲۷۸۲۰۸	۲۶۸۸۵۸	۷۷	۷۴	۳۶) رقابت‌پذیری در زمینه جذب گردشگر
۱۹۵۲۰۸	۲۲۶۳۹۴	۵۳	۶۲	۳۷) کاهش و متعادل‌سازی هزینه‌های سفر



در شکل زیر، پراکندگی متغیرها نشان داده شده است که، با توجه به این که پراکندگی متغیرها در راستای قطر اصلی است، پس سیستم ما ناپایدار است و جایگاه هر متغیر در پلان به ما کمک می‌کند تا پیشران‌های کلیدی در سیستم را شناسایی کنیم.



شکل ۵: پلان متغیرها

عوامل، به ۱۴ عامل کلیدی و مهم رسیدیم که، از بین این عوامل، ۳ عامل «تهیه و اجرای برنامه‌های توسعه گردشگری»، «سیاست‌های تشویقی و حمایتی دولت» و «هماهنگی نهادها و سازمان‌های ذی‌ربط گردشگری» به دلیل شباهت موضوعی در یک عامل «سیاست‌ها و طرح‌های توسعه گردشگری توسط نهادها و هماهنگی بین نهادها» ادغام شدند و در نهایت ۱۲ پیشران کلیدی انتخاب شدند که در جدول ۷ مشخص شده‌اند.

با توجه به این که هدف اصلی پژوهش شناسایی مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد است، لازم است، با استفاده از پلان متغیرها، مهم‌ترین متغیرها در شکل ۵ شناسایی شود. همان‌طور که در انواع متغیرها توضیح دادیم، متغیرهای تأثیرگذار (از آن‌جا که تأثیرگذارترین شاخص‌ها هستند) و متغیرهای ریسک (به دلیل این که ظرفیت بسیار زیادی برای تبدیل شدن به عوامل کلیدی سیستم دارند) به منزله مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده هستند. با شناسایی

جدول ۷: پیشران‌های کلیدی

پیشران‌های کلیدی	
۱)	فرهنگ گردشگرپذیری، مهمان‌نوازی گردشگران و کیفیت خدمات‌پذیری
۲)	تربیت نیروهای متخصص و کاردان در حوزه گردشگری
۳)	سیاست‌ها و طرح‌های توسعه گردشگری توسط نهادها و هماهنگی بین نهادها
۴)	مشارکت شهروندان
۵)	گسترش تورها، دفاتر و آژانس‌های گردشگری
۶)	گسترش تبلیغات و بازاریابی، رونق کارآفرینی و فضای کسب‌وکار در حوزه گردشگری
۷)	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
۸)	رقابت‌پذیری در زمینه جذب گردشگر
۹)	تنوع اماکن و جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی
۱۰)	برندسازی گردشگری
۱۱)	میزان اختصاص بودجه سالیانه دولت در حوزه گردشگری و امکانات زیربنایی آن



تدوین وضعیت‌های احتمالی پیشران‌های کلیدی

جمع‌بندی آن‌ها، ۳۶ وضعیت محتمل برای ۱۲ عامل تعریف شد. وضعیت‌های محتمل برای هر عامل متفاوت بود و تنها ویژگی مشترک آن‌ها وجود طیفی از وضعیت‌های مطلوب تا بحرانی است که این طیف به ۳ وضعیت متناسب با شرایط کلیدی تفکیک شده است. جدول ۸ وضعیت‌های محتمل را به تفکیک عامل کلیدی نشان می‌دهد.

دوازده عامل به‌منزله عوامل کلیدی مؤثر در وضعیت آینده توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد بیشترین تأثیر را داشتند و به‌منزله بازیگران اصلی شناخته شدند. در این خصوص، به‌منظور تدوین وضعیت‌های احتمالی در این مرحله از نظر تخصصی کارشناسان استفاده شده است که درنهایت، با

جدول ۸: پیشران‌های کلیدی

عامل کلیدی	وضعیت‌های محتمل
A: فرهنگ گردشگرپذیری، مهمان‌نوازی	A1: گسترش و بهبود فرهنگ گردشگرپذیری مردم و افزایش آگاهی A2: آماده‌سازی ذهنی و اجتماعی جامعه در پذیرش گردشگر A3: افزایش تعارضات فرهنگی بین گردشگران و مردم
B: تربیت نیروهای متخصص و کاردان	B1: جذب و افزایش نیروهای متخصص و کاردان B2: آموزش و برگزاری دوره‌های گردشگری B3: بی‌توجهی به تربیت نیروهای متخصص
C: سیاست‌ها و طرح‌های توسعه گردشگری توسط نهادها و هماهنگی بین نهادها	C1: پویایی مطلوب تعاملات سازنده بین سازمان‌ها و تدوین و اجرای بهترین برنامه‌ها و سیاست‌ها C2: پویایی اندک تعاملات سازنده بین سازمان‌ها و تدوین و اجرای نامناسب برنامه‌ها و سیاست‌ها C3: رشد تعارضات بین نهادها و عدم تدوین و اجرای برنامه‌ها و سیاست‌ها
D: مشارکت شهروندان	D1: افزایش مشارکت شهروندان و آگاهی آن‌ها D2: مشارکت اندک شهروندان D3: فقدان انگیزه و تمایل به مشارکت
E: گسترش تورها، دفاتر و آژانس‌های گردشگری	E1: افزایش و گسترش تورها و برگزاری مدون آن‌ها E2: حفظ وضعیت فعلی و برگزاری تورهای اندک E3: جلوگیری از برگزاری تورها و تأسیس آژانس‌های گردشگری
F: گسترش تبلیغات و بازاریابی	F1: بهره‌گیری از تمام ظرفیت‌ها و راه‌های نوین تبلیغاتی F2: حفظ وضعیت فعلی F3: عدم تبلیغات و بازاریابی برای توسعه گردشگری
G: رونق کارآفرینی و فضای کسب‌وکار در حوزه گردشگری	G1: افزایش حمایت‌ها و تسهیلات کارآفرینی برای بهبود فضای کسب‌وکار G2: بسنده کردن به فضای کسب‌وکار فعلی و حمایت اندک G3: بی‌توجهی به ظرفیت‌های موجود کارآفرینی
H: سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	H1: افزایش و جذب سرمایه‌گذار خصوصی H2: حفظ سرمایه‌گذاران خصوصی فعلی H3: خروج سرمایه و نبود انگیزه برای سرمایه‌گذاری
I: رقابت‌پذیری در زمینه جذب گردشگر	I1: افزایش رقابت‌پذیری با قطب‌های اصلی گردشگری کشور I2: رقابت اندک با قطب‌های گردشگری هم‌سطح شهرستان I3: فقدان رقابت کارآمد
J: تنوع اماکن و جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی	J1: بهره‌گیری مطلوب از تنوع اماکن و جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی و معرفی آن‌ها J2: حفظ وضعیت فعلی J3: بی‌توجهی به اماکن و جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی و عدم معرفی



سناریوهای گروه اول: مطلوب‌ترین و آرمانی‌ترین

سناریوها

این گروه از سناریوها در وضعیت‌های مطلوب هستند که آرمانی‌ترین شرایط ممکن برای وضعیت توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد را فراهم می‌کند. این گروه شامل سناریوی ۱ تا ۳ است که بیشترین حالت آن‌ها در وضعیت مطلوب قرار دارد و تمایز بین سه سناریو در تعداد وضعیت‌های مطلوب و بینابین است و فاقد وضعیت بحرانی است. ویژگی این گروه شامل پویایی مطلوب تعاملات سازنده بین سازمان‌ها و تدوین و اجرای بهترین برنامه‌ها و سیاست‌ها، افزایش مشارکت شهروندان و آگاهی آن‌ها، افزایش و گسترش تورها و برگزاری مدون آن‌ها، افزایش حمایت‌ها و تسهیلات کارآفرینی برای بهبود فضای کسب‌وکار، افزایش و جذب سرمایه‌گذار خصوصی و افزایش سهم گردشگری از بودجه شهرستان است که در همه سناریوها مشترک است. آماده‌سازی ذهنی و اجتماعی جامعه در پذیرش گردشگر و حفظ وضعیت فعلی تبلیغات در سناریوی ۲ و ۳ مشترک هستند. همچنین، آموزش و برگزاری دوره‌های گردشگری، رقابت اندک با قطب‌های گردشگری هم‌سطح شهرستان و حفظ وضعیت فعلی جاذبه‌های گردشگری در سناریوی ۳ وجود دارند. به‌طورکلی، سناریوهای این گروه مشخص‌کننده حالات مثبت و توسعه‌دهنده گردشگری شهرستان خرم‌آباد هستند.

سناریوهای گروه دوم: حفظ وضع موجود

در این گروه پنج سناریو مشاهده می‌شود که شامل سناریوهای ۴، ۵، ۶، ۷ و ۸ است. تفاوت بین سناریوهای این گروه بین تعداد حالات مطلوب، بینابین و بحرانی است. بیشتر تعداد حالات این گروه شامل وضعیت بینابین و ایستا است که نشان‌دهنده وضعیت بینابین و ایستای پیش‌روی شهرستان خرم‌آباد است. همچنین، میزان تفاوت اثرگذاری‌های این گروه تفاوت زیادی با گروه اول و سوم دارد. این گروه شامل ویژگی‌های آماده‌سازی ذهنی و اجتماعی جامعه در پذیرش گردشگر، آموزش و برگزاری دوره‌های گردشگری، پویایی اندک تعاملات سازنده بین سازمان‌ها و تدوین و اجرای نامناسب برنامه‌ها و سیاست‌ها، مشارکت اندک شهروندان، حفظ وضعیت فعلی و برگزاری تورهای اندک، حفظ وضعیت فعلی تبلیغات، بسنده کردن به فضای کسب‌وکار فعلی و حمایت اندک، حفظ سرمایه‌گذاران خصوصی فعلی، رقابت اندک با قطب‌های گردشگری هم‌سطح شهرستان، حفظ وضعیت فعلی جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی، حفظ شرایط فعلی برندسازی و حفظ

میزان اعتبارات فعلی است که البته وضعیت هر یک در سناریوهای گوناگون می‌تواند تفاوت داشته باشد و وجه اشتراکی بین پنج سناریو وجود ندارد.

سناریوهای گروه سوم: شرایط بحرانی و

نامطلوب

این گروه از سناریوها وضعیت بحرانی را شامل می‌شود و شامل سناریوهای ۹، ۱۰ و ۱۱ است. این گروه، از نظر فراوانی، بیشترین تعداد وضعیت بحرانی را در بین سناریوهای دیگر گروه‌ها دارند که نشان‌دهنده وضعیت بحرانی و عدم امکان توسعه گردشگری شهرستان است. سناریوی ۱۰ و ۱۱ در این گروه شامل ویژگی‌های افزایش تعارضات فرهنگی بین گردشگران و مردم، بی‌توجهی به تربیت نیروهای متخصص، فقدان انگیزه و تمایل برای مشارکت، جلوگیری از برگزاری تورها و تأسیس آژانس‌های گردشگری، عدم تبلیغات و بازاریابی برای توسعه گردشگری، بی‌توجهی به پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های موجود کارآفرینی، خروج سرمایه و نبود انگیزه برای سرمایه‌گذاری، فقدان رقابت کارآمد، بی‌توجهی به اماکن و جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی و عدم معرفی آن‌ها، بی‌توجهی به برندسازی گردشگری و فقدان آن و کاهش تخصیص اعتبارات لازم است و تنها در پویایی اندک تعاملات سازنده بین سازمان‌ها و تدوین و اجرای نامناسب برنامه‌ها و سیاست‌ها در سناریوی ۱۰ تفاوت دارند. اما سناریوی ۹ با دو سناریوی دیگر تفاوت بیشتری دارد و تنها شامل دو عامل بحرانی عدم تبلیغات و بازاریابی برای توسعه گردشگری و فقدان رقابت کارآمد است.

نتیجه‌گیری

امروزه، گردشگری به دلیل رشد روزافزون و درآمد آن بسیار مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گرفته است. برنامه‌ریزان نیز معتقد هستند برای بهره‌گیری از مزیت‌های توسعه گردشگری می‌بایست توسعه آن با برنامه‌ریزی و با نگاه به آینده شکل گیرد. پژوهش حاضر نیز با رویکرد آینده‌پژوهی انجام شده است که، در کنار آن، هدف از به‌کارگیری روش سناریونویسی، تعیین و تدوین احتمال‌های آینده در توسعه گردشگری است. ابتدا، براساس تحلیل‌های ماتریس اثر متقابل در نرم‌افزار میک‌مک، ۱۲ عامل کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد شناسایی شدند که عبارت هستند از فرهنگ گردشگرپذیری و مهمان‌نوازی گردشگران و کیفیت خدمات پذیرایی، تربیت نیروهای متخصص و کاردان در حوزه گردشگری، سیاست‌ها و طرح‌های



همین منظور، از این ۱۲ عامل برای تدوین سناریوهای محتمل آینده در ۳ وضعیت مطلوب، بینابین و بحرانی استفاده شد. نتایج نرم‌افزار سناریوی ویزارد نشان‌دهنده ۳ سناریوی قوی، ۱۱ سناریو با سازگاری بالا و ۳۴۷۱ سناریوی ضعیف است. سناریوهای با سازگاری بالا به سه دسته سناریوهای مطلوب، بینابین و ضعیف تقسیم شدند که از بین آن‌ها سناریوهای مطلوب به منزله سناریوهای محتمل در توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد انتخاب شدند. ویژگی این سناریو شامل گسترش و بهبود فرهنگ گردشگری پذیرنده مردم و افزایش آگاهی، پویایی مطلوب تعاملات سازنده بین سازمان‌ها و تدوین و اجرای بهترین برنامه‌ها و سیاست‌ها، افزایش مشارکت شهروندان و آگاهی آن‌ها، افزایش گسترش تورها و برگزاری مدون آن‌ها، افزایش حمایت‌ها و تسهیلات کارآفرینی برای بهبود فضای کسب‌وکار، بهره‌گیری از تمام ظرفیت‌ها و راه‌های نوین تبلیغاتی، افزایش و جذب سرمایه‌گذار خصوصی، گسترش و تخصیص برند گردشگری به منطقه و افزایش سهم گردشگری از بودجه شهرستان است که در سناریوی اول مشترک است. با این حال، برای بهره‌برداری هر چه بهتر از گردشگری در این شهرستان می‌بایست براساس مطلوب‌ترین سناریو (سناریوی ۱) برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام داد، به گونه‌ای که هر ۱۲ عامل اصلی در مسیر رشد قرار گیرند و در نهایت موجب توسعه گردشگری شوند. بدین منظور، رشد و گسترش ۱۲ عامل اصلی (بهترین سناریو) به منزله راهبردهای اصلی در نظر گرفته و سیاست‌های مربوط به هر راهبرد با کمک کارشناسان تدوین شدند که شرح آن در جدول ۱۰ آمده است.

در مجموع، براساس نتایج این پژوهش می‌توان اذعان داشت که موفقیت در دستیابی به اهداف همه‌جانبه گردشگری در شهرستان خرم‌آباد، به تعامل مستمر بین عوامل کلیدی و برنامه‌ریزی دقیق برای این پیشران‌ها با تکیه بر عدم قطعیت‌ها وابسته است. به عبارت دیگر، توجه کافی از سوی برنامه‌ریزان و مدیران شهری به عوامل تأثیرگذار و پیشران، و مدنظر قرار دادن این عوامل کلیدی و بهترین سناریوی آن، بسترهای لازم را برای تحقق، توسعه و تکامل مطلوب گردشگری فراهم خواهد کرد.

برای این‌که این پژوهش به اهداف خود دست یابد با محدودیت‌هایی نیز مواجه بود که مهم‌ترین آن‌ها گستردگی و زمان‌گیر بودن تکمیل دو مرحله پرسش‌نامه (یک ماتریس ۳۷*۳۷ و یک ماتریس ۳۶*۳۶) بود که همین امر منجر شد افراد محدودی حاضر به همکاری در این پژوهش باشند.

توسعه گردشگری توسط نهادها و هماهنگی بین نهادها، مشارکت شهروندان، گسترش تورها، دفاتر و آژانس‌های گردشگری، گسترش تبلیغات و بازاریابی، رونق کارآفرینی و فضای کسب‌وکار در حوزه گردشگری، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، رقابت‌پذیری در زمینه جذب گردشگر، تنوع اماکن و جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی، برندسازی گردشگری و میزان اختصاص بودجه سالیانه دولت در حوزه گردشگری و امکانات زیربنایی آن.

مقایسه نتایج این پژوهش با سایر پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهد که این پژوهش با نتایج پژوهش زالی و عطریان (2016)، که با هدف شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری منطقه‌ای انجام شده است، در عواملی چون بودجه، رقابت‌پذیری، سیاست‌ها و طرح‌های توسعه گردشگری توسط نهادها و هماهنگی بین نهادها، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و امکانات زیربنایی همسو است. سرانی و همکاران (2020)، در پژوهش خود، برای رسیدن به مؤلفه‌های کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری پایدار، پیشران‌های کلیدی را خیلی کلی در نظر گرفته‌اند که می‌توان گفت به نوعی با مؤلفه‌های تنوع اماکن و جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی و سیاست‌ها و طرح‌های توسعه گردشگری توسط نهادها و هماهنگی بین نهادها در این پژوهش اشتراک دارد. در پژوهش قهرمانی‌فرد و همکاران (2021)، پیشران‌های اصلی عبارت بودند از فرهنگ، بازآفرینی شهری، اقلیم، زیرساخت‌های حمل‌ونقل، فضاهای شاخص معماری، زیرساخت‌های ارتباط جمعی، آموزش همگانی، طرح‌های توسعه گردشگری، مقررات و سیاست‌های تشویقی و تبلیغات گردشگری در صفحات مجازی. در این بررسی، سه عامل فرهنگ، تبلیغات و طرح‌های توسعه گردشگری با این پژوهش همسو بودند. نظم‌فر و علی‌بخشی (2022) در نتایج خود به ۱۴ عامل کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری دست یافتند که عوامل انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در منطقه، بودجه، تأسیسات زیربنایی، برنامه‌ریزی و سیاست‌های کلان دولت با عوامل اصلی این پژوهش مشترک است. در نتیجه این مقایسه می‌توان گفت که پنج مؤلفه اصلی در این پژوهش در نتایج سایر پژوهش‌ها یافت نشد که عبارت‌اند از تربیت نیروهای متخصص و کاردان در حوزه گردشگری، مشارکت شهروندان، گسترش تورها، دفاتر و آژانس‌های گردشگری، رونق کارآفرینی و فضای کسب‌وکار در حوزه گردشگری و برندسازی گردشگری. همگی این ۱۲ عوامل در واقع راهی برای رسیدن به آینده مطلوب و تصور احتمال‌های آینده هستند. به



جدول ۱۰: راهبردها و سیاست‌های توسعه گردشگری شهرستان خرم‌آباد

سیاست	راهبرد
<ul style="list-style-type: none"> - برگزاری دوره‌ها و جشنواره‌های گردشگری - آموزش و آگاه‌سازی شهروندان در برخورد با گردشگران - آماده‌سازی ذهنی و اجتماعی جامعه در پذیرش گردشگر 	۱) گسترش و بهبود فرهنگ گردشگرپذیری
<ul style="list-style-type: none"> - آموزش و تربیت نیروهای متخصص - ایجاد انگیزه برای متخصصان گردشگری برای جذب آن‌ها - برگزاری دوره‌های تخصصی گردشگری 	۲) افزایش و جذب نیروهای متخصص و کاردان در حوزه گردشگری
<ul style="list-style-type: none"> - تهیه طرح جامع گردشگری منطقه‌ای - ایجاد هماهنگی بین نهادها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری - ایجاد هماهنگی بین طرح‌های بالادست و منطقه‌ای - حمایت دولت در سیاست‌ها و طرح‌های منطقه‌ای - مشارکت با شهروندان برای اجرای طرح‌ها 	۳) گسترش و بهبود اجرای سیاست‌ها و طرح‌های توسعه گردشگری توسط نهادها
<ul style="list-style-type: none"> - نظرسنجی از شهروندان در طرح‌ها - آموزش شهروندان 	۴) افزایش مشارکت شهروندان
<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد تسهیلات برای تأسیس دفاتر گردشگری - برگزاری تورهای متنوع در مناطق بکر شهرستان - اصلاح قوانین دست‌وپاگیر برای برگزاری تورها 	۵) گسترش تورها و آژانس‌های گردشگری
<ul style="list-style-type: none"> - به‌کارگیری راه‌های نوین تبلیغاتی - پخش برنامه‌های گردشگری در رسانه‌ها برای معرفی جاذبه‌های گردشگری شهرستان - طراحی و به‌روزرسانی وب‌گاه‌ها برای معرفی جاذبه‌های گردشگری، خرید بلیت، رزرو هتل و غیره - تهیه و توزیع اقلام تبلیغاتی مانند نقشه، کتابچه، بروشور در مکان‌های گردشگری شهرستان 	۶) گسترش و بهبود تبلیغات و بازاریابی
<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد مشاغل بومی و حمایت از آن‌ها - دادن تسهیلات به کسب‌وکارها - حمایت از ایده‌های نو و جدید در حوزه گردشگری 	۷) رونق و بهبود کارآفرینی و فضای کسب‌وکار در حوزه گردشگری
<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد انگیزه برای جذب سرمایه‌گذاران - ایجاد بستر و تسهیلات مناسب سرمایه‌گذاری - معرفی ظرفیت‌های گردشگری شهرستان به سرمایه‌گذاران 	۸) گسترش و افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
<ul style="list-style-type: none"> - رقابت با قطب‌های اصلی کشور 	۹) گسترش رقابت‌پذیری
<ul style="list-style-type: none"> - توجه نهادها و سازمان‌ها به اماکن گردشگری - مرمت و احیای بناهای گردشگری شهرستان - معرفی جاذبه‌های گردشگری شهرستان 	۱۰) بهره‌گیری مطلوب از تنوع اماکن و جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی
<ul style="list-style-type: none"> - معرفی آداب‌ورسوم مختص شهرستان خرم‌آباد - برجسته کردن آثار گردشگری 	۱۱) گسترش و تخصیص برندسازی گردشگری
<ul style="list-style-type: none"> - افزایش سهم بودجه‌های عمرانی گردشگری شهرستان 	۱۲) افزایش بودجه سالیانه

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است:

امجدی، زهرا (۱۳۹۵). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه منطقه‌ای با رویکرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: استان کردستان). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده جغرافیا و برنامه‌ریزی، رشته برنامه‌ریزی آمایش سرزمین، دانشگاه تبریز.

احدنژاد، محسن، حاضری، صفیه، مشکینی، ابوالفضل و پیری، عیسی (۱۳۹۷). شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر شکوفایی شهری با رویکرد آینده‌نگاری (مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز). نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۹(۳۲)، ۱۵-۳۰.



- بهبشتی، محمدباقر و زالی، نادر (۱۳۸۹). شناسایی عوامل کلیدی توسعه منطقه‌ای با رویکرد برنامه‌ریزی برپایه سناریو (مطالعه موردی: استان آذربایجان شرقی). برنامه‌ریزی و آمایش فضا، ۱۱۵(۱)، ۴۱-۶۳.
- تقوایی، مسعود و حسینی‌خواه، حسین (۱۳۹۶). برنامه‌ریزی توسعه صنعت گردشگری مبتنی بر روش آینده‌پژوهی و سناریونویسی (مطالعه موردی: شهر یاسوج). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۲۲(۶)، ۸-۳۰.
- حسینی، علی و رحیم‌زاده، معصومه (۱۳۹۸). آینده‌نگاری صنعت گردشگری در شهر تهران. گردشگری شهری، ۱۶(۱)، ۱۳۵-۱۴۸.
- حکاک، محمد، احمدی‌فرد، مریم و حبیبی، آرش (۱۳۹۹). ارائه مدل توسعه گردشگری استان لرستان. گردشگری و توسعه، ۹(۲)، ۱۸۳-۱۹۶.
- حکمت‌نیا، حسن (۱۳۹۹). ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهر میبد. گردشگری شهری، ۲۷(۲)، ۷۱-۸۴.
- حق‌زاد، آمنه، عظیمی یوشانلوئی، ایرج، رمضان‌پور، مهرداد و بزرگمهر، کیا (۱۳۹۹). پیامدهای منفی توسعه گردشگری شهری در منطقه ۲۲ تهران، از دیدگاه شهروندان و کارشناسان. برنامه‌ریزی و آمایش فضا، ۲۴(۲)، ۱۷۱-۱۹۹.
- دشت لعلی، زهرا، علیقلی، منصوره و نوربخش، سیدکامران (۱۳۹۹). ارائه الگوی کاربردی گردشگری هوشمند در مناطق شهری (مطالعه موردی: شهر اصفهان). گردشگری شهری، ۲۷(۲)، ۱۲۷-۱۴۱.
- ده‌زاده سیلابی، پروین و احمدی‌فرد، نرگس (۱۳۹۷). تعیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: شهرستان‌های استان مازندران). جغرافیا و پایداری محیط، ۱۹(۱)، ۷۳-۹۰.
- رهنما، محمدرحیم، بهزادی، صدیقه، جوان، جعفر و عنابستانی، علی‌اکبر (۱۳۹۷). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌نگاری (مطالعه موردی: استان یزد). جغرافیایی مناطق خشک، ۹(۳۳)، ۳۷-۵۲.
- زالی، نادر و عطریان، فروغ (۱۳۹۵). تدوین سناریوهای توسعه گردشگری منطقه‌ای بر اساس اصول آینده‌پژوهی (مورد مطالعه: استان همدان). آمایش سرزمین، ۸(۱)، ۱۳۱-۱۰۷.
- سرائی، محمدحسین، علینزاده شورکی، یحیی و رضایی، محمدرضا (۱۳۹۹). شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر در گردشگری پایدار و تدوین مطلوب‌ترین سناریو (مورد پژوهی: شهر تاریخی میبد). کاوش‌های جغرافیایی مناطق بیابانی، ۸(۱)، ۱۱۳-۱۱۳.
- شفیعی، ساناز، رجب‌زاده قطری، علی، حسن‌زاده، علیرضا و جهانیان، سعید (۱۳۹۶). بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه پایدار مقاصد گردشگری به‌منظور توسعه مقاصد گردشگری هوشمند (با استفاده از رویکرد فراترکیب). تحقیقات بازاریابی نوین، ۴۷(۴)، ۹۵-۱۱۵.
- صیدایی، سید اسکندر و هدایتی مقدم، زهرا (۱۳۸۹). نقش امنیت در توسعه گردشگری. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر، ۴(۸)، ۹۷-۱۱۰.
- فتح‌زاده، یلدا، صالحی، اسماعیل و خستو، مریم (۱۳۹۸). تدوین سناریوهای پیش‌رو در زمینه آینده توسعه گردشگری پایدار استان گیلان. گردشگری و توسعه، ۹(۴)، ۱۱۱-۱۲۳.
- قهرمانی‌فرد، حسین، حسین‌زاده دلیر، کریم و موسوی، میرسعید (۱۴۰۰). شناخت و ارزیابی پیشران‌های حیاتی مؤثر بر آینده توسعه گردشگری (مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز). گردشگری شهری، ۲۷(۱)، ۶۷-۸۲.
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵). مدیریت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.
- گلیپایگانی، محسن (۱۳۹۵). جغرافیا گردشگری لرستان، سرزمین مفرغ، بلوط و آبشارهای ایران. تهران: انتشارات ایرانیکا.
- لی، جان (۱۳۷۸). گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری و معصومه‌السادات صالحی امین. تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

- The Journal of Spatial Planning*, 15(1), 41-63. <http://hmsp.modares.ac.ir/article-21-5418-fa.html>
- Bricker, K. S., & Schultz, J. (2011). Sustainable tourism in the USA: A comparative look at the Global Sustainable Tourism Criteria. *Tourism Recreation Research*, 36(3), 215-229. <https://doi.org/10.1080/02508281.2011.11081668>
- Chebli, A. (2020). The impact of Covis-19 on tourist consumption behaviour: a perspective article. *Journal of Tourism Management Research*, 7(2), 196-207. <https://doi.org/10.18488/journal.31.2020.72.196.207>
- Chi, N. T. K., & Vien, H. T. (2012). Factors influencing on Vietnam's tourism development. *Journal of Agricultural Science and Technology*, 4, 106-116.
- Chim-Miki, A. F., & Batista-Canino, R. M. (2018). Development of a tourism coepetition model: A preliminary Delphi study. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 78-88. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.10.004>
- Chung, N., & Han, H. (2017). The relationship among tourists' persuasion, attachment and behavioral changes in social media. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 370-380. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.09.005>
- Cole, S., & Razak, V. (2009). Tourism as future. *Futures*, 41(6), 335-345. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2008.11.012>
- Dadazade-Silabi, P., & Ahmadifard, N. (2019). Determine the Key Factors of Tourism Development Based on Future Research Approach (Case Study: Mazandaran Province). *Geography and*
- محمدی، طاهره (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهر کرمانشاه با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت جهانگردی، مؤسسه آموزش عالی باختر ایلام.
- موحد، علی (۱۳۹۴). مقدمه‌ای بر گردشگری شهری. تهران: پرهام نقش.
- نظم‌فر، حسین و علی‌بخشی، آمنه (۱۴۰۰). آینده‌پژوهی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری (نمونه موردی: استان اردبیل). تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۱(۶۳)، ۷۹-۵۹.
- Ahadnejad, M., Hazeri, S., Meshkini, A., & Piry, I. (2018). Identifying the Rkey factors influencing the urban prosperity with future study approach: the case study of Tabriz Metropolis. *Research and Urban Planning*, 9(32), 15-30.
- Aktas, A., Ozkan, B., Kaplan, F., & Brumfield, R. (2014). Exchange rate volatility: Effect on Turkish tourism incomes. *Management studies*, 2(8), 493-499. <http://dx.doi.org/10.17265/2328-2185/2014.08.001>
- Amjadi, Z. (2016). *The Study of Key Factors Influencing the Regional Development With Foresight Approach Case Study: Kordestan Province*. MA Thesis, Department of Geography Researchs, Faculty of Geography and Planning, University of Tabriz.
- Anwar, S., & Hamilton, J. (2015). Tourism into the Future—Towards 2020, and Beyond. *Tourism Recreation Research*, 30(3), 77-85. <http://dx.doi.org/10.1080/02508281.2005.11081489>
- Beheshti, M. & Zali, N., (2011). Identifying the key factors of regional development with a scenario-based planning approach: A case study of East Azerbaijan province.



- 24(2), 171-199. <http://hsmssp.modares.ac.ir/article-21-39391-en.html>
- Hakkak, M., Ahmadi Fard, M., & Habibi, A. (2020). Fuzzy Modeling of Tourism Development in Lorestan Province with Mixed Approach. *Journal of Tourism and Development*, 9(2), 183-196. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.178868.1699>
- Hartman, S., Wielenga, B., & Heslinga, J. H. (2020). The future of tourism destination management: building productive coalitions of actor networks for complex destination development. *Journal of Tourism Futures*, 6(3), 213-218. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2019-0123>
- Hasani, A., & Rahimzadeh, M. (2019). Tehran Tourism industry foresight. *Urban Tourism*, 6(1), 135-148. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.250270.439>
- Hekmatnia, H. (2020). Evaluation of Effective Factors on tourism development of Meybod. *Urban Tourism*, 7(2), 71-84. <https://doi.org/10.22059/jut.2020.284076.675>
- Herman, E., & Hawkins, D. E. (1989). *Tourism in Contemporary Society: An Introductory Text*. Prentice hall.
- Hidayati, R., Sudaryono, D. W., & Prayitno, B. (2016). Tourism development of historical riverbanks in Jatinom Village. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 227, 650-655. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.128>
- Kazemi, M. (2006). *Tourism management*. Tehran: SAMT Publications.
- Kim, J., Kim, B., & Park, S. (2013). The effects of tourism ritualization, ritual performance on tourist satisfaction. *Journal of Quality Environmental Sustainability*, 9(1), 73-89. <https://doi.org/10.22126/ges.2019.1064>
- Dashtlaali, Z., Aligholi, M., & Nourbakhsh, S. (2020). Practical Pattern of Smart Tourism in Urban Areas Case Study: Esfahan City. *Urban Tourism*, 7(2), 127-141. <https://doi.org/10.22059/jut.2020.308582.826>
- El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really Halal? *Tourism Management Perspectives*, 19, 124-130. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013>
- Fattahzadeh, Y., Salehi, E., & Khastou, M. (2020). Explain progressive scenarios for the future development of sustainable tourism in Gilan province. *Journal of Tourism and Development*, 9(4), 111-124. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.206125.1861>
- Ghahramanifard, H., Hoseinzadedalir, K., & Moosavi, M. (2021). Recognition and Evaluation of Effective Vital Drivers on the Future of Tourism Development in Iran's Metropolises Case Study: Tabriz Metropolis. *Urban Tourism*, 8(1), 67-82. <https://doi.org/10.22059/jut.2021.316833.869>
- Godet, A. J., Meunier, M. F., & Roubelat, F. (2003). *Structural analysis with the MICMAC method & actors' strategy with MACTOR method*, AC/UNU Millennium Project: Futures Research Methodology.
- Golpaigani, M. (2016). *Geography of tourism in Lorestan, bronze land, oak and waterfalls of Iran*. Tehran: Iranica Publications.
- Haghzad, A., Azimi Youshanloui, I., Ramezanipour, M., & Bozorgmehr, K. (2020). Negative consequences of Urban Tourism Development in District 22 of Tehran from the Viewpoint of Citizens and Experts. *The Journal of Spatial Planning*,

- Nazmfar, H., & Alibakhshi, A. (2022). Future Studies of Tourism Development Planning (Case study: Ardabil province). *Jgs*, 21(63), 59-79. <http://jgs.khu.ac.ir/article-1-3236-fa.html>
- Nematpour, M., Khodadadi, M., & Rezaei, N. (2021). Systematic analysis of development in Iran's tourism market in the form of future study: A new method of strategic planning. *Futures*, 125, 102650. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2020.102650>
- Oana, P. L., Harutyun, S., Brendan, W., & Sheila, C. (2011). Scenarios and Indicators Supporting Urban Regional Planning. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 21, 243-252. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.07.012>
- Okumus, F., Avci, U., Kilic, I., & Walls, A. R. (2012). Cultural tourism in Turkey: A missed opportunity. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(6), 638-658. <https://doi.org/10.1080/19368623.2012.627231>
- Polat, N., & Hermans, E. (2016). A model proposed for sustainable accessible tourism (SAT). *Tè khne*, 14(2), 125-133. <https://doi.org/10.1016/j.tekhne.2016.11.002>
- Rahnama, M. R., Behzadi, S., Javan, J., & Anabestani, A. A. (2018). Identifying key factors affecting tourism development with a foresight approach (Case Study: Yazd Province). *Arid Regions Geographic Studies*, 9(33), 37-52. <http://journals.hsu.ac.ir/jarhs/article-1-1475-fa.html>
- Saraie, M., Alizadeh Shoroki, Y., & Rezaei, M. (2020). Identifying the key drivers of sustainable tourism and developing the Assurance in Hospitality & Tourism, 14(3), 245-263. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2013.802555>
- Kok, K., van Vliet, M., Bärlund, I., Dubel, A., & Sendzimir, J. (2011). Combining participative backcas ting and exploratory scenario development: Experiences from the SCENES project. *Technological Forecasting and Social Change*, 78(5), 835-851. <https://search.informit.org/doi/10.3316/ielapa.200501369>
- Law, C. M. (1996). *Tourism in major cities*. International Thomson Business Press, London.
- Lea, J. P. (1999). *Tourism and Development in the Third World*. Tehran: Commercial Publishing Company.
- Liang, Z. X., & Hui, T. K. (2016). Residents' quality of life and attitudes toward tourismrural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism Management*, 60, 147-158.
- Mohammadi, T. (2016). The role of public participation in the rehabilitation old texture, Jalili neighborhood in Kermanshah. MA Thesis, in the field of Tourism Management, Bakhtar Higher Institution Of Education
- Movahed, A. (2015). *Introduction to Urban Tourism*. Tehran: Parham Naghsh Publication.
- Najafi, G. N., Hesari, A. R. E., Jeddi, M., & Fatallahzadeh, F. (2016). [Strategic Planning of Regional Tourism with Sustainable Development Approach: Case Study: Khaf Region. *Journal of Civil Engineering and Urbanism*, 6(1), 7-15.



- Taghvaei, M., & Hosseinekhah, H. (2018). Tourism Development Planning Based on Futures Studies and Scenario Case Study: Yasouj. *Journal of Tourism Planning and Development*, 6(23), 8-30. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2018.1762>
- Tuan, V. K., & Rajagopal, P. (2019). Analyzing factors affecting tourism sustainable development towards vietnam in the new era. *European Journal of Business and Innovation Research*, 7(1), 30-42.
- Varum, C. A., Melo, C., Alvarenga, A., & de Carvalho, P. S. (2011). Scenarios and possible futures for hospitality and tourism. *Foresight*, 13(1), 3-19. <https://doi.org/10.1108/14636681111109679>
- Zali, N., & Atrian, F. (2016). Presentation of Tourism Regional Development scenarios Based on the Principles of Futures Studies (Case: Hamadan Province). *Town and Country Planning*, 8(1), 107-131. <https://doi.org/10.22059/jtcp.2016.59147>
- most desirable scenario: A Case study of the historical city of Meybod. *The Journal of Geographical Research on Desert Areas*, 8(1), 113-131.
- Seidaie, S. E., & Hedayati Moghadam, Z. (2011). The Role of Security in Tourism Development. *Social Science Quarterly*, 4(8), 97-110.
- Shafiee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2018). Studying the Effect of IT on Sustainable Development of Tourism Destinations toward Developing Smart Tourism Destinations (Based on the Meta Synthetize Approach). *New Marketing Research Journal*, 7(4), 95-116. <https://doi.org/10.22108/nmrj.2017.103939.1247>
- Stauvermann, P. J., & Kumar, R. R. (2017). Productivity growth and income in the tourism sector: Role of tourism demand and human capital investment. *Tourism Management*, 61, 426-433. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.03.006>



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی