

تدوین سناریوهای توسعه گردشگری منطقه‌ای براساس اصول آینده‌پژوهی (مورد مطالعه: استان همدان)

نادر زالی^{۱*}، فروغ عطریان^۲

۱. دانشیار شهرسازی، دانشکده معماری و هنر، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد شهرسازی، دانشکده معماری و هنر، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۴/۱۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۷/۱۱)

چکیده

گردشگری یکی از ابزارهای مهم توسعه در جهان شناخته شده است. بسیاری از کشورهای جهان در سیاست‌ها و برنامه‌های کشورشان، به گردشگری به‌عنوان ابزاری مؤثر برای ادامه روند توسعه سیاسی، فرهنگی و اقتصادی توجه خاصی مبذول می‌کنند. این پژوهش در زمینه شناسایی عوامل اصلی و ترسیم آینده‌های باورکردنی و مطلوب در آینده گردشگری منطقه‌ای استان همدان بحث و بررسی می‌کند. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، از نظر روش، ترکیبی از روش‌های اسنادی و پیمایشی و از نظر ماهیت بر اساس روش‌های جدید علم آینده‌پژوهی، تحلیلی و اکتشافی است که با به‌کارگیری ترکیبی از مدل‌های کمی و کیفی انجام گرفته است. با توجه به ماهیت این پژوهش، از روش‌های تحلیل ساختاری، سناریونگاری و دلفی بهره گرفته شده است. نتایج این پژوهش نشان داد ۱۴ عامل اصلی در توسعه گردشگری آینده استان همدان تأثیرگذار است. این عوامل بر اساس تحلیل‌های سناریونویسی به ۴۱ وضعیت احتمالی می‌انجامند. بعد از تحلیل وضعیت‌های احتمالی، ۴۱۱ سناریو با احتمال وقوع ضعیف، ۱۴ سناریو باورکردنی و ۵ سناریو با احتمال وقوع قوی در توسعه گردشگری استان همدان شناسایی شد. در نهایت، برای سناریوهای مهم راهبردهایی برای توسعه گردشگری استان همدان بیان شد.

کلیدواژگان

آینده‌نگاری، توسعه گردشگری، سناریونگاری، همدان.

مقدمه و بیان مسئله

امروزه آینده‌نگاری به‌طور گسترده‌ای به‌کار گرفته می‌شود. این واژه طیف وسیعی از رویکردهایی است که باعث بهبود فرایند تصمیم‌گیری می‌شوند، رویکردهایی که تفکر درباره آینده بلندمدت را به همراه دارند (خیرگو و شکری، ۱۳۹۰، ص ۱۱۰). گردشگری نیز یکی از ابزارهای مهم توسعه در جهان شناخته شده است و پیش‌بینی می‌شود بزرگ‌ترین صنعت جهان در قرن ۲۱ میلادی باشد (Thabet, 2007, p.3). بی‌تردید بسیاری از کشورهای جهان در رقابت نزدیک به دنبال کسب منابع و مزایای بیشتر اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در کشورهای متبوع هستند (هال و جنکینز، ۱۳۸۷، ص ۱۷)، بنابراین، در سیاست‌ها و برنامه‌های کشورشان، به گردشگری به‌عنوان ابزاری مؤثر در ادامه روند توسعه سیاسی، فرهنگی و اقتصادی توجهی خاص مبذول می‌کنند (ختایی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۳).

تاریخ، ایران را به‌عنوان یکی از قدیمی‌ترین تمدن‌های جهان می‌شناسد، همچنین از نظر وسعت، هجدهمین کشور دنیا است و در نقشه جهانی گردشگری جایگاه منحصر به فردی دارد (حیدری چپانه و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۲). استان همدان نیز یکی از مستعدترین مناطق گردشگری کشور است و این برجستگی بیشتر به‌علت وجود بناهای باارزش تاریخی و قدمت آن است. استان همدان به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین مراکز گردشگری ایران هر ساله میزبان تعداد زیادی از گردشگران داخلی و خارجی است، اما با وجود تمدنی غنی و داشتن آثار و ابنیه برجسته تاریخی و مذهبی، صنایع دستی متنوع و گسترده، و مواهب طبیعی شاخص و کم‌نظیر، به دلایلی نتوانسته در جذب گردشگران موفقیت به دست آورد (حمیدی و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۵۱). بنابراین، با توجه به ماهیت پژوهش، این تحقیق با هدف پاسخگویی به این پرسش‌ها انجام گرفته است، عوامل اصلی مؤثر بر توسعه آینده گردشگری استان همدان کدامند؟ آینده‌های ممکن، محتمل و مطلوب استان همدان کدامند؟ آیا می‌توان با توجه به قابلیت‌ها و ظرفیت‌های تاریخی و گردشگری استان همدان

تدوین سناریوهای ممکن و انتخاب سناریوهای مطلوب را با به‌کارگیری روش‌هایی آینده‌نگاری دست یافت؟

مبانی نظری

آینده‌نگاری

علم و هنر آینده‌نگاری از اوایل دهه ۷۰ میلادی به‌عنوان ابزار سیاست‌گذاری به‌طور رسمی در چند کشور محدود به‌ویژه ژاپن به‌کار گرفته شد، ولی از اوایل دهه ۹۰ میلادی به‌طور گسترده با همکاری نهادهای بین‌المللی برای توانمندسازی کشورها این روش به‌کار گرفته شد و امروز رویکرد غالب برنامه‌ریزی علم و تکنولوژی در اکثر کشورهای توسعه‌یافته است (ناظمی و قدیری، ۱۳۸۵، ص ۱۲۳). بیان تعریف مشخص و دقیق از آینده‌نگاری مشکل است، زیرا اولاً تفاوت در دیدگاه‌های افراد مختلف که آینده‌نگاری را از حوزه مورد علاقه خود می‌نگرند، وجود دارد، ثانیاً عمر کوتاه این دانش و سیر تجربه‌های گوناگون از این دانش باعث شده است مفهوم آینده‌نگاری پی‌درپی تغییر یابد. بن مارتین به عنوان یکی از متقدمین و پیشروان بحث آینده‌نگاری، اولین تعریف از آینده‌نگاری را که مورد پذیرش عمومی قرار گرفت، در سال ۱۹۹۵ به این شرح بیان کرد: «آینده‌نگاری، فرایند تلاش سیستماتیک برای نگاه به آینده بلندمدت علم، تکنولوژی، محیط زیست، اقتصاد و اجتماع می‌باشد که با هدف شناسایی تکنولوژی‌های عام نوظهور و تقویت حوزه‌های تحقیقات استراتژیکی صورت می‌گیرد که احتمالاً بیشترین منافع اقتصادی و اجتماعی را به همراه دارند» (ناظمی و قدیری، ۱۳۸۵، ص ۲۷).

مراحل آینده‌نگاری

از منظر برنامه‌ریزی، اجرای مطالعات آینده‌نگاری را می‌توان به سه مرحله تقسیم کرد. در هریک از این مراحل، بخشی از فرایند انجام می‌گیرد. این تقسیم‌بندی در مطالعات بسیاری از کشورها مورد استفاده قرار گرفته است. این سه مرحله عبارت‌اند از (Martin, 1995; Martin & Johnston, 1999; Shin et al., 1999).

- مرحله پیش‌آینده‌نگاری^۱: در این مرحله، مطالعات آماده‌سازی برای اجرای مطالعات آینده‌نگاری انجام می‌گیرد. غالباً فعالیت‌هایی مانند تعیین اهداف، توسعه مفاهیم آینده‌نگاری در میان مشارکت‌کنندگان، تهیه منابع و مواد لازم را دربرمی‌گیرد.
 - مرحله اصلی آینده‌نگاری^۲: در این مرحله روش‌های اصلی هر آینده‌نگاری مانند دلفی پیاده می‌شود. پرسشنامه برای مشارکت‌کنندگان و خبرگان ارسال می‌شود و پاسخ‌ها ارزیابی و تحلیل می‌شود.
 - مرحله پس‌آینده‌نگاری^۳: در این مرحله مطالعات مربوط به انتشار نتایج، اشاعه نتایج بین سیاست‌گذاران، حتی پیاده‌سازی نتایج و بهره‌برداری از نتایج انجام می‌گیرد.
- بسیاری از مردم، برنامه‌ریزان و دولت‌ها هنگام برنامه‌ریزی، حداکثر چهار الی پنج سال آینده را در نظر می‌گیرند. سیاستمداران تا انتخاب بعدی و بنگاه‌های کسب‌وکار تا پنج سال آینده، اما در زمان‌هایی که سرعت تغییر سرسام‌آور است، لحاظ کردن آینده‌های دور بسیار مهم به نظر می‌رسد. در واقع، آنچه امروز انجام می‌دهیم، در آفرینش دنیای پنج تا بیست سال آینده تأثیر بسزایی می‌گذارد. باید به خاطر داشته باشیم علی‌رغم پیوستگی و ارتباط گذشته، حال و آینده، تنها جایی که می‌توان تغییر داد، همین امروز است (زالی، ۱۳۸۸، ص ۲۶).

توسعه منطقه‌ای

دسترسی به توسعه ملی و منطقه‌ای آرمان بزرگ هر ملتی است و تحقق این مهم مستلزم آن است که برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران با شناخت دقیق وضعیت کشور و منطقه، بهترین الگوها را برای تعیین مسیر توسعه انتخاب کنند (پورمحمدی و زالی، ۱۳۸۸، ص ۳۳).

امروزه اقتصاددانان براساس نظریه رشد موازن در مناطق مختلف، ضرورت برنامه‌ریزی منطقه‌ای صحیح را برای رسیدن به توسعه متوازن مطرح می‌کنند و معتقدند توسعه متعادل منطقه‌ای

1. Pre - Foresight
 2. Foresight phase or main -foresight
 3. Post - foresight

بر آن است که بهترین شرایط و امکانات را برای توسعه جامع همه مناطق فراهم کند تا تفاوت‌های کیفی زندگی بین منطقه‌ای و درون منطقه‌ای را به حداقل برساند و در نهایت، از بین ببرد (فلاحی و احمدیان، ۱۳۹۰، ص ۱۰۳). میسرا معتقد است که هدف همه فرایندهای توسعه و به‌ویژه توسعه منطقه‌ای، رفاه انسان است. از این دیدگاه، نه تنها افزایش رفاه بر حسب ارقام کلی را هدف می‌گیرد، بلکه توزیع عادلانه‌تر آن بین نواحی مختلف و گروه‌های مردم را نیز شامل می‌شود. توسعه منطقه‌ای سه هدف را دنبال می‌کند: تولیدی، اجتماعی و زیست‌شناختی. تلاش توسعه منطقه‌ای بر آن است که بهترین شرایط و امکانات را برای توسعه جامع فراهم کرده، تفاوت کیفیت زندگی بین منطقه‌ای و درون منطقه‌ای را حداقل کند و در نهایت، از میان بردارد (مخبر، ۱۳۶۷، ص ۵۵). در نهایت، بانک جهانی در سال ۱۹۹۰، تعریفی از توسعه بیان کرد: «هدف توسعه، بهبود کیفیت زندگی است؛ هر چند معمولاً کیفیت زندگی به‌ویژه در کشورهای فقیر یعنی درآمد بیشتر، لیکن به مراتب فراتر از آن است. این کیفیت باید دربرگیرنده آموزش بهتر، استانداردهای بالاتر بهداشتی و غذایی، فقر کمتر، محیط تمیزتر، فرصت‌های برابر، آزادی‌های فردی بیشتر و زندگی فرهنگی غنی‌تر باشد (پورمحمدی و زالی، ۱۳۸۸، ص ۳۶).

پیشینه تحقیق

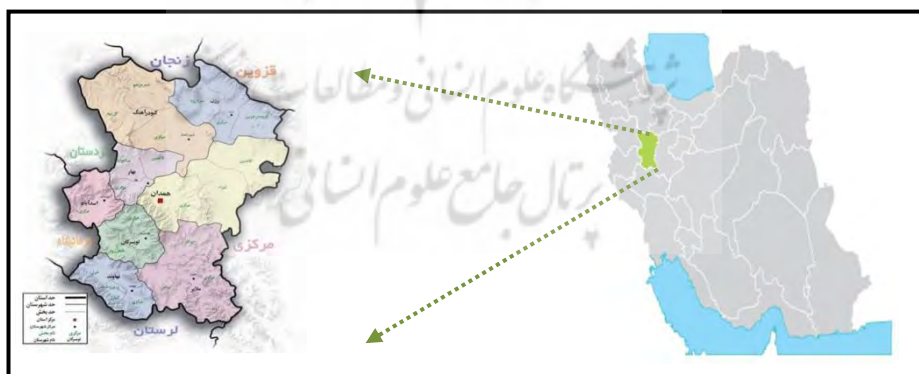
مطالعات مربوط به آینده‌پژوهی طیف گسترده و متنوعی از مطالعات را دربرمی‌گیرد. در این میان، فقط برخی مطالعات به‌طور مختصر و در حد ضرورت به شرح زیر بیان می‌شود:
ون تون و همکاران (۲۰۳۳) که مرکز بین‌المللی ترکیبی را در ماستریخت (هلند) راه‌اندازی کرده‌اند، به نوع‌شناسی «انواع سناریو» پرداخته‌اند. آن‌ها در نهایت، پیشنهاد کرده‌اند که سه طبقه یا محور جامع و عمده بر اساس «چرایی» (هدف پروژه)، «چگونگی» (طرح فرایند) و «چه چیزی» (محتوا) وجود دارند و چهارده ویژگی خاص برای مشخصات سناریو شناسایی کردند که می‌توان برای مطالعه بیشتر حوزه سناریونویسی آن‌ها را به کار گرفت (مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری‌های دفاعی، ۱۳۸۸، ص ۱۰). پترسون و همکاران (۲۰۰۳) پژوهشی را با عنوان «سناریونگاری: ابزاری برای محافظت محیط زیست در دنیای عدم قطعیت»، سناریونگاری را شامل

به کارگیری چند سناریو متضاد برای کشف عدم قطعیت‌ها و عواقب تصمیم‌گیری‌های امروز در آینده عنوان کرده‌اند. نتایج پژوهش آن‌ها سه مزیت اصلی برنامه‌ریزی بر پایه سناریو را برای حفاظت محیط زیست ارائه می‌دهد که شامل افزایش درک از ابهامات مبهم، اختلاط چشم‌اندازهای مختلف برای برنامه‌ریزی حفاظت از محیط زیست، و انعطاف‌پذیری بیشتر تصمیم‌گیری‌ها در برابر شگفتی‌ها است (Peterson, et al., 2003, p.358). بورجسون و همکاران سوئدی وی فنون سناریو را براساس طبقه‌بندی آمارا از انواع مختلف آینده، یعنی محتمل، ممکن و مرجع، طبقه‌بندی کردند. سناریوهای پیش‌بینی و پیش‌گو به این پرسش پاسخ می‌دهند: «چه اتفاقی خواهد افتاد؟»، سناریوهای اکتشافی به این پرسش پاسخ می‌دهند: «چه چیزی می‌تواند رخ دهد؟» و سناریوهای هنجاری به این پرسش پاسخ می‌دهند: «چگونه می‌توان به یک هدف خاص رسید؟» آن‌ها هر یک از این سه مورد را به دو زیر طبقه تقسیم کرده‌اند و در مجموع، به شش نوع سناریو رسیده‌اند (مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری‌های دفاعی، ۱۳۸۸، ص ۱۳). نویسنده این مقاله، در مقاله دیگری با عنوان «آینده‌نگاری راهبردی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای با رویکرد سناریونویسی» در سال ۱۳۹۰ به بحث در زمینه توسعه آتی مناطق، براساس سند چشم‌انداز ملی و نظریه پایه توسعه استان آذربایجان شرقی پرداخته است که ابتدا ۱۴ عامل محوری و مؤثر در فرایند توسعه استان استخراج و برای این عوامل براساس ایده سناریونویسی ۵۹ وضعیت ممکن و محتمل در آینده را تعریف و با نرم‌افزار سناریوویزارد، ۵ سناریو با احتمال بالا، ۱۹ سناریو با احتمال متوسط و ۲۹۱ سناریو با احتمال وقوع ضعیف استخراج و مورد تحلیل قرار داده است (زاللی، ۱۳۹۰، ص ۵۱). بهشتی و زاللی در مقاله‌ای با عنوان «شناسایی عوامل کلیدی توسعه منطقه‌ای با رویکرد برنامه‌ریزی بر پایه سناریو: مطالعه موردی استان آذربایجان شرقی» در سال ۱۳۸۹ سعی دارند ضمن طراحی الگویی برای شناسایی عوامل اصلی مؤثر بر روند توسعه در مقیاس منطقه‌ای، زمینه تهیه سناریوهای ممکن و محتمل در ده سال آینده استان آذربایجان شرقی را فراهم کنند که ۷۶ عامل با روش دلفی از کارشناسان توسعه استان جمع‌آوری و با نرم‌افزار میک‌مک تحلیل شده است. سرانجام سیزده عامل به عنوان عوامل اصلی و پیشران توسعه، شناسایی و وضعیت احتمالی آن‌ها در ده سال آینده برای

تهیه سناریوها تدوین شده است (بهشتی و زالی، ۱۳۸۹، ص ۶۰). طباطباییان و قدیری (۱۳۸۶) در مقاله‌ای با عنوان «متغیرهای مؤثر بر انتخاب ابعاد در یک پروژه آینده‌نگاری»، متغیرهای تأثیرگذار برخی از ابعاد یک پروژه آینده‌نگاری، از طریق مصاحبه با خبرگان و پیمایش از طریق پرسشنامه مشخص کردند که در انتها، ۲۱ متغیر که بر ابعاد انتخابی این پژوهش تأثیرگذارند، شناسایی و میزان اهمیت آن‌ها تعیین شد که به صورت فهرستی از این متغیرها بیان شد (طباطباییان و قدیری، ۱۳۸۶، ص ۶۹).

معرفی محدوده مورد مطالعه

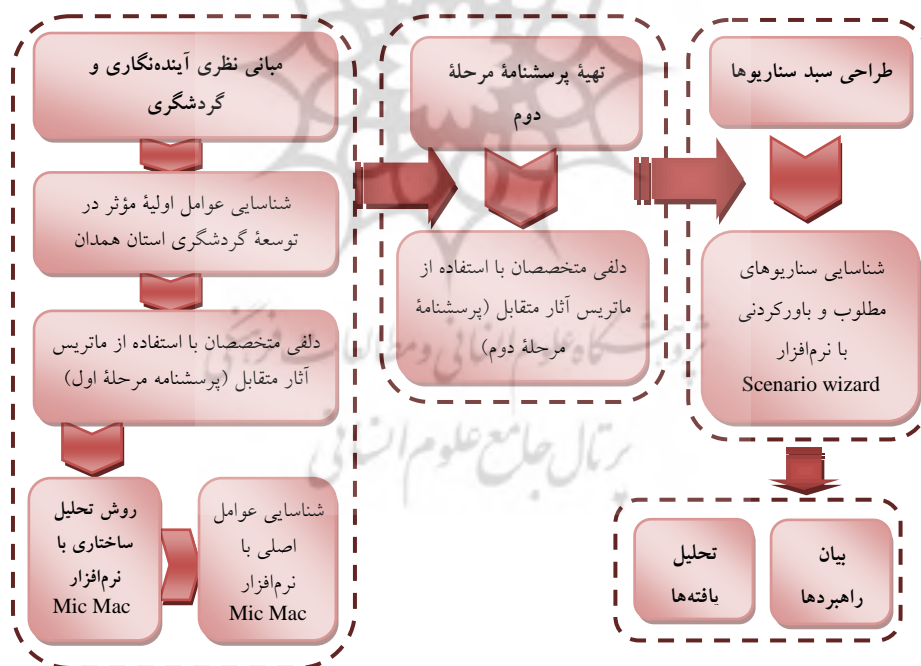
از نظر موقعیت جغرافیایی، استان همدان بین ۳۳ درجه و ۵۹ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۴۴ دقیقه عرض شمالی و ۴۷ درجه و ۴۷ دقیقه تا ۴۹ درجه و ۳۰ دقیقه طول شرقی قرار دارد. استان همدان از لحاظ جمعیت، چهاردهمین استان کشور است و جمعیت آن بر پایه سرشماری سال ۱۳۹۰، بالغ بر ۱,۷۵۸,۲۶۸ نفر بوده است (سالنامه آماری، ۱۳۹۰، ص ۳)، و از لحاظ مساحت، بیست‌وسومین استان کشور محسوب می‌شود که مساحت این استان ۱۹۴۹۳ کیلومترمربع است. براساس آخرین تقسیمات کشوری، استان همدان شامل ۹ شهرستان بوده که مرکز این استان شهر همدان است. شکل ۱ موقعیت استان همدان در ایران را نشان می‌دهد.



شکل ۱. منطقه مورد مطالعه

روش تحقیق

هر پژوهشی بر اساس روش‌شناسی ویژه‌اش مسئله تحقیق را بررسی می‌کند. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، از نظر ماهیت بر اساس روش‌های جدید علم آینده‌پژوهی، تحلیلی و اکتشافی است که با به‌کارگیری ترکیبی از مدل‌های کمی و کیفی انجام گرفته است. همچنین، شیوه‌های گردآوری اطلاعات اسنادی و کتابخانه‌ای است. داده‌های کیفی با پرسشنامه باز و از طریق مصاحبه و بررسی اسناد و داده‌های کمی مورد استفاده در این پژوهش به صورت عددی و از طریق وزن‌دهی پرسشنامه‌های دلفی تهیه شده است. پس از گردآوری شاخص‌ها و متغیرها، ماتریس آثار متقابل در دو مرحله تشکیل شد، به طوری که شاخص‌ها در سطرها و ستون‌های آن قرار گرفته‌اند. برای تحلیل شاخص‌ها و متغیرها نرم‌افزارهای Mic Mac و Scenario wizard به‌کار گرفته شد. فرایند تحقیق در شکل ۲ بیان شده است.



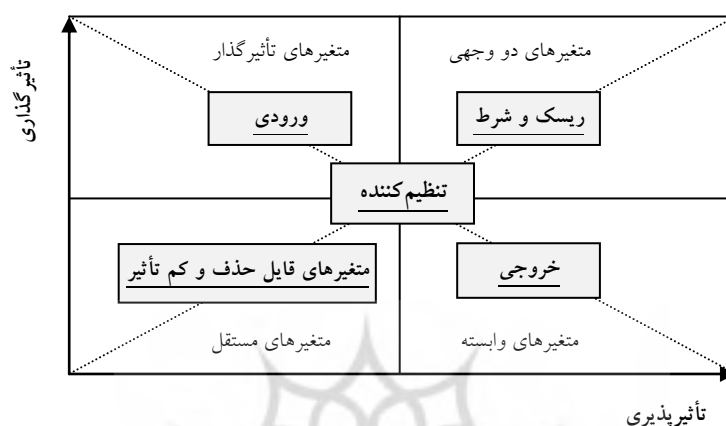
شکل ۲. فرایند پژوهش در آینده‌نگاری توسعه گردشگری منطقه‌ای استان همدان (نگارنده، ۱۳۹۵)

روش دلفی و تحلیل ساختاری

برای به‌کارگیری روش دلفی، در سه مرحله پرسشنامه‌هایی تهیه شد، مرحله اول، شامل ۱۰ پرسشنامه باز است که در آن مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری منطقه‌ای استان همدان را در موضوعات محوری با در نظر گرفتن حوزه‌های مختلف و همه‌جانبه توسعه گردشگری، اعم از گردشگری تاریخی، گردشگری طبیعی، گردشگری فرهنگی، گردشگری تفریحی، گردشگری ورزشی، گردشگری هنری، گردشگری مذهبی، گردشگری سلامت، گردشگری کاری و گردشگری آموزشی و علمی در اختیار کارشناسان قرار داده، که به استخراج کلی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان همدان انجامید. مرحله دوم، شامل ۱۱ پرسشنامه برای تعیین عوامل اصلی تأثیرگذار بر توسعه گردشگری از طریق وزن‌دهی است که توسط کارشناسان تکمیل شد. در مرحله سوم با توجه به نتایج به‌دست آمده از پرسشنامه‌های مرحله دوم، ۱۱ پرسشنامه برای تعیین وضعیت‌های احتمالی پیش روی در آینده توسعه گردشگری استان همدان به کار گرفته شد. در نهایت، با تهیه سناریوهای مطلوب و باورکردنی، راهبردهایی برای توسعه گردشگری در استان همدان بیان شده است.

خروجی مدل تحلیل اثر متقابل، روابط بین متغیرها را نشان می‌دهد که نرم‌افزار میک‌مک قابلیت تبدیل روابط به اشکال و نمودارهای ویژه را دارد و با امکانات خود تحلیل آسان روابط و ساختار سیستم را امکان‌پذیر می‌کند. به‌طور کلی ماتریس‌ها و نمودارهای خروجی نرم‌افزار دو نوع‌اند: یکی ماتریس آثار مستقیم متغیرها و نمودارهای مربوطه و دیگری ماتریس روابط غیرمستقیم متغیرها و نمودارهای مرتبط با آن، در صورتی که در ماتریس اولیه، روابط بالقوه بین متغیرها نیز مشخص شده باشد، نرم‌افزار ماتریس بالقوه مستقیم بین متغیرها و ماتریس روابط بالقوه غیرمستقیم بین متغیرها را نیز در اختیار قرار می‌دهد. برای تحلیل نتایج در نخستین قدم با یک روش ساده می‌توان دریافت که تأثیر متغیرها با در نظر گرفتن تعداد گروه‌های ارتباطی در ماتریس تشکیل شده، قابل‌سنجش است. متغیری که بر تعداد محدودی از متغیرها اثر مستقیم دارد، تأثیرگذاری اندکی نیز در کل سیستم دارد. همه متغیرها و محیط دربرگیرنده آن‌ها را می‌توان با

نمایش در یک نمودار مفهومی یا یک محور مختصات (تأثیرگذاری^۵ تأثیرپذیری) نمایش داد (زالی، ۱۳۸۸، ص ۸۶). در شکل ۳ انواع متغیرها در مختصات نشان داده شده‌اند.



شکل ۳. پلان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری (Godet, 1991, p.100)

یافته‌های تحقیق

عوامل اصلی مؤثر بر توسعه گردشگری استان همدان

ابتدا، پرسشنامه باز برای استخراج کلی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان همدان در بین کارشناسان و متخصصان گردشگری استان توزیع شد، در این پژوهش انواع گردشگری اعم از گردشگری تاریخی، تفریحی، مذهبی، سلامت، طبیعی و فرهنگی مدنظر قرار گرفته است که در کشور ایران و استان همدان بیشتر بر گردشگری تاریخی و تفریحی است و سیاست‌گذاری‌های این پژوهش به این ابعاد تأکید می‌کند، سپس، با بررسی نتایج داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها و بررسی متون (شامل بررسی طرح‌هایی مانند مطالعات طرح جامع گردشگری استان همدان تهیه‌شده توسط میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری؛ مطالعات برنامه آمایش استان همدان تهیه‌شده توسط معاونت برنامه‌ریزی استانداری همدان؛ طرح مطالعات جامع توسعه استان همدان تهیه‌شده توسط سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان همدان؛ و مطالعه کتاب‌هایی مانند برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری، ماهیت گردشگری؛ برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری و جز آن) عوامل مؤثر بر

توسعه گردشگری منطقه‌ای استان همدان در ۷ بخش و ۶۰ عامل به شرح جدول ۱ تنظیم شد. سپس، نرم‌افزار میک‌مک برای استخراج عوامل اصلی تأثیرگذار بر توسعه گردشگری استان به کار گرفته شد. تفکر اصلی حاکم بر این مدل تفکر سیستمی است. از این رو، عوامل اصلی مؤثر بر توسعه گردشگری استان همدان را در سطر و ستون‌های ماتریسی با ابعاد (۶۰*۶۰) قرار داده، سپس برای ارزیابی تأثیر هر عامل بر عامل دیگر به صورت پرسشنامه به کارشناسان تحویل داده شد. کارشناسان به ترتیب میزان تأثیرگذاری هر عامل در سطر را بر عامل در ستون، براساس طیف صفر تا سه (صفر = بی تأثیر؛ ۱ = تأثیرگذاری کم؛ ۲ = تأثیرگذاری متوسط و ۳ = تأثیرگذاری زیاد) ارزش‌گذاری کرده‌اند. در واقع، آن‌ها با این ارزش‌گذاری مشخص می‌کنند که هر عامل در آینده چه اندازه می‌تواند بر عوامل دیگر در توسعه گردشگری منطقه‌ای استان همدان تأثیرگذار باشد، داده‌ها ابتدا وارد نرم‌افزار میک‌مک شد. سپس، با توجه به نتایج خروجی این نرم‌افزار نتایج تحلیل شد. درجه پشدگی ماتریس ۶۲/۶۱ درصد است. از مجموع ۲۲۵۴ رابطه قابل ارزیابی در این ماتریس، ۱۳۴۶ رابطه عدد صفر بوده و به این معنا است که عوامل بر همدیگر تأثیر نداشته یا از همدیگر تأثیر نپذیرفته‌اند که این تعداد نزدیک به ۵۹/۸۲ درصد کل حجم ماتریس را به خود اختصاص داده است.

جدول ۱. طبقه‌بندی شاخص‌های مؤثر بر توسعه گردشگری استان همدان

ردیف	گروه شاخص‌ها	تعداد
۱	شاخص‌های اقتصادی (بازاریابی، بودجه، توزیع امکانات، کارآفرینی، بخش خصوصی، رقابت) شاخص‌های برنامه‌ریزی و مدیریت (برنامه‌ریزی، کاهش محدودیت‌ها، سیاست‌های کلان	۶
۲	دولت، مدیریت تخصصی، هماهنگ‌سازی سازمان‌ها، سازمان‌های غیردولتی، مشارکت شهروندان، طرح جامع گردشگری، دانش فنی، نیروی انسانی ماهر، مشاغل سنتی، امنیت، سیاست‌های تشویقی)	۱۳
۳	شاخص‌های زیرساختی (شبکه حمل‌ونقل منطقه‌ای، شبکه حمل و نقل شهری، شبکه بهداشتی و درمانی، تأسیسات زیربنایی)	۴
۴	شاخص‌های تبلیغاتی (روش‌های نوین، رسانه‌ها، تنوع‌بخشی)	۳
۵	شاخص‌های خدماتی (خدمات رفاهی، مراکز تفریحی، تورهای گردشگری، استانداردسازی، دفاتر گردشگری، طب سنتی، زیباسازی، بانک اطلاعات گردشگری، مراکز خرید)	۹

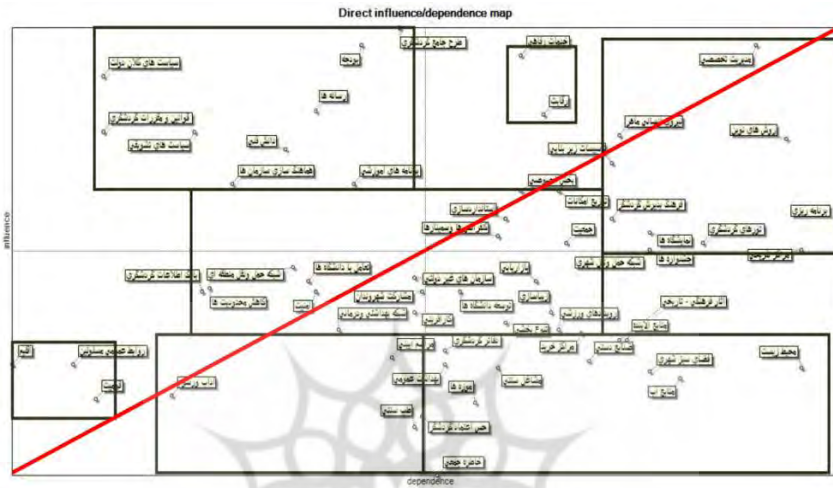
ادامه جدول ۱. طبقه‌بندی شاخص‌های مؤثر بر توسعه گردشگری استان همدان

ردیف	گروه شاخص‌ها	تعداد
۶	شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی (جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و سمینارها، صنایع دستی، مراسم آیینی، فرهنگ پذیرش گردشگر، رویدادهای ورزشی، روابط عمومی مسئولان، برنامه‌های آموزشی، بهداشت عمومی، تعامل با دانشگاه‌ها، موزه‌ها، آداب و رسوم، حس اعتماد گردشگر، آثار فرهنگی ^۵ تاریخی، قومیت، جمعیت، قوانین و مقررات گردشگری، توسعه دانشگاه‌ها، خاطره جمعی)	۲۰
۷	شاخص‌های طبیعی (محیط زیست، منابع آب، منابع آلاینده، فضای سبز شهری، اقلیم)	۵

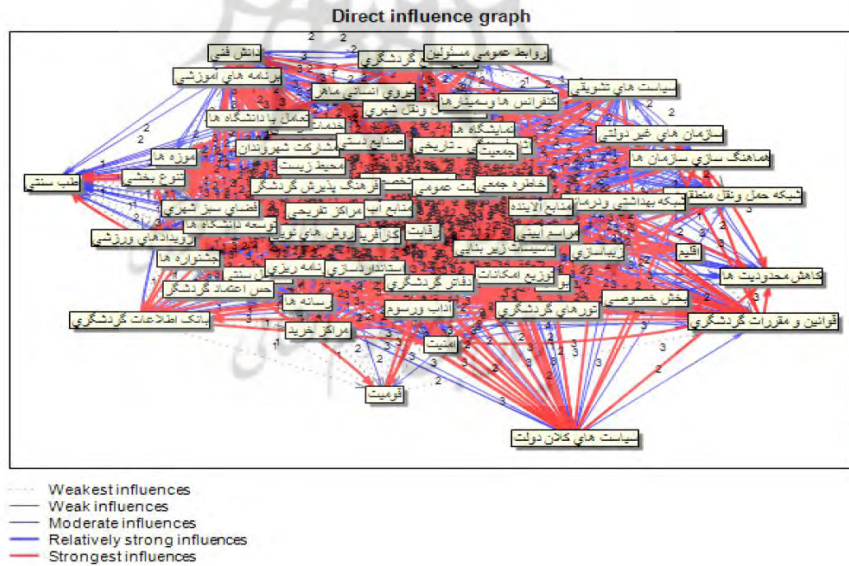
انتخاب نهایی عوامل اصلی مؤثر بر توسعه استان

از میان ۶۰ عامل بررسی شده در این پژوهش، ۱۴ عامل به‌عنوان عوامل اصلی مؤثر بر توسعه گردشگری استان همدان انتخاب شده است. همان‌طور که در شکل پراکندگی متغیرها مشخص است ۹ عامل از این عوامل در ناحیه اول قرار گرفته است که میزان تأثیرگذاری بالایی و از کمترین تأثیرپذیری برخوردار هستند. این عوامل به ترتیب میزان اثرگذاری شامل طرح جامع گردشگری، بودجه، سیاست‌های کلان، رسانه‌ها، سیاست‌های تشویقی، قوانین و مقررات گردشگری، دانش فنی، هماهنگ‌سازی سازمان‌ها و برنامه‌های آموزشی است. دو عامل خدمات رفاهی، رقابت با توجه به خالص میزان اثرگذاریشان جزء عوامل اصلی انتخاب شدند. اما سه عامل اقلیم، کاهش محدودیت‌ها و بانک اطلاعات گردشگری با توجه به خالص میزان اثرگذاری باید جزء عوامل اصلی انتخاب شوند، اما با توجه به شکل ۴ و محل قرارگیری این عوامل (اقلیم: در ناحیه چهارم و جزء متغیرهای مستقل، دو عامل کاهش محدودیت‌ها و بانک اطلاعات گردشگری در ناحیه پنجم و جزء متغیرهای تنظیمی) نمی‌توانند جزء متغیرهای اصلی باشند. اما سه عامل تأسیسات زیربنایی، فرهنگ پذیرش گردشگر و بخش خصوصی با توجه به اهمیت آن‌ها و نظر کارشناسان جایگزین سه عامل یادشده شدند. این انتخاب نشان‌دهنده میزان اهمیت این عوامل است که با توجه به شرایط استان همدان ضروری است به این عوامل توجه شود. از میان ۱۴ عامل انتخاب‌شده، ۱۰ عامل در هر دو آثار مستقیم و غیرمستقیم، با اندکی تفاوت در رتبه تکرار شده‌اند و چهار عامل

(خدمات رفاهی، مدیریت، نیروی انسانی ماهر و رقابت) در آثار غیرمستقیم جایگزین (برنامه‌های آموزشی، فرهنگ پذیرش گردشگر، برنامه‌ریزی و هماهنگ‌سازی سازمان‌ها) شده‌اند.



شکل ۴. پراکندگی متغیرها متناسب با میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آن‌ها



شکل ۵. روابط مستقیم بین متغیرها (آثار بسیار ضعیف تا بسیار قوی)

وضعیت‌های احتمالی عوامل اصلی

برای هر یک از عوامل اصلی، وضعیت‌های احتمالی پیش روی گردشگری استان همدان مشخص شد. بدین منظور از کارشناسان متخصص در زمینه گردشگری نظرخواهی شد. در نهایت، با بررسی نتایج، برای ۱۴ عامل اصلی، ۴۱ وضعیت احتمالی مشخص شد.

جدول ۲. عوامل اصلی و وضعیت‌های احتمالی پیش روی آن در آینده پیش روی گردشگری استان همدان

عوامل اصلی مؤثر بر توسعه گردشگری استان	وضعیت	زیرمجموعه هر عامل
سیاست‌های کلان دولت	خوش‌بینانه	افزایش توجه نهادها سازمان‌های دولتی در حمایت گردشگری
	بینابین	بازنگری دولت در زمینه برنامه‌ریزی و حمایت از گردشگری
قوانین و مقررات گردشگری	بدبینانه	بی‌ثباتی و تغییرات سیاست‌گذاری‌های دولت در گردشگری
	خوش‌بینانه	ایجاد چارچوب منسجم برای قوانین و مقررات گردشگری
بودجه	بینابین	تسهیل در روند اجرای مقررات گردشگری موجود
	بدبینانه	وضع قوانین محدودکننده گردشگری
طرح جامع گردشگری	خوش‌بینانه	افزایش سهم گردشگری از بودجه استان
	بینابین	برطرف کردن موانع اداری در تخصیص اعتبارات
سیاست‌های تشویقی	بدبینانه	کاهش تخصیص اعتبارات لازم
	خوش‌بینانه	اجرای طرح جامع گردشگری
رسانه‌ها	بینابین	تسریع در تهیه طرح جامع گردشگری
	بدبینانه	ناهماهنگی سازمان‌ها در تهیه طرح جامع
دانش فنی	خوش‌بینانه	افزایش اعطای تسهیلات مالی مناسب جهت توسعه بخش گردشگری در استان
	بدبینانه	کاهش توجه دولت به سیاست‌های تشویقی گردشگری
رسانه‌ها	خوش‌بینانه	تنوع‌بخشی توسعه شبکه‌های اطلاع‌رسانی
	بینابین	تهیه اقلام تبلیغاتی با شیوه‌ای سنتی و با کیفیت کم
دانش فنی	بدبینانه	ایجاد محدودیت در شبکه‌های اطلاع‌رسانی موجود
	خوش‌بینانه	استفاده گسترده از فناوری اطلاعات
رسانه‌ها	بینابین	استفاده متوسط از فناوری اطلاعات
	بدبینانه	گرایش به استفاده از حالت‌های سنتی

ادامه جدول ۲. عوامل اصلی و وضعیت‌های احتمالی پیش روی آن در آینده پیش روی گردشگری استان همدان

عوامل اصلی مؤثر بر توسعه گردشگری استان	وضعیت	زیرمجموعه هر عامل
هماهنگ‌سازی سازمان‌ها	خوش‌بینانه	پویایی مطلوب تعاملات سازنده بین نهادها
	بینابین	پویایی اندک تعاملات سازنده بین نهادها
	بدبینانه	رشد بیشتر تعارضات نسبت به تعاملات بین نهادها
برنامه‌های آموزشی	خوش‌بینانه	گسترش و تجهیز مراکز آموزش عالی
	بینابین	ایجاد برنامه‌های آموزشی برای ارتقای نیروی انسانی شاغل گردشگری
	بدبینانه	کاهش نیروی متخصص و آموزش دیده در استان
بخش خصوصی	خوش‌بینانه	افزایش نقش بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در گردشگری استان
	بینابین	حمایت از سرمایه‌گذاران فعلی برای توسعه و تکمیل پروژه‌های گردشگری
	بدبینانه	خروج سرمایه و نبود انگیزه برای سرمایه‌گذاری در عرصه‌های گردشگری
تأسیسات زیربنایی	خوش‌بینانه	برنامه‌ریزی سیستمی و یکپارچه برای توسعه تأسیسات زیربنایی
	بینابین	نوسازی و بهبود تأسیسات زیربنایی گردشگری استان
	بدبینانه	فرسودگی و تضعیف تدریجی تأسیسات زیربنایی
فرهنگ پذیرش گردشگر	خوش‌بینانه	افزایش سطح آگاهی و حس همکاری در بین مردم
	بینابین	آماده‌سازی ذهنی و اجتماعی جامعه در پذیرش گردشگر
	بدبینانه	افزایش تعارضات فرهنگی بین گردشگران و مردم استان
رقابت	خوش‌بینانه	رقابت با قطب‌های اصلی گردشگری کشور
	بینابین	حفظ وضعیت موجود به‌عنوان قطب اول گردشگری منطقه غربی کشور به لحاظ حجم گردشگرپذیری
	بدبینانه	نبود رقابت کارآمد
خدمات رفاهی	خوش‌بینانه	توسعه مناسب خدمات رفاهی گردشگری (ادامه روند کنونی)
	بینابین	استانداردسازی خدمات و امکانات موجود
	بدبینانه	کاهش خدمات رفاهی در مناطق گردشگری استان

بحث و نتیجه

تجزیه و تحلیل و تهیه سبد سناریوها

بعد از طراحی وضعیت‌های احتمالی ماتریس متقاطع تهیه شد، که یک ماتریس ۴۱*۴۱ ایجاد شده که مانند مرحله قبل در تعیین عوامل اصلی، به صورت پرسشنامه مفصل در اختیار متخصصان قرار

گرفت و متخصصان با طرح این پرسش که «اگر هر یک از وضعیت‌های ۴۱ گانه در استان اتفاق افتد، چه تأثیری بر وقوع یا عدم وقوع سایر وضعیت‌ها خواهد داشت؟» پرسشنامه را براساس سه ویژگی توانمندساز، بی‌تأثیر و محدودیت‌ساز تکمیل کردند و با درج ارقام ۳ تا ۳- میزان تأثیرگذاری هریک از وضعیت‌ها را بر سیستم مشخص کردند. با جمع‌آوری داده‌ها که توسط متخصصان گردشگری در استان انجام گرفت، امکان به‌کارگیری نرم‌افزار سناریویزارد ایجاد شد. نرم‌افزار سناریویزارد مورد استفاده در این پژوهش نسخه ۲۰۱۳ است. انتظار می‌رود از ترکیب ۴۱ وضعیت برای ۱۴ عامل حداقل ۳۱۸ میلیون سناریوی ترکیبی از بین آن‌ها استخراج شود که شامل همه احتمالات ممکن در آینده پیش‌روی توسعه گردشگری استان است که البته این نتایج به هیچ وجه امکان تحلیل، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی را ندارد و صرفاً استفاده آماری دارد. براساس تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه، تعداد سناریوها به شرح زیر است:

- سناریوی قوی یا محتمل: ۵ سناریو

- سناریو با سازگاری بالا یا باورکردنی: ۱۴ سناریو

- سناریوهای ضعیف: ۴۱۱۱ سناریو

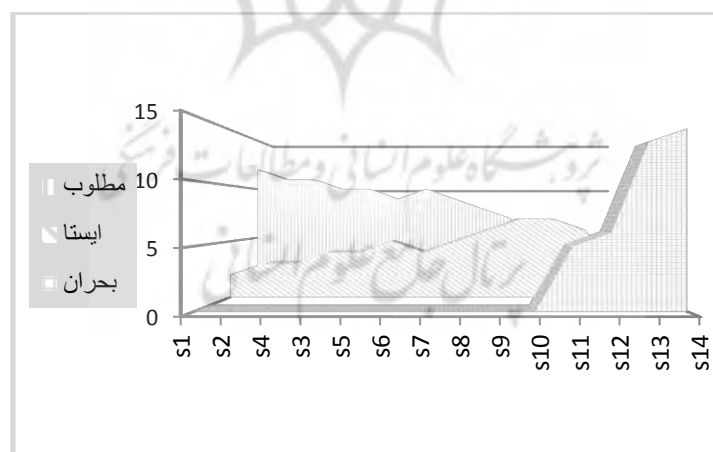
نتایج نشان می‌دهد ۵ سناریو با احتمال وقوع بسیار بالا در شرایط پیش‌روی توسعه گردشگری استان وجود دارد. این نرم‌افزار هیچ تأکیدی بر اینکه سناریوها از طیف‌های گوناگون انتخاب شوند، ندارد و فقط براساس روابط منفی تأثیرگذار و مثبت تأثیرگذار سناریو را طراحی می‌کند. بنابراین، سناریوهای انتخاب‌شده می‌توانند کاملاً مطلوب یا کاملاً بحرانی باشند. سناریوهای ضعیف این پژوهش ۴۱۱۱ سناریو است که به نظر می‌رسد اعتماد به سناریوهای ضعیف غیرمنطقی است و همین‌طور سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای آن‌ها کاری غیرعملی، غیرممکن و غیرمنطقی است. بنابراین، منطقی است که بین سناریوهای محدود قوی و سناریوهای وسیع ضعیف، سناریوهای با سازگاری ۱ را در نظر بگیریم که بر این اساس، تعداد ۱۴ سناریو معقول و منطقی برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در اختیار پژوهش قرار گرفت.

جدول ۳. وضعیت هر یک از عوامل به تفکیک سناریوها و طیف سه‌گانه مطلوب تا بحران

خدمات رفاهی	رقابت	فرهنگ پذیرش گردشگر	تأسیسات زیربنایی	بخش خصوصی	برنامه‌های آموزشی	هماهنگ‌سازی سازمان‌ها	دانش فنی	رسانه‌ها	سیاست‌های تشویقی	طرح جامع گردشگری	بودجه	قوانین و مقررات گردشگری	سیاست کلان دولت	عوامل
														سناریوها
مطلوب	مطلوب	ایستا	مطلوب	مطلوب	ایستا	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	سناریوی اول
مطلوب	مطلوب	ایستا	مطلوب	مطلوب	ایستا	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	ایستا	سناریوی دوم
مطلوب	مطلوب	ایستا	مطلوب	مطلوب	ایستا	مطلوب	ایستا	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	ایستا	سناریوی سوم
مطلوب	ایستا	ایستا	مطلوب	مطلوب	ایستا	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	سناریوی چهارم
مطلوب	ایستا	ایستا	مطلوب	مطلوب	ایستا	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	ایستا	سناریوی پنجم
مطلوب	ایستا	ایستا	مطلوب	مطلوب	ایستا	مطلوب	ایستا	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	ایستا	سناریوی ششم
مطلوب	ایستا	ایستا	ایستا	مطلوب	ایستا	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	سناریوی هفتم
ایستا	ایستا	ایستا	ایستا	مطلوب	ایستا	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	سناریوی هشتم
ایستا	ایستا	ایستا	ایستا	مطلوب	ایستا	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	ایستا	سناریوی نهم
ایستا	ایستا	ایستا	ایستا	مطلوب	ایستا	مطلوب	ایستا	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	مطلوب	ایستا	سناریوی دهم
ایستا	ایستا	بحران	ایستا	ایستا	ایستا	بحران	ایستا	بحران	مطلوب	ایستا	مطلوب	بحران	بحران	سناریوی یازدهم
ایستا	ایستا	بحران	ایستا	ایستا	ایستا	بحران	ایستا	بحران	مطلوب	بحران	مطلوب	بحران	بحران	سناریوی دوازدهم
بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	ایستا	بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	سناریوی سیزدهم
بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	بحران	سناریوی چهاردهم

گروه‌بندی و تحلیل سناریوهای منتخب

در مجموع ۱۴ سناریوی باورکردنی پیش روی استان وجود دارد که بیشتر سناریوها در وضعیت مطلوب قرار گرفته‌اند که این نشان‌دهنده وضعیت امیدوارکننده پیش‌روی توسعه گردشگری استان است. سناریوهای ممکن به وضوح به تفکیک سناریو و عوامل اصلی برای تسهیل درک شرایط در صفحه سناریو نشان داده شده است که برای درک وضعیت‌ها براساس امتیازی که به هر یک از وضعیت‌ها بین ۳ تا ۳- داده شده است، نسبت به جایگزینی اعداد به جای وضعیت‌ها اقدام شد و برای درک کیفی از صفحه سناریو از طریق جایگزینی وضعیت‌ها با طیفی از عناوین مطلوب تا بحران وضعیت و جایگاه توسعه گردشگری استان به تفکیک سناریو و هر عامل اصلی نشان داده شده است. از مجموع ۱۹۶ وضعیت حاکم بر صفحه سناریو تعداد ۱۰۱ حالت و ۵۱٫۵۳ درصد وضعیت مطلوب، تعداد ۵۷ حالت و ۲۹٫۰۸ درصد در حالت ایستا و تعداد ۳۸ حالت و ۱۹٫۳۸ درصد وضعیت بحرانی را نشان می‌دهد. این وضعیت نشان می‌دهد بیش از نیمی از حالت‌های موجود در صفحه سناریو در حالت مطلوب قرار دارند و پس از آن حالت ایستا و در نهایت، حالت بحرانی کمترین میزان را به خود اختصاص داده است.



شکل ۶. نسبت وضعیت‌های احتمالی توسعه گردشگری استان در آینده به تفکیک هر سناریو

با توجه به قرابت سناریوها، می‌توان آن‌ها را به سه گروه تقسیم کرد که هر یک از گروه‌ها شامل چند سناریو با ویژگی‌های تقریباً مشترک با تفاوت کم در یک یا چند وضعیت از میان ۱۴ عامل اصلی می‌باشند. این گروه‌ها به شرح زیرند:

- سناریوهای مطلوب (شامل سناریوهای: ۱، ۲، ۴، ۳، ۵، ۷، ۶، ۸، ۹، ۱۰)
- سناریوهای ایستا (شامل سناریوهای: ۱۱ و ۱۲)
- سناریوهای بحران (شامل سناریوهای: ۱۳ و ۱۴)

از میان ۱۴ سناریوی باورکردنی پیش روی استان تعداد ۱۰ سناریو با وضعیت مطلوب وجود دارد که شرایط امیدوارکننده‌ای را برای توسعه گردشگری استان در آینده نشان می‌دهد، همچنین، ۲ سناریو حالت ایستا و ۲ سناریو حالت بحران را در آینده نشان می‌دهد. گروه‌بندی سناریوها به شرح زیر است:

سناریوهای گروه اول: شرایط مطلوب با رویکردهای مبتنی بر رقابت‌پذیری، برنامه‌محوری، قانونمندی و دانش‌محوری

این گروه شامل سناریوهای اول تا دهم است و بهترین و مطلوب‌ترین شرایط ممکن برای گردشگری استان را شامل می‌شود. در این گروه حالت بحرانی وجود ندارد و عامل متمایزکننده آن‌ها تفاوت در میزان حالات مطلوب و ایستا است. این گروه به لحاظ فراوانی بیشترین تعداد وضعیت مطلوب را بین سناریوهای دیگر گروه‌ها به خود اختصاص داده است. به طوری که ۷۰ درصد میزان حالت‌ها مطلوب، همچنین، ۳۰ درصد حالت ایستا و صفر درصد حالت بحران را نشان می‌دهند. مقایسه درصد فراوانی حالت مطلوب و بحران این گروه با گروه‌های دیگر نشان‌دهنده وضعیت مناسب پیش روی استان در این گروه است. ویژگی این سناریوها افزایش سهم بودجه گردشگری، افزایش اعطای تسهیلات مالی، ایجاد برنامه‌های آموزشی نیروهای انسانی شاغل است که در همه سناریوها مشترک است و ایجاد چارچوب منسجم قوانین و مقررات گردشگری، اجرای طرح جامع، تنوع‌بخشی شبکه‌های اطلاع‌رسانی، پویایی مطلوب تعاملات سازنده بین نهادها، افزایش نقش بخش خصوصی، آماده‌سازی ذهنی و اجتماعی جامعه وضعیت‌هایی هستند که در ده

سناریو مشترک و تنها در یک مورد تفاوت دارند. به طور کلی و در مجموع، سناریوهای این گروه مشخص‌کننده حالات مثبت و مناسب پیش روی استان همدان است.

سناریوهای گروه دوم: روند تغییرات بسیار کند و آرام، حفظ وضع موجود

در این گروه دو سناریو مشاهده می‌شود که سناریوهای یازدهم و دوازدهم است. در این گروه عوامل متمایزکننده، تفاوت در میزان حالات مطلوب و ایستا و بحران است. این گروه از نظر فراوانی، بیشترین تعداد وضعیت ایستا را در بین سناریوهای دیگر گروه‌ها به خود اختصاص داده است. مقایسه درصد فراوانی حالت مطلوب و بحران این گروه با گروه‌های دیگر نشان‌دهنده وضعیت تقریباً ایستا پیش روی استان در این گروه است. میزان تفاوت اثرگذاری‌های این گروه تفاوت زیادی با گروه اول و گروه سوم دارد. این گروه شامل ویژگی‌های بی‌ثباتی و تغییرات سیاست‌گذاری‌های دولت، وضع قوانین محدودکننده، افزایش سهم بودجه گردشگری، افزایش اعطای تسهیلات مالی مناسب، ایجاد محدودیت در شبکه‌های اطلاع‌رسانی، استفاده متوسط از فناوری اطلاعات، رشد بیشتر تعارضات نسبت به تعاملات، ایجاد برنامه‌های آموزشی نیروهای انسانی شاغل، حمایت از سرمایه‌گذاران فعلی، نوسازی و بهبود تأسیسات زیربنایی گردشگری، افزایش تعارضات فرهنگی، حفظ وضعیت موجود به‌عنوان قطب اول گردشگری منطقه، استانداردسازی خدمات و امکانات موجود است. این دو سناریو فقط در وضعیت طرح جامع با یکدیگر متفاوتند که سناریو یازدهم به تسریع در تهیه طرح جامع، و سناریو دوازدهم به ناهماهنگی سازمان‌ها در تهیه طرح جامع اختصاص یافته است.

سناریوهای گروه سوم: شرایط بحرانی و نامطلوب، عدم امکان توسعه گردشگری

این گروه از سناریوها وضعیت بحران را شامل می‌شود و شامل دو سناریو سیزدهم و چهاردهم می‌شوند. در این گروه عوامل متمایزکننده، تفاوت در میزان حالات مطلوب و ایستا و بحران است. این گروه از نظر فراوانی، بیشترین تعداد وضعیت بحران را بین سناریوهای دیگر گروه‌ها به خود اختصاص داده است، به طوری که صفر درصد میزان حالت‌های مطلوب، ۳ درصد حالت ایستا و ۹۷ درصد حالت بحران را نشان می‌دهند. مقایسه درصد فراوانی حالت مطلوب و بحران این گروه با

گروه‌های دیگر نشان‌دهنده وضعیت بحران در پیش روی استان در این گروه است. از جمله ویژگی‌های این گروه از سناریوها می‌توان به بی‌ثباتی و تغییرات سیاست‌گذاری‌های دولت، وضع قوانین محدودکننده، کاهش تخصیص اعتبارات لازم، ناهماهنگی سازمان‌ها در تهیه طرح جامع، کاهش توجه دولت به سیاست‌های تشویقی، گرایش به به‌کارگیری حالت‌های سنتی، رشد بیشتر تعارضات نسبت به تعاملات، کاهش نیروی متخصص و آموزش‌دیده، خروج سرمایه و نبود انگیزه، فرسودگی و تضعیف تدریجی تأسیسات زیربنایی، افزایش تعارضات فرهنگی، نبود رقابت کارآمد، کاهش خدمات رفاهی گردشگری اشاره کرد. این سناریوها در همه وضعیت‌ها مشابه یکدیگرند، به غیر از حالت رسانه‌ها در سناریو سیزدهم که وضعیت آن تهیه ارقام تبلیغاتی با شیوه‌ای سنتی که حالت ایستا را نشان می‌دهد و در سناریوی چهاردهم در همین حالت وضعیت ایجاد محدودیت در شبکه‌های اطلاع‌رسانی که حالت بحران را نشان می‌دهد.

پیشنهادها

به نظر می‌رسد با برگزاری نمایشگاه‌ها و همایش‌های اختصاصی در سطح ملی برای شناساندن ظرفیت‌های گردشگری استان همدان در ایران، مانند جشنواره‌های فرش، سفال، توجه به صنایع دستی از طریق استانداردسازی رشته‌ها، تقویت دوره‌های آموزشی و ایجاد تشکل‌ها و مجتمع‌های صنایع دستی مانند مجتمع‌های قالبی و بهبافی، سفال‌گری، منبت‌کاری، ایجاد سیستمی مدون برای تبلیغات و معرفی فرصت‌های توسعه استان، توسعه آموزش عالی و تحقیقاتی و درمانی به علت موقعیت مواصلاتی استان و توجه ویژه به اکوتوریسم (طبیعت‌گردی) در استان بتواند با راهبردهایی به شرح زیر مزیت نسبی گردشگری در استان همدان را تقویت کرد.

جدول ۴. راهبردها و جهت‌گیری‌های کلان برای دستیابی به توسعه گردشگری منطقه‌ای استان

حوزه‌ها	راهبردها و جهت‌گیری‌های کلان	حوزه‌ها	راهبردها و جهت‌گیری‌های کلان
اقتصادی	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش سهم بودجه‌های عمرانی گردشگری استان - معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری گردشگری به سرمایه‌گذاران - تشویق و ترغیب بخش خصوصی از طریق اعمال سیاست‌های حمایتی نظیر معافیت‌های مالیاتی و عوارض در زمینه ایجاد و توسعه مراکز فرهنگی، هنری و ورزشی در استان - ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری در سطح استان - برنامه‌ریزی برای گسترش صنایع دستی و سایر مشاغل وابسته، به منظور اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد پایدار 	تبلیغات	<ul style="list-style-type: none"> - تهیه و توزیع مجموعه‌ای از اقلام تبلیغاتی شامل نقشه، کتابچه، بروشور، CD، ... از جاذبه‌ها و مراکز طبیعی، توسط سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان - ایجاد تبلیغات صحیح و تهیه برنامه‌های رسانه‌ای در زمینه معرفی جاذبه‌های گردشگری در سطح استان - تنوع‌بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های گردشگری استان - افزایش تبلیغات و فعالیت‌های آگاه‌سازی در رسانه‌ها پیرامون مزیت‌های گردشگری در استان
اجتماعی - فرهنگی	<ul style="list-style-type: none"> - تغییر چارچوب سازمانی و اصلاح قوانین دست‌وپاگیر با توجه به رعایت مقررات دولتی و نیازهای گردشگری استان - تدوین و اجرای قوانین شفاف، جامع و معقول گردشگری - آموزش نیروهای متخصص برای شناسایی و شناساندن قابلیت‌های گردشگری استان - فرهنگ‌سازی و آموزش مردم بومی برای برخورد با گردشگران 	برنامه‌ریزی و مدیریت	<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد هماهنگی در تهیه طرح جامع گردشگری استان با حفظ و گسترش ارزش‌های شهری، محیطی و کارکردهای گردشگری - به‌کارگیری مدیریت شایسته و کارآمد در برنامه‌ریزی گردشگری جلب هم‌سویی و هماهنگی همه دستگاه‌های اصلی زیرساختی در کارگروه گردشگری، میراث فرهنگی، آمایش و توسعه پایدار برای رشد و شکوفایی گردشگری استان
خدمات	<ul style="list-style-type: none"> - اصلاح و ارتقای عملکرد جاذبه‌ها و تأسیسات اقامتی موجود، احداث و تکمیل زیربنایها، گسترش امکانات ارتباطی و استاندارد کردن خدمات گردشگری استان در همه زمینه‌ها - ایجاد امکانات اقامتی، هم از نظر موقعیت مکانی و هم از نظر سطح هزینه برای اقشار گوناگون با سطوح درآمدی و سلیقه‌های مختلف - تطبیق امکانات و خدمات وضع موجود بر ضوابط و استانداردهای مصوب - تنوع‌بخشی به امکانات، فعالیت‌ها و خدمات گردشگری 	زیرساختی	<ul style="list-style-type: none"> - توسعه امکانات زیربنایی و زیرساخت‌های استان متناسب با استعداد گردشگری - افزایش اعتبارات برای بهسازی و گسترش راه‌ها و سرویس‌های حمل و نقلی استان - استفاده از مشارکت بخش خصوصی در احداث تأسیسات و زیرساخت‌های گردشگری استان

منابع و مأخذ

۱. الوانی، سید مهدی و پیروزبخت، معصومه (۱۳۸۵). *فرایند مدیریت جهانگردی*. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۲. بهشتی، محمدباقر و زالی، نادر (۱۳۸۹). شناسایی عوامل کلیدی توسعه منطقه‌ای با رویکرد برنامه‌ریزی بر پایه سناریو: مطالعه موردی استان آذربایجان شرقی. *فصل‌نامه برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، دوره ۱۵، شماره ۱، صفحات ۶۳-۴۱.
۳. پورمحمدی، محمدرضا و زالی، نادر (۱۳۸۸). تحلیل نابرابری‌های منطقه‌ای و آینده‌نگاری توسعه (نمونه موردی: استان آذربایجان شرقی). *نشریه علمی - پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی*، دوره ۱۵، شماره ۳۲، صفحات ۶۴-۲۹.
۴. پورمحمدی، محمدرضا، حسین‌زاده دلیر، کریم، ربانی، رسول و زالی، نادر (۱۳۸۹). مهندسی مجدد فرایند برنامه‌ریزی با تأکید بر کاربرد آینده‌نگاری. *فصل‌نامه جغرافیا و توسعه*، دوره ۸، شماره ۲۰، صفحات ۵۸-۳۷.
۵. حمدی، کریم، وظیفه‌دوست، حسین و هنری‌جعفرپور، احمد (۱۳۸۸). بررسی تأثیر توریسم تاریخی^۰ فرهنگی بر توسعه پایدار شهری همدان. *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*، دوره ۳، شماره ۱، صفحات ۶۹-۴۹.
۶. ختایی، محمود، فرزین، محمدرضا و موسوی، علی (۱۳۸۷). اندازه‌گیری کارایی هتل‌های شهر تهران با استفاده از روش تحلیلی پوششی داده‌ها. *فصل‌نامه پژوهش‌های اقتصادی*، دوره ۸، شماره ۲، صفحات ۲۴-۱.
۷. خیرگو، منصور و شکری، زینب (۱۳۹۰). توسعه فرایند سیاست‌گذاری با استفاده از راهبرد آینده‌نگاری. *فصل‌نامه علمی^۰ پژوهشی مدیریت نظامی*، دوره ۱۱، شماره ۴۲، صفحات ۱۰۲-۷۱.
۸. زالی، نادر (۱۳۸۸). *آینده‌نگاری توسعه منطقه‌ای با رویکرد برنامه‌ریزی سناریو مبنا (نمونه)*

- موردی: استان آذربایجان شرقی). رساله دکتری، رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
۹. زالی، نادر (۱۳۹۰). آینده‌نگاری راهبردی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای با رویکرد سناریونویسی. فصل‌نامه علوم سیاسی، مطالعات راهبردی، دوره ۴، شماره ۵۴، صفحات ۳۳-۵۴.
۱۰. سازمان جهانی گردشگری (۱۳۷۹). برنامه‌ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای. ترجمه بهرام رنجبران و محمد زاهدی، اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۱. طباطباییان، سید حبیب‌الله و قدیری، روح‌الله (۱۳۸۶). متغیرهای مؤثر بر انتخاب ابعاد در یک پروژه آینده‌نگاری. فصل‌نامه علوم مدیریت ایران، دوره ۲، شماره ۷، صفحات ۸۰-۵۵.
۱۲. علی احمدی، علیرضا و داعی، بهیار (۱۳۷۶). کاربرد روش دلفی در تعیین اولویت اهداف استراتژیک سازمان‌ها. مجموعه مقالات پنجمین همایش دانشجویی مهندسی صنایع، دانشگاه علم و صنعت ایران، شماره ۵، صفحات ۴۰۵-۳۸۸.
۱۳. فلاحتی، علی و احمدیان، تحسین (۱۳۹۰). بررسی اقتصادی و تعیین اولویت‌های سرمایه‌گذاری صنعتی در استان کرمانشاه. دوفصل‌نامه اقتصاد و توسعه منطقه‌ای، دوره ۱۸، شماره ۲، صفحات ۱۰۰-۱۲۵.
۱۴. مخبر، عباس (۱۳۶۷). توسعه منطقه‌ای روش‌های نو. تهران: انتشارات برنامه و بودجه.
۱۵. مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری دفاعی (۱۳۸۸). وضعیت کنونی سناریونویسی مرور اجمالی تکنیک‌ها. تهران: مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
۱۶. مطالعات برنامه آمایش استان (۱۳۹۰). تحلیل زمینه‌های فعالیت اقتصادی بر حسب بخش‌های اصلی ساختار خدمات استان همدان. همدان: معاونت برنامه‌ریزی سازمان برنامه و بودجه.
۱۷. یدری چپانه، رحیم، رضاطبع ازگمی، سیده خدیجه، سلطانی، ناصر و معتمدی‌مهر، اکبر (۱۳۹۲). تحلیلی بر سیاست‌گذاری گردشگری در ایران. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۲، شماره ۵، صفحات ۳۲-۱۱.

19. Martin, B. (1995). Foresight in science and technology. *Technology Analysis and Strategic Management*, 24(8), 68-139.
20. Martin, B. & Johnston, R. (1999). Technology foresight for wiring up the national innovation system: experiences. In Britain, Australia and Newzealand. *Technological Forecasting and Social Change*, 60(1), 37-60.
21. Peterson, G., Cumming, G., & Carpenter, S. (2003). Scenario planning: a tool for conservation in an uncertain word. *Conservation Biology*, 17(2), 358-366.
22. Shin, T., Hong, S. & Grupp, H. (1999). Technology foresight activities in Korean and countries closing the technology gap. *Technological Forecasting and Social Change*, 60(1), 71-84.
23. Thabet, A. (2007). An approach to a strategy for improving libyas tourism industry. *International Biennia Tourism*, 22-34.

