

Research Paper

An investigation of the Factors Affecting Iranian Tourism Development

Doulabi.Pouya^{*1}, Eshrati.Parastoo² , Matlabi.Mohammad³,

¹ Corresponding Author. Assistant Professor, Department of Architecture, Persian Gulf University, Bushehr, Iran

² Assistant Professor, Department of Architecture, School of Architecture, College of Fine Arts, University of Tehran, Tehran, Iran

³ Master of Environmental Design, University of Tehran, Tehran, Iran



10.22080/jtpd.2021.18113.3218

Received:

January 22, 2020

Accepted:

December 9, 2020

Available online:

June 21, 2021

Keywords:

Tourism Development,
Mic Mac, Futures Study,
Iran

Abstract

In this paper, a quantitative-qualitative methodology has been used through the Futures Study approach in order to identify the factors affecting tourism development in Iran. Four main steps have been taken to this end. These steps are: (1) extracting factors from written sources, (2) holding expert panels to analyze factors, (3) identifying interactions between factors by experts, and (4) software analysis to determine factor interactions. The findings of this study show that "statistics and information" and "zoning" are factors affecting tourism development and "organization" and "management" have a regulatory role in tourism development. In order to achieve a balanced development in the field of tourism and carry out zoning and determining the capability of each area of the country in the field of tourism at different national and international scales, statistics and information should be updated and efficient. Accordingly, serious attention to management structures and, if necessary, their modification and improvement can help Iran develop its tourism industry.

***Corresponding Author:** Doulabi.Pouya

Address: Department of Architecture, Persian Gulf University, Bushehr

Email: pouya.doulabi@pgu.ac.ir

Tel: 09177169580



Extended Abstract

1. Introduction

Today, the tourism industry is considered as one of the most important economic activities in the world. However, despite the fact that Iran is one of the countries with potential in the world in terms of natural resources and tourist attractions, unfortunately, the data of the World Organization shows that the tourist influx was very slow during the last years. Therefore, planning for double development of tourism industry in Iran in the coming years should be considered by the planners and officials of this sector. This article examines the future of tourism in Iran in order to examine factors affecting the development of Iranian tourism.

2. Materials and Methods

In the first step, the literature review related to tourism development are explored and the main factors of tourism development are extracted. In the second step, an expert panel is formed to elaborate on the factors. Then, the interaction matrix is used to identify how the factors affect each other. After that, Micmac software (Matrix-based Multiplication Applied to a Classification) is used for the statistical analysis of the interaction matrix. Hence, the research method used is a hybrid method.

3. Discussion and Results

The following findings are obtained by reading the Micmac outputs:

- "Zoning" and "statistics and information" are important and

determining factors in tourism development.

- "Organization and management" factor is the regulatory factor.
- The factors of "facilities and transport infrastructure", "residential infrastructure", "tourism products" and "marketing and advertising" are the factors being affected by other factors.
- The factors of "laws and facilities" and "standards and quality of service" are independent factors.
- The factor of "tourism activities" is positioned as a risk factor.

4. Conclusion

The ten key factors of tourism development in Iran include: zoning, facilities and transport infrastructure, residential infrastructure, tourism activities, tourism products, marketing and advertising, laws and facilities, organization and management, statistics and information, and standards and quality of services. The factor of "tourism activities" can be considered as a driving factor in Iran's tourism development. The "organization and management" factor as a regulatory factor plays an important role in controlling the relationships between other factors and shaping the tourism development process. Therefore, it is necessary to examine and pathologies the organizational management processes in the current situation and to harmonize them with tourism development plans, the ignorance of which can disrupt all planning. Considerable attention to "statistics and information" in the field of tourism and, if necessary, modification of statistical methods used, as well as determination of tourism potentials of

different regions of the country and "zoning of areas" based on these potentials, as two key effective factors, can be a solution to the implementation of tourism development plans. Based on the research findings, observing the above points can only lead to the development of

tourism in Iran if key underlying factors, such as "security", "political stability" and "investment in tourism", are provided. Otherwise, any action in the field of tourism development will fail





علمی پژوهشی

بررسی چگونگی اثرگذاری مؤلفه‌های مؤثر در توسعه‌ی گردشگری ایران

پویا دولابی^{۱*}، پرستو عشرتی^۲ ID، محمد مطلبی^۳

^۱ نویسنده مسئول، دکترای تخصصی، استادیار، دانشکده معماری، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر
^۲ دکترای تخصصی، استادیار، دانشکده معماری پردیس هنرهای زیبا دانشگاه تهران، تهران
^۳ کارشناسی ارشد، دانش آموخته کارشناسی ارشد طراحی محیط دانشگاه تهران، تهران

doi 10.22080/jtpd.2021.18113.3218

چکیده

این مقاله با رویکرد آینده‌پژوهی و به منظور شناسایی مؤلفه‌های مؤثر در توسعه‌ی گردشگری در ایران و نحوه‌ی تأثیرگذاری آن‌ها تهیه شد و از رویکرد آمیخته کمی-کیفی بهره برده است. بدین منظور چهار مرحله‌ی اصلی به انجام رسیده است. این مراحل عبارتند از: یک) استخراج مؤلفه‌ها از منابع مکتوب، دو) برگزاری پنل خبرگان برای تدقیق مؤلفه‌ها، سه) شناسایی اثرات متقابل مؤلفه‌ها از سوی خبرگان، و چهار) تحلیل‌های نرم‌افزاری برای تعیین اثرات متقابل مؤلفه‌ها. پس از بررسی منابع مکتوب و استخراج مؤلفه‌های اولیه، پنل خبرگان با حضور متخصصان تشکیل گردید که با موضوع گردشگری و یا دارای رویکردی کل‌نگر در برنامه‌ریزی آشنا بودند. به این ترتیب ۱۰ مؤلفه به عنوان مؤلفه‌های مؤثر در توسعه‌ی گردشگری، در ایران شناسایی شد. سپس ماتریس دلفی با نظر خبرگان تهیه شد و با میانگین‌گیری از نظر آنان، ماتریس نهایی آماده شد و به وسیله‌ی نرم افزار "میک‌مک"، که یکی از ابزارهای آینده‌نگاری استراتژیک است، تحلیل گردید. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که "فعالیت‌های گردشگری" مؤلفه‌ی پیشران و "آمار و اطلاعات" و "زون‌بندی مناطق" مؤلفه‌های تأثیرگذار در توسعه‌ی گردشگری هستند و مؤلفه‌ی "سازماندهی و مدیریت"، نقشی تنظیمی در توسعه‌ی گردشگری دارند. این پژوهش، همچنین برای دستیابی به توسعه‌ای متوازن در حوزه‌ی گردشگری به آمار و اطلاعات روزآمد و کارآمد در این حوزه نیاز دارد و زون‌بندی و تعیین قابلیت هر یک از مناطق کشور در حوزه‌ی گردشگری در مقیاس‌های مختلف ملی و بین‌المللی انجام گردد. بر این اساس، توجه جدی به ساختارهای مدیریتی و در صورت لزوم اصلاح و کارآمدسازی آن‌ها می‌تواند کشور را در توسعه‌ی صنعت گردشگری یاری رساند.

تاریخ دریافت:

۲ بهمن ۱۳۹۸

تاریخ پذیرش:

۱۹ آذر ۱۳۹۹

تاریخ انتشار:

۳۱ خرداد ۱۴۰۰

کلیدواژه‌ها:

توسعه‌ی گردشگری،
آینده‌پژوهی، میک‌مک، ایران

* نویسنده مسئول: پویا دولابی

آدرس: دکترای تخصصی، استادیار، دانشکده معماری، دانشگاه
خلیج فارس بوشهر

ایمیل: pouya.doulabi@pgu.ac.ir
تلفن: ۰۹۱۷۷۱۶۹۵۸۰

۱ مقدمه

بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، (۱۳۹۷). در مقایسه ی وضعیت ایران با آمارهای جهانی ، می توان دریافت که صنعت گردشگری در کشور به رشد و توسعه بسیار سریع‌تر و بیشتر نیاز دارد.

امروزه با توجه به مسائلی مانند، کاهش قیمت جهانی نفت و تحریم های غیرقانونی ایالات متحده علیه ایران، اهمیت گردشگری و نقش آن در رشد و توسعه ی اقتصادی و فرهنگی ، توجه به این صنعت و تلاش برای توانمند نمودن آن با تأکید بر برنامه‌ریزی همه‌جانبه ، امری ضروری است. در کانون توجه قرار دادن موضوع توسعه ی گردشگری کشور از این جهت ضرورت دارد که بر اساس سند چشم انداز ۲۰ ساله ، ایران باید در سال ۱۴۰۴ تعداد گردشگران ورودی کشور را به ۲۰ میلیون نفر و درآمد حاصل از گردشگری به ۲۵ میلیارد دلار برساند ؛ اما با توجه به آمار و ارقام موجود در حوزه ی گردشگری، تاکنون برنامه‌ریزی عملیاتی و ساختاری برای رسیدن به چشم‌انداز ۱۴۰۴ صورت نگرفته است (سند چشم انداز ۲۰ ساله، ۱۳۸۴)

این در حالی است که بر اساس گزارش سالانه مجمع جهانی گردشگری و سفر، پیش‌بینی شده است ؛ تعداد کل گردشگران ورودی به کشور در سال ۲۰۱۸ به ۵/۴۸۳/۰۰۰ نفر برسد و با روند رشد کنونی در سال ۲۰۲۸ (۱۴۰۷) تعداد گردشگران ورودی حدود ۱۰ میلیون نفر باشد (WTTC, 2019). بدیهی است این ارقام فاصله ی معناداری با اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ دارد و در حالی که تنها ۶ سال به افق زمانی این سند باقی است، تنها حدود ۲۷ درصد اهداف آن در این بخش محقق شده است.

در چنین شرایطی ایجاد زمینه‌های توسعه ی مضاعف صنعت گردشگری، رشد چندبرابری تعداد گردشگران ورودی به کشور در سال‌های آتی ، امری است که باید مورد توجه برنامه‌ریزان و مسئولان این بخش قرار گیرد. دستیابی به چنین رشدی ، مستلزم شناخت درست مسئله و تعیین مؤلفه‌های مؤثر و

امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان محسوب می شود و بیشترین میزان ارزش افزوده را برای کشورهای مقصد گردشگری به ارمغان می‌آورد. طی ۳۰ سال گذشته، با وجود بحران‌های مالی، جنگ‌ها، نوسانات نرخ ارز و سایر وقایع اقتصادی- سیاسی، این صنعت نرخ رشدی بیش از ۱ تا ۲ درصد سریع‌تر از اقتصاد جهانی داشته است. به طوری که مجمع جهانی گردشگری و سفر^۱ پیش‌بینی کرده است، در سال ۲۰۱۹ میلادی میزان گردشگران در سطح دنیا باید حدود ۳٫۹ درصد رشد داشته باشد و میزان سرمایه گذاری در این بخش در مجموع ۴٫۴ درصد از کل سرمایه گذاری انجام شده در سال ۲۰۱۹ را، دربرگیرد. همچنین اشتغال مربوط به این صنعت به ۱۰ درصد کل شاغلان برسد (WTTC, 2019). در این میان بر اساس اعلام سازمان جهانی گردشگری، میزان رشد گردشگران ورودی به منطقه ی خاورمیانه، حدود ۵ درصد ارزیابی شده است (UNWTO, 2019).

با این وجود، به رغم این که ایران از نظر منابع طبیعی و جاذبه‌های گردشگری، یکی از کشورهای دارای پتانسیل در سطح جهان محسوب می‌شود، متأسفانه آمار سازمان جهانی در طول سال‌های گذشته حکایت از روند بسیار کند ورود گردشگران به کشور و به دنبال آن سهم ناچیز این صنعت در میزان تولید ناخالص ملی دارد. به طوری که ایران در سال ۲۰۱۱ رتبه ی ۱۱۴ بین ۱۳۹ کشور، و در سال ۲۰۱۷، رتبه ی ۹۳ بین ۱۳۶ کشور جهان را به خود اختصاص داده است. همچنین در سال ۲۰۱۷، صنعت سفر و گردشگری با ارزش افزوده ی حدود ۱/۱۰ میلیارد دلاری، سهم ۲/۵ درصدی از کل تولید ناخالص داخلی ایران را تشکیل داده است و با ایجاد ۴۷۶ هزار شغل، سهم ۱/۹ درصدی از کل اشتغال کشور را به خود اختصاص داده است (اتاق

¹¹ The World Travel & Tourism Council (WTTC)



استاندارد خدمات گردشگری مشخص شده‌اند. همچنین در این پژوهش، مؤلفه‌های تقاضا در سیستم گردشگری بازارهای بین‌المللی گردشگری، بازارهای محلی گردشگری، استفاده ساکنان از تسهیلات و جاذبه‌های گردشگری، و مؤلفه‌های عرضه در سیستم گردشگری جاذبه‌ها و فعالیت‌ها، اقامت، سایر تسهیلات و خدمات گردشگری، حمل و نقل، سایر زیرساخت‌های گردشگری، و عناصر سازمانی معرفی شده است (UNWTO, 2019).

دسته‌ای دیگر از تحقیق‌ها با اشاره به اولویت‌های گردشگران از مقصد گردشگری به طور غیرمستقیم به مؤلفه‌های توسعه‌ی گردشگری اشاره داشته‌اند. زیبایی، وضعیت اقتصادی جامعه‌ی هدف، وضعیت منابع طبیعی، فرصت‌های تفریحی، امکانات، امنیت، راحتی اقامت گاه‌ها، دسترسی به مکان‌های هدف گردشگری، محیط طبیعی و تنوع گونه‌ای؛ از جمله این اولویت‌هاست (Md. Shafiqul Islam, 2015).

در پژوهش‌های متعدد داخلی نیز به معیارهای توسعه‌ی گردشگری اشاره شده است؛ در یکی از آن‌ها زیرساخت‌های گردشگری، توان اقتصادی، توان طبیعی، تسهیلات گردشگری و توان جمعیتی-اجتماعی نام برده شده است (زرآبادی و عبدالله، ۱۳۹۲: ۴۴). در پژوهش دیگر، عوامل موثر بر توسعه‌ی گردشگری به عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی و حقوقی، عوامل اجتماعی و فرهنگی، عوامل طبیعی، تسهیلات و زیرساخت‌های گردشگری، و تبلیغات و اطلاع‌رسانی تقسیم شده‌اند (طالبی، مدیری، و طرهانی، ۱۳۹۶: ۱۰۳).

پاره‌ای دیگر از پژوهش‌ها اگرچه به طور مستقیم به دسته‌بندی این مؤلفه‌ها نپرداخته است؛ اما به نوعی به برخی از آن‌ها اشاره داشته است و در زمینه‌ی آن به بررسی و تحقیق پرداخته‌اند. از میان این پژوهش‌ها می‌توان به استخراج مؤلفه‌ها پرداخت: زون‌بندی (صیدیایی و حسینی، ۱۳۹۶؛ هاشمی و همکاران، ۱۳۹۸)، زیرساخت به صورت کلی (Saarinen, 2006) و به صورت خاص زیرساخت فناوری اطلاعات و فناوری (مظلومی و

تدقیق چگونگی اثرگذاری آن‌ها در توسعه‌ی گردشگری ایران است. زیرا اگر جایگاه و نوع اثرگذاری این مؤلفه‌ها به درستی شناخته شده و سپس برنامه‌ریزی و عملیاتی شوند، سایر بخش‌های این صنعت نیز به نوبه‌ی خود توسعه خواهد یافت. این مقاله به آینده‌پژوهی در حوزه‌ی گردشگری ایران می‌پردازد تا چگونگی اثرگذاری مؤلفه‌های مؤثر در توسعه‌ی گردشگری ایران را واکاود.

۲ پیشینه‌ی پژوهش: توسعه‌ی گردشگری

توسعه‌ی گردشگری، مستلزم انجام برنامه‌ریزی جامع و چندوجهی است به گونه‌ای که این برنامه بتواند با در نظر گرفتن مؤلفه‌های مختلف در طول زمان، از کارایی لازم برخوردار باشد. به دلیل چندبعدی بودن مقوله‌ی گردشگری و تأثیر هم‌زمان و موازی مؤلفه‌های مختلف بر آن و به منظور سهولت در امر تحلیل و برنامه‌ریزی، در آغاز کار لازم است نسبت به تعیین مؤلفه‌های موثر در برنامه‌ریزی گردشگری اقدام شود. برای محقق ساختن این امر از ابزار مطالعات کتابخانه‌ای جهت جمع‌آوری اطلاعات بهره برده شد.

پژوهش‌های متعددی در حوزه‌ی گردشگری به انجام رسیده است که در پاره‌ای از آن‌ها به ارائه‌ی دسته‌بندی‌های در مورد مؤلفه‌های توسعه‌ی گردشگری پرداخته شده است. ادوارد اینسکیپ (۱۹۹۱) عناصر نظام گردشگری را جاذبه‌های گردشگری، تسهیلات حمل و نقل، تسهیلات مؤسساتی، تسهیلات گردشگری، تأسیسات زیربنایی، و مراکز اقامتی نام می‌برد (Ins, 1991: 49). به گزارش سازمان جهانی گردشگری، در سال ۲۰۱۹ سرفصل‌های برنامه‌ی جامع توسعه‌ی گردشگری عبارتند از: حمل و نقل، اقامت، فعالیت‌های گردشگری، توسعه‌ی تولیدات، زون‌بندی گردشگری، بازاریابی و تبلیغات، چارچوب سازمانی، پژوهش و آمار، قوانین و مقررات، و کیفیت

۳ روش تحقیق

۳،۱ تدقیق مؤلفه‌های اصلی توسعه ی گردشگری و تشکیل ماتریس اثر متقابل از طریق پنل خبرگان

همان طور که گفته شد، اولین گام در استفاده از ابزارهای آینده‌پژوهی در حوزه ی گردشگری، تعیین مؤلفه‌هایی است که بر توسعه ی این صنعت نقش دارند. بدین منظور در گام نخست، مبانی نظری مرتبط با توسعه ی گردشگری مورد واکاوی قرار گرفت و مؤلفه‌های اصلی از میان آن‌ها استخراج گردید. در گام دوم برای تدقیق مؤلفه‌های استخراج شده از مبانی نظری پژوهش، پنل خبرگان با حضور کارشناسان برگزیده تشکیل گردید. برای شناسایی خبرگان از روش گلوله برفی استفاده گردید. موضوع، هدف و سوالات پژوهش برای آنان تبیین گردید. سپس سه جلسه سه ساعته با حضور آنان تشکیل گردید. کارشناسان برگزیده شامل دو گروه بودند: گروه اول، افرادی که مستقیماً در حوزه ی گردشگری فعالیت کردند و گروه دوم متشکل از متخصصانی که در سایر حوزه‌های برنامه‌ریزی توسعه‌ای و با دیدگاهی کل‌نگر دارای تجربه بودند. تعداد، حوزه ی تخصص، جنسیت، سطح تحصیلات و میانگین سنی اعضای پنل خبرگان در جدول شماره ی ۱ ارائه شده است.

همکاران، ۱۳۹۱؛ عطا فر و همکاران، ۱۳۹۱؛ روحانی و زارع، ۱۳۹۲؛ غفاری و همکاران، ۱۳۹۴؛ مشکینی و همکاران، ۱۳۹۷؛ بردبار و همکاران، ۱۳۹۸؛ Zeng & Gerritsen, 2014؛ (Xiang, et al., 2015)، مدیریت زیرساخت حمل و نقل (Williams, 2011)، مدیریت حیدری چپانه، ۱۳۹۳؛ علی پور و بایندور نصرالله بگلو، ۱۳۹۴؛ رمضان نژاد و رکن الدین افتخاری، ۱۳۹۸)، بازاریابی، تبلیغات و برندسازی (حقیقی و همکاران، ۱۳۹۶؛ دهدشتی و همکاران، ۱۳۹۳؛ غفاری و همکاران، ۱۳۹۳؛ Saarinen, 2006)، فعالیت‌های گردشگری (زاهدی، ۱۳۸۲؛ احراری رودی و شاهرخی خرگردی، ۱۳۸۶؛ ابوالحسنی و همکاران، ۱۳۹۱)، محصولات گردشگری (بهزادفر و زمانیان، ۱۳۸۷)، مجموعه قابل ارائه به گردشگران (فرجی راد و نصیری، ۱۳۸۹). علاوه بر این، برخی از پژوهش‌های انجام شده بر لزوم توجه به رضایت گردشگران به عنوان یک عامل مهم در توسعه ی گردشگری در کنار توجه به محصول محوری اشاره داشته‌اند (شمس الدینی و همکاران، ۱۳۹۶؛ زیاری و همکاران، ۱۳۹۲). مجموعه ی این پژوهش‌ها برای استخراج مؤلفه‌های توسعه ی گردشگری به کار رفته است.

جدول ۱ مشخصات کارشناسان برگزیده

| میانگین سنی | سطح تحصیلات | | جنس | | تخصص | |
|-------------|-------------|---------------|-------|----|------|--------------------------|
| | کارشناسی | کارشناسی ارشد | دکتری | زن | | مرد |
| ۵۹ | ۱ | ۱ | ۲ | ۱ | ۳ | متخصصان حوزه ی گردشگری |
| ۶۳،۵ | ۰ | ۲ | ۱ | ۱ | ۲ | سایر برنامه‌ریزان کل‌نگر |

منبع: محاسبات تحقیق حاضر



پذیرایی، تولیدهای طبیعی و انسان‌ساخت، محیط و جاذبه‌های مقصد، قیمت کالاها و خدمات، سرگرمی، محصولات فرهنگی، محصول های طبیعی، آموزش و ...؛

شش- بازاریابی و تبلیغات: بازاریابی، بازاریابی و برندسازی گردشگری؛

هفت- قوانین و تسهیلات حقوقی: قوانین و مقررات موجود در زمینه ی گردشگری مانند ؛ مقررات مالی و بانکی، قانون تجارت، قوانین ملکی، قوانین حکومتی، مقررات اخذ روادید و ...؛

هشت- سازمان‌دهی و مدیریت: سازمان‌دهی تمامی نهادهای دخیل در امر گردشگری و ایجاد ارتباطات بخشی و بین بخشی مطلوب بین این نهادها، در راستای مدیریت واحد؛

نه- آمار و اطلاعات: پایش مستمر و استخراج آمارهای به روز در زمینه ی گردشگری مانند تعداد گردشگران داخلی و خارجی به صورت سالیانه و فصلی و طول مدت اقامت آن‌ها، تعداد مراکز اقامتی و پذیرایی و ... و انجام پژوهش‌های مرتبط با پایش.

ده- استانداردها و کیفیت خدمات: ضوابط و استانداردهای خدمات گردشگری مانند ؛ مشخصات و ضوابط فنی، بهداشتی، تجهیزاتی و درجه‌بندی مراکز اقامتی-پذیرایی، کیفیت خدمات بین‌راهی، استانداردهای بخش حمل و نقل، خدمات تورهای گردشگری و ... و کنترل کیفیت خدمات ارائه شده.

در ادامه، برای شناسایی میزان و نحوه ی اثرات مؤلفه‌ها بر یکدیگر از ماتریس اثر متقابل استفاده شده است. در این ماتریس میزان ارتباط دو مؤلفه به صورت کمی و با استفاده از اعداد بین صفر تا ۳ تعیین گردید. بدین صورت که عدد صفر به معنی عدم وجود ارتباط بین دو مؤلفه و عدد ۳ به معنی وجود ارتباط قوی بین دو مؤلفه است:

- ۰ = ارتباطی وجود ندارد؛
- ۱ = ارتباط ضعیف،
- ۲ = ارتباط متوسط،

مبتنی بر نظر کارشناسان برگزیده مؤلفه‌های مستخرج از پیشینه ی پژوهش تدقیق گردید. لازم به ذکر است بر اساس نظرهای ارائه شده در پندل خبرگان، وجود صنعت گردشگری در یک کشور به تأمین سه شرط زیربنایی "ثبات سیاسی"، "امنیت"، و "سرمایه‌گذاری در حوزه ی گردشگری" (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶؛ توکلی و هدایتی، ۱۳۸۷؛ محسنی، ۱۳۸۸؛ رخشانی‌نسب و ضرابی، ۱۳۸۸؛ کرمی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۱؛ ویسی و مهماندوست، ۱۳۹۴؛ Kim et al., 2006؛ Tribe, 1997: 3؛ Williams, 2011, 61-66) وابسته است. از این رو در این پژوهش، تعیین مؤلفه‌های توسعه ی گردشگری با این پیش فرض صورت می‌گیرد که شروط سه‌گانه فوق در کشور فراهم شده است. با این پیش فرض و با ادغام مؤلفه‌هایی با تأثیرهای مشابه در یکدیگر و حذف و اضافه نمودن مؤلفه‌ها توسط کارشناسان برگزیده، مؤلفه‌های کلیدی ده‌گانه توسعه ی گردشگری در ایران و تعاریف آن به شرح زیر تعیین شدند:

یک- زون‌بندی مناطق: تعیین و سطح‌بندی قطب‌ها و مراکز گردشگری کشور طبق پتانسیل‌های موجود در مناطق مختلف در مقیاس بین‌المللی، ملی و محلی؛

دو- زیرساخت‌های تأسیساتی و حمل و نقل: تأسیسات زیربنایی شامل حمل و نقل (جاده‌ای، ریلی، هوایی و دریایی)، برق، آب، گاز، تلفن و اینترنت؛

سه- زیرساخت‌های اقامتی: مراکز اقامتی شامل انواع هتل، هتل آپارتمان، مهمان پذیر و سایر مراکز اقامتی گردشگری؛

چهار- فعالیت‌های گردشگری: انواع فعالیت‌های گردشگری شامل بازگانی، فرهنگی-تاریخی، زیارتی، درمانی، ورزشی، بوم‌گردشگری، آموزشی، و تفریحی؛

پنج- محصول های گردشگری: کلیه اقدام و خدمات ارائه شده به گردشگر در مقصد شامل ؛

• ۳ = ارتباط قوی.

تفکرات که از طریق ماتریس ارتباط تمامی متغیرهای سیستم، به توصیف و شناسایی سیستم می‌پردازد. توانایی این مدل در شناسایی روابط بین متغیرها و در نهایت شناسایی متغیرهای کلیدی موثر در تکامل سیستم است (ربانی، ۱۳۹۱: ۲-۳). به عبارت دیگر این روش یک روش ترکیبی کمی - کیفی است که در آن، به جای روابط علت- معلولی ساده، روابط متقابل بین خرده سیستم‌های مختلف، در ماتریس تحلیل می‌شود. تحلیل اثر متقابل، به عنوان ابزار تحقیقات در مورد آینده، نقش شاخص یک متغیر را در ارتباط با سایر متغیرهای درون یک سیستم آشکار ساخته و آن دسته از متغیرهایی را شناسایی می‌کند که نقش مهم و معناداری در توسعه سیستم در آینده ایفا می‌کنند. اطلاعاتی که این روش تأمین می‌کند؛ تصویری است از اثر متقابل بین روندها و متغیرها با بیان درجه اهمیت؛ به بیان دیگر، تصویری است از این‌که چه چیز وابسته و چه چیز مستقل است، چه چیز پیشران و چه چیز توسط چیزهای دیگر پیش برده می‌شود. برای یک متغیر، ویژگی مهم بودن، داشتن ارتباط قوی با سیستم است که با تعداد و شدت این ارتباطات سنجیده می‌شود. متغیرهایی که چنین ویژگی دارند، متغیرهای تاثیرگذار یا پیشران نامیده می‌شوند. از آن جایی که هرگونه تغییر در متغیرهای پیشران، کل سیستم را تحت تأثیر قرار می‌دهد، شایسته است در برنامه‌ریزی‌ها بیشتر مورد توجه قرار گیرند.

در این مقاله به دلیل پیچیدگی‌های موجود در تعیین مؤلفه‌های تاثیرگذار و تأثیرپذیر در حوزه گردشگری، این رویکرد مورد استفاده قرار گرفته است. در این رویکرد که در واقع یک تحلیل ساختاری است؛ اثرات متقابل مؤلفه‌های اصلی سنجیده می‌شود و بر اساس نتایج حاصله، در مجموع میزان تاثیرگذاری مؤلفه‌ها با در نظر گرفتن تأثیر هر یک از آنها بر سایر مؤلفه‌ها مشخص می‌گردد. در این مقاله این روش در ترکیب با روش‌های: (یک) بهره‌گیری از پنل خبرگان برای تدقیق مؤلفه‌ها و (دو) پنل خبرگان برای شناسایی اثرات

بر این اساس از اعضای پنل خبرگان خواسته شد تا نسبت به امتیازدهی بر مبنای امتیازات فوق الذکر اقدام نمایند تا بتوان میزان ارتباط مؤلفه‌ها بر یکدیگر را تعیین کرد.

۳٫۲ تحلیل اثر متقابل به کمک نرم‌افزار میک‌مک

یکی از موضوعات اصلی آینده‌پژوهی شناسایی متغیرهای کلیدی تأثیرگذار بر آینده است (Gordon, 2008: 23) به نقل از مولایی و طالبیان، (۱۳۹۵: ۶). طیف گسترده‌ای از روش‌شناسی‌ها و روش‌های مرسوم کمی و کیفی برای شناسایی این متغیرها وجود دارد. عمده این روش‌ها مبتنی بر نظر خبرگان و کارشناسان است (مولایی و طالبیان، ۱۳۹۵: ۶) که در این پژوهش نیز مورد استفاده قرار گرفت.

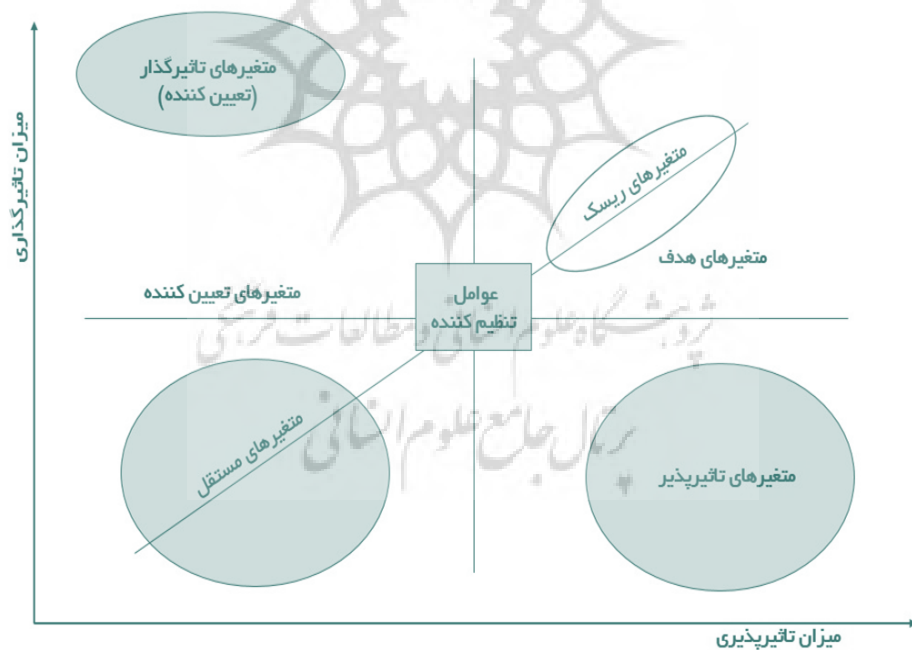
با توجه به این که موضوع توسعه گردشگری نیازمند برنامه‌ریزی برای زمان آینده است، استفاده از ابزارهای آینده‌پژوهی می‌تواند روش مناسبی برای دستیابی به هدف مورد نظر باشد. از جمله محدودیت‌های جدی در روش‌های پیش‌بینی و آینده‌پژوهی آن است که پیش‌بینی یا تحلیل رویدادها و روندها، یک به یک انجام می‌شود و اشاره‌ای به تأثیر احتمالی این رویدادها و روندها بر یکدیگر نمی‌شود. این در حالی است که بیشتر وقایع و تحولات به نحوی مرتبط با سایر وقایع و مسائل هستند (حاجیان، ۱۳۹۶: ۲۸۱). از این رو، استفاده از رویکرد تحلیل اثرهای متقابل در آینده‌پژوهی توصیه شده است (مولایی و طالبیان، ۱۳۹۵: ۷؛ Gordon, 2008).

تحلیل اثر متقابل به عنوان نوعی از روش تحلیل ساختاری به دنبال مشخص کردن متغیرهای کلیدی (آشکار یا پنهان) به منظور دریافت نظرها و تشویق مشارکت‌کنندگان و بهره‌وران در مورد جوانب و رفتارهای پیچیده و غیرقابل پیش‌بینی یک سیستم است. این روش ابزاری است برای پیوند عقاید و

کمک گرفتن از ارتباط ماتریسی نقش همه ی مؤلفه‌های اصلی یک سیستم را تشریح کند. با بررسی این ارتباط، امکان آشکارسازی مؤلفه‌های تأثیرگذار، تأثیرپذیر و مستقل جهت ارزیابی سیستم ارائه می‌شود، که ممکن است به تنهایی یا به عنوان قسمتی از برنامه‌ریزی مورد استفاده قرار گیرد. خروجی نرم‌افزار میک‌مک به صورت یک جدول مختصات است که در آن متغیرهای موجود در سطح‌ها بر متغیرهای موجود در ستون‌ها اثر می‌گذارد. به این ترتیب متغیرهای سطرها تأثیرگذار و متغیر ستون‌ها تأثیرپذیر هستند. در خروجی نرم‌افزار جایگاه هر یک از متغیرها تعیین می‌شود. در این جدول مختصات مؤلفه‌های تأثیرگذار، تأثیرپذیر و مستقل، ریسک و هدف تعیین شده و عوامل تنظیم کننده متغیرها نیز شناسایی می‌شود (شکل ۱). شکل ۲ چکیده تصویری ساختار پژوهش حاضر را نمایش می‌دهد.

متقابل متغیرها استفاده شد. در ادامه به منظور تحلیل آماری ماتریس اثر متقابل تشکیل شده، از روش میک‌مک^۱ استفاده شد. از این رو، این روش ذاتاً یک روش ترکیبی یا آمیخته است.

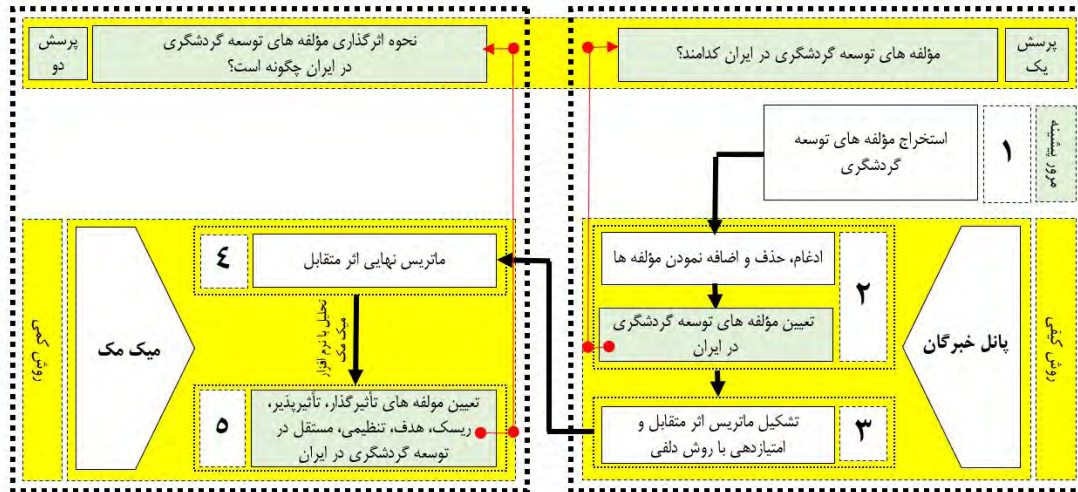
از این روش ترکیبی و نرم‌افزار تخصصی آن به نام میک‌مک، پیش از این نیز در برخی پژوهش‌های حوزه ی گردشگری از جمله؛ پژوهش فیروزجائیان و همکاران (۱۳۹۲) با موضوع تجزیه و تحلیل موانع توسعه ی گردشگری در ایران و پژوهش ایمانی و رضوی (۱۳۹۹) با موضوع شناسایی پیشران‌های مؤثر بر وضعیت آینده ی گردشگری استفاده شده است. نرم‌افزار میک‌مک خروجی‌های مختلفی را از اثرات مستقیم و غیرمستقیم مؤلفه‌های تأثیرگذار و تأثیرپذیر ارائه می‌دهد و در نهایت می‌توان با استفاده از آن نقش و جایگاه مؤلفه‌های مختلف را شناسایی کرد. این نرم‌افزار این امکان را دارد که با



شکل ۱ وضعیت قرارگیری مؤلفه‌ها در محور تأثیرگذاری-تأثیرپذیری

منبع: (Arcade et al., 2010)

¹ Micmac method (Matrix-based Multiplication Applied to a Classification)



شکل ۲ چکیده ی تصویری ساختار پژوهش حاضر را نمایش می دهد.

منبع: نگارندگان.

۴ تحلیل داده ها

امتیازات خود را مشخص نمایند. با انجام میانگین گیری توسط نرم افزار میک مک از امتیازات داده شده از سوی کارشناسان برگزیده، یک ماتریس نهایی تدوین گردید که در شکل ۳ نمایش داده شده است. همان طور که پیش از این بیان گردید، در این ماتریس عدد ۳ نشان دهنده ی بیشترین ارتباط بین مؤلفه ها و عدد صفر نمایانگر کمترین ارتباط است.

چنان که در روش تحقیق گفته شد، مبتنی بر نظر کارشناسان برگزیده ی مؤلفه های ده گانه توسعه ی گردشگری در ایران مشخص گردید. در گام بعد ماتریس اثر متقابل مؤلفه ها تشکیل شد و از تمامی اعضای پنل خبرگان درخواست شد که در هر مورد

| | 10 : Quality | 9 : Statistics | 8 : Inistitue | 7 : Legis. | 6 : Marketing | 5 : Products | 4 : Activities | 3 : Acco. | 2 : Infra.&Tr. | 1 : Zoning |
|----------------|--------------|----------------|---------------|------------|---------------|--------------|----------------|-----------|----------------|------------|
| 1 : Zoning | 0 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 0 |
| 2 : Infra.&Tr. | 3 | 0 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 0 | 3 |
| 3 : Acco. | 2 | 2 | 0 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 4 : Activities | 3 | 3 | 3 | 0 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 5 : Products | 1 | 1 | 2 | 2 | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 6 : Marketing | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | 1 | 2 | 1 |
| 7 : Legis. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 3 | 1 | 1 | 2 |
| 8 : Inistitue | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 0 | 2 | 3 |
| 9 : Statistics | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 0 | 2 |
| 10 : Quality | 0 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 0 |

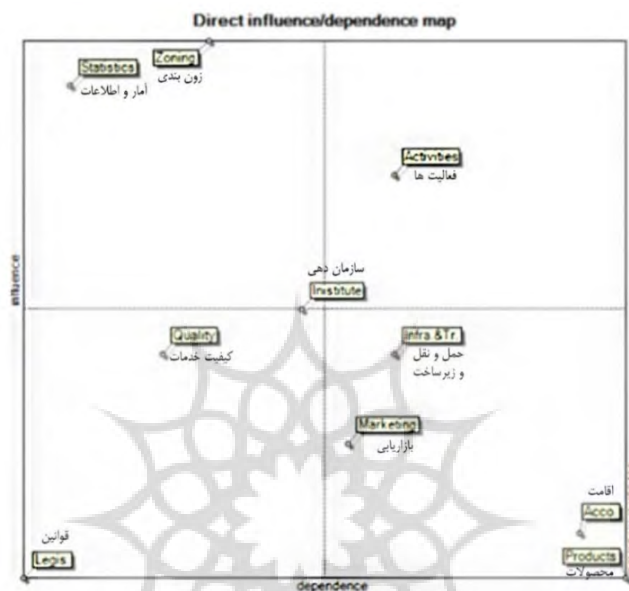
© LIPBOR-EPTAMICMAC

شکل ۳ ماتریس اثر متقابل مؤلفه های توسعه ی گردشگری مبتنی بر پنل خبرگان

منبع: نگارندگان

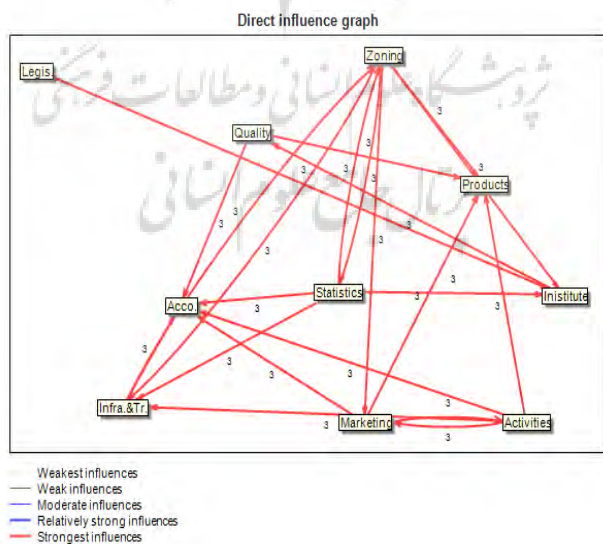
نرم افزار میک مک مورد تحلیل آماری قرار گرفت. خروجی این نرم افزار شامل یک جدول مختصات (شکل ۴) و دو نمودار معرف تاثیرات مستقیم (شکل ۵) و غیرمستقیم (شکل ۶) مؤلفه ها بر یکدیگر است.

پس از تهیه ی ماتریس و ارزش گذاری ارتباطات بین مؤلفه های ده گانه، ماتریس نهایی "تحلیل اثر متقابل" به منظور تعیین مؤلفه های پیشران و همچنین میزان اثرگذاری و اثرپذیری هر مؤلفه توسط



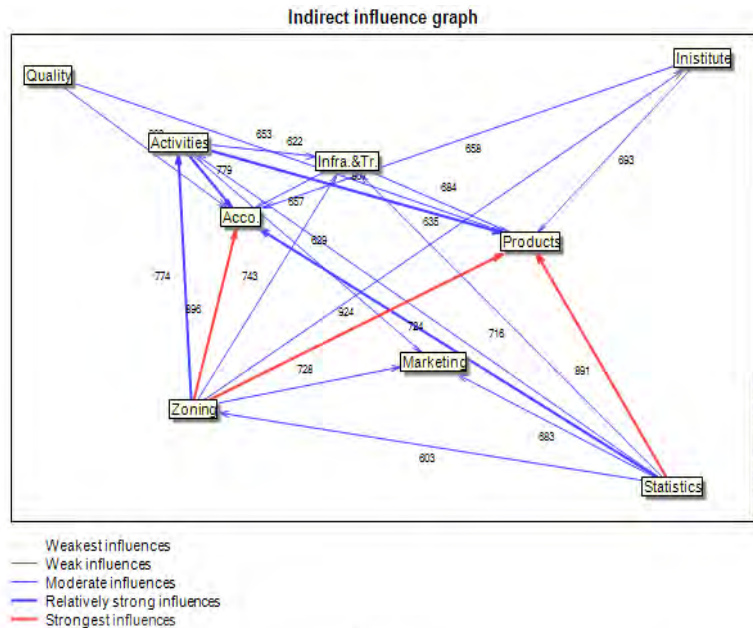
شکل ۴ وضعیت جاگیری مؤلفه های توسعه ی گردشگری در ایران در محور تاثیرگذاری-تأثیرپذیری.

منبع: نگارندگان



شکل ۵ تاثیرات مستقیم مؤلفه های توسعه ی گردشگری بر یکدیگر

منبع: نگارندگان



شکل ۶ تأثیرات غیرمستقیم مؤلفه‌های توسعه‌ی گردشگری بر یکدیگر

منبع: نگارندگان

همان طور که در شکل های ۵ و ۶ نیز مشخص است، مؤلفه‌های توسعه‌ی گردشگری تأثیرات غیرمستقیم و مستقیم پیچیده و چندوجهی بر هم دارند و نمی‌توان رابطه‌ای خطی و دوبه‌دو بین آن‌ها برقرار کرد. در مجموع آن گونه که در شکل ۴ نشان داده شده است از بررسی اثرات متقابل مؤلفه‌ها (اثرات مستقیم و غیرمستقیم) و تحلیل داده‌ها توسط نرم افزار میک مک و مقایسه آن‌ها با نمودار ارائه شده در شکل ۲ می‌توان چنین استنباط کرد که "زون بندی مناطق" و "آمار و اطلاعات" بیشترین تأثیرگذاری را در توسعه‌ی گردشگری دارند و مؤلفه‌های "زیرساخت‌های تاسیساتی و حمل و نقل"، "زیرساخت‌های اقامتی"، "بازاریابی و تبلیغات" و "محصول های گردشگری" بیشترین تأثیرپذیری را از سایر مؤلفه‌ها در روند توسعه‌ی گردشگری در ایران دارند. در این میان، موقعیت مؤلفه‌ی "فعالیت‌های گردشگری" قابل توجه است؛

با خوانش خروجی‌های میک مک بر مبنای محور تأثیرگذاری-تأثیرپذیری (Arcade et all. ۲۰۱۰) یافته‌های زیر حاصل می‌گردد:

- "زون بندی مناطق" و "آمار و اطلاعات" مؤلفه‌های تاثیرگذار و تعیین کننده در توسعه‌ی گردشگری هستند.
- مؤلفه‌ی "سازماندهی و مدیریت"، مؤلفه‌ی تنظیمی است.
- مؤلفه‌های "زیرساخت‌های تاسیساتی و حمل و نقل"، "زیرساخت‌های اقامتی"، "محصول های گردشگری" و "بازاریابی و تبلیغات" مؤلفه‌های تأثیرپذیر هستند.
- مؤلفه‌های "قوانین و تسهیلات حقوقی" و "استانداردها و کیفیت خدمات" مؤلفه‌های مستقل هستند.
- مؤلفه‌ی "فعالیت‌های گردشگری" در موقعیت مؤلفه‌ی ریسک قرار می‌گیرد.



زیارتی دارای پتانسیل‌های زیادی است؛ اما با توجه به گستردگی کشور و پراکنش نامتوازن این جاذبه‌ها لازم است در برخی موارد به منظور ایجاد زمینه‌های توسعه گردشگری در کنار حفظ و حراست از جاذبه‌های موجود، نسبت به ایجاد جاذبه‌های جدید نیز اقدام شود. با این حال با توجه به اهمیت پرداختن به مشتری محوری و رضایت گردشگران در کنار پیگیری رویکرد محصول‌محوری دارای اهمیت است که جاذبه‌ها با نگاه مشتری‌محور و نه نگاه صرفاً محصول‌محور مورد توجه قرار گیرند. به این ترتیب تقویت یا ایجاد جاذبه‌هایی که بتواند کسب رضایت بیشتر گردشگران را دربرداشته باشد از اولویت بالاتری برخوردار خواهند بود.

در کنار مؤلفه‌ی فعالیت‌های گردشگری، مؤلفه‌ی "سازماندهی و مدیریت" نیز دارای اهمیت بسیار است؛ زیرا همان طور که در خروجی‌های تحلیل نرم‌افزاری نیز ذکر شده است، این مؤلفه به عنوان مؤلفه‌ی تنظیمی نقش مهمی در کنترل روابط بین سایر مؤلفه‌ها و شکل‌گیری فرآیند توسعه‌ی گردشگری دارد. به این ترتیب، بررسی و آسیب‌شناسی فرآیندهای مدیریت سازمانی در وضعیت موجود و هماهنگ‌سازی آن‌ها با برنامه‌های توسعه‌ی گردشگری امری ضروری است که کم‌توجهی به آن می‌تواند تمامی برنامه‌ریزی‌های انجام شده را با اختلال مواجه سازد. در کنار توجه به این مؤلفه، همان طور که در خروجی تحلیل داده‌های میک‌مک نیز آمده است، توجه جدی به "آمار و اطلاعات" در حوزه‌ی گردشگری و در صورت لزوم اصلاح روش‌های آماری مورد استفاده و همچنین تعیین پتانسیل‌های گردشگری مناطق مختلف کشور و "زون‌بندی مناطق" بر مبنای این پتانسیل‌ها به عنوان دو مؤلفه‌ی کلیدی تأثیرگذار، می‌تواند راهگشای اجرایی شدن برنامه‌های توسعه‌ی گردشگری باشد. چراکه مدیریت گردشگری از یک طرف باید بر آمار و اطلاعات دقیق مبتنی باشد و از طرف دیگر، باید بتواند توزیع منابع توسعه دهنده را متناسب با زون‌های تعریف شده انجام دهد. هر

زیرا این مؤلفه، هم تأثیرگذار و هم تأثیرپذیر است و به این ترتیب می‌توان این مؤلفه را مهم‌ترین مؤلفه در توسعه‌ی گردشگری در ایران نامید. جدا از مؤلفه‌های تأثیرگذار و تأثیرپذیر، مؤلفه‌ی "سازماندهی و مدیریت" به عنوان یک مؤلفه‌ی تنظیم‌کننده از اهمیت بسیاری برخوردار است؛ زیرا جایگاه و میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری سایر مؤلفه‌ها را تعیین می‌کند.

۵ نتیجه‌گیری

برنامه‌ریزی برای توسعه‌ی گردشگری در سطح ملی، توجه به مؤلفه‌های مختلفی نیازمند است که از وزن و جایگاه یکسانی برخوردار نیستند؛ از این رو تعیین جایگاه هر یک از آن‌ها و برنامه‌ریزی متوازن برای هر مؤلفه بر مبنای جایگاه تعیین شده اهمیت زیادی دارد. در واقع آن چه این پژوهش به دنبال آن بوده است تعیین مؤلفه‌های توسعه‌ی گردشگری و مشخص نمودن جایگاه هر یک از آن‌ها در ارتباط با سایر مؤلفه‌ها است. مبتنی بر نتایج این پژوهش مؤلفه‌های کلیدی ده‌گانه توسعه‌ی گردشگری در ایران عبارتند از: زون‌بندی مناطق، زیرساخت‌های تأسیساتی و حمل و نقل، زیرساخت‌های اقامتی، فعالیت‌های گردشگری، محصول‌های گردشگری، بازاریابی و تبلیغات، قوانین و تسهیلات حقوقی، سازمان‌دهی و مدیریت، آمار و اطلاعات، استانداردها و کیفیت خدمات.

بر اساس خروجی‌های به دست آمده در این پژوهش، مؤلفه‌ی "فعالیت‌های گردشگری" را می‌توان مؤلفه‌ی پیش‌ران در توسعه‌ی گردشگری کشور دانست. در واقع پیش‌ران بودن این مؤلفه نشانگر آن است که لازم است تا انواع جاذبه‌های گردشگری موجود با در نظر گرفتن ملاحظات توسعه‌ی پایدار گردشگری مورد توجه ویژه قرار گیرد و در مواردی نسبت به خلق جاذبه‌های جدید اقدام شود. آن طور که مشخص است، کشور ایران از نظر جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی، طبیعی، بازرگانی و

کیفیت "آمار و اطلاعات" و انجام "زون‌بندی مناطق" بر مبنای ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل می‌تواند زمینه‌ساز توسعه گردشگری در مقیاس ملی باشد. البته همان طور که پیشتر نیز گفته شده است، رعایت نکات فوق تنها در صورتی می‌تواند به توسعه گردشگری در ایران بیانجامد که عوامل کلیدی زمینه‌ای شامل "امنیت"، "ثبات سیاسی" و "سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری" فراهم شده باشد. در غیر این صورت، هرگونه اقدام در زمینه توسعه گردشگری با شکست مواجه خواهد شد.

چهار مؤلفه‌ی مورد تأکید در یافته‌های این پژوهش شامل "فعالیت‌های گردشگری"، "آمار و اطلاعات"، "زون‌بندی مناطق" و "سازماندهی و مدیریت" در سرفصل‌های برنامه جامع توسعه گردشگری که در سال ۲۰۱۹ از سوی سازمان جهانی گردشگری منتشر شده است نیز مورد تأکید قرار گرفته‌اند.

بر اساس یافته‌های این پژوهش به طور خلاصه می‌توان نتیجه گرفت که حفظ و توسعه‌ی جاذبه‌های گردشگری در جهت تقویت مؤلفه‌ی "فعالیت‌های گردشگری" در کنار توجه به ارتقای "سازماندهی و مدیریت" گردشگری و بهبود

منابع

منابع فارسی

گردشگری پایدار با رویکرد آینده پژوهی، مورد مطالعه: روستاهای بخش مرکزی شهرستان سرعین، فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، تابستان ۱۳۹۹، دوره ۹، شماره ۲، ص ۷۱-۹۰.

بردبار، عارفه؛ عبدالوند، ندا؛ غنبر طهرانی، نسیم و رجایی هرندی، سعیده (۱۳۹۸)، ارائه مدل کسب و کار تجارت اجتماعی برای صنعت گردشگری در ایران، مدیریت بازرگانی، دوره ۱۱، شماره ۴، ۸۹۵-۹۱۸.

بهبزادفر، مصطفی و زمانیان، روزبه (۱۳۸۷)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری با تأکید بر بخش محصول-نمونه‌ی موردی: شهرستان نیشابور، نشریه بین المللی علوم مهندسی دانشگاه علم و صنعت ایران، ویژه‌نامه مهندسی معماری و شهرسازی، جلد ۱۹، شماره ۶۵، ۸۹-۱۰۳.

ابوالحسنی، فرحناز؛ کیانی، صدیقه؛ موسوی، میرنجف (۱۳۹۱)، تدوین استراتژی توسعه گردشگری در مناطق کویری و بیابانی (مطالعه‌ی موردی شهرستان کویری خور و بیابانک)، آمایش سرزمین، دوره ۴، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۱، ۱۶۱-۱۴۱.

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران (۱۳۹۷)، جایگاه ایران در شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری ۲۰۱۷، معاونت بررسی‌های اقتصادی بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران.

احرای رودی، محی‌الدین؛ شاه‌رخ‌ی خرگدی، ژیلای (۱۳۸۷) زمین گردشگری در چابهار، علوم زمین، سال هفدهم، شماره ۶۷، ۴۶-۵۵.

ایمانی، بهرام؛ رضوی، سید مختار (۱۳۹۹)، شناسایی پیشران‌های مؤثر بر وضعیت آینده‌ی



ربانی، طاهّا (۱۳۹۱) روش تحلیل ساختاری، ابزاری برای شناخت و تحلیل متغیرهای مؤثر بر آینده موضوعات شهری، مجموعه مقالات اولین همایش ملی آینده‌پژوهی، شرکت یادگار درخشان آریا. قابل دسترسی در:

<https://www.civilica.com/Paper-FUTURESSTUDIES۰۱-FUTURESSTUDIES۰۱۰۴۰.html>

رخشانی‌نسب، حمیدرضا و ضرابی، اصغر (۱۳۸۸)، چالش‌ها و فرصت‌های توسعه ی اکوتوریسم در ایران، **فضای جغرافیایی**، دوره ی ۹، شماره ی ۲۸، ۴۱-۵۵.

رمضان نژاد، یاسر و رکن الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۳۹۸)، ارزیابی ظرفیت مدیریتی سازمان های متولی مقاصد گردشگری ساحلی روستایی استان گیلان، **پژوهش‌های جغرافیای انسانی**، دوره ی ۵۱، شماره ی ۱، ۹۷-۱۱۰.

روحانی، سعید و زارع رواسان، احد (۱۳۹۲)، شناسایی و دسته‌بندی عوامل مؤثر بر ارتقای گردشگری الکترونیکی در ایران، **فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه ی گردشگری**، سال ۲، شماره ی ۵، ۱۸۴-۲۰۶.

زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۲)، چالش‌های توسعه پایداری از منظر اکوتوریسم، **مجله مدرس علوم انسانی**، دوره ی ۷، شماره ی ۳، ۸۹-۱۰۴.

زرآبادی، زهرا سادات سعیده؛ عبدالله، بهار (۱۳۹۲) ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه ی صنعت گردشگری منطقه ی آزاد چابهار با بهره‌گیری از روش فرآیند تحلیل شبکه

پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۶)، **گردشگری: ماهیت و مفاهیم**، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، تهران.

پایگاه اطلاع رسانی دولت جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۴)، سند چشم انداز ۲۰ ساله جمهوری اسلامی ایران، دفتر مقام معظم رهبری جمهوری اسلامی ایران.

توکلی، مرتضی و هدایتی، صلاح (۱۳۸۷)، چالش‌های گردشگری در مناطق مرزی- مطالعه ی موردی: سیستان، **فضای جغرافیایی**، دوره ی ۸، شماره ی ۲۲، تابستان ۱۳۸۷، ۱-۲۰.

حاجیانی، ابراهیم (۱۳۹۶)، **مبانی، اصول و روش‌های آینده پژوهی**، نشر دانشگاه امام صادق (ع)، تهران.

حقیقی، محمد، روشندل اربطانی، طاهر، روستا، احمد و صالحی، علی (۱۳۹۶)، ارائه الگوی کاربردی برای بازاریابی چندحسی در برندسازی مقصد گردشگری، **مدیریت بازرگانی**، دوره ی ۹، شماره ی ۱، بهار ۱۳۹۶، تهران، ۶۳-۸۲.

حیدری چپانه، رحیم (۱۳۹۳)، **مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری**، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، تهران.

دهدشتی، ز، خانی، س و اجلی، ا. (۱۳۹۳) نقش تبلیغات و تبلیغات شفاهی در ارتقای ارزش ویژه برند در مقصد گردشگری شهر اصفهان، **فصلنامه ی مدیریت گردشگری**، دوره ی ۹، شماره ی ۲۵، ۶۸-۳۴.

موردی: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران؛ **فصلنامه ی برنامه‌ریزی و توسعه ی گردشگری**، سال ششم، شماره ی ۲۰، بهار ۱۳۹۶، صفحات ۹۴-۱۱۴.

عطافر، علی؛ خزائی پول، جواد؛ پور مصطفی خشکرودی، مهدی (۱۳۹۱) عوامل مؤثر بر پذیرش فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری، **مطالعات مدیریت گردشگری**، سال ۷، شماره ی ۱۸، صفحات ۱۳۱-۱۵۶.

علی پور، عباس؛ بایندور نصرالله بگلو، مژگان (۱۳۹۴) مدیریت پایدار گردشگری (مطالعه ی موردی: شهر بجنورد)، **فصلنامه ی راهبرد اجتماعی فرهنگی**، سال چهارم، شماره ی ۱۴، صفحات ۱۱۵-۱۳۵.

غفاری، غلامرضا و تقی‌زادگان، مریم (۱۳۹۴) مشارکت و فعالیت در شبکه‌های مجازی گردشگری و سرمایه اجتماعی مجازی در ایران، **فصلنامه ی برنامه‌ریزی و توسعه ی گردشگری**، سال ۴، شماره ی ۱۴، صفحات ۹۰-۶۷.

غفاری، محمد؛ رنجبریان، بهرام، فتحی، سعید (۱۳۹۳) ارائه مدلی جهت تبیین ارزش ویژه برند مقاصد گردشگری (مطالعه ی موردی: شهر اصفهان)، **فصلنامه ی مدیریت بازرگانی**، ۶ (۴)، صفحات ۸۶۶-۸۴۵.

فرجی راد، عبدالرضا؛ سیدنصیری، سیده ژاله (۱۳۸۹) رویکردهای تحلیلی در توسعه پایدار گردشگری شهری، **فصلنامه ی جغرافیایی**

ای (ANP)؛ **معماری و شهرسازی ایران**، شماره ی ۶ پاییز و زمستان ۱۳۹۲، تهران، صفحات ۳۷-۴۸.

زیاری، کرامت الله؛ امانپور، سعید؛ امیری فهلیانی، محمد رضا (۱۳۹۲) بررسی عوامل مؤثر در توسعه ی صنعت گردشگری شهری با تأکید بر عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران (نمونه ی موردی: شهر نورآباد ممسنی)، **فصلنامه ی جغرافیایی سرزمین**، سال ۱۰، شماره ی ۳۷، بهار ۱۳، صفحات ۱۵-۳۱.

شمس الدینی، علی؛ حاضری، صفیه؛ زینلی، بهرام؛ آربونی، زهرا (۱۳۹۶) سنجش میزان رضایتمندی گردشگران از محصول توریسم با استفاده از مدل HOLSAT مطالعه ی موردی: روستای کندوان، **فصلنامه ی مطالعات برنامه‌ریزی سکونت‌گاه‌های انسانی**، دوره ی ۱۲، شماره ی ۳، پاییز ۱۳۹۶، صفحات ۶۵۹-۶۷۹.

صیدایی، سید اسکندر؛ حسینی، سیده سمیه (۱۳۹۶) ارزیابی، ظرفیت سنجی و پهنه بندی مناطق مستعد گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی (مطالعه ی موردی: استان اصفهان)، **پژوهش‌های جغرافیای انسانی**، دوره ی ۴۹، شماره ی ۱، بهار ۱۳۹۶، صفحات ۹۴-۸۱.

طالبی، حدیث؛ مدیری، محمود؛ طرهانی، فرزاد (۱۳۹۶) اولویت‌بندی مؤلفه‌های توسعه ی گردشگری در ایران با رویکرد تصمیم‌گیری چندمعیاره ترکیبی فازی- مطالعه ی

سیاست‌گذاری گردشگری ایران، **فصلنامه**
ی مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۷،
شماره ۱۸، صفحات ۲۵-۴۸.

مولایی، احمدرضا؛ صنایعی، علی؛ انصاری، آذرنوش
(۱۳۹۷) شناسایی و سنجش پیشران‌های
کلیدی مؤثر در تعیین حس مکان مقاصد
گردشگری، مطالعه ی موردی: شهر
اصفهان، **فصلنامه ی برنامه‌ریزی و**
توسعه ی گردشگری، سال هفتم، شماره
ی ۲۶، پاییز ۱۳۹۷، صفحات ۶۷-۵۲.

مولایی، محمد مهدی؛ طالبیان، حامد (۱۳۹۵)
آینده‌پژوهی مسائل ایران با روش تحلیل
ساختاری، **فصلنامه مجلس و راهبرد**،
سال بیست و سوم، شماره ی هشتاد و
شش، تابستان ۱۳۹۵، صفحات ۳۲-۵.

نصراللهی، زهرا؛ موسی بیکی ده آبادی، فریده
(۱۳۹۴) تحلیل اهمیت-عملکرد گردشگری
پایدار: با استناد بر عوامل زیست
محیطی، اجتماعی و اقتصادی، **فصلنامه**
ی گردشگری شهری، دوره ی ۲، شماره ی
۱، بهار ۱۳۹۴، صفحات ۵۹-۴۵.

ویسی، هادی؛ مهماندوست، خدیجه (۱۳۹۴) بررسی
موانع توسعه ی صنعت گردشگری
بین‌المللی در ایران با تأکید بر گردشگری
ورودی، **فصلنامه ژئوپلیتیک**، سال
یازدهم، شماره ی ۳۷، بهار ۱۳۹۴،
صفحات ۱۵۶-۱۳۵.

هاشمی، سید مصطفی؛ کریمی پاشاکی، سجاد؛
خلیفه، ابراهیم (۱۳۹۸) اولویت‌بندی توان
توسعه ی گردشگری در مناطق کویری و
بیابانی، مطالعه ی موردی: استان کرمان،

سرزمین، سال هفتم، شماره ی ۲۵، بهار
۱۳۸۹، صفحات ۴۰-۲۹.

فیروزجائیان، علی اصغر؛ فیروزجائیان، مجتبی؛
هاشمی پطرودی، سید حمید؛
غلامرضازاده، فاطمه (۱۳۹۲) کاربرد
تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری
(ISM) در مطالعات گردشگری؛ **فصلنامه**
ی برنامه‌ریزی و توسعه ی گردشگری،
سال دوم، شماره ی ۶، پاییز ۹۲،
غفاته‌ران، صفحات ۱۲۹-۱۵۹.

کریمی دهکردی، مهدی؛ کلانتری، خلیل؛ باباجانی،
آرزو (۱۳۹۱) شناسایی و اولویت‌بندی
موانع توسعه ی گردشگری روستایی در
حوزه ی امنیت با استفاده از تکنیک دلفی
(مورد مطالعه: استان چهارمحال و
بختیاری)، **پژوهش‌های راهبردی مسائل**
اجتماعی ایران (پژوهش‌های راهبردی
امنیت و نظم اجتماعی)؛ دوره ی ۱، شماره
ی ۴، زمستان ۱۳۹۱، صفحات ۷۴-۵۹.

محسنی، رضاعلی (۱۳۸۸) گردشگری پایدار در ایران:
کارکردها، چالش‌ها و راهکارها، **فضای**
جغرافیایی، سال نهم، شماره ی ۲۸،
زمستان ۱۳۸۸، صفحات ۱۷۱-۱۴۹.

مشکینی، ابوالفضل؛ علیپور، سمیه؛ حاجی زاده،
مریم (۱۳۹۷) ارزیابی تأثیر رسانه‌های
مجازی در توسعه ی صنعت گردشگری از
دیدگاه کاربران شبکه‌های مجازی،
گردشگری شهری، دوره ی ۵، شماره ۲،
تابستان ۱۳۹۷، صفحات ۵۳-۶۹.

مظلومی، نادر و جلالی، سید حسین (۱۳۹۱)
شبکه‌های اجتماعی و موفقیت

فصلنامه ی گردشگری شهری، دوره ی ۶،
شماره یس ۲، تابستان ۱۳۹۸، صفحات
۷۹-۹۸.

منابع لاتین

- Annals of Tourism Research, 33(4), pp. 1121-1140.
- Tribe, J. (1997). Corporate Strategy for Tourism, Thomson.
- UNWTO. (2019). International Tourism Highlights, World Tourism Organization, Madrid, Spain. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
- WTTC. (2019). Travel & Tourism Economic Impact 2019, World Travel and Tourism Council, UK. Retrieved from <https://ambassade-ethiopie.fr/onewebmedia/Tourism-WTTC-Global-Economic-Impact-Trends-۲۰۱۹.pdf>
- Xiang, Zh., Magnini, V.P., & Fesenmaier, D. R. (2015). Information Technology and Consumer Behavior in Travel and Tourism: Insights from Travel Planning Using the Internet. Journal of Retailing and Consumer Services, 22 (2015), pp. 244-249.
- Arcade, J., Godet, M., Meunier, F., Roubelat, F. (2003). Structural Analysis with the MICMAC Method & Actors Strategy with MACTOR Method, AC/UNU Millennium Project: Futures Research Methodology, V2.0, AC/UNU, Washington, DC.
- Inskeep, Edward. (1991). Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach; John Wiley and sons Inc, New York.
- Islam, Shafiq. (2015). Study on Factors Influencing Tourism: Way Forward for Sustainable Tourism in Bangladesh; Journal of Tourism, Hospitality and Sports, Vol. 06.
- Kim, S. & et al (2007), Tourism and political ideologies: A case of tourism in North Korea, Tourism Management, Vol. 28, pp. 1031-1043.
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies.