

Research Paper

Recognition of Tourism key propellers of Sarein City

Rahmati Mansour*¹ , Pashazadeh Asghar²,¹. Faculty Member of University of Mohaghegh Ardabili² PhD Geography and Urban Planning, University of Mohaghegh Ardabili

10.22080/jtpd.2021.18380.3248

Received:

February 25, 2020

Accepted:

October 21, 2020

Available online:

June 21, 2021

Keywords:Key Propellers,
Interaction Effects
Analysis Model, MICMAC
Software, Urban Tourism,
Sarein City.**Abstract**

Today, tourism has become one of the key industries of societies. Therefore, managers and planners seek to develop its principles in the future and take advantage of the many opportunities and benefits. Therefore, it is necessary to look at the development of tourism from a future research approach and identifying key factors. In this regard, the city of Sarein is one of the cities that has high potentials to attract tourists, but still, as it should, has not been able to lead to the growth and development of tourism. Therefore, this study intends to identify the key factors in the development of tourism in Sarein. Therefore, the research is leading in terms of applied purpose and descriptive-analytical nature. The statistical population of this research is experts familiar with tourism in Sarein city, which has been used as a selected sample of the research by snowball method of 30 experts. In this study, to identify key factors, the interaction analysis model in the form of MICMAC software has been used. Findings indicate that due to the determinative power, the variables of facility distribution, media, beautification, health services and diversification have the highest impact ratings. Finally, it can be concluded that various and relatively large factors are influential in the development of rapid tourism, so that more than one third of the primary factors in this study were selected as key factors (20 key factors out of 54 primary factors) It is necessary to pay attention to the key and fundamental role of these factors in any planning for the development of tourism in Sarein city. These variables have high influence and low

*Corresponding Author: Rahmati Mansour

Address: Department of Urban & Rural Planning,
Faculty of Literature & Humanities, University
Street, University of Mohaghegh Ardabili, Ardebil,
Iran,Email: rahmati1358@gmail.com

Tel: 09144505108



dependence in tourism development of Sarein city and are considered as the first priority in tourism development of Sarein city.

Extended abstract

1. Introduction:

Today, tourism is considered as one of the most important and effective economic issues and one of the most important and prominent communication, social and cultural factors in the world, and all countries seek to use the many opportunities and benefits obtained through it. Determine the relative well-being of the present and future of their communities. In the meantime, one of the most important discussions about tourism development is planning for the future and, in fact, futures research. Tourism area will be developed when the most important indicators of tourism in that area are identified. In this regard, Sarein is one of the cities that has high potential to attract tourists, but still, as it should, has not been able to lead to the growth and development of the tourism industry. . But the proper use of potentials and the achievement of the goal of excellence will be possible only when proper and focused planning is provided for this. Therefore, this study intends to identify the key factors in the development of tourism in Sarein. In this regard, the research question is as follows: What are the most important key propellers of tourism in Sarein?

2. Methodology:

Current study is applied according to aim and it is descriptive-analytical according to nature. Statistical society includes elite experts (Masters, high level students, official organizations experts,) in Sarein city tourism and they were selected by snowball model with 30 persons as

samples, because of uncertainty numbers. Also, we have been used structural equations model (Interaction effects analysis) in framework of MICMAC Software.

3. Results:

Study results showed that, facilities distribution, marketing, versatility, budget, competition, planning variables and, have the most highest effective ranks in direct state and also private sector, government policies, competition, citizens participation, planning, marketing, ... have the most highest total effectiveness. In indirect state; treatment services, facilities distribution, climate conditions, marketing, versatility are as the effective variables and private sector, government policies, treatment services, competition, citizens participation are as affected variables.

Determination power with direct effects showed that; among 54 study variables, 26 variables were located in upper part of bisectors of direct effective and affected curve and the highest direct effective ranks relate to facilities distribution, Medias, aesthetic, treatment services and versatility and the highest indirect affected ranks relate to climate conditions, facilities distribution, aesthetic, versatility and Medias.

4. Conclusion:

Among 54 investigated variables in current study; 20 variables were recognized as effective key propellers in Sarein city tourism development. Facilities distribution, treatment services, aesthetic,



medias, versatility, related courses development, welfare services, marketing, budget, entertainment centers, proper cost, planning, technical knowledge, tourism specialty management, skilled human force, competition, public participation, porcupine facilities, training services, security are as study key variables.

So, we conclude that many different factors were affected on tourism

development and one-third of primitive factors were selected as key factors or propellers. (20 key factors from 54 primitive factors) It is necessary to pay attention these factors basic and key role according to Sarein city tourism development in every planning. Mentioned variables have high penetration power and low dependency in Sarein city tourism development.



علمی پژوهشی

شناسایی پیشران های کلیدی گردشگری شهر سرعین

منصور رحمتی*^۱، اصغر پاشازاده ،

^۱ نویسنده مسئول، دکترای تخصصی، استادیار، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران
^۲ دکترای تخصصی، مدرس دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

doi 10.22080/jtpd.2021.18380.3248

چکیده

امروزه گردشگری به یکی از صنایع کلیدی جوامع تبدیل شده است. از همین رو، مدیران و برنامه ریزان به دنبال توسعه ی اصولی آن در آینده و استفاده از فرصت ها و مزایای فراوان حاصل از آن هستند. بنابراین، ضرورت دارد تا از رویکرد آینده پژوهی و شناسایی پیشران های کلیدی به توسعه ی گردشگری نگریسته شود. در همین راستا، شهر سرعین از جمله شهرهایی است که از پتانسیل های بالایی برای جلب گردشگر برخوردار است؛ ولی هنوز آن چنان که باید، به رشد و توسعه ی گردشگری منجر نشد. این پژوهش قصد دارد عوامل کلیدی توسعه ی گردشگری شهر سرعین را شناسایی نماید. از همین رو، پژوهش پیش رو از نظر هدف کاربردی، و از نظر ماهیت توصیفی - تحلیلی است. جامعه ی آماری این تحقیق، کارشناسان آشنا به گردشگری شهر سرعین هستند که به روش گلوله برفی از ۳۰ نفر به عنوان نمونه و منتخب در تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است. در این تحقیق جهت شناسایی پیران های کلیدی، از مدل تحلیل تاثیرات متقابل در قالب نرم افزار MICMAC استفاده شده است. یافته های تحقیق، بیانگر این امر است که با توجه به قدرت تعیین کنندگی، متغیرهای توزیع امکانات، رسانه ها، زیباسازی، خدمات درمانی و تنوع بخشی بالاترین رتبه های اثرگذاری را کسب کرده اند. در نهایت، می توان چنین نتیجه گیری کرد که عوامل متنوع و نسبتاً زیادی در توسعه ی گردشگری سرعین تاثیرگذار هستند؛ به گونه ای که بیش از یک سوم از عوامل اولیه این پژوهش، به عنوان عوامل کلیدی انتخاب شدند (۲۰ عامل کلیدی از ۵۴ عامل اولیه)، که لازم است در هرگونه برنامه ریزی برای توسعه ی گردشگری شهر سرعین به نقش کلیدی و اساسی این عوامل توجه نمود. این متغیرها در توسعه ی گردشگری شهر سرعین، دارای قدرت نفوذ بالا و وابستگی پایینی هستند و اولویت اول در توسعه ی گردشگری شهر سرعین به حساب می آیند.

تاریخ دریافت:

۶ اسفند ۱۳۹۸

تاریخ پذیرش:

۳۰ مهر ۱۳۹۹

تاریخ انتشار:

۳۱ خرداد ۱۴۰۰

کلیدواژه ها:

پیشران های کلیدی، مدل تحلیل اثرات متقابل، نرم افزار MICMAC، گردشگری شهری، شهر سرعین.

* نویسنده مسئول: منصور رحمتی

آدرس: گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل

ایمیل: rahmatil358@gmail.com
تلفن: ۰۹۱۴۴۵۰۵۱۰۸

۱ مقدمه

مقاصد گردشگری در بین گردشگران شناخته شده (Edvard et al, 2008:1032) و به دنبال آن، گردشگری شهری مورد بررسی بسیاری از محققان قرار گرفته است (Potof, 2006:15). گردشگری شهری، ترکیب پیچیده‌ای از فعالیت‌های مختلف است که به هم پیوستن ویژگی‌های محیطی و میزان توانمندی و کشش شهر در جذب بازدید کنندگان و ارائه‌ی خدمات است. می‌توان چنین ادعان داشت که نخستین شرط موفقیت هر شهر در توسعه‌ی گردشگری، وجود زیرساخت‌های مناسب شهری، یکپارچگی همه‌ی سازمان‌های ذیربط و مدیریت عاقلانه و مدبرانه در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است (دیناری، ۱۳۸۴: ۱۵).

در این میان، یکی از مهمترین بحث‌ها در خصوص توسعه‌ی گردشگری، برنامه‌ریزی برای آینده و در واقع آینده‌پژوهی است. امروزه آینده‌پژوهشی به طور گسترده‌ای به کار گرفته می‌شود. این واژه، طیف وسیعی از رویکردهایی است که باعث بهبود فرایند تصمیم‌گیری می‌شوند، رویکردهایی که تفکر درباره‌ی آینده‌ی بلندمدت را به همراه دارند (خیرگو و شگری، ۱۳۹۰: ۱۱۰). زمانی گردشگری محدوده‌ای توسعه خواهد یافت که مهمترین شاخص‌های گردشگری آن محدوده شناسایی شود. در همین راستا، شهر سرعین از جمله شهرهای است که دارای پتانسیل‌های بالایی برای جلب گردشگران است، ولی هنوز آن چنان که باید، به رشد و توسعه‌ی صنعت گردشگری منجر نشد. اما استفاده درست از پتانسیل‌ها و رسیدن به هدف تعالی، زمانی امکان پذیر خواهد بود که با برنامه‌ریزی صحیح و متمرکز، زمینه‌ی لازم برای این امر فراهم گردد. بنابراین، این پژوهش قصد دارد عوامل کلیدی توسعه‌ی گردشگری شهر سرعین را شناسایی نماید. در همین خصوص سوال تحقیق به این شکل می‌باشد: مهمترین عوامل/پیشران‌های کلیدی گردشگری شهر سرعین کدامند؟

امروزه گردشگری به عنوان یکی از مسائل مهم و موثر اقتصادی و از عوامل مهم و برجسته‌ی ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی در سطح جهانی محسوب می‌گردد. در واقع، گسترش زیرساخت‌های اقتصادی، بهداشتی، امنیتی و ارتباطی در قرن حاضر گردشگری را به واقعیتی انکارناپذیر در زندگی انسان‌ها تبدیل کرده است. از این رو، گردشگری یکی از صنایع کلیدی در جامعه است که می‌تواند توجه برنامه‌ریزان را جلب کند. از طرف دیگر حجم بالای مسافرت‌ها در سالیان اخیر، موجب شده است که گردشگری به عنوان یکی از صنایع بزرگ در دنیا معرفی شود، به گونه‌ای که درآمد جهانگردی و گردشگری به همراه حمل و نقل، حدود ۱۷ درصد کل صادرات دنیا را تشکیل داده است. این صنعت که از زمان‌های طولانی با شکل‌های متفاوت در جوامع انسانی وجود داشته و به حدی در توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها اثرگذار بوده است که اقتصاددانان از آن به عنوان صادرات نامرئی نام برده‌اند (اجزاشکوهی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۸). بنابراین، تمامی کشورها در پی استفاده از فرصت‌ها و مزایای فراوان حاصل از آن هستند تا به واسطه‌ی آن، رفاه نسبی را برای حال و آینده جوامع خود رقم بزنند. در این میان، مراکز شهری به علت تجمع نهادهای مدنی و زیرساخت‌های اجتماعی می‌توانند محل مناسبی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی محسوب شوند. اهمیت صنعت گردشگری، خود زمانی که با تاریخ و یا شرایط ویژه‌ی طبیعی آن ناحیه همراه گردد، دو چندان می‌شود و با برنامه‌ریزی‌های مناسب و به جا، به آسانی توانایی تبدیل شدن به قطب بزرگ گردشگری کشور را خواهند داشت. به این ترتیب، شهرهایی مانند ونیز، رم، میلان، پاریس، لندن، نیویورک، شانگهای، توکیو، بمبئی و ... یا نمونه‌ی خاورمیانه‌ای آن دبی، به جذب سالانه‌ی چندین میلیون گردشگر در سال قادر هستند (Deichman, 2008:1). از این رو، در چند دهه‌ی اخیر، شهرها به عنوان یکی از مهم‌ترین



۲ پیشینه تحقیق

موثر در توسعه ی گردشگری) و بحث آینده پژوهی تحقیقات خوبی شکل گرفت که در قالب جدول شماره ی ۱ به آنها اشاره شده است

در سال های اخیر در ارتباط با گردشگری و تحلیل تاثیرات متقابل در گردشگری (عوامل و پیشران های

جدول اخلاصه پیشینه ی تحقیقات در خصوص آینده پژوهی گردشگری

محققان	سال	عنوان تحقیق	نتایج تحقیق
یاومن	۲۰۱۲	توریسم در ۲۰۵۰	مهمترین شاخص های آینده گردشگری: فناوری، مصرف، غذا، تغییرات آب و هوایی، حمل و نقل، امور اقتصادی و رقابت.
ایکسیاویلی	۲۰۱۲	شناسایی عوامل مؤثر بازگشت مجدد گردشگران چینی به تایلند	عوامل کلیدی اثرگذار بر توسعه ی گردشگری تایلند: امنیت مقصد، جذابیت مقاصد گردشگری، مناسب بودن خدمات ارائه شده به گردشگران، نحوه ی تعامل و برخورد شهروندان با گردشگران و تثبیت تصویر مثبت از مقصد در ذهن گردشگران.
اسلام	۲۰۱۵	عوامل مؤثر در گردشگری: راهی برای گردشگری پایدار در بنگلادش	عوامل مهم در توسعه ی گردشگری پایدار کشور بنگلادش: توسعه ی جامعه از طریق انگیزه، آموزش و ایجاد ظرفیت در فعالیت های گردشگری پایدار، بازسازی طبیعی و جلوگیری از آسیب زدن گردشگران به مکان های گردشگری و در کل، حفظ ارزش های ذاتی توسعه ی اقتصادی، ملاحظات زیست محیطی و جریان اجتماعی.
سیدو و ادومایتین	۲۰۱۶	عواملی مؤثر در تصمیم گیری گردشگران محلی برای انتخاب یک مقصد (مطالعه موردی: کشور آذربایجان)	عوامل مهم در انتخاب مقصد گردشگری از جانب گردشگران محلی: امکانات رفاهی مقصد، زیرساخت های گردشگری، ویژگی های محیطی، منابع انسانی و قیمت خدمات.
بهاتی و پیرس	۲۰۱۷	جاذبه های گردشگری در بانکوک و سنگاپور؛ پیوند دادن خراب کاری و تعیین خصوصیات	عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه ی گردشگری: فراهم بودن امنیت برای گردشگران و جلوگیری از وقوع جرم و رفتارهای منحرفانه.
رودریگوئر و همکاران	۲۰۱۸	عواملی مؤثر بر تقاضای گردشگری در مکزیک	عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه ی گردشگری: قیمت و هزینه ی خدمات ارائه شده به گردشگران.
تووان و راجاگوپال	۲۰۱۹	آنالیز عوامل مؤثر بر توسعه ی گردشگری پایدار در ویتنام	موثرترین عوامل توسعه ی گردشگری پایدار در ویتنام: عوامل زیست محیطی، اجتماعی و جامعه، اقتصاد.

تأثیرگذارترین موانع توسعه ی گردشگری: تحریم های اقتصادی و سیاسی، تعدد مراکز سیاست گذاری، محدودیت های فرهنگی و مذهبی برای گردشگران خارجی و عدم حمایت دولت از سرمایه گذاری.	کاربرد تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری در مطالعات گردشگری (تحلیلی با رویکرد آسیب شناسانه)	۱۳۹۲	فیروزجائیان و همکاران
پیشران حیاتی گردشگری شهر یاسوج: شرایط آب و هوایی و اقلیم، طرح جامع گردشگری، تأسیسات زیربنایی، رسانه ها، خدمات رفاهی، آداب و رسوم، بخش خصوصی و امنیت.	برنامه ریزی توسعه ی صنعت گردشگری مبتنی بر روش آینده پژوهی و سناریونویسی (مطالعه ی موردی: شهر یاسوج)	۱۳۹۶	تقوایی و حسینی خواه
پیشران های موثر بر وضعیت آینده گردشگری پایدار شهر کرمان: رقابت پذیری، حذف موانع سفر، گسترش فضاهای ساخته شده مرتبط با گردشگری، تخریب محیط در اثر ساخت و ساز بیش از حد خانه های دوم و مشارکت و هم بستگی.	شناسایی پیشران های موثر بر وضعیت آینده ی گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده پژوهی	۱۳۹۷	اکبری و همکاران
کلیدی ترین متغیرها در شکل گیری برند مقصد روستای هدف گردشگری سوادجان: گردشگری آبی، معماری منحصربه فرد، باغات، فرصت بوم گردی، حس تعلق، چشم انداز، فرصت استراحت، آب وهوا و غذا.	شناسایی متغیرهای کلیدی در شکل گیری برند مقصد گردشگری مبتنی بر روش آینده پژوهی (مطالعه ی موردی: روستای هدف گردشگری سوادجان استان چهارمحال و بختیاری)	۱۳۹۷	فرهادی یونکی و عنابستانی
بیشترین تأثیر بر توسعه ی گردشگری شهرستان های استان مازندران: متغیرهای بخش زیرساختی و خدماتی.	تعیین پیشران های کلیدی مؤثر بر توسعه ی گردشگری با رویکرد آینده پژوهی (مطالعه ی موردی: شهرستان های استان مازندران)	۱۳۹۸	ددهزاده سیلابی و احمدی فرد
بیشترین تأثیرگذاری و کمترین تأثیرپذیری بر آینده توسعه ی گردشگری شیراز: منابع آب، تبلیغات، مدیریت محلی، آثار تاریخی، امنیت غذایی، امنیت، سیاست های کلان ملی در حوزه ی گردشگری و مشارکت شهروندان.	شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر گردشگری در کلانشهر شیراز با رویکرد آینده پژوهی	۱۳۹۸	نصر

طبیعی و انسانی متفاوتی است که می تواند بر شاخص های گردشگری تأثیر متفاوتی داشته باشد و از آنجایی هم که تحقیق منسجمی در خصوص آینده پژوهی گردشگری شهر سرعین انجام نگرفته است، این تحقیق سعی دارد تا در کنار بهره مندی از

با عنایت به تحقیق هایی که انجام شد ، می توان گفت که هر تحقیقی بنابر اهداف خود تعدادی از شاخص های حوزه ی گردشگری را برای محدوده ی جغرافیایی خود خاص مورد بررسی قرار داده است. از آنجایی که هر محدوده ی جغرافیایی دارای شرایط



ادبیات تحقیق و رفع خلاءهای موجود در خصوص کمیت و کیفیت شاخص های مورد بررسی، مهمترین شاخص های توسعه ی گردشگری شهر سرعین را با توجه به شرایط مکانی و زمانی خود، را با استفاده از روش تحلیل اثرات متقابل (به عنوان یکی از روش های آینده پژوهی) مورد بررسی قرار دهد.

۳ مبانی نظری

امروزه کارشناسان و برنامه ریزان، از گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین و سریع ترین جنبه های رشد صنعت در جهان یاد می کنند و معتقدند که گردشگری، بزرگترین صنعت جهان از لحاظ سنجه های اقتصادی است (Mrphy, 2013: 11). اصطلاح گردشگری به فعالیت هایی اطلاق می شود که گردشگران برای دستیابی به اهداف کسب وکار، گذراندن اوقات فراغت و یا سایر اهداف شخصی به مقصد خارج از محیط معمول خود و در زمان سفر برای مدت کمتر از یک سال مشغول به آنها هستند (Dos wil, 2005: 19). در میان انواع مختلف گردشگری، مفهوم گردشگری شهری به عنوان دستور کار مطالعاتی در دهه ی ۱۹۸۰ مطرح شده است (حاجی نژاد و همکاران، ۱۳۹۵: ۹۴) گردشگری شهری مفهوم گسترده ای دارد و همه نوع فعالیت های تفریحی را که در شهرها اتفاق می افتد، شامل می شود. این نوع از گردشگری، ترکیب پیچیده ای از فعالیت های مختلف با ویژگی های محیطی، میزان توانمندی و کشش شهر در جذب گردشگران و ارائه ی خدمات است و کارکرد گذران اوقات فراغت و گردشگری به عنوان یکی از کارکردهای اصلی یک شهر، مدنظر قرار گرفته می شود (Anuar et al, 2011: 478). در واقع هدف اصلی از مطرح شدن این نوع از گردشگری، توسعه ی شهر است. در همین رابطه، عوامل تعیین کننده توسعه ی گردشگری و موفقیت آن در سطح کلان به دو دسته ی درونی (شرایط جغرافیایی، اقتصادی، اجتماعی و جز آن) و بیرونی (مانند ساختارهای کلان تصمیم گیری، وضعیت سیاسی و اجتماعی کشور و جز آن) قابل دسته بندی و تفکیک است (Faraji

Rad & Kazemian, 2012: 66). برآورد این عوامل زمانی امکان پذیر است که یک نگرش راهبردی در زمینه ی گردشگری وجود داشته باشد تا با شناسایی پتانسیل ها و قابلیت های مناطق مختلف گردشگری، راهکارهای لازم در جهت توسعه ی گردشگری دریافت گردد (Holland, 2003: 102). در همین خصوص یکی از مهمترین رویکردهای توسعه ی گردشگری، رویکرد آینده پژوهی و در واقع بحث دورنمای عوامل مؤثر بر توسعه ی گردشگری است (تقوایی و حسینی خواه، ۱۳۹۶: ۱۱).

امروزه آینده پژوهی به طور گسترده در بسیاری از علوم و برنامه ریزی ها و سیاست گذاری ها به کار گرفته می شود. این واژه، طیف وسیعی از رویکردهایی است که بهبود فرایند تصمیم گیری را تسهیل می کند، رویکردهایی که تفکر درباره ی آینده ی بلندمدت را به همراه دارند (علی اکبری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۷). آینده پژوهی روندهای آتی و پیش بینی تغییرات و رقابت پذیری سازمان ها و صنایع در آینده را مورد بررسی قرار می دهد. این اقدامات در برخورد با عدم قطعیت های محیطی و تغییرات سریع از طریق خلاقیت و ایجاد فرصت های غیرمنتظره و پیش رفتن در یک اقتصاد پویا می باشد (Varum et al, 2011: 19).

آینده پژوهی روش های گوناگونی دارد که یکی از این روش ها، روش تحلیل اثرات متقابل است که با بهره گرفتن از نرم افزار MICMAM، پیشران های کلیدی استخراج می شود.

باتوجه به مطالب ذکر شده، پرداختن به برنامه ریزی بدون توجه به آینده، برنامه ریزی کاری بیهود و کم اثر خواهد بود در همین خصوص لازم است در برنامه ریزی ها از رویکرد آینده پژوهی استفاده شود. در همین راستا، در عرصه ی توسعه ی گردشگری، پرداختن به آینده و برنامه ریزی برای توسعه ی گردشگری، از طریق آینده پژوهی پرفایده خواهد بود. زمانی رویکرد آینده پژوهی برای توسعه ی گردشگری جواب خواهد داد که نیروهای پیشران و عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه ی گردشگری

نرم افزار میک مک استفاده شده است. بدین منظور از ماتریسی به ابعاد 54×54 ، (۵۴ متغیر) استفاده شد تا وضعیت هریک از آن‌ها در سیستم (توسعه ی گردشگری) مشخص گردد. از پاسخ دهندگان درخواست شد که به مقایسه ی دوتایی متغیرهای تحقیق بپردازند. این روش مرحله‌ای دارد که در ادامه به همراه تحلیل آن ارائه شده است.

۵.۱ ماتریس تاثیرات مستقیم

در ابتدا ماتریس تاثیرات مستقیم بر اساس میانگین‌های حاصل از پاسخ‌ها تشکیل شد تا بتوان نتایج حاصل از تاثیرات متقابل، نمودارها و نقشه‌های گرافیکی مرتبط با آن به دست آورد. تحلیل اولیه داده‌های ماتریس و تاثیرات متقاطع نشان دهنده ی آن است که با توجه به ابعاد ماتریس، در مجموع ۲۹۱۶ گزینه برای ماتریس وجود دارد که از این تعداد، ۱۱۰۹ خانه ماتریس صفر بوده است؛ یعنی عوامل بر همدیگر تاثیر نداشته یا از همدیگر تاثیر نپذیرفته‌اند که این تعداد حدود $32/7$ درصد کل حجم ماتریس را به خود اختصاص داده است. از طرف دیگر، ۸۶۰ خانه دارای تاثیر ضعیف، ۷۲۱ خانه دارای تاثیر متوسط و ۲۲۶ خانه هم دارای تاثیر قوی می‌باشند، که در مجموع شامل ۱۸۰۷ خانه از خانه‌های ماتریس را به خود اختصاص داده‌اند. درجه ی پرشدگی ماتریس، $61/96$ درصد است که حاکی از آن است که حدود ۶۲ درصد از عوامل انتخاب شده بر همدیگر تاثیر داشته‌اند. از مجموع ۲۹۱۶ عدد در ماتریس ۱۸۰۷ رابطه ی قابل ارزیابی در این ماتریس است. علاوه بر این ماتریس بر اساس شاخص‌های آماری با دو بار چرخش داده‌ای از مطلوب بودن و بهینه شدگی ۱۰۰ درصد برخوردار بوده است که این موضوع نیز روایی بالایی پرسش‌نامه و پاسخ‌های آن را نشان می‌دهد (جدول شماره ۲ ی).

شناسایی شوند (نعیمی مجد، ۱۳۹۸: ۲۰۴). بنابراین توجه به رویکرد آینده پژوهی در توسعه ی صنعت گردشگری نقش پررنگی را ایفا می‌کند. با ورود به هزاره ی جدید، صنعت گردشگری نیز عصری نوین را آغاز کرده است و با وجود مشکلات متعددی که در پیش دارد، انتظار است که در سیستم اقتصادی جهانی بر اهمیت آن افزوده شود؛ بنابراین، سیاست‌گذاران باید پیوسته به مسائل اصولی و زیربنایی در خصوص رشد، جهت و آثار این صنعت در آینده توجه کنند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۳).

۴ روش شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - تحلیلی است. جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات به دو روش کتابخانه‌ای/اسنادی و میدانی (پرسش‌نامه و مصاحبه) انجام شده است. جامعه ی آماری این تحقیق کارشناسان آشنا به گردشگری شهر سرعین است (اساتید و دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاهی و کارشناسان دستگاه‌های اداری) که با توجه به نامشخص بودن تعداد آنها به روش گلوله برفی، از ۳۰ نفر به عنوان منتخب در تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است. همچنین در این تحقیق از مدل معادلات ساختاری (تحلیل تاثیرات متقابل) در قالب نرم افزار MICMAC استفاده شده است (برای تعیین پیشران‌های کلیدی گردشگری شهر سرعین).

۵ تجزیه و تحلیل

همان‌گونه که پیش‌تر ذکر شد، هدف این پژوهش شناسایی عوامل کلیدی توسعه ی گردشگری شهر سرعین است که در این خصوص از نظرات کارشناسان مربوط اجرایی و دانشگاهی و درنهایت، از روش تحلیل ساختاری اثرات متقابل در قالب



جدول ۲ تحلیل اولیه داده‌های ماتریس و آماره‌های آن

ابعاد ماتریس	تعداد تکرار	بدون تاثیر (۵)	تاثیر ضعیف (۱)	تاثیر متوسط (۲)	تاثیر قوی (۳)	جمع	درجه پرشدگی
۵۴*۵۴	۲	۱۱۰۹	۸۶۰	۷۲۱	۲۲۶	۱۸۰۷	% ۶۱/۹۶

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

مستقیم در توسعه ی گردشگری دارند و در مقابل متغیرهای بخش خصوصی، سیاست های دولت، رقابت، مشارکت شهروندان و برنامه ریزی و بازاریابی، بیشترین تاثیرپذیری مستقیم در توسعه ی گردشگری شهری دارند (جدول ۳).

در ماتریس متقاطع، جمع اعداد سطرهای هر عامل میزان تاثیرگذاری و جمع ستونی نیز میزان تاثیرپذیری آن عامل از عوامل دیگر را نشان می‌دهد. بر اساس نتایج تحلیلی این ماتریس، به ترتیب متغیرهای توزیع امکانات، بازاریابی، تنوع بخشی، بودجه، رقابت و برنامه ریزی، بیشترین تاثیرگذاری

جدول ۳ تاثیر مستقیم متغیرها بر همدیگر

متغیر	تاثیرگذاری		متغیر	تاثیرپذیری	
	رتبه	امتیاز		رتبه	امتیاز
بازاریابی	۲	۹۶	دفا تر گردشگری	۵	۷۴
بودجه	۴	۸۸	زیباسازی	۱۰	۶۹
توزیع امکانات	۱	۱۰۰	بانک اطلاعات گردشگری	۳۳	۴۸
هزینه مناسب	۹	۸۰	مراکز خرید	۱۲	۶۳
بخش خصوصی	۱۵	۷۰	جشنواره ها و نمایشگاه ها	۱	۸۶
رقابت	۵	۸۷	غذاهای محلی	۳	۸۱
برنامه ریزی	۵	۸۷	کنفرانس ها	۵	۷۴
کاهش محدودیت ها	۲۷	۵۶	صنایع دستی	۱۸	۵۷
سیاست های دولت	۲۰	۶۷	مراسم آیینی	۲	۸۴

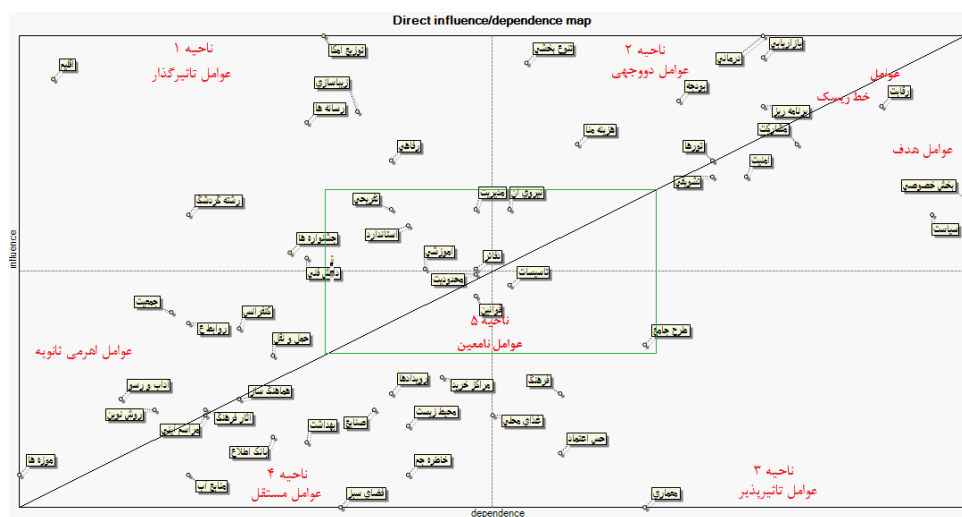
تأثیرپذیری		تأثیرگذاری		متغیر	تأثیرپذیری		تأثیرگذاری		متغیر
رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز		رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز	
۱۳	۶۲	۳۶	۳۴	فرهنگ پذیرش گردشگر	۱۹	۵۷	۱۷	۶۸	مدیریت تخصصی
۲۷	۵۲	۳۶	۳۴	رویدادهای ورزشی	۳۹	۴۳	۳۸	۳۳	هماهنگ سازی سازمان ها
۴۲	۴۰	۳۱	۴۷	روابط عمومی مسولان	۴	۷۶	۹	۸۰	مشارکت شهروندان
۲۳	۵۴	۲۵	۵۷	برنامه های آموزشی	۱۱	۶۷	۳۳	۴۳	طرح جامع گردشگری
۳۴	۴۷	۴۷	۲۵	بهداشت عمومی	۳۴	۴۷	۲۴	۵۹	دانش فنی
۵۰	۳۶	۳۸	۳۳	آداب و رسوم	۱۶	۵۹	۱۷	۶۸	نیروی انسانی ماهر
۵۳	۳۰	۴۹	۱۹	موزه ها	۷	۷۳	۱۳	۷۴	امنیت
۱۳	۶۲	۴۸	۲۳	حس اعتماد گردشگر	۸	۷۱	۱۳	۷۴	سیاست های تشویقی
۴۰	۴۱	۴۰	۳۱	آثار فرهنگی و تاریخی	۴۹	۳۷	۵۲	۱۳	معماری بومی
۴۷	۳۹	۳۰	۴۹	جمعیت	۳۸	۴۵	۳۴	۴۱	شبکه حمل و نقل
۵۱	۳۴	۱۵	۷۰	خدمات درمانی	۱۶	۵۹	۲۸	۵۴	تاسیسات زیربنایی
۱۹	۵۷	۲۹	۵۲	قوانین گردشگری	۴۸	۳۸	۴۰	۳۱	روش های نوین تبلیغاتی
۲۴	۵۳	۴۹	۱۹	خاطره جمعی	۳۴	۴۷	۸	۸۴	رسانه ها
۴۲	۴۰	۲۱	۶۷	توسعه ی رشته های مربوط	۱۵	۶۰	۳	۹۵	تنوع بخشی
۲۴	۵۳	۴۵	۲۸	محیط زیست	۲۷	۵۲	۱۱	۷۷	خدمات رفاهی
۴۲	۴۰	۴۹	۱۹	منابع آب	۲۷	۵۲	۱۷	۶۸	مراکز تفریحی
۳۲	۴۹	۵۲	۱۳	فضای سبز	۸	۷۱	۱۱	۷۷	تورهای گردشگری
۵۲	۳۲	۳۹	۳۲	شرایط اقلیمی	۲۴	۵۳	۲۲	۶۵	استانداردسازی

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

عدهای هر سطر نشان دهنده ی تاثیرگذاری متغیر مربوط و مجموع عدهای هر ستون نمودار تاثیرپذیری آن است؛ پس تمام متغیرها و محیط در برگزیده ی آن‌ها را می توان با نمایش آن‌ها در یک نمودار مفهومی یا محور مختصات (تاثیرگذاری-تاثیرپذیری) نمایش داد (زالی، منصوری بیرجندی، ۱۳۹۴: ۱۲) شکل شماره ی ۱ موقعیت متغیرهای مورد ارزیابی را در تحلیل تاثیرات مستقیم نشان می‌دهد.

با یک روش ساده می‌توان دریافت که تاثیر متغیرها، با در نظر گرفتن تعداد گروه‌های ارتباطی در ماتریس تشکیل شده، قابل سنجش است. متغیری که بر تعداد محدودی از متغیرها تاثیر مستقیم دارد،

تاثیرگذاری اندکی نیز در کل سیستم (توسعه ی گردشگری) دارد. به این ترتیب، تاثیرپذیری مستقیم یک متغیر را نیز می‌توان با در نظر گرفتن ستون مربوط در ماتریس بررسی کرد. بنابراین، مجموع



شکل اپراکندگی متغیرها و جایگاه آن‌ها در محور تاثیرگذاری-تاثیرپذیری ماتریس تاثیرات مستقیم

دسته متغیرهای تاثیرگذار: نمودار پراکنش متغیرهای نشان می‌دهد که متغیرهای اقلیم، توزیع امکانات، زیباسازی، رسانه ها، خدمات رفاهی، رشته های مربوطه (گردشگری)، برگزاری جشنواره ها، دانش فنی و امکانات تفریحی، خدمات آموزشی، برخورداری از استانداردها، دفاتر گردشگری و مدیریت گردشگری، متغیرهای تاثیرگذار توسعه ی گردشگری سریع می‌باشند. در واقع، این متغیرها، بیشترین تاثیرگذاری و کمترین تاثیرپذیری مستقیم را در توسعه ی گردشگری شهر سریع دارند.

دسته متغیرهای دوجویی: متغیرهای رقابت، بخش خصوصی، سیاست دولت، امنیت، تسهیلات تشویقی، برگزاری تورهای گردشگری، مشارکت

هر کدام از متغیرها با توجه میزان تاثیرگذاری و تاثیرپذیری در مکان خاصی در نقشه یا نمودار قرار می‌گیرند. موقعیت متغیرها در نمودار بیانگر وضعیت آنها در سیستم (توسعه ی گردشگری) و نقش آنها در پویایی و تحولات سیستم در آینده است. به طور کلی این متغیرها در پنج دسته کلی طبقه بندی می‌شوند و بر اساس مواردی که قبلاً اشاره شد، می‌توان وضعیت هر یک از متغیرها را با توجه به موقعیت آن‌ها در شکل ۱ تشخیص داد، به گونه ای که متغیرهای واقع در منطقه ی شمالی نمودار، آثار فراوانی در سیستم دارند. در ادامه، محل قرارگیری تک تک متغیرها در دسته های پنج گانه و میزان اثرگذاری و اثرپذیری آنها ارائه شده است.

عمومی، حمل و نقل، متغیرهای اهرمی ثانویه این سیستم هستند، می‌توانند به عنوان شروعی برای سنجش و به عنوان معیار به کار روند.

دسته متغیرهای نامعین / تنظیمی: متغیرهای امکانات تفریحی، خدمات آموزشی، برخورداری از استانداردها، دفاتر گردشگری و مدیریت گردشگری، از ناحیه ۱ (متغیرهای دوجوهی)، متغیر نیروی انسانی از ناحیه ۲ (متغیرهای دوجوهی)، متغیر تاسیسات و تجهیزات گردشگری از ناحیه ۳ (متغیرهای تاثیرپذیر) و متغیرهای قوانین و مقررات و محدودیت‌های گردشگری از ناحیه ۴ (متغیرهای مستقل)، ۹ متغیری هستند که در ناحیه ۵ (متغیرهای نامعین یا تنظیمی) قرار گرفته اند که می‌توانند به صورت اهرم ثانویه، اهداف ضعیف و یا شاخص ریسک ثانویه عمل نمایند، در واقع، به عنوان متغیرهایی معرفی شده اند که سیستم درباره ی آنها نمی‌تواند تصمیم‌گیری قطعی داشته باشند. به عبارت دیگر، با توجه به قرارگیری آنها در نواحی مرزی هر یک از چهار ناحیه ی دیگر، امکان پیوستن این متغیرها در آینده ی سیستم به یکی از چهار ناحیه ی دیگر بسیار زیاد است.

۵.۲ ماتریس تاثیرات غیرمستقیم

در ماتریس تاثیرات غیرمستقیم، هر یک از متغیرها توسط نرم افزار به توان ۲، ۳، ۴، ۵ و ... شده و بر این اساس، تاثیرات غیرمستقیم متغیرها سنجیده می‌شود. ماتریس تاثیرات متقابل غیرمستقیم حاکی از این است که به ترتیب متغیرهای خدمات درمانی، توزیع امکانات، شرایط اقلیمی، بازاریابی و تنوع بخشی، به عنوان تاثیرگذارترین متغیرهای غیرمستقیم و متغیرهای بخش خصوصی، سیاست‌های دولت، خدمات درمانی، رقابت و مشارکت شهروندان هم به عنوان تاثیرپذیرترین متغیرها به صورت غیرمستقیم می‌باشند (جدول ۴). شکل شماره ۲ موقعیت متغیرهای مورد ارزیابی را در تحلیل تاثیرات غیرمستقیم نشان می‌دهد.

برنامه ریزی، بودجه، هزینه ی منابع، خدمات درمانی، بازاریابی، تنوع بخشی و نیروی انسانی، در محدوده ی مربوط به متغیرهای دوجوهی قرار گرفته اند. یعنی این متغیرها تاثیرپذیری و تاثیرگذاری بالا و همزمانی روی توسعه ی گردشگری شهری دارند.

از بین متغیرهای یادشده، تنها متغیر برگذاری تورهای گردشگری روی نمودار خط ریسک قرار گرفته است. همچنین متغیرهای رقابت، بخش خصوصی، سیاست‌های دولت، مشارکت، امنیت و برنامه های تشویقی به عنوان متغیرهای هدف سیستم شناخته شده اند. تاثیرپذیری این متغیرها بیشتر از تاثیرگذاری آنها است.

دسته متغیرهای تاثیرپذیر: متغیرهای معماری بومی، حس اعتماد، فرهنگ جامعه ی میزبان، غذاهای محلی، طرح جامع گردشگری و تاسیسات، با تاثیرگذاری پایین و تاثیرپذیری بسیار بالا متغیرهای توسعه ی گردشگری سریع هستند که نسبت به تکامل متغیرهای تاثیرگذار و دوجوهی بسیار حساس هستند.

دسته متغیرهای مستقل: متغیرهای مراکز خرید، رویدادهای ورزشی، محیط زیست، بهداشت، خاطره ی جمعی، فضای سبز، منابع آب، بانک اطلاعاتی، صنایع دستی، آثار فرهنگی، هماهنگ سازی، مراسم دینی مذهبی، آداب و رسوم، موزه‌ها، روش‌های نوین تبلیغاتی، برگزاری کنفرانس‌ها، جمعیت، روابط عمومی، حمل و نقل، قوانین و محدودیت‌های گردشگری، به عنوان متغیرهای مستقل توسعه ی گردشگری شهری سریع شناسایی می‌شوند. این بدان معناست که این متغیرها از سایر متغیرهای سیستم تاثیر چندانی نپذیرفته است و بر آنها نیز تاثیر کمی داشته یا تاثیری ندارند. از بین موارد یاد شده، متغیرهای آداب و رسوم، موزه‌ها، روش‌های نوین تبلیغاتی، برگزاری کنفرانس‌ها، جمعیت، روابط

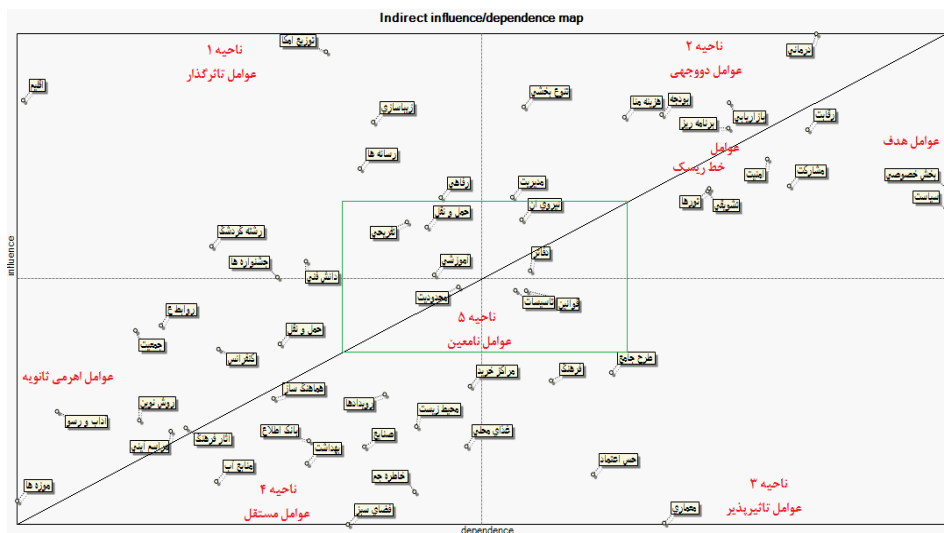


جدول ۴ تاثیر غیرمستقیم متغیرها بر همدیگر

تاثیرپذیری		تاثیرگذاری		متغیر	تاثیرپذیری		تاثیرگذاری		متغیر
رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز		رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز	
۳۹	۱۵۸۳۱۰	۲۵	۲۰۱۳۵۶	دانش فنی	۷	۲۳۵۷۹۴	۴	۲۹۰۳۷۰	بازاریابی
۳۲	۱۷۰۶۱۲	۸	۲۷۹۴۴۸	زیباسازی	۱۱	۲۲۳۴۲۹	۶	۲۸۳۶۳۶	بودجه
۳۷	۱۵۸۸۴۳	۴۷	۱۰۰۶۰۵	بانک اطلاعات	۳۶	۱۶۱۹۷۱	۲	۳۱۸۹۶۷	توزیع امکانات
۲۲	۱۸۸۳۴۰	۳۹	۱۳۱۱۷۸	مراکز خرید	۴	۲۵۰۱۴۱	۹	۲۷۵۱۹۰	رقابت
۴۱	۱۵۳۰۹۰	۲۹	۱۹۲۳۷۷	جشنواره ها و نمایشگاه	۱	۲۷۵۷۴۸	۱۶	۲۴۱۹۸۱	بخش خصوصی
۲۳	۱۸۷۶۱۹	۴۸	۹۷۴۱۹	غذاهای محلی	۱۳	۲۱۶۶۲۹	۷	۲۸۲۱۸۵	هزینه ی مناسب
۴۳	۱۴۲۲۹۷	۳۶	۱۵۲۰۵۴	کنفرانس ها	۶	۲۳۵۶۶۵	۱۰	۲۶۷۰۳۰	برنامه ریزی
۳۳	۱۶۸۹۹۳	۴۹	۹۷۲۷۲	صنایع دستی	۲۴	۱۸۶۲۲۸	۳۰	۱۸۶۹۴۶	کاهش محدودیت ها
۴۷	۱۳۳۵۴۶	۴۶	۱۰۶۰۰۰	مراسم آیینی	۲	۲۷۵۵۹۴	۲۰	۲۲۸۷۴۰	سیاست های دولت
۳۱	۱۷۲۷۳۱	۴۱	۱۲۶۶۶۳	رویدادهای ورزشی	۲۱	۱۹۶۰۹۱	۱۸	۲۳۷۲۶۷	مدیریت تخصصی
۱۶	۲۰۳۱۸۷	۳۸	۱۳۴۳۲۶	فرهنگ پذیرش گردشگر	۴۲	۱۵۲۳۶۹	۴۰	۱۲۷۳۳۸	هماهنگ سازی سازمان ها
۴۸	۱۳۱۷۴۵	۳۳	۱۶۵۲۷۹	روابط عمومی مسولان	۴۵	۱۴۱۰۰۹	۲۴	۲۰۹۶۹۸	توسعه ی رشته های مربوط
۲۶	۱۸۱۷۹۵	۲۸	۱۹۳۶۶۱	برنامه های آموزشی	۱۴	۲۱۴۲۲۶	۳۷	۱۳۸۸۷۶	طرح جامع گردشگری
۳۸	۱۵۸۴۶۵	۴۹	۸۷۸۶۴	بهداشت عمومی	۱۷	۱۹۹۳۷۰	۲۷	۱۹۶۰۳۱	دفاتر گردشگری
۵۲	۱۱۲۷۲۹	۴۲	۱۱۷۰۶۷	آداب و رسوم	۱۹	۱۹۷۷۸۸	۲۲	۲۲۴۶۴۹	نیروی انسانی ماهر
۵۴	۱۰۵۴۲۸	۵۳	۶۶۸۱۲	موزه ها	۶	۲۴۲۷۸۱	۱۱	۲۵۸۷۳۹	امنیت
۱۵	۲۱۰۸۷۵	۵۰	۸۱۶۹۳	حس اعتماد	۱۰	۲۳۱۸۷۱	۱۷	۲۴۰۶۸۵	سیاست های تشویقی

تاثیرپذیری		تاثیرگذاری		متغیر	تاثیرپذیری		تاثیرگذاری		متغیر
رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز		رتبه	امتیاز	رتبه	امتیاز	
۴۶	۱۳۶۲۹۷	۴۵	۱۰۷۸۴۷	آثار فرهنگی	۱۲	۲۲۳۹۰۹	۵۳	۵۴۴۰۴	معماری بومی
۵۰	۱۲۷۰۷۳	۳۴	۱۶۲۴۷۹	جمعیت	۳۴	۱۶۸۱۷۸	۱۲	۲۵۳۳۱۱	رسانه ها
۳	۲۵۱۷۵۳	۱	۳۲۹۰۰۱	خدمات درمانی	۲۰	۱۹۶۶۶۵	۳۱	۱۸۵۰۰۹	تاسیسات زیربنایی
۱۸	۱۹۸۶۲۹	۳۲	۱۸۴۸۳۱	قوانین گردشگری	۴۹	۱۲۷۷۹۱	۴۳	۱۱۲۰۹۹	تبلیغات های نوین
۲۹	۱۷۸۱۸۷	۵۲	۷۱۹۶۹	خاطره ی جمعی	۴۰	۱۵۳۵۲۸	۳۵	۱۵۴۹۲۸	شبکه حمل و نقل
۵	۲۴۶۷۹۲	۱۳	۲۴۳۶۱۳	مشارکت شهروندان	۳۰	۱۷۶۸۰۲	۲۱	۲۲۳۳۷۱	مراکز تفریحی
۲۸	۱۷۸۵۳۷	۴۴	۱۰۸۵۷۶	محیط زیست	۲۵	۱۸۳۰۰۲	۱۹	۲۳۷۰۵۲	خدمات رفاهی
۴۴	۱۴۱۸۸۸	۵۱	۷۷۷۶۰	منابع آب	۱۹	۱۹۸۱۸۲	۵	۲۸۷۹۸۵	تنوع بخشی
۳۵	۱۶۵۹۸۳	۵۴	۵۳۶۱۷	فضای سبز	۲۷	۱۸۰۴۱۷	۲۳	۲۲۰۵۲۰	استانداردسازی
۵۳	۱۰۶۵۱۷	۳	۲۹۱۶۷۴	شرایط اقلیمی	۹	۲۳۲۱۴۴	۱۴	۲۴۲۲۰۷	تورهای گردشگری

منبع: محاسبات تحقیق حاضر



شکل ۲ پراکندگی متغیرها و جایگاه آن‌ها در محور تاثیرگذاری- تاثیرپذیری ماتریس تاثیرات غیرمستقیم

دسته متغیرهای تاثیرگذار: در نقشه ی پراکنش متغیرهای سیستم، توزیع امکانات، اقلیم، زیباسازی، رسانه ها، رشته ی گردشگری، دانش فنی، خدمات

بر اساس شکل شماره ۲ وضعیت هر یک از متغیرها با توجه به موقعیت آن‌ها در نمودار به شرح ذیل می‌باشد:



موزه‌ها، روش‌های نوین تبلیغاتی، برگزاری کنفرانس‌ها، حمل و نقل، جمعیت، روابط عمومی و محدودیت‌ها، جزو متغیرهای اهرمی ثانویه هستند.

متغیرهای نامعین/ تنظیمی: متغیرهای حمل و نقل، خدمات تفریحی و آموزشی از ناحیه ۱ (متغیرهای تاثیرگذار)، متغیرهای نیروی انسانی و دفاتر گردشگری از ناحیه ۲ (متغیرهای دوجوهی)، متغیر قوانین و تاسیسات گردشگری از ناحیه ۳ (متغیرهای تاثیرپذیر) و متغیر محدودیت‌های گردشگری از ناحیه ۴ (متغیرهای مستقل) در ناحیه ۵ متغیرهای نامعین (ناحیه ۵) قرار گرفته‌اند که می‌توانند به صورت اهرم ثانویه، اهداف ضعیف و یا شاخص ریسک ثانویه عمل نمایند و در واقع، به عنوان متغیرهایی معرفی شدند که سیستم درباره‌ی آنها نمی‌تواند تصمیم‌گیری قطعی بکند. به عبارت دیگر، با توجه به قرارگرفتن آن در نواحی مرزی هر یک از چهار ناحیه ۵ دیگر، امکان پیوستن این متغیرها در آینده ۵ سیستم به یکی از چهار ناحیه ۵ دیگر بسیار زیاد است.

۶ رتبه بندی تاثیرگذاری و تاثیرپذیری کلی متغیرها

یکی دیگر از مراحل این تحقیق نشان دادن رتبه ۵ تاثیرگذاری و تاثیرپذیری متغیرها است. در همین راستا، شکل‌های ۳ و ۴ رتبه بندی کلی (تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم) متغیرهای مورد ارزیابی را در دو وضعیت تاثیرگذاری کلی و تاثیرپذیری کلی نشان می‌دهند. همان‌طور که مشاهده می‌شود به ترتیب متغیرهای توزیع امکانات، خدمات درمانی، بازاریابی، نوع بخشی، اقلیم، بودجه، رقابت، برنامه ریزی، زیباسازی و رسانه‌ها، بالاترین رتبه‌های تاثیرگذاری (شکل ۳) و متغیرهای بخش خصوصی، سیاست‌های دولت، رقابت، مشارکت عمومی، بازاریابی، برنامه ریزی، خدمات درمانی، امنیت، سیاست‌های تشویقی و برگزاری تورها، بالاترین رتبه‌های تاثیرپذیری کلی را داشته‌اند (شکل ۴).

رفاهی، حمل و نقل، خدمات آموزشی و خدمات تفریحی، متغیرهای توسعه‌ی گردشگری شهری در روش غیرمستقیم هستند. همان‌گونه که ذکر شد، این متغیرها بیشترین تاثیرگذاری و کمترین تاثیرپذیری را دارند.

دسته متغیرهای دوجوهی: متغیرهای خدمات درمانی، بازاریابی، بودجه، برنامه ریزی، هزینه‌ی مناسب، تنوع بخشی مدیریت، رقابت، مشارکت، امنیت، تسهیلات تشویقی، برگزاری تورها، بخش خصوصی، سیاست‌های دولتی، نیروی انسانی و دفاتر گردشگری، در محدوده ۵ متغیرهای دوجوهی قرار گرفته‌اند. یعنی این متغیرها تاثیرپذیری و تاثیرگذاری بالا و همزمانی روی توسعه‌ی گردشگری شهری دارند. از بین متغیرهای یادشده، هیچ متغیری روی نمودار خط ریسک قرار نگرفته است. همچنین متغیرهای رقابت، مشارکت، امنیت، تسهیلات تشویقی، برگزاری تورها، بخش خصوصی و سیاست‌های دولتی، به عنوان متغیرهای هدف سیستم شناخته شده‌اند.

دسته متغیرهای تاثیرپذیر: متغیرهای طرح جامع گردشگری، فرهنگ، حس اعتماد، معماری بومی، قوانین و تاسیسات گردشگری دارای تاثیرگذاری پایین و تاثیرپذیری بسیار بالا روی سیستم هستند و نسبت به تکامل متغیرهای تاثیرگذار و دوجوهی بسیار حساس هستند.

متغیرهای مستقل: متغیرهای فضای سبز، خاطره‌ی جمعی، منابع آب، صنایع دستی، بهداشت عمومی، محیط زیست، رویدادهای ورزشی، بانک اطلاعات، هماهنگ‌سازی، آثار فرهنگی، مراسم آیینی، آداب و رسوم، موزه‌ها، روش‌های نوین تبلیغاتی، برگزاری کنفرانس‌ها، حمل و نقل، جمعیت، روابط عمومی و محدودیت‌ها، در محدوده ۵ متغیرهای مستقل سیستم قرار گرفته‌اند. این متغیرها از سایر متغیرهای سیستم تاثیر چندانی نپذیرفته است و بر آن‌ها نیز تاثیر کمی داشته یا تاثیری ندارند. از بین این متغیرها، متغیرهای آثار فرهنگی، مراسم آیینی، آداب و رسوم،

Classement par dépendance

Rank	Variable	Variable	Rank
1	بخش خصوصی - 5	بخش خصوصی - 5	5
2	سبب است - 9	سبب است - 9	9
3	رقابت - 6	رقابت - 6	6
4	مشارکت - 12	مشارکت - 12	12
5	بازاریابی - 1	بازاریابی - 1	1
6	برنامه ریز - 7	برنامه ریز - 7	7
7	درمانی - 46	درمانی - 46	46
8	امنیت - 16	امنیت - 16	16
9	نقشه‌نگاری - 17	نقشه‌نگاری - 17	17
10	نورها - 25	نورها - 25	25
11	بودجه - 2	بودجه - 2	2
12	طرح جامع - 13	طرح جامع - 13	13
13	معماری - 54	معماری - 54	54
14	هزینه‌ها - 4	هزینه‌ها - 4	4
15	فرهنگ - 36	فرهنگ - 36	36
16	حس اعتماد - 43	حس اعتماد - 43	43
17	نوع بخشی - 22	نوع بخشی - 22	22
18	نیروی ان - 15	نیروی ان - 15	15
19	تاسیسات - 19	تاسیسات - 19	19
20	غذای مطبخ - 32	غذای مطبخ - 32	32
21	محتویات - 8	محتویات - 8	8
22	مدیریت - 10	مدیریت - 10	10
23	دفتر - 27	دفتر - 27	27
24	تولین - 47	تولین - 47	47
25	مراکز خرید - 30	مراکز خرید - 30	30
26	مراکز خرید - 8	مراکز خرید - 8	8
27	مراکز خرید - 39	مراکز خرید - 39	39
28	حمل و نقل - 26	حمل و نقل - 26	26
29	خطر جم - 48	خطر جم - 48	48
30	محیط زیست - 50	محیط زیست - 50	50
31	رغابی - 23	رغابی - 23	23
32	نفریحی - 24	نفریحی - 24	24
33	رویدادها - 37	رویدادها - 37	37
34	صنایع - 34	صنایع - 34	34
35	ریبازسازی - 28	ریبازسازی - 28	28
36	فضای سبز - 52	فضای سبز - 52	52
37	توزیع لکها - 3	توزیع لکها - 3	3
38	دانش فنی - 14	دانش فنی - 14	14
39	رسانه‌ها - 21	رسانه‌ها - 21	21
40	بهداشت - 40	بهداشت - 40	40
41	جشنواره‌ها - 31	جشنواره‌ها - 31	31
42	حمل و نقل - 18	حمل و نقل - 18	18
43	بانک اطلاع - 29	بانک اطلاع - 29	29
44	هماهنگ ساز - 11	هماهنگ ساز - 11	11
45	کنفرانس - 33	کنفرانس - 33	33
46	مراسم آئینی - 35	مراسم آئینی - 35	35
47	کنفرانس - 33	کنفرانس - 33	33
48	کنفرانس - 33	کنفرانس - 33	33
49	کنفرانس - 33	کنفرانس - 33	33
50	کنفرانس - 33	کنفرانس - 33	33
51	کنفرانس - 33	کنفرانس - 33	33
52	کنفرانس - 33	کنفرانس - 33	33
53	کنفرانس - 33	کنفرانس - 33	33
54	کنفرانس - 33	کنفرانس - 33	33

Classify variables according to their influences

Rank	Variable	Variable	Rank
1	توزیع لکها - 3	توزیع لکها - 3	3
2	درمانی - 46	درمانی - 46	46
3	بازاریابی - 1	بازاریابی - 1	1
4	نوع بخشی - 22	نوع بخشی - 22	22
5	افلیم - 53	افلیم - 53	53
6	بودجه - 2	بودجه - 2	2
7	رقابت - 6	رقابت - 6	6
8	برنامه ریز - 7	برنامه ریز - 7	7
9	ریبازسازی - 28	ریبازسازی - 28	28
10	رسانه‌ها - 21	رسانه‌ها - 21	21
11	هزینه‌ها - 4	هزینه‌ها - 4	4
12	مشارکت - 12	مشارکت - 12	12
13	رغابی - 23	رغابی - 23	23
14	نورها - 25	نورها - 25	25
15	امنیت - 16	امنیت - 16	16
16	نقشه‌نگاری - 17	نقشه‌نگاری - 17	17
17	بخش خصوصی - 5	بخش خصوصی - 5	5
18	مدیریت - 10	مدیریت - 10	10
19	نیروی ان - 15	نیروی ان - 15	15
20	نفریحی - 24	نفریحی - 24	24
21	سبب است - 9	سبب است - 9	9
22	رشته گردشگری - 49	رشته گردشگری - 49	49
23	حمل و نقل - 26	حمل و نقل - 26	26
24	جشنواره‌ها - 31	جشنواره‌ها - 31	31
25	دانش فنی - 14	دانش فنی - 14	14
26	دفتر - 27	دفتر - 27	27
27	مراکز خرید - 30	مراکز خرید - 30	30
28	محتویات - 8	محتویات - 8	8
29	تاسیسات - 19	تاسیسات - 19	19
30	تولین - 47	تولین - 47	47
31	جمعیت - 45	جمعیت - 45	45
32	روابط ع - 38	روابط ع - 38	38
33	کنفرانس - 33	کنفرانس - 33	33
34	طرح جامع - 13	طرح جامع - 13	13
35	حمل و نقل - 18	حمل و نقل - 18	18
36	مراکز خرید - 30	مراکز خرید - 30	30
37	فرهنگ - 36	فرهنگ - 36	36
38	رویدادها - 37	رویدادها - 37	37
39	هماهنگ ساز - 11	هماهنگ ساز - 11	11
40	آداب و رسوم - 41	آداب و رسوم - 41	41
41	روشن‌بین - 20	روشن‌بین - 20	20
42	صنایع - 34	صنایع - 34	34
43	کنفرانس - 33	کنفرانس - 33	33
44	کنفرانس - 33	کنفرانس - 33	33
45	مراسم آئینی - 35	مراسم آئینی - 35	35
46	مراسم آئینی - 35	مراسم آئینی - 35	35
47	محیط زیست - 50	محیط زیست - 50	50
48	بانک اطلاع - 29	بانک اطلاع - 29	29
49	بهداشت - 40	بهداشت - 40	40
50	حس اعتماد - 43	حس اعتماد - 43	43
51	موزه‌ها - 42	موزه‌ها - 42	42
52	خطر جم - 48	خطر جم - 48	48
53	مناجم آب - 51	مناجم آب - 51	51
54	فضای سبز - 52	فضای سبز - 52	52
55	معماری - 54	معماری - 54	54

شکل ۴ رتبه بندی متغیرها بر اساس تاثیرپذیری مستقیم و غیرمستقیم

شکل ۳ رتبه بندی متغیرها بر اساس تاثیرگذاری مستقیم و غیر مستقیم

از افزایش رتبه ی اثرهای غیرمستقیم نسبت به اثرهای مستقیم و خطوط ارتباطی قرمز رنگ نشان از کاهش رتبه دارند. به گونه ای که خط ارتباطی قرمز رنگ در شکل ۳ نشان می دهد که متغیر توزیع امکانات در حالت اثرگذاری مستقیم دارای رتبه ی اول بوده و در حالت غیرمستقیم به رتبه ی دوم نزول پیدا کرده است. در

همان گونه که از اشکال ۳ و ۴ مشخص است، رتبه های متغیرها در اثرگذاری ها و اثرپذیری های مستقیم و غیرمستقیم نزدیک هم هستند و حتی در برخی موارد رتبه ها یکسانند، در این حالت، نرم افزار در رتبه بندی نهایی، اولویت را به رتبه های مستقیم اختصاص می دهد. در این اشکال، خطوط ارتباطی سبز رنگ نشان



گرفته شوند، از همین رو، در ادامه ی متغیرهای تحقیق در خصوص نواحی قرارگیری روی نمودار و میزان تاثیرگذاری و تاثیرپذیری آنها بحث میگردد.

همان گونه که پیش تر گفته شد، عناصر بالای نیمساز، عناصری هستند که میزان تأثیرگذاری آنها بیشتر از تأثیرپذیری آنهاست. متغیرهایی که در نواحی اول (ورودی یا کلیدی) و دوم (حدواسط یا دووجهی)، بالای نیمساز نمودار قرار می گیرند، دارای درجه ی اهمیت زیاد و قدرت تعیین کنندگی هستند. از این رو، مهمترین متغیرهای توسعه ی گردشگری شهر سرعین است (جدول ۵).

مقابل نیز متغیر خدمات درمانی در حالت اثرگذاری مستقیم، رتبه های دوم را داشته، که در حالت اثرگذاری غیرمستقیم، رتبه ی اول در به خود اختصاص داده، یعنی افزایش رتبه داشته است. لازم به یادآوری است که ستون سمت راست شکل رتبه بندی به رتبه نهایی متغیرها مربوط است و اعداد کنار متغیرها هم مربوط به کد متغیرها هنگام وارد کردن به نرم افزار می باشد و هیچ معنای خاصی ندارد.

۷ انتخاب عوامل کلیدی موثر بر توسعه ی گردشگری شهر سرعین

از آنجایی که برای شناسایی متغیرهای کلیدی لازم است متغیرهایی تاثیرگذار و تاثیرپذیر توامان در نظر

جدول ۵ متغیرهای کلیدی و تعیین کننده ی توسعه ی گردشگری شهر سرعین (از نظر تاثیرگذاری مستقیم)

رتبه بندی خالص تاثیرگذاری	خالص تاثیرگذاری (قدرت تعیین- کنندگی)	میزان تاثیرپذیری	میزان تاثیرگذاری	متغیرها	ناحیه/ دسته
۲۳	۰	۳۲	۳۲	شرایط اقلیمی	ناحیه ی اول متغیرهای تاثیرگذار
۱	۵۲	۴۸	۱۰۰	توزیع امکانات	
۳	۳۶	۵۰	۸۶	زیباسازی	
۲	۳۷	۴۷	۸۴	رسانه ها	
۸	۲۵	۵۲	۷۷	خدمات رفاهی	
۶	۲۷	۴۰	۶۷	رشته های مربوط	
۷	۲۶	۴۶	۶۰	برگزاری جشنواره ها	
۱۵	۱۲	۴۷	۵۹	دانش فنی	
۱۲	۱۶	۵۲	۶۸	مراکز تفریحی	
۲۰	۳	۵۴	۵۷	خدمات آموزشی	
۱۳	۱۳	۵۳	۶۵	استانداردسازی	

۲۳	۰	۵۷	۵۷	دفتر گردشگری	ناحیه دوم متغیرهای دووجهی
۱۶	۱۱	۵۷	۶۸	مدیریت گردشگری	
۱۸	۶	۸۱	۸۷	رقابت	
۲۵	-۱۶	۸۶	۷۰	بخش خصوصی	
۲۶	-۱۷	۸۴	۶۷	سیاست دولت	
۲۲	۱	۷۳	۷۴	امنیت	
۲۰	۳	۷۱	۷۴	تسهیلات تشویقی	
۱۹	۴	۷۶	۸۰	مشارکت عمومی	
۱۳	۱۳	۷۴	۸۷	برنامه ریزی	
۱۰	۱۹	۶۹	۸۸	بودجه	
۱۱	۱۷	۶۳	۸۰	هزینه مناسب	
۳	۳۶	۳۴	۷۰	خدمات درمانی	
۹	۲۲	۷۴	۹۶	بازاریابی	
۵	۳۵	۶۰	۹۵	تنوع بخشی	
۱۷	۹	۵۹	۶۸	نیروی انسانی	

منبع: یافته های تحقیق حاضر

خالص تاثیرگذاری مثبت دارند (۲) متغیر دارای خالص تاثیرگذاری منفی و ۲ متغیر هم بدون خالص تاثیرگذاری (صفر) هستند. بالاترین رتبه های اثرگذاری مستقیم به متغیرهای توزیع امکانات، رسانه ها، زیباسازی، خدمات درمانی و تنوع بخشی مربوط است.

جدول ۵ در خصوص متغیرهای دارای قدرت تعیین کنندگی با اثرات مستقیم نشان می دهد که از بین ۵۴ متغیر پژوهش تعداد ۲۶ متغیر در بالای نیمساز نمودار تاثیرگذاری و تاثیرپذیری مستقیم قرار گرفته اند (۱۳) متغیر در ناحیه ی اول و ۱۳ متغیر دیگر هم در ناحیه ی دوم (شکل ۱)، که از این بین ۲۲ متغیر

جدول ۶ متغیرهای کلیدی و تعیین کننده ی توسعه ی گردشگری شهر سرعین (از نظر تاثیرگذاری غیرمستقیم)

رتبه بندی خالص تاثیرگذاری	قدرت خالص تاثیرگذاری	خالص تاثیرگذاری (تعیین کنندگی)	میزان تاثیرپذیری	میزان تاثیرگذاری	متغیرها	ناحیه / دسته
۲		۱۵۶۹۹۶	۱۶۱۹۷۱	۳۱۸۹۶۷	توزیع امکانات	



۱	۱۸۵۱۵۷	۱۰۶۵۱۷	۲۹۱۶۷۴	شرایط اقلیمی	ناحیه ی اول متغیرهای تاثیرگذار
۳	۱۰۸۸۳۶	۱۷۰۶۱۲	۲۷۹۴۴۸	زیباسازی	
۵	۸۵۱۳۳	۱۶۸۱۷۸	۲۵۳۳۱۱	رسانه ها	
۷	۶۸۶۸۹	۱۴۱۰۰۹	۲۰۹۶۹۸	رشته های مربوط	
۱۳	۴۳۰۴۶	۱۵۸۳۱۰	۲۰۱۳۵۶	دانش فنی	
۱۱	۵۴۰۵۰	۱۸۳۰۰۲	۲۳۷۰۵۲	خدمات رفاهی	
۲۲	۱۴۰۰	۱۵۳۵۲۸	۱۵۴۹۲۸	حمل و نقل	
۱۹	۱۱۸۶۶	۱۸۱۷۹۵	۱۹۳۶۶۱	خدمات آموزشی	
۱۲	۴۶۵۶۹	۱۷۶۸۰۲	۲۲۳۳۷۱	مراکز تفریحی	
۶	۷۷۲۴۸	۲۵۱۷۵۳	۳۲۹۰۰۱	خدمات درمانی	
۱۰	۵۴۶۲۱	۲۳۵۷۹۴	۲۹۰۳۷۰	بازاریابی	
۹	۶۰۲۰۷	۲۲۳۴۲۹	۲۸۳۶۳۶	بودجه	
۱۵	۳۱۳۶۵	۲۳۵۶۶۵	۲۶۷۰۳۰	برنامه ریزی	
۸	۶۵۵۵۶	۲۱۶۶۲۹	۲۸۲۱۸۵	هزینه ی مناسب	
۴	۸۹۸۰۳	۱۹۸۱۸۲	۲۸۷۹۸۵	تنوع بخشی	
۱۴	۴۱۱۴۷	۱۹۶۰۹۱	۲۳۷۲۶۷	مدیریت تخصصی	
۱۷	۲۵۰۴۹	۲۵۰۱۴۱	۲۷۵۱۹۰	رقابت	
۲۳	-۳۱۷۹	۲۴۶۷۹۲	۲۴۳۶۱۳	مشارکت عمومی	
۱۸	۱۶۰۱۲	۲۴۲۷۸۱	۲۵۸۷۳۹	امنیت	
۲۱	۸۸۱۴	۲۳۱۸۷۱	۲۴۰۶۸۵	تسهیلات تشویقی	
۲۰	۱۰۰۶۳	۲۳۲۱۴۴	۲۴۲۲۰۷	برگزاری تورها	
۲۵	-۳۳۷۶۷	۲۷۵۷۴۸	۲۴۱۹۸۱	بخش خصوصی	
۲۶	-۴۶۸۵۴	۲۷۵۵۹۴	۲۲۸۷۴۰	سیاست های دولتی	
۱۶	۲۶۸۶۱	۱۹۷۷۸۸	۲۲۴۶۴۹	نیروی انسانی	
۲۴	-۳۳۳۹	۱۹۹۳۷۰	۱۹۶۰۳۱	دفاتر گردشگری	

منبع: یافته های تحقیق حاضر

نمودار تاثیرگذاری و تاثیرپذیری غیرمستقیم قرار گرفته اند (۱۰ متغیر در ناحیه ی اول و ۱۶ متغیر هم در ناحیه ی دوم) (شکل ۲) که از این بین ۱۱ متغیر

جدول ۶ در خصوص متغیرهای دارای قدرت تعیین کنندگی با اثرات غیرمستقیم نشان می دهد که از بین ۵۴ متغیر پژوهش تعداد ۲۶ متغیر در بالای نیمساز

۸ نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در این تحقیق، متغیرهای به دست آمده از چارچوب نظری، توسط خبرگان و با استفاده از روش تحلیل تاثیرات متقابل در محیط نرم افزار میک مک و در راستای شناسایی پیشران‌های کلیدی توسعه‌ی گردشگری شهر سرعین مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و در نهایت، از میان ۵۴ متغیر بررسی شده این پژوهش، ۲۰ متغیر به عنوان متغیرهای کلیدی موثر بر توسعه‌ی گردشگری شهر سرعین شناسایی شده است. متغیرهای توزیع امکانات، خدمات درمانی، زیباسازی، رسانه‌ها، تنوع بخشی، توسعه‌ی رشته‌های مربوط، خدمات رفاهی، بازاریابی، بودجه، مراکز تفریحی، هزینه‌ی مناسب، برنامه ریزی، دانش فنی، مدیریت تخصصی گردشگری، نیروی انسانی ماهر، رقابت، مشارکت عمومی، تسهیلات تشویقی، خدمات آموزشی و امنیت، متغیرهای کلیدی این تحقیق هستند. در همین مورد، نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات یانمن (۲۰۱۲) در خصوص کلیدی بودن متغیرهای دانش فنی و رقابت؛ ایکسیاولی (۲۰۱۲) متغیرهای امنیت و خدمات مناسب؛ سیدو و ادومایتین (۲۰۱۶) متغیرهای قیمت مناسب خدمات، نیروی انسانی ماهر و امکانات رفاهی؛ بهاتی و پیرس (۲۰۱۷) متغیر امنیت؛ رودریگوئر و همکاران (۲۰۱۸) متغیرهای خدمات رفاهی و هزینه‌ی مناسب خدمات؛ تقوایی و حسینی خواه (۱۳۹۶) متغیرهای خدمات زیربنایی، رسانه‌ها، خدمات رفاهی و امنیت؛ علی اکبری و همکاران (۱۳۹۷) متغیرهای رقابت و مشارکت؛ دده زاده سیلابی و احمدی فرد (۱۳۹۸) متغیر امکانات زیرساختی و نصر (۱۳۹۸) متغیرهای امنیت و مشارکت در توسعه‌ی گردشگری، همخوانی دارد. نتیجه اینکه متغیرهای امنیت، امکانات و خدمات زیربنایی- رفاهی، مشارکت‌های مردمی و قیمت مناسب خدمات از کلیدی‌ترین متغیرهای توسعه‌ی گردشگری شهری است که در بیشتر تحقیقات به آنها تاکید شده است.

در همین راستا، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که عوامل متنوعی که نسبتاً هم زیاد هستند؛ در

دارای خالص تاثیرگذاری مثبت هستند (۴ متغیر دیگر هم تاثیرگذاری منفی دارند). بالاترین رتبه‌های اثرگذاری غیرمستقیم هم به متغیرهای شرایط اقلیمی، توزیع امکانات، زیباسازی، تنوع بخشی و رسانه‌ها مربوط است.

در حالت کلی از میان ۵۴ متغیر بررسی شده این پژوهش، ۲۰ متغیر به عنوان متغیرهای کلیدی موثر بر توسعه‌ی گردشگری شهر سرعین شناسایی شده است. متغیرهای توزیع امکانات، خدمات درمانی، زیباسازی، رسانه‌ها، تنوع بخشی، توسعه‌ی رشته‌های مربوط، خدمات رفاهی، بازاریابی، بودجه، مراکز تفریحی، هزینه‌ی مناسب، برنامه ریزی، دانش فنی، مدیریت تخصصی گردشگری، نیروی انسانی ماهر، رقابت، مشارکت عمومی، تسهیلات تشویقی، خدمات آموزشی و امنیت، متغیرهای کلیدی این تحقیق هستند. این متغیرها در واقع متغیرهای نیمساز بالای نمودار تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم هستند (شکل ۱ و ۲). لازم به ذکر است که این متغیرها از مقایسه‌ی رتبه‌های تاثیرگذاری مستقیم و غیر مستقیم به دست آمده‌اند.

با توجه به رتبه‌های به دست آمده از تاثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم متغیرها، در مرحله‌ی اول ۲۵ متغیر کلیدی انتخاب شدند، که از این ۲۵ متغیر کلیدی، تاثیرگذاری مستقیم ۲۰ متغیر به صورت غیرمستقیم نیز تکرار شده است از همین رو، تعداد نهایی متغیرهای کلیدی این تحقیق ۲۰ متغیر است.

همچنین لازم به ذکر است که با توجه به توضیحات داده شده، آنچه از نحوه‌ی پراکنش متغیرها در محورهای تاثیرگذاری- تاثیرپذیری مستقیم و غیرمستقیم پیداست (شکل ۱ و ۲)، هیچ کدام از متغیرهای این تحقیق، نقش متغیرهای استرژیک را بازی نکردند (بالای نمودار، سمت راست) و این اینکه سیستم ناپایدار است، چراکه عوامل در نواحی چهارگانه نمودار پخش شده‌اند.

قلمداد نمود. در خصوص میزان مشارکت شهروندان هم، سریعین در وضعیت قابل قبولی قرار دارد.

با توجه به موارد مطرح شده می‌توان گفت که سریعین با وجود برخورداری از پتانسیل‌های بالا، از چالش‌های زیادی هم رنج می‌برد که اتفاقاً از متغیرهای کلیدی توسعه‌ی آن قلمداد می‌شوند.

همه‌ی موارد مذکور زمانی به نتیجه خواهد رسید که به بحث گردشگری به صورت سیستمی و یکپارچه نگریسته شود و برنامه ریزی برای آن با رویکرد آینده‌پژوهی باشد. در همین راستا و در جهت توسعه‌ی گردشگری سریعین پیشنهادهایی به شرح ذیل ارائه می‌شود:

- بهره‌جستن از دانش فنی روز دنیا در جهت توسعه‌ی رشته‌های مربوط (گردشگری) و آموزش نیروی انسانی ماهر و مدیریت تخصصی که این امر می‌تواند به صورت سیستمی با بیشتر پیشران‌های کلیدی توسعه‌ی گردشگری ارتباط داشته باشد.
- استفاده از رسانه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی در جهت معرفی پتانسیل‌های گردشگری سریعین که می‌تواند زمینه را برای سرمایه‌گذاری فراهم سازد. سرمایه‌گذاری در زمینه‌ی امکانات و خدمات رفاهی، تنوع بخشی گردشگری و ...
- توسعه‌ی گردشگری سلامت-ورزشی با توجه به مناسب بودن شرایط آب و هوایی برای ایجاد کمپ ورزشی در فصول گرم سال و ورزش‌های زمستانی در فصول سرد سال (جهت رهایی از گردشگری فصلی و تنوع بخشی به گردشگری سریعین).
- بهبود امکانات و خدمات به ویژه خدمات درمانی (هتل بیمارستان، مراکز آموزشی درمانی و ...) جهت توسعه‌ی گردشگری سلامت-پزشکی با توجه به نزدیکی به کشور آذربایجان و داشتن زمینه‌ی گردشگری درمانی (آبدرمانی).

توسعه‌ی گردشگری شهر سریعین دخیل هستند، به گونه‌ای که بیش از یک سوم از عوامل اولیه این پژوهش به عنوان عوامل کلیدی انتخاب شدند (۲۰ عامل کلیدی از ۵۴ عامل اولیه)، که لازم است در هرگونه برنامه ریزی برای توسعه‌ی گردشگری شهر سریعین به نقش کلیدی و اساسی این عوامل توجه نمود. این متغیرها در توسعه‌ی گردشگری شهر سریعین دارای قدرت نفوذ بالا و وابستگی پایینی هستند و اولویت اول در توسعه‌ی گردشگری شهر سریعین به حساب می‌آیند.

شهر سریعین با وجود داشتن پتانسل بسیار بالا در زمینه‌ی گردشگری، از نظر متغیرهای کلیدی مطرح شده در وضعیت مناسبی قرار ندارد. مهمترین و اصلی‌ترین گونه‌ی گردشگری شهر سریعین، گردشگری سلامت (آبدرمانی) است، در حالی که خدمات درمانی این شهر در سطح محلی جوابگو است. امکانات و خدمات رفاهی این شهر جوابگوی شمار بسیاری از گردشگران داخلی و خارجی نیست. از نظر نیروی انسانی و مدیریت هم در سطح متوسط قرار دارند، در حالی که یک شهر گردشگری به نیروی انسانی ماهر و مدیریت تخصصی و آموزش دیده نیاز دارد. یک شهر گردشگری باید از تنوع عناصر گردشگری بالایی برخوردار باشد، درحالی که گردشگری شهر سریعین تنها به حوزه‌ی آبدرمانی ختم می‌شود و گردشگری آن هم فصلی است. در خصوص قیمت خدمات گردشگری هم می‌توان گفت که شهر سریعین جزو شهرهای پرهزینه و گران است، به گونه‌ای که بیشترگردشگران ترجیح می‌دهند که در چادر اقامت کنند و موارد مصرفی شان را قبلاً تهیه کرده و با خود بیاورند. در مقابل موارد مطرح شده، امنیت شهر سریعین در سطح قابل قبولی قرار دارد، با وجود اینکه سریعین در نزدیکی نقاط مرزی واقع شده است و تعداد قابل توجهی گردشگر خارجی دارد، اما تاکنون از نظر امنیت با مشکلی روبه‌رو نبوده است و این مورد را می‌توان یک فرصت مناسب برای سرمایه‌گذاری خارجی و بازاریابی و تبلیغات مناسب

قدرت انتخاب و قدرت خرید گردشگران و درنهایت بهبود اقتصاد منطقه.

• ایجاد اقامتگاه های ارزان قیمت و نظارت بر نرخ خدمات گردشگری در جهت افزایش

منابع

منابع فارسی

مازندران)، جغرافیا و پایداری محیط، شماره ۳۰، صص ۷۳-۸۹.

علی اکبری، اسماعیل، پوراحمد، احمد و جلال آبادی، لیلیا (۱۳۹۷)، شناسایی پیشران های موثر بر وضعیت آینده ی گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده پژوهی، فصلنامه ی علمی- پژوهشی گردشگری و توسعه، سال هفتم، شماره ی اول، صص ۱۷۸-۱۵۶.

فرهادی یونکی و عنابستانی (۱۳۹۷)، شناسایی متغیرهای کلیدی در شکل گیری برند مقصد گردشگری مبتنی بر روش آینده پژوهی (مطالعه ی موردی: روستای هدف گردشگری سوادجان استان چهارمحال و بختیاری)، دومین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، صص ۱-۱۳.

فیروزجائیان، علی اصغر، فیروزجائیان، مجتبی، هاشمی، حمید و غلامرضازاده، فاطمه (۱۳۹۲)، کاربرد تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری در مطالعات گردشگری (تحلیلی با رویکرد آسیب شناسانه)، مجله ی برنامه ریزی و توسعه ی گردشگری، سال ۲، شماره ی ۶، صص ۱۵۹-۱۲۹.

موسوی، میرنجف، جلالیان، اسحاق و کهکی، فاطمه سادات (۱۳۹۶)، تدوین سناریوهای عوامل مؤثر بر توسعه ی گردشگری استان آذربایجان غربی با استفاده از سناریو ویزارد، گردشگری شهری، دوره ی ۴، شماره ی ۳، صص ۴۹-۶۲.

نصر، طاهره (۱۳۹۸)، شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر گردشگری در کلانشهر شیراز با رویکرد

اجزاشکوهی، محمد، شاکرمی، نعمت و منصورزاده، علی محمد (۱۳۹۷)، برنامه ریزی راهبردی گردشگری کردستان بر پایه ی هویت رقابت پذیری منطقه ای با استفاده از تکنیک Meta-SWOT فصلنامه ی مطالعات شهری، شماره ی ۲۶، صص ۳۰-۱۷.

تقوایی، مسعود و حسینی خواه، حسین (۱۳۹۶)، برنامه ریزی توسعه ی صنعت گردشگری مبتنی بر روش آینده پژوهی و سناریونویسی (مطالعه ی موردی: شهر یاسوج)، مجله برنامه ریزی و توسعه ی گردشگری، سال ۶، شماره ی ۲۳، صص ۳۰-۸.

حاجی نژاد، علی، عبدی، ناصر و پایدار، ابوذر (۱۳۹۵)، مطالعه ی تطبیقی عوامل ساختاری، کارکردی و نهادی المان های گردشگری شهری و عوامل مؤثر بر توسعه ی آنها (مطالعه ی موردی: برج های آزادی و ایفل)، فصلنامه ی گردشگری شهری، دوره ی ۳، شماره ی ۱، صص ۹۳-۱۰۸.

خیرگو، منصور و شکری، زینب (۱۳۹۰)، توسعه ی فرایند سیاست گذاری با استفاده از راهبرد آینده نگاری، فصلنامه ی پژوهشی مدیریت نظامی، دوره ی ۱۱، شماره ی ۴۲، صص ۱۰۲-۷۱.

دده زاده سیلابی، پروین و احمد فرد، نرگس (۱۳۹۸)، تعیین پیشران های کلیدی مؤثر بر توسعه ی گردشگری با رویکرد آینده پژوهی (مطالعه ی موردی: شهرستان های استان



آینده پژوهی، فصلنامه ی پژوهش و
برنامه ریزی شهری، سال ۱۰، شماره ی
پیاپی ۳۷، صص ۶۶-۵۵.

منابع لاتین

- Bhati, A. & Pearce, P. (2017). Tourist attractions in Bangkok and Singapore; linking vandalism and setting characteristics, *Tourism Management*, 63, 15-30.
- DosWeil, R, (2005). Ghassabzade and Ghaffari Touchaie 2014, Nashre Pazhooheshhaye Farhangi, Tehran.
- Faraji Rad, K. & Kazemian. G. (2000). Local and Regional Development from an Institutional Approach, Tehran: Jahad Publishing Organization.
- Hall, C. M. & Lew, A. A. (2009). Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach, Routledge.
- Holland, J. (2003). Tourism in poor rural areas: Diversifying the product and expanding the benefits in rural Uganda and the Czech Republic.
- Islam, S. (2015). Study on Factors Influencing Tourism: Way Forward for Sustainable Tourism in Bangladesh, *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 6, 1-13.
- Murphy, P. E. (2013). *Tourism: A community approach (RLE Tourism)*, Routledge.
- Rodríguez, M.O., Sánchez, C.A., Félix, J.Q. & Estrada, I.C. (2018). Factors that affect the demand of tourism in Mexico: competitive analysis, *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 25, 2, 154-166.
- Seyidov, J. & Adomaitienė, R. (2016). Factors Influencing Local Tourists' Decision-Making on Choosing a Destination: A Case of Azerbaijan. *Gruyter*, 95, 3, 112-127.
- 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.
- Yeoman, I. (2012) 2050-Tomorrow's tourism. Bristol: Channel View Publications.
- Varum, C. A. Melo, C. Alvarenga, A. & Carvalho, P. S. (2011). Scenarios and possible futures for hospitality and tourism, *Foresight*, 13, 1, 19-35.
- Xiaoli, Z. (2012). The Factors Effecting Chinese Tourist Revisit Thailand Destination, Publisher: University of the Thai Chamber of Commerce, enviable at <https://scholar.utcc.ac.th/handle/6626976254/446>.