

Research Paper

Sustainable Development of Creative Tourism Using a System Dynamics Approach

Ameneh khadivar ^{*1} , Maryam Golestani ² 

¹ Associate Professor Department of Management, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. (a.khadivar@alzahra.ac.ir)

² Ph.D. student in Business and Strategic Management, Marketing Management, Department of Management, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. (m.golestani@alzahra.ac.ir)



10.22080/JTPD.2023.24283.3739

Received:

September 7, 2022

Accepted:

December 20, 2022

Available online:

February 5, 2023

Keywords:

system dynamics, cause-and-effect loop diagram, creative tourism, sustainable development

Abstract

Context and Purpose: The sustainable development of creative tourism, which is the third generation of tourism and fits the needs of current tourists, is a very complex and dynamic system; there are many factors involved in it that influence each other and their relationships are not linear, which can be easily decided and planned. Also, each of the factors involved in this system has a different purpose and management. This can lead to overlap and even conflict between stakeholders. Over time, this system undergoes a lot of changes and transformations and is not static. Therefore, the aim of the current research is to clarify the important factors that affect the sustainable development of creative tourism and the strategies that should be used in the direction of the sustainable development of this new type of tourism.

Design/methodology/approach: For this purpose, the method of system dynamics has been used.

Findings: All the factors involved, including the dimensions of sustainability as well as the dimensions of creative tourism, are drawn in the form of a cause and effect diagram (CLD) and then the related accumulation-flow diagram (SFD) is presented and this model is a basis for management and planning, which are used for sustainable development of creative tourism.

Conclusion: In the development of creative tourism, the main goal is to increase the number of loyal tourists. But in this regard, attention should also be paid to sustainability goals to increase the value of visits for both tourists and the local community and service providers.

Originality/value: The present research has been innovative and original and added value by applying the system dynamics approach in the complex and dynamic field of creative tourism concerning sustainable development in the studies of the tourism industry.

***Corresponding Author:** Amenah khadivar

Address: Department of Management, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran.

Email: a.khadivar@alzahra.ac.ir

Tel: 09124903385



Extended Abstract

1. Introduction

The sustainable development of creative tourism, which is the third generation of tourism and tailored to the needs of current tourists, is a very complex and dynamic system; there are many factors involved that affect and influence each other, and their relationships are not linear that can be easily decided and planned. Also, each of the factors involved in this system has a different purpose and management. This can lead to overlap and even conflict between stakeholders. On the other hand, over time, this system undergoes many changes and is not static. Therefore, the aim of this study is to clarify the important factors that affect the sustainable development of creative tourism and the strategies that should be used for the sustainable development of this new type of tourism.

2. Research Methodology

The present study uses system dynamics in the form of cause and effect loop diagrams (CLD) and (SFD). The cause-and-effect loop diagram shows the feedback structure of the systems and can relate the tourism system to relationships and draw its complexity. In the present study, the cause-and-effect loop diagram (CLD) and then the accumulation-flow diagram (SFD) have been drawn and analyzed using VENSIM PLE software. A questionnaire related to the definitive DEMATEL method was developed and provided to experts in this field to explain and evaluate the cause-and-effect relationships between these factors, and the experts rated the effect of each factor on the other factor. After collecting the questionnaires using the causal DEMATEL method, the causal

relationships between the factors were determined and then the cause and effect loops (CLD) and then the accumulation-flow diagram (SFD) were drawn.

3. Research Findings

In the sustainable development of creative tourism, in the cause and effect diagram, many related factors can be seen that show cause and effect. The more investment in an area, the more that destination will be developed, the ability to spend on tourism and the development of infrastructure and facilities in that area will increase, and, in fact, more money will be spent on it; as a result, more marketing activities will take place, which will increase the number of tourists in an area, as well as the intention to visit them again. The intention to revisit tourists, in turn, will attract more investment to the region and, on the other hand, develop creative tourism. The more creative tourism is developed, the more tourists will want to visit again, because one of the goals of creative tourism is to make tourists loyal. When the number of tourists increases, more economic revenues are generated for the region, which can be spent on the development of infrastructure and facilities, etc., and again, tourists will increase in a cyclical number and a positive circle will be formed. Also, the economic income of tourism increases the participation and support of the local community, and this participation and support lead to the development of more creative tourism. The more diverse and enjoyable the destination in the field of handicrafts, tangible attractions, and intangible attractions, the more creative tourism will develop. On the other hand, the existence of human capital (creative class) in an area leads to the formation and

prosperity of creative tourism. Providing space for the formation of value creation is one of the important factors that lead to the formation and development of creative tourism. The support of destination management organizations such as municipalities, etc. is very important in the formation and prosperity of creative tourism. On the other hand, from the perspective of sustainable development, when the number of tourists in an area increases, it leads to environmental pollution, which reduces the quality of the environment, and because a healthy environment and nuclear quality are the causes of tourism, if their quality decreases, the number of tourists will decrease over time because they do not want to travel to the polluted areas. Also, if the number of tourists increases, the security of the destination decreases, but if the security of an area increases, the number of tourists increases, and in fact, a negative circle is formed. Eventually, an area that provides higher quality services to tourists will attract more tourists, and the number of tourists in that area, as well as the intention to visit them, will increase, leading to the sustainable development of creative tourism.

4. Conclusion

The development of sustainable creative tourism is a complex and dynamic system; there are many factors that interact with each other and affect each other. In the development of creative tourism, the main goal is to increase the number of loyal tourists, in other words, to make them loyal to a particular destination so that each time they can participate in an interesting and memorable experience and the destination will not be repetitious for them. But sustainability goals must also

be addressed in order to increase the value of visits for both tourists and the local community and service providers. In order to achieve this goal, activities must be managed and performed in such a way that the least environmental damage is caused and the quality of the environment is not low; because the environment is the core of the tourism product and the tourist attraction. It also has positive socio-economic effects. Therefore, influential factors such as quality of services, marketing activities, destination security, infrastructure and facilities, and items such as handicrafts, tangible attractions, intangible attractions, providing a space for value creation, capital humanity (creative class), participation and support of the local community, which lead to the formation and development of creative tourism, and other issues must be optimized and managed so that the value of visits increase loyalty to the destination, have positive socio-economic effects, overcome environmental damage, and do not undermine the quality of the environment.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

The authors appreciate all the scientific consultants in this study.



علمی پژوهشی

توسعه پایدار گردشگری خلاق با استفاده از رویکرد پویایی‌شناسی سیستم

آمنه خدیور*^۱، مریم گلستانی^۲ ID

^۱ دانشیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران (a.khadivar@alzahra.ac.ir)
^۲ دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی و راهبردی، گرایش مدیریت بازاریابی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران (m.golestani@alzahra.ac.ir)

doi 10.22080/JTPD.2023.24283.3739

چکیده

زمینه و هدف: توسعه پایدار گردشگری خلاق که نسل سوم گردشگری و متناسب با نیاز گردشگران کنونی است، سیستمی بسیار پیچیده و پویا است. یعنی عوامل زیادی در آن دخیل هستند که از یکدیگر تأثیر پذیرفته و بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و روابط آن‌ها به صورت خطی نیست که بتوان به راحتی در مورد آن تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی کرد. همچنین هر یک از عوامل دخیل در این سیستم، هدف و مدیریت متفاوتی دارند. این می‌تواند منجر به همپوشانی و حتی درگیری بین ذی‌نفعان شود. از سوی دیگر، در گذر زمان این سیستم بسیار دستخوش تغییر و تحول می‌شود و ایستا نیست. بنابراین هدف پژوهش حاضر این است که روشن کند چه عوامل مهمی در توسعه پایدار گردشگری خلاق تأثیر می‌گذارد و چه استراتژی‌هایی باید در راستای توسعه پایدار این نوع جدید از گردشگری مورد استفاده قرار گیرد.

روش‌شناسی: به منظور این هدف از روش پویایی‌شناسی سیستم استفاده شده است.
یافته‌ها: کلیه عوامل دخیل شامل ابعاد پایداری و همچنین ابعاد گردشگری خلاق، در قالب نمودار علت و معلولی (CLD) ترسیم شده که حلقه‌های مختلفی شکل گرفته‌اند و سپس نمودار انباشت - جریان (SFD) مربوط به آن نیز ارائه شده است و این مدل به عنوان مبنایی برای مدیریت و برنامه‌ریزی به منظور توسعه پایدار گردشگری خلاق مورد استفاده قرار می‌گیرد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها: در توسعه گردشگری خلاق، هدف اصلی افزایش تعداد گردشگران وفادار است ولی باید به اهداف پایداری نیز توجه کرد تا ارزش‌های هم برای گردشگران و هم برای جامعه محلی و ارائه‌دهندگان خدمات افزایش یابد.

نوآوری و اصالت: پژوهش حاضر با به‌کارگیری رویکرد پویایی‌شناسی سیستم به منظور توسعه پایدار گردشگری خلاق و نگاه دوجانبه و هم‌زمان به مفاهیم گردشگری خلاق و مفاهیم توسعه پایدار گردشگری، در پژوهش‌های صنعت گردشگری نوآوری و اصالت داشته و ارزش افزایی نموده است.

تاریخ دریافت:

۱۶ شهریور ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش:

۲۹ آذر ۱۴۰۱

تاریخ انتشار:

۱۴ بهمن ۱۴۰۱

کلیدواژه‌ها:

پویایی‌شناسی سیستم، نمودار حلقه علت و معلولی، گردشگری خلاق، توسعه پایدار

* نویسنده مسئول: آمنه خدیور

آدرس: گروه مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

ایمیل: a.khadivar@alzahra.ac.ir
تلفن: ۰۹۱۲۴۹۰۳۳۸۵

۱ مقدمه

قصد بازدید مجدد گردشگران یک هدف مهم برای هر کسب‌وکار گردشگری است که به معنای احتمال تکرار یک فعالیت توسط گردشگران یا بازدید مجدد از یک مکان است (Tanford, Meng & Cui, 2021; et al, 2012).

از سوی دیگر نیازها و خواسته‌های گردشگران در عصر حاضر تغییر کرده است. گردشگران کنونی با توجه به نقش گسترده شبکه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های سفر به اطلاعات مقصد و حتی بازدید مجازی از جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری دسترسی دارند و دیگر نمی‌خواهند مثل گذشته در سفر فقط بیننده یا شنونده باشند؛ چون این گونه مقصد برایشان تکراری می‌شود و تمایلی به بازدید مجدد نخواهند داشت و این مسأله چالش‌هایی را هم برای گردشگران و هم برای ارائه‌دهندگان خدمات و مقصد فراهم می‌کند و درآمد پایدار نخواهند داشت. گردشگری خلاق راهکاری مناسب برای پاسخ به این نیاز است. کارشناسان گردشگری خلاق را «نسل جدید گردشگری» بعد از نسل اول یعنی «گردشگری ساحلی» (سفر برای اوقات فراغت و استراحت) و نسل دوم، گردشگری فرهنگی (متمايل به فرهنگ و موزه‌ها) قلمداد می‌کنند. گردشگری خلاق با شعار (موزه‌های کمتر، میدان‌های بیشتر) بر انجام فعالیت‌های تجربی و تعامل عمیق‌تر با زندگی واقعی فرهنگی در جامعه میزبان تمرکز می‌کند. از طرفی هر نوع توسعه‌ای هم در این نوع گردشگری مناسب نیست بلکه باید در راستای اهداف پایداری صورت بگیرد. یعنی توسعه فعالیت‌های گردشگری خلاق در یک فرآیند پایدار انجام می‌شود، به طوری که گردشگری می‌تواند بدون آسیب رساندن به محیط زیست و فرهنگ و اقتصاد، تأثیر مثبتی بر ذی‌نفعان بخش گردشگری داشته باشد. یعنی هدف اصلی آن بازدید گردشگران و بهترین استفاده از یک مقصد و تلاش برای تأثیرگذاری مثبت بر محیط زیست،

جامعه و اقتصاد است (Bazrafshan, 2016). با توجه به موارد پیش‌گفته اهمیت موضوع روشن است، اما مسأله این است که چگونه می‌توان گردشگری خلاق را که نوعی تجربه هم‌آفرینی ارزش در آن وجود دارد، به صورت پایدار توسعه داد. چون این نوع گردشگری سیستمی بسیار پیچیده و پویا است. یعنی عوامل زیادی در آن دخیل هستند که از یکدیگر تأثیر پذیرفته و بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و روابط آن‌ها به صورت خطی نیست که بتوان به راحتی در مورد آن تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی کرد. همچنین هر یک از عوامل دخیل در این سیستم، هدف و مدیریت متفاوتی دارند. این می‌تواند منجر به همپوشانی و حتی درگیری بین ذی‌نفعان شود. از سوی در گذر زمان این سیستم بسیار دستخوش تغییر و تحول می‌شود و ایستا نیست. بنابراین هدف پژوهش حاضر این است که روشن کند چه عوامل مهمی در توسعه پایدار گردشگری خلاق تأثیر می‌گذارد و چه استراتژی‌هایی باید در راستای توسعه پایدار این نوع جدید از گردشگری مورد استفاده قرار بگیرد.

۲ ادبیات پژوهش

۲.۱ گردشگری خلاق

ارتباط متقابل بین گردشگری و فرهنگ یکی از منابع اصلی رشد گردشگری در دهه‌های اخیر بوده است. در گزارش سال ۲۰۰۹ سازمان همکاری اقتصادی و توسعه^۱ تحت عنوان «تأثیر فرهنگ بر گردشگری» بر این موضوع تأکید شده است که رابطه بین گردشگری و فرهنگ در حال تغییر است. این تغییر با اشکال جدیدی از گردشگری مبتنی بر میراث ناملموس و فعالیت‌های خلاق معاصر در حال انجام است. همچنان که مقصدها از طریق خلاقیت به دنبال مزیت‌های رقابتی هستند و مصرف‌کنندگان به دنبال تعامل در تجارب گردشگری می‌باشند، رویکردهای صنایع خلاق از طریق توسعه محتوا و

¹ OECD



بیشتر از زندگی خویش بوده و در تجارب شخصی خواهان اصالت بیشتری خواهند بود (Noor Aghaei, 2015). ایده گردشگری خالق، موضوعی نسبتاً نو در ادبیات گردشگری است. گردشگری خلاق از سال ۱۹۹۰ و در نتیجه گذار از دوران صنعتی به دوران خلاقیت، شکل گرفت. چیزی که از دل گردشگری خلاق بیرون می‌آید به شکل تجربه‌های عملی و مدل‌های جدید تعامل با جامعه بومی ارائه می‌گردد (Richards, 2016; Pourjahan et al., 1401)

۲٫۲ توسعه پایدار گردشگری

مفهوم توسعه پایدار در گزارش "آینده مشترک ما" تحت عنوان فرآیندی که نیازهای نسل امروز را برآورده سازد، بدون اینکه توانایی نسل آینده را در تأمین نیازهایش دچار مشکل کند، تعریف شده است (Gadami, 1393:106) توسعه پایدار گردشگری با اتکا بر مفهوم توسعه پایدار، می‌خواهد صنعت گردشگری در عین سوددهی اقتصادی، کمترین تأثیر منفی را بر جوامع میزبان و محیط داشته باشد (Smith et al., 1391: 179) و در تعریفی دیگر سازمان جهانی جهانگردی، گردشگری پایدار را این گونه تعریف می‌کند: گردشگری‌ای پایدار است که هم‌زمان با حفظ و افزایش فرصت‌ها برای آینده، نیازهای مناطق میزبان و گردشگران حاضر را تأمین می‌کند (Zargham, 29:1391).

طبق راهنمای سال ۲۰۰۵ برنامه زیست‌محیطی سازمان ملل و سازمان جهانی جهانگردی، گردشگری پایدار، نوعی گردشگری است که حساب کامل اثرات اقتصادی، اجتماعی و محیطی حال و آینده را دارد و به نیازهای بازدیدکنندگان، صنعت گردشگری، محیط و جامعه میزبان توجه می‌کند. طبق این تعریف می‌توان مشاهده کرد که مفهوم توسعه گردشگری پایدار، بیشترین تأکید را بر جامعه میزبان دارد. به‌منظور دستیابی به توسعه گردشگری، جامعه میزبان باید هم‌زمان با حفظ یکپارچگی

تجارب خلاق، پشتیبانی از نوآوری‌ها و کمک به ایجاد مکان‌هایی متمایز و جذاب می‌توانند ایجاد ارزش کنند. اهمیت خلاقیت در اقتصادهای مبتنی بر دانش به تدریج بیش از پیش به رسمیت شناخته شده است. دانش و مهارت‌ها در خلق ارزش به طور کلی در اقتصاد و به طور خاص در صنایع خلاق به یکی از نیروهای مهم اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی تبدیل شده است (OECD, 2017, 15-16).

همچنین در این نوع از گردشگری نقش مدیران در شناخت انواع خلاقیت موجود در شهر به عنوان یک منبع و فرصت برای جذب گردشگران مهم تلقی می‌شود (Bazrafshan, 2016).

گردشگری خلاق مبتنی بر فعالیت‌های تجربی و تعامل عمیق با سبک زندگی جامعه مقصد است. نکته قابل توجه این است که تعریف «میراث ناملموس» شامل سنت‌های شفاهی، هنرهای نمایشی، آیین‌ها و رویدادها، دانش و تجربیات مرتبط با طبیعت و جهان و صنایع سنتی است که با مضامین گردشگری خلاق همبستگی فراوانی دارد. درواقع با توجه به «میراث ناملموس» یک جامعه است که می‌توان یک گردشگر را به مثابه یک شهروند قلمداد کرد و واژه گردشگر-شهروند را تعریف نمود. از طرفی پروژه ایجاد «شبکه شهرهای خلاق» با موضوعات ادبیات، فیلم، موسیقی، صنایع دستی، هنرهای مردمی خوراک نه تنها با میراث ناملموس یک جامعه بیگانه نیست بلکه در همان راستاست. بنابراین ما در نسل سوم گردشگری با گردشگرانی مواجه خواهیم بود که از مرز دیدار صرف آثار تاریخی و طبیعی فراتر رفته‌اند و با حضور در بطن جامعه مقصد، به درک عمیق‌تری از آن نائل خواهند شد (Bazrafshan, 2016).

در گزارش‌های سال ۲۰۱۱ سازمان جهانی گردشگری چنین مطرح شده است که در پژوهش‌های آینده گردشگری باید متوجه باشیم گردشگران فرهیخته‌تر خواهند شد و به میزان بیشتری جویای آگاهی‌های جدید و سرمایه‌های فرهنگی خواهند بود. آن‌ها همچنین جویای معنای

مفهوم توسعه پایدار تعریف می‌کند؛ ۸. طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی و آگاهی‌بخشی که مردم را نسبت به مسائل توسعه گردشگری پایدار حساس کند؛ ۹. توسعه ابزارها و تکنیک‌های مناسب برای تجزیه و تحلیل اثر پروژه‌های توسعه گردشگری بر سایت‌های میراثی و آثار باستانی به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از ارزیابی اثرات فرهنگی و زیست‌محیطی؛ ۱۰. توسعه استانداردهای طراحی و ساخت که تضمین می‌کند که پروژه‌های توسعه گردشگری با فرهنگ محلی و محیط‌های طبیعی هم‌دل و هم‌راستا هستند؛ ۱۱. اطمینان حاصل شود که ظرفیت‌های حمل و نقل مقاصد گردشگری منعکس‌کننده سطوح پایدار توسعه است و به طور مناسب نظارت و تنظیم می‌شود؛ ۱۲. اجرای مقررات تجارت غیرقانونی اشیای تاریخی و صنایع دستی، تحقیقات غیر رسمی باستان‌شناسی، جلوگیری از فرسایش ارزش‌های زیبایی‌شناختی و هتک حرمت محوطه‌ها؛ ۱۳. تنظیم و کنترل گردشگری در مناطق حساس از نظر زیست محیطی و فرهنگی؛ ۱۴. گنجاندن گردشگری را در برنامه‌ریزی کاربری زمین؛ ۱۵. ایجاد هیأت‌های گردشگری که همه ذی‌نفعان را در آن مشارکت می‌دهد؛ ۱۶. اطمینان حاصل شود که تمام ادارات دولتی درگیر در گردشگری در مورد مفهوم توسعه پایدار توجیه شده‌اند؛ ۱۷. اطمینان حاصل شود که منافع گردشگری در جلسات برنامه‌ریزی گروهی بزرگ که بر محیط زیست و اقتصاد تأثیر می‌گذارد، ارائه می‌شود؛ ۱۸. اطمینان حاصل شود که موافقت‌نامه‌های ملی و محلی توسعه گردشگری بر سیاست توسعه گردشگری پایدار تأکید دارد (Butler, 1999).

فرهنگی و محیطی منتفع شود. با استناد به تعریف سازمان جهانی جهانگردی، پیش‌نیاز توسعه گردشگری پایدار، تلفیق و هماهنگی اهداف اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی و فرهنگی است. این امر متضمن تأمین منافع درازمدت جامعه میزبان، گردشگران و حفاظت از منابع طبیعی و میراث فرهنگی است (Lan, 1994). برای دستیابی به توسعه گردشگری پایدار، جامعه محلی باید در ارکان اقتصادی، اجتماعی و محیطی مشارکت کند. مشارکت جامعه محلی به صورت گسترده‌ای در توسعه گردشگری پایدار پذیرفته شده است (Kell, 2006).

در مجموع، ایده گردشگری پایدار جامعه‌محور معتقد است که ساکنان محلی باید توسعه صنعت گردشگری را از طریق درگیر شدن در گردشگری و اهداف و استراتژی‌های توسعه آن کنترل کنند. آن‌ها همچنین باید در اجرای استراتژی‌ها و نیز امکانات و خدمات عملیاتی زیرساخت‌های گردشگری برای مدیریت اثربخش منابع محلی و توزیع بهتر مزایای توسعه گردشگری مشارکت کنند (Ebrahimipour et al., 2016).

گردشگری پایدار ۱۸ اصل به شرح زیر دارد که باید به آن توجه شود:

۱. انجام تحقیقات خاص منطقه و بخش در مورد اثرات کلی گردشگری؛ ۲. حمایت از توسعه مدل‌های اقتصادی گردشگری؛ ۳. کمک و حمایت از سطوح پایین‌تر از دولت‌ها برای توسعه استراتژی‌های توسعه گردشگری خود در ارتباط با استراتژی‌های حفاظت؛ ۴. تدوین استانداردها و مقررات برای ارزیابی اثرات زیست‌محیطی و فرهنگی، نظارت و ممیزی توسعه‌های گردشگری موجود و پیشنهادی؛ ۵. اعمال سیستم‌های حسابداری زیست محیطی بخشی و منطقه‌ای برای گردشگری؛ ۶. طراحی و اجرای تکنیک‌ها و فرآیندهای مشاوره عمومی به منظور مشارکت دادن همه ذی‌نفعان در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با گردشگری؛ ۷. توسعه و اجرای شاخص‌های اقتصادی جدید که رفاه ملی را در



۲،۳ قصد بازدید مجدد

افزایش قصد بازدید مجدد^۱ افراد یک هدف مهم برای هر کسب و کارهای مهمان‌نوازی است (تانفورد و همکاران، ۲۰۱۲). قصد بازدید مجدد، احتمال تکرار یک فعالیت توسط مشتری یا بازدید مجدد از تأسیسات است (Meng & Cui, 2020). قصد بازدید مجدد به معنای به احتمال تکرار یک اقدام توسط بازدیدکنندگان و یا بازدید مجدد از یک مقصد است. همچنین به معنای برنامه گردشگر جهت بازدید دوباره از مکان‌ها یا مقاصد گردشگری است. همچنین فوایدی همانند تبلیغات دهان به دهان و وفاداری به برند از مصرف‌کنندگان تکراری به دست می‌آید. بر این اساس قصد بازدید مجدد، بخشی است که مدت زمان طولانی در بازاریابی و گردشگری مورد توجه بوده است (Karoubi et al., 2017).

در زمینه گردشگری، Oppermann (2000) دریافت که وفاداری گردشگران به مقصد را می‌توان در دو سطح مختلف توضیح داد. سطح رفتار که می‌تواند به صورت تعداد و دفعات بازدیدهای مجدد و سطح نگرش که با قصد بازدید مجدد و توصیه تجسم می‌یابد بیان شود. علی‌رغم تعداد زیادی از مطالعاتی که قصد بازدید مجدد را بررسی می‌کنند، هیچ تعریف واحدی وجود ندارد (Han & Kim, 2010). قصد بازدید مجدد را تمایل به انتخاب یک مقصد توصیف کردند. در مقایسه Cole and Scott (2004) آن را به عنوان تمایل به بازدید از یک مقصد قبلی برای بار دوم در یک بازه زمانی خاص توصیف کردند. Um, Chon, and Ro (2006) قصد بازدید مجدد را به عنوان بسط رضایت در نظر گرفتند. در هم‌سویی با این مطالعات موجود، ما قصد بازدید مجدد را به عنوان تمایل به بازگشت به همان مقصد تفسیر می‌کنیم که ممکن است ناشی از یادآوری خاطراتی که خود فرد قبل در آن مقصد تجربه کرده است، باشد (Xingtai Zhang, 2020). به گفته Han and Hyun (2015) در صورتی که مصرف‌کنندگان تجربه خود را پس از مصرف، لذت-

بخش ببینند، قصد خرید مجدد بیشتر خواهد بود. نظریه وفاداری توصیف می‌کند که قصد بازدید مجدد به قصد خرید مجدد اشاره دارد. بازدیدکنندگان زمانی که تجربه گردشگری خوب و رضایت‌بخشی در مقصد داشته باشند، میل به بازدید مجدد از مقصد هستند (Wei-Chiang, 2021).

۲،۴ پژوهش‌های پیشین

Nasim Sobhan et al (2014) در پژوهشی تحت عنوان ارائه یک مدل برای توسعه گردشگری پایدار استان یزد با رویکرد پویایی‌شناسی سیستم، ابتدا عوامل مؤثر در توسعه پایدار را استخراج نموده و سپس مدل علی-حلقوی گردشگری استان یزد را ارائه داده‌اند. هدف اصلی این پژوهشگران، ارزیابی نقش عوامل مؤثر بر گردشگری پایدار با رویکرد پویایی‌شناسی سیستم می‌باشد. بر اساس این روش، پیشران‌های کلیدی تأثیرگذار بر توسعه صنعت گردشگری یزد شناسایی شده و شاخص‌های هر کدام از این عوامل استخراج شده‌اند، سپس ارتباطات آن‌ها در نمودار علی حلقوی با توجه به رویکرد توسعه پایدار گردشگری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. نتایج پژوهش مذکور نشان‌دهنده تأثیرات رضایت‌مندی گردشگر بر تعداد گردشگر و افزایش میانگین مدت اقامت می‌باشد که نهایتاً منجر به افزایش درآمد، اشتغال و سرمایه‌گذاری بیشتر در بخش گردشگری خواهد شد.

Hosseinzadeh and Molvi Arabshahi (2017) نیز در پژوهش خود تحت عنوان توسعه پایدار گردشگری در روستای ابیانه با استفاده از رویکرد پویایی سیستم، به شبیه‌سازی سیستم گردشگری در این منطقه پرداخته‌اند و سیاست‌های مناسب به منظور توسعه ظرفیت گردشگری منطقه و افزایش جمعیت گردشگران، با توجه به اهداف درآمدی و زیست‌محیطی، شبیه‌سازی

¹ . Revisit intention

به اهداف آن در سال ۱۴۰۴ پرداخته‌اند. نتایج حاکی از آن است که با ادامه وضعیت کنونی، در سال ۱۴۰۴ شاهد ورود حدود پنج و نیم میلیون گردشگر خواهیم بود. این درحالی است که ورود بیست میلیون گردشگر خارجی یکی از اهداف صنعت گردشگری در آن سال است. بنابراین، به منظور بررسی شرایط لازم جهت دستیابی به این هدف، پیش‌نوشته‌های متفاوتی طراحی و شبیه‌سازی شده است. نتایج حاصل از شبیه‌سازی پیش‌نوشته‌های مختلف نشان می‌دهد که لازم است برای رسیدن به این هدف علاوه بر هماهنگی در عملکرد زیرسیستم‌ها به طور هم‌زمان، تلاش‌هایی در زمینه بهبود اثرگذاری تبلیغات بر جذب گردشگران، آموزش هرچه سریع‌تر کارکنان این صنعت و افزایش ظرفیت‌های موجود صورت گیرد.

Husain et al (2021) نیز در پژوهشی در اندونزی، حلقه علت و معلولی و نیز نمودار جریانی را در مورد توسعه پایدار گردشگری هوشمند شرعی ارائه نموده‌اند. پژوهش مذکور بیان می‌کند که توسعه گردشگری شرعی پایدار یک سیستم پیچیده و پویا است. مؤلفه‌های زیادی وجود دارد که از یکدیگر تأثیر متقابل می‌پذیرند و بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند. در توسعه گردشگری پایدار، عوامل زیادی بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و تمایلات متفاوتی دارند. در توسعه گردشگری پایدار، هدف اصلی افزایش بازدید گردشگران است به طوری که البته باید عوامل تأثیرگذار از جمله به حداکثر رساندن خدمات، حداکثر کردن بازاریابی، پیاده‌سازی فناوری هوشمند و غیره بهینه‌سازی شود تا ارزش بازدیدها افزایش یابد. تأثیر مثبت اجتماعی و اقتصادی اطراف مقاصد گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهد و می‌توان بر آسیب‌های زیست محیطی غلبه کرد. شبیه‌سازی با هدف افزایش گردشگران با بهینه‌سازی عوامل مؤثر بر افزایش تعداد بازدید گردشگران و همچنین بهینه‌سازی عواملی که می‌تواند بر کاهش گردشگران تأثیر بگذارد، انجام شده است. مدل پژوهش آن‌ها می‌تواند به عنوان مبنایی برای ساخت یک مدل

شده‌اند. در پژوهش مذکور، شش سیاست متفاوت در زمینه چگونگی تخصیص بودجه به زیرساخت‌ها، خدمات فرهنگی، خدمات درمانی- بهداشتی و صنایع دستی منطقه شناسایی و ارزیابی شده‌اند. مقایسه سیاست‌های متفاوت پیشنهادی نشان می‌دهد که بهترین سیاست تخصیص بیشتر بودجه برای زیرساخت‌سازی، به خصوص زیرساخت‌های اقامتی- رفاهی و پس از آن زیرساخت‌های ورودی- خروجی است.

(Shafii-Thabet and Herati-Fard (2017) در پژوهش خود به به واکاوی اثرات توانمندسازی ذی‌نفعان محلی گردشگری بر مشارکت آنان در توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی اثرات محیطی ادراک‌شده از برنامه‌ها و طرح‌های گردشگری در بخش آسارا پرداخته‌اند. نتایج تحقیق آنان حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار بین توانمندسازی ذی‌نفعان محلی با سه متغیر اثرات محیطی- اکولوژیک، اثرات اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی توسعه گردشگری، است. همچنین رابطه اثرات اجتماعی- فرهنگی ادراک‌شده بر مشارکت در توسعه پایدار گردشگری مورد تأیید قرار گرفت. اما رابطه اثرات محیطی- اکولوژیک و اقتصادی ادراک‌شده از برنامه‌ها و طرح‌های گردشگری بر مشارکت ذی‌نفعان محلی در توسعه گردشگری تأیید نشد. در واقع، اجرای برنامه‌ها و طرح‌های گردشگری در حوزه اثرات محیطی- اکولوژیک و اقتصادی، به گونه‌ای نبوده که بتواند مشارکت جامعه محلی را با خود همراه سازد. همچنین توانمندسازی ذی‌نفعان محلی به صورت غیرمستقیم و با نقش میانجی اثرات اجتماعی- فرهنگی ادراک‌شده از برنامه‌ها و طرح‌های گردشگری بر مشارکت آنان در توسعه گردشگری تنها در این بعد تأثیر مثبت و معناداری داشته است.

Samadi et al (2013) یک مدل دینامیکی برای گردشگری ایران طراحی و با شبیه‌سازی آن طی سال‌های ۱۳۸۶-۱۴۰۴ به پیش‌بینی وضعیت این صنعت در آینده و بررسی شرایط لازم برای دستیابی



باشند و به سرعت با محیط در حال تغییر سازگار شوند.

Shafaei et al (2022) حاکی از آن است که مقصدهای گردشگری هوشمند را می‌توان سیستمی متشکل از مجموعه پیچیده‌ای از متغیرها در نظر گرفت. توسعه مقاصد پایدار از طریق فناوری‌های هوشمند مستلزم شناسایی سیاست‌های مؤثر قبل از هرگونه تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری است. بنابراین، پویایی‌شناسی سیستم روش خوبی برای مشاهده اینکه چگونه مجموعه‌ای از متغیرهای پیچیده و پویا بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و رفتار سیستم و اجزای آن را در طول زمان شکل می‌دهند، است. در این پژوهش یک مدل پویا برای شبیه‌سازی توسعه مقاصد گردشگری هوشمند از طریق فناوری‌های هوشمند ابداع شده است. نتایج نشان می‌دهد که در صورت تداوم وضعیت موجود، انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۵ حدود ۱۰ میلیون گردشگر به کشور ایران بیایند. نتایج این پژوهش با پیش‌بینی رفتار متغیرهای زیرسیستم‌های مختلف به تصمیم‌گیری استراتژیک توسط سیاست‌گذاران کمک می‌کند. این مطالعه ابزاری قابل اعتماد برای ارزیابی سیاست‌های مختلف برای تحقق پایداری گردشگری ارائه می‌کند.

Ran (2015) نیز در پژوهش خود بیان نموده این سؤال که چگونه سیاست‌گذاران می‌توانند ابتکارات پایدار را در سیاست‌گذاری مرتبط با گردشگری بگنجانند به گونه‌ای که به آن‌ها امکان توسعه سیاست‌های قابل اجرا و دستیابی به گردشگری پایدار را بدهد، سؤال ساده‌ای نیست که بتوان به آن پاسخ داد. از آنجایی که شیوه‌های گردشگری به‌عنوان فرآیندهایی توصیف می‌شوند که منعکس‌کننده منافع و ارزش‌های مختلف رقابتی هستند، به منظور گنجاندن ابتکارات پایدار در سیاست‌گذاری مرتبط با گردشگری و دستیابی به گردشگری پایدار، اولین گام باید درک علایق و ارزش‌های مختلف رقابتی و کمک‌های احتمالی آن‌ها در گردشگری پایدار باشد.

محاسباتی مورد استفاده قرار گیرد که می‌تواند برای توسعه و آزمایش سیاست‌های مدیریت جایگزین در توسعه گردشگری اسلامی پایدار مورد استفاده قرار گیرد.

Gu et al (2021) در پژوهش خود عنوان کرده‌اند که اقتصاد کشورهای در حال توسعه جزایر کوچک (SIDS) به شدت به بخش گردشگری وابسته است. به دلیل COVID-19، این جزایر به شدت آسیب دیده‌اند. استراتژی‌های بازایی احتمالی از طریق بررسی مفهوم ریسک درک شده به عنوان یک عامل مهم برای تأثیرگذاری بر قصد رفتار تحت چارچوب نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده (TPB) آزمایش می‌شوند. یک شبیه‌سازی رفتاری برای کمک به ارزیابی سیاست‌های گردشگری ساخته شده است. نتایج نشان می‌دهد که مؤثرترین راه برای تغییر قصد رفتار گردشگران، استراتژی حباب سفر است و کاهش ورودی‌های گردشگری ممکن است فرصت‌هایی برای بهبود اکوسیستم محلی ایجاد کند. این پژوهش، مزیت استفاده از رویکرد پویایی‌شناسی سیستم را در زمانی که الگوی گذشته پیش‌بینی‌کننده خوبی برای آینده نیست، با پیش‌بینی‌هایی بر اساس نحوه عملکرد سیستم نشان می‌دهد.

Samuil et al (2021) در این مقاله از پویایی‌شناسی سیستم در پیشنهاد یک مدل کسب و کار در گردشگری پسا صنعتی استفاده می‌کنند که هدف آن ایجاد یک پارک موضوعی در رومانی است. مدل پیشنهادی می‌تواند به درک بهتر نحوه عملکرد کسب‌وکار گردشگری و ایجاد ارزش برای ذی‌نفعان کمک کند، زیرا روابط علی بین متغیرهای سیستم کسب‌وکار را نشان می‌دهد. شبیه‌سازی به این مدل ارزش می‌افزاید، زیرا امکان آزمایش با استراتژی‌های رشد جایگزین و در نتیجه، شناسایی الگوهای عملکردی را که منجر به توسعه پایدار می‌شوند، می‌دهد. محیط کسب‌وکار بیش از حد رقابتی کنونی، سازمان‌های گردشگری را ملزم می‌کند که چابک

► علامت " + " یک رابطه تقویت‌کننده متقابل را نشان می‌دهد، یعنی اگر عامل تأثیرگذار افزایش یابد، عامل تأثیرپذیر نیز افزایش می‌یابد ولی علامت " - " یعنی اگر عامل تأثیرگذار افزایش یابد، عامل تأثیرپذیر کاهش می‌یابد.

همان‌طور که (Stermann, 2000) اشاره می‌کند، برای مفید بودن، مدل باید به یک مشکل خاص بپردازد و به جای آنکه بخواهد با جزئیات کل سیستم را به تصویر بکشد، باید موارد را ساده‌سازی کند.

بنابراین در پژوهش حاضر، نمودار حلقه‌های علت و معلولی (CLD) و سپس نمودار انباشت-جریان (SFD) با استفاده از نرم‌افزار VENSIM PLE ترسیم و تجزیه و تحلیل شده است. لازم به ذکر است که پرسش‌نامه مربوط به روش DEMATEL قطعی جهت تبیین و ارزیابی روابط علت و معلولی میان این عوامل که بر اساس مطالعه گسترده ادبیات پیشین مرتبط با موضوع استخراج شده است، تدوین و در اختیار خبرگان این حوزه قرار گرفت و خبرگان به میزان تأثیر هر عامل نسبت به عامل دیگر امتیاز دادند. از آنجایی که روش دیمتل یک روش تصمیم‌گیری چندمعیاره (MCDM) است، نیازی به تعداد زیاد پرسش‌نامه ندارد و در پژوهش حاضر از پرسش‌نامه بسته جهت جمع‌آوری داده استفاده شد که توسط ۱۲ نفر از خبرگان در حوزه گردشگری و توسعه پایدار که هم در بحث پژوهش‌های علمی و هم در بحث اجرایی صاحب‌نظر بودند، تکمیل شد. خبرگان نیز طبق روش نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند انتخاب شدند. پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها با استفاده از روش DEMATEL قطعی روابط علی بین عوامل تعیین شده و سپس حلقه‌های علت و معلولی (CLD) و سپس نمودار انباشت-جریان (SFD) رسم شده است.

درواقع به منظور انجام روش دیمتل از هر یک از خبرگان خواسته شد تا با مقایسات زوجی، درجه تأثیر مستقیمی که هر شاخص بر شاخص دیگر می‌گذارد را مشخص کنند. سپس پرسش‌نامه‌های

هدف پژوهش آن‌ها کمک به این حوزه با بررسی منافع و ارزش‌های گروه‌های ذی‌نفع گردشگری و تأثیرات آن‌ها بر توسعه گردشگری از طریق رویکرد پویایی سیستم است.

با وجود اینکه روش پویایی‌شناسی سیستم در مورد توسعه پایدار گردشگری بارها مورد استفاده قرار گرفته اما به زعم پژوهشگران حاضر، در بحث ترکیب توسعه پایدار و گردشگری خلاق نوآورانه است. با توجه به مدل‌های پیشین ارائه‌شده و همچنین مطالعه شده، نوآوری پژوهش حاضر کاملاً مشهود است.

۳ روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از پویایی‌شناسی سیستم در قالب نمودار حلقه‌های علت و معلولی (CLD) و حالت (انباشت) و جریان (SFD) استفاده می‌کند. استفاده از رویکرد سیستمی این واقعیت را منعکس می‌کند که گردشگری و توسعه پایدار گردشگری خلاق سیستم‌های پیچیده و پویایی هستند که روابط متعددی را در بین اجزای مختلف ایجاد می‌کند که به صورت غیرخطی با یکدیگر تعامل دارند. مدل‌سازی پویایی‌شناسی سیستم یک رویکرد جامع برای مدل‌سازی متغیرهای پیچیده، پویا و وابسته به یکدیگر ارائه می‌دهد (Tegegne et al, 2018).

نمودار حلقه علت و معلولی ساختار بازخورد سیستم‌ها را نشان می‌دهد و می‌تواند سیستم گردشگری را با روابط پیچیده آن به تصویر بکشد. (Stermann, 2000) خاطر نشان می‌کند که نمودار حلقه‌های علت و معلولی (CLD) برای تعریف سریع فرضیه‌ها در مورد علل پویایی یا ایجاد و اخذ مدل‌های ذهنی افراد یا تیم‌ها عالی هستند.

روی هر فلش در نمودار علت و معلولی (CLD) علائم " + " و " - " وجود دارد.

► علائم " + " و " - " رابطه بین یک عامل و عامل دیگر را نشان می‌دهد.



پنج درجه تکنیک دیمتل و معادل قطعی برای عبارات کلامی به صورت جدول (۱) است:

اعضای تیم خبره جمع‌آوری شده و میانگین هندسی داده‌ها محاسبه شد و ماتریس اولیه شدت روابط مستقیم تشکیل شد. در پرسش‌نامه دیمتل طیف

جدول شماره یک- امتیاز دهی دیمتل قطعی طبق طیف لیکرت

بدون تأثیر	تأثیر خیلی کم	تأثیر کم	تأثیر زیاد	تأثیر خیلی زیاد
۰	۱	۲	۳	۴

(حبیبی و همکاران، ۱۳۹۳؛ کاظمی و همکاران، ۱۳۹۵)

که دارای ارزش بیشتری از R + D هستند دارای روابط متقابل بیشتری با عوامل دیگر هستند. از سوی دیگر، معیارها با داشتن ارزش‌های مثبت R + D در گروه علت هستند و بر معیارهای دیگر اثر می‌گذارند. در مقابل، معیارهای با داشتن مقادیر منفی از R - D در گروه معلول هستند و از معیارهای دیگر اثر می‌پذیرند. با توجه به مقادیر D، R + D و R - D که در جدول (۲) و جدول (۳) نمایش داده شده است، تمامی عوامل در گروه علت قرار گرفته‌اند و بر سایر عوامل تأثیر می‌گذارند و عوامل کیفیت زیست‌محیطی، امنیت مقصد، حمایت سازمان‌های مدیریت مقصد مانند شهرداری‌ها، جاذبه‌های ناملموس، سطح توسعه‌یافتگی مقصد، صنایع دستی، سرمایه انسانی (طبقه خلاق) و قصد بازدید مجدد علاوه بر تأثیرگذار بودن، تأثیرپذیر نیز هستند و در گروه معلول هم قرار گرفته‌اند.

مقیاس‌های امتیازدهی به صورت زیر تعریف می‌شود:

۱. شاخص اول بر شاخص دوم تأثیری ندارد.
۲. شاخص اول بر شاخص دوم تأثیر کمی دارد.
۳. شاخص اول بر شاخص دوم مؤثر است.
۴. شاخص اول بر شاخص دوم تأثیر نسبتاً زیادی دارد.
۵. شاخص اول بر شاخص دوم به شدت تأثیرگذار است.

۴ یافته‌ها و بحث

در روش دیمتل ارزش R + D نشان‌دهنده درجه اهمیت معیار مربوطه در کل سیستم است. عواملی

جدول شماره دو- رتبه‌بندی عوامل تأثیرگذار بر اساس شاخص R+D

رتبه	R + D	R	D	عوامل
۱	26/61	13/29	13/32	قصد بازدید مجدد
۲	26/41	12/86	13/55	جاذبه‌های ناملموس
۳	26/11	12/64	13/47	حمایت سازمان‌های مدیریت مقصد مانند شهرداری‌ها
۴	25/99	13/24	12/75	گردشگری خلاق
۵	25/90	13/28	12/62	زیرساخت‌ها و امکانات
۶	25/64	12/88	12/76	مشارکت و حمایت جامعه محلی
۷	25/52	12/76	12/75	فراهم نمودن فضای هم‌آفرینی ارزش
۸	25/35	12/49	12/86	صنایع دستی
۹	25/04	12/61	12/43	درآمدهای اقتصادی گردشگری

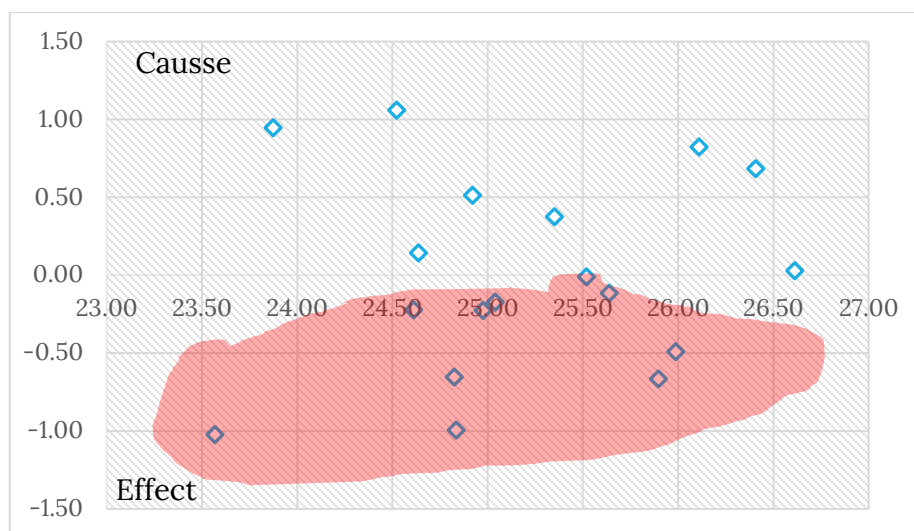
۱۰	24/98	12/60	12/38	تعداد گردشگران
۱۱	24/92	12/20	12/72	سطح توسعه یافتگی مقصد
۱۲	24/84	12/91	11/92	بازاریابی
۱۳	24/83	12/74	12/09	سرمایه گذاری
۱۴	24/64	12/25	12/39	سرمایه انسانی (طبقه خلاق)
۱۵	24/61	12/42	12/20	کیفیت خدمات
۱۶	24/52	11/73	12/79	کیفیت زیست محیطی
۱۷	23/87	11/46	12/41	امنیت مقصد
۱۸	23/57	12/30	11/27	جاذبه های ملموس

جدول شماره سه- رتبه بندی عوامل تأثیرپذیر بر اساس شاخص R - D

رتبه	R- D	R	D	عوامل
۱	1/06	11/73	12/79	کیفیت زیست محیطی
۲	0/95	11/46	12/41	امنیت مقصد
۳	0/82	12/64	13/47	حمایت سازمان های مدیریت مقصد مانند شهرداری ها
۴	0/68	12/86	13/55	جاذبه های ناملموس
۵	0/51	12/20	12/72	سطح توسعه یافتگی مقصد
۶	0/38	12/49	12/86	صنایع دستی
۸	0/14	12/25	12/39	سرمایه انسانی (طبقه خلاق)
۸	0/03	13/29	13/32	قصد بازدید مجدد

محور افقی R + D و محور عمودی R- D است (شکل ۱).

نمودار علت و معلولی را می توان به صورت شماتیک از مجموعه داده (D-R و R + D) نشان داد که در آن



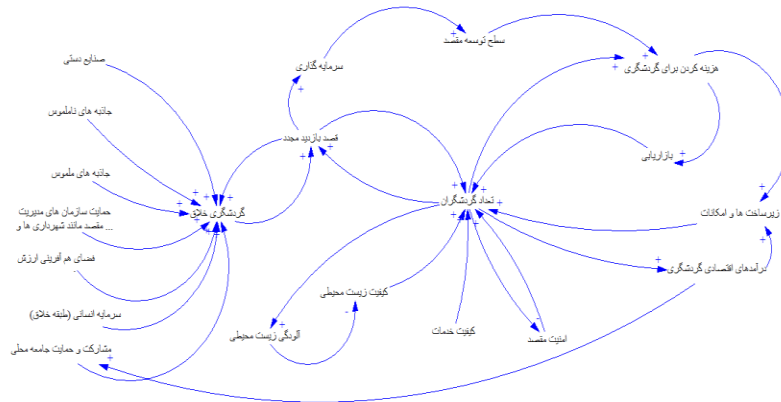
شکل شماره یک- بیان شماتیک مجموعه داده (R + D و D-R)



درواقع یک حلقه مثبت شکل می‌گیرد. همچنین درآمدهای اقتصادی گردشگری نیز سبب افزایش مشارکت و حمایت جامعه محلی می‌شود و این مشارکت و حمایت آن‌ها سبب توسعه هر چه بیشتر گردشگری خلاق می‌شود. هر قدر مقصد در زمینه صنایع دستی، جاذبه‌های ملموس و جاذبه‌های ناملموس متنوع‌تر و برخوردارتر باشد، گردشگری خلاق توسعه بیشتری می‌یابد. از طرفی، وجود سرمایه انسانی (طبقه خلاق) در یک منطقه سبب شکل‌گیری و رونق گردشگری خلاق می‌شود. فراهم نمودن فضا برای شکل‌گیری هم‌آفرینی ارزش یکی از موارد مهمی است که سبب شکل‌گیری و توسعه گردشگری خلاق می‌شود. حمایت سازمان‌های مدیریت مقصد مانند شهرداری‌ها و غیره در شکل‌گیری و رونق گردشگری خلاق بسیار مهم است. از سوی دیگر از دیدگاه توسعه پایدار وقتی تعداد گردشگران در یک منطقه افزایش یابد، آلودگی‌های زیست‌محیطی را به دنبال دارد که سبب کاهش کیفیت زیست‌محیطی شده و چون محیط سالم و باکیفیت هسته محصول گردشگری است، اگر کیفیت آن کاهش یابد، به مرور تعداد گردشگران نیز کاهش خواهد یافت چون رغبتی برای سفر به مناطق آلوده ندارند. همچنین اگر تعداد گردشگران افزایش یابد، امنیت مقصد نیز کاهش می‌یابد اما اگر امنیت یک منطقه افزایش یابد، تعداد گردشگران افزایش می‌یابد و درواقع یک حلقه منفی شکل می‌گیرد. در نهایت منطقه‌ای که خدمات با کیفیت بالاتری به گردشگران ارائه می‌کند، گردشگران بیشتری را جذب خود می‌کند و تعداد گردشگران آن منطقه و همچنین قصد بازدید مجدد آن‌ها افزایش می‌یابد و سبب توسعه پایدار گردشگری خلاق می‌شود.

بر اساس روابط مشخص شده، حلقه علت و معلولی (CLD) به شرح شکل ۲ ترسیم شده است:

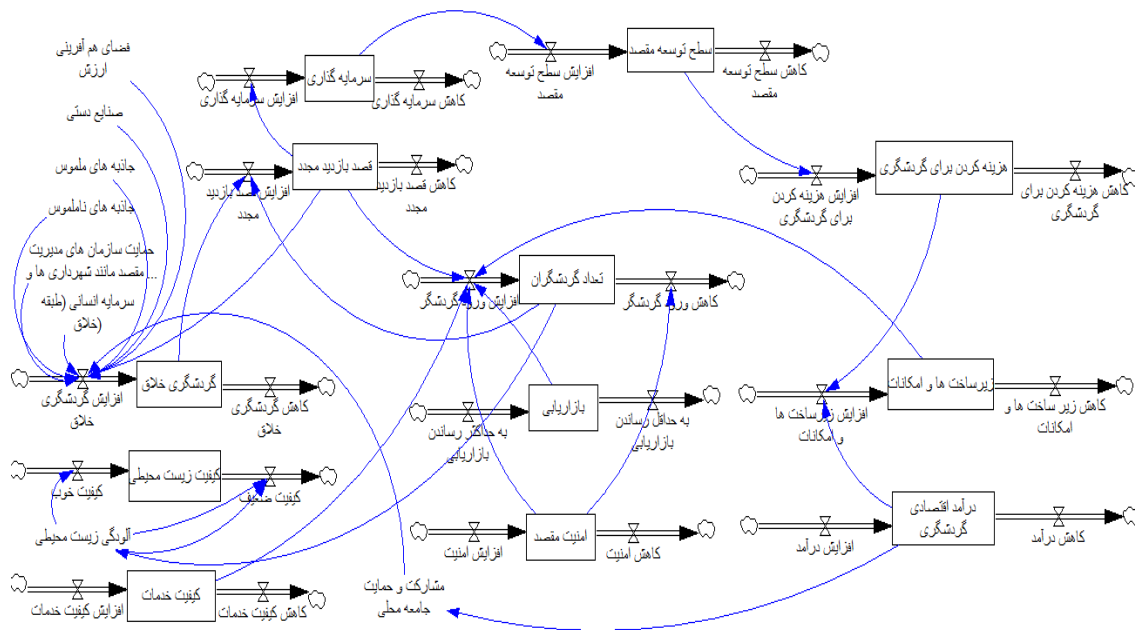
در توسعه پایدار گردشگری خلاق، در نمودار علت و معلولی (CLD) زیر می‌توان مشاهده کرد که عوامل مرتبط زیادی وجود دارد و علت و معلولی را نشان می‌دهد. در (شکل ۲) علل و عوارضی که در نمودار حلقه علی رخ می‌دهد و در توسعه پایدار گردشگری خلاق، تأثیر مثبتی بر قصد مجدد و افزایش بازدید گردشگران از مقاصد خواهد داشت، توضیح داده شده است. همان گونه که مشاهده می‌شود حلقه‌های مختلفی به شرح زیر شکل گرفته‌اند. هر چقدر که سرمایه‌گذاری بیشتری در یک منطقه صورت گیرد آن مقصد توسعه‌یافته‌تر شده، توانایی هزینه‌کردن برای گردشگری و توسعه زیرساخت‌ها و امکانات در آن منطقه بیشتر می‌شود و درواقع هزینه بیشتری صرف آن خواهند کرد و در پی این امر فعالیت‌های بازاریابی بیشتری نیز صورت می‌گیرد که تعداد گردشگران در یک منطقه و همچنین قصد بازدید مجدد آن‌ها افزایش خواهد یافت. قصد بازدید مجدد گردشگران نیز سرمایه‌گذاری بیشتری را به منطقه جذب می‌کند و از سوی دیگر گردشگری خلاق را نیز توسعه می‌دهد. هر قدر هم گردشگری خلاق بیشتر توسعه یابد، قصد بازدید مجدد گردشگران افزایش خواهد یافت چون یکی از اهداف گردشگری خلاق نیز وفادار ساختن گردشگران است. وقتی تعداد گردشگران افزایش می‌یابد، درآمدهای اقتصادی بیشتری نیز برای منطقه به دست می‌آید که همین درآمدها می‌تواند در توسعه زیرساخت‌ها و امکانات و غیره نیز صرف شود و آن‌ها را توسعه دهد و باز به صورت چرخه‌ای تعداد گردشگران افزایش خواهد یافت و



شکل شماره دو- نمودار حلقه علت و معلولی توسعه پایدار گردشگری خلاق

نیز ترسیم شده (شکل ۳) که در ادامه شرح داده می شود:

در ادامه با توجه به حلقه های علت و معلولی ارائه شده در مرحله پیش، نمودار انباشت-جریان^۱ (SFD)



شکل شماره سه- نمودار انباشت- جریان برای توسعه پایدار گردشگری خلاق

بازاریابی، امنیت مقصد، میزان هزینه کردن برای گردشگری، زیرساخت ها و امکانات و همچنین درآمدهای اقتصادی گردشگری هستند که از طریق نمودارهای جریان افزایش دهنده و کاهش دهنده

با توجه به شکل ۳، متغیرهای انباشت (حالت) در پژوهش حاضر، سطح توسعه مقصد، سرمایه گذاری، قصد بازدید مجدد، گردشگری خلاق، کیفیت زیست محیطی، کیفیت خدمات، تعداد گردشگران،

^۱ Stock & flow Diagram



عوامل تأثیرگذار از جمله کیفیت خدمات، فعالیت‌های بازاریابی، امنیت مقصد، زیرساخت‌ها و امکانات و مواردی از جمله صنایع دستی، جاذبه‌های ملموس، جاذبه‌های ناملموس، فراهم نمودن فضای هم‌آفرینی ارزش، سرمایه‌انسانی (طبقه‌ی خلاق)، مشارکت و حمایت جامعه‌ی محلی و غیره که سبب شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری خلاق می‌شوند و سایر موارد باید بهینه‌سازی و مدیریت شود تا به تبع آن ارزش بازرگانی افزایش یافته، وفاداری به مقصد ایجاد گردد؛ آثار مثبت اجتماعی اقتصادی به دنبال داشته باشد و در بر آسیب‌های زیست محیطی نیز غلبه نموده و کیفیت محیط تضعیف نگردد. در همین راستا (Nasim Sobhan et al, 2014) نیز در پژوهش خود طبق رویکرد پویایی‌شناسی سیستم به این نتیجه رسیده بودند که تأثیرات رضایت‌مندی گردشگر بر تعداد گردشگر و افزایش میانگین مدت اقامت می‌باشد که نهایتاً منجر به افزایش درآمد، اشتغال و سرمایه‌گذاری بیشتر در بخش گردشگری خواهد شد. همچنین Hosseinzadeh and Molvi (2017) Arabshahi نیز در پژوهش خود سیاست‌های مناسب به منظور توسعه‌ی ظرفیت گردشگری منطقه‌ی ایبانه و افزایش جمعیت گردشگران، با توجه به اهداف درآمدی و زیست‌محیطی را شبیه‌سازی کرده‌اند. در پژوهش مذکور، شش سیاست متفاوت در زمینه‌ی چگونگی تخصیص بودجه به زیرساخت‌ها، خدمات فرهنگی، خدمات درمانی- بهداشتی و صنایع دستی منطقه شناسایی و ارزیابی شده‌اند. مقایسه‌ی سیاست‌های متفاوت پیشنهادی نشان می‌دهد که بهترین سیاست تخصیص بیشتر بودجه برای زیرساخت‌سازی، به‌خصوص زیرساخت‌های اقامتی- رفاهی، و پس از آن زیرساخت‌های ورودی- خروجی است که بخش‌هایی از این نتیجه با نتایجی که پژوهش حاضر روشن می‌کند هم‌راستا است. همچنین پژوهش Shafii-Thabet and Herati (2017) Fard نیز بیانگر رابطه‌ی مثبت و معنادار بین توانمندسازی ذی‌نفعان محلی با سه متغیر اثرات محیطی - اکولوژیک، اثرات اجتماعی - فرهنگی و

مربوط به هر کدام از آن‌ها و تغییر میزان این جریان‌ها، مقدار متغیرهای انباشت (حالت) هم تغییر می‌یابند. متغیرهای کمی در پژوهش حاضر نیز آلودگی زیست‌محیطی، مشارکت و حمایت جامعه‌ی محلی، فضای هم‌آفرینی ارزش، صنایع دستی، جاذبه‌های ملموس، جاذبه‌های ناملموس، حمایت سازمان‌های مدیریت مقصد مانند شهرداری‌ها و غیره و سرمایه‌انسانی (طبقه‌ی خلاق) می‌باشند که میزان هر کدام از این انباشت‌ها از طریق لینک‌های آبی روی نمودارهای جریان تأثیر می‌گذارند و این نمودارهای جریان، میزان انباشت مربوط خود را تغییر می‌دهند یعنی تغییر در میزان یک انباشت به صورت مستقیم نمی‌تواند روی انباشت دیگر تأثیر بگذارد.

و باید از طریق نمودارهای جریان این اتفاق بیفتد. در شکل (۲) لینک‌های آبی که این روابط را نشان می‌دهد، به خوبی گویای این روابط است.

۵ نتیجه‌گیری

توسعه‌ی گردشگری خلاق پایدار، یک سیستم پیچیده و پویا است. عوامل زیادی وجود دارند که از یکدیگر تأثیر متقابل می‌پذیرند و بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند. در توسعه‌ی گردشگری خلاق، هدف اصلی افزایش تعداد گردشگران وفادار و به بیانی دیگر، وفادارساختن آن‌ها به یک مقصد خاص است؛ به طوری که هر بار بتوانند در تجربه‌ای جذاب و خاطره‌انگیز مشارکت کنند و مقصد برایشان تکراری نشود. اما باید در این راستا به اهداف پایداری نیز توجه کرد تا ارزش بازرگانی هم برای گردشگران و هم برای جامعه‌ی محلی و ارائه‌دهندگان خدمات افزایش یابد. به منظور تحقق این هدف، باید فعالیت‌ها طوری مدیریت شده و انجام شوند که کمترین آسیب زیست‌محیطی ایجاد شود و کیفیت محیط پایین نیاید. چون محیط، هسته‌ی محصول گردشگری و عامل جذب گردشگر است. همچنین آثار مثبت اقتصادی اجتماعی در پی داشته باشد. بنابراین باید

در بحث گردشگری خلاق فعالیت دارند یا علاقه‌مند فعالیت کنند و سازمان‌های مدیریت مقصد مانند شهرداری‌ها، استانداری‌ها، دهیاری‌ها و غیره جلساتی برگزار شود و دغدغه‌ها و پیشنهادهای به اشتراک گذاشته شود و سپس جلسات دیگری در پی آن با حضور مردم محلی نیز برگزار شود. در واقع ابتدا سازمان‌های مدیریت مقصد که با مردم و منطقه آشنایی بیشتری دارند، مشارکت داده شده، درک روشنی به دست بیاورند و سپس به زبان و سلوک بومی خودشان مردم محلی را هم از مزایای گردشگری خلاق به صورت پایدار آگاه نمایند. همچنین سرمایه انسانی (طبقه خلاق) هر منطقه شناسایی شود، به آن‌ها آموزش‌های اصولی و لازم داده شود و سپس آن‌ها در اجرای طرح‌های توسعه پایدار گردشگری خلاق مشارکت داده شوند تا داشته‌های آن‌ها به صورت اصولی عرضه گردد. از سوی دیگر سرمایه‌گذاران هم نیاز به آگاه شدن از مزایای این نوع گردشگری به صورت عملی و عینی دارند تا سرمایه‌گذاری برایشان جذاب شود و تشویق به سرمایه‌گذاری شوند. حتی می‌توان به صورت افتخاری آن‌ها را به تورهای گردشگری خلاق دعوت نمود تا به صورت عینی فعالیت‌ها را مشاهده نمایند. صنایع دستی، جاذبه‌های ملموس و جاذبه‌های ناملموس هر منطقه مورد شناسایی قرار گرفته، فهرست‌بندی شده و در فعالیت‌های بازاریابی هم با توجه به آن‌ها به کمک کسب دانش بازاریابی محتوایی، محتواهای جذاب تهیه شود و در راستای توسعه پایدار گردشگری خلاق هم کسب‌وکارها و توسعه‌دهندگان، هم گردشگران و هم سرمایه‌گذاران به صورت ملموس از جذابیت‌های آن‌ها آگاه شوند. همچنین پیشنهاد می‌شود به منظور فراهم نمودن فضای مناسب به منظور شکل‌گیری هم‌آفرینی ارزش، مثلاً صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی و خانه‌های محلی، رستوران‌های محلی و غیره هم شناسایی شده، در طرح‌های توسعه مشارکت داده شوند، به آن‌ها آموزش‌های لازم داده شود و با انواع فعالیت‌های هم‌آفرینی ارزش و نحوه انجام آن‌ها که

اقتصادی توسعه گردشگری، است که هم‌راستا با بخشی از نتایج پژوهش حاضر است که در حلقه‌های علت و معلولی نشان داده شده که مشارکت و حمایت جامعه محلی سبب رونق گردشگری خلاق شده، قصد بازدید مجدد و تعداد گردشگران را افزایش خواهد داد. نتایج پژوهش Samadi et al (2013) نیز با بخشی از نتایج پژوهش حاضر هم‌راستا است. در واقع نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که باید علاوه بر هماهنگی در عملکرد زیرسیستم‌ها به طور هم‌زمان، تلاش‌هایی در زمینه بهبود اثرگذاری تبلیغات بر جذب گردشگران، آموزش هرچه سریع‌تر کارکنان این صنعت و افزایش ظرفیت‌های موجود صورت گیرد. همان‌طور که پژوهش حاضر هم بازاریابی و سرمایه انسانی (طبقه خلاق) سبب تقویت گردشگری خلاق و افزایش تعداد گردشگر خواهد شد. نتایج پژوهش Husain et al (2021) نیز با بخشی از پژوهش حاضر هم‌راستا است. آن‌ها نشان می‌دهند که در توسعه گردشگری پایدار، هدف اصلی افزایش بازدید گردشگران است به طوری که البته باید عوامل تأثیرگذار از جمله به حداکثر رساندن خدمات، حداکثر کردن بازاریابی، پیاده‌سازی فناوری هوشمند و غیره بهینه‌سازی شود تا ارزش بازدیدها افزایش یابد. تأثیر مثبت اجتماعی و اقتصادی اطراف مقاصد گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهد و می‌توان بر آسیب‌های زیست محیطی غلبه کرد. شبیه‌سازی با هدف افزایش گردشگران با بهینه‌سازی عوامل مؤثر بر افزایش تعداد بازدید گردشگران و همچنین بهینه‌سازی عواملی که می‌تواند بر کاهش گردشگران تأثیر بگذارد، انجام شده است.

با توجه به موارد پیش‌گفته و نتایجی که از تشکیل حلقه‌ها و نمودارهای پژوهش به دست آمد، پیشنهادها کاربردی به شرح زیر ارائه می‌گردد: هم از طریق جلسات حضوری و هم تشکیل مجازی انجمن‌های مجازی که مزایای شبکه ایجاد می‌کند و محدودیت زمانی و مکانی و حتی هزینه‌ای را محو می‌کند بین فعالین و کسب‌وکارهای گردشگری که



را به منظور تصمیم‌گیری بهتر و اجرای دقیق‌تر سیاست‌های توسعه پایدار گردشگری خلاق تدوین کرد. پژوهش حاضر با توجه به متغیرهایی که از دل پژوهش‌های مرتبط استخراج نموده و سپس خبرگان طبق روش دیمتل به آن امتیاز داده‌اند انجام شده است و سپس حلقه‌ها و نمودارهای مرتبط با پویایی‌شناسی سیستم رسم شده است؛ لذا به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود از روش‌های کیفی به منظور شناسایی متغیرهای بیشتر و جدید گردشگری خلاق و همچنین توسعه پایدار، مدل این پژوهش را توسعه داده و غنی‌سازی و بوم‌سازی نمایند.

به بهترین شکل می‌تواند در این گونه فضاها انجام شود آشنا شوند.

با توجه به اینکه پژوهش حاضر به صورت کلی انجام شده است؛ پیشنهاد می‌شود چنین پژوهشی توسط پژوهشگران آینده به صورت مطالعه موردی در یک منطقه خاص نیز انجام شود و نتایج آن با نتایج پژوهش حاضر مورد مقایسه قرار گیرد. پژوهش حاضر تا نمودار انباشت- جریان انجام شده است؛ لذا پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده این پژوهش را ادامه داده و شبیه‌سازی نیز انجام گیرد تا هر اثر کدام از متغیرها به صورت دقیق‌تر سناریوسازی شود و بتوان استراتژی‌های روشن‌تری

منابع

- Bazarafshan, Morteza (2016). An introduction to tourism industry, 6th edition, Tehran, Mehkame Publications. [In Persian]
- Brohman, J. (1996). New Directions in Tourism for Third World Development, *Annals of Tourism Research*, 23(1): 48-70.
- Cole, S. (2006). Information and Empowerment: The keys to Achieving Sustainable Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6): 629- 644.
- Drake, P. (1991). *Local Participation in Ecotourism Projects*, Washington DC: Island Press.
- Ebrahimpour, Habib, Babaei, Yavor and Sokhdan, Elnaz. (2016). Investigating the impact of social capital on participation in sustainable tourism development with the mediating role of tourism effects (case study: Sarein city), *Journal of Tourism Planning and Development*, 6(22), pp. 118-143. [In Persian]
- Gadami, Mustafa and Gholamian Bayi, Mohammad. (2013). *Tourism effects, consequences, frameworks and policies*, Tehran: Mehkame Publications. [In Persian]
- Gu, y; [Onggo](#), B.S; [Kunc](#),M,H & [Bayer](#),S.(2021). Small Island Developing States (SIDS) COVID-19 post-pandemic tourism recovery: A system dynamics approach, [Current Issues in Tourism](#), 25 (9), 1481-1508.
- Habibi, A; Izdiyar, p.; Serafraz, A. (2013). Design of DEMATEL questionnaire or DEMATEL approach and its application in management. P. (102). Tehran: Katiba Gil Publications. [In Persian]
- Han, H., & Hyun, S.S. (2015). Customer retention in the medical tourism industry: Impact of quality, satisfaction, trust, and price reasonableness. *Tourism Management*, 46, 20-29.
- Hosseinzadeh, Mahnaz and Maulavi Arabshahi, Seyedah Sosan. (2017). *Tourism and Development Scientific-Research Quarterly*, 7(3), 174-193. [In Persian]
- Husain, Zarlis,M, Mawengkang,H & Efendi,H.(2021). Analysis of decision-making problem models in sustainable tourism development plans using causal loop diagrams and vensim applications, *Turkish*
- Karroubi, Mehdi; Bahari, Jafar; Bahari, Shahla; Bahari, Hamed; Mohammadi, Samira; Bejaleh, Marjan (2017) Investigating the structural relationships of previous visits, motivations, satisfaction and intention to return tourists (case study: Tabriz city), *Geography and Human Relations*, Year 1, Number 2, pp. 716-732. [In Persian]
- Kazemi, Mustafa, Vahideh and Horzad, Sarwar. (2015). Designing the organization's resource planning model with the fuzzy hierarchical analysis technique and Dimtel, the second international accounting and management conference in the third millennium, Rasht, March 15. [In Persian]
- Kumar, S. (2002). *Methods for Community Participation: A Complete Guide for Practitioners*, London: ITDG Publishing.
- Melanie Smith, Nicola McLeod, Robertson, Margaret Hart (2011). *Key Concepts in Tourism Studies*, translated by Bapiri, Jafar, Tehran: Mehkame Publications. [In Persian]
- Meng, B & Cui, M (2020). The role of co-creation experience in forming tourists' revisit intention to home-



- based accommodation: Extending the theory of planned behavior, *Tourism Management Perspectives*, (33), 100581.
- Nasim Sobhan, Sina, Sanjizchi, Seyed Mahmoud and Mazuti Sharifabadi, Ali. (2014). Presenting a dynamic model for the development of sustainable tourism in Yazd province with the approach of system dynamics, the second international conference and the fifth national conference on sustainable tourism, geography and environment. [In Persian]
- Pourjahan, Sara, Mohajer, Bushra and Kohzadi, Salar. (1014). The theoretical framework of creative tourism planning: a systematic review, *scientific-research journal on tourism planning and development*, volume 11, number 41, 103-121. [In Persian]
- Ran, Weijia.(2015). A System Dynamics Approach to Exploring Sustainable Tourism Development, University at Albany.
- Richard W. Butler (1999) Sustainable tourism: A state-of-the-art review, *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 1:1, 7-25.
- Samadi, Ali-Hossein; Mosleh-Shirazi, Ali-Naghi and Rouhi, Anahita. (2012). Designing a dynaic model for the tourism industry in Iran uing the system dynamics approach for Iran's orizon 1404, *Scientific Research Journal of Economic Modeling*, 6(1), 65-89. [In Persian]
- [Samuil, I;](#) [Ionica, A.C](#) & [Leba, M.](#)(2021). Business Model for Post-industrial Tourism from a System Dynamics Perspective, [IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management \(IEEM\)](#).
- [Shafiee, Sanaz;](#) [Jahanyan, Saeed;](#) [Rajabzadeh Ghatari](#) & [Hasanzadeh, Alireza.](#) (2022).Developing sustainable tourism destinations through smart technologies: A system dynamics approach *Journal of Simulation*.
- Shafii Thabit, Nasser and Herati Fard, Saeeda. (2017). Empowering local stakeholders to participate in the sustainable development of tourism with the mediating role of the perceived effects of tourism, *Scientific Research Quarterly of Tourism Planning and Development*, 8(29), 90-71. [In Persian]
- Tanford, S., Raab, C., & Kim, Y. (2012). Determinants of customer loyalty and purchasing behavior for full-service and limited-service hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 319-328.
- Tegegne, W. A., Moyle, B. D., & Becken, S. (2018). A qualitative system dynamics approach to understanding destination image. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 14-22.
- Wei-Chiang Chan, Wan Hashim Wan Ibrahim, May-Chiun Lo, Abang Azlan Mohamad, T. Ramayah & Chee-Hua Chin (2021): Controllable drivers that influence tourists' satisfaction and revisit intention to Semenggoh Nature Reserve: the moderating impact of destination image, *Journal of Ecotourism*.
- Xingtai Zhang, Zhigang Chen & Hongyan Jin (2020): The effect of tourists' autobiographical memory on revisit intention: does nostalgia promote revisiting?, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*.
- Zargham Borojni, Hamid. (2012). Tourism development planning (an integrated and sustainable approach). Tehran, Mahkame Publications. [In Persian]