



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری
سال ششم، شماره‌ی ۲۳، زمستان ۱۳۹۶
صفحات ۳۰-۸

برنامه‌ریزی توسعه صنعت گردشگری مبتنی بر روش آینده‌پژوهی و سناریونویسی

(مطالعه موردی: شهر یاسوج)

مسعود تقوایی^۱

حسین حسینی خواه^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۱/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۲۱

چکیده

هدف پژوهش حاضر، آینده‌پژوهی و سناریونگاری در توسعه و بهبود صنعت گردشگری شهر یاسوج بر پایه روش تحلیل اثرات متقاطع و CIB می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از حیث روش پیمایشی در سطح اکتشافی و مبتنی بر رویکرد آینده‌پژوهی و سناریونگاری صورت گرفته است. پژوهش در سه مرحله تعیین شاخص‌های کلیدی از طریق روش دلفی، شناسایی پیشران‌های حیاتی از طریق نرم افزار MicMac بر پایه روش تحلیل اثرات متقاطع و تدوین سناریو بر پایه Scenario Wizard مبتنی بر روش سایب انجام گرفته است. جامعه آماری در مرحله اول ۳۰ نفر از متخصصان جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، متخصصان گردشگری و کارشناسان خبره اجرایی استان، در مرحله دوم به صورت هدفمند هیئت ۱۵ نفری و در مرحله سوم به صوت متمرکز انتخاب شدند. نتایج حاصل از پژوهش از میان ۳۷ عامل کلیدی، ۸ پیشران حیاتی از جمله؛ شرایط آب و هوایی و اقلیم، طرح جامع گردشگری، تأسیسات زیربنایی، رسانه‌ها، خدمات رفاهی، آداب و رسوم، بخش خصوصی و امنیت را به عنوان عوامل و پیشران‌های کلیدی توسعه صنعت گردشگری شهر یاسوج مشخص کرد. در نهایت پیشران‌های حیاتی در ۸۰ حالت با سه وضعیت تدوین و ۸۰ درصد وضعیت‌ها نشان از مطلوبیت و ۲۰ درصد نشان از ثبات و بحران سازمان فضایی صنعت گردشگری داشتند. مطلوب‌ترین سناریو، سناریوی شماره یک پیشنهاد گردیده که مبتنی بر حفظ، تدوین، افزایش، تعامل، توسعه، رشد کمی و کیفی، افزایش و بهبود امنیت خواهد بود.

واژه‌های کلیدی: صنعت گردشگری، تحلیل اثرات متقاطع، CIB، شهر یاسوج.

^۱. استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان

(hosseinhosseinekah@yahoo.com)

^۲. نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان

بیان مسأله

بشر در طول تاریخ همواره بر اساس کنش درونی، شیفته کشف آینده و رمز‌گشایی آن بوده است. این سؤال‌ها که «آیا آینده قابل تغییر هست»، «آیا آینده تداوم حال و گذشته خواهد بود» و «چه اتفاقی در آینده ممکن است روی دهد» تاکنون چالش‌های عمده فکری برای برنامه‌ریزی و مدیران بوده است. آنان رویکردهای مختلفی برای رویارویی با مسائل آینده به کار بسته‌اند که اغلب بر پایه تحلیل روندهای گذشته و ادامه آن در آینده بوده است. اما در آغاز هزاره سوم علم آینده‌نگاری، بررسی‌ها و پژوهش‌های پراکنده و غیر منسجم در حوزه‌ی برنامه‌ریزی برای آینده را به علم مدون با اصول و مبانی استوار و روش‌های دقیق تبدیل کرده است. که با بکارگیری آن می‌توان علاوه بر تحلیل روندهای گذشته، به کشف، ابداع و ارزیابی آینده ممکن، محتمل و مطلوب نیز دست یافت و یا در صورت لزوم تغییر داد (زالی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱). آینده‌نگاری در عصر حاضر از جمله مفاهیم نوپایی است که به واسطه نوپا بودنش هنوز مفهومی ساخته و پرداخته نیست و منابع قابل توجهی نیز از آن در دسترس قرار ندارد (بهشتی و همکاران، ۱۳۸۸: ۶). از اوایل دهه ۷۰ میلادی علم و هنر آینده‌نگاری به عنوان ابزار سیاستگذاری به طور رسمی در چند کشور محدود به خصوص ژاپن به کار گرفته شد. ولی از اوایل دهه ۹۰ میلادی به طور گسترده با همکاری نهادهای بین‌المللی جهت توانمندسازی کشورها از این روش استفاده شد و امروزه به عنوان رویکرد غالب شناسایی فن‌آوری در اکثر کشورهای توسعه‌یافته درآمده است (زالی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱). لذا در جهان رقابتی امروز، فناوری‌های نرم به تدریج جایگزین فناوریهای سخت و مزیت‌های فناورانه شده و فرایندها به جای ساختارها مورد توجه قرار گرفته است. کشورهایی که خواهان تحولات بنیادین هستند، برنامه‌ریزی‌های پابرجا و مبتنی بر طراحی سناریو با رویکرد آینده‌نگاری را محور عمده برنامه‌ریزی توسعه‌آتی خود قرار داده‌اند (تدبیر، ۱۳۸۶: ۶). لذا تصمیم‌گیرندگان حوزه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای در جهان پر از تغییر و تحول، نیازمند توسعه رهیافت‌های جدید پیش‌بینی و آمادگی برای آینده هستند. در این میان، یکی از این موضوعات مهم و اساسی که نقش بسیار مهمی در توسعه اقتصادی شهرها و روستا دارد و می‌تواند با آینده‌نگری و طراحی سناریو منجر به بهبود رشد اقتصادی و بالا رفتن کیفیت زندگی افراد شود، مقوله توسعه صنعت گردشگری است. امروزه گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است و بسیاری از برنامه‌ریزان از آن به عنوان رکن اصلی توسعه یاد می‌کنند. گردشگری یکی از فعالیت‌های مهمی است که در دهه‌های اخیر از جایگاه ویژه‌ای در توسعه اقتصادی برخی کشورها برخوردار بوده است (میرکتولی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۳۸)، به طوری که اقتصاد دانان آن را صادرات نامرئی نامیده‌اند (تقدیسی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲). در واقع توریسم در جهان امروز به عنوان یک صنعت مطرح است که به مانند همه صنایع دیگر احتیاج به لوازم و ابزارهای خاصی داشته و برای رشد و پیشرفت احتیاج به پژوهش و تحقیق دارد (کاظمی، ۱۳۸۶: ۴). در واقع گردشگری در بسیاری از

کشورهای جهان، یکی از پیچیده‌ترین کسب و کارهای بشری می‌باشد و به عنوان فعالیتی چند وجهی دارای کارکردها و اثرات مثبت گوناگون است که از جمله آنها میتوان به اشتغال زایی، کسب درآمد، جذب ارز و تقویت زیرساختها و ... اشاره کرد(قادری و همکاران، ۱۳۹۰ : ۲). گردشگری صنعتی است که توسعه آن نیازمند شناخت (میلز^۱ و دیگران، ۲۰۰۲: ۶). و آگاهی کافی از مسائل و عوامل مؤثر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در هر منطقه است (زرآبادی و همکاران، ۱۳۹۳ : ۲). در سالهای اخیر، گردشگری منبع درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود و تنظیم موازنه بازرگانی و تراز پرداختهای بسیاری از کشورها شده است (کاظمی، ۱۳۸۶ : ۴). از این رو شهر یاسوج از جمله شهرهای است که دارای پتانسیل و شرایط آب و هوایی متنوع برای جلب گردشگران داخلی و خارجی می‌باشد، ولی هنوز آنچنان که باید نتوانسته منجر به رشد و توسعه صنعت گردشگری و همچنین به منبعی برای درآمد زایی افراد در این شهر تبدیل شود. وجود جاذبه‌های گردشگری در زمینه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی شهر یاسوج می‌تواند زمینه‌های رشد و توسعه اقتصادی بخش‌های مختلف اقتصادی، زیست محیطی، اجتماعی و رفاه شهری را در این شهر فراهم آورد و به عنوان یک قطب مهم گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد و در سطح کلان و ملی مطرح شود. این در حالی است که آمار و ارقام موجود، ضعف بنیه اجتماعی و اقتصاد شهری این شهر را کامل بازگو می‌کند. از این رو در پژوهش حاضر تلاش می‌شود عوامل کلیدی و پیشران‌های اصلی دخیل در توسعه گردشگری شهر یاسوج شناسایی و سپس عناصر و عوامل اصلی آن مدیریت و با طراحی سناریوهای ممکن در آینده، چهارچوب سیاستگذاری و برنامه‌ریزی انعطاف پذیر متناسب با شرایط منطقه ارائه شود. و همچنین با بهره‌گیری از رویکردهای مدیریت استراتژیک و آینده‌پژوهی و با اتکا به مدل‌های برنامه‌ریزی بر پایه سناریو، رشد و توسعه صنعت گردشگری شهر یاسوج فراهم شود.

- اهداف پژوهش

- اهداف پژوهش حاضر را می‌توان مشتمل بر موارد زیر دانست.
- شناسایی عوامل کلیدی و پیشران‌های مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری شهر یاسوج
- ارائه و طراحی سناریوهای ممکن متناسب با شرایط منطقه برنامه‌ریزی

- مبانی نظری

تفکر درباره ابعاد مختلف هر موضوعی باعث روشن شدن و شفافیت آن و آسان شدن تصمیم‌گیری در شرایط مختلف و همچنین آمادگی ضمنی با رویارویی برای وقایع احتمالی است. تفکر در مورد آینده نیز نیازمند زبان مشخصی است تا به وسیله آن فرمول بندی شود. برنامه‌ریزی

^۱ Milese

به ابزاری نیاز دارد تا بتواند آینده را در قالب عناصر قابل پیش بینی و عدم قطعیت‌ها بیان کند. این ابزارها همان سناریوها هستند که با همدیگر، عدم قطعیت‌ها درباره آینده را نشان می‌دهد و عناصر نسبتاً مشخص و عدم قطعیت آینده را می‌توان با مجموعه‌ای از سناریو‌ها تشریح کرد (بهشتی و همکاران، ۱۳۸۸). اصولاً نظریه‌ها به عنوان ابزارهایی مطرح هستند که بتوانند در راستای موضوعاتی که انسان با آنها سروکار دارد، قابلیت پیش بینی را به ارمغان آورند. موضوع «قابلیت استفاده پیش بینی» خود دسته‌ای از مفاهیم جدید را به همراه دارد و این مفاهیم جدید، پیش بینی را به چالش‌های عمیقی می‌کشاند. چالش‌هایی که دسته‌ای از آنها منجر به تقویت پیش بینی شده و به ظهور دانش دیگری درخصوص آینده و نیز به شکل‌گیری حوزه «آینده‌اندیشی» می‌انجامد. یکی از مواردی که به تقویت دانش پیش بینی منجرگشت، موضوع «آینده‌های هنجاری» بود. تأثیر نیروی انسانی نیز قابل انکار نیست، زیرا در بسیاری از اوقات نیروی انسانی می‌تواند بر نیروی حاصل از روند گذشته غلبه کرده و آینده را دچار تغییرات جدی نماید. شواهد بسیاری بیانگر این است که نیروی اراده فردی یا جمعی، آینده‌ای را می‌سازد که با آنچه مورد انتظار است می‌تواند تفاوت داشته باشد (خیرگو و همکاران، ۱۳۹۰ : ۶). دو نرم افزار میک مک و سناریوی ایزارد، در کنار روش‌های سناریوسازی، یکی از رایج‌ترین روش‌های آینده‌پژوهی است. در تحلیل‌های ماتریس متقاطع با نرم افزار میک مک شش مرحله انجام می‌شود: درک سیستمی و مشاهده پایداری یا عدم پایداری، شناسایی تأثیرات غیر مستقیم متغیرها، شناسایی عوامل و پیشران‌های اصلی و استفاده از آنها در سناریو نویسی، درک کلی از سیستم و پرهیز از تحلیل جزئی، شناسایی عوامل ناپایدار کننده سیستم، شناسایی محیط به واسطه سنجش تأثیر گذاری (ناظمی، ۱۳۸۶ : ۱). در سناریوی ایزارد، تحلیل آثار متقاطع متوازن، روشی برای تحلیل شبکه‌های اثرگذاری است. این روش از بینش کیفی درباره روابط بین عوامل یک شبکه اثرگذاری استفاده می‌کند تا به تصویری سازگار درباره رفتار شبکه دست یابد. تحلیل سناریویی، یکی از کاربردهای معمول CIB است و توسعه سناریوها نیز به ارزیابی مسایل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فناوری نیاز دارد. روش آثار متقاطع متوازن مبتنی بر موارد زیر است:

- تحلیلی کیفی و میان رشته‌ای
- رویکرد خبره برای گردآوری، سازماندهی و داوری درباره سرفصل‌ها
- الگوریتمی برای ارزیابی اطلاعات گردآوری شده برای تحلیل کیفی ساختار پایه تحلیل CIB با برداشتن گام‌های زیر شکل می‌گیرد:
- تشکیل یک پانل تخصصی که طیف کاملی از دانش لازم برای درک سرفصل‌های مربوطه را شامل می‌شود.
- پانل تخصصی فهرستی از مهمترین عوامل (توصیف کنندگان) سیستم را تهیه کرده و اطلاعات موجود درباره آینده انتظاری آنها را فراهم می‌سازد.

- پانل تخصصی در یک یا چند کارگاه به بحث درباره وابستگی متقابل بین عوامل توصیفی می‌پردازد. پانل با اتکا به یک داوری کیفی (مانند اثر شدیداً تقویت کننده یا اثر شدیداً تضعیف کننده) درباره آثار متقابل بین عوامل داوری می‌کند. مجموعه کل داورها یک شبکه اثرگذاری را تشکیل می‌دهد.
 - پیکربندی سازگاری از شبکه اثرگذاری (سناریوهای سازگار) از طریق الگوریتم CIB محاسبه می‌شود. این پیکربندیها توازن سیستمی آثار شبکه از جمله آثار مستقیم و حالت‌های معقول آتی را منعکس می‌سازند.
 - پانل تخصصی درباره نتایج ارزیابی بحث کرده و توصیه‌های برای تحلیل ارائه می‌دهد.
- شناسایی مجموعه عوامل (توصیف کنندگان) که از نظر هدف تحلیلی، سیستم را توصیف می‌کنند، نقطه شروع تحلیل CIB است. روابط بین توصیف کنندگان در قالب یک شبکه (fig1) تحلیل می‌شود و می‌تواند بخشی از اجزا یا کل اجزای این شبکه را به یکدیگر متصل کند. ممکن است روابط اثرگذاری به صورت یک طرفه یا دو طرفه باشد. هر پیکان از طرف توصیف کننده به سمت توصیف شونده، اثرگذاری روی توصیف شونده توسط توصیف کننده را به تصویر می‌کشد. برای نمونه هر تغییری در حالت D1 در صورت ثبات دیگر شرایط، به تغییر حالت D3 منجر خواهد گشت. سیستم به مثابه یک کل به پیکربندی گرایش دارد که در آن شبکه آثار به روشی سازگار، متوازن شود (هاوکینز^۱، ۲۰۰۶: ۳۵۰). بنابراین این نرم افزارها با طراحی سناریو و شناسایی عوامل پیشران می‌تواند در توسعه و رشد صنعت گردشگری نقش مهم و تأثیر گذاری داشته باشند. امروز بسیاری از کشورها، به نقش و اهمیت گردشگری به عنوان منبعی برای ایجاد درآمد و اشتغال پی برده اند. در نتیجه بسیاری از آنان مناسباتشان را برای بهره گیری از مزیت های نسبی این صنعت توسعه داده اند (اسمیت^۲ و دیگران، ۲۰۰۷: ۱۰). بر این اساس، سازمان گردشگری جهانی در بیانیه مانیل، گردشگری را نیاز اساسی در هزاره سوم معرفی کرده است. در واقع گردشگری در زمان حاضر به یکی از بخشهای اثرگذار بر کاربری زمین های شهری تبدیل شده است. تأثیر گردشگری بر شهر، هم از نظر فعالیت مسافرتی، امور زیربنایی برای پذیرش و اسکان گردشگران و هم از نظر تأثیری که مستقیماً از گردشگران می پذیرد، بسیار درخور توجه است (لزلی^۳، ۱۹۹۷: ۲۱) به دلیل تأثیر فرصت های شغلی ناشی از گردشگری بر جمعیت پذیری مناطق (پورمحمدی، ۱۳۸۹: ۲۳)، تبادلات فرهنگی ایجاد شده (هال^۴، ۲۰۰۲: ۱۴۵) ایجاد اشتغال، رونق اقتصادی، افزایش رفاه و... گردشگری نقش بسیار مهمی در توسعه و رشد مناطق دارد. لذا لازم هست با نگاه به آینده و پیش بینی چرخه سیستماتیک آینده مبتنی بر توسعه صنعت گردشگری به شناسایی عوامل پیشران و سپس طراحی سناریو برای توسعه صنعت گردشگری شهر یاسوج پرداخت.

¹ Hawkins

² Smith

³ Lesly

⁴ Hall

- پیشینه پژوهش

سابقه استفاده از روش تحلیل اثرات متقابل و ماتریسی به دهه ۱۹۶۰ بر میگردد. اما در سالهای اخیر یک آینده پژوه برجسته فرانسوی به نام گوده، پیشگام و معرفی استفاده از این روش ها در آینده پژوهی بوده است. و از این روش به صورت کاربردی در شناسایی، طبقه بندی و رتبه بندی عوامل تأثیرگذار بر آینده سیستم های مختلف استفاده کرده است. در زمینه آینده نگاری با روشهای تحلیل ساختاری پژوهش های انجام گرفته که به تعدادی از آنها اشاره می شود.

- مانوئل^۱ و همکاران(۲۰۱۷)، در پژوهشی با عنوان نگرش ساکنان و اتخاذ رفتارهای طرفدار گردشگری در جزایر کیپ ورد به این نتیجه رسیده اند که، بین رفتار استقبال ساکنان از گردشگران و رفتارهای گردشگران رابطه معناداری وجود دارد. و برای رسیدن به منافع شخصی و اقتصادی در بحث گردشگری، نیازمند شناخت رفتارهای گردشگران و ساکنان مقصد گردشگری است.

- پیتر^۲ و همکاران(۲۰۱۷)، در پژوهشی با عنوان رشد بهره وری و درآمد در بخش گردشگری جهانی به این نتیجه رسیده اند که، با افزایش در بهره وری نیروی کار، تقاضا برای گردشگری مثبت و رشد و اثرات مفیدی خواهد داشت، در غیر این صورت منجر به نتایج منفی خواهد شد.

- کانکهان و همکاران(۲۰۱۵)، در پژوهشی با عنوان مدیریت پایدار گردشگری در شهرستان کلر به این نتیجه رسیده اند که مقررات و دستورالعمل های موجود جهت اعمال مدیریت گردشگری پایدار با ذی نفعان و خط مشی گذاران ارتباط مؤثر برقرار نمی کند. و دو شاخص راه اندازی یک سامانه مدیریت مقصد گردشگری و مشارکت های جمعی تأثیرگذارترین شاخص در بین دیگر شاخص ها می باشند.

- رامانا و همکاران(۲۰۱۴)، در پژوهشی مزایایی استراتژیک را شناسایی و جایگاه و روابط بین آنها را شرح داده اند. سپس با کمک روش مدل سازی ساختاری این مزایا دسته بندی شده اند. تعداد ۳۱ عامل شناسایی و سپس در ۱۴ گروه دسته بندی شده اند.

- ضیایی و همکاران(۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان طراحی و تدوین الگوی سه بعدی مدیریت گردشگری شهر تهران، به این نتیجه رسیده اند، که در طراحی الگوی مدیریت گردشگری شهر تهران توجه به عوامل ساختاری، محیطی و محتوایی ضرورت دارد و بر این اساس الگوی سه بعدی مدیریت گردشگری شهر تهران ارایه شده است.

- افخمی و همکاران(۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران میراث از مجموعه جهانی شیخ صفی الدین اردبیلی به این نتیجه رسیده اند که رضایت گردشگران از محوطه های میراث، برای متولیان و مسئولان میراث فرهنگی کشور تا حال، موضوعیت نداشته و امر مهمی تلقی نشده است.

¹ Manuel

² Peter

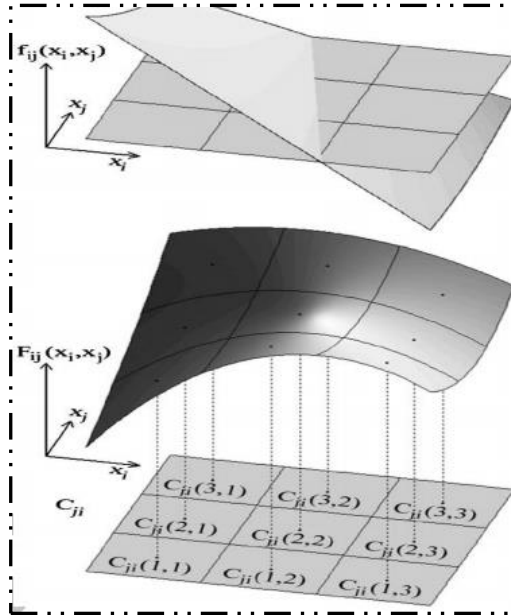
- شمش و همکاران(۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان تحلیل و ارزیابی کاربرد روش تحلیل سلسله مراتبی فازی در اولویت بندی سناریوهای توسعه گردشگری روستایی به این نتیجه رسیده اند که پژوهش به احتمال بودن سه سناریو؛ توسعه گردشگری سلامت، گردشگری روستاهای بکر و گردشگری خوراک اشاره دارد و بنابراین می‌توان نتیجه گرفت سرمایه‌گذاری در حوزه تحقق این سه سناریو می‌تواند راهکار خوبی برای توسعه گردشگری روستایی در استان مازندران باشد.

عطریان و همکاران(۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان آینده نگاری راهبردی و سیاست گذاری توسعه گردشگری منطقه ای با رویکرد سناریونویسی در استان همدان به این نتیجه رسیده اند که، ۱۴ عامل کلیدی در توسعه گردشگری آینده استان همدان تأثیرگذار هستند. بعد از تحلیل وضعیت‌های احتمالی، ۴۱۱۱ سناریو با احتمال وقوع ضعیف، ۱۴ سناریو باورکردنی و ۵ سناریو با احتمال وقوع قوی در توسعه گردشگری استان همدان شناسایی شده است.

- کلانتری و همکاران(۱۳۹۳)، در پژوهشی به تحلیل فضایی و سطح بندی جاذبه های گردشگری و زیرساخت ارتباطی و شبکه ی راه در شهرستان خور و بیابانک پرداخته است. و بررسی الگوی استقرار زیرساختهای ارتباطی و توزیع فضایی جاذبه های گردشگری نشان می دهد با کم شدن مساحت پهنه های رتبه بندی زیرساختهای ارتباطی از میزان جاذبه های گردشگری کاسته می شود. توزیع جاذبه های گردشگری در شهرستان خور و بیابانک با الگوی فضایی پراکنش زیرساخت های ارتباطی و شبکه ی راه تناسب ندارد و این موضوع نیازمند توجه ویژه است.

- مواد و روش پژوهش

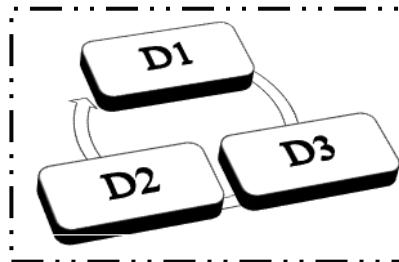
در پژوهش حاضر از مدل دلفی کارشناسانه و نرم افزار MIC MAC و Scenario Wizard و از رویکردهای مدیریت استراتژیک و آینده پژوهی بهره گرفته شده است. نرم افزار میک مک، جهت انجام محاسبات سنگین ماتریس اثرات متقابل و همچنین به منظور سهولت انجام تحلیل ساختاری طراحی شده است که مخفف فرانسوی "ماتریس ضرایب تحلیل اثر متقاطع به منظور طبقه بندی" است. در این نرم افزار ابتدا متغیرها و مؤلفه ها را درحوزه مورد نظر شناسایی و سپس آن را در ماتریسی مانند ماتریس تحلیل اثرات وارد نموده و میزان ارتباط میان این متغیرها با حوزه مربوطه توسط خبرگان، تشخیص داده شده و متغیرهای موجود در سطرها تأثیر می گذارند(زالی و همکاران، ۱۳۸۸ : ۱). بدین ترتیب مجموع متغیرهای داده های سطرها، میزان تأثیرگذاری و مجموع داده‌های متغیرهای ستون ها، میزان تأثیر پذیری را نشان خواهد داد. میزان ارتباط اعداد بین صفر تا سه سنجیده می شود و "عدد صفر به منزله بدون تأثیر"، "عدد یک به منزله تأثیر ضعیف"، "عدد دو تأثیر متوسط" و در نهایت "عدد ۳ به منزله تأثیر زیاد" می باشد. بنابراین اگر تعداد متغیرهای شناخته شده x باشد، یک ماتریس x×x بدست می آید.



شکل ۱: روابط بین متغیرها در تشکیل سناریوهای مختلف

منبع: زالی و همکاران، ۱۳۸۸

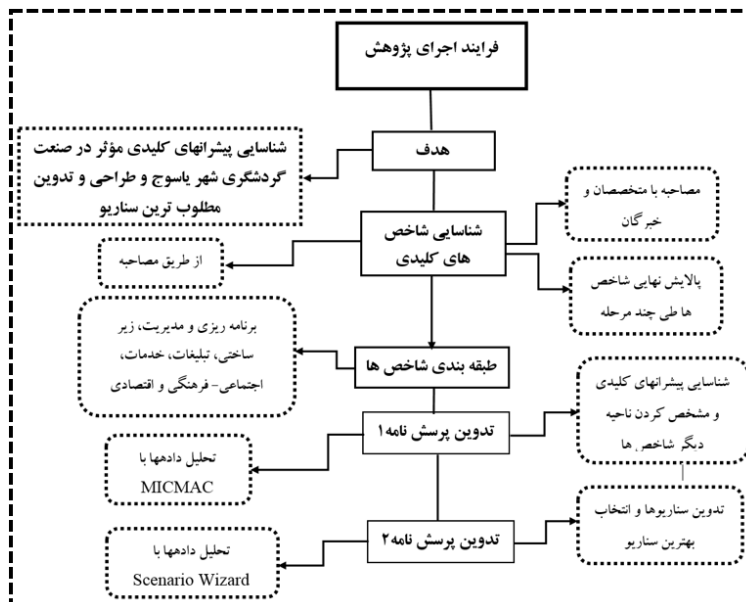
نرم‌افزار Scenario Wizard، نیز بر اساس روش تحلیل اثرات متقابل به بررسی سیستم‌های مورد مطالعه می‌پردازد. این نرم افزار علاوه بر نمایش ماتریس اثرگذاری و اثرپذیری و شبکه روابط مستقیم و غیرمستقیم عوامل بر یکدیگر که با قابلیت‌های میک مک مشترک است، Scenarios دارای هم افزایی و هم بستگی بالاتر را نیز معرفی می‌نماید.



شکل ۲: ماتریس CIB

منبع: نگارندگان

بدین ترتیب که با نمره دهی به حالات مختلف هر عامل ترکیب‌های مختلف حالات عوامل را بررسی می‌کند و بهترین سناریوها را در قالب سناریوهای برتر معرفی می‌کند. یکی دیگر از امتیازات Scenario Wizard، نسبت به میک مک نیز توان تنظیم سطح پذیرش ناهمخوانی بین عناصر است که می‌تواند سناریوهایی با اجزای ناهمگون را ولو با امتیاز هم‌افزایی بالای بین دیگر اعضا، حذف نماید.



شکل ۳: فرایند اجرای پژوهش

- عوامل کلیدی و پیشرانهای مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری شهر یاسوج - -تحلیل سازمان فضایی

برای شناسایی مهمترین شاخص‌های مهم در توسعه صنعت گردشگری شهر یاسوج ۷۰ شاخص، از طریق تفحص در پژوهش‌های انجام گرفته شده و از طریق کارشناسان و مدیران اجرایی گردشگری، شناسایی و در اختیار خبرگان، متخصصان و مدیران اجرایی استان قرار گرفت. از میان ۷۰ شاخص در نهایت ۳۷ شاخص پالایش و برای بررسی دوباره در اختیار نخبگان استانی، مدیران خبره استان و متخصصان علوم مرتبط با صنعت گردشگری قرار گرفت. در نهایت عوامل کلیدی در ۷ بخش و ۳۷ شاخص کلیدی با پهنای ماتریس ۳۷×۳۷ مبتنی بر تحلیل اثرات متقاطع تنظیم شد.

جدول ۱: مشخصات عوامل اولیه مؤثر توسعه صنعت گردشگری شهر یاسوج و طبقه بندی آنها

منابع آب، شرایط آب و هوایی و اقلیم، پوشش گیاهی و جانوری	طبیعی
برنامه ریزی، سیاستهای کلان دولت، مدیریت تخصصی، مشارکت شهروندان، طرح جامع گردشگری، نیروی انسانی ماهر، امنیت، سیاستهای تشویقی	برنامه ریزی
شبکه حمل و نقل منطقه ای، تأسیسات زیربنایی	زیر ساختی
روشهای نوین، رسانه ها، تنوع بخشی	تبلیغات
خدمات رفاهی، تورهای گردشگری، طب سنتی، دفاتر گردشگری، بانک اطلاعات گردشگری، مراکز خرید	رفاهی
جشنواره ها، نمایشگاهها، کنفرانس ها و سمینارها، صنایع دستی، فرهنگ پذیرش گردشگر، آداب و رسوم، حس اعتماد گردشگر، قوانین و مقررات گردشگری، توسعه رشته های مرتبط دانشگاهی، خاطره جمعی، مراکز مواد غذایی	اجتماعی- فرهنگی
مناسب بودن هزینه ها، بودجه، بخش خصوصی، رقابت	اقتصادی

با تجزیه و تحلیل شاخص های کلیدی و داههای مورد نیاز، ابعاد ماتریس 37×37 با نرم افزار MicMac و روش تحلیل اثرات متقاطع، درجه پرشدگی ماتریس $0/90$ بوده، که حاکی است عوامل انتخاب شده در بیش از ۹۰ درصد موارد بر یکدیگر تأثیر گذاشته اند. از مجموع ۱۳۶۹ رابطه ماتریسی قابل ارزیابی، ۲۶۹ رابطه، معادل $19/30$ درصد دارای اثرات متقاطع ۳ بوده، یعنی شاخص ها هم از هم تأثیر پذیرفته اند و یا بر روی هم تأثیر گذاشته اند. $50/5$ رابطه معادل $36/40$ درصد دارای اثرات متقاطع ۲ بوده، یعنی نقش تقویت کننده داشته اند. 471 رابطه معادل $34/10$ درصد دارای اثرات متقاطع ۱ بوده، یعنی بر روی دیگر شاخص ها تأثیر بیشتری گذاشته اند. 124 رابطه معادل $9/20$ درصد از اثرات متقاطع نه از هم تأثیر پذیرفته اند و نه بر روی هم تأثیر گذاشته اند.

جدول ۲: ماتریس MDI

ابعاد ماتریس	تکرار	بدون تأثیر	تأثیرگذار	تقویت کننده	توانمند ساز	درجه پرشدگی	جمع
37×37	۲	۱۲۴	۴۷۱	۵۰۵	۲۶۹	$90/94$	۱۳۶۹

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

نتایج برگرفته از تحلیل اثرات متقاطع مبتنی بر ماتریس MDI و MII، نشان می دهد که بسیاری از روابط از جمله شرایط آب و هوایی و اقلیم، طرح جامع گردشگری، امنیت، صنایع دستی، مراکز مواد غذایی، مناسب بودن هزینه ها، سیاست های کلان دولتی، دفاتر گردشگری و پوشش گیاهی و جانوری دارای نقش مهمی در بهبود روابط بین سیستم را تشکیل داده اند.

جدول ۳: تأثیرپذیری و تأثیرگذاری مستقیم و غیر مستقیم شاخص‌ها

ردیف	طبقه بندی	شاخص‌ها	MDI		MII		خالص مستقیم	خالص غیر مستقیم
			تأثیرگذاری (مستقیم)	تأثیرپذیری (مستقیم)	تأثیرگذاری (غیرمستقیم)	تأثیرپذیری (غیرمستقیم)		
۱	شگفت انگیز	شرایط آب و هوایی و اقلیم	۷۰	۶۶	۲۶	۲۵	۴	۱
		طرح جامع گردشگری	۶۴	۷۱	۲۴	۲۷	۷-	۳-
		تأسیسات زیربنایی	۵۷	۵۹	۲۱	۲۲	۲-	۱-
		رسانه‌ها	۶۱	۶۳	۲۳	۲۳	۲-	۰
		خدمات رفاهی	۷۲	۶۷	۲۶	۲۵	۵	۱
		آداب و رسوم	۷۶	۵۳	۲۸	۱۹	۲۳	۹
		بخش خصوصی	۵۵	۶۴	۲۱	۲۴	۹-	۳-
		امنیت	۷۵	۶۰	۲۸	۲۲	۱۵	۶
۲	حد واسط	برنامه ریزی	۶۳	۶۸	۲۳	۲۶	۵-	۳-
		سیاست‌های تشویقی	۶۴	۶۲	۲۴	۲۳	۲	۱
		شبکه حمل و نقل منطقه	۶۱	۶۳	۲۳	۲۳	۲-	۰
		جشنواره‌ها	۶۵	۶۷	۲۴	۲۵	۲-	۱-
		بودجه	۶۵	۵۳	۲۴	۲۰	۱۲	۴
		مدیریت تخصصی	۶۴	۷۶	۲۴	۲۸	۱۲-	۴-
		نمایشگاهها	۶۱	۵۸	۲۳	۲۱	۳	۲
		کنفرانس‌ها و سمینارها	۵۵	۶۶	۲۰	۲۵	۱۱-	۵-
۳	نتیجه	رقابت	۶۴	۶۰	۲۳	۲۲	۴	۱
		صنایع دستی	۷۷	۵۴	۲۸	۲۰	۲۳	۸
		مراکز خرید	۴۵	۵۹	۱۷	۲۱	۱۴-	۴-
		فرهنگ پذیرش گردشگر	۴۹	۶۰	۱۹	۲۲	۱۱-	۳-
		حس اعتماد گردشگر	۴۸	۶۹	۱۸	۲۶	۲۱-	۸-
		خاطره جمعی	۷۸	۵۷	۲۹	۲۱	۲۱	۸
		مراکز مواد غذایی	۸۰	۵۷	۲۹	۲۱	۲۳	۸
		پوشش گیاهی و جانوری	۷۶	۶۰	۲۸	۲۲	۱۶	۶
۴	هدایت کننده	بانک اطلاعات گردشگری	۶۴	۶۲	۲۴	۲۳	۲	۱
		قوانین و مقررات گردشگری	۴۵	۷۴	۱۷	۲۸	۲۹-	۱۱-
		طب سنتی	۷۵	۷۱	۲۹	۲۶	۴	۳
		توسعه رشته‌های مرتبط	۴۵	۶۷	۱۶	۲۵	۲۲-	۹-

ادامه جدول ۳: تأثیرپذیری و تأثیرگذاری مستقیم و غیر مستقیم شاخص ها

ردیف	طبقه بندی	شاخص ها	MDI		MII	
			تأثیرگذاری (مستقیم)	تأثیرپذیری (مستقیم)	تأثیرگذاری (غیرمستقیم)	تأثیرپذیری (غیرمستقیم)
۵	تنظیم کننده	منابع آب	۴۸	۵۲	۱۸	۱۹
		مشارکت شهروندان	۴۲	۵۷	۱۶	۲۱
		نیروی انسانی ماهر	۴۱	۷۴	۱۵	۲۸
		روشهای نوین	۳۶	۶۳	۱۳	۲۳
		مناسب بودن هزینه ها	۷۲	۵۲	۲۶	۱۹
		سیاست های کلان دولتی	۷۷	۷۶	۲۹	۲۹
		تورهای گردشگری	۷۵	۵۵	۲۸	۲۱
		دفاتر گردشگری	۷۷	۱۵	۲۸	۱۶
		تنوع بخشی	۴۶	۴۸	۱۷	۱۷
خالص غیر مستقیم	خالص مستقیم					
۱-	۴-					
۵-	۱۵-					
۱۳-	۳۳-					
۱۰-	۲۷-					
۷	۲۰					
۰	۱					
۷	۲۰					
۱۲	۳۲					
۰	۲-					

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

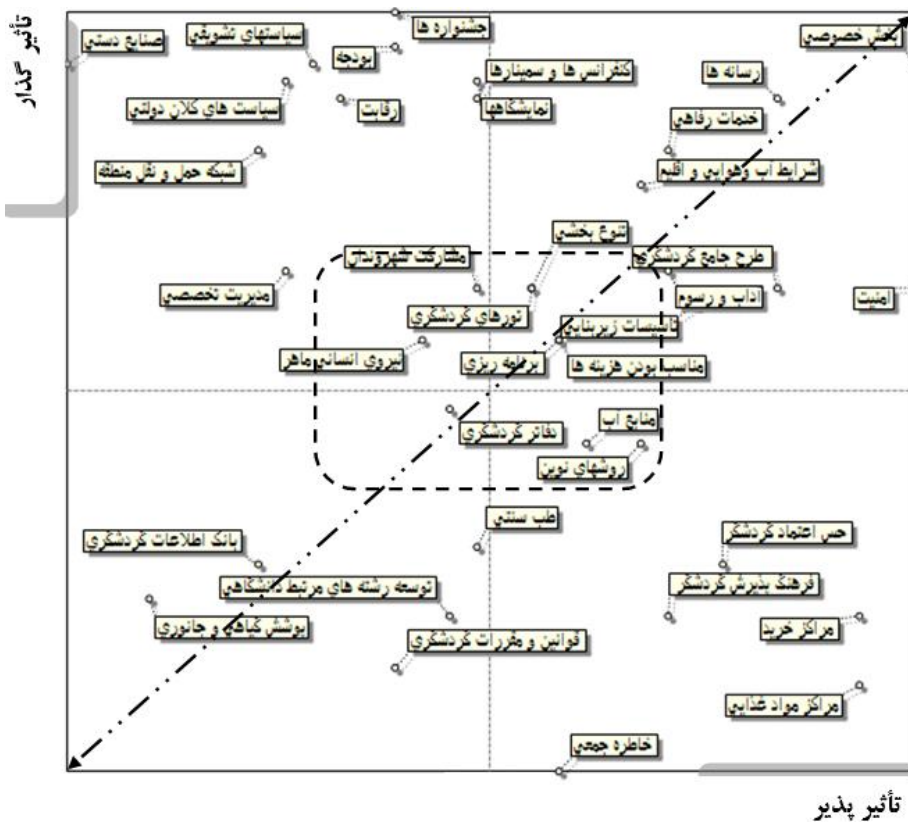
ماتریس نهایی برگرفته از پژوهش شامل پنج ناحیه مهم و اساسی می باشد که مشتمل بر موارد زیر هستند.

- پیشران های شگفت انگیز: این پیشران ها مهمترین و تأثیر گذارترین شاخص ها در توسعه صنعت گردشگری شهر یاسوج می باشند و آینده صنعت گردشگری شهر یاسوج به توسعه این پیشران ها وابسته می باشد. این شاخص ها هم نقش تأثیر گذار و هم نقش تأثیر پذیری در رشد و توسعه صنعت گردشگری یاسوج دارند. این پیشرانها عبارتند از؛ شرایط آب و هوایی و اقلیم، طرح جامع گردشگری، تأسیسات زیربنایی، رسانه ها، خدمات رفاهی، آداب و رسوم، بخش خصوصی و امنیت.

- متغیرهای حد واسط: این شاخص ها نقش تأثیرگذاری در روابط بین پیشرانها و دیگر شاخص ها ایجاد می کنند و در آینده سازمان فضایی صنعت گردشگری نقش مهمی ایفا میکنند. این شاخصها عبارتند از؛ برنامه ریزی، سیاستهای تشویقی، شبکه حمل و نقل منطقه، جشنواره ها، بودجه، مدیریت تخصصی، نمایشگاهها، کنفرانس ها و سمینارها، رقابت و صنایع دستی.

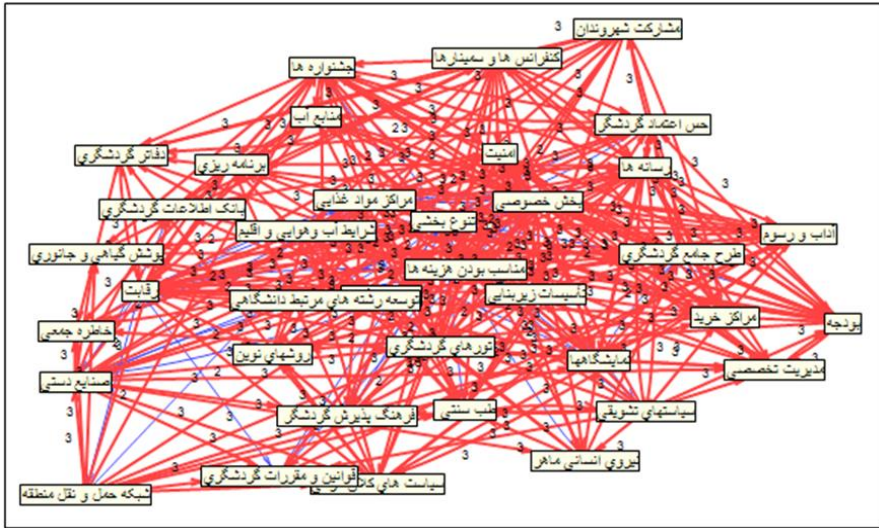
- متغیرهای نتیجه: این شاخصها بیشتر تأثیرپذیر و کمتر تأثیر پذیر هستند و به نوعی از روابط بین دیگر پیشرانهای کلیدی و شاخص ها تأثیر می پذیرند. این شاخص ها عبارتند از، مراکز خرید، فرهنگ پذیرش گردشگر، حس اعتماد گردشگر، خاطره جمعی و مراکز مواد غذایی.

- شاخص های هدایت کننده: این شاخص ها و متغیرها به نوعی فاقد نقش کلیدی و مهم در شکل گیری سازمان فضایی صنعت گردشگری یاسوج هستند ولی نباید کاملاً آنها را فراموش کرد. این عامل ها عبارتند از؛ پوشش گیاهی و جانوری، بانک اطلاعات گردشگری، قوانین و مقررات گردشگری، طب سنتی و توسعه رشته های مرتبط دانشگاهی.

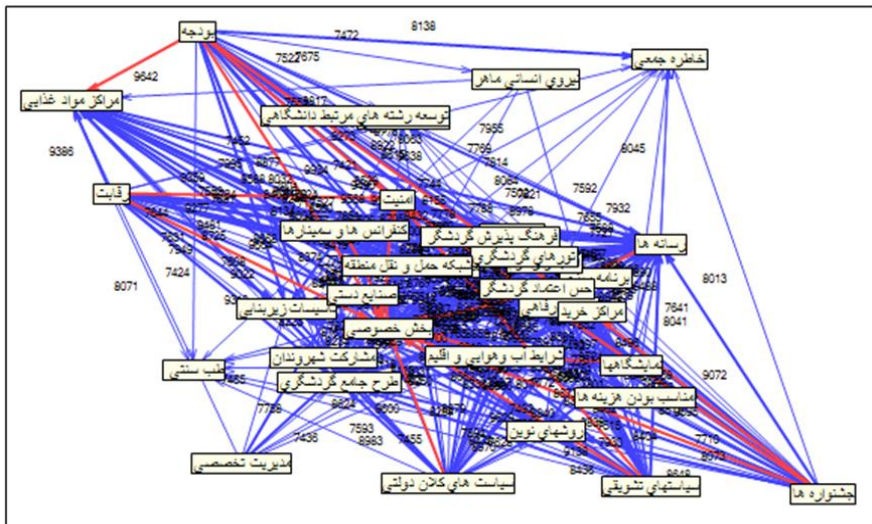


شکل ۴: سازمان فضایی شاخص‌ها

- شاخص‌های تنظیم‌کننده: این شاخص‌ها بیشترین و مهمترین نقش را در تنظیم روابط بین متغیرها برای رشد و بهبود صنعت گردشگری یاسوج دارند. این متغیرها می‌توانند با حفظ تعادل فضایی بین دیگر شاخص‌ها، کمک زیادی به توسعه سیستم گردشگری شهر یاسوج در آینده داشته باشند. این متغیرها عبارتند از: منابع آب، مشارکت شهروندان، نیروی انسانی ماهر، روشهای نوین، مناسب بودن هزینه‌ها، سیاست‌های کلان دولتی، تورهای گردشگری، دفاتر گردشگری و تنوع بخشی. روابط فضایی شکل گرفته در توسعه آینده صنعت گردشگری نشان می‌دهد که برای طراحی سازمان فضایی صنعت گردشگری، پیشرانهای مستقیم در پوشش ۱۰۰ درصد، شاخص‌های مانند کنفرانس‌ها و سمینارها، طرح جامع گردشگری، بخش خصوصی و تأسیسات زیر بنایی در پوشش ۱۰۰ درصد غیر مستقیم، شاخص‌های مانند رقابت، منابع آب، سیاست‌های تشویقی و مدیریت تخصصی سازمان فضایی گردشگری را در آینده تشکیل می‌دهد. همچنین در تأثیرات مستقیم با پوشش ۲۵ درصد شاخص‌های مانند تورهای گردشگری، تنوع بخشی و امنیت و در تأثیرات غیر مستقیم با پوشش ۲۵ درصد متغیرهای از جمله شبکه حمل و نقل منطقه، خدمات



شکل ۷: تأثیرات مستقیم با پوشش ۲۵ درصد



شکل ۸: تأثیرات غیرمستقیم با پوشش ۲۵ درصد

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

- شناسایی سناریوهای مطلوب با روش CIB

پس از تکمیل ساختار تحلیل اثرات متقاطع و شناسایی پیشران‌های شگفت‌انگیز، برای پرهیز از تناقضات و تضادها باید فرضهای سناریو از نقش دوگانه هرکدام از توصیفگرها برای اثرگذاری روی منبع و هدف، پیکربندی خوبی ارائه دهند. در تهیه پرسش‌نامه پیشرانهای کلیدی، به این نکته باید توجه کرد که سازگاری درونی ماتریس ایجاد شده یک سناریو، نیازمند انتخاب متغیرهای توصیفگر

به روشی است که تضمین می‌کند، که هیچ متغیر دیگری از یک توصیف گر یکسان، از جانب آثار ترکیبی دیگر توصیفگرها، به این متغیر توصیفگر قویاً ترجیح داده نمی‌شود. برای تدوین و طراحی سناریوهای محتمل از میان ۸ پیشران کلیدی که از طریق الگوریتم متقاطع شناسایی شده بودند، در نهایت توصیف کننده‌های کلیدی با قواعد کدگذاری شده در روش CIB، ماتریس بندی و دوباره در اختیار متخصصان و خبرگان قرار گرفت. با توجه به گذشته نگری عامل‌های کلیدی یک ماتریس ۲۴ × ۲۴ با این مفهوم (اگر در سازمان فضایی هر یک از وضعیت‌های سه گانه تغییری رخ دهد، چه تأثیری بر روند رشد و نگرش سازمان فضایی صنعت گردشگری یاسوج خواهد گذاشت)، نگارش شد. بدین صورت که بر اساس قضاوت‌های پیش رو، ارتباطات و تعاملات مؤلفه‌ها و فرایندهای ساختار یافته، سناریوهای درباره توسعه پذیری آینده شکل می‌گیرد.

جدول ۴: وضعیت سه گانه مرتبط با هر یک از پیشرانها

عامل	عدم قطعیت	حالت	شرح حالت		
A	شرایط آب و هوایی و اقلیم	A1	A1	A3	تغییر اقلیم
			A2	A3	
B	طرح جامع گردشگری	B1	تدوین طرح جامع گردشگری		
		B2	استفاده از تجربیات و تشکیل کمیسیونهای مرتبط		
		B3	بی توجهی به تدوین طرح		
C	تأسیسات زیربنایی	C1	C1	C3	بی توجهی به توسعه تأسیسات زیربنایی
			C2	C3	
D	رسانه‌ها	D1	سطح بالایی از تعاملات رسانه‌ای		
		D2	ادامه وضع موجود		
		D3	سطح نسبتاً پایینی از تعامل پذیری رسانه‌ای		
E	خدمات رفاهی	E1	E1	E3	بی تفاوتی به افزایش خدمات رفاهی
			E2	E3	
F	آداب و رسوم	F1	تلاش برای ارتقاء کیفی و کمی پیشرفتهای آداب و رسوم		
		F2	בלاتکلیفی و ادامه وضع موجود		
		F3	کاهش اشتراک گذاری آداب و رسوم		

ادامه جدول ۴: وضعیت سه گانه مرتبط با هر یک از پیشرانها

شرح حالت			حالت	عدم قطعیت	عامل
د	ب	ا	H1	امنیت	G
کاهش پیش‌خصوصی	پایداری روند فعلی	افزایش پیش‌خصوصی			
افزایش امنیت					
ثبات امنیت موجود			H2	امنیت	H
کاهش امنیت			H3		

منبع: نگارندگان

نرم افزار سناریو ویزارد با محاسبات سیستمی و روابط فضایی، امکان پالایش نهایی سناریوهای تکاملی، سناریوهای با احتمال ضعیف و سناریوهای با احتمال سازگاری و انطباق بالا را برای محقق فراهم می‌آورد. درجدول (۵)، حالت $\{A1:H1\}$ ، نشان دهنده فاصله شکاف ضعیف تر می‌باشد که در این حالت، فاصله بین رشد صنعت گردشگری و انتظارات زیاد هست. در این حالت سازمان فضایی صنعت گردشگری بیش از آنچه هست انتظار برآورده شدن اهداف توسعه محوری را دارد و به نوعی زمینه ساز رشد صنعت گردشگری هستند. حالت $\{A2:H2\}$ ، نشان دهنده وضعیت ثبات سازمان فضایی صنعت گردشگری شهر یاسوج است و وضعت موجود را بهینه و سودمند می‌داند. در حالت $\{A3:H3\}$ ، بی تفاوتی به رشد صنعت گردشگری یاسوج وجود دارد و به نوعی روابط سیستم دچار بحران شده است که در این حالت نیاز به مدیریت دارد.

جدول ۵: وضعیت‌های هر یک از عوامل به تفکیک هر سناریو

Scenario	Scenario No. 1		Scenario No. 2	Scenario No. 3	Scenario No. 4	Scenario No. 5	Scenario No. 6	Scenario No. 7	Scenario No. 8	Scenario No. 9	Scenario No. 10	score
	عامل ۱	عامل ۲										
عامل ۱	شرایط آب و هوایی و اقلیم	A2	A1	A3	A1	A2	A3	A1	A2	A3	A1	۱۱۰
عامل ۲	طرح جامع گردشگری	B1	B1	B1	B2	B2	B2	B3	B3	B3	B1	۹۳
عامل ۳	تأسیسات زیربنایی	C1	C1	C1	C1	C۲	C1	C1	C1	C1	C2	۹۶
عامل ۴	رسانه‌ها	D1	D1	D1	D1	D1	D1	D1	D1	D1	D1	۹۴
عامل ۵	خدمات رفاهی	E1	E2	E1	E1	E2	E1	E1	E1	E1	E1	۱۰۹
عامل ۶	آداب و رسوم	F1	F1	F1	F1	F3	F1	F1	F1	F1	F1	۹۶
عامل ۷	بخش خصوصی	G1	G1	G3	G1	G1	G1	G1	G1	G1	G1	۱۰۶
عامل ۸	امنیت	H1	H1	H1	H1	H3	H1	H1	H1	H1	H1	۱۰۵
عامل ۸	۸	۱۲۴	۱۰۵	۱۰۶	۱۰۶	۹۵	۹۴	۱۰۹	۹۶	۹۳	۱۱۰	۱۲۴

برای تعیین تدابیر و سیاست‌های لازم از میان سناریوهای بدست آمده، ۱۰ آینده ممکن پیش بینی شده است. بهتر است که این ۱۰ سناریو در برگیرنده‌ی حالت‌های مطلوب و خارجی نیز باشد تا بتوان به یک منظر خارجی نسبت به توسعه مطلوب دست یافت. در پایان این مرحله، بایستی شفافیت زیادی راجع به موارد مرکزی و یا سؤالاتی که ادامه فرآیند سناریو نویسی به آن وابسته است، ایجاد شود. مثالی از موارد گردشگری و توسعه سیستماتیک سازمان فضایی صنعت گردشگری یاسوج به صورت زیر می باشد؛ در ۱۰ سال آتی، آیا صنعت گردشگری یاسوج باید برای توسعه پذیری، متحول شود؟ در زمان ۱۰ ساله، خدمات رفاهی، چگونه ارائه خواهد شد؟ در دوره ۲۰ ساله آتی، متخصصین گردشگری یاسوج برای رشد صنعت گردشگری چه انتظاراتی خواهند داشت و بر اساس چه استراتژی باید حرکت کرد؟.

طبیعی است که سازمان، توانایی برنامه‌ریزی و سیاست گذاری برای ۱۰ سناریو را نخواهد داشت و مقرون به صرفه نخواهد بود. در وضعیت‌های سناریوی بدست آمده، وضعیت مطلوب بر نقش نامطلوب برتری دارد. در کل از ۱۰۰ درصد حالت بررسی شده، ۸۰٪ درصد از وضعیت‌ها داری حالت خوشبینانه، ۱۱٪ حالت وضعیت ثبات و ۹٪ حالت دارای وضعیت بدبینانه می باشند. خوشبینانه‌ترین سناریوی بدست آمده سناریوی شماره یک می باشد و توسعه آینده صنعت گردشگری شهر یاسوج باید مبتنی بر این سناریو باشد. بدترین سناریویی ممکن، سناریوی شماره ۵ می باشد که بیشتر مبتنی بر وضعیت ثبات و بدبینانه نسبت به آینده حرکت می کند.

- نتیجه گیری

امروزه صنعت گردشگری فراتر از یک صنعت، به مثابه پدیده پویای جهانی و اجتماعی است که پیچیدگی‌های خاص خود را دارد و شناخت دقیق و تحلیل علمی این پدیده می تواند چهارچوب مطمئنی برای برنامه ریزی صنعت گردشگری فراهم آورد. هدف از نگارش سناریوهای مختلف در صنعت گردشگری، افزایش توان پیش‌بینی صحیح آینده نیست، بلکه هدف آن است که درک صحیحی از راهبردهای تأثیرگذار آینده در رشد صنعت گردشگری حاصل شود. هدف اصلی از پژوهش حاضر، تعیین و شناسایی راهبردهای تأثیر گذار آینده در توسعه و رشد صنعت گردشگری شهر یاسوج با رویکرد آینده نگاری و سناریو نویسی است. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که پیشرانهای کلیدی و مهم برای توسعه صنعت گردشگری شهر یاسوج عبارتند از؛ شرایط آب و هوایی و اقلیم، طرح جامع گردشگری، تأسیسات زیربنایی، رسانه‌ها، خدمات رفاهی، آداب و رسوم، بخش خصوصی و امنیت. پس از خلق آینده پژوهی، اقدام به سناریو نویسی با روش CIB شد. از میان سناریوهای بدست آمده در نهایت ۱۰ سناریویی نهایی پالایش و انتخاب شدند که ۶۰ درصد وضعیت‌ها، دارای آینده مطلوب و ۲۰ درصد دارای وضعیت غیر مطلوب بوده اند. بهترین سناریوی مطلوب از میان تمام سناریوها، سناریوی شماره یک بود که آب و هوا و اقلیم مبتنی بر حفظ، طرح

جامع گردشگری مبتنی بر تدوین، تأسیسات مبتنی بر توسعه، خدمات مبتنی بر افزایش، رسانه مبتنی بر تعاملات، آداب و رسوم مبتنی بر افزایش کیفیت و کمیت و امنیت مبتنی بر افزایش بوده است. مقایسه بین پژوهش‌های گذشته و پژوهش حاضر، نشان می‌دهد که در بسیاری از پژوهش‌های صورت گرفته شده درباره موضوع گردشگری از جمله؛ افخمی و همکاران (۱۳۹۶)، پیتر و همکاران (۲۰۱۷)، بیشتر بر وضعیت موجود و فعلی گردشگری تأکید و کمتر به مقوله آینده محوری مبتنی بر رشد صنعت گردشگری در آینده پیش رو توجه داشته‌اند. همچنین در پژوهش‌های صورت گرفته شده مبتنی بر روش آینده‌نگاری از جمله، عطریان و همکاران (۱۳۹۴)، یافته‌ها مبتنی بر سرمایه‌گذاری در بخش طرح جامع گردشگری، بودجه، سیاست‌های کلان، رسانه‌ها، سیاست‌های تشویقی، قوانین و مقررات گردشگری، دانش فنی؛ شمش و همکاران (۱۳۹۵)، یافته‌ها مبتنی توجه بیشتر بر سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری سلامت، روستاهای بکر و خوراک می‌باشد. در حالی که در پژوهش حاضر، یافته‌ها مبتنی بر توجه به شرایط آب و هوایی و اقلیم، طرح جامع گردشگری، تأسیسات زیربنایی، رسانه‌ها، خدمات رفاهی، آداب و رسوم، بخش خصوصی و امنیت می‌باشد. در پایان برای توسعه و بهبود صنعت گردشگری شهر یاسوج پیشنهادهاتی به شرح زیر ارائه می‌شود.

- تدوین طرح جامع گردشگری شهر یاسوج؛ عدم وجود نقشه راه گردشگری برای شهر یاسوج به عنوان یک نقطه ضعف اساسی در توسعه صنعت گردشگری شهر یاسوج به حساب می‌آید. با تدوین و اجرایی شدن طرح جامع گردشگری شهر یاسوج در آینده شاهد تحول در زمینه‌های گردشگری و اشتغال در استان خواهیم بود.

- اتصال استان کهگیلویه و بویراحمد به ویژه شهر یاسوج به مسیرهای گردشگری ملی برای گردشگران خارجی؛ به طوری که بعد از ورود گردشگران به شهر شیراز و اصفهان زمینه برای ورود گردشگران به شهر یاسوج فراهم شود.

- معرفی مقاصد جدید گردشگری؛ گردشگران به دنبال مقاصد جدید برای گذران اوقات فراغت خود در سطح شهر یاسوج و استان هستند و معرفی مقاصد جدید به گردشگران داخلی می‌تواند موجب رونق این مقاصد و به‌تدریج آنها را در میان انتخاب‌های گردشگران خارجی قرار داد. امری که می‌تواند همه جای استان را به دنیا معرفی و به تبع آن درآمد صنعت گردشگری را در درآمد همه مردم استان توزیع کند.

- استفاده از رسانه‌ها و تعاملات تبلیغاتی؛ یکی از مهم‌ترین اقداماتی که در زمینه توسعه صنعت گردشگری در یاسوج باید صورت گیرد، معرفی امکانات، قابلیت‌ها، توانمندی‌ها، جاذبه‌ها و امکانات مختلف گردشگری شهر و استان به مخاطبان داخلی و خارجی است. رسانه‌ها با ایفای نقش مؤثر در پیشرفت‌های کمی و کیفی در ابعاد گوناگون زندگی و توسعه ارتباطات از جوانب مختلف، طلایه‌داران این جنبش به شمار می‌روند.

- استفاده از متخصصان و نیروهای خبره و همچنین همکاری و ورود دانشگاهیان، نخبگان، پژوهشگران و دانشجویان استان به عرصه‌های مختلف توسعه صنعت گردشگری یاسوج.
- برگزاری کلاس‌های آموزشی برای ارتقای فرهنگ گردشگری در جامعه بومی مبتنی بر گردشگری داخلی و خارجی
- سرمایه‌گذاری از طریق بخش خصوصی.
- افزایش خدمات و امکانات رفاهی و تأسیسات زیر بنایی؛ در راهبردهای مربوط به توسعه گردشگری نیازمند یک رشد متوازن خواه بود یعنی به همان نسبتی که برای افزایش آمار گردشگران و رونق گردشگری شهر یاسوج برنامه‌ریزی می‌شود باید زیرساخت‌های مورد نیاز را نیز فراهم کرد.
- سرمایه‌گذاری در بخش حمل و نقل و تقویت حمل و نقل منطقه‌ای.
- توجه به ظرفیت و آستانه تحمل‌پذیری مناطق گردشگری شهر برای جلوگیری از تخریب و نابودی طبیعت.
- توجه بیشتر به گردشگری در زمینه‌های فعالیت‌های روستایی اطراف شهر یاسوج مبتنی بر آداب و رسوم روستائیان مانند فعالیتهای دامداری، کشاورزی و....

منابع

۱. افخمی، بهروز، علیزاده، محمد و اروچی، حسن (۱۳۹۶). شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران میراث از مجموعه جهانی شیخ صفی‌الدین اردبیلی، نشریه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۲، شماره ۳۷: ۹۵-۱۱۴.
۲. پورمحمدی، محمدرضا (۱۳۸۹). برنامه ریزی کاربری اراضی شهری، انتشارات سمت، چاپ ششم.
۳. تقدیسی، احمد، وارثی، حمید رضا، احمدیان، مهدی و عسکری، حمید (۱۳۹۴). شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در مناطق روستایی (مطالعه موردی: مناطق روستایی شهرستان جیرفت)، مجله پژوهش و برنامه ریزی روستایی، سال ۴، شماره ۱: ۱-۱۴.
۴. خاکی، غلام رضا و طبائیان، سید کمال (۱۳۸۶). میزگرد آینده شناسی ضرورتی برای ورود مقتدرانه به فردا، مجله تدبیر، قسمت ۲، شماره ۷۹: ۲۷-۱۸.
۵. خیرگو، منصور و شکر، زینب (۱۳۹۰). توسعه فرآیند سیاستگذاری با استفاده از راهبرد آینده نگاری، فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت نظامی، شماره ۲۴: ۱۲۵-۱۰۳.
۶. زالی، نادر و بهشتی، محمد باقر (۱۳۸۸). شناسایی عوامل کلیدی توسعه منطقه ای با رویکرد برنامه ریزی بر پایه سناریو (مطالعه موردی استان: آذربایجان شرقی)، نشریه برنامه ریزی و آمایش فضا، دوره ۱۵، شماره ۱: ۶۳-۴۱.
۷. ضیایی، محمود، عباسی، داود، کاظمیان، غلامرضا و کروی، مهدی (۱۳۹۶). طراحی و تدوین الگوی سه بعدی مدیریت گردشگری شهر تهران، نشریه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۲، شماره ۳۷: ۲۴-۱.
۸. عطریان، فروغ، عظیمی، نورالدین و زالی، نادر (۱۳۹۴). آینده نگاری راهبردی و سیاست گذاری توسعه گردشگری منطقه ای با رویکرد سناریونویسی (نمونه موردی: استان همدان)، پایان نامه کارشناسی ارشد گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه گیلان.
۹. قادری، رضا، هادیانی، زهره، محمدی، کاوه و ابوبکری، طاهره (۱۳۹۰). استراتژی های برنامه ریزی های منطقه ای گردشگری با استفاده از تکنیک SWOT (مطالعه ی موردی: شهرستان پیرانشهر)، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، سال اول، شماره ۳، صص: ۴۳-۲۷.
۱۰. کاظمی، مهدی (۱۳۸۹)، مدیریت گردشگری، انتشارات سمت، چاپ دوم.
۱۱. کانتری، محسن و ملک، مرضیه (۱۳۹۳). تحلیل فضایی و سطح بندی جاذبه های گردشگری و زیرساخت ارتباطی و شبکه ی راه در مناطق کویری ایران (مطالعه موردی: شهرستان خور و بیابانک)، مجله مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال ۵، شماره ۱۷: ۵۳-۱۷.
۱۲. میرکتولی، جعفر و مصدق، راضیه (۱۳۸۹). بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی (پژوهش موردی: دهستان استرآباد جنوبی)، مجله مطالعات پژوهش های شهری و منطقه ای، شماره ۷: ۱۵۴-۱۳۷.

۱۳. ناظمی، امیر(۱۳۸۶). سمینار آشنایی با آینده نگاری منطقه ای، مرکز ملی آمایش سرزمین، سازمان مدیریت و برنامه ریزی آذربایجان شرقی.
14. Asan, S.S. and Umut, A. (2007). Qualitative cross-impact analysis with time consideration, **Technological forecasting, and social change Management**, 74(5): 101-120.
15. Conaghan, A., Hanrahan, J. and McLoughlin, E. (2015). A model for the transition towards the sustainable management of tourism destinations in Ireland, **International Journal for Responsible Tourism**, 4(2): 103-122.
16. Fahey, L. and Robert M. (2000). Learning from the future, competitive foresight scenarios, Canada, **Regional Studies Management**, Vol. 4: 57-81.
17. George, J.P. and Pramod, V.R. (2014). An interpretive structural model (ISM) analysis approach in steel re rolling mills (SRRMs), **International Journal of Research in Engineering and Technology**, 2(4): 106-125.
18. Hawkins, Donald, E. and Shaun, M. (2007). The World Bank's role in tourism development, **Annals of Tourism Research**, 34(2): 348-363.
19. Lesly, F. (2000). **Sustainable Tourism Master Plan of Baneh**, <https://www.uneca.org/publications/001/sustainable-tourism-master-plan>
20. Manuel, R., Patricia Pinto and João, S. (2017). Residents' attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: The case of developing island countries, **Tourism Management**, Vol. 61: 523-537.
21. Hall, M. and Stephen, J. (2002). **The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place, and Space**, Rutledge Publisher, edition 2nd, 200.
22. Miles, I. and Keenan, M. (2002). **Practical Guide to regional Foresight in the United, Kingdom". Prest Policy Regional in Engineering, Science and Technology**, University of Manchester United Kingdom.
23. Peter, S. R.R. (2017). Productivity growth and income in the tourism sector: Role of tourism demand and human capital investment, **Tourism Management**, Vol. 61: 523-537.
24. Prasanna, S. and Raja Ramanna, T. (2014). Application of ICT Benefits for Bulding Project Management Using ISM Model, **International Journal of Research in Engineering and Technology**, 3(6): 68-78.
25. Smith, J., Reid, S. and McCloskey, R. (2007). The effectiveness of regional marketing alliances: A case study of the Atlantic Canada tourism partnership 2000- 2006, **Tourism Management**, 29(3): 581-593.