

Research Paper

Identifying the Key Drivers Affecting Tourism Development with the Foresight Approach (Case Study: Golden Tourism Triangle of Isfahan, Fars, and Yazd)

Mohammad Bagher Nadi¹ , Mohsen Rafieian^{*2} 

¹ Master of Urban Planning, Faculty of Art and Architecture, Yazd University, Yazd, Iran (baghernadi@stu.yazd.ac.ir)

² Assistant Professor, Faculty of Art and Architecture, Yazd University, Yazd, Iran (mrafian@yazd.ac.ir)

 10.22080/JTPD.2022.23314.3676

Received:
June 26, 2022

Accepted:
November 23, 2022

Available online:
February 5, 2023

Keywords:
Golden Triangle of
Tourism, Foresight,
Isfahan, Fars, Yazd

Abstract

Context and Purpose: Tourism activity greatly affects the economies of different countries and in this regard, it is important to identify the factors affecting tourism development. In the present study, due to the potential that the Golden Triangle of tourism in Isfahan, Fars, and Yazd has for tourism development, it has been selected as a case study to identify the key indicators affecting its tourism development with a future research approach.

Methodology/approach: The present study is applied research and has been carried out through library studies, interviews, and questionnaires with experts and professionals familiar with the topics of tourism and foresight. Micmac software was also utilized in doing this research. For this purpose, the first 33 primary factors affecting tourism development were identified using library studies and interviews with experts, and then by forming a matrix of cross-effects and using the opinions of respondents, and utilizing Micmac software, the key drivers affecting tourism development were identified. Respondents were purposefully selected and theoretical saturation was reached after 14 samples.

Findings: The research findings indicate that 11 factors, including "macro government policies", "interaction of institutions", "provincial management style", "specialized management", "branding and motivation of travel", "natural attractions", "historical monuments and cultural heritage", "handicrafts and indigenous", "tourism culture", "transportation infrastructure", and "tourism infrastructure and services", are the key drivers of tourism development in the three Golden Triangles of tourism.

Conclusion: The result of the research indicates that the mentioned drivers can be divided into two categories: "organizational and managerial" and "branding", and planning to develop and improve their performance can make a significant contribution to the development of tourism in these three provinces.

Originality/value: Considering the memorandum of understanding of the tourism Golden Triangle project between the provinces of Isfahan, Fars, and Yazd and the lack of investigation of the drivers effective on the tourism development of these three provinces in the previous studies, the current research is innovative and has been authenticated by interviewing experts related to the subject.

*Corresponding Author: Mohsen Rafieian

Address: Assistant Professor, Faculty of Art and Architecture, Yazd University, Yazd, Iran

Email: mrafian@yazd.ac.ir

Tel: 09125112613



Extended Abstract

1. Introduction

According to experts, tourism industry can reduce the dependence of the economy on the oil industry (Mousavi et al., 2019: 50) and act as a high-income, healthy, and clean industry for the economy of each country, region, and city and increase national income (Asadpour et al., 2022: 4). Due to its four-season nature, tourist attractions, and seven-thousand-year-old civilization, Iran has the potential to be in the first ranks of world tourism and a valuable source of currency and employment (Asadpour et al., 2022: 2). According to the World Tourism Organization, Iran is ranked tenth in ancient attractions and ranked fifth in natural attractions in the world (Mousavi et al., 2019: 50); but unfortunately, despite the many tourist attractions, Iran does not have a significant place in this lucrative industry (Ismailpour & Parsa., 2014: 2). One of the important factors in creating change and transformation in the tourism sector is its comprehensive study (Mousavi et al., 2019: 50). Therefore, the present research attempts to study different dimensions of tourism development and identify the key factors affecting Tourism development in the three provinces of the Golden Triangle of tourism.

2. Research Methodology

The present study follows a combination of quantitative and qualitative models. It is applied in terms of purpose and analytical and exploratory in terms of nature. The researchers used library studies, upstream documents, interviews, and questionnaires to collect the research data. The statistical population of the

study included experts and professionals in the three cities of Isfahan, Yazd, and Shiraz, or those who were familiar with the topics of tourism and foresight. The sampling was done purposefully and theoretical saturation was reached after 14 samples. Qualitative data were collected through library research and interviews and quantitative data were collected through a questionnaire. Accordingly, in the first step, 33 factors affecting the tourism of the Golden Triangle cities of tourism in the dimensions of "economic", "socio-cultural", "physical-infrastructure", "organizational-institutional", "marketing", and "tourist attractions" were collected through library research and field studies. In the second step, receiving the opinions of executive and academic experts who were selected based on criteria such as familiarity with the concepts of Foresight, tourism, and the provinces of Isfahan, Fars, and Yazd and availability and readiness for cooperation, the validity of the factors was assessed. This method ensures that all the factors that reflect the subject are considered in the research. In the third step, questionnaires were purposefully distributed among the mentioned people and they were asked to score 0 to 3 points in the matrix of cross-effects on factors, based on their effect on each other, with integers 0 to 3. Then, these points were entered into Micomac software, and the most important factors affecting the tourism of the golden triangle of tourism in Iran in the future were extracted.

3. Research Findings

The research findings show that 11 factors, including "macro government policies", "interaction of institutions", "provincial management style", "specialized management", "branding and motivation

of travel", "natural attractions", "historical monuments and cultural heritage", "indigenous handicrafts", "tourism culture", "transportation infrastructure", and "tourism infrastructure and services", are the key drivers of tourism development in the three Golden Triangles of tourism.

4. Conclusion

The key factors affecting the development of tourism in the Golden Triangle of tourism can be divided into two general categories that planning to develop and improve their performance can make a significant contribution to the development of tourism in these three provinces.

The first category of drivers is related to the organizational and managerial dimension and indicates the importance of appropriate planning in the large-scale government and the three provinces of the Golden Triangle of tourism to advance the goals of tourism prosperity in the Golden Triangle of tourism and in this regard, various devices should have the necessary interaction with each other. This can be effective by networking the organizational affairs of these provinces in order to facilitate the travel of tourists between the three provinces.

The second category of drivers is branding. It can be said that one of the

most important characteristics that make a tourist attraction and even attract the population to live, is branding, which is related to the mental image in the mind of the target audience. This mental image can be due to the natural and historical attractions, handicrafts, culture, service, and tourism infrastructure that the area offers. Therefore, building a suitable brand with the special characteristics of these three provinces can be effective as an important driver for tourism prosperity in these three provinces.

Funding

This article has no financial support.

Authors' Contribution

The contribution of the authors is based on the promotion points of the University of Yazd.

Conflict of Interest

The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

The authors appreciate all the scientific consultants in this study.



علمی پژوهشی

شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: مثلث طلایی گردشگری اصفهان، فارس، یزد)

محمدباقر نادى^۱ ID، محسن رفیعیان^{۲*} ID

^۱ کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری دانشگاه یزد (baghernadi@stu.yazd.ac.ir)
^۲ استادیار گروه شهرسازی دانشکده هنر و معماری دانشگاه یزد (mrafian@yazd.ac.ir)



10.22080/JTPD.2022.23314.3676

چکیده

زمینه و هدف: گردشگری از صنایعی است که فعالیت‌های آن تا حد زیادی بر اقتصاد کشورهای مختلف تأثیر می‌گذارد و در این راستا شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری حائز اهمیت است. در پژوهش حاضر به دلیل پتانسیل بالقوه‌ای که مثلث طلایی گردشگری اصفهان، فارس و یزد جهت توسعه گردشگری دارد، به عنوان مطالعه موردی انتخاب شده است تا با رویکرد آینده‌پژوهی، شاخص‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری آن شناسایی گردند.

روش‌شناسی: پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کاربردی است که با استفاده از مطالعات کتاب-خانه‌ای، مصاحبه و پرسش‌نامه با خبرگان و حرفه‌مندان آشنا با موضوعات گردشگری و آینده‌پژوهی و به کمک نرم‌افزار میک‌مک انجام گرفته است. بدین منظور در ابتدا ۳۳ عامل اولیه مؤثر بر توسعه گردشگری با استفاده از مطالعات کتاب‌خانه‌ای و مصاحبه با خبرگان شناسایی شدند و سپس با تشکیل ماتریس اثرات متقاطع و بهره‌گیری از نظرات پرسش‌شوندگان و با استفاده از نرم‌افزار میک‌مک، پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری شناسایی شدند. پرسش‌شوندگان به صورت هدمند انتخاب شدند و در نمونه (۱۴) اشباع نظری شکل گرفت.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که ۱۱ عامل «سیاست‌های کلان دولت»، «تعامل دستگاه‌ها»، «شیوه مدیریت استان»، «مدیریت تخصصی»، «برندسازی و ایجاد انگیزه سفر»، «جاذبه‌های طبیعی»، «آثار تاریخی و میراث فرهنگی»، «صنایع دستی و بومی»، «فرهنگ گردشگری»، «زیرساخت‌های حمل و نقل» و «زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری» پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری در سه استان مثلث طلایی گردشگری هستند.

نتیجه‌گیری: نتیجه پژوهش بیان می‌کند که می‌توان پیشران‌های مذکور را به دو دسته «سازمانی و مدیریتی» و «برندسازی» تقسیم کرد و برنامه‌ریزی جهت توسعه و بهبود عملکرد آن‌ها می‌تواند سهم قابل توجهی در توسعه گردشگری این سه استان داشته باشد.

نوآوری و اصالت: با توجه به تفاهم‌نامه طرح مثلث طلایی گردشگری میان استان‌های اصفهان، فارس و یزد و عدم بررسی پیشران‌های مؤثر بر توسعه گردشگری این سه استان در پژوهش‌های پیشین، از این حیث، پژوهش حاضر دارای نوآوری است که با مصاحبه با صاحب‌نظران مرتبط با موضوع، اصالت یافته است.

تاریخ دریافت:

۵ تیر ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش:

۲ آذر ۱۴۰۱

تاریخ انتشار:

۱۶ بهمن ۱۴۰۱

کلیدواژه‌ها:

مثلث طلایی گردشگری،
آینده‌پژوهی، اصفهان، فارس،
یزد.

* نویسنده مسئول: محسن رفیعیان

آدرس: دانشکده هنر و معماری دانشگاه یزد

ایمیل: mrafian@yazd.ac.ir

تلفن: ۰۹۱۲۵۱۱۲۶۱۳

۱ مقدمه

گردشگری فرهنگی- تاریخی و همچنین اعتلای فرهنگ و هویت سرزمینی میان مدیران و فعالان گردشگری این استان‌ها منعقد شد. این امر ایجاب می‌کند تا جهت توسعه گردشگری در این منطقه، پژوهش و برنامه‌ریزی‌های مشترکی برای آن‌ها انجام گیرد.

از آنجاکه جهت توسعه و تحول در بخش گردشگری، مطالعه همه‌جانبه آن (Mousavi et al., 2019: 50) و شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری (Nasr, 2020: 56) حائز اهمیت هستند؛ پژوهش حاضر، با مطالعه همه‌جانبه ابعاد گردشگری در مثلث طلایی گردشگری ایران، درصد پاسخ به این پرسش است که پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری در مثلث طلایی گردشگری کدامند؟ پاسخ به این پرسش، می‌تواند برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران و مدیران شهری را در پاسخ به این سؤال کلی‌تر یاری کند که: چگونه می‌توان جهت توسعه گردشگری در مثلث طلایی گردشگری، برنامه‌ریزی مشترکی انجام داد؟ در این راستا با توجه به ماهیت برنامه‌ریزی که برای آینده صورت می‌گیرد، پژوهش حاضر با رویکرد آینده‌پژوهی انجام گرفته است که از نتایج این آینده‌پژوهی می‌توان به عنوان مکمل طرح‌های توسعه شهری نیز استفاده کرد (Hartmann, 2011: 341). پیش از این پژوهش‌های مختلفی به موضوعات آینده‌پژوهی و گردشگری پرداخته‌اند که یافته‌ها یا نتایج برخی از مهم‌ترین آن‌ها در جدول ۱، آورده شده است:

توسعه گردشگری، فواید اقتصادی (افزایش تولید ناخالص داخلی، اشتغال‌زایی، افزایش درآمد ساکنان و جذب سرمایه‌گذاران خارجی)، اجتماعی (افزایش فعالیت‌های فرهنگی و تبادل فرهنگی، مشارکت اجتماعی، ترویج ارزش‌های فرهنگی بومی) و زیست‌محیطی (حفاظت از محیط‌زیست، منابع و چشم‌اندازهای طبیعی) متعددی را به همراه دارد (Motaghi, 2020, 86). به اعتقاد کارشناسان گردشگری، این صنعت می‌تواند وابستگی اقتصاد به صنعت نفت را کاهش دهد (Mousavi et al., 2019: 50) و به عنوان صنعتی پردرآمد، سالم و پاک برای اقتصاد هر کشور، منطقه و شهر عمل کرده و درآمد ملی را نیز افزایش دهد (Asadpourkordi et al., 2022: 2). کشورهای مختلف جهان، در رقابت جهت کسب فواید مختلف گردشگری به برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در این حوزه توجه خاصی دارند (Nasr, 2020: 56). کشور ایران نیز به دلیل داشتن طبیعتی چهار فصل، جاذبه‌های گردشگری و تمدن هفت‌هزار ساله، این قابلیت را دارد که در ردیف‌های نخست گردشگری جهان قرار گیرد و منبع با ارزش ارزیابی و اشتغال باشد (Asadpourkordi et al., 2022: 4) اما علی‌رغم جاذبه‌های فراوان گردشگری، در این صنعت پرسود، جایگاه قابل توجهی ندارد (Ismailpour & Parsa., 2014: 2). یکی از مهم‌ترین مناطق مستعد توسعه گردشگری در ایران، مثلث طلایی گردشگری یعنی استان‌های اصفهان، فارس و یزد است که در سال ۱۳۹۸ نیز تفاهم‌نامه‌ای با هدف توسعه گردشگری و با نگاهی ویژه به وجه مشترک

جدول شماره یک- پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی مرتبط با آینده‌پژوهی و گردشگری

کشور	منبع	عنوان پژوهش	یافته‌ها یا نتایج
داخلی	Nazmfar & Alibakhshi (2022)	آینده‌پژوهی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری (نمونه موردی: استان اردبیل)	عوامل طرح جامع گردشگری، رسانه‌ها، سیاست‌های تشویقی، سیاست‌های کلان دولت، توزیع امکانات، تأسیسات زیربنایی، مراکز تفریحی، افزایش انگیزه‌بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری، مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری گردشگری، برنامه‌ریزی، امکانات امنیتی، بودجه، وجود چشمه‌های آب گرم و معدنی، بهبود سیستم‌های اطلاع‌رسانی، ۱۴ پیشران کلیدی گردشگری استان اردبیل هستند.
	Mohammadi & Behboodi Saadabad (2022)	کاربست آینده‌پژوهی در برنامه‌ریزی حفاظتی بافت تاریخی (مورد مطالعه: عرصه ثبت جهانی یزد)	مهم‌ترین پیشران‌های مؤثر بر آینده بافت تاریخی، میزان وابستگی درآمد دولت به اقتصاد نفتی، توان رقابت‌پذیری بین‌المللی و الگوی مصرف است.
	Al-Daghi et al., (2021)	تدوین سناریوهای توسعه منطقه گردشگری استان گلستان، با رویکرد آینده‌پژوهی	۸ عامل در توسعه گردشگری آینده استان گلستان تأثیرگذار هستند که عبارت‌اند از: مشارکت بخش خصوصی، فرهنگ پذیرش گردشگر، کارآفرینی در بخش گردشگری، تأسیس مراکز خرید، امنیت گردشگران داخلی و خارجی، درآمد بخش گردشگری و تأسیسات زیربنایی دولت در صنعت گردشگری.
	Sharifinia (2021)	عوامل کلیدی مؤثر در توسعه پایدار گردشگری روستایی در استان مازندران با رویکرد سناریو مبنا	۸ متغیر کلان اثرگذار بر تقویت گردشگری روستان در استان مازندران عبارت‌اند از: «بودجه و اعتبارات»، «برنامه‌ریزی»، «اکوتوریسم»، «نیروی انسانی متخصص»، «قوانین و مقررات»، «سیاست‌های کلان»، «مدیریت تخصصی» و «روش‌های نوین تبلیغاتی».
	Sarai et al., (2021)	شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر در گردشگری پایدار و تدوین مطلوب‌ترین سناریو، مورد پژوهی: شهر تاریخی میبد	۵ پیشران حیاتی (جاذبه، تاریخ، اقتصاد، مدیریت و برنامه‌ریزی) به عنوان عوامل و پیشران‌های کلیدی توسعه صنعت گردشگری شهر میبد محسوب
	Nasr (2020)	شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر گردشگری در کلان‌شهر شیراز با رویکرد آینده‌پژوهی	منابع آب، تبلیغات، مدیریت محلی، آثار تاریخی، امنیت غذایی، امنیت، سیاست‌های کلان ملی در حوزه گردشگری و مشارکت شهروندان، ۸ پیشران کلیدی مؤثر بر گردشگری در کلان‌شهر شیراز هستند.
	Behzadi et al., (2019)	شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌نگاری (مطالعه موردی: استان یزد)	۱۰ عامل سطح توسعه و وضعیت اقتصادی جامعه محلی، هدفمند کردن تخصیص اعتبارات توسعه توریسم، تورم، زیرساخت حمل‌ونقل و خدماتی، اطلاع‌رسانی و هوشمند، خشک‌سالی و کاهش کیفی و کمی منابع آبی، امنیت، طرح جامع، سازمان‌های مردم‌نهاد و اصلاح و توسعه روابط بین

<p>سازمانی از عوامل کلیدی تأثیرگذار بر توسعه گردشگری استان یزد هستند.</p>			
<p>متغیرهای بخش زیرساختی و خدماتی بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری مناطق مورد مطالعه دارند.</p>	<p>تعیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: شهرستان‌های استان مازنداران)</p>	<p>Dehdehzhadeh & Ahmadifard (2019)</p>	
<p>ده عامل کلیدی بر آینده توسعه گردشگری پایدار شهر کرمان تأثیرگذارند که از میان آن‌ها، رقابت‌پذیری تأثیرگذارتر است و سپس عوامل حذف موانع سفر، گسترش فضاهای ساخته شده مرتبط با گردشگری، تخریب محیط در اثر ساخت‌وساز بیش از حد خانه‌های دوم و مشارکت و همبستگی قرار دارند.</p>	<p>شناسایی پیشران‌های مؤثر بر وضعیت آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده‌پژوهی</p>	<p>AliAkbari et al., (2019)</p>	
<p>از ۳۷ عامل کلیدی، ۸ پیشران کلیدی توسعه صنعت گردشگری یاسوج عبارت‌اند از: شرایط آب و هوایی و اقلیم، طرح جامع گردشگری، تأسیسات زیربنایی، رسانه‌ها، خدمات رفاهی، آداب و رسوم، بخش خصوصی و امنیت.</p>	<p>برنامه‌ریزی توسعه صنعت گردشگری مبتنی بر روش آینده‌پژوهی و سناریونویسی (مطالعه موردی شهر یاسوج)</p>	<p>Taghvaei & Hosseinihkah (2017)</p>	
<p>۸ عامل احساس امنیت روانی و اجتماعی گردشگران، افزایش زیرساخت‌های حمل و نقل، ارائه خدمات و تسهیلات مادی و غیر مادی برای جذب سرمایه‌گذار، مسئولیت‌پذیری و مشارکت مردم در حفظ و نگهداری امکانات رفاهی، آثار تاریخی و میراث فرهنگی، افزایش امکانات و خدمات گردشگری (امنیت، بانکی، بیمه‌ای، تفریحی و ...)، برگزاری جشنواره‌های فصلی و فرهنگی و افزایش کیفیت هتل‌ها و تجهیز حمل‌ونقل، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی هستند.</p>	<p>تدوین سناریوهای عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی با استفاده از سناریو ویزارد</p>	<p>Mousavi et al., (2019)</p>	
<p>عوامل فرهنگ، صلح، امنیت، زیرساخت‌های توسعه‌یافته، تسهیلات ویزا، زیباسازی طبیعی، نگرش مردم، تعداد گردشگر، قرنطینه، جمعیت جهان، تحصیلات، سطح درآمد، سطح قیمت کالاهای مختلف در جهان، زبان‌های مختلف و کرایه هتل بر صنعت گردشگری در جهان مؤثر هستند.</p>	<p>عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری و تأثیرات آن بر اقتصاد جهانی جهان</p>	<p>Khan et al. (2020)</p>	
<p>اقتصاد، جامعه، محیط‌زیست، منابع گردشگری انسانی، منابع گردشگری طبیعی، منابع انسانی گردشگری، محصولات و خدمات گردشگری، کیفیت گردشگری، زیرساخت‌ها، امکانات فنی، مدیریت دولتی و گروه معیارهای ارزیابی توسعه گردشگری پایدار، دوازده عاملی هستند که بر توسعه گردشگری پایدار مؤثر هستند.</p>	<p>عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری پایدار در باریاوونگ تاو، ویتنام</p>	<p>VU et al. (2020)</p>	خارجی



تجزیه و تحلیل عوامل کلان محیطی مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی، مطالعه موردی لیتوانی	Barkauskas et al. (2015)	پنج گروه عوامل اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، طبیعی- اکولوژیکی، سیاسی-حقوقی و فناوری می‌توانند بر توسعه گردشگری مؤثر باشند.
ارزیابی رقابت پذیری گردشگری شهری	Cibinskiene & Snieskiene (2015)	دو گروه عوامل بیرونی (از جمله مکان اقامت، سیستم آموزش و سیاست پولی دولت) و عوامل درونی (آژانس‌های مسافرتی، باغ وحش و تئاتر به عنوان زیرساخت‌ها و منابع گردشگری) که تقریباً اهمیت یکسانی دارند، می‌توانند در لیتوانی موجب جذب گردشگر شوند.
از آینده پژوهی شهری تا آینده شهری، پتانسیل‌ها و محدودیت‌های آینده پژوهی برای توسعه یکپارچه شهری	Hartmann (2011)	آینده‌نگاری شهری در ایجاد دید مشترک و درک مشترک از آینده احتمالی یا مطلوب و در فراهم آوردن فضای مشارکت ذی‌نفعان و شهروندان بسیار مؤثر است.

۲ ادبیات پژوهش

فعالیت‌های صنعت گردشگری تأثیر زیادی بر اقتصاد بسیاری از کشورها دارد (Singh et al., 2021: 1)، عنصری مهم در توسعه اقتصاد جهانی است و برای کشورهای در حال توسعه و پیشرفته، می‌تواند منبع درآمد پیشرو باشد (Rostamzadeh et al., 2022: 51). در واقع بسیاری از کشورهای مختلف، این صنعت پرسود را منبع اصلی اشتغال، درآمد، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی خود قرار داده‌اند (Lee & Liu., 2011:43). براساس آمارهای سازمان جهانی گردشگری، حجم پولی که از طریق جهانگردان دنیا طی یک سال جابه‌جا می‌شود، حدود ۲/۵ برابر درآمد سالانه کشورهای عضو ایک از محل فروش نفت است. همچنین کارشناسان معتقدند که هر دلار سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری، در مدت بیست سال حدود چهار هزار دلار درآمد عاید سرمایه‌گذار خواهد کرد؛ اما کشور ایران، علی‌رغم جاذبه‌های فراوان گردشگری، در این صنعت پرسود، جایگاه قابل توجهی ندارد (Ismailpour & Parsa., 2014: 2). در این راستا سؤالاتی مطرح است که چه عواملی می‌توانند در بهبود وضعیت موجود مؤثر باشند؟ چگونه می‌توان برای آینده مطابق خواسته‌ها

صنعت گردشگری از صناعی است که آینده پژوهی در آن اهمیت بسیاری دارد (Mousavi et al., 2019: 50) و همان‌طور که در جدول ۱، آورده شده است، تاکنون پژوهش‌های مختلفی به موضوع آینده پژوهی گردشگری پرداخته‌اند، اما در مطالعات جهانی برنامه‌ریزی براساس آینده‌نگاری در گردشگری در دوران اولیه خود است (Postma, 2015: 48) و در ایران نیز تاکنون پژوهشی به آینده پژوهی گردشگری در مثلث طلایی گردشگری ایران، یعنی استان‌های اصفهان، فارس و یزد نپرداخته‌اند. از سوی دیگر، تفاهم‌نامه‌ای که با هدف گسترش و تقویت حوزه‌های مرتبط با گردشگری و با نگاهی ویژه به وجه مشترک گردشگری فرهنگی- تاریخی و همچنین اعتلای فرهنگ و هویت سرزمینی میان سه استان مثلث گردشگری، امضا شده، ایجاد می‌کند تا برنامه‌ریزی مشترکی برای آن‌ها انجام گرفته و عوامل مؤثر در توسعه گردشگری در این مثلث طلایی گردشگری شناسایی گردد. بنابراین پژوهش حاضر از حیث محتوا و مطالعه موردی دارای تفاوت با پژوهش‌های پیش از خود است. در این راستا از نتایج آینده پژوهی می‌توان به عنوان مکمل طرح‌های توسعه شهری نیز استفاده کرد (Hartmann, 2011: 341).

است که احتمالاً بیشترین منافع اقتصادی و اجتماعی را به همراه خواهد داشت» (UNIDO, 2005:8). گویگان و همکاران نیز بیان می‌کنند که: «آینده‌پژوهی یک فرآیند سیستماتیک و مشارکتی، همراه با جمع‌آوری اطلاعات از آینده و فرآیند ایجاد چشم‌انداز میان مدت است که با تصمیم‌گیری‌های امروز و بسیج اقدامات مشترک انجام می‌شود» (Gavigan et al, 2001:3). با بهره‌گیری از آینده‌پژوهی، علاوه بر شناسایی پیشران‌های مؤثر بر گردشگری، می‌توان عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه آن را نیز مشخص نمود (Esmaeili, 2022: 17). پژوهش حاضر، با مراجعه به پژوهش‌های پیشین مرتبط با گردشگری و آینده‌پژوهی در ایران، عوامل پرتکرار، مهم و تأثیرگذار بر توسعه گردشگری در ایران را استخراج کرده است که در جدول ۲، آورده شده‌اند.

برنامه‌ریزی کرد؟ این سؤالات، پرسش‌های اصلی مفهومی به نام «آینده‌پژوهی» هستند (Pedram, 2009: 4) و بنابراین پژوهش حاضر جهت توسعه گردشگری، رویکرد آینده‌پژوهی را برگزیده است.

آینده‌پژوهی ابزاری است که به انسان فرصت می‌دهد تا آینده را به کنترل درآورده و بتواند آن را به گونه‌ای دلخواه معماری نماید تا در مصاف با آینده مبهم کمترین ضرر و بیشترین منفعت را به دست آورد (Pedram, 2009: 3). پرتکرارترین نقل قول، در مورد آینده‌پژوهی از بن مارتین^۱ (۱۹۹۵) است که آن را این گونه توصیف می‌کند: «فرآیندی است که با هدف شناسایی زمینه‌های تحقیقات راهبردی و فناوری‌های نوظهور عمومی، در تلاش برای بررسی منظم آینده درازمدت علم، فناوری، اقتصاد و جامعه

جدول شماره دو- عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری در ایران

ردیف	ابعاد	عوامل	منبع
۱	اقتصادی	بودجه دولت	(Nazmfar & Alibakhshi, 2022), (Mousavi et al., 2019), (Sharifinia, 2021), (Taghvaei & Hosseinikhah, 2017), (Nasr, 2020), (Behzadi et al., 2019), (Parizadi et al., 2018)
۲		سرمایه‌گذار و بخش خصوصی	(Nazmfar & Alibakhshi, 2022), (Mousavi et al., 2019), (Sharifinia, 2021), (AliAkbari et al., 2019), (Parizadi et al., 2018), (Mohammadi & Behboodi, 2022), (Al-Daghi et al., 2021)
۳		تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی	(Sharifinia, 2021), (Mohammadi & Behboodi, 2022)
۴		هزینه‌ها	(Taghvaei & Hosseinikhah, 2017), (Nasr, 2020)
۵		کارآفرینی گردشگری	(Al-Daghi et al., 2021)
۶		وابستگی دولت به درآمد نفتی	(Mohammadi & Behboodi, 2022)
۷	اجتماعی- فرهنگی	نظارت مردم محلی و امنیت	(Mousavi et al., 2019), (AliAkbari et al., 2019), (Al-Daghi et al., 2021)
۸		آموزش و اطلاع‌رسانی مردم	(Mousavi et al., 2019), (AliAkbari et al., 2019), (Al-Daghi et al., 2021)

¹ . Ben Martin

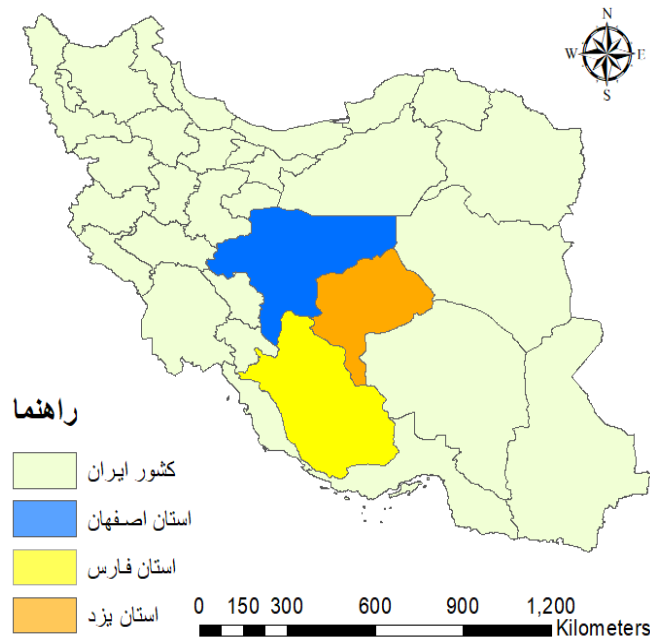


Taghvaei &)، (Sharifinia, 2021)، (Mousavi et al., 2019)، (AliAkbari et al., 2019)، (Hosseinikhah, 2017)، (Behzadi)، (Nasr, 2020)، (Mohammadi & Behboodi, 2022) (et al., 2019)	مشارکت مردم	۹
(Taghvaei & Hosseinikhah, 2017)، (Sharifinia, 2021)	آداب و رسوم محلی	۱۰
،(Sharifinia, 2021)، (Nazmfar & Alibakhshi, 2022) (Nasr, 2020)، (AliAkbari et al., 2019)	صنایع دستی و بومی	۱۱
(AliAkbari et al., 2019)	فرهنگ گردشگری	۱۲
(Mohammadi & Behboodi, 2022)	سرمایه اجتماعی	۱۳
،(Mousavi et al., 2019)، (Nazmfar & Alibakhshi, 2022)، (Saraei et al., 2021)، (Mohammadi & Behboodi, 2022) Al-)، (Taghvaei & Hosseinikhah, 2017)، (Sharifinia, 2021) (Behzadi et al., 2019)، (Nasr, 2020)، (Daghi et al., 2021)	زیرساختها و خدمات گردشگری (مسافرخانهها و هتلها و ..)	۱۴
،(Mousavi et al., 2019)، (Nazmfar & Alibakhshi, 2022)، (Taghvaei & Hosseinikhah, 2017)، (Saraei et al., 2021) (Behzadi et al., 2019)، (Nasr, 2020)، (AliAkbari et al., 2019)	زیرساختهای حمل و نقل (جادهای و هوایی)	۱۵
(Parizadi et al., 2018)، (AliAkbari et al., 2019)	تغییر کاربری اراضی	۱۶
،(Taghvaei & Hosseinikhah, 2017)، (Sharifinia, 2021)، (Al-Daghi et al., 2021)، (Parizadi et al., 2018) (Nasr, 2020)، (Mohammadi & Behboodi, 2022)	سیاستهای کلان دولت	۱۷
(Parizadi et al., 2018)	شیوه مدیریت استان	۱۸
(Mohammadi & Behboodi, 2022)، (Al-Daghi et al., 2021)	روابط سیاسی بین المللی	۱۹
Parizadi et al.,)، (Sharifinia, 2021)، (Mousavi et al., 2019) (Behzadi et al., 2019)، (2018)	تعامل دستگاهها	۲۰
،(Taghvaei & Hosseinikhah, 2017)، (Mousavi et al., 2019) (Nasr, 2020)	نیروی انسانی متخصص	۲۱
،(Taghvaei & Hosseinikhah, 2017)، (Mousavi et al., 2019) (Nasr, 2020)	تورهای گردشگری	۲۲
،(Taghvaei & Hosseinikhah, 2017)، (Mousavi et al., 2019) (Nasr, 2020)	قوانین و مقررات	۲۳
(Behzadi et al., 2019)، (Nasr, 2020)، (Saraei et al., 2021)	طرحها و برنامههای گردشگری	۲۴
(AliAkbari et al., 2019)، (Sharifinia, 2021)	سازمانهای مردم نهاد	۲۵
(Taghvaei & Hosseinikhah, 2017)	مدیریت تخصصی	۲۶
،(Mousavi et al., 2019)، (Nazmfar & Alibakhshi, 2022)، (Taghvaei & Hosseinikhah, 2017)، (Saraei et al., 2021) (Nasr, 2020)، (Parizadi et al., 2018)	اطلاع رسانی و تبلیغات و رسانه جهت معرفی جاذبهها	۲۷
،(Mousavi et al., 2019)، (Nazmfar & Alibakhshi, 2022) Al-)، (Taghvaei & Hosseinikhah, 2017)، (Sharifinia, 2021) (Behzadi et al., 2019)، (Nasr, 2020)، (Daghi et al., 2021)	کنفرانسها و نمایشگاههای گردشگری	۲۸
(Mousavi et al., 2019)	دفاتر خدمات مسافرتی	۲۹

Behzadi et al.,)، (AliAkbari et al., 2019)، (Sharifinia, 2021) (2019)	برندسازی و ایجاد انگیزه سفر		۳۰
Taghvaei &)، (Nazmfar & Alibakhshi, 2022) (Nasr, 2020)، (Hosseinikhah, 2017)	رشته‌های دانشگاهی مرتبط		۳۱
،(Mousavi et al., 2019)، (Nazmfar & Alibakhshi, 2022) ،(Taghvaei & Hosseinikhah, 2017)، (Sharifinia, 2021) (Al-Daghi et al., 2021)، (Parizadi et al., 2018)	جاذبه‌های طبیعی	جاذبه‌های گردشگری	۳۲
،(Mousavi et al., 2019)، (Nazmfar & Alibakhshi, 2022) (Sharifinia, 2021)، (Saraei et al., 2021)	آثار تاریخی و میراث فرهنگی		۳۳

طبیعی این سه شهر در سطوح استانی، ملی و بین‌المللی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و می‌تواند موجب رونق گردشگری گردیده و فواید حاصل از آن را به دنبال خواهد داشت، بنابراین پژوهش حاضر در تلاش است تا به شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری در مثلث طلایی گردشگری ایران، بپردازد. در شکل ۱، موقعیت جغرافیایی سه استان تشکیل‌دهنده مثلث طلایی گردشگری ایران آورده شده است.

در نشست سه‌جانبه مدیران شهری و فعالان گردشگری استان‌های اصفهان، فارس و یزد، در سال ۱۳۹۸، تفاهم‌نامه طرح مثلث طلایی گردشگری ایران با عضویت سه استان مذکور به صورت رسمی امضا گردید. این تفاهم‌نامه با هدف گسترش و تقویت حوزه‌های مرتبط با گردشگری و با نگاهی ویژه به وجه مشترک گردشگری فرهنگی- تاریخی و همچنین اعتلای فرهنگ و هویت سرزمینی منعقد شد. شناساندن ظرفیت‌های فرهنگی، تاریخی و



شکل شماره یک- موقعیت جغرافیایی مثلث طلایی گردشگری در سه استان اصفهان، فارس، یزد (ترسیم: نگارندگان)

۳ روش‌شناسی پژوهش

شدند. در گام دوم، با دریافت نظرات خبرگان اجرایی و دانشگاهی که براساس ملاک‌هایی همچون آشنایی با مفاهیم آینده‌پژوهی، گردشگری و استان‌های اصفهان، فارس و یزد و در دسترس بودن و آمادگی جهت همکاری، انتخاب شده بودند، روایی عامل‌ها با روش روایی محتوایی بررسی شد. این روش اطمینان می‌دهد که همه عوامل انعکس‌دهنده موضوع، در پژوهش، مدنظر قرار گرفته‌اند (Qolipour, 2012: 41). در گام سوم، پرسش‌نامه‌هایی به روش هدفمند میان افراد مذکور توزیع شد و از ایشان خواسته شد تا در چارچوب ماتریس اثرات متقاطع به عامل‌ها، بر مبنای میزان اثرگذاری آن‌ها برهم، با اعداد صحیح ۰ تا ۳ امتیاز دهند. سپس با توجه به اینکه بهترین روش تجمیع نظرات خبرگان، استفاده از مدل نظرات است (Asgharpour, 2017)، مد هریک از این داده‌ها از طریق نرم‌افزار اکسل استخراج شد و این امتیازات در نرم‌افزار میک‌مک ۲ وارد شد و مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر گردشگری مثلث طلایی گردشگری ایران در آینده استخراج شد. در شکل ۲، فرآیند انجام پژوهش، آورده شده است.

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت، تحلیلی و اکتشافی است که با به‌کارگیری ترکیبی از مدل‌های کمی و کیفی و با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، رجوع به اسناد بالادستی، مصاحبه و انجام پرسش‌نامه با خبرگان و حرفه‌مندان در سه استان اصفهان، فارس، یزد و یا آشنا با موضوعات گردشگری و آینده‌پژوهی انجام شده است که به روش هدفمند انتخاب شدند. داده‌های کیفی از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی و داده‌های کمی از طریق مصاحبه با کارشناسان جمع‌آوری گردیده‌اند. با وجود آنکه به نظر می‌رسید، در نمونه ۱۲ اشباع نظری شکل یافته است، مصاحبه تا نمونه ۱۴ هم ادامه یافت. بر همین اساس، در گام اول، تعداد ۳۳ عامل تأثیرگذار بر گردشگری در ابعاد «اقتصادی»، «اجتماعی-فرهنگی»، «کالبدی- زیرساختی»، «سازمانی- نهادی»، «بازاریابی» و «جاذبه‌های گردشگری» از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری



شکل شماره دو- فرآیند انجام پژوهش

در جدول ۳ نیز مشخصات مصاحبه‌شوندگان و پرسش‌شوندگان و نوع ارتباطشان با موضوع آورده شده است:

². Micmac

¹. Mode

جدول شماره سه- مشخصات مصاحبه‌شوندگان و پرسش‌شوندگان

تحصیلات	تعداد	نوع ارتباط با موضوع
دکتری	۴	هیأت علمی دانشگاه در حوزه آینده‌پژوهی و گردشگری
کارشناسی ارشد و دکتری	۵	پژوهشگر در حوزه‌های آینده‌پژوهی و گردشگری
کارشناسی و کارشناسی ارشد	۵	حرفه‌مندان شاغل در اصفهان، فارس، یزد
-	۱۴	مجموع

۴ یافته‌ها

گردشگری استخراج شد و جهت اطمینان از جامع‌بودن آن‌ها به کارشناسان مذکور در جدول ۳ مراجعه شد. این ۳۳ عامل در جدول ۴ آورده شده است.

همان‌طور که در بخش روش پژوهش ذکر شد، با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، ۳۳ عامل تأثیرگذار بر آینده گردشگری مثلث طلایی

جدول شماره چهار- عوامل تأثیرگذار بر گردشگری در مثلث گردشگری طلایی ایران در آینده

ردیف	ابعاد	عوامل	شناسه در میک‌مک	ردیف	ابعاد	عوامل	شناسه در میک‌مک
۱	اقتصادی	بودجه دولت	بودجه	۱۷	سازمانی- نهادی	سیاست‌های کلان دولت	دولت
۲		سرمایه‌گذار و بخش خصوصی	ب خصوصی	۱۸		شیوه مدیریت استان	استان
۳		تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی	تحریم	۱۹		روابط سیاسی بین‌المللی	روابط س
۴		هزینه‌ها	هزینه‌ها	۲۰		تعامل دستگاه‌ها	تعامل
۵		کارآفرینی گردشگری	کارآفرینی	۲۱		نیروی انسانی متخصص	ن انسانی
۶	اجتماعی- فرهنگی	وابستگی دولت به درآمد نفتی	نفت	۲۲	تورهای گردشگری	تورها	
۷		نظارت مردم محلی و امنیت	نظارت	۲۳	قوانین و مقررات	مقررات	
۸		آموزش و اطلاع‌رسانی مردم	آموزش	۲۴	طرح‌ها و برنامه‌های گردشگری	برنامه‌ها	
۹		مشارکت مردم	مشارکت	۲۵	سازمان‌های مردم‌نهاد	مردم‌نهاد	
۱۰		آداب و رسوم محلی	آداب و رسوم	۲۶	مدیریت تخصصی	مدیریت	
۱۱		صنایع دستی و بومی	صنایع دستی	۲۷	اطلاع‌رسانی و تبلیغات و رسانه جهت معرفی جاذبه‌ها	تبلیغات	



۱۲	فرهنگ گردشگری پذیر	فرهنگ	۲۸	کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌های گردشگری	نمایشگاه
۱۳	سرمایه اجتماعی	سرمایه اج	۲۹	دفاتر خدمات مسافرتی	دفاتر
۱۴	زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری (مسافرخانه‌ها و هتل‌ها و ..)	خدمات	۳۰	برندسازی و ایجاد انگیزه سفر	برندسازی
۱۵	زیرساخت‌های حمل‌ونقل (جاده‌ای و هوایی)	حمل‌ونقل	۳۱	رشته‌های دانشگاهی مرتبط	دانشگاه
۱۶	تغییر کاربری اراضی	کاربری	۳۲	جاذبه‌های گردشگری	طبیعت
			۳۳	آثار تاریخی و میراث فرهنگی	تاریخی

می‌دهد عوامل انتخابی تأثیر نسبتاً زیادی بر یکدیگر دارند. از مجموع ۱۰۸۹ رابطه قابل ارزیابی در این ماتریس، «۱۹۳» رابطه عدد صفر شد که نشان می‌دهد این عوامل بر هم بی‌تأثیر هستند و این تعداد حدود «۱۷,۷۲» درصد کل ماتریس را به خود اختصاص داده است. همچنین این ماتریس نشان می‌دهد رابطه دو به دو میان «۳۳۳» مورد از عوامل، نسبتاً ضعیف، «۳۹۷» مورد متوسط و «۱۶۶» مورد زیاد است که در جدول ۵ آورده شده است.

پس از ایجاد اطمینان از جامع بودن عوامل، جهت شناسایی عوامل تأثیرگذار و تأثیرپذیر و مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در گردشگری استان‌های اصفهان، فارس و یزد در آینده با کسب نظرات کارشناسان به نرم‌افزار میک‌مک، که توسط گودت ایجاد شده (Nazarko et al., 2017: 476) مراجعه گردید و تحلیل ساختاری انجام گرفت. ابعاد ماتریس ۳۳×۳۳ بود که در ۶ بخش مختلف تنظیم شد. درجهٔ پرشدگی «۸۲,۲۷» درصد شد که نشان

جدول شماره پنج-ویژگی‌های عمومی ماتریس مورد مطالعه

شاخص	ابعاد ماتریس	تعداد تکرار	تعداد صفرها	تعداد یک	تعداد ۲	تعداد ۳	جمع	درجهٔ پرشدگی
مقدار	۳۳×۳۳	۲	۱۹۳	۳۳۳	۳۹۷	۱۶۶	۸۹۶	۸۲,۲۷

که این امر بیانگر روایی و پایایی بالای پرسش‌نامه‌ها و پاسخ‌های داده شده است.

مطابق جدول ۶، مشاهده می‌شود که ماتریس با دو بار تکرار از مطلوبیت و بهینگی بالایی برخوردار شده

جدول شماره شش- درجه مطلوبیت و بهینه‌شدگی ماتریس

تکرار	تأثیرپذیری (درصد)	تأثیرگذاری (درصد)
۱	۹۵	۹۵
۲	۱۰۰	۱۰۰

دستگاه‌ها»، «شیوه مدیریت استان»، «مدیریت تخصصی»، «برندسازی و ایجاد انگیزه سفر»، «جاذبه‌های طبیعی»، «آثار تاریخی و میراث فرهنگی»، «صنایع دستی و بومی»، «فرهنگ گردشگری»، «زیرساخت‌های حمل و نقل» و «زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری» پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری در سه استان مثلث طلایی گردشگری هستند.

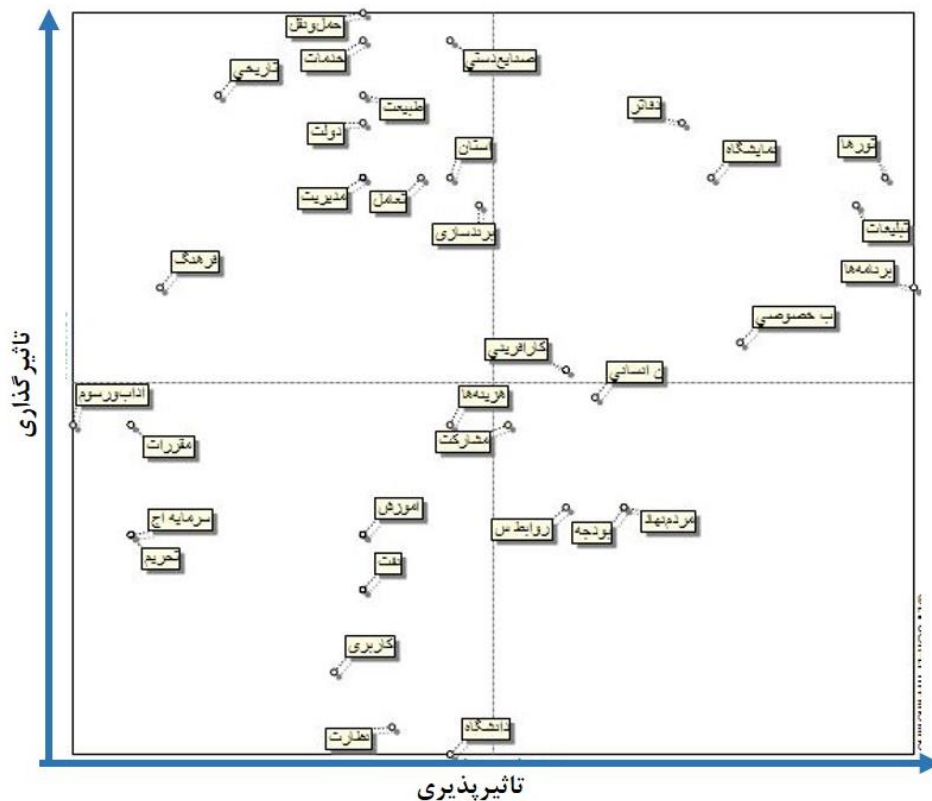
۳- متغیرهای گوشه سمت راست پایین (شکل ۳)، متغیرهای با کمترین تأثیرگذاری و بیشترین تأثیرپذیری یا وابستگی هستند. به این متغیرها، متغیرهای وابسته می‌گویند. تغییر در این متغیرها، گاه در نتیجه تأثیر متغیرهای کلیدی و گاه بر اثر تأثیر غیرمستقیم اثر متغیرهای کلیدی بر متغیرهای اعتماد (گوشه سمت راست بالا) است (Molaei, 2015: 22). در پژوهش حاضر، «نیروی انسانی متخصص»، «روابط سیاسی بین‌المللی»، «بودجه دولت»، «مشارکت مردم» و «سازمان‌های مردم‌نهاد» در این دسته جای می‌گیرند.

۴- متغیرهایی که در سمت چپ پایین نمودار قرار می‌گیرند (شکل ۳)، هم تأثیرگذاری کمی دارند و هم وابستگی کمی به دیگر متغیرها دارند. این دسته از متغیرها کم‌ترین اهمیت را در یک سیستم دارند (Molaei, 2015: 22). در پژوهش حاضر، «هزینه‌ها»، «قوانین و مقررات»، «آداب و رسوم محلی»، «سرمایه اجتماعی»، «تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی»، «آموزش و اطلاع‌رسانی مردم»، «وابستگی دولت به درآمد نفتی»، «تغییر کاربری اراضی»، «نظارت مردم محلی و امنیت» و «رشته‌های دانشگاهی مرتبط» در این دسته جای می‌گیرند.

در یکی از مهم‌ترین خروجی‌های نرم‌افزار میک‌مک و ماتریس تحلیل ساختاری، هریک از عوامل در فضای دو بعدی در نموداری چهار بخشی مطابق شکل ۳، قرار می‌گیرند و بنابراین می‌توان چهار دسته متغیر را شناسایی کرد:

۱- متغیرهایی که در گوشه سمت راست بالای نمودار قرار می‌گیرند (در شکل ۳)، هم بیشترین تأثیرپذیری (وابستگی) از سایر متغیرها را داشته و هم بیشترین تأثیرگذاری بر متغیرهای دیگر را دارند. به این متغیرها، متغیرهای اعتماد گفته می‌شود. این متغیرها در واقع شاخص ناپایداری در سیستم هستند؛ زیرا به دلیل وابستگی به متغیرهای دیگر به سرعت تأثیرات را جذب می‌کنند و به دلیل تأثیرگذاری به سرعت تأثیرات را انتقال می‌دهند. به بیان دیگر، سرعت تأثیرگذاری و تأثیرپذیری این متغیرها سبب می‌شود که قابلیت بالایی برای برهم زدن ناپایداری سیستم داشته باشند (Molaei, 2015: 21-22). در پژوهش حاضر، عوامل «دفاتر خدمات مسافرتی»، «کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌های گردشگری»، «تورهای گردشگری»، «اطلاع‌رسانی و تبلیغات و رسانه»، «طرح‌ها و برنامه‌های گردشگری»، «سرمایه‌گذار و بخش خصوصی» و «کارآفرینی گردشگری» عوامل یا متغیرهای اعتماد هستند که هم تأثیرگذاری و هم تأثیرپذیری زیادی بر گردشگری در سه استان اصفهان، فارس و یزد دارند.

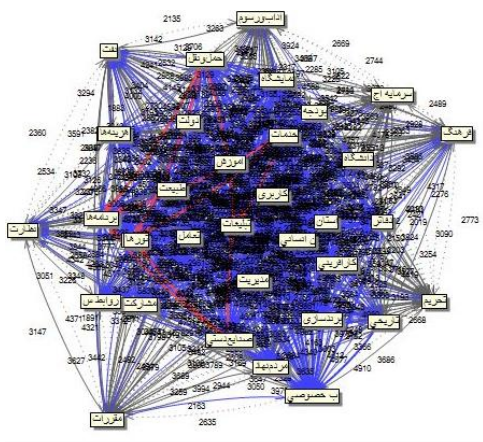
۲- متغیرهای گوشه سمت چپ بالا (شکل ۳)، متغیرهای با کمترین وابستگی و بیشترین تأثیر هستند که در واقع پیشران‌های اثرگذار سیستم به حساب می‌آیند (Molaei, 2015: 22). در پژوهش حاضر، ۱۱ عامل «سیاست‌های کلان دولت»، «تعامل



شکل شماره سه- پراکندگی شاخص ها در صفحه تأثیرگذاری و تأثیر پذیری

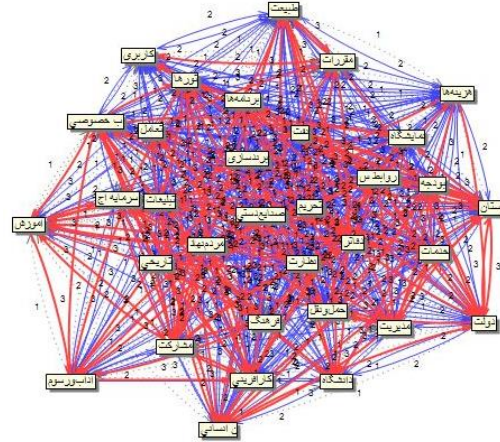
مشکی نقطه چین به معنای تأثیرگذاری ضعیف (۱) عامل اول بر عاملی است که جهت فلش به سمت آن رفته است.

گراف تأثیرگذاری مستقیم و غیر مستقیم شاخص ها در شکل های ۴ و ۵ آورده شده است. در این گراف ها، خطوط قرمز به معنای تأثیرگذاری قوی (۳)، خطوط آبی به معنای تأثیرگذاری متوسط (۲) و خطوط



--- Weakest influences
--- Weak influences
--- Moderate influences
--- Relatively strong influences
--- Strongest influences

شکل شماره پنج- گراف تأثیرگذاری غیرمستقیم



--- Weakest influences
--- Weak influences
--- Moderate influences
--- Relatively strong influences
--- Strongest influences

شکل شماره چهار- گراف تأثیرگذاری مستقیم

گردشگری در مثلث طلایی گردشگری ایران استخراج شدند. در پژوهش‌های مشابه با پژوهش حاضر که در شهرها و استان‌های دیگر انجام گرفته است، برخی از این پیشران‌ها به عنوان پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری در شهرها و استان‌های دیگر شناسایی شده‌اند و پژوهش حاضر با آن‌ها هم‌سو است (جدول ۷).

با مراجعه به جدول ۱، در سطح جهان، عواملی همچون تسهیلات صدور ویزا، صلح، امنیت، زیرساخت‌ها و منابع طبیعی و تاریخی از اهمیت ویژه‌ای جهت توسعه گردشگری برخوردار هستند. با این حال در مثلث طلایی گردشگری، به سبب آنکه علاوه بر گردشگری بین‌المللی، گردشگری داخلی نیز مد نظر است، برخی عوامل تغییر می‌یابند. در پژوهش حاضر، پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه

جدول شماره هفت- مقایسه پیشران‌های مشترک برای گردشگری در مثلث گردشگری ایران با سایر پژوهش‌ها

منبع	پیشران‌های گردشگری
Nasr, 2020؛ Sharifinia, 2021؛ Nazmfar & Alibakhshi, 2022	سیاست‌های کلان دولت
Dehdezadeh & Ahmadifard, 2019؛ Taghvaei & Hosseinikhah, 2017 Behzadi et al., 2019	زیرساخت‌های حمل‌ونقل
Mosavi et al.,؛ Taghvaei & Hosseinikhah, 2017؛ Nazmfar & Alibakhshi, 2022 Dehdezadeh & Ahmadifard, 2019؛ 2019	زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری
Sharifinia, 2019؛ Taghvaei & hosseinikhah, 2017	جاذبه‌های طبیعی
Nasr, 2020؛ Saraei et al., 2021	جاذبه‌های تاریخی
Al-Daghi et al., 2021	فرهنگ گردشگری‌پذیری

ایجاد انگیزه سفر»، «شیوه مدیریت استان» و «صنایع دستی و بومی». در این میان، برندسازی در قالب برخی مؤلفه‌های آن از جمله تبلیغات (Nasr, 2020؛ Sharifinia, 2021)، رسانه‌ها (Taghvaei & Alibakhshi, 2022)، سیستم‌های اطلاع‌رسانی (Hosseinikhah, 2017)، (Behzadi et al., 2019؛ Nazmfar & Alibakhshi, 2022) به صورت غیر مستقیم در سایر پژوهش‌ها مورد اشاره قرار گرفته است. شیوه مدیریت استان نیز پیش از این تحت عنوانی با مقیاس کوچک‌تر یعنی مدیریت محلی (Nasr, 2020) بیان شده بود؛ اما تعامل دستگاه‌های موجود پیشرانی خاص‌تر برای سه استان اصفهان، فارس و یزد بوده و بیانگر این مهم است که با شبکه‌کردن امور سازمانی این استان، لازم است موجبات سهولت سفر گردشگران گردیده تا برای گردشگرانی که از مناطق یکی از این سه استان بازدید می‌کنند، امکان سفر به دو استان دیگر به راحتی میسر گردد.

همان‌طور که از جدول ۷، مشخص است، عوامل سیاست‌های کلان دولت (Nazmfar & Alibakhshi, 2022؛ Sharifinia, 2021؛ Nasr, 2020)، زیرساخت‌های حمل‌ونقل (Taghvaei & Hosseinikhah, 2017)، (Behzadi et al., 2019؛ Dehdezadeh & Ahmadifard, 2019؛ Nazmfar & Alibakhshi, 2022؛ Taghvaei & Hosseinikhah, 2017؛ Mosavi et al., 2019؛ Dehdezadeh & Ahmadifard, 2019)، جاذبه‌های طبیعی (Taghvaei & Alibakhshi, 2022؛ Sharifinia, 2019؛ hosseinikhah, 2017)، جاذبه‌های تاریخی (Nasr, 2020؛ Saraei et al., 2021)، مدیریت تخصصی (Sharifinia, 2021)، فرهنگ گردشگری (Al-Daghi et al., 2021) به عنوان پیشران‌های کلیدی مؤثر بر گردشگری در پژوهش‌های دیگر نیز شناسایی شده‌اند که حاکی از اهمیت کلی این پیشران‌ها است.

پژوهش حاضر علاوه بر دستیابی به پیشران‌های مذکور، به چهار پیشران کلیدی جدید و خاص‌تر برای مثلث طلایی گردشگری اشاره می‌کند که عبارت‌اند از «تعامل دستگاه‌ها»، «برندسازی و

پیشران‌ها مورد توجه برنامه‌سازان و تصمیم‌گیران قرار گیرد. این پیشران‌ها در شکل ۶، آورده شده است.

صنایع دستی نیز به عنوان پیشرانی مهم می‌تواند بر گردشگری، اشتغال و اقتصاد این سه استان تأثیر فراوانی داشته باشد و لازم است برای رونق گردشگری در مثلث طلایی گردشگری در آینده این

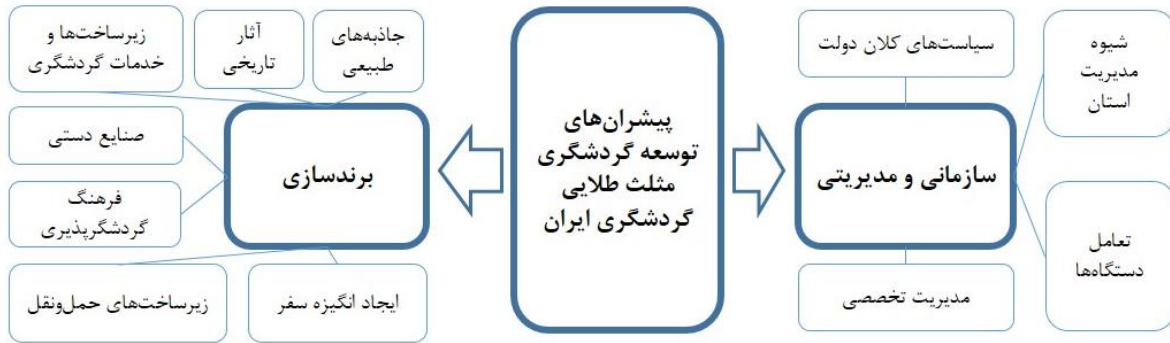


شکل شماره شش- برخی از پیشران‌های گردشگری مثلث طلایی گردشگری

حاضر عوامل «سیاست‌های کلان دولت»، «تعامل دستگاه‌ها»، «شیوه مدیریت استان»، «مدیریت تخصصی»، «برندسازی و ایجاد انگیزه سفر»، «جاذبه‌های طبیعی»، «آثار تاریخی و میراث فرهنگی»، «صنایع دستی و بومی»، «فرهنگ گردشگرپذیری»، «زیرساخت‌های حمل و نقل» و «زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری» پیشران‌های توسعه گردشگری در مثلث طلایی گردشگری ایران هستند. با نگاهی عمیق‌تر به پیشران‌های به‌دست‌آمده برای مثلث طلایی گردشگری، مطابق شکل ۷، می‌توان آن‌ها را به دو دسته کلی تقسیم کرد که برنامه‌ریزی جهت توسعه و بهبود عملکرد آن‌ها می‌تواند سهم قابل توجهی در توسعه گردشگری این سه استان داشته باشد:

۵ نتیجه‌گیری

کشور ایران به سبب عوامل طبیعی، تاریخی، اجتماعی و فرهنگی مختلف، دارای مناطق مستعد متعددی جهت توسعه گردشگری است؛ اما وجود این عوامل به تنهایی برای رونق گردشگری کافی نیست و نیازمند برنامه‌ریزی‌های مناسب در این راستا است. پژوهش حاضر تلاش کرده است تا پیشران‌های کلیدی توسعه گردشگری را در مثلث طلایی گردشگری ایران در سه استان اصفهان، فارس و یزد با بهره‌گیری از نظرات کارشناسان مختلف حوزه گردشگری استخراج کند تا سازمان‌های دولتی و خصوصی حوزه گردشگری را در برنامه‌ریزی و اتخاذ تصمیمات مناسب یاری کند. براساس نتایج پژوهش



شکل شماره هفت- دسته‌بندی پیشران‌های مثلث طلایی گردشگری ایران

دسته اول پیشران‌ها، مربوط به بعد سازمانی و مدیریتی است و بیانگر این مهم است که لازم است در مقیاس کلان دولتی و نیز سه استان مثلث طلایی گردشگری، برنامه‌ریزی مناسب برای پیشبرد اهداف رونق گردشگری در مثلث طلایی گردشگری انجام گردد و در این راستا دستگاه‌های مختلف، تعامل لازم را با یکدیگر داشته باشند. این امر می‌تواند با شبکه کردن امور سازمانی این استان‌ها در راستای سهولت سفر گردشگران بین سه استان نیز مؤثر واقع گردد. دسته دوم پیشران‌ها، برندسازی است: می‌توان گفت، یکی از مهم‌ترین شاخصه‌هایی که موجب می‌شود منطقه‌ای جاذب گردشگر شده و حتی جمعیت را برای سکونت جذب کند، برندسازی است که با تصویر ذهنی موجود در ذهن مخاطب هدف خود در ارتباط است. این تصویر ذهنی می‌تواند به سبب جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، صنایع دستی، فرهنگی و یا زیرساخت‌های خدماتی و گردشگری مناسبی باشد که آن منطقه ارائه می‌دهد. بنابراین، ساخت برندی مناسب با ویژگی‌های خاص این سه استان، می‌تواند به عنوان پیشرانی مهم برای رونق گردشگری این سه استان مؤثر واقع گردد.

حامی مالی

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

تمام نویسندگان، در همه‌ی بخش‌ها نگارش مقاله حاضر نقش و سهم برابر دارند.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان، از همه‌ی افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکت‌شان در این مقاله تشکر و قدردانی می‌نمایند.



منابع

- AliAkbari, E., Poorahmad, A., Jalalabadi, L. (2019), Identifying the drivers of the future of sustainable tourism in Kerman with a futures research approach, *Journal of Tourism and Development Research*, Volume 7, Number 1, Spring 2016, pp. 178-156. (In Persian).
- Al-Daghi, Z., Ebrahimi, A., Shojaei, S., Didekhani, H. (2021), Development of scenarios for the development of the tourism region of Golestan province, with the approach of futures research, *geography and development*, No. 58, pp. 74-59. (In Persian).
- Asadpourkordi, M., Amirnejad, H., Naseri Ojaki, S, H., Shirzadi, L, S. (2022), The efficiency of Iran's tourism industry and its analysis in different climates, *Bi-Quarterly Journal of Social Tourism Studies*, Year 9, Issue 18, Fall and Winter 1400, pp. 28 - 1. (In Persian).
- Asgharpour, M, J. (2017), group decision making and game theory with an operations research approach, Tehran University Publishing Institute(In Persian).
- Barkauskas, V., Barkauskienė, K., & Jasinskas, E. (2015). Analysis of macro environmental factors influencing the development of rural tourism: Lithuanian case. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 167-172.
- Behzadi, S., Rahnama, M, R., Javan, J., Anabestani, A. (2019), Identifying the key factors affecting tourism development with a futuristic approach (Case study: Yazd province), *Geographical studies of arid regions*, Volume 9, Number 33. (In Persian).
- Cibinskiene, A., & Snieskiene, G. (2015). Evaluation of city tourism competitiveness. *Procedia-social and behavioral sciences*, 213, 105-110.
- Dehdehzhadeh S., Parvin., Ahmadifard, N., (2019), Determining the key drivers of tourism development with a future research approach (Case study: Cities of Mazandaran province), *Geography and Environmental Sustainability*, No. 30, pp. 89-73. (In Persian).
- Esmaili, S., Ghaderi, E., Yavari Gohar, F., & Yasouri, M. (2022). Explaining driving factors affecting the development of the hospitality and tourism entrepreneurship ecosystem (Case study: Bandar Anzali city). *Journal of Tourism Planning and Development*, 11(41), 7-41. (In Persian).
- Gavigan, J., Scapolo, F., Keenan, M., Miles, I., Farhi, F., Lecoq, D., ... & Di Bartolomeo, T. (2001). FOREN (Foresight for Regional Development Network) a practical guide to regional Foresight.
- Hartmann, C. (2011). From Urban Foresight to Urban Futures? Potentials and Limitations of Forward Looking Activities for Integrated Urban Development. na.
- Ismailpour, H., Parsa, S. (2014). Location branding, definitions, barriers and solutions; *Bahman and Esfand Business Reviews*, No. 63. (In Persian).

- Khan, N., Hassan, A. U., Fahad, S., & Naushad, M. (2020). Factors affecting tourism industry and its impacts on global economy of the world. Available at SSRN 3559353
- Lee, T. & R. Liu, (2011): Strategy Formulation for the recreational areas of Central Taiwan: An application of SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threat), analysis Journal of Hospitality Management and Tourism, Vol. 2, No. 3, pp: 38- 47.
- Mohammadi, H., Behboodi Saadabad, M. (2022), Future application of research in conservation planning of historical context (case study: Yazd World Registry), Geographical Research of Urban Planning, Volume 9, Number 2, pp. 427-417. (In Persian).
- Molaei, M, M., Talebian, H. (2015), The Future of Research on Iranian Issues by Structural Analysis, Quarterly Journal of Parliament and Strategy, Volume 23, Number 86. (In Persian).
- Motaghi, S. (2020), Comparative analysis of regional tourism with an income-oriented approach, Urban Tourism Quarterly, Volume 7, Number 2. (In Persian).
- Mousavi, M., Jalalian, I., Kahaki, F. (2019), Development of scenarios of factors affecting the development of tourism in West Azerbaijan province using the Wizard scenario, Urban Tourism, Volume 4, Number 3, Fall 2017, pp. 62-49. (In Persian).
- Nasr, T. (2020), Identifying the key factors affecting tourism in Shiraz metropolis with a future research approach, Quarterly Journal of Research and Urban Planning, Volume 10, Number 37. (In Persian).
- Nazarko, J., Ejdays, J., Halicka, K., Nazarko, Ł., Kononiuk, A., & Olszewska, A. (2017). Structural analysis as an instrument for identification of critical drivers of technology development. Procedia Engineering, 182, 474-481.
- Nazmafzar, H., Alibakhshi, A. (2022), Future of Tourism Development Planning Research (Case Study: Ardabil Province), Journal of Applied Research in Geographical Sciences, Year 21, No. 63. (In Persian).
- Parizadi, T., Mostafavi Saheb, S., Shah Mahmoudnejad, S. (1396). Foresight of the residential system in scenario-based planning; Improving Regional Planning and Planning (Case Study: Isfahan Province), Land Management, Volume 9, Number 1, Spring and Summer 2017, pp. 110-81. (In Persian).
- Pedram, A. (2009), Future Research of New Fields for Exploration, Defense Science and Technology Future Research Center - Defense Industries Training and Research Institute. (In Persian).
- Postma, A. (2015). Investigating scenario planning-a European tourism perspective. Journal of Tourism Futures.
- Qolipour, A., Abui Ardakan, M., Peydayesh, E. (2012); "Study of effective factors in shaping the image of the city in the direction of effective urban branding", Journal of Fine Arts, Architecture and Urban Planning, No. 45, 37-46. (In Persian).



- Rostamzadeh, P., Yadegar, Z., Hadian, E., & Shahnazi, R. (2022). An Analysis of the Tourism industry in Iran Stock Market: Network Theory Approach. *Journal of Tourism Planning and Development*, 11(41), 43-72. (In Persian).
- Sarai, M, H, Alizadeh Shooraki, Y., Rezaei, M, R. (2021), Identifying the key drivers of effective tourism in sustainable tourism and developing the most desirable scenario - 113. (In Persian).
- Sharifinia, Z. (2019), Key Factors Affecting the Sustainable Development of Rural Tourism in Mazandaran Province with Scenario-Based Approach, *Journal of Geography and Regional Development*, Year 18, Issue 1, Spring and Summer 2016, Consecutive Issue 34, pp. 304-281. (In Persian).
- Singh, A. L., Jamal, S., & Ahmad, W. S. (2021). Impact assessment of Lockdown amid covid-19 pandemic on tourism industry of Kashmir Valley, India. *Research in Globalization*, 100053.
- Taghvaei, M., Hosseinikhah, H. (2017), Tourism Industry Development Planning Based on Future Research and Scenario Writing (Case Study of Yasuj City), *Journal of Tourism Planning and Development*, Year 6, Issue 23, Winter 2017, Pages 8-30. (In Persian).
- UNIDO, U. (2005). UNIDO technology foresight manual: organization and methods. Vienna: United Nations Industrial Development Organization. (In Persian).
- VU, D. V., TRAN, G. N., NGUYEN, H. T. T., & NGUYEN, C. V. (2020). Factors affecting sustainable tourism development in Ba Ria-Vung tau, vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(9), 561-572.