

شناسایی پیشران‌های کلیدی در توسعه گردشگری استان ایلام

زهره فنی^۱
سجاد دارابی^۲
ذوالفقاریوسفی^۳

چکیده

گردشگری صنعتی نوپاست که جزو سه صنعت برتر دنیا شناخته می‌شود و در ایران به دلایل مختلفی چندان تأثیرگذار نبوده و جایگاه خود را به دست نیاورده است؛ از این رو برنامه‌ریزان با نگاهی ویژه به دنبال شکوفایی این صنعت در کشور هستند. در اسناد بالادستی، توانمندی‌های استان ایلام در بخش گردشگری از پیشران‌های توسعه در این استان مطرح شده است؛ از این رو در پژوهش حاضر سعی شده است پیشران‌های کلیدی در توسعه گردشگری در استان ایلام شناسایی شوند که ابتدا با استفاده از تکنیک دلفی، ۲۹ عامل اولیه در پنج بخش مختلف اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، طبیعی، زیرساختی - خدماتی و عوامل مدیریتی - برنامه‌ریزی استخراج گردید. پس از آن با استفاده از روش دلفی، ماتریس تأثیرات متقاطع متغیرها تشکیل شد. در مرحله بعد، تحلیل ماتریس با استفاده از نرم‌افزار میک‌مک انجام گردید. نتایج حاضر از پراکندگی زیرشاخص‌ها در محور اثرگذاری و اثرپذیری عوامل در این نرم‌افزار، نشان‌دهنده ناپایداری سیستم گردشگری در استان ایلام است. بر همین اساس، پنج دسته متغیر شناسایی شد که با توجه به امتیاز بالای اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم عوامل ۱۰ زیرشاخص (سیاست‌گذاری کلان دولت، تبلیغات، بودجه، مدیریت تخصصی، راه و حمل و نقل، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، قوانین گردشگری، نیروی انسانی متخصص، آگاهی مردم و گردشگران و طرح جامع گردشگری) به عنوان عوامل کلیدی و پیشران‌های کلیدی انتخاب گردید که از بین آنها سیاست‌های کلان دولت، تبلیغات، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و بودجه بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری استان ایلام دارند. واژگان کلیدی: گردشگری، پیشران، میک‌مک، آینده‌نگاری، استان ایلام.

۱. دانشیار گروه جغرافیای انسانی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
ri.ca.ubs@innaf-z

۲. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
moc.liamg@۱۰۱۷baradadajias

۳. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجف‌آباد، اصفهان، ایران
moc.liamg@fiesu.rahgafloZ:otlia

مقدمه

امروز واژه آینده‌نگاری به طور وسیعی به کار برده می‌شود و بیانگر گستره زیادی از رویکردهایی است که موجب بهبود فرایند تصمیم‌گیری می‌شود؛ رویکردهایی که تفکر درباره آینده بلندمدت را به همراه خود دارد (خیرگو و شکری، ۱۳۹۰: ۱۰۰). در آغاز قرن ۲۱، گردشگری یکی از پررونق‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان به شمار می‌رود که بر توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع تأثیرگذار است و اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نامگذاری کرده‌اند (بوذری و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۴-۶۵). تأثیر فزاینده گردشگری در قرن حاضر در رشد و توسعه اقتصادی - اجتماعی جوامع در اکثر کشورهای جهان به وضوح قابل رؤیت است و پژوهشگران در تحقیقات بسیاری از آن به عنوان عامل رشد اقتصادی در بسیاری از کشورها نام می‌برند (سیلوا و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۰۱). گردشگری یک صنعت منفرد نیست؛ بلکه تحت تأثیر بسیاری از فعالیت‌های مختلف، از کشاورزی پایه گرفته تا صنایع خدماتی پیشرفته، قرار می‌گیرد. هتل‌ها، متل‌ها، مراکز اجلاس، مهمان‌خانه‌ها، مکان‌های خواب و صبحانه، رستوران‌ها، کافه‌ها، نمایشگاه‌های هنری، پارک‌های تفریحی، تئاترها، جشنواره‌ها، خطوط هوایی، تورهای اتوبوس، کشتی‌های گردشگری و تفریحی، اجاره اتومبیل‌های گلگشت یا پیاده‌روی تفریحی، دوچرخه‌سواری و ... با گردشگری مرتبط هستند. گردشگری تمام مقیاس‌های جغرافیایی، از شرکت‌های جهانی گرفته تا روستاهای کوهستانی دورافتاده و فروشندگان ساحلی غیرقانونی را پوشش می‌دهد (کلر و رازک، ۲۰۰۹: ۳۳۹). در تعریفی ساده می‌توان گفت که گردشگری یک پدیده اجتماعی است و به هرگونه جابه‌جایی افراد از یک مکان به مکان دیگر و اقامت در مکانی غیر از محل سکونت دائم برای زندگی اطلاق می‌شود. این جابه‌جایی به صورت تعامل با اقوام و کشورهای مختلف اتفاق می‌افتد و باعث آشنایی با عقاید، تفکرات، انتظارات و نحوه زندگی آنها می‌گردد و در نهایت منجر به تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مهمان و میزبان از یکدیگر می‌شود (فرجی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۵۴).

استان ایلام با توجه به تنوع اقلیمی و آب و هوایی متفاوت در طول سال و داشتن آثار تاریخی فراوان و یادمان‌های دوران دفاع مقدس می‌تواند

به عنوان یکی از مقاصد گردشگران مورد توجه قرار گیرد؛ لذا این امر نیازمند برنامه‌ریزی صحیح و بلندمدت است تا موجب رشد و توسعه و به فعلیت رسیدن این توانمندی‌ها در حوزه گردشگری باشد. پژوهش حاضر قصد دارد با تکیه بر دیدگاه‌های نوین برنامه‌ریزی شهری و با استفاده از روش‌های خاص آینده‌نگاری، برای توسعه صنعت گردشگری در استان ایلام برنامه‌ریزی کند. در بحث آینده‌نگاری برنامه‌ریزی گردشگری استان ایلام، سعی شده است پیشران‌ها یا عوامل کلیدی مؤثر بر وضعیت آینده گردشگری پایدار از میان عوامل اولیه مؤثر با دقت انتخاب شود؛ لذا تحقیق حاضر با توجه به ماهیت آن، با هدف پاسخگویی به این پرسش انجام گرفته است: عوامل کلیدی مؤثر بر چشم‌انداز آینده توسعه گردشگری در استان ایلام کدامند و به چه میزان و چگونه بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند؟

مبانی نظری پژوهش

گردشگری به مجموعه فعالیت‌های گفته می‌شود که گردشگران با رفتن به مقصدی خارج از محل زندگی خود برای مدت کمتر از یک سال، برای دستیابی به اهداف کسب‌وکار، گذراندن اوقات فراغت یا سایر اهداف شخصی انجام می‌دهند (لیا و همکاران، ۲۰۱۷: ۱).

شناخت اهمیت و ظرفیت گردشگری در استراتژی توسعه ملی و برنامه‌ریزی جهانی بسیار مهم است. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری در جهت توسعه پایدار بخش گردشگری، کشورهای در حال توسعه گردشگری را به عنوان اولویتی در سیاست‌های ملی خود در نظر گرفته‌اند و در تلاشند تا از حمایت سازمان‌های توسعه‌ای برای افزایش سهم گردشگری در کاهش فقر استفاده کنند (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۳).

توسعه گردشگری و تأثیرگذاری و تأثیرپذیری از حوزه‌های مختلف، زمینه توجه و ارتباط آن به رشته‌های مرتبط را فراهم آورده است؛ از جمله رشته‌هایی که اخیراً به گردشگری توجه بیشتری داشته‌اند می‌توان به

جغرافیا، انسان‌شناسی، اقتصاد و علوم سیاسی اشاره کرد. هر یک از این رشته‌ها، چشم‌انداز جغرافیایی خود را اتخاذ کرده‌اند و به دنبال توضیحات تکاملی فضایی می‌باشند؛ چنانکه انسان‌شناسی رابطه میان میزبان و مهمان را بررسی می‌کند، اقتصاددانان مقدار تأثیرات درآمد و اشتغال را می‌سنجند و به تازگی اکولوژیست‌ها به مطالعه اثرات زیست‌محیطی گردشگری می‌پردازند (بوتلر، ۲۰۰۹: ۳۳۹).

آینده‌نگاری

آینده‌نگاری مشتمل بر مجموعه‌ای از تلاش‌هاست که به منظور شناسایی منابع، الگوها و عوامل تغییر یا ثبات به تجسم آینده بالقوه و برنامه‌ریزی برای آنها می‌پردازد (ده‌زاده سیلابی و احمدی‌فر، ۱۳۹۸: ۷۵). تفکر درباره ابعاد مختلف هر موضوعی باعث روشن شدن و شفافیت آن موضوع و آسان شدن تصمیم‌گیری درباره آن در شرایط مختلف و آمادگی نسبی برای رویارویی با وقایع احتمالی می‌شود. تفکر در مورد آینده نیز نیازمند زبان مشخصی است تا به وسیله آن فرمول‌بندی شود. برنامه‌ریزی به ابزاری نیاز دارد تا بتواند آینده را در قالب عناصر قابل پیش‌بینی عدم قطعیت‌ها بیان کند. این ابزار همان سناریوها هستند که با همدیگر عدم قطعیت درباره آینده را نشان می‌دهند؛ به عبارتی، عناصر نسبتاً مشخص و عدم قطعیت آینده را می‌توان با مجموعه‌ای از سناریوها تشریح کرد (بهشتی و زالی، ۱۳۸۸: ۶۶).

مراحل آینده‌نگاری

از نگاه برنامه‌ریزی، انجام مطالعات آینده‌نگاری را می‌توان به سه بخش تقسیم کرد که در هر یک، بخشی از فرایند انجام می‌گیرد. این تقسیم‌بندی در مطالعات بسیاری از کشورها مورد استفاده قرار گرفته است. این سه مرحله عبارتند از:

- مرحله پیش‌آینده‌نگاری: در این مرحله، مطالعه آماده‌سازی برای اجرای مطالعات آینده‌نگاری انجام می‌گیرد و غالباً فعالیت‌هایی مانند تعیین اهداف، توسعه مفاهیم آینده‌نگاری در میان مشارکت‌کنندگان، تهیه منابع و مواد لازم را در بر می‌گیرد.

- مرحله اصلی آینده‌نگاری: در این مرحله روش‌های اصلی هر آینده‌نگاری مانند دلفی پیاده می‌شود، پرسشنامه برای مشارکت‌کنندگان و خبرگان ارسال می‌گردد و پاسخ‌ها ارزیابی و تحلیل می‌شود.

- مرحله پس‌آینده‌نگاری: در این مرحله مطالعات مربوط به انتشار نتایج، اشاعه نتایج بین سیاستگذاران، حتی پیاده‌سازی نتایج و بهره‌برداری از نتایج انجام می‌گیرد (مارتین و جانسون، ۱۹۹۹: ۳۷).

بسیاری از مردم، برنامه‌ریزان و دولت‌ها هنگام برنامه‌ریزی، حداکثر چهار الی پنج سال آینده را در نظر می‌گیرند؛ سیاستمداران تا انتخاب بعدی و بنگاه‌های کسب‌وکار تا پنج سال آینده؛ اما در زمان‌هایی که سرعت تغییر به شدت بالا می‌رود، در نظر گرفتن آینده‌های دور بسیار مهم به نظر می‌رسد؛ در واقع، عملی که امروز انجام می‌گیرد در شکل‌گیری دنیای پیش روی ما در پنج تا بیست سال آینده تأثیر بسیاری دارد. باید در نظر داشت علی‌رغم پیوستگی و ارتباط با گذشته، حال و آینده، تنها جایی که می‌توان تغییر داد همین امروز است (زالى، ۱۳۸۸: ۲۶).

پیشینه پژوهش

سابقه استفاده از روش تحلیل اثرات متقابل و ماتریسی به دهه ۱۹۶۰ برمی‌گردد؛ ولی در سال‌های اخیر یک آینده‌نگار فرانسوی به نام گوده، پیشگام و معرف استفاده از این روش‌ها در آینده‌نگاری بوده و از این روش به صورت کاربردی در شناسایی، طبقه‌بندی و رتبه‌بندی عوامل تأثیرگذار بر آینده سیستم‌های مختلف استفاده کرده است (تقوایی و حسینی‌خواه، ۱۳۹۶: ۱۳). پژوهش‌های در زمینه آینده‌نگاری با روش‌های تحلیل ساختاری انجام گرفته که به تعدادی از آنها اشاره می‌شود:

مانوئل^۱ و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان «نگرش ساکنان و اتخاذ رفتارهای طرفدار گردشگری در جزایر کیپ ورد» به این نتیجه رسیدند

1. Manuel

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، شناخت رفتارهای گردشگران و ساکنان مقصد گردشگری ضرورت دارد.

پیترا^۱ و همکاران (۲۰۱۷)، در پژوهشی با عنوان «رشد بهره‌وری و درآمد در بخش گردشگری جهانی» به این نتیجه رسیدند که با افزایش بهره‌وری نیروی کار، تقاضا برای گردشگری مثبت، رشد و اثرات مفیدی خواهد داشت، در غیر این صورت منجر به نتایج منفی خواهد شد.

حسینی و رحیم‌زاده (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «آینده‌نگاری صنعت گردشگری در شهر تهران با بررسی سناریوهای مختلف» به این نتیجه رسیده‌اند که بجز بازدید برای عموم آزاد، وضعیت گردشگری تهران خوب نیست و این صنعت نمی‌تواند به اقتصاد شهری تهران کمک کند. نصر (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر گردشگری در کلان‌شهر شیراز با رویکرد آینده‌پژوهی» به این نتیجه رسیده است که متغیرهای که بیشترین تأثیرگذاری و کمترین تأثیرپذیری را بر آینده توسعه گردشگری شیراز دارند شامل پیشران‌های منابع آب، تبلیغات، مدیریت محلی، آثار تاریخی، امنیت غذایی، امنیت، سیاست‌های کلان ملی در حوزه گردشگری و مشارکت شهروندان است و از میان این عوامل، مدیریت به عنوان مهمترین عامل تأثیرگذار بر سایر عوامل کلیدی شناخته شده است.

ده‌زاده سیلابی و احمدی‌فر (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «تعیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: شهرستان‌های استان مازندران)» به این نتیجه رسیده‌اند که از میان پیشران‌های مورد بررسی، متغیرهای بخش زیرساختی و خدماتی، بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری مناطق مورد مطالعه و عوامل طبیعی، کمترین درجه تأثیرگذاری را به خود اختصاص داده‌اند.

با نگاهی به پژوهش‌های داخلی و خارجی صورت گرفته در حوزه گردشگری با رویکرد آینده‌نگاری این نکته نمود پیدا می‌کند که

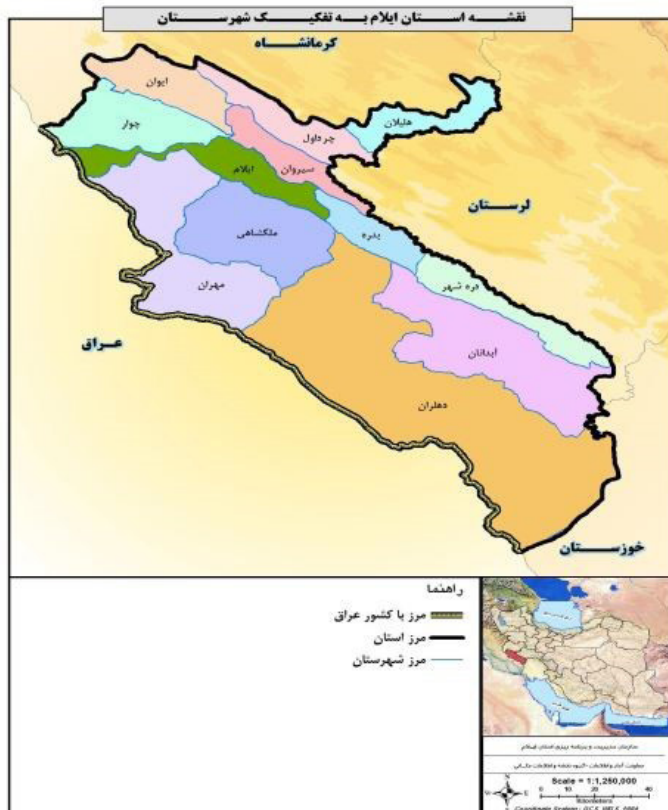
1. Peter

توسعه در این صنعت بدون برنامه‌ریزی موفق نخواهد بود؛ همچنین این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که تفاوت در پیشران‌های هر منطقه با توجه ظرفیت‌هایی است که در هر یک از این مکان‌ها وجود دارد؛ لذا نقشه راه هر منطقه برای موفق بودن در این حوزه تفاوت دارد. پژوهش حاضر نیز با همین رویکرد به دنبال شناخت عوامل تاثیرگذار و پیشران‌های مهم با توجه فضای منحصر به فرد استان ایلام نسبت به سایر مناطقی است که تاکنون در این بخش مورد پژوهش قرار گرفته است.

محدوده مورد مطالعه

استان ایلام با بیست هزار و صد و سی و هشت کیلومتر مربع حدود ۱/۲ درصد از مساحت کل کشور را تشکیل می‌دهد. این استان که در غرب سلسله جبال زاگرس، بین ۳۲ درجه و ۰۳ دقیقه تا ۳۴ درجه و ۰۲ دقیقه عرض شمالی از خط استوا و ۴۵ درجه و ۴۰ دقیقه تا ۴۸ درجه و ۰۳ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ در غرب کشور واقع شده است، از شمال با استان کرمانشاه، از جنوب با استان خوزستان از شرق با استان لرستان همسایه است و از غرب با کشور عراق ۴۲۵ کیلومتر مرز مشترک دارد (سالنامه آماری استان ایلام، ۱۳۹۹). جمعیت استان ایلام ۵۸۰۱۵۸ نفر است (سالنامه آماری ایران، ۱۳۹۵) و ۳۰ شهرستان، ۲۴ بخش، ۲۳ شهر و ۴۷ دهستان دارد.

شکل (۱). نقشه استان ایلام و شهرستان‌های استان و موقعیت آن در کشور



منبع: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان ایلام

استان ایلام با داشتن تنوع آب و هوایی، چشم‌اندازها و مناظر بکر طبیعی، آداب و رسوم که برای گردشگران غیربومی جذابیت دارد و داشتن موقعیت استراتژیک (کوتاه‌ترین مسیر دسترسی به عتبات عالیات از طریق مرز مهران)، پتانسیل‌های زیادی در امر گردشگری دارد که می‌توان در جهت رشد هرچه بیشتر استان از آنها بهره برد.

روش پژوهش

در پژوهش حاضر که با رویکرد آینده‌نگاری انجام گرفته، مهمترین عوامل تأثیرگذار بر وضعیت آینده گردشگری استان ایلام، شناسایی و میزان و

چگونگی تأثیرگذاری این عوامل بررسی شده است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و رویکرد حاکم بر آن با توجه به مؤلفه‌های مورد بررسی، توصیفی - تحلیلی است. برای شناسایی متغیرها و شاخص‌های مورد پژوهش از تکنیک پویش محیطی و دلفی استفاده شده است؛ از همین رو در مرحله جمع‌آوری متغیرها از مقالات معتبر علمی - پژوهشی منتشرشده در حوزه گردشگری استفاده گردیده و پس از آن، به تهیه پرسشنامه نیمه‌ساختاریافته اقدام شده است. این پرسشنامه در بین کارشناسان و متخصصان حوزه گردشگری توزیع شد تا در چارچوب ماتریس اثرات متقاطع بر اساس اثرگذاری و اثرپذیری متغیرها امتیاز (اعدادی در طیف ۰ تا ۳) بدهند. در این نوع امتیازدهی، عدد صفر به منزله نداشتن اثرگذاری، عدد ۱ به منزله اثرگذاری ضعیف، عدد ۲ به منزله اثرگذاری متوسط و عدد ۳ به منزله اثرگذاری زیاد است. پس از آن، امتیازهای داده‌شده در ماتریس متقاطع وارد شد تا اثرگذاری و اثرپذیری مستقیم و غیرمستقیم هر یک از این عوامل مورد سنجش قرار گیرد و با توجه به امتیازهای اثرگذاری و اثرپذیری عوامل، پیشران‌های کلیدی شناسایی شود.

نرم‌افزار Mic Mac، به منظور انجام محاسبات سنگین ماتریس اثرات متقابل و در راستای سهولت انجام تحلیل ساختاری طراحی شده است. Mic Mac مخفف فرانسوی «ماتریس ضرایب تحلیل اثر متقاطع به‌منظور طبقه‌بندی» است. در این نرم‌افزار ابتدا متغیرها و مؤلفه‌ها در حوزه مورد نظر شناسایی می‌شوند؛ سپس در ماتریسی مانند ماتریس تحلیل اثرات وارد می‌گردند و میزان ارتباط میان این متغیرها با حوزه مربوطه توسط خبرگان، تشخیص داده می‌شود و متغیرهای موجود در ستون بر سطرها تأثیر می‌گذارند (زالی، ۱۳۹۵: ۱).

در این پژوهش برای انتخاب آگاهانه افراد شرکت‌کننده از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. اساس کاربرد این روش نمونه‌گیری، انتخاب گروهی از خبرگان است که شناختی جامع از موضوع پرسشنامه تحقیق یا درکی کلی نسبت به آن داشته باشند (نیومن لو، ۲۰۰۷: ۲۰) Y لذا با توجه به توضیحاتی که در بالا ارائه شد، جامعه آماری پژوهش شامل ۳۰ نفر از متخصصان حوزه گردشگری در استان و اساتید دانشگاهی متخصص در این حوزه است. پایایی پرسشنامه پژوهش از طریق آلفای کرونباخ عدد ۰/۸۹۵ به دست آمد که نشان‌دهنده وجود همبستگی

مطلوب و بالا در بین سؤالات است. اساتید و صاحب‌نظران آگاه به این حوزه، روایی پرسشنامه را نیز تأیید کرده‌اند.

یافته‌های پژوهش

طبقه‌بندی شاخص‌های مؤثر اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، برنامه‌ریزی و مدیریت، زیرساختی و خدماتی و طبیعی گردشگری استان ایلام در چارچوب یک ماتریس $n \times n$ صورت گرفت. به همین منظور، پنج دسته اصلی از ابعاد و ۲۹ شاخص زیرمجموعه آنها (جدول شماره ۱)، پس از برگزاری جلسات با کارشناسان، به عنوان متغیرهای اولیه پژوهش شناخته شدند و ماتریسی با ابعاد 29×29 شکل گرفت. در ادامه با وارد کردن متغیرها به نرم‌افزار میک‌مک به تعریف هر یک از آنها اقدام شد؛ سپس با تشکیل ماتریس اثرات متقاطع، از کارشناسان خواسته شد تا بر حسب میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری، به امتیازدهی به شاخص‌های مورد بررسی پردازند. همان‌گونه که در روش پژوهش بیان شد، با توجه به شدت تأثیرات، به متغیرهای مورد پژوهش امتیازاتی از ۰ تا ۳ داده شد. با اتکا به یافته‌های به دست آمده از جدول شماره (۲)، می‌توان بیان کرد که شاخص پرشدگی ماتریس ۹۰ درصد است و این میزان، پیوستگی و تأثیرگذاری زیاد عوامل شناسایی شده بر یکدیگر را نشان می‌دهد. این یافته‌ها بیانگر این است که تعداد روابط با تأثیرگذاری کم و متوسط نسبت به سایر روابط زیاد است. روابط با شدت کم و روابط با شدت زیاد نیز درصد کمی از مجموع روابط را تشکیل داده است.

جدول شماره (۱). طبقه‌بندی عوامل اولیه تأثیرگذار بر وضعیت آینده گردشگری استان ایلام

گروه	گروه شاخص‌ها
عوامل اقتصادی	۱. بودجه، ۲. سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، ۳. رقابت، ۴. توزیع امکانات، ۵. مناسب بودن هزینه‌ها، ۶. افزایش هزینه حمل و نقل
عوامل اجتماعی - فرهنگی	۷. آگاهی مردم و گردشگران، ۸. فرهنگ گردش‌پذیری، ۹. جشنواره‌های گردشگری، ۱۰. قوانین گردشگری، ۱۱. صنایع دستی، ۱۲. آداب و رسوم

عوامل طبیعی	۱۳. تنوع اقلیمی، ۱۴. منابع آب، ۱۵. پوشش گیاهی و جانوری
عوامل زیرساختی - خدماتی	۱۶. راه و حمل و نقل، ۱۷. مراکز اقامتی، ۱۸. مراکز بهداشتی، ۱۹. مراکز خدماتی رفاهی، ۲۰. ضریب دسترسی به اینترنت
عوامل مدیریتی	۲۱. سیاست گذاری کلان دولت، ۲۲. مدیریت تخصصی، ۲۳. مشارکت، ۲۴. طرح جامع گردشگری، ۲۵. نیروی انسانی متخصص، ۲۶. امنیت، ۲۷. تبلیغات، ۲۸. هماهنگی سازمانی، ۲۹. مشوق گردشگری

منبع: (نگارندگان)

جدول شماره (۲): تحلیل اولیه داده‌های ماتریس اثرات متقابل

شاخص	ابعاد ماتریس	تعداد تکرار	تعداد صفر	تعداد یک	تعداد دو	تعداد سه	جمع	درصد پرشدگی
مقدار	۲۸	۲	۷۲	۳۵۱	۳۰۹	۵۲	۷۱۲	٪۹۰

منبع: (نگارندگان)

تحلیل میزان اثرگذاری و اثرپذیری متغیرها

جدول شماره (۳): میزان اثرگذاری و اثرپذیری مستقیم عوامل

ردیف	عوامل	میزان تأثیرگذاری	میزان تأثیرپذیری
۱	میزان بودجه	۴۹	۴۸
۲	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	۴۸	۵۸
۳	رقابت	۳۱	۴۸
۴	توزیع امکانات	۳۵	۴۳
۵	مناسب بودن هزینه‌ها	۳۵	۴۱
۶	هزینه حمل و نقل	۲۷	۲۸
-	جمع عوامل اقتصادی	۲۲۵	۲۶۶
۷	آگاهی مردم و گردشگران	۴۴	۴۶
۸	فرهنگ گردشگری	۳۶	۴۳

۵۱	۳۹	فستیوال‌های گردشگری	۹
۴۰	۴۶	قوانین گردشگری	۱۰
۳۹	۳۹	صنایع دستی	۱۱
۲۶	۴۱	آداب و رسوم	۱۲
۲۴۵	۲۴۵	جمع عوامل اجتماعی-فرهنگی	-
۲	۳۶	تنوع اقلیمی	۱۳
۲۹	۳۴	منابع آب	۱۴
۳۵	۳۵	پوشش گیاهی جانوری	۱۵
۶۶	۱۰۵	جمع عوامل طبیعی	-
۳۷	۴۷	راه و حمل و نقل	۱۶
۴۵	۳۴	مراکز اقامتی	۱۷
۳۸	۳۰	مراکز بهداشتی	۱۸
۴۶	۳۴	مراکز خدماتی-رفاهی	۱۹
۳۲	۴۲	ضریب دسترسی به اینترنت	۲۰
۱۹۸	۱۸۷	جمع عوامل زیرساختی خدماتی	-
۴۷	۵۸	سیاست‌گذاری کلان دولت	۲۱
۳۴	۴۸	مدیریت تخصصی	۲۲
۵۰	۳۸	مشارکت	۲۳
۵۴	۴۴	طرح جامع گردشگری	۲۴
۳۳	۴۵	نیروی انسانی متخصص	۲۵
۴۰	۳۸	امنیت	۲۶
۵۸	۵۱	تبلیغات	۲۷
۴۰	۴۰	هماهنگی سازمانی	۲۸
۳۵۶	۳۶۲	جمع عوامل مدیریتی	-
۱۱۲۵	۱۱۲۵	جمع کل	-

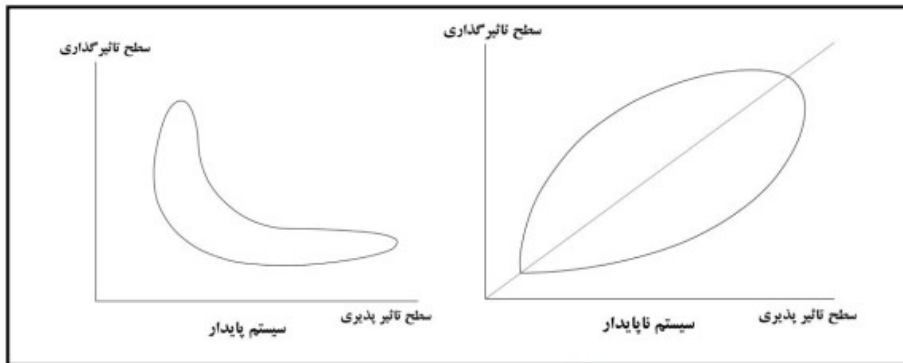
منبع: (نگارندگان)

در ماتریس تحلیل ساختاری، جمع اعداد هر متغیر به منزله میزان تأثیرگذاری آن متغیر بر جمع ستون‌های هر متغیر است. بر اساس نتایج به دست آمده تحلیل ماتریسی، متغیرهای عوامل مدیریتی و اجتماعی - فرهنگی، بیشترین تأثیرگذاری را در حوزه گردشگری استان ایلام و عوامل طبیعی کمترین درجه تأثیرگذاری در این بخش را به خود اختصاص داده‌اند. برای به دست آوردن پیشران‌های کلیدی در بخش گردشگری استان ایلام نیز به بررسی پایداری و ناپایداری سیستم پرداخته شد. نحوه پراکنش متغیرها، وضعیت پایداری و ناپایداری در سیستم را معین می‌کند.

وضعیت تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها در روی نواحی پلان

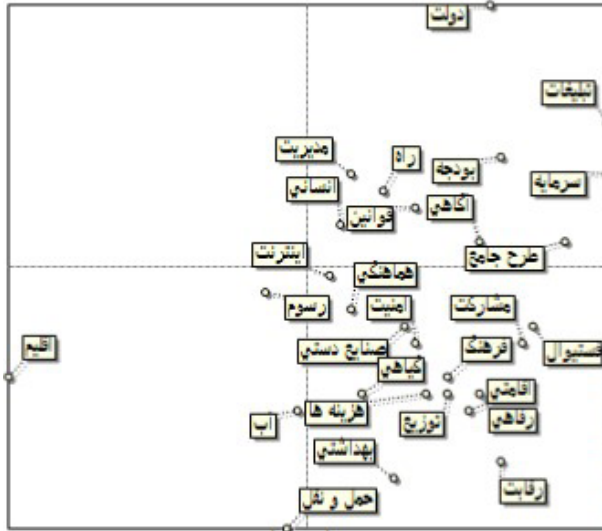
پراکندگی متغیرها در پلان نرم‌افزار میک‌مک نشان‌دهنده پایداری یا ناپایداری سیستم است؛ در صورتی که وضعیت قرارگیری متغیرها بر روی پلان به صورت I باشد، سیستم در وضعیت پایدار و در غیر این صورت، در وضعیت ناپایدار قرار دارد. از بررسی وضعیت پراکندگی متغیرهای مؤثر بر گردشگری استان ایلام چنین استنباط می‌شود که وضعیت ناپایداری در سیستم وجود دارد.

شکل (۲). وضعیت پایداری و ناپایداری سیستم



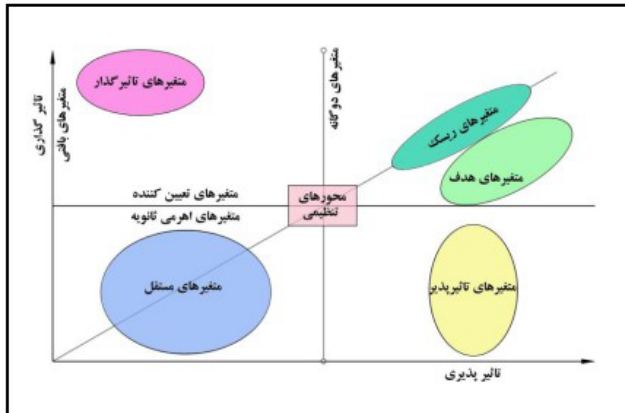
منبع: (آرکد و همکاران، ۲۰۰۳: ۲۲)

شکل (۳). نمودار پلان اثرگذاری عوامل (خروجی نرم‌افزار میک‌مک)



منبع: (نگارندگان)

شکل (۴). وضعیت قرارگیری عوامل توسعه در محور تأثیرگذاری و تأثیرپذیری



منبع: (آرکد^۱ و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۸)

در ذیل به بررسی وضعیت و تحلیل هریک از متغیرها به صورت جداگانه بر روی پلان پرداخته می شود:

۱. متغیرهای دوجهی (راهبری)

متغیرها بر اساس موقعیت قرارگیری بر روی پلان در چهار موقعیت قرار می گیرند. در بخش متغیرهای دوجهی و در بین آنها دو ویژگی مشترک؛ یعنی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری زیاد وجود دارد و هر تغییری بر روی این متغیرها در سایر متغیرها واکنش و تغییر ایجاد خواهد کرد. در این بخش زیرشاخص های سیاست گذاری کلان دولت، تبلیغات، بودجه، مدیریت تخصصی، راه و حمل و نقل، سرمایه گذاری بخش خصوصی، قوانین گردشگری، نیروی انسانی متخصص، آگاهی مردم و گردشگران و طرح جامع گردشگری حضور دارد.

۲. متغیرهای تأثیرگذار

متغیرهای این بخش بیش از اینکه تأثیر بپذیرند، تأثیر می گذارند. بر اساس خروجی های نرم افزار میک مک، هیچ یک از متغیرها در بخش گردشگری استان قرار نگرفته است.

۳. زیرشاخص های مستقل

متغیرهای این بخش در خروجی نرم افزار میک مک نشان دهنده این است که این متغیرها تأثیرپذیری و تأثیرگذاری کمتری دارند؛ از همین رو آنها را زیرشاخص های مستقل نامیده اند. اقلیم، آداب و رسوم، منابع آب و هزینه های حمل و نقل، زیرشاخص های بخش گردشگری استان ایلام هستند.

۴. زیرشاخص های تأثیرپذیر

متغیرهای این بخش تأثیرگذاری کمی بر زیرشاخص های دیگر دارند؛ ولی خود از سایر متغیرها زیاد تأثیر می پذیرند. در این بخش، زیرشاخص های تأثیرپذیر در حوزه گردشگری استان ایلام، توزیع امکانات، امنیت، صنایع دستی، مشارکت، جشنواره های گردشگری، هماهنگی سازمانی، ضریب دسترسی به اینترنت، مناسب بودن هزینه ها، فرهنگ گردشگری،

سهم تأثیر گذاری و تأثیر پذیری غیر مستقیم به صورت مقایسه‌ای:

جدول شماره (۴). پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری استان ایلام

رتبه	مستقیم		غیر مستقیم	
	متغیر	تأثیر گذاری	متغیر	تأثیر گذاری
۱	سیاست گذاری کلان دولت	۵۱۵	سرمایه گذاری بخش خصوصی	۵۱۵
۲	تبلیغات	۴۵۳	تبلیغات	۵۱۵
۳	بودجه	۴۳۵	طرح جامع گردشگری	۴۸۰
۴	سرمایه گذاری بخش خصوصی	۴۲۶	جشنواره‌های گردشگری	۴۵۳
۵	مدیریت تخصصی	۴۲۶	مشارکت	۴۴۴
۶	راه و حمل و نقل	۴۱۷	بودجه	۴۲۶
۷	قوانین گردشگری	۴۰۸	رقابت	۴۲۶
۸	نیروی انسانی	۴۰۰	سیاست گذاری کلان دولت	۴۱۷
۹	آگاهی مردم و گردشگران	۳۹۱	آگاهی مردم و گردشگران	۴۰۸
۱۰	طرح جامع گردشگری	۳۹۱	مراکز خدماتی رفاهی	۴۰۸
۱۱	ضریب دسترسی به اینترنت	۳۷۳	مراکز اقامتی	۴۰۰
۱۲	آداب و رسوم	۳۶۴	توزیع امکانات	۳۸۲
۱۳	هماهنگی سازمانی	۳۵۵	فرهنگ گردشگری پذیری	۳۸۲
۱۴	جشنواره‌های گردشگری	۳۴۶	مناسب بودن هزینه‌ها	۳۶۴
۱۵	صنایع	۳۴۶	قوانین گردشگری	۳۵۵

منبع: نگارندگان

از آنجایی که نرم‌افزار برای محاسبه تأثیرات غیر مستقیم، ماتریس را

چندبار به توان می‌رساند، از جمع تأثیرگذاری و تأثیرپذیری غیرمستقیم، اعداد چندرقمی به وجود می‌آید؛ لذا مقایسه آن با تأثیرات مستقیم را دشوار می‌کند. برای مرتفع کردن این مشکل، نرم‌افزار میک‌مک، جدول سهم عوامل بر اساس تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم را در مقیاس ده‌هزار ارائه می‌دهد؛ لذا بر همین اساس، جمع تأثیرگذاری و تأثیرپذیری ده‌هزار محاسبه شده است و سهم هر کدام از زیرشاخص‌ها از این عدد نشان‌دهنده سهم آن از کل سیستم است.

جدول شماره (۵). جابجایی متغیرها در اثرگذاری و اثرپذیری مستقیم و غیرمستقیم

رتبه‌بندی بر اساس اثرپذیری (مستقیم و غیرمستقیم)			رتبه‌بندی بر اساس اثرگذاری (مستقیم و غیرمستقیم)		
Classement par dépendance			Classify variables according to their influences		
Rank	Variable	Variable	Rank	Variable	Variable
1	سرمایه - 2	زلبیغات - 27	1	دولت - 21	دولت - 21
2	زلبیغات - 27	سرمایه - 2	2	زلبیغات - 27	زلبیغات - 27
3	طرح جامع - 24	طرح جامع - 24	3	بودجه - 1	بودجه - 1
4	فست‌ووال - 9	فست‌ووال - 9	4	سرمایه - 2	سرمایه - 2
5	مشارکت - 23	مشارکت - 23	5	صحریت - 22	صحریت - 22
6	بودجه - 1	بودجه - 1	6	راه - 16	راه - 16
7	رقابت - 3	رقابت - 3	7	قوانین - 10	قوانین - 10
8	دولت - 21	رقاهتی - 19	8	انسانی - 25	انسانی - 25
9	گلهی - 7	گلهی - 7	9	گلهی - 7	گلهی - 7
10	رقاهتی - 19	دولت - 21	10	طرح جامع - 24	طرح جامع - 24
11	اقاضی - 17	اقاضی - 17	11	اینترنت - 20	اینترنت - 20
12	تخریب - 4	فرهنگ - 8	12	ر سوم - 12	ر سوم - 12
13	فرهنگ - 8	تخریب - 4	13	هالهگی - 28	هالهگی - 28
14	هرینه‌ها - 5	امزیت - 26	14	فست‌ووال - 9	صطیح دسئی - 11
15	قوانین - 10	هرینه‌ها - 5	15	صطیح دسئی - 11	فست‌ووال - 9
16	امزیت - 26	قوانین - 10	16	مشارکت - 23	مشارکت - 23
17	صطیح دسئی - 11	پهانشئی - 18	17	امزیت - 26	امزیت - 26
18	پهانشئی - 18	صطیح دسئی - 11	18	فرهنگ - 8	فرهنگ - 8
19	راه - 16	راه - 16	19	اکلم - 13	گلهی - 15
20	گلهی - 15	صحریت - 22	20	تخریب - 4	تخریب - 4
21	صحریت - 22	هالهگی - 28	21	هرینه‌ها - 5	هرینه‌ها - 5
22	هالهگی - 28	انسانی - 25	22	گلهی - 15	اکلم - 13
23	انسانی - 25	گلهی - 15	23	رقاهتی - 19	رقاهتی - 19
24	اینترنت - 20	اینترنت - 20	24	آب - 14	اقاضی - 17
25	آب - 14	حصل و نقل - 6	25	اقاضی - 17	آب - 14
26	حصل و نقل - 6	آب - 14	26	رقابت - 3	رقابت - 3
27	ر سوم - 12	ر سوم - 12	27	پهانشئی - 18	پهانشئی - 18
28	اکلم - 13	اکلم - 13	28	حصل و نقل - 6	حصل و نقل - 6

منبع: (نگارندگان)

نتیجه گیری و پیشنهادات

امروزه گردشگری یکی از پیشران‌های کلیدی برای پیشرفت و توسعه کشورهای قلمداد می‌شود. از آنجایی که این صنعت تأثیرات مختلفی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و زیست‌محیطی دارد، توجه به آن می‌تواند امر توسعه‌یافتگی را در مناطق مختلف تحت تأثیر قرار دهد و نقشی اساسی در توسعه پایدار محیط داشته باشد. برنامه‌ریزی گردشگری ابعاد مختلفی دارد که یکی از بخش‌های آن، آینده‌نگاری است. از آنجایی که در قرن حاضر سرعت تحولات در بخش‌های مختلف زیاد است، توجه به آینده و آینده‌نگاری باید رویکردهای برنامه‌ریزان باشد تا بتوانند در شرایط مختلف و مبهم آینده، برخورد از پیش تعیین شده و مناسبی با این سناریو داشته باشند. ضرورت توجه با آینده‌نگاری از آنجا ناشی می‌شود که به صورت چترگونه همه ابعاد را مورد توجه قرار می‌دهد. در پژوهش حاضر که به بررسی و شناسایی پیشران‌های کلیدی و مؤثر بر گردشگری استان ایلام پرداخت، از بین ۲۹ متغیر تأثیرگذار بر آینده گردشگری استان ایلام، ۱۰ متغیر (سیاست‌گذاری کلان دولت، بودجه، تبلیغات، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، مدیریت تخصصی، راه و حمل و نقل، طرح جامع گردشگری، آگاهی مردم و گردشگران، قوانین گردشگری و نیروی انسانی متخصص) به عنوان عوامل کلیدی انتخاب شد تا دست‌اندرکاران برنامه‌ریزی برای گردشگری این استان، نسبت به پیشران‌های کلیدی در این بخش آگاهی لازم را داشته باشد. از مجموع عوامل مؤثر بر گردشگری استان ایلام، عواملی که بیشترین نمره را به خود اختصاص داده‌اند می‌توانند بیشترین تأثیر را در آینده گردشگری استان ایلام داشته باشند که از مهمترین این عوامل می‌توان به سیاست‌گذاری کلان دولت، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، تبلیغات و بودجه اشاره کرد؛ لذا برنامه‌ریزان بخش گردشگری باید توجه خود را به این عوامل معطوف کنند تا بخش گردشگری به عنوان یکی از پیشران‌هایی که در برنامه‌های توسعه استان ایلام در اولویت قرار گرفته است بیشترین بازدهی را داشته باشد. از جمله عواملی که مانع پیشرفت صنعت گردشگری در این استان شده است عدم حمایت سیاست‌گذاران کشوری از این حوزه و تخصیص ندادن بودجه است. کمبود راه‌های ارتباطی و استانداردار در سطح استان از

عوامل دیگری است که این صنعت را با چالش جدی مواجه کرده است. تبلیغات به عنوان یک رکن حیاتی برای پیشرفت و در معرض انتخاب قرار گرفتن گردشگران از مواردی است که متولیان حوزه گردشگری استان به آن توجه نکرده‌اند. نبود نیروی انسانی باکفایت در این بخش نیز موجب شده است تا برنامه‌هایی که بازدهی مناسب دارند تدوین نشود. با توجه به پژوهش صورت گرفته می‌توان برای توسعه صنعت گردشگری در استان ایلام پیشنهادات زیر را ارائه کرد:

- در سطح کلان، تغییر نگاه دولت به برنامه‌های در دست اجرا برای توسعه استان ایلام و در اولویت قرار دادن گردشگری با توجه به ظرفیت‌های این استان در بخش‌های مختلف؛
- توسعه زیرساخت‌های اقامتی در سطح مناطق مختلف استان؛
- توسعه حمل و نقل و راه‌های زمینی، هوایی و ریلی؛
- استفاده از نیروی انسانی متخصص در حوزه گردشگری استان؛
- استفاده از ظرفیت رسانه‌های جمعی و فضای مجازی جهت تبلیغات و معرفی استان؛
- برگزاری جشنواره‌های سنتی مختلف در سطح استان با توجه به قابلیت هر منطقه؛
- استفاده از طرح جامع گردشگری و حرکت با برنامه در این حوزه.

منابع و مأخذ

الف) فارسی

- بوذری، سیما، ابراهیم خلیفه و مجتبی بابکی‌نژاد (۱۳۹۲)، «تبیین بازار بزرگ تهران در توسعه گردشگری»، جغرافیایی سرزمین، سال ۱۰، شماره ۳۸.
- بهشتی، محمدباقر و نادر زالی (۱۳۸۸)، «شناسایی عوامل کلیدی توسعه منطقه‌ای با رویکرد برنامه‌ریزی بر پایه سناریو (مطالعه موردی: استان آذربایجان شرقی)»، برنامه‌ریزی و آمایش فضا، دوره ۱۵، شماره ۱.
- تقوایی، مسعود و حسین حسینی‌خواه (۱۳۹۶)، «برنامه‌ریزی توسعه

- گردشگری مبتنی بر روش آینده‌پژوهی و سناریونویسی (مطالعه موردی: شهر یاسوج)» برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۶.
- حسنی، علی و معصومه رحیم‌زاده (۱۳۹۸)، «آینده‌نگاری صنعت گردشگری در شهر تهران»، گردشگری شهری، دوره ۶، شماره ۱.
 - خیرگو، منصور و زینب شکری (۱۳۹۰)، «توسعه فرایند سیاست‌گذاری با استفاده از راهبرد آینده‌نگاری»، مدیریت نظامی، دوره ۱۱، شماره ۴۲.
 - ده‌ده‌زاده سیلابی، پروین، نرگس احمدی‌فر (۱۳۹۸)، «تعیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: شهرستان‌های استان مازندران)»، جغرافیا و پایداری محیط، شماره ۳۰.
 - زالی، نادر (۱۳۸۸)، «آینده‌نگاری توسعه منطقه‌ای با رویکرد برنامه‌ریزی سناریوی مبنا (نمونه موردی: استان آذربایجان شرقی)»، رساله دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
 - _____ (۱۳۹۵)، «تدوین سناریوهای توسعه گردشگری منطقه‌ای بر اساس اصول آینده‌پژوهی (مورد مطالعه: استان همدان)»، آمایش سرزمین، شماره ۱.
 - سالنامه آماری استان ایلام (۱۳۹۹)، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان ایلام، <http://www.amarilam.ir>
 - سرشماری عمومی نفوس و مسکن (۱۳۹۵)، مرکز ملی آمار ایران، <https://www.amar.org.ir>
 - فرجی، امین، محمد نعمت‌پور و امید عشریه (۱۳۹۶)، «تحلیل سیستمی اثرات مثبت و منفی توسعه گردشگری ایران با رویکرد آینده‌پژوهی»، مطالعات اجتماعی گردشگری، سال ۵، شماره ۹.
 - نصر، طاهره (۱۳۹۸)، «شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر گردشگری

در کلان‌شهر شیراز با رویکرد آینده‌پژوهی»، پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، شماره ۳۷.

(ب) انگلیسی

- Arcade, Jacques. Godet, Michel., Meunier, Francis., Roubelat, Fabrice. (2003) Structural Analysis with the MICMAC Method & Actors Strategy with MACTOR Method, AC/UNU Millennium Project: Futures Research Methodology, V2.0, AC/UNU, Washington, DC
- Butler, Richard. (2009) Tourism in the future: Cycles, waves or wheels?, Futures, Vol.41, No.6, pp.346–352.
- Cole, Sam. & Razak, V. (2009) Tourism as future, Futures, Vol.41, No.6, pp.335-345.
- Lia, Kevin X. & Jin, Mengjie. & Shi, Wenming. (2017) Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review, Tourism Management Perspectives, Vol.13, No. 3, pp.1-12.
- Manuel, Alector Riberiro., Patricia, Pinto and João, Silva. (2017). Residents' attitudes and the adoption of protourism behaviours: The case of developing island countries, Tourism Management, Vol. 61: 523–537
- Martin, Ben. & Johnston, Ron. (1999). Technology foresight for wiring up the national innovation system: experiences. In Britain, Australia and Newzealand. Technological Forecasting and Social Change, 60(1), 37-60.
- Neuman LW. Social research methods. 6th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education; 2007.
- Peter, Joseef.,Kumar, Ronald Ravinesh. (2017). Productivity

growth and income in the tourism sector: Role of tourism demand and human capital investment, *Tourism Management*, Vol. 61: 523–537

- Silva, F. B., Herrera, M. A. M., Rosina, K., Barranco, R.R., Freire, S., & M., Schiavina, (2018): Analyzing spatiotemporal patterns of tourism in Europe athigh-resolution with conventional and big data sources, *Tourism Management*, 68, pp: 101-115.
- World Tourism Organization. (2013). *UNWTO Annual Report 2012*, Madrid