



## Identification and Analysis of the Social Drivers Governing the Tourism Development Policy of Iranian Cities in Horizon 2025 with a Future Studies Approach

Jahan Afrooz Ahmadzadeh <sup>a</sup>, Firoozeh Haji Ali Akbari <sup>a</sup>✉, Homa Droudy <sup>a</sup>

<sup>a</sup>. Department of Management, Zanjan Branch, Islamic Azad University, Zanjan, Iran  
(Corresponding Author) Email: [frouzehajialiakbari@gmail.com](mailto:frouzehajialiakbari@gmail.com)

### ARTICLE INFO

#### Keywords:

*Social Drivers,  
Tourism Development,  
Horizon 2025,  
Future Studies.*

#### Article History:

Received:

27 December 2022

Received in revised form:

26 February 2023

Accepted:

4 April 2023

Available online:

29 April 2023

### ABSTRACT

Today, tourism is more than an industry, as a global and social dynamic phenomenon with its own complexities. A detailed understanding and scientific analysis of this phenomenon can provide a reliable framework for planning the tourism industry. As the biggest social movement with numerous cultural, economic, and spatial consequences, this industry always needs to make its development effective now and in the future. In this regard, planning for tourism development depends on various factors and conditions, which can be achieved under the condition of their systematic and structured application. This issue shows the importance of future research, the necessity of formulating future visions in the tourism development process, and the social drivers among them. For this purpose, the current research attempts to identify and analyze the critical social drivers affecting tourism development in the horizon 2025. In the following article, 17 primary factors were extracted with the Delphi technique, then the cross-effects matrix of the components was formed using the Delphi method of managers. In the next step, matrix analysis was done with Mic Mac software. The results of the dispersion of the variables in the axis of influence and influence of the factors in the Mic Mac software show the system's stability in tourism development. Accordingly, the findings of the research showed that among the drivers identified, the drivers of the development of participation in tourism, strengthening the knowledge of the residents of areas with tourist attractions regarding the tourism potential of the region, developing local native games, the mental image of the tourist destination, strengthening local institutions in order to invest in tourism, making the local community aware of how to deal with tourists. Increasing the culture of tourism acceptance, the connection between the components of the tourism chain, accommodation facilities, and arranging the influence of natives' opinions in the meetings of people and officials in the media were identified as key drivers.

**Citation:** Ahmadzadeh, J. A., Haji Ali Akbari, F., & Droudy, H. (2023). Identification and Analysis of the Social Drivers Governing the Tourism Development Policy of Iranian Cities in Horizon 2025 with a Future Studies Approach. *Journal of Urban Tourism*, 10 (1), 133-149.

<http://doi.org/10.22059/JUT.2023.348349.1066>



© The Author(s)

**Publisher:** University of Tehran Press

## Extended abstract

### Introduction

In the Comprehensive National Tourism Development Document of Iran, it is stated that Iran ranks fifth in the field of natural attractions and tenth in the field of historical and ancient attractions in the world, and based on forecasts at the end of the sixth development program, which coincides with the twenty-year vision document. Iran should reach 20 million incoming tourists annually. Surveys show that with the current trend governing the country's tourism, we will reach a maximum of 55 million tourists annually. The available statistics show that Iran's share in attracting foreign tourists is insignificant due to its size, history, civilization, and tourist attractions. Therefore, attracting tourists requires the development of the tourism industry in our country and paying attention to the quality of services provided to tourists. With the understanding of the mentioned cases, the central question of the research is:

- What are the social driving forces governing tourism development policy in Iran horizon 2025?

### Methodology

The following article is practical in terms of purpose, and according to the investigated components, the dominant approach is a descriptive-analytical method. The Delphi technique has been exploited to identify variables and indicators. In this research, in order to consciously select the participants, the purposeful sampling method has been exerted. The basis of using the purposeful sampling method is to select a group of experts with an in-depth investigation or a general understanding of the nature of the research questionnaire. Based on the above explanations, the statistical population of the upcoming research is 74 experts in the field of tourism, including experts in the organization Tourism and cultural heritage, and some university professors are experts in the field of study. The experts checked and confirmed the validity of the questionnaire used. The number considered volume for the Delphi technique was 74 people. The sample size for the Mic Mac technique was 43

people, according to the experts' familiarity with this software. Cronbach's alpha was also applied to test the reliability of the research questionnaire. The obtained value was equal to 0.87, which confirmed the reliability of the research questionnaire.

### Results and discussion

The factors related to the research were confirmed by the statistical sample using the Delphi technique. In the following, 17 factors have been analyzed with Mic Mac software to extract the main influencing factors. The dimensions of the matrix are 17x17. The degree of filling of the matrix is 82.35%, which shows that the selected factors have a relatively large and scattered effect on each other, and in fact, the system has enjoyed stability. Out of the total of 11560 relationships that can be evaluated in this matrix, 2040 relationships were zero, meaning the factors did not influence or were not influenced by each other 4120 relationships, and their number was one, which means that they had little influence on each other. Also, in 2760 relationships, their number was 2, meaning they had a relatively strong influencing relationship; in 2640 relationships, their number was 3. This means that the relationships between the critical factors have been very high and have had a lot of influence and effectiveness. The results of determining the key drivers showed that ten drivers in the influence column had the most significant contribution to direct influence, and the same ten variables were in the first ten in the indirect influence. These factors are the cultural and social policies of the government based on Mandatory hijab for foreign tourists and some restrictions on social freedoms, such as banning the consumption of alcoholic beverages, strengthening the knowledge of residents of areas with tourist attractions regarding the tourism potential of the region, developing local indigenous games, the mental image of tourist destinations, strengthening local institutions for investment. In tourism, awareness of the local community about how to deal with tourists, increasing the culture of tourism acceptance, a connection between the components of the tourism chain, facilities,

and accommodation facilities, arranging the impact of the natives' opinions in the meetings of people and officials in the media.

### **Conclusion**

The results of this research showed that among the drivers identified, the drivers of the cultural and social policies of the government based on the compulsory hijab of foreign tourists and some restrictions on social freedoms such as the ban on the consumption of alcoholic beverages, strengthening the knowledge of the residents of areas with tourist attractions regarding the potential tourism in the region, development of local indigenous games, the mental image of tourism destination, strengthening of local institutions in order to invest in tourism, raising awareness of the local community about how to deal with tourists, increasing the culture of tourism acceptance, the connection between the components of the tourism chain, facilities residence, the arrangement of influencing the opinions of the natives in the meetings of the people and officials in the media were identified as key drivers. By adopting a future research approach and considering the critical drivers obtained in the current research, the decisions and plans in the tourism industry and the social sphere will be oriented in line with the development of the tourism industry and will be on a targeted path. In the conclusion of this research, it can be acknowledged that the success in achieving the comprehensive goals of tourism in Iran depends on the continuous interaction between critical factors and detailed planning for these drivers. In other words, sufficient attention from the planners to the influencing and driving factors and considering these key factors and the relationships between them will provide the necessary platforms for realizing, developing, and desirable evolution of tourism in the social sphere.

### **Funding**

There is no funding support.

### **Authors' Contribution**

All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

### **Conflict of Interest**

Authors declared no conflict of interest.

### **Acknowledgments**

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



## شناسایی و تحلیل پیشران‌های اجتماعی حاکم بر سیاست‌گذاری توسعه گردشگری شهرهای ایران در افق ۱۴۰۴ با رویکرد آینده‌پژوهی\*

جهان افروز احمدزاده<sup>۱</sup>، فیروزه حاجی علی‌اکبری<sup>۲</sup>✉، هما درودی<sup>۳</sup>

۱- گروه مدیریت، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

۲- نویسنده مسئول، گروه مدیریت، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

Email: [firouzehajialiakbari@gmail.com](mailto:firouzehajialiakbari@gmail.com)

۳- گروه مدیریت، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

### چکیده

برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری، به عوامل و شرایط گوناگونی وابسته است که به شرط به‌کارگیری نظام‌مند و ساختاری آنها، می‌توان به این مهم دست‌یافت. این موضوع نشان از اهمیت آینده‌پژوهی و ضرورت تدوین چشم‌اندازهای آینده در فرایند توسعه گردشگری و در این میان پیشران‌های اجتماعی دارد. بدین منظور در پژوهش حاضر سعی بر آن است که پیشران‌های اجتماعی کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری در افق ۱۴۰۴ شناسایی و تحلیل شوند. در نوشتار پیش رو ابتدا با تکنیک دلفی، ۱۷ عامل اولیه استخراج شده، سپس با استفاده از روش دلفی مدیران، ماتریس اثرات متقاطع مؤلفه‌ها تشکیل شد. در مرحله بعد، تحلیل ماتریس با نرم‌افزار میک‌مک انجام شد. نتایج حاصل از پراکندگی متغیرها در محور تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل در نرم‌افزار میک‌مک، بیانگر پایداری سیستم در توسعه گردشگری است و بر همین اساس، یافته‌های پژوهش نشان داد که از بین پیشران‌های شناسایی شده پیشران‌های سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی حاکمیت مبنی بر حجاب اجباری گردشگران خارجی و برخی محدودیت در آزادی‌های اجتماعی همچون ممنوعیت مصرف مشروبات الکلی، تقویت دانش ساکنین مناطق دارای جاذبه گردشگری نسبت به پتانسیل‌های گردشگری منطقه، توسعه بازی‌های بومی محلی، تصویر ذهنی مقصد گردشگری، تقویت نهادهای محلی در جهت سرمایه‌گذاری در گردشگری، آگاهی‌بخشی جامعه محلی در مورد نحوه برخورد با گردشگران، افزایش فرهنگ گردشگرپذیری، پیوستگی میان اجزای زنجیره گردشگری، امکانات و تسهیلات اقامتی، ترتیب اثر دادن نظرات بومیان در جلسات هم‌اندیشی مردم و مسئولین در رسانه‌ها به‌عنوان پیشران‌های کلیدی شناسایی شدند.

### اطلاعات مقاله

#### واژگان کلیدی:

پیشران اجتماعی،  
توسعه گردشگری،  
افق ۱۴۰۴،  
آینده‌پژوهی

#### تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۱۰/۰۵

#### تاریخ بازنگری:

۱۴۰۱/۱۲/۰۶

#### تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۰۱/۱۵

#### تاریخ چاپ:

۱۴۰۲/۰۲/۰۸

**استناد:** احمدزاده، جهان افروز؛ حاجی علی‌اکبری، فیروزه و درودی، هما. (۱۴۰۲). شناسایی و تحلیل پیشران‌های اجتماعی حاکم بر سیاست‌گذاری توسعه گردشگری شهرهای ایران در افق ۱۴۰۴ با رویکرد آینده‌پژوهی. *مجله گردشگری شهری*، ۱۰ (۱)، ۱۴۹-۱۳۳.

<http://doi.org/10.22059/JUT.2023.348349.1066>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

© نویسندگان



\*. این مقاله برگرفته شده از رساله دکتری جهان افروز احمدزاده در گروه مدیریت به راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم در دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان می‌باشد.

## مقدمه

امروزه اهمیت گردشگری در همه جوامع، آن را به عنوان یک صنعت در تمام جهان مطرح کرده و صنعت گردشگری به عنوان صنعتی در حال رشد، شناخته شده است. اهمیت این صنعت برای کشورهایی با جاذبه‌های گردشگری فراوان، به علت ایجاد درآمدهای سرشار، بسیار زیاد است. به همین علت این کشورها سعی در توسعه هر چه بیشتر این صنعت می‌کنند (Sharpy, 2017:100). بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۱، تعداد یک میلیارد و ۳۲۶ میلیون نفر در سراسر جهان به امر گردشگری پرداخته که نسبت به سال گذشته، ۹۱ میلیون نفر (۷٪) افزایش یافته و ارزش آن به میزان ۶/۱ تریلیون دلار و معادل ۷٪ صادرات جهان می‌باشد. بر اساس گزارش مجمع جهانی سفر و گردشگری، این صنعت حدود ۴/۱۰٪ میزان تولید ناخالص ملی دنیا را شامل می‌شود (مستقیم و غیرمستقیم) و دومین صنعت از نظر تأثیرگذاری بر روی تولید ناخالص ملی در دنیا محسوب می‌گردد (Chen et al, 2022:28). در ارتباط با سیاست‌گذاری توسعه گردشگری باید عنوان کرد که نمودار گردشگری جهانی از سال ۱۹۵۰ تا چشم‌انداز ۲۰۳۰ نیز نشان از رشد چشمگیر این صنعت بزرگ در نزدیک به ۷۰ سال اخیر دارد. در سال ۱۹۵۰ شمار گردشگران بین‌المللی تنها به ۲۵ میلیون نفر می‌رسید، در حالی که این رقم در حال حاضر بالغ بر ۱,۳ میلیارد نفر است و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۳۰ به ۱,۸ میلیارد نفر برسد (سازمان جهانی گردشگری، ۱، ۲۰۱۸). امروزه مسئله سیاست‌گذاری فقط مختص به کشوری خاصی نیست و متخصصان زیادی در عرصه‌های بین‌المللی این موضوع را مورد مطالعه قرار داده‌اند و ره‌نگاشت آن را برای دستور کار تحقیقات آینده تدوین کرده‌اند (Katz-Gerro, 2015:1). و مطالعه سیاست‌گذاری در بیشتر کشورها برای تحقیقات آینده و تدوین چشم‌اندازهای آینده پیشنهاد شده است (Kawashima, 2015:453).

عدم قطعیت‌ها و ابهام از ویژگی‌های ساختاری عوامل اجتماعی صنعت گردشگری در دوران کنونی است. عصری که در آن تحولات سریع و شگفت‌انگیز به دلیل پیشرفت سریع علم و تکنولوژی، تصمیم‌گیری‌های سیاسی دولت‌ها و دیگر عوامل خرد و کلان به شکل برق‌آسا از راه می‌رسند و تأثیرات عمیق و ساختارشکنی بر روندهای حاکم می‌گذارند (Wang et al, 2019:79). فعالان صنعت گردشگری در این محیط بی‌ثبات، باید قابل‌اتکاترین رویکردها و روش‌ها را برای برنامه‌ریزی برگزینند به گونه‌ای که کلیه جنبه‌های تأثیرگذار این صنعت و در این میان عوامل اجتماعی را فراگرفته تا بتوان با اشراف بر آنها اقدام به تهیه برنامه‌ای جامع نمایند (Chung et al, 2020:389). شناسایی پیشران‌های کلیدی توسعه صنعت گردشگری مبتنی بر آینده‌پژوهی به عنوان رویکردی نوین در محیط متغیر کنونی بوده که به واسطه رصد، کاوش و تحلیل آینده‌های بدیل و با در نظر گرفتن تغییرات و اشتباهات احتمالی روندهای حاکم و همچنین رصد شگفتی‌سازهای آینده، گستره وسیعی از آینده‌های ممکن را در اختیار برنامه‌ریز جهت سیاست‌گذاری‌های هدف‌مند قرار می‌دهد (Olishevskaya & Kupach, 2022:125). به عبارت دیگر آینده‌پژوهی در صنعت گردشگری و در این میان شناسایی پیشران‌های اجتماعی از طریق انجام اقدامات منطقی از جمله شناسایی روندها، اتفاقات و رخدادهای تأثیرگذار جهان و کشور در این حوزه و... حوزه تحت نظر خود را در برابر اتفاقات ممکن آینده آماده می‌نماید (Novy, & Colomb, 2021:10). آینده‌پژوهی در گردشگری به عنوان رهیافتی نوین، شرایط و زیرساخت‌های لازم برای طراحی برنامه‌ریزی کلان و منسجم را که در برگیرنده کلیه شرایط صنعت گردشگری کشور باشد، از طریق ایجاد ارتباط، هماهنگی و هم‌اندیشی میان سازمان‌ها و نهادهای جامعه، ایجاد چشم‌انداز مشترک، تعیین اولویت‌ها و... فراهم می‌آورد تا از طریق ترسیم راهبردهای مختلف برای آینده این صنعت و برنامه‌ریزی در جهت مقابله با چالش‌ها و مسائل پیش روی آن، به سیاست‌گذاران و فعالان این حوزه یاری رساند

<sup>1</sup> World Tourism Organization

(Sop,2020:2025).

اتکای شدید اقتصاد ایران به درآمدهای حاصل از صادرات نفت و همچنین پیروی متغیرهای کلان اقتصادی کشور از قیمت جهانی نفت لزوم تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ابعاد فرصت‌های جدید شغلی در کشور را بیش از پیش نشان می‌دهد (روند حاکم بر متغیرهایی مانند تولید ناخالص ملی، سرمایه‌گذاری ناخالص، در آمد سرانه و غیره در سه دهه اخیر ایران، به‌روشنی نشان‌دهنده این موضوع است). هم‌زمان با کاهش جهانی قیمت نفت و برنامه‌ریزی برای کاهش وابستگی به درآمدهای منابع طبیعی، ایران نیز همانند بسیاری از اقتصادهای سنتی وابسته به نفت به صنایع خدماتی مانند گردشگری جهت‌گیری راهبردی داشته است و به‌منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی خود و همچنین ابعاد فرصت‌های جدید شغلی در کشور با توجه به وجود ظرفیت‌های بالقوه توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار بوده به‌گونه‌ای که این اهمیت را می‌توان در اقدامات اخیر کشور نظیر چشم‌انداز بیست‌ساله کشور در حوزه گردشگری (رسیدن به ۲۰ میلیون گردشگر تا سال ۱۴۰۴)، نقش و جایگاه گردشگری در برنامه پنج‌ساله ششم توسعه، نقش و جایگاه آن در بیانات مقام معظم رهبری، سیاست‌های کلی نظام و... مشاهده نمود (حسینی و رحیم‌زاده، ۱۳۹۸:۱۳۸). در سند جامع توسعه ملی گردشگری ایران آمده است که ایران در بخش جاذبه‌های طبیعی رتبه پنجم و در بخش جاذبه‌های تاریخی و باستانی رتبه دهم دنیا را دارد و بر اساس پیش‌بینی‌ها در پایان برنامه ششم توسعه که مصادف با سند چشم‌انداز بیست‌ساله است، ایران باید به سالانه ۲۰ میلیون گردشگر ورودی دست پیدا کند (سند چشم‌انداز ۱۴۰۴). بررسی‌های نشان می‌دهد که با روند جاری حاکم بر گردشگری کشور در افق چشم‌انداز ما حداکثر به ۵۵ میلیون گردشگر در سال دست خواهیم یافت (صمدی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۲-۱۳). آمارهای موجود نشان‌دهنده این امر است که سهم ایران در جلب گردشگران خارجی با توجه به وسعت، تاریخ و تمدن و جاذبه‌های گردشگری ناچیز است و از این رو، جلب گردشگر نیازمند توسعه صنعت گردشگری در کشورمان و توجه به کیفیت خدمات ارائه شده به گردشگران است (مافی و سقایی، ۱۳۸۸، ۷۸) با درک موارد گفته شده سؤال اصلی پژوهش این است که پیشران‌های اجتماعی حاکم بر سیاست‌گذاری توسعه گردشگری در افق ۱۴۰۴ ایران کدام‌اند؟

خاک‌نژاد و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی در ایران (مطالعه موردی: شهر تبریز) به این نتیجه رسیده‌اند که عدم توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی در شهر تبریز ناشی از نارسایی‌هایی در سطوح خرد و کلان می‌باشد. در سطح خرد می‌توان به کاستی‌های پروژه‌ها و برنامه‌های بازآفرینی شهری و در سطح کلان می‌توان به مؤلفه‌هایی همچون عدم وجود دیدگاه همه‌جانبه‌نگر و سیستمی، روابط سیاسی نامناسب و شکل‌گیری تصویر منفی از ایران در اذهان عمومی و تصدی‌گری دولت در بخش گردشگری اشاره کرد. حاجی‌علی‌اکبری و همکاران (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان تحلیل نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی در توسعه گردشگری بوم‌گردی شهرستان زنجان انجام داده‌اند. یافته‌ها نشان داد که عوامل فرهنگی با میزان ضریب مسیر ۰/۴۸ بر توسعه گردشگری بوم‌گردی تأثیر مثبت و معناداری دارد به‌گونه‌ای که این عامل قادر است که ۲۳ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین نماید. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که عوامل اجتماعی با میزان ضریب مسیر ۰/۳۸ بر توسعه بوم‌گردی زنجان تأثیر مثبت و معناداری دارد به‌گونه‌ای که این عامل قادر است که ۱۴/۴ درصد از واریانس متغیر وابسته را پیش‌بینی نماید. پاشایی و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان بررسی نقش میانجیگری عوامل نهادی در تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی، محیطی بر توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد ماکو انجام داده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد که تمامی مؤلفه‌های مشارکت جامعه محلی (اقتصادی/ اجتماعی/ محیطی / نهادی)، بر توسعه گردشگری ورزشی تأثیر

معنی‌داری داشت که از این میان عامل اجتماعی با اثر کلی ۵۵٪ بیشترین تأثیر را داشت و از طرفی نقش میانجی-گری عوامل نهادی بر توسعه گردشگری ورزشی تأیید شد. در مجموع باتوجه‌به اهمیت گردشگری ورزشی مناطق آزاد، مدیران و برنامه‌ریزان بخش گردشگری و ورزش کشور باید در زمینه اجتماعی اهتمام لازم را در جهت توسعه و بالندگی این صنعت از خود نشان دهند. مروت و سالم (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان بررسی عوامل اقتصادی - اجتماعی مؤثر بر تقاضای گردشگری داخلی و خارجی خانوارهای شهری کشور انجام داده‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد در بین متغیر اقتصادی - اجتماعی، متغیرهای بعد خانوار و تعداد سال‌های تحصیل سرپرست خانوار بر تقاضای گردشگری اثر معنادار و منفی و متغیر سن سرپرست خانوار اثر معنی‌دار و مثبت دارد. همچنین تحریم‌های نفتی اثر معنی‌داری بر تقاضای گردشگری داخلی خانوارهای شهری ایرانی نداشته است؛ اما اثر منفی و معنی‌دار بر تقاضای گردشگری خارجی این خانوارها دارد. ایسی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان تسهیل همکاری و مشارکت جامعه در توسعه گردشگری: مورد جنوب شرقی نیجریه انجام دادند. یافته‌های این تحقیق نشان داد که برای توسعه یک مقصد گردشگری دوستدار گردشگران و حفظ همکاری و مشارکت جامعه، ذی‌نفعان به آموزش گردشگری و فرصت‌های مشارکت در برنامه‌ریزی نیاز دارند. تان<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان تأثیر دلبستگی جامعه و حمایت ساکنان بر پایداری مقصد: شواهدی از مقصدهای معنوی و اجتماعی در ویتنام انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد که دلبستگی اجتماعی و حمایت ساکنان تأثیر مستقیمی بر مزایای درک شده و پایداری مقصد دارد. لیو و لی<sup>۳</sup> (۲۰۱۸)، پژوهشی با عنوان "تصورات جامعه محلی از تأثیرات گردشگری و ارتباط آن با توسعه مقصد در یک کشور در حال توسعه انجام دادند. ساکنانی که گردشگری را در مرحله توسعه، تکامل و رکود می‌دانند در مقایسه با کسانی که گردشگری را در مراحل اولیه می‌دانند، معتقدند که گردشگری فرصت‌های شغلی و فصلی و فعالیت‌های فرهنگی را به وجود می‌آورد. در مقابل، کسانی که گردشگری را در مراحل اولیه می‌دانند، بیشتر به آلودگی محیط‌زیست اشاره کرده‌اند و بنابراین از محدودیت‌هایی برای این صنعت حمایت می‌کنند. ابراهیمی میمند و همکاران (۲۰۱۷)، پژوهشی با عنوان "نگرش ساکنین به توسعه گردشگری: دیدگاه جامعه‌شناختی" در کشور مالزی و به روش کیفی انجام دادند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که پشتیبانی شهروندان محلی از توسعه گردشگری متأثر از عملکرد اجتماعی و فرهنگی آنها و چهار متغیر دین‌داری اسلامی، دانش گردشگری، انگیزه‌های ذاتی و دلبستگی به جامعه محلی می‌باشد. نتایج تحقیق امی ددیچ و شانکار اسوانی<sup>۴</sup> (۲۰۱۶)، با عنوان "بررسی تأثیرات بالقوه توسعه گردشگری در تغییرات اجتماعی و زیست‌محیطی در جزایر سلیمان" بیشتر، تأثیرات منفی اجتماعی و فرهنگی از جمله کاهش سرمایه اجتماعی، نفوذ خارجی و توسعه اقتصادی را نشان داد. علی‌رغم آن، مردم محلی از گردشگری پشتیبانی می‌کردند. یافته‌های این پژوهش همچنین تأکید بر نیاز به برنامه‌ریزی محلی مناسب برای اطمینان از تأثیرات مثبت گردشگری و سایر اشکال توسعه را نشان داده است. فازیتو<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهش خود گفت‌مان‌ها و سیاست‌گذاری‌های گردشگری در برزیل را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در روند شکل‌گیری اجتماعی گردشگری پایدار نمایش‌های مختلف، گاه مخالف از توسعه گردشگری برای تحقق حمایت از افراد با زمینه‌ها و علایق مختلف وجود دارد. آنتونی آشوک کومار<sup>۳</sup> (۲۰۱۶)، پژوهشی با عنوان "نقش گردشگری در توسعه اجتماعی (مطالعه موردی مهابالی پور، تامیل نادو)" در هندوستان انجام داد. بر اساس نتایج حاصل از پژوهش نگرش جامعه محلی به توسعه گردشگری مثبت است. از دیگر نتایج

1. Eyisi

2. THAN

3. Liu &amp; Li

4. Amy Diedrich &amp; Shankar Aswani

5. Fazito

این پژوهش پذیرش رفتار گردشگران به‌ویژه توسط جوانان می‌باشد. وی نشان داد اگر برنامه‌ریزی شده، کنترل شده و به‌درستی تحت نظارت باشد، می‌تواند در دستیابی به مراحل مطلوب توسعه کمک کند، اما درعین حال، در صورتی که بدون برنامه‌ریزی و کنترل نشده باشد تأثیرات زیان‌بار بر محیط اجتماعی - فرهنگی مقصد دارد. بر اساس نتایج تحقیق بگری و کالا<sup>۴</sup> (۲۰۱۶)، با عنوان "نگرش ساکنان نسبت به توسعه گردشگری و تأثیرات آن در کوتای کانازار هند" امکانات زیربنایی، طراحی و بسته‌بندی محصولات گردشگری روستایی، برنامه‌های توسعه مهارت برای بومیان و برنامه‌های بازاریابی خاص برای توسعه گردشگری ضروری است. یافته‌ها نشان می‌دهد که ساکنین تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی گردشگری بر منطقه کوهستانی خود را درک می‌کنند. سانچز کانیزارسه<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۴) پژوهشی با عنوان "نگرش ساکنان محلی نسبت به تأثیرات توسعه گردشگری در کیپ ورد" انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که به‌طور کلی جامعه محلی بر این باورند که گردشگری فرصت‌های اقتصادی - به‌ویژه برای جمعیتی که قصد آنها مهاجرت می‌باشد. به وجود می‌آورد. لیم و همکاران (۲۰۱۱) پژوهشی با عنوان "ارزیابی نگرش ساکنان جورج تاون نسبت به تأثیرات توسعه گردشگری" و با کمک نظریه مبادله اجتماعی انجام دادند. طبق یافته‌های این پژوهش بین منافع شخصی حاصل از توسعه گردشگری، اثرات مثبت درک شده با حمایت از توسعه گردشگری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

همان گونه که پیشینه پژوهش نشان می‌دهد، در حیطه گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی در کشور تاکنون پژوهشی با هدف تعیین پیشران‌های اجتماعی توسعه گردشگری انجام نگرفته و پژوهش حاضر می‌تواند گامی استوار در جهت انجام‌دادن تحقیقات آینده باشد. با مطالعه منابع موجود مشخص می‌شود دستیابی به مزایا و مطلوبیت‌ها زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که با برنامه‌ریزی صحیح و متمرکز برای آینده بستر الزام برای این کار فراهم شود. از همین رو آینده‌نگری گردشگری با توجه به قابلیت‌های موجود، می‌تواند نقش بسزایی در شناسایی عوامل کلیدی و برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری در بعد اجتماعی در آینده داشته باشد.

## مبانی نظری

مجموعه قواعد، قوانین، رهنمون، دستورالعمل و اهداف توسعه یا ارتقاء و راهبردهایی که چارچوبی برای تصمیمات شخصی و جمعی به صورت مستقیم برای توسعه گردشگری در بلندمدت و فعالیت‌های روزانه در مقاصد گردشگری مهیا می‌کند، سیاست‌گذاری گردشگری است (ویسی، ۱۳۹۶: ۹۴) و صنعت گردشگری در جهان امروز جایگاهی ویژه دارد و طی نیم‌قرن به یکی از بازیگران اصلی تجارت بین‌الملل تبدیل شده و از منابع درآمدی مهم بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه به شمار می‌آید. هر کشوری سیاست مناسب برای جذب گردشگر خارجی را تعریف می‌کند و در سیاست‌گذاری گردشگری باید الگوی مطلوب گردشگری از دیدگاه‌های مختلف تعریف شود و بر اساس آن به برنامه‌ریزی اقدام کرد (رنجبریان و احمدی، ۱۳۹۰: ۲۳). به‌طور کلی، سیاست‌گذاری نقشه راهی است که شرایط مناسبی برای انتخاب و راهنمایی و تعیین تصمیمات حال و آینده فراهم می‌کند. حال اگر تصمیم‌گیری در خصوص مسائل ملی و سطح کلان کشور باشد، «سیاست‌گذاری عمومی» نامید می‌شود. سیاست‌گذاری عمومی مجموعه اقدامات هدف‌داری است که به‌وسیله بازیگر یا بازیگران قانونی برای برخورد با مشکل یا مسئله در سطح کشور در نظر گرفته می‌شود (خوشکام و همکاران، ۱۳۹۸). بر همین اساس در این میان، سیاست‌گذاری گردشگری، عبارت است از آنچه که دولت برای انجام‌دادن یا انجام‌ندادن مسائل مرتبط با گردشگری اتخاذ می‌کند (ویسی، ۱۳۹۶: ۹۴). از طرفی توسعه صنعت گردشگری توأم است با مواردی از اثرات



منفی اجتماعی - فرهنگی که بسته به حساسیت‌ها و تفکرات سیاست‌گذاران کلان هر کشور لازم است تا این اثرات شناسایی شود و با تصمیم‌گیری‌های اصولی این اثرات حذف و یا به کمترین اندازه رسانده شود. در این بین برخی کشورها ویژگی‌ها و شرایط خاصی دارند و کشور جمهوری اسلامی ایران از نظر نوع نگرش سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران کلان یک مورد منحصر به فرد تلقی می‌گردد (خاکساری، ۱۳۹۱: ۲۱). باید توجه داشت که برنامه‌های توسعه و سیاست‌گذاری‌ها در هر کشور متأثر از ماهیت حکومت و ایدئولوژی سیاسی حاکم است که بر نظام برنامه‌ریزی، اسناد فرادستی، برنامه‌های راهبردی و محتوای آن‌ها تأثیر مستقیم می‌گذارد. به عبارت دقیق‌تر، سیاست‌گذاری‌ها و تدوین برنامه‌های راهبردی کلان در هر کشور، محصول محیط سیاسی، ارزش‌ها و ایدئولوژی حاکم، خواست قدرت و اصول نهادینه‌شده آن کشور است. بر همین اساس، گردشگری به‌عنوان پدیده‌ای نوین با خاستگاه غربی دارای ماهیت، ابعاد، ارزش‌ها و معنای خاصی است که در نظام‌ها و ایدئولوژی‌های سیاسی مختلف نگاه‌های متفاوتی به آن شده است. صنعت گردشگری در ذات خود مفهوم جریان آزاد سرمایه، اطلاعات، انسان و اندیشه دارد و سعی دارد محدودیت‌ها و قیدوبندها را کنار بزند و در حقیقت یکی از زوایای مهم جهانی‌شدن است. این بدان معنا است که جهانی‌شدن در خدمت گسترش گردشگری و گردشگری پیش‌برنده فرایندهای جهانی‌شدن است (ویسی، ۱۳۹۶: ۹۵). از این رو، کشورهایی که دارای نظام سیاسی بسته و مبتنی بر ارزش‌های ایدئولوژیک غیرمنعطف و محلی هستند با رونق صنعت گردشگری آزاد و فراگیر بین‌المللی در تناقض هستند. در نتیجه، رویکرد احتیاطی و حتی تهدیدآمیز بودن گردشگری بین‌المللی را در پیش می‌گیرند و معمولاً در اسناد فرادستی برنامه جدی برای توسعه این صنعت ندارند. این بدان معنا است که رونق گردشگری بین‌المللی در یک کشور بیش از آنکه بیانگر جاذبه‌های گردشگری فراوان آن کشور باشد، نشانگر نظام سیاسی باز، در انزوا بودن، در شبکه بودن و تعامل با نظام بین‌الملل بر مبنای منافع اقتصادی، سیاسی و فرهنگی آن کشور است که در برنامه‌ها و اسناد فرادستی آن کشور سیاست‌گذاری، هدف - گذاری و عملیاتی شده است (ویسی، ۱۳۹۶: ۹۵).

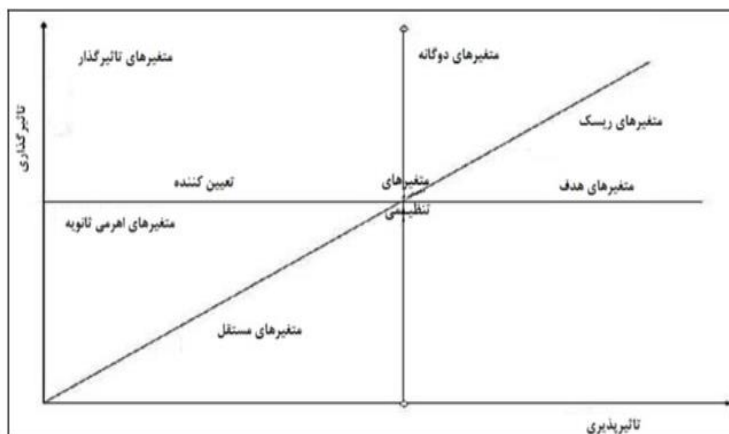
به‌طور کلی عوامل اساسی مؤثر بر گردشگری در هر کشور را می‌توان به دو بخش «عوامل زمینه‌ای» و «سیاست‌گذاری گردشگری» تقسیم کرد. عوامل زمینه‌ای شامل فرهنگ، اقتصاد، امنیت، امکانات رفاهی و زیربنایی و کیفیت جاذبه‌های گردشگری است که در هر کشور برای توسعه گردشگری شرط لازم است، اما کافی نیست. علاوه بر آن‌ها، اراده لازم زمامداران کشور برای توسعه گردشگری نیاز است که در اسناد و قوانین پایه و فرادستی ملی انعکاس دارد و سپس به صورت عملیاتی و جزئی‌تر در قوانین عادی، تفاهم‌نامه‌ها، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها متبلور می‌شود. وجود سیاست‌گذاری و اسناد فرادستی با مفاد مشخص گردشگری، بخش دیگر مؤثر بر توسعه گردشگری معنا پیدا می‌کند که آن بخش «اجرا و نظارت بر سیاست‌ها» است (ویسی، ۱۳۹۶: ۹۸). عوامل اجتماعی جزء عوامل زمینه‌ای برای توسعه گردشگری به حساب می‌آید. پیشران‌های اجتماعی توسعه گردشگری ریشه در دیدگاه‌های جامعه‌شناختی دارد. دیدگاه مبتنی بر توسعه پیشران‌های اجتماعی در راستای توسعه گردشگری برگرفته از دیدگاه‌های کنش متقابل نمادین و نظریه مبادله اجتماعی است (Dwyer, 2015: 328). نظریه کنش متقابل نمادین بر نوع برداشت و تفسیری که گردشگر از مکان گردش به دست می‌آورد تأکید دارد، به این معنی که گردشگر از نحوه رفتار مردم مکان گردش و کیفیت (و هم چنین کمیت) خدماتی که دریافت می‌کند و نحوه چیدمان طبیعی با طرح‌ریزی‌شده) عناصر فضای گردش یک "تعریف موقعیت" به دست می‌آورد که بر تصمیم‌های بعدی او اثر می‌گذارد (Sigala, 2018: 34). نظریه مبادله اجتماعی ادعا می‌کند که انسان‌ها اصولاً موجودات عاقل و حسابگری هستند که به‌منظور رسیدن به یک هدف و یا کسب یک پاداش دست به رفتار خاصی می‌زنند و اگر میزان پاداشی که به دست می‌آورند با سرمایه‌گذاری اولیه آنها مطابقت نداشته باشد. احتمال بروز دادن آن رفتار از طرف آنها

در آینده کاهش می‌یابد؛ بنابراین اگر گردشگر به این نتیجه برسد که از سرمایه‌گذاری خود در مکان دیگر، پاداش و خدمات بیشتر و یا بهتری دریافت می‌کند، دفعات بعد به آن مکان‌ها مسافرت خواهد کرد. باتوجه به مطالب ذکر شده، به نظر می‌رسد نظریه مبادله اجتماعی تبیین‌کننده پیشران‌های اجتماعی در راستای توسعه گردشگری است (Huang et al, 2020:12).

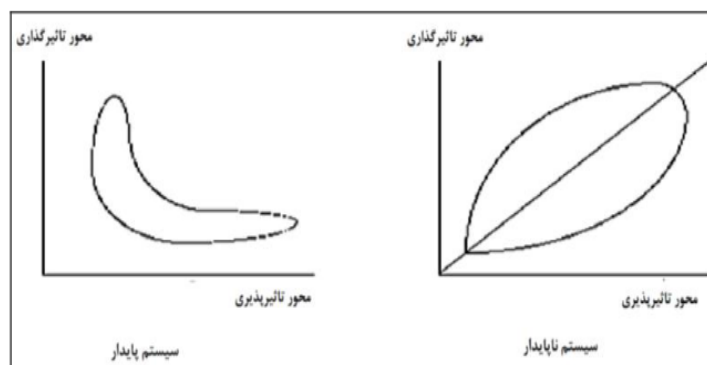
### روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد آینده‌پژوهی، مهم‌ترین عوامل مؤثر بر پیشران‌های اجتماعی حاکم بر سیاست‌گذاری توسعه گردشگری در افق ۱۴۰۴ را شناسایی و میزان و چگونگی تأثیرگذاری این عوامل را بررسی می‌کند. نوشتار پیش رو از لحاظ هدف کاربردی است و باتوجه به مؤلفه‌های مورد بررسی، رویکرد حاکم بر آن روش توصیفی تحلیلی است. از تکنیک دلفی برای شناسایی متغیرها و شاخص‌ها استفاده شده است. در این راستا در مرحله اول برای جمع‌آوری متغیرها از مقالات علمی پژوهشی و مروری منتشر شده در زمینه عوامل مؤثر بر پیشران‌های اجتماعی حاکم بر سیاست‌گذاری توسعه گردشگری استفاده شد؛ سپس پرسش‌نامه نیمه‌ساختاریافته بین کارشناس متخصص و خبره در حوزه گردشگری توزیع شد و از آنها خواسته شد تا در چارچوب ماتریس اثرات متقاطع به متغیرها، بر مبنای تأثیرگذاری و تأثیرپذیری با اعدادی در طیف صفر تا سه امتیاز دهند. در این امتیازدهی «صفر» به منزله بدون تأثیر، «یک»، تأثیر ضعیف؛ «دو» تأثیر متوسط و «سه» به معنای تأثیر زیاد است؛ سپس امتیازها در ماتریس متقاطع وارد شد تا تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم و غیرمستقیم هر کدام از عوامل سنجیده شود و باتوجه به امتیاز تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل، پیشران‌های کلیدی به دست آیند.

نرم‌افزار میک مک یکی از بهترین نرم‌افزارهایی است که برای محاسبات ماتریس تحلیل اثرات متقاطع، طراحی شده است؛ روش این نرم‌افزار بدین گونه است که ابتدا متغیرها و مؤلفه‌های مهم در حوزه موردنظر را شناسایی کرده و آنها را در ماتریس اثرات وارد نموده و سپس میزان ارتباط میان این متغیرها باهم به وسیله خبرگان تشخیص داده می‌شود. متغیرهای موجود در سطرها روی متغیرهای موجود در ستون‌ها تأثیر می‌گذارند؛ بدین ترتیب متغیرهای سطرها، تأثیرگذار و متغیرهای ستون‌ها، تأثیرپذیر هستند (Majumdar et al, 2016:436). این ماتریس را می‌توان با نمودار متناظر آن نمایش داد (شکل ۱). نحوه پراکنش عوامل روی این نمودار گویای آن است که سیستم در چه وضعیتی قرار دارد. آیا سیستم پایدار است یا ناپایدار؟ این فهم اولیه از وضعیت سیستم بر نحوه تحلیل عوامل تأثیرگذار است. در سیستم‌های پایدار پراکنش عوامل به صورت L است؛ یعنی برخی عوامل دارای تأثیرگذاری و برخی دارای تأثیرپذیری بالا هستند؛ بنابراین در سیستم‌های پایدار در مجموع سه دسته عوامل تأثیرگذار، عوامل تأثیرپذیر و عوامل مستقل مشاهده می‌شود. در مقابل، در سیستم‌های ناپایدار وضعیت پیچیده‌تر از سیستم‌های پایدار است. در این سیستم‌ها عوامل حول محور قطری بردار و در تمامی صفحه پراکنده‌اند و عوامل در بیشتر مواقع حالتی بینابینی دارند (شکل ۲). تحلیل این سیستم‌ها نسبت به سیستم‌های پایدار پیچیده‌تر است؛ زیرا عوامل بیشتری در این سیستم‌ها دخیل است. این عوامل در مجموع به پنج دسته تقسیم می‌شوند که عبارت‌اند از: ۱- عوامل تعیین‌کننده یا تأثیرگذار؛ ۲- عوامل دووجهی که خود به دو زیرمجموعه عوامل ریسک و هدف تقسیم می‌شوند؛ ۳- عوامل تأثیرپذیر با نتیجه سیستم؛ ۴- عوامل مستقل که خود به دو بخش عوامل گسسته و عوامل اهرمی ثانویه تقسیم می‌شوند و ۵- عوامل تنظیمی. در مطالعات سناریو مبنای تخصص و دانش خبرگان بر کمیت کمی ارجحیت داشته و حجم نمونه موردنظر نباید کمتر از ۲۵ نفر باشد (Chander et al, 2013:11).



شکل ۱. تأثیرگذاری - تأثیرپذیری متغیرها در تحلیل اثرات متقاطع  
منبع: (Majumdar et al, 2016)



شکل ۲. پایداری یا ناپایداری سیستم  
منبع: (Majumdar et al, 2016)

در پژوهش حاضر به منظور انتخاب آگاهانه شرکت کنندگان، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. اساس به‌کاربردن روش نمونه‌گیری هدفمند، انتخاب گروهی از خبرگان است که بررسی عمیق یا فهمی کلی نسبت به ماهیت پرسش‌نامه پژوهش داشته باشند. با استناد به توضیحات بالا، جامعه آماری پژوهش پیش رو ۷۴ نفر از کارشناسان خبره در حوزه گردشگری شامل کارشناسان سازمان گردشگری و میراث‌فرهنگی و برخی از اساتید دانشگاهی متخصص در حوزه مورد مطالعه هستند. کارشناسان مورد نظر روایی پرسش‌نامه مورد استفاده را بررسی و تأیید کردند. تعداد حجم در نظر گرفته شده برای تکنیک دلفی ۷۴ نفر و برای تکنیک میک میک حجم نمونه در نظر گرفته شده با توجه به آشنایی متخصصین به این نرم‌افزار ۴۳ نفر در نظر گرفته شد. برای آزمون پایایی پرسش‌نامه پژوهش نیز از آلفای کرونباخ بهره گرفته شده است. مقدار به‌دست‌آمده برابر با  $0/87$  بود که این مقدار تأییدکننده پایایی پرسش‌نامه پژوهش بود.

## یافته‌ها

عوامل مرتبط با پژوهش با استفاده از تکنیک دلفی به تأیید نمونه آماری رسید. عوامل شناسایی شده در جدول ۳ نمایش داده شده است. در ادامه ۱۷ عامل با نرم‌افزار میک میک برای استخراج عوامل اصلی تأثیرگذار مورد تحلیل قرار گرفته است. ابعاد ماتریس  $17 \times 17$  است. درجه پرشدگی ماتریس  $82/35$  درصد است که نشان می‌دهد عوامل انتخاب شده تأثیر

نسبتاً زیاد و پراکنده‌ای بر همدیگر داشته و در واقع سیستم از پایداری برخوردار بوده است از مجموع ۱۱۵۶۰ رابطه قابل‌ارزیابی در این ماتریس، ۲۰۴۰ رابطه عدد صفر بوده که به این معنی است عوامل بر همدیگر تأثیر نداشته یا از همدیگر تأثیر نپذیرفته‌اند. ۴۱۲۰ رابطه، عددشان یک بوده است بدین معنی که تأثیر کمی نسبت به هم داشته‌اند، ۲۷۶۰ رابطه، عددشان ۲ بوده است بدین معنی که رابط تأثیرگذار نسبتاً قوی داشته‌اند، ۲۶۴۰ رابطه، عددشان ۳ بوده است. بدین معنی که روابط عامل‌های کلیدی بسیار زیاد بوده است و از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری زیادی برخوردار بوده‌اند.

جدول ۱. تحلیل اولیه داده‌های ماتریس و تأثیرات متقاطع

شاخص	مقدار
ابعاد ماتریس	۱۷*۱۷
تعداد تکرار	۳
تعداد صفر	۲۰۴۰
تعداد یک	۴۱۲۰
تعداد دو	۲۷۶۰
تعداد سه	۲۶۴۰
تعداد p	۰
درجه پرشدگی	۸۲/۳۵

از طرف دیگر ماتریس بر اساس شاخص‌های آماری با ۳ بار چرخش داده‌ای از مطلوبیت و بهینه‌شدگی ۱۰۰ درصد برخوردار می‌باشد به طوری که هم ماتریس اثرات مستقیم و هم ماتریس تأثیرات بالقوه مستقیم به ترتیب ۹۳ و ۹۴ درصد بوده که حاکی از روایی بالای پرسش‌نامه و پاسخ‌های آن است.

جدول ۲. درجه مطلوبیت ماتریس‌ها

Iteration	Influence	Dependence
۱	۰/۹۳	۰/۹۴
۲	% ۱۰۰	% ۱۰۰
۳	% ۱۰۰	% ۱۰۰

### تأثیرات مستقیم متغیرها بر همدیگر

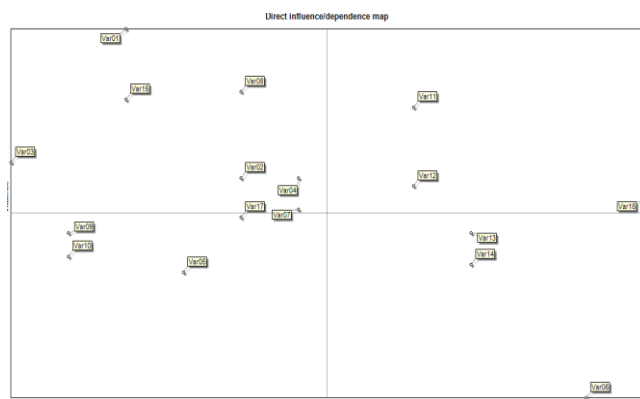
متغیرهای تعیین‌کننده یا تأثیرگذار: این متغیرها بیشتر تأثیر گذارند و کمتر تأثیر می‌پذیرند. بنابراین سیستم بیشتر به این متغیرها بستگی دارد. این متغیرها در قسمت‌های شمال غربی نمودار قرار می‌گیرند. همچنین این متغیرها، بحرانی‌ترین متغیرها هستند، زیرا تغییرات سیستم وابسته به آن‌ها هستند و میزان کنترل به آنها بسیار مهم است. همچنین این متغیرهای، متغیرهای ورودی به سیستم می‌باشند (ده زاده سیلابی و احمدی فرد، ۱۳۹۸: ۷۸). از ۱۷ عامل شناسایی شده هفت عامل در این بخش قرار گرفته‌اند. این عوامل عبارت است از: سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی حاکمیت مبنی بر حجاب اجباری گردشگران خارجی و برخی محدودیت در آزادی‌های اجتماعی همچون ممنوعیت مصرف مشروبات الکلی، آگاهی‌بخشی جامعه محلی در مورد نحوه برخورد با گردشگران، تقویت نهادهای محلی در جهت سرمایه‌گذاری در گردشگری، افزایش فرهنگ گردشگرپذیری، ترتیب اثر دادن نظرات بومیان در جلسات هم‌اندیشی مردم و مسئولین در رسانه‌ها، تقویت دانش ساکنین مناطق دارای جاذبه گردشگری نسبت به پتانسیل‌های گردشگری منطقه، توسعه بازی‌های بومی محلی. این متغیرها مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار مرتبط با پیشران اجتماعی در راستای سیاست‌گذاری گردشگری در افق ۱۴۰۴ است.

متغیرهای دوجبهی: این متغیرها، هم‌زمان هم بسیار تأثیرگذار و هم بسیار تأثیرپذیر هستند. در قسمت شمال شرقی نمودار

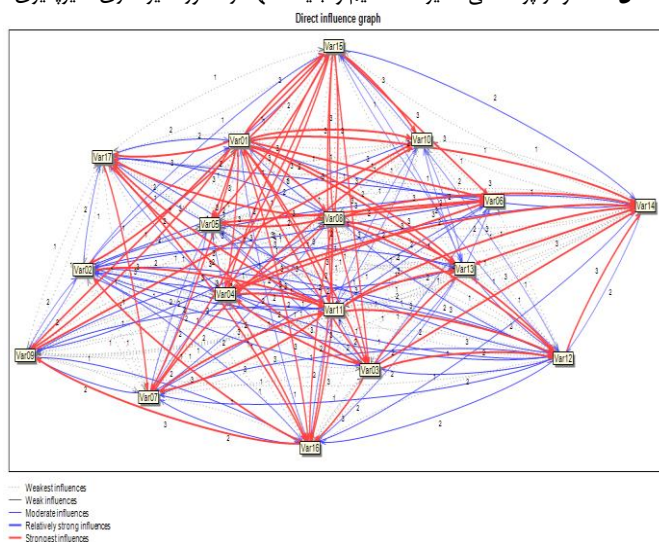
قرار دارند. به دلیل ماهیت ناپایدار این متغیرها باعث تشدید یا میرایی اثر اولیه می‌شود. زیرا هر عمل و تغییری، باعث تغییر بر دیگر متغیرها می‌شود (فتحی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۲۷). از مجموع ۱۷ متغیر مرتبط با عامل اجتماعی، ۳ متغیر در این گروه قرار دارند. متغیرهایی که در این بخش قرار گرفته‌اند عبارت است از: تصویر ذهنی مقصد گردشگری، پیوستگی میان اجزای زنجیره گردشگری و امکانات و تسهیلات اقامتی.

متغیرهای تأثیرپذیر: در قسمت جنوب شرقی نمودار قرار دارند. همچنین دارای تأثیرگذاری پایین و تأثیرپذیری بالا می‌باشند. لذا، نسبت به تکامل دو متغیر دیگر (تأثیرگذار و دووجهی) بسیار حساس بوده و خروجی سیستم هستند (فتحی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۲۷). در این قسمت ۳ متغیر از ۱۷ متغیر شناسایی شده قرار دارد این متغیرها عبارت است از: تقویت حس اعتماد گردشگران از طریق آموزش جامعه محلی، توسعه و بهبود زیرساخت‌های گردشگری، تقویت نظام آموزشی در جهت توسعه گردشگری.

متغیرهای مستقل: این متغیرها دارای تأثیرگذاری و تأثیرپذیری پایینی هستند. این متغیرها در قسمت جنوب غربی شکل قرار گرفتند (فتحی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۲۷). در این قسمت از ۱۷ عامل اجتماعی چهار عامل قرار گرفته است. عواملی که در این قسمت قرار گرفته‌اند بدین شرح است: برپایی جشنواره‌های بومی محلی گردشگری، توسعه مشارکت در گردشگری، توسعه سازمان‌های غیردولتی فعال در گردشگری، الگوبرداری ساکنان محلی از رفتار گردشگران.



شکل ۳. نمودار پراکنندگی متغیرها مستقیم و جایگاه آنها در محور تأثیرگذاری تأثیرپذیری



شکل ۴. نقشه روابط مستقیم بین متغیرها (تأثیرات بسیار ضعیف تا بسیار قوی)

#### تأثیر مستقیم متغیرها نسبت به همدیگر

تأثیر متغیرها نسبت به یکدیگر از صفر تا سه و بر اساس نظر متخصصان می‌باشد، آن مقدار تأثیری که یک عامل از

عوامل دیگر می‌پذیرد به‌عنوان تأثیرپذیری و آن مقدار تأثیری که یک عامل بر عوامل دیگر می‌گذارد به‌عنوان تأثیرگذاری ثبت شده است در جدول زیر تأثیرگذاری هر یک از متغیرهای نشان داده شده است.

جدول ۳. تأثیرات مستقیم متغیرها بر همدیگر

ردیف	عامل‌ها	تأثیرگذاری	تأثیرپذیری
۱	سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی حاکمیت مبنی بر حجاب اجباری گردشگران خارجی و برخی محدودیت در آزادی‌های اجتماعی همچون ممنوعیت مصرف مشروبات الکلی	۴۷	۲۳
۲	تقویت نهادهای محلی در جهت سرمایه‌گذاری در گردشگری	۲۸	۲۵
۳	آگاهی بخشی جامعه محلی در مورد نحوه برخورد با گردشگران	۳۰	۲۱
۴	افزایش فرهنگ گردشگری	۲۸	۲۶
۵	برپایی جشنواره‌های بومی محلی گردشگری	۱۶	۲۴
۶	تقویت حس اعتماد گردشگران از طریق آموزش جامعه محلی	۰	۳۱
۷	ترتیب اثر دادن نظرات بومیان در جلسات هم‌اندیشی مردم و مسئولین در رسانه‌ها	۲۴	۲۶
۸	تقویت دانش ساکنین مناطق دارای جاذبه گردشگری نسبت به پتانسیل‌های گردشگری منطقه	۳۹	۲۵
۹	توسعه مشارکت در گردشگری	۲۱	۲۲
۱۰	توسعه سازمان‌های غیردولتی فعال در گردشگری	۱۸	۲۲
۱۱	تصویر ذهنی مقصد گردشگری	۳۷	۲۸
۱۲	پیوستگی میان اجزای زنجیره گردشگری	۲۷	۲۸
۱۳	توسعه و بهبود زیرساخت‌های گردشگری	۲۱	۲۶
۱۴	تقویت نظام آموزشی در جهت توسعه گردشگری	۱۷	۲۹
۱۵	توسعه بازی‌های بومی محلی	۳۸	۲۳
۱۶	امکانات و تسهیلات اقامتی	۲۵	۳۲
۱۷	الگو برداری ساکنان محلی از رفتار گردشگران.	۲۳	۲۵

### تحلیل تأثیرات غیرمستقیم متغیرها بر همدیگر

#### متغیرهای تعیین کننده یا تأثیرگذار

از ۱۷ متغیر ۱۱ متغیر در این بخش قرار گرفته‌اند. متغیرهایی که در این بخش قرار گرفتند عبارت است از: سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی حاکمیت مبنی بر حجاب اجباری گردشگران خارجی و برخی محدودیت در آزادی‌های اجتماعی همچون ممنوعیت مصرف مشروبات الکلی، آگاهی بخشی جامعه محلی در مورد نحوه برخورد با گردشگران، تقویت نهادهای محلی در جهت سرمایه‌گذاری در گردشگری، افزایش فرهنگ گردشگری، ترتیب اثر دادن نظرات بومیان در جلسات هم‌اندیشی مردم و مسئولین در رسانه‌ها، تقویت دانش ساکنین مناطق دارای جاذبه گردشگری نسبت به پتانسیل‌های گردشگری منطقه، توسعه بازی‌های بومی محلی، توسعه سازمان‌های غیردولتی فعال در گردشگری، برپایی جشنواره‌های بومی محلی گردشگری، تصویر ذهنی مقصد گردشگری.

#### متغیرهای دووجهی

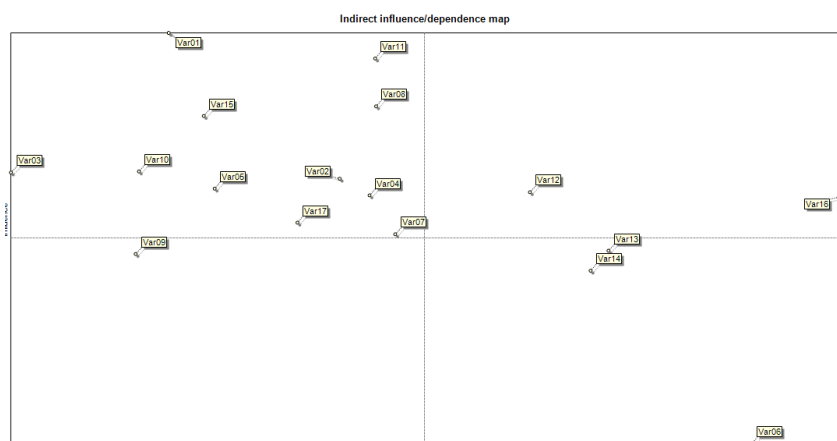
متغیرهایی که در این بخش قرار گرفتند عبارت است از پیوستگی میان اجزای زنجیره گردشگری، امکانات و تسهیلات اقامتی.

#### متغیرهای تأثیرپذیر

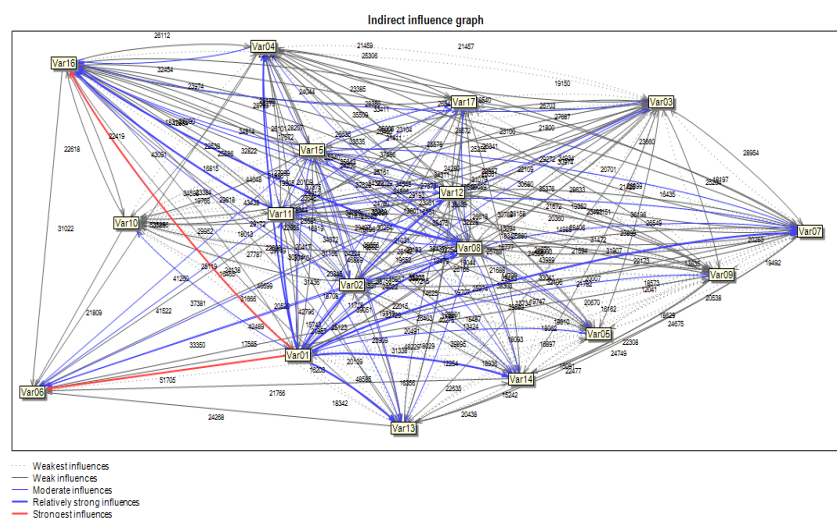
این متغیرها در قسمت جنوبی شرقی شکل قرار گرفته‌اند و می‌توان آنها را متغیرهای نتیجه نیز نامید. این متغیرها از تأثیرپذیری بسیار بالا از سیستم و تأثیرگذاری بسیار پایین در سیستم برخوردار هستند. عواملی که در این قسمت قرار می‌گیرند بدین شرح است: توسعه و بهبود زیرساخت‌های گردشگری، تقویت نظام آموزشی در جهت توسعه گردشگری، تقویت حس اعتماد گردشگران از طریق آموزش جامعه محلی.

#### متغیرهای مستقل

تنها یک متغیر در این بخش قرار گرفته است که این متغیر توسعه مشارکت در گردشگری است.



شکل ۵. نمودار پراکنده متغیرها غیرمستقیم و جایگاه آنها در محور تأثیرگذاری تأثیرپذیری



شکل ۶. نمودار روابط غیرمستقیم بین متغیرها (تأثیرات بسیار ضعیف تا بسیار قوی)

#### تعیین پیشران‌های کلیدی

باتوجه به اینکه برای محاسبات اثرهای غیرمستقیم نرم‌افزار ماتریس چند بار به توان می‌رساند، جمع اثرگذاری و اثرپذیری‌های غیرمستقیم اعداد چندرقمی درمی‌آید و مقایسه آن با اثرهای مستقیم دشوار می‌شود. برای رفع این مشکل نرم‌افزار، جدول سهم عوامل بر اساس اثرهای مستقیم و غیرمستقیم را در مقیاس ۱۰ هزار ارائه می‌دهد. براین اساس، مجموع اثرگذاری و اثرپذیری‌ها ۱۰ هزار محاسبه شده و سهم هر کدام از عوامل از این عدد نشان‌دهنده سهم آن از کل سیستم است. در جدول (۴)، سهم پیشران‌ها از کل اثرگذاری و اثرپذیری بر اساس اثرهای مستقیم و غیرمستقیم

نشان داده شده است. چنان که مشاهده می‌شود، ۱۰ پیشران در ستون اثرگذاری بیشترین سهم را در اثرگذاری مستقیم داشته‌اند که همان ده متغیر هم در اثرگذار غیرمستقیم در ده تایی اولی قرار داشتند این عوامل عبارت است از: سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی حاکمیت مبنی بر حجاب اجباری گردشگران خارجی و برخی محدودیت در آزادی‌های اجتماعی همچون ممنوعیت مصرف مشروبات الکلی، تقویت دانش ساکنین مناطق دارای جاذبه گردشگری نسبت به پتانسیل‌های گردشگری منطقه، توسعه بازی‌های بومی محلی، تصویر ذهنی مقصد گردشگری، تقویت نهادهای محلی در جهت سرمایه‌گذاری در گردشگری، آگاهی‌بخشی جامعه محلی در مورد نحوه برخورد با گردشگران، افزایش فرهنگ گردشگری‌پذیری، پیوستگی میان اجزای زنجیره گردشگری، امکانات و تسهیلات اقامتی، ترتیب اثر دادن نظرات بومیان در جلسات هم‌اندیشی مردم و مسئولین در رسانه‌ها.

جدول ۴. رتبه‌بندی عوامل بر اساس اثرپذیری و اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم

### Classify variables according to their in

Rank	Variable	Variable
1	1 - Var01	1 - Var01
2	8 - Var08	8 - Var08
3	15 - Var15	11 - Var11
4	11 - Var11	15 - Var15
5	3 - Var03	3 - Var03
6	2 - Var02	2 - Var02
7	4 - Var04	12 - Var12
8	12 - Var12	4 - Var04
9	16 - Var16	16 - Var16
10	7 - Var07	17 - Var17
11	17 - Var17	7 - Var07
12	9 - Var09	13 - Var13
13	13 - Var13	9 - Var09
14	10 - Var10	10 - Var10
15	14 - Var14	14 - Var14
16	5 - Var05	5 - Var05
17	6 - Var06	6 - Var06

### بحث

پیشران‌های شناسایی شده با اولویت بالا با یافته‌های پژوهش ایسی و همکاران (۲۰۲۱)، تان و همکاران (۲۰۲۰)، ابراهیمی میمند و همکاران (۲۰۱۷)، فازیتو و همکاران (۲۰۱۶)، سانچز کانیزارسه و همکاران (۲۰۱۴) همخوانی دارد در تبیین نتایج به‌دست‌آمده می‌توان عنوان نمود انتخاب مقاصد گردشگری از نظر گردشگران نیازمند انگیزه است عوامل انگیزشی عواملی درونی هستند که منجر به تصمیم‌گیری به سفر می‌شود. پیشران‌هایی از قبیل تصویر ذهنی از مقصد جز عوامل روانی و اجتماعی که باعث شکل‌گیری رفتار افراد می‌گردد. دیگر پیشران‌های شناسایی شده را می‌توان در غالب عوامل جذبی اجتماعی در راستای توسعه گردشگری به حساب آورد این عوامل و پیشران‌ها به‌عنوان نیروهای بیرونی عمل می‌کنند و زمینه را برای جذب گردشگران و توسعه گردشگری فراهم می‌نماید.



با اتخاذ رویکرد آینده‌پژوهی و با مدنظر قرار دادن پیشران‌های کلیدی به‌دست‌آمده در پژوهش حاضر، تصمیمات و برنامه‌ریزی‌های در صنعت گردشگری و در حوزه اجتماعی در راستای توسعه صنعت گردشگری جهت‌دار شده و در مسیر هدف‌مند قرار خواهد گرفت. در جمع‌بندی این پژوهش می‌توان اذعان داشت که موفقیت در دستیابی به اهداف همه‌جانبه گردشگری در ایران، به تعامل مستمر بین عوامل کلیدی و برنامه‌ریزی دقیق برای این پیشران‌ها وابسته است؛ به عبارت دیگر، توجه کافی از سوی برنامه‌ریزان به عوامل تأثیرگذار و پیشران و مدنظر قراردادن این عوامل کلیدی و روابط بین آنها، بسترهای لازم را برای تحقق، توسعه و تکامل مطلوب گردشگری در حوزه اجتماعی را فراهم خواهد کرد.

### نتیجه‌گیری

امروزه توسعه گردشگری در تمام عرصه‌ها، چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. توسعه صنعت گردشگری، به‌ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه هستند، از اهمیت فراوانی برخوردار است. اقتصاد ایران نیز اتکای شدیدی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت دارد و متغیرهای کلان اقتصادی آن با پیروی از ثبت جهانی نفت در طول زمان دچار نوسانات شدیدی می‌شود. از این رو به‌منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ابعاد فرصت‌های جدید شغلی در کشور، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است، آمار نشان‌دهنده سهم بسیار اندک ایران از درآمد جهانی گردشگری به‌رغم جاذبه‌های بسیار بالا کشور است و شواهد نشان می‌دهد که این صنعت هنوز نتوانسته سهم بازار شایسته خود را به دست آورد و این امر نه به دلیل فقدان جاذبه‌های طبیعی، آثار باستانی، شرایط آب‌وهوایی و با امکانات و تجهیزات و... است، بلکه صرفاً محصول یا مدیریت و نرم‌افزار موجود در این صنعت است. پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل پیشران‌های اجتماعی حاکم بر سیاست‌گذاری توسعه گردشگری در افق ۱۴۰۴ ایران با رویکرد آینده‌پژوهی انجام شد نتایج این پژوهش نشان داد که از بین پیشران‌های شناسایی شده پیشران‌های سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی حاکمیت مبنی بر حجاب اجباری گردشگران خارجی و برخی محدودیت در آزادی‌های اجتماعی همچون ممنوعیت مصرف مشروبات الکلی، تقویت دانش ساکنین مناطق دارای جاذبه گردشگری نسبت به پتانسیل‌های گردشگری منطقه، توسعه بازی‌های بومی محلی، تصویر ذهنی مقصد گردشگری، تقویت نهادهای محلی در جهت سرمایه‌گذاری در گردشگری، آگاهی‌بخشی جامعه محلی در مورد نحوه برخورد با گردشگران، افزایش فرهنگ گردشگری‌پذیری، پیوستگی میان اجزای زنجیره گردشگری، امکانات و تسهیلات اقامتی، ترتیب اثر دادن نظرات بومیان در جلسات هم‌اندیشی مردم و مسئولین در رسانه‌ها به‌عنوان پیشران‌های کلیدی شناسایی شدند.

### تقدیر و تشکر

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

### منابع

- پاشایی، سجاد؛ عسکریان، فریبا و روزافزون، عبدالرضا. (۱۳۹۸). بررسی نقش میانجیگری عوامل نهادی در تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی، محیطی بر توسعه گردشگری ورزشی منطقه آزاد ماکو. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۴(۴۵)، ۸۰-۵۷.  
<https://doi.org/10.22054/tms.2019.20248.1561>
- موسوی، نرگس؛ حاجی‌علی‌اکبری، فیروزه و درودی، هما. (۱۴۰۱). تحلیل نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی در توسعه گردشگری بوم‌گردی شهرستان زنجان. *مجله گردشگری شهری*، ۹(۱)، ۳۳-۴۷.  
<https://doi.org/10.22059/jut.2022.334502.982>

- حسینی، علی و رحیم‌زاده، معصومه. (۱۳۹۸). آینده‌نگاری صنعت گردشگری در شهر تهران. *مجله گردشگری شهری*، ۶(۱)، ۱۴۸-۱۳۵. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.250270.439>
- خاک‌نژاد، علی؛ حسین‌زاده دلیر، کریم و عزت پناه، بختیار. (۱۴۰۱). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی در ایران (مطالعه موردی: شهر تبریز). *مطالعات جامعه‌شناسی*، ۱۵(۵۴)، ۱۷۷-۱۵۹. <https://doi.org/10.30495/jss.2021.1924684.1309>
- خاکساری، علی. (۱۳۹۱). ظرفیت گردشگری ماجراجویانه در کویرهای ایران با استفاده از تکنیک S.W.O.T. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۵(۲۷)، ۳۶-۲۰. <https://dori.et/dor/20.1001.1.23223294.1393.9.27.1.7>
- خوشکام، مانا؛ صبوری، بهناز و قادری، زاهد. (۱۳۹۸). بررسی اثر صنعت گردشگری بین‌المللی بر رشد اقتصادی: مطالعه بین‌کشوری با کمک تخمین‌زن گشتاورهای تعمیم‌یافته سیستمی. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۸(۲۹)، ۲۱۳-۱۹۱. [doi:10.22080/jtpd.2019.14902.2922](https://doi.org/10.22080/jtpd.2019.14902.2922)
- ده‌زاده سیلابی، پروین و احمدی‌فرد، نرگس. (۱۳۹۸). تعیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: شهرستان‌های استان مازندران). *جغرافیا و پایداری محیط*، ۹(۱)، ۸۹-۷۳. <https://doi.org/10.22126/ges.2019.1064>
- رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد. (۱۳۹۰). *شناخت گردشگری*. چاپ اول، اصفهان: انتشارات چهارباغ.
- صمدی، علی حسین؛ مصلح شیرازی، علی و نقی روحی، آناهیتا. (۱۳۹۱). طراحی یک مدل دینامیک برای صنعت گردشگری در ایران با استفاده از رویکرد پویایی‌شناسی سیستم برای افق ایران ۱۴۰۴. *فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی*، ۶(۱)، ۸۹-۶۵.
- فتحی‌زاده، فرح؛ عزیزپور، فرهاد و صنعتی شرقی، نادر. (۱۳۹۸). پیشران‌های کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستای هدف گردشگری دیزباد علیا). *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، ۱۷(۲)، ۱۴۶-۱۲۳. <https://doi.org/10.22067/geography.v17i2.75640>
- مروت، حبیب و سالم، اصغر. (۱۳۹۷). بررسی عوامل اقتصادی - اجتماعی مؤثر بر تقاضای گردشگری داخلی و خارجی خانوارهای شهری کشور. *اقتصاد کاربردی*، ۸(۲۵)، ۶۰-۴۸. <https://dori.et/dor/20.1001.1.22516212.1397.8.0.16.1>
- ویسی، هادی. (۱۳۹۶). بررسی سیاست‌گذاری صنعت گردشگری در قوانین بالادستی جمهوری اسلامی ایران. *مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی*، ۷(۲۵)، ۹۳-۱۱۲.

## References

- Bagri, S. C., & Kala, D. (2016). Residents' attitudes toward tourism development and impacts in Koti-Kanasar, Indroli. *Pattiyur tourism circuit of Uttarakhand state*, 12(2), 23-67. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.002>
- Cañizares, S. M. S., Tabales, J. M. N., & García, F. J. F. (2014). Local residents' attitudes towards the impact of tourism development in Cape Verde. *Tourism & Management Studies*, 10(1), 87-96.
- Chander, M., Jain, S. K., & Shankar, R. (2013). Modeling of information security management parameters in Indian organizations using ISM and MICMAC approach. *Journal of Modelling in Management*, 13(3), 11-24. <https://doi.org/10.1108/JM2-10-2011-0054>
- Chen, H., Wang, M., & Zheng, S. (2022). Research on the Spatial Network Effect of Urban Tourism Flows from Shanghai Disneyland. *Sustainability*, 14(21), 23-39. <https://doi.org/10.3390/su142113973>
- Chung, M. G., Herzberger, A., Frank, K. A., & Liu, J. (2020). International tourism dynamics in a globalized world: A social network analysis approach. *Journal of Travel Research*, 59(3), 387-403. <https://doi.org/10.1177/0047287519844834>
- Deh Dehzade Silabi, P. & Ahmadifard, N. (2018). Determining the key drivers affecting the development of tourism with a future research approach (case study: the cities of Mazandaran province). *Geography and Environmental Sustainability*, 9(1), 73-89. <https://doi.org/10.22126/ges.2019.1064> [In Persian].
- Diedrich, A., & Aswani, S. (2016). Exploring the potential impacts of tourism development on social and ecological change in the Solomon Islands. *Ambio*, 45(7), 808-818.
- Dwyer, L. (2015). Globalization of tourism: Drivers and outcomes. *Tourism Recreation Research*,

- 40(3), 326-339. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1075723>
- Eyisi, A., Lee, D., & Trees, K. (2021) Facilitating collaboration and community participation in tourism development: The case of South-Eastern Nigeria. *Tourism and Hospitality Research*, 21(3), 275-288. <https://doi.org/10.1177/1467358420966035>
- Fathizadeh, F., Azizpour, F., & Sanati Sharghi, N. (2020). The Key Propellants Affecting Rural Tourism Development (Case Study: The Tourist Destination Village of Dizbad Olya). *Journal of Geography and Regional Development*, 17(2), 123-146. <https://doi.org/10.22067/geography.v17i2.75640> [In Persian].
- Fazito, M., Scott, M., Russell, P. (2016). The dynamics of tourism discourses and policy in Brazil. *Annals of Tourism Research*, 57(4), 1-17. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.11.013>
- Hasani, A., & rahimzadeh, M. (2019). Tehran Tourism industry foresight. *Journal of Urban tourism*, 6(1), 135-148. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.250270.439> [In Persian].
- Huang, G. I., Chen, Y. V., & Wong, I. A. (2020). Hotel guests' social commerce intention: the role of social support, social capital and social identification. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 10 (4), 10-23. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2019-0380>
- Katz-Gerro, T. (2015). Introduction—Cultural policy and the public funding of culture in an international perspective. *Poetics*, 49(1), 1–4. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2015.02.006>
- Kawashima, N. (2015). Cultural Policies in East Asia. *Annals of Tourism Research*, 57(1), 45-57. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2015.02.006>
- Khaknezhad, A., Hosseinzadeh Dalir, K., & Ezzatpanah, B. (2022). Investigating the social factors affecting to planning and policy-making for development of historical-cultural tourism in Iran (case study: Tabriz metropolis). *Sociological studies*, 15(54), 159-177. <https://doi.org/10.30495/jss.2021.1924684.1309> [In Persian].
- Khaksari, A. (2015). Potential of Adventure Tourism in Iran' deserts Using S.W.O.T. Analysis Model. *Tourism Management Studies*, 9(27), 1-22. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.23223294.1393.9.27.1.7> [In Persian].
- Khoshkam, M., Saboori, B., & Ghaderi, Z. (2019). Impact of International Tourism on Economic Growth: A Case of Selected Developed and Developing Countries with GMM estimation. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(29), 191-213. doi:10.22080/jtpd.2019.14902.2922 [In Persian].
- Kumar, A., & Antony, D. (2016). Role of Tourism in Social Development-A Case Study of Mahabalipuram, Tamilnadu. *International Journal of Social Science and Economics Invention*, 2(9), 77-82. <https://doi.org/10.1080/10286630701342899>
- Ling, L., Jakpar, S., Johari, A., Abdul Rani, N., & Myint, K. (2011). An evaluation on the attitudes of residents in Georgetown towards the impacts of tourism development. *International Journal of Business and Social Science*, 2(1), 264-277. <http://hdl.handle.net/20.500.11937/31548>
- Liu, X., & Li, J. (2018). Host perceptions of tourism impact and stage of destination development in a developing country. *Sustainability*, 10(7), 22-30. <https://doi.org/10.3390/su10072300>
- Majumdar, R., Kapur, P. K., & Khatri, S. K. (2016). Assessment of environmental factors affecting software development process using ISM & MICMAC analysis. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 7(4), 435-441. <https://doi.org/10.1007/s13198-016-0477-4>
- Meimand, S. E., Khalifah, Z., Zavadskas, E. K., Mardani, A., Najafipour, A. A., & Ahmad, U. N. U. (2017). Residents' attitude toward tourism development: A sociocultural perspective. *Sustainability*, 9(7), 11-26. <https://doi.org/10.3390/su9071170>
- Moravt, H. & Salem, A. (2017). Investigating socio-economic factors affecting domestic and foreign tourism demand of urban households in the country. *Applied Economics*, 8(25), 60-48. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22516212.1397.8.0.16.1> [In Persian].

- Mousavi, N., Haji Ali Akbari, F., & doroudi, H. (2022). Analysis of the Role of Social and Cultural Factors in the Development of Ecotourism in Zanjan. *Journal of Urban tourism*, 9(1), 33-47. <https://doi.org/10.22059/jut.2022.334502.982> [In Persian].
- Novy, J., & Colomb, C. (2021). Urban tourism as a source of contention and social mobilisations: A critical review. *Travel and Tourism in the Age of Overtourism*, 16(4), 6-23. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1577293>
- Olishevskaya, Y. A., & Kupach, T. G. (2022). Street art in the context of urban tourism development. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 31(1), 120-132. <https://doi.org/10.15421/112212>
- Pashaei, S., Askarian, F., & Rozafzon, A. (2019). Investigating the Mediating Role of Institutional Factors in the Impact of Social, Economic, and Environmental Factors on Development of Sports Tourism in the Maku Free Zone (Iran). *Tourism Management Studies*, 14(45), 57-80. <https://doi.org/10.22054/tms.2019.20248.1561> [In Persian].
- Ranjbarian, B & Zahedi, M. (2010), *tourism knowledge*. First Edition. Isfahan: Chaharbagh Publications. [In Persian].
- Samadi, A. H., Mosleh shirazi, A. N., & Roohi, A. (2011). Designing a Dynamic Model for Iranian Tourism Industry Horizon in 2025 by Using System Dynamics Approach. *Economical Modeling*, 6(17), 65-89. [In Persian].
- Sharp, R., (2017). Tourism marketing for developing countries: Battling stereotypes and crises in Asia, Africa and the Middle East, E. Avraham, E. Ketter. Palgrave Macmillan, Basingstoke. *Tourism Management*, 59(12), 100-109. <https://doi.org/10.1057/pb.2016.5>
- Sigala, M. (2018). Implementing social customer relationship management: A process framework and implications in tourism and hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34 (3), 23-40. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0536>
- Sop, S. (2020). Self-congruity theory in tourism research: A systematic review and future research directions. *European Journal of Tourism Research*, 26(14), 2604-2604. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v26i.1935>
- Than, T. T., Kieu, T. P. H., Pham, T. A. D., Hoang, T. C. V., TRAN, T. H., Nguyd, H. D., & DAO, T. K. (2020) Impact of community attachment and resident's support on destination sustainability: Evidence from spiritual and community destination in Vietnam, *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(8), 361-369. <https://doi.org/10.1177/107769909607300214>
- Veicy, H. (2018). The study of Tourism Industry in National Basic Laws of Islamic Republic of Iran. *Strategic Studies of public policy*, 7(25), 93-112. [In Persian].
- Wang, S., Hung, K., & Huang, W. J. (2019). Motivations for entrepreneurship in the tourism and hospitality sector: A social cognitive theory perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 78(11), 78-88. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.11.018>