

مطالعات جغرافیایی مناطق خشک

دوره نهم، شماره سی و سوم، پاییز ۱۳۹۷

تأیید نهایی: ۱۳۹۷/۰۸/۲۳

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۴/۳۰

صص ۳۷-۵۲

شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌نگاری (مطالعه‌ی موردی: استان یزد)

صدیقه بهزادی، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی-دانشگاه فردوسی مشهد

محمد رحیم رهنما*، استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری-دانشگاه فردوسی مشهد

جعفر جوان، استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی-دانشگاه فردوسی مشهد

علی‌اکبر عنابستانی، استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی-دانشگاه فردوسی مشهد

چکیده

پژوهش حاضر با رویکرد آینده‌نگارانه، به شناسایی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر وضعیت آینده‌ی گردشگری پایدار استان یزد و بررسی میزان و چگونگی این عوامل بر یکدیگر می‌پردازد. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش، ترکیبی از روش‌های اسنادی و پیمایشی و از نظر ماهیت، بر اساس روش‌های جدید علم آینده‌پژوهی، تحلیلی و اکتشافی است که با به‌کارگیری ترکیبی از مدل‌های کمی و کیفی انجام گرفته است. جامعه‌ی آماری پژوهش ۱۸ نفر از متخصصان گردشگری استان یزد می‌باشند. ابتدا ۲۹ مؤلفه از میان اسناد فرادست و منابع نظری انتخاب و ماتریس اثرات متقاطع مؤلفه‌ها تشکیل گردید و از طریق نرم‌افزار میک-مک نسبت به تحلیل اقدام شده است. بر اساس نتایج مدل، گردشگری استان یزد سیستمی ناپایدار بوده و «توزیع متعادل و بهینه‌ی امکانات و تسهیلات، ظرفیت اجتماعی جامعه‌ی محلی در جذب گردشگر به‌عنوان عوامل تنظیم‌کننده عمل می‌کنند. هیچ‌کدام از مؤلفه‌های توسعه‌ی گردشگری استان یزد به‌عنوان عامل هدف قابل‌تعریف نیست. این مسئله نشانگر چندجانبه بودن مسئله‌ی توسعه‌ی گردشگری استان یزد از نگاه مدیران و نخبگان گردشگری استان یزد است. «امنیت» و «سطح توسعه‌ی و وضعیت اقتصادی جامعه‌ی محلی» بسیار نزدیک به محور مخاطره قرار گرفتند. «خشک‌سالی»، «تورم» و «مشارکت و تقویت سازمان‌های مردم‌نهاد» بیش‌ترین میزان تأثیرگذاری را داشتند. در مجموع، ۱۰ عامل به‌عنوان عوامل کلیدی توسعه‌ی گردشگری استان یزد انتخاب گردید. سطح توسعه و وضعیت اقتصادی جامعه‌ی محلی، هدفمند کردن تخصیص اعتبارات توسعه‌ی توریسم، تورم، زیرساخت حمل‌ونقل، خدماتی، اطلاع‌رسانی و هوشمند، خشک‌سالی و کاهش کیفی و کمی منابع آبی، امنیت، طرح جامع، سازمان‌های مردم‌نهاد و اصلاح و توسعه‌ی روابط بین‌سازمانی از عوامل کلیدی تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری استان یزد بودند.

واژگان کلیدی: آینده‌نگاری، استان یزد، توسعه‌ی پایدار گردشگری، عوامل کلیدی.

* Email: rahnama@um.ac.ir

نویسنده‌ی مسئول:

مقاله‌ی حاضر مستخرج از رساله‌ی دکتری صدیقه بهزادی تحت عنوان «توسعه‌ی منطقه‌ای با تأکید بر نقش گردشگری بر اساس رویکرد آینده‌پژوهی، مطالعه‌ی موردی استان یزد» است.

۱- مقدمه

دغدغه‌ی شناخت و تسلط بر آینده را شاید بتوان از کنجکاوی‌های ذاتی بشر دانست؛ کنجکاوی‌ای که آمیخته شدن آن با منافع مالی جذابیت و ارزشش را چندین برابر می‌کند. آینده‌نگاری، حیطة‌ای از علم آینده‌پژوهی است که پا را از مطالعات محض فراتر نهاده و با نگاه کاربردی به شناخت آینده می‌پردازد (قلم‌بر، ۱۳۹۶: ۶). این روش ابتدا از اوایل دهه-۹۰ میلادی به‌عنوان ابزار سیاست‌گذاری به‌طور رسمی در چند کشور محدود به‌خصوص ژاپن به‌کار گرفته شد، ولی از اوایل دهه‌ی ۹۰ میلادی با همکاری نهادهای بین‌المللی جهت توانمندسازی کشورها این روش به‌کار گرفته شد و امروزه به‌عنوان روش غالب برنامه‌ریزی کشورها درآمده است (ناظمی، ۱۳۸۵: ۱۱۰). در این میان یکی از موضوعات اصلی آینده‌پژوهی، شناسایی متغیرهای کلیدی تأثیرگذار بر آینده‌هاست. شناسایی مسائل و متغیرهای کلیدی تأثیرگذار، زمینه‌ای برای شناسایی پیشران‌های اصلی و توجه به آینده‌های جایگزین در افقی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و درازمدت است (مولایی و طالبیان، ۱۳۹۴: ۶).

گردشگری به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم توسعه در جهان به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه علی‌رغم مشکلات ساختاری این کشورها شناخته شده است (شارپلی، ۱۳۹۵: ۴۴). در سطح جهانی، نقش گردشگری به‌عنوان یک عامل رشد و توسعه‌ی اجتماعی-اقتصادی متداول‌تر شده است. در جهان توسعه‌یافته، مناطق حاشیه‌ای یا محروم به لحاظ اقتصادی به‌طور فزاینده‌ای بر گردشگری به‌عنوان ابزاری برای انگیزش بازسازی اقتصادی و اجتماعی تمرکز می‌کنند؛ درحالی‌که برای بسیاری از کشورهای کم‌تر توسعه‌یافته، گردشگری جزء ضروری سیاست‌های توسعه‌ای آن‌ها شده است. درواقع، اگرچه جهان کم‌تر توسعه‌یافته، به‌طور کلی تقریباً یک‌سوم کل ورودی‌ها و دریافتی‌های گردشگر بین‌المللی را به خود اختصاص داده است (سهمی که تا حدود زیادی از اوایل دهه‌ی ۱۹۹۰ تغییر نکرده است)، اهمیت نسبی گردشگری برای بسیاری از اقتصادهای کم‌تر توسعه‌یافته افزایش یافته است (LEA, 1998: 416). نظر به اهمیت گردشگری برای کشورها، برنامه‌ریزی برای آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به دلیل ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی گردشگری و ارتباط تنگاتنگ آن با محیط سیاسی، پیچیدگی محیط گردشگری افزایش یافته است. پیچیدگی محیط گردشگری و تحولات شگرف و پویایی شتابنده‌ی جهان معاصر، محیطی سرشار از عدم قطعیت‌ها و بی‌ثباتی‌ها را فراهم می‌سازد. در این بین، آنچه احتمال کسب موفقیت در گردشگری را افزایش می‌دهد، تلاش برای شناخت تحولات آینده و معماری آن است.

رویکرد آینده‌نگاری با پرداختن به محدوده‌ی گسترده‌ای از شرایط آینده با اتخاذ رویکردهای مشارکتی و استدلالی (Störmer et al., 2009: 1151) در حوزه‌ی برنامه‌ریزی، تأکید بر یافتن عوامل اصلی و کلیدی و پیشران‌های توسعه دارد تا از طریق آن بتوان عدم قطعیت‌ها را در فرآیند برنامه‌ریزی در نظر گرفت و با داشتن اهرم کنترل و مدیریت آینده، به ساخت آینده‌ای مطلوب پرداخت (ملک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۷).

استان یزد از مناطق مستعد توسعه‌ی گردشگری ایران و از اصلی‌ترین مراکز گردشگری فرهنگی و تاریخی ایران است. این پژوهش قصد دارد با تکیه بر دیدگاه نوین برنامه‌ریزی با استفاده از روش‌های خاص آینده‌پژوهی، برای توسعه‌ی گردشگری استان یزد برنامه‌ریزی کند. این تحقیق با هدف پاسخ‌گویی به این پرسش انجام گرفته است که عوامل کلیدی مؤثر بر چشم‌انداز آینده‌ی توسعه‌ی گردشگری پایدار استان یزد کدامند؟

۲- پیشینه‌ی تحقیق

از جمله اولین پژوهش‌های در آینده‌پژوهی گردشگری می‌توان به پژوهش شووینگر (۱۹۸۴) با عنوان «پیش‌بینی فرصت و گردشگری، تجسم سناریو برای سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰» اشاره کرد. این پژوهش به بررسی روندهای محتمل برای گردشگری در فاصله زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ می‌پردازد. شووینگر در این پژوهش عنوان می‌کند که هدف پژوهش، ارائه‌ی تصویر قطعی از آینده‌ی نیست؛ بلکه کوشش شده است تا برنامه‌ریزان را برای سازگاری با تغییرات آینده یاری

دهد و این کار را با توصیف شرایط آینده انجام خواهد داد (حسن‌پور و شاهسوندی، ۱۳۹۶: ۷). پژوهش دیگری در سال ۲۰۱۳ توسط ولف در ارتباط با گردشگری آبگرم آلمان تا سال ۲۰۳۰ انجام گرفت. از عوامل مورد توجه در تنظیم سناریوهای گردشگری آلمان شرایط اقتصادی، قوانین جدید اشتغال و مقررات دولت، شکل‌گیری طبقه‌ی متوسط، سیستم‌های بیمه‌ی اجتماعی در نظر گرفته شده است. انوار و همیلتون (۲۰۱۵) در پژوهشی به بررسی آینده‌ی گردشگری ۲۰۲۰ و فراتر از آن پرداختند. بر اساس این پژوهش در آینده، صنعت گردشگری جهانی احتمالاً تحت تأثیر پنج عامل کلیدی انسانی، جغرافیایی، اقتصادی، فن‌آوری و محیط زیست قرار خواهد گرفت. این عوامل به احتمال زیاد باعث می‌شود مدیران برای یافتن راه‌های جدید برای حفظ موقعیت خود در بازارهای جهانی استراتژی‌های مختلفی را در پیش بگیرند. هدف قرار دادن گردشگران آینده، شامل مجموعه‌ای از رویکردهای واکنش‌پذیر در میان طیف وسیعی از بازارها، سطوح بازار و محلات از جمله این استراتژی‌هاست. بسیاری از تغییرات ایجاد شده توسط فن‌آوری‌های جدید هدایت می‌شوند که دوران گردشگری مجازی را معرفی می‌کند. صنعت گردشگری از لحاظ برنامه‌ریزی، نیاز به آزمایش و ادغام ایده‌ها و فن‌آوری‌های نوظهور و استفاده از استراتژی‌های مختلف بازاریابی برای ارائه‌ی گزینه‌های جدید کسب‌وکار دارد. از پژوهش‌های داخلی می‌توان به پژوهشی که مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۳) که در گزارشی به بررسی آینده‌ی گردشگری در سطح جهانی پرداخته است، اشاره کرد. این گزارش ۴ سناریو را برای تغییرات آتی ارائه می‌دهد و عواملی چون پیشرفت در فناوری، تأثیرات مخرب آب‌وهوا، تغییر در قیمت سوخت و انرژی، قیمت و مزیت، جنگ بر سر منابع کمیاب و ناآرامی اجتماعی از جمله عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری بر سطح جهانی بودند. زالی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی عوامل کلیدی و آینده‌های باورکردنی و مطلوب گردشگری استان همدان پرداختند. در این پژوهش ۱۴ عامل کلیدی را شناسایی و ۵ سناریو با احتمال وقوع قوی در توسعه‌ی گردشگری همدان شناسایی شد. جهانیان (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «آینده‌پژوهی گردشگری با رویکرد معنویت با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا و بهره‌گیری از نظرات خبرگان» به مؤلفه‌های آینده‌پژوهی، گردشگری و معنویت و تطبیق عناصر این متغیرها می‌پردازد و ارتباط گردشگری و معنویت در قالب ابعاد حس تعالی، معنایابی، ارزش‌های انسانی و تعامل با هستی را مورد کنکاش قرار داده و رابطه‌ی ابعاد گردشگری و آینده‌پژوهی را بررسی کرده است. در نهایت، در ارتباط با این سه مؤلفه، نتایج به دست آمده لزوم بهره‌گیری از معنویت در آینده‌پژوهی صنعت گردشگری را مورد تأکید قرار می‌دهد. تقوایی و حسینی‌خواه (۱۳۹۶) در مقاله‌ای به «بررسی آینده‌پژوهی و سناریو نگاری در توسعه و بهبود صنعت گردشگری شهر یاسوج بر پایه‌ی روش تحلیل اثرات متقاطع CIB» پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد از میان ۳۷ عامل کلیدی، ۸ پیشران حیاتی از جمله؛ شرایط آب‌وهوایی و اقلیم، طرح جامع گردشگری، تأسیسات زیربنایی، رسانه‌ها، خدمات رفاهی، آداب‌ورسوم، بخش خصوصی و امنیت به‌عنوان عوامل و پیشران‌های کلیدی توسعه‌ی صنعت گردشگری شهر یاسوج مشخص شد و مطلوب‌ترین سناریو، سناریوی شماره‌ی یک پیشنهاد گردیده که مبتنی بر حفظ، تدوین، افزایش، تعامل، توسعه، رشد کمی و کیفی، افزایش و بهبود امنیت خواهد بود. فرجی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «تحلیل سیستمی اثرات مثبت و منفی توسعه‌ی گردشگری ایران با رویکرد آینده‌پژوهی پژوهش حاضر ضم ؟؟ ارائه و تنظیم مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار و تأثیرپذیر در ابعاد اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی فرهنگی حاکی از آن است که برای رسیدن به یک سیستم پایدار در گردشگری توجه به اثرات منفی تأثیرگذار به‌ویژه در حومه‌ی زیست‌محیطی در درجه‌ی اول اهمیت قرار دارد و در مرحله‌ی دوم می‌بایست بر کاهش اثرات دوجبه‌ی و ریسک به جهت غیرقابل‌پیش‌بینی بودن، تمرکز شود.

۳- چارچوب نظری پژوهش

۳-۱- رویکرد توسعه‌ی پایدار گردشگری

اصطلاح «توسعه‌ی پایدار»، نخستین بار در راهبرد حفاظت جهانی اتحادیه‌ی بین‌المللی حفاظت از طبیعت (IUCN) پیشنهاد شد و متعاقباً از سوی گزارش برانتلند عمومی و سیاسی شد (WCED, 1987: 43)، اما پیش از آن وارد زبان سیاست توسعه شده بود و حتی در زمینه‌ی خاصی از گردشگری به کار رفته بود. در هر صورت یکی از نخستین منابع علمی منتشرشده مرتبط به آن به گلوب ۹۰ برمی‌گردد؛ کنفرانس بین‌المللی که در مارس ۱۹۹۰ در ونکوور برگزار شد. از این کنفرانس «راهبردی برای توسعه‌ی پایدار گردشگری» حاصل شد (Cronin, 1990: 12-18). تقریباً در همین دهه است که توسعه‌ی پایدار گردشگری گفتمان غالب توسعه‌ی گردشگری در محافل علمی، خط‌مشی برنامه‌ریزی و تا حدودی سیاسی بوده است (شارپلی، ۱۳۹۵: ۱۲).

گردشگری در مفهوم پایداری، معنای ویژه‌ای دارد؛ به طوری که زایش این مفهوم در مطالعات گردشگری حاصل تلاش برای دست‌یابی به پایداری در تمامی زمینه‌های توسعه است (ضرغام بروجنی و نیک‌بین، ۱۳۹۱: ۱۶۸). به طور سنتی توسعه‌ی گردشگری شامل ابعاد اقتصادی، اجتماعی یا اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی است؛ اما گردشگری پایدار علاوه بر این عوامل، ابعاد گسترده‌تری را نیز دربر می‌گیرد که ابعاد اکولوژیکی، اجتماعی، اقتصادی، نهادی و فرهنگی و تکنولوژیکی در سطح محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی را شامل می‌شود (Choy et al., 2006: 1275).

رویکرد گردشگری پایدار، یک جابه‌جایی از رویکردهای سنتی اقتصاد نئوکلاسیک در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری به رویکرد توسعه‌ی پایدار را نشان می‌دهد (یاری‌حصار و حیدری ساربان، ۱۳۹۳: ۴۴). هازبند و هریسون^۱ (۱۹۹۶) گردشگری پایدار را به عنوان راهی برای انجام برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و توسعه‌ی گردشگری می‌دانند و از این طریق سودها به طور بهینه در میان جمعیت مقصد، حکومت‌ها، گردشگران و سرمایه‌گذاران توزیع می‌شود (Harrison et al., 2003: 295). ریس^۲ معتقد است به منظور تحقق موفقیت‌آمیز گردشگری پایدار، این پارادایم مستلزم ترکیب چشم‌انداز، سیاست، برنامه‌ریزی، مدیریت، پایش و فرآیندهای یادگیری اجتماعی است (ریس به نقل از Gunn, 1994: 25).

۳-۱-۱- ابعاد توسعه‌ی پایدار

بر اساس تعاریف توسعه‌ی پایدار گردشگری و جهت برنامه‌ریزی برای حصول به آن، به دلیل ماهیت بین بخشی گردشگری بایستی ابعاد مختلف، کنش و واکنش تمامی فعالیت‌های انسانی را در شاخه‌های مختلف مورد توجه قرار داد (عابدی، ۱۳۸۵: ۴۸). ابعاد مورد توجه در توسعه‌ی پایدار گردشگری شامل ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، مدیریتی- نهادی، زیست‌محیطی و فضایی- کالبدی است.

در ادبیات گردشگری، موضوعات اصلی پایداری اقتصادی شامل منافع اقتصادی، متنوع‌سازی اقتصاد محلی، رشد اقتصادی کنترل‌شده، بهبود روابط محلی و منطقه‌ای و توزیع عادلانه‌ی منافع اقتصادی در اقتصاد محلی است (Chamberlain, 2002: 34; McIntyre, 1993: 25). بُعد محیطی پایداری به ترکیب عوامل محیطی با منابع گردشگری و اثرات متقابل آن‌ها دلالت دارد که نباید تحت تأثیر تغییرات اساسی آسیب ببینند (McCool, 1995: 28). بُعد فضایی- کالبدی به اولویت‌بندی جهت مدیریت عادلانه منابع در منطقه و رسیدن به بالاترین کیفیت ارائه‌ی خدمات و زیرساخت‌ها در سطح منطقه اشاره دارد. پایداری اجتماعی- فرهنگی بر توجه به هویت اجتماعی، سرمایه‌ی اجتماعی، توجه به فرهنگ جامعه و امتیازات آن و توجه به تقویت انسجام اجتماعی و عزت‌نفس ساکنان جامعه می‌پردازد که به آنان اجازه خواهد داد تا زندگی خودشان را کنترل کنند (Choi, 2003: 33). پایداری فرهنگی گردشگری نیز به ثبات یا سازگاری در چارچوب شاخص‌های فرهنگی یک جامعه در مقابل فشار حاصل از آنچه فرهنگ

1- Huzband & Harrison

2- Rees

گردشگر نامیده می‌شود و به اثرات فرهنگی به‌جامانده از گردشگری اشاره دارد که سبب می‌شود کنترل مردم بر زندگی خویش ارتقا یابد و این امر مستلزم هم‌سویی فرآیند توسعه با فرهنگ و ارزش‌های انسانی و تقویت جوامع محلی برای تأمین نیازهای خویش از راه مشارکت نهادینه، ظرفیت‌سازی و توانمندسازی است (رضوانی، ۱۳۸۷: ۱۲۸). بعد نهادی-مدیریتی از مهم‌ترین ابعاد توسعه‌ی پایدار گردشگری است. یکی از مهم‌ترین علل توجه به نهادها و نظریه‌های نهادگرایی آن است که این نظریه‌ها می‌توانند تا حد زیادی علل توسعه‌نیافتگی کشورهای عقب‌مانده و شکاف بین این کشورها و کشورهای توسعه‌یافته را در متن تاریخ این دو تبیین کند (موسوی، ۱۳۹۰: ۳۳). در اینجا منظور از نهاد، صرفاً دولت و سازمان‌های وابسته به آن نیست، بلکه هنجارها و رویه‌های قانونی و سازمان‌های غیردولتی شامل نهادهای غیررسمی (سمن‌ها) در سطح محلی را نیز شامل می‌شود.

۳-۲- آینده‌نگاری

مفهوم آینده‌نگاری از ضعف دانش پیش‌بینی، دانش سیاست‌گذاری و دانش مدیریت راهبردی در پاسخ‌گویی به چالش‌های خاص، ظهور یافته است. فعالیت‌های آینده‌نگاری اغلب عدم‌کفایت نظام سیاست‌گذاری و مدیریت فعلی برای روبه‌رو شدن با چالش‌های اصلی اجتماع را روشن می‌کنند. این فعالیت‌ها می‌توانند تناقض ذاتی میان مسائل بلندمدت اصلی جامعه و افق زمانی کوتاه‌مدت سیاست‌گذاران را نشان دهند. همچنین این فعالیت‌ها، تنش ذاتی میان ساختارهای دولتی وظیفه‌ای؟ و مسائل چندبعدی این ساختارها را مورد توجه قرار می‌دهند (Dacosta et al., 2008: 110). گیویگان آینده‌نگاری را فرایندی سیستماتیک، مشارکتی و گردآورنده‌ی ادراکات آینده که چشم‌اندازی میان‌مدت تا بلندمدت را با هدف اتخاذ تصمیم‌های روزآمد و بسیج اقدامات مشترک بنا می‌سازد، می‌داند (Gaveagan, 2001: 76). لوک جورجیو در تعریفی دیگر از آینده‌نگاری آن را ابزاری سیستماتیک برای ارزیابی آن دسته از توسعه‌های علمی و تکنولوژی می‌داند که می‌توانند تأثیرات بسیار شدیدی بر رقابت صنعتی، خلق ثروت و کیفیت زندگی داشته باشند (Luke Georghiou, 1996: 362). آینده‌نگاری و نتایج آن به‌عنوان عناصر ورودی برای تدوین استراتژی و سیاست‌گذاری بوده و سعی دارد به برنامه‌ریزی راهبردی و برنامه‌های اجرایی جهت‌دهی کرده و آینده‌های محتمل را معرفی و تحلیلی نماید. آینده‌نگاری همچنین به تحلیل و شناسایی اثرات اقتصادی و اجتماعی تصمیمات و اهداف می‌پردازد و شناسایی عناصر کلیدی تأثیرگذار بر آینده را کانون توجه خود قرار می‌دهد. این نوع برنامه‌ریزی بر خلاف برنامه‌ریزی‌های متداول، بیش‌تر به مسائل راهبردی می‌پردازد و نه مسائل اجرایی آن (خیرگو و شکری، ۱۳۹۰: ۱۱۵).

۴- محدوده‌ی مورد مطالعه

محدوده‌ی مورد مطالعه‌ی پژوهش حاضر استان یزد است. استان یزد در مرکز ایران بین عرض‌های جغرافیایی ۲۹ درجه و ۴۸ دقیقه تا ۳۳ درجه و ۳۰ دقیقه شمالی و طول جغرافیایی ۵۲ درجه و ۴۵ دقیقه تا ۵۶ درجه و ۳۰ دقیقه شرقی از نصف‌النهار مبدأ قرار گرفته است. این استان از شمال و غرب به استان اصفهان، از شمال شرقی به استان خراسان جنوبی، از جنوب غربی به استان فارس و از جنوب شرقی به استان کرمان محدود می‌شود. استان یزد در حدود ۷۲۱۵۶ کیلومترمربع وسعت دارد که تقریباً ۳۷/۴ درصد از وسعت کل خاک کشور را دربر می‌گیرد. منطقه‌ی یزد از سرزمین‌های باستانی اقوام ایرانی و دارای میراث درخشانی از فرهنگ و تمدن کهن و ادوار مختلف تاریخی با قدمت سه هزار سال است و یکی از مراکز مهم فرهنگ و تمدن به شمار می‌رود. سازمان یونسکو یزد را در کنار ونیز ایتالیا، به‌عنوان یکی از شهرهای تاریخی و اولین «شهر خشت خام جهان» نام برده است. در این شهر بیش از ۶۵۰۰ اثر و بناهای تاریخی شناخته شده است و خصوصیت کالبدی آن از جلوه‌ی ویژه‌ای برخوردارند؛ از یک‌سو شکل پایدار، پویا و سازگار با محیط طبیعی و اجتماعی در بخش تاریخی شهر و از سوی دیگر رشد شتابان فضاهای شهری در بخش جدید از خصوصیات بارز این شهرهاست. مشخص‌ترین وجهه‌ی این استان، معماری خاص کویری آن است. بادگیرها، مناره‌ها و گنبدها مشخص‌ترین جنبه‌ی ظاهری معماری یزد است. این استان دارای میراث فرهنگی و منبع گردشگری طبیعی

متعددی شامل منحصربه‌فردترین بافت تاریخی بکر مدنی و زنده‌ی دنیا، آثار متعلق به دوران قبل اسلام، معماری اسلامی (مسجد جامع کبیر یزد، مجموعه امیر چخماق و ...) و نیز سرمایه‌های فرهنگی غیر ملموس و ملموس شامل هنرهای سنتی و صنایع دستی، پوشاک، غذاهای محلی، آداب و رسوم و سنت‌های خاص، همزیستی پیروان ادیان مختلف و... است. علاوه بر ظرفیت‌های مذکور، استقرار این خطه‌ی کویری در دوزیست کره‌ی بیابانی-کوهستانی، منابع گردشگری طبیعی ارزشمند متنوعی را نظیر رشته‌کوه‌های شیرکوه، دشت کویر، مناطق حفاظت‌شده، مناطق و روستاهای هدف گردشگری، غارها و... به وجود آورده است (منتظری و براتی، ۱۳۹۳: ۴۶-۴۵).

۵- روش‌شناسی تحقیق

۵-۱- روش تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، بر اساس روش‌های آینده‌پژوهی با به‌کارگیری مدل‌های کمی و کیفی انجام گرفته است. روش گردآوری اطلاعات اسنادی و کتابخانه‌ای است و با به‌کارگیری پرسش‌نامه با استفاده از نظر ۱۸ نفر از خبرگان گردشگری استان یزد به دست آمده است. روش آینده‌پژوهی به‌کاررفته در این پژوهش، روش تحلیل اثرات متقاطع است. این روش، روشی خبره‌محور است که نتایج کمی از آن به دست می‌آید. بنیان اصلی روش، تحلیل تأثیرات متقابل بر ماتریس تأثیرات استوار است (Godet et al., 2003: 16). در تکنیک تحلیل اثرات متقاطع، رویدادها، حوادث و روندها به‌مثابه متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده و از طریق بررسی خروجی (دوبه‌دو) متغیرهای مؤثر یا پیشران (در سطر ستون) احتمالات پدیده در آینده ترسیم می‌گردد (لطیفیان، ۱۳۸۴: ۷۳). در این روش از نرم‌افزار میک‌مک استفاده می‌شود. نرم‌افزار میک‌مک جهت انجام محاسبات پیچیده‌ی ماتریس تحلیل اثر متقاطع طراحی شده است. میزان ارتباط متغیرها با اعداد بین صفر تا سه سنجیده می‌شود. عدد صفر به منزله‌ی "عدم تأثیر"، عدد یک به منزله‌ی "تأثیر ضعیف"، عدد دو به منزله‌ی "تأثیر متوسط" به منزله‌ی ۱، عدد "تأثیر زیاد" و در نهایت حرف (p) به منزله‌ی وجود رابطه‌ی بالقوه بین متغیرهاست؛ بنابراین اگر تعداد متغیرهای شناسایی‌شده n متغیر باشد، یک ماتریس $n \times n$ از روابط بین متغیرها به دست می‌آید (زالی، ۱۳۸۶: ۸). ماتریس به‌دست‌آمده را می‌توان با نمودار متناظر آن نیز نمایش داد که در آن نمودار جهت تأثیرگذاری هر متغیر بر دیگری توسط "پیکان‌ها" و میزان تأثیرگذاری به‌صورت عددی، در بالای پیکان نمایش داده می‌شود. در نهایت، بر اساس توپولوژی متغیرها این نرم‌افزار قادر است عوامل کلیدی را استخراج و آن‌ها را رتبه‌بندی کند (Godet, 1991: 91).

۵-۲- متغیرها و شاخص‌های تحقیق

در این پژوهش با مرور ادبیات پژوهش و استفاده از اسناد توسعه‌ی گردشگری به شناسایی شاخص‌ها و متغیرهای تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری استان یزد در ۵ بعد اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، کالبدی - فضای، زیست‌محیطی، مدیریتی - نهادی پرداخته شد. در مرحله‌ی دوم با استفاده از تکنیک تأثیرات متقابل (روش تحلیل ساختاری) امتیازدهی و در محیط نرم‌افزار MICMAC مورد تحلیل قرار گرفت و در نهایت، عوامل کلیدی توسعه‌ی گردشگری استان یزد با توجه به امتیاز تأثیرگذاری و تأثیرپذیر مستقیم انتخاب شد.

جدول ۱: عوامل اولیه مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری استان یزد

ایجاد	متغیرها	علامت اختصاری
۱ ۲ ۳ ۴	۱. اقدامات و مدیریت مؤثر دولت محلی و شهرداری‌ها در سطح ملی و بین‌المللی (برنامه‌ریزی فضایی و سرمایه‌گذاری شهرداری‌ها در ارتباط با تأمین زیرساخت گردشگری، کمک شهرداری‌ها به تسهیل تبادل دانش و تجارب مرتبط با توسعه‌ی گردشگری) همکاری با انجمن‌های محلی، برگزاری کنفرانس‌ها، آموزش افراد، ارتقا سطح آگاهی مقامات دولت محلی از لحاظ مشارکت دولت محلی در بخش گردشگری	LGO

CCP	۲. ارتقا ظرفیت رقابتی- همکاری در زنجیره‌ی تأمین گردشگری (افزایش همکاری شرکت‌ها و بازیگران در مقصد جهت افزایش نوآوری، کیفیت محصول، پاسخ‌گویی و اتخاذ استراتژی قیمت‌گذاری محصولات و تعیین سطح عمومی قیمت مناسب محصولات مورد توجه گردشگر)	
PP	۳. برنامه‌ریزی مشارکتی گردشگری در مقصد	
TE	۴. فراهم کردن زمینه‌های توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری (بهبود شرایط سرمایه‌گذاری و کاهش ریسک سرمایه‌گذاری، افزایش آگاهی در مورد کسب‌وکارهای گردشگری و کارآفرینی فردی و اشتراکی، معافیت‌های مالیاتی، آموزش‌های کاربردی کارآفرینی و ارائه‌ی مشاوره و خدمات حمایتی)	
M	۵. گسترش بازاریابی بین‌المللی و استفاده از روش‌های نوآورانه	
B	۶. برندسازی محصول گردشگری منطقه	
DI	۷. بهبود تصویر مقصد در داخل و خارج از کشور	
MIRO	۸. اصلاح و توسعه‌ی روابط بین سازمانی، پیوند دادن مراکز تصمیم در یک سازمان یا سازمان‌های مرتبط در سیستم بین سازمانی	
CP	۹. طرح جامع گردشگری منطقه	
NGO	۱۰. مشارکت و تقویت سازمان‌های مردم‌نهاد و تأثیرگذاری بر سیاست عمومی	
COA	۱۱. بهبود ظرفیت سازمانی آژانس‌های اجرایی (توانمندسازی و تقویت ظرفیت سرمایه‌ی انسانی، ایجاد رضایت شغلی، افزایش خلاقیت و نوآوری، امنیت شغلی)	
S	۱۲. امنیت	
LDLC	۱۳. سطح توسعه و وضعیت اقتصادی جامعه‌ی محلی	اقتصادی
TDC	۱۴. بودجه‌ی گردشگری هدفمند کردن تخصیص اعتبارات توسعه‌ی توریسم بر اساس پتانسیل‌های اولویت‌دار	
RTS	۱۵. نرخ کلای گردشگری منطقه و قیمت رقابتی آن	
COES	۱۶. رقابت سایر بخش‌های اقتصادی در جذب سرمایه با بخش گردشگری	
Ic	۱۷. کنترل تورم	
LCP	۱۸. ظرفیت مشارکت اقتصادی جامعه‌ی محلی در طرح‌های توسعه‌ی گردشگری	زیست‌محیطی
WS	۱۹. خشک‌سالی و کاهش کیفی و کمی منابع آبی	
EBC	۲۰. ظرفیت تحمل محیط‌زیست (آلاینده‌های محیطی/سیستم‌های فاضلاب و دفع زباله، تخریب محیط در اثر ساخت‌وساز در روستاهای هدف گردشگری)	
CC	۲۱. تغییر اقلیم	کالبدی
BDF	۲۲. توزیع متعادل و بهینه‌ی امکانات و تسهیلات در فضای گردشگری منطقه (پهنه‌بندی خدمات و تعیین مسیرهای ویژه)	
TSI	۲۳. تقویت زیرساخت حمل‌ونقل، خدماتی، اطلاع‌رسانی و هوشمند (تضمین معاملات برخط گردشگران، کاربرد سیستم الکترونیکی ذخیره مکان و خدمات مانند ذخیره‌ی جا در هتل‌ها، دسترسی آسان به کلیه‌ی خدمات و ابزارهای گردشگری الکترونیکی)	
LAS	۲۴. زیبایی منظر و سبک معماری (طراحی فضای عمومی پویا، احیای بافت کهن، انتقال هویت مکان)	
SD	۲۵. ایجاد تنوع فضایی در مناطق هدف گردشگری	
FSC	۲۶. انعطاف‌پذیری ارتباطات اجتماعی جامعه‌ی، افزایش تعامل و ارتباط مردم با گردشگر و نهادینه کردن رفتار مناسب با گردشگر	اجتماعی- فرهنگی
CRFE	۲۷. مراسم و آیین‌ها، جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و رخداد‌های خاص	
CCI	۲۸. ویژگی‌های خلاق فرهنگ بومی	
SC	۲۹. ظرفیت اجتماعی جامعه‌ی محلی در جذب گردشگر (به لحاظ انگیزه، نگرش، آگاهی)	

منبع (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱؛ ترکی هرچگانی و همکاران، ۱۳۹۱؛ پورفرج و همکاران، ۱۳۸۹؛ هاشم‌پور و همکاران، ۱۳۹۳؛ بحرینی و طبیبیان، ۱۳۷۷؛ رفیعیان و همکاران؛ بی‌یر و هیگینز، ۱۳۸۱؛ حدادفر و سالاری، ۱۳۹۲؛ اسفندیاری و همکاران، ۱۳۹۲؛ فصیحی گرمی و غفاری فرد، ۱۳۹۵؛ دایر و همکاران، ۱۳۹۴؛ خدیور و چراغی، ۱۳۹۵؛ Evans, 1998; Dubisch, 1995; Balinet, 2006; Banyai, 2007-2010; Aref et al., 2010; Chaskin, 2001; McMilan & George, 1986; Holthause, 2013; Wajda & Hall, 2012; Chiou, 2004; Ryan & Gu, 2008; Powel, 1998; Baum & Szivas, (2008; sang & weet, 2000).

۶- یافته‌های پژوهش

بر اساس نتایج مستخرج از پرسش‌نامه‌ی خبرگان (۱۸ نفر) میزان تأثیر هریک از عوامل بر سایر عوامل توسعه‌سنجیده شده است. به بیان دیگر ۱۸ ماتریس متقاطع تشکیل شده است. در تشکیل ماتریس نهایی، قدر مطلق میانگین مدنظر قرار گرفته است. جدول ۲ میانگین امتیازات داده‌شده به تأثیرگذاری عوامل بر یکدیگر را نشان می‌دهد. طبق تحلیل‌های اولیه در زمینه‌ی ویژگی‌های ماتریس MDI مشخص گردید که تعداد تکرارها ۲ بار در نظر گرفته شده و درجه‌ی پُرشده‌گی ماتریس با ۹۵/۱ درصد نشان از ضریب بالای تأثیرگذاری متغیرها بر یکدیگر است. از مجموع ۸۰۰ رابطه‌ی قابل ارزیابی در این ماتریس، ۳۸۳ رابطه عدد (۱ تأثیر ضعیف)، ۳۱۵ رابطه عدد (۲ تأثیر متوسط) و ۱۰۲ رابطه عدد (۳ تأثیر زیاد) بوده است. لازم به ذکر است در ماتریس مذکور ۴۱ رابطه عدد صفر (عدم وجود تأثیر) را دربر گرفته‌اند. از سویی دیگر، ماتریس MDI بر اساس شاخص‌های آماری با دو بار چرخش دادها از پایداری ۹۹ درصد در تأثیرگذاری و ۱۰۰ درصد در وابستگی برخوردار بوده که حاکی از روایی بالای پرسش‌نامه و پاسخ‌های آن است.

جدول ۲: ماتریس اثرات متقاطع MDI

	1: LGO	2: CCP	3: PP	4: TE	5: M	6: B	7: DI	8: MIRO	9: CP	10: NGO	11: COA	12: LDLC	13: TDC	14: RTS	15: COES	16: IC	17: LCP	18: WS	19: EBC	20: CC	21: BDF	22: TSI	23: LAS	24: SD	25: FSC	26: CRFE	27: CCI	28: SC	29: S	
1: LGO	0	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1		
2: CCP	1	0	2	1	3	3	2	1	2	2	1	2	2	3	2	1	2	1	1	1	2	1	1	3	1	1	2	2	1	
3: PP	2	1	0	2	2	2	2	1	2	3	1	2	3	1	2	1	3	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	
4: TE	1	2	1	0	2	2	1	1	1	1	1	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	
5: M	1	2	1	2	0	3	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
6: B	2	2	1	2	3	0	2	1	1	1	1	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
7: DI	2	2	1	2	3	3	0	1	1	1	1	2	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	3	
8: MIRO	2	2	2	3	2	1	2	0	3	2	1	2	3	2	3	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	
9: CP	2	1	3	2	2	2	2	1	0	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	1	3	3	2	3	2	2	2	2	2	
10: NGO	2	2	2	2	2	3	1	2	0	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	
11: COA	1	2	1	1	2	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
12: LDLC	2	2	2	3	2	2	2	1	3	1	1	0	3	3	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	3	
13: TDC	2	2	2	3	2	2	1	1	3	1	1	2	0	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	1	3	2	2	2	2	
14: RTS	1	2	1	2	3	2	1	0	1	1	1	2	2	0	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
15: COES	1	2	2	2	2	1	1	0	2	1	1	3	2	2	0	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	3	
16: IC	2	2	2	3	2	2	2	0	3	1	1	3	3	3	3	0	3	1	2	1	3	3	2	2	1	1	2	1	3	
17: LCP	2	2	3	2	2	1	1	0	3	1	1	3	3	1	3	2	0	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	
18: WS	2	1	1	1	2	2	1	0	2	1	1	3	2	3	3	1	2	0	3	3	2	2	2	2	2	1	1	2	3	
19: EBC	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	2	2	1	2	3	0	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	
20: CC	2	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	3	1	2	1	1	1	3	3	0	2	2	2	1	1	1	1	1	2	
21: BDF	2	2	2	1	1	3	1	1	2	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	0	2	1	2	1	1	1	1	1	
22: TSI	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	1	3	2	3	2	1	2	1	2	1	3	0	1	2	1	2	1	2	3	3
23: LAS	2	1	1	1	2	2	2	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	0	2	1	2	1	1	1	
24: SD	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	0	1	2	2	1	1	
25: FSC	1	1	2	1	1	2	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0	2	2	3	3	
26: CRFE	2	2	1	1	2	2	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0	2	2	2	
27: CCI	1	1	1	2	2	2	2	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	0	1	1	
28: SC	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	0	2	
29: S	2	2	2	3	3	2	3	2	1	1	1	3	2	2	1	2	2	1	1	1	2	3	1	1	2	2	2	3	0	

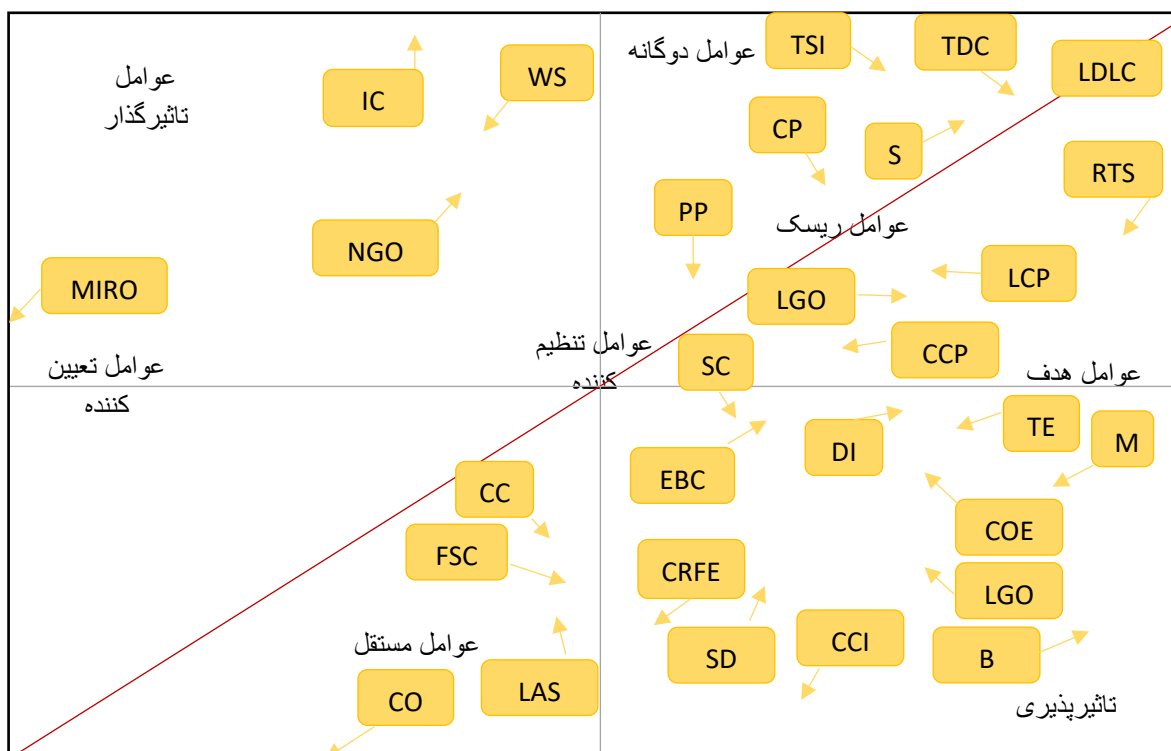
© JPSQR-EPFAMICMAC

نرم‌افزار میک‌مک در مجموع دو نوع تحلیل و گراف تحلیلی را نشان می‌دهد؛ ۱- اثرات مستقیم، ۲- اثرات غیرمستقیم. تحلیل اثرات مستقیم در واقع، نتیجه‌ی برهم‌کنش داده‌های ماتریس اولیه است و تحلیل اثرات غیرمستقیم،

نتیجه‌ی محاسبه‌ی توان‌های بالاتر و تکرار ماتریس اولیه است (ملک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۶) که در این پژوهش بر اساس پیشنهاد اولیه نرم‌افزار تکرار ۲ در نظر گرفته شده است. تحلیل اثرات مستقیم می‌تواند ویژگی‌های ذاتی هر یک از عوامل را در محیط شکل گرفته از همهی عوامل تبیین نماید و در نهایت به منظور تحلیل کلیدی‌ترین و اثرگذارترین عامل باید از مقایسه‌ی دو تحلیل اثرات مستقیم و غیرمستقیم بهره برد.

۶-۱- نقشه مختصات اثرگذاری و اثرپذیری متغیرهای مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری استان یزد

در روش تحلیل اثرات متقاطع اگر نقشه‌ی مختصات به صورت L باشد، نشان‌دهنده‌ی سیستم پایدار است؛ چراکه عوامل به‌طور کلی یا اثرگذارند یا اثرپذیر و عوامل دوگانه و پیچیده‌ی اندکی دارند؛ اما اگر شکل حاصل به فرم بیضی کشیده حول محور قطری نمودار قرار بگیرد، نشان‌دهنده‌ی سیستم ناپایدار است. بر این اساس، مؤلفه‌های توسعه‌ی گردشگری استان یزد و به تعبیری سیستم گردشگری استان یزد ناپایدار است. نکته‌ی مهم در تحلیل اثرات متقاطع امکان قضاوت در خصوص سایر مؤلفه‌ها و معیارهای مطرح‌شده است. به بیان دیگر اگر هدف، صرفاً طبقه‌بندی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های توسعه بود، روش‌های بسیار ساده‌تری برای این مهم وجود دارد؛ حال آنکه سایر روش‌ها امکان طبقه‌بندی و بیان ویژگی سایر مؤلفه‌ها را ندارد (همان).



شکل ۱: مختصات تأثیرگذاری و وابستگی مستقیم متغیرهای مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری استان یزد

بر اساس نمودار ۱ عوامل «ظرفیت تحمل محیط‌زیست (آلاینده‌های محیطی/سیستم‌های فاضلاب و دفع زباله، تخریب محیط در اثر ساخت‌وساز در روستاهای هدف گردشگری)» و «ظرفیت اجتماعی جامعه‌ی محلی در جذب گردشگر (به لحاظ انگیزه، نگرش، آگاهی)» به عنوان عوامل تنظیم‌کننده عمل می‌کنند. عوامل تنظیم‌کننده می‌توانند عوامل اصلی به سمت پایداری باشند. هیچ‌کدام از مؤلفه‌های توسعه‌ی گردشگری از دید خبرگان به عنوان عامل هدف قابل تعریف نیستند. عوامل «خشک‌سالی و کاهش کیفی و کمی منابع آبی»، «اصلاح و توسعه‌ی روابط بین سازمانی، پیوند دادن مراکز تصمیم در یک سازمان یا سازمان‌های مرتبط در سیستم بین سازمانی»، «کنترل تورم»، «مشارکت و

تقویت سازمان‌های مردم‌نهاد و تأثیرگذاری بر سیاست عمومی» از عوامل تأثیرگذار و تعیین‌کننده بر توسعه‌ی گردشگری استان یزد است. عوامل «امنیت» و «سطح توسعه و وضعیت اقتصادی جامعه‌ی محلی» جزء عوامل ریسک و مخاطره می‌باشند. عوامل «انعطاف‌پذیری ارتباطات اجتماعی جامعه»، «افزایش تعامل و ارتباط مردم با گردشگر و نهادینه کردن رفتار مناسب با گردشگر»، «زیبایی منظر و سبک معماری (طراحی فضای عمومی پویا، احیای بافت کهن، انتقال هویت مکان)»، «تغییر اقلیم»، «بهبود ظرفیت سازمانی آژانس‌های اجرایی (توانمندسازی و تقویت ظرفیت سرمایه‌ی انسانی، ایجاد رضایت شغلی، افزایش خلاقیت و نوآوری، امنیت شغلی)» جزء عوامل مستقل می‌باشند. عوامل تأثیرپذیر شامل عواملی چون «فراهم کردن زمینه‌های توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری»، «گسترش بازاریابی بین‌المللی و استفاده از روش‌های نوآورانه»، «بهبود تصویر مقصد»، «برندسازی»، «ظرفیت تحمل زیست‌محیطی»، «رقابت سایر بخش‌های اقتصادی در جذب سرمایه با بخش گردشگری»، «ویژگی‌های خلاق فرهنگ بومی»، «مراسم و آیین‌ها، جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و رخدادهای خاص»، «توزیع متعادل و بهینه‌ی امکانات و تسهیلات در فضای گردشگری منطقه (پهنه‌بندی خدمات و تعیین مسیرهای ویژه)»، «ایجاد تنوع فضایی در مناطق هدف گردشگری» می‌باشند. در جدول ۳ این عوامل به تفکیک از هم مشخص شده‌اند.

جدول ۳: عوامل اصلی به سوی توسعه‌ی پایدار گردشگری

خشک‌سالی و کاهش کیفی و کمی منابع آبی، اصلاح و توسعه‌ی روابط بین سازمانی، پیوند دادن مراکز تصمیم در یک سازمان یا سازمان‌های مرتبط در سیستم بین سازمانی، کنترل تورم، مشارکت و تقویت سازمان‌های مردم‌نهاد و تأثیرگذاری بر سیاست عمومی	عوامل تأثیرگذار
برنامه‌ریزی مشارکتی گردشگری در مقصد، طرح جامع گردشگری منطقه، بودجه‌ی گردشگری هدفمند کردن تخصیص اعتبارات توسعه‌ی توریسم بر اساس پتانسیل‌های اولویت‌دار، تقویت زیرساخت حمل‌ونقل، خدماتی، اطلاع‌رسانی و هوشمند (تضمین معاملات برخط گردشگران، کاربرد سیستم الکترونیکی ذخیره‌ی مکان و خدمات مانند ذخیره‌ی جا در هتل‌ها، دسترسی آسان به کلیده‌ی خدمات و ابزارهای گردشگری الکترونیکی)	عوامل دوگانه
ظرفیت تحمل محیط‌زیست (آلاینده‌های محیطی/سیستم‌های فاضلاب و دفع زباله، تخریب محیط در اثر ساخت‌وساز در روستاهای هدف گردشگری)، ظرفیت اجتماعی جامعه‌ی محلی در جذب گردشگر (به لحاظ انگیزه، نگرش، آگاهی)	عوامل تنظیم‌کننده
انعطاف‌پذیری ارتباطات اجتماعی جامعه، افزایش تعامل و ارتباط مردم با گردشگر و نهادینه کردن رفتار مناسب با گردشگر، زیبایی منظر و سبک معماری (طراحی فضای عمومی پویا، احیای بافت کهن، انتقال هویت مکان)، تغییر اقلیم، بهبود ظرفیت سازمانی آژانس‌های اجرایی (توانمندسازی و تقویت ظرفیت سرمایه‌ی انسانی، ایجاد رضایت شغلی، افزایش خلاقیت و نوآوری، امنیت شغلی)	عوامل مستقل
فراهم کردن زمینه‌های توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری، گسترش بازاریابی بین‌المللی و استفاده از روش‌های نوآورانه، برند سازی، بهبود تصویر مقصد، رقابت سایر بخش‌های اقتصادی در جذب سرمایه با بخش گردشگری، ویژگی‌های خلاق فرهنگ بومی، مراسم و آیین‌ها، جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و رخدادهای خاص، توزیع متعادل و بهینه‌ی امکانات و تسهیلات در فضای گردشگری منطقه (پهنه‌بندی خدمات و تعیین مسیرهای ویژه)، ایجاد تنوع فضایی در مناطق هدف گردشگری	عوامل تأثیرپذیر
امنیت، سطح توسعه و وضعیت اقتصادی جامعه‌ی محلی	عوامل مخاطره

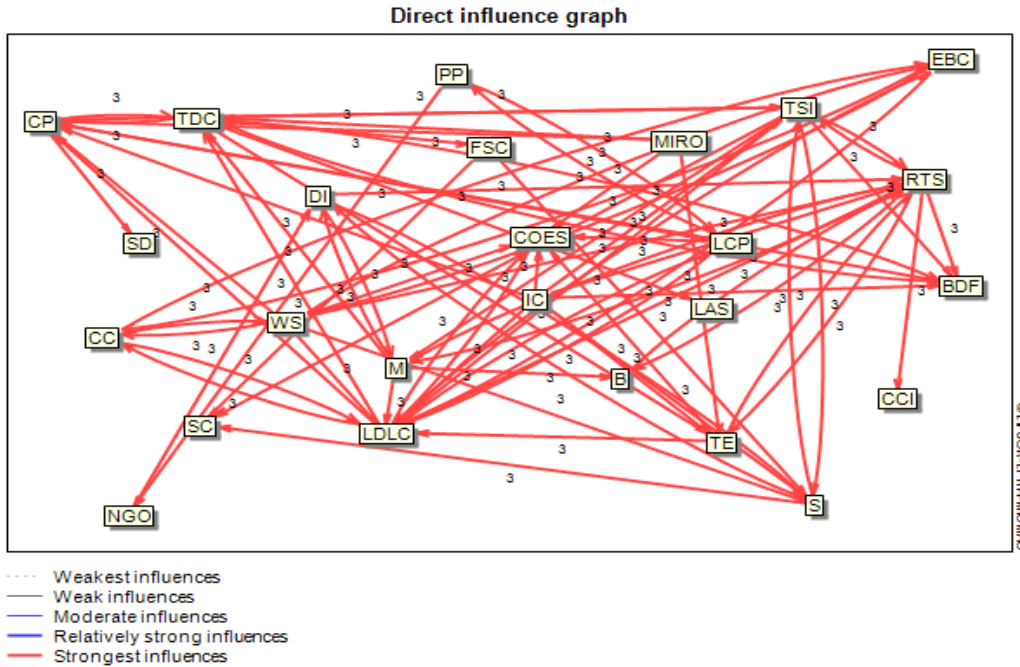
منبع: (نگارندگان، ۱۳۹۸) خروجی میک‌مک

۶-۲- تحلیل گراف اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم

گراف؛ اثرگذاری نشان‌دهنده‌ی روابط متغیرها و چگونگی تأثیر آن‌ها بر یکدیگر است. این گراف در قالب خطوط قرمز و آبی است که انتهای هر خط با یک پیکان نشان داده شده و بیانگر جهت اثرگذاری متغیر است. خطوط قرمز

نشان‌دهنده‌ی اثرگذاری شدید عوامل بر هم دیگر است و خطوط آبی، با تفاوت در ضخامت، روابط متوسط تا ضعیف را نشان می‌دهد (علی‌اکبری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۷۱).

شکل ۲: گراف اثرات مستقیم عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری

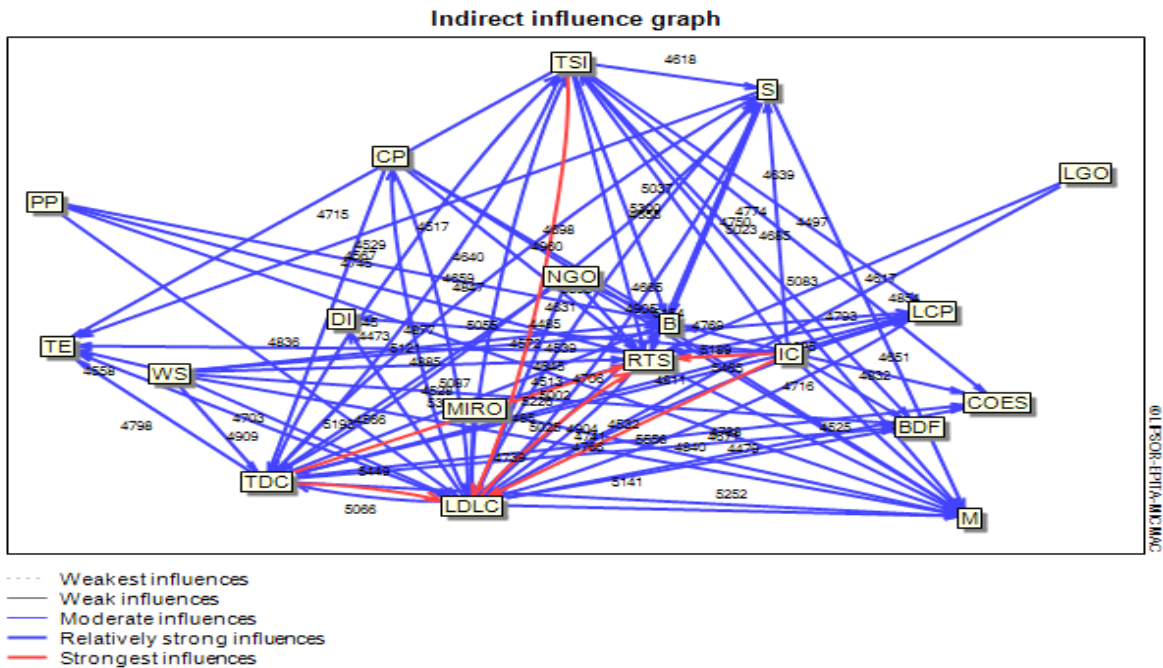


منبع (نگارندگان، ۱۳۹۸) خروجی میک مک

بر اساس شکل ۲ متغیرهای سطح توسعه‌ی اقتصاد جامعه‌ی محلی، خشک‌سالی و کاهش کمی و کیفی منابع آبی، تورم، نرخ کالای گردشگری منطقه و قیمت رقابتی آن، اثرگذاری زیادی داشتند و نقش خود را در سیستم افزایش داده‌اند.

توان‌های دوم به بعد تا درجه‌ی پایداری ماتریس که در این پژوهش مرتبه‌ی ۲ است، در محاسبه‌ی نرم‌افزار میک-مک، ماتریس غیرمستقیم را تشکیل می‌دهد (ملک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۸). شکل ۳ گراف نشان‌دهنده‌ی اثرات غیرمستقیم عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری استان یزد است. چنانکه گراف نشان می‌دهد سطح توسعه‌ی اقتصاد جامعه‌ی محلی، تورم و بودجه گردشگری هدفمند کردن تخصیص اعتبارات توسعه‌ی توریسم بر اساس پتانسیل‌های اولویت‌دار بیش‌ترین اثرگذاری غیرمستقیم را داشتند.

شکل ۳: تأثیرات غیرمستقیم بین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری



منبع (نگارندگان، ۱۳۹۸) خروجی میک‌مک

۳-۶- رتبه‌بندی عوامل کلیدی توسعه گردشگری استان یزد از نظر میزان اثرگذاری، اثرپذیری و مقایسه‌ی آن‌ها

جدول ۳: رتبه‌بندی عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری استان یزد

رتبه	اثرگذاری غیرمستقیم	اثرگذاری مستقیم	اثرپذیری غیرمستقیم	اثرپذیری مستقیم
۱	سطح توسعه و وضعیت اقتصادی جامعه‌ی محلی	سطح توسعه و وضعیت اقتصادی جامعه‌ی محلی	سطح توسعه و وضعیت اقتصادی جامعه‌ی محلی	نرخ کالای گردشگری منطقه و قیمت رقابتی آن
۲	تورم	بودجه‌ی گردشگری هدفمند کردن تخصیص اعتبارات توسعه‌ی توریسم بر اساس پتانسیل‌های اولویت‌دار	نرخ کالای گردشگری منطقه و قیمت رقابتی آن	گسترش بازاریابی بین‌المللی و استفاده از روش‌های نوآورانه
۳	بودجه‌ی گردشگری هدفمند کردن تخصیص اعتبارات توسعه‌ی توریسم بر اساس پتانسیل‌های اولویت‌دار	تورم	گسترش بازاریابی بین‌المللی و استفاده از روش‌های نوآورانه	برندسازی محصول گردشگری منطقه
۴	تقویت زیرساخت حمل‌ونقل، خدماتی، اطلاع‌رسانی و هوشمند	تقویت زیرساخت حمل‌ونقل، خدماتی، اطلاع‌رسانی و هوشمند	فراهم کردن زمینه‌های توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری	بودجه گردشگری هدفمند کردن تخصیص اعتبارات توسعه‌ی توریسم بر اساس پتانسیل‌های اولویت‌دار
۵	خشک‌سالی و کاهش کیفی و کمی منابع آبی	خشک‌سالی و کاهش کیفی و کمی منابع آبی	برند سازی محصول گردشگری منطقه	توزیع متعادل و بهینه‌ی امکانات و تسهیلات در

فضای گردشگری منطقه (پهنه‌بندی خدمات و تعیین مسیرهای ویژه)				
امنیت	بودجه‌ی گردشگری هدفمند کردن تخصیص اعتبارات توسعه‌ی توریسم بر اساس پتانسیل‌های اولویت‌دار	امنیت	امنیت	۶
فراهم کردن زمینه‌های توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری	توزیع متعادل و بهینه‌ی امکانات و تسهیلات در فضای گردشگری منطقه	طرح جامع گردشگری منطقه	مشارکت و تقویت سازمان‌های مردم‌نهاد و تأثیرگذاری بر سیاست عمومی	۷
ظرفیت مشارکت اقتصادی جامعه‌ی محلی در طرح‌های توسعه‌ی گردشگری	ظرفیت مشارکت اقتصادی جامعه‌ی محلی در طرح‌های توسعه‌ی گردشگری	مشارکت و تقویت سازمان‌های مردم‌نهاد و تأثیرگذاری بر سیاست عمومی	طرح جامع گردشگری منطقه	۸
تقویت زیرساخت حمل‌ونقل، خدماتی، اطلاع‌رسانی و هوشمند	تقویت زیرساخت حمل‌ونقل، خدماتی، اطلاع‌رسانی و هوشمند	برنامه‌ریزی مشارکتی گردشگری در مقصد	برنامه‌ریزی مشارکتی گردشگری در مقصد	۹
رقابت سایر بخش‌های اقتصادی در جذب سرمایه با بخش گردشگری	رقابت سایر بخش‌های اقتصادی در جذب سرمایه با بخش گردشگری	اصلاح و توسعه‌ی روابط بین سازمانی، پیوند دادن مراکز تصمیم در یک سازمان یا سازمان‌های مرتبط در سیستم بین سازمانی	اصلاح و توسعه‌ی روابط بین سازمانی، پیوند دادن مراکز تصمیم در یک سازمان یا سازمان‌های مرتبط در سیستم بین سازمانی	۱۰

مأخذ: نگارندگان

از قابلیت‌های نرم‌افزار میک‌مک، مقایسه‌ی اثرگذاری و اثرپذیری مستقیم و غیرمستقیم است. چنانکه جدول ۳ نشان می‌دهد، از ۱۰ متغیر با اثرگذاری بالا، رتبه‌ی ۶ متغیر در هر دو روش بررسی اثرگذاری مستقیم و اثرگذاری غیرمستقیم یکسان بوده است و ۴ متغیر با اندکی جابه‌جایی مواجه بوده‌اند. رتبه‌بندی اثرپذیری مستقیم و غیرمستقیم نیز در جدول نشان می‌دهد که عوامل «ظرفیت مشارکت اقتصادی جامعه‌ی محلی در طرح‌های توسعه‌ی گردشگری»، «تقویت زیرساخت حمل‌ونقل، خدماتی، اطلاع‌رسانی و هوشمند» و «رقابت سایر بخش‌های اقتصادی در جذب سرمایه با بخش گردشگری» رتبه‌ی یکسانی در اثرپذیری مستقیم و غیرمستقیم داشتند و سایر عوامل اندکی جابه‌جایی داشتند.

۷- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مهم‌ترین هدف پژوهش حاضر، تعیین و شناسایی عوامل کلیدی تأثیرگذار بر آینده‌ی توسعه‌ی گردشگری استان یزد و ارائه‌ی دسته‌بندی جامع از آن‌ها و سپس تعیین اهمیت و اولویت هریک از عوامل شناسایی شده است. برای دستیابی به این هدف، در ابتدا پس از مرور جامع بر ادبیات تحقیق، ۲۹ عامل مرتبط با پایداری گردشگری در ابعاد ۵گانه‌ی توسعه‌ی پایدار گردشگری با استفاده از روش دلفی و نظر خبرگان، شناسایی و با تحلیلی ساختاری سنجیده شد. در پژوهش حاضر که با استفاده از روش تحلیل اثرات متقاطع و به پشتوانه‌ی نظرات گروه‌های مدیران صورت گرفته، تأیید گردید که سیستم توسعه‌ی گردشگری استان یزد، سیستمی ناپایدار است. بر اساس نتایج عواملی چون

خشک‌سالی و کاهش کیفی و کمی منابع آبی، اصلاح و توسعه‌ی روابط بین سازمانی، پیوند دادن مراکز تصمیم در یک سازمان یا سازمان‌های مرتبط در سیستم بین سازمانی، کنترل تورم، مشارکت و تقویت سازمان‌های مردم‌نهاد و تأثیرگذاری بر سیاست عمومی از اصلی‌ترین عوامل تأثیرگذار بر توسعه‌ی گردشگری استان یزد است. بخش عمده‌ای از عوامل توسعه‌ی گردشگری استان یزد در سه گروه عوامل دوگانه، مستقل و تأثیرپذیر قرار دارند. عوامل مستقل تهدیدی برای توسعه‌ی محسوب نمی‌شوند و در صورت توزیع نرمال عوامل کلیدی اثرگذار مطلوب نیز می‌باشند. درنهایت با ارزیابی عوامل یادشده (در نتیجه‌ی تحلیلی‌های ماتریس پلان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری) با روش‌های مستقیم و غیرمستقیم، ۱۰ عامل کلیدی دارای بیش‌ترین تأثیر بر وضعیت آینده‌ی توسعه‌ی گردشگری استان یزد شناخته شد.

مقایسه‌ی پژوهش حاضر با پژوهش‌های دیگر نشان می‌دهد که در پژوهش فرجی و همکاران (۱۳۹۶) عامل زیست‌محیطی به‌عنوان عاملی بازدارنده در آینده‌ی گردشگری پایدار مطرح می‌شود که در این پژوهش هم عامل خشک‌سالی و کاهش کیفی و کمی منابع آب از پیشران‌های مؤثر بر توسعه‌ی پایدار گردشگری استان یزد بوده است. پژوهش حاضر هم‌راستا با نتایج پژوهش ولف (۲۰۱۳)، عطریان و همکاران (۱۳۹۴). تقوایی و حسینی‌خواه (۱۳۹۶) است. بنا بر پژوهش‌های ذکرشده، شرایط رونق اقتصادی و ظهور طبقه‌ی متوسط بنا بر آنچه در مقاله‌ی ولف (۲۰۱۳) آمده است و مطابق با پژوهش عطریان و همکاران (۱۳۹۶) و تقوایی و حسینی‌خواه (۱۳۹۶) کنترل تورم و شرایط اقتصادی از عوامل کلیدی بوده‌اند. در پژوهش حاضر نیز تورم از مهم‌ترین پیشران‌های توسعه‌ی پایدار گردشگری است.

۸- منابع

- ۱- ابراهیم‌زاده، عیسی، دارایی، مرضیه، دارایی، ابوالفضل (۱۳۹۴). تحلیلی بر وضعیت امکانات و تسهیلات گردشگری شهر سمنان از منظر گردشگران با استفاده از آزمون پیرسون. پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، شماره‌ی ۶ (۲۲)، صص ۴۳-۶۰.
- ۲- اسفندیاری، مجتبی، مظلومی، عین‌الله، سلمانی ممقانی، مریم (۱۳۹۲). ارزیابی نقش زیرساخت‌های گردشگری در توسعه‌ی پایدار شهری، اولین همایش ملی مدیریت گردشگری، طبیعت‌گردی و جغرافیا، همدان، انجمن ارزیابان محیط زیست هگمتانه.
- ۳- بحرینی، سید حسین، طیبیان، منوچهر (۱۳۷۷). مدل ارزیابی کیفیت محیط زیست شهری، مجله‌ی محیط‌شناسی، شماره‌ی ۲۴ (۲۱)، صص ۴۱-۵۶.
- ۴- بی‌یر، آن. آر، کاترین، هیگینز (۱۳۸۱). برنامه‌ریزی محیطی برای توسعه‌ی زمین، ترجمه‌ی سیدحسین بحرینی و کیوان کریمی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۵- پورفرج، علیرضا، عیسی‌زاده روشن، یوسف، چراغی، کبری (۱۳۹۰). فناوری اطلاعات و ارتباطات، صنعت گردشگری، رشد اقتصادی، فصلنامه‌ی اقتصاد و تجارت نوین، شماره‌ی ۱۳، صص ۴۶-۴۶.
- ۶- تقوایی، مسعود، حسینی‌خواه، حسین (۱۳۹۶). برنامه‌ریزی توسعه‌ی صنعت گردشگری مبتنی بر روش آینده‌پژوهی و سناریونویسی (مطالعه‌ی موردی: شهر یاسوج)، فصلنامه‌ی علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری، شماره‌ی ۶ (۲۳)، صص ۸-۳۰.
- ۷- جهانیان، منوچهر (۱۳۹۵). آینده‌پژوهی گردشگری با رویکرد معنویت، دومین کنفرانس بین‌المللی گردشگری و معنویت، تهران، دانشگاه علم و فرهنگ.
- ۸- حسنوند، سمیه، خداپناه، مسعود (۱۳۹۳). تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای درحال توسعه؛ دو رویکرد پانل ایستا و پانل پویا، فصلنامه‌ی سیاست‌های راهبردی و کلان، شماره‌ی ۶ (۲)، صص ۱۰۷-۸۲.
- ۹- خدیور، محمود، چراغی، ویدا (۱۳۹۶). سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری: قابلیت‌ها، فرصت‌ها و چالش‌ها، گزارش کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی ایران.
- ۱۰- خیرگو، منصور، شگری، زینب (۱۳۹۰). توسعه‌ی فرآیند سیاست‌گذاری با استفاده از راهبرد آینده‌نگاری، مدیریت نظامی، شماره‌ی ۱۱ (۴۲)، صص ۱۲۶-۱۰۳.
- ۱۱- دایر، لری، فورسیث، پتر، دابروایان (۱۳۹۴). اقتصاد و سیاست‌گذاری گردشگری. ترجمه و تألیف ایمانی خوش‌خو، محمدحسین، علیزاده، ولی‌الله، تهران: نشر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.

- ۱۲- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷). توسعه‌ی گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۱۳- رفیعیان، محسن، موبدی، محمد، سلمانی، حسن، توانگر، لیلیا (۱۳۹۱). ارزیابی احساس امنیت شهروندان با رویکرد منظر شهری (نمونه‌ی موردی: محله‌ی اوین)، فصلنامه‌ی مطالعات شهر ایرانی اسلامی، شماره‌ی ۱۷، صص ۶۴-۵۱.
- ۱۴- زالی، نادر، عطریان، فروغ (۱۳۹۵). تدوین سناریوهای توسعه‌ی گردشگری منطقه‌ی ای براساس اصول آینده‌پژوهی (مورد مطالعه: استان همدان)، دو فصلنامه‌ی آمایش سرزمین، شماره‌ی ۱ (۱۴)، صص ۱۳۱-۱۰۷.
- ۱۵- شارپلی، ریچارد (۱۳۹۵). توسعه‌ی گردشگری و محیط زیست: فراتر از پایداری، ترجمه‌ی یاسر رمضان‌نژاد، علی پورقیومی، چاپ اول، تهران: انتشارات مهکامه.
- ۱۶- ضرغام بروجنی، حمید، نیک‌بین، مهتا (۱۳۹۱). سنجش پایداری توسعه‌ی گردشگری در جزیره‌ی کیش، فصلنامه‌ی پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه‌ی پایدار)، شماره‌ی ۱۲ (۲)، صص ۱۶۲-۱۳۸.
- ۱۷- علی‌اکبری، اسماعیل، پوراحمد، احمد، جلال‌آبادی، لیلیا (۱۳۹۷). شناسایی پیشران‌های مؤثر بر وضعیت آینده‌ی گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده‌پژوهی، فصلنامه‌ی علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، شماره‌ی ۱ (۱)، صص ۱۷۸-۱۵۶.
- ۱۸- فرجی ملایی، امین، نعمت‌پور، محمد، عشریه، امید (۱۳۹۶). تحلیل سیستمی اثرات مثبت و منفی توسعه‌ی گردشگری ایران با رویکرد آینده‌پژوهی، دو فصلنامه‌ی مطالعات گردشگری اجتماعی، شماره‌ی ۵ (۹)، صص ۱۸۹-۱۵۱.
- ۱۹- قلم‌بر، محمدمین (۱۳۹۶). اولین گزارش آینده‌نگاری کسب‌وکارهای ایران، مؤسسه‌ی پیشران راهبردی آینده‌پژوهی با همکاری شرکت مشاوره و مهندسی آرا.
- ۲۰- لطفیان، سعیده (۱۳۸۴). استراتژی‌ها و روش‌های برنامه‌ریزی استراتژیک، تهران: وزارت امور خارجه.
- ۲۱- ملک‌زاده، ندا، بزازاده، مهدی، رفیعیان، مجتبی (۱۳۹۵). شناسایی و تحلیل عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه‌ی شهری با رویکرد آینده‌نگاری (مطالعه‌ی موردی: کلان‌شهر کرج)، مجله‌ی جغرافیا و توسعه‌ی فضای شهری، شماره‌ی ۳ (۲)، صص ۳۵-۵۲.
- ۲۲- منتظری، مرجان، براتی، ناصر (۱۳۹۳). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه‌ی گردشگری، رهیافتی کارآمد جهت تحقق گردشگری پایدار (مطالعه‌ی موردی: شهر یزد)، شماره‌ی ۵۷، صص ۴۰-۴.
- ۲۳- موسوی، سیدرفیع (۱۳۹۴). تحلیل ظرفیت‌های نهادی مؤثر بر بازآفرینی پایدار بافت‌های فرسوده شهری، رساله‌ی دکتری، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- ۲۴- مولایی، محمدمهدی، طالبیان، حامد (۱۳۹۵). آینده‌پژوهی مسائل ایران با روش تحلیل ساختاری، نشریه‌ی مجلس و راهبرد، شماره‌ی ۸۶، صص ۲۳-۵.
- ۲۵- ناظمی، امیر (۱۳۸۵). آینده‌ی نگاری منطقه‌ای به‌مثابه آمایش سرزمین، همایش آینده‌پژوهی فناوری و چشم‌انداز توسعه، دانشگاه امیرکبیر، تهران.
- ۲۶- هاشم‌پور، رحیم، محمدی آذر، امین، مرعشی، سیدفؤاد (۱۳۹۳). تحلیلی بر رابطه‌ی میان شاخص‌های عینی و ذهنی کیفیت زندگی از منظر کیفیت و امنیت کالبدی در بافت شهر ارومیه، فصلنامه‌ی مطالعات شهری، شماره‌ی ۱۳، صص ۴۵-۳۳.
- ۲۷- یاری‌حصار، ارسطو، حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۴). سنجش و ارزیابی چرخه‌ی حیات گردشگری پایدار روستایی (مطالعه‌ی موردی: بررسی تطبیقی روستاهای واقع در محورهای گردشگری استان‌های تهران و البرز). مجله‌ی پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، شماره‌ی ۱۲، صص ۵۶-۴۱.
- 28- Godet, M., Roubelat, F. (1996). Creating the future: the use and misuse of scenarios. Long range planning, 29(2), 164-171.
- 29- 36. Da Costa, O., Warnke, P., Cagnin, C., Scapolo, F. (2008). The impact of foresight on policy-making: insights from the FORLEARN mutual learning process. Technology Analysis Strategic Management, 20(3), 369-387.
- 30- 37. Dubisch, J. (1995), Pilgrimage, Gender, and Politics at a Greek Island Shrine in a Different Place, Princeton University Press, New York.
- 31- 48. Störmer, E., Truffer, B., Dominguez, D., Gujer, W., Herlyn, A., Hiessl, H., Ruef, A. (2009). The exploratory analysis of trade-offs in strategic planning: Lessons from Regional Infrastructure Foresight. Technological Forecasting and Social Change, 76(9), 1150-1162.
- 32- 49. Wikhamn, W., Hall, A. T. (2012). Social exchange in a Swedish work environment. International Journal of Business and Social Science, 3(23).

- 33- Anwar, S., Hamilton, J. (2005). Tourism into the Future—Towards 2020, and Beyond. *Tourism Recreation Research*, 30(3), 77-85.
- 34- Aref, F., Redzuan, M. R., Gill, S. S., Aref, A. (2010). Assessing the level of community capacity building in tourism development in local communities. *Journal of Sustainable Development*, 3(1), 81.
- 35- Banyai, C.L. (April 2007-March 2010). Community Capacity and Governance – New Approaches to Development and Evaluation. Dissertation Presented to the Higher Degree Committee Of Ritsumeikan Asia Pacific University In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy in Asia Pacific Studies
- 36- Chaskin, R. J. (2001). Building community capacity: A definitional framework and case studies from a comprehensive community initiative. *Urban affairs review*, 36(3), 291-323.
- 37- Chiou, J. S. (2004). The antecedents of consumers' loyalty toward Internet service providers. *Information Management*, 41(6), 685-695.
- 38- Choi, H. S. (2003). Measurement of sustainable development progress for managing community tourism (Doctoral dissertation, Texas A M University).
- 39- Choy, C., Kuan Yew, W., Lin, B. (2006). Criteria for measuring KM performance outcomes in organisations. *Industrial Management Data Systems*, 106(7), 917-936.
- 40- Cronin, L. (1990). A strategy for tourism and sustainable developments. *World Leisure Recreation*, 32(3), 12-18.
- 41- Evans, G. (1998). Mementos to take home: The ancient trade in souvenirs. In search of heritage: As pilgrim or tourist, 105-26.
- 42- Gunn, C. A., Var, T. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. Psychology Press.
- 43- Harrison, L. C., Jayawardena, C., Clayton, A. (2003). Sustainable tourism development in the Caribbean: Practical challenges. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(5), 294-298.
- 44- Lea, J. (2006). *Tourism and development in the Third World*. Routledge.
- 45- McCool, S. F. (1995). Linking tourism, the environment, and concepts of sustainability: setting the stage. *Linking tourism, the environment, and concepts of sustainability: setting the stage*, (INT-323), 3-7.
- 46- McIntyre, G. (1993). *Sustainable tourism development: guide for local planners*. World Tourism Organization (WTO).
- 47- McMillan, D. W., Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of community psychology*, 14(1), 6-23.
- 48- Powell, W. W. (1998). Learning from collaboration: Knowledge and networks in the biotechnology and pharmaceutical industries. *California management review*, 40(3), 228-240.
- 49- Ryan, C., Gu, H. (2008). Destination branding and marketing: The role of marketing organizations. *Handbook of hospitality marketing management*, 383-411.