journal of Future Cities vision

Autumn 2024. Vol 5. Issue 19

ISSN (Print): 2783-0780- ISSN (Online): 2783-0780

Journal Homepage: https://www.jvfc.ir/

Strategic Foresight for the Urban Tourism Industry in Iran (Case: Qazvin City)

Moslem Shirvani Naghani[1 1]

1. Assistant Professor, Department of Futures studies, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran

ARTICLEINFO

Research Paper

Article history:

Received: 2024/03/26

Accepted: 2024/07/13

Published online: 2024/08/28

Keywords: *Futures Studies, Strategic Foresight, Scenario Planning, Urban Tourism*.

Abstract

In today's programming, a linear look to the future has given way to a multiple look at alternative futures with the help of new approaches such as strategic foresight. In the field of tourism, the use of strategic foresight in the planning system has been considered. The purpose of this research is to develop tourism scenarios in Qazvin. The overall research method is scenario. "Delphi" and "AHP" techniques are used to identify "critical factors". The research findings, based on different situations of critical factors and their interaction with the help of the "Scenario Wizard software", show the possibility of 28 scenarios with internal consistency, which five of these scenarios have priority in terms of effectiveness. In the conclusion, according to the nature of the key factors and their drivers, the researcher named scenario number one "The lost paradise of tourism", scenario number two as "The touristic city of Qazvin", scenario number three as "Grey City" and finally scenarios no. Four and five were assigned the name "Dark City" and the scenarios were described. In addition to having a practical aspect, this research can be proposed as a new model for the future research of the urban tourism industry in Iran. In the end, general recommendations in order to face the upcoming scenarios and four practical suggestions have been presented to Qazvin tourism industry managers and those in charge of planning and decision-making in this industry.

Citation: Shirvani Naghani, M. (2024**). Strategic Foresight for the Urban Tourism Industry in Iran (Case: Qazvin City),** Journal of Future Cities vision, 5(19), 19-39.

© The Author(s). Publisher: Iranian Geographical Association

[1] **Corresponding author:** Moslem Shirvani Naghani, **Email:** shirvani@soc.ikiu.ac.ir

journal of Future Cities vision
Autumn 2024. Vol 5. Issue 19
ISSN (Print): 2783-0780- ISSN (Online): 2783-0780
Journal Homepage: https://www.jvfc.ir/

Extended Abstract

Introduction

The tourism capabilities of Qazvin city on the one hand and the complex conditions and environmental uncertainty in the urban tourism industry on the other hand show the necessity of creating a comprehensive, integrated and long-term planning system in this area. This research aims to create scenarios for the tourism of Qazvin city in the horizon of 2035 with a strategic foresight approach and thereby take a valuable step in the direction of long-term and sustainable planning in this field and lay the groundwork for the development of the tourism industry of Qazvin city.

Methodology

The overall research method is scenario planning. "Delphi" and "AHP" techniques are used to identify "critical factors".

Results and Discussion

Factors affecting the tourism industry of Qazvin city were drawn on the Wilson matrix and 13 important and vital factors with the highest degree of uncertainty and impact were identified. These factors include the codes “specialized management in the tourism industry of Qazvin city”, “decentralization policy of the government”, “exchange rate”, “prosperity of Qazvin traditional market”, “development of Qazvin industrial town”, “social will of citizens for development”, “capitals social and human resources”, “quality of universities and educational system”, “handicrafts and calligraphy”, “technology in the field of urban transportation”, “communication and information technology”, “development of recreational and entertainment places” and “repair and reconstruction historical monuments”. Based on Cross Impact Analysis, 28 plausible scenarios with internal consistency were identified. It is clear that considering this number of scenarios in planning and strategizing for the studied industry will cause an unreasonable expansion in budget allocation and excessive distribution of energy and their costs and waste. Therefore, in prioritizing the scenarios, in addition to the internal consistency component, the impact of each scenario was also extracted from the software output, and five prioritized scenarios, which have the highest "total impact score" in addition to internal consistency, were identified. The total impact score for the first to fifth scenarios is 67, 61, 36, 34 and 33, respectively. Based on the findings, it can be said that scenarios number one and two are desirable and most of the key factors will have an optimistic state in them, but scenarios number three, four and five are undesirable and most of the key factors will have a pessimistic state in these scenarios.

Conclusion

In the classification of 39 factors affecting the tourism industry of Qazvin city, the largest share belongs to the "social and cultural" sector. Therefore, it is better that the policy makers in this field, while continuously monitoring the social and cultural factors, pay special attention to preserving and strengthening the potential of Qazvin city in this field, such as the young and student population, various local traditions, various handicrafts, rich literature and music. Regarding the factors that have a high impact on the tourism industry of Qazvin city, but due to low uncertainty, were not included in the scenario development, it is suggested to draw the picture of these factors in the future horizon by analyzing the trend they have had so far and extrapolating it to the future. Then, according to the budget and time, control and maintain or change the trends related to these factors. Among the factors with high impact and low uncertainty that are more controllable and the managers and decision makers of Qazvin tourism field should intervene in their planning system can be standardization of services, financial attractions, interaction with universities and elites, festivals and traditional ceremonies, technology in the field of suburban transportation and the availability of accommodation and entertainment. Practical suggestions in this regard can include the following: determining and defining more accurate indicators to evaluate the quality of

journal of Future Cities vision
Autumn 2024. Vol 5. Issue 19
ISSN (Print): 2783-0780- ISSN (Online): 2783-0780
Journal Homepage: https://www.jvfc.ir/

touristic places; Reducing costs and discounting the price of visiting touristic places for the target community (for example, many non-native students in Qazvin); Definition and implementation of research projects to develop Qazvin tourism with the help of elites and academic capacity of the city; Periodically holding local native festivals; Demanding from the officials regarding the construction and opening of Qazvin airport; Construction of hotels, restaurants and traditional residences in the old context of the city due to the geographical concentration of tourist places in this area and facilitating the movement of tourists. Based on the distribution of the status of 13 critical factors in 28 scenarios with internal consistency, most of these factors will have a pessimistic status in more than half of the scenarios, so it is suggested that the decision-making bodies for Qazvin tourism, while adopting a pre-active approach to deal with Possible multiple threats, focus on formulating pro-active strategic options based on a few vital factors that are stable and have a desirable situation in most of the upcoming scenarios, such as "traditional market boom" and "suitable exchange rate for foreign tourists".

References

1. Ashworth, G. (2012). Do we understand urban tourism? Journal of tourism hospitality, 1 (4), 1-14.
2. Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: recent progress and current paradoxes. Tourism Management, 32, 1-15.
3. Awedyk, M. and Niezgoda, A. (2016), New opportunities for future tourism after 25 years of political and socioeconomic transformation – foresight in Poland's tourism planning, Journal of Tourism Futures, Vol. 2 No. 2, 137-154.
4. Bayat, R. and Marandi, M. (2016). Identifying the effect of effective brand associations on the formation of tourism destination image among domestic tourists based on tourism destination branding (Qazvin and Isfahan comparative study). Journal of Tourism and Development, 5(1), 64-83. [In Persian].
5. Benitez, L. (2023), Bridges: a tourist attraction and iconic element at urban cities' tourism promotion websites, International Journal of Tourism Cities, Vol. 9 No. 3, 771-787.
6. Bosch, T. V. M., & Kambiz, M. E. (2011). Towards a shared systems model of stakeholders in tourism development in the Cat Ba biosphere reserve of Vietnam. In Paper presented at 29th International Conference of the system dynamics Society, Washington, DC, USA, ISBN 978-1-935056-08-9.
7. Carlisle, S., Johansen, A., & Kunc, M. (2016). Strategic foresight for (coastal) urban tourism market complexity: The case of Bournemouth. Tourism Management, 54, 81-95.
8. Chettiparamb, A., & Thomas, H. (2012). Editorial: tourism and spatial planning. Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events, 4 (3), 215-220.
9. Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). Urban tourism research: developing an agenda. Annals of Tourism Research, 35 (4), 1032-1052.
10. Elkjær V.A. (2023). Multi-Criteria Decision Making in Complex Decision Environments. Thesis for: PhD dissertation, Aalborg University.
11. Fernandez-Güell, J. M., & Collado, M. (2014). Foresight in designing sun-beach destinations. Tourism Management, 41, 83-95.
12. Gale, T. (2005). Modernism, Post-modernism and the decline of British Seaside resorts as long holiday destinations: a case study of Rhyl, North Wales. Tourism Geographies, 7 (1), 86-112.
13. Georgantzas, N. C. (2003). Tourism dynamics: Cyprus' hotel value chain and profitability. System Dynamics Review, 19, 175-212.
14. Glenn, J. C., Gordon, T. J., & Dator, J. (2001). Closing the deal: How to make

journal of Future Cities vision
Autumn 2024. Vol 5. Issue 19
ISSN (Print): 2783-0780- ISSN (Online): 2783-0780
Journal Homepage: https://www.jvfc.ir/

organizations act on futures research. Foresight, 3 (3), 177-189.

15. Gursoy, D., Malodia, S., & Dhir, A. (2022). The metaverse in the hospitality and tourism industry: An overview of current trends and future research directions. Journal of Hospitality Marketing & Management, 31(5), 527-534.

16. Hącia, H. (2019). The role of tourism in the development of the city, Transportation Research Procedia, 39, 104-111.

17. Hall, C. M. (2001). Trends in ocfean and coastal tourism: the end of the last Frontier? Ocean and Coastal Management, 44 (9-10), 601-618.

18. hasani, A., & rahimzadeh, M. (2019). Tehran Tourism industry foresight. urban tourism, 6(1), 135-148. [In Persian].

19. Healey, P. (2006). Transforming governance: challenges of institutional adaptation and a new politics of space. European Planning Journal, 14 (3), 299-320.

20. Hines, A. and Bishop, P. (2007). Thinking about the Future: Guidelines for Strategic Foresight. Washington, DC: Social Technologies.

21. Jennings, S. (2004). Coastal tourism and shoreline management. Annals of Tourism Research, 31 (4), 899-922.

22. Jiang, J., Li, J., & Xu, H. (2010). System dynamics model for transportation infrastructure investment and cultural heritage tourism development: A case study of Xidi and Hongcun historical villages. In Paper presented at 28th International system dynamics Conference, Seoul, Korea, ISBN 978-1-935056-06-5.

23. Kapoor, R. (2001). Future as fantasy: Forgetting the flaws. Futures, 33 (2), 161-170.

24. Khaksari Rafsanjani, A. and Lotfi, A. (2023). Identification and analysis of drivers affecting the development of the urban tourism industry with an emphasis on foresight and scenario writing (case study: Zanjan city). Urban Environmental Planning and Development, 8, 21-38. [In Persian].

25. Kuosa, T. (2011). Evolution of futures studies. Futures, 43, 327-336.

26. Kuosa, T. (2012). The evolution of strategic foresight: Navigating public policy making. Oxford: Routledge.

27. Law, M. C. (1996). Tourism in major cities. London: International Thomson Business Press.

28. Law, A., De Lacy, T., McGrath, G. M., Whitelaw, P. A., Lipman, G., & Buckley, G. (2012). Towards a green economy decision support system for tourism destinations. Journal of Sustainable Tourism, 20 (6), 823-843.

29. Lei, K., Chan, S. K., Cao, J., & Zhou, S. (2010). Modelling and simulation of ecological footprint of Macao. In Paper presented at 28th International system dynamics Conference, Seoul, Korea, ISBN 978-1-935056-06-5.

30. Liu-Lastres, B., Wen, H., & Huang, W. J. (2023). A reflection on the Great Resignation in the hospitality and tourism industry. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 35(1), 235-249.

31. Mafi, M., Azkia, M., & Latifi, G. (2022). Sociological analysis of the effects of tourism industry on regional development of Qazvin province (Case study of Qazvin county). Human Geography Research, 54(2), 499-524. [In Persian].

32. Miller, K.D. & Waller, H. G. (2003). Scenarios, real options and integrated risk management. Long range planning, 36, 93-107.

33. Nduna, L.T. and van Zyl, C. (2020), A benefit segmentation framework for a nature-based tourism destination: the case of Kruger, Panorama and Lowveld areas in Mpumalanga Province, International Journal of Tourism Cities, Vol. 6 No. 4, 953-973.

34. Page, S. J., & Duignan, M. (2023). Progress in Tourism Management: Is urban tourism a paradoxical research domain? Progress since 2011 and prospects for the future, Tourism Management, 98, 104737.

35. Page, S. J., & Hall, C. M. (2003). Managing urban tourism. London: Pearson Education.

36. Paskaleva-Shapira, K. A. (2007). New paradigms in city tourism management:

journal of Future Cities vision
Autumn 2024. Vol 5. Issue 19
ISSN (Print): 2783-0780- ISSN (Online): 2783-0780
Journal Homepage: https://www.jvfc.ir/

redefining destination promotion. Journal of Travel Research, 46 (1), 108-114.

37. Pillkahn, U. (2008). Using trend and scenarios as tools for strategy development. Erlangen: GmbH.

38. Rahimi, M. and Pazand, F. (2017). Pattern of the urban creative tourism and present a proposal pattern for Iran. Journal of Innovation and Creativity in Human Science, 3, 97-124. [In Persian].

39. Rejeski, D., & Olson, R. L. (2006). Has futurism failed? The Wilson Quarterly, Wilson Institute, Washington D.C; Winter, 14-21.

40. Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). The competitive destination: A sustainable tourism perspective. Wallingford, Oxon: CAB International.

41. Ritchie, J. & Lewis, J. (2003). Qualitative research practice: a guide for social science student and researcher. London: SAGE publications.

42. Romero-García, L.E., Aguilar-Gallegos, N., Morales-Matamoros, O., Badillo-Piña, I. and Tejeida-Padilla, R. (2019), "Urban tourism: a systems approach – state of the art", Tourism Review, Vol. 74 No. 3, 679-693.

43. Sardar, Z. (2010). The namesake: Futures; Futures studies; Futurology; Futuristic; Foresight What's in a name? Futures, 42 (3), 177-184.

44. Sekaran, U. (2003). Research Methods for Business: A Skill Building Approach. fourth ed, New York: John Wiley & Sons.

45. Seyitoğlu, F & Costa, C. (2022). A scenario planning framework for (post-) pandemic tourism in European destinations, European Planning Studies, 30 (12), 2554-2574.

46. Shirvani Naghani, M., & Bayat, R. (2018). Developing Strategic Options for Policy Making in the Iranian Oil Industry, based on Strategic Foresight. Iranian Journal of Public Policy, 4(1), 61-77. [In Persian].

47. Shirvani Naghani, M., Eivazi, M., & Ghasemi, H. (2017). The interdisciplinary concept of strategic foresight in the trans-disciplinary of futures studies: what is it and why does it matter? Interdisciplinary Studies in the Humanities, 9(3), 1-24. [In Persian].

48. Shirvani Naghani, M., fazli, S., & Amin Afshar, Z. (2019). Strategic Planning for the Automotive Industry of Iran: A Strategic Foresight Approach Focusing on the Field of Science, Technology and Innovation. Strategic Studies of public policy, 9(31), 77-95. [In Persian].

49. Slak, N. and Mura, P. (2024), Transforming urban industrial landscapes through art tourism – a gentrification aesthetics model from Abu Dhabi's case, International Journal of Tourism Cities, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. https://doi.org/10.1108/IJTC-11-2023-0251

50. Smith, M., Macleod, N., & Robertson, M. H. (2010). Key concepts in tourist studies. New York: Sage Publications Ltd.

51. Song, H., & Li, G. (2008). Tourism demand modelling and forecasting-A review of recent research. Tourism Management, 29 (2), 203-220.

52. Tabakaeva, E., Ramazanova., N. & Dunets, A. (2023). Scenarios of the area development as a tool for tourism design. GeoJournal of Tourism and Geosites. 51, 1728-1737.

53. Tan, N., Anwar, S., & Jiang, W. (2023). Intangible cultural heritage listing and tourism growth in China. Journal of Tourism and Cultural Change, 21(2), 188-206.

54. Torabi, M., Fathi, M. R., Raeesi Nafchi, S., & Sabalani, S. (2023). Futures Studies of Food Tourism based on Structural Analysis. International journal of Tourism, Culture & Spirituality, 6(2), 19-44.

55. Van der Berg, L., & Russo, A. P. (2004). The student city: Strategic planning for student communities in EU cities. London: Ashgate Publishing.

56. Walsh, P.R. (2014). Dealing with the uncertainties of environmental change by adding scenario planning to the strategy reformulation equation. Management decision, 43 (1), 113-122.

57. Wilson, I. (1983). The benefits of environmental analysis. in: Albert, K. (Ed.): The strategic management handbook, New York: Sage Publications.

journal of Future Cities vision
Autumn 2024. Vol 5. Issue 19
ISSN (Print): 2783-0780- ISSN (Online): 2783-0780
Journal Homepage: https://www.jvfc.ir/

58. Xing, Y., & Dangerfield, B. (2010). Modelling the sustainability of mass tourism in island tourist economies. Journal of the Operational Research Society, 62, 1742-1752.

59. Zali, N., & Atrian, F. (2016). Presentation of Tourism Regional Development scenarios Based on the Principles of Futures Studies (Case: Hamadan Province). Town and Country Planning, 8(1), 107-131. [In Persian].

نوع مقاله: پژوهشی

فصلنامه چشم انداز شهرهای آینده

www.jvfc.ir

دوره پنجم، شماره سوم، پیاپی (۱۹)، پاییز ۱۴۰۳

صص ۳۹-۱۹

آینده‌نگاری راهبردی برای صنعت گردشگری شهری در ایران (مورد: شهر قزوین)

مسلم شیروانی ناغانی، استادیار آینده‌پژوهی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران.[۱]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۰۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۲۳

چکیده

در نظام برنامه‌ریزی امروز، نگاه خطی به آینده جای خود را به نگاه چندگانه به آینده‌های بدیل به کمک رویکردهای نوینی همچون آینده‌نگاری راهبردی داده است. در حوزه گردشگری نیز، استفاده از آینده‌نگاری راهبردی در نظام برنامه‌ریزی مورد توجّه قرار گرفته است. هدف این تحقیق، تدوین سناریوهای گردشگری شهر قزوین می‌باشد. روش کلی تحقیق، سناریونگاری است و به منظور شناسایی "عوامل حیاتی" از تکنیک‌های "دلفی" و "تحلیل سلسله مراتبی" استفاده شده است. یافته‌های تحقیق، بر اساس حالات مختلفِ عوامل حیاتی و بررسی اثر متقابل آنها به کمک "نرم‌افزار سناریو ویزارد"، امکان‌پذیری ۲۸ سناریو دارای سازگاری درونی را نشان می‌دهد که پنج مورد از این سناریوها به لحاظ اثرگذاری دارای اولویت می‌باشند. در نتیجه‌گیری، محقق با توجه به ماهیت عوامل کلیدی و پیشران‌های آنها، به سناریو شماره یک نام مستعار «بهشت گمشده گردشی»، به سناریو شماره دو نام مستعار «قزوین گردشگرپذیر»، به سناریو شماره سه نام مستعار «شهر خاکستری» و نهایتاً به سناریوهای شماره چهار و پنج با توجه به ماهیت آنها نام مستعار «شهر تاریک» را تخصیص داد و سناریوها توصیف شدند. این پژوهش علاوه بر داشتن جنبهٔ کاربردی، می‌تواند به عنوان الگویی نوین برای تحقیقات آتی صنعت گردشگری شهری در ایران مطرح گردد. در انتها، توصیه‌های کلّی در راستای مواجهه با سناریوهای پیش رو و چهار پیشنهاد کاربردی به مدیران صنعت گردشگری شهر قزوین و متولیان برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری در این صنعت ارایه شده است.

واژگان کلیدی: آینده‌پژوهی، آینده‌نگاری راهبردی، سناریونگاری، گردشگری شهری.

۱- مسئول مکاتبات: shirvani@soc.ikiu.ac.ir

مقدمه

گردشگری شهری[1] یک شکل مهم از گردشگری است که برای حمایت از توسعهٔ اقتصادی و فرهنگیِ مطابق با چشم انداز شهری[2]، بسیار حایز اهمیت شناخته می‌شود (هاشا[3]، ۲۰۱۹؛ اسمیت[4] و همکاران، ۲۰۱۰). با این وجود، گردشگری شهری هنوز دارای تعریف چندان دقیق و مشخّصی نیست و یک ساختار نظام‌مند برای فهم آن کمتر توسعه یافته است (پیج و دویگنان[5]، ۲۰۲۳). این امر تا حدّی به دلیل تنوّع زیاد فعالیت‌های مربوط به گردشگری در یک محیط شهری است (ادواردز[6] و همکاران، ۲۰۰۸) که طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها مانند «بازدید دوستان و بستگان»، «حضور در رویدادهای فرهنگی و جاذبه‌های گردشگری»، «خرید»، «تفریحات و سرگرمی‌های شبانه»، «تحصیل در یک محیط شهری»، و «فعالیت‌های مرتبط با اوقات فراغت»، را در بر می‌گیرد. همچنین، روابط و تعاملات ممکن بین گردشگری و نهاد چند منظوره شهر[7] هنوز مورد بازشناسی قرار نگرفته است. شهرهای بزرگ، به عنوان مرکز توجّه اصلی گردشگری شهری، نهادهایی چند کارکردی[8] هستند که می‌توانند بسیاری از انواع مختلف گردشگران را جذب نمایند. در نتیجه، پاسخگویی به تقاضای بازار گردشگری دستخوش تغییرات زیادی می‌شود (رومرو[9] و همکاران، ۲۰۱۹؛ اشورث و پیج[10]، ۲۰۱۱؛ پیج و هال[11]، ۲۰۰۳). به‌عنوان مثال، برنامه‌ریزان گردشگری شهری ملزم هستند که محصولات و خدمات متفاوتی برای افراد با انگیزه‌ها، اولویت‌ها و دیدگاه‌های فرهنگی مختلف در نظر بگیرند (اشورث و پیج، ۲۰۱۱). که به نوبه خود مدیریت روابط و تعاملات پیچیدهٔ بین شهروندان و انواع گردشگران با انتظارات مختلف را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

تنوّع عوامل مداخله‌گر، پیچیدگی تعاملات و روابط میان این عوامل و عدم اطمینان روزافزون محیطی، بکارگیری نظام‌های سنتی برنامه‌ریزی را در مدیریت گردشگری شهری با چالشی اساسی مواجه ساخته است. مدیریت گردشگری شهری از طریق برنامه‌ریزی و آینده‌نگاری راهبردی[12] می‌تواند تا حدودی به این چالش پاسخ دهد. برنامه‌ریزی و آینده‌نگاری راهبردی در این حوزه موجب کاهش اثرات جانبی منفی می‌گردد، مکانیسمی هماهنگ‌کننده برای متمرکز نمودن سرمایه‌گذاری‌های شامل بازیگران متعدد در طول سال‌های متمادی ارائه می‌کند و به انتشار چشم‌اندازی مشترک از آینده کمک می‌نماید (ترابی و همکاران، ۲۰۲۳؛ وندربرگ و روسو[13]، ۲۰۰۴). آینده‌نگاری راهبردی برای گردشگری شهری، موجب استمرار توسعهٔ خلّاقِ[14] خدمات و محصولات به گردشگران می‌گردد. برای مدیریت بلند مدّت گردشگری شهری، به دلیل پیچیدگی[15] محیط و مداخلهٔ عوامل متغیر گوناگون، آینده‌نگاری راهبردی در راستای دستیابی به شکلی پایدار[16] و با دوام[17] از گردشگری ضروری می‌نماید (چتیپرمب و توماس[18]، ۲۰۱۲: ۱۳۴).

محیط‌های شهری ایران غالباً دارای توان بالقوهٔ مناسبی برای توسعهٔ صنعت گردشگری هستند. با این حال، تحقیقات محدودی در زمینهٔ مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری شهری با یک نگاه بلندمدت و رویکرد آینده‌نگاری در ایران صورت گرفته است. این مقاله با رویکرد آینده‌نگاری راهبردی به تدوین سناریوهای صنعت گردشگری شهری و تولید گزینه‌های

---

1. Urban tourism
2. Urban landscape
3. Hącia
4. Smith
5. Page & Duignan
6. Edwards
7. Multi-faceted entity of the city
8. Multi-functional entities
9. Romero
10. Ashworth & Page
11. Page & Hall
12. Strategic foresight
13. Van der Berg & Russo
14. Creative development
15. Complexity
16. Sustainable
17. Viable
18. Chettiparamb & Thomas

راهبردی در این زمینه می‌پردازد. مورد مطالعهٔ این پژوهش، شهر قزوین است که در ابعاد مختلف گردشگری همچون تاریخی، فرهنگی، جغرافیایی، اقتصادی و آموزشی از توان بالقوهٔ ویژه‌ای برخوردار است.

شهر قزوین با برخورداری از جاذبه‌های گوناگون و موقعیت خاص جغرافیایی، از ظرفیت‌های بالقوهٔ کشور در زمینه گردشگری شهری محسوب می‌شود. وجود بیش از هزار اثر تاریخی ثبت شده مانند بنای چهل ستون، بازار سعدالسلطنه، حمام قجر، آب-انبارها، مساجد، مدفن انبیاء و نیز جاذبه‌های طبیعی همچون پارک جنگلی بزرگ باراجین و منطقه زرشک، در کنار آب و هوای معتدل موجب شده تا قزوین به لحاظ وجود پتانسیل‌های گردشگری، دارای موقعیتی خاص در کشور باشد (بیات و مرندی، ۱۳۹۵: ۹۶). این موضوع زمانی حائز اهمیت دو چندان می‌گردد که موقعیت جغرافیایی قزوین، امکانات ارتباطی موجود و شبکه مناسب راه‌های مواصلاتی ریلی و جاده‌ای را نیز مد نظر قرار دهیم. در واقع قزوین نقطه اتصالِ پایتخت و استان‌های مرکزی ایران به شمال، شمال غرب و غرب کشور است و از این لحاظ دارای موقعیتی بی‌بدیل می‌باشد.

قزوین از نظر بسترهای گردشگری از قبیل فرهنگ و سنت‌های بومی، هنر بومی، معماری و شهرسازی کهن، عناصر تاریخی، صنایع دستی، عناصر طبیعی، صنایع غذایی، ادبیات، گویش محلی، موسیقی محلی، مذهب و ژئوتوریسم جزء شهرهای رده اول ایران محسوب می‌گردد (مافی و همکاران، ۱۴۰۱؛ رحیمی و پازند، ۱۳۹۷). برخورداری از بسترهای مختلف گردشگری و وجود جاذبه‌های گردشگری متنوع در مقیاس‌های بین‌المللی، ملی و ناحیه‌ای؛ لزوم توجّه هرچه بیشتر برنامه‌ریزان و سیاست-گذاران به قزوین را به عنوان یکی از قطب‌های گردشگری شهری در ایران محرز می‌سازد. قابلیت‌های گردشگری شهر قزوین از یک سو و شرایط پیچیده و عدم اطمینان فزایندهٔ عوامل محیطی مؤثر بر صنعت گردشگری شهری از دیگر سو، ضرورت ایجاد یک نظام برنامه‌ریزی جامع، یکپارچه و بلندمدت را در این حوزه نشان می‌دهد. این پژوهش بر آن است که با آینده‌نگاری راهبردی به خلق سناریوهای فرا روی گردشگری شهر قزوین در افق ۱۴۱۴ بپردازد و از این طریق گامی ارزنده در راستای برنامه‌ریزی بلندمدت و پابرجا در این عرصه برداشته و زمینه‌ساز توسعهٔ صنعت گردشگری در شهر قزوین گردد.

مبانی نظری

گردشگری شهری

گردشگری صنعت مهمان نوازی و یک پل بین مردم مختلف دنیاست. صنعت گردشگری بیشترین استفاده را از مردم به نسبت دیگر صنایع دارد و سهم ارزشمندی را در اقتصاد جهان از آن خود کرده است. این صنعت به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع در جهان و از مهمترین منابع درآمد و ایجاد فرصت‌های شغلی برای بسیاری از کشورهای دنیا می‌باشد و به علت اهمیتی که از نظر اقتصادی، اجتماعی دارد هر روز بیشتر مورد توجه قرار گرفته و دولت‌ها به آن اهمیت زیادی می‌دهند. صنعت گردشگری با ایجاد ارزش افزودهٔ بالا، به صورت مستقیم و غیرمستقیم توانسته است سایر فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی را نیز تحت تأثیر خود قرار دهد (تان و همکاران[1]، ۲۰۲۳).

صنعت گردشگری نوعی سرمایه‌گذاری غیرمستقیم خارجی در داخل کشور است. اثرهای انبساطی آن در کلیه بخش‌های اقتصادی، اثرهای توسعه‌ای دارد. به همین دلیل برنامه‌ریزی عامل مهمی برای دستیابی به موفقیت در بخش گردشگری است. این مجریان را بر آن می‌دارد تا بر اساس محدودیت زمانی، خود را به نقطه عطف دیدگاه سیاست‌گذاران نزدیک کنند. صنعت توریسم از دو جهت عمده حائز اهمیت است. اول اینکه، موجبات آشنایی ملل با دیگر فرهنگ‌ها، نژادها، اقوام، سرزمین‌ها و گویش‌ها را فراهم کرده و دوم اینکه از نظر اقتصادی به عنوان یک منبع تأمین درآمد و ارز محسوب می‌شود. کشورهای مختلف جهان در توسعه این صنعت و تلاش برای استفاده از امکانات گوناگون و جاذبه‌های مختلف، در پی جذب گردشگران به‌سوی خود هستند. گردشگری در حال مبدل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. بسیاری از

[1]. Tan el al

برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه، از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند (لیولاسترس و همکاران[1]، ۲۰۲۳: ۲۳۵-۲۴۹).

گردشگری و جهانگردی در بسیاری از کشورها به منزله نمادی از هویت فرهنگی و یکی منابع مهم کسب ارز است. صنعت جهانگردی به عنوان بزرگترین و متنوع ترین صنعت در دنیا به حساب می‌آید. بسیاری از کشورها این صننعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال ز ایی،رشد بخش خصوصی و توسعه ی ساختار زیربنایی می‌دانند. صنعت گردشگری امروزه به قدری در توسعه اقتصادی، اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهادند. در جهان آن دسته از کشورهای که توانسته صنعت گردشگری را به‌خوبی مدیریت کنند، به عواید کلانی دست یافته‌اند. در واقع امروزه توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کشورها به صنعت گردشگری به‌عنوان یک راهبرد توسعه اقتصادی، فرهنگی، امنیتی و سیاسی بیش‌ازپیش معطوف این امر شده و آثار مثبت اقتصادی و فرهنگی آن موردتوجه جدی دولت‌ها و ملل گوناگون قرارگرفته است. بسیاری از کشورها با بهره‌گیری از این صنعت به نقطه اوج اهداف موردنظر دست‌یافته‌اند. به‌نحوی‌که بیشترین درآمد خود را از طریق آن تأمین می‌کنند. همچنین در زمره کشورهای توسعه‌یافته جهان مطرح شده‌اند (گارسوی و همکاران[2]، ۲۰۲۲: ۵۲۷-۵۳۴).

شهر گردشگرپذیر لزوماً دارای یک ماهیت مشخص و ویژه نیست که بازدیدکننده به راحتی بتواند آنرا تشخیص دهد، بلکه مجموعه‌ای از جاذبه‌ها در مناطق مختلف شهر و حومهٔ آن پراکنده شده‌اند (بنیتز[3]، ۲۰۲۳؛ جنینگز[4]، ۲۰۰۴). هر منطقه جغرافیایی، بخش تفریحی یا قسمت فرهنگی شهر دارای نمادها و نشانه‌های منحصر به خود است که در کنار هم ماهیت چند وجهی شهر را تشکیل می‌دهند (اسلاک و مورا[5]، ۲۰۲۴؛ اشورث، ۲۰۱۲). بنابراین، یک شهر دارای یک سری از زیر سیستم‌های[6] به هم پیوسته است که باید در آن هماهنگی وجود داشته باشد. در واقع، صورت‌بندی‌های اجتماعی و فرهنگی متنوع در طیفی از بخش‌های مختلف بازار گردشگری شهر گسترده شده‌اند (گال[7]، ۲۰۰۵؛ هال[8]، ۲۰۰۱).

اشورث و پیج (۲۰۱۱) بیان کردند که تمایز بین مصارف گردشگری، غیرگردشگری و یا ساکنان شهر، به ویژه با توجه به زمان صرف شده در محیط شهری و نوع فعالیت و هدف آنها دشوار است. پاسکالوا-شاپیرا[9] (۲۰۰۷) تأکید می‌کند که گردشگری شهری باید خواست انواع مشتریان را ملحوظ نماید. رویکرد چند کارکردی در گردشگری شهری به رقابت‌پذیری و توسعهٔ یک بِرَند شهری متمایز[10] کمک می‌کند. چنین رویکردی موجب ارتقاء کیفیت زندگی گردشگران و ساکنان شهر می‌گردد. ریتچای و کراچ[11] (۲۰۰۳) تصریح می‌کنند که رویکرد کل‌نگر[12] و چند کارکردی، به طور هم‌زمان به خواسته‌های گردشگران مختلف توجه می‌کند و این را از اصول اساسی رقابت‌پذیری و توسعهٔ پایدار یک مقصد گردشگری شهری می‌دانند.

موارد فوق‌الذکر مبیّن ماهیت مبهم و چندوجهی مفهوم گردشگری شهری، وجود عوامل و زیرسیستم‌های متنوع و در عین حال به هم پیوسته و مرتبط، فقدان وجه افتراق مشخص میان مصارف گردشگران و شهروندان و تنوع تقاضا در بازار گردشگری شهری است که همه این‌ها ضرورت رویکردی چندکارکردی و کل‌نگر مانند آینده‌نگاری راهبردی را هویدا می‌سازند. در ادامه به دلیل اهمیت بخش‌بندی صنعت در آینده‌نگاری راهبردی، به مبحث بخش‌بندی صنعت گردشگری شهری می‌پردازیم. گردشگران شهری اهداف متفاوتی دارند. برخی از آنها صرفاً برای خرید یا خوش‌گذرانی به شهر مقصد می‌روند. در حالی که برخی دیگر ممکن است برای اهداف کاری و تجاری به آنجا سفر کنند (اشورث و پیج، ۲۰۱۱). از این رو اتخاذ

1. Liu-Lastres
2. Gursoy et al
3. Benitez
4. Jennings
5. Slak & Mura
6. Sub-systems
7. Gale
8. Hall
9. Paskaleva-Shapira
10. Distinct city brand
11. Ritchie & Crouch
12. Holistic

رویکرد بخش‌بندی صنعت گردشگری و بخش‌بندی گردشگران می‌تواند مفید باشد (اندونا و ون‌زیل[1]، ۲۰۲۰؛ کارلیسل[2] و همکاران، ۲۰۱۶؛ لا[3]، ۱۹۹۶). اشورث و پیج (۲۰۱۱: ۱۰) با معرفی هشت بخش «آثار تاریخی»، «موزه‌ها و گالری‌ها»، «سینماها و سالن‌های تئاتر و کنسرت»، «کلوپ‌ها و مراکز بازی و سرگرمی»، «هتل»، «مهمان‌سرا و کافی‌شاپ»، «فروشگاه‌ها و مراکز خرید»، «اماکن اداری و کاری»، «ورزشگاه‌ها و اماکن ورزشی»، برای گردشگری شهری، معتقدند بهتر است در راستای برنامه‌ریزی و آینده‌نگاری راهبردی گردشگری شهری به بخش‌بندی این صنعت بپردازیم. البته آنها در مدل خود دانشجویان و یا بازدیدکنندگان آموزشی را به عنوان یک بخش کلیدی بازار در نظر نگرفتند. در حالی که بر اساس تحقیقات وَندِنبرگ و روسو (۲۰۰۴) هزاران دانشجو در آینده ممکن است برای یادگیری یک زبان و یا تحصیل در دیگر رشته‌ها به شهرهای گردشگرپذیر بروند و این یک منبع قابل توجه است که تأثیر اقتصادی و فرهنگی زیادی بر شهر مقصد می‌گذارد. از آنجا که دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی زیادی در شهر قزوین استقرار یافته‌اند، این شهر پذیرای تعداد زیادی دانشجوی داخلی و خارجی می‌باشد. دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره) به دلیل ماهیت بین‌المللی خود و وجود یکی از قدیمی‌ترین و شناخته شده‌ترین مراکز آموزش زبان فارسی به غیرفارسی‌زبانان در این دانشگاه، با جذب تعداد قابل ملاحظه‌ای از دانشجویان خارجی در میان دانشگاه‌های ایران حائز نقشی برجسته در این میان است. لذا در این تحقیق علاوه بر هشت مورد فوق‌الذکر، «مراکز آموزشی و دانشگاه‌ها» را نیز در بخش‌بندی صنعت گردشگری قزوین ملحوظ می‌داریم.

آینده‌نگاری راهبردی

آینده‌پژوهی قلمرو گسترده‌ای از مفاهیم و اصطلاحات را در بر می‌گیرد که با رویکردهای متفاوتی به مطالعات مربوط به آینده-های بدیل می‌پردازند (شیروانی ناغانی و همکاران، ۱۳۹۸ به نقل از سردار[4]، ۲۰۱۰). همانطور که رویکردهای کاملاً کمّی و مکانیسم‌های برنامه‌ریزیِ با هدف "تصمیم‌گیری بهینه" دارای ایراداتی هستند و قادر به پاسخ‌گویی به نیازهای برنامه‌ریزی در حوزهٔ پیچیده‌ای چون گردشگری شهری نمی‌باشند (الکجیر[5]، ۲۰۲۳؛ سانگ و لی[6]، ۲۰۰۸)، تحقیقات نشان می‌دهند که آینده‌پژوهی نیز هرگاه به‌صورت افراطی به رویکردهای نسبی‌گرایانه متمایل شده است کمتر با توفیق همراه بوده است (کوسا[7]، ۲۰۱۱؛ گلن[8] و همکاران، ۲۰۰۱؛ کاپور[9]، ۲۰۰۱؛ رجسکی و اُلسان[10]، ۲۰۰۶). آینده‌نگاری راهبردی به‌عنوان رویکردی میانه‌رو، بین فرا فعّال بودن و پیش فعّال بودن[11]، حالتی بینابینی را برمی‌گزیند. همان قدر که تجربه‌گرا است، به عقلانیت ارزش‌گرا تمایل دارد. به جای اینکه مانند برخی رویکردهای آینده‌پژوهی به‌طور افراطی بر مشارکت عمومی تاکید ورزد، نتیجه‌گرا است و بیشتر بر مشارکت نخبگان تمرکز دارد (کوسا، ۲۰۱۲: ۱۳).

از سوی دیگر توجه به این نکته ضروری است که آینده‌پژوهی حوزه مطالعات نرم آینده است و بیشتر جنبه‌های نظری و تئوری را پوشش می‌دهد اما آینده‌نگاری راهبردی حوزه مطالعات سخت آینده است و واژگان، مفاهیم و مباحث نظری آینده‌پژوهی را در مقام عمل بکار برده و مورد استفاده قرار می‌دهد. آینده‌نگاری نسبتاً مفعولانه به نظر می‌رسد و بیشتر در پی کشف و پیش‌بینی آینده و دیدن آنچه در آینده رخ خواهد داد، است و اینگونه در آینده‌پژوهی معاصر از آن یاد می‌شود. حال آنکه آینده‌نگاری راهبردی در پی نگاشت آینده است. بسیار خلاقانه و فعالانه به دنبال ساخت آینده مطلوب است و نه فقط

---

1. Nduna & Van Zyl
2. Carlisle
3. Law
4. Sardar
5. Elkjær
6. Song & Li
7. Kuosa
8. Glenn
9. Kapoor
10. Rejeski & Olson
11. مقصود از پیش فعّال بودن (Pre-activity)، تدوین برنامه‌ها و راهبردهای آینده‌نگر است که بر اساس پیش‌بینی آینده‌های بدیل، برای رویارویی با آنها طراحی می‌شوند. فرا فعّال بودن (Pro-activity) به معنای تدوین برنامه‌ها و راهبردهای آینده‌ساز می‌باشد که به جای طراحی برای رویارویی با آینده، در پی طراحی و ساخت آینده هستند.

کشف و نگرش در آن. در واقع آینده‌پژوهان در هنگام آینده‌نگاری راهبردی ، پا را از پیش بینی فراتر می‌نهند و به دنبال خلق آینده مطلوب گام بر می‌دارد. فرصت‌ها و چالش‌های موجود در آینده‌نگاری راهبردی عموماً پیچیده و نیازمند مطالعه و بررسی چشم‌اندازها و دیدگاه‌های متفاوت و ارزیابی مداوم آنها در طول زمان هستند. تفکر در افق زمان، غنا و ژرفای بیشتر فعالیت‌ها را در پی دارد و می‌تواند منجر به دستیابی به بینشی شود که ما را از محصور شدن در رویکرد سنتی تصویر لحظه‌ای نجات می‌دهد (هاینز و بیشاپ[1]، ۲۰۰۷).

آینده‌نگاری راهبردی از یک سو با تکیه بر تجربه‌گرایی و رویکردی پیش‌فعّالانه، به تصمیم‌سازی در صنعت گردشگری شهری کمک می‌نماید بدون آنکه فروض زیر بنایی علوم کلاسیک دخیل در برنامه‌ریزی فضایی[2] را، که شامل توسعهٔ فیزیکی شهرها توسط مهندسان و معماران و ارتقاء وجهٔ کالبدی شهر می‌شود، به چالش بکشاند (هیلی[3]، ۲۰۰۶). از سوی دیگر، آینده‌نگاری راهبردی، آینده‌پژوهی فرافعّال را نیز مورد توجه قرار می‌دهد و به تدوین راهبردهای آینده‌ساز، بر پایه‌های عقلانی–ارزشی، در کنار دیگر گزینه‌های راهبردی اهتمام می‌ورزد (شیروانی و همکاران، ۱۳۹۶). این راهبردها کمک می‌کنند که گردشگری شهر قزوین به مزیّت رهبری دست یابد و پیشی گرفتن در «منحنی یادگیری[4]» و صرفه‌جویی در هزینه‌ها را باعث می‌شوند. کوسا (۲۰۱۲: ۱۳)، «سناریو» را متناسب‌ترین روش برای آینده‌نگاری راهبردی می‌داند که اتفاقاً تجربیات بسیار موفقی در سطح بین‌المللی از بکارگیری این روش در حوزهٔ گردشگری شهری وجود دارد. این تجربیات در قسمت «پیشینه تحقیق» و روش سناریو و پیاده‌سازی آن در قسمت‌های «روش تحقیق» و «تجزیه و تحلیل داده‌ها» ذکر خواهند شد. آینده‌نگاری راهبردی با کل‌نگری و ملحوظ داشتن عوامل مختلف فضایی و پارامترهای وابسته به تقاضا به صورتی یکپارچه و در کنار هم (فرناندز و کولادو[5]، ۲۰۱۴) و جایگزین نمودن سناریوهای چندگانه به جای پیش‌بینی خطی روندها و عوامل متغیّر گوناگون (سیتاگلو و کاستا[6]، ۲۰۲۲) به تکامل برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری شهری کمک می‌کند.

پیشینه تحقیق

تحقیقات زیادی در ایران به موضوع برنامه‌ریزی و مدیریت صنعت گردشگری پرداخته‌اند. همچنین در سال‌های اخیر، شمار زیادی از تحقیقات داخلی به آینده‌نگاری راهبردی در حوزه‌های مختلف پرداخته‌اند. با این وجود بر اساس بررسی تارنمای پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایران داک) و تارنمای بانک اطلاعات نشریات کشور (مگ ایران)، تاکنون فقط دو پژوهش داخلی با موضوع آینده‌نگاری گردشگری شهری انجام شده که قلمرو مکانی آنها شهر تهران و شهر زنجان بوده و در جدول (۱) مورد اشاره قرار گرفته‌اند. البته تحقیقات بیشتری در ایران با موضوع آینده‌نگاری گردشگری صورت پذیرفته که عمدتاً قلمرو آنها در سطح استانی بوده است و مشخصاً با تمرکز بر استان‌های همدان، یزد، اصفهان، خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد به انجام رسیده‌اند. پژوهش زالی و عطریان (۱۳۹۵) از اولین پژوهش‌های داخلی در حوزه آینده‌نگاری گردشگری است که در قلمرو استان همدان انجام شده است. طی دو دههٔ اخیر پژوهش‌های زیادی در نقاط مختلف جهان به موضوع آینده‌نگاری راهبردی در صنعت گردشگری شهری پرداخته‌اند. جدول (۱) به تحقیقات کاربردی اشاره می‌کند که مربوط به آینده‌نگاری راهبردی صنعت گردشگری در مورد یک یا چند شهر مشخص هستند.

با عنایت به آنچه بیان شد، وجود نوعی کاستی در خصوص استفاده از رویکردها و روش‌های آینده‌پژوهانه در تحقیقات داخلی مربوط به صنعت گردشگری به طور عام و صنعت گردشگری شهری به طور خاص مشهود است. در میان تحقیقات خارجی در حوزهٔ آینده‌نگاری راهبردی صنعت گردشگری شهری، آنهایی که جنبه کاربردی داشته و مورد مطالعه آنها یک شهر مشخص بوده است همانطور که جدول (۱) نشان می‌دهد روش سناریو را به تنهایی یا در کنار دیگر روش‌های آینده‌پژوهی

1. Hines & Bishap
2. Spatial planning
3. Healey
4. Experience (or learning) curve
5. Fernandez & Collado
6. Seyitoğlu & Costa

به‌کار برده‌اند. لذا بکارگیری روش سناریونویسی در آینده‌نگاری راهبردی گردشگری شهر قزوین می‌تواند علاوه بر داشتن جنبهٔ کاربردی، به عنوان الگویی نسبتاً نوین برای تحقیقات آتی صنعت گردشگری در ایران مطرح گردد.

جدول ۱. پژوهش‌های آینده‌نگاری راهبردی در صنعت گردشگری شهری

پژوهش	رویکرد	روش	شهر	یافته‌ها
تاباکوا[1] و همکاران (۲۰۲۳)	آینده‌نگاری راهبردی	برنامه‌ریزی فضایی و سناریو	گورنوآلتاییسک-روسیه	هدف از این مطالعه توسعه یک روش برنامه‌ریزی سناریوی تطبیقی قابل اجرا برای طراحی مناطق گردشگری است. شالوده نظری این مطالعه، رویکردهای سیستماتیک و یکپارچه برای مطالعه مناطق گردشگری و مفاهیم طیف فرصت‌های تفریحی و گردشگری است. نتیجه ایجاد سه نوع سناریو به هم مرتبط است شامل سناریوهای فضایی در سطح مناطق فرصت گردشگری، سناریوهای فضایی در سطح مناطق عملکردی و سناریوهای برنامه. روش پیشنهادی برای توسعه سناریوها، تضمین رقابت‌پذیری مناطق گردشگری در آینده به دلیل برخورداری از وسیع‌ترین فرصت ممکن در قلمرو دسته‌های مختلف بازدیدکنندگان و همچنین از طریق نظارت و ایجاد تغییرات در برنامه‌ها و سناریوهای فضایی در سطح مناطق عملکردی است.
خاکساری و لطفی (۱۴۰۱)	آینده‌نگاری راهبردی	پنل خبرگان، تحلیل اثر متقابل و سناریو	زنجان-ایران	در این پژوهش جهت یافتن عوامل کلیدی از اسناد فرادستی، اسناد کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های نیمه باز استفاده شده و ۱۳ عامل کلیدی شامل مدیریت یکپارچه شهری و اعمال سیاست‌های تشویقی، کاهش محدودیت‌ها، امنیت داخلی، بخش خصوصی، مشارکت شهروندان، سازمان‌های مردم نهاد، برندسازی شهری، موقعیت استراتژیک شهر، نقش بین‌المللی شهر و استان، ارتقا آگاهی‌های زیست محیطی، نرخ رشد اقتصادی، مراسمات آیینی و مذهبی، توسعه کمی و کیفی صنایع دستی یافت شد. در انتها برای گذار از حالت سناریو بحرانی و حرکت به سمت سناریو و شرایط مطلوب راهبردها و برنامه‌ای پیشنهاد گردید.
اودیک و نیزگادا[2] (۲۰۱۶)	آینده‌نگاری راهبردی	تحلیل مقایسه‌ای و سناریو	ورشو-لهستان	هدف از این مقاله ارائه تغییرات در شرایط سیاسی و اجتماعی-اقتصادی پس از ۲۵ سال تحول و چگونگی اتخاذ روش‌شناسی جدید در برنامه‌ریزی گردشگری است. یافته‌ها نشان می‌دهد که امکانات ارائه شده توسط استفاده از فرآیند آینده‌نگاری در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در لهستان تلاش می‌کند تا روندهایی را که پس از سال ۱۹۸۹ در لهستان رخ داده و اینکه آیا در حال حاضر و در آینده نزدیک تأثیری بر گردشگری لهستان خواهد داشت، تأیید کند. هدف تفصیلی توصیف تحول سیستماتیک و تأثیر آن بر اقتصاد گردشگری است.
حسنی و رحیم‌زاده (۱۳۹۸)	آینده‌نگاری راهبردی	کارگاه آینده، پنل خبرگان و سناریو	تهران-ایران	این پژوهش می‌کوشد تا به آینده‌نگاری صنعت گردشگری در شهر تهران بپردازد. شش پیشران کلیدی با عناوین افزایش تقاضا برای سفر در کل دنیا، روابط خارجی، کسب و کارهای نوآفرین، آزادی‌های گردشگر، اقتصادی دولتی و زیرساخت‌های شهر تهران شناسایی شد که دو پیشران با عناوین اقتصاد دولتی و روابط خارجی به عنوان عدم قطعیت‌های کلیدی شناخته شدند. در نهایت، چهار سناریوی مستقل برای آینده گردشگری شهر تهران به نام‌های تهرانِ مخوف، تهران: میزبان مهمانان سرزده، تهرانِ چشم انتظار و تهران: بازدید برای عموم آزاد نام‌گذاری شدند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که جز در سناریوی تهران: بازدید برای عموم آزاد، وضعیت گردشگری تهران خوب نیست و این صنعت نمی تواند کمکی به اقتصاد شهری تهران داشته باشد.
لا و همکاران (۲۰۱۲)	آینده‌نگاری راهبردی	سناریو	شرم‌الشیخ-مصر	این مقاله برنامه‌ریزی اقتصاد سبز در گردشگری را مورد بحث قرار می‌دهد. که در این پژوهش یک مدل ارائه شده و بر اساس آن، نمونه‌هایی در برنامه نرم‌افزاری Powersim توسعه داده شده تا بینشی در مورد اینکه چگونه چنین DSS می‌تواند به سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مدیران مقصد با مدل‌سازی و برنامه‌ریزی سناریوی پویا برای کمک به درک و مدیریت پیشران‌های تغییر کمک کند. DSS پیشنهادی قرار است که با بکارگیری آن در مطالعات موردی، مقصد جدید بیشتر توسعه یابد.

[1]. Tabakaeva
[2]. Awedyk & Niezgoda

جیانگ[1] و همکاران (۲۰۱۰)	آینده‌نگاری راهبردی	سناریو	اِگزیدای[2]–چین	یک مدل پویایی سیستم برای تجزیه و تحلیل اثرات سرمایه‌گذاری زیرساخت‌های حمل و نقل بر توسعه گردشگری روستاهای میراث جهانی ژیدی و هانگکان در استان آنهویی جنوبی، چین پیشنهاد شده است. نشان داده شده است که هر دو تاثیر کوتاه مدت و بلند مدت سرمایه گذاری زیرساخت های حمل و نقل بر توسعه گردشگری را می توان به خوبی توسط مدل پیش بینی کرد. برای دستیابی به حداکثر درآمد گردشگری، هر دو روستا سعی در اتخاذ یک استراتژی تهاجمی برای افزایش مستمر سرمایه‌گذاری زیرساخت‌های حمل و نقل و بهره‌برداری از تمام زمین‌های موجود دارند. با توجه به سناریوهای حاصل از شبیه‌سازی، چندین استراتژی توسعه دیگر و همچنین پیش‌بینی چشم‌انداز دو روستا در ۲۰ سال بعد پیشنهاد شده است.
اِگزینگ و دنجرفیلد[3] (۲۰۱۰)	آینده‌نگاری راهبردی	سناریو، تصویرپردازی و پس‌نگری	بالی[4]–اندونزی	هدف از این تحقیق نشان دادن سهم پویایی سیستم برای تحلیل سیاست‌هایی است که نه تنها می‌توانند توسعه گردشگری پایدار را ارتقا دهند، بلکه به عنوان یک سیگنال هشداردهنده برای صنعت در مورد پیامدهای منفی بالقوه رشد کنترل نشده گردشگری انبوه، به ویژه در جزیره عمل می‌کنند. نتایج تحقیق عبارت‌اند از: یک مدل کلی از یک سیستم گردشگری که توسط اقتصادهای توریستی جزیره‌ای اروپای جنوبی (عمدتاً) و مجموعه‌ای از سناریوهایی که نمونه‌هایی از تحلیل سیاست را نشان می‌دهند. مدل عمومی و فرآیند مدل‌سازی توسعه‌یافته در این تحقیق قابلیت انتقال به سایر موضوعات مرتبط با سیاست‌گذاری برای توسعه پایدار را خواهد داشت.
بوش و کامبیز[5] (۲۰۱۱)	آینده‌نگاری راهبردی	مدل‌سازی، شبیه‌سازی و سناریو	کاتبا[6]–ویتنام	گردشگری یک سیستم پویا و پیچیده است که ذی نفعان مختلفی را در بر می‌گیرد که هر کدام درک متفاوتی از یک سیستم دارند و اهداف مدیریتی متفاوتی دارند. این فرآیند شامل توسعه یک مدل سیستمی است که نشان‌دهنده درک جامعی از پیوستگی و روابط بین مؤلفه‌های مختلف است که بر توسعه پایدار گردشگری در بیوسفر تأثیر می‌گذارد. این مدل برای استفاده به عنوان چارچوبی برای تصمیم‌گیری و توسعه ظرفیت توسط سهامداران دولتی و خصوصی که مسئولیت توسعه، مدیریت و حفظ سیستم را به اشتراک می‌گذارند، در نظر گرفته شده است.
لی[7] و همکاران (۲۰۱۰)	آینده‌نگاری راهبردی	مدل‌سازی و سناریو	ماکیو[8]–چین	در این پژوهش نشان داده شده است که انرژی فسیلی عامل کلیدی تاثیرگذار بر شهر و توسعه ماکو است. علاوه بر این، توسعه شهر توسط دو عامل، یعنی جمعیت و زمین در دسترس محدود می‌شود. زمین‌های موجود برای تجارت و مسکن در حال کمیاب شدن است. در مقابل، قیمت انرژی تأثیر محدودی بر توسعه شهر دارد. در نتیجه، تأثیر محدودی بر زمین‌های انرژی فسیلی نیز دارد.
جورجانتزاس[9] (۲۰۰۳)	آینده‌نگاری راهبردی	روند پژوهی و سناریو	نیکوزیا[10]–قبرس	در پاسخ به هدف انجمن هتل‌های قبرس برای آزمایش اینکه چگونه استراتژی رسمی سال ۲۰۱۰ قبرس ممکن است بر ورود گردشگران، ظرفیت تخت هتل و سودآوری تأثیر بگذارد، این مطالعه به زنجیره ارزش هتل‌های قبرس در زنجیره ارزش مشتری–تامین‌کننده گردشگری جزیره می‌پردازد. بازتولید داده‌های گردشگری تاریخی و ظرفیت بستر در یک افق زمانی ۴۰ ساله سودمندی مدل را نشان می‌دهد. سناریوهای محاسبه‌شده حساسیت زنجیره ارزش هتل قبرس را به پارامترهای سیاست، رشد گردشگری و فصلی بودن گردشگری، همراه با اثرات بالقوه آن‌ها بر زنجیره ارزش هتل و سودآوری ارزیابی می‌کنند.

1. Jiang
2. Xidi
3. Xing & Dangerfield
4. Bali
5. Bosch & Kambiz
6. Catba
7. Lei
8. Macao
9. Georgantzas
10. Nicosia

روش تحقیق

با توجه به تعریف تحقیق‌های کاربردی که مبتنی بر سودمندی عملی است و محقق در پی آن است تا علم به‌کارگیری دانش تولید شده را تبیین نماید، از این رو، پژوهش حاضر نیز از آنجا که می‌تواند در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌های حوزه مطلعات شهری اثرگذار بوده و ملاک عمل و ارجاع قرار بگیرد، از نوع کاربردی است. قاعدتاً باید در نظر داشت که با توجه به ناشناخته‌ها و ابهام‌های آینده‌نگاری و مطالعات شهری و منطقه‌ای، پرداختن به این موضوع‌ها نیازمند کاوش و شناسایی است که نوعاً در پژوهش‌های کیفی بیشتر دنبال می‌شود. از سوی دیگر هدف این پژوهش ارائه گام‌های کاربردی می‌باشد که به‌نوعی هم شامل نظریه‌پردازی و هم ابزارسازی است. پس انجام چنین امری هم نیازمند پژوهش کیفی و هم پژوهش کمّی است. از این‌رو باید رویکرد پژوهش آمیخته را در دستور کار قرار داد.

روش مورد استفادهٔ این تحقیق، سناریونویسی است که از مهم‌ترین روش‌های آینده‌پژوهی و به مثابه بستری برای پیاده‌سازی بسیاری از تکنیک‌های کمّی و کیفی آینده‌نگاری راهبردی می‌باشد. سناریو روشی برای توسعهٔ راهبرد، در زمان مواجهه با تغییرات محیطی است (ولش[1]، ۲۰۱۴). سناریونویسی فرآیندی برای تفکر ساختار یافته است که اطلاعات واقعی و بینش انسانی را برای اکتشاف آینده‌های بدیل در کنار یکدیگر قرار می‌دهد (مایلر و والر[2]، ۲۰۰۳). برای پاسخ به سؤال اصلی پژوهش که شناسایی مهم‌ترین سناریوهای پیش روی صنعت گردشگری شهر قزوین در افق زمانی ۱۴۱۴ است، از شیوهٔ «نمونه‌گیری مبتنی بر معیار[3]» به کمک تکنیک گلوله برفی استفاده شده است. در نمونه‌گیری مبتنی بر معیار، واحدهای نمونه دارای ویژگی‌های خاصی هستند که به شناخت و درک دقیق از موضوعات و مسایل اصلی کمک می‌کنند (ریتچ و لویس[4]، ۲۰۰۳: ۱۲۸). در اینجا معیار تعیین جامعه آماری، آشنایی با بخش‌های مختلف صنعت گردشگری شهری و عوامل دخیل و مؤثر در آنها می‌باشد. در اجرای تکنیک گلوله برفی، پس از نفر سی‌ام مشخص شد که نتایج تکرار می‌شوند و هیچ عامل جدیدی به عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری پیش‌تر شناسایی شده افزوده نمی‌شود ولی جهت اطمینان بیشتر پنج نفر دیگر نیز مورد پرسش قرار گرفتند. جدول (۲) پراکندگی نمونه آماری ۳۵ نفری پژوهش را نشان می‌دهد.

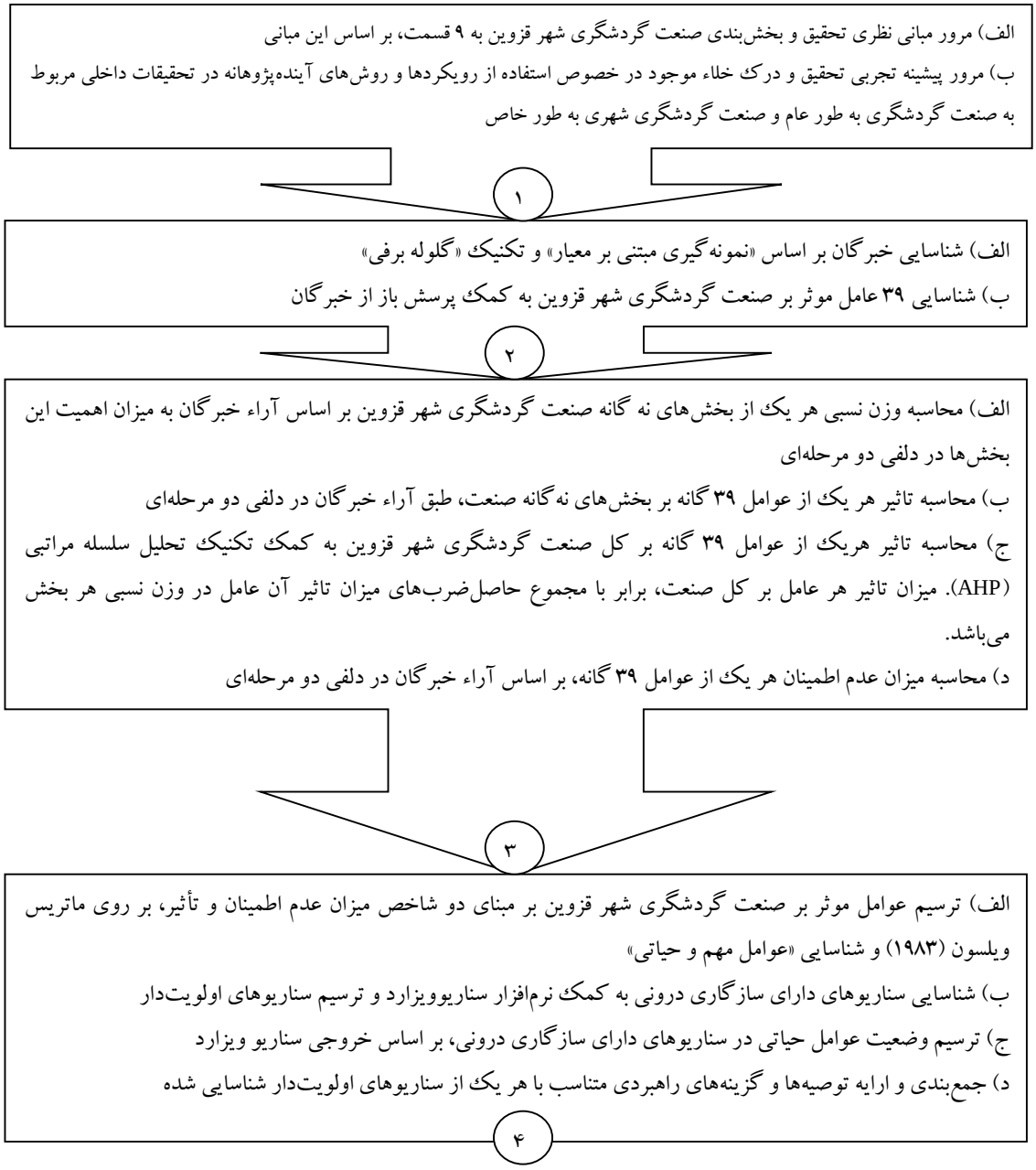
جدول ۲. توصیف نمونهٔ آماری پژوهش

حوزه فعالیت	تعداد	تعداد به کل	تحصیلات	تعداد	تعداد به کل	تجربه	تعداد	تعداد به کل
شورای شهر و مدیران شهری	۹	٪۲۶	کاردانی	۲	٪۶	۵ سال و کمتر	۵	٪۱۴
صنف هتل‌داران و اماکن اقامتی و پذیرایی	۵	٪۱۴	کارشناسی	۸	٪۲۳	بین ۵ تا۱۰ سال	۷	٪۲۰
مدیران حوزهٔ حمل ونقل و آژانس‌های گردشگری	۵	٪۱۴	کارشناسی ارشد	۱۴	٪۴۰	بین ۱۰ تا ۲۰ سال	۸	٪۲۳
سازمان گردشگری و اماکن گردشگرپذیر	۱۰	٪۲۹	دکتری	۱۱	۳۱	۲۰ سال و بیشتر	۱۵	٪۴۳
اساتید دانشگاه	۶	٪۱۷						

به منظور شناسایی و اولویت‌بندی اصلی‌ترین عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری شهر قزوین، محاسبه وزن نسبی هر یک از بخش‌های صنعت گردشگری شهر قزوین و محاسبه میزان عدم اطمینان هر یک از عوامل اثرگذار بر صنعت از دلفی دو مرحله‌ای استفاده شده است. شکل (۱)، چهار مرحلهٔ اصلی انجام تحقیق را به تفصیل نشان می‌دهد. پس از هر مرحله دلفی، نتایج به کمک آمار توصیفی[5] بر اساس سنجه‌های میانگین[6]، انحراف معیار[1] و دامنه بین چارکی[2] مورد تجزیه و تحلیل قرار

[1]. Walsh
[2]. Miller & Waller
[3]. Criterion sampling
[4]. Ritchie & Lewis
[5]. Descriptive Statistics
[6]. Mean

گرفتند. دامنه بین چارکی از سنجه‌های پراکندگی است که برابر با فاصله بین چارک اول و سوم می‌باشد. معیار اجماع آراء خبرگان در مورد هر شاخص، کوچکتر مساوی بودن IQR از ۳۰ درصد است (سکاران[3]، ۲۰۰۳: ۸۳). از آنجا که در این پژوهش، دامنه پراکنش داده‌های مربوط به شاخص‌های «وزن نسبی»، «میزان تأثیر» و «میزان عدم اطمینان» به ترتیب [۰ ۱۰۰]، [۰ ۵] و [۱ ۵] می‌باشد، معیار مقبول برای این شاخص‌ها نیز ترتیب IQR≤۰/۳ ، IQR≤۱/۵ و IQR≤۱/۲ خواهد بود. به منظور همگرایی آراء خبرگان، در مرحلهٔ اول دلفی از مشارکت‌کنندگان خواسته شد در خصوص رای خود در مورد میزان اهمیت هر یک از بخش‌های نُه‌گانه صنعت گردشگری شهری و نیز میزان تأثیر و عدم اطمینان هر عامل، حتی‌الامکان توجیه مختصری را ذکر نمایند. قبل از مرحله دوم دلفی، آراء و توجیهات هر یک از مشارکت‌کنندگان توسط دیگر خبرگان رویت شد.



شکل ۱. مراحل فرایند انجام تحقیق

[1]. SD: Standard Deviation
[2]. IQR: Inter-Quartile Range
[3]. Sekaran

در خصوص گام الف از مرحله چهارم تحقیق، قابل توضیح است که از میان عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری قزوین، مواردی به‌عنوان عوامل مهم و حیاتی[1] شناخته می‌شوند که در قسمت بالا و سمت راست ماتریس ویلسون[2] (۱۹۸۳) قرار گیرند و به‌عبارتی دارای بیشترین میزان عدم اطمینان و تأثیر باشند. در خصوص گام ب از مرحله چهارم تحقیق، باید گفت چون که غالباً سناریوهای ممکن[3] بر مبنای تغییرات عوامل حیاتی زیاد هستند، مطابق نظر پیلکان[4] (۲۰۰۸: ۲۰۳) تنها سناریوهایی ملحوظ می‌گردند که ترکیب تغییرات عوامل حیاتی در آنها متناقض نباشد و بتوانند با هم جور شوند. بدین منظور از نرم‌افزار سناریو ویزارد[5] برای شناسایی سناریوهایی که دارای سازگاری[6] درونی هستند استفاده شده است. عملکرد نرم افزار سناریوویزارد مبتنی بر تکنیک تحلیل اثر متقابل[7] است. لذا از خبرگانی که در دلفی مشارکت نمودند خواسته شد که به میزان تأثیر عوامل حیاتی بر یکدیگر، در حالات مختلفی که برای آنها در افق ۱۴۱۴ متصوّر است، روی یک طیف هفت تایی نمره دهند[8] تا نرم‌افزار بر اساس این داده‌ها سناریوهای دارای سازگاری درونی و سناریوهای اولویت‌دار را استخراج کند.

یافته‌های تحقیق

ابتدا به صورت پرسش باز از ۳۵ نفر نمونه آماری تحقیق خواسته شد که عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری شهر قزوین را در حوزه‌های مختلف ذکر نمایند. بر این اساس ۳۹ عامل شناسایی شدند (جدول ۳).

جدول ۳. عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری شهر قزوین

نوع عوامل	عوامل شناسایی شده
سیاسی و دولتی	۱-امنیت شهر ۲-سیاست‌های زیست محیطی ۳-سیاست خارجی کشور ۴-مدیریت تخصصی در صنعت گردشگری شهر قزوین ۵-تعدد نهادهای سیاستگذار و مجری در حوزه گردشگری ۶-سیاست تمرکززدایی دولت ۷-برنامه ششم و هفتم توسعه
اقتصادی و مالی	۸-خصوصی‌سازی و سیاست‌های بازار محور ۹-سهم گردشگری در درآمد شهری ۱۰-بازاریابی بین‌المللی ۱۱-استانداردسازی خدمات ۱۲-نرخ ارز ۱۳-رونق بازار سنّتی قزوین ۱۴-جذابیت‌های مالی و میزان تعرفه‌ها ۱۵-توسعهٔ شهرک صنعتی قزوین ۱۶-بازاریابی داخلی
اجتماعی و فرهنگی	۱۷-ارادهٔ اجتماعی شهروندان برای توسعه ۱۸-سرمایه‌های اجتماعی و منابع انسانی ۱۹-فرهنگ گردشگرپذیری ۲۰-شبکه‌سازی درون و برون صنعت ۲۱-کیفیت دانشگاه‌ها و نظام آموزشی ۲۲-صنایع دستی و خوشنویسی ۲۳-تعامل با دانشگاه‌ها و نخبگان ۲۴-حمایت شبکه استانی صدا و سیما ۲۵-جشنواره، سمینار و مراسمات سنّتی ۲۶-رویکرد توسعه پایدار ۲۷-معضل حاشیه‌نشینی
فناورانه	۲۸-فناوری در حوزه حمل و نقل شهری ۲۹-فناوری در حوزه حمل و نقل برون شهری ۳۰-فناوری ارتباطات و اطلاعات ۳۱-میزان تحقیق و توسعه در حوزه گردشگری ۳۲-فناوری جمع‌آوری و بازیافت زباله
کالبدی و زیربنایی	۳۳-در دسترس بودن محل اقامت و تفریح ۳۴-توسعه کمپ‌های ورزشی ۳۵-توسعه مراکز درمانی و بهداشتی ۳۶-توسعه اماکن تفریحی و سرگرمی ۳۷-ترمیم و بازسازی بناهای تاریخی ۳۸-نوسازی شهری ۳۹-سرانه فضای سبز شهری

سپس دو مرحله دلفی برگزار شد. در این مراحل، پرسشنامه‌ها برای کسانی ارسال شد که در مرحلهٔ قبلی مشارکت نمودند. بر اساس بخش‌بندی صنعت گردشگری شهر قزوین طبق مبانی نظری پژوهش، خبرگان به میزان اهمیت هریک از بخش‌های نُه گانه صنعت در افق ۱۴۱۴ طبق طیف پنج امتیازی لیکرت نمره دادند و وزن نسبی هریک از بخش‌ها به روش میانگین حسابی محاسبه شد. تأثیر عوامل ۳۹ گانه بر هر یک از بخش‌های مختلف صنعت نیز طبق طیف مذکور مورد امتیازدهی قرار

---

1. Critical
2. Wilson
3. Possible
4. Pillkahn
5. نسخه ۲۰۱۶ نرم افزار سناریو ویزارد (Scenario Wizard) که توسط دانشگاه اشتوتگارت آلمان طراحی شده است مورد استفاده قرار گرفته است.
6. Consistency
7. Cross Impact Analysis
8. اثر شدیداً محدود کننده=۳- اثر محدود کننده متوسط=۲- اثر محدود کننده ضعیف=۱- نبود اثرگذاری=۰ اثر تقویت کننده ضعیف=۱ اثر تقویت کننده متوسط=۲ اثر تقویت کننده شدید=۳

گرفت. سپس با تکنیک AHP میزان تأثیر کل هر عامل بر صنعت محاسبه شد. برای محاسبهٔ میزان عدم اطمینان هر عامل نیز از طیف پنج امتیازی لیکرت استفاده شد. جداول (۴) و (۵) اطلاعات آماری مربوط به دو مرحله دلفی را نشان می‌دهند.

جدول ۴. وزن نسبی بخش‌های صنعت گردشگری شهر قزوین در افق ۱۴۱۴

بخش			آثار تاریخی	موزه‌ها و گالری‌ها	سینماها و سالن‌های تئاتر و کنسرت	کلوپ‌ها و مراکز بازی و سرگرمی	هتل، مهمانسرا و کافی‌شاپ	فروشگاه‌ها و مراکز خرید	اماکن اداری و کاری	ورزشگاه‌ها و اماکن ورزشی	دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی
وزن نسبی	مرحله اول	IQR	۰/۱۱	۰/۲۸	۰/۳۴	۰/۱۷	۰/۲۷	۰/۲۳	۰/۱۹	۰/۲۶	۰/۲۶
		Mean	۰/۱۳	۰/۰۷	۰/۰۴	۰/۰۵	۰/۰۸	۰/۱۶	۰/۱۹	۰/۰۵	۰/۲۳
		SD	۰/۰۹	۰/۱۶	۰/۱۳	۰/۲۸	۰/۱۱	۰/۲۱	۰/۱۷	۰/۱۷	۰/۱۴
	مرحله دوم	IQR	۰/۱۲	۰/۲۸	۰/۲۹	۰/۱۶	۰/۲۵	۰/۲۳	۰/۱۹	۰/۲۳	۰/۱۸
		Mean	۰/۱۳	۰/۰۶	۰/۰۴	۰/۰۵	۰/۰۸	۰/۱۵	۰/۲۰	۰/۰۶	۰/۲۳
		SD	۰/۰۸	۰/۱۶	۰/۱۰	۰/۲۱	۰/۱۲	۰/۲۰	۰/۱۴	۰/۱۷	۰/۱۰

جدول ۵. میزان تأثیر و عدم اطمینان عوامل شناسایی شده

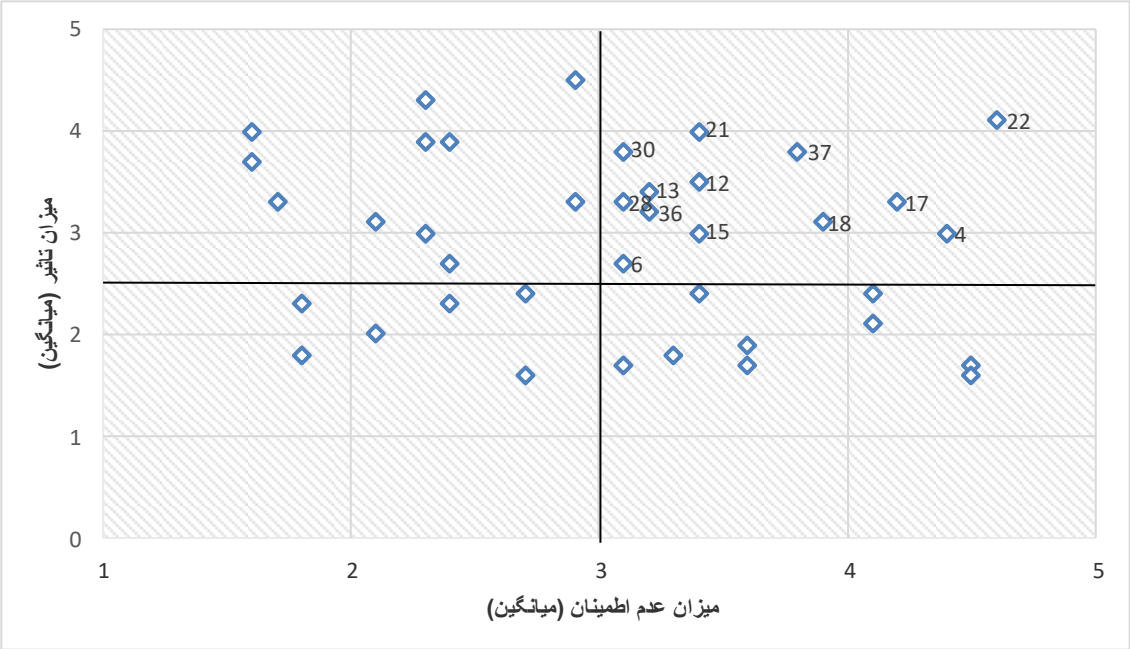
عامل	میزان عدم اطمینان						میزان تأثیر بر صنعت					
	مرحله اول			مرحله دوم			مرحله اول			مرحله دوم		
	IQR	Mean	SD	IQR	Mean	SD	IQR	Mean	SD	IQR	Mean	SD
۱	۱/۲	۲	۱	۱/۱	۲/۱	۰/۹	۲	۲/۶	۱	۱/۵	۳/۱	۰/۹
۲	۰/۴	۳/۳	۰/۵	۰/۵	۳/۳	۰/۴	۲	۲/۲	۱/۱	۱/۳	۱/۸	۱/۱
۳	۰/۸	۲/۳	۰/۳	۰/۸	۲/۴	۰/۴	۱/۳	۳/۶	۱/۲	۱/۳	۳/۹	۱/۱
۴	۱/۳	۴/۱	۰/۸	۱	۴/۴	۰/۸	۱/۶	۳/۵	۰/۹	۱/۵	۳	۰/۸
۵	۱/۳	۱/۸	۰/۸	۱/۱	۱/۸	۰/۶	۱/۵	۲/۶	۰/۹	۱/۵	۱/۸	۰/۹
۶	۱/۱	۳/۸	۰/۹	۰/۸	۳/۱	۰/۷	۱/۷	۳/۱	۱	۱/۴	۲/۷	۰/۸
۷	۱	۳/۷	۰/۹	۰/۹	۴/۱	۰/۸	۱/۵	۳/۳	۱	۱/۴	۲/۴	۰/۹
۸	۱/۵	۲/۴	۰/۷	۱/۲	۲/۱	۰/۷	۱/۵	۲/۳	۱/۳	۱	۲	۱/۲
۹	۰/۷	۲/۹	۱	۰/۵	۲/۹	۰/۹	۱/۵	۴/۲	۱/۱	۱/۵	۴/۵	۱
۱۰	۰/۹	۲/۶	۰/۷	۰/۹	۳/۱	۰/۷	۲	۲/۱	۱/۱	۱/۵	۱/۷	۰/۸
۱۱	۰/۶	۲/۵	۰/۹	۰/۴	۲/۳	۰/۸	۲	۳/۷	۱/۱	۱/۵	¾	۱
۱۲	۰/۶	۳/۶	۰/۷	۰/۵	۳/۴	۰/۷	۱/۵	۳/۶	۱	۱/۲	۳/۵	۱
۱۳	۰/۵	۳/۵	۰/۹	۰/۵	۳/۲	۰/۸	۱	۳/۳	۰/۶	۰/۹	۳/۴	۰/۸
۱۴	۱/۳	۱/۷	۱	۱	۱/۶	۱	۱/۷	۴/۱	۱/۳	۱/۲	۴	۱/۲
۱۵	۱/۲	۳/۸	۱	۱	۳/۴	۱	۱/۲	۳/۲	۱/۲	۱/۲	۳	۱/۲
۱۶	۰/۴	۲/۳	۰/۸	۰/۵	۱/۸	۰/۷	۱/۵	۲/۲	۰/۹	۱/۵	۲/۳	۰/۷
۱۷	۱/۵	۴/۳	۱	۱/۲	۴/۲	۱	۱/۱	۳/۴	۱/۲	۱	۳/۳	۱/۱
۱۸	۱/۸	۳/۱	۰/۷	۱/۳	۴	۰/۷	۱/۴	۳/۳	۰/۹	۱/۱	۳/۱	۰/۸
۱۹	۱/۱	۴/۵	۰/۹	۰/۹	۴/۵	۰/۹	۱/۴	۱/۷	۱/۱	۱/۴	۱/۷	۱/۱
۲۰	۱/۷	۲/۱	۰/۹	۱/۴	۲/۵	۰/۸	۱/۴	۳/۴	۱	۱/۴	۳/۹	۰/۹
۲۱	۱	۳/۱	۰/۶	۰/۹	۳/۴	۰/۷	۲	۴	۰/۹	۱	۴	۰/۷
۲۲	۱/۳	۴/۸	۰/۸	۱/۱	۴/۶	۰/۷	۱/۵	۴/۴	۱	۱/۳	¼	۰/۹
۲۳	۰/۷	۲/۷	۰/۳	۰/۵	۲/۳	۰/۳	۰/۷	۳/۵	۰/۵	۰/۷	۳	۰/۴
۲۴	۱/۵	۳/۷	۰/۹	۱/۲	۳/۴	۰/۹	۱/۴	۲/۲	۱	۱/۳	۲/۴	۱
۲۵	۱/۴	۲/۸	۰/۴	۱	۲/۹	۰/۵	۱/۳	۳/۷	۱/۱	۱/۳	۳/۳	۱/۱
۲۶	۰/۸	۳	۰/۶	۰/۷	۲/۷	۰/۵	۱/۳	۲/۲	۰/۸	۱/۱	۱/۶	۰/۹
۲۷	۰/۶	۳/۶	۰/۷	۰/۴	۳/۶	۰/۷	۱/۵	۱/۸	۰/۸	۰/۸	۱/۷	/۷

عامل	میزان عدم اطمینان						میزان تأثیر بر صنعت					
	مرحله اول			مرحله دوم			مرحله اول			مرحله دوم		
	IQR	Mean	SD	IQR	Mean	SD	IQR	Mean	SD	IQR	Mean	SD
۲۸	۱/۲	۳/۵	۰/۸	۱/۱	۳/۱	۰/۵	۱	۳/۶	۰/۹	۱	۳/۳	۰/۹
۲۹	۱	۳	۰/۸	۰/۹	۲/۴	۰/۷	۱/۸	۳/۴	۱/۱	۱/۴	۲/۷	۱
۳۰	۰/۹	۲/۷	۰/۹	۰/۷	۳/۱	۰/۸	۱/۲	۳/۵	۰/۹	۱	۳/۸	۰/۸
۳۱	۰/۸	۳/۹	۰/۳	۰/۸	۳/۶	۰/۴	۰/۵	۲	۰/۵	۰/۵	۱/۹	۰/۵
۳۲	۱	۲/۲	۰/۵	۱	۲/۷	۰/۵	۱/۷	۲/۳	۰/۹	۱/۲	۲/۴	۰/۸
۳۳	۱/۵	۱/۷	۱	۱/۱	۱/۶	۱	۰/۵	۳/۴	۰/۵	۰/۵	۳/۷	۰/۴
۳۴	۰/۵	۴/۵	۰/۶	۰/۵	۴/۵	۰/۶	۱	۱/۷	۰/۹	۱	۱/۶	۰/۸
۳۵	۰/۹	۲/۴	۰/۸	۰/۸	۲/۴	۰/۸	۱/۷	۲/۴	۱	۱/۴	۲/۳	۱
۳۶	۱/۴	۳/۴	۰/۸	۰/۹	۳/۲	۰/۸	۱	۳/۵	۱	۱	۳/۲	۰/۹
۳۷	۱/۲	۳/۷	۱	۱	۳/۸	۰/۸	۱/۵	۳/۹	۰/۹	۱/۵	۳/۸	۰/۸
۳۸	۱/۳	۱/۶	۰/۶	۰/۹	۱/۷	۰/۷	۱/۵	۳/۲	۱	۱/۲	۳/۳	۰/۹
۳۹	۱	۴/۱	۰/۴	۱	۴/۱	۰/۴	۰/۹	۲/۸	۰/۴	۰/۹	۲/۱	۰/۴

آنالیز داده‌های گردآوری شده مطابق جداول (۴) و (۵) نشان می‌دهد انحراف معیار مربوط به بیشتر عوامل، پس از دلفی دوم کاهش یافته است که مبیّن فزونی یافتن همگرایی خبرگان می‌باشد. عامل شماره ۲۸ بیشترین کاهش انحراف معیار را در شاخصِ «میزان عدم اطمینان» داشته است. بیشترین کاهش انحراف معیار در شاخصِ «وزن نسبی» مربوط به بخشِ کلوپ-ها و مراکز بازی و سرگرمی و در شاخصِ «میزان تأثیر» مربوط به عامل دهم بوده است.

بر اساس جداول (۴) و (۵) به‌جزء عامل ۱۸ و ۲۰ که در شاخص میزان عدم اطمینان دارای دامنه بین چارکی بیشتر از حد مقبول هستند، در تمام موارد دیگر مقدار IQR مویّد اجماع خبرگان می‌باشد. در خصوص استثنائات مذکور، با حذف داده‌های پرت که فاصله‌ای بیش از دو برابر انحراف معیار با میانگین داشته‌اند، مقدار دامنه بین چارکی به حدّ مقبول رسانیده شده است. پس از این اصلاحات، میانگین میزان عدم اطمینان عوامل ۱۸ و ۲۰ به ۳/۹ و ۲/۳ تغییر یافت. همانطور که جداول اخیر نشان می‌دهند دامنه بین چارکی تعداد بیشتری از عوامل و بخش‌ها در فاز اول دلفی بیش از معیار مشخص شده بود که پس از مرحله دوم دلفی به دو مورد فوق الذکر تقلیل یافت.

مطابق شکل (۲)، عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری شهر قزوین بر روی ماتریس ویلسون (۱۹۸۳) ترسیم شدند و ۱۳ عامل مهم و حیاتی که دارای بیشترین میزان عدم اطمینان و تأثیر هستند شناسایی شدند. این عوامل شامل کدهای ۴ (مدیریت تخصصی در صنعت گردشگری شهر قزوین)، ۶ (سیاست تمرکززدایی دولت)، ۱۲ (نرخ ارز)، ۱۳ (رونق بازار سنّتی قزوین)، ۱۵ (توسعه شهرک صنعتی قزوین)، ۱۷ (اراده اجتماعی شهروندان برای توسعه)، ۱۸ (سرمایه‌های اجتماعی و منابع انسانی)، ۲۱ (کیفیت دانشگاه‌ها و نظام آموزشی)، ۲۲ (صنایع دستی و خوشنویسی)، ۲۸ (فناوری در حوزه حمل و نقل شهری)، ۳۰ (فناوری ارتباطات و اطلاعات)، ۳۶ (توسعه اماکن تفریحی و سرگرمی) و۳۷ (ترمیم و بازسازی بناهای تاریخی) در جدول (۳) هستند.



شکل ۲. پراکنش عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری شهر قزوین

همانطور که مشهود است عوامل مهم و حیاتی در مسئله مورد نظرِ این پژوهش، به دو یا سه عدد محدود نمی‌شوند که بخواهیم بر این اساس به چند سناریو محدود برسیم. اگر برای هر یک از ۱۳ عامل کلیدی در افق ۱۴۱۴ سه وضعیت خوشبینانه، بینابین و بدبینانه در نظر بگیریم، تعداد ۳ به توان ۱۳ حالت امکان‌پذیر خواهد بود که جمعا ۱۵۹۴۳۲۳ حالت را خواهیم داشت. با توجه به اینکه سناریوها در فضای باورپذیر طراحی می‌شوند نه ممکن، لذا از نرم‌افزار سناریوویزارد برای شناسایی حالتهایی که باورپذیرند و می‌توان آنها را به عنوان سناریو در نظر گرفت استفاده شده است. مبنای باورپذیری در اینجا نمره سازگاری بزرگتر یا مساوی صفر (۰≤) برای هر حالت است. در حالاتی که نمره سازگاری منفی است، حداقل دو مورد از عوامل دارای وضعیتی ناسازگار با یکدیگرند و آن حالت از سازگاری درونی و باورپذیری برخوردار نیست و لذا نمی‌تواند به عنوان یک سناریو مطرح شود (شیروانی ناغانی و بیات، ۱۳۹۷).

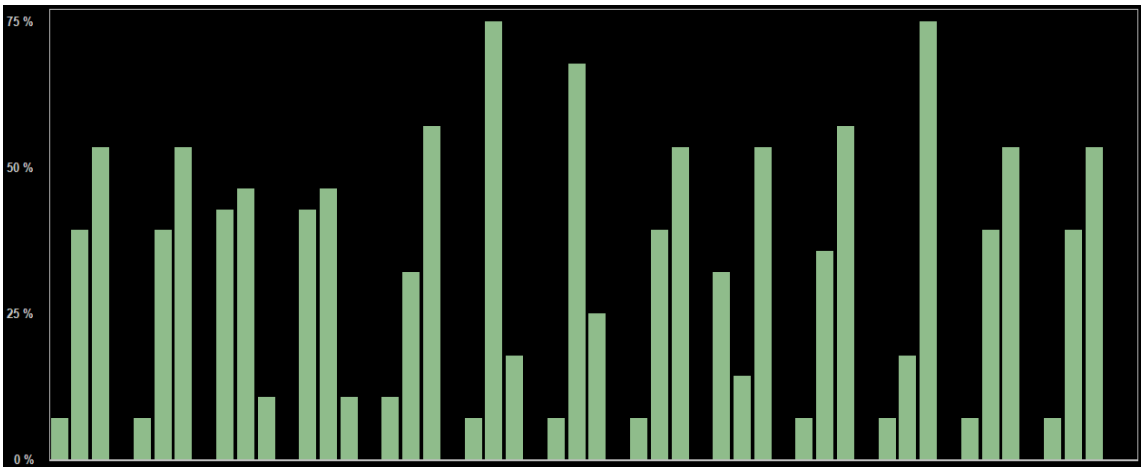
نرم‌افزار بر اساس تحلیل اثر متقابل، ۲۸ سناریو باورکردنی[1] را که دارای سازگاری درونی می‌باشند احصاء نمود. واضح است که لحاظ نمودن این تعداد سناریو در برنامه‌ریزی و راهبردپردازی برای صنعت مورد مطالعه، موجب گستردگی نامعقول در تخصیص بودجه و توزیع بیش از حدّ انرژی و هزینه و اتلاف آنها خواهد بود. لذا در اولویت‌بندی سناریوها علاوه بر مؤلفه سازگاری درونی، میزان تأثیر هر سناریو نیز از بروندادهای نرم‌افزار استخراج می‌گردد. جدول (۶) پنج سناریو اولویت‌دار را که علاوه بر سازگاری درونی، دارای بیشترین "نمره تأثیر کل[2]" هستند نمایش می‌دهد. نمره تأثیر کل برای سناریوهای اول تا پنجم به ترتیب ۶۷، ۶۱، ۳۶، ۳۴ و ۳۳ می‌باشد. بر اساس این جدول می‌توان گفت که سناریوهای یک و دو دارای مطلوبیت بوده و غالب عوامل کلیدی در آنها حالتی خوشبینانه خواهند داشت، ولی سناریوهای سه و چهار و پنج نامطلوب بوده و اکثر عوامل کلیدی دارای وضعی بدبینانه در این سناریوها خواهند بود.

جدول ۶. سناریوهای اولویت‌دار، بر اساس خروجی سناریو ویزارد

[1]. Plausible
[2]. Total impact score

Scenario No. 1	Scenario No. 2	Scenario No. 3	Scenario No. 4	Scenario No. 5
مدیریت تخصصی در صنعت گردشگری شهر قزوین: خوشبینانه		مدیریت تخصصی در صنعت گردشگری شهر قزوین: بدبینانه		
سیاست تمرکز زدایی دولت: خوشبینانه		سیاست تمرکز زدایی دولت: بدبینانه		
نرخ ارز: خوشبینانه			نرخ ارز: بینابین	نرخ ارز: بدبینانه
رونق بازار سنّتی قزوین: خوشبینانه			رونق بازار سنّتی قزوین: بینابین	رونق بازار سنّتی قزوین: بدبینانه
توسعه شهرک صنعتی قزوین: خوشبینانه		توسعه شهرک صنعتی قزوین: بدبینانه		
اراده اجتماعی شهروندان برای توسعه: خوشبینانه		اراده اجتماعی شهروندان برای توسعه: بدبینانه		
سرمایه های اجتماعی و منابع انسانی: خوشبینانه		سرمایه های اجتماعی و منابع انسانی: بدبینانه		
کیفیت دانشگاه ها و نظام آموزشی: خوشبینانه		کیفیت دانشگاه ها و نظام آموزشی: بدبینانه		
صنایع دستی و خوشنویسی: خوشبینانه		صنایع دستی و خوشنویسی: بدبینانه		
فناوری در حوزه حمل و نقل شهری: خوشبینانه		فناوری در حوزه حمل و نقل شهری: بدبینانه		
فناوری ارتباطات و اطلاعات: خوشبینانه		فناوری ارتباطات و اطلاعات: بدبینانه		
توسعه اماکن تفریحی و سرگرمی: خوشبینانه		توسعه اماکن تفریحی و سرگرمی: بدبینانه		
ترمیم و بازسازی بناهای تاریخی: خوشبینانه		ترمیم و بازسازی بناهای تاریخی: بدبینانه		

شکل (۳) درصد وضعیت‌های سه گانهٔ خوشبینانه، بینابین و بدبینانه را برای ۱۳ عامل حیاتی در ۲۸ سناریو دارای سازگاری نشان می‌دهد. بر اساس این شکل، عوامل «مدیریت تخصصی در صنعت گردشگری شهر قزوین»، «سیاست تمرکززدایی دولت»، «توسعه شهرک صنعتی قزوین»، «کیفیت دانشگاه‌ها و نظام آموزشی»، «صنایع دستی و خوشنویسی»، «فناوری در حوزه حمل و نقل شهری»، «فناوری ارتباطات و اطلاعات»، «توسعه اماکن تفریحی و سرگرمی» و «ترمیم و بازسازی بناهای تاریخی» در بیش از ۵۰ درصد سناریوها وضعی بدبینانه خواهند داشت. در حالی‌که عوامل «نرخ ارز» و «رونق بازار سنّتی قزوین» در ۸۰ درصد سناریوها دارای وضعی خوشبینانه یا بینابین خواهند بود.



شکل ۳. وضعیت عوامل کلیدی در سناریوهای دارای سازگاری درونی، بر اساس خروجی سناریو ویزارد

برون‌داد و یافته اصلی این پژوهش در واقع پنج سناریوی اولویت‌دار مطرح شده در جدول (۶) می‌باشد. مبتنی بر عوامل کلیدی و پیشران‌های اثرگذار و اثرپذیر بر هر کدام از پیشران‌ها که عدم قطعیت‌های ما را شکل می‌دهند، در ادامه به ذکر پیشنهادات و توصیه‌های متناسب برای مواجهه با هر یک از این سناریوها می‌پردازیم.

با توجه به عوامل کلیدی و پیشران‌های احصاء شده برای این پژوهش با تخصیص نام «*بهشت گمشده گردشی*» برای رویارویی با آن به‌عنوان سناریو شماره یک، از آنجا که این سناریو خوشبینانه و بسیار مطلوب تلقی می‌گردد، بطور کلی باید گزینه‌های راهبردی «تهاجمی[1]» اتخاذ گردند. از آنجا که در این سناریو، گردشگری شهر قزوین در تمام ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناورانه و کالبدی با فرصت‌های متکثر مواجه است، نهادهای متولی می‌بایست به بهره‌برداری از این فرصت‌ها در راستای پیشتاز شدن و «رهبری صنعت[2]» گردشگری شهری در ایران بپردازند. راهبرد اصلی در این خصوص می‌تواند ایجاد یک «نشان تجاری[3]» متمایز و پیشتاز در امر گردشگری شهری در ایران باشد. نشانی که بر پایه بناهای تاریخی، اماکن تفریحی و سرگرمی، صنایع دستی و خوشنویسی، دانشگاه‌های با کیفیت و شهرک صنعتی و بازار سنتی پررونق قزوین ساخته می‌شود و به کمک بسترهای مناسب پیش روی شهر قزوین در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات، حمل و نقل شهری، مدیریت تخصصی، تمرکززدایی دولت، نرخ ارز مناسب و پتانسیل‌های کم نظیر اجتماعی و انسانی توسعه می‌یابد.

ماهیت عوامل کلیدی و پیشران‌های این سناریو همخوانی بالایی با نام «*قزوین گردشگرپذیر*» دارد که در رویارویی با این سناریو از آنجا که سناریو خوشبینانه است، مشابه سناریو شماره یک، گزینه‌های راهبردی تهاجمی اتخاذ می‌شود چرا که در اینجا نیز گردشگری شهر قزوین با فرصت‌های گوناگون محیطی مواجه است. تنها بُعد تهدیدکننده در این سناریو، وضعیت بدبینانه شهرک صنعتی قزوین در افق ۱۴۱۴ است. در این خصوص لازم است اولاً با رویکرد فرافعالانه مبتنی بر کنش‌گری همراه با تعامل نهادهای متولی گردشگری و شرکت شهرک‌های صنعتی در راستای مرتفع ساختن این تهدید بطور پیش-دستانه اقدام گردد. ثانیا مبتنی بر اصل «درون زا بودن» راهبردها در آینده‌نگاری راهبردی، گزینه‌های راهبردی مربوط به گردشگران شغلی و اقتصادی، مبتنی بر سایر فرصت‌ها ساخته شوند که مطابق این سناریو آسیب‌پذیری کمتری برای آنها متصوّر است.

در سناریو شماره سه بر اساس عوامل کلیدی و پیشران‌های آن با تخصیص نام «*شهر خاکستری*» با توجه به ماهیت بینابینی آن، گردشگری قزوین در ابعاد سیاسی، اجتماعی، فناورانه و کالبدی با عوامل تهدیدکننده مختلف مواجه است که می‌بایست جهت حفظ وضعیت موجود، راهبردهای «تدافعی[4]» در راستای کاهش آسیب‌پذیری بخش گردشگری اتخاذ گردند. نرخ ارز مناسب و رونق بازار سنّتی قزوین در این سناریو می‌تواند راهبردها را بر جذب گردشگران خارجی و متقاضیان خرید محلی متمرکز نماید. لذا در کنار راهبردهای سلبی در راستای مقابله با تهدیدات، «راهبرد تمرکز[5]» بر مشتریان هدف برای این سناریو پیشنهاد می‌گردد.

گردشگری قزوین در سناریوهای شماره چهار و پنج با عنوان «*شهر تاریک*» با توجه به ماهیت بدبینانه بودن سناریوهایش، با هیچ فرصت محیطی در افق ۱۴۱۴ مواجه نیست. لذا صرفاً باید با اتخاذ گزینه‌های راهبردی تدافعی به فکر حفظ وضعیت موجود باشد. اتخاذ راهبردهای سلبی پیش‌دستانه می‌تواند به کاهش آسیب‌های محیطی کمک نموده و از فروپاشی این صنعت جلوگیری نماید. در دو سناریوی اخیر، صنعت گردشگری شهر قزوین با تهدیدات عدیده محیطی در ابعاد مختلف روبرو خواهد شد. به دلیل ازدیاد عوامل دارای وضعیت نامطلوب در این سناریوها، امکان هزینه‌کرد مالی و زمانی برای اتخاذ رویکرد کنش‌گرایانه و اعمال تغییر مطلوب و دلخواه در این عوامل، مقدور و به صرفه به نظر نمی‌رسد. لذا بهتر است راهبردپردازان در حوزه گردشگری شهر قزوین، به فکر تدوین گزینه‌های راهبردی برای حفظ و بهره‌برداری از نقاط قوّت داخلی موجود، در شرایط نامطلوب محیط آینده باشند و به جای اثرگذاری بر محیط، آمادگی کافی برای رویارویی با شرایط بدبینانه محیطی در این سناریوها را داشته باشند.

---

1. Aggressive
2. Industry Leadership
3. Brand
4. Defensive
5. Focus Strategy

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

در این قسمت با توجه به مطالب مطرح شده در بخش‌های قبلی پژوهش حاضر، نتایج و پیشنهادات تحقیق ارایه می‌گردد. مطابق یافته‌های مندرج در جدول (۳)، ۳۹ عامل به‌عنوان عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری شهر قزوین شناسایی شد. نکته جالب توجه این است که در دسته‌بندی عوامل شناسایی شده، بیشترین سهم متعلق به بخش «اجتماعی و فرهنگی» است. یعنی آینده صنعت گردشگری شهر قزوین، شدیداً تحت تأثیر متغیرهای اجتماعی و فرهنگی قرار دارد. دلیل این امر را می‌توان در ماهیت شهر قزوین یافت که مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی نقش برجسته‌ای در ساختار این شهر دارند و همانگونه که در مقدمه پژوهش مطرح گشت؛ وجود بیش از هزار اثر تاریخی ثبت شده، فرهنگ و سنت‌های بومی متکثر، صنایع دستی گوناگون، صنایع غذایی جذاب، ادبیات و موسیقی اصیل، قومیت‌ها و گویش‌های متنوع قزوین را در زمره بهترین شهرهای ایران از لحاظ غنای مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی قرار می‌دهد. اگر چه نمی‌توان تطابق کاملی میان یافته‌های پژوهش در این قسمت و یافته‌های دیگر پژوهش‌ها یافت ولی عوامل شناسایی شدهٔ مؤثر بر صنعت گردشگری شهر قزوین در ابعاد مختلف فناورانه، کالبدی و زیربنایی، اقتصادی و مالی، سیاسی و دولتی و اجتماعی و فرهنگی، همپوشانی و قرابت زیادی با عوامل شناسایی شده در تحقیقات مرتبط در این خصوص دارند.

در خصوص پراکنش عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری شهر قزوین که بر اساس یافته‌های تحقیق در شکل (۲) نمایش داده شده است باید گفت: اولاً ۱۳ عامل مهم و حیاتی شناسایی شده، در تمام ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناورانه و کالبدی توزیع یافته‌اند و محدود به یک یا چند دسته از عوامل نمی‌باشند. ثانیاً علاوه بر این ۱۳ عامل، ۱۱ عامل دیگر نیز در قسمت بالا و سمت چپ ماتریس وجود دارند که اگر چه میزان عدم اطمینان در آنها کم است و در تدوین سناریوها به کار گرفته نمی‌شوند ولی به دلیل اثرگذاری بالایی که بر صنعت گردشگری شهر قزوین دارند نباید در سیاست‌گذاری و راهبردپردازی نادیده گرفته شوند. این ۱۱ عامل شامل امنیت شهر، سیاست خارجی کشور، سهم گردشگری در درآمد شهری، استانداردسازی خدمات، جذابیت‌های مالی و میزان تعرفه‌ها، شبکه‌سازی درون و برون صنعت، تعامل با دانشگاه‌ها و نخبگان، جشنواره و مراسمات سنّتی، فناوری در حوزه حمل و نقل برون شهری، در دسترس بودن محل اقامت و تفریح و نوسازی شهر می‌باشند.

در پایان، علاوه بر توضیحات فوق‌الذکر برای رویارویی با هر یک از سناریوهای اولویت‌دار، ذیلاً مبتنی بر یافته‌های تحقیق، پیشنهاداتی در راستای توسعه صنعت گردشگری شهر قزوین ارائه می‌گردد:

الف) از آنجا که در دسته‌بندی عوامل ۳۹ گانه مؤثر بر صنعت گردشگری شهر قزوین، بیشترین سهم متعلق به بخش «اجتماعی و فرهنگی» است. پیشنهاد می‌گردد که سیاست‌گذاران در این عرصه ضمن پویش[1] مستمر عوامل اجتماعی و فرهنگی، توجه ویژه‌ای به حفظ و تقویت پتانسیل‌های شهر قزوین در این حوزه نظیر هنر خوشنویسی، جمعیت جوان و دانشگاهی، سنت‌های بومی متکثر، صنایع دستی گوناگون، ادبیات و موسیقی غنی و گویش‌های متنوع داشته باشند.

ب) در مورد عواملی که دارای اثرگذاری بالایی بر صنعت گردشگری شهر قزوین هستند ولی به دلیل عدم اطمینان پایین، در سناریوپردازی لحاظ نشده‌اند پیشنهاد می‌گردد که با برون‌یابی روندی[2] که تاکنون داشته‌اند و تعمیم آن به آینده، تصویر این عوامل در افق پیش‌رو ترسیم گردد. سپس متناسب با مقدورات بودجه و زمان نسبت به کنترل، حفظ یا تغییر روندهای مربوط به این عوامل اقدام گردد. از جمله عوامل با اثرگذاری بالا و عدم اطمینان پایین که قابلیت کنترل بیشتری دارند و مدیران و تصمیم‌گیرندگان عرصه گردشگری قزوین باید آنها را در نظام برنامه‌ریزی خود مداخله دهند می‌توان به استانداردسازی خدمات، جذابیت‌های مالی، تعامل با دانشگاه‌ها و نخبگان، جشنواره و مراسمات سنّتی، فناوری در حوزه حمل و نقل برون شهری و در دسترس بودن محل اقامت و تفریح اشاره نمود. پیشنهادات کاربردی در این خصوص می‌توانند شامل این موارد باشند: تعیین و تعریف شاخص‌های دقیق‌تر برای ارزیابی کیفیت اماکن گردشگرپذیر؛ کاهش هزینه‌ها و تخفیف قیمتِ بازدید از اماکن گردشگرپذیر برای جامعه هدف (مثلاً دانشجویان زیادِ غیر بومی در قزوین)؛ تعریف و اجرای پروژه‌های پژوهشی به

---

[1]. Scanning
[2]. Trend Extrapolation

منظور توسعه گردشگری شهر قزوین با کمک نخبگان و ظرفیت دانشگاهی شهر؛ برگزاری جشنواره‌های بومی محلّی به صورت دوره‌ای؛ مطالبه‌گری از مسئولان بالادستی در خصوص ساخت و گشایش فرودگاه قزوین؛ ساخت هتل، رستوران و اقامتگاه‌های سنّتی در بافت قدیمی شهر به دلیل تمرکز جغرافیایی اماکن گردشگری در این محدوده و تسهیل تردد گردشگران.

ج) از آنجا که چشم‌اندازسازی و تصویرسازی از یک آینده مطلوب در هر صنعت می‌تواند برانگیزاننده باشد. لذا پیشنهاد می‌گردد که از سناریوهای شماره یک و دو به دلیل مطلوبیت بالای آنها در راستای ساخت چشم انداز صنعت گردشگری شهر قزوین استفاده شود و با ترویج و انتشار آن در میان شهروندان و به ویژه ذی‌نفعان کلیدی، زمینه لازم برای نیل به این چشم انداز و ساخت آیندهٔ مطلوبِ تصویر شده در آن فراهم آید.

د) بر اساس پراکنش وضعیت عوامل حیاتی ۱۳ گانه در سناریوهای ۲۸ گانه دارای سازگاری درونی، اکثر این عوامل در بیش از نیمی از سناریوها وضعی بدبینانه خواهند داشت، لذا پیشنهاد می‌شود که نهادهای تصمیم‌گیرنده برای گردشگری شهر قزوین، ضمن اتخاذ رویکرد پیش‌دستانه برای مقابله با تهدیدات متکثر محتمل، بر تدوین گزینه‌های راهبردی کنش‌گرایانه مبتنی بر اندک عوامل حیاتی پابرجا و دارای وضعیت مطلوب در اکثر سناریوهای پیش رو، نظیر «رونق بازار سنّتی» و «نرخ ارز مناسب برای گردشگران خارجی» اهتمام ورزند.

منابع

۱- بیات، روح‌الله و مرندی، مهسا (۱۳۹۵). تبیین تاثیر تداعی‌های برند موثر بر شکل‌گیری تصویر مقصد گردشگری (مطالعه مقایسه‌ای قزوین و اصفهان). *گردشگری و توسعه*، سال پنجم، شماره ۱، ۹۵-۱۱۸.

۲- حسنی، علی و رحیم زاده، معصومه (۱۳۹۸). آینده نگاری صنعت گردشگری در شهر تهران. *نشریه گردشگری شهری*، ۶(۱)، ۱۳۵-۱۴۸.

۳- خاکساری رفسنجانی، علی و لطفی، اکبر (۱۴۰۱). شناسایی و تحلیل پیشران های موثر بر توسعه صنعت گردشگری شهری با تاکید بر آینده نگاری و سناریو نویسی (مطالعه موردی: شهر زنجان). *برنامه ریزی و توسعه محیط شهری*، دوره ۲، شماره ۸، ۲۱-۳۸.

۴- رحیمی، محمد و پازند، فاطمه (۱۳۹۵). الگوی گردشگری خلاق شهری در ایران با استفاده از مدل تحلیلی سلسله مراتبی. *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، دوره ۶، شماره ۳، ۹۷-۱۲۴.

۵- زالی، نادر و عطریان، فروغ (۱۳۹۵). تدوین سناریوهای توسعهٔ گردشگری منطقه‌ای بر اساس اصول آینده‌پژوهی (مورد مطالعه: استان همدان). *آمایش سرزمین*، دوره ۸، شماره ۱، ۱۰۷-۱۳۱.

۶- شیروانی ناغانی، مسلم و بیات روح‌الله (۱۳۹۷). توسعه گزینه‌های راهبردی برای سیاستگذاری در صنعت نفت ایران بر اساس آینده‌نگاری راهبردی. سیاستگذاری عمومی، دوره ۴، شماره ۱، ۶۳-۷۹.

۷- شیروانی ناغانی، مسلم؛ عیوضی، محمد رحیم و قاسمی، حاکم (۱۳۹۶). چیستی و چرایی مفهوم میان‌رشته‌ای آینده‌نگاری راهبردی در فرارشتهٔ آینده‌پژوهی. فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، ۹(۳)، ۱-۲۴.

۸- شیروانی ناغانی، مسلم؛ فضلی، صفر و امین افشار، زهرا (۱۳۹۸). راهبردپردازی در صنعت خودرو ایران با رویکرد آینده‌نگاری راهبردی و تمرکز بر حوزه علم، فناوری و نوآوری. مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی، ۹(۳۱)، ۷۷-۹۵.

۹- مافی، مریم؛ ازکیا، مصطفی و لطیفی، غلامرضا (۱۴۰۱). تحلیل جامعه شناختی تأثیرات صنعت گردشگری بر توسعهٔ منطقه ای استان قزوین (مورد مطالعه: شهرستان قزوین). *پژوهشهای جغرافیای انسانی*، ۵۴(۲)، ۴۹۹-۵۲۴.

10- Ashworth, G. (2012). Do we understand urban tourism? *Journal of tourism hospitality*, 1 (4), 1-14.

11- Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32, 1-15.

12- Awedyk, M. and Niezgoda, A. (2016), New opportunities for future tourism after 25 years of political and socioeconomic transformation – foresight in Poland's tourism planning, *Journal of Tourism Futures*, Vol. 2 No. 2, 137-154.

13- Benitez, L. (2023), Bridges: a tourist attraction and iconic element at urban cities' tourism promotion websites, *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 9 No. 3, 771-787. https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2023-0119.
14- Bosch, T. V. M., & Kambiz, M. E. (2011). Towards a shared systems model of stakeholders in tourism development in the Cat Ba biosphere reserve of Vietnam. In Paper presented at 29th International Conference of the system dynamics Society, Washington, DC, USA, ISBN 978-1-935056-08-9.
15- Carlisle, S., Johansen, A., & Kunc, M. (2016). Strategic foresight for (coastal) urban tourism market complexity: The case of Bournemouth. *Tourism Management*, 54, 81-95.
16- Chettiparamb, A., & Thomas, H. (2012). Editorial: tourism and spatial planning. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 4 (3), 215-220.
17- Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). Urban tourism research: developing an agenda. *Annals of Tourism Research*, 35 (4), 1032-1052.
18- Elkjær V.A. (2023). Multi-Criteria Decision Making in Complex Decision Environments. Thesis for: PhD dissertation, Aalborg University.
19- Fernandez-Güell, J. M., & Collado, M. (2014). Foresight in designing sun-beach destinations. *Tourism Management*, 41, 83-95.
20- Gale, T. (2005). Modernism, Post- modernism and the decline of British Seaside resorts as long holiday destinations: a case study of Rhyl, North Wales. *Tourism Geographies*, 7 (1), 86-112.
21- Georgantzas, N. C. (2003). Tourism dynamics: Cyprus' hotel value chain and profitability. *System Dynamics Review*, 19, 175-212.
22- Glenn, J. C., Gordon, T. J., & Dator, J. (2001). Closing the deal: How to make organizations act on futures research. *Foresight*, 3 (3), 177-189.
23- Gursoy, D., Malodia, S., & Dhir, A. (2022). The metaverse in the hospitality and tourism industry: An overview of current trends and future research directions. Journal of Hospitality Marketing & Management, 31(5), 527-534.
24- Hącia, H. (2019). The role of tourism in the development of the city, *Transportation Research Procedia*, 39, 104-111.
25- Hall, C. M. (2001). Trends in ocfean and coastal tourism: the end of the last Frontier? *Ocean and Coastal Management*, 44 (9-10), 601-618.
26- Healey, P. (2006). Transforming governance: challenges of institutional adaptation and a new politics of space. *European Planning Journal*, 14 (3), 299-320.
27- Jennings, S. (2004). Coastal tourism and shoreline management. *Annals of Tourism Research*, 31 (4), 899-922.
28- Hines, A. and Bishop, P. (2007). Thinking about the Future: Guidelines for Strategic Foresight. Washington, DC: Social Technologies.
29- Jiang, J., Li, J., & Xu, H. (2010). System dynamics model for transportation infrastructure investment and cultural heritage tourism development: A case study of Xidi and Hongcun historical villages. In Paper presented at 28th International system dynamics Conference, Seoul, Korea, ISBN 978-1-935056-06-5.
30- Kapoor, R. (2001). Future as fantasy: Forgetting the flaws. *Futures*, 33 (2), 161-170.
31- Kuosa, T. (2011). Evolution of futures studies. *Futures*, 43, 327-336.
32- Kuosa, T. (2012). *The evolution of strategic foresight: Navigating public policy making*. Oxford: Routledge.
33- Law, M. C. (1996). *Tourism in major cities*. London: International Thomson Business Press.
34- Law, A., De Lacy, T., McGrath, G. M., Whitelaw, P. A., Lipman, G., & Buckley, G. (2012). Towards a green economy decision support system for tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 20 (6), 823-843.
35- Lei, K., Chan, S. K., Cao, J., & Zhou, S. (2010). Modelling and simulation of ecological footprint of Macao. In Paper presented at 28th International system dynamics Conference, Seoul, Korea, ISBN 978-1-935056-06-5.

36- Liu-Lastres, B., Wen, H., & Huang, W. J. (2023). A reflection on the Great Resignation in the hospitality and tourism industry. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 35(1), 235-249.
37- Miller, K.D. & Waller, H. G. (2003). Scenarios, real options and integrated risk management. *Long range planning*, 36, 93-107.
38- Nduna, L.T. and van Zyl, C. (2020), A benefit segmentation framework for a nature-based tourism destination: the case of Kruger, Panorama and Lowveld areas in Mpumalanga Province, *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 6 No. 4, 953-973. https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0082.
39- Page, S. J., & Duignan, M. (2023). Progress in Tourism Management: Is urban tourism a paradoxical research domain? Progress since 2011 and prospects for the future, *Tourism Management*, 98, 104737.
40- Page, S. J., & Hall, C. M. (2003). *Managing urban tourism*. London: Pearson Education.
41- Paskaleva-Shapira, K. A. (2007). New paradigms in city tourism management: redefining destination promotion. *Journal of Travel Research*, 46 (1), 108-114.
42- Pillkahn, U. (2008). *Using trend and scenarios as tools for strategy development*. Erlangen: GmbH.
43- Rejeski, D., & Olson, R. L. (2006). Has futurism failed? *The Wilson Quarterly*, Wilson Institute, Washington D.C; Winter, 14-21.
44- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Wallingford, Oxon: CAB International.
45- Ritchie, J. & Lewis, J. (2003). *Qualitative research practice: a guide for social science student and researcher*. London: SAGE publications.
46- Romero-García, L.E., Aguilar-Gallegos, N., Morales-Matamoros, O., Badillo-Piña, I. and Tejeida-Padilla, R. (2019), "Urban tourism: a systems approach – state of the art", *Tourism Review*, Vol. 74 No. 3, 679-693. https://doi.org/10.1108/TR-06-2018-0085
47- Sardar, Z. (2010). The namesake: Futures; Futures studies; Futurology; Futuristic; Foresight What's in a name? *Futures*, 42 (3), 177-184.
48- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. fourth ed, New York: John Wiley & Sons.
49- Seyitoğlu, F & Costa, C. (2022). A scenario planning framework for (post-) pandemic tourism in European destinations, *European Planning Studies*, 30 (12), 2554-2574. DOI: 10.1080/09654313.2022.2045571.
50- Slak, N. and Mura, P. (2024), Transforming urban industrial landscapes through art tourism – a gentrification aesthetics model from Abu Dhabi's case, *International Journal of Tourism Cities*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. https://doi.org/10.1108/IJTC-11-2023-0251
51- Smith, M., Macleod, N., & Robertson, M. H. (2010). *Key concepts in tourist studies*. New York: Sage Publications Ltd.
52- Song, H., & Li, G. (2008). Tourism demand modelling and forecasting-A review of recent research. *Tourism Management*, 29 (2), 203-220.
53- TABAKAEVA, Evgeniya & RAMAZANOVA, Nurgul & DUNETS, Alexandr. (2023). SCENARIOS OF THE AREA DEVELOPMENT AS A TOOL FOR TOURISM DESIGN: AN APPROACH TO DEVELOPMENT. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 51. 1728-1737. 10.30892/gtg.514spl13-1168.
54- Tan, N., Anwar, S., & Jiang, W. (2023). Intangible cultural heritage listing and tourism growth in China. Journal of Tourism and Cultural Change, 21(2), 188-206.
55- Torabi, M., Fathi, M. R., Raeesi Nafchi, S., & Sabalani, S. (2023). Futures Studies of Food Tourism based on Structural Analysis. *International journal of Tourism, Culture & Spirituality*, 6(2), 19-44. doi: 10.22133/ijtcs.2024.400672.1135
56- Van der Berg, L., & Russo, A. P. (2004). *The student city: Strategic planning for student communities in EU cities*. London: Ashgate Publishing.

57- Walsh, P.R. (2014). Dealing with the uncertainties of environmental change by adding scenario planning to the strategy reformulation equation. *Management decision*, 43 (1), 113-122.
58- Wilson, I. (1983). The benefits of environmental analysis. in: Albert, K. (Ed.): *The strategic management handbook*, New York: Sage Publications.
59- Xing, Y., & Dangerfield, B. (2010). Modelling the sustainability of mass tourism in island tourist economies. *Journal of the Operational Research Society*, 62, 1742-1752.