فصلنامه چشم انداز شهرهای آینده
www.jvfc.ir
دوره اول، شماره دوم، پیاپی (۲)، تابستان ۱۳۹۹
صص ۹۵-۸۱

فصلنامه چشم انداز شهرهای آینده
Future Cities Vision

واکاوی عوامل مؤثر بر توسعهٔ گردشگری در منطقهٔ سیستان با رویکرد آینده‌پژهی

غریب فاضل‌نیا*، دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زابل، زابل، ایران.
حسنعلی جهانتیغ، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دکتر شریعتی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۰۱ **تاریخ پذیرش:۱۳۹۹/۰٤/۱۰**

چکیده

در بازهٔ زمانی کنونی، صنعت گردشگری راه‌گشای بسیاری از مسائل اقتصادی جوامع انسانی، به‌ویژه شهرها است؛ بطوری‌که این صنعت در بسیاری از مناطق زمینه‌ساز رشد و توسعهٔ بوده است. بر این اساس، هدف پژوهش شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر بر صنعت گردشگری منطقهٔ سیستان می‌باشد. پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش بر اساس روش‌های جدید علم آینده‌پژوهی، تحلیلی و اکتشافی است که در سه مرحلهٔ تعیین شاخص‌های کلیدی از طریق دلفی و شناسایی پیشران‌های کلیدی با استفاده از نرم‌افزار Micmac بر پایه روش تحلیل اثرات متقاطع انجام گرفته است و پس از آن با استفاده از پیشران‌های شناسایی شده فضای سناریو تدوین شد. نمونهٔ مورد مطالعهٔ شامل ۲۶ نفر از کارشناسان مرتبط با حوزهٔ گردشگری در منطقه سیستان می‌باشند که به صورت هدفمند انتخاب شدند. نتایج نشان می‌دهد که در مجموع ۲۷ شاخص در گردشگری سیستان اثرگذارند که در این بین ۵ شاخص به عنوان پیشران‌های کلیدی انتخاب شدند. این پیشران‌ها بیشترین اثرگذاری و کمترین اثرپذیری را داشتند که شامل پیشران‌های "وجود امنیت"، "وجود نیزارها و پرندگان مهاجر در دریاچه هامون"، "هزینهٔ مناسب و ارزان"، "وجود ۲۶ اثر باستانی ثبت شده در آثار ملی و بین‌المللی (شهر سوخته، سه‌کوهه، آتشکده زردتشتیان و ...)" و "خدمات رفاهی" می‌باشند. در این بین پیشران‌های "هزینهٔ مناسب و ارزان"، "وجود ۲۶ اثر باستانی ثبت شده در آثار ملی و بین‌المللی" بیشترین اثرگذاری را در توسعهٔ صنعت گردشگری داشتند. از بین ۴ سناریوی شناسایی شده، سناریوی اول با ۷۱/۰۲ درصد، محتمل‌ترین سناریو شناسایی شد.

واژگان کلیدی: توسعه گردشگری، آینده‌پژوهی، پیشران های کلیدی، سیستان.

* – نویسنده مسئول: fazelniya@uoz.ac.ir

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]

۱. مقدمه

یکی از بخش های مهم و در حال رشد سریع در جهان گردشگری است که در رشد اقتصاد کشورها بسیار مؤثر است، ضمن آنکه منافع اقتصادی آن شامل جوامع محلی نیز می شود (عثمان و سن‌توسا ، ۲۰۱۳). در سیستم اقتصاد جهانی صنعت گردشگری روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می کند. این صنعت امروزه به قدری در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده اند (رضوانی، ۱۳۸۵). در قرن بیست و یکم، صنعت گردشگری به ابزاری اصلی برای ارتقای کیفیت زندگی و به یکی از نیروهای شکل دهنده جهان امروز تبدیل شده است که دارای مزایای ارتباطی، سیاسی، فرهنگی و تأثیرات بین المللی خاص خود است. صنعت گردشگری با ماهیتی چند بُعدی علاوه بر تأمین نیاز گردشگران، باعث تغییرات عمده ای در سیستم جامعه میزبان می شود از این‌رو دولتمردان در تلاش‌اند تا با مهیاسازی و ارزشمند نمودن جاذبه های گردشگری در مناطق دارای پتانسیل، فرصت بهره مندی از ابعاد مثبت این صنعت را فراهم سازند (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۵). گردشگری توجه دولت ها، سازمان های غیردولتی و فعالان اقتصادی را نیز به خود جلب کرده است، زیرا نقش مهمی در جهت دهی به فعالیت های اقتصادی و کمک به افزایش درآمد جوامع محلی دارد (چین و همکارن ، ۲۰۱۴). گردشگری به‌طور بالقوه، همچون یک وسیله برای کاهش نابرابری در توسعهٔ منطقه‌ای از طریق گسترش منابع توسعه یافته به مناطق کمتر توسعه یافته در نظر گرفته می‌شود (کراکور ، ۲۰۰۴). گردشگری پدیده‌ای است که می‌تواند به موفقیت اقتصادی یک شهر یا حتی پویایی اجتماعی آن نقش داشته باشد (بادیتا ، ۲۰۱۳). گردشگری می‌تواند با ایجاد فرصت‌هایی برای اشتغال و کسب درآمد برای ساکنین محلی و توسعهٔ زیرساخت‌های زیربنایی امکان توسعهٔ پایدار و یکپارچه شهری را فراهم آورد (شاطریان، غلامی و میرمحمدی، ۱۳۹۶). بنابراین لازم است تا بتوان راهبردهای هماهنگ شده‌ای را جهت توسعهٔ این صنعت تدوین نمود که با شرایط و الزامات قابل پیش‌بینی و غیر قابل پیش‌بینی سال‌های آینده منطبق و سازگار باشد (بهرامی و همکاران، ۱۳۸۹). در واقع گردشگری صنعتی است که توسعهٔ آن نیازمند شناخت (میلز و کنان ، ۲۰۰۲) و آگاهی کافی از مسائل و عوامل مؤثر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی هر منطقه است (تقوایی و حسینی‌خواه، ۱۳۹۳). همچنین عوامل مهم در توسعهٔ صنعت گردشگری شامل گردشگران، مردم منطقه و ویژگی‌های مقصد می‌باشند (بیگی فیروزه‌ای، ۱۳۹۰). به همین دلیل برای دستیابی به توسعهٔ پایدار این صنعت و اثرگذاری مطلوب و بهینه بر سایر ساختارهای سیستم گردشگری شهری بایستی مهم‌ترین و کلیدی‌ترین متغیرهای ناشی از توسعهٔ آتی آن شناسایی و مورد برنامه‌ریزی و الویت‌بندی قرار گیرند (کارگر اصل زنوزی، عزت‌پناه و ولیزاده، ۱۳۹۹). در این میان، حرکت به سوی گردشگری شهری می تواند فرصت های بسیار مهمی را در تعاملات شهری، به‌ویژه در عرصه های فراملی برای هر مکان شهری مهیا سازد به نحوی که مکانی جذاب برای کار کردن و زندگی شهروندان خود (خصوصاً نسل جوان)، مکانی جذاب برای گردشگران (صنعت توریسم)، توانمند در شکوفایی بخش های مختلف اقتصادی (از راه به کارگیری فن‌آوری و مدیریت صحیح آن) و همچنین مرکز جذب بنگاه های مختلف نو ظهور شود. به هر حال، بسیاری از مطالعات اخیر با رویکرد گردشگری شهری در حال ظهور است که در حوزهٔ گردشگری نیز وجود دارد. منطقه سیستان در سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵، دارای ۳۹۴۰۲۲ نفر جمعیت و شامل ۵ منطقه شهری بوده (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵)، همچنین به عنوان مرکز تاریخی در جنوب شرق کشور می باشد. وجود، تنوع و غنای فرهنگی و هنری و وجود اقوام مختلف می تواند به عنوان نماینده صنایع گردشگری و هنرهای دستی در استان سیستان و بلوچستان معرفی گردد که هر ساله پذیرایی تعداد زیادی گردشگر از سایر نقاط کشور و حتی پذیرای گردشگران خارجی می باشد. با توجه به پذیرش انواع گردشگر، وجود مؤسسات فرهنگی و هنری و همچنین دارا بودن جاذبه های

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]

تاریخی و گردشگری و غیره از پتانسیل خوبی برای تبدیل شدن به یک قطب درزمینه گردشگری برخوردار می باشد. در این راستا، پژوهش حاضر، قصد دارد عوامل کلیدی و پیشران‌های اصلی دخیل در توسعهٔ گردشگری منطقهٔ سیستان را شناسایی کند و همچنین با بهره‌گیری از رویکردهای مدیریت استراتژیک و آینده‌پژوهی و با استکا بر مدل‌های برنامه‌ریزی، رشد و توسعهٔ صنعت گردشگری منطقهٔ سیستان فراهم شود. با توجه به موارد ذکر شده هدف اصلی پژوهش پاسخگویی به این سوال است: عوامل کلیدی مؤثر بر توسعهٔ صنعت گردشگری منطقهٔ سیستان کدامند؟

۲. مبانی نظری

۲-۱. آینده‌نگری

از اوایل دههٔ ۷۰ میلادی علم و هنر آینده‌نگاری به‌عنوان ابزار سیاست‌گذاری به‌طو رسمی در چند کشور محدود به خصوص ژاپن بکار گرفته شد. اما از اوایل دههٔ ۹۰ میلادی به‌طور گسترده با همکاری نهادهای بین‌المللی جهت توانمندسازی کشورها از این روش استفاده شد و امروز به عنوان رویکرد غالب در اکثر کشورهای توسعه یافته درآمده است (زالی و همکاران، ۱۳۹۵). مفهوم آینده‌نگری از ضعف دانش پیش‌بینی، دانش سیاست‌گذاری و دانش مدیریت راهبردی در پاسخ‌گویی به چالش‌های خاص، ظهور یافته است. فعالیت‌های آینده‌نگاری اغلب عدم کفایت 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 کوتاه مدت سیاست‌گذاران را نشان دهند . در واقع آینده‌نگاری فرآیندی سیستماتیک، مشارکتی و گردآورندهٔ ادراکات آینده که چشم‌اندازی میان مدت تا بلندمدت را با هدف اتخاذ تصمیم‌های روزآمد و بسیج اقدامات مشترک بنا می‌سازد، می‌باشد (بهزادی و همکاران، ۱۳۹۷). آینده‌نگاری و نتایج آن به‌عنوان عناصر ورودی برای تدوین استراتژی و سیاست‌گذاری بوده و سعی دارد به برنامه‌ریزی راهبردی و برنامه‌ریزی راهبردی و برنامه‌های اجرایی جهت‌دهی کرده و آینده‌های محتمل را معرفی و تحلیل 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).

۲-۲. گردشگری، زمینه ها، اهداف و راهبردهای توسعه صنعت گردشگری

گردشگری پدیده ای است کهن که از دیر زمان در جوامع انسانی وجود داشته و به طور پیوسته در طول تاریخ، متاثر از شرایط اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و فنی در حال تغییر و تحول بوده است (قدیری معصوم و دیگران، ۱۳۸۵). گردشگری بر اساس تعریف سازمان جهانی گردشگری، به کلیهٔ فعالیت‌های افرادی اطلاق می‌شود که به مکان‌هایی خارج از محیط عادی خود به منظور گذراندن ایام فراغت، انجام کار و سایر هدف‌ها، برای مدت کمتر از یک سال می‌روند. به این ترتیب، محور گردشگری از مسافرت‌هایی که صرفاً به منظور گذراندن تعطیلات و سپری کردن چند روز برای دیدار دوستان و آشنایان و بازدید از مناطق جذاب انجام می‌گیرد، بسی فراتر می‌رود (زاهدی، ۱۳۸۵). در واقع گردشگری آمیزه‌ای از فعالیت‌های مختلف است که به صورت زنجیره ای در جهت خدمات‌رسانی به گردشگران انجام می‌گیرد. بنابراین گردشگری شامل تمامی پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت‌ها و جوامع میزبان، در فرایند جذب و پذیرایی از گردشگران می‌باشد (ابراهیم زاده و آقاسی زاده، ۱۳۹۰). در این بین، یکی از این الگوهای فضایی گردشگری، شهری است. نواحی شهری به علت آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی دارند غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌گردند. شهرهای معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، تئاترها، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی،

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]

مراکز خرید، مناطقی با معماری تـاریخی و مکان‌هـایی مربوط به حوادث مهم با افراد مشهور دارا بوده که ایـن خود گردشگران بسیاری را جذب می‌کند.علاوه بر ایـن حتی در صورتی که جاذبـه‌های گردشـگری در منـاطق غیر شهری واقع باشند از آنجـا کـه شـهرها در عینیـت یافتگی مکانی، تبلور فضایی را در رابطه با پیرامون خود شکل می‌دهند باز هم حجـم زیـادی از گردشـگران در شهرها متمرکز می‌شوند. زیرا محل سـکونت، سـرویس غذا، ارتباطات، حمل‌ونقل سایر خـدمات گردشـگری در شهرها واقع‌اند که بازدیدکنندگان از مناطق اطراف شهر و خود شهر از آن‌هـا اسـتفاده می‌کننـد. در ایـن میـان کنشـگری گردشـگران در فضـاهای شـهری پیرامـون جاذبه‌ها، بافت شهر، خرید، اسکان و فعالیت‌های جنبـی است که در رویکرد بـه موزه‌هـا، تئاترهـا، نمایشـگاه‌ها، مراکز تفریحـی و نظیـر این‌هـا تبلـور می‌یابـد (هـال ، ۱۹۹۹). در واقع گردشگری در زمان حاضر بـه یکـی از بخش‌های اثرگذار بر کاربری زمین‌های شهری تبـدیل شده است. تأثیرگذاری بـر شـهر، هـم از نظـر فعالیـت مسـافرتی، امـور زیربنـایی بـرای پـذیرش و اسـکان گردشـگران و هـم از نظـر تـأثیری کـه مسـتقیماً از گردشگران می‌پذیرد، بسیار درخور توجه است. به دلیـل تـأثیر فرصـت‌های شـغلی ناشـی از گردشـگری بـر جمعیت‌پذیری منـاطق (پورمحمـدی، ۱۳۸۹)، تبـادلات فرهنگی ایجاد شـده (هـال و اسـتیفن ، ۲۰۰۲) ایجـاد اشتغال، رونق اقتصادی، افزایش رفـاه و ... گردشـگری نقـش بسـیار مهمـی در توسـعه و رشـد منـاطق دارد. بنابراین لازم است با نگاه به آینده و پیش‌بینـی چرخـهٔ سیستماتیک آینده مبتنی بر توسعه صـنعت گردشـگری به شناسـایی عوامـل و پیشـران‌ها پرداخـت (تقـوایی و حسینی‌خواه، ۱۳۹۶). در طول دهه های گذشته، مفاهیم و رویکردهای برنامـه–ریـزی توسـعه گردشـگری نیـز تکامل یافته اند. در گذشته تاکید بیشـتری روی مرحلـه پایانی (برنامه جامع) می‌شد، که بنظر مـی‌رسـید بـرای هدایت و کنترل الگوهای آینده توسعه کافی باشد. لیکن چنین برنامه‌هایی غیر قابل انعطاف بودند، تغییرات شیوه زندگی، پیشرفت‌های تکنولـوژی و دیگـر ویژگـی‌هـای زمان در آنها، نقشی نداشتند و برای اجرا طی دوره‌هـای طولانی، عملی نبودند. از دیـد امـروزین برنامـه ریـزی، یک فرایند مداوم و نموی است و باید متناسب با تغییـر شرایط، قابل انعطاف بـوده در عـین حـال، بـه اهـداف اساسی توسعه دست یابد. اگرچه درگیر نمودن مـردم در فرایند برنامه ریزی، مستلزم تخصـیص زمـان بیشـتری برای فرایند برنامه ریزی است امـا از آنجـا کـه چنـین صرف وقتی تضمین کننده حضور، حمایـت و پشـتیبانی ساکنین محلی، از برنامه ریزی تنظیم شده و مشـارکت سرمایه آنان در طرح‌های توسعه است از هر نظـر قابـل توجیه خواهد بود (گودرزی، ۱۳۹۴).

جدول ۱. زمینه‌ها، اهداف و راهبردهای توسعه صنعت گردشگری

زمینه		هدف	راهبرد
توسعه صنعت گردشگری	اقتصادی	پویایی اقتصادی محله	۱- بالا بردن سطح درآمد ساکنان و پایین آوردن بار تکفل با ایجاد، ۲- فرصت‌های شغلی، ۳- رونق مشاغل محلی، ۴- استفاده از نیروی کار محلی در رونق و اداره مراکز جهانگردی
	اجتماعی	تقویت حیات اجتماعی در محله	۱- ایجاد نظارت اجتماعی، ۲- ایجاد کاربری‌های گذران اوقات فراغت، ۳- از بین بردن ناهمگونی‌های اجتماعی، ۴- از بین بردن کاربری‌های ناسازگار، ۵- ایجاد کاربری‌های محمل حیات مدنی، ۶- جلب مشارکت مردمی
	فرهنگی	احیای هویت فرهنگی محله و تکیه‌بر آن در برنامه‌ریزی گردشگری	۱- احیای هنجارهای رفتاری کهن، ۲- احیای ارزش‌های کالبدی کهن، ۳- شناساندن ارزش‌های تاریخی فرهنگی محله به گردشگران
	کالبدی	ایجاد محیط مطلوب جهت ساکنان و	۱- معاصر سازی عملکردها، ۲- از بین بردن کاربری‌های ناسازگار، ۳- اقدام‌های زیست‌محیطی و بهداشتی (دفع فاضلاب و آب‌های سطحی)، ۴- تداوم سازمان

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]

	گردشگران	فضایی کهن، ۵- تعریف شبکه پیاده، ۶- محدود ساختن ترافیک سواره، ۷- ایجاد تسهیلات پارکینگ

منبع: (Christian and Rogerson, 2006)

۳. روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع کاربردی– توسعه‌ای و بر اساس روش‌های آینده‌پژوهی است. اطلاعات مورد نیاز در خصوص مبانی نظری و سابقه پژوهش به روش کتابخانه‌ای گردآوری و اطلاعات میدانی به روش پرسشنامه گردآوری شده که از نخبگان و صاحب‌نظران نظر سنجی شد. روش آینده‌پژوهی به‌کار گرفته در این پژوهش روش تحلیل اثرات متقاطع است. این روش، روشی خبره محور است که نتایج کمی از آن بدست می‌آید. جامعهٔ نمونهٔ این پژوهش را ۲۶ نفر از فعالان، کارشناسان، متخصصین و اساتید دانشگاه در حوزهٔ گردشگری تشکیل می‌دهند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و شناسایی شاخص‌های کلیدی مؤثر بر صنعت گردشگری از نرم‌افزار Micmac استفاده شد. بر این اساس؛ ابتدا تأثیر متغیرها نسبت به یکدیگر از صفر تا چهار بر اساس طیف تعریف شده در این نرم‌افزار و زیر نظر کارشناسان و متخصصان ارزش‌گذاری شد، سپس تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم و همچنین شاخص‌های دارای پتانسیل اثرگذار و اثرپذیر مستقیم و غیر مستقیم و در نهایت تأثیرگذارترین شاخص‌های کلیدی شناسایی شده است.

جدول ۲. مؤلفه‌ها و شاخص‌های پژوهش

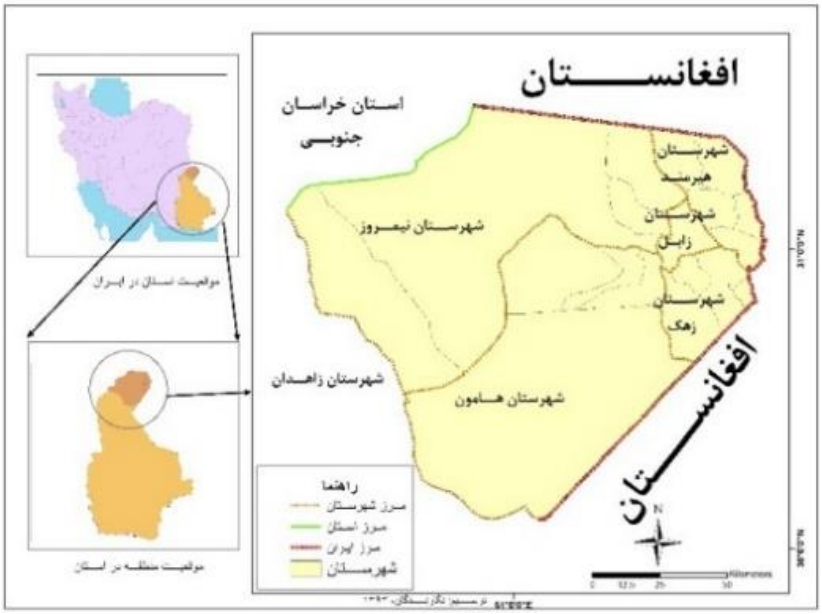
مؤلفه	شاخص
اقتصادی	۱- هزینه مناسب و ارزان، ۲- فعال شدن بخش خصوصی، ۳- نرخ کالاهای گردشگری و رقابتی بودن آن، ۴- ظرفیت مشارکت اقتصادی جامعهٔ محلی در طرح‌های توسعهٔ گردشگری
اجتماعی- فرهنگی	۵- صنایع دستی، ۶- مهمان‌نوازی مردم بومی، ۷- فرهنگ پذیرش گردشگر، ۸- آداب و رسوم، ۹- حس اعتماد گردشکر، ۱۰-توسعه رشته‌های مرتبط گردشگری، ۱۱- وجود امنیت
رفاهی	۱۲- خدمات رفاهی، ۱۳- لیدرهای گردشگری، ۱۴- مراکز خرید
زیرساختی	۱۵- شبکه حمل و نقل جاده‌ای و هوایی، ۱۶- تاسیسات زیربنایی، ۱۷- وجود رستوران‌ها، هتل‌ها، مسافرخانه‌ها و اقامت‌گاه‌های بوم‌گردی، ۱۸- وجود اینترنت در تمامی نقاط منطقه.
تاریخی	۱۹- وجود پیشینه تاریخی پرآوازه (تأکید شاهنامه بر اسطوره‌های تاریخی منطقه)، ۲۰- وجود ۲۶ اثر باستانی ثبت شده در آثار ملی و بین‌المللی (شهر سوخته، سه‌کوهه، آتشکده زردتشتیان و ...)، ۲۱- هنرهای سنتی سیستان (ساز و دهول، رقص سنتی و آیینی)، ۲۲- وجود موزهٔ مردم شناسی و تاریخی
طبیعی	۲۳- وجود کویر مناسب برای جشن‌های کویری و مسابقات کویر، ۲۴- مناسب بودن برای رویت آسمان و نجوم شناسی، ۲۵-وجود چاه‌نیمه‌ها، ۲۶- وجود نیزارها و پرندگان مهاجر در دریاچه هامون، ۲۷- بکر بودن محیط و دست نخورده

منبع: (مطالعات نگارندگان، ۱۳۹۸)

٤. محدودهٔ مورد مطالعه

منطقه سیستان با مساحت ۱۵۱۹۷ کیلومتر مربع در محدوده جغرافیایی بین ۳۰ درجه و ۵ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۲۸ دقیقه عرض جغرافیایی و ۶۰ درجه و ۱۵ دقیقه تا ۶۱ درجه و ۵۰ دقیقه طول جغرافیایی در جنوب شرقی ایران و در شمالی‌ترین قسمت استان سیستان و بلوچستان واقع شده که حدود ۸/۱ درصد از مساحت استان را به خود اختصاص داده است. این منطقه از شمال و شرق به مرز افغانستان محدود می‌گردد. سیستان دارای پنج شهرستان زابل، زهک، هیرمند، نیمروز و هامون می‌باشد (شکل ۱) (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵).

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]



شکل۱. معرفی محدوده مورد مطالعه

۵. بحث و نتیجه‌گیری

در مرحلهٔ اول برای تعیین و شناسایی عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری در منطقهٔ سیستان پرسشنامه باز در بین کارشناسان گردشگری منطقه توزیع شد. در واقع برای تحقق این امر، عوامل کلیدی مؤثر بر رونق گردشگری در سطر و ستون‌های ماتریسی قرار داده شد و برای بررسی عوامل پرسشنامه توزیع شد. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، پیشران‌های مهم و مورد نیاز با استفاده از روش دلفی تعیین گردید. در ادامه پیشران‌های بدست آمده وارد نرم‌افزار شد و میزان تأثیر و اهمیت هر یک از عوامل بررسی شد. در این مدل ارتباط هر پیشران با خودش برابر صفر و چنانچه یک پیشران با دیگر پیشران ارتباطی نداشته باشد صفر در نظر گرفته می‌شود، ارتباط ضعیف یک، ارتباط متوسط دو و ارتباط زیاد سه قرار داده شده است تا میزان تأثیرگذاری هر عامل بر عامل دیگر بر تو توسعهٔ صنعت گردشگری منطقه سیستان مشخص شود. جدول (۳) ویژگی‌های عمومی مدل برازش شده را نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که درجه پرشدگی ماتریس بیش از ۹۵ درصد است و پیشران‌های انتخاب شده در بیش از ۹۵ درصد بر یکدیگر تأثیر گذاشته‌اند. از مجموع ۶۹۳ رابطه قابل ارزیابی در این ماتریس، ۳۶ رابطه، عددشان صفر بوده است به این معنی که عوامل بر همدیگر تأثیر نگذاشته یا از هم تأثیر نپذیرفته‌اند. ۱۴۰ رابطه، عددشان یک بوده به این معنی که تأثیر کمی نسبت به هم داشته‌اند. ۴۳۲ رابطه عددشان ۲ بوده است بدین معنی که رابطه تأثیرگذاری نسبتاش قوی داشته‌اند، ۱۲۱ رابطه، عددشان ۳ بوده بدین معنی که روابط عامل‌های کلیدی بسیار زیاد بوده است و از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری زیادی برخوردار بوده‌اند.

جدول ۳. ویژگی عمومی ماتریس صنعت گردشگری

ویژگی	اندازه ماتریس	تعداد تکرار	تعداد صفر	تعداد یک	تعداد دو	تعداد سه	تعداد p	کل	درجهٔ پرشدگی
مقدار	۲۷	۲	۳۶	۱۴۰	۴۳۲	۱۲۱	۰	۶۹۳	٪ ۹۵/۸

در بخش عوامل مؤثر بر رونق صنعت گردشگری با توجه به تجزیه و تحلیل پیشران‌ها، ابعاد ماتریس ۲۷ در ۲۷ با روش تحلیل اثرات متقاطع تشکیل شد، در ماتریس جمع اعداد سطرهای هر متغیر به عنوان میزان تأثیرگذاری و جمع ستونی هر متغیر نیز میزان

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]

تأثیرپذیری آن متغیر از دیگر متغیرها را نشـان می‌دهـد (جدول ۴).

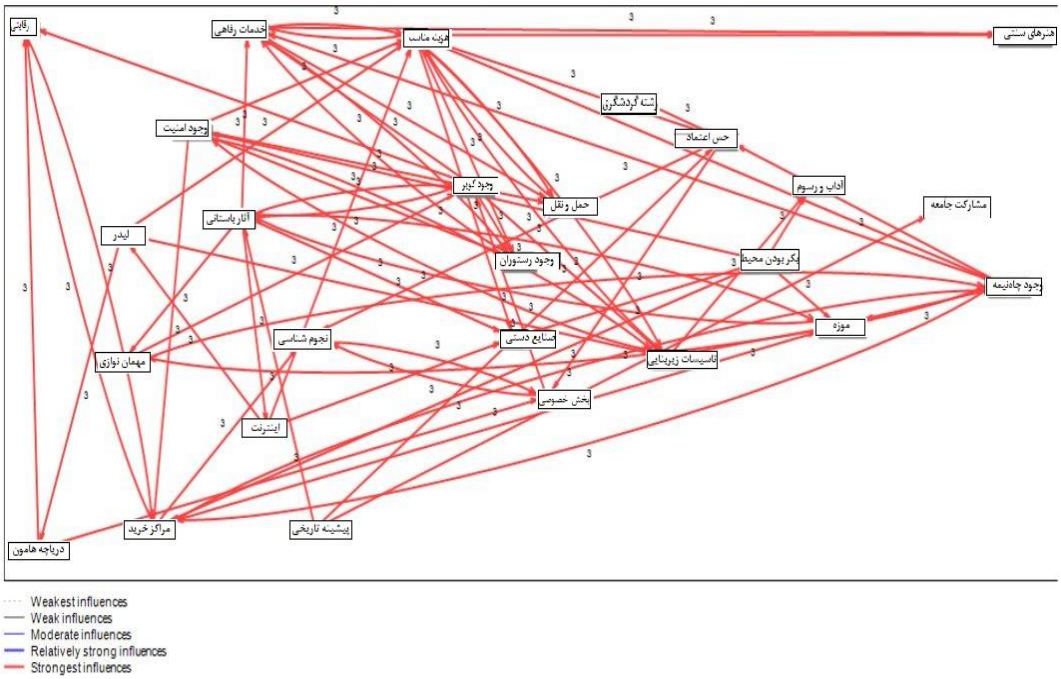
جدول ٤. شاخص‌های مؤثر بر توسعهٔ صنعت گردشگری

ردیف	شاخص	تعداد در سطر	تعداد در ستون
۱	هزینه مناسب و ارزان	۶۱	۵۸
۲	فعال شدن بخش خصوصی	۴۸	۴۷
۳	نرخ کالاهای گردشگری و رقابتی بودن آن	۵۰	۴۳
۴	ظرفیت مشارکت اقتصادی جامعهٔ محلی در طرح‌های توسعهٔ گردشگری	۳۸	۵۱
۵	صنایع دستی	۵۰	۵۴
۶	مهمان‌نوازی مردم بومی	۴۷	۵۱
۷	فرهنگ پذیرش گردشگر	۴۹	۴۸
۸	آداب و رسوم	۴۴	۵۰
۹	حس اعتماد گردشکر	۵۰	۵۹
۱۰	توسعه رشته‌های مرتبط گردشگری	۵۰	۵۳
۱۱	وجود امنیت	۵۹	۴۷
۱۲	خدمات رفاهی	۵۶	۵۴
۱۳	لیدرهای گردشگری	۵۴	۵۲
۱۴	مراکز خرید	۵۰	۵۰
۱۵	شبکه حمل و نقل جاده‌ای و هوایی	۴۳	۴۹
۱۶	تاسیسات زیربنایی	۵۵	۵۹
۱۷	وجود رستوران‌ها، هتل‌ها، مسافرخانه‌ها و اقامت‌گاه‌های بوم‌گردی	۴۳	۶۰
۱۸	وجود اینترنت در تمامی نقاط منطقه	۵۰	۴۵
۱۹	وجود پیشینه تاریخی پرآوازه (تأکید شاهنامه بر اسطوره‌های تاریخی منطقه)	۴۶	۴۴
۲۰	۲۶ اثر ثبت شده در آثار ملی و بین‌المللی (شهر سوخته، سه‌کوهه، آتشکده زرتشتیان)	۶۱	۵۶
۲۱	هنرهای سنتی سیستان (ساز و دهول، رقص سنتی و آیینی)	۴۳	۴۸
۲۲	وجود موزهٔ مردم شناسی و تاریخی	۵۰	۴۹
۲۳	وجود کویر مناسب برای جشن‌های کویری و مسابقات کویر	۵۴	۴۵
۲۴	مناسب بودن برای رویت آسمان و نجوم شناسی	۴۴	۵۳
۲۵	وجود چاه‌نیمه‌ها	۴۸	۴۸
۲۶	وجود نیزارها و پرندگان مهاجر در دریاچه هامون	۵۹	۴۵
۲۷	بکر بودن محیط و دست نخورده بودن آن	۵۶	۴۳
	جمع کل	۱۳۶۱	۱۳۶۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

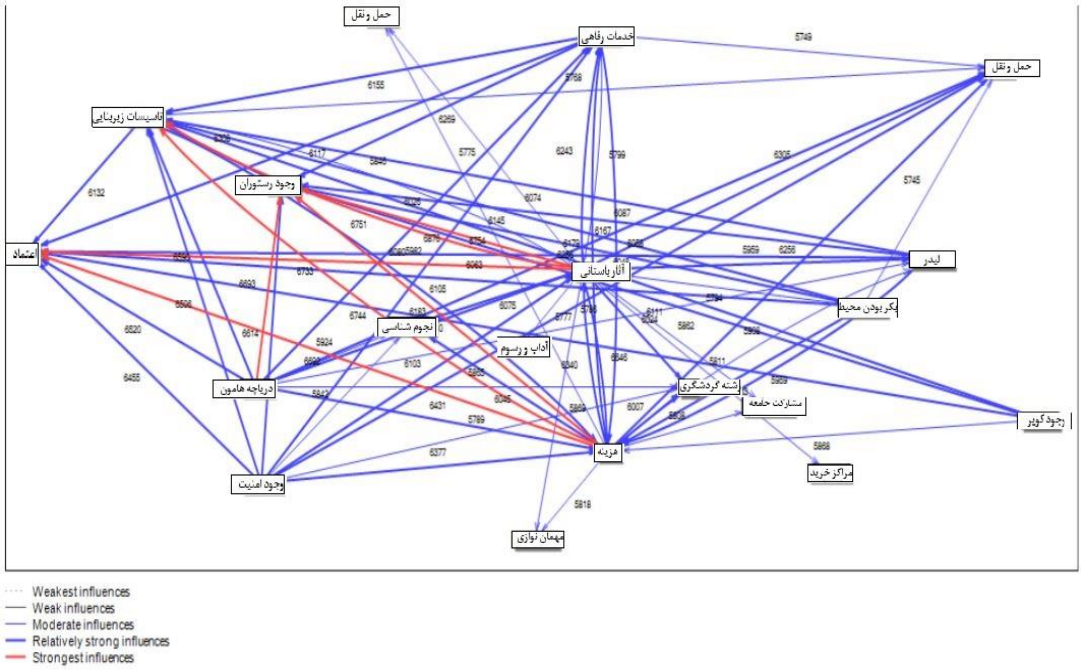
نتایج حاصل از تحلیل اثـرات متقـاطع مبتنـی بـر ماتریس MDI، نشان می‌دهد که که بسیاری از روابـط از جملـه: هزینـه مناسـب و ارزان، نـرخ کالاهـای گردشگری و رقـابتی بـودن آن، صـنایع دسـتی، حـس اعتماد گردشکر، توسعه رشته‌های مـرتبط گردشـگری، خـدمات رفـاهی، لیـدرهای گردشـگری، لیـدرهای گردشگری، مراکـز خریـد، تاسیسـات زیربنـایی، وجـود اینترنت در تمامی نقاط منطقه، وجـود ۲۶ اثـر باسـتانی ثبـت شـده در آثـار ملـی و بین‌المللـی (شـهر سـوخته، سه‌کوهه، آتشکده زردتشتیان و ...)، وجـود مـوزهٔ مـردم شناسی و تاریخی، وجود نیزارهـا و پرنـدگان مهـاجر در دریاچه هامون و بکر بودن محیط و دست نخورده بودن آن دارای نقش مهمی در بهبود روابـط بـین سیسـتم را تشکیل داده‌اند. شکل (۲) نقشـه اثـرات مسـتقیم بـین پیشـــــــران‌ها را نشـــــــان می‌دهـــــــد.

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]



شکل ۲. نقشه اثرات مستقیم با پویش بسیار قوی

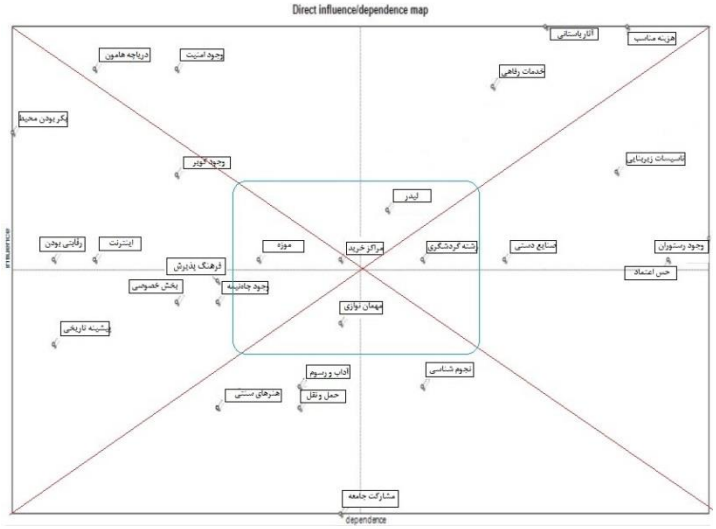
شکل (۳)، نقشه اثرات غیرمستقیم بین پیشران‌ها در بخش صنعت گردشگری را نشان می‌دهد. در این نقشه اثرات قوی مشخص شده است برای مثال هزینهٔ مناسب و ارزان اثر غیر مستقیم قوی بر وجود رستوران‌ها، هتل‌ها، مسافرخانه‌ها و اقامت‌گاه‌های بوم‌گردی دارد اما بعضی از اثرگذاری‌ها و اثرپذیری‌های غیر مستقیم متغیرها ضعیف هست برای مثال اثر وجود امنیت بر مناسب بودن برای رویت آسمان و نجوم شناسی ضعیف است.



شکل ۳. نقشه اثرات غیرمستقیم بین پیشران‌ها

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]

شکل (۴) ماتریس نهایی پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ٤. سازمان فضایی شاخص‌ها

با توجه به شکل (۴)، ماتریس نهایی شامل موارد زیر می‌باشد:

پیشران‌های شگفت‌انگیز: این پیشران‌ها مهم‌ترین و تأثیرگذارترین شاخص‌ها در توسعهٔ صنعت گردشگری منطقهٔ سیستان می‌باشد و آیندهٔ صنعت گردشگری منطقهٔ سیستان به توسعه این پیشران‌ها بستگی دارد. این شاخص‌ها هم نقش تأثیرگذاری و هم نقش تأثیرپذیری در رشد و توسعهٔ صنعت گردشگری دارند. با توجه به شکل (۲) پیشران‌های کلیدی در قسمت شمال شرق و شمال غرب ماتریس واقع شده‌اند که شامل شاخص‌های: وجود امنیت، وجود نیزارها و پرندگان مهاجر در دریاچه هامون، هزینهٔ مناسب و ارزان، وجود ۲۶ اثر باستانی ثبت شده در آثار ملی و بین‌المللی (شهر سوخته، سه‌کوهه، آتشکده زردتشتیان و ...) و خدمات رفاهی، وجود رستوران‌ها، هتل‌ها، مسافرخانه‌ها و اقامت‌گاه‌های بوم‌گردی، تاسیسات زیربنایی، می‌باشند.

شاخص‌های حد وسط: این شاخص‌ها نقش تأثیرگذاری در روابط بین پیشران‌ها و دیگر شاخص‌ها ایجاد می‌کنند و در آینده سازمان فضایی صنعت گردشگری نقش مهمی ایفا می‌کنند. با توجه به شکل (۲) این شاخص‌ها عبارتند از: وجود اینترنت در تمامی نقاط منطقه، وجود کویر مناسب برای جشن‌های کویری و مسابقات کویر، بکر بودن محیط و دست نخورده بودن آن، نرخ کالاهای گردشگری و رقابتی بودن آن.

شاخص‌های هدایت‌کننده: این شاخص‌ها به نوعی فاقد ارزش کلیدی و مهم در شکل‌گیری سازمان‌های فضایی صنعت گردشگری منطقهٔ سیستان هستند اما نباید آن‌ها را فراموش کرد و نادیده انگاشت. این عوامل عبارتند از: وجود پیشینه تاریخی پرآوازه (تأکید شاهنامه بر اسطوره‌های تاریخی منطقه)، هنرهای سنتی سیستان (ساز و دهول، رقص سنتی و آیینی)، فعال شدن بخش خصوصی، شبکه حمل و نقل جاده‌ای و هوایی ، آداب و رسوم و ظرفیت مشارکت اقتصادی جامعهٔ محلی در طرح‌های توسعهٔ گردشگری.

متغیرهای نتیجه: این شاخص‌ها بیشتر تأثیرپذیر و کمتر تأثیرگذار هستند و به نوعی از روابط بین دیگر پیشران‌های کلیدی و شاخص‌ها تأثیر می‌پذیرند. این شاخص‌ها عبارتند از: لیدرهای گردشگری، وجود مراکز خرید، توسعهٔ رشته‌های دانشگاهی مرتبط با گردشگری، وجود موزهٔ مردم

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]

شناسی و تاریخی، وجود چاه‌نیمه‌ها، مهمان‌نوازی مردم بومی، صنایع دستی.

۱-۵. انتخاب پیشران‌های مؤثر بر توسعهٔ صنعت گردشگری منطقهٔ سیستان

طبق خروجی‌های نرم‌افزار از بین ۲۷ پیشران بررسی شده، ۵ پیشران مؤثر تر از سایر پیشران‌ها هستند. طبق گراف پراکندگی ۵ پیشران که بیشترین تأثیرگذاری را دارند شامل: وجود ۲۶ اثر باستانی ثبت شده در آثار ملی و بین‌المللی (شهر سوخته، سه‌کوهه، آتشکده زردتشتیان و ...)، هزینه مناسب و ارزان، وجود نیزارها و پرندگان مهاجر در دریاچهٔ هامون، وجود امنیت و خدمات رفاهیمی‌باشند. پس از بررسی ماتریس اثرات متقاطع و به‌دست آمدن پیشران‌های اصلی، یک ماتریس به صورت پرسشنامه در اختیار کارشناسان قرار گرفت. پرسشنامه تأثیر هر یک از این پیشران‌ها اگر در شرایط فعلی بماند (محتمل)، توسعه یابد (خوش‌بینانه)، تضعیف یابد (بدبینانه) را بررسی می‌کند. میزان تأثیرپذیری آن‌ها بر اساس ویژگی‌های محدود کننده شدید، محدود کننده متوسط، محدود کننده ضعیف، بدون تأثیر، تقویت کنندهٔ شدید، تقویت کنندهٔ متوسط، تقویت کننده ضعیف با درج اعداد ۳ تا ۳- بررسی شد. برای ۵ پیشران اصلی ۱۵ وضعیت تعریف شده است که بر اساس احتمال شرایط خوش‌بینانه، شرایط محتمل (بینابین) و شرایط بدبینانه بررسی شده است؛ که برای هر کدام راهبردهایی ارائه خواهد شد. بعد جمع‌آوری پرسشنامه‌ها و تحلیل داده‌ها سناریوهای زیر مشخص شد:

جدول ۵. سناریوهای محتمل صنعت گردشگری

سناریو	توضیحات	وضعیت
	وجود ۲۶ اثر باستانی ثبت شده در آثار ملی و بین‌المللی (شهر سوخته، سه‌کوهه، آتشکده زردتشتیان و ...)	بینابین
سناریو محتمل اول صنعت گردشگری	هزینه مناسب و ارزان	در شرایط بدبینانه
	وجود نیزارها و پرندگان مهاجر در دریاچه هامون	بینابین
	وجود امنیت	بینابین
	خدمات رفاهی	بینابین
	وجود ۲۶ اثر باستانی ثبت شده در آثار ملی و بین‌المللی (شهر سوخته، سه‌کوهه، آتشکده زردتشتیان و ...)	در شرایط خوش‌بینانه
سناریو محتمل دوم صنعت گردشگری	هزینه مناسب و ارزان	بینابین
	وجود نیزارها و پرندگان مهاجر در دریاچه هامون	بینابین
	وجود امنیت	بینابین
	خدمات رفاهی	در شرایط خوش‌بینانه
	وجود ۲۶ اثر باستانی ثبت شده در آثار ملی و بین‌المللی (شهر سوخته، سه‌کوهه، آتشکده زردتشتیان و ...)	بینابین
سناریو محتمل سوم صنعت گردشگری	هزینه مناسب و ارزان	در شرایط بدبینانه
	وجود نیزارها و پرندگان مهاجر در دریاچه هامون	در شرایط خوش‌بینانه
	وجود امنیت	بینابین
	خدمات رفاهی	در شرایط خوش‌بینانه
	وجود ۲۶ اثر باستانی ثبت شده در آثار ملی و بین‌المللی (شهر سوخته، سه‌کوهه، آتشکده زردتشتیان و ...)	در شرایط بدبینانه
سناریو محتمل چهارم صنعت گردشگری	هزینه مناسب و ارزان	بینابین
	وجود نیزارها و پرندگان مهاجر در دریاچه هامون	بینابین

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]

وجود امنیت	در شرایط بدبینانه
خدمات رفاهی	در شرایط خوش‌بینانه

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹)

در این قسمت برای تعیین درصد اتفاق افتادن هر سناریو از تقسیم درصد هر وضعیت بر حداکثر آن وضعیت یعنی صد استفاده شده است.

جدول ٦. درصد هریک از سناریوها در صنعت گردشگری

سناریو	احتمال وقوع (درصد)
سناریوی اول	۰/۲۱۰۱۶
سناریوی دوم	۰/۱۰۱۲
سناریوی سوم	۰/۰۷۵۴۱
سناریوی چهارم	۰/۰۰۶۵۱

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹)

جدول (۶) نشان می‌دهد در بخش صنعت گردشگری سناریوی اول که وجود ۲۶ اثر باستانی ثبت شده در آثار ملی و بین‌المللی (شهر سوخته، سه‌کوهه، آتشکده زردتشتیان و ...)، وجود نیزارها و پرندگان مهاجر در دریاچهٔ هامون، وجود امنیت و خدمات رفاهی در شرایط بینابین (محتمل) قرار دارند و هزینه مناسب و ارزان در حالت بدبینانه قرار دارد، بیشترین درصد را به خود اختصاص داده است و احتمال وقوع آن بیشتر از سایر سناریوها است.

٦. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

امروزه گردشگری به‌مثابهٔ یکی از اصلی‌ترین فعّالیّت‌های شکل دهندهٔ اقتصهاد جهانی توجّه بسیاری از کشورها را به خود جلب کرده است و برنامه‌ریزی گردشگری در راستای افزایش سهم اقتصادی و به دست آوردن بازارهای جهانی در این زمینه، به‌منزلهٔ یکی از اصلی‌ترین پیش‌نیازهای اصلی توسعه در جوامع مختلف مورد توجّه قرار گرفته است. برنامهریزی گردشگری به‌دلیل گستردگی و چندبعدی بودن داری ابعاد گوناگون است. یکی از ابعاد اصلی مطرح در برنامه‌ریزی گردشگری، برنامه‌ریزی برای توسعهٔ آیندهٔ این صنعت است. ضرورت توجه به آینده‌پژوهی از آنجا ناشی می‌شود که گردشگری فعالیت چندوجهی است و از ابعاد زیادی تأثیر می‌پذیرد و بر پدیده‌های بسیاری هم تأثیر می‌گذارد و از سوی دیگر، لزوم وجود وجود زیرساخت‌های گردشگری در شهرهای گردشگرپذیر و عدم اطمینان ناشی از پیچیدگی‌های محیطی، همگی پیش‌بینی آینده را در این شهرها با مشکل مواجه کرده است، به‌گونه‌ای که برنامه‌ریزی سنتی دگر قادر به پاسخگویی به آن نبوده و لزوم توجه به رویکردی جدید و جایگزین همچون رویکرد آینده‌پژوهی را مطرح کرده است تا با پیش‌بینی آینده و تبیین راهکارهایی در آن بتوان دسترسی به شرایط مطلوب را هموار ساخت. از این‌رو هدف پژوهش حاصر شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر توسعهٔ صنعت گردشگری منطقهٔ سیستان با رویکرد آینده‌پژوهی است. نخست تعداد ۲۶ نفر از متخصصان وکارشناسان که در زمینهٔ گردشگری فعالیت داشتند شناسایی و انتخاب و سپس از طریق پرسشنامه به شناسایی و امتیازدهی مهمترین پیشران‌های صنعت گردشگری اقدام شد که در نهایت ۲۷ پیشران ماتریس‌های متقاطع تشکیل شد و در مرحلهٔ بعدی با استفاده از نرم‌افزار میک مک، وزن‌های به دست آمده اعمال شد و شدت تأثیرگذاری و تاثیرپذیری و در نهایت پیشران‌های کلیدی به عنوان مهمترین پیشران‌های توسعهٔ آتی صنعت گردشگری منطقهٔ سیستان مشخص شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]

داد کـه پیشـران‌های کلیـدی و مهـم ناشـی از توسـعهٔ صنعت گردشگری عبارتند از "وجـود امنیـت"، "وجـود نیزارها و پرندگان مهاجر در دریاچه هـامون"، "هزینـهٔ مناسب و ارزان"، "وجود ۲۶ اثر باستانی ثبـت شـده در آثار ملی و بین‌المللی (شهر سوخته، سـه‌کوهه، آتشـکده زردتشتیان و ...)" و "خدمات رفاهی".

برخـی از یافتـه‌های پـژوهش بـا نتـایج سـایر از محققان نیز مشـابه می‌باشـد. بـه‌طور مثـال بهـزادی و همکارن (۱۳۹۷) در مطالعهٔ پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعهٔ صنعت گردشگری یزد با رویکرد آینـده پژوهـی نشان دادند که عامل امنیـت یکـی از عوامـل مهـم در توسعهٔ آیندهٔ صنعت گردشگری می‌باشد که این امـر بـا نتایج پـژوهش حاضـر همسـو اسـت. همچنـین نتـایج مطالعـهٔ اسـکندری سـانی و رضـایی (۱۳۹۷) در زمینـهٔ آینـده‌پژوهی مـدیریت شـهری زمینه‌سـاز در عرصـهٔ گردشگری مطالعهٔ موردی شهر زاهدان به ایـن نتیجـه رسیدند امکانت زیربنایی و خدمات رفاهی جهت توسـعهٔ آتی صنعت گردشگری امری ضروری می‌باشد که بایـد به آن توجه خاص شود، بطوری‌که نتایج پژوهش حاضر نیز اهمیت خدمات رفاهی را برای آینده توسعهٔ صـنعت گردشگری لازم می‌دادند. امیـری (۱۳۹۴)، تحلیلـی بـر عوامل مؤثر بر توسعهٔ گردشـگری تـاریخی شهرسـتان جیرفت انجام داد و بـه ایـن نتیجـه رسـید کـه بهبـود زیرساخت‌ها و خدمات و همچنین تبلیغات می‌تواند تأثیر بالقوه‌ای بر رونق گردشگری داشته باشـد. در پژوهشـی دیگر نصر (۱۳۹۸) با شناسایی عوامل کلیدی مـؤثر بـر گردشگری شیراز با رویکرد آینده‌پژوهی نشـان داد کـه پیشران‌های آثار تاریخی، امنیت در توسـعهٔ گردشـگری بسیار اثرگذاراند که این امر همسو با یافته‌های پژوهش حاضر می‌باشد.

۷. منابع

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی و آقاسی زاده، عبداله (۱۳۹۰). تأثیر منطقه–ی آزاد چابهار بر توسعه ی گردشگری حوزه ی نفوذ آن با بهره–گیری از مدل رگرسیون و آزمونT-test . فصلنامه جغرافیا و توسعه، ۲۱، ۵۸–۳۹.

۲. اسکندری ثانی، محمد و رضایی، ابراهیم (۱۳۹۷). آینده‌پژوهی مدیریت شهری زمینه‌ساز تحقق رقابت‌پذیری در عرصهٔ گردشگری (مطالعهٔ موردی: شهر زاهدان). دوفصلنامهٔ جغرافیای اجتماعی شهری، ۵ (۲)، ۱–۱۶.

۳. امیری، منصوره (۱۳۹۴). تحلیلی بر عوامل مؤثر بر توسعهٔ گردشگری تاریخی شهرستان جیرفت با استفاده از مدلسازی تفسیری (ISM). همایش ملی فرهنگ گردشگری و هویت شهری، موسسهٔ علمی و پژوهشی مهر اندیشان، ۳ و ۴ بهمن، شیراز.

۴. بهرامی، حسین، نادری خورشیدی، علیرضا وکثیری نژاد، تقی (۱۳۸۹). چیستی و چرایی برنامه‌ریزی راهبردی و بررسی الگوهای رایج آن. دو ماه‌نامهٔ توسعهٔ انسانی پلیس، ۷ (۳۳)، ۳۲–۱۱.

۵. بهزادی، صدیقه.، رهنما، محمدرحیم.، جوان، جعفر و عنابستانی، علی‌اکبر (۱۳۹۷). شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر توسعهٔ گردشگری با رویکرد آینده‌نگاری (مطالعهٔ موردی: استان یزد). مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، دورهٔ (۳۳)، ۵۲–۳۷.

۶. بیگی فیروزی، الهیار (۱۳۹۰). تدوین استراتژی توسعه صنعت گردشگری استان لرستان بر اساس تحلیل SWOT و فرآیند تحلیل شبکه (ANP)، دانشگاه سیستان و بلوچستان، دانشکده مدیریت و اقتصاد، گروه مدیریت بازرگانی – مدیریت تحول.

۷. پاکباز، هاجر، نوری، سهیلا و غفاری، بهمن (۱۳۹۱). امکان سنجی توسعهٔ پایدار گردشگری در شهر زابل با استفاده از SOWT. همایش ملی شهرهای مرزی و امنیت؛ چالش‌ها و رهیافت‌ها، فروردین ۱۳۹۱، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

۸. پورمحمدی، محمدرضا (۱۳۸۹). برنامه‌ریزی کاربری اراضی شهری، انتشارات سمت، چاپ ششم.

۹. تقوایی، مسعود و حسینی‌خواه، حسین (۱۳۹۶). برنامه‌ریزی توسعهٔ صنعت گردشگری مبتنی بر روش آینده‌پژوهی و سناریونویسی (مطالعهٔ موردی: شهر یاسوج). فصلنامهٔ برنامه‌ریزی و توسعهٔ گردشگری، ۶ (۲۳)، ۸–۳۰.

۱۰. خیرگو، متصور و شکری، زینب (۱۳۹۰). توسعهٔ فرآیند سیاست‌گذاری با استفاده از راهبرد آینده‌نگاری. مدیریت نظامی، ۱۱ (۴۳)، ۱۲۶–۱۰۳.

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]

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

۱۲. رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۵). جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ پنجم، تهران.

۱۳. زالی، نادر و بهشتی، محمدباقر (۱۳۹۵). شناسایی عوامل کلیدی توسعهٔ منطقه‌ای با رویکرد برنامه‌ریزی بر پایهٔ سناریو (مطالعهٔ موردی: استان آذربایجان شرقی). نشریه برنامه‌ریزی و آمایش فضا، ۱۵ (۱)، ۶۳-۴۱.

۱۴. زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۵) مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار با تاکید بر محیط زیست، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.

۱۵. شاطریان، محسن.، غلامی، یونس و میرمحمدی، محمد (۱۳۹۶). ارزیابی شاخص‌های توسعهٔ گردشگری پایدار شهری مطالعهٔ موردی (شهر کاشان). نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۴۶، ۲۱۴-۱۹۵.

۱۶. قدیری معصوم، مجتبی و ایمانی، بهرام و محمدجانی، مرتضی (۱۳۸۵). نقش گردشگری در توسعه پایدار روستایی، مجله علوم جغرافیایی، ۴، ۳۱-۱۷.

۱۷. کارگر اصل زنوزی، قربانعلی، عزت‌پناه، بختیار و ولیزاده، رضا (۱۳۹۹). شناسایی و تحلیلی بر پیشران‌های مؤثر در توسعهٔ آیندهٔ صنعت گردشگری تجاری با رهیافت آینده‌پژوهشی (نمونهٔ موردی: شهر جلفا). فصلنامهٔ نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱۲ (۲)،۱۵۳-۱۷۰.

۱۸. نصر، طاهره (۱۳۹۸). شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر گردشگری در کلانشهر شیراز با رویکرد آینده‌پژوهی، فصلنامهٔ پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۱۰ (۳۷)، ۶۶-۵۵.

19. 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.
20. Badita, Amalia, 2013, Assessment Of Tourism Supply, Demand and Market Trends in Craiova City, Romania, Journal Of Tourism, Issue 14.
21. 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.
22. 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.
23. Chin, Chee-Hua; Lo, May-Chiun; Songan, Peter and Nair, Vikneswaran,)2014), Rural Tourism Destination Competitiveness: A study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak, Procedia Social and Behavioral Sciences, No. 144, PP. 35 – 44.
24. Choi, H. S. (2003). Measurement of sustainable development progress for managing community tourism (Doctoral dissertation, Texas A M University.(
25. Christian M. Rogerson (2006) "Creative Industries and Urban Tourism:South African Perspectives", Urban Forum, Vol. 17, No.pp 2.
26. Hall, C.M and S.J.Page (1999): The Geography of Tourism and Recreation, Routledge.
27. Hall, M. and Stephen, J. (2002). The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place, and Space, Rutledge Publisher, edition 2nd, 200.
28. Krakover, Shaul,(2004) Tourism Development — Centres versus Peripheries:The Israeli Experience during the 1990s.
29. McMillan, D. W., Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. Journal of community psychology, 14(1), 6-23.
30. Miles, I. and Keenan, M. (2002). Practical Guide to regional Foresight in the United, Kingdom". Prest Policy Regional in Engineering, Science and Technology, University of Manchester United Kingdom.

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]

31. Osman, Z. and Sentosa, I., (2013), Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural.
32. Ryan, C., Gu, H. (2008). Destination branding and marketing: The role of marketing organizations. Handbook of hospitality marketing management, 383-411.

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]

Investigating the Factors Affecting the Development of Tourism in Sistan Region by Future Studies Approach

Gharib Fazelniya[*], Associate Professor of Geography and Rural Planning, Department of Geography. Faculty of Literature and Humanities, University of Zabol, Zabol, Iran.

Hassanali Jahantigh, Ph.D Candidate of Geography and Rural Planning, Faculty of Literature and Humanities, Department of Geography, University of Mashhad, Mashhad, Iran.

Received: 23 September 2019 **Accepted: 30 June 2020**

Abstract

In the current period, the tourism industry is the solution to many economic problems of human societies, especially cities, as this industry has been the basis for growth and development in many areas. Accordingly, the aim of the study is to identify the key drivers affecting the tourism industry of Sistan region. The present study is applied in terms of purpose, and in terms of nature and method based on new methods of future science, research, analysis and exploration, which in three stages of determining key indicators through Delphi and identifying key drivers using Micmac software based on cross-analysis of cross-effects. It was taken and then the scenario space was compiled using the detected propulsions. The study sample includes 26 tourism-related experts in the Sistan region who were purposefully selected. The results show that a total of 27 indicators affect Sistan tourism, of which 5 indicators were selected as key drivers. These propulsions were the most effective and least effective, including the prophecies of "security", "the presence of reeds and migratory birds in Lake Hamoon", "reasonable and cheap cost", "the existence of 26 ancient artifacts registered in national and international monuments (burnt city", Sehkooh, Zardashtian Fire Temple, etc.) and "Welfare Services". In the meantime, the "appropriate and cheap cost" propulsion, "the existence of 26 ancient monuments registered in national and international works" had the greatest impact on the development of the tourism industry. Among the 4 identified scenarios, the first scenario with 71.02% was identified as the most probable scenario.

Key words: Tourism Development, Futures Studies, Frontier Forces, Sistan.

[*] Corressponding Author email: **fazelniya@uoz.ac.ir**

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-09-13]