journal of Future Cities vision

Summer 2025. Vol 6. Issue 22

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

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

Identifying the drivers affecting the development of cultural tourism with an emphasis on performing arts with a futures research approach. Case study: Tehran metropolis

Mehdi Amiri [*1], Ali Askar Alizadeh Moghadam[2]

1. Instructor, faculty member, Department of Performing Arts, Faculty of Art and Architecture, University of Zabol, Zabol, iran
2. Assistant Professor, Faculty Member, Department of Performing Arts, Faculty of Art and Architecture, University of Zabol, Zabol, iran

ARTICLEINFO

Research Paper

Article history:

Received: 2025/02/15

Accepted: 2025/08/08

Published online: 2025/08/15

Keywords: *Financing, Issuing Shares, Bonds, Borrowing*.

Abstract

Today, the tourism industry, and in particular cultural tourism, is more than just an industry, as a dynamic global and social phenomenon that has its own complexities, and accurate recognition and scientific analysis of this phenomenon can provide a reliable framework for planning the tourism industry. This industry, as the largest social movement with numerous cultural, economic, and spatial consequences, always needs to make its development effective in the present and future. In this regard, planning for tourism development depends on various factors and conditions, which can be achieved if they are systematically and structurally applied. This issue shows the importance of future research and the necessity of formulating future perspectives in the process of tourism development, including the drivers of cultural tourism. For this purpose, the present study attempts to identify and analyze the key effective drivers of cultural tourism. In the following article, first, 30 initial factors were extracted using the Delphi technique, then a matrix of cross-effects of the components was formed using the managers' Delphi method. In the next stage, matrix analysis was performed using the Miqmac software. The results of the dispersion of variables in the axis of influence and influenceability of factors in the Miq-Maq software indicate the stability of the system in tourism development. Accordingly, the research findings showed that branding prominent Iranian personalities, expanding the sense of vitality in historical places, developing software and hardware infrastructure, addressing tourists' concerns about the security of tourist destinations, monitoring measures for cultural and historical attractions, ensuring the security of tourists entering the country as one of their basic rights, investing in diversifying attractions, appropriate accommodation and welfare infrastructure, appropriate infrastructure for tourist movement, and tourism diplomacy were identified as key drivers.

Citation: Ahmadi, A., sheikhul Islami, A., jalili, M. (2025). **Analysis of Factors Affecting Intelligent Urban Growth with a Futures Studies Approach: Aligudarz City,** *Journal of Future Cities vision*, 6(22), 155-169.

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

[*] **Corresponding author:** Mehdi Amiri, **Email:** art.amiri@uoz.ac.ir

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155] [Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

journal of Future Cities vision
Summer 2025. Vol 6. Issue 22
ISSN (Print): 2783-0780- ISSN (Online): 2783-0780
Journal Homepage: https://www.jvfc.ir/

Extended Abstract

Introduction

Simultaneously with the global decline in oil prices and planning to reduce dependence on natural resource revenues, Iran, like many traditional oil-dependent economies, has had a strategic orientation towards service industries such as tourism. In order to diversify its sources of economic growth and foreign exchange revenues, as well as the dimensions of new job opportunities in the country, the tourism industry has been of great importance due to the potential capacities for developing the industry. This importance can be seen in the country's recent actions, such as the country's twenty-year vision in the field of tourism (reaching 20 million tourists by 1404), the role and position of tourism, including cultural tourism, in the sixth five-year development plan, its role and position in the statements of the Supreme Leader, the general policies of the system, etc. (Hassani and Rahimzadeh, 2019:138). The comprehensive national tourism development document of Iran states that Iran ranks fifth in the world in terms of natural attractions and tenth in the world in terms of historical and ancient attractions. According to forecasts, by the end of the sixth development plan, which coincides with the twenty-year vision document, Iran should reach 20 million incoming tourists annually (Vision Document 1404). Studies show that with the current trend governing the country's tourism, within the vision horizon, we will reach a maximum of 55 million tourists per year (Samadi et al., 2012, 13-12). The available statistics indicate that Iran's contribution to attracting foreign tourists is insignificant considering its size, history, civilization, and tourist attractions. Understanding the above, the main question of the research is: What are the effective drivers for the development of cultural tourism with an emphasis on performing arts with a futures research approach?

Methodology

The present study, with a futures research approach, examines the most important driving factors in futures research affecting the development of cultural tourism with an emphasis on performing arts and the extent and manner of influence of these factors. The present article is practical in terms of purpose, and considering the components under study, the dominant approach is the descriptive-analytical method. In the present study, the purposive sampling method was used to consciously select participants. The basis for using the purposive sampling method is to select a group of experts who have an in-depth study or a general understanding of the nature of the research questionnaire. Based on the above explanations, the statistical population of the present study is 51 experts in the field of tourism, including university professors specializing in the field of study. The size of the sample considered for the Delphi technique was 10 people, and for the Miq-Maq technique, the sample size was considered to be 51 people, considering the familiarity of the experts with this software. In this study, the Miq-Maq software was used to achieve the research objectives.

Results and Discussion

The 10 drivers in the impact column had the largest contribution to the direct impact, while the same ten variables were in the top ten for the indirect impact. It should be noted that the green lines indicate an increase in the rank of the factor in the indirect impact, and the red lines indicate a decrease in the rank of the factor in the indirect impact. For example, the VAR6 factor was ranked 3rd in the direct impact, but this factor has been downgraded to 6th in the indirect impact. However, the top ten drivers in the direct impact are also repeated in the indirect impact. Therefore, the key drivers of the present study are: branding prominent Iranian personalities, expanding the sense of vitality in historical places, developing software and hardware infrastructure, addressing tourists' concerns about

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]
[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

journal of Future Cities vision
Summer 2025. Vol 6. Issue 22
ISSN (Print): 2783-0780- ISSN (Online): 2783-0780
Journal Homepage: https://www.jvfc.ir/

the security of tourist destinations, monitoring measures for cultural and historical attractions, ensuring the security of tourists entering the country as one of their basic rights, investing in diversifying attractions, appropriate accommodation and welfare infrastructure, appropriate infrastructure for tourist movement, and tourism diplomacy.

Conclusion

Today, tourism development in all areas, whether at the national, regional or international levels, has been the focus of government planners and private companies. The development of the tourism industry, including cultural tourism, is of great importance, especially for developing countries that face problems such as high unemployment, limited foreign exchange resources and a single-product economy.

By adopting a futures approach and considering the key drivers obtained in the present study,

References

1- Ahmadzadeh, J. A. , Haji Ali Akbari, F. and doroudi, H. (2023). Identification and Analysis of the Social Drivers Governing the Tourism Development Policy of Iranian Cities in the Horizon 2025 with a Future Studies Approach. *urban tourism*, *10*(1), 133-149. doi: 10.22059/jut.2023.348349.1066. [In Persian].

2- Beizaei, M, and Sedaghati, A. (2017). Presenting indicators of Iranian-Islamic cultural identity in accordance with types of cultural tourism and considering the sustainability factor of tourism. Heritage and Tourism, 2(7), 111-131 **.[In Persian].**

3- Chuang. Sh. (2019) Residents' attitudes toward rural tourism in Taiwan: a comparative viewpoint, Journal International, Journal of Tourism Research, Vol.15, No.2, pp.152-170.

4- Dadazade- Silabi, P., & Ahmadifard, N. (2019). Determine the Key Factors of Tourism Development Based on Future Research Approach (Case Study: Mazandaran Province). *Geography and Environmental Sustainability*, *9*(1), 73-89. doi: 10.22126/ges.2019.1064 [In Persian].

5- Fathizadeh, F. , Azizpour, F. and Sanati Sharghi, N. (2020). The Key Propellants Affecting Rural Tourism Development (Case Study: The Tourist Destination Village of Dizbad Olya). *Journal of Geography and Regional Development*, *17*(2), 123-146. doi: 10.22067/geography.v17i2.75640. [In Persian].

6- Ghahramanifard, H. , Hoseinzadedalir, K. and Moosavi, M. S. (2021). Recognition and Evaluation of Effective Vital Drivers on the Future of Tourism Development in Iran's Metropolises Case Study: Tabriz Metropolis. *urban tourism*, *8*(1), 67-82. doi: 10.22059/jut.2021.316833.869. [In Persian].

7- Hajaghamir, S. M. , Reshadatjoo, H. , Abtahi, A. , Salehi Amiri, S. R. and Azizabadi Farahani, F. (2021). designing desired pattern of cultural tourism development in iran. *Interdisciplinary Studies on Strategic Knowledge*, *5*(18), 201-228. [In Persian].

8- Khoshkam, M. , Saboori, B. , & Ghaderi, Z. (2019). Impact of International Tourism on Economic Growth: A Case of Selected Developed and Developing Countries with GMM estimation. *Journal of Tourism Planning and Development*, *8*(29), 191-213. doi: 10.22080/jtpd.2019.14902.2922. [In Persian].

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

journal of Future Cities vision
Summer 2025. Vol 6. Issue 22
ISSN (Print): 2783-0780- ISSN (Online): 2783-0780
Journal Homepage: https://www.jvfc.ir/

9- Krogmann, A., Ivanič, P., Kramáreková, H., Petrikovičová, L., Petrovič, F., & Grežo, H. (2021) Cultural Tourism in Nitra, Slovakia: Overview of Current and Future Trends. *Sustainability*, *13*(9), 5181

10- Li, X., Abbas, J., Dongling, W., Baig, N. U. A., & Zhang, R. (2022). From cultural tourism to social entrepreneurship: Role of social value creation for environmental sustainability. *Frontiers in Psychology*, *13*, 925768.

11- Mele, E., Kerkhof, P., & Cantoni, L. (2021). Analyzing cultural tourism promotion on Instagram: a cross-cultural perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *38*(3), 326-340.

12- Mousavi, S. A, Beykmohammadi, H, and Sarami, H. (2022). Evaluating the effects of cultural tourism indicators on the development of the tourism industry (case study; Isfahan city). Urban Environment Planning and Development, 2(6), 17-32 .[In Persian].

13- Nadi, M. B. , & Rafieian, M. (2022). Identifying the Key Drivers Affecting Tourism Development with the Foresight Approach (Case study: Golden Tourism Triangle of Isfahan, Fars, Yazd). *Journal of Tourism Planning and Development*, *11*(43), 27-48. doi: 10.22080/jtpd.2022.23314.3676. [In Persian].

14- Ranjbarian, B and Zahedi, M. (2011), Understanding Tourism. First edition. Isfahan: Chaharbagh Publications. [In Persian].

15- Samadi, A. H; Mosleh Shirazi, A and Naghi Rouhi, A. (2012). Designing a dynamic model for the tourism industry in Iran using a system dynamics approach for the Iranian horizon 1404. Quarterly Journal of Economic Modeling, 6(1), 65-89. [In Persian].

16- Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2020). Exploring memorable cultural tourism experiences. Journal of Heritage Tourism, 15(3), 341-357.

17- Shokrizadeh, M, Torabi Farsani, N, and Baghban Maher, S. (2018). Investigating the potential of theater and performing arts for tourism development in Isfahan province. Theater, -(73), 14-34 .[In Persian].

18- Singla, M. (2020). A case study on socio-cultural impacts of tourism in the city of Jaipur, Rajasthan: India. Journal of Business Management & Social Sciences Research, 3(2), 10-23

19- Vergori, A. S., & Arima, S. (2020). Cultural and non-cultural tourism: Evidence from Italian experience. Tourism Management, 78, 104058.

20- Zahedi, M, and Alaei, S. (2018). The Role of Cultural Tourism in the Development of the Resistance Economy. International Conference on Management and Humanities Research in Iran **.[In Persian].**

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155] [Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

نوع مقاله: پژوهشی

فصلنامه چشم انداز شهرهای آینده

www.jvfc.ir

دوره ششم، شماره دوم، پیاپی (۲۲)، تابستان ۱۴۰۴

صص ۱۶۹-۱۵۵

فصلنامه چشم انداز شهرهای آینده

Future Cities Vision

شناسایی پیشران های موثر بر توسعه گردشگری فرهنگی با تاکید بر هنرهای نمایشی با رویکرد آینده پژوهی(مورد مطالعه: کلانشهر تهران)

مهدی امیری، مربی، عضو هیات علمی گروه هنرهای نمایشی دانشکده هنرومعماری، دانشگاه زابل، زابل، ایران[۱]

علی عسکر علیزاده مقدم، استادیار، عضو هیات علمی گروه هنرهای نمایشی دانشکده هنر و معماری، دانشگاه زابل، زابل، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۱۷

چکیده

امروزه صنعت گردشگری و در این میان گردشگری فرهنگی فراتر از یک صنعت، به مثابه پدیده پویای جهانی و اجتماعی است که پیچیدگی‌های خاص خود را دارد و شناخت دقیق و تحلیل علمی این پدیده می‌تواند چارچوب مطمئنی برای برنامه ریزی صنعت گردشگری فراهم آورد. این صنعت به منزله بزرگ ترین تحرک اجتماعی با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و فضایی متعدد همواره نیازمند اثربخش کردن توسعه آن در حال و آینده است. در این راستا برنامه ریزی برای توسعه گردشگری، به عوامل و شرایط گوناگونی وابسته است که به شرط به کارگیری نظام مند و ساختاری آنها، می توان به این مهم دست یافت. این موضوع نشان از اهمیت آینده پژوهی و ضرورت تدوین چشم اندازهای آینده در فرایند توسعه گردشگری و در این میان پیشران‌های گردشگری فرهنگی دارد. بدین منظور در پژوهش حاضر سعی بر آن است که پیشرانهای گردشگری فرهنگی کلیدی موثر شناسایی و تحلیل شوند. در نوشتار پیش رو ابتدا با تکنیک دلفی، ۳۰عامل اولیه استخراج شده، سپس با استفاده از روش دلفی مدیران، ماتریس اثرات متقاطع مؤلفه ها تشکیل شد. در مرحله بعد، تحلیل ماتریس با نرم افزار میک مک انجام شد. نتایج حاصل از پراکندگی متغیرها در محور تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل در نرم افزار میک مک، بیانگر پایداری سیستم در توسعه گردشگری است و بر همین اساس، یافته‌های پژوهش نشان داد که برندسازی شخصیت های برجسته ایرانی، گسترش حس سرزندگی در مکان های تاریخی، توسعه زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری، رفع نگرانی گردشگران از باب امنیت مقاصد گردشگری، تمهیدات نظارت بر جاذبه های فرهنگی و تاریخی، تامین امینت گردشگران ورودی به کشور به عنوان یکی از حقوق اولیه آنها، سرمایه گذاری در جهت تنوع بخشیدن به جاذبه ها، زیرساخت های مناسب اقامتی و رفاهی، زیرساخت های مناسب برای رفت و آمد گردشگران، دیپلماسی گردشگری به عنوان پیشران‌های کلیدی شناسایی شدند.

واژگان کلیدی: گردشگری فرهنگی، هنرهای نمایشی، آینده پژوهی، کلانشهر تهران

۱ . مسئول مکاتبات: art.amiri@uoz.ac.ir

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

مقدمه

امروزه گردشگری به عنوان یک رویکرد اقتصادی پویا و دارای ویژگی‌های بارز و منحصر به فرد، به یکی از بزرگترین و پرمنفعت‌ترین صنایع در اقتصاد جهان تبدیل شده است (احمدی، ۱۳۹۷: ۸۰) صنعت گردشگری، یک صنعت بسیار رقابتی با فعالیت مبتنی بر مقصد می باشد که در هر منطقه با توجه به منابع طبیعی، فرهنگی و برساختهای آن متفاوت است(Akande etal,2021:29). حدود ۱۸ درصد از از فعالیتهای اقتصادی را تولید می‌کند بدون تردید به عنوان یک صنعت پناهگاه امن برای کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه شناخته شده است (Dogru et al,2020:65). گردشگری تأثیر مثبتی بر اقتصاد، جامعه، فرهنگ و محیط زیست دارد. از جمله سهم آن در تولید ناخالص داخلی، بهبود زیرساخت ها، حفاظت و بازسازی فرهنگ و افزایش آگاهی محیط زیستی. علاوه بر آن، یک روش مؤثر برای کاهش فقر در برخی از جوامع سنتی محسوب می گردد؛ زیرا مشاغل مختلفی را نسبت به معیشت سنتی و نیز فرصت های فروش محصولات محلی به وجود می آورد همچنین گردشگری نقش مهمی در توسعه پایدار محلی ایفا می‌کند. این صنعت از طریق ترکیب و به کارگیری همزمان منابع داخلی و خارجی منافع اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی زیادی را به دنبال دارد (پورنگ و همکاران،۱۴۰۰:۳۹۹). یکی از شاخه های مهم گردشگری که به این تبادل فرهنگی جهت می دهد، گردشگری فرهنگی است. گردشگری فرهنگی به عنوان سفری برای دیدن فرهنگ های مختلف ملی و میراث فرهنگی تعریف شده است. در ابتدا، این مفهوم به منظور تعیین هویت فرهنگی و میراث فرهنگی توسط اتحادیه اروپا در اوایل دهه ۱۹۸۰ ارائه شد. امروزه گردشگری فرهنگی یکی از بزرگترین و سریعترین رشد ها را در بازار گردشگری جهانی داشته است و صنایع فرهنگی و خلاق به طور فزاینده ای برای ترویج مقصدهای گردشگران فرهنگی مورد استفاده قرار گرفته است (Vergori & Arima,2020:45). به همین ترتیب، گردشگری فرهنگی بخش مهمی از گردشگری در رابطه با یک کشور یا مناطق فرهنگی به ویژه تاریخ مردم، هنر، ارزش‌ها و سبک زندگی آنها در این مناطق جغرافیایی را اشغال کرده است این گردشگری، نسبت به انواع گردشگری های دیگر، به لحاظ های گوناگون، متفاوت و بسیار منحصر به فرد است؛ چرا که در طول سفر همواره یادگیری زندگی افراد دیگر و آداب و رسوم آنها نشان داده می‌شود (Seyfi et al,2020:346).امروزه گردشگری فرهنگی بسیار رونق یافته و بخش مهمی از تقاضای جهانی گردشگری را تشکیل می‌دهد. طبق آمار سازمان جهانی گردشگری ۳۷درصد گردشگری بین المللی با انگیزه فرهنگی انجام می شود و این تقاضا در حال افزایش است. رشد گردشگری فرهنگی و گردشگری میراث به عنوان عناصر گردشگری نوین توجه سیاست گذاران و محققان را در سراسر دنیا به خود جلب کرده است (باصولی و همکاران،۱۳۹۸:۸۱).

اتکای شدید اقتصاد ایران به درآمدهای حاصل از صادرات نفت و همچنین پیروی متغیرهای کلان اقتصادی کشور از قیمت جهانی نفت لزوم تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ابعاد فرصت های جدید شغلی در کشور را بیش از پیش نشان می دهد (روند حاکم بر متغیرهایی مانند تولید ناخالص ملی، سرمایه گذاری ناخالص، در آمد سرانه و غیره در سه دهه اخیر ایران، به روشنی نشان دهنده این موضوع است). همزمان با کاهش جهانی قیمت نفت و برنامه ریزی برای کاهش وابستگی به درآمدهای منابع طبیعی، ایران نیز همانند بسیاری از اقتصادهای سنتی وابسته به نفت به صنایع خدماتی مانند گردشگری جهت گیری راهبردی داشته است و به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی خود و همچنین ابعاد فرصت های جدید شغلی در کشور با توجه به وجود ظرفیت های بالقوه توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار بوده به گونه ای که این اهمیت را می توان در اقدامات اخیر کشور نظیر چشم انداز بیست ساله کشور در حوزه گردشگری (رسیدن به ۲۰ میلیون گردشگر تا سال ۱۴۰۴)، نقش و جایگاه گردشگری و در این میان گردشگری فرهنگی در برنامه پنج ساله ششم توسعه، نقش و جایگاه آن در بیانات مقام معظم رهبری ، سیاست های کلی نظام و ... مشاهده نمود (حسنی و رحیم زاده،۱۳۹۸:۱۳۸). در سند جامع توسعه ملی گردشگری ایران آمده است که ایران در بخش جاذبه های طبیعی رتبه پنجم و در بخش جاذبه های تاریخی و باستانی رتبه دهم دنیا را دارد و بر اساس پیش بینی ها در پایان برنامه ششم توسعه که مصادف با سند

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

چشم انداز بیست ساله است، ایران باید به سالانه ۲۰ میلیون گردشگر ورودی دست پیدا کند (سند چشم انداز ۱۴۰۴). بررسیهای نشان می دهد که با روند جاری حاکم بر گردشگری کشور در افق چشم انداز ما حداکثر به ۵۵ میلیون گردشگر در سال دست خواهیم یافت (صمدی و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۳-۱۲). آمارهای موجود نشان دهنده این امر است که سهم ایران در جلب گردشگران خارجی با توجه به وسعت، تاریخ و تمدن و جاذبه های گردشگری ناچیز است با توجه به ارزشهای حاکم در ایران و در این میان در شهر تهران به نظر می رسد الگوی مطلوب برای گسترش گردشگری خلاق، میراث فرهنگی ناملموس،باشد ولی تاکنون نظامی مدون و اصولی برای استفاده از پتانسیل‌های مرتبط با میراث فرهنگی ناملموس وجود نداشته است. بنابراین تحلیل تاثیر مولفه‌های شکل دهنده میراث فرهنگی ناملموس در راستای گسترش گردشگری خلاق در اتخاذ تدابیری هم سو با شناخت و تقویت ظرفیتها در این حوزه و در نهایت جذب حداکثری گردشگر مفید خواهد بود از نظر نوع گردشگران نیز، معمولاً گردشگران میراث جزو تحصیل کرده ترین و متعهدترین افرادندکه به سفر مبادرت می ورزند، از این رو سبب ارتقای فرهنگی جامعه میزبان می‌شوند و کمترین آثار نامطلوب فرهنگی و اجتماعی را در پی خواهند داشت. نظر به این که ایران با بهره مندی از تنوع فرهنگی، مذهبی و زبانی و پهنه وسیع جغرافیایی و غنای تاریخی، دارای میراث فرهنگی ناملموس فراوانی است، شناسایی تمامی عوامل و عناصر مرتبط با این ظرفیت عظیم و طراحی الگویی برای آن تأثیر بسزایی در گسترش گردشگری فرهنگی خواهد داشت و راهنمایی نظری و عملی برای متولیان اجرایی خواهد بود. با درک موارد گفته شده سوال اصلی پژوهش این است که پیشران های موثر بر توسعه گردشگری فرهنگی با تاکید بر هنرهای نمایشی با رویکرد آینده پژوهی کدامند؟

مبانی نظری

در طول تاریخ بشر همواره علاقه ی زیادی به آشنایی با گذشتگان و سبک و شیوه ی زندگی آن ها داشته است همین موضوع باعث شکل گیری گونه های از گردشگری به نام گردشگری فرهنگی در جوامع شده است(شکری زاده و همکاران،۱۸:۱۳۹۷). به طور کلی عبارت گردشگر فرهنگی به گردشگرانی اشاره دارد که علیرغم وجود تضادها و تفاوتهای ،فرهنگی به شهر یا کشور دیگری سفر می کنند تا از فرهنگ و آداب و رسوم آن ها بازدید کنند؛ از این رو جاذبه های فرهنگی محور گردشگری فرهنگی محسوب می شود(بیضایی و صداقتی،۱۱۵:۱۳۹۶). گردشگری فرهنگی درواقع نوعی از گردشگری است که به جاذبه های تاریخی و فرهنگی توجه می کند که شامل فستیوال ها، موزه ها، جشن ها و... می شود. گردشگران فرهنگی، تمایل به بازید از بناها و آثار تاریخی رادارند چراکه با دیدن این آثار می توانند تجربه فرهنگی خود را افزایش دهند (موسوی و همکاران،۲۲:۱۴۰۱). در طول تاریخ بشر همواره علاقه زیادی به آشنایی با گذشتگان و سبک و شیوه ی زندگی آن ها داشته است همین موضوع باعث شکل گیری گونه ای از گردشگری به نام گردشگری فرهنگی در جوامع شده است سازمان جهانی گردشگری در آخرین تعریف خود در سال ۲۰۱۷، گردشگری فرهنگی را یکی از انواع گردشگری می داند که در آن بازدید کننده انگیزه زیادی برای یادگیری، کشف، تجربه و به کارگیری و مصرف جاذبه ها محصولات فرهنگی ملموس و غیر ملموس در مقصد گردشگری دارد(زاهدی و علایی، ۵۵:۱۳۹۷). این جاذبه ها / محصولات از مجموعه مشخص و محدودی از عوامل تشکیل می شوند که شامل مواد اولیه هوش و ذکاوت عوامل احساسی و معنوی یک جامعه با تأکید بر هنر و معماری، میراث فرهنگی و تاریخی میراث ساختنی ادبیات، موسیقی، صنایع خالق و فرهنگ زندگی در بگیرنده سبک زندگی دستگاه های ارزشی باورها و سنت ها هستند (حاج آقامیر و همکاران،۲۲۰:۱۴۰۰). در تعریف گردشگری فرهنگی به دو رویکرد اشاره می.شود رویکرد سایت ها و یادمان ها و رویکرد مفهومی رویکرد اول به طور عمده فرهنگ را به مثابه یک محصول توصیف می کند، به بیانی گردشگری فرهنگی را به مثابه مصرف و دیدار از جاذبه های فرهنگی می پذیرد و دیدگاه به نسبت محدودی از انگیزه ها و فعالیتهای گردشگری فرهنگی را ارائه می دهد. اما رویکرد مفهومی می کوشد تا گردشگری فرهنگی را از طریق تحلیل انگیزه ها، تجربه ها و معانی گردشگری فرهنگی توصیف کند (گلرخ ۱۳۹۷: ۸۴). گردشگران نسل جدید با دور شدن از ویژگی مشاهده گری صرف، به میزان بیشتری نسبت به قبل به دنبال افزایش آگاهی و سرمایه های فرهنگی خود

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

هستند. در گردشگری خلاق، گردشگر با ایفای نقش مشارکتی خود در تعامل و ارتباط تنگاتنگ با محیط قرار گرفتـه و در این تعامل می تواند در جریان تولیدات ،فرهنگی ،هنری آداب و رسوم و سنن جامعه هدف قرار گرفته و نفش آفرینی کنـد (Mele et al,2021). گردشگران فرهنگی را به دو گروه عمومی و تخصصی تقسیم مـی کننـد. گردشـگران فرهنگـی عمومی، برای مقصد فرهنگی ای که تفریح و سرگرمی سفر می کنند و صرفاً بدان سفر کرده انـد در تعریـف گردشـگری فرهنگی نقش دارد ولی گردشگران فرهنگی تخصصی تنها بر یک یا چند حوزه فرهنگـی تمرکـز مـی کننـد و مطالعـات عمیقی بر روی آن انجام می دهند تا به تجربه های ژرف دست یابنـد (موسـوی و بـاقری کشـکولی، ۱۳۹۹: ۱۶). انـواع گردشگران فرهنگی را نیز بر اساس پژوهش لی و همکاران(۲۰۲۲) و بر مبنای چگونگی انتخـاب مقصـد فرهنگـی مـی توان به پنج دسته تقسیم کرد:

جدول۱:انواع گردشگران فرهنگی بر مبنای چگونگی انتخاب مقصد

انواع گردشگران فرهنگی	ویژگی ها
گردشگران فرهنگی هدفمند	گردشگری فرهنگی نقش کلیدی و اصلی را در انتخاب سفر ایفا می کند و فرد در جستجو شکست به تجربه های عمیق فرهنگی است.
گردشگران فرهنگی غیرحرفه ای	گردشگری فرهنگی نقش کلیدی را در انتخاب سفر ایفا می کند ولی فرد به صورت گزینشی و انتخابی علاقه مند به کسب تجربه های فرهنگی است.
گردشگران فرهنگی اتفاقی	گردشگری فرهنگی نقش نسبی در انتخاب سفر داشته و فرد به صورت اتفاقی علاقه مند به کسب تجربه های فرهنگی است.
گردشگران فرهنگ تصادفی	گردشگری فرهنگی نقش بسیار کم و محدود در انتخاب سفر داشته و فرد به صورت تصادفی علاقه مند بازدید از جاذبه های فرهنگی است.
گردشگران فرهنگی کاملاً تصادفی	گردشگری فرهنگی تقریباً هیچ نقشی در انتخاب سفر ندارد و فرد کاملا به صورت پیشامدی تجربه فرهنگی کسب می کند.

صفای پور و مرادی (۱۴۰۲) پژوهشی با عنوان شناسایی پیشران‌های کلیدی موثر آینده توسعه گردشـگری ایـران انجـام داده‌اند. نتایج نشان داد که گردشگری مذهبی ۱۳ عامل کلیدی جذب سرمایه گذار مدیریت یکپارچه تحریمها شرایط آب و هوایی تورهای ،گردشگری رفع موانع ،قانونی بخـش خصوصـی توسـعه اقتصـادی نظارتهـا زیسـت محیطـی موقعیـت ژئوپلتیکی، روادید شبکه های ارتباطی که بیشترین نقش را در وضعیت آینده توسعه گردشگری مذهبی شهر مهران دارنـد انتخاب شدند. سپس با استفاده از قابلیتهای سناریو ویزارد ۲ سـناریوی ،قـوی ۹۹۹۹ سـناریوی ضـعیف و ۴ سـناریو بـاور کردنی استخراج شد.

جهان افروز و همکاران (۱۴۰۲) پژوهشی با عنوان شناسایی و تحلیل پیشران‌های اجتماعی حاکم بر سیاست‌گذاری توسعه گردشگری شهرهای ایران در افق ۱۴۰۴ با رویکرد آینده‌پژوهی انجام داده‌اند. یافته‌های پـژوهش نشـان داد کـه از بـین پیشران‌های شناسایی شده پیشران‌های سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی حاکمیت مبنی بـر حجـاب اجبـاری گردشـگران خارجی و برخی محدودیت در آزادی‌های اجتماعی همچون ممنوعیت مصرف مشـروبات الکـی ، تقویـت دانـش سـاکنین مناطق دارای جاذبه گردشگری نسبت به پتانسیل‌های گردشگری منطقه، توسعه بازی-های بومی محلـی، تصـویر ذهنـی مقصد گردشگری، تقویت نهادهای محلی در جهت سرمایه‌گذاری در گردشـگری، آگاهی‌بخشـی جامعـه محلـی در مـورد نحوه برخورد با گردشگران، افزایش فرهنگ گردشـگرپذیری، پیوسـتگی میـان اجـزای زنجیـره گردشـگری، امکانـات و تسهیلات اقامتی، ترتیب اثر دادن نظرات بومیان در جلسات هم‌اندیشی مردم و مسئولین در رسانه-ها به‌عنوان پیشران‌های کلیدی شناسایی شدند.

باقرنادی و رفیعیان (۱۴۰۲) پژوهشی با عنوان شناسـایی پیشـران‌های کلیـدی مـوثر بـر توسـعه گردشـگری بـا رویکـرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: مثلث طلایی گردشگری اصفهان، فارس، یزد) انجام داده‌اند. یافتـه‌های پـژوهش بیـانگر آن است که ۱۱ عامل «سیاست‌های کلان دولت»، «تعامل دسـتگاه‌ها»، «شـیوه مـدیریت اسـتان»، «مـدیریت تخصصـی»، «برندسازی و ایجاد انگیزه سفر»، «جاذبه‌های طبیعی»، «آثار تـاریخی و میـراث فرهنگـی»، «صـنایع دسـتی و بـومی»،

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

«فرهنگ گردشگرپذیری»، «زیرساخت‌های حمل‌و نقل» و «زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری» پیشران‌های کلیدی موثر بر توسعه گردشگری در سه استان مثلث طلایی گردشگری هستند.

قهرمانی فرد و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان شناخت و ارزیابی پیشران‌های حیاتی مؤثر بر آینده توسعه گردشگری مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز انجام داده است. نتایج نشان می‌دهد از بین ۳۸ شاخص مؤثر کشف‌شده در توسعه گردشگری شهری تبریز ۱۰ شاخص به‌عنوان پیشران حیاتی مشخص شدند. در بین پیشران‌های کشف‌شده پیشران فرهنگ با امتیاز ۱۱۰۷ بالاترین و پیشران تبلیغات با امتیاز ۶۹۵ کمترین امتیاز را کسب کرده‌اند. به‌صورت کلی می‌توان گفت وضعیت تحقق پیشران‌های کشف‌شده در شهر تبریز وضعیت مطلوبی نیست و در صورت توجه به این پیشران‌ها و اجرای راهبردهای متناسب با این پیشران‌ها می‌توان آینده مطلوبی برای توسعه آتی گردشگری شهر تبریز متصور شد.

کراگمن و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی با عنوان گردشگری فرهنگی در شهر نیتر اسلواکی مروری بر روندهای فعلی و آینده انجام داده اند. یافته های حاصل از این پژوهش حاکی از آن است که محدوده مورد مطالعه با توجه به مراکز فرهنگی از جمله کلیسا قابلیت تبدیل شدن به مقصد مهم گردشگری فرهنگی را دارد که به تیج آن زمینه برای احیای ارزشهای فرهنگی جامعه که منبعث از ارزشهای مذهبی است فراهم می.کند باویا (۲۰۲۰ پژوهشی با عنوان اثرات اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی گردشگری توسعه در دلتای اوکاوانگو شمال غربی بوتسوانا انجام داده است یافته های حاصل از این پژوهش بیانگر دو سویه بودن این تأثیرات در آداب و رسوم محلی و هنجارهای فرهنگی ستی این ناحیه بوده است. سینگلا (۲۰۲۰) در مطالعه ای که به بررسی آثار اجتماعی – فرهنگی گردشگری در شهر جایپور هند پرداخته، آثار متعدد مثبت و منفی آن را از دید مردم متذکر شده است و دیدگاه آنان را درباره آینده توسعه گردشگری در این شهر، خوش بینانه ارزیابی می.کند چوانگ (۲۰۱۹) پژوهشی با موضوع ادراک ساکنان تائو از اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری در جزیره تایوان انجام داد و به این نتیجه رسید که ساکنان از تعامل با گردشگران لذت میبرند و دید مثبتی نسبت به توسعه گردشگری دارند هم چنین نتیجه تحقیق نشان داد که ادراک ساکنان این روستاها از اثرات اجتماعی – فرهنگی گردشگری ارتباط قابل توجهی با جنسیت محل ،اشتغال مدت زمان اقامت در منطقه و سن ندارد.

ساپو (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان بررسی نقش و اهمیت گردشگری فرهنگی در صنعت گردشگری امروزی» نشان داد که در آینده نزدیک گردشگری فرهنگی پرمخاطب ترین نوع گردشگری در جهان خواهد شد و با کمک مؤلفه های فرهنگی جذابیت بیشتری برای گردشگران خواهد داشت.

همان گونه که پیشینه پژوهش نشان می‌دهد، در حیطه گردشگری با رویکرد آینده پژوهی در کشور تاکنون پژوهشی با هدف تعیین پیشران‌های توسعه گردشگری فرهنگی انجام نگرفته و پژوهش حاضر می تواند گامی استوار در جهت انجام دادن تحقیقات آینده باشد. با مطالعه منابع موجود مشخص می شود دست یابی به مزایا و مطلوبیت ها زمانی امکان پذیر خواهد بود که با برنامه ریزی صحیح و متمرکز برای آینده بستر الزام برای این کار فراهم شود. از همین رو آینده نگری گردشگری فرهنگی می تواند نقش بسزایی در شناسایی عوامل کلیدی و برنامه ریزی برای توسعه گردشگری در آینده داشته باشد.

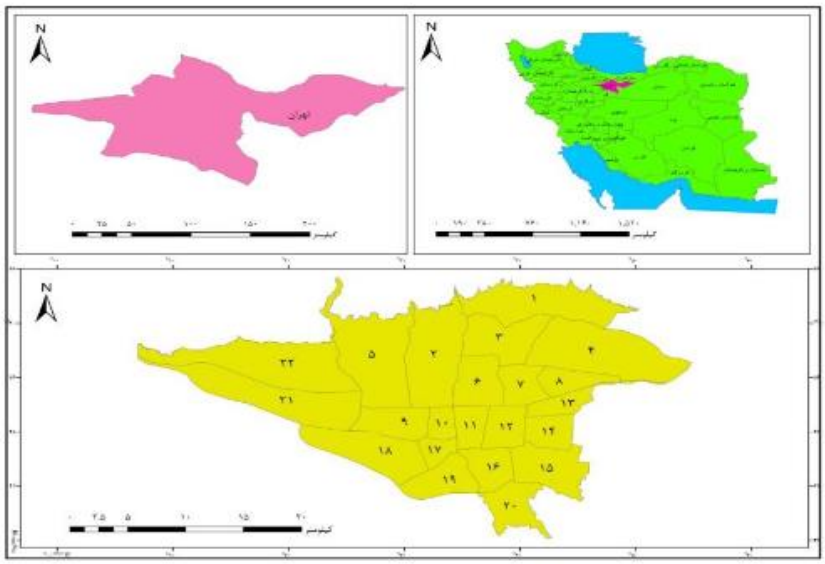
روش تحقیق

معرفی محدوده مورد مطالعه

شهر تهران بیش از ۶۰۰ کیلومتر مربع مساحت دارد و بین ۳۵ درجه و ۳۱ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۵۷ دقیقه عرض شمالی و ۵۱ درجه و ۴ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۴۷ دقیقه طول شرقی واقع شده است این شهر از شمال به سلسله جبال البرز، از شرق به لواسانات و از غرب به کرج و از جنوب به ورامین محدود .است شهرتهران، از نظر تقسیمات اداری به ۲۲ منطقه و ۱۲۳ ناحیه و ۳۵۳ محله تقسیم می.شود (سالنامه آماری شهر تهران، ۱۳۹۸، ۱۲).

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]



شکل۱. محدوده مورد مطالعه

داده و روش کار

پژوهش حاضر با رویکرد آینده پژوهی، مهم ترین عوامل پیشران در آینده پژوهی موثر بر توسعه گردشگری فرهنگی با تاکید بر هنرهای نمایشی و میزان و چگونگی تأثیرگذاری این عوامل را بررسی می کند. نوشتار پیش رو ازلحاظ هدف کاربردی است و با توجه به مؤلفه‌های مورد بررسی، رویکرد حاکم بر آن روش توصیفی تحلیلی است. از تکنیک دلفی برای شناسایی متغیرها و شاخص ها استفاده شده است. در این راستا در مرحله اول برای جمع آوری متغیرها از مقالات علمی پژوهشی و مروری منتشر شده در زمینه موضوع پژوهش استفاده شد؛ سپس پرسش نامه نیمه ساختاریافته بین کارشناس متخصص و خبره در حوزه پژوهش توزیع شد و از آنها خواسته شد تا در چارچوب ماتریس اثرات متقاطع به متغیرها، بر مبنای تأثیرگذاری و تأثیرپذیری با اعدادی در طیف صفر تا سه امتیاز دهند. در این امتیازدهی «صفر» به منزله بدون تأثیر، «یک»، تأثیر ضعیف؛ «دو» تأثیر متوسط و «سه» به معنای تأثیر زیاد است؛ سپس امتیازها در ماتریس متقاطع وارد شد تا تأثیرگذاری و تأثیرپذیری مستقیم و غیرمستقیم هرکدام از عوامل سنجیده شود و با توجه به امتیاز تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل، پیشرانهای کلیدی به دست آیند. نرم افزار میک مک یکی از بهترین نرم افزارهایی است که برای محاسبات ماتریس تحلیل اثرات متقاطع، طراحی شده است؛ روش این نرم افزار بدین گونه است که ابتدا متغیرها و مؤلفه های مهم در حوزه مورد نظر را شناسایی کرده و آنها را در ماتریس اثرات وارد نموده و سپس میزان ارتباط میان این متغیرها باهم به وسیله خبرگان تشخیص داده می شود. متغیرهای موجود در سطرها روی متغیرهای موجود در ستون ها تأثیر می گذارند؛ بدین ترتیب متغیرهای سطرها، تأثیر گذار و متغیرهای ستون ها، تأثیرپذیر هستند(Majumdar et al,2016:436). این ماتریس را می توان با نمودار متناظر آن نمایش داد. نحوه پراکنش عوامل روی این نمودار گویای آن است که سیستم در چه وضعیتی قرار دارد. آیا سیستم پایدار است یا ناپایدار؟ این فهم اولیه از وضعیت سیستم بر نحوه تحلیل عوامل تأثیرگذار است. در سیستم های پایدار پراکنش عوامل به صورت L است؛ یعنی برخی عوامل دارای تأثیرگذاری و برخی دارای تأثیرپذیری بالا هستند؛ بنابراین در سیستم های پایدار در مجموع سه دسته عوامل تأثیرگذار، عوامل تأثیرپذیر و عوامل مستقل مشاهده می شود. در مقابل، در سیستم های ناپایدار وضعیت پیچیده تر از سیستم های پایدار است. در این سیستم ها عوامل حول محور قطری بردار و در تمامی صفحه پراکنده اند و عوامل در بیشتر مواقع حالتی بینابینی دارند. تحلیل این سیستم ها نسبت به سیستم های پایدار پیچیده تر است؛ زیرا عوامل بیشتری در این

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

سیستمها دخیل است. این عوامل در مجموع به پنج دسته تقسیم می شوند که عبارت اند از: ۱- عوامل تعیین کننده یا تأثیرگذار؛ ۲عوامل دووجهی که خود به دو زیرمجموعه عوامل ریسک و هدف تقسیم می شوند؛ ۳- عوامل تأثیرپذیر با نتیجه سیستم؛ ۴- عوامل مستقل که خود به دو بخش عوامل گسسته و عوامل اهرمی ثانویه تقسیم می شوند و ۵- عوامل تنظیمی. در مطالعات سناریومبنا، تخصص و دانش خبرگان بر کمیت کئی ارجحیت داشته و حجم نمونه مورد نظر نباید کمتر از ۲۵ نفر باشد (Chander et al,2013:11).

در پژوهش حاضر به منظور انتخاب آگاهانه شرکت کنندگان، از روش نمونه گیری هدفمند استفاده شده است. اساس به کار بردن روش نمونه گیری هدفمند، انتخاب گروهی از خبرگان است که بررسی عمیق یا فهمی کلی نسبت به ماهیت پرسشنامه پژوهش داشته باشند .با استناد به توضیحات بالا، جامعه آماری پژوهش پیش رو ۵۱ نفر از کارشناسان خبره در حوزه گردشگری شامل اساتید دانشگاهی متخصص در حوزه مورد مطالعه هستند. تعداد حجم در نظر گرفته شده برای تکنیک دلفی ۱۰ نفر و برای تکنیک میک مک حجم نمونه در نظر گرفته شده با توجه به آشنایی متخصصین به این نرم افزار ۵۱ نفر در نظر گرفته شد. در این پژوهش به منظور دستیابی به اهداف پژوهش از نرم افزار میک مک استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

عوامل مرتبط با پژوهش با استفاده از تکنیک دلفی به تایید نمونه آماری رسید. در ادامه ۳۰ عامل با نرم افزار میک مک برای استخراج عوامل اصلی تأثیرگذار مورد تحلیل قرار گرفته است. ابعاد ماتریس ۳۰× ۳۰ است. درجه پرشدگی ماتریس۸۲/۳۵درصد است که نشان می دهد عوامل انتخاب شده تأثیر نسبتا زیاد و پراکنده ای بر همدیگر داشته و در واقع سیستم از پایداری برخوردار بوده است از مجموع ۱۱۵۶۰ رابطه قابل ارزیابی در این ماتریس، ۲۰۴۰ رابطه عدد صفر بوده که به این معنی است عوامل بر همدیگر تأثیر نداشته یا از همدیگر تأثیر نپذیرفته اند.۴۱۲۰ رابطه، عددشان یک بوده است بدین معنی که تأثیر کمی نسبت به هم داشته اند، ۲۷۶۰رابطه، عددشان ۲ بوده است بدین معنی که رابط تأثیرگذار نسبتا قوی داشته اند، ۲۶۴۰رابطه، عددشان ۳ بوده است. بدین معنی که روابط عامل های کلیدی بسیار زیاد بوده است و از تأثیرگذاری و تاثیر پذیری زیادی برخوردار بوده اند.

جدول ۲: تحلیل اولیه داده‌های ماتریس و تأثیرات متقاطع

شاخص	مقدار
ابعاد ماتریس	۳۰*۳۰
تعداد تکرار	۳
تعداد صفر	۲۰۴۰
تعداد یک	۴۱۲۰
تعداد دو	۲۷۶۰
تعداد سه	۲۶۴۰
تعدادp	۰
درجه پرشدگی	۸۲/۳۵

از طرف دیگر ماتریس بر اساس شاخص‌های آماری با ۳ بار چرخش داده ای از مطلوبیت و بهینه شدگی ۱۰۰درصد برخوردار می باشد به طوری که هم ماتریس اثرات مستقیم و هم ماتریس تاثیرات بالقوه مستقیم به ترتیب ۹۳ و ۹۴ درصد بوده که حاکی از روایی بالای پرسشنامه و پاسخ های آن است.

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

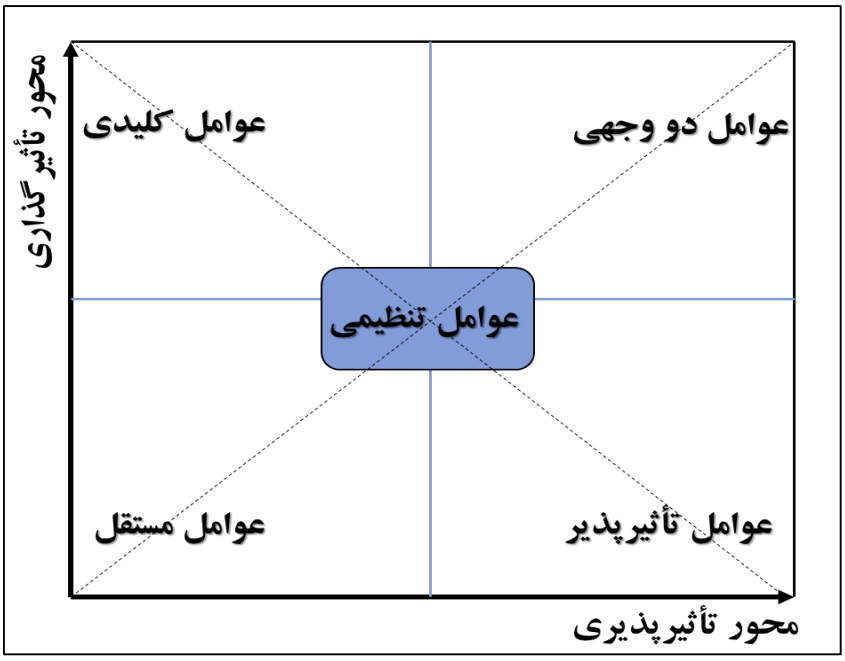
جدول۳: درجه مطلوبیت ماتریسها

Iteration	Influence	Dependence
۱	۰/۹۳	**۰/۹۴**
۲	٪ ۱۰۰	**٪ ۱۰۰**
۳	٪ ۱۰۰	**٪ ۱۰۰**

تحلیل اثرات متقابل

در زمینه شناسایی عوامل کلیدی، تحلیل اثرات متقابل عوامل انجام می‌شود برای انجام تحلیل اثرات متقابل از نرم‌افزار میک مک استفاده می‌شود. نرم‌افزار میک‌مک جهت انجام محاسبات سنگین ماتریس اثرات متقاطع طراحی شده است. روش این نرم‌افزار این‌گونه است که ابتدا متغیرها و مؤلفه های مهم در حوزه مورد نظر شناسایی می‌شوند. سپس در ماتریسی مانند ماتریس تحلیل اثرات وارد می‌شوند و میزان ارتباط میان این متغیرها با حوزه مربوط توسط خبرگان تشخیص داده می‌شود. متغیرهای موجود در سطرها بر متغیرهای موجود در ستون ها تأثیر می گذارند؛ بدین ترتیب متغیرهای سطرها تأثیرگذار و متغیرهای ستون ها، تأثیرپذیرند. نرم‌افزار میک‌مک، میزان تأثیر پذیری و تأثیرگذاری عوامل را در یک نمودار مفهومی که از دو محور تأثیرپذیری و تأثیرگذاری تشکیل شده است نشان می دهد. در این نمودار پنج ناحیه تشکیل می‌شود (شکل ۲).

ناحیه اول نشان دهنده عوامل کلیدی است. این ناحیه درواقع با ارزش ترین یا به عبارتی دیگر اصلی ترین عوامل تأثیرگذارند. ناحیه دوم، عامل های دو وجهی را نشان میدهد. در این ناحیه دو وجهی به معنای آن است که عوامل هم تأثیرپذیری بالایی دارند و هم اینکه تأثیرگذاری بالایی دارند و می‌توان آن ها را عوامل حد واسط نامید. ناحیه سوم، نشان دهنده متغیرهای خروجی یا نتیجه می باشد. در این ناحیه عواملی قرار می گیرند که تأثیرگذاری پایین و تأثیرپذیری بالایی دارند. ناحیه چهارم، متغیرهایی را نشان می دهد که می‌توان از آنها چشم پوشی کرد و این بدان دلیل است که این عوامل تأثیرگذاری و تأثیر پذیری پایینی دارند و می‌توان آن ها را متغیرهای مستقل نامید. ناحیه پنجم، شامل متغیرهایی می‌شود که در مرکز چهار ناحیه دیگر قرارگرفته‌اند و سیستم نمی‌تواند در مورد آنها تصمیم گیری قطعی نماید چرا که درآینده امکان پیوستن این عوامل به هر یک از چهار ناحیه دیگر بسیار زیاد است(آزاده و همکاران،۱۷:۱۳۹۹).



شکل ۲.نمودار شماتیک دسته بندی عوامل براساس تأثیرگذاری و تأثیرپذیری

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]
[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

براساس نتایج بدست آمده از نرم‌افزار میک مک، جدول شماره ۳، میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل را نشان می دهد. مطابق با اطلاعات مندرج در جدول مذکور که از نرم‌افزار میک مک استخراج شده است، عوامل برندسازی شخصیت های برجسته ایرانی، تمهیدات نظارت بر جاذبه های فرهنگی و تاریخی،زیرساخت های مناسب برای رفت و آمد گردشگران، ارتقا دانش تخصصی مدیران حوزه گردشگری، وجود سازمان مدیریت مقاصد گردشگری در راس تمامی سازمان های گردشگری جهت هماهنگی سایر بخش ها و سازمان ها بیشترین میزان تأثیرگذاری را بر توسعه گردشگری فرهنگی با تاکید بر هنرهای نمایشی را داشتند.

جدول ۳. میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل مؤثر بر گردشگری فرهنگی

عوامل	تأثیرگذاری	تأثیرپذیری	عوامل	تأثیرگذاری	تأثیرپذیری
۱. تمهیدات نظارت بر جاذبه های فرهنگی و تاریخی	۶۷	۵۸	۱۶. هماهنگی سیاست گذاری گردشگری با تحولات جهانی	۵۲	۴۹
۲. زیرساخت های مناسب برای رفت و آمد گردشگران	۶۶	۷۰	۱۷. دیپلماسی گردشگری	۵۹	۴۴
۳. گسترش حس سرزندگی در مکان های تاریخی	۶۱	۶۷	۱۸. داشتن سند چشم انداز حوزه گردشگری فرهنگی	۴۹	۵۵
۴. کیفیت فضای اماکن گردشگری	۴۷	۴۳	۱۹. وجود سازمان مدیریت مقاصد گردشگری در راس تمامی سازمان های گردشگری جهت هماهنگی سایر بخش ها و سازمان ها	۶۵	۴۰
۵. زیرساخت های مناسب اقامتی و رفاهی	۵۲	۳۹	۲۰. داشتن نگاه کل نگر به گردشگری فرهنگی	۵۵	۵۳
۶. توسعه زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری	۵۱	۴۶	۲۱. لزروم ایجاد هم افزایی بین سازمان های درگیر در گردشگری فرهنگی	۶۱	۴۷
۷. سرمایه گذاری در جهت تنوع بخشیدن به جاذبه ها	۵۵	۳۸	۲۲. فراهم کردن تسهیلات ورود گردشگران مانند مقررات زدایی نابه جا در بعد نرم افزاری	۶۵	۶۳
۸. رفع نگرانی گردشگران از باب امنیت مقاصد گردشگری	۶۰	۴۸	۲۳. لزوم تجمیع قوانین پراکنده در حوزه گردشگری فرهنگی	۴۴	۴۶
۹. تامین امنیت گردشگران ورودی به کشور به عنوان یکی از حقوق اولیه آنها	۶۱	۴۲	۲۴. اجرای برنامه های همه جانبه و تشویق کننده در جهت ماندگاری بیشتر گردشگران فرهنگی	۶۵	۶۷
۱۰. زیبایی بصری و کالبدی	۴۵	۵۵	۲۵. حمایت دولت از توسعه گردشگری فرهنگی با ارائه وام به کسب و کارهای درگیر در این حوزه	۶۵	۶۰
۱۱. استفاده از قابلیت های و جذابیت های گردشگری فرهنگی موجود در کشور در راستای بازاریابی	۵۸	۶۸	۲۶. توجه جدی دولت مردان به توسعه گردشگری فرهنگی در روابط و سفرهای خود به دیگر کشورها	۴۱	۴۲
۱۲. برندسازی شخصیت های برجسته ایرانی	۶۸	۳۱	۲۷. در نظر گرفتن دفتری در بخش رایزنی فرهنگی سفارت خانه ها برای توسعه گردشگری فرهنگی	۶۲	۶۵

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

عوامل	تأثیرگذاری	تأثیرپذیری	عوامل	تأثیرگذاری	تأثیرپذیری
۱۳. میزبانی و حضور در نمایشگاههای بین المللی گردشگری	۴۶	۴۵	۲۸. لغو ویزا برای گردشگران کشورهای با بیشترین مسافر	۵۷	۵۹
۱۴. ارتقا دانش تخصصی مدیران حوزه گردشگری	۶۵	۶۸	۲۹. سیاست گذاری دولت در اسناد فرادستی	۴۷	۵۶
۱۵. آگاهی مسئولان در مورد مزیت های ورود گردشگران فرهنگی	۴۶	۴۳	۳۰. ایجاد بسته های نوین گردشگری فرهنگی	۴۷	۵۰

وضعیت متغیرها روی نواحی اثرگذاری و اثرپذیری

متغیرهای دو وجهی: متغیرهایی که در این ناحیه قرار می‌گیرند دارای دو ویژگی مشترک تاثیرگذاری و تاثیرپذیری بالا هستند و هر تغییری بر این متغیرها باعث واکنش و تغییر در سایر متغیرها می‌گردد. با عنایت به نتایج مندرج در شکل ۵ از بین نیروهای پیشران شناسایی شده ، ۹ پیشران در این ناحیه قرار گرفته است این پیشران‌ها عبارت است از دیپلماسی گردشگری، وجود سازمان مدیریت مقاصد گردشگری در راس تمامی سازمان های گردشگری جهت هماهنگی سایر بخش ها و سازمان ها، فراهم کردن تسهیلات ورود گردشگران مانند مقررات زدایی نابه جا در بعد نرم افزاری، حمایت دولت از توسعه گردشگری فرهنگی با ارائه وام به کسب و کارهای درگیر در این حوزه، توجه جدی دولت مردان به توسعه گردشگری فرهنگی در روابط و سفرهای خود به دیگر کشورها، لغو ویزا برای گردشگران کشورهای با بیشترین مسافر، ایجاد بسته های نوین گردشگری فرهنگی، ارتقا دانش تخصصی مدیران حوزه گردشگری و آگاهی مسئولان در مورد مزیت های ورود گردشگران فرهنگی. متغیرهای این ناحیه به دو بخش متغیرهای ریسک و هدف تقسیم می‌شوند. متغیرهای ریسک حول و حوش خط قطری ناحیه شمال شرقی نمودار قرار می‌گیرند این متغیرها ظرفیت بالایی برای تبدیل شدن به بازیگران کلیدی سیستم را دارا هستند متغیرهای حمایت دولت از توسعه گردشگری فرهنگی با ارائه وام به کسب و کارهای درگیر در این حوزه، توجه جدی دولت مردان به توسعه گردشگری فرهنگی در روابط و سفرهای خود به دیگر کشورها، با توجه به مواردی که گفته شد جزء متغیرهای ریسک می‌باشند.

متغیرهای تعیین کننده یا تاثیرگذار: متغیرهایی که در این ناحیه قرار می‌گیرند بیش از آنکه از سیستم تاثیر بپذیرند بر سستم تاثیر می‌گذارند با توجه به شکل ۳ در این ناحیه ۱۱ متغیر قرار گرفته است این متغیرها عبارت است از: تمهیدات نظارت بر جاذبه های فرهنگی و تاریخی، گسترش حس سرزندگی در مکان های تاریخی، زیرساخت های مناسب اقامتی و رفاهی، تامین امنیت گردشگران ورودی به کشور به عنوان یکی از حقوق اولیه آنها، استفاده از قابلیت های و جذابیت های گردشگری فرهنگی موجود در کشور در راستای بازاریابی، زیبایی بصری و کالبدی، داشتن نگاه کل نگر به گردشگری فرهنگی، داشتن سند چشم انداز حوزه گردشگری فرهنگی، هماهنگی سیاست گذاری گردشگری با تحولات جهانی، سیاست گذاری دولت در اسناد فرادستی و لزوم تجمیع قوانین پراکنده در حوزه گردشگری فرهنگی.

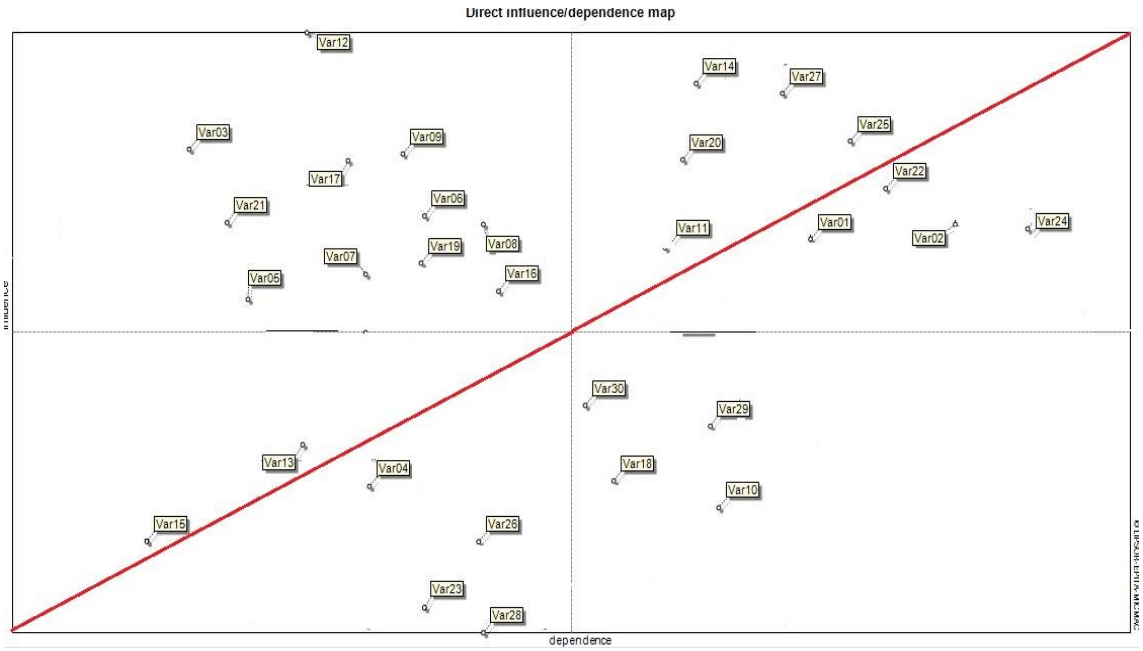
متغیرهای مستقل: متغیرهایی که در این ناحیه قرار می‌گیرند دارای اثرگذاری و اثرپذیری پایینی هستند. متغیرهایی که در این ناحیه قرار گرفتند شامل ۶ متغیر که عبارت است از: در نظر گرفتن دفتری در بخش رایزنی فرهنگی سفارت خانه ها برای توسعه گردشگری فرهنگی، لزروم ایجاد هم افزایی بین سازمان های درگیر در گردشگری فرهنگی، میزبانی و حضور در نمایشگاههای بین المللی گردشگری، برندسازی شخصیت های برجسته ایرانی، اجرای برنامه های همه جانبه و تشویق کننده در جهت ماندگاری بیشتر گردشگران فرهنگی، رفع نگرانی گردشگران از باب امنیت مقاصد گردشگری

متغیرهای تاثیرپذیر: متغیرهایی که در این ناحیه قرار می‌گیرند تاثیرگذاری کمی بر سیستم دارند و خود تابع تغییرات سایر متغیرها هستند. همان گونه که در شکل شماره ۳ قابل مشاهد است ۴ متغیر در این ناحیه قرار گرفتند این متغیرها

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

عبارت است از: سرمایه گذاری در جهت تنوع بخشیدن به جاذبه ها، توسعه زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری، زیرساخت های مناسب برای رفت و آمد گردشگران و کیفیت فضای اماکن گردشگری.



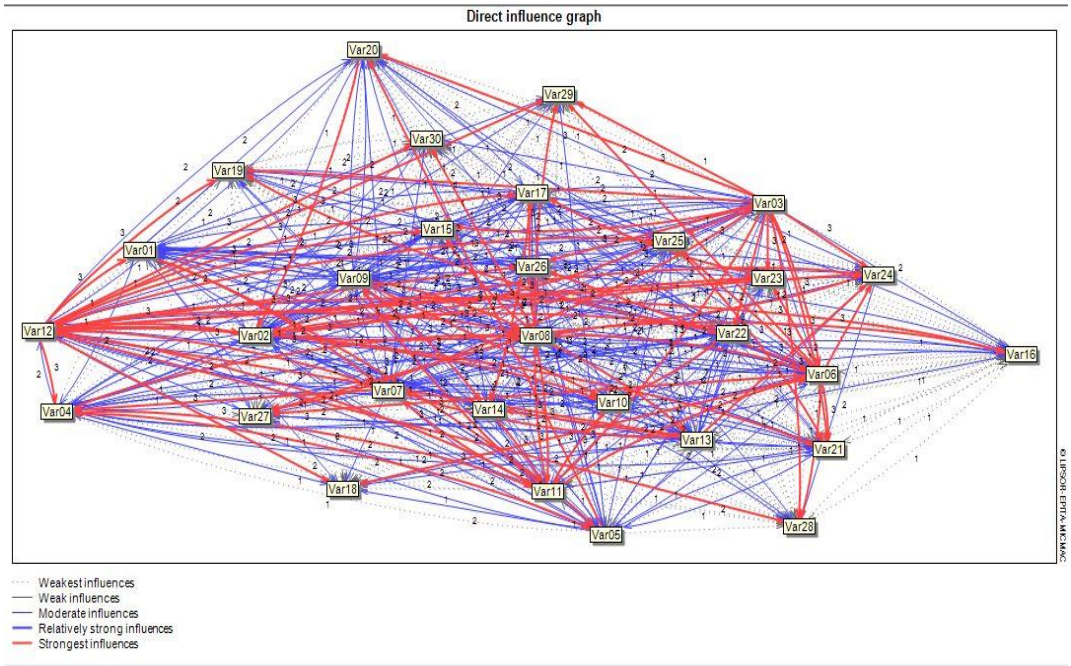
شکل ۳.موقعیت عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی در نمودار تأثیرگذاری ـ تأثیرپذیری

تحلیل گراف اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم پیشران های شناسایی شده

شکل شماره ۶ گراف اثرگذاری مستقیم پیشران های شناسایی شده نمایش داده شده است این گراف نمایانگر روابط متغیرها و چگونگی اثرگذاری آنها بر همدیگر است. این گراف در قالب خطوط قرمز و آبی نمایش داده می‌شود که قسمت انتهای هر خط با یک پیکان نشان دهد شده است و بیانگر اثرگذاری متغیر است. خطوط قرمز نشان دهنده اثرگذاری شدید عوامل بر همدیگر است و خطوط آبی، با تفاوت در ضخامت روابط متوسط تا ضعیف را نشان می‌دهد (شکل۴). وضعیت روابط در گراف اثرگذاری بیانگر آن است که متغیرهای تمهیدات نظارت بر جاذبه های فرهنگی و تاریخی، گسترش حس سرزندگی در مکان های تاریخی، زیرساخت های مناسب اقامتی و رفاهی، تامین امینت گردشگران ورودی به کشور به عنوان یکی از حقوق اولیه آنها، استفاده از قابلیت های و جذابیت های گردشگری فرهنگی موجود در کشور در راستای بازاریابی منشا بیشترین اثرها بوده و نقش خود را در سیستم افزایش داده‌اند.

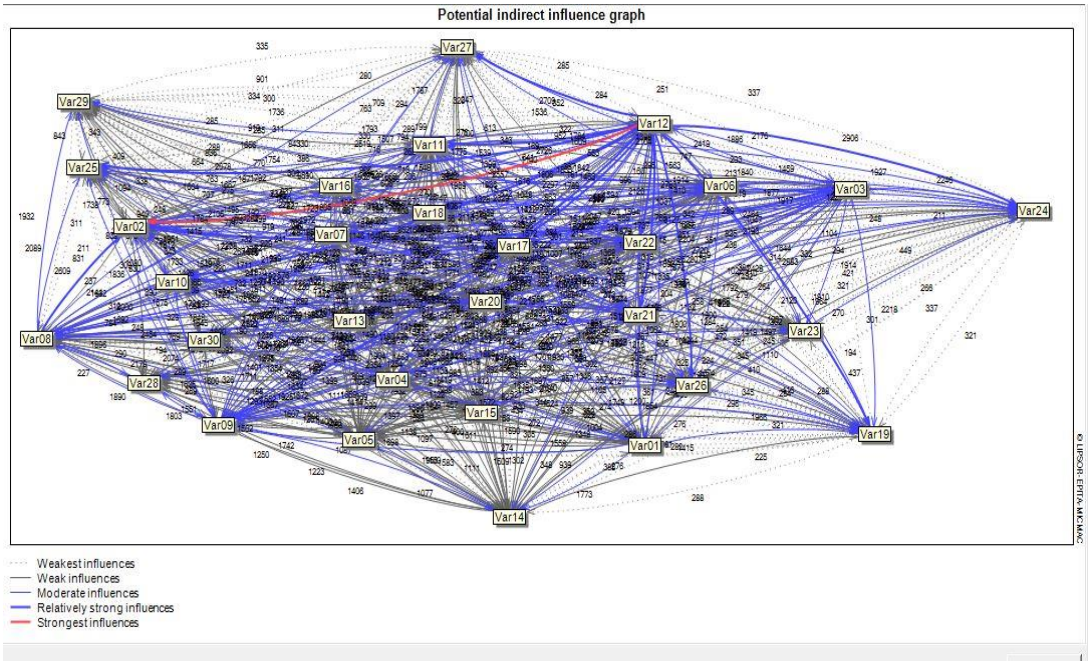
[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]



شکل۴: گراف چرخه اثرگذاری مستقیم متغیرها بر یکدیگر (در سطح ۱۰۰درصد)

گراف تاثیرات غیرمستقیم پیشران های شناسایی شده در توسعه گردشگری فرهنگی با تاکید بر هنرهای نمایشی در شکل شماره ۵ نمایش داده شده است با توجه به شکل ۵ دیپلماسی گردشگری، وجود سازمان مدیریت مقاصد گردشگری در راس تمامی سازمان های گردشگری جهت هماهنگی سایر بخش ها و سازمان ها، فراهم کردن تسهیلات ورود گردشگران مانند مقررات زدایی نابه جا در بعد نرم افزاری دارای بیشترین تاثیرارت غیرمستقیم را داشته است و پیشران های توسعه زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری، زیرساخت های مناسب برای رفت و آمد گردشگران و کیفیت فضای اماکن گردشگری بیشترین تاثیرپذیری غیرمستقیم را داشته اند.



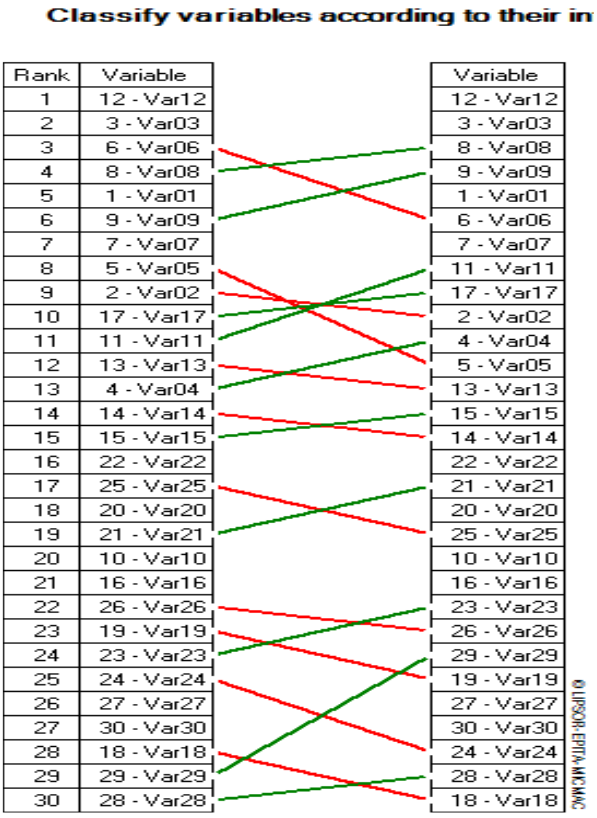
شکل۵: گراف چرخه اثرگذاری غیرمستقیم متغیرها بر یکدیگر (در سطح ۱۰۰درصد)

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

تعیین پیشران‌های کلیدی

با توجه به اینکه برای محاسبات اثرهای غیر مستقیم نرم افزار ماتریس چند بار به توان می رساند، جمع اثرگذاری و اثر پذیری های غیر مستقیم اعداد چند رقمی در می آید و مقایسه آن با اثرهای مستقیم دشوار می شود. برای رفع این مشکل نرم افزار، جدول سهم عوامل بر اساس اثر های مستقیم و غیر مستقیم را در مقیاس ۱۰ هزار ارائه می دهد. بر این اساس، مجموع اثرگذاری و اثر پذیری ها ۱۰ هزار محاسبه شده و سهم هر کدام از عوامل از این عدد نشان دهنده سهم آن از کل سیستم است. در شکل ۶ سهم پیشرانها از کل اثر گذاری و اثر پذیری بر اساس اثر های مستقیم و غیر مستقیم نشان داده شده است. چنانکه مشاهده می شود. ۱۰ پیشران در ستون اثر گذاری بیشترین سهم را در اثر گذاری مستقیم داشته اند که همان ده متغیر هم در اثر گذار غیرمستقیم در ده تای اولی قرار داشتند لازم به ذکر است که خطوط سبز نشانگر ارتقاء رتبه عامل مورد نظر در تاثیرات غیرمستقیم و خطوط قرمز نیز به معنای تنزل رتبه عامل مورد نظر در تاثیرات غیرمستقیم است. برای نمونه عامل VAR6 در تاثیرات مستقیم رتبه ۳ داشته ولی این عامل در تاثیرات غیرمستقیم با تنزل رتبه به جایگاه ۶ در تاثیرات غیرمستقیم رسیده است. با این وجود ده تا پیشران اول در تاثیرات مستقیم در سمت غیرمستقیم نیز تکرار شده است. از این رو پیشران‌های کلیدی مطالعه حاضر عبارت است از: برندسازی شخصیت های برجسته ایرانی، گسترش حس سرزندگی در مکان های تاریخی، توسعه زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری، رفع نگرانی گردشگران از باب امنیت مقاصد گردشگری، تمهیدات نظارت بر جاذبه های فرهنگی و تاریخی، تامین امینت گردشگران ورودی به کشور به عنوان یکی از حقوق اولیه آنها، سرمایه گذاری در جهت تنوع بخشیدن به جاذبه ها، زیرساخت های مناسب اقامتی و رفاهی، زیرساخت های مناسب برای رفت و آمد گردشگران، دیپلماسی گردشگری.



شکل۶ : رتبه بندی براساس اثرگذاری (مستقیم، غیرمستقیم)

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

نتیجه گیری و ارائه پیشنهادها

امروزه توسعه گردشگری در تمام عرصه ها، چه در سطح ملی و منطقه ای و چه در سطح بین المللی مورد توجه برنامه ریزان دولتی و شرکتهای خصوصی قرار گرفته است. توسعه صنعت گردشگری و در این میان گردشگری فرهنگی ، به ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند، از اهمیت فراوانی برخوردار است. اقتصاد ایران نیز اتکای شدیدی به در آمدهای حاصل از صادرات نفت دارد و متغیرهای کلان اقتصادی آن با پیروی از ثبت جهانی نفت در طول زمان دچار نوسانات شدیدی می شود. از این رو به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ابعاد فرصت های جدید شغلی در کشور، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است، آمار نشان دهنده سهم بسیار اندک ایران از درآمد جهانی گردشگری به رغم جاذبه های بسیار بالا کشور است و شواهد نشان می دهد که این صنعت هنوز نتوانسته سهم بازار شایسته خود را به دست آورد و این امر نه به دلیل فقدان جاذبه های طبیعی، آثار باستانی، شرایط آب و هوایی و با امکانات و تجهیزات و ... است، بلکه صرفا محصول یا مدیریت و نرم افزار موجود در این صنعت است. پژوهش حاضر با هدف شناسایی پیشران های موثر بر توسعه گردشگری فرهنگی با تاکید بر هنرهای نمایشی با رویکرد آینده پژوهی انجام شد نتایج این پژوهش نشان داد که از بین پیشران‌های شناسایی شده پیشران های برندسازی شخصیت های برجسته ایرانی، گسترش حس سرزندگی در مکان های تاریخی، توسعه زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری، رفع نگرانی گردشگران از باب امنیت مقاصد گردشگری، تمهیدات نظارت بر جاذبه های فرهنگی و تاریخی، تامین امینت گردشگران ورودی به کشور به عنوان یکی از حقوق اولیه آنها، سرمایه گذاری در جهت تنوع بخشیدن به جاذبه ها، زیرساخت های مناسب اقامتی و رفاهی، زیرساخت های مناسب برای رفت و آمد گردشگران، دیپلماسی گردشگری. به عنوان پیشران‌های کلیدی شناسایی شدند. پیشران‌های شناسایی شده با اولویت بالا با یافته‌های پژوهش کراگمن و همکاران (۲۰۲۱)،سینگلا (۲۰۲۰)، چوانگ (۲۰۱۹)، باویا (۲۰۲۰) همخوانی دارد در تبیین نتایج بدست آمده می‌توان عنوان نمود انتخاب مقاصد گردشگری از نظر گردشگران نیازمند انگیزه است عوامل انگیزشی عواملی درونی هستند که منجر به تصمیم گیری به سفر می‌شود. پیشران‌هایی از قبیل توسعه زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری، رفع نگرانی گردشگران از باب امنیت مقاصد گردشگری، تمهیدات نظارت بر جاذبه های فرهنگی و تاریخی که باعث شکل گیری رفتار افراد می‌گردد. دیگر پیشران‌های شناسایی شده را می‌توان در غالب عوامل جذبی اجتماعی در راستای توسعه گردشگری به حساب آورد این عوامل و پیشران‌ها به عنوان نیروهای بیرونی عمل می‌کنند و زمینه را برای جذب گردشگران و توسعه گردشگری فرهنگی فراهم می‌نماید.

با اتخاذ رویکرد آینده پژوهی و با مد نظر قرار دادن پیشرانهای کلیدی به دست آمده در پژوهش حاضر، تصمیمات و برنامه ریزی های در صنعت گردشگری و در حوزه گردشگری فرهنگی در راستای توسعه صنعت گردشگری جهت دار شده و در مسیر هدفمند قرار خواهد گرفت. در جمع بندی این پژوهش می توان اذعان داشت که موفقیت در دستیابی به اهداف همه جانبه گردشگری فرهنگی ، به تعامل مستمر بین عوامل کلیدی و برنامه ریزی دقیق برای این پیشرانها وابسته است؛ به عبارت دیگر، توجه کافی از سوی برنامه ریزان به عوامل تأثیرگذار و پیشران و مد نظر قراردادن این عوامل کلیدی و روابط بین آنها، بسترهای لازم را برای تحقق، توسعه و تکامل مطلوب گردشگری در حوزه فرهنگی را فراهم خواهد کرد.

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]

منابع

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

بیضایی، میترا؛ صداقتی، عاطفه. (۱۳۹۶). ارائه شاخص های هویتِ فرهنگی ایرانی–اسلامی منطبق با انواع گردشگری فرهنگی و با ملاحظه عامل پایداری گردشگری. میراث و گردشگری، ۲(۷)، ۱۱۱-۱۳۱.

حاج آقامیر، سیدمصطفی، رشادت جو، حمیده، ابطحی، عطاء اله، صالحی امیری، سیدرضا، و عزیزآبادی فراهانی، فاطمه. (۱۴۰۰). طراحی الگوی مطلوب توسعه گردشگری فرهنگی در ایران. *مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*، ۵(۱۸)، ۲۰۱-۲۲۸.

خوشکام، مانا؛ صبوری، بهناز و قادری، زاهد. (۱۳۹۸). بررسی اثر صنعت گردشگری بین المللی بر رشد اقتصادی: مطالعه بین کشوری با کمک تخمین‌زن گشتاورهای تعمیم‌یافته سیستمی. *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، ۸(۲۹)، ۲۱۳-۱۹۱.

ده ده زاده سیلابی، پروین و احمدی فرد، نرگس. (۱۳۹۸). تعیین پیشران های کلیدی مؤثّر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده پژوهی (مطالعه موردی: شهرستان‌های استان مازندران). *جغرافیا و پایداری محیط*، ۹(۱)، ۸۹-۷۳.

رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد. (۱۳۹۰)، شناخت گردشگری. چاپ اول. اصفهان: انتشارات چهارباغ.

زاهدی، مریم، و علایی، سوسن. (۱۳۹۷). نقش گردشگری فرهنگی در توسعه اقتصاد مقاومتی. کنفرانس بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران.

شکری زاده، مریم، ترابی فارسانی، ندا؛ باغبان ماهر، سجاد. (۱۳۹۷). بررسی ظرفیت تئاتر و هنرهای نمایشی برای رونق گردشگری در استان اصفهان. *تئاتر*، (۷۳)، ۱۴-۳۴.

صمدی، علی حسین؛ مصلح شیرازی، علی و نقی روحی، آناهیتا. (۱۳۹۱). طراحی یک مدل دینامیک برای صنعت گردشگری در ایران با استفاده از رویکرد پویایی شناسی سیستم برای افق ایران ۱۴۰۴. *فصلنامه مدل سازی اقتصادی*، ۶(۱)، ۸۹-۶۵.

فتحی زاده، فرح؛ عزیزپور، فرهاد و صنعتی شرقی، نادر. (۱۳۹۸). پیش‌ران‌های کلیدی مؤثر در توسعهٔ گردشگری روستایی (مطالعهٔ موردی: روستای هدف گردشگری دیزباد علیا). *جغرافیاوتوسعه ناحیه ای*، ۱۷(۲)، ۱۴۶-۱۲۳.

قهرمانی فرد، حسین؛ حسین زاده دلیر، کریم؛ موسوی، میر سعید . (۱۴۰۰). شناخت و ارزیابی پیشران‌های حیاتی مؤثر بر آینده توسعه گردشگری مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز. *نشریه گردشگری شهری*، ۸(۱)،۶۷-۸۲

موسوی، سیدعلی، بیک محمدی، حسن، صرامی، حسین. (۱۴۰۱). ارزیابی اثرات شاخص های گردشگری فرهنگی در توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی؛ شهر اصفهان). برنامه ریزی و توسعه محیط شهری، ۲(۶)، ۱۷-۳۲.

نادی، محمدباقر؛رفیعیان، محسن . (۱۴۰۱). شناسایی پیشران‌های کلیدی موثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: مثلث طلایی گردشگری اصفهان، فارس، یزد). *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*،۱۱(۴۳)،۲۷-۴۸.

Chuang. Sh. (2019) Residents' attitudes toward rural tourism in Taiwan: a comparative viewpoint, Journal International, Journal of Tourism Research, 15(2), 152-170.

Krogmann, A., Ivanič, P., Kramáreková, H., Petrikovičová, L., Petrovič, F., & Grežo, H. (2021) Cultural Tourism in Nitra, Slovakia: Overview of Current and Future Trends. *Sustainability*, *13*(9), 51-81

Li, X., Abbas, J., Dongling, W., Baig, N. U. A., & Zhang, R. (2022). From cultural tourism to social entrepreneurship: Role of social value creation for environmental sustainability. *Frontiers in Psychology*, *13*, 56-69

Mele, E., Kerkhof, P., & Cantoni, L. (2021). Analyzing cultural tourism promotion on Instagram: a cross-cultural perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *38*(3), 326-340.

Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2020). Exploring memorable cultural tourism experiences. Journal of Heritage Tourism, 15(3), 341-357.

Singla, M. (2020). A case study on socio-cultural impacts of tourism in the city of Jaipur, Rajasthan: India. Journal of Business Management & Social Sciences Research, 3(2), 10-23

Vergori, A. S., & Arima, S. (2020). Cultural and non-cultural tourism: Evidence from Italian experience. Tourism Management, 78(3), 32-55.

[Downloaded from jvfc.ir on 2026-11-09]

[DOI: 10.66224/jvfc.6.2.155]