



ORIGINAL RESEARCH PAPER

Measuring the tourism scenarios of Qom city in the horizon of 2031

Mohsen Rezaei Arefi¹ , marziah amini² , Seyed Elham Davari³ ¹ Department of Geography Education, Farhangian University, Tehran, Iran² PhD in Geography and Urban Planning, Ferdowsi University, Mashhad, Iran³ PhD in Geography and Urban Planning, Ferdowsi University, Mashhad, Iran

ARTICLE INFO	EXTENDED ABSTRACT
<p>History Article:</p> <p>Received: 20 April 2024</p> <p>Revised: 01 June 2024</p> <p>Accepted: 01 June 2024</p> <p>Keywords: <i>Futurology, tourism scenarios, tourism industry, religious tourism, Qom city.</i></p>	<p>Introduction And Objectives: Tourism, the beginning of the history of Derbaz in the mosques of humanity, the existence of its homeland and the gradual folding of various historical stages, with an artistic, economic, social and artistic position. I made a garden, that is, I made it with a controlled vehicle with the effectiveness of it built on purpose in a region with the direction of natural sources, both here and here. The extent and limits of monitoring the economic effectiveness of machine generation are different. Without hesitation, you have created a secure structure for the sake of its expansion and the expansion of its sect. Turn the current state of Iran into a situation where its laws and its sectarian bazaar are no longer there. The world has a better account. There are many religious places in the most famous and diverse places. My places are called; Purified and holy shrine of Imam Reza, peace be upon him, in the month of Qom, purified and holy shrine of Hazrat Masoumeh (may God's peace be upon her), in the month of Qom, purified and holy shrine of Hazrat Ahmad bin Musa (Shah Cherag), peace be upon him, in Shiraz, and the cemetery of Pyambrani Manand, Haqouq Nabi in Tuyser was, Daniel Nabi Darshosh Daniel, if you see the places where there is a comprehensive record of the Chashmandaz chain of transmission of the Farhangi and Kurdish-Germanic inheritance, there is a comprehensive record of its opinions and writings. There are many qualitative and quantitative goals that can be easily expanded upon. It is obvious that we are here It is necessary to break the system of Jahangirdi and Bahrah Giri with a scientific and suitable approach. Where did you manage the project, a partnership to strengthen the economy of this region, create a special tourism system in the program? This is a city, a different area and a different area, a scenario program with the title Rosh Hamara. With the balance of your risk and morals, the most important things you need to know about your device are in your mind account.</p> <p>Methodology: This is an investigation that highlights Carberdy's objective and provides a descriptive-analytical perspective. I have received information about the chain of transmission (book) and field information about it. In the field, there is an accompanying person (with Karshnasan and two directors of the seminary for personal information and good writing and influential factors in establishing the goals of achieving it) and a person who is sure to make use of it. A price list in the Cochrane factory with a 5-inch flat surface. A population of 385 people is currently being monitored, including 22 people, with a total of 6 square meters of randomness, simple coincidences. The beginning of the month of Qom, March 38, 2017, of the month of Qom Perfectly, there are 30 questions in total, with 7 questions, then in a Likert group of 5, the impact and probability of occurrence are 1410 seconds. The point of segmentation and analysis of this method is the use of the SPSS analysis system, and the point of the measurement of the satisfaction balance is that it is the most important thing, and now This is the most important symbol of the use of the language. It is related to the analogy of its meanings, and the information is important</p>

* Corresponding Author: Seyed Elham Davari
Email: elham.davari70@yahoo.com

and important, with the same meaning in the language. This is very useful. And in order to carry out an investigation with the guidance of an independent Einstein, there is also a systematic justification approach with the help of Roykerd GBN (Schwartz) and the use of a deductive method (or matriculation) that is difficult to choose.

Results and Discussion: The priority of the most important items is based on the balance of your satisfaction and the final result of your poor health. On the eve of the month of Qom, I used the help of a mitwan dynasty to remove it. This is the last point that I put in services with a 68/3 holder in the first rank and in the order of carrying and transferring to the rank of dom, Farhang. The rank of people, their residence, the rank of Chaharam, Fanawari and Danish Saramad, the rank of star, military information, and notifications in the world 0/63 the rank of Sham Rezayet, and the Qurdashgaran, which has this specialization.

Conclusion: The country of Iran, the country of Farwaniya, is a must-have for foreign sects, and it is necessary to attract foreign sectarian groups to the country's borders and here. This is the most important thing for a traveler. A comprehensive program and economic policy for Carberdi and India, including other links, reforming the monthly administrative system, facilitating the entry and exit rules of Gardashgar, and reforming the legal codes Gardashgari, facilitating customs laws, setting the security system for external and private devices, dismantling the design choices of the third party, Hamahangi and Sharakat Bakhshahay with a Gardashgari link.

The condition of your residence is suitable for your residence according to the economic conditions of two travelers, an improvement in the quality of your residence, the standard of your residence services, and the appropriateness of your residence in a perspective. My residence, used by the Gohai architect Bumi in the area of the High Tourism Group, is the property of my residence group. The position of carrying and transporting, the condition of the system of carrying and transporting air and time, the provision of capabilities that are present, the conditions of the carrying and transporting system of drone and monthly bronze, what are the features of this. You can download and transfer it.

Highlight:

- The city of Qom, with the presence of the holy shrine of Hazrat Masoumeh, is the second most attractive place for religious tourism in Iran.

Cite this article:

Rezaei Arefi, M. Amini., & M. Davari, E. (2024). Measuring the tourism scenarios of Qom city in the horizon of 2031. *Journal Organization Of Space Economy*, 2(5), 34-53.



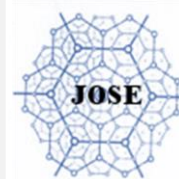
© The Author(s)



Publisher: Islamic Azad University of Yadegar-e Imam Press



نشریه ساماندهی اقتصاد فضا

<https://sanad.iau.ir/journal/jose>


مقاله علمی

سنجش سناریوهای گردشگری شهر قم در افق ۱۴۱۰

محسن رضائی عارفی^{id}، مرضیه امینی^{id} و سیده الهام داوری^{id}*

۱. گروه آموزش جغرافیا، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران
۲. دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران
۳. دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران

چکیده	مشخصات مقاله
<p>بیان مسئله: شهر قم با وجود بارگاه مقدس حضرت معصومه رتبه دوم جذب گردشگری مذهبی ایران قرار دارد و این پتانسیل بالای جذب گردشگر، برنامه‌ریزی‌های کلان و مدیریت یکپارچه را می‌طلبد.</p> <p>هدف: هدف از این پژوهش سنجش وضع موجود گردشگری شهر قم از دیدگاه گردشگران، تدوین سناریوهای مرتبط با صنعت گردشگری این شهر و در نهایت ارائه راهبردهای رسیدن به سناریوی مطلوب است.</p> <p>روش: پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی است. شیوه جمع‌آوری اطلاعات کتابخانه‌ای و میدانی است. جامعه نمونه شامل ۳۸۵ گردشگران شهر قم و ۳۸ نفر کارشناسان و مدیران حوزه گردشگری است. با توجه به آینده‌نگران بودن پژوهش، شیوه تحلیل روش سناریونویسی جستجویی با رویکرد GBN (شوارتز) و استفاده از مدل استنتاجی (ماتریسی) انتخاب شده است.</p> <p>یافته‌ها و بحث: مقایسه میانگین داده‌های گردشگران شهر قم نشان داد که وضعیت زیرساخت‌های موجود گردشگری قم به ترتیب در ۶ بعد: خدمات، حمل‌ونقل، فرهنگ، اقامتگاه، فناوری و دانش سرآمد، اطلاع‌رسانی و تبلیغات دارای مطلوبیت بالاتر از متوسط است. از تحلیل داده‌های ۳۸ پرسشنامه پر شده توسط کارشناسان حوزه گردشگری پیشران‌های بحرانی این صنعت استخراج شد و تلفیق دو نگاه‌دارنده "نوع عملکرد مجموعه مدیریت شهری در تجهیز زیرساخت‌ها، اصلاح قوانین و گسترش روابط" و "وضعیت آگاهی جامعه در حوزه گردشگری" است.</p> <p>نتیجه‌گیری: بنابراین سناریو "شهر بهشت" به‌عنوان سناریو مطلوب این پژوهش، آرمان شهری بی‌بدیل است که در آن تحرکات و پویایی دولت و مجموعه مدیریت شهری در کنار جامعه آگاه، افق روشن گردشگری شهر قم را خواهد ساخت.</p>	<p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۱</p> <p>تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۳/۱۲</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۱۲</p> <p>واژگان کلیدی: آینده‌پژوهی، سناریوهای گردشگری، صنعت توریسم، گردشگری مذهبی، شهر قم.</p>
<p>نکات برجسته:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● شهر قم با وجود بارگاه مقدس حضرت معصومه رتبه دوم جذب گردشگری مذهبی ایران قرار دارد. 	

ارجاع به این مقاله: رضائی عارفی، مجید، امینی، مرضیه و داوری، سیده الهام. (۱۴۰۳). سنجش سناریوهای گردشگری شهر قم در افق ۱۴۱۰، ساماندهی اقتصاد فضا، ۲(۵)، ۳۴-۵۳.

ناشر: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره) شهری

© نویسنده‌گان

* نویسنده مسئول: سیده الهام داوری

پست الکترونیک: elham.davari70@yahoo.com

بیان مسئله

گردشگری، پدیده‌ای است که از دیرباز در جوامع انسانی وجود داشته و به تدریج در طی مراحل تاریخی مختلف، به موضع فنی، اقتصادی و اجتماعی و صنعتی کنونی خود رسیده است (خواجه نبی، زند مقدم، کرکه آبادی، ۱۳۹۹: ۱۴). صنعت گردشگری، یک صنعت بسیار رقابتی با فعالیت مبتنی بر مقصد است که در هر منطقه با توجه به منابع طبیعی، فرهنگی و برسات‌های آن متفاوت است (Kevin, 2018: 321). حدود ۱۸ درصد از فعالیت‌های اقتصادی را تولید می‌کند. بدون تردید به‌عنوان یک صنعت پناهگاه امن برای کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه شناخته شده است (Matthew, 2018: 2). گردشگری تأثیر مثبتی بر اقتصاد، جامعه، فرهنگ و محیط‌زیست دارد. از جمله سهم آن در تولید ناخالص داخلی، بهبود زیرساخت‌ها، حفاظت و بازسازی فرهنگ و افزایش آگاهی محیط‌زیستی است. علاوه بر آن، یک روش مؤثر برای کاهش فقر در برخی از جوامع سنتی محسوب می‌گردد؛ زیرا مشاغل مختلفی را نسبت به معیشت سنتی و نیز فرصت‌های فروش محصولات محلی به می‌آورد (Lee, 2019: 368). با نگاهی کوتاه به آمارهای ارائه شده از سوی سازمان جهانی جهانگردی در می‌یابیم که این صنعت چه آثار مهمی بر اقتصاد هانی گذاشته است و این خود بیانگر اهمیت و گسترده بودن نقش آن در کشورها است، آن چنانکه در بسیاری از کشورها بودجه‌ای که به مسافرت و تفریح اختصاص می‌یابد سه برابر بودجه‌ای است که صرف امور دفاعی می‌شود. در این راستا، آمارها بیانگر جایگاه خاص و ممتاز این صنعت در استراتژی‌های توسعه کشورهای مختلف جهان، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، است (مشیری و سید ابوسعیدی، ۱۳۸۹: ۲۸). وضعیت گردشگری در ایران علیرغم پتانسیل بسیار زیاد آن، چندان تعریفی ندارد. به طوری که سهم ایران از این بازار بسیار ناچیز و در حدود یک درصد از تولید ناخالص ملی است (Drumm & Moore, 2005: 207). از این‌روست که سند چشم‌انداز توسعه بخش میراث فرهنگی و گردشگری ایران به صورت جامع به تدوین و ارائه سیاست‌های کلان اهداف کمی کیفی و راهبردی توسعه بخش گردشگری پرداخته است اما طی سال‌های برنامه اول و دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، عملکرد این صنعت هرگز به حد برنامه تعیین شده نرسیده است و این در حالی است که اهداف در نظر گرفته شده در این برنامه‌ها، با توجه به منابع و توانمندی‌های موجود در حد دست‌نیافتنی نبوده‌اند (تیموری و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۵)؛ بنابراین فلسفه گردشگری پایدار نشئت گرفته از توسعه پایدار است و با توجه به اینکه توسعه پایدار از اصول و مبانی پیشرفت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در جهان محسوب می‌شود و به دلیل نقشی که گردشگری می‌تواند در این زمینه به‌خصوص در کشورهایی مانند ایران ایفا نماید، اهمیت و ضرورت توجه به آن را نشان می‌دهد.

در حال حاضر ایران یکی از بزرگ‌ترین کانون‌ها و بازارهای گردشگری مذهبی در دنیا به حساب می‌آید. اماکن مذهبی زیادی در شهرهای مختلفی وجود دارد. اماکنی مانند: حرم مطهر و مقدس امام رضا علیه‌السلام در شهر قم، حرم مطهر و مقدس حضرت معصومه (سلام‌الله‌علیها) در شهر قم، حرم مطهر و مقدس حضرت احمد بن موسی (شاه‌چراغ) علیه‌السلام در شیراز و مقبره پیامبرانی مانند: حقوق نبی در توپسرکان، دانیال نبی در شوش دانیال، از مهم‌ترین این اماکن می‌باشند. از بین تقریب نه هزار مکان مذهبی و بقاع متبرکه موجود در ایران اسامی، حدود چهارصد و بیست مکان در استان قم قرار دارد که با مرکزیت و محوریت حرم حضرت معصومه سلام‌الله‌علیهم و مسجد مقدس جمکران، سالانه بیست میلیون گردشگر داخلی و پنج میلیون گردشگر خارجی (بین‌المللی) در سطح منطقه دارد (اداره کل میراث فرهنگی استان قم، ۱۳۹۹). بدین سان قم دومین قطب گردشگری مذهبی زیارتی کشور، بعد از قم مقدس است (علی‌اکبری و همکاران، ۱۴۰۲: ۲۴). از این‌روست که سند چشم‌انداز توسعه بخش میراث فرهنگی و گردشگری ایران به صورت جامع به تدوین و ارائه سیاست‌های کلان اهداف کمی کیفی و راهبردی توسعه بخش گردشگری پرداخته است اما طی سال‌های برنامه اول و دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، عملکرد این صنعت هرگز به حد برنامه تعیین شده نرسیده است و این در حالی است که اهداف در نظر گرفته شده در این برنامه‌ها، با توجه به منابع و توانمندی‌های موجود در حد دست‌نیافتنی نبوده‌اند (فقیهی و کاظمی، ۱۳۸۲: ۱۴۳). بدیهی است رسیدن به این جایگاه نیازمند ضرورت نگرش نظام‌مند به جهانگردی و بهره‌گیری از روش‌های علمی و مناسب مدیریت این صنعت است، چراکه برای تقویت اقتصاد یک منطقه، تکیه بر صنعت توریسم جایگاه خاصی در برنامه‌ریزی‌های ملی، منطقه‌ای و ناحیه‌ای دارد. در میان روش‌های مختلف آینده‌پژوهی، برنامه‌ریزی سناریو به‌عنوان روش همراه با سنجش میزان ریسک و خلاقیت، از جمله شیوه‌های مورد توجه در حوزه آینده‌پژوهی به حساب می‌آیند؛ بنابراین در تحقیق حاضر هدف سنجش وضع موجود گردشگری شهر قم از دیدگاه گردشگران و ارائه راهبردهای رسیدن به سناریوی مطلوب در صنعت گردشگری قم در راستای اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۱۰ است. سؤال اصلی پژوهش سؤالات پژوهش بررسی وضعیت موجود گردشگری شهر قم از دیدگاه گردشگران و سناریوهای مرتبط با صنعت گردشگری شهر قم در افق ۱۴۱۰ است.

مبانی نظری

گردشگری

واژه گردشگری نخستین بار در سال ۱۸۱۱ م در مجله‌ای به نام اسپورتینگ آمده است (تقدیسی، تقوایی، پیری، ۱۳۹۱: ۱۲۲). لغت توریسم از کلمه تور tour به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین tours به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد و چرخش دارد که از یونان به اسپانیا، فرانسه و در نهایت به انگلیس راه یافته است (Oxford, 1970: 189). در فرهنگ لغت لانگمن توریسم به معنای مسافرت و تفریح برای سرگرمی معنا شده است (Procter, 1978: 12). تاکنون برای گردشگری و مفاهیم آن تعاریف متعددی ارائه شده است، این فقدان توافق از یک طرف منعکس کننده پیچیدگی گردشگری و از طرف دیگر ناشی از این حقیقت است که اشخاص ذی نفع یا فعالان مختلف در این قلمرو، هر یک از دیدگاه خود به آن می‌نگرند و انتظارات خاصی دارند و بر همین اساس به تعریف گردشگری و سایر اصطلاحات مرتبط با آن می‌پردازند (Holden, 2000: 14-16).

سازمان جهانی گردشگری در سال ۱۹۹۵ تعریف نهایی خود را این گونه بیان نمود: مجموعه فعالیت‌های فرد یا افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می‌کنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذراندن اوقات فراغت است. بر این اساس کسانی که شامل این تعریف می‌شوند نیز گردشگر نامیده می‌شوند (حیدری چپانه، ۱۳۸۹: ۲۵). گردشگر معادل واژه انگلیسی توریست است و منظور از آن هر فردی است که فعالیت گردشگری انجام می‌دهد (کاظمی، ۱۳۹۹: ۱۵). بر اساس گزارش‌های آماری سازمان گردشگری جهانی^۱ نیز گردشگر به کسی اطلاق می‌شود که محل اقامت دائمی خود را به مدت ۲۴ ساعت ترک گفته و در کشور دیگری اقامت گزیند. لازم به ذکر است که اگر هدف فرد بازدیدکننده یا مسافر کسب درآمد از طریق اشتغال در مقصد باشد، آن فرد گردشگر محسوب نمی‌شود (Burton, 2000: 1). صنعت گردشگری به عنوان یکی از پدیده‌های جهانی به خوبی ترکیب امور اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی را نشان می‌دهد (Holjevac, 2003: 132). اغلب به عنوان بزرگ‌ترین صنعت جهان در نظر گرفته شده و ابزاری برای دستیابی به توسعه پایدار است که نتایج فرصت‌های اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی - فرهنگی را برای بسیاری از جوامع محلی ارائه می‌کند (Aref, 2012: 20). تجارب کشورهای پیشگام در امر توسعه گردشگری بهنجار و قاعده‌مند، مؤید این است که گردشگری در جهان امروز دارای مزایای اقتصادی بی‌بدیلی برای جوامع است و در تعاملات بین سطوح محلی و جهانی نقش مهمی دارد (Tucker, 2003: 1)؛ و به عنوان نیروی پویایی در همگن ساختن جوامع و کالایی کردن فرهنگ‌های سراسر جهان (در عصر تلاش برای جهانی شدن) به شمار می‌رود (Reid, 2003: 7).

گردشگری پایدار

مفهومی برآمده از اصول توسعه پایدار است که هدف اصلی آن برابری بین نسلی و درون نسلی و رویکرد جامع به سمت توسعه مبتنی بر اصول زیست‌محیطی، فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی است (Torre s& Jarkko, 2014: 38). این نوع توسعه راهی جدید برای حوزه‌های درحال توسعه فراهم می‌کند که ارتباطی هم پیوند میان گردشگری و محیط فیزیکی، اجتماعی توسعه گردشگری، فرهنگی و سیاسی احاطه کننده آن برقرار می‌کند (علی اکبری و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۹).

آینده پژوهی

در رویکردهای سنتی برنامه‌ریزی، برنامه‌ریز ابتدا با طرح این سؤال که «در آینده درازمدت چه روی خواهد داد؟» پیش‌بینی لازم را انجام می‌دهد آنگاه پیش‌بینی‌ها را مبنای تصمیم‌گیری و اتخاذ سیاست قرار می‌دهد و در نهایت اقدام می‌کند (Foren, 2001: 52). آینده‌پژوهی دربرگیرنده‌ی مجموعه تلاش‌هایی است که با استفاده از تجزیه و تحلیل منابع، الگوها و عوامل تغییر و یا ثبات، به تجسم آینده‌های بالقوه و برنامه‌ریزی برای آن‌ها می‌پردازد (Lampet et al, 2018: 55). به اعتقاد کاتس، آینده‌نگری فرایند کلی شناخت و ارزیابی اطلاعات حاصل از نگریستن به جلو است (Coates, 1985: 30).

سناریونویسی

واژه‌ی "سناریو"، مأخوذ از دنیای تئاتر و مبتنی بر روایت داستان و نیز نقش بازیگران است؛ اما در مبحث "برنامه‌ریزی سناریو" می‌توان گفت، سناریوها، ابزاری بنیادین در فرآیند تفکر استراتژیک کارآفرینان و مدیران هستند که با تمرکز بر نقاط کلیدی تصمیم‌گیری و با یک روش منسجم و با سازگاری درونی ایجاد می‌شوند (Reilly & Willenbockel, 2010). سناریوها ابزارهایی هستند برای کمک به ما به منظور در پیش گرفتن دیدگاهی دورنگر در جهانی با عدم قطعیت بالا، برنامه‌ریزی بر پایه سناریوها درباره انتخاب‌های امروز، با درک چگونگی تغییرات ممکن آن‌ها در آینده است. سناریونویسی به عنوان یکی از روش‌های آینده‌پژوهی، ابزاری برای تحلیل سیاست‌ها و شناخت شرایط، تهدیدها، فرصت‌ها، نیازها و ارزش‌های برتر آینده است (Smith et al, 2007: 587). هدف سناریو کشف،

ایجاد و آزمون محیط‌های آینده جایگزین سازگار است. سناریو آینده واقعی‌تری برای تصمیم‌گیران ترسیم می‌کند و به آن‌ها چگونگی آماده شدن برای مخاطره‌های آینده را می‌آموزد (Glenn et al, 2009: 2).

پیشینه تحقیق

پیرعلی و سیادت (۱۳۹۷)، در پژوهشی راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی در کلان‌شهر شیراز را مورد مطالعه قرار داده و بعد از بررسی‌ها توسعه سرمایه‌گذاری در امکانات و خدمات در جاذبه‌های گردشگری با رویکرد ملی و بین‌المللی، تشویق و ترغیب تورهای گردشگری و زیارتی برای جذب گردشگران و زائران خارجی و داخلی به سفر به شیراز؛ برپایی نمایشگاه‌ها، گردهمایی‌ها و همایش‌های سالانه علمی، مذهبی و فرهنگی را پیشنهاد داده‌اند.

ده جان و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی به مطالعه راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی: حرم حضرت بی‌بی حکیمه (ع) پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که راهبردهای بهبود و کیفیت زیرساخت‌ها و افزایش مراکز خدمات رستوران و مراکز پذیرایی و برگزاری مراسم‌های مذهبی در حرم به‌عنوان بهترین استراتژی برای محدوده مورد مطالعه انتخاب شدند. در نهایت با توجه به نتایج حاصله، راهکارها و تدابیر لازم به‌منظور بهره‌گیری از قوت‌ها و فرصت‌های گردشگری مذهبی در حرم مطهر بی‌بی حکیمه (س) جهت توسعه گردشگری مذهبی بیان شده است.

هاشمی (۱۴۰۲)، در پژوهشی با عنوان راهبردهای رقابت‌پذیری توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی: شهرستان رضوان‌شهر گردشگری مذهبی گونه‌ای از گردشگری است که به دلیل شرایط ویژه و ریشه داشتن در فرهنگ دینی نقش مهمی در پایداری فرهنگی و اقتصادی سکونتگاه‌های دارای اماکن مذهبی دارد. اطلاع‌رسانی از طریق تهیه برنامه‌های مستند صداوسیما، نقشه و بروشور، مجلات تخصصی، نشریات و سایت‌های رسمی برای گردشگران علاقه‌مند به بازدید از بناهای مذهبی و تاریخی، مرمت و بازسازی اماکن قدیمی دارای بیشترین تأثیرگذاری بوده است.

مینتر^۱ و همکاران (۲۰۱۴)، در پژوهش خود باهدف شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای گردشگری مذهبی در استان نونگ خای تایلند به این نتیجه رسیدند دارا بودن برنامه اقامت در معبد این پتانسیل را دارد که گردشگری مذهبی به‌عنوان محصول گردشگری مذهبی به گردشگران فرهنگ بودائی تایلندی معرفی شود.

اقبال و سامی^۲ (۲۰۱۶)، در پژوهشی توسط بررسی سناریوهای گردشگری کشور هند و نرخ رو به رشد گردشگر خارجی ورودی به این کشور، حاکی از آینده روشن گردشگری آن است، آینده‌ای که راه‌درازی در پیش دارد و توسعه زیرساخت‌های گردشگری نقش کلیدی را در این موفقیت بازی می‌کند و تلاش‌های وزارت گردشگری در تسهیل ویزای ورودی بخشی از این تحقق است.

شایند^۳ (۲۰۱۸)، در پژوهشی تحت عنوان نقش دولت و مدیریت در توسعه گردشگری مذهبی در کشور هند به این نتیجه رسیده است که با توجه به مشارکت فعالان مذهبی در توسعه و مدیریت اقتصاد گردشگری مذهبی در سطوح محلی و عدم مسئولیت و بر عهده گرفتن رسیدگی به اثرات منفی آن همواره یک خلع نهادی در برخورد با اثرات مستقیم و غیرمستقیم گردشگری مذهبی وجود دارد. اقبال و سامی^۴ (۲۰۱۶)، در پژوهشی توسط بررسی سناریوهای گردشگری کشور هند و نرخ رو به رشد گردشگر خارجی ورودی به این کشور، حاکی از آینده روشن گردشگری آن است، آینده‌ای که راه‌درازی در پیش دارد و توسعه زیرساخت‌های گردشگری نقش کلیدی را در این موفقیت بازی می‌کند و تلاش‌های وزارت گردشگری در تسهیل ویزای ورودی بخشی از این تحقق است.

کیم^۵ و همکاران (۲۰۱۹)، با عنوان مرور تحقیقات پیشین در حوزه گردشگری مذهبی یافته‌های پژوهش حاکی از وجود تکثر در رویکردها هم‌اکنون رشته‌ای و هم‌اکنون رشته‌ای است که باعث ایجاد روش‌ها، موضوعات و کاربردهای متفاوت و همچنین کانون‌های جغرافیایی و ظواهر مختلفی از این پدیده شده است. با توجه به پیشینه بیان شده از پژوهش‌های بیان شده نوآوری پژوهش حاضر در حوزه گردشگری و به‌ویژه گردشگری در شهر قم که یکی از جذاب‌ترین مقاصد گردشگری کشور است به برنامه‌ریزی بلندمدت کارا و مفید نیاز دارد. بر این اساس، پژوهش پیش رو باهدف عوامل اصلی مؤثر بر چشم‌انداز آینده توسعه گردشگری شهر قم است؛ که با استفاده از روش‌های نوین آینده‌پژوهی و با توجه به قابلیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری شهر قم به تدوین سناریوهای ممکن و انتخاب سناریوهای مطلوب در افق ۱۴۱۰ برای توسعه گردشگری شهر قم دست‌یافت.

۱. Maneenetr

۲. Iqbal & Sami

۳. Shaind

۴. Iqbal & Sami

۵. Kim et al

روش پژوهش

این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی است. جهت گردآوری اطلاعات پژوهش از دو روش اسنادی (کتابخانه‌ای) و میدانی بهره گرفته شده است. در بخش میدانی از روش‌هایی چون مصاحبه (با کارشناسان و مدیران حوزه گردشگری برای بررسی و تدوین گویه‌ها و عوامل مؤثر در راستای اهداف تحقیق) و پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردیده است. پرسشنامه گردشگران در فرمول کوکران با سطح خطای ۵ درصد تعداد ۳۸۵ نفر برآورد شده است که شامل ۲۲ گویه که در ۶ بعد به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انجام شده است. جهت بررسی میزان رضایت گردشگران را از زیرساخت‌های شهر قم ۳۸ پرسشنامه از کارشناسان به روش گلوله برفی انجام شده است که شامل ۳۰ سؤال در ۷ بعد که در دو طیف لیکرت ۵ تایی اثرگذاری و احتمال وقوع در افق ۱۴۱۰ است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های هر دو پرسشنامه از نرم‌افزار تحلیل آماری SPSS استفاده شده است و جهت بررسی میزان رضایت آن‌ها از زیرساخت‌های گردشگری، از آزمون‌های t، آنوا و توکی این نرم‌افزار استفاده گردید؛ و پیش‌رسان‌ها با مقایسه میانگین‌ها و پیش‌رسان‌های مهم و بحرانی با سنجش معناداری در آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است؛ و از سویی روش انجام تحقیق با توجه به آینده‌نگران بودن آن، روش سناریونویسی جستجویی با رویکرد GBN (شوارتز) و استفاده از مدل استنتاجی (ماتریسی) انتخاب شده است. زیرساخت‌های گردشگری شهری را می‌توان بر اساس جدول در ۷ بعد خلاصه نمود که شامل ابعاد حمل‌ونقل، اقامتگاه، دولت و مدیریت شهری، اطلاع‌رسانی و تبلیغات، فرهنگ، خدمات، فناوری-دانش و زیرساخت‌ها است.

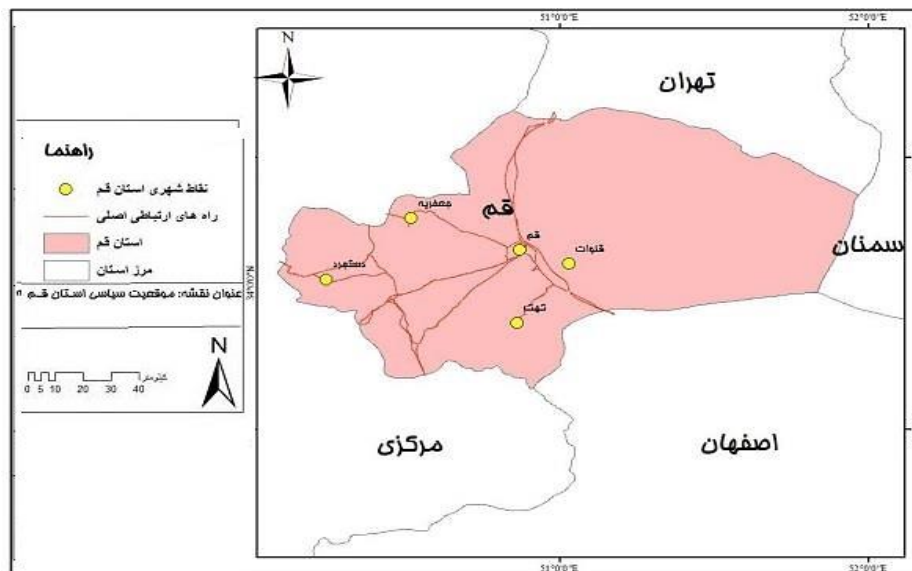
جدول ۱. ابعاد و گویه‌های زیرساخت‌های گردشگری

بعد	گویه	منبع
۱. حمل‌ونقل	۱. کیفیت سیستم حمل‌ونقل (ظرفیت، قیمت و...) ۲. سهولت دسترسی به جاذبه‌ها، هتل، مراکز خرید و گشت‌وگذار با سیستم حمل‌ونقل ۳. بهبود ترافیک، توسعه معابر جدید و ایجاد ظرفیت برای حمل‌ونقل عمومی ۴. هماهنگی بین انواع سیستم حمل‌ونقل عمومی؛ مترو، اتوبوس‌رانی و تاکسی (حمل‌ونقل هوشمند در مشهد)	(Khadarooa & Seetana, 2008: 836) (یوسفی و کریمی، ۱۳۹۱: ۴) (سلمانی ممقانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳)
۲. اقامتگاه	۱. کیفیت اقامتگاه‌ها (موقعیت، خدمات و نزدیکی به مقصد) ۲. هزینه‌های اقامتگاه ۳. خدمات رزرواسیون (Booking)	(خلیلوند و همکاران، ۱۳۹۳: ۷) (Timothy & Wall, 1995: 5)
۳. شهری	۱. برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کاربردی و آینده‌نگر در زمینه گردشگری ۲. هماهنگی و مشارکت تمام بخش‌های زی ربط ۳. اصلاح قوانین و تکنیک اختیارات سازمان‌های تصمیم‌گیرنده و کاهش موازی کاری ۴. تخصیص بودجه صحیح در حوزه گردشگری، معافیت‌های مالیاتی و تسهیلات به بنگاه‌های گردشگری ۵. گسترش روابط با سایر کشورها و پیشبرد برجام ۶. بهبود سرمایه‌گذاری خارجی و بخش خصوصی ۷. برنامه‌ریزی جهت تسهیل ورود و خروج گردشگران به کشور (حذف ویزا و ...)	(Goeldner & Ritchie, 2003: 500) (یاری و بهادری امجز، ۱۳۹۱: ۸) (اسفندیاری و همکاران، ۱۳۹۲: ۷) (حداد فر و سالاری، ۱۳۹۲: ۷-۸) (قربانی، ۱۳۹۳: ۱۱)
۴. اطلاع‌رسانی و تبلیغات	۱. برگزاری کنفرانس، نمایشگاه و جشنواره‌های ایران‌شناسی در داخل و خارج کشور ۲. معرفی جاذبه‌های کشور از طریق اینترنت و فضای مجازی به زبان‌های بین‌المللی ۳. عرضه نقشه، کتب و بروشور راهنما و افزایش کارایی مأموران گذرنامه در مرزهای ورودی ۵. وجود مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری مجهز به تکنیک‌های اطلاع‌رسانی پیشرفته منطبق بر اهداف بازاریابی	(واحد پور، ۱۳۹۰: ۹۴) (سیاف زاده و خاتم گویا، ۱۳۹۲: ۱۹) (Smith, 2002: 9) (محسن زاده هریس، ۱۳۹۴: ۱۱)
۵. فرهنگ	۱. فرهنگ‌سازی اجتماعی گردشگری و آموزش میهمان‌نوازی در بین مردم ۲. معرفی صنایع دستی و فرهنگ محلی ۳. وجود موزه‌های فرهنگی، تاریخی و آیینی در کشور ۴. آموزش راهنمایان گردشگران و فعالین این حوزه گردشگری برای تعامل با گردشگران	(قربانی، ۱۳۹۳: ۷) (Lee, 2013: 37) (Richard,) و (امیدبخش، ۱۳۹۳: ۵۱) (2007: 187) (صمدی، ۱۳۷۹: ۸۶)
۶. خدمات	۱. خدمات تجاری (مراکز خرید و فروش و ...) ۲. خدمات درمانی و سلامت (بیمارستان‌ها و کلینیک‌های درمانی) ۳. پلیس گردشگری و خدمات امنیتی ۴. جاذبه‌ها و خدمات تفریحی	(پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۵۳) (قربانی، ۱۳۹۳: ۱۰) (قربانی، ۱۳۹۳: ۸) (کاظمی، ۱۳۸۵: ۸۵)
۷. فناوری و دانش سرآمد	۱. تسهیلات مدرن و مبتنی بر تجارت الکترونیک و بانکداری الکترونیک (زیرساخت‌های فناوری اطلاعات) ۲. وجود دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی جهت آموزش فعالین حوزه گردشگری ۳. برگزاری همایش، کنفرانس و نشست‌های بین‌المللی	(Burma & Soderberg, 2007) (قربانی، ۱۳۹۳: ۶) (Mondher, 2003: 13)

برگرفته از مطالعات کتابخانه‌ای نگارندگان، ۱۴۰۳

محدوده مورد مطالعه

قلمرو مکانی این پژوهش شهر قم مرکز شهرستان قم است. این شهرستان در سال ۱۳۷۱ از استان تهران جدا شده و به تنهایی استان قم را تشکیل داده است. مختصات جغرافیایی شهر قم برابر با $35^{\circ}19'$ طول شرقی و $34^{\circ}38'$ عرض شمالی است شهر قم در مرکز ثقل جمعیتی کشور قرار گرفته است (فرید، ۱۳۶۸: ۳۶۵) و به دلیل مکان گزینی در کنار شاهراه رهگذر ر شد و تو سعه راه‌های ارتباطی کشور و قرارگیری تهران مرکز سیاسی، اداری کنونی کشور در فاصله ۱۳۱ کیلومتری شمال، اصفهان پایتخت قدیمی کشور در فاصله ۱۷۱ کیلومتری جنوب، کاشان و اراک از قطب‌های فرهنگی و صنعتی کشور با فاصله حدود ۱۱۱ کیلومتری جنوب و جنوب غربی آن، همواره در طول تاریخ موقعیت ارتباطی ممتازی داشته است (حسینی و همکاران، ۱۴۰۱: ۸).



شکل ۱. موقعیت سیاسی استان قم

برگرفته از: ترسیم نگارندگان، ۱۴۰۳

یافته‌ها

پرسش‌نامه مذکور در بهار سال ۱۴۰۳ در بین افراد گردشگر شهر قم و کارشناسان حوزه گردشگری توزیع و اطلاعات ارائه شده جمع‌آوری شده است. با توجه به نتایج به دست آمده از پرسشنامه ۳۸۵ نفر پاسخگویان در بین گردشگران شهر قم یافته‌های توصیفی بدین شرح است: ۲۸/۶ درصد (۱۱۰ نفر) مرد و ۷۱/۴ درصد (۲۷۵ نفر) زن بوده‌اند. از ۳۸۵ نفر پاسخگویان، ۵۵/۳ درصد (۲۱۳ نفر) متأهل، ۴۴/۷ درصد (۱۷۲ نفر) مجرد بوده‌اند. ۷/۸ درصد (۳۰ نفر) زیر ۲۰ سال، ۵۵/۶ درصد (۲۱۴ نفر) ۲۱ تا ۳۰ سال، ۲۴/۳ درصد (۹۳ نفر) ۳۱ تا ۴۰ سال، ۷/۵ درصد (۲۹ نفر) ۴۱ تا ۵۰ سال، ۴/۹ درصد (۱۹ نفر) بیشتر از ۵۰ سال بوده‌اند. از میان ۳۸۵ نفر پاسخگویان، ۶/۲ درصد (۲۴ نفر) یک‌بار، ۶/۸ درصد (۲۶ نفر) دو بار، ۸/۸ درصد (۳۴ نفر) سه بار، ۵/۵ درصد (۲۱ نفر) چهار بار، ۵/۵ درصد (۲۲ نفر) پنج بار و ۶۷ درصد (۲۵۸ نفر) بیش از پنج بار به شهر قم سفر کرده‌اند؛ و ۵/۷ درصد (۲۲ نفر) زیر دیپلم، ۱۸/۷ درصد (۷۲ نفر) دیپلم، ۴۰/۳ درصد (۱۵۵ نفر) لیسانس و ۳۵/۳ درصد (۱۳۶ نفر) فوق‌لیسانس و بالاتر بوده‌اند؛ و همچنین ۱۲/۷ درصد (۴۹ نفر) بیکار، ۱۶/۱ درصد (۶۲ نفر) شغل آزاد، ۱۷/۷ درصد (۶۸ نفر) شغل دولتی، ۲۵/۲ درصد (۹۷ نفر) دانشجو و محصل و ۲۸/۳ درصد (۱۰۹ نفر) سایر موارد را تشکیل می‌داده‌اند.

ارزیابی گردشگران از وضعیت حمل‌ونقل عمومی در شهر قم

همان‌گونه که جدول شماره ۱ درصد فراوانی‌های مربوط به زیر ساخت‌های حمل‌ونقل عمومی نشان داده است، می‌توان نتیجه گرفت که کنترل ترافیک و ظرفیت سیستم حمل‌ونقل عمومی در سطح شهر از نظر گردشگران در سطح کیفی پایین است و هماهنگی بین انواع سیستم حمل‌ونقل عمومی و هو شمند، کیفیت سیستم حمل‌ونقل هوایی و زمینی و دسترس به جاذبه‌ها، هتل، مراکز خرید و گشت‌وگذار به وسیله سیستم حمل‌ونقل از کیفیت متوسطی برخوردار است.

جدول ۲. ارزیابی گردشگران از وضعیت حمل‌ونقل عمومی در شهر قم

انحراف استاندارد	میانگین	حجم نمونه	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۱۰/۱	۳/۲۹	۳۸۵	۱۲/۷	۲۷	۴۲/۱	۱۳	۵/۲

کیفیت سیستم حمل‌ونقل هوایی و زمینی

۱/۱۱	۳/۴۵	۳۸۵	۱۸/۴	۳۲/۵	۳۱/۹	۱۰/۴	۶/۸	دسترسی به جاذبه‌ها، هتل، مراکز خرید و گشت‌وگذار با سیستم حمل‌ونقل
۱/۱۰	۲/۹۹	۳۸۵	۸/۶	۲۴/۹	۳۴	۲۲/۳	۱۰/۱	کنترل ترافیک و ظرفیت سیستم حمل‌ونقل عمومی در سطح شهر
۱/۱۰	۳/۲۸	۳۸۵	۱۴	۲۹/۹	۳۱/۹	۱۷/۹	۶/۲	هماهنگی بین انواع سیستم حمل‌ونقل عمومی و هوشمند
۳/۲۵								میانگین کل

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

جدول ۳. ارزیابی گردشگران از وضعیت حمل‌ونقل عمومی در شهر قم

انحراف استاندارد	میانگین	حجم نمونه	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱/۰۱	۳/۲۹	۳۸۵	۱۲/۷	۲۷	۴۲/۱	۱۳	۵/۲	کیفیت سیستم حمل‌ونقل هوایی و زمینی
۱/۱۱	۳/۴۵	۳۸۵	۱۸/۴	۳۲/۵	۳۱/۹	۱۰/۴	۶/۸	دسترسی به جاذبه‌ها، هتل، مراکز خرید و گشت‌وگذار با سیستم حمل‌ونقل
۱/۱۰	۲/۹۹	۳۸۵	۸/۶	۲۴/۹	۳۴	۲۲/۳	۱۰/۱	کنترل ترافیک و ظرفیت سیستم حمل‌ونقل عمومی در سطح شهر
۱/۱۰	۳/۲۸	۳۸۵	۱۴	۲۹/۹	۳۱/۹	۱۷/۹	۶/۲	هماهنگی بین انواع سیستم حمل‌ونقل عمومی و هوشمند
۳/۲۵								میانگین کل

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

ارزیابی گردشگران از وضعیت مراکز اقامتی در شهر قم

همان‌گونه که از جدول شماره (۴) قابل استناد است با توجه به میانگین و درصد فراوانی‌های مربوط به زیرساخت‌های مراکز اقامتی می‌توان نتیجه گرفت که گردشگران از هزینه‌های اقامتگاه‌ها رضایت کمی داشته و نسبت به خدمات رزرواسیون هتل و اقامتگاه‌ها و کیفیت آن شرایط متوسطی را ارزیابی کرده‌اند.

جدول ۴. ارزیابی گردشگران از وضعیت مراکز اقامتی در شهر قم

انحراف استاندارد	میانگین	حجم نمونه	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱/۰۲	۳/۴۹	۳۸۵	۱۷/۴	۳۲/۲	۳۵/۳	۱۱/۷	۳/۴	کیفیت اقامتگاه‌ها
۱/۲۰	۲/۶۷	۳۸۵	۸/۶	۱۶/۴	۲۸/۳	۲۷	۱۹/۷	هزینه‌های اقامتگاه‌ها
۱/۱۰	۲۵/۳	۳۸۵	۱۲/۷	۲۸/۶	۳۸/۷	۱۰/۹	۹/۱	خدمات رزرواسیون هتل و اقامتگاه‌ها
۳/۱۳								میانگین کل

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

ارزیابی گردشگران از وضعیت اطلاع‌رسانی و تبلیغات در مشهد

همان‌گونه که از جدول زیر قابل مشاهده است با توجه به میانگین و درصد فراوانی‌های مربوط به زیرساخت‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغات می‌توان نتیجه گرفت، کیفیت برگزاری کنفرانس، نمای شگاه و جشنواره‌ها با محوریت قم شنا سی از نظر گردشگران از کیفیت کمی برخوردار است و معرفی جاذبه‌های قم از طریق اینترنت و فضای مجازی، سهولت دسترسی به نقشه و بروشور راهنمای شهر و کیفیت مراکز اطلاع‌رسانی و راهنمای زائر از وضعیت متوسطی برخوردارند.

جدول ۵. ارزیابی گردشگران از وضعیت اطلاع‌رسانی و تبلیغات در شهر قم

انحراف استاندارد	میانگین	حجم نمونه	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱/۲۵	۶۱،۲	۳۸۵	۸/۳	۱۵/۸	۳۰/۱	۲۰/۳	۲۵،۵	برگزاری کنفرانس، نمایشگاه و جشنواره‌ها با محوریت قم شناسی
۱/۲۶	۳/۰۷	۳۸۵	۱۴/۳	۲۶/۲	۲۴/۹	۲۱	۱۳،۵	معرفی جاذبه‌های قم از طریق اینترنت و فضای مجازی

۱/۳۴	۳/۲۲	۳۸۵	۲۱	۲۵/۷	۲۲/۱	۱۶/۶	۱۴/۵	سهولت دسترسی به نقشه و بروشور راهنمای شهر
۱/۲۲	۳/۳۸	۳۸۵	۲۰/۵	۲۹/۹	۲۴/۷	۱۶/۶	۸/۳	کیفیت مراکز اطلاع‌رسانی و راهنمای زائر
۳/۰۶								میانگین کل

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

ارزیابی گردشگران از وضعیت فرهنگی در شهر قم

با توجه به میانگین و درصد فراوانی‌های مربوط به زیر ساخت‌های و وضعیت فرهنگی در شهر قم، می‌توان نتیجه گرفت از نظر گردشگران مهمان‌نوازی و رفتار مردم با مسافران در سطح کیفیت پایین و صنایع‌دستی، سوغات و فرهنگ محلی، تعاملات راهنمایان گردشگران و فعالین این حوزه و کیفیت موزه‌های فرهنگی، مذهبی و آیینی ویژه در سطح متوسط کیفیت ارزیابی شده است.

جدول ۶. ارزیابی گردشگران از وضعیت فرهنگی در شهر قم

انحراف استاندارد	میانگین	حجم نمونه	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱/۳۰	۲/۹۴	۳۸۵	۱۳	۹,۲۳	۲۶	۱۸/۴	۱۸/۷	مهمان‌نوازی و رفتار با مسافران
۱/۲۵	۳/۲۷	۳۸۵	۱۸/۴	۸,۲۷	۳۷/۵	۱۴/۸	۱۱/۴	مشاهده صنایع‌دستی، سوغات و فرهنگ محلی
۱/۱۵	۳/۳۲	۳۸۵	۱۷/۷	۲۸/۳	۲۹/۴	۱۸/۲	۶/۵	کیفیت موزه‌های فرهنگی، مذهبی و آیینی ویژه
۱/۱۶	۳/۲۸	۳۸۵	۱۶/۱	۲۸/۳	۳۱/۹	۱۵/۱	۸/۶	تعاملات راهنمایان گردشگران و فعالین
۳/۲۰								میانگین کل

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

ارزیابی گردشگران از وضعیت خدمت‌رسانی و تأمین امنیت در شهر قم

همان‌گونه که قابل مشاهده است با توجه به میانگین و درصد فراوانی‌های مربوط به زیرساخت‌های خدمت‌رسانی و تأمین امنیت می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت امنیت شهر، کیفیت بیمارستان‌ها، کلینیک‌های درمانی و پزشکان متخصص، کیفیت جاذبه‌های گردشگری و خدمات تفریحی و دسترسی به مراکز خرید، پاساژها و فروشگاه‌ها به ترتیب از کمترین تا بیشترین سطح کیفیت را برخوردار بودند. البته لازم به ذکر است که هر یک از این چهار دسته‌بندی مربوط به کیفیت خدمات و ایمنی از میانگین سطح متوسط رو به بالا برخوردار می‌باشند و تقریباً می‌توان کیفیت مطلوبی را در این قسمت مشاهده کرد.

جدول ۷. ارزیابی گردشگران از وضعیت خدمات در شهر قم

انحراف استاندارد	میانگین	حجم نمونه	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱/۰۲	۳/۸۵	۳۸۵	۲۹/۹	۳۷/۷	۲۳/۱	۶/۲	۳/۱	دسترسی به مراکز خرید، پاساژها و فروشگاه‌ها
۰/۹۸	۳/۶۸	۳۸۵	۲۱/۸	۳۷/۱	۲۹/۹	۹/۱	۲/۱	کیفیت بیمارستان‌ها، کلینیک‌های درمانی و پزشکان متخصص
۱/۱۴	۳/۵۱	۳۸۵	۲۱	۳۳/۲	۲۷/۵	۱۱/۷	۶/۵	وضعیت امنیت شهر
۱/۰۵	۳/۷۲	۳۸۵	۲۷/۸	۳۰/۱	۳۲/۲	۶/۲	۳/۶	کیفیت جاذبه‌های گردشگری و تفریحی
۳/۶۸								میانگین کل

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

ارزیابی گردشگران از وضعیت فناوری و دانش سرآمد در شهر قم

همان‌طور که از جدول زیر قابل مشاهده است با توجه به میانگین و درصد فراوانی‌های مربوط به زیرساخت‌های وضعیت فناوری و دانش سرآمد در شهر قم، می‌توان نتیجه گرفت که در هر سه آیتیم کیفیت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات (بانکداری و تجارت الکترونیک و...)، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و تحقیقاتی و همایش‌ها، کنفرانس‌ها و نشست‌های بین‌المللی تخصصی از سطح متوسط رو به بالا ارزیابی شده‌اند.

جدول ۸. ارزیابی گردشگران از وضعیت فناوری و دانش سرآمد در شهر قم

انحراف استاندارد	میانگین	حجم نمونه	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۰/۹۳	۳/۵۸	۳۸۵	۱۵/۶	۴۰	۳۳/۵	۸/۸	۲/۱	کیفیت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات (بانکداری و تجارت الکترونیک و...)
۰/۹۲	۳/۷۶	۳۸۵	۲۲/۳	۳۹/۷	۳۱/۷	۴/۲	۲/۱	کیفیت دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و تحقیقاتی
۰/۹۱	۳/۶۸	۳۸۵	۱۶/۴	۴۴/۷	۳۲/۷	۳/۶	۲/۶	کیفیت همایش‌ها، کنفرانس‌ها و نشست‌های بین‌المللی تخصصی
			۳/۶۷					میانگین کل

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

اولویت‌بندی زیرساخت‌های گردشگری بر اساس میزان رضایت گردشگران

در نتیجه گیری نهایی ارزیابی وضعیت زیرساخت‌های شش‌گانه گردشگری شهر قم از نگاه گردشگران می‌توان با استعانت از میانگین این ابعاد به این نکته رسید که وضعیت خدمات با میانگین ۳/۶۸ در رتبه اول و به ترتیب حمل‌ونقل رتبه دوم، فرهنگ رتبه سوم، اقامتگاه‌ها رتبه چهارم، فناوری و دانش سرآمد رتبه پنجم و اطلاع‌رسانی و تبلیغات با میانگین ۳/۰۶ رتبه ششم رضایت از دیدگاه گردشگران را به خود اختصاص داده‌اند.

یافته‌های توصیفی پرسشنامه کارشناسان حوزه گردشگری

وضعیت کارشناسان بر حسب جنسیت

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از پرسشنامه، از ۳۸ نفر کارشناس، ۶۵/۸ درصد (۲۵ نفر) مرد و ۳۴/۲ درصد (۱۳ نفر) زن بوده‌اند؛ و ۱۵/۸ درصد (۶ نفر) دارای مدرک لیسانس، ۲۶/۳ درصد (۱۰ نفر) مدرک فوق‌لیسانس و ۵۷/۹ درصد (۲۲ نفر) دکتری بوده‌اند. از میان ۳۸ نفر کارشناس، ۵۲/۶ درصد (۲۰ نفر) شاغل دانشگاه قم، ۲۶/۳ درصد (۱۰ نفر) شاغل در سازمان گردشگری قم و ۲۱/۱ درصد (۸ نفر) شاغل در شهرداری شهر قم بوده‌اند.

پیشران‌های زیرساخت حمل‌ونقل

جدول ۹. تجزیه و تحلیل زیرساخت حمل‌ونقل از دو بعد اثرگذاری و عدم قطعیت

میانگین کل	% فراوانی بالای ۳	میانگین عدم اطمینان	% فراوانی بالای ۳	میانگین اثرگذاری	گویه‌های حمل‌ونقل
۴/۰۱	۹۴/۷	۳/۵۲	۱۰۰	۴/۵۰	رسیدن به بهره‌وری بالا در سیستم حمل‌ونقل (ظرفیت، قیمت و...)
۳/۷۸	۸۹/۵	۳/۱۵	۱۰۰	۴/۴۲	سهولت دسترسی به جاذبه‌ها، هتل، مراکز خرید و گشت‌وگذار با سیستم حمل‌ونقل
۴/۰۵	۱۰۰	۳/۶۸	۱۰۰	۴/۴۲	بهبود ترافیک، توسعه معابر جدید و ایجاد ظرفیت برای حمل‌ونقل عمومی شهر قم
۳/۹۷	۸۹/۵	۳/۴۷	۱۰۰	۴/۴۷	هماهنگی بین انواع سیستم حمل‌ونقل عمومی: مترو، اتوبوس‌رانی و تاکسی (حمل‌ونقل هوشمند در قم)

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

- بهبود ترافیک، توسعه معابر جدید و ایجاد ظرفیت برای حمل‌ونقل عمومی شهر قم
- رسیدن به بهره‌وری بالا در سیستم حمل‌ونقل (ظرفیت، قیمت و...)
- هماهنگی بین انواع سیستم حمل‌ونقل عمومی: مترو، اتوبوس‌رانی و تاکسی (حمل‌ونقل هوشمند در قم)
- سهولت دسترسی به جاذبه‌ها، هتل، مراکز خرید و گشت‌وگذار با سیستم حمل‌ونقل

پیشران‌های زیرساخت اقامتگاه

جدول ۱۰. تجزیه و تحلیل زیرساخت اقامتگاه از دو بعد اثرگذاری و عدم قطعیت

میانگین کل	% فراوانی بالای ۳	میانگین عدم اطمینان	% فراوانی بالای ۳	میانگین اثرگذاری	گویه‌های اقامتگاه
۳/۸۱	۸۴/۲	۳/۲۱	۱۰۰	۴/۴۲	بهبود کیفیت اقامتگاه‌ها (موقعیت، خدمات و نزدیکی به مقصد)

۴/۱۵	۸۴/۲	۳/۵۲	۱۰۰	۴/۷۸	تأمین اقامتگاه متناسب با شرایط اقتصادی اقشار مختلف گردشگر ورودی به قم
۳/۶	۶۸/۳	۲/۷۸	۱۰۰	۴/۴۲	استانداردسازی خدمات رزرواسیون (Booking)

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

- تأمین اقامتگاه متناسب با شرایط اقتصادی اقشار مختلف گردشگر ورودی به قم
- بهبود کیفیت اقامتگاه‌ها (موقعیت، خدمات و نزدیکی به مقصد)

پیشران‌های زیرساخت دولت و مدیریت شهری

جدول ۱۱. تجزیه و تحلیل زیرساخت دولت و مدیریت شهری از دو بعد اثرگذاری و عدم قطعیت

میانگین کل	% فراوانی بالای ۳	میانگین عدم اطمینان	% فراوانی بالای ۳	میانگین اثرگذاری	گویه‌های دولت و مدیریت شهری
۴/۰۱	۹۴/۷	۳/۵۵	۱۰۰	۴/۴۷	برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های کاربردی و آینده‌نگر در زمینه گردشگری
۴/۲۸	۷۳/۷	۴/۰۰	۱۰۰	۴/۵۷	هماهنگی و مشارکت تمام بخش‌های ذی‌ربط
۴/۱۴	۷۳/۷	۳/۹۲	۱۰۰	۴/۳۶	اصلاح قوانین و تفکیک اختیارات سازمان‌های تصمیم‌گیرنده و کاهش موازی کاری
۳/۹	۱۰۰	۳/۴۶	۱۰۰	۴/۴۴	تخصیص بودجه صحیح در حوزه گردشگری
۴/۰۹	۹۴/۷	۳/۶۳	۱۰۰	۴/۵۵	گسترش روابط با سایر کشورها و پیشبرد برجام
۴/۲۷	۹۷/۴	۳/۸۴	۱۰۰	۴/۷۱	بهبود سرمایه‌گذاری خارجی و بخش خصوصی
۴/۱۵	۹۷/۴	۳/۶۸	۱۰۰	۴/۶۴	برنامه‌ریزی جهت تسهیل ورود و خروج گردشگران به کشور (حذف ویزا و...)

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

- هماهنگی و مشارکت تمام بخش‌های ذی‌ربط
- بهبود سرمایه‌گذاری خارجی و بخش خصوصی
- برنامه‌ریزی جهت تسهیل ورود و خروج گردشگران به کشور (حذف ویزا و...)
- اصلاح قوانین و تفکیک اختیارات سازمان‌های تصمیم‌گیرنده و کاهش موازی کاری
- گسترش روابط با سایر کشورها و پیشبرد برجام
- برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های کاربردی و آینده‌نگر در زمینه گردشگری
- تخصیص بودجه صحیح در حوزه گردشگری

پیشران‌های زیرساخت اطلاع‌رسانی و تبلیغات

جدول ۱۲. تجزیه و تحلیل زیرساخت اطلاع‌رسانی و تبلیغات از دو بعد اثرگذاری و عدم قطعیت

میانگین کل	% فراوانی بالای ۳	میانگین عدم اطمینان	% فراوانی بالای ۳	میانگین اثرگذاری	گویه‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغات
۳/۳۹	۷۳/۶	۲/۷۸	۱۰۰	۴/۰۰	برگزاری کنفرانس، نمایشگاه و جشنواره‌های ایران شناسی (با تأکید بر قم) در داخل و خارج کشور
۳/۵۱	۴۷/۴	۲/۶۳	۱۰۰	۴/۳۹	معرفی جاذبه‌های کشور و قم از طریق اینترنت و فضای مجازی به زبان‌های بین‌المللی
۳/۴۲	۴۷/۴	۲/۶۳	۱۰۰	۴/۲۱	عرضه نقشه، کتب و بروشور راهنما و افزایش کارایی مأموران گذرنامه در مرزهای ورودی
۴/۰۳	۹۴/۷	۳/۶۳	۱۰۰	۴/۴۴	فعال نمودن نمایندگی‌های سیاسی خارجی در کشور در انجام تبلیغات گردشگری
۳/۸۱	۶۸/۸	۳/۳۱	۱۰۰	۴/۳۱	وجود مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری مجهز به تکنیک‌های اطلاع‌رسانی پیشرفته منطبق بر اهداف بازاریابی

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

- فعال نمودن نمایندگی‌های سیاسی خارجی در کشور در انجام تبلیغات گردشگری

- وجود مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری مجهز به تکنیک‌های اطلاع‌رسانی پیشرفته منطبق بر اهداف بازاریابی در شهر قم

پیشران‌های زیرساخت فرهنگ

جدول ۱۳. تجزیه و تحلیل زیرساخت فرهنگ از دو بعد اثرگذاری و عدم قطعیت

میانگین کل	% فراوانی بالای ۳	میانگین عدم اطمینان	% فراوانی بالای ۳	میانگین اثرگذاری	گویه‌های فرهنگ
۳/۸۳	۸۴/۲	۳/۳۱	۹۴/۷	۴/۳۶	فرهنگ‌سازی اجتماعی گردشگری و آموزش میهمان‌نوازی در بین مردم
۳/۵۴	۷۳/۷	۲/۹۴	۱۰۰	۴/۱۵	معرفی صنایع دستی، سوغات و فرهنگ محلی
۳/۶۰	۸۴/۲	۳/۰۰	۱۰۰	۴/۲۱	تأسیس موزه‌های فرهنگی، تاریخی و آیینی در کشور
۳/۶۸	۷۸/۹	۳/۱۵	۱۰۰	۴/۲۱	آموزش رابطان فرهنگی و فعالین حوزه گردشگری

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

- فرهنگ‌سازی اجتماعی گردشگری و آموزش میهمان‌نوازی در بین مردم
- آموزش رابطان فرهنگی و فعالین حوزه گردشگری برای تعامل با گردشگران
- تأسیس موزه‌های فرهنگی، تاریخی و آیینی در کشور

پیشران‌های زیرساخت خدمات

جدول ۱۴. تجزیه و تحلیل زیرساخت خدمات از دو بعد اثرگذاری و عدم قطعیت

میانگین کل	% فراوانی بالای ۳	میانگین عدم اطمینان	% فراوانی بالای ۳	میانگین اثرگذاری	گویه‌های خدمات
۳/۵۵	۷۳/۶	۲/۸۹	۱۰۰	۴/۲۱	بهبود خدمات تجاری (مراکز خرید و فروش و ...)
۳/۵۷	۶۸/۴	۲/۷۳	۱۰۰	۴/۴۲	ارتقا گردشگری سلامت (بیمارستان‌ها، کلینیک‌های درمانی، زیبایی و ...)
۳/۸۶	۷۳/۷	۳/۳۶	۱۰۰	۴/۳۶	پلیس گردشگری و خدمات امنیتی
۳/۹۴	۹۴/۷	۳/۳۶	۱۰۰	۴/۵۲	تقویت جاذبه‌ها و خدمات تفریحی

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

- تقویت جاذبه‌ها و خدمات تفریحی
- پلیس گردشگری و خدمات امنیتی

پیشران‌های زیرساخت فناوری و دانش سرآمد

جدول ۱۵. تجزیه و تحلیل زیرساخت فناوری و دانش سرآمد از دو بعد اثرگذاری و عدم قطعیت

میانگین کل	% فراوانی بالای ۳	میانگین عدم اطمینان	% فراوانی بالای ۳	میانگین اثرگذاری	گویه‌های فناوری و دانش سرآمد
۳/۷۸	۸۴/۲	۳/۱۰	۱۰۰	۴/۷	ارتقا زیرساخت‌های فناوری اطلاعات در حوزه گردشگری (بانکداری الکترونیک، تجارت الکترونیک و ...)
۳/۶	۷۸/۹	۲/۸۹	۱۰۰	۴/۳۱	تأسیس دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و تحقیقاتی در جهت آموزش نیروهای متخصص
۳/۲۳	۵۲/۶	۲/۴۲	۱۰۰	۴/۰۵	برگزاری همایش، کنفرانس و نشست‌های بین‌المللی تخصصی و دانش‌محور

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

- ارتقا زیرساخت‌های فناوری اطلاعات در حوزه گردشگری (بانکداری الکترونیک، تجارت الکترونیک و ...)

تعیین پیشران‌های بحرانی و مهم (گام سوم سناریونویسی)

به‌منظور تعیین معناداری هرکدام از عوامل تعیین‌شده در مرحله قبل، از آزمون تحلیل آماری T تک نمونه استفاده می‌گردد. با توجه به روش مقالات منتشر شده در زمینه سناریونویسی، حداقل میانگین ۳ برای گزینش عوامل کلیدی و پیشران تعیین شد. این به معنای آن است که عواملی که دارای حداقل میانگین ۳ هم در بعد درجه تأثیر و هم در بعد "عدم اطمینان" می‌باشند ضمن درصدگیری جهت تعیین فراوانی بالاتر از عدد ۳، به‌عنوان عامل پیشران انتخاب می‌شوند. به‌منظور تعیین معناداری هرکدام از

عوامل تعیین شده در مرحله قبل، از آزمون تحلیل آماری T تک نمونه استفاده می شود و عواملی که بحرانی بودن آنها معنادار است به عنوان پیشران‌های بحرانی سناریو انتخاب می‌شوند و عوامل بحرانی‌ای که معناداری آنها تأیید نشده است به عنوان پیشران‌های مهم سناریو تعیین می‌شوند؛ و عواملی که بحرانی بودن آنها معنادار است به عنوان پیشران‌های بحرانی سناریو انتخاب می‌شوند و عوامل بحرانی‌ای که معناداری آنها تأیید نشده است به عنوان پیشران‌های مهم سناریو تعیین می‌شوند. نتایج آماری کلیه متغیرها در جدول زیر مشاهده می‌گردد. لازم به ذکر است که کلیه عواملی که از لحاظ آماری معنی‌داری آنها تأیید شده است (پیشران‌های بحرانی) و مقدار sig کمتر از ۰/۰۵ است، به صورت خاکستری رنگ مشخص شده است و سایر متغیرها مقدار Sig بیشتر از ۰/۰۵ است و از لحاظ آماری معنادار نمی‌باشند.

جدول ۱۶. آزمون t تک نمونه‌ای جهت میانگین متغیرهای بحرانی و مقایسه با عدد ۳

P	نمره آزمون T		میانگین		عوامل بحرانی	زیرساخت
	اثربرداری	عدم اطمینان	عدم اطمینان	اثربرداری		
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۵/۷۰	۱۴/۶۳	۳/۶۸	۴/۴۲	بهبود ترافیک، توسعه معابر جدید و ایجاد ظرفیت برای حمل‌ونقل عمومی شهر قم
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۴/۲۵	۱۵/۳۰	۳/۵۳	۴/۵۰	رسیدن به بهره‌وری بالا در سیستم حمل‌ونقل (ظرفیت، قیمت و...) شهر قم
۰/۰۰۱	۰,۰۰۰	۳/۵۱	۱۵/۰۵	۳/۴۷	۴/۴۷	هماهنگی بین انواع سیستم حمل‌ونقل عمومی: مترو، اتوبوس‌رانی و تاکسی (حمل‌ونقل هوشمند در قم)
۰/۱۱۰	۰,۰۰۰	۱/۶۳	۱۷/۵۰	۳/۱۵	۴/۴۲	سهولت دسترسی به جاذبه‌ها، هتل، مراکز خرید و گشت‌گذار با سیستم حمل‌ونقل
۰/۰۰۱	۰,۰۰۰	۳/۶۳	۲۶/۷۰	۳/۵۲	۴/۷۸	تأمین اقامتگاه متناسب با شرایط اقتصادی اقشار مختلف گردشگر ورودی به قم
۰/۰۷۳	۰,۰۰۰	۱/۸۴	۱۷/۵۰	۳/۲۱	۴/۴۲	بهبود کیفیت اقامتگاه‌ها (موقعیت، خدمات و نزدیکی به مقصد)
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۸/۳۸	۱۴/۲۵	۴/۰۰	۴/۵۷	هماهنگی و مشارکت تمام بخش‌های ذی‌ربط
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۸/۷۴	۲۲/۹۴	۳/۸۴	۴/۷۱	بهبود سرمایه‌گذاری خارجی و بخش خصوصی
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۶/۰۱	۲۰/۵۷	۳/۶۸	۴/۶۳	برنامه‌ریزی جهت تسهیل ورود و خروج گردشگران به کشور (حذف ویزا و...)
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۸/۴۳	۱۲/۵۰	۳/۹۲	۴/۳۶	اصلاح قوانین و تفکیک اختیارات سازمان‌های تصمیم‌گیرنده و کاهش موازی کاری
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۴/۷۵	۱۸/۹۹	۳/۶۳	۴/۵۵	گسترش روابط با سایر کشورها و پیشبرد برجام
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۴/۴۸	۱۵/۰۵	۳/۵۵	۴/۴۷	برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های کاربردی و آینده‌نگر در زمینه گردشگری
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۴/۱۹	۱۳/۰۱	۳/۲۶	۴/۴۴	تخصیص بودجه صحیح در حوزه گردشگری
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۵/۷۷	۱۴/۸۲	۳/۶۳	۴/۴۴	فعال نمودن نمایندگی‌های سیاسی خارجی در کشور در انجام تبلیغات گردشگری
۰/۰۳۸	۰,۰۰۰	۲/۱۵	۱۷/۲۱	۳/۳۱	۴/۳۱	وجود مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری مجهز به تکنیک‌های اطلاع‌رسانی پیشرفته منطبق بر اهداف بازاریابی در شهر قم
۰/۰۳۲	۰,۰۰۰	۲/۲۲	۱۰/۷۳	۳/۳۱	۴/۳۶	فرهنگ‌سازی اجتماعی گردشگری و آموزش میهمان‌نوازی در بین مردم
۰/۲۴۴	۰,۰۰۰	۱/۱۸	۱۱/۹۹	۳/۱۵	۴/۲۱	آموزش رابطان فرهنگی و فعالین حوزه گردشگری برای تعامل با گردشگران
۱/۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰	۱۴/۱۳	۳/۰۰	۴/۲۱	تأسیس موزه‌های فرهنگی، تاریخی و آیینی در کشور
۰/۰۰۴	۰,۰۰۰	۳/۰۲	۱۸/۵۹	۳/۳۶	۴/۵۲	تقویت جاذبه‌ها و خدمات تفریحی
۰/۰۲۹	۰,۰۰۰	۲/۲۷	۱۲/۵۰	۳/۳۶	۴/۳۶	پلیس گردشگری و خدمات امنیتی
۰/۳۲۴	۰,۰۰۰	۱/۰۰	۱۳/۳۱	۳/۱۰	۴/۴۷	ارتقا زیرساخت‌های فناوری اطلاعات در حوزه گردشگری (بانکداری الکترونیک، تجارت الکترونیک و...)

برگرفته از: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

پیشران‌های بحرانی سناریو حمل‌ونقل

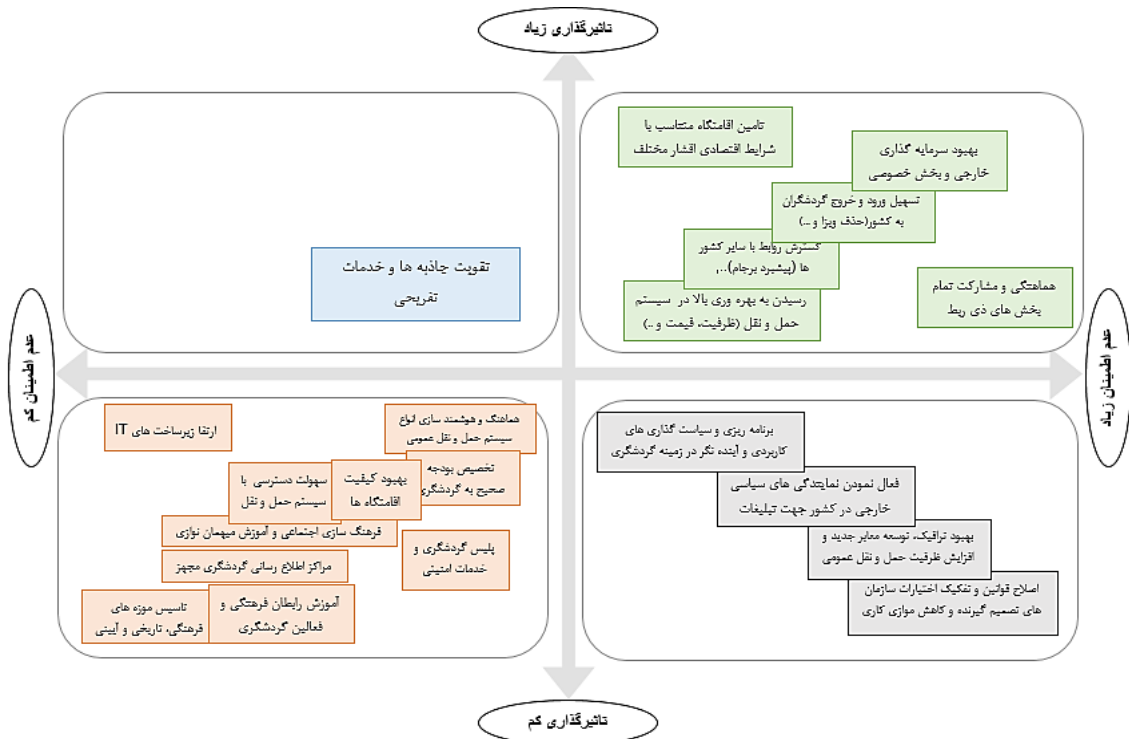
- بهبود ترافیک، توسعه معابر جدید و ایجاد ظرفیت برای حمل‌ونقل عمومی شهر قم
- رسیدن به بهره‌وری بالا در سیستم حمل‌ونقل (ظرفیت، قیمت و...) شهر قم
- هماهنگی بین انواع سیستم حمل‌ونقل عمومی: مترو، اتوبوس‌رانی و تاکسی (حمل‌ونقل هوشمند در قم)
- اقامتگاه:
- تأمین اقامتگاه متناسب با شرایط اقتصادی اقشار مختلف گردشگر ورودی به قم
- دولت و مدیریت شهری:
- هماهنگی و مشارکت تمام بخش‌های ذی‌ربط
- بهبود سرمایه‌گذاری خارجی و بخش خصوصی
- برنامه‌ریزی جهت تسهیل ورود و خروج گردشگران به کشور (حذف ویزا و...)
- اصلاح قوانین و تفکیک اختیارات سازمان‌های تصمیم‌گیرنده و کاهش موازی کاری
- گسترش روابط با سایر کشورها و پیشبرد برجام
- برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های کاربردی و آینده‌نگر در زمینه گردشگری
- تخصیص بودجه صحیح در حوزه گردشگری
- فعال نمودن نمایندگی‌های سیاسی خارجی در کشور در انجام تبلیغات گردشگری
- وجود مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری مجهز به تکنیک‌های اطلاع‌رسانی پیشرفته منطبق بر اهداف بازاریابی در شهر قم
- **فرهنگ**
- فرهنگ‌سازی اجتماعی گردشگری و آموزش مهمان‌نوازی در بین مردم
- **خدمات**
- تقویت جاذبه‌ها و خدمات تفریحی
- پلیس گردشگری و خدمات امنیتی

پیشران‌های مهم سناریو حمل‌ونقل

- سهولت دسترسی به جاذبه‌ها، هتل، مراکز خرید و گشت‌وگذار با سیستم حمل‌ونقل
- اقامتگاه
- بهبود کیفیت اقامتگاه‌ها (موقعیت، خدمات و نزدیکی به مقصد)
- فرهنگ
- آموزش رابطان فرهنگی و فعالین حوزه گردشگری برای تعامل با گردشگران
- تأسیس موزه‌های فرهنگی، تاریخی و آیینی در کشور
- فناوری و دانش سرآمد
- ارتقا زیرساخت‌های فناوری اطلاعات در حوزه گردشگری (بانکداری الکترونیک، تجارت الکترونیک و...)

ماتریس بحرانی اثرگذاری - عدم اطمینان

بعد از تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه و استخراج عوامل بحرانی و به دنبال آن تفکیک این عوامل به دودسته پیشران‌های مهم و پیشران‌های بحرانی، نتایج در دو طیف عدم اطمینان (بازه بین ۳ تا ۴) و اثرگذاری (بازه بین ۴,۲۱ تا ۴,۷۸) قرار گرفتند به گونه‌ای که دو محور متقاطع این ماتریس از محل تقاطع میانگین‌های این دو بازه یعنی مقدار ۳,۵ عدم اطمینان و مقدار ۴,۴۹۵ تأثیرگذاری تشکیل گردید. همان‌طور که در شکل ۲ نشان داده شده است، قسمت بالا سمت راست این ماتریس دربرگیرنده پیشران‌های بحرانی است و تمامی پیشران‌های مهم در قسمت پایین سمت چپ ماتریس جای گرفته است.



شکل ۲. ماتریس بحرانی اثرگذاری - عدم اطمینان

برگرفته از: ترسیم نگارندگان، ۱۴۰۳

سناریوهای گردشگری قم

مجموعه مدیریت شهری در تجهیز زیرساخت‌ها، اصلاح قوانین و گسترش روابط " و "وضعیت آگاهی جامعه (آموزش و اطلاع‌رسانی و تبلیغات) در حوزه گردشگری " ۴ سناریو گردشگری شهر قم به شرح زیر روایت می‌شوند:

سناریو اول (آفتاب تاریک): در این حالت سناریو بین دو بعد دولت منفعل و آگاهی مؤثر محصور است و جامعه به سوی افق روشن آگاهی گام برمی‌دارد اما روند سیاست‌گذاری دولت و مدیریت شهری این کورسو را به خاموشی می‌نهد.

سناریو دوم (آب سراب): سناریو دوم قطب متضاد سناریو اول است و راوی شهری است که در آن عملکرد دولت و مدیریت شهری مثبت است اما افت آگاهی و دانش حاکم بر جامعه در کفه دیگر ترازو بازهم مانع از پیشرفت صنعت گردشگری می‌شود.

سناریو سوم (شهر شب): شهر شب تصویری سیاه از گردشگری‌ای است که در آن دانش و آگاهی جامعه در پایین‌ترین حد خود قرار دارد و عملکرد منفی و منفعل دولت و در بخش جزئی‌تر سیستم مدیریت شهری قم، از چشم‌انداز گردشگری تنها آرمان‌هایی مکتوب و تحقق نیافته می‌سازد، آرمان‌هایی که هرگز به منصفه ظهور دست نمی‌یابند.

سناریو چهارم (شهر بهشت): سناریو چهارم آرمان شهری بی‌بدیل است که در آن تحرکات و پویایی دولت و مدیریت شهری در کنار جامعه آگاه افق روشن گردشگری قم را می‌سازد و تنها در این سناریوست که با تحقق سند چشم‌انداز قم در افق ۱۴۱۰، قم شهری می‌شود: "زیارتی، سیاحتی و مذهبی، آرامش‌دهنده، فرحبخش، با اقتصاد خدماتی و صنایع برتر، مبتنی بر فن‌آوری و با امنیت مناسب در سطح جهانی" است.

بحث و نتیجه‌گیری

ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری یکی از ده کشور اول جهان است و وجود اماکن مذهبی، کلیساها و آتشکده‌ها این کشور را مستعد حضور گردشگران مذهبی خارجی از کشورها و ادیان گوناگون کرده است. شهر مشهد یکی از پنج شهر مذهبی مهم در جهان اسلام به‌خصوص اهل تشیع است که می‌تواند سالانه گرد شگران خارجی زیادی را به خود جذب کند. ایران، با وجود قابلیت و زمینه‌های فراوان، در جذب گردشگر مذهبی خارجی موفق نبوده است. نتایج پژوهش‌های متعددی همچون پژوهش^۱ سینگ (۲۰۱۶) و^۲ شایند (۲۰۱۸) در هند که نشان می‌دهد که سنت زیارت را می‌شود پدیده گردشگری دانست. باین‌حال، آنچه باعث تمایز گردشگری و زیارت می‌شود مهمان‌نوازی ساکنان محلی است که

1. Singh

2. Shind

وعده‌های غذایی رایگان برای زائران و افراد فقیر فراهم می‌کنند، مانند سایر متغیرهای مکانی متمایز که مقصدهای زیارتی دارند. برخی پژوهشگران نیز گردشگری مذهبی را در مقصدهایی خاص و شرایط مختلف بررسی کرده‌اند؛ از آن جمله علی (۲۰۱۳) است که در پژوهشی با عنوان گردشگری مذهبی در مصر، با مقایسه راهبردهای کشورهای متعدد در گردشگری، گردشگری مذهبی را از منظر نقش دولت و سازمان‌های مرتبط بررسی کرده است. جذب گردشگر مذهبی خارجی مستلزم تبلیغات جهانی مکان‌های مذهبی، توسعه و گسترش زیرساخت‌های حمل‌ونقل مثل فرودگاه‌ها و ناوگان حمل‌ونقل شهری، ایجاد امنیت و برقراری نظم در جامعه، توسعه بهداشت و سلامت عمومی در جامعه، توسعه و گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات و افزایش زیرساخت‌های اقامتی مثل هتل است. کشور ایران، هرچند ظرفیت فراوانی برای گردشگری دارد تا موارد مزبور را که برای ورود گردشگر به کشور ضروری است انجام ندهد سهم زیادی در جذب گردشگر مذهبی خارجی در جهان نخواهد داشت و این گردشگران به کشورهای سفر می‌کنند که این زیرساخت‌ها را داشته باشند؛ بنابراین، با توجه به اهمیت کنونی صنعت گردشگری در اقتصاد و توسعه کشورها، مسئولان و سیاست‌گذاران ایران، به‌ویژه در حوزه گردشگری، باید طرح‌ها و برنامه‌هایی در جهت ارتقا و توسعه زیرساخت‌های لازم برای جذب گردشگر مذهبی به تصویب و اجرا برسانند. با این کار، ایران می‌تواند قابلیت‌هایی را که در گردشگری مذهبی دارد به فعل برساند و با ورود گردشگر مذهبی بیشتر به رشد و توسعه اقتصادی بیشتری دست یابد در ادامه سناریو مطلوب و راه‌حل‌های توسعه گردشگری شهر بزرگ قم مطرح می‌شود: آرمان شهر "شهر بهشت"، به‌عنوان سناریو مطلوب، اگرچه رؤیایی طلایی برای گردشگری به‌ویژه گردشگری منفعل در حال حاضر مشهود است اما دست‌یافتنی است و تحقق افق ۱۴۰۴ گردشگری مشهود تنها درگرو این سناریو شدنی است. برای نیل به این سناریو، راهکارهای زیر ارائه می‌گردد:

الف) برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کاربردی و آینده‌نگر دولت

- بهبود روابط با سایر کشورها
- اصلاح نظام درونی مدیریت شهری
- اصلاح قوانین کنونی گردشگری
- تسهیل قوانین ورود و خروج گردشگر
- تسهیل قوانین گمرکی
- بهبود وضعیت سرمایه‌گذاری‌های خارجی و بخش خصوصی
- تفکیک اختیارات سازمان‌های تصمیم‌گیرنده
- هماهنگی و مشارکت بخش‌های ذی‌ربط گردشگری

ب) بهبود وضعیت اقامتگاه‌ها

- تناسب هزینه‌های اقامتگاه‌ها با شرایط اقتصادی مسافران
- ارتقا کیفیت اقامتگاه‌ها
- استانداردسازی خدمات رزرواسیون اقامتگاه‌ها
- ساخت مجتمع‌های اقامتی چندمنظوره (تفریحی- اقامتی)
- استفاده از الگوهای معماری بومی در ساخت مجموعه‌های توریستی منطقه
- ساخت چندین مجموعه اقامتی بین‌راهی

ج) بهبود وضعیت حمل‌ونقل

- بهبود کیفیت سیستم حمل‌ونقل هوایی و زمینی
- تجهیز امکانات بین‌راهی موجود
- افزایش ظرفیت سیستم حمل‌ونقل درون و برون‌شهری
- کاهش هزینه‌های سیستم حمل‌ونقل

حامی مالی

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

سپه‌م نویسنده‌گان

این مقاله مستخرج از کارگروهی است، کارهای میدانی، تحلیل و نگارش مقاله توسط نویسنده اول، دوم و سوم مقاله انجام شده است.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان، از همه افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکتشان در این مقاله تشکر و قدردانی می‌نمایند.

ORCID

Mohsen Rezaei Arefi  <https://orcid.org/0000-0002-2867-6542>

marziah Amini  <https://orcid.org/0009-0005-8063-2458>

Seydeh Elham Davari  <https://orcid.org/0000-0001-8794-0297>

منابع

پیرعلی، علیرضا و سیادت، سعیده. (۱۳۹۷). راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی در کلان‌شهر شیراز، رهیافت فرهنگ دینی، ۱۲(۱)، ۱۱۵-۱۳۰.

<https://www.sid.ir/paper/513536/fa>

تقدیسی، احمد، تقوایی، مسعود و پیری، سیامک. (۱۳۹۱). تحلیلی بر نگرش جامعه میزبان به اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری شهرستان دلاهو، مجله برنامه‌ریزی فضایی، ۲(۱)، ۱۲۱-۱۴۰.

[20.1001.1.22287485.1391.2.1.7.7](https://doi.org/10.1001.1.22287485.1391.2.1.7.7).

حسینی، سید علی، غفوری، حسین و هادیانی، زهره. (۱۴۰۱). شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر بر ایجاد مدیریت یکپارچه شهری با رویکرد آینده‌پژوهی و برنامه‌ریزی بر پایه سناریو (نمونه مورد مطالعه: شهر قم)، جغرافیا و توسعه فضای شهری.

[10.22067/JGUSD.2022.77397.1250](https://doi.org/10.22067/JGUSD.2022.77397.1250)

حیدری چپانه، رحیم. (۱۳۸۹). مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.

<https://www.gisoom.com/book/1586506/>

خواجه نبی، فهیمه، زند مقدم، محمدرضا و کرکه آبادی، زینب. (۱۳۹۹). تحلیل ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، محیطی و نهادی در رشد و توسعه گردشگری شهری، مطالعه موردی: شهر گلگاه، فصلنامه پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری، ۱۱(۱)، ۱۳-۲۸.

<https://doi.org/10.30473/grup.2020.7469>

ده جانی، جواد، خلیلی، حسین و میرزا ابوالقاسمی، محمدصادق. (۱۳۹۸). راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی: حرم حضرت بی‌بی حکیمه (س)، نشریه گردشگری شهری، ۶(۴)، ۷۱-۵۷.

[10.22059/JUT.2020.278298.628](https://doi.org/10.22059/JUT.2020.278298.628)

علی‌اکبری، اسماعیل، مرصوصی، نفیسه و جلال‌آبادی، لیلا. (۱۳۹۹). تدوین سناریوهای مؤثر بر آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده‌پژوهی. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵(۵۰)، ۳۵-۶۰.

<https://doi.org/10.22054/tms.2020.33013.1953>

علی‌اکبری، اسماعیل، موسی کاظمی، سید مهدی و ترکمان، علی نجات. (۱۴۰۲). نقش‌پذیری گردشگری مذهبی در نظام برنامه‌ریزی شهر قم، فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی، ۱۳(۴۹)، ۲۳-۴۳.

<https://doi.org/10.22059/jut.2014.53153>

تیموری، راضیه، کرمی، فریبا، تیموری، زینب و صفدری، امین. (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر گردشگری مکان‌های تاریخی شهری مطالعه موردی: بازار تاریخی کلان‌شهر تبریز، نشریه گردشگری شهری، ۱(۱)، ۶۳-۷۸.

<https://doi.org/10.22059/JUT.2014.53153>

کاظمی، مهدی. (۱۳۹۹). مدیریت گردشگری، چاپ سوم، تهران: انتشارات سمت.

<https://samt.ac.ir/fa/book/۱۱۶۲/%D۹%۸۵%D۸%AF%DB>

هاشمی، سید یوسف. (۱۳۹۹). راهبردهای رقابت‌پذیری توسعه گردشگری مذهبی مطالعه موردی: شهرستان رضوان شهر.

نشریه گردشگری شهری، ۷ (۴)، ۷۵-۸۹.

[10.22059/JUT.2020.310398.838](https://doi.org/10.22059/JUT.2020.310398.838)

References

- Ali Akbari, E. Mosa Kazemi, S. M. Turkman, A. N. (2022). Role of religious tourism in the planning system of Qom city, Iranian Islamic City Studies Quarterly, 13(49), 23-43. (in Persian). [20.1001.1.2228639.1401.13.49.1.0](https://doi.org/10.1001.1.2228639.1401.13.49.1.0)
- Ali Akbari, E. Morsoosi, N. Jalalabadi, L. (2019). Development of effective scenarios on the future of sustainable tourism in Kerman with a future research approach. Tourism Management Studies Quarterly, 15(50), 35-60 (in Persian). <https://doi.org/10.22054/tms.2020.33013.1953>.
- Burton, R. (2000). Travel Geography. England. Longman. Oxford dictionary volume xi (t-u). <https://www.amazon.co.uk/Travel-Geography-Rosemary-Burton/dp/0582315581>
- Deh Deh Jani, J. Khalili, H. Mirza Abolghasemi, M. S. (2018). Strategies for the development of religious tourism, a case study: Hazrat Bibi Hakimeh Shrine, Urban Tourism Quarterly, 6(4), 57-71. (in Persian). [10.22059/JUT.2020.278298.628](https://doi.org/10.22059/JUT.2020.278298.628)
- Coates, J. F. (1985). Foresight in federal government policymaking. Futures Research, 29-53 [DOI:10.1504/IJTM.2001.002943](https://doi.org/10.1504/IJTM.2001.002943).
- Drumm, A. & Moore, A. (2005). Ecotourism Development – A Manual for Conservation Planners and Managers. Virginia, USA: The Nature Conservancy. https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnadm549.pdf https://www.researchgate.net/publication/261634491_Ecotourism_Development_A_Manual_for_Conservation_Planners_and_Managers_Volume_II_The_Business_of_Ecotourism_Development_and_Management.
- Foren. (2001). A Practical Guide to Regional Foresight. FOREN Network (Foresight Regional Development Network). European Commission Research Directorate General. STARTA Program. (<http://foren.jrc.es>)
- Glenn, Jerome C. (2009). Introduction to the Futures Research Methods Series. In Glenn, Jerome C. & Gordon, Theodore J. (Eds.), Futures Research Methodology (Version 3. 0). Washington, DC: The Millennium Project. https://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf
- Heydari Chianeh, R. (2010). The basics of tourism industry planning. Tehran: Samit Publications. (in Persian). <https://www.gisoom.com/book/1586506/%DA%A9%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D9%85%D8%A8%D8%A7%D9%86%DB%8C-%D8%A8%D8%B1%D9%86%D8%A7%D9%85%D9%87-%D8%B1%DB%8C%D8%B2%DB%8C-%D8%B5%D9%86%D8%B9%D8%AA-%DA%AF%D8%B1%D8%AF%D8%B4%DA%AF%D8%B1%DB%8C>
- Holden, A. (2000). Environment and tourism. Routledge, 14-16 [https://mtusociology.github.io/assets/files/%5BAndrew_Holden%5D_Environment_and_Tourism_\(Routledge\)\(BoOkFi.org\).pdf](https://mtusociology.github.io/assets/files/%5BAndrew_Holden%5D_Environment_and_Tourism_(Routledge)(BoOkFi.org).pdf).
- Holjevac, I. A. (2003). A vision of tourism and the hotel industry in the 21 century. Hospitality management, (22) Lin. [DOI:10.1016/S0278-4319\(03\)00021-5](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(03)00021-5)
- Hosseini, S. A. Yaghfour, H. Hadiani, Z. (2022). Identifying the key drivers effective in creating an integrated urban management with a future research approach and scenario-based planning (case study: Qom city), geography and urban space development, (in Persian) [10.22067/JGUSD.2022.77397.1250](https://doi.org/10.22067/JGUSD.2022.77397.1250).
- Kazemi, M. (2019). Tourism Management, 3rd edition, Tehran: Samit Publications. (in Persian) <https://samt.ac.ir/fa/book/>
- Kevin, L. Jie, L. Mark, W. Cong, L. Shuzhuo, L. Ying, L. (2019). A Comparative Analysis of Participating and NonParticipating Households in ProPoor Tourism in Southern Shaanxi, China, Tourism Planning & Development, 16, 318-333. [DOI:10.1080/21568316.2018.1490340](https://doi.org/10.1080/21568316.2018.1490340)
- Khajabi, F. ZandMoghadam, M. R. KarkeAbadi, Z. (2019). Analysis of social, cultural, economic, environmental and institutional structures in the growth and development of urban tourism, case study: Golgah city, Urban Ecology Research Quarterly, 11 (1), 13-28. <https://doi.org/10.30473/grup.2020.7469> (in Persian).
- Kim, B. kim, s. & King, B. (2020). Religious tourism studies: evolution, progress, and future prospects. Tourism Recreation Research, 45(2), 185-203. DOI: [10.1080/02508281.2019.1664084](https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1664084)
- Lee, T. H. Jan, F. H. (2019). Can community based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability, Tourism Management Journal, 70, 368-380. DOI: [10.1016/j.tourman.2018.09.003](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.003)
- Maneenetr, T. Tran, T. H. (2014). SWOT Analysis of Religious Tourism in Nong Khai Province, Thailand Proposed Guidelines to Incorporate Temple Stay Program, Mediterranean Journal of Social Sciences, 5(23), 696-713. DOI: [10.5901/mjss.2014.v5n23p696](https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n23p696)
- Matthew, O. A. Ede, Ch. Osabohien, O. Ejemeyovwi, J. Ayanda, T. Okunbor, j. (2018). Interaction Effect of Tourism and Foreign Exchange Earnings on Economic Growth in Nigeria, Global Business Review, 1, 1-16. DOI: [10.1177/0972150918812985](https://doi.org/10.1177/0972150918812985)
- Pir Ali, A. Siadat, S. (2017). Religious tourism development strategies in Shiraz metropolis, Religious Culture Approach, 2(1), 115-130. DOI: [10.1080/13032917.2017.1414439](https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1414439) (in Persian).

- Report of World Travel & Tourism Council (WTTC). (2015). Travel & Tourism Economic Impact (Iran). London, United Kingdom. <https://www.researchgate.net/publication/286279000>
- Reid, D.G. (2003). Tourism, Globalization and Development Responsible Tourism Planning. Pluto Press: LONDON, STERLING, VIRGINIA. <https://www.plutobooks.com/9781783713509/tourism-globalization-and-development/>.
- Smith, J. Reid, S. McCloskey, R. (2007). The effectiveness of regional marketing alliances: A case study of the Atlantic Canada tourism partnership 2000–2006, *Tourism Management*, 29(3): 581-593. [doi:10.1016/j.tourman.2007.05.005](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.005).
- Shinde, K.A. (2017). Planning for urbanization in religious tourism destinations: insights from Shirdi, India, *Planning Practice & Research*, 32(2), 132-151. <http://dx.doi.org/10.1080/02697459.2016.1198197>
- Taghdisi, A. Taqvai, M. Piri, S. (2011). An analysis of the attitude of the host community to the socio-cultural effects of Dalhousie tourism, *Journal of Spatial Planning*, 2(1), 121-140 [20.1001.1.22287485.1391.2.1.7.7](https://doi.org/10.1001.1.22287485.1391.2.1.7.7) (in Persian).
- Timori, R. Kerami, F. Timori, Z. Safdari, A. (2013). "Effective factors on the tourism of historical urban places (case study: historical market of Tabriz metropolis)", *Urban Tourism Journal*, 1(1), pp. 63-78. [doi:10.22059/jut.2014.53153](https://doi.org/10.22059/jut.2014.53153). (in Persian).
- Torres-Delgado, A. Saarinen, J. (2014). Using indicators to assess sustainable tourism development: a review, *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 16(1), 31-47. [DOI:10.1080/14616688.2013.867530](https://doi.org/10.1080/14616688.2013.867530)
- Tucker, H. (2003). *Living with Tourism Negotiating identities in a Turkish village*. Routledge, Taylor & Francis group. London and New York. [DOI:10.4324/9780203987674](https://doi.org/10.4324/9780203987674)
- Kazemi, M. (2008). *Tourism Management*, 3rd edition, Tehran: Somit Publications. (in Persian) <https://samt.ac.ir/fa/book/>
- Hashemi, S. (2019). Competitiveness strategies of religious tourism development, case study: Razvanshahr city. *Urban Tourism*, 7(4), 75-89. (in Persian) [10.22059/JUT.2020.310398.838](https://doi.org/10.22059/JUT.2020.310398.838)