

شناسایی پیشران‌های نهایی و راهبردی توانمندسازی صنعت گردشگری با رویکرد مدیریت توسعه پایدار در استان مازندران

مجتبی اسدی کپورچال^۱

محمد رضا باقرزاده^{۲*}

dr.mr.bagherzadeh@gmail.com

اسدالله مهرآرا^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۴/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۹

چکیده

زمینه و هدف: امروزه گردشگری فراتر از یک صنعت به مثابه یک پدیده پویای جهانی و اجتماعی بوده و کشورهای پیشرفته، گردشگری را بهترین راه اعتلای فرهنگ، ایجاد تفاهم بین المللی و دستیابی به درآمدهای سرشار اقتصادی می دانند. پژوهش حاضر با هدف شناسایی پیشران‌های نهایی و راهبردی توانمندسازی صنعت گردشگری با مدیریت توسعه پایدار در استان مازندران انجام گرفته است.

روش بررسی: جامعه آماری در بخش شناسایی پیشران‌های نهایی، اساتید رشته مدیریت دولتی، گردشگری و مدیریت شهری در مراکز آموزش عالی و مدیران عالی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور و در بخش شناسایی پیشران‌های راهبردی، اعضای هیأت علمی و مدیران عالی و میانی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در استان مازندران بودند. روش نمونه‌گیری، روش هدفمند برای تکنیک‌های دلفی و تحلیل ساختاری بوده که در مرحله دلفی ۲۰ نفر و در مرحله تحلیل ساختاری ۲۵ نفر انتخاب شدند. داده‌ها در بخش شناسایی پیشران‌های نهایی از طریق اجرای تکنیک دلفی با چک لیست نظرسنجی نیمه‌ساختاریافته (رانند اول) و ساختاریافته (رانندهای دوم، سوم و چهارم) با استفاده از نرم‌افزار SPSS و در بخش شناسایی پیشران‌های راهبردی از طریق اجرای پرسشنامه تاثیرات متقابل با استفاده از نرم‌افزار DEMATEL Solver بر روی نمونه آماری استخراج و تحلیل شد. برای تعیین روایی در مرحله پیشران‌های نهایی و راهبردی، محتوای چک لیست نظرسنجی و پرسشنامه تاثیرات متقابل از نظر قابل فهم بودن، رسابودن و گویا بودن مورد تأیید پنج تن از خبرگان دانشگاهی و سازمانی قرار گرفته و برای تعیین پایایی چک لیست، با روش آزمون مجدد، ضریب همبستگی به مقدار ۰/۸۵ محاسبه شده و در پرسشنامه تاثیرات متقابل، پایایی با روش آزمون مجدد، به میزان ۰/۸۳، تأیید شد.

۱- دانش آموخته دکتری مدیریت دولتی گرایش تطبیقی و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قائمشهر، قائمشهر، ایران.

۲- دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قائمشهر، قائمشهر، ایران. * (مسوول مکاتبات)

۳- استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قائمشهر، قائمشهر، ایران.

یافته‌ها: نتایج بخش دلفی حاکی از آن بوده که توانمندسازی صنعت گردشگری با مدیریت توسعه پایدار، دارای پنج بعد به شرح منابع انسانی، تعامل و مشارکت جوامع محلی، رقابت‌پذیری، بهسازی اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی در قالب ۲۷ پیشران نهایی بوده‌است. طبق یافته‌های بخش تحلیل ساختاری، «تعهد سازمانی» به عنوان پیشران راهبردی بعد «منابع انسانی»، «ترویج فرهنگ گردشگری» به عنوان پیشران راهبردی بعد «تعامل و مشارکت جوامع محلی»، «کیفیت و کمیت اقامتگاه‌ها» به عنوان پیشران راهبردی بعد «رقابت‌پذیری»، «سرمایه اجتماعی» به عنوان پیشران راهبردی بعد «بهسازی اجتماعی» و «آداب و رسوم منطقه» به عنوان پیشران راهبردی بعد «ارزش‌های فرهنگی»، تعیین گردید.

بحث و نتیجه‌گیری: توانمندسازی صنعت گردشگری با رویکرد توسعه پایدار، معضلات اجتماعی – فرهنگی و زیست محیطی را در کنار مشکلات اقتصادی موجود در این صنعت به میزان زیادی کاهش خواهد داد.

واژه‌های کلیدی: توانمندسازی، توسعه پایدار، رقابت‌پذیری، صنعت گردشگری

Identifying the final and strategic drivers of tourism industry empowerment with sustainable development management approach in Mazandaran province

Mojtaba Asadi Kapourchal ¹

Mohammadreza Bagherzadeh ^{2 *}

dr.mr.bagherzadeh@gmail.com

Asadollah Mehrara ³

Date of Acceptance: July 13, 2024

Date of Submission: December 30, 2023

Abstract

Background and Objective: Today, tourism is more than an industry as a dynamic global and social phenomenon, and advanced countries consider tourism to be the best way to enhance culture, create international understanding, and achieve abundant economic income. The current research was conducted with the aim of identifying the final and strategic drivers of tourism industry empowerment with sustainable development management in Mazandaran province.

Material and Methodology: Statistical society in the department of identification of final drivers, professors of public administration, tourism and urban management in higher education centers and senior managers of the Organization of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism of the country and in the department of identification of strategic drivers, faculty members and senior managers and the middle of the Organization of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism in Mazandaran Province. The sampling method is a targeted method for Delphi techniques and structural analysis, 20 people were selected in the Delphi stage and 25 people were selected in the structural analysis stage. The data in the identification section of the final drivers through the implementation of the Delphi technique with a semi-structured survey checklist (first round) and structured (second, third and fourth rounds) using SPSS software and in the identification section of the drivers A strategy was extracted and analyzed through the implementation of the mutual effects questionnaire using DEMATEL Solver software on the statistical sample. To determine the validity in the final and strategic drivers stage, the content of the survey checklist and the mutual effects questionnaire were approved by five academic and organizational experts in terms of comprehensibility, clarity and expressiveness, and to determine the reliability of the checklist, with the method in the retest, the correlation coefficient was calculated as 0.85 and in the mutual effects questionnaire, reliability was confirmed by the retest method as 0.83.

Findings: The results of the Delphi section indicated that the empowerment of the tourism industry with sustainable development management has five dimensions, namely human resources, interaction

1- Ph.D. Graduated in public administration, comparative and development, Islamic Azad University, Qaimshahr Branch, Qaimshahr, Iran.

2- Associate Professor, Department of Public Administration, Islamic Azad University, Qaimshahr Branch, Qaimshahr, Iran. **(Corresponding Author)*

3- Assistant Professor, Department of Public Administration, Islamic Azad University, Qaimshahr Branch, Qaimshahr, Iran.

and participation of local communities, competitiveness, social improvement and cultural values in the form of 27 final drivers. According to the findings of the structural analysis section, "organizational commitment" as a strategic driver of the "human resources" dimension, "promotion of tourism culture" as a strategic driver of the "interaction and participation of local communities" dimension, "quality and quantity of accommodations" as a strategic driver. "Competitiveness" dimension, "social capital" as the strategic driver of the "social improvement" dimension and "regional customs" as the strategic driver of the "cultural values" dimension were determined.

Discussion and Conclusion: Empowering the tourism industry with a sustainable development approach will greatly reduce socio-cultural and environmental problems in addition to the existing economic problems in this industry.

Keywords: Competitiveness, Empowerment, Sustainable Development, Tourism Industry.

مقدمه

آن به طور اخص، با وجود برخورداری از میراث تاریخی کهن و جاذبه‌های طبیعی فراوان و منحصر به فرد تاکنون نتوانسته‌اند آن‌طور که شایسته است از منابع و ظرفیت‌های گردشگری استفاده کافی کنند (۷).

توانمندسازی مانند ساختاری است که بین نقاط قوت و شایستگی‌های فردی و اجتماعی، محیط زیست و رفتارهای مسئولانه افراد در ابعاد محیطی رابطه برقرار می‌کند (۸). همچنین، توانمندسازی محرک پاسخگویی و واکنش پذیری انسان و جوامع نسبت به مسائل زندگی‌شان می‌شود و شرایط را برای تغییرکردار آنان از انسان کار پذیر به انسان کارساز آماده می‌سازد (۹). از آن‌جاکه گردشگری یکی از مهم‌ترین پایه‌های اصلی توسعه پایدار شهری در هر جامعه ای است و نقش بسیار مهمی در توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشورها و شهرها ایفا می‌کند، بین صنعت گردشگری و توسعه پایدار، ارتباط وجود دارد (۱۰). گردشگری پایدار به معنای گردشگری ای است که توسعه و بقا یافته و در یک حوزه (جامعه و محیط) و در همان روش و مقیاس در یک دوره نامحدود باقی می‌ماند و سبب ایجاد خطرات، تنزل و ممانعت از توسعه برای محیطی که در آن رشد کرده نمی‌شود. همچنین برای انجام مناسب دیگر فعالیت‌ها و فرایندها نیز محدود کننده نمی‌باشد. گردشگری پایدار بی‌شک در اشتغال زایی، افزایش درآمد، ایجاد وحدت میان قومیت‌ها و عدالت اجتماعی بسیار مؤثر است (۷). توسعه

بر اساس تعریف سازمان توریسم جهانی، گردشگری مجموع کارهایی است که فرد در مسافرت و در مکانی خارج از محیط زندگی خود انجام می‌دهد، این مسافرت بیش از یکسال طول نمی‌کشد و هدف آن تفریح، تجارت یا فعالیت‌های دیگر است (۱). به دلیل میان رشته‌ای بودن گردشگری، می‌توان آن را از دیدگاه‌های مختلف اعم از اقتصادی، جامعه‌شناختی، جغرافیا و مدیریتی مورد بررسی قرار داد (۲). صنعت گردشگری نقش فعال و مؤثری در ارتقای ساختار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها، به‌ویژه در کشورهای رو به توسعه بازی می‌کند (۳). امروزه گردشگری ضمن این که مزایای اقتصادی زیادی برای جوامع دارد، نقش مهمی نیز در توسعه پایدار و تعاملات بین سطوح محلی و جهانی ایفا می‌کند (۴). گردشگری امروزه نقش قابل توجهی را در توسعه اقتصادی نواحی مختلف داشته و علاوه بر جنبه اقتصادی، این صنعت می‌تواند تغییرات فرهنگی و اجتماعی مهمی را در مقصد ایجاد کند و از طریق توزیع درآمد، اشتغال‌زایی و کاهش فقر سبب توسعه و پیشرفت اجتماعی شده و رفاه و سلامت عمومی را ایجاد نماید. افزون‌بر این، این صنعت فعالیتی چند بعدی است و از آن به عنوان «امیدبخش‌ترین صنعت کشورهای جهان سوم» یاد شده است (۵). در بسیاری از کشورهای پیشرفته، گردشگری یکی از بهترین راه‌های اعتلای فرهنگ، ایجاد تفاهم بین المللی و دستیابی به درآمدهای سرشار اقتصادی است (۶). کشور ایران به طور اعم و شهرهای

پایدار، به معنی تأمین نیازهای نسل حاضر بدون به خطر انداختن امکانات نسل‌های آینده برای تأمین نیازهای خودشان و به‌گونه‌ای که به‌طور هم‌زمان با توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، به‌ویژه به منظور تأمین منافع بی‌بضاعت‌ترین افراد جامعه، توأم شود. ایده توسعه پایدار در برداشتی منسجم از محیط زیست و توسعه نمود پیدا می‌کند. به عبارت دیگر توسعه پایدار را می‌توان به بازساخت بلندمدت سیستمی برای احیا و ساخت مجدد آن سیستم تعبیر کرد (۱۱).

هوشمندسازی صنعت گردشگری ایران با تأکید بر توانمندسازی اجتماعی و فرهنگی، توسط زنگویی و همکاران (۲۰۲۲) مورد مطالعه قرار گرفت و چهار مولفه‌ی توانمندسازی اجتماعی- فرهنگی، حکمرانی هوشمند، توسعه‌ی کاربرد تکنولوژی‌های نوین هوشمند و هوشمندسازی جامع خدمات گردشگری، به عنوان مولفه‌های هوشمندسازی صنعت گردشگری در ایران شناسایی شدند (۱۲). در پژوهش دیگری شادالویی (۲۰۲۱) تأثیر گردشگری در فرآیند توسعه پایدار شهری با تأکید بر نقش فرهنگ را بررسی کرد. نتایج نشان داد که گردشگری (صنعت توریسم) بر توسعه پایدار شهری نقش داشته و فرهنگ نیز به‌عنوان یکی از مولفه‌های توسعه در این ارتباط می‌باشد. لذا می‌توان این‌گونه بیان کرد که فرهنگ با تأثیر پذیری از گردشگری بر توسعه پایدار شهری مؤثر است (۶). نتایج پژوهش موحد و همکاران (۲۰۲۰) در شهر لاهیجان نشان داد وضعیت توسعه گردشگری در شهر لاهیجان به لحاظ اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی بالاتر از حد متوسط و متمایل به وضعیت خوب و در بعد کالبدی پایین‌تر از حد متوسط و متمایل به وضعیت نامناسب قرار دارد (۱۳). طهری و طباطبایی (۲۰۲۰) در پژوهشی نقش گردشگری در توسعه پایدار، فرصت‌ها و چالش‌ها و تأثیر بر امنیت ملی کشور جمهوری اسلامی ایران را بررسی کردند. یافته‌های تحقیق نشان داد از مهم‌ترین بازتاب‌های نگرش ژئوپلیتیک توریسم بر توسعه گردشگری برای ایجاد ثبات سیاسی، اعتلای سطح امنیت در جامعه، کاهش کشمکش‌های سیاسی در اثر کاهش نرخ بیکاری خواهد بود. ژئوپلیتیک گردشگری در تعامل با امنیت، فرصتی

برای سیاست‌گذاری‌های گردشگری کلان اقتصادی قدرت‌ها در سطح منطقه، راهبردی برای توسعه پایدار کشور است (۱۴). شفيعی ثابت و هراتی فرد (۲۰۱۹) در پژوهشی توانمندسازی ذینفعان محلی برای مشارکت در توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی اثرات ادراک شده از گردشگری را مطالعه کردند. نتایج آنها حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار بین توانمندسازی ذینفعان محلی با سه متغیر اثرات اقتصادی گردشگری، اجتماعی - فرهنگی گردشگری، محیطی - اکولوژیک توسعه گردشگری بوده است. همچنین رابطه اثرات اجتماعی - فرهنگی ادراک شده بر مشارکت در توسعه پایدار گردشگری مورد تأیید قرار گرفت. لیکن رابطه اثرات محیطی - اکولوژیک و اقتصادی ادراک شده از برنامه‌های گردشگری بر مشارکت ذینفعان محلی در توسعه گردشگری تأیید نشد (۸).

در تحقیقی که توسط ابوالمجد (۲۰۲۳) و با عنوان شهرسازی پایدار و گردشگری فرهنگی، مورد خیابان ابوالهول، اقص، در کشور مصر انجام گرفت، رابطه بین توسعه پایدار شهری و گردشگری فرهنگی مورد پرسش قرار گرفته و نتایج بر معنادار بودن رابطه تأکید نمود (۱۵). در پژوهش دیگری که توسط هایلینگ و همکاران (۲۰۲۳) در کشور چین انجام شد، یافته‌ها نشان داد که انرژی‌های تجدیدپذیر، مالی سبز و نوآوری فنی با صنعت گردشگری ارتباط مثبت دارند. افزون بر این، هزینه‌های بهداشتی و انتشار کربن به طور قابل توجهی فعالیت‌های گردشگری را کاهش می‌دهد. همچنین نقش متوسط انرژی‌های تجدیدپذیر و تأمین مالی سبز منجر به افزایش چشمگیر فعالیت‌های گردشگری گردید (۱۶). در تحقیقی که توسط ایقبال و همکاران (۲۰۲۲) و به‌صورت بررسی مطالعات پیشین انجام شد، بینشی دقیق از چشم انداز ادبی پژوهش مشارکت جامعه در گردشگری ارائه داد و تجزیه و تحلیل کتاب سنجی از ۶۴۹ مقاله غربال شده از ۱۴۳۴ نشریه بازایی شده از پایگاه داده اسکوپوس انجام شد و یافته‌ها محوریت مشارکت جامعه در دستیابی به هدف توسعه پایدار گردشگری را تأیید کرده است (۱۷). ایرول و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان بهبود پایداری در صنعت گردشگری از طریق فناوری بلاک چین:

چالش‌ها و فرصت‌ها، در کشور ترکیه، با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری تقریبی پیشنهادی - ضرب ماتریس ضربه متقاطع بر اساس قضاوت‌های متخصص را بررسی کردند. در نهایت، این چالش‌ها به انتشار نظریه نوآوری مرتبط گردید. نتایج نشان داد که «عدم بلوغ فنی» و «عدم قابلیت همکاری» مهم‌ترین چالش‌های بلاک چین در صنعت گردشگری هستند (۱۸). نتایج پژوهش چپونس و همکاران (۲۰۲۱) بیانگر آن بود که شرکت‌های گردشگری بومی با روح بسیاری از گروه‌های اجتماعی استراتژیک کار می‌کنند، حتی زمانی که آگاهی کمی از این اهداف دارند. ارزش‌ها و روش‌های زندگی بومی - مانند قدردانی از ارتباط ذاتی بین طبیعت و فرهنگ - با دستور کار اهداف توسعه پایدار مطابقت دارد و می‌تواند برای پیشبرد این دستور کار به روش‌هایی که به افراد بومی و غیر بومی سود می‌رساند، مورد استفاده قرار گیرد (۱۹). نتایج تحقیقی که توسط الشائر و همکاران (۲۰۲۱) و با عنوان تاثیر توانمندسازی زنان بر توسعه گردشگری پایدار: نقش واسطه‌ای مشارکت گردشگری، در کشور عربستان سعودی انجام شد نشان داد که مشارکت گردشگری تا حدی واسطه رابطه بین توانمندسازی روانشناختی و سیاسی و توسعه گردشگری پایدار است. با این حال، به طور کامل واسطه رابطه بین توانمندسازی اجتماعی و توسعه گردشگری پایدار است (۲۰). ابوشوک و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهش دیگری توانمندسازی زنان و توسعه گردشگری را در سه کشور عربی مصر، امارات و عمان بررسی کردند. یافته‌ها نشان داد که ادراکات کار زنان در گردشگری و کارآفرینی زنان، پیش‌بینی‌کننده‌های مهمی برای توانمندسازی زنان در بخش گردشگری هستند. همچنین، نتایج نشان‌دهنده تاثیرات متفاوت توانمندسازی زنان بر توسعه گردشگری در سه کشور بوده است. در میان سه کشور عربی مورد مطالعه، امارات متحده عربی در رتبه اول تاثیر توانمندسازی زنان بر توسعه گردشگری و پس از آن مصر و عمان قرار داشتند (۲۱). با توجه به این که تحریم‌های گسترده و ناعادلانه علیه کشور در سال‌های گذشته، موجب شد روند توسعه کشور در ابعاد مختلف، یعنی توسعه اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی - فرهنگی از مهمترین مشکلات پیش روی مدیران ارشد کشور

باشد. همچنین، صنعت گردشگری کشور نیز، متاثر از تحریم‌های سیاسی انجام شده علیه کشور از بیرون و عدم توجه به توانمندسازی این صنعت از سوی مدیران و دست‌اندرکاران، در مقایسه با کشورهای همسایه و رقیب مانند عربستان، امارات، قطر و ترکیه، عقب مانده و نیاز است که برای رفع موانع موجود در ارتقاء صنعت گردشگری کشور، بیش از گذشته به مسئله توانمندسازی توجه شود و با شناخت ابعاد و مولفه‌های تبیین‌کننده توانمندی صنعت گردشگری، این صنعت که یکی از پول‌سازترین صنایع محسوب می‌شود را از سکون نجات داد. بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف شناسایی پیشران‌های نهایی و راهبردی توانمندسازی صنعت گردشگری با مدیریت توسعه پایدار در استان مازندران انجام گرفته است.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش تحقیق، ترکیبی به صورت آمیخته بوده به گونه‌ای که در بخش شناسایی پیشران‌های نهایی، از تکنیک دلفی، استفاده شده و در بخش شناسایی پیشران‌های راهبردی، از تکنیک تحلیل ساختاری استفاده گردید.

بخش شناسایی پیشران‌های نهایی: جامعه آماری پژوهش، در بخش شناسایی پیشران‌های نهایی با توجه به موضوع، اساتید رشته مدیریت دولتی، گردشگری و مدیریت شهری در مراکز آموزش عالی و مدیران عالی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور و کارشناسان خبره مرتبط با موضوع، به عنوان اعضای گروه طراحی و تحلیل‌گر و گروه دلفی بودند. این انتخاب و نظرسنجی، تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و پس از آن متوقف شد. منظور از اشباع نظری در این بخش، به اشباع رسیدن نظرات مطرح شده خبرگان در قسمت باز چک لیست نیمه ساختاریافته یا نیمه باز راند اول نظرسنجی از خبرگان بوده، به طوری که از تحلیل محتوای بخش باز نظرسنجی راند اول، موارد جدیدی بدست نیاید. ویژگی‌های مورد نظر برای خبره بودن افراد، شامل موارد زیر بود: ۱. اشراف به مبحث صنعت گردشگری، ۲. اشراف به مبحث توانمندسازی صنعت گردشگری و ۳. اشراف به شرایط و سازوکارهای

بخش شناسایی پیشران‌های راهبردی: در بخش شناسایی پیشران‌های راهبردی، اعضاء هیئت علمی و مدیران عالی و میانی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در استان مازندران در پاییز ۱۴۰۲، تشکیل دهنده اعضاء جامعه آماری بودند که با روش نمونه‌گیری هدفمند، تعداد ۲۵ نفر انتخاب شدند. ابزار پژوهش در مرحله مذکور، استفاده از پرسشنامه تاثیرات متقابل بود. برای روایی داده‌ها در این بخش - تکنیک تحلیل ساختاری، محتوای پرسشنامه تاثیرات متقابل از نظر قابل فهم بودن، رسا بودن و گویا بودن مورد تأیید پنج تن از خبرگان دانشگاهی و سازمانی قرار گرفت تا پرسشنامه ماتریسی از اعتبار لازم برخوردار باشد. در مورد روایی پرسشنامه ماتریسی تاثیرات متقابل، بایستی بیان داشت، به دلیل آن‌که در روش مقایسات زوجی، ارتباطات تمامی عوامل با یکدیگر سنجیده می‌شوند، در نتیجه تمام احتمالات مرتبط با یک معیار یا سؤال، در نظر گرفته شده و روایی پرسشنامه ماتریسی برقرار است. برای تعیین پایایی، به مانند مرحله قبل، از آزمون مجدد استفاده شده و با پخش پرسشنامه ماتریسی بین ۱۰ نفر در دو نوبت و با بازه زمانی دوهفته، ضریب همبستگی بین نتایج حاصل از نوبت اول با نوبت دوم، مقدار ۰/۸۳ محاسبه شده و پایایی مورد تأیید قرار گرفت. روش تحقیق این پژوهش ترکیبی بوده‌است. مراحل انجام تحقیق در شکل ۱ ارائه شده است.

توانمندسازی صنعت گردشگری. در این بخش، ۲۰ نفر به روش نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند انتخاب شدند. ابزار پژوهش در مرحله کیفی، نظرسنجی از خبرگان به‌وسیله چک لیست نیمه ساختاریافته (نیمه باز) و ساختاریافته (بسته) بوده است. توضیح در مورد چک لیست نیمه ساختار یافته راند اول اینکه، چک لیست راند اول دلفی، دو قسمت بسته و باز داشته که در قسمت بسته چک لیست نظرسنجی، خبرگان در مورد میزان اهمیت ابعاد و مولفه‌های پیشنهادی در مدل اولیه اظهار نظر نمودند، اما در قسمت باز، خبرگان در مورد مولفه‌هایی که مورد غفلت واقع شده و بدان توجه نشده که می‌توانند، تبیین کننده مدل نهایی باشند، اظهار نظر کرده و نظرات خود را مکتوب می‌کنند. برای روایی داده‌ها در بخش کیفی - تکنیک دلفی، محتوای چک لیست خبره‌سنجی از نظر قابل فهم بودن، رسا بودن و گویا بودن مورد تأیید پنج تن از خبرگان دانشگاهی و سازمانی قرار گرفت تا چک لیست خبره‌سنجی از اعتبار لازم برخوردار باشد. به‌منظور بررسی پایایی چک‌لیست خبره سنجی در بخش کیفی، از آزمون مجدد استفاده شده است که به همین منظور، چک-لیست بین ۱۰ نفر از افراد جامعه آماری در دو نوبت متفاوت با بازه زمانی دوهفته پخش شده و ضریب همبستگی بین نتایج حاصل از نوبت اول با نوبت دوم، مقدار ۰/۸۵ محاسبه شده و پایایی مورد تأیید قرار گرفت.



شکل ۱- مراحل انجام تحقیق

Figure 1. Research steps

یافته‌ها

یافته‌های گام اول: تعیین پیشران‌های اولیه

در مرحله اول، ۶۱ تحقیق که دارای موضوعات نزدیک به پژوهش حاضر بودند انتخاب شد. در مرحله بعدی با توجه به اهداف و سوالات تحقیق، تعداد ۳۷ تحقیق غربالگری و حذف شدند و ۲۴ تحقیق وارد مرحله بررسی نهایی شدند. در این مرحله، تمام تحقیقات باقی مانده، مورد مطالعه دقیق قرار گرفته

و هر کدام از این تحقیقات، ابعاد یا مولفه‌هایی که تبیین‌کننده «توانمندسازی صنعت گردشگری با مدیریت توسعه پایدار» بودند را معرفی نمودند. ۲۴ تحقیق بشرح ذیل بودند. جدول ۱ شامل تحقیقات میدانی داخلی و خارجی است که به موضوع تحقیق پرداخته و در تحقیق خود، با انجام مراحل کیفی و کمی، ابعاد یا مولفه‌هایی (پیشران‌هایی) را ارائه نمودند.

جدول ۱- بررسی تحقیقات داخلی و خارجی برای تعیین پیشران‌های اولیه

Table 1. Review of internal and external research to determine the primary drivers

ردیف	محققان	عنوان تحقیق
۱	زنگویی و همکاران (۲۰۲۲)	هوشمندسازی صنعت گردشگری ایران: تأکیدی بر توانمندسازی اجتماعی و فرهنگی
۲	فلاحی و همکاران (۲۰۲۲)	شناسایی و اولویت‌بندی مهم‌ترین موانع فرهنگی گردشگری اجتماع‌محور در ایران
۳	شادالویی (۲۰۲۱)	بررسی تأثیر گردشگری در فرآیند توسعه پایدار شهری با تأکید بر نقش فرهنگ
۴	موحد و همکاران (۲۰۲۰)	تحلیل ادراک ذینفعان از پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان
۵	کیانی سلمی و عباسیان (۲۰۲۰)	تحلیل پیامدهای توسعه گردشگری بر توانمندسازی مناطق روستایی (مورد مطالعه: روستاهای بخش مرکزی نطنز)
۶	طهری و طباطبایی (۲۰۲۰)	نقش گردشگری در توسعه پایدار، فرصت‌ها و چالش‌ها و تأثیر بر امنیت ملی کشور جمهوری اسلامی ایران
۷	قادری و اعرابی (۲۰۱۹)	اثرات گردشگری بر پایداری شهرهای بین‌راهی (مطالعه موردی: شهر زبراب)
۸	شکوهی و یزدان‌پناه (۲۰۱۹)	تأثیر توانمندسازی بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری منطقه گردشگری کمردوغ
۹	شفیعی ثابت و هراتی فرد (۲۰۱۹)	توانمندسازی ذینفعان محلی برای مشارکت در توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی اثرات ادراک شده از گردشگری
۱۰	مهدوی نیا (۲۰۱۷)	عوامل توسعه گردشگری سلامت در راستای توسعه پایدار
۱۱	رهنمایی و همکاران (۲۰۱۷)	بررسی وضعیت عوامل مؤثر بر توانمندسازی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: استان آذربایجان غربی)
۱۲	شمس‌الدینی و همکاران (۲۰۱۷)	ارزیابی اثرات توانمندسازی نیروی انسانی در توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد)
۱۳	صالح پور و همکاران (۲۰۱۶)	تأثیرات متقابل توسعه پایدار گردشگری با توسعه پایدار اجتماعات محلی (مورد مطالعه: شهرستان نقده)
۱۴	معین‌فر و مهدوی (۲۰۱۴)	بررسی تأثیر گردشگری بر توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: سیستان)
۱۵	ابوالمجد (۲۰۲۳)	شهرسازی پایدار و گردشگری فرهنگی، مورد خیابان ابوالهول، قصر
۱۶	هایلیانگ و همکاران (۲۰۲۳)	آیا تامین مالی سبز و انرژی‌های تجدیدپذیر گردشگری را برای توسعه پایدار ترویج می‌کند: شواهد تجربی از چین
۱۷	ایقبال و همکاران (۲۰۲۲)	مشارکت معنادار جامعه برای توسعه مؤثر گردشگری پایدار: تحلیل کتاب سنجی به سمت مدل مارپیچ پنج گانه
۱۸	ایرول و همکاران (۲۰۲۲)	بهبود پایداری در صنعت گردشگری از طریق فناوری بلاک چین: چالش‌ها و فرصت‌ها
۱۹	بولاک و رسولیمانش (۲۰۲۲)	مقدمه‌ای بر مساله خاص در "تعمیق درک ما از نقش‌ها و مسئولیت‌های صنعت گردشگری نسبت به اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد"

۲۰	چیونس و همکاران (۲۰۲۱)	گردشگری بومی و اهداف توسعه پایدار، در کشورهای فیجی
۲۱	الشائر و همکاران (۲۰۲۱)	تاثیر توانمندسازی زنان بر توسعه گردشگری پایدار: نقش واسطه‌ای مشارکت گردشگری
۲۲	ابوشوک و همکاران (۲۰۲۱)	توانمندسازی زنان و توسعه گردشگری: یک مطالعه بین‌کشوری
۲۳	کی. سی و همکاران (۲۰۲۱)	گردشگری و اهداف توسعه پایدار: دیدگاه ذینفعان از نپال
۲۴	کیو و همکاران (۲۰۲۱)	مسیر جدید توسعه پایدار در مناطق کشاورزی سنتی از دیدگاه نوآوری باز - مطالعه هماهنگی و کوپلینگ در صنعت کشاورزی و صنعت گردشگری

ابعاد و مولفه‌ها در پژوهش‌های پیشین توجه شده و ابعاد و مولفه‌های (پیشران‌های) پیشنهادی به شرح جدول ذیل، ادغام و ترکیب نتایج تحقیقات پیشین ذکر شده بالا می‌باشد. در جدول ۲، نتایج حاصل از دسته بندی ابعاد و مولفه‌های (پیشران‌های) پیشنهادی مشاهده می‌گردد.

بعد از شناسایی پیشران‌های اولیه توانمندسازی صنعت گردشگری با مدیریت توسعه پایدار، نوبت به دسته‌بندی آنها براساس ابعاد و مولفه (پیشران اولیه) رسید که ابعاد و پیشران‌های اولیه تبیین‌کننده اولیه در قالب ۵ بعد و ۱۹ پیشران اولیه دسته بندی شدند. نکته مهم و قابل ذکر در مورد دسته‌بندی ابعاد و مولفه‌ها این است که برای این کار، کاملاً به دسته‌بندی

جدول ۲- دسته بندی ابعاد و پیشران‌های اولیه براساس تحقیقات پیشین

Table 2. Classification of dimensions and primary drivers based on previous research

ردیف	بعد	تعداد پیشران‌های اولیه	پیشران اولیه
۱	منابع انسانی	۴	تعهد سازمانی، خلاقیت و نوآوری، دانش و مهارت شغلی، سیستم ارزشیابی عملکرد
۲	تعامل و مشارکت جوامع محلی	۴	ترویج فرهنگ گردشگری، فرصت‌های اجتماعی، احساس مسئولیت زیست محیطی، معافیت‌های مالی برای سرمایه گذاران
۳	رقابت‌پذیری	۴	سطح خدمات بهداشتی و درمانی، کیفیت و کمیت اقامتگاه‌ها، زیرساخت‌های حمل و نقل، بازاریابی محصولات مقصد
۴	بهسازی اجتماعی	۴	تعامل اجتماعی، مهارت اجتماعی، انسجام اجتماعی، مسئولیت اجتماعی
۵	ارزش‌های فرهنگی	۳	ارزش‌های بومی منطقه، آداب و رسوم منطقه، هنجارهای فرهنگی جامعه مقصد
۶	۵ بعد	۱۹ مولفه	-

(منبع: نگارنده)

یافته‌های گام دوم: تعیین پیشران‌های نهایی

روش دلفی یکی از روش‌های تحقیق کیفی است که از آن به منظور دستیابی به اجماع در تصمیم‌گیری‌های گروهی استفاده می‌شود. در این پژوهش، روش دلفی در مجموع در چهار دور به انجام رسید که در این بخش یافته‌های حاصل از هر دور به تفکیک ارائه می‌شود.

بعد «منابع انسانی»: ابتدا مولفه‌های پیشنهادی بعد «منابع انسانی»، براساس پژوهش‌های پیشین، به شرح ۱. تعهد سازمانی، ۲. خلاقیت و نوآوری، ۳. دانش و مهارت شغلی و ۴. سیستم

ارزشیابی عملکرد، تعیین گردید. در دور اول دلفی، بیشترین اهمیت مربوط به «خلاقیت و نوآوری» با میانگین ۳/۸۹ و انحراف از معیار ۰/۷۱ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «سیستم ارزشیابی عملکرد» با میانگین ۳/۶۳ و انحراف از معیار ۰/۶۲ بوده است. طبق نتایج تحلیل محتوای بخش دوم چک‌لیست دور اول دلفی، مؤلفه‌های «استقلال سیاسی در تصمیم‌گیری» و «دانش و مهارت فراسازمانی» به چک‌لیست مرحله اول دلفی اضافه شد. در دور دوم، بیشترین اهمیت مربوط به «خلاقیت و نوآوری» با میانگین ۳/۸۴ و انحراف از معیار ۰/۷۱ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «دانش و مهارت فراسازمانی» با میانگین

۳/۴۸ و انحراف از معیار ۰/۷۸ بوده است. در دور سوم، بیشترین اهمیت مربوط به «تعهد سازمانی» با میانگین ۳/۷۷ و انحراف از معیار ۰/۵۲ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «سیستم ارزشیابی عملکرد» با میانگین ۳/۵۴ و انحراف از معیار ۰/۷۸ بوده است. در دور چهارم، بیشترین اهمیت مربوط به «تعهد سازمانی» با میانگین ۳/۹۸ و انحراف از معیار ۰/۸۲ بوده و کمترین اهمیت، «سیستم ارزشیابی عملکرد» با میانگین ۳/۸۳ و انحراف از معیار ۰/۹۵ بوده است. ضریب همبستگی کندال برای پاسخ‌های دور چهارم ۰/۸۹۶ است که نسبت به دور سوم که برابر با ۰/۸۱۶ بوده تنها ۹/۸ درصد افزایش داشته است که این ضریب با میزان اتفاق نظر بین اعضای کار گروه در میان دو دور متوالی رشد قابل توجهی ندارد. لذا مولفه‌های نهایی تبیین‌کننده بعد «منابع انسانی» با انجام چهار دور تکنیک کیفی دلفی، شامل شش مولفه بشرح ۱. تعهد سازمانی، ۲. خلاقیت و نوآوری، ۳. دانش و مهارت شغلی، ۴. سیستم ارزشیابی عملکرد، ۵. استقلال سیاسی در تصمیم‌گیری و ۶. دانش و مهارت فراسازمانی، تعیین گردید.

بعد «تعامل و مشارکت جوامع محلی»: ابتدا مولفه‌های پیشنهادی بعد پیشنهادی بعد «تعامل و مشارکت جوامع محلی»، براساس پژوهش‌های پیشین، بشرح ۱. ترویج فرهنگ گردشگری، ۲. فرصت‌های اجتماعی، ۳. احساس مسئولیت زیست محیطی، ۴. معافیت‌های مالی برای سرمایه‌گذاران، تعیین گردید. در دور اول دلفی، بیشترین اهمیت مربوط به «کیفیت و کمیت اقامتگاه‌ها» با میانگین ۴/۱۹ و انحراف از معیار ۰/۷۷ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «بازاریابی محصولات مقصد» با میانگین ۳/۹۳ و انحراف از معیار ۰/۶۱ بوده است. طبق نتایج تحلیل محتوای بخش دوم چک‌لیست دور اول دلفی، مولفه «تنوع محصولات و اماکن گردشگری» به چک‌لیست مرحله اول دلفی اضافه شد. در دور دوم، بیشترین اهمیت مربوط به «کیفیت و کمیت اقامتگاه‌ها» با میانگین ۴/۱۶ و انحراف از معیار ۰/۷۳ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «تنوع محصولات و اماکن گردشگری» با میانگین ۳/۹۱ و انحراف از معیار ۰/۵۴ بوده است. در دور سوم، بیشترین اهمیت مربوط به «زیرساخت‌های حمل و نقل» با میانگین ۴/۰۲ و انحراف از معیار ۰/۷۱ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «تنوع محصولات و اماکن گردشگری» با میانگین ۳/۸۸ و انحراف از معیار ۰/۹۳ بوده

«فرصت‌های اجتماعی» با میانگین ۳/۲۷ و انحراف از معیار ۰/۷۱ بوده است. در دور چهارم، بیشترین اهمیت مربوط به «معافیت‌های مالی برای سرمایه‌گذاران» با میانگین ۳/۶۱ و انحراف از معیار ۰/۷۴ بوده و کمترین اهمیت، «فرصت‌های اجتماعی» با میانگین ۳/۳۴ و انحراف از معیار ۰/۶۲ بوده است. ضریب همبستگی کندال برای پاسخ‌های دور چهارم ۰/۹۱۱ است که نسبت به دور سوم که برابر با ۰/۸۵۱ بوده تنها ۷/۰۵ درصد افزایش داشته است که این ضریب با میزان اتفاق نظر بین اعضای کار گروه در میان دو دور متوالی رشد قابل توجهی ندارد. لذا مولفه‌های نهایی تبیین‌کننده بعد «تعامل و مشارکت جوامع محلی» با انجام چهار دور تکنیک کیفی دلفی، شامل شش مولفه بشرح ۱. ترویج فرهنگ گردشگری، ۲. فرصت‌های اجتماعی، ۳. احساس مسئولیت زیست محیطی، ۴. معافیت‌های مالی برای سرمایه‌گذاران، ۵. تعامل با ارگان‌های مرتبط و ۶. ایجاد انگیزه از طریق رسانه‌های جمعی و اجتماعی، تعیین گردید.

بعد «رقابت‌پذیری»: ابتدا مولفه‌های پیشنهادی بعد «رقابت‌پذیری»، براساس پژوهش‌های پیشین، بشرح ۱. سطح خدمات بهداشتی و درمانی، ۲. کیفیت و کمیت اقامتگاه‌ها، ۳. زیرساخت‌های حمل و نقل، ۴. بازاریابی محصولات مقصد، تعیین گردید. در دور اول دلفی، بیشترین اهمیت مربوط به «کیفیت و کمیت اقامتگاه‌ها» با میانگین ۴/۱۹ و انحراف از معیار ۰/۷۷ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «بازاریابی محصولات مقصد» با میانگین ۳/۹۳ و انحراف از معیار ۰/۶۱ بوده است. طبق نتایج تحلیل محتوای بخش دوم چک‌لیست دور اول دلفی، مولفه «تنوع محصولات و اماکن گردشگری» به چک‌لیست مرحله اول دلفی اضافه شد. در دور دوم، بیشترین اهمیت مربوط به «کیفیت و کمیت اقامتگاه‌ها» با میانگین ۴/۱۶ و انحراف از معیار ۰/۷۳ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «تنوع محصولات و اماکن گردشگری» با میانگین ۳/۹۱ و انحراف از معیار ۰/۵۴ بوده است. در دور سوم، بیشترین اهمیت مربوط به «زیرساخت‌های حمل و نقل» با میانگین ۴/۰۲ و انحراف از معیار ۰/۷۱ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «تنوع محصولات و اماکن گردشگری» با میانگین ۳/۸۸ و انحراف از معیار ۰/۹۳ بوده

پاسخ‌های دور چهارم ۰/۹۰۱ است که نسبت به دور سوم که برابر با ۰/۸۲۸ بوده تنها ۸/۸۱ درصد افزایش داشته است که این ضریب با میزان اتفاق نظر بین اعضای کار گروه در میان دو دور متوالی رشد قابل توجهی ندارد. لذا مولفه‌های نهایی تبیین‌کننده بعد «بهسازی اجتماعی» با انجام چهار دور تکنیک کیفی دلفی، شامل شش مولفه بشرح ۱. تعامل اجتماعی، ۲. مهارت اجتماعی، ۳. انسجام اجتماعی، ۴. مسئولیت اجتماعی، ۵. دانش و نگرش اجتماعی و ۶. سرمایه اجتماعی، تعیین گردید.

بعد «ارزش‌های فرهنگی»: ابتدا مولفه‌های پیشنهادی بعد «ارزش‌های فرهنگی»، براساس پژوهش‌های پیشین، بشرح ۱. ارزش‌های بومی منطقه، ۲. آداب و رسوم منطقه، ۳. هنجارهای فرهنگی جامعه مقصد، تعیین گردید. در دور اول دلفی، بیشترین اهمیت مربوط به «ارزش‌های بومی منطقه» با میانگین ۴/۲۹ و انحراف از معیار ۰/۷۹ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «آداب و رسوم منطقه» با میانگین ۳/۹۶ و انحراف از معیار ۰/۵۰ بوده است. طبق نتایج تحلیل محتوای بخش دوم چک-لیست دور اول دلفی، مؤلفه «معرفی اماکن و شخصیت‌های تاریخی منطقه» به چک‌لیست مرحله اول دلفی اضافه شد. در دور دوم، بیشترین اهمیت مربوط به «هنجارهای فرهنگی جامعه مقصد» با میانگین ۴/۱۱ و انحراف از معیار ۰/۸۵ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «ارزش‌های بومی منطقه» با میانگین ۳/۹۲ و انحراف از معیار ۰/۷۸ بوده است. در دور سوم، بیشترین اهمیت مربوط به «ارزش‌های بومی منطقه» با میانگین ۴/۱۳ و انحراف از معیار ۰/۷۱ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «معرفی اماکن و شخصیت‌های تاریخی منطقه» با میانگین ۳/۹۵ و انحراف از معیار ۰/۵۹ بوده است. در دور چهارم، بیشترین اهمیت مربوط به «هنجارهای فرهنگی جامعه مقصد» با میانگین ۴/۱۵ و انحراف از معیار ۰/۸۰ بوده و کمترین اهمیت، «ارزش‌های بومی منطقه» با میانگین ۴/۰۰ و انحراف از معیار ۰/۸۴ بوده است. ضریب هماهنگی کندانال برای پاسخ‌های دور چهارم ۰/۹۰۸ است که نسبت به دور سوم که برابر با ۰/۸۳۵ بوده تنها ۸/۷۴ درصد افزایش داشته است که این ضریب با میزان اتفاق

است. در دور چهارم، بیشترین اهمیت مربوط به «زیرساخت‌های حمل و نقل» با میانگین ۳/۹۵ و انحراف از معیار ۰/۸۳ بوده و کمترین اهمیت، «سطح خدمات بهداشتی و درمانی» با میانگین ۳/۷۹ و انحراف از معیار ۰/۶۰ بوده است. ضریب هماهنگی کندانال برای پاسخ‌های دور چهارم ۰/۹۲۳ است که نسبت به دور سوم که برابر با ۰/۸۶۲ بوده تنها ۷/۰۷ درصد افزایش داشته است که این ضریب با میزان اتفاق نظر بین اعضای کار گروه در میان دو دور متوالی رشد قابل توجهی ندارد. لذا مولفه‌های نهایی تبیین‌کننده بعد «رقابت‌پذیری» با انجام چهار دور تکنیک کیفی دلفی، شامل پنج مولفه بشرح ۱. سطح خدمات بهداشتی و درمانی، ۲. کیفیت و کمیت اقامتگاه‌ها، ۳. زیرساخت‌های حمل و نقل، ۴. بازاریابی محصولات مقصد و ۵. تنوع محصولات و اماکن گردشگری، تعیین گردید.

بعد «بهسازی اجتماعی»: ابتدا مولفه‌های پیشنهادی بعد «بهسازی اجتماعی»، براساس پژوهش‌های پیشین، بشرح ۱. تعامل اجتماعی، ۲. مهارت اجتماعی، ۳. انسجام اجتماعی، ۴. مسئولیت اجتماعی، تعیین گردید. در دور اول دلفی، بیشترین اهمیت مربوط به «انسجام اجتماعی» با میانگین ۳/۹۸ و انحراف از معیار ۰/۹۵ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «مهارت اجتماعی» با میانگین ۳/۷۷ و انحراف از معیار ۰/۵۶ بوده است. طبق نتایج تحلیل محتوای بخش دوم چک‌لیست دور اول دلفی، مؤلفه‌های «دانش و نگرش اجتماعی» و «سرمایه اجتماعی» به چک‌لیست مرحله اول دلفی اضافه شد. در دور دوم، بیشترین اهمیت مربوط به «سرمایه اجتماعی» با میانگین ۴/۱۶ و انحراف از معیار ۰/۶۸ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «تعامل اجتماعی» با میانگین ۳/۸۱ و انحراف از معیار ۰/۵۹ بوده است. در دور سوم، بیشترین اهمیت مربوط به «دانش و نگرش اجتماعی» با میانگین ۴/۲۰ و انحراف از معیار ۰/۵۴ بوده و کمترین اهمیت، مولفه «مهارت اجتماعی» با میانگین ۳/۸۷ و انحراف از معیار ۰/۷۶ بوده است. در دور چهارم، بیشترین اهمیت مربوط به «سرمایه اجتماعی» با میانگین ۴/۱۲ و انحراف از معیار ۰/۵۹ بوده و کمترین اهمیت، «تعامل اجتماعی» با میانگین ۳/۸۹ و انحراف از معیار ۰/۸۱ بوده است. ضریب هماهنگی کندانال برای

نظر بین اعضای کار گروه در میان دو دور متوالی رشد قابل توجهی ندارد. لذا مولفه‌های نهایی تبیین‌کننده بعد «ارزش‌های فرهنگی» با انجام چهار دور تکنیک کیفی دلفی، شامل چهار مولفه بشرح ۱. ارزش‌های بومی منطقه، ۲. آداب و رسوم منطقه، ۳. هنجارهای فرهنگی جامعه مقصد و ۴. معرفی اماکن و

شخصیتهای تاریخی منطقه، تعیین گردید. در جدول ۳ نتایج مربوط به راند چهارم دلفی برای ابعاد (۵ بعد) و پیشران‌های توانمندسازی (۲۷ پیشران) صنعت گردشگری با مدیریت توسعه پایدار، از دیدگاه خبرگان، آمده است.

جدول ۳- توصیف آماری نظر پاسخ دهندگان درباره ابعاد و پیشران‌های توانمندسازی صنعت گردشگری با مدیریت توسعه پایدار - دور چهارم دلفی

Table 3. Statistical description of the respondents' opinions about the dimensions and drivers of the empowerment of the tourism industry with sustainable development management - the fourth round of Delphi

بعد	پیشران‌های نهایی	تعداد پاسخ‌ها	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف از معیار	ترتیب اهمیت
منابع انسانی	تعهد سازمانی	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۹۸	۰/۸۲	۱
	خلاقیت و نوآوری	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۹۴	۰/۷۲	۳
	دانش و مهارت شغلی	۲۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۳/۹۵	۰/۸۰	۲
	سیستم ارزشیابی عملکرد	۲۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۳/۸۳	۰/۹۵	۶
	استقلال سیاسی در تصمیم گیری	۲۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۳/۹۰	۱/۰۲	۴
	دانش و مهارت فراسازمانی	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۸۶	۱/۰۲	۵
تعامل و مشارکت جوامع محلی	ترویج فرهنگ گردشگری	۲۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۳/۵۹	۰/۵۵	۲
	فرصت‌های اجتماعی	۲۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۳/۳۴	۰/۶۲	۶
	احساس مسئولیت زیست محیطی	۲۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۳/۵۵	۰/۸۸	۳
	معافیت‌های مالی برای سرمایه گذاران	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۶۱	۰/۷۴	۱
	تعامل با ارگان‌های مرتبط	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۴۰	۰/۶۳	۵
	ایجاد انگیزه از طریق رسانه های جمعی و اجتماعی	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۴۲	۰/۵۲	۴
رقابت پذیری	سطح خدمات بهداشتی و درمانی	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۷۹	۰/۶۰	۵
	کیفیت و کمیت اقامتگاه‌ها	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۹۴	۰/۷۲	۲
	زیرساختهای حمل و نقل	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۹۵	۰/۸۳	۱
	بازاریابی محصولات مقصد	۲۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۳/۹۱	۰/۷۸	۳
	تنوع محصولات و اماکن گردشگری	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۸۰	۰/۶۷	۴
بهسازی اجتماعی	تعامل اجتماعی	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۸۹	۰/۸۱	۶
	مهارت اجتماعی	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۹۴	۰/۹۲	۵
	انسجام اجتماعی	۲۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۳/۹۹	۰/۵۰	۳
	مسئولیت اجتماعی	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۳/۹۸	۰/۶۴	۴
	دانش و نگرش اجتماعی	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۴/۰۲	۰/۶۹	۲
	سرمایه اجتماعی	۲۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۴/۱۲	۰/۵۹	۱
ارزش‌های فرهنگی	ارزش‌های بومی منطقه	۲۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۴/۰۰	۰/۸۴	۴
	آداب و رسوم منطقه	۲۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۴/۱۴	۰/۵۱	۲

۱	۰/۸۰	۴/۱۵	۵/۰۰	۲/۰۰	۲۰	هنجارهای فرهنگی جامعه مقصد
۳	۰/۷۴	۴/۰۵	۵/۰۰	۲/۰۰	۲۰	معرفی اماکن و شخصیت‌های تاریخی منطقه

(منبع: نگارنده)

یافته‌های گام سوم: بخش تعیین پیشران‌های راهبردی

در این بخش با استفاده از روش دیماتل در نرم افزار DEMATEL SOLVER با استفاده از پرسشنامه‌های ماتریسی اثرات متقابل، از یک پانل ۲۵ نفره از اعضاء هیئت علمی و مدیران عالی و میانی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در استان مازندران، نظرسنجی شده تا پیشران‌های راهبردی هر یک از پنج دسته پیشران‌های نهایی، شناسایی شود. برای تجزیه و تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه تاثیرات متقابل، شش گام بشرح: گام اول: ایجاد ماتریس ارتباط مستقیم، گام دوم: نرمال سازی یا شدت نسبی روابط مستقیم، گام سوم: ماتریس شدت ممکن (معکوس)، گام چهارم: ماتریس روابط کل یا شدت روابط مستقیم و غیر مستقیم، گام پنجم: ماتریس شدت روابط غیر مستقیم و گام ششم: نتیجه بوده که بطور خلاصه بشرح ذیل هستند.

بعد از انجام پنج گام، در گام ششم، ماتریس نتیجه حاصل می-شود. در این ماتریس، مقدار R جمع سطری درایه‌هاست که

نشان دهنده‌ی میزان تاثیرگذاری آن درایه بر سایر عناصر مورد بررسی در سیستم است و مقدار J جمع ستونی درایه‌هاست که نشان دهنده‌ی میزان تاثیرپذیری آن درایه از سایر عناصر مورد بررسی در سیستم است. با توجه به توضیحات فوق، بردار R+J بردار برتری نام دارد. این بردار، برداری افقی بوده و مقدار تاثیر و تاثیر هر درایه مورد نظر را در کل سیستم ارزیابی می‌کند، به عبارت دیگر هر درایه‌ای دارای R+J بیشتری باشد، آن درایه (علت) دارای تعامل (تاثیرگذاری و تاثیرپذیری) بیشتری با سایر عناصر در سیستم داراست و لذا وزن و اهمیت عامل در سیستم بیشتر است. مقدار R-J نیز میزان تاثیرگذاری آن عنصر یا درایه را نسبت به بقیه عناصرها نشان می‌دهد. هر چه مقدار R-J بیشتر باشد، نشان از تاثیرگذاری بالاتر آن عنصر بوده و هر چه مقدار R-J کمتر باشد، نشان از تاثیرپذیری بالاتر آن عنصر یا عامل می باشد. ماتریس های زیر ماتریس نتیجه نام دارد که بردار R+J و R-J را نشان می‌دهد:

جدول ۴- ماتریس نتیجه پنج دسته پیشران‌های نهایی توانمندسازی صنعت گردشگری با مدیریت توسعه پایدار

Table 4. Matrix of the result of five categories of the final drivers of tourism industry empowerment with sustainable development management

نتیجه	R	J	R+J	R-J
بهسازی اجتماعی	۱۵/۴۸۷۵	۱۵/۹۳۲۳	۳۱/۴۱۹۷	-۰/۴۴۴۸
منابع انسانی	۱۵/۰۰۱۲	۱۴/۱۱۵۶	۲۹/۱۱۶۹	۰/۸۸۵۶
تعامل و مشارکت جوامع محلی	۱۴/۷۲۹۵	۱۵/۸۸۸۵	۳۰/۶۱۸	-۱/۱۵۸۹
رقابت‌پذیری	۱۴/۲۳۳۱	۱۲/۲۱۹۲	۲۶/۴۵۲۲	۲/۰۱۳۹
ارزش‌های فرهنگی	۱۳/۸۰۵۷	۱۵/۱۰۱۵	۲۸/۹۰۷۳	-۱/۲۹۵۸

منابع انسانی، بهسازی اجتماعی، تعامل و مشارکت جوامع محلی، ارزش‌های فرهنگی به ترتیب در اولویت‌های بعد قرار می‌گیرند.

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود به لحاظ میزان تاثیرگذاری هر پیشران بر سایر پیشران‌ها، رقابت‌پذیری با مقدار R-J برابر با ۲/۰۱۳ دارای بیشترین تاثیرگذاری و پس از آن

جدول ۵- ماتریس نتیجه پیشران‌های نهایی ابعاد مختلف صنعت گردشگری برای تعیین پیشران راهبردی

Table 5. Matrix of the final drives of different dimensions of the tourism industry to determine the strategic drive

بعد	پیشران	R	J	R+J	R-J
منابع انسانی	تعهد سازمانی	۸/۸۴۴۷	۷/۰۵۱۳	۱۵/۸۹۶	۱/۷۹۳۴
	خلاقیت و نوآوری	۹/۳۷۲۸	۷/۱۷۲۱	۱۶/۵۴۴۹	۲/۲۰۰۸
	دانش و مهارت شغلی	۹/۱۰۵۲	۹/۶۰۴۵	۱۸/۷۰۹۶	-۰/۴۹۹۳
	سیستم ارزشیابی عملکرد	۹/۴۴۸	۹/۴۸۲۵	۱۸/۹۳۰۵	-۰/۰۳۴۵
	استقلال سیاسی در تصمیم گیری	۷/۴۶۸۹	۸/۵۴۷۴	۱۶/۰۱۶۳	-۱/۰۷۸۵
	دانش و مهارت فراسازمانی	۷/۷۱۲۱	۱۰/۰۹۴۱	۱۷/۸۰۶۳	-۲/۳۸۲
تعامل و مشارکت جوامع محلی	پیشران	R	J	R+J	R-J
	فرصت‌های اجتماعی	۰/۰۹۶۷	۱/۰۹۲۴	۱/۱۸۹۲	-۰/۹۹۵۷
	ترویج فرهنگ گردشگری	۱/۰۹۵۹	۰/۰۸۲۵	۱/۱۷۸۵	۱/۰۱۳۴
	احساس مسئولیت زیست محیطی	۰/۰۸۹۴	۰/۰۸۴۶	۰/۱۷۴	۰/۰۰۴۷
	معافیت‌های مالی برای سرمایه گذاران	۰/۰۸۴۸	۰/۰۸۰۷	۰/۱۶۵۵	۰/۰۰۴۲
	تعامل با ارگان‌های مرتبط	۰/۰۸۶۸	۰/۰۷۸	۰/۱۶۴۸	۰/۰۰۸۷
	ایجاد انگیزه از طریق رسانه های جمعی و اجتماعی	۰/۰۶۲۹	۰/۰۹۸۲	۰/۱۶۱۱	-۰/۰۳۵۳
رقابت پذیری	پیشران	R	J	R+J	R-J
	سطح خدمات بهداشتی و درمانی	۹/۸۵۹۷	۱۰/۷۵۹۲	۲۰/۶۱۹	-۰/۸۹۹۵
	زیرساخت‌های حمل و نقل	۹/۳۴۳۳	۱۱/۵۸۹۶	۲۰/۹۳۳	-۲/۲۴۶۳
	بازاریابی محصولات مقصد	۱۱/۲۲۸۱	۱۱/۷۲۵۴	۲۲/۹۵۳۵	-۰/۴۹۷۳
	تنوع محصولات و اماکن گردشگری	۱۰/۸۳۹۴	۹/۵۷۵۲	۲۰/۴۱۴۷	۱/۲۶۴۲
	کیفیت و کمیّت اقامتگاه‌ها	۱۱/۱۶۹۲	۸/۷۹۰۳	۱۹/۹۵۹۵	۲/۳۷۸۹
بهسازی اجتماعی	پیشران	R	J	R+J	R-J
	تعامل اجتماعی	۸/۸۳۹۴	۸/۵۴۲۹	۱۷/۳۸۲۳	۰/۲۹۶۵
	مهارت اجتماعی	۸/۰۱۵۱	۸/۰۸۲	۱۶/۰۹۷۲	-۰/۰۶۶۹
	انسجام اجتماعی	۸/۰۸۴	۷/۹۷۵۱	۱۶/۰۵۹۱	۰/۱۰۸۹
	مسئولیت اجتماعی	۷/۳۵۰۲	۸/۵۹۶۵	۱۵/۹۴۶۷	-۱/۲۴۶۲
	سرمایه اجتماعی	۸/۷۹۶۹	۷/۱۰۴۸	۱۵/۹۰۱۸	۱/۶۹۲۱
	دانش و نگرش اجتماعی	۶/۸۹۸	۷/۶۸۲۵	۱۴/۵۸۰۵	-۰/۷۸۴۴
ارزش‌های فرهنگی	پیشران	R	J	R+J	R-J
	ارزش‌های بومی منطقه	۱۱/۴۰۹	۱۲/۲۶۵	۲۳/۶۷۴	-۰/۸۵۷
	آداب و رسوم منطقه	۱۰/۹۴۸	۱۰/۳۱۹	۲۱/۲۶۷	۰/۶۲۹
	معرفی اماکن و شخصیت‌های تاریخی منطقه	۱۰/۷۰۶	۱۰/۲۸۰	۲۰/۹۸۶	۰/۴۲۶
	هنجارهای فرهنگی جامعه مقصد	۹/۴۶۹	۹/۶۶۸	۱۹/۱۳۷	-۰/۱۹۸

سیاسی در تصمیم گیری و دانش و مهارت فراسازمانی به‌ترتیب در اولویت‌های بعد قرار می‌گیرند.

به‌منظور تعیین پیشران‌های راهبردی تعامل و مشارکت جوامع محلی، ترویج فرهنگ گردشگری با مقدار R-J برابر با ۱/۰۱

بر اساس جدول ۵، در تعیین پیشران‌های راهبردی منابع انسانی، خلاقیت و نوآوری با مقدار R-J برابر با ۲/۲۰ دارای بیشترین تاثیرگذاری (الویت اول) و پس از آن تعهد سازمانی، سیستم ارزشیابی عملکرد، دانش و مهارت شغلی، استقلال

دارای بیشترین تاثیرگذاری (الویت اول) و تعامل با ارگانهای مرتبط، احساس مسئولیت زیست محیطی، معافیت‌های مالی برای سرمایه‌گذاران، ایجاد انگیزه از طریق رسانه‌های جمعی و اجتماعی و فرصت‌های اجتماعی به‌ترتیب در اولویت‌های بعد قرار می‌گیرند. لذا «ترویج فرهنگ گردشگری» به عنوان پیشران راهبردی بعد «تعامل و مشارکت جوامع محلی»، تعیین گردید. برای تعیین پیشران‌های راهبردی رقابت‌پذیری، همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود کیفیت و کمیت اقامتگاه‌ها با مقدار R-J برابر با ۲/۳۷۸ دارای بیشترین تاثیرگذاری و تنوع محصولات و اماکن گردشگری، بازاریابی محصولات مقصد، سطح خدمات بهداشتی و درمانی، زیرساخت‌های حمل و نقل به‌ترتیب در اولویت‌های بعد قرار می‌گیرند. لذا «کیفیت و کمیت اقامتگاه‌ها» به عنوان پیشران راهبردی بعد «رقابت‌پذیری»، تعیین گردید. همچنین در تعیین پیشران‌های راهبردی بهسازی اجتماعی، سرمایه اجتماعی با مقدار R-J برابر با ۱/۶۹ دارای بیشترین تاثیرگذاری (الویت اول)، و پس از آن تعامل اجتماعی، انسجام اجتماعی، مهارت اجتماعی، دانش و نگرش اجتماعی و مسئولیت اجتماعی به‌ترتیب در اولویت‌های بعد قرار می‌گیرند و سرمایه اجتماعی به عنوان پیشران راهبردی بعد «بهسازی اجتماعی»، تعیین گردید.

برای پیشران‌های راهبردی ارزش‌های فرهنگی نیز بر پایه جدول فوق، آداب و رسوم منطقه با مقدار R-J برابر با ۰/۶۲۹ دارای بیشترین تاثیرگذاری (الویت اول) و معرفی اماکن و شخصیت‌های تاریخی منطقه، هنجارهای فرهنگی جامعه مقصد و ارزش‌های بومی منطقه به‌ترتیب در اولویت‌های بعد قرار می‌گیرند. در نهایت، آداب و رسوم منطقه به عنوان پیشران راهبردی بعد «ارزش‌های فرهنگی»، تعیین گردید.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به رشد سریع صنعت گردشگری و نقش اساسی که در رفاه اجتماعی و اقتصادی جوامع میزبان دارد، کشورهای توسعه یافته و به ویژه کشورهای در حال توسعه سعی در جذب گردشگر بیشتر نسبت به دیگری دارند. پژوهش حاضر با هدف شناسایی پیشران‌های نهایی و راهبردی توانمندسازی صنعت

گردشگری با مدیریت توسعه پایدار در استان مازندران به‌صورت آمیخته انجام شد. نتایج بخش دلفی حاکی از آن بوده که توانمندسازی صنعت گردشگری با مدیریت توسعه پایدار، دارای پنج بعد به‌شرح منابع انسانی، تعامل و مشارکت جوامع محلی، رقابت‌پذیری، بهسازی اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی در قالب ۲۷ پیشران نهایی بوده است. طبق یافته‌های بخش تحلیل ساختاری، «تعهد سازمانی» به عنوان پیشران راهبردی بعد «منابع انسانی»، «ترویج فرهنگ گردشگری» به عنوان پیشران راهبردی بعد «تعامل و مشارکت جوامع محلی»، «کیفیت و کمیت اقامتگاه‌ها» به عنوان پیشران راهبردی بعد «رقابت‌پذیری»، «سرمایه اجتماعی» به عنوان پیشران راهبردی بعد «بهسازی اجتماعی» و «آداب و رسوم منطقه» به عنوان پیشران راهبردی بعد «ارزش‌های فرهنگی»، تعیین گردید. بر اساس نتایج تحقیق زنگونی و همکاران (۲۰۲۲)، چهار مولفه‌ی توانمندسازی اجتماعی-فرهنگی، حکمرانی هوشمند، توسعه‌ی کاربرد تکنولوژی‌های نوین هوشمند و هوشمندسازی جامع خدمات گردشگری، به عنوان مولفه‌های هوشمندسازی صنعت گردشگری در ایران شناسایی شدند. در این تحقیق و در بعد رقابت‌پذیری، استفاده از تکنولوژی در قالب بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل بیان شد و خدمات جامع گردشگری تحت عنوان مولفه سطح خدمات بهداشتی - درمانی، اشاره گردید. از این رو، دو مولفه از ابعاد رقابت‌پذیری با نتیجه تحقیق یاد شده، همخوانی دارند. بر پایه نتایج پژوهش شادالویی (۲۰۲۱) گردشگری در توسعه پایدار شهری نقش داشته و فرهنگ نیز یکی از مولفه‌های توسعه در این ارتباط است. در تحقیق حاضر، بعد ارزش‌های فرهنگی به عنوان یکی از ۵ بعد مدل نهایی تعیین شد و دو مولفه ارزش‌های بومی منطقه و هنجارهای فرهنگی جامعه مقصد، جزء چهار مولفه این بعد بودند که منعکس‌کننده تاثیر فرهنگ بر توسعه صنعت گردشگری هستند. در تحقیق حاضر، بهسازی اجتماعی با شش مولفه، یکی از ۵ بعد مدل نهایی تحقیق در تبیین‌کنندگی توانمندسازی فرهنگی - اجتماعی تعیین شده که با نتایج پژوهش موحد و همکاران (۲۰۲۰) همخوانی دارد. همچنین یکی از ابعاد ۵ گانه

با توجه به رشد سریع صنعت گردشگری و نقش اساسی که در رفاه اجتماعی و اقتصادی جوامع میزبان دارد، کشورهای توسعه یافته و به ویژه کشورهای در حال توسعه سعی در جذب گردشگر بیشتر نسبت به دیگری دارند. پژوهش حاضر با هدف شناسایی پیشران‌های نهایی و راهبردی توانمندسازی صنعت

نهایی، تعامل و مشارکت جوامع محلی بوده که با ایجاد انگیزه در مردم، فرصت های اجتماعی و احساس مسئولیت، به توانمندی صنعت گردشگری کمک می کند. لذا تبیین کنندگی این بعد در مدل نهایی، با نتیجه تحقیق طهری و طباطبایی (۲۰۲۰)، همخوانی دارد. در بعد تعامل و مشارکت جوامع محلی، خطر افزایش مخاطرات طبیعی ناشی از مداخلات انسانی در طبیعت، تحت عنوان مولفه احساس مسئولیت اجتماعی، اشاره شد. همچنین، در بعد رقابت پذیری، به مولفه بازاریابی محصولات مقصد و مولفه زیرساخت های حمل و نقل، اشاره شد که این نتایج، کاملاً در راستای نتایج تحقیق قادری و اعرابی (۲۰۱۹) هستند. در بعد بهسازی اجتماعی نیز با مولفه های مانند مهارت اجتماعی، انسجام اجتماعی و مسئولیت اجتماعی، یکی از ابعاد ۵ گانه مدل نهایی تعیین گردید که بیانگر همخوانی نتایج با نتایج شکوهی و یزدان پناه (۲۰۱۹) است. در بعد تعامل و مشارکت جوامع محلی، مولفه تعامل با ارگانهای ذیربط و مرتبط محلی، به عنوان یکی از شش مولفه این بعد تعیین شد که با نتیجه تحقیق شفیعی ثابت و هراتی فرد (۲۰۱۹)، در یک راستا قرار دارد. همچنین در این تحقیق، ارزش های فرهنگی، به عنوان یکی از شش بعد تبیین کننده توانمندی صنعت گردشگری تعیین شده که با نتایج پژوهش ابوالمجد (۲۰۲۳) همخوانی دارد. نتایج تحقیق هابلیانگ و همکاران (۲۰۲۳) نشان داد که انرژی های تجدیدپذیر، مالی سبز و نوآوری فنی با صنعت گردشگری ارتباط مثبت دارند. در تحقیق حاضر و در بعد منابع انسانی، ایجاد خلاقیت و نوآوری به عنوان یکی از شش مولفه این بعد، معرفی شده و در بعد تعامل و مشارکت جوامع محلی، احساس مسئولیت زیست محیطی به عنوان یکی از شش مولفه این بعد، تعیین گردید. از این جهت در تبیین کنندگی این دو مولفه، نتایج دو تحقیق، همخوان بوده و در یک سو قرار دارد. در تحقیق حاضر، تعامل و مشارکت جوامع محلی، به عنوان یکی از شش بعد تبیین کننده توانمندی صنعت گردشگری تعیین شده که با تحقیق ایقبال و همکاران (۲۰۲۲) همخوانی دارد. بر اساس نتایج پژوهش ایرو و همکاران (۲۰۲۲) «عدم قابلیت همکاری» از مهم ترین چالش های بلاک چین در صنعت گردشگری بودند. پژوهش

حاضر نیز بر تعامل و مشارکت، تاکید نموده که یکی از شش بعد مدل نهایی پژوهش است. همچنین در تحقیق حاضر و در بعد ارزش های فرهنگی، ارزش های بومی منطقه، به عنوان یکی از چهار مولفه این بعد تعیین شده که در راستای نتایج تحقیق چیونس و همکاران (۲۰۲۱)، قرار دارد. بر اساس داده های بدست آمده و با استناد به نتایج حاصل از سوال های پژوهش، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می گردد:

الف- تقویت پیشران های منابع انسانی: تقویت تعهد سازمانی در بین کارکنان سازمانها و ارگانهای مربوطه، اختصاص یک ردیف بودجه مشخص و مدون در برنامه سالیانه سازمانهای دخیل در این موضوع برای کمک به توانمندسازی گردشگری در استان و برگزاری دوره های آموزشی ضمن خدمت برای بهسازی و توانمندسازی عملکردی کارکنان.

ب- تقویت پیشران های تعامل و مشارکت جوامع محلی: تلاش رسانه های جمعی و اجتماعی برای ترویج فرهنگ گردشگری، استفاده از تیزرهای تبلیغاتی در برنامه های صدا و سیما برای معرفی مکان های گردشگری و شناساندن صنعت گردشگری به مردم، در نظر گرفتن معافیت های مالی برای سرمایه گذاران خصوصی در بخش گردشگری و کاهش بوروکراسی اداری برای انجام کارهای قانونی و اداری.

ج- تقویت پیشران های رقابت پذیری: بهبود سطح خدمات بهداشتی و درمانی در جامعه مقصد و بطور اخص شرق استان مازندران، احداث اقامتگاه های با کیفیت مناسب و در موقعیت جغرافیایی مناسب در نقاط مختلف مسافرخیز، فراهم کردن زیرساخت های سخت افزاری و نرم افزاری برای سیستم حمل و نقل در مناطق گردشگری و تقویت اماکن با قابلیت پذیرش مسافر.

د- تقویت پیشران های بهسازی اجتماعی: ایجاد یک جو دوستانه و توأم با احترام متقابل و صداقت بین گردشگران و میزبان و گردشگران با یکدیگر، تشکیل گروه های مختلف فرهنگی، ورزشی به منظور ایجاد روابط شخصی صمیمانه بین گردشگران و میزبان.

- Tourism Research and Sustainable Development Journal, 4(1), 75-82. (In Persian)
7. Ghaderi, E. and Erabi, S.S. (2019). The effects of tourism on the sustainability of middle of the road cities (case study: Zirab city). Journal of New Attitudes in Human Geography, 11(4), 239-260. (In Persian)
 8. Shafiee Sabet, N. and Haratifard, S. (2019). Empowerment of Local Stakeholders for Participation in Sustainable Tourism Development with Mediating Role of Perceived Tourism Effects. Tourism Planning and Development, 8(29), 71-90. (In Persian)
 9. Muigua K. (2015). Empowering the Kenyan People through Alternative Dispute Resolution Mechanisms. In CI Arb Africa Region Centenary Conference.
 10. Moeinfar, M.S. and Mahdavi, A. (2014). Investigating the impact of tourism on sustainable urban development (case study: Sistan). International Scientific-Strategic Conference on Tourism Development for Islamic Republic of Iran Challenges & Prospects. (In Persian).
 11. Dorosti, A., Adibi Sadeh, M. and Adhami, A.R. (2018). Socio-Cultural Analysis of the Role of Social Capital on Sustainable Urban Development in Isfahan Province. Social Development, 12(4), 167-186. (In Persian)
 12. Zangouei, F., Kharazi Mohammadvandi Azar, Z. and Salehi Sadaghiyani, J. (2022). Smartization of Iran's Tourism Industry: An emphasis on Social and Cultural Empowerment. Quarterly Journal of
- ه- تقویت پیشران‌های ارزش‌های فرهنگی: بیان ارزش‌های فرهنگی بومی منطقه برای گردشگران، تشریح آداب و رسوم، اماکن و بافت‌های تاریخی منطقه مقصد طی برنامه‌های فرهنگی برای شناساندن منطقه.

References

1. Pamučar, D., Čirović, G. and Sekulović, D. (2015). Development of an integrated transport system in distribution centres: A FA'WOT analysis. Technical Gazette, 22(3), 649-658.
2. Marques, J. and Santos, N. (2016). Developing business tourism beyond major urban centres: the perspectives of local stakeholders. Tourism and Hospitality Management, 22(1), 1-15.
3. Zaroki, Sh., Ezoji, H. and Sadati Amiri, S.R. (2018). Analysis of the Role of Tourism - Economic Welfare Using Panel Data. Tourism Planning and Development, 7(26), 96-121. (In Persian)
4. Hekmatniya, H. and Bagheri Kashkouli, A. (2020). Evaluation and analysis of the effects of tourism on sustainability of economy, municipalities' citizens' income (case study: Babak city). Journal of Research and Urban Planning, 11(43), 101-114. (In Persian)
5. Saraii, M.H., Rezaei, M.R. and Safarpour, M. (2019). Investigation and Analysis of Hotels Spatial Distribution to Medical Tourism Attractions Case Study: Shiraz. Tourism, Planning and Development, 7(27), 8-25. (In Persian)
6. Shadalouee, F. (2021). Investigating the impact of tourism in the process of sustainable urban development with an emphasis on the role of culture.

- Mika, J.P. (2021). Indigenous tourism and the sustainable development goals. *Annals of Tourism Research* 90, 103260.
20. Elshaer, I., Moustafa, M., Sobaih, A.E., Aliedan, M. and Azazz, A.M.S. (2021). The impact of women's empowerment on sustainable tourism development: Mediating role of tourism involvement. *Tourism Management Perspectives* 38, 100815.
 21. Abou-Shouk, M.A., Mannaa, M.T. and Elbaz, A.M. (2021). Women's empowerment and tourism development: A cross-country study. *Tourism Management Perspectives* 37, 100782.
 22. Fallahi, A., Modarresi, M. and Zarei, A. (2022). Identifying and Prioritizing Cultural Barriers to Community-Based Tourism in Iran. *Geography and Environmental Planning*, 33(2), 85-102. (In Persian)
 23. Kiani salmai, S. and Abbasian, S. (2020). The Consequences of Tourism Development on Empowerment of Communities in Rural Areas (Case study: villages of central district of Natanz). *Journal of Geography and Planning*, 24(71), 339-367. (In Persian)
 24. Shokouhi, M. and Yazdanpanah, M. (2019). Effect of Empowerment on Residents Support for Tourism the Case of Kamardough Tourism Region. *The Journal of Spatial Planning*, 23 (1), 151-168. (In Persian)
 25. Mahdavinia, N. (2017). Development factors of health tourism in line with sustainable development. *National Conference on Knowledge -based Architecture and Urbanism*. Tehran, Iran. (In Persian)
 - Social Studies in Tourism, 10(19), 335-368. (In Persian)
 13. Movahed, A., Javdan, M. and Ghanipour, M. (2020). Analysis of Stakeholders' Perceptions of Tourism Impacts Sustainability in Lahijan. *Journal of Urban Tourism*, 7(1), 1-15.
 14. Tahri, A. and Tabatabaei, S.M. (2020). The role of tourism in sustainable development, opportunities and challenges and the impact on the national security of the Islamic Republic of Iran. *Journal of Amad and defense technology*, 3(1), 83-102. (In Persian)
 15. Abouelmagd, D. (2023). Sustainable urbanism and cultural tourism, the case of the Sphinx Avenue, Luxor. *Alexandria Engineering Journal*. 71, 239-261.
 16. Hailiang, Z., Chau, K.Y. and Waqas, M. (2023). Does green finance and renewable energy promote tourism for sustainable development: Empirical evidence from China. *Renewable Energy*. 207, 660-671.
 17. Iqbal, A., Ramachandran, S., Siow, M.L., Subramaniam, T. and Afandi, S.H.M. (2022). Meaningful community participation for effective development of sustainable tourism: Bibliometric analysis towards a quintuple helix model. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. 39. 100523.
 18. Erol, I., Neuhofer, I.O., Dogru, T., Oztel, A., Searcy, C. and Yorulmaz, A.C. (2022). Improving sustainability in the tourism industry through blockchain technology: Challenges and opportunities. *Tourism Management*. 93. 104628.
 19. Scheyvens, R., Carr, A., Movono, A., Hughes, E., Higgins-Desbiolles, F. and

- issue on “Deepening our understandings of the roles and responsibilities of the tourism industry towards the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs)”. *Tourism Management Perspectives*. 41. 100944.
30. KC, B., Dhungana, A. and Dangi, T.B. (2021). Tourism and the sustainable development goals: Stakeholders’ perspectives from Nepal. *Tourism Management Perspectives* 38, 100822.
 31. Qiu, P., Zhou, Z. and Kim, D- J. (2021). A New Path of Sustainable Development in Traditional Agricultural Areas from the Perspective of Open Innovation—A Coupling and Coordination Study on the Agricultural Industry and the Tourism Industry. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1). 1-15.
 26. Rahnamayee, M.T., Aliakbari, E. and Safaralizadeh, E. (2017). Evaluate of factors affecting empowerment of tourism development (Case Study: West Azarbaijan province). *Journal of Geography and Planning*, 21(59), 153-174. (In Persian)
 27. Shamsoddini, A., Derakhshan, E. and Karimi, B. (2017). The effect of empowerment of human resources in tourism development Case Study: Kohgiluyeh & Boyer-Ahmad province. *Journal of Regional Planning*, 6(24), 89-100. (In Persian)
 28. Salehpour, Sh., Esmaeilzadeh, H. and Karimi, Kh. (2016). The reciprocal effects of sustainable tourism development on local community development: A Case study of Naghadeh. *Geographical Journal of Tourism Space*, 6(21), 41-61. (In Persian)
 29. Boluk, K.A. and Rasoolimanesh, S.M. (2022). Introduction to the special