نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال بیست و سوم، شماره ۷۰، پاییز ۱۴۰۲

کاربست آینده‌پژوهی در توسعه گردشگری شهری به روش تحلیل ساختاری و سناریونویسی (مطالعه موردی: شهر خوی)

دریافت مقاله: ۹۸/۸/۲۲ **پذیرش نهایی:** ۹۹/۳/۵

صفحات: ۲۱۷-۱۹۵

هادی نقیبی: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، پردیس دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
Email: hadi.nagibi@yahoo.com
عادل شری زاده: کارشناسی‌ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.[1]
Email: sherizadeh_adel12@yahoo.com

چکیده

امروزه گردشگری به عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی، نقش ویژه‌ای در توسعه جوامع و کشورها ایفا می‌کند. در این میان، گردشگری شهری به‌عنوان یکی از بخش‌های مهم صنعت گردشگری، جایگاه ویژه‌ای در زمینه بهبود توسعه اقتصادی و فرهنگی شهرها یافته و به یکی از مهم‌ترین صنایع ارزآور و درآمدزا تبدیل شده است، اما توسعه این صنعت در شهرها با چالش‌ها و مشکلاتی روبه‌رو است؛ این امر نیازمند یک برنامه‌ریزی نوین و یکپارچه برای استفاده از فرصت‌ها و مواجهه با چالش‌های پیش رو است. آینده‌پژوهی می‌تواند در برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری شهری و ترسیم آینده مطلوب گردشگری قدم بسیار مؤثری بردارد و با ارائه راهکارهای مناسب، از بروز چالش‌ها و تحقق آینده نامطلوب جلوگیری کند. این پژوهش نیز در راستای این هدف گام برداشته است. در پژوهش حاضر با استفاده از تکنیک دلفی تعداد ۳۶ عامل به‌عنوان عوامل اولیه تأثیرگذار بر روند آینده توسعه گردشگری شهری خوی شناسایی شدند، سپس روش تحلیل ساختاری با بهره‌گیری از نرم‌افزار میک مک برای استخراج عوامل کلیدی به کار گرفته شد که در نتیجه، ۱۲ عامل به‌عنوان عوامل کلیدی انتخاب شدند. در ادامه، برای هرکدام از عوامل کلیدی وضعیت‌های محتمل تعریف شد، در مرحله بعد، برای سنجش تأثیرگذاری وقوع وضعیت‌های هر یک از عوامل بر وقوع یا عدم وقوع وضعیت‌های عوامل دیگر، ماتریسی به ابعاد ۳۳×۳۳ طراحی و در اختیار خبرگان قرار گرفت، در نهایت برای تدوین سناریوهای محتمل و شناسایی سناریوهای مطلوب، داده‌های این ماتریس وارد نرم‌افزار سناریوویزارد شدند. نرم‌افزار سناریوویزارد نیز با انجام تحلیل‌های موردنیاز، ۱۴۰۶ سناریوی ضعیف، ۴ سناریوی قوی و ۱۳ سناریوی باورکردنی را گزارش داد. بررسی سناریوهای باورکردنی حاکی از سیطره نسبی وضعیت‌های ایستا، بحرانی و نامطلوب بر وضعیت‌های مطلوب و ایده‌آل است. به‌غیراز سناریوی اول که دارای ویژگی‌های مطلوب و روبه‌پیشرفت است، بقیه سناریوها آینده مطلوبی را برای توسعه گردشگری خوی در ذهن متبادر نمی‌کنند.

کلید واژگان: آینده‌پژوهی، گردشگری شهری، تحلیل ساختاری، سناریونویسی، شهر خوی.

---

۱. **نویسنده مسئول:** تبریز، دانشگاه تبریز، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، ۰۹۱۴۶۷۵۸۳۰۱

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

مقدمه

گردشگری یکی از صنایع توسعه‌یافته نیمه دوم قرن بیستم است که اغلب از آن به‌منزله کلید رشد اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته و درحال‌توسعه یاد می‌شود (نصر الهی و موسی بیکی ده آبادی، ۱۳۹۴: ۴۶). امروزه گردشگری، سومین صنعت اقتصادی در جهان شناخته می‌شود (Oila et al, 2012: 569 نقل از حاتمی نژاد و شریفی، ۱۳۹۴). به‌طوری‌که ۱۱ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می‌دهد و بیش از ۲۰۰ میلیون شغل را در سراسر جهان پشتیبانی می‌کند که ۸ درصد کل اشتغال را شامل می‌شود (Rita, 2000: 434). طبق آمارهای به‌دست‌آمده از سازمان آمار جهانی، سهم کلی سیروسفر و گردشگری در بخش اقتصاد دنیا مبلغی معادل ۷۰۰۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۳ بوده است که انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۰ میلادی، این صنعت رتبه نخست را در میان صنایع جهان به خود اختصاص دهد (شری زاده و دیگران، ۱۳۹۷: ۳۴). اهمیت و عظمت گردشگری به ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمد محدود نمی‌شود. در صورت برنامه‌ریزی و توسعه از پیش اندیشیده شده، گردشگری قادر است منافع مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی را ایجاد و سهم قابل‌توجهی را در توسعه ملی ایفا نماید (معصومی، ۱۳۸۵: ۱۰). در سال‌های اخیر، گردشگری به یکی از بزرگ‌ترین رشد دهندگان اقتصادی در سراسر جهان تبدیل‌شده است که به‌شدت با توسعه در ارتباط است ((Signes et al, 2020: 96.

گردشگری را می‌توان یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های انسان معاصر دانست که همراه با به وجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و روش زندگی انسان‌ها را دگرگون می‌سازد. این مقوله یکی از عوامل بسیار مهم در راستای تبادل فرهنگی و آشنایی با ملل دیگر از ابعاد متعدد طبیعی، فرهنگی و غیره می‌باشد (Sharplay, 2008: 67). گردشگری صنعتی است که حتی در دوران رکود اقتصادی نیز همچنان به رشد خود ادامه می‌دهد و کمترین میزان آسیب را از تحریم‌های اقتصادی متحمل می‌شود. این صنعت یکی از سریع‌ترین رشدهای دنیا را به خود اختصاص داده و یکی از منابع باثبات درآمد می‌باشد (سرور و پرویزیان، ۱۳۹۲: ۶۱). بخش گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی در بسیاری از کشورها مطرح است، چراکه تأثیر زیادی در ایجاد فرصت‌های شغلی دارد (Kontogianni & Alepis, 2020: 1). در قرن حاضر، جهانی‌شدن سرمایه‌داری، تحرک جمعیت و پیشرفت در فناوری ارتباطات به توسعه گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان کمک شایانی کرده است (Chris Choi & Sirakaya, 2006). توسعه این صنعت در کشورهای توسعه‌یافته، موجب تنوع درآمدها و در کشورهای درحال‌توسعه فرصتی برای صادرات، تولید ارز و ایجاد اشتغال است. شهروندان و جوامعی که درگیر بحران اقتصادی هستند، نسبت به گردشگری به‌عنوان یک راهکار بسیار مؤثر جهت برون‌رفت از این بحران نگاه مثبتی دارند.

یکی از مهم‌ترین مقصدهایی که روندهای گردشگری جهان را در دهه‌های گذشته تحت تأثیر قرار داده، مراکز شهری هستند. رشد سفرهای کوتاه‌مدت، این مقصدها را به یکی از اصلی‌ترین مراکز گردشگری تبدیل نموده است. این پدیده خود را در کاهش میانگین سفر گردشگران در بیشتر مقصدهای دنیا نشان داده است (Cooper et al, 1998: 145). از دهه ۱۹۸۰ میلادی، تقاضا برای مسافرت به مناطق گردشگری شهری به‌سرعت در حال افزایش است و شهرها به مقصد گردشگری جدیدی تبدیل‌شده‌اند(Zheng et al, 2020: 1). طبق گزارش

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

کارشناسان سازمان ملل متحد تاکنون بیش از نیمی از جمعیت جهان در شهرها زندگی می‌کنند. شهرها به‌عنوان موتور اصلی اقتصاد جهانی شناخته‌شده‌اند، آن‌ها مراکز مهم اقتصادی، پیشرفت‌های علمی و فناوری و فرهنگی بشر هستند (Cibinskienea & Snieskieneb,2015: 106). تا حدود یک قرن پیش کمتر به شهرها به‌منزله یکی از مقاصد گردشگری نگاه می‌شد و اغلب شهرهای دنیا محلی برای توسعه هرچه بیشتر صنعت به شمار می‌رفت؛ مانند رقابت‌های صنعتی شهرهای اروپایی در سده اخیر. امروزه، با توسعه جامعه بشری، دیدگاه‌ها و نظریه‌های علمی نیز پیرامون شهرها و نیز صنعت گردشگری دچار تغییرات شده است. بدین معنی در دوره معاصر شهرها از رقابت صنعتی به رقابت گردشگری روی آورده‌اند، زیرا گردشگری چنان پتانسیلی دارد که می‌تواند به‌راحتی جایگزین شهرهای صنعتی شود و شهرهای بسیار زیبای گردشگری را به وجود آورد تا هم شهروندان و هم گردشگران از زیبایی‌های آن لذت ببرند و هم منبع درآمدی برای شهر باشد و هم شهرها را به شیوه‌ای پاکیزه توسعه دهد (حاتمی نژاد و شریفی، ۱۳۹۴: ۶۲)

امروزه گردشگری شهری به‌عنوان نیروی اصلی در زمینه بهبود توسعه اقتصادی و فرهنگی شهرها به یکی از مهم‌ترین صنایع ارزآور و درآمدزا تبدیل‌شده است. پیش‌بینی می‌شود در آینده‌ای نزدیک، صنعت گردشگری شهری به یکی از بزرگ‌ترین صنایع دنیا تبدیل شود. حتی فراتر از صنایع خودروسازی و نفت. لزوم توسعه گردشگری شهری که بر اساس آمار و ارقام منتشرشده از سوی سازمان جهانی گردشگری به بزرگ‌ترین منبع درآمد جهانی تبدیل‌شده است، به‌عنوان صنعت جایگزین برای کشورهایی مانند ایران که دارای اقتصاد تک‌محصولی می‌باشد، بسیار اساسی است. وجود چالش‌های پیش روی مدیریت شهری در زمینه منابع مالی ناپایدار، رکود اقتصادی، گسترش انواع معضلات اجتماعی، نبود فرصت‌های شغلی و افزایش بیکاری، حرکت شهرها به سمت توسعه گردشگری را به یک ضرورت انکارناپذیر تبدیل کرده است.

صنعت گردشگری در ایران از ظرفیت‌های بسیار بالایی برای رشد و توسعه برخوردار است. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، ایران رتبه دهم جاذبه‌های باستانی و تاریخی و رتبه پنجم جاذبه‌های طبیعی را در جهان دارا است. دراین‌بین یکی از مناطقی که در استان آذربایجان غربی از پتانسیل‌های توسعه گردشگری شهری بالایی برخوردار است، شهر خوی می‌باشد. وجود منابع سرشار طبیعی و جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی این شهر را به یکی از مناطق دارای ظرفیت بالا در استان آذربایجان غربی برای توسعه گردشگری شهری تبدیل کرده است. یکی از راهکارهای مؤثر جهت توسعه صنعت گردشگری شهری در خوی، برنامه‌ریزی صحیح و منطبق با تغییرات سریع و پرشتاب، رخدادهای غیرمنتظره و مسائل نوظهور است. برنامه‌ریزی‌های مبتنی بر پیش‌بینی با فرض این‌که هیچ تغییر اساسی در محیط رخ نمی‌دهد، این ویژگی‌ها را در نظر نگرفته و در دهه‌های اخیر با شکست مواجه شدند. در این میان دانش آینده‌پژوهی با دیدی جامع و آینده‌نگر، برای روبه‌رو شدن با تحولات پرشتاب و جلوگیری از غافل‌گیری سازمان‌ها و نیز ایجاد آینده مطلوب به یک ضرورت انکارناپذیر تبدیل‌شده است. در واقع آینده‌پژوهی یک ابزار نیرومند و دقیق برای استفاده از فرصت‌ها و مواجهه با تهدیدات محیطی بوده و ازاین‌رو به‌کارگیری آن در محیط پر تغییر امروزی یک نیاز اساسی می‌باشد. دانش آینده‌پژوهی می‌تواند در برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری شهری و ترسیم آینده مطلوب گردشگری مؤثر واقع‌شده و با شناسایی عوامل شکل‌دهنده و مؤثر در توسعه آن، چالش‌ها و موضوعات پیش رو را شناسایی کرده

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

و با ارائه راهکارهای مناسب برای برخورد با آن‌ها، از بروز چالش‌ها و تحقق آینده نامطلوب جلوگیری کند. در این راستا، پژوهش حاضر قصد دارد تا با شناسایی عوامل مؤثر و کلیدی در توسعه گردشگری شهر خوی به تدوین سناریوهای محتمل و شناسایی سناریوهای مطلوب بپردازد.

مبانی نظری

بر اساس تعریف سازمان جهانی توریسم، گردشگری یا معادل دقیق و درست انگلیسی آن توریسم[1]، به کلیه فعالیت‌های افرادی اطلاق می‌شود که به مکان‌هایی خارج از محیط عادی خود به‌منظور گذراندن ایام فراغت، انجام کار و سایر هدف‌ها، برای مدت کمتر از یک سال می‌روند. به‌این‌ترتیب، محدوده توریسم از مسافرت‌هایی که صرفاً به‌منظور گذراندن تعطیلات و سپری کردن چند روز برای دیدار دوستان و آشنایان و بازدید از مناطق جذاب انجام می‌گیرد، بسی فراتر می‌رود. توریسم در معانی وسیع آن، علاوه بر گروه اشاره‌شده، شامل افرادی می‌شود که در ارتباط با کار و حرفه خویش سفر می‌کنند و آنان که فعالیت‌های علمی و تحقیقاتی انجام می‌دهند. به‌این‌ترتیب، دامنه‌ی تأثیرگذاری بر محیط و تأثیرپذیری آن از محیط، بسیار وسیع‌تر می‌شود. این جدیدترین تعریفی است که از طرف سازمان جهانی توریسم ارائه‌شده است (فرجی زاد و آقاجانی، ۱۳۸۸: ۶۲). گردشگری به‌عنوان ابزاری روحیه‌ساز و مفرّح برای رضایت انسان به‌منظور افزایش کیفیت زندگی و توجه به نیازهای ثانویه نوع بشر شناخته می‌شود. امروزه افزایش جمعیت، رفاه عمومی، اوقات فراغت، پیشرفت علوم و فنون و ...، همه و همه باعث رشد روزافزون سفر و گردشگری شده است و کشورهای جهان به این واقعیت دست‌یافته‌اند که توجه ویژه به صنعت گردشگری و تلاش برای توسعه این صنعت باعث کسب درآمدهای هنگفتی می‌شود (عسکریان و صالح نیا، ۱۳۹۱: ۴۲). توسعه صنعت گردشگری برای کشورهای درحال‌توسعه که با معضلاتی چون نرخ بالای بیکاری، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه‌اند، اهمیت فراوانی دارد. قابلیت‌های عمده صنعت گردشگری مانند گسترش انواع خدمات، ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه زیرساخت‌ها، تعامل فرهنگ‌ها، برقراری و تحکیم روابط بین مردم و غیره به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های تجارت که به آن صادرات نامرئی گفته می‌شود و نیز به‌عنوان یک اقتصاد پایدار، مورد اهتمام ویژه‌ای قرارگرفته و بسیاری از کشورهای درحال‌توسعه غالباً به منافع چشمگیر اقتصادی آن چشم دوخته و آن را راهی برای نیل به توسعه و مقابله با تنگناهای پیچیده اقتصادی خود یافته‌اند (Liu & Wall, 2006).

برای بسیاری از مردم، گردشگری فرصتی برای انجام فعالیت‌های اوقات فراغت و کشف فرهنگ‌های جدید فراهم می‌کند. با پیشرفت فناوری اطلاعات و ارتباطات و توسعه استانداردهای زندگی جوامع، تقاضا برای گردشگری به‌شدت افزایش‌یافته است. عوامل متعددی وجود دارد که در تعیین انتخاب مقصد گردشگری نقش ایفا می‌کنند ازجمله: مقرون‌به‌صرفه بودن، در دسترس بودن فعالیت‌ها، محبوبیت و امنیت (Alrasheed et al 2020: 333). گردشگری را می‌توان «صنعت سفید» نام نهاد، زیرا برخلاف اغلب صنایع تولیدی، بدون آلوده‌سازی محیط‌زیست انسانی، زمینه‌ساز دوستی و تفاهم بین ملت‌هاست و صلح و صفا را برای مردم به ارمغان می‌آورد (محسنی، ۱۳۸۸: ۱۵۱). گردشگری می‌تواند به‌صورت چندوجهی بر توسعه یک منطقه خاص تأثیر بگذارد. این تأثیرات عمدتاً در حوزه زندگی اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و طبیعی قابل‌مشاهده است(Hącia, 2019: 104).

[1]. tourism

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

گردشگری بر اساس چندین برآورد و مطابق نظر سازمان جهانی گردشگری که وابسته به ملل متحد است، بزرگ‌ترین صنعت و فعالیت اقتصادی جهان می‌باشد، بزرگ‌تر از صنایع دفاع، تولیدات صنعتی، نفت و کشاورزی. این صنعت، گسترده‌ترین صنعت خدماتی است و یقیناً در سده آینده با سرعتی بیش از گذشته و امروز گسترش خواهد یافت (لطفی خاچکی، ۱۳۸۷: ۱۷۲). گردشگری در سال ۲۰۱۲ یکی از برترین صنایع و فعالیت‌های درآمدزا و اشتغال‌زای جهان به شمار می‌رفت. این صنعت توانسته در سال ۲۰۱۱ معادل ۱/۰۳۰ تریلیون دلار درآمد نصیب بازارهای مقصد گردشگری جهان کند. بر اساس پیش‌بینی‌های سازمان جهانی جهانگردی، آینده بازار اقتصاد و تجارت بین‌المللی دنیا، به‌ویژه در سال ۲۰۲۰ با تعداد ۱/۳۶۰ میلیارد نفر گردشگر ورودی و تعداد ۱/۸۰۹ میلیارد نفر در سال ۲۰۳۰ در اختیار صنعت گردشگری خواهد بود. این در شرایطی است که در سال ۲۰۲۰ بالغبر ۷۱۷ میلیون و در سال ۲۰۳۰ بالغبر ۱/۰۳۷ تریلیون نفر گردشگر به کشورهای درحال‌توسعه سفر خواهند کرد. این یعنی فرصتی برای این کشورها که اکثراً از پدیده اجتماعی و اقتصادی بیکاری و عدم درآمد ارزی کافی در رنج هستند (رحیم پور، ۱۳۹۲: ۱). طبق گزارش سازمان جهانی جهانگردی، سهم مستقیم گردشگری از تولید ناخالص داخلی ۵/۲ تریلیون دلار (۳/۲ درصد کل تولید ناخالص داخلی) در سال ۲۰۱۷ بوده است. پیش‌بینی می‌شود این میزان در سال ۲۰۲۸ به ۸/۳ تریلیون دلار (۳/۶ درصد از کل تولید ناخالص داخلی) برسد (Ainin et al, 2020: 1). ازاین‌روست که از فعالیت‌های گردشگری به‌عنوان گذرگاه توسعه یاد می‌شود (پورخسرانی، ۱۳۹۵: ۶۰) در این میان گردشگری شهری به‌عنوان یکی از بخش‌های مهم صنعت گردشگری به میزان زیادی موردتوجه قرارگرفته و در فرآیند جهانی‌شدن اهمیت روزافزونی یافته است تا جایی‌که به یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار در توسعه اقتصادی و اجتماعی شهرها تبدیل‌شده و نقش بی‌بدیلی در توسعه پایدار و یکپارچه شهرها ایفا می‌کند.

گردشگری شهری یا تفرج، بخشی از گذران فراغت شهروندان است که در حد وسط بین گذران فراغت در خانه و خارج از سکونت‌گاه (گردشگری ملی و خارجی) قرار می‌گیرد؛ به تعبیر دیگر گردشگری شهری آن بخش از گذران فراغت است که در حوزه سکونتگاه شهروندان و در فضاهای باز درون‌شهری و حومه‌ای تحقق پیدا می‌کند و به‌عنوان بخشی از نیازها و فعالیت‌های فراغتی مستمر عامه شهروندان (فعالیت‌های روزانه، هفتگی و ایام تعطیلی) محسوب می‌شود (مهدی زاده، ۱۳۸۳: ۱۷۲). این فعالیت شهری تغییرات فضایی و کاربری‌های گسترده‌ای را برای شهرها به وجود آورده است. در واقع ویژگی‌های منحصربه‌فرد شهرها باعث شده که گردشگران شهری متفاوت‌تر از سایر گروه‌های گردشگری باشند. شهرها دارای توان‌های بالقوّه و جاذبه‌های متعدد گردشگری هستند و توسعه صنعت گردشگری می‌تواند عامل مهم و تأثیرگذاری در رشد و توسعه آن‌ها باشد (چشمه، ۱۳۹۶: ۳۵). گردشگری شهری را می‌توان به‌عنوان یکی از شاخص‌های مهم اقتصادی، اجتماعی و فضایی شهر به‌حساب آورد این بخش از گردشگری در حال تبدیل‌شدن به صنعتی است که در حوزه اقتصادی به‌عنوان منبعی بسیار مهم برای کسب درآمد موردتوجه است؛ ازاین‌رو کشورها سعی می‌کنند تا سالانه سهم خود را در تعداد گردشگران افزایش دهند. بالا رفتن سهم کشورها در این حوزه، نیازمند ایجاد زیرساخت‌های شهری مناسب برای جذب گردشگران داخلی و خارجی است. این امر تأثیر مستقیمی بر روی توسعه شهری و ارتقای کارکرد شهری در سطح منطقه‌ای و ملی خواهد گذاشت.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

از جمله آثار مثبت گردشگری شهری می‌توان به این موارد اشاره کرد: ایجاد منابع مستقیم درآمد برای شهرداری‌ها، کمک به گردش اقتصادی در بخش‌های مختلف، ایجاد اشتغال و درآمد جدید برای شهروندان، کمک به گسترش صنایع‌دستی، هنرها و تولیدات محلی و بومی و گسترش زمینه مشارکت اقتصادی و اجتماعی شهروندان (مهدی زاده، ۱۳۸۳ ۱۴۸). گردشگری شهری طی دهه‌های گذشته رشد و گسترش زیادی را تجربه کرده است. امروزه این صنعت به یکی از عوامل اساسی برای پیشرفت فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشورها تبدیل‌شده و به‌عنوان یکی از بازیگران اصلی در تجارت بین‌المللی شناخته می‌شود. در آینده‌ای نه‌چندان دور، میزان درآمد حاصل از گردشگری شهری از صادرات نفت، محصولات غذایی و صنعت خودروسازی پیشی می‌گیرد. در حال حاضر میزان اشتغال در بخش‌های مربوط به ساخت‌وساز، کشاورزی و ارتباطات مخابراتی ناشی از توسعه صنعت گردشگری روزبه‌روز در حال گسترش است.

استنسفیلد[1] (۱۹۶۴) معتقد است که میان محیط شهری و غیرشهری اختلافی وجود دارد که باعث می‌شود ساکنین هر یک، به دنبال تفریح و سرگرمی در محیط دیگر باشند. کریستالر[2] (۱۹۶۴) نیز در همان سال پژوهشی در اروپا انجام داد و یک الگوی فضایی از رفتار گردشگران ارائه کرد که اظهارات استنسفیلد (۱۹۶۴) را تا حدودی تأیید می‌کرد. در این الگو، شهرها به‌عنوان مناطق گردشگر فرست و حاشیه‌ی شهرها و روستاها، به‌عنوان مناطق گردشگر پذیر مطرح می‌شوند. به همین دلیل، بخش قابل‌توجهی از پژوهش‌های گردشگری تا اواخر قرن بیستم، به گردشگری در روستاها و طبیعت پرداخته و گردشگری شهری چندان موردتوجه واقع نشده است (نقل از Xiao, 2007: 6). در اواخر قرن بیستم، صنایع تولیدی به‌تدریج اهمیت خود را به‌عنوان ابزار اصلی رشد شهرها از دست داد و به‌تدریج بخش خدمات به‌عنوان موتور محرّک اقتصادی شهرها شناخته شد. در چنین شرایطی، گردشگری به‌عنوان گزینه‌ای مناسب برای توسعه‌ی شهرها شناخته شد، زیرا شهرها به‌طور بالقوه، دارای بسیاری از جاذبه‌ها می‌باشند (ضیایی و عباسپور، ۱۳۹۰: ۷۷).

به‌طورکلی می‌توان از دو نوع گردشگری شهری یاد کرد: در نوع اول گردشگران فقط از محیط شهری و جاذبه‌های واقع در آن شهر دیدن می‌کنند و تمام مدت اقامت خود را در شهر می‌گذرانند اما در نوع دوم گردشگران علاوه بر اقامت در محیط شهر، به روستاها و شهرهای کوچک پیرامون شهر اصلی مسافرت کرده و از جاذبه‌ها آن‌ها نیز بازدید می‌کنند.

جانسن و وربک[3] (۱۹۸۶) با در نظر گرفتن محیط شهری به‌عنوان یک محصول تفریحی، عناصر گردشگری شهری را در سه گروه عناصر اصلی، عناصر ثانویه و عناصر جانبی طبقه‌بندی کرده است:

۱. عناصر اصلی: این عناصر انگیزه‌ی اصلی گردشگران از بازدید از یک شهر هستند که خود به دو گروه مکان‌های فعالیت و زمینه‌های سرگرمی تقسیم می‌شوند. مکان‌های فعالیت، خدمات و تسهیلاتی هستند که برای تفریح و سرگرمی ایجاد شده‌اند، درحالی‌که هدف شکل‌گیری زمینه‌های سرگرمی، تفریح نبوده است، ولی امروزه به‌عنوان بخشی از جاذبه‌های گردشگری تجربه می‌شوند.

1. Stansfield
2. Christaller
3. Jansen-Verbeke

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

۲. عناصر ثانویه: امکانات و خدماتی هستند که ممکن است گردشگران در طول بازدید خود به آن‌ها نیاز داشته باشند و باعث بهبود کیفیت بازدید آن‌ها شود، ولی هدف اصلی آن‌ها از سفر به شمار نمی‌روند، مانند هتل‌ها، رستوران‌ها، مراکز خرید.

۳. عناصر جانبی: این عناصر، همان عناصر زیرساختی در یک شهر هستند که بر تجربه گردشگر مؤثرند، مثل راه‌های دسترسی، پارکینگ، مراکز اطلاع‌رسانی، تابلوها و نقشه‌های راهنما (جانسون و وربک، ۱۹۸۶ نقل از ضیایی و. عباسپور، ۱۳۹۰: ۷۹).

لزوم بهره‌مندی از منافع و مزایای ناشی از توسعه گردشگری شهری در جهت توسعه شهری و افزایش رفاه شهروندان و نیز غلبه بر چالش‌های پیش‌روی شهری از جمله مشکلات اقتصادی، بیکاری، ناکافی بودن درآمدهای ارزی و سرمایه‌گذاری‌های دولتی و بخش خصوصی، ضرورت توجه به مقوله توسعه گردشگری شهری را به یک امر اجتناب‌ناپذیر تبدیل کرده است. لذا با برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری شهری می‌توان بسیاری از این مشکلات را مرتفع ساخت و میزان رفاه و نشاط شهروندان را افزایش داد. با رونق گردشگری شهری، شهرداری‌ها نیز می‌توانند به یکی از مهم‌ترین منابع مالی پایدار دست‌یافته و آن‌ها را در اجرای پروژه‌های عمرانی و آبادانی شهری به‌کارگیرند. در این راستا دانش آینده‌پژوهی می‌تواند در برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری شهری و ترسیم آینده مطلوب گردشگری قدم بسیار مثبت و تأثیرگذاری بردارد. در واقع یکی از عناصر موفقیت در گردشگری شهری درک و مدیریت تغییرات مؤثر در آینده آن است؛ اما باید توجه داشت که آینده‌پژوهی به پیش‌بینی قطعی آینده نمی‌پردازد، بلکه عوامل شکل‌دهنده آن را شناسایی، مطالعه و موردبحث قرار می‌دهد. سپس چالش‌ها و موضوعات پیش رو را شناسایی کرده و با ارائه راهکارهای مناسب برای برخورد با آن‌ها برنامه‌ریزی کرده و از بروز چالش‌ها و تحقق آینده نامطلوب جلوگیری می‌کند.

آینده‌پژوهی مشتمل بر مجموعه تلاش‌هایی است که با استفاده از تجزیه‌وتحلیل منابع، الگوها و عوامل تغییر و یا ثبات، به تجسم آینده‌های بالقوه و برنامه‌ریزی برای آن‌ها می‌پردازند. آینده‌پژوهی منعکس می‌کند که چگونه از دل تغییراتِ (یا تغییر نکردن) «امروز» واقعیتِ «فردا» تولّد می‌یابد (ناصرآبادی، ۱۳۷۹: ۲). آینده‌پژوهی دانش و معرفتی است که چشم مردم را نسبت به رویدادها، فرصت‌ها و مخاطرات احتمالی آینده باز نگه می‌دارد؛ ابهام‌ها، تردیدها و دغدغه‌های فرساینده مردم را می‌کاهد؛ توانایی انتخاب‌های هوشمندانه جامعه و مردم افزایش می‌دهد تا بدانند که به کجاها می‌توانند بروند (آینده‌های اکتشافی) و به کجاها باید بروند (آینده‌های هنجاری) در حقیقت؛ آینده‌پژوهی، دانش و معرفت «شکل بخشیدن به آینده» به‌گونه‌ای آگاهانه، فعالانه و پیش‌دستانه است؛ همان دانش و معرفت سترگی که می‌تواند بذر رؤیاها، آرزوها و آرمان‌های نجیب و اصیل یک فرد، سازمان یا ملت را بارور کند (ملکی فر، ۱۳۸۵: ۱۷).

امروزه آینده‌پژوهی به‌عنوان یک‌رشته علمی نوین در جهان شناخته‌شده و مراکز علمی متعددی برای آن تأسیس‌شده است. این دانش نوپدید ابزاری است برای حساس ساختن مدیران سازمان‌ها و نهادها درباره آینده نامفهوم سازمان که سرشار از عدم قطعیت‌ها و تغییر و تحولات است تا در مواجه با مسائل نوظهور مغلوب و غافل‌گیر نشوند. مدیران و برنامه‌ریزان به مدد مطالعات آینده‌پژوهی می‌توانند نسبت به شناخت علمی روند تحولات در حوزه‌های گوناگون اقدام کنند و در برنامه‌ریزی‌ها و تدوین راهکارهای مناسب، برای مداخله

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

هوشمند در ساختن آینده‌ای مطلوب و دلخواه اقدام کنند و با پیش‌نگری نسبت به آینده، از انفعال خارج شوند. ژوزف وروس[1] معتقد است که افراد، گروه‌ها و فرهنگ‌ها در مسیری از پیش تعیین‌شده به‌سوی یک آینده واحد قرار ندارند و آنان با به‌کارگیری قوای آینده‌نگری و تصمیم‌گیری خود، می‌توانند آینده‌ای را از میان دامنه وسیعی از پیامدها و مسیرهای منتهی به آینده برگزینند. لذا مطالعات آینده‌پژوهی با مفهوم «آینده‌ها» و «گزینه‌های بدیل در آینده» سروکار دارند. آینده‌های بدیل[2] در این مطالعات شامل «آینده‌های ممکن[3]»، «آینده‌های باورپذیر[4]»، «آینده‌های محتمل[5]» و «آینده‌های مطلوب[6]» هستند (سیاح مفضلی و اسدی، ۱۳۹۳: ۱۹). به لحاظ فلسفی هم‌مکتب فرانسوی معتقد به در نظر گرفتن چندین آینده به‌جای یک آینده است (ساسان پور، ۱۳۹۶: ۱۷۴).

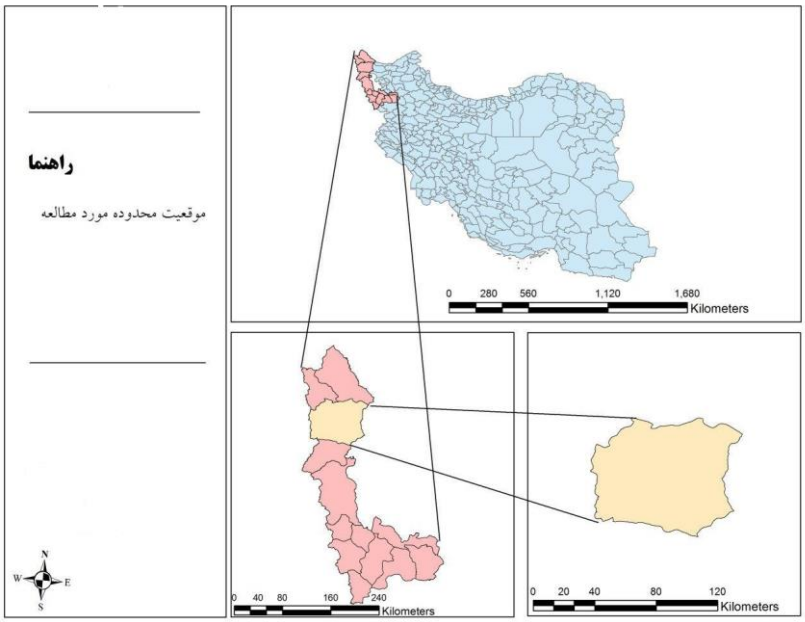
روش تحقیق

معرفی محدوده موردمطالعه

شهر خوی در موقعیت جغرافیایی ۴۴ درجه و ۲۸ دقیقه طول جغرافیایی و ۳۸ درجه و ۵۶ دقیقه عرض جغرافیایی واقع‌شده و ارتفاع متوسط آن از سطح دریا ۱۱۳۹ متر می‌باشد (حکیمی، ۱۳۹۰: ۱۱۴). این شهر یکی از شهرهای پرجمعیت استان آذربایجان غربی بوده و پس از ارومیه، مرکز استان آذربایجان غربی؛ بیشترین تعداد جمعیت را در خود جای‌داده و دومین شهر مهم استان محسوب می‌شود شکل (۱). خوی یکی از قدیمی‌ترین مراکز تمدن در شمال غرب ایران است و بازار تاریخی خوی اوج تمدن شهرنشینی و شهرسازی در دوره اسلامی است. این شهر از جاذبه‌های گردشگری و میراث فرهنگی بسیار غنی برخوردار است که از آن جمله می‌توان به بازار سرپوشیده، مقبره آل یعقوب، آرامگاه و منار شمس تبریزی، دروازه سنگی، کلیسای سورپ سرکیس، مقبره میر هادی و میر بهلول، پل خاتون، پل قطور خوی، مسجد مطلب خان، ساختمان قدیم شهرداری و ... اشاره کرد.

1. Joseph Voros
2. Alternative futures
3. Possible futures
4. Plausible futures
5. Probable futures
6. Preferable futures

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]



شکل (۱). نقشه موقعیت موردمطالعه منبع: نگارندگان

داده و روش کار

پژوهش حاضر بر اساس هدف کاربردی و ازنظر ماهیت توصیفی تحلیلی می‌باشد. برای نگارش مبانی نظری از روش کتابخانه‌ای و برای جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، از روش‌ها و نرم‌افزارهای آینده‌پژوهی استفاده‌شده است. در این پژوهش از تکنیک دلفی برای بهره‌گیری از نظرات کارشناسان در ارتباط با مؤلفه‌های تأثیرگذار بر روند آینده توسعه گردشگری شهری خوی استفاده شد. بدین ترتیب که پرسش‌نامه‌هایی با سؤالات باز و تشریحی طراحی و در اختیار کارشناسان قرار گرفت تا عوامل مؤثر بر آینده سیستم را مشخص کنند. سپس روش تحلیل ساختاری با استفاده از نرم‌افزار میک مک برای شناسایی عوامل کلیدی و روش سناریونویسی با استفاده از نرم‌افزار سناریوویزارد جهت تدوین سناریوهای محتمل و مطلوب پیش روی سیستم به کار گرفته شد. جامعه آماری در این پژوهش کارشناسان شهرداری و اداره میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری شهر خوی می‌باشند.

نرم‌افزارهای مورد استفاده

نرم‌افزار میک مک: این نرم‌افزار جهت انجام محاسبات پیچیده ماتریس متقاطع در آینده‌پژوهی طراحی‌شده است. بدین ترتیب که ابتدا مؤلفه‌های مؤثر در حوزه موردنظر توسط کارشناسان و خبرگان شناسایی می‌شوند سپس میزان تأثیرگذاری این مؤلفه‌ها بر یکدیگر توسط کارشناسان سنجیده می‌شود، میزان این تأثیرگذاری از ۰ تا ۳ در نظر گرفته می‌شود. در ادامه، این ماتریس وارد نرم‌افزار میک مک شده و عوامل کلیدی با توجه به داده‌های ورودی، شناسایی می‌شوند.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

نرم‌افزار سناریوویزارد: این نرم‌افزار برای انجام محاسبات پیچیده سناریونویسی طراحی‌شده است. برای کار با این نرم‌افزار ابتدا باید برای عوامل کلیدی سیستم، وضعیت‌های پیش‌رو و محتمل طراحی شود. سپس ماتریس تأثیر متقابل برای این وضعیت‌ها تشکیل‌شده تا میزان تأثیرگذاری وقوع وضعیت‌های عوامل بر وقوع یا عدم وقوع وضعیت‌های عوامل دیگر توسط کارشناسان ارزش‌گذاری شوند (میزان این ارزش‌گذاری از ۳+ تا ۳- می‌باشد). این روش از یک سؤال ساده به وجود آمد: آیا پیش‌بینی آینده می‌تواند بر اساس روابط متقابل بین وقایع صورت گیرد؟ در ادامه کار، این ماتریس وارد نرم‌افزار سناریوویزارد می‌شود تا سناریوهای سازگار پیش روی سیستم استخراج شوند.

نتایج

معرفی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهری خوی

عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهر خوی در ۵ گروه مختلف به شرح جدول (۱) شناسایی شدند.

جدول (۱). عوامل اولیه مؤثر بر روند آینده توسعه گردشگری شهری خوی

عوامل مؤثر بر روند توسعه گردشگری شهری خوی	عوامل اقتصادی	هزینه کالاها و خدمات، مراکز تجاری و خرید، جذب سرمایه‌گذاری‌های دولتی و بخش خصوصی (آسان‌سازی بوروکراسی اداری برای سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و ایجاد انگیزه و حمایت از سرمایه‌گذاری خصوصی)، بازارهای محلی برای تولیدات سنتی و بومی، شناسایی مناطق مستعد سرمایه‌گذاری
	عوامل بهداشتی	مراکز بیمارستانی و درمانی، خدمات بهداشتی در مراکز گردشگری، پراکنش و کیفیت سرویس‌های بهداشتی در سطح شهر، بهداشت محیط شهری
	عوامل مدیریتی	امنیت عمومی شهر، دفاتر خدمات گردشگری، مدیران کارآمد و صاحب ایده، افزایش تعاملات و ارتباطات با کشورهای هم‌جوار، تشکیل کارگروه گردشگری با حضور ادارات و سازمان‌های ذی‌ربط، ساماندهی مشاغل مزاحم، شناسایی افراد بومی متخصص برای معرفی پتانسیل‌های منطقه در قالب نیروهای مردم‌نهاد
	عوامل رفاهی و تفریحی	زیرساخت‌ها و تأسیسات شهری، حمل‌ونقل عمومی، نورپردازی معابر، فضاهای گردشگری و شهری، مراقبت از مراکز فرهنگی- تاریخی و توریستی، خدمات و امکانات رفاهی و تفریحی در مراکز گردشگری، دور بودن مراکز توریستی از معضلات ترافیکی و آلودگی‌های صوتی، کیفیت راه‌های ارتباطی و دسترسی به جاذبه‌های گردشگری، پارک‌ها و فضای سبز شهری، اقامتگاه‌ها و مراکز پذیرایی (هتل‌ها و مسافرخانه‌ها)، پارکینگ‌های عمومی، زیباسازی سیمای شهر و مراکز گردشگری، غذاهای محلی و سنتی با کیفیت و قیمت مناسب، مناسب‌سازی فضاهای شهری و مراکز گردشگری برای کودکان و سالمندان، مبلمان شهری
	عوامل اجتماعی و فرهنگی	برگزاری گردهمایی‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها، برپایی مراسمات دینی و مذهبی، بازی‌های محلی، اطلاع‌رسانی و تبلیغات جاذبه‌های گردشگری (چاپ و پخش بروشور و تابلوهای راهنمایی اماکن دیدنی)، فرهنگ‌سازی عمومی و افزایش سطح آگاهی شهروندان در زمینه نحوه ارتباط و رفتار با گردشگران، مسئولیت‌پذیری و مشارکت مردم در حفظ و نگهداری امکانات رفاهی و تفریحی شهر و مراکز گردشگری

همان‌طور که در بالا بیان شد، برای شناسایی عوامل تأثیرگذار بر وضعیت آینده توسعه گردشگری شهر خوی، پرسش‌نامه‌ای به‌صورت تشریحی طراحی و در اختیار کارشناسان شهرداری و اداره میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری شهرستان خوی قرار گرفت. با بررسی و تحلیل نتایج حاصل از این پرسش‌نامه و همچنین بهره‌گیری از منابع مختلف در مجموع ۳۶ عامل در ۵ گروه مورد شناسایی قرار گرفتند. در ادامه پرسش‌نامه‌ای به‌صورت ماتریس تأثیرات متقاطع برای این عوامل طراحی و میزان تأثیرگذاری این عوامل بر یکدیگر توسط کارشناسان ذی‌ربط سنجیده شد. سپس برای استخراج عوامل کلیدی، این ماتریس وارد نرم‌افزار میک مک شد.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

میزان ارتباط متقابل بین متغیرها و رویدادها در نرم‌افزار میک مک، از صفر تا سه در نظر گرفته می‌شود. این اعداد حاکی از شدت تأثیرگذاری متغیرها نسبت به یکدیگر است.

تحلیل پایداری و ناپایداری سیستم بر اساس پلان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری

نحوه توزیع پراکنش متغیرها بر صفحه تأثیرگذاری- تأثیرپذیری نشان‌دهنده پایداری و ناپایداری سیستم است. در سیستم‌های پایدار، پراکنش متغیرها به‌صورت L انگلیسی است؛ یعنی برخی متغیرها دارای تأثیرگذاری بالا و برخی دیگر دارای تأثیرپذیری بالا هستند. در این حالت شرایط کنونی سیستم در آینده تغییر چندانی نخواهد داشت. در سیستم‌های پایدار سه دسته متغیر قابل‌مشاهده است: متغیرهای تأثیرگذار بر سیستم، متغیرهای مستقل و متغیرهای خروجی سیستم (متغیرهای نتیجه)؛ اما اگر پراکنش متغیرها به‌صورت بیضی کشیده حول محوری نمودار باشد، سیستم ناپایدار است؛ یعنی متغیرها هم تأثیرگذارند هم تأثیرپذیر. در واقع عوامل دارای حالت بینابینی از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هستند. در این حالت سیستم در آینده با تحولات شدیدی روبه‌رو خواهد شد و وضعیت کنونی آن‌ها پایدار نخواهد ماند. در سیستم‌های ناپایدار در مجموع ۵ دسته از متغیرها قابل‌شناسایی هستند: متغیرهای تعیین‌کننده یا تأثیرگذار، متغیرهای دووجهی (متغیرهای ریسک و متغیرهای هدف)، متغیرهای تأثیرپذیر، متغیرهای مستقل، متغیرهای تنظیمی. مطابق نتایج خروجی نرم‌افزار میک مک بر اساس نظرات کارشناسان و با مشاهده صفحه پراکنش متغیرها، می‌توان دریافت که سیستم موردمطالعه ناپایدار است؛ بنابراین ۵ دسته از متغیرها را می‌توان در این سیستم مورد شناسایی قرار داد که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود جدول (۲).

جدول (۲). نحوه توزیع عوامل تأثیرگذار بر روند آینده توسعه گردشگری شهری خوی

طبقه‌بندی	عوامل
عوامل تعیین‌کننده	مدیران کارآمد و صاحب ایده، تشکیل کارگروه گردشگری با حضور ادارات و سازمان‌های ذی‌ربط، افزایش تعاملات و ارتباطات با کشورهای هم‌جوار، نورپردازی معابر، فضاهای گردشگری و شهری، زیرساخت‌ها و تأسیسات شهری، مراکز بیمارستانی و درمانی، برگزاری گردهمایی‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها
عوامل دو وجهی	جذب سرمایه‌گذاری‌های دولتی و بخش خصوصی، بازارهای محلی برای تولیدات سنتی و بومی، خدمات و امکانات رفاهی و تفریحی در مراکز گردشگری، زیباسازی سیمای شهر و مراکز گردشگری، اقامتگاه‌ها و مراکز پذیرایی (هتل‌ها و مسافرخانه‌ها)
متغیرهای تأثیرپذیر	مراکز تجاری و خرید، ساماندهی مشاغل مزاحم، مراقبت از مراکز فرهنگی- تاریخی و توریستی، مبلمان شهری، دور بودن مراکز توریستی از معضلات ترافیکی و آلودگی‌های صوتی، خدمات بهداشتی در مراکز گردشگری، بهداشت محیط شهری، اطلاع‌رسانی و تبلیغات جاذبه‌های گردشگری (چاپ و پخش بروشور و تابلوهای راهنمایی اماکن دیدنی)
متغیرهای مستقل	هزینه کالاها و خدمات، شناسایی مناطق مستعد سرمایه‌گذاری، بازی‌های محلی، برپایی مراسمات دینی و مذهبی، فرهنگ‌سازی عمومی و افزایش سطح آگاهی شهروندان در زمینه نحوه ارتباط و رفتار با گردشگران، پراکنش و کیفیت سرویس‌های بهداشتی در سطح شهر، غذاهای محلی و سنتی با کیفیت و قیمت مناسب، حمل‌ونقل عمومی، شناسایی افراد بومی متخصص برای معرفی پتانسیل‌های منطقه در قالب نیروهای مردم‌نهاد، امنیت عمومی شهر، دفاتر خدمات گردشگری
عوامل تنظیمی	پارک‌ها و فضای سبز شهری، کیفیت راه‌های ارتباطی و دسترسی به جاذبه‌های گردشگری، پارکینگ‌های عمومی، مناسب‌سازی فضاهای شهری و مراکز گردشگری برای کودکان و سالمندان

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

معرفی عوامل کلیدی مؤثر بر وضعیت آینده توسعه گردشگری شهری خوی

پس از بررسی و تحلیل خروجی‌های نرم‌افزار میک مک، از مجموع ۳۶ عامل مؤثر بر روند توسعه گردشگری شهری خوی، تعداد ۱۲ عامل به‌عنوان عوامل کلیدی شناسایی شدند جدول (۳)، این عوامل به ترتیب میزان تأثیرگذاری عبارت‌اند از:

جدول (۳). عوامل کلیدی تأثیرگذار بر روند آینده توسعه گردشگری شهری خوی

ردیف	عوامل کلیدی	امتیاز تأثیرگذاری
۱	زیرساخت‌ها و تأسیسات شهری	۵۳۲
۲	زیباسازی سیمای شهر و مراکز گردشگری	۴۴۹
۳	جذب سرمایه‌گذاری‌های دولتی و بخش خصوصی	۴۳۲
۴	تشکیل کارگروه گردشگری با حضور ادارات و سازمان‌های ذی‌ربط	۴۱۶
۵	خدمات و امکانات رفاهی و تفریحی در مراکز گردشگری	۴۱۶
۶	اقامتگاه‌ها و مراکز پذیرایی (هتل‌ها و مسافرخانه‌ها)	۴۰۷
۷	نورپردازی معابر، فضاهای گردشگری و شهری	۳۹۹
۸	مراکز بیمارستانی و درمانی	۳۷۴
۹	افزایش تعاملات و ارتباطات با کشورهای هم‌جوار	۳۶۶
۱۰	برگزاری گردهمایی‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها	۳۵۸
۱۱	مدیران کارآمد و صاحب ایده	۳۴۹
۱۲	بازارهای محلی برای تولیدات سنتی و بومی	۳۲۴

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

وضعیت‌های محتمل عوامل کلیدی

در این مرحله از فرآیند تحقیق، پس از مطالعه و بررسی و نیز بهره‌گیری از نظرات کارشناسان برای عوامل کلیدی مؤثر بر روند آینده سیستم اقدام به تهیه سناریو گردید. بدین ترتیب که برای هر یک از عوامل، ۳ حالت خوش‌بینانه، بینابین و بدبینانه در نظر گرفته شد. این حالت‌ها در واقع تصاویری از آینده‌های ممکن و باورپذیر پیش روی توسعه گردشگری شهری خوی را متصور می‌شوند. حالت خوش‌بینانه بیانگر بهترین وضعیت، حالت بینابین بیانگر ادامه روند کنونی و حالت بدبینانه بیانگر وضعیت نامناسب پیش روی عوامل کلیدی می‌باشد. در مجموع تعداد ۳۳ وضعیت احتمالی برای عوامل کلیدی طراحی شد. این وضعیت‌ها طیفی از حالت‌های پیش روی توسعه گردشگری شهری خوی را بیان می‌کنند. ذکر این نکته ضروری است که نرم‌افزار میک مک تعداد ۱۲ عامل را به‌عنوان عوامل کلیدی شناسایی کرده است، اما با توجه به این‌که عامل «بازارهای محلی برای تولیدات سنتی و بومی» دارای تشابه موضوعی با عامل «برگزاری گردهمایی‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها» است، بنابراین در طراحی وضعیت‌های محتمل، این دو عامل به‌عنوان یک عامل در نظر گرفته شد جدول (۴).

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

جدول (۴). وضعیت‌های محتمل عوامل کلیدی در آینده پیش روی گردشگری شهری خوی

نام اختصاری	عوامل کلیدی	وضعیت	فرض	وضعیت‌های محتمل
A	زیرساخت‌ها و تأسیسات شهری	a1	خوش‌بینانه	گسترش و بهبود تأسیسات و تجهیزات در فضاهای شهری و گردشگری
		a2	بینابین	توجه ناکافی به نوسازی و بهبود تأسیسات و زیرساخت‌ها
		a3	بدبینانه	فرسودگی زیرساخت‌ها و امکانات شهری و گردشگری
B	زیباسازی سیمای شهر و مراکز گردشگری	b1	خوش‌بینانه	زیباسازی محیط شهری و فضاهای گردشگری
		b2	بینابین	ادامه روند کنونی و مطلوب نبودن سیمای شهری
		b3	بدبینانه	آشفتگی‌ها و هرج‌ومرج‌های بصری در فضاهای شهری و گردشگری
C	جذب سرمایه گذاری‌های دولتی و بخش خصوصی	c1	خوش‌بینانه	روندی رو به رشد در جذب سرمایه‌گذاری‌های دولتی و بخش خصوصی با ایجاد سازوکارهای حمایتی در جذب سرمایه‌های بخش خصوصی
		c2	بینابین	ادامه وضعیت فعلی و شرایط نامطلوب در جذب سرمایه‌گذاری
		c3	بدبینانه	کاهش تخصیص اعتبارات لازم و عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در توسعه گردشگری
D	تشکیل کارگروه گردشگری با حضور ادارات و سازمان‌های ذی‌ربط	d1	خوش‌بینانه	تشکیل جلسات کارگروه تخصصی گردشگری برای ارائه ایده‌ها و عملیاتی کردن ایده‌های نو در توسعه گردشگری
		d2	بینابین	نبود برنامه‌ای مشخص جهت برگزاری جلسات کارگروه گردشگری
		d3	بدبینانه	بی‌توجهی مسئولین شهری نسبت به برگزاری هرگونه جلسه و گردهمایی در خصوص توسعه گردشگری
E	خدمات و امکانات رفاهی و تفریحی در مراکز گردشگری	e1	خوش‌بینانه	توسعه و بهبود امکانات و تسهیلات گردشگری متنوع و مطلوب جهت افزایش خدمات رفاهی به گردشگران
		e2	بینابین	توجه ناکافی به امکانات رفاهی و تفریحی در مراکز گردشگری
		e3	بدبینانه	فرسودگی و عدم توجه به امکانات رفاهی و تفریحی و کاهش سطح خدمات رفاهی در مراکز گردشگری
F	اقامتگاه‌ها و مراکز پذیرایی (هتل‌ها و مسافرخانه‌ها)	f1	خوش‌بینانه	ایجاد و بهبود مراکز اقامتگاهی و پذیرایی با کیفیت و قیمت مناسب و سرو غذاهای سنتی و محلی در آن‌ها
		f2	بینابین	ادامه وضعیت فعلی و رضایت نسبی استفاده‌کنندگان
		f3	بدبینانه	کمبود مراکز اقامتگاهی و پذیرایی و کیفیت نامطلوب مراکز موجود
	نورپردازی معابر، فضاهای گردشگری و شهری	g1	خوش‌بینانه	بهره‌گیری از فن‌آوری‌های نوین در زمینه نورپردازی و روشنایی فضاهای شهری و مراکز گردشگری جهت ایجاد جذابیت‌های بصری و ایجاد جلوه مناسب شهری

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

G		g2	بینابین	پایین بودن امکانات و تجهیزات فنی و امکانات مالی و اجرایی متولیان
		g3	بدبینانه	نبود سیستم مناسب نورپردازی و فقدان هرگونه برنامه‌ریزی جهت اجرای طرح‌ها و پروژه‌های نورپردازی
H	مراکز بیمارستانی و درمانی	h1	خوش‌بینانه	توسعه بیمارستان‌ها و درمانگاه‌ها و ارتقاء آن‌ها به مراکز تخصصی و فوق تخصصی جهت جذب توریسم درمانی
		h2	بینابین	توجه ناکافی به توسعه مراکز درمانی و پزشکی و خدمات‌دهی آن‌ها در سطح محلی
		h3	بدبینانه	گران بودن خدمات مراکز درمانی و بیمارستانی و کیفیت نامطلوب مراقبت‌های پزشکی
J	افزایش تعاملات و ارتباطات با کشورهای هم‌جوار	j1	خوش‌بینانه	توسعه و گسترش تعاملات و همکاری‌های اقتصادی و توریستی با کشورهای هم‌جوار
		j2	بینابین	توجه ناکافی به رفع مشکلات مرزی و گمرکی
		j3	بدبینانه	نبود برنامه، هدف‌گذاری و سیاستی مشخص برای توسعه روابط با کشورهای همسایه
k	برگزاری گردهمایی‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها	k1	خوش‌بینانه	افزایش کمی و کیفی برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های فصلی (فرهنگی، اقتصادی و مذهبی)
		k2	بینابین	مدیریت ضعیف در برگزاری نمایشگاه‌ها با امکانات و کیفیتی پایین
		k3	بدبینانه	فقدان هرگونه برنامه‌ریزی و اقدام برای برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها
L	مدیران کارآمد و صاحب ایده	l1	خوش‌بینانه	بهبود سیستم مدیریتی و بهره‌گیری از توان علمی متخصصین و همکاری و هماهنگی مدیران سازمان‌های ذی‌ربط در جهت توسعه گردشگری
		l2	بینابین	مدیران محافظه‌کار با سیستم مدیریتی محافظه‌کارانه
		l3	بدبینانه	عدم به‌کارگیری نیروهای متخصص و مدیران توانا و حاکم شدن روابط در سیستم مدیریتی و به خطر افتادن سلامت اداری

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

تجزیه‌وتحلیل سناریوها

پس از تعیین عوامل کلیدی و حالات مختلف هر یک از آن‌ها، ماتریسی به ابعاد ۳۳×۳۳ تشکیل و جهت سنجش میزان تأثیرگذاری آن‌ها بر یکدیگر و بر روند آینده سیستم در اختیار کارشناسان قرار گرفت. میزان این تأثیرگذاری ارقامی بین ۳- تا ۳+ در نظر گرفته می‌شود که به‌صورت ورودی وارد نرم‌افزار سناریوویزارد می‌گردد. قابل‌ذکر است که استفاده از طیف عددی مذکور به دلیل ساختار نرم‌افزار سناریوویزارد است که این طیف را در ورودی دریافت می‌کند. در خصوص تأثیرگذاری نیز عدد ۳- به معنی کمترین تأثیرگذاری/ تأثیرپذیری، عدد صفر بی‌تأثیر و عدد ۳+ به معنی بیشترین میزان تأثیرگذاری/تأثیرپذیری می‌باشد. در این پژوهش برای تجزیه‌وتحلیل داده‌های به‌دست‌آمده در بحث سناریونویسی، ابزار آنالیز تأثیرات متقابل مورداستفاده قرار گرفت.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

به‌کارگیری این ابزار توسط نرم‌افزار سناریو ویزارد محقق می‌شود، لذا در این مرحله برای بررسی روابط بین فاکتورهای مؤثر بر شبکه به‌منظور ساخت تصاویر سازگار از رفتار شبکه، نرم‌افزار سناریوویزارد به کار گرفته شد. این نرم‌افزار ابزاری است که قضاوت‌های کیفی کمی شده را دریافت و سپس با تجزیه‌وتحلیل سناریوها را ارائه می‌دهد. نرم‌افزار سناریو ویزارد صرفاً بر اساس میزان تأثیرگذاری منفی و مثبتی که توسط کارشناسان ارزش‌گذاری شده‌اند، سناریوها را ارائه می‌دهد و هیچ تأکیدی در رابطه با حضور سناریوها از طیف‌های گوناگون ندارد. بر اساس نتایج حاصله، نرم‌افزار ۴ سناریوی قوی ارائه داده است که از میان آن‌ها سناریوی اول شرایط مطلوب و ایده‌آل و سناریوهای دوم، سوم و چهارم شرایط نامطلوب و بینابین را نشان می‌دهد نرم‌افزار همچنین ۱۳ سناریوی باورکردنی و ۱۴۰۶ سناریوی ضعیف را گزارش داده است؛ که البته سناریوهای ضعیف صرفاً جنبه آماری داشته و برنامه‌ریزی برای آن‌ها غیرممکن و غیرمنطقی است. بررسی سناریوهای باورکردنی حاکی از سیطره نسبی وضعیت‌های ایستا، بحرانی و نامطلوب بر وضعیت‌های مطلوب و ایده‌آل است. به‌غیراز سناریوی اول که دارای ویژگی‌های مطلوب و روبه‌پیشرفت است، بقیه سناریوها آینده مطلوبی را برای توسعه گردشگری خوی در ذهن متبادر نمی‌کنند. جهت تسهیل در درک صفحه سناریوهای باورکردنی، ۳ فرض خوش‌بینانه، بینابین و بدبینانه با ۳ رنگ مشخص در نظر گرفته شد جدول (۵) شکل (۲).

جدول (۵). تعریف مفهوم اعداد و وضعیت‌ها

امتیاز	رنگ	وضعیت	خصوصیات
+۳	سبز	مطلوب	دستیابی به شرایط مطلوب و ایده‌آل در حوزه توسعه گردشگری شهری خوی
۱	زرد	ایستا	شرایط حفظ وضع موجود و یا روند رشد تدریجی
-۳	قرمز	بحران	وقوع نامطلوب‌ترین شرایط ممکن در حوزه گردشگری شهری خوی

جدول (۶). وضعیت هر یک از عوامل به تفکیک سناریوهای باورکردنی (با سازگاری بالا)

عوامل	زیرساخت‌ها و تأسیسات شهری		زیباسازی سیمای شهر و مراکز گردشگری		جذب سرمایه‌گذاری‌های دولتی و بخش خصوصی		تشکیل کارگروه گردشگری با حضور ادارات و سازمان‌های ذی‌ربط		خدمات و امکانات رفاهی و تفریحی در مراکز گردشگری		اقامتگاه‌ها و مراکز پذیرایی (هتل‌ها و مسافرخانه‌ها)	
سناریوها	کد وضعیت	وضعیت	کد وضعیت	وضعیت	کد وضعیت	وضعیت	کد وضعیت	وضعیت	کد وضعیت	وضعیت	کد وضعیت	وضعیت
Scenario No. 1	a1	خوش‌بینانه	b1	خوش‌بینانه	c1	خوش‌بینانه	d1	خوش‌بینانه	e1	خوش‌بینانه	f1	خوش‌بینانه
Scenario No. 2	a2	بینابین	b3	بدبینانه	c2	بینابین	d1	خوش‌بینانه	e2	بینابین	F2	بینابین
Scenario No. 3	a2	بینابین	b3	بدبینانه	c3	بدبینانه	d1	خوش‌بینانه	e2	بینابین	F2	بینابین
Scenario No. 4	a2	بینابین	b3	بدبینانه	c3	بدبینانه	d1	خوش‌بینانه	e2	بینابین	F2	بینابین
Scenario No. 5	a2	بینابین	b3	بدبینانه	c3	بدبینانه	d2	بینابین	e2	بینابین	F2	بینابین
Scenario No. 6	a2	بینابین	b3	بدبینانه	c3	بدبینانه	d2	بینابین	e2	بینابین	f3	بینابین
Scenario No. 7	a2	بینابین	b3	بدبینانه	c2	بینابین	d2	بینابین	e2	بینابین	f2	بینابین

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

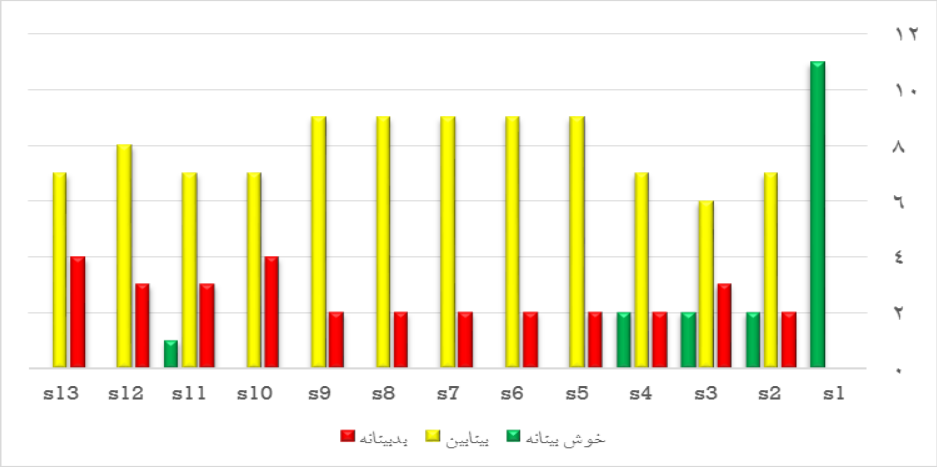
Scenario No. 8	a2	بینابین	b3	بدبینانه	c2	بینابین	d2	بینابین	e2	بینابین	f2	بینابین
Scenario No. 9	a2	بینابین	b3	بدبینانه	c2	بینابین	d3	بدبینانه	e2	بینابین	f2	بینابین
Scenario No. 10	a2	بینابین	b3	بدبینانه	c3	بدبینانه	d3	بدبینانه	e2	بینابین	f2	بینابین
Scenario No. 11	a2	بینابین	b3	بدبینانه	c2	بینابین	d1	خوش‌بینانه	e2	بینابین	f3	بدبینانه
Scenario No. 12	a2	بینابین	b3	بدبینانه	c2	بینابین	d2	بینابین	e2	بینابین	f3	بدبینانه
Scenario No. 13	a2	بینابین	b3	بدبینانه	c3	بدبینانه	d2	بینابین	e2	بینابین	f3	بدبینانه

ادامه جدول (۶). وضعیت هر یک از عوامل به تفکیک سناریوهای باورکردنی (با سازگاری بالا)

عوامل / سناریوها	نورپردازی معابر، فضاهای گردشگری و شهری		مراکز بیمارستانی و درمانی		افزایش تعاملات و ارتباطات با کشورهای هم‌جوار		برگزاری گردهمایی‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها		مدیران کارآمد و صاحب ایده	
	کد وضعیت	وضعیت	کد وضعیت	وضعیت	کد وضعیت	وضعیت	کد وضعیت	وضعیت	کد وضعیت	وضعیت
Scenario No. 1	g1	خوش‌بینانه	h1	خوش‌بینانه	j1	خوش‌بینانه	k1	خوش‌بینانه	l1	خوش‌بینانه
Scenario No. 2	g3	بدبینانه	h2	بینابین	j2	بینابین	k2	بینابین	i1	خوش‌بینانه
Scenario No. 3	g3	بدبینانه	h2	بینابین	j2	بینابین	k2	بینابین	i1	خوش‌بینانه
Scenario No. 4	g2	بینابین	h3	بینابین	j2	بینابین	k2	بینابین	i1	خوش‌بینانه
Scenario No. 5	g2	بینابین	h2	بینابین	j2	بینابین	k2	بینابین	i2	بینابین
Scenario No. 6	g2	بینابین	h2	بینابین	j2	بینابین	k2	بینابین	i2	بینابین
Scenario No. 7	g3	بدبینانه	h2	بینابین	j2	بینابین	k2	بینابین	i2	بینابین
Scenario No. 8	g3	بدبینانه	h2	بینابین	j2	بینابین	k2	بینابین	i2	بینابین
Scenario No. 9	g3	بدبینانه	h2	بینابین	j2	بینابین	k2	بینابین	i2	بینابین
Scenario No. 10	g3	بدبینانه	h2	بینابین	j2	بینابین	k2	بینابین	i2	بینابین
Scenario No. 11	g3	بدبینانه	h2	بینابین	j2	بینابین	k2	بینابین	i2	بینابین
Scenario No. 12	g3	بدبینانه	h2	بینابین	j2	بینابین	k2	بینابین	i2	بینابین
Scenario No. 13	g3	بدبینانه	h2	بینابین	j2	بینابین	k2	بینابین	i2	بینابین

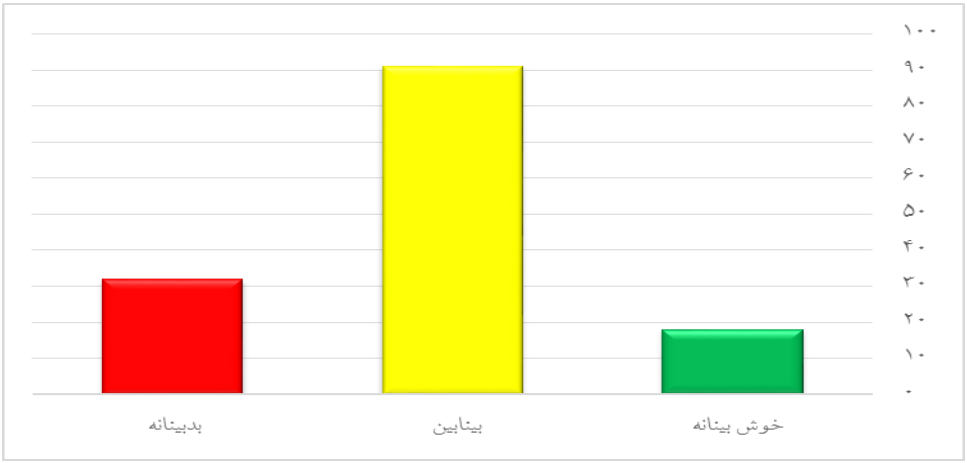
منبع: محاسبات تحقیق حاضر

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]



شکل (۲). فراوانی وضعیت‌های احتمالی توسعه گردشگری شهری خوی به تفکیک سناریو

در مجموع ۱۳ سناریوی باورکردنی پیش روی توسعه گردشگری خوی وجود دارد که بیشتر سناریوها در وضعیت نامطلوب قرار گرفته‌اند. این وضعیت بیانگر شرایط نامناسب پیش روی توسعه گردشگری خوی است. این امر ضرورت تلاش مجموعه مدیریت شهری برای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری شهری جهت افزایش رفاه شهروندان و کسب درآمدهای پایدار شهری را به‌روشنی بیان می‌کند. برای درک کیفی از صفحه سناریوها از طریق جایگزینی وضعیت‌ها با طیفی از عناوین خوش‌بینانه، بینابین و بدبینانه به تفکیک سناریو و عوامل کلیدی اقدام شد. از مجموع ۱۴۳ وضعیت احتمالی در صفحه سناریو، ۱۸ وضعیت حالت خوش‌بینانه، ۹۱ وضعیت حالت بینابین و ۳۲ وضعیت حالت بدبینانه را نشان می‌دهد. نتایج حاکی از آن است که تنها ۱۲ درصد از حالت‌های موجود در صفحه سناریوهای باورکردنی، حالت ایده‌آل دارند و بیشترین درصد را وضعیت‌های نامطلوب به خود اختصاص داده‌اند شکل (۳).



شکل (۳). فراوانی وضعیت‌های احتمالی توسعه گردشگری شهری خوی

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

گروه‌بندی سناریوهای باورکردنی

همان‌طور که در جدول (۶) ارائه گردید، در مجموع ۱۳ سناریوی باورکردنی را می‌توان با توجه به قرابت حالت‌های پیش روی آن‌ها، می‌توان به دو گروه تقسیم‌بندی کرد:

گروه اول: سناریوی مطلوب و ایده‌آل: سناریوهای شماره ۱

گروه دوم: سناریوهای نامطلوب: سناریوی شماره ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲ و ۱۳

بررسی سناریوهای باورکردنی نشان می‌دهد که تنها سناریوی شماره ۱ از وضعیت مطلوب و ایده‌آل برخوردار است. بقیه سناریوها حالت بینابین و بدبینانه داشته و آینده نامطلوبی را برای سیستم متصور می‌شوند. این امر ضرورت برنامه‌ریزی جهت مقابله و کاهش تأثیرات منفی ناشی از وقوع آن‌ها را بیان می‌کند. بررسی گروه اول از مجموعه سناریوهای باورکردنی نشان می‌دهد که سناریوی واقع در این گروه دارای بیشترین وضعیت مطلوب بوده و هیچ‌کدام از وضعیت‌های این گروه نامطلوب نیست. در واقع هر ۱۱ عامل کلیدی در این سناریو دارای حالتی خوش‌بینانه بوده و در صورت وقوع این سناریو، وضعیت آینده هیچ‌کدام از عوامل کلیدی نامطلوب نخواهد بود، با وقوع سناریوی شماره ۱ شرایط امیدوارکننده و ایده آلی بر آینده گردشگری شهری و توسعه شهری خوی حاکم خواهد شد.

ویژگی‌های سناریوی شماره ۱ عبارت‌اند از: گسترش و بهبود تأسیسات و تجهیزات در فضاهای شهری و گردشگری، زیباسازی محیط شهری و فضاهای گردشگری، روندی رو به رشد در جذب سرمایه‌گذاری‌های دولتی و بخش خصوصی با ایجاد سازوکارهای حمایتی در جذب سرمایه‌های بخش خصوصی، تشکیل جلسات کارگروه تخصصی گردشگری برای ارائه ایده‌ها و عملیاتی کردن ایده‌های نو در توسعه گردشگری، توسعه و بهبود امکانات و تسهیلات گردشگری متنوع و مطلوب جهت افزایش خدمات رفاهی به گردشگران، ایجاد و بهبود مراکز اقامتگاهی و پذیرایی با کیفیت و قیمت مناسب و سرو غذاهای سنتی و محلی در آن‌ها، بهره‌گیری از فن‌آوری‌های نوین در زمینه نورپردازی و روشنایی فضاهای شهری و مراکز گردشگری جهت ایجاد جذابیت‌های بصری و ایجاد جلوه مناسب شهری، توسعه بیمارستان‌ها و درمانگاه‌ها و ارتقاء آن‌ها به مراکز تخصصی و فوق تخصصی جهت جذب توریسم درمانی، توسعه و گسترش تعاملات و همکاری‌های اقتصادی و توریستی با کشورهای هم‌جوار، افزایش کمی و کیفی برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های فصلی (فرهنگی، اقتصادی و مذهبی) و بهبود سیستم مدیریتی و بهره‌گیری از توان علمی متخصصین و همکاری و هماهنگی مدیران سازمان‌های ذی‌ربط در جهت توسعه گردشگری.

به‌غیراز سناریوی شماره ۱، بقیه سناریوها در گروه دوم از مجموع سناریوهای باورکردنی قرار دارند. این گروه به لحاظ فراوانی دارای تعداد زیادی از وضعیت‌های نامطلوب است. از مجموع ۱۳۲ وضعیت حاکم بر این دسته از سناریوها، ۷ وضعیت به میزان ۵/۳ درصد دارای حالتی خوش‌بینانه، ۹۴ وضعیت به میزان ۷۱/۲۱ درصد دارای حالتی بینابین و ۳۱ وضعیت به میزان ۲۳/۴ درصد دارای حالتی بدبینانه می‌باشد؛ بنابراین نتایج، این گروه نشان‌دهنده وضعیت نامطلوب پیش روی توسعه گردشگری شهری خوی است. در صورت وقوع سناریوهای این گروه، آینده بسیار ناخوشایندی بر روند آینده سیستم حاکم خواهد شد.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری در چارچوب الگوهای فضایی خاصی عمل می‌کند. یکی از این الگوهای فضایی، گردشگری شهری است. امروزه گردشگری شهری به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی در توسعه و عمران شهرها، راهکار بسیار مناسبی برای رفع چالش‌های کنونی و پیش‌روی شهرها است، این امر نیازمند برنامه‌ریزی مناسب جهت درک و مدیریت تغییرات مؤثر در آینده است. در این میان دانش آینده‌پژوهی به‌عنوان یکی از ابزارهای نوین برای مطالعه تغییرات آینده، نقش مؤثری در برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری شهری و ترسیم آینده مطلوب گردشگری ایفا می‌کند. پژوهش حاضر نیز در این راستا گام برداشته است. در این پژوهش تکنیک دلفی برای شناسایی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر در توسعه گردشگری شهری خوی به کار گرفته شد که در نتیجه آن ۳۶ عامل مؤثر بر روند آینده توسعه گردشگری خوی شناسایی شدند. این عوامل در طبقات مختلف دسته‌بندی شدند. سپس با تشکیل ماتریس اثرات متقابل، میزان تأثیرگذاری عوامل بر یکدیگر و بر روند آینده سیستم توسط کارشناسان مربوطه سنجیده شد. با به‌کارگیری روش تحلیل ساختاری تحت نرم‌افزار میک مک، تعداد ۱۲ عامل از مجموع ۳۶ عامل اولیه، به‌عنوان عوامل کلیدی شناسایی شدند. ازآنجایی‌که نرم‌افزار سیستم موردمطالعه را به‌عنوان سیستم ناپایدار شناسایی کرد، بنابراین ۵ دسته متغیر (متغیرهای تأثیرپذیر، متغیرهای دووجهی، متغیرهای نتیجه، متغیرهای مستقل و متغیرهای تنظیمی) استخراج شدند. در ادامه برای شناسایی سناریوهای محتمل و مطلوب، روش سناریونویسی با استفاده از نرم‌افزار سناریوویزارد به کار گرفته شد. سناریونویسی یکی از روش‌هایی است که به مدیران کمک می‌کند تا در روبه‌رو شدن با آینده رازآلود و رویدادهای غیرمنتظره، جهت‌گیری درستی داشته باشند. ترسیم سناریوهای محتمل برای آینده و بررسی شرایط و ویژگی‌های آن این امکان را در اختیار مدیران و برنامه‌ریزان قرار می‌دهد تا خود را به‌منظور رویارویی با چالش‌های پیش‌رو و بهره‌برداری از فرصت‌های آینده آماده کنند و نوآوری و انعطاف‌پذیری بیشتری داشته باشند. سازمان‌ها و نهادها بامطالعه و تفکر درباره سناریوهای پیش رو، می‌توانند درک بهتری نسبت به محیط فعالیت خود کسب کرده و پتانسیل تأثیرگذاری خود را بهتر تشخیص دهند در ادامه، برای بهره‌گیری از نرم‌افزار سناریوویزارد جهت شناسایی سناریوهای باورکردنی و مطلوب، برای عوامل کلیدی وضعیت‌های پیش رو طراحی شد و با استفاده از ماتریس اثرات متقابل که از حاصل امتیازهای اعلامی از نظرسنجی خبرگان تحقیق در بازه اعداد ۳-تا ۳+ (طیف ورودی سناریوویزارد) به‌دست‌آمده است، سناریوهای نهایی شناسایی شدند. هدف اصلی تحلیل تأثیرات متقابل در نظر گرفتن تأثیر وقایع بر یکدیگر بوده و بر این استوار است که احتمال رخداد یا عدم رخداد هر واقعه در آینده تا چه میزان بر وقوع و یا عدم وقوع سایر رخدادها تأثیر دارد. پس از تکمیل پرسش‌نامه توسط کارشناسان در خصوص میزان وابستگی متقابل بین حالت‌های هریک از عوامل باحالت‌های عوامل دیگر، یک شبکه تأثیر متقابل تشکیل شد. در ادامه نرم‌افزار سناریوویزارد با استفاده از الگوریتم تحلیل تأثیرات متقابل سناریوهای پیش رو و مجموعه‌ای از حالات ممکن در آینده را محاسبه کرد.

بر اساس نتایج حاصله، نرم‌افزار ۴ سناریوی قوی ارائه داده است که از میان آن‌ها سناریوی اول شرایط مطلوب و ایده‌آل و سناریوهای دوم، سوم و چهارم شرایط نامطلوب و بینابین را نشان می‌دهد نرم‌افزار همچنین ۱۳ سناریوی باورکردنی و ۱۴۰۶ سناریوی ضعیف را گزارش داده است؛ که البته سناریوهای ضعیف صرفاً جنبه

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

آماری داشته و برنامه‌ریزی برای آن‌ها غیرممکن و غیرمنطقی است. بررسی سناریوهای باورکردنی حاکی از سیطره نسبی وضعیت‌های ایستا، بحرانی و نامطلوب بر وضعیت‌های مطلوب و ایده‌آل است. به‌غیراز سناریوی اول که دارای ویژگی‌های مطلوب و روبه‌پیشرفت است، بقیه سناریوها آینده مطلوبی را برای توسعه گردشگری خوی متصور نمی‌شوند، این امر ضرورت برنامه‌ریزی جهت مقابله و کاهش تأثیرات منفی ناشی از وقوع آن‌ها را بیان می‌کند. در صورت وقوع سناریوی مطلوب (سناریوی شماره ۱) شرایط امیدوارکننده و ایده آلی بر آینده گردشگری شهری و توسعه شهری خوی حاکم خواهد شد، در واقع این سناریو دارای بیشترین وضعیت مطلوب بوده و هیچ‌کدام از وضعیت‌های این سناریو نامطلوب نیست و هر ۱۱ عامل کلیدی در این سناریو دارای حالتی خوش‌بینانه بوده است. به‌غیراز سناریوی شماره ۱، بقیه سناریوها به لحاظ فراوانی دارای تعداد زیادی از وضعیت‌های نامطلوب است. از مجموع ۱۳۲ وضعیت حاکم بر ۱۲ سناریوی نامطلوب، ۷ وضعیت به میزان ۵/۳ درصد دارای حالتی خوش‌بینانه، ۹۴ وضعیت به میزان ۷۱/۲۱ درصد دارای حالتی بینابین و ۳۱ وضعیت به میزان ۲۳/۴ درصد دارای حالتی بدبینانه می‌باشد؛ بنابراین در صورت وقوع این سناریوها آینده بسیار ناخوشایندی بر روند آینده سیستم حاکم خواهد شد.

پیشنهادات

در پایان پیشنهاداتی برای وقوع سناریوی مطلوب در راستای توسعه گردشگری شهری خوی به شرح زیر ارائه می‌شوند:

- برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری شهری توسط مجموعه مدیریت شهری خوی با تأکید بر عوامل کلیدی در راستای نیل به آینده مطلوب
- تدوین نقشه راه و برنامه جامع گردشگری شهری خوی؛ عدم وجود نقشه راه و طرح جامع گردشگری به‌عنوان یک نقطه‌ضعف اساسی در توسعه صنعت گردشگری خوی محسوب می‌شود. با تدوین و اجرایی شدن این برنامه، می‌توان شاهد تحول در زمینه توسعه گردشگری شهری بود.
- تلاش برای افزایش فرهنگ شهروندی و آگاه‌سازی عمومی از طریق نشست‌های عمومی و اطلاع‌رسانی به شیوه‌های مختلف از جمله نصب بنرها و ایجاد دیوارنگاره‌ها در سطح شهر (این امر می‌تواند به‌عنوان یک مؤلفه زیباسازی فضای شهری نیز تلقی شود).
- توجه به مقوله توسعه گردشگری به‌عنوان یک صنعت درآمدزا (دید اقتصادی نسبت به گردشگری) و راهکاری بسیار مؤثر جهت کسب درآمدهای پایدار شهرداری (میزان کسب درآمد در شهرداری‌ها از اموری است که تأثیر عمده‌ای بر نحوه ارائه خدمات به شهروندان دارد. اتکای بیشتر شهرداری‌ها به درآمدهای ناپایدار موجب می‌شود تا شهر در همه ابعاد خود، ازجمله کالبد و منظر شهری با مشکلات اساسی مواجه شده و به‌تبع آن کیفیت زندگی شهری افت کند. این امر ضرورت حرکت شهرداری‌ها به سمت کسب درآمدهای پایدار شهری را به‌وضوح بیان می‌کند، لذا یکی از شیوه‌های اساسی برای کسب درآمدهای پایدار شهرداری، توسعه گردشگری شهری است).
- تشکیل جلسات تخصصی جهت بررسی طرح‌ها و پروژه‌های مختلف حوزه زیباسازی منظر شهری و فضاهای گردشگری توسط مجموعه مدیریت شهری خوی با هدف افزایش نشاط شهروندان و جذب گردشگر.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

- اتخاذ راهکارهای لازم برای افزایش میزان رضایت گردشگران در جهت افزایش مدت‌زمان ماندگاری و بازگشت دوباره گردشگران.
- افزایش کیفی برگزاری همایش‌ها و جشنواره‌های فرهنگی (جشنواره شمس و مولانا) و برپایی نمایشگاه‌های صنایع‌دستی، سوغاتی و غذاهای محلی.
- افزایش کمی و کیفی برگزاری جشنواره‌های اقتصادی (جشنواره آفتابگردان) با هدف معرفی ظرفیت‌های اقتصادی و کشاورزی.
- ساماندهی مشاغل و اصناف مزاحم شهری (مخصوصاً مشاغلی که با ایجاد سد معبر باعث اختلال در رفت‌وآمد می‌شود).
- مشارکت و همکاری عموم دستگاه‌های اجرایی و شرکت‌های خدمات‌رسان در توسعه گردشگری شهری خوی.
- اتخاذ راهکارهای لازم برای نظافت و بهداشت محیط‌های گردشگری و اقدامات حفاظتی زیست‌محیطی
- معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری گردشگری به سرمایه‌گذاران با ایجاد سازوکارهای حمایتی برای آن‌ها
- برنامه‌ریزی برای ایجاد پیاده راه در سطح شهر جهت افزایش نشاط و سرزندگی در فضاهای شهری
- ایجاد دفاتر رایگان راهنمای گردشگری و پخش بروشور و کتابچه برای معرفی ظرفیت‌های موجود
- تنوع‌بخشی و توسعه برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌ها و ظرفیت‌های گردشگری شهری
- نورپردازی مطلوب در فضاهای گردشگری و شهری در راستای ایجاد مناظر زیبا و امن شبانه
- استفاده از مشارکت بخش خصوصی در احداث تأسیسات و زیرساخت‌های گردشگری
- جذب متخصصان گردشگری و همکاری با آن‌ها در امور برنامه‌ریزی و اجرا

منابع

پورخسرانی، محسن. (۱۳۹۵). **ارزیابی پتانسیل‌های گردشگری شهری سیرجان**، فصلنامه فضای گردشگری، سال چهارم، ۵(۲۰): ۷۹-۵۹.

چشمه، پژمان محمدی ده. (۱۳۹۶). **تحلیل راهبردی تنگناها و فرصت‌های توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهرکرد)**، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال ۱۷(۴۷): ۳۷-۱۹.

حکیمی، هادی. (۱۳۹۰). «**نقش توسعه‌یافتگی کلاسیک در شکل‌گیری و گسترش سکونتگاه‌های غیررسمی مطالعه موردی: شهر خوی**»، رساله دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۹۰.

حاتمی نژاد، حسین؛ شریفی امیر. (۱۳۹۴). **بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری (نمونه موردی: شهر سنندج)**، گردشگری شهری، (۲)۱: ۷۴-۶۱.

رحیم‌پور، علی (۱۳۹۲). «**تحلیل آماری صنعت گردشگری جهان، بازارهای آینده و جایگاه ایران**»، فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ، ۱(۱).

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

سیاح مفضلی، اردشیر؛ اسدی علیرضا (۱۳۹۳). **بررسی ساختارهای فکری و مفاهیم کلیدی در آینده‌پژوهی و ارائه چارچوب اجرای مطالعات آینده‌پژوهی**، فصلنامه آینده‌پژوهی مدیریت، ۲۶(۱۰۲): ۲۶-۱۵.

ساسان پور، فرزانه؛ حاتمی افشار. (۱۳۹۶). **آینده‌پژوهی حباب شهرنشینی در کلان‌شهر تهران**، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال ۱۷(۴۷): ۱۸۹-۱۷۱.

شری زاده، عادل؛ حیدری چیانه رحیم؛ حسین پور مازیار؛ هریسچیان مهدی. (۱۳۹۷). **مقایسه تطبیقی ارزش‌گذاری اقتصادی CVM مقاصد گردشگری شهری (مطالعه موردی: پارک‌های ائل گلی و باغلارباغی شهر تبریز)**، گردشگری شهری، ۵(۳): ۴۸-۳۳.

ضیایی، محمود؛ عباسپور نیلوفر. (۱۳۹۰). **ارزیابی کیفیت محصول گردشگری شهری تهران از دید گردشگران درون‌مرزی**، فصلنامه گردشگری و توسعه، ۱(۱): ۹۶-۷۶.

عسکریان، فریبا؛ صالح نیا داود. (۱۳۹۱). **بررسی آثار اقتصادی ورود تیم تراکتورسازی تبریز به لیگ برتر فوتبال بر صنعت گردشگری استان آذربایجان شرقی**، دو فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، ۱: ۵۴-۴۱.

فرجی راد، عبدالرضا؛ آقاجانی سمیه. (۱۳۸۸). **تحلیلی نو پیرامون گردشگری و جدیدترین طبقه‌بندی آن**، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، ۶(۲۳): ۷۶-۶۱.

لطفی خاچکی، بهنام (۱۳۸۷). **گردشگری به‌مثابه یک صنعت**، راهبرد، ۱(۲): ۲۰۶-۱۷۱.

معصومی، مسعود. (۱۳۸۵). **ماهیت گردشگری**. تهران، پیک کوثر.

ملکی فر، عقیل و همکاران. (۱۳۸۵). **الفبای آینده‌پژوهی**، اندیشکده صنعت و فناوری، تهران.

مهدی زاده، جواد. (۱۳۸۳). **مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری شهری در ایران**، مجلس و پژوهش، ۱۱(۴۴): ۱۵۲-۱۲۱.

محسنی، رضا علی. (۱۳۸۸). **گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها**، مجله فضای جغرافیایی، ۹(۲۸): ۱۴۹-۱۷۱.

ناصرآبادی، زهرا. (۱۳۷۹). **آینده‌پژوهی**، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی استراتژیک، مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی، تهران.

نصراللهی، زهرا؛ موسی بیکی ده آبادی، فریده. (۱۳۹۴). **تحلیل اهمیت - عملکرد گردشگری پایدار: با استناد بر عوامل زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی**، گردشگری شهری، ۲(۱): ۵۹-۴۵.

Alrasheed, H. Alzeer, A. Alhowimel, A. shameri, N. Althyabi, A. (2020), **A Multi-Level Tourism Destination Recommender System**, The 11th International Conference on Ambient Systems, Networks and Technologies (ANT), Warsaw, Poland, Procedia Computer Science 170: 333–340

Cooper, C. Fletcher, J. Gilbert, D. Wanhill, S. Shepherd, R. (1998), **Tourism: Principles and Practice**, New York: Longma. 145.

Chris Choi, H. Sirakaya, E. (2006), **Sustainability indicators for managing community tourism**, Tourism Management 27.

Cibinskienea, A. Snieskiene, G. (2015), **Evaluation of city tourism competitiveness**, Procedia - Social and Behavioral Sciences 213: 105-110.

Eccles, G. Casta, J. (1996), **Perspectives on tourism development**, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 8(7): 44-51.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]

Hącia, E. (2019), **The role of tourism in the development of the city,** Transportation Research Procedia 39: 104-111.
Kontogianni, A. Alepis, E. (2020), **Smart tourism: State of the art and literature review for the last six years**, Department of Informatics, University of Piraeus, Piraeus, Greece

Liu, A. Geoffrey, W. (2006), **Planning tourism employment: A developing country perspective,** Tourism Management, 27(1): 159-170.
Oila, M. K. Mrrtines. Gabriel, L. (2012), **Tourism Management in Urban Region: Brazile Vest Urban Region**, Journal of Sustainable Tourism, 29: 567- 569.
Rita, P. (2000), **Tourism in the European Union**, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 12(7): 434-436.
Sulaiman, A. Feizollah, A. Anuar, N.B. Abdullah, N.A. (2020), **Sentiment analyses of multilingual tweets on halal tourism**, Tourism Management Perspectives, 34.
Signes, E.S. Palomares, R.C. Merinoa, B.R. Adána, I.G. (2020), **Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination Reality or territorial marketing?** Journal of Innovation & Knowledge, 5(2): 96-104.
Sharpley, R.(2008), **Tourism, Tourists and Society**, Elm Publications, 67.
Xiao, G. (2007), **Urban Tourism: Global-Local Relationships in Dalian**, China. Unpublished PhD Thesis. University of Waterloo: Canada.
Zheng, w. ji, H. Lin, c. Wang, W. Yu, B. (2020), **Using a heuristic approach to design personalized urban tourism itineraries with hotel selection**, Tourism Management, Volume 76.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-14]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1300.0.0.114.7]
[DOI: 10.61186/jgs.23.70.195]