

ارائه مدلی پویا جهت توسعه گردشگری تاریخی (مورد مطالعه: استان یزد)

میرمحمد اسعدی^{۱*}، سعید سعید اردکانی^۲

^۱ استادیار گروه مدیریت، دانشگاه علم و هنر یزد

^۲ دانشیار دانشکده مدیریت، دانشگاه یزد

چکیده

مقدمه: استان یزد به سبب وجود جاذبه‌های فراوان تاریخی و فرهنگی از ظرفیت‌های شناخته‌شده و ناشناخته فراوانی در عرصه گردشگری تاریخی برخوردار است. هدف این پژوهش ارائه مدلی پویا از عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تاریخی استان یزد (از بعد گردشگران خارجی) می‌باشد.

روش‌ها: پس از مرور پیشینه تحقیقات انجام‌شده و شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تاریخی، مهم‌ترین این عوامل مشخص و با استفاده از رویکرد پویایی‌های سیستم، مدلی از این عوامل و روابط عملی بین آن‌ها ترسیم و شبیه‌سازی شده است.

یافته‌ها: در این پژوهش مدلی پویا از عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تاریخی ارائه شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که ضرورت جذب گردشگران تاریخی چالشی در سال‌های آینده و در پی آن جلب رضایت گردشگران عاملی کلیدی در این عرصه خواهد بود. با استفاده از این مدل، رفتار متغیرهای کلیدی، حلقه‌های علی و حساسیت این متغیرها بررسی شده است. **بحث و نتیجه‌گیری:** مراجعه گردشگران خارجی، مسئله‌ای پویا و پیچیده بوده و شامل تعاملات عوامل مختلفی مانند سیاست‌های دولت، کیفیت خدمات، جمعیت، سیستم حمل‌ونقل می‌باشد. نتایج این پژوهش نشان داد که متغیرهای آموزش، وضعیت هتل‌ها و آگاهی از نیازهای گردشگران عوامل مهم و حساسی در ارتباط با مراجعه مجدد گردشگران خارجی به استان یزد می‌باشند.

کلمات کلیدی: گردشگری تاریخی، توسعه گردشگری تاریخی، پویایی‌های سیستم

مقدمه

امروزه اهمیت گردشگری و لزوم بررسی و تحقیق در مورد آن با توجه به نقش‌های مهم اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر هیچ‌کس پوشیده نیست. این فعالیت در دنیای کنونی به صورت یکی از مهم‌ترین عوامل تولید ثروت، کار، ایجاد پویایی، جابجایی انسان‌ها و ثروت ملت‌ها درآمده است (مشبکی و ملکاخالق، ۱۳۸۲). ورود گردشگران به هر کشور موجب درآمدزایی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی جدید می‌شود که از این طریق سطح فعالیت‌های اقتصادی در بخش‌های مختلف فعال می‌شود (مداح، ۱۳۸۶).

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 کند (معصومی، ۱۳۸۵).

ایران به سبب وجود جاذبه‌های فراوان طبیعی، تاریخی و فرهنگی و درمانی در زمره مستعدترین کشورهای جهان محسوب می‌شود (پاکجو و همکاران، ۲۰۱۱). ایران دارای جاذبه‌های گردشگری، تاریخی و مذهبی فراوانی است (فیض، طاهریان و زارعی، ۱۳۹۰) که با فراهم آوردن بسترهای اقتصادی و مدیریتی مناسب، می‌تواند تبدیل به یکی از مقصدهای مهم گردشگران تاریخی شود. سیاست‌های موفق مربوط به گردشگری نه تنها مزایای اقتصادی زیادی بر جامعه، ناحیه و کشور فراهم می‌کنند بلکه توسعه فرهنگی، محیطی و اقتصادی پایداری را نیز ایجاد می‌کند. در این حوزه، برای سیاست‌گذاران بسیار مهم است تا بتوانند ابتکارات پایدار در سیاست‌های مربوط به گردشگری را باهم ترکیب کنند.

در این راستا استان یزد نیز همانند کشور توجه جدی و کافی به این صنعت نداشته و به‌خصوص در امر گردشگری تاریخی نه تنها سرمایه‌گذاری کافی انجام نشده، بلکه سیاست‌های روشنی نیز تدوین نشده است. این در شرایطی است که استان یزد از ظرفیت‌های شناخته‌شده و ناشناخته فراوانی در عرصه گردشگری بین‌المللی برخوردار است. با توجه به اهمیت گردشگری تاریخی می‌توان گفت که یکی از راه‌های اساسی برای توسعه این صنعت در استان می‌تواند شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری تاریخی در استان و تدوین سیاست‌های روشن در این حوزه باشد.

تجربه نشان داده است که هرکجا گردشگری به طور اتفاقی و بدون وجود برنامه ریزی و استراتژی مشخص توسعه یابد، مشکلات زیست محیطی و اجتماعی متعددی ظهور پیدا کرده و در درازمدت مشکلات گردشگری بیشتر از فوائد آن می شود (افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵).

با توجه به این که تاکنون پژوهشی با رویکرد پویایی های سیستم در حوزه عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تاریخی مشاهده نشده است و با توجه به اهمیت موضوع، تحلیل این عوامل می تواند کمک مؤثری در اتخاذ تدابیر در جهت شناخت و بهبود عوامل اولویت دار و در نهایت ارتقای وضعیت گردشگری تاریخی استان باشد. هدف این پژوهش ارائه مدلی پویا از عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری بین المللی تاریخی استان یزد و روابط علت و معلولی بین این عوامل است. نوآوری اصلی این پژوهش توجه همزمان به روابط و پیچیدگی های برهم کنش های این عوامل و بررسی آنها در مدلی پویا می باشد. در ادامه ضمن تشریح پیشینه پژوهش، روش تحقیق و نتایج حاصل از پژوهش ارائه خواهد شد.

پیشینه نظری پژوهش

در فرهنگ وبستر گردشگری به سفری که در آن مسافرتی به مقصدی انجام می گیرد و سپس بازگشتی به محل سکونت را در بردارد، اطلاق می گردد (وبستر، ۱۹۷۳، ص. ۱۲۱۸). این در حالی است که در کشورهای توسعه یافته واژه گردشگری از قرن نوزدهم و به ویژه از اوایل قرن بیستم که وسایل حمل و نقل سریع جایگزین وسایل قدیمی شد از معنای فردی به سوی کلیتی جمعی برای سفر تغییر ماهیت داد.

امروزه اصطلاح صنعت گردشگری در اکثر کشورها به طوری رسمی و قانونی مورداستفاده است. صنعت گردشگری مجموع پدیده ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت ها و جوامع میزبان، دانشگاه ها و سازمان های غیردولتی، در فرایند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل گردشگران و دیگر بازدیدکنندگان است (واگنر^۲، ۲۰۰۹، ص. ۳). گردشگری امروزه تبدیل به یک صنعت جهانی شده که دربرگیرنده بیش از صدها میلیون نفر در سطح بین المللی و محلی در

1- Webster
2- Wagner

هرسال است (میسون^۱، ۲۰۰۳، ص.۳). از لحاظ گونه شناسی انواع گردشگری، بازدید از مکان‌های فرهنگی - تاریخی در زیرمجموعه گردشگری فرهنگی قرار دارند. در واقع فرهنگ، موجب تغییرات اساسی در طرز تفکر و شیوه رفتار افراد می‌شود که بنیان توسعه و رشد اقتصادی و اجتماعی بر آن استوار است (کاظمی، ۱۳۸۶). گردشگری فرهنگی عبارت است از مسافرت افراد از محل سکونتشان به مکان‌هایی که جاذبه‌های فرهنگی دارند. این جابه‌جایی به قصد دستیابی به اطلاعات و تجارب به‌منظور ارضای نیازهای فرهنگی گردشگران انجام می‌شود (ریچاردز^۲، ۱۹۹۶). گردشگری فرهنگی بخش مهمی از تقاضای جهانی گردشگری را تشکیل می‌دهد. این موضوع در مورد گردشگری ایران نیز مصداق می‌یابد به‌گونه‌ای که بر پایه گزارش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال ۱۳۸۰ گردشگرانی که از ایران بازدید می‌کرده‌اند، بر اساس مبدأ به دو بخش داخلی و خارجی تقسیم می‌شوند که هر یک از آنها خود در قالب سه نوع گردشگران فرهنگی و مذهبی و طبیعت‌گردی جای می‌گیرند. از این میان گردشگری فرهنگی بیشترین میزان را چه در زمینه گردشگری داخلی و چه خارجی دارد (عظیمی و همکاران، ۱۳۹۰). گردشگری فرهنگی را می‌توان به دوشاخه مهم گردشگری تاریخی (میراث) و گردشگری دینی (زیارتی) تقسیم کرد. در این بررسی گردشگری تاریخی (میراث) در حوزه گردشگری فرهنگی مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

اهمیت صنعت گردشگری و غنای فرهنگی مردم کشور ایران، لزوم توجه به گردشگری تاریخی را جهت پیشبرد اهداف ملی، منطقه‌ای و ناحیه‌ای و نیز رشد و توسعه اقتصادی را در اذهان بارور می‌سازد (دادپور و رضازاده، ۱۳۹۰). گردشگری تاریخی یکی از انواع گردشگری فرهنگی است که با تکیه بر آن می‌توان فضاها و کاربری‌های متفاوتی جهت راه‌اندازی مجموعه گردشگری طراحی کرد تا بدان وسیله با طراحی یک معماری مدرن در قالب حفظ اصول معماری سنتی و بومی بتوان به احیای مجموعه‌ها و سایت‌های گردشگری پرداخت (قهرمانی، ۱۳۷۷). توسعه گردشگری تاریخی موجب بهره‌گیری‌های اقتصادی، فرهنگی و ساماندهی فضاها و بهینه برای انجام فعالیت‌های باستان‌شناسی، کشف و احیای آثار تاریخی و کمک به

1- Mason
2-Richards

رونق اقتصادی، ایجاد امنیت و در نهایت شناساندن فرهنگ و آداب و رسوم ملتی با سابقه تاریخی هزار ساله می‌شود.

پیشینه تجربی پژوهش

در طی نیم قرن اخیر، رشد و توسعه گردشگری در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی قابل توجه بوده است (شارپلی^۱، ۲۰۰۹). گردشگری در حال رشد است و حتی اگر در دوره‌هایی رشد، کم باشد؛ اما باز در طولانی مدت رشد دیده می‌شود. برخی گردشگری را نوش‌داروی مسائل توسعه منطقه می‌دانند. این دیدگاه واقع‌بینانه نیست زیرا منافع گردشگری می‌توانند همراه با مضراتی اساسی باشند. بررسی اثرات مثبت و منفی گردشگری، مشخص می‌کند که تصمیم در مورد توسعه گردشگری، باید به دقت گرفته شود.

مشکلات اجتماعی، کمبود سرمایه‌گذاری، موانع جغرافیایی و مسائل روبنایی از جمله امنیت، تبلیغات و ... در جای خود به عنوان عوامل بازدارنده صنعت گردشگری در منطقه به حساب می‌آید. همچنین کمبود بسترهای لازم اجتماعی مانند هتل‌ها، مراکز گردشگری، آثار فرهنگی و نظایر آن از جمله تنگناهای اجتماعی فعلی می‌باشد که توسعه و بهبود آن‌ها نیازمند برنامه‌ریزی می‌باشد (اسلامی دولابی و شیخی، ۱۳۸۶). گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال حاضر، در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است، افزون بر این بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند. در این راستا با برنامه‌ریزی اصولی و مناسب و شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری، می‌توان به توسعه ملی و تنوع‌بخشی به اقتصاد ملی کمک کرد (افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵).

افزایش روزافزون تعداد گردشگران، گویای تبلور یافتن گردشگری به عنوان یک نیاز است. همین امر ضریب تأثیرگذاری گردشگری را افزایش داده است. بنابراین امروزه گردشگری با توان مضاعفی می‌تواند حیات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جوامع را تحت تأثیر قرار دهد. بر این اساس توسعه گردشگری به عنوان مجموعه

1-Sharpley

فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد (کاظمی، ۱۳۸۶).

بنابراین مطالعه نقش گردشگری به‌عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، درآمدهای مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و توسعه سایر حوزه‌های اقتصادی می‌شود موضوع مهمی به شمار آمده و امروزه اکثر کشورها درصد بهره‌برداری از این موقعیت برآمده‌اند.

پژوهش‌ها و مطالعات فراوانی در کشورهای مختلف جهان در مورد گردشگری صورت پذیرفته است. به‌عنوان نمونه لطفی و موسکاردینی^۱ در سال ۲۰۱۳ به تجزیه و تحلیل تأثیر اقتصاد در تقویت گردشگری پرداخته‌اند. در این بررسی با استفاده از تئوری‌های اقتصاد و مدل‌سازی ریاضی، تأثیر اقتصادی گردشگری در اقتصاد یونان مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است (لطفی و موسکاردینی، ۲۰۱۳). آینی^۲ در سال ۲۰۱۳ به بحث توسعه پایدار برای اقتصاد نیجریه می‌پردازد. این مقاله قصد دارد که گردشگری را به‌عنوان یک گزینه برای ترقی اقتصاد نیجریه بررسی کند. از روش کمی برای جمع‌آوری داده استفاده شده است. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داده است که گردشگری عامل بالقوه ترقی اقتصاد می‌باشد و منبعی از درآمد و فرصت‌های شغلی و درآمدهای بین‌المللی می‌باشد (آینی، ۲۰۱۳). چی تانگ^۳ و مینگ هانگ^۴ در سال ۲۰۱۲ با استفاده از رویکرد پویایی‌های سیستم رضایت مشتریانی که به موزه ملی مراجعه می‌کنند را مدل‌سازی و ارزیابی کرده‌اند (چی تانگ و مینگ هانگ، ۲۰۱۲). تحقیقات گوناگونی نیز در داخل ایران در زمینه گردشگری صورت پذیرفته که می‌توان به‌عنوان نمونه به موارد زیر اشاره کرد:

سرایبی و شمشیری در پژوهشی به بررسی شرایط کلان‌شهر شیراز به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و غنی‌ترین مراکز تاریخی فرهنگی کشور به‌منظور امکان‌سنجی توسعه گردشگری در جهت شکوفایی و توسعه پایدار در ابعاد مختلف در منطقه پرداخته است (سرایبی و شمشیری، ۱۳۹۰). افتخاری، اکبری و مهدوی در سال ۱۳۹۲ به ارائه الگوی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار روستایی پرداخته‌اند. بر این

1-Moscardini
2-Ayeni
3-CHih-Tung
4- Ming-Hung

اساس، پژوهش با بررسی‌های اسنادی و میدانی و نیز، روش‌شناسی توصیفی - تحلیلی و از سه گروه مشارکت‌کننده (مردم روستا، گردشگران، مسئولان) در ۱۴ روستای دهستان لواسان کوچک و دیدگاه‌های آن‌ها در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، محیطی مورد بررسی قرار گرفته است (افتخاری و مهدوی، ۱۳۹۲). مطیعی لنگرودی در سال ۱۳۹۱ به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی پرداخته است. شاخص‌های مورد بررسی با توجه به اسناد و منابع موجود مدنظر قرار گرفته و با استفاده از تلفیق تئوری خاکستریو روش تاپسیس جاذبه‌های گردشگری نواحی روستایی مستعد سرمایه‌گذاری در بخش شهرستان ورزقان را مشخص کرده است (مطیعی لنگرودی، ۱۳۹۱). میرطالبی و شکوری در سال ۱۳۹۰ به بررسی اثرات آزادسازی حمل‌ونقل هوایی بر توسعه گردشگری پرداخته‌اند. تجربه کشورهای مختلف نشان می‌دهد تحول حمل‌ونقل هوایی بر توسعه گردشگری تأثیر زیادی داشته است. یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در تحول حمل‌ونقل هوایی داخلی، اجرای سیاست‌های آزادسازی است که در نظریه‌های طرفدار اقتصاد آزاد ریشه دارد. یافته‌ها نشان می‌دهد که عدم پیروی از الگوهای آزادسازی حمل‌ونقل هوایی داخلی در ایران موجب شده تا در عمل، صنعت گردشگری در سطح داخلی نتواند از حمل‌ونقل هوایی در جهت توسعه خود استفاده کند (میرطالبی و شکوری، ۱۳۹۰). خوارزمی به بررسی رابطه علی بین گردشگری و تجارت در ایران طی سال‌های ۱۳۳۸-۱۳۸۰ پرداخته است. وی پس از بررسی روند گردشگران ورودی به ایران طی این سال‌ها، هفت کشور از بین ده کشور عمده متقاضی یعنی کشورهای آلمان، فرانسه، انگلستان، هندوستان، ژاپن، پاکستان و ترکیه را انتخاب و از داده‌های سالیانه آن‌ها در تخمین الگوها استفاده کرده است. نتایج این تحقیق نشان داده است که رابطه علی یک‌طرفه بین تجارت و گردشگری (از تجارت به گردشگری) برقرار است.

روش بررسی

این تحقیق از منظر هدف تحقیق کاربردی است چون در این تحقیق هدف به‌کارگیری و آزمون مفاهیم نظری در موقعیت‌های مسائل واقعی در حوزه گردشگری است تا بتوان راه‌حلی برای توسعه گردشگری تاریخی پیشنهاد کرد. ضمناً تحقیق از حیث

چگونگی بدست آوردن داده‌ها یک تحقیق توصیفی است زیرا در این تحقیق به توصیف و تفسیر شرایط و روابط موجود در بین عوامل مختلف در حوزه گردشگری تاریخی پرداخته شده است و از آنجا که هدف مطالعه عمیق موضوع توسعه گردشگری و عوامل مؤثر بر آن است، این تحقیق یک تحقیق موردی است. جامعه آماری این پژوهش را خبرگان صنعت گردشگری در استان یزد تشکیل می‌دهند و از یازده نفر از خبرگان در دسترس به‌عنوان نمونه استفاده شده است. بازه زمانی که این پژوهش به آن پرداخته است از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ بوده است که پس از تأیید روایی و پایایی مدل از آن جهت پیش‌بینی ده سال آینده استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها مصاحبه نیمه ساختاریافته بوده است. جهت دستیابی به اهداف پژوهش، در این پژوهش ابتدا از روش‌های توصیفی و تحلیلی استفاده شده است که در این مرحله با توجه به اطلاعات موجود و تحقیقات انجام شده به بررسی وضعیت گردشگری تاریخی و عوامل مؤثر بر توسعه آن پرداخته شده است. پس از مصاحبه با خبرگان، عوامل نهایی استخراج شده است. در مرحله بعدی پژوهش، نحوه تأثیر این عوامل برهم بررسی و سپس مدل توسعه گردشگری تاریخی با استفاده از روش پویایی‌های سیستم و نرم‌افزار ونسیم ترسیم و شبیه‌سازی شده است.

یافته‌های پژوهش

پویایی‌های سیستم، روشی برای مطالعه و مدیریت سیستم‌های پیچیده و دارای بازخور است. به علت تعاملات بین بخش‌های مختلف یک سیستم لازم است که افراد تلاش کنند تا رفتار سیستم را با نگرش سیستمی درک کنند. این درک فقط می‌تواند از طریق مطالعه و شناخت همه اجزا و ارتباط بین آن‌ها در قالب یک سیستم به‌دست آید. مدل‌ها همواره ابعاد ساده شده واقعیت می‌باشند. هدف از مدل‌سازی پویایی‌های سیستم، به دست آوردن درک و دیدگاهی در مورد روابط سیستم است تا بتوان خط‌مشی‌های ممکن برای بهبود سیستم را بررسی کرد.

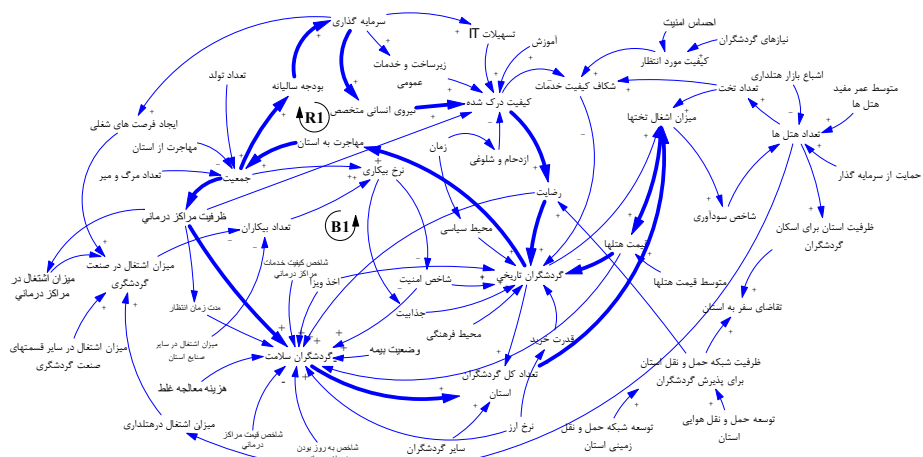
در تکنیک پویایی‌های سیستم از ابزارهایی استفاده می‌شود تا ساختار یک سیستم برای درک بهتر آن نمایش داده شود. نمودار علت و معلول و نمودار جریان دو ابزار مهم در این راستا هستند. با استفاده از نمودار علت و معلول، روابط علی بین متغیرها

به‌سادگی نشان داده می‌شود. نمودار علت و معلولی مسئله این پژوهش طبق نظر خبرگان تهیه‌شده و در شکل ۱ نشان داده‌شده است.

هر نمودار علی-معلولی متشکل از چندین حلقه است. با توجه به این‌که نمودار علی-معلولی مبنا و اساس مدل‌سازی پویایی‌های سیستم قرار دارد، برخی از متغیرهای بکار رفته در این مدل به‌طور مختصر شرح داده می‌شود.

کیفیت درک شده و کیفیت مورد انتظار گردشگران

با توجه به نظرات ووس^۱ و زیتامل^۲، در بخش خدمات، مفهوم انتظارات و ادراکات مشتری نقش مهمی را بازی می‌کنند. زیرا رضایت مشتری از تفاوت بین انتظارات و ادراکات آن‌ها از خدمات دریافت شده نشأت می‌گیرد (ووس و همکاران، ۲۰۰۸؛ زیتامل و همکاران، ۱۹۹۳). در این پژوهش، مقصود از انتظارات مشتری، تمایلات ذهنی گردشگران می‌باشد که تحت تأثیر عواملی مانند نیازهای شخصی گردشگران، تجربیات قبلی و عوامل موقعیتی می‌باشد.



نمودار ۱- نمودار علی-معلولی مسئله تحقیق

1-Voss
2-Zeithaml

آموزش، زیرساخت IT، زیرساخت و خدمات عمومی و نیروی انسانی متخصص: کیفیت درک شده هسته اصلی سیستم خدمات است و تأثیر مهمی بر شکاف بین انتظارات و ادراکات گردشگران دارد. بنابراین همزمان با ارتقای کیفیت خدمات، شکاف کوچکتر می‌شود (سیح^۱ و یان^۲، ۲۰۱۰). زیرساخت فناوری اطلاعات مستلزم بودجه زیادی برای طراحی و اجرا می‌باشد و یکی از عواملی هست که سیاست‌گذاری در راستای ارتقا و بهبود آن در دست بنگاه‌های دولتی است (تی^۳ و همکاران، ۲۰۱۰). مقصود از آموزش، برگزاری دوره‌های آموزشی برای راهنمایان تور و همچنین آموزش و پرورش افراد تحصیل‌کرده در حوزه گردشگری می‌باشد. عامل زیرساخت‌ها و خدمات عمومی به نحوه دسترسی گردشگران به اماکن و سایت‌های تاریخی می‌پردازد. نیروهای متخصص و ماهر که بتوانند نیازهای گردشگران را تأمین کنند نیز نقش قابل‌توجهی در کیفیت خدمات درک شده دارند.

در نمودار علی-معلولی فوق چندین حلقه علی-معلولی وجود دارد که به تشریح دو حلقه از میان این حلقه‌ها بسنده می‌کنیم.

حلقه B1: همان‌طور که مشاهده می‌شود با افزایش تعداد گردشگران استان، نرخ اشغال تخت هتل‌ها افزایش می‌یابد. در نتیجه قیمت هتل‌ها افزایش می‌یابد. نرخ هتل‌های یک منطقه بر تمایل گردشگران تاریخی برای عزیمت تأثیر منفی دارد. از سویی دیگر هر چه تعداد گردشگران تاریخی منطقه‌ای افزایش یابد، جمعیت آن ناحیه نیز افزایش می‌یابد. زیرا افراد بیشتری در پی بدست آوردن کار و یا درآمد بهتر به آن مناطق مهاجرت می‌کنند. با افزایش جمعیت یک منطقه مراکز درمانی بیشتری تأسیس شده و در نتیجه با افزایش ظرفیت مراکز درمانی این نواحی، تعداد گردشگران سلامت افزایش می‌یابد که این خود موجب افزایش کل تعداد گردشگران یک منطقه می‌شود.

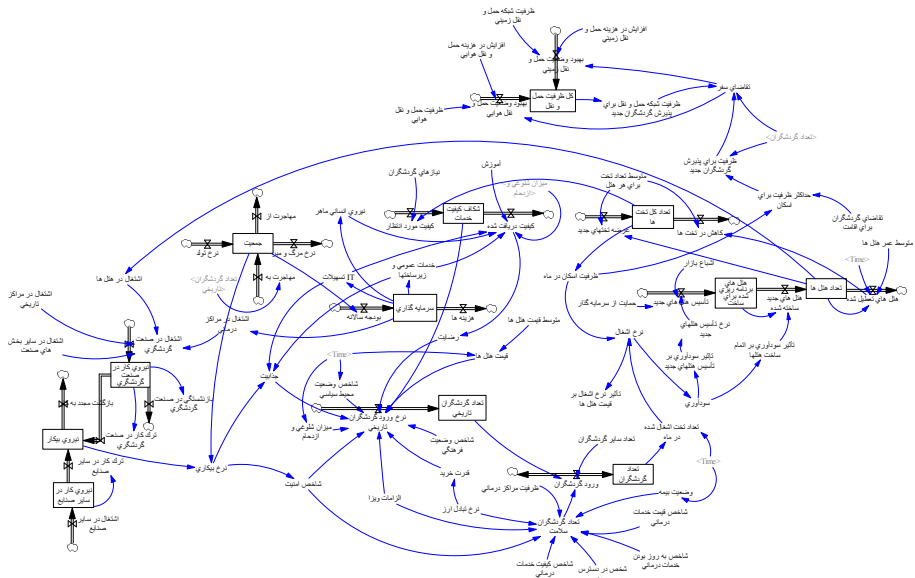
حلقه R1: به همراه افزایش تعداد گردشگران تاریخی در یک منطقه، مهاجرت به آن منطقه نیز افزایش می‌یابد. با افزایش جمعیت یک ناحیه، بودجه اختصاص یافته به آنجا نیز افزایش و سرمایه‌گذاری بیشتری برای پرورش نیروهای متخصص انجام می‌شود. این نیروی متخصص باعث می‌شود تا کیفیت درک شده گردشگران ارتقا

1-Hsieh

2-Yuan

3-Thi

میرمحمد اسعدی و سعید سعیدا اردکانی —ارائه مدلی پویا جهت توسعه گردشگری تاریخی (مورد مطالعه: استان یزد) یافته و در نتیجه رضایت آن‌ها افزایش یابد. افزایش رضایت گردشگران موجب بازدید مجدد و تبلیغات دهان‌به‌دهان شده و تعداد گردشگران را افزایش می‌دهد. پس از تهیه نمودار علت و معلولی، نمودار جریان مسئله تحقیق بدست آمده و در نمودار ۲ نشان داده شده است.

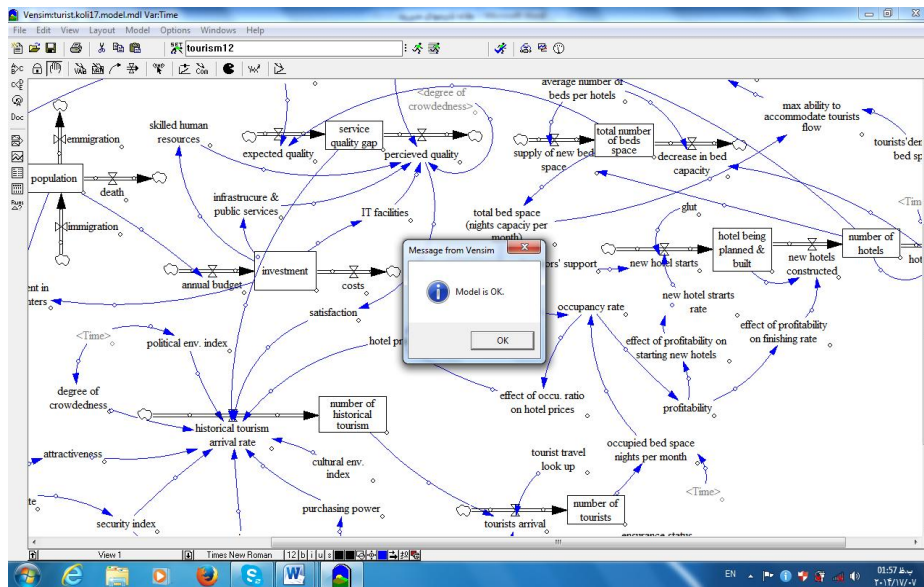


نمودار ۲- نمودار جریان مسئله تحقیق

اعتبار ساختاری مدل بر اعتماد رفتاری آن اولویت دارد و تنها زمانی که ساختار مدل دارای اعتبار است می‌توان اعتبار رفتار مدل را مورد بررسی قرارداد (شی^۱ و گیل^۲، ۲۰۰۵). مدل‌های پویایی‌های سیستم را می‌توان به کمک داده‌های جمع‌آوری شده به صورت میدانی و با استفاده از ادبیات موجود به شکلی تعدیل کرد و اعتبار بخشید و ابزاری را برای تست کردن سناریوها و شبیه‌سازی‌های مختلف توسعه داد (ایوانز^۳ و همکاران، ۲۰۰۱). برای دستیابی به اطمینان از این مدل، از آزمون حد نهایی استفاده شده است. این آزمون به وسیله نرم‌افزار ونسیم انجام می‌شود. در این آزمون بیشترین و کمترین مجاز برای هر یک از متغیرها، وارد مدل می‌شود. پس از اجرا کردن مدل، در صورتی که هیچ خطایی روی ندهد و فرمول‌ها و توابع درستی

1-Shi
2-Gill
3-Evans

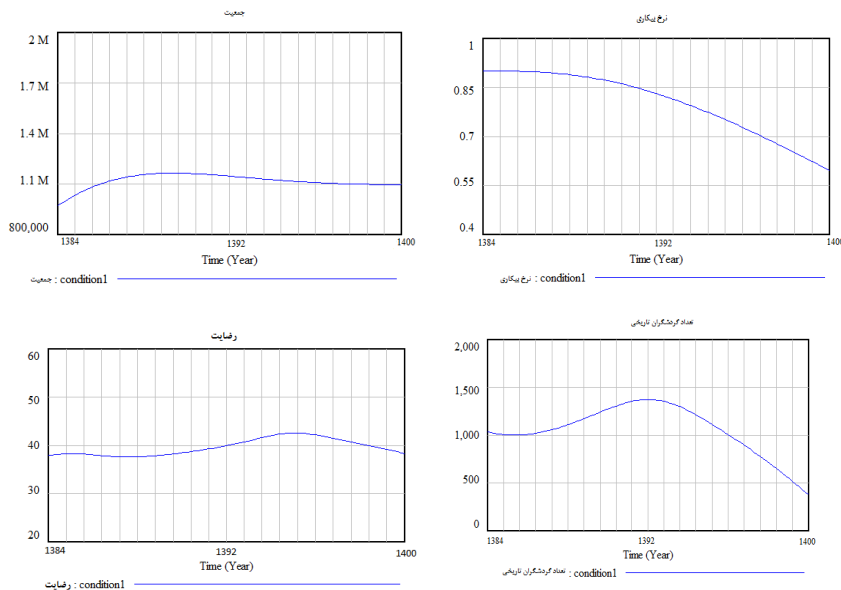
نوشته شده باشند، نرم افزار درستی مدل را از نظر ساختاری تأیید می کند. این تأیید در نمودار ۳ نشان داده شده است.



نمودار ۳- تأیید ساختاری مدل در نرم افزار

در اینجا لازم است به این نکته اشاره شود که کاربرد اصلی رویکرد پویایی سیستم در مواردی است که رفتار پدیده در اثر پویایی طبیعی و تعاملات متغیرهای درونزای سیستم ایجاد شده باشد. در این مورد نیز می توان با فرض این که سیستم روند عمومی و طبیعی خود را طی می کند از روش پویایی های سیستم برای تحلیل سیستم استفاده کرد. در طول این تحقیق باید این فرض مهم را مدنظر داشت که مقادیر سیستم در حد قابل ملاحظه ای طی تعاملات با یکدیگر مقدارشان تعیین می شوند. پس از جمع آوری اطلاعات از منابع علمی و نظرخواهی از خبرگان ارتباط بین اجزای مختلف سیستم به کمک فرمول های ریاضی یا توابع عددی با یکدیگر برقرار شده و رفتار مدل مورد مشاهده قرار گرفته است. به این ترتیب که ابتدا از داده های مربوط به سال های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ به عنوان ورودی مدل استفاده شده و با توجه به منطبق بودن نتایج شبیه سازی با واقعیت، این مدل برای سال های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۰ شبیه سازی شده است. پس از اجرا کردن مدل و شبیه سازی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری

تاریخی، رفتار متغیرهای کلیدی مدل مشاهده شده است. این رفتار در نمودار ۴ نشان داده شده است.



نمودار ۴- رفتار متغیرهای کلیدی مسئله تحقیق

همان‌طور که مشاهده می‌شود، نرخ ورود گردشگران تاریخی تحت تأثیر محیط سیاسی، محیط فرهنگی، قدرت خرید گردشگران با توجه به نرخ ارز، جذابیت مکان‌های تاریخی، قیمت هتل‌ها، شاخص امنیت، کیفیت خدمات دریافت شده و میزان رضایت آن‌ها می‌باشد. هرچه تعداد گردشگران وارد شده به استان بیشتر می‌شوند، سرمایه‌گذاری بیشتری در این حوزه انجام می‌شود. در نتیجه فرصت‌های شغلی خوبی فراهم می‌شود و بنابراین میزان مهاجرت به استان افزایش می‌یابد. هر چه جمعیت افزایش می‌یابد، به تبع آن تنوع فرهنگی جامعه میزبان نیز افزایش یافته و در نتیجه به جذابیت جامعه برای ورود گردشگران تاریخی افزوده می‌شود. از سویی دیگر، به همراه افزایش جمعیت، هزینه‌های زندگی در جامعه میزبان افزایش یافته و در نتیجه انجام اعمال غیرقانونی افزایش می‌یابد که یکی از عوامل منفی در ورود گردشگران به استان خواهد بود. همچنین فرصت‌های شغلی که در ارتباط با گردشگری تاریخی ایجاد می‌شود، بیشتر موجب اشتغال افراد غیربومی شده که این

خود عاملی برای مهاجرت افراد به استان می‌باشد. نتایج شبیه‌سازی مدل پویا ارائه‌شده نشان می‌دهد در صورتی که سیاست خاصی در مورد وضعیت گردشگری در استان یزد و خصوصاً گردشگری تاریخی بکار گرفته نشود، میزان ورود گردشگران تاریخی روند نزولی خواهد داشت. میزان رضایت گردشگران تحت تأثیر کیفیت درک شده از خدمات دریافت شده می‌باشد. با توجه به این که رضایت گردشگران نسبتاً در سطح پایینی قرار گرفته، می‌بایست سیاست‌هایی را جهت ارتقا کیفیت خدمات ارائه کرد. عامل مهم دیگر در ورود گردشگران تاریخی، مربوط به زیرسیستم هتلداری می‌باشد. زیرسیستم هتلداری از طریق تعداد هتل‌ها، میزان اشتغال ایجاد کرده، قیمت هتل‌ها و خدمات ارائه‌شده در هتل‌ها نقش مهمی را در ورود گردشگران به استان ایفا می‌کنند. قیمت هتل‌ها تحت تأثیر زمان خواهد بود. به عبارت دیگر در برخی از فصول خاص گردشگران بیشتری به استان وارد می‌شوند. در این زمان‌ها، هتل‌ها نیز قیمت به نسبت بالاتری را لحاظ می‌کنند و در زمان‌هایی که گردشگران کمتری به استان وارد می‌شوند، هتل‌ها نیز خدمات خود را با قیمت کمتر ارائه می‌کنند. لیکن گردشگرانی که در این زمان‌ها به هتل‌ها مراجعه می‌کنند، در کنار قیمت ارزان‌تر، خدمات ضعیف‌تر و محدودتری نیز دریافت می‌کنند که تأثیر منفی بر ورود گردشگران خواهد داشت. تعداد تخت‌ها برای اسکان گردشگران تابعی از تعداد هتل‌های موجود می‌باشد. حمایت از سرمایه‌گذاران عاملی است که موجب می‌شود تا تمایل آن‌ها برای سرمایه‌گذاری در این بخش از صنعت گردشگری افزایش یابد. لیکن وضعیت اشباع بازار یک مسئله ناگزیر است. بنابراین باید به میزان نیاز استان به هتل‌ها دقت نمود تا بحث اشباع بازار و ورشکستگی سرمایه‌گذاران پیش نیاید. عمر مفید هتل‌ها عامل دیگری است که در این مدل به آن توجه شده است و در نظر گرفته شده است. شاخص سودآوری عامل مهم دیگری است که بر ساختن هتل‌ها در سطح استان تأثیر می‌گذارد. هر چه تعداد هتل‌ها در سطح استان افزایش یابد، میزان اشتغال ایجادشده توسط بخش هتلداری افزایش می‌یابد. همچنین در بخش وضعیت حمل‌ونقل استان به ظرفیت و کیفیت سیستم حمل‌ونقل هوایی و زمینی استان در پذیرش و جذب گردشگران توجه شده است.

میرمحمد اسعدی و سعید سعیدا اردکانی —ارائه مدلی پویا جهت توسعه گردشگری تاریخی (مورد مطالعه: استان یزد)
 پس از مشاهده وضعیت فعلی متغیرهای مسئله تحقیق، سیاست‌های مختلف
 موردبررسی قرار خواهد گرفت. به این منظور پنج سناریو برای تحلیل سیاست‌ها بر
 اساس نتایج شبیه‌سازی موردتوجه قرار می‌گیرد:

سناریو اول: بهبود روابط خارجی و سهولت در صدور ویزا

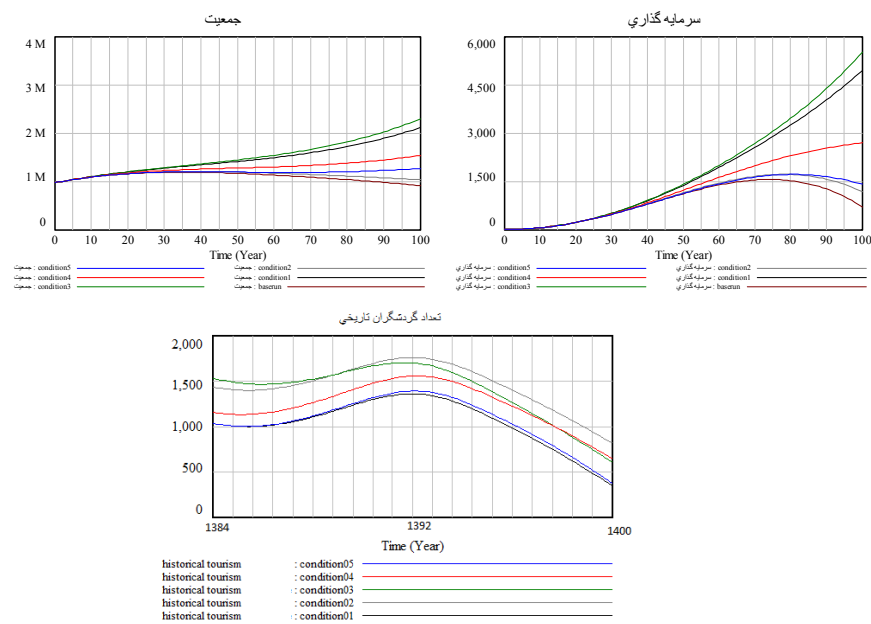
سناریو دوم: بهبود شاخص فرهنگی

سناریو سوم: آموزش بهتر نیروی انسانی

سناریو چهارم: کاهش قیمت هتل‌ها

سناریو پنجم: بهبود سطح تسهیلات ارتباطات و فناوری اطلاعات

در نمودار ۵ نتایج این سناریوها بر روی متغیرهای کلیدی مدل نشان داده شده است.

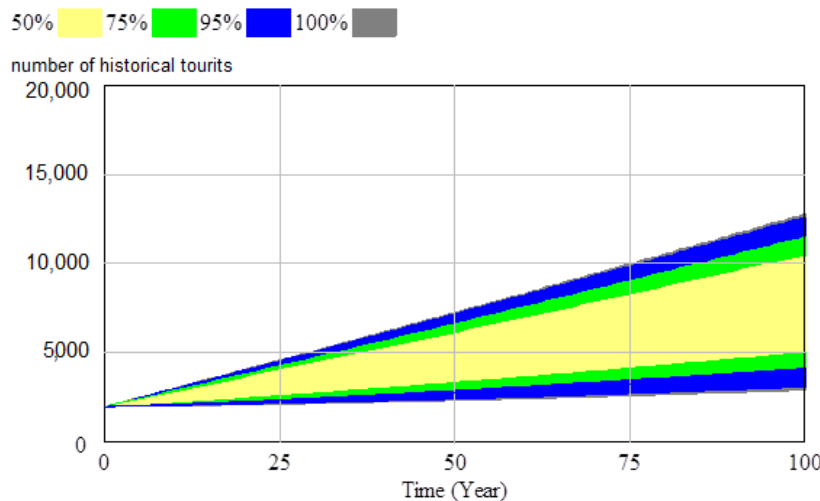


نمودار ۵- نتایج اجرای سناریوها

با توجه به رفتارهایی که از متغیرهای کلیدی مسئله تحقیق دیده شد، سناریو سوم نسبت به چهار سناریو پیشنهادی دیگر نقش مهم‌تر و قابل‌توجه‌تری در جلب گردشگران بیشتر را دارد. تعداد گردشگران سلامت خارجی استان یزد با توجه به نمودار آن رفتار رو به رشدی را دارد و در سال‌های آینده نیز در صورت ثابت

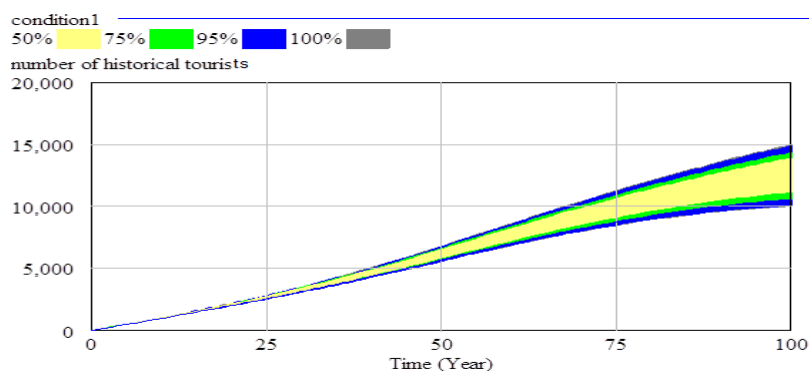
ماندن شرایط به همین روند ادامه خواهد داد. پیاده‌سازی سیاست‌های مختلف می‌تواند بر روی میزان جذب سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری استان مؤثر باشد که در کنار آن با توجه به بهبود سطح زندگی جمعیت نیز افزایش خواهد یافت.

تحلیل حساسیت مدل، فرایندی است که طی آن می‌توان مقادیر مربوط به عوامل برون‌زای مدل را تغییر داد و سپس میزان حساسیت سایر متغیرهای مدل را نسبت به این تغییر مشاهده کرد. لازمه تحلیل حساسیت، شبیه‌سازی مونت کارلو می‌باشد. اجرای این شبیه‌سازی با کمک نسخه پی.ال.ای. پلاس نرم‌افزار ونسیم^۱ امکان‌پذیر می‌باشد. به‌منظور بررسی دقیق‌تر و جامع‌تر عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تاریخی، بر روی تمامی متغیرهای برون‌زا مدل تحلیل حساسیت انجام شده است. آنچه در نمودارهای ۶ الی ۸ مشاهده می‌شود، نتیجه شبیه‌سازی مونت‌کارلو و تحلیل حساسیت برخی از این عوامل می‌باشد که به دلیل زیاد شدن تعداد شکل‌ها، نمودارهای مربوط به سایر متغیرها در مقاله آورده نشده است.

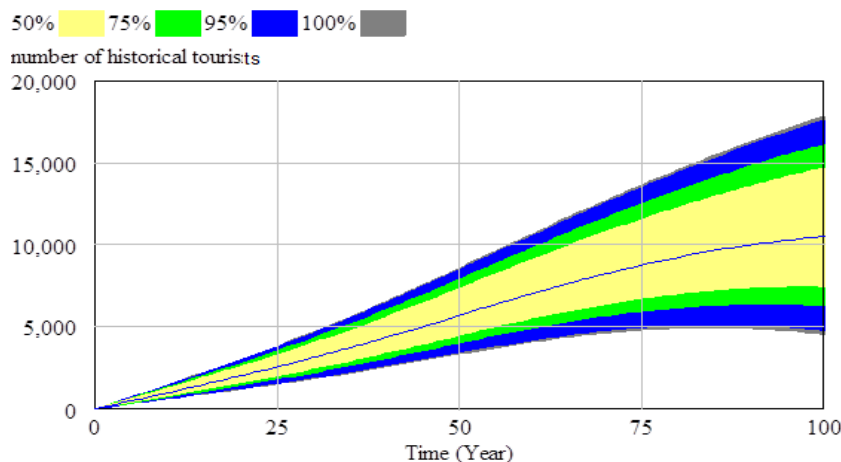


نمودار ۶- حساسیت متغیر تعداد گردشگران تاریخی نسبت به عامل تعداد مراکز درمانی

¹Vensim PLE plus



نمودار ۷- حساسیت متغیر تعداد گردشگران تاریخی نسبت به عامل نیازهای گردشگران



نمودار ۸- حساسیت متغیر تعداد گردشگران تاریخی نسبت به عامل آموزش

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری و سفر بخش مهمی در اقتصاد جهان هستند. نرخ رشد اقتصادی گردشگری سریع‌تر از رشد اقتصاد جهانی بوده است و به نظر می‌رسد که این روند در دهه‌های آینده هم ادامه یابد (OECD، ۲۰۱۰). اصولاً توسعه اقتصادی در هر کشوری نیازمند سرمایه‌گذاری در بخش‌ها و فعالیت‌های مختلف اقتصادی آن کشور است. گردشگری یکی از منابع عمده درآمدزایی و ایجاد اشتغال در جهان به شمار می‌آید به طوری که بسیاری از آن به‌عنوان صنعت اول دنیا یاد می‌کنند (رضوانی،

۱۳۷۴). با توجه به این که موضوع گردشگری با سیستم‌های انسانی سروکار دارد و عواطف و احساسات نقش بسیار مهمی را در تصمیم‌گیری یک گردشگر ایفا می‌کنند، این موضوع یک مسئله پیچیده، پویا و غیر ساختاریافته تلقی می‌شود.

تاکنون بررسی‌های اندکی در حوزه روابط علت و معلولی بین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تاریخی انجام شده است. یکی از مهم‌ترین قابلیت‌های رویکرد پویایی‌های سیستم، توجه به روابط علت و معلولی بین عوامل، قابلیت شبیه‌سازی سیستم و تست سناریوهای مختلف بر روی سیستم می‌باشد. در این پژوهش نیز مدلی پویا از روابط علی بین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تاریخی ارائه شده است. نتایج این پژوهش به سیاست‌گذاران کمک می‌کند تا بتوانند سیاست‌های مختلف خود را برای توسعه صنعت گردشگری تاریخی بر روی این مدل تست کرده و مناسب‌ترین سیاست را انتخاب کنند. همچنین مزیت دیگر این نوع مدل‌سازی، استفاده از تحلیل حساسیت آن می‌باشد و این به معنی حرکت به سمت اثربخشی بیشتر سیاست‌ها می‌باشد. با توجه به نتایج شبیه‌سازی ملاحظه می‌شود که صنعت گردشگری تاریخی از توسعه‌ای که شایسته آن است برخوردار نمی‌باشد. از دلایل این ضعف می‌توان به پایین بودن رضایت گردشگران، فقدان بسترهای اقتصادی مناسب برای سرمایه‌گذاری در ساخت هتل، تبلیغات خارجی منفی در مورد وضعیت سیاسی و امنیتی ایران اشاره کرد. با توجه به رفتار متغیرها و تحلیل حساسیت مدل، به منظور رشد و توسعه گردشگری تاریخی پیشنهاد می‌شود که راهکارهایی دیپلماتیک مانند برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی برای از بین بردن مشکلات تبلیغات منفی خارجی اتخاذ شود؛ امنیت گردشگران به خوبی تأمین شود؛ شبکه حمل‌ونقل گسترش و ارتقا یابد؛ خدمات هتل‌داری بهبود یابد و افراد متخصص و آموزش‌دیده در این حوزه بکار گرفته شوند. این پژوهش نیز با محدودیت‌هایی روبرو بوده است. از آن جمله می‌توان به وجود خبرگان محدود در حوزه گردشگری تاریخی و در دسترس نبودن آمار و اطلاعات دقیق در مورد برخی از عوامل مدل اشاره کرد.

به سایر پژوهشگران نیز پیشنهاد می‌شود مدل‌های مشابهی را برای سایر حوزه‌های گردشگری طراحی کنند تا به بررسی عوامل مثبت و منفی مؤثر به صورت همزمان در قالب یک سیستم نگریسته و تحلیل شود. همچنین می‌توانند مدل ارائه شده را با

میرمحمد اسعدی و سعید سعید اردکانی —ارائه مدلی پویا جهت توسعه گردشگری تاریخی (مورد مطالعه: استان یزد)

تکنیک‌های دیگری از جمله روش‌های نرم توسعه دهند چراکه توسعه گردشگری یک مسئله غیر ساختاریافته بوده و مدل‌های نرم راه حل مناسبی برای چنین مسائلی می‌باشند.

منابع و مأخذ

- ۱- اسلامی دولابی، فیصل، شیخی، محمدتقی. (۱۳۸۶). بررسی جامعه‌شناختی موانع توسعه گردشگری در جزیره قشم. ششمین همایش ملی فرهنگی-گردشگری خلیج فارس
- ۲- افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین، مهدوی، داوود. (۱۳۸۵). راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک. فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۵، صفحه ۱-۳۱.
- ۳- افتخاری، رکن‌الدین، مهدوی، عبدالرضا. (۱۳۹۲). ارائه الگوی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار روستایی مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک. فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۸۳، صفحه ۳۳
- ۴- دادیپور سارانی، ساره، حافظ رضازاده، معصومه. (۱۳۹۰). گردشگری و شهر سوخته زابل. اولین همایش ملی گردشگری، اقتصاد و بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی زابل، آذر ۱۳۹۰
- ۵- رضوانی، علی‌اصغر. (۱۳۷۴). جغرافیا و صنعت توریسم. انتشارات پیام نور، چاپ دوم.
- ۶- سرایی، محمدحسین، شمشیری، مسلم، (۱۳۹۰). بررسی وضعیت گردشگری در شهر شیراز در راستای توسعه پایدار با استفاده از تکنیک SOWT. مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۴، پیاپی ۴۹، شماره ۱، بهار ۱۳۹۲
- ۷- عظیمی، شراره، پرتوی، پروین، شهابیان، پویان. (۱۳۹۰). مدل مفهومی و چارچوب تحلیلی ساختار فضایی- عملکردی باززنده‌سازی بافت‌های تاریخی، با تکیه بر گردشگری شهری (نمونه موردی: محدوده مرکزی تهران). دو فصلنامه دانشگاه هنر، شماره ۸، بهار و تابستان ۹۱
- ۸- فیض، داود، طاهریان، حسین، زارعی، عظیم. (۱۳۹۰). کیفیت خدمات و رضایت مشتریان در صنعت هتلداری (مورد مطالعه: هتل‌های شهر مشهد). فصلنامه علمی- پژوهشی کاهش‌های مدیریت بازرگانی، سال سوم (پاییز و زمستان ۱۳۹۰)، شماره ۶، ص ۱۲۳-۱۴۹.
- ۹- قهرمانی، حسین. (۱۳۷۷). دانشگاه و نقش آن در توسعه صنعت گردشگری. ماهنامه جهانگرد، شماره ۱۳، اسفند ۱۳۷۷.

- ۱۰- کاظمی، مهدی. (۱۳۸۶). مدیریت گردشگری. سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، چاپ اول، تهران.
- ۱۱- مداح، مجید. (۱۳۸۶). صنعت گردشگری و تولید منطقه‌ای با تأکید بر محدودیت‌های استان سمنان. مجموعه مقالات همایش ملی توانمندی‌ها، موانع و راهکارهای توسعه گردشگری استان سمنان، ۲۹ بهمن ۱۳۸۶.
- ۱۲- مشبکی، اصغر، ملک‌اخلاق، اسماعیل. (۱۳۸۲). طراحی الگوی سیاست‌گذاری در بازاریابی صنعت جهانگردی ایران. دوماهنامه علمی و پژوهشی دانشور رفتار، دی ۱۳۸۲، ۱۰(۲): ۶۵-۷۶.
- ۱۳- مطیعی لنگرودی، سیدحسن. (۱۳۹۱). رتبه‌بندی زمینه‌های توسعه گردشگری در نواحی روستایی با استفاده از تاسیس خاکستری (مطالعه موردی: نواحی روستایی شهرستان. پژوهش‌های روستایی، پیاپی ۹، صفحه ۲۵.
- ۱۴- معصومی، مسعود. (۱۳۸۵). ماهیت گردشگری. تهران، پیک کوثر.
- ۱۵- میرطالبی اقدم، سیدمسعود، شکوری، علی. (۱۳۹۱). توسعه گردشگری داخلی و آزادسازی حمل‌ونقل هوایی (مقایسه ایرانبرنامه ریزی و آمایش فضا). مدرس علوم انسانی، پیاپی ۷۳، صفحه ۸۹-۸۹.
- 16-Ayeni, D. A. (2013). "Sustainable Tourism Development: A Viable Option to Boost the Nigerian Economy. International Journal of Education and Research. Vol.1, No. 2. February.
- 17-Chih-Tung, H., Ming-Hung, Y. (2012). System Dynamics Approach To Visitors Long-term Satisfaction with Museum: A Case Study of the National Museum of Natural Science. International Journal of Electronic Business Management, Vol.10, No. 2.
- 18-Evans, T.P., Manire, A., de Castro, F., Brondizio, E. and McCrachen, S. (2001). "A dynamic model of household decision-making and parcel level land cover change in the eastern Amazon. Ecol. Model, No 143, pp95-113.
- 19-Hsieh, Y., Yuan, S. (2010). Using System Dynamics to Analyze Customer Experience Design. International Journal, 1(September), 83-98.
- 20-Loutfi, M., Moscardini, A. O. (2000). Using System Dynamics to Analyze the Economic Impact of Tourism Multipliers. Proceeding of the 18th International conference of the system dynamics society, August 2000, Bergen, Norway (Vol.1989)
- 21-Mason, P. (2003). Tourism impacts, planning and management. UK: Butterworth-Heinemann.
- 22-OECD. (2010). OECD Tourism Trends and Policies 2010. OECD Publishing.
- 23-<http://dx.doi.org/10.1787/tour-2010-en>
- 24-Pakjou, A, Izadi, M, Masoodipour, A, Fazel, M. (2011). Pattern of Travel Medicine Ethics in International Cooperation Program of Military Medicine. Mil Med Journal. Vol: 13, No. 2, pp. 117-123.

- 25-Richards, G. (1996). Cultural Tourism in Europe. Wallingford, CAB International.
- 26-Sharpley, R. (2009). Tourism Development and the Environment: Beyond sustainability, London: Earth scan.
- 27-Shi, T, Gill, R. (2005). Developing effective policies for the sustainable development of ecological agriculture in China: the case study of Jinshan County with a systems dynamics model. Ecological Economics, Vol. 53.
- 28-Thi, D., Tam, M., Navarra, D., Tuladhar, A. M. (2010). Developing an E-Government Based System to Improve Public Sector Performance: A Case Study of Land Registration in Hanoi.
- 29-Voss, C., V.Roth, A., Chase, R. B. (2008). Experience, Service Operations Strategy, and Services as Destinations_ Foundations and Exploratory Investigation. Production and Operation Management, Vol. 17, No. 3, pp. 147-266.
- 30-Wagner, O., Peters, M. R., Schuckert, M. (2009). Internal Branding In Tourism Destinations: Implications for Tourism Policy and Research. International Journal of Tourism Policy, Vol. 2, No. 4.
- 31-Webster Dictionary, 1973.
- 32-Zeithaml, V., Berry, L., Parasuraman, A. (1993). The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service. Journal of the Academy of Marketing Science.