

Future Cultural Studies and Research Perspectives (The Case of Tourism Industry of Qom Province)

Article Type:
Research Article

**Seyed Mohammad Hosein
Emami***

Ph.D. in Cultural Management and
Planning, Science and Research
Branch, Islamic Azad University,
Tehran, Iran.
Email: sh.emami99@gmail.com

Abstract

Tourism is considered one of the drivers of socio-economic development in both developing and developed countries. In this regard, various societies utilize all natural and human capacities to develop tourism opportunities. The present study seeks to provide a perspective for conducting future studies in the field of the tourism industry of Qom Province. This research was conducted using a descriptive-analytical method based on library research and field data obtained from the opinions of experts and elites active in the tourism sector. For this purpose, the research process was based on steps in which a questionnaire was first designed, and indicators were collected using the capacity of elite opinions and library sources. Subsequently, emphasizing the opinions of elites in the MicMac software environment, the drivers of future tourism research topics were identified, and the drivers were ranked. The results showed that researchers in their studies should emphasize the following concepts and topics, respectively: macro policies and strategies of the government and tourism institutions, destination branding and marketing, the host community's culture of hospitality, smart planning, and scenario writing.

Keywords: Cultural Future, Driver, Perspective, Tourism.

Received: August 3, 2026
Revised: August 15, 2026
Accepted: September 1, 2026
Available Online: September 11, 2026

Cite this article: Emami, S. M. H. (2026). Future Cultural Studies and Research Perspectives (Case Study: Tourism Industry of Qom Province). *Strategic Management & Futures Studies*, 9 (1), 1-26. <http://doi.org/10.22034/jsmf.2026.605299.1151>



© The Author(s).

Online ISSN: 2821-0069

چشم انداز مطالعات و پژوهش های آینده فرهنگی (نمونه موردی: صنعت گردشگری استان قم)

چکیده

گردشگری به عنوان یکی از پیشران های توسعه اقتصادی - اجتماعی در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته محسوب می شود. در این زمینه، جوامع مختلف از همه ظرفیت های طبیعی و انسانی در راستای توسعه فرصت های گردشگری استفاده می کنند. پژوهش حاضر به دنبال چشم اندازسازی برای انجام دادن مطالعات آتی در حوزه صنعت گردشگری استان قم است. این پژوهش که با روش توصیفی - تحلیلی و مبتنی بر روش کتابخانه ای و داده های میدانی حاصل از نظر کارشناسان و نخبگان فعال در حوزه گردشگری انجام شد. برای این منظور فرایند پژوهش مبتنی بر گام هایی بوده است که ابتدا پرسشنامه ای طرح و با استفاده از ظرفیت نظرات نخبگان و منابع کتابخانه ای شاخص ها جمع آوری شد و در ادامه، با تأکید بر نظرات نخبگان در محیط نرم افزار میک مک پیشران های موضوعات پژوهش های آتی گردشگری مشخص شده و پیشران ها رتبه بندی شد. نتایج نشان داد پژوهشگران در پژوهش های خود باید به ترتیب، بر مفاهیم و موضوعات زیر تأکید کنند: سیاست ها و راهبردهای کلان دولت و نهادهای گردشگری، برندسازی و بازاریابی مقصد، فرهنگ گردشگری پذیری جامعه میزبان، برنامه ریزی هوشمند و سناریونویسی.

واژگان کلیدی: آینده فرهنگی، پیشران، چشم انداز، گردشگری.

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

سیدمحمدحسین امامی*

دکتری مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

رایانامه: sh.emami99@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۵/۱۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۵/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۶/۱۰

تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۵/۰۶/۲۰

استناد: امامی، سیدمحمدحسین (۱۴۰۵). چشم انداز مطالعات و پژوهش های آینده فرهنگی (نمونه موردی: صنعت گردشگری استان قم).

مدیریت راهبردی و آینده پژوهی، ۹ (۱)، ۲۶-۱. <http://doi.org/10.22034/jsmf.2026.605299.1151>



مقدمه

توسعه پایدار به‌عنوان یکی از مفاهیم بنیادین در متون برنامه‌ریزی معاصر، بر بهره‌برداری متوازن از ظرفیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی تأکید دارد؛ به‌گونه‌ای که نیازهای نسل حاضر تأمین شود، بی‌آنکه توان نسل‌های آینده در پاسخ‌گویی به نیازهای خود تضعیف شود (United Nations, 2022). اهمیت این رویکرد سبب شده است که توسعه پایدار به‌عنوان چارچوبی راهبردی در سطوح مختلف برنامه‌ریزی ملی، منطقه‌ای و محلی مورد توجه قرار گیرد. در این میان، گردشگری به‌عنوان یکی از عرصه‌های کارکردی مهم توسعه پایدار، نقش قابل‌توجهی در پویایی اقتصادی، ارتقای تعاملات اجتماعی و حفاظت از میراث فرهنگی ایفا می‌کند.

صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر به یکی از ارکان اصلی اقتصاد جهانی بدل شده است. گزارش‌های بین‌المللی نشان می‌دهد که این صنعت سهمی معنادار در تولید ناخالص داخلی، اشتغال و جریان‌های سرمایه‌گذاری جهانی دارد و به‌عنوان یکی از پیشران‌های رشد اقتصادی در بسیاری از کشورها شناخته می‌شود (UNWTO, 2023; WTTC, 2022). افزون بر آثار اقتصادی، گردشگری به‌طور فزاینده‌ای در چارچوب گفتمان توسعه پایدار و تاب‌آوری منطقه‌ای تحلیل می‌شود و همین امر، ضرورت بازنگری در رویکردهای پژوهشی و سیاست‌گذاری آن را دوبرابر کرده است (Hall & Gössling, 2021).

گونه‌های مختلف گردشگری، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است؛ به‌ویژه در کشورهایی که از پیشینه تاریخی و مذهبی غنی بهره‌مندند. ایران به‌واسطه وجود اماکن مقدس و کانون‌های مهم زیارتی و نیز تنوع اقلیمی و آب و هوایی و نیز منطقه ژئومورفولوژیک فعال، ظرفیت بالایی در انواعی از گردشگری دارد. با این حال، شواهد پژوهشی نشان می‌دهد که علی‌رغم این توان بالقوه، عملکرد گردشگری کشور از منظر سهم اقتصادی، مدیریت مقصد و رقابت‌پذیری بین‌المللی با محدودیت‌ها و چالش‌های ساختاری مواجه بوده است (Sharpley & Ussi, 2022). این شکاف میان ظرفیت‌ها و دستاوردها، بیان‌کننده ضرورت بازاندیشی در سیاست‌ها و به‌ویژه جهت‌گیری‌های پژوهشی این حوزه است.

استان قم به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری به‌ویژه در حوزه فرهنگی و مذهبی کشور،

نقش محوری در شبکه گردشگری ایران ایفا می‌کند. جایگاه مذهبی، تاریخی و فرهنگی و اقلیمی این استان موجب شده است که سالانه حجم قابل توجهی از زائران و گردشگران داخلی و خارجی به این منطقه وارد شوند. هرچند در سال‌های اخیر اقداماتی در جهت توسعه زیرساخت‌های گردشگری استان صورت گرفته است، اما فاصله معناداری میان وضعیت موجود و استانداردهای منطقه‌ای و جهانی همچنان مشاهده می‌شود (Salehi-Amiri, 2025). این امر نشان می‌دهد که توسعه گردشگری در قم، بیش از آنکه صرفاً به کمبود منابع یا ظرفیت‌ها مرتبط باشد، به فقدان رویکردهای منسجم، آینده‌نگر و مبتنی بر پژوهش‌های هدفمند وابسته است.

با وجود انجام دادن مطالعات متعدد در حوزه گردشگری، بخش شایان توجهی از این پژوهش‌ها ماهیتی پراکنده، مقطعی و مسئله‌محور داشته و کمتر به تدوین یک چارچوب منسجم برای جهت‌دهی به پژوهش‌های آینده پرداخته‌اند. برای نمونه، پژوهش‌های داخلی نظیر محمدی و همکاران (۱۴۰۰) و تیموری و همکاران (۱۴۰۱) به طور عمده، بر تحلیل وضعیت موجود یا ارائه راهبردهای اجرایی متمرکز بوده‌اند. در سطح بین‌المللی نیز مطالعاتی، همچون شارپلی و یوسی (۲۰۲۲) و رسولی‌منش و همکاران (۲۰۲۱) بیشتر به بررسی پایداری مقصد و سناریونویسی برای توسعه آن پرداخته‌اند تا سامان‌دهی به نظام پژوهش. در واقع، آنچه به عنوان خلأ اصلی در ادبیات موجود قابل شناسایی است، نبود چشم‌انداز مشخصی برای مطالعات آتی گردشگری، متناسب با ویژگی‌های فضایی، فرهنگی و عملکردی استان قم است. از این رو، پرداختن به چشم‌انداز مطالعات و پژوهش‌های آینده صنعت گردشگری استان قم می‌تواند گامی اساسی در راستای سامان‌دهی تحقیقات، تعیین اولویت‌های پژوهشی و پشتیبانی علمی از فرایند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری این حوزه باشد. بر این اساس، مقاله حاضر با رویکردی توصیفی-تحلیلی و با تکیه بر منابع کتابخانه‌ای و اسنادی، در پی آن است که ضمن بازخوانی روندهای پژوهشی موجود، چشم‌اندازی نظام‌مند برای مطالعات آینده گردشگری استان قم، با تأکید بر همه انواع گردشگری در ابعاد طبیعی و انسانی، ارائه کند.

از سویی، گردشگری امروزه به عنوان یکی از پیشران‌های مؤثر توسعه اقتصادی و اجتماعی در مقیاس‌های ملی و منطقه‌ای شناخته می‌شود. شواهد پژوهشی نشان می‌دهد که گسترش فعالیت‌های گردشگری می‌تواند نقش معناداری در بهبود شاخص‌هایی همچون اشتغال، افزایش درآمد سرانه،

تنوع بخشی به اقتصاد محلی و ارتقای سطح رفاه اجتماعی ایفا کند (UNWTO, 2023; WTTC, 2022). افزون بر پیامدهای اقتصادی، توسعه گردشگری در بسیاری از مطالعات به عنوان عاملی تأثیرگذار بر تقویت سرمایه اجتماعی، ارتقای همبستگی فرهنگی و کاهش برخی ناهنجاری‌های اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است (Sharpley & Ussi, 2022). با این حال، تحولات شتابان در عرصه‌های جهانی، به ویژه در حوزه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، الگوهای جدیدی از تقاضا، تجربه و مدیریت گردشگری را پدید آورده است. این تحولات سبب شده‌اند که رویکردهای سنتی پژوهش در حوزه گردشگری، که عمدتاً بر توصیف وضعیت موجود یا تحلیل‌های مقطعی متمرکز بوده‌اند، پاسخ‌گوی پیچیدگی‌ها و عدم قطعیت‌های پیش‌روی این صنعت نباشند (Gretzel et al., 2020).

از این منظر، ضرورت بازنگری در جهت‌گیری‌های پژوهشی و حرکت به سوی مطالعات آینده‌نگر، بین‌رشته‌ای و مبتنی بر تحولات فناورانه بیش از پیش احساس می‌شود. اهمیت پرداختن به چشم‌انداز پژوهش‌های آینده در گردشگری زمانی برجسته‌تر می‌شود که توجه شود بخش قابل توجهی از تحقیقات پیشین، اگرچه در قالب بررسی‌های تحلیلی، ارائه راهبرد یا مطالعات آینده‌پژوهی انجام شده‌اند، اما کمتر به تدوین یک چارچوب منسجم برای هدایت پژوهش‌های آتی پرداخته‌اند. در واقع، فقدان نقشه راه پژوهشی روشن موجب پراکندگی مطالعات، تکرار موضوعات و فاصله گرفتن پژوهش‌ها از نیازهای واقعی برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری شده است (Hall & Williams, 2021). بر این اساس، پژوهش حاضر از منظر اهمیت علمی و کاربردی، می‌کوشد با اتخاذ رویکردی متفاوت نسبت به مطالعات پیشین، به ترسیم چشم‌اندازی نظام‌مند برای پژوهش‌های آینده در حوزه گردشگری بپردازد. این رویکرد، ضمن توجه به تحولات جهانی و نقش فناوری‌های نوین، می‌تواند به سامان‌دهی اولویت‌های تحقیقاتی، ارتقای کارآمدی پژوهش‌ها و پشتیبانی علمی از تصمیم‌گیری‌های توسعه‌ای در مقاصد گردشگری، به ویژه در استان قم، کمک کند.

مبانی نظری

در ادامه، مبانی نظری بیان می‌شود.

گردشگری

واژه گردشگری نخستین بار در سال ۱۸۱۱ میلادی در مجله‌ای به نام اسپورتینگ آمده است (تقدیسی و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۲۲). لغت توریسم از کلمه تور tour به معنای گشتن اخذ شده، که در لغت لاتین tours به معنای دورزدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد و چرخش ریشه دارد که از یونان به اسپانیا فرانسه و در نهایت، به انگلیس راه یافته است (Oxford, 1970, 189). امروزه گردشگری با همه اجزاء و گونه‌های مختلف، به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خاص، توانسته خود را در متن گردشگری جهانی جای دهد (محمودی و همکاران، ۱۳۹۴).

گردشگری به عنوان یک پدیده چندبعدی، دربرگیرنده مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و فضایی است که با جابه‌جایی موقت افراد از محل سکونت دائمی خود به مقصدی دیگر شکل می‌گیرد. در تعاریف معاصر، گردشگری صرفاً به جابه‌جایی مکانی محدود نمی‌شود، بلکه تجربه، تعامل فرهنگی و پیامدهای توسعه‌ای آن نیز مورد توجه قرار می‌گیرد (UNWTO, 2023). در این چارچوب، گردشگر فردی تلقی می‌شود که با انگیزه‌هایی نظیر فراغت، زیارت، فرهنگ یا آموزش، برای مدتی محدود در مقصد اقامت می‌کند و در این فرایند، در شبکه‌ای از روابط اقتصادی و اجتماعی وارد می‌شود (Hall & Williams, 2021).

در ادبیات جدید، گردشگری به عنوان یک «صنعت» مورد شناسایی قرار گرفته است؛ صنعتی که به دلیل پیوند گسترده با بخش‌های مختلف اقتصاد و جامعه، نقشی کلیدی در توسعه پایدار مناطق ایفا می‌کند. این رویکرد، نگاه بخشی و محدود به گردشگری را کنار گذاشته و آن را به مثابه یک نظام پیچیده و پویا تحلیل می‌کند که نیازمند برنامه‌ریزی مبتنی بر دانش و پژوهش است (Gössling et al., 2021).

آینده‌پژوهی

در رویکردهای سنتی برنامه‌ریزی، برنامه‌ریز ابتدا با طرح این سؤال که در آینده درازمدت چه روی خواهد داد؟ پیش‌بینی لازم را انجام می‌دهد آنگاه پیش‌بینی‌ها را مبنای تصمیم‌گیری و اتخاذ سیاست قرار می‌دهد و در نهایت، اقدام می‌کند (Foren, 2001, 52). آینده‌پژوهی در برگیرنده مجموعه تلاش‌هایی است که با استفاده از تجزیه و تحلیل منابع الگوها و عوام تغییر و یا ثبات، به تجسم

آینده‌های بالقوه و برنامه‌ریزی برای آن‌ها می‌پردازد (Lampet et al., 2018, 55). به اعتقاد کاتس آینده‌نگری فرایند کلی شناخت و ارزیابی اطلاعات حاصل از نگریستن به جلو است (Coates, 1985, 30).

آینده‌پژوهی به‌عنوان یکی از رویکردهای نوین در برنامه‌ریزی، بر شناسایی روندها، پیشران‌ها، عدم قطعیت‌ها و سناریوهای محتمل آینده تمرکز دارد. برخلاف رویکردهای سنتی که آینده را امتداد خطی گذشته تلقی می‌کنند، آینده‌پژوهی بر وجود آینده‌های متکثر و قابل شکل‌دهی تأکید دارد (Inayatullah, 2020). در این چارچوب، آینده نه امری از پیش تعیین‌شده، بلکه نتیجه کنش‌های آگاهانه بازیگران در زمان حال تلقی می‌شود.

مطالعات آینده‌پژوهی با بهره‌گیری از روش‌هایی نظیر سناریونویسی، تحلیل روند، دلفی و تحلیل پیشران‌ها، امکان تصمیم‌گیری هوشمندانه‌تر در شرایط عدم قطعیت را فراهم می‌کنند و به سیاست‌گذاران کمک می‌نمایند تا پیامدهای بلندمدت تصمیم‌های خود را بهتر درک کنند (Postma et al., 2022).

آینده‌پژوهی در گردشگری

اندیشیدن درباره آینده برای کارها و اقدامات کنونی انسان ضروری است. واکنش بدون اندیشیدن به آینده امکان‌پذیر است، اما کنش امکان‌پذیر نیست؛ چراکه عمل نیاز به پیش‌بینی دارد، بدین ترتیب، تصویرهای آینده آرمان‌ها اهداف، مقاصد، امیدها نگرانی‌ها و آرزوها پیشران‌های اقدامات فعلی هستند؛ بنابراین، آینده امری است که مردم می‌توانند آن را با اقدامات هدفمند خود طراحی کرده و شکل دهند. مردم برای آنکه خردمندانه عمل کنند، باید نسبت به پیامدهای اقدامات خود و دیگران آگاهی و شناخت کافی داشته باشند. همچنین، واکنش‌های دیگران و نیروهایی را که خارج از کنترل آن‌هاست بررسی کنند. این پیامدها تنها در آینده خود را نشان می‌دهد. بدین ترتیب، افراد نه تنها می‌کوشند امور در حال رخ‌دادن را بفهمند، بلکه می‌کوشند اموری را که شاید رخ دهد، یا بالقوه امکان رخ‌دادن دارد یا در شرایط خاصی در آینده اتفاق خواهد افتاد نیز بشناسند. این مسئله در بهبود صنعت گردشگری نقش پررنگی را بازی می‌کند. براساس بیان حسینی و مظفری (۱۳۹۵) با ورود به هزاره جدید صنعت گردشگری نیز عصری نوین را آغاز کرده است و با وجود مشکلات متعددی

که در پیش دارد انتظار است که در سیستم اقتصادی جهانی بر اهمیت آن افزوده شود؛ بنابراین، سیاست‌گذاران باید پیوسته به مسائل اصولی و زیربنایی در خصوص رشد، جهت و آثار این صنعت در آینده توجه کنند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۶). اهمیت بحث آینده‌پژوهی و آینده‌نگاری در صنعت گردشگری باعث شده است از برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو به منزله ستون فقرات گردشگری یاد کنند. (Postma, 2005).

کاربرد آینده‌پژوهی در گردشگری، به‌ویژه از اوایل قرن بیست‌ویکم، به‌طور چشمگیری افزایش یافته است. ماهیت پویا، حساس و متأثر از تحولات جهانی صنعت گردشگری موجب شده است که برنامه‌ریزی آینده‌نگر به‌عنوان یکی از ارکان اساسی مدیریت مقاصد گردشگری شناخته شود (Gretzel et al., 2020).

پژوهش‌ها نشان می‌دهد سناریونویسی و تحلیل آینده می‌تواند به شناسایی مسیرهای محتمل توسعه گردشگری، مدیریت فشار بر زیرساخت‌ها و ارتقای کیفیت تجربه گردشگران کمک کند (Rasoolimanesh et al., 2021). از این رو، آینده‌پژوهی نه‌تنها به‌عنوان یک ابزار برنامه‌ریزی، بلکه به‌مثابه یک چارچوب نظری برای جهت‌دهی به پژوهش‌های گردشگری مطرح می‌شود.

پیشینه پژوهش

در سطح بین‌المللی، پژوهش‌های حوزه گردشگری در دهه اخیر به‌طور فزاینده‌ای از رویکردهای توصیفی و بخشی، به سمت تحلیل‌های کل‌نگر، آینده‌نگر و بین‌رشته‌ای سوق یافته‌اند. بخش قابل‌توجهی از این مطالعات بر پیوند میان گردشگری و توسعه پایدار، تاب‌آوری مقصد و نقش نوآوری در مدیریت گردشگری تمرکز داشته‌اند. هال و همکاران (۲۰۲۱) تأکید می‌کنند که تحولات جهانی نظیر دیجیتالی‌شدن، تغییر الگوهای تقاضا و افزایش عدم قطعیت‌ها، ضرورت بازتعریف اولویت‌های پژوهشی در گردشگری را برجسته ساخته است. در همین راستا، گرنزل^۱ و همکاران (۲۰۲۰) با معرفی مفهوم «گردشگری هوشمند» نشان می‌دهند که پژوهش‌های آینده گردشگری ناگزیر باید فناوری‌های اطلاعاتی، داده‌محوری و تجربه‌محوری گردشگران را در کانون توجه قرار دهند.

1. Gretzel

با این حال، تحولات اخیر در متون علمی جهانی، افق‌های تازه‌ای را پیش روی پژوهش‌های آینده‌نگر گشوده است. مک‌ماهن-بیتی و یومن^۲ (۲۰۲۵) با تأکید بر فضای سرشار از نوسان، عدم قطعیت، پیچیدگی و ابهام در صنعت گردشگری، معتقدند مسیر کنونی پژوهش‌های گردشگری ناپایدار است و باید نقاط عطف تاریخی در توسعه مطالعات آینده‌پژوهی، از جمله تأثیر همه‌گیری کووید-۱۹ و شتاب‌گیری هوش مصنوعی، بازتعریف شوند. در همین چارچوب، اخوی^۳ (۲۰۲۶) با ارائه چارچوبی میان‌رشته‌ای برای آینده‌نگاری راهبردی صنعت گردشگری، سه محور اصلی «فناوری و نوآوری»، «پایداری و تاب‌آوری» و «فرهنگ و مدیریت» را به‌عنوان پیشران‌های اصلی شکل‌دهنده آینده این صنعت شناسایی کرده و بر ضرورت برنامه‌ریزی سناریومحور برای مواجهه با آینده‌های محتمل تأکید می‌کند. از سوی دیگر، مرور کتاب‌سنجی یوسف^۴ و همکاران (۲۰۲۵) نشان داد ادبیات گردشگری به‌سرعت در حال حرکت به سمت موضوعات نوظهوری همچون، هوش مصنوعی، پایداری و تجربه‌های دیجیتال است و ترسیم دستور کار پژوهشی برای آینده، ضرورتی انکارناپذیر یافته است.

در حوزه گردشگری به‌طور خاص، مطالعات خارجی عمدتاً بر پیامدهای اجتماعی-فرهنگی، مدیریت مقصد و پایداری این نوع گردشگری متمرکز بوده‌اند. شاریلی و یوسی (۲۰۲۲) در بررسی مقاصد گردشگری مختلف نشان می‌دهند که نبود رویکردهای آینده‌نگر در پژوهش و سیاست‌گذاری، به تشدید فشار بر زیرساخت‌ها و کاهش کیفیت تجربه گردشگران منجر می‌شود. همچنین، برخی پژوهش‌ها با تأکید بر برنامه‌ریزی راهبردی و سناریونویسی، تلاش کرده‌اند مسیرهای احتمالی توسعه گردشگری را در مواجهه با تحولات جهانی ترسیم کنند (Rasoolimanesh et al., 2021). با این حال، حتی در این مطالعات نیز تمرکز اصلی بر «توسعه مقصد» بوده و کمتر به سامان‌دهی نظام‌مند پژوهش‌های آینده پرداخته شده است. بررسی نظام‌مند روتلا^۵ و همکاران (۲۰۲۶) نیز نشان می‌دهد که ادبیات گردشگری مذهبی در دوره پس از همه‌گیری، شاهد چرخشی پارادایمی به سمت مفاهیمی همچون زیارت مجازی، راهبردهای تاب‌آوری و یکپارچه‌سازی فناوری‌های دیجیتال بوده است؛ اما

1. McMahon-Beattie & Yeoman

2. Yeoman

3. Yousaf

4. Rautela

این مطالعات نیز عمدتاً بر تحلیل روندهای موجود متمرکز بوده و به تدوین چشم‌انداز پژوهشی برای آینده نپرداخته‌اند.

در ادبیات پژوهشی ایران، گردشگری یکی از پرمطالعه‌ترین حوزه‌های پژوهش به شمار می‌آید. بخش عمده‌ای از تحقیقات داخلی به شناسایی ظرفیت‌ها، تحلیل آثار اقتصادی و اجتماعی، ارزیابی رضایت گردشگران و ارائه راهبردهای توسعه گردشگری اختصاص یافته است. برای نمونه، پژوهش‌هایی با رویکرد تحلیل راهبردی SWOT، AHP و ANP تلاش کرده‌اند راهکارهایی برای بهبود مدیریت گردشگری در شهرهای کشور ارائه دهند (محمدی و همکاران، ۱۴۰۰). همچنین برخی مطالعات با بهره‌گیری از رویکرد آینده‌پژوهی و سناریونویسی، به بررسی آینده گردشگری در مقیاس ملی یا شهری پرداخته‌اند (تیموری و همکاران، ۱۴۰۱). با وجود این، مرور انتقادی پژوهش‌های داخلی نشان می‌دهد که اغلب مطالعات، ماهیتی مسئله‌محور و مقطعی داشته و بیشتر در پی پاسخ به پرسش «چه باید کرد؟» بوده‌اند تا «چه پژوهش‌هایی باید انجام شود؟». به بیان دیگر، تمرکز اصلی بر خروجی‌های برنامه‌ریزی و مدیریتی بوده و کمتر به ورودی دانشی نظام پژوهش گردشگری توجه شده است. این در حالی است که فقدان یک چشم‌انداز پژوهشی منسجم، موجب پراکندگی موضوعات تحقیق، تکرار مطالعات مشابه و گسست میان پژوهش و سیاست‌گذاری در حوزه گردشگری شده است (Hall & Williams, 2021).

در خصوص استان قم، اگرچه مطالعات متعددی در زمینه گردشگری مذهبی، زائرپذیری، زیرساخت‌ها و پیامدهای اقتصادی-اجتماعی گردشگری انجام شده است، اما اغلب این پژوهش‌ها ناظر بر وضعیت موجود بوده و کمتر به آینده مطالعات گردشگری یا تعیین اولویت‌های پژوهشی متناسب با ویژگی‌های خاص این استان پرداخته‌اند. به عبارت دیگر، قم بیشتر به عنوان «موضوع پژوهش» دیده شده است تا «زمینه‌ای برای بازاندیشی در جهت‌گیری پژوهش‌های گردشگری». به‌طور مشخص، فراهانی‌فرد و همکاران (۱۴۰۴) در پژوهشی با استفاده از روش‌های دلفی فازی و مارکوس، به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر گردشگری زیارت در شهر قم پرداخته و عواملی همچون تولید محصولات متناسب با الگوی ایرانی-اسلامی و گسترش خدمات طب اسلامی و سنتی را در اولویت قرار داده‌اند. این مطالعه نیز هرچند گامی ارزشمند در شناخت وضعیت موجود و

اولویت‌های اجرایی است، اما همچنان در پارادایم «برنامه‌ریزی برای توسعه» باقی مانده و به «برنامه‌ریزی برای پژوهش» ورود نکرده است.

جمع‌بندی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که اگرچه ادبیات غنی و متنوعی در زمینه گردشگری در سطح داخلی و خارجی وجود دارد و در سال‌های اخیر نیز مطالعات آینده‌نگر و کتاب‌سنجی متعددی برای ترسیم دستورکار پژوهشی انجام شده است، اما خلأ آشکاری در حوزه چشم‌اندازسازی برای مطالعات و پژوهش‌های آینده در سطح یک مقصد مشخص مشاهده می‌شود. بیشتر پژوهش‌ها یا بر تحلیل وضعیت موجود متمرکز بوده‌اند، یا به ارائه راهبردهای اجرایی پرداخته‌اند، و یا در سطح کلان ملی و بین‌المللی به ترسیم روندها بسنده کرده‌اند؛ اما کمتر به این پرسش بنیادین پاسخ داده‌اند که «پژوهش‌های آینده گردشگری در یک مقصد خاص مانند استان قم باید در چه مسیرهایی، با چه رویکردها و با چه اولویت‌هایی هدایت شوند.»

نوآوری اصلی پژوهش حاضر در آن است که به جای تمرکز صرف بر توسعه گردشگری، بر توسعه دانش و جهت‌دهی به نظام پژوهشی گردشگری تأکید دارد. این مطالعه با تغییر سطح تحلیل از «برنامه‌ریزی مقصد» به «برنامه‌ریزی پژوهش»، می‌کوشد چارچوبی آینده‌نگر برای سامان‌دهی مطالعات گردشگری در استان قم ارائه دهد. توجه هم‌زمان به تحولات جهانی (به‌ویژه پیشران‌های فناورانه و زیست‌محیطی)، ویژگی‌های فرهنگی-فضایی قم و نیازهای واقعی سیاست‌گذاری، از دیگر جنبه‌های نوآورانه این پژوهش محسوب می‌شود که آن را از مطالعات پیشین متمایز می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با هدف تبیین و ترسیم چشم‌اندازی برای مطالعات و پژوهش‌های آتی در حوزه گردشگری در سطح استان قم انجام شده است. با توجه به ماهیت موضوع و اهداف پژوهش، این مطالعه از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-تحلیلی با رویکرد آینده‌پژوهانه است. انتخاب رویکرد آینده‌پژوهانه از آن روست که موضوع مورد بررسی، نه یک وضعیت موجود، بلکه «جهت‌گیری پژوهش‌های آینده» است و بنابراین نیازمند روش‌هایی است که بتوانند عدم قطعیت‌ها، پیشران‌ها و سناریوهای محتمل را شناسایی و ساختاربندی کنند. برای دستیابی به این

هدف، فرایند انجام پژوهش در چهار گام اساسی طراحی و اجرا شده است که در ادامه، منطق روش‌شناختی هر گام تشریح می‌شود.

گام نخست: مرور نظام‌مند پیشینه و استخراج شکاف‌های پژوهشی

در گام نخست، با بهره‌گیری از روش مطالعات کتابخانه‌ای و مرور نظام‌مند پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی، مهم‌ترین رویکردها، محورهای مطالعاتی و خلأهای پژوهشی موجود در حوزه گردشگری شناسایی شد. چرایی انتخاب این روش از آنجا که هدف پژوهش، ترسیم چشم‌انداز برای مطالعات آینده است، نخست باید تصویری دقیق از «وضعیت کنونی دانش» و «شکاف‌های موجود» به دست آید. مرور نظام‌مند به‌جای مرور سنتی، با ارائه معیارهای شفاف برای انتخاب و تحلیل منابع، امکان شناسایی نظام‌مند شکاف‌ها را فراهم می‌کند و از پراکندگی و سوگیری در انتخاب مطالعات جلوگیری می‌نماید. این مرحله زمینه‌ساز استخراج شکاف‌های مطالعاتی و ضرورت تغییر رویکرد در پژوهش‌های آینده این حوزه بود.

گام دوم: شناسایی مؤلفه‌های کلیدی با پنل خبرگان

در گام دوم، به‌منظور شناسایی مؤلفه‌ها و متغیرهای کلیدی مؤثر بر مطالعات آتی گردشگری، از نظرات تعداد ۲۰ نفر از نخبگان، صاحب‌نظران دانشگاهی و متخصصان حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی فضایی با روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد. داده‌های این بخش از طریق پرسشنامه نخبگانی گردآوری و پس از پالایش، فهرستی از مؤلفه‌های اساسی استخراج گردید. چرایی انتخاب این روش در مطالعات آینده‌پژوهی، به‌ویژه در حوزه‌هایی که با عدم قطعیت و پیچیدگی روبه‌رو هستند، اتکا به داده‌های صرفاً کمی کافی نیست و لازم است از دانش ضمنی و تجربه خبرگان بهره گرفته شود. نمونه‌گیری گلوله برفی نیز از آن رو انتخاب شد که شناسایی خبرگان واقعی در حوزه تخصصی «آینده‌پژوهی گردشگری» نیازمند ارجاع زنجیره‌ای از سوی خود خبرگان است و این روش امکان دسترسی به شبکه‌ای از متخصصان مرتبط را فراهم می‌آورد. حجم ۲۰ نفر نیز با توجه به اشباع نظری در مراحل بعدی و رویه‌های رایج در مطالعات دلفی و پنل خبرگان، کافی تشخیص داده شد.

گام سوم: تحلیل ساختاری با مدل میک‌مک

در گام سوم، به‌منظور تحلیل روابط متقابل میان مؤلفه‌ها و شناسایی پیشران‌های کلیدی پژوهش‌های آینده در حوزه گردشگری، از مدل تحلیل ساختاری میک‌مک استفاده شد. این مدل با بررسی میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرها، امکان شناسایی عوامل کلیدی، پیشران‌ها و متغیرهای راهبردی را فراهم می‌کند. چرایی انتخاب این روش: مؤلفه‌های شناسایی شده در گام دوم، ماهیتی چندبعدی و وابسته به هم دارند و نمی‌توان آن‌ها را به‌صورت خطی و جدا از یکدیگر تحلیل کرد. میک‌مک با ترسیم ماتریس اثرات متقابل، امکان شناسایی متغیرهایی را فراهم می‌کند که هم‌زمان «تأثیرگذار» و «کلیدی» هستند و بنابراین باید در کانون توجه پژوهش‌های آینده قرار گیرند. این مدل یکی از ابزارهای معتبر در مطالعات آینده‌پژوهی است و به‌طور گسترده در تحلیل ساختاری مسائل پیچیده به کار گرفته می‌شود.

گام چهارم: سناریونویسی با نرم‌افزار سناریوویزارد و ارائه راهبردها

در نهایت، بر اساس نتایج حاصل از تحلیل میک‌مک، پیشران‌های اصلی پژوهش‌های آتی شناسایی و راهبردها و جهت‌گیری‌های کلان پیشنهادی برای هدایت مطالعات آینده در حوزه گردشگری استان قم ارائه شده است. چرایی انتخاب این روش: تحلیل میک‌مک، تصویری از «ساختار روابط» به دست می‌دهد، اما برای ترسیم «آینده‌های محتمل» و ارائه سناریوهای بدیل، نیاز به ابزاری است که بتواند ترکیب‌های مختلف پیشران‌ها را ارزیابی کند. نرم‌افزار سناریوویزارد با امکان امتیازدهی زوجی به پیشران‌ها و محاسبه سازگاری سناریوها، این امکان را فراهم می‌آورد که سناریوهای سازگار و محتمل شناسایی شوند. این گام، پل ارتباطی میان تحلیل ساختاری و ارائه توصیه‌های سیاستی برای هدایت پژوهش‌های آینده است.

معرفی شاخص‌ها و متغیرهای پژوهش

پس از بررسی منابع و رفرنس‌های موجود در زمینه گردشگری ابعاد و شاخص‌های اولیه که در قالب جدول ۱ عنوان شده است برای ورود به تحلیل میک‌مک تهیه شده است:

جدول ۱. شاخص‌ها و مؤلفه‌های پژوهش

ردیف	بعد / دسته شاخص	شاخص‌ها / مؤلفه‌های کلیدی	توضیح کاربردی
۱	اقتصادی - بازاری	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در گردشگری - توان اقتصادی جامعه میزبان - توسعه زیرساخت‌های اقامتی و خدماتی - جریان درآمدی ناشی از گردشگری - رقابت‌پذیری مقصد	شاخص‌هایی که وضعیت اقتصادی و توان بازار گردشگری را نمایش می‌دهند و در مطالعات آینده به‌عنوان عوامل پیشران در توسعه پایدار مطرح شده‌اند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که همکاری با بخش خصوصی و جذب سرمایه‌گذاری، نقش کلیدی در توسعه زیرساخت‌ها و ارتقای رقابت‌پذیری مقصد دارد (Amini et al., 2024; OECD, 2008).
۲	اجتماعی - فرهنگی	فرهنگ گردشگرپذیری جامعه میزبان - سطح آگاهی و رفتار فرهنگی گردشگران - مشارکت اجتماعی گروه‌های محلی - کیفیت تجربه سفر - حفظ و ترویج میراث فرهنگی	این دسته شاخص‌ها در پژوهش‌های آینده‌پژوهی گردشگری نشان‌گر نقش فرهنگ و تعاملات اجتماعی در شکل‌گیری روندها و سناریوهای آینده هستند. مطالعات نشان می‌دهد که نگرش جامعه میزبان و مشارکت محلی، عاملی تعیین‌کننده در پایداری فرهنگی و کیفیت تجربه گردشگران است (Amini et al., 2024; Tafadzwa et al., 2026).
۳	نهادی - مدیریتی	سیاست‌ها و راهبردهای کلان دولت و نهادهای گردشگری - مدیریت یکپارچه مقصد و هماهنگی میان بخشی - برنامه‌ریزی هوشمند و سناریونویسی - برندسازی و بازاریابی مقصد - آمادگی و تخصص نیروی انسانی	این مؤلفه‌ها در بسیاری از پژوهش‌های آینده‌پژوهی گردشگری به‌عنوان عوامل تعیین‌کننده ساختار نظام پژوهشی و توسعه مقصد شناسایی شده‌اند. حکمرانی مقصد و مدیریت یکپارچه، شرط لازم برای پایداری گردشگری و هماهنگی بین ذی‌نفعان است (Abizadeh, 2024; Mizumori, 2026).
۴	فناوری - اطلاعاتی	فناوری‌های دیجیتال در تجربه گردشگری - سیستم‌های مدیریت اطلاعات گردشگری - نوآوری در ابزارهای خدمات گردشگری - تحلیل داده‌های بزرگ و روندها - پلتفرم‌های مشارکتی آنلاین - کاربردهای هوش مصنوعی در صنعت گردشگری	مؤلفه فناوری به‌ویژه در مطالعات گردشگری آینده‌نگر بر نقش تحول دیجیتال در مسیر توسعه تأکید دارد. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهند که هوش مصنوعی و تحلیل داده‌های بزرگ، در حال بازتعریف تجربه گردشگر و تصمیم‌گیری مدیران مقصد هستند (Gajdošik, 2026; Al-Hinai et al., 2026).
۵	محیطی - زیرساختی	توسعه و نگهداری زیرساخت‌های حمل‌ونقل - دسترسی‌های جغرافیایی مقصد - ظرفیت‌های زیربنایی برای خدمات گردشگران - پایداری محیطی و مدیریت منابع	این گروه شاخص‌ها بازتاب‌دهنده نقش محیط و زیرساخت‌ها در شکل‌دهی به آینده گردشگری هستند و در تحلیل‌های ساختاری MICMAC معمولاً در نقش متغیرهای مؤثر بررسی می‌شوند. زیرساخت‌های کارآمد و مدیریت پایدار منابع، از پیش‌شرط‌های اساسی رقابت‌پذیری و تاب‌آوری مقصد شناخته می‌شوند (Interreg Europe, 2025; Rahmani et al., 2024).

منبع، یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

محدوده مورد مطالعه

استان قم یکی از استان‌های ایران است که در مرکز ایران و در جنوب استان تهران، شمال استان اصفهان، شرق استان مرکزی و غرب استان سمنان واقع شده است. مرکز این استان، کلانشهر قم هشتمین شهر پرجمعیت ایران است.

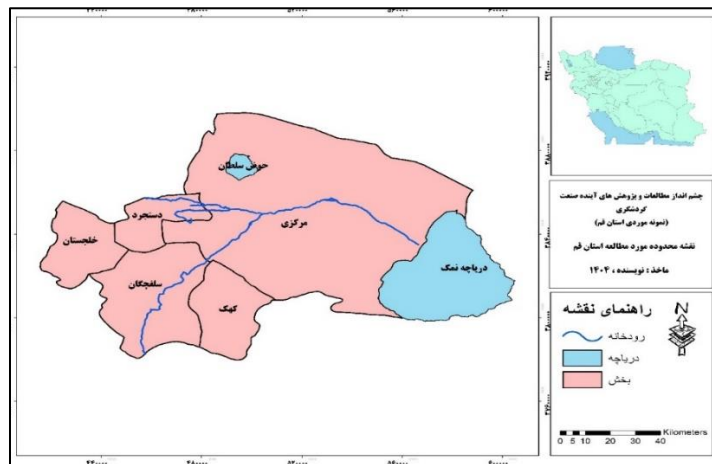
استان قم ۱۱۲۴۰ کیلومتر مربع وسعت دارد. این استان میان ۵۱ و ۳۰ درجه طول شرقی نسبت به نصف‌النهار گرینویچ و ۳۵ ۱۵ و ۱۵ ۲۴ درجه عرض شمالی نسبت به خط استوا قرار گرفته است. استان قم به‌طور متوسط ۹۳۰ متر از سطح دریا ارتفاع دارد که در پست‌ترین نقطه حاشیه کویر ۸۰۰ متر و در بلندترین نقطه به قله برف انبار با ارتفاع ۳۲۰۰ متر می‌رسد.

براساس نتایج سرشماری رسمی، جمعیت استان قم در سال ۱۳۹۰ برابر با حدود ۱،۱۵۱،۶۷۲ نفر بوده است و در سال ۱۳۹۵ به ۱،۲۹۲،۲۸۳ نفر افزایش یافته است.

برآوردهای جدیدتر نشان می‌دهد جمعیت استان تا سال ۱۴۰۴ به حدود ۱،۴۲۳،۴۸۳ نفر رسیده است که معادل رشد شایان توجه در دهه گذشته است. براساس داده‌های جمعیتی رسمی، استان قم در دوره ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ رشد جمعیت بالایی تجربه کرده است که بخش زیادی از آن ناشی از مهاجرت مثبت به این استان بوده است؛ به‌طوری که در این دوره بیش از ۷۷ هزار نفر مهاجرت خالص به قم ثبت شده است. با توجه به افزایش جمعیت تا ۱۴۰۴ نسبت به ۱۳۹۵، می‌توان رشد جمعیت قم را در هر دو دوره «۱۳۹۵-۱۳۹۰»، «۱۴۰۰-۱۳۹۵» و «۱۴۰۴-۱۴۰۰» به‌طور پیوسته افزایشی دانست.

در جمعیت استان قم در سال ۱۴۰۴، گروه‌های سنی زیر ۱۵ سال حدود ۲۴/۵ درصد، گروه‌های ۱۵-۲۹ سال حدود ۲۰/۸ درصد و گروه‌های ۳۰-۶۴ سال حدود ۴۸/۴ درصد بوده‌اند، که نشان‌دهنده جمعیت نسبتاً جوان و میانسال در استان است.

تا سال ۱۴۰۴، استان قم دارای حدود ۴۴۴ هزار خانوار شهری و ۱۸ هزار خانوار روستایی بوده است که نشان‌دهنده تمرکز جمعیت در مناطق شهری است.



شکل ۱. محدوده مورد مطالعه استان قم

یافته‌های پژوهش

پس از مشخص شدن شاخص‌ها و مؤلفه‌های پژوهش در زمینه چشم‌اندازسازی پژوهش‌ها در زمینه گردشگری در گام بعد با استفاده از نظرات خبرگان و کارشناسان امر، تعداد ۲۵ شاخص در ۵ بعد اقتصادی، اجتماعی، محیطی، فناوری و مدیریتی مشخص شده است و وارد محیط نرم افزاری میک مک شده است. در ادامه از کارشناسان امر درخواست شده است شاخص‌های منتخب در قالب پرسشنامه‌ای مقایسه کنند. مقایسه یادشده، در بازه بین اعداد ۰ تا ۳ بوده است اینکه اثرات فوق‌العاده با نماد p مشخص شده است. در این زمینه مقایسه شاخص‌ها به صورت تأثیر سطر بر ستون است که باید به آن توجه داشت. جزئیات این مقایسه زوجی در قالب جدول ۳ آمده است:

جدول ۳. جزئیات مقایسه زوجی شاخص‌ها

مفهوم	بدون تأثیر	ضعیف	تأثیر متوسط	تأثیر قوی	تأثیر بالقوه
مقدار	۰	۱	۲	۳	P

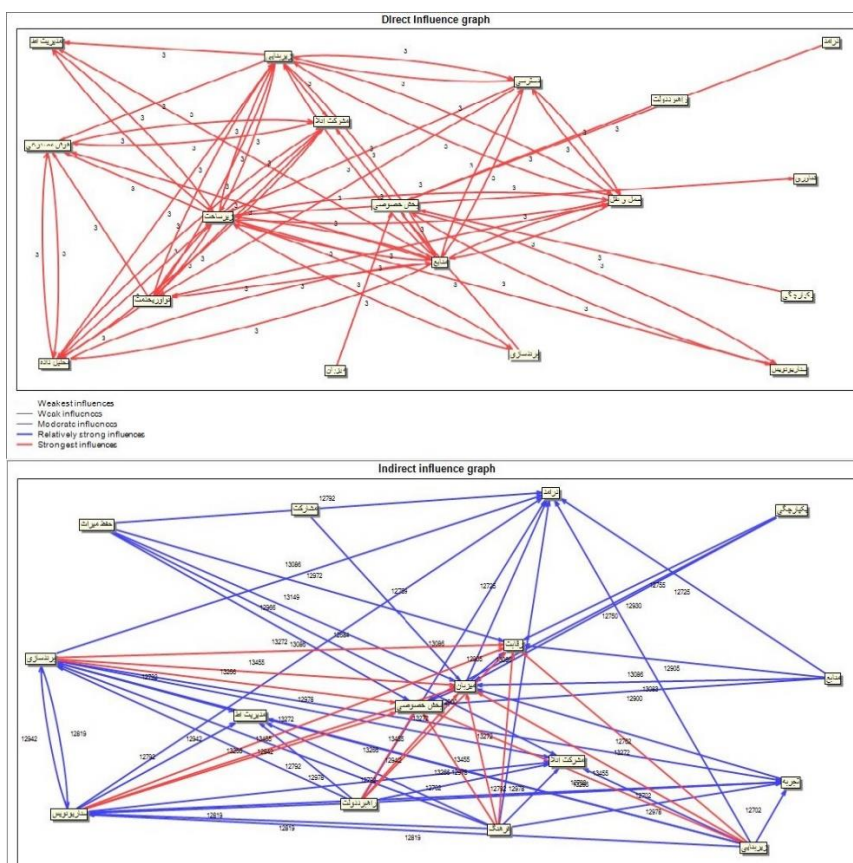
پس از انجام مقایسه شاخص‌ها میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری شاخص‌های منتخب در ماتریس MDI (ماتریس تأثیرات مستقیم) و ماتریس MII (ماتریس تأثیرات غیر مستقیم) به دست آمده است که نتایج این بخش در قالب جدول ۴ بیان شده است.

جدول ۴. تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم شاخص‌های منتخب

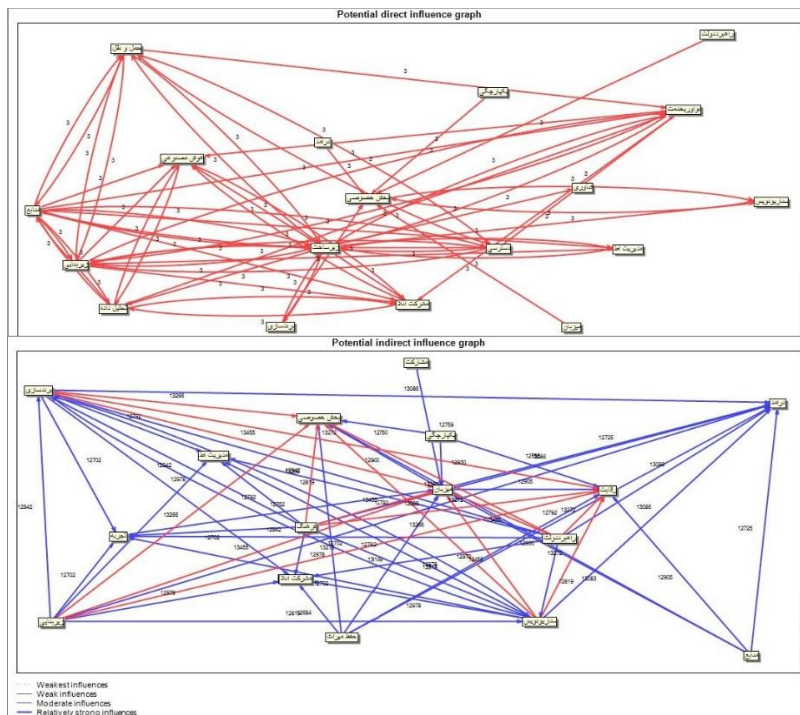
کد	مؤلفه‌ها	تأثیر مستقیم شاخص‌ها		اثر غیر مستقیم شاخص‌ها	
		میزان اثرگذاری	میزان اثرپذیری	میزان اثرگذاری	میزان اثرپذیری
۱	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در گردشگری	۶۰	۷۱	۲۵۷۶۳۷	۳۰۲۷۳۳
۲	توان اقتصادی جامعه میزبان	۷۰	۷۲	۲۹۸۵۷۴	۳۰۷۰۵۹
۳	توسعه زیرساخت‌های اقامتی و خدماتی	۶۶	۶۶	۲۸۲۵۸۶	۲۸۱۸۱۷
۴	جریان درآمدی ناشی از گردشگری	۶۵	۷۰	۲۷۲۷۵۳	۲۹۸۵۹۴
۵	رقابت‌پذیری مقصد	۶۷	۷۱	۲۸۶۳۳۱	۳۰۲۸۵۸
۶	فرهنگ گردشگرپذیری جامعه میزبان	۷۲	۶۵	۳۰۷۰۵۹	۲۷۸۹۶۶
۷	سطح آگاهی و رفتار فرهنگی گردشگران	۶۴	۵۹	۲۷۳۷۲۴	۲۵۳۶۴۹
۸	مشارکت اجتماعی گروه‌های محلی	۶۸	۶۵	۲۹۱۰۴۸	۲۷۸۱۰۱
۹	کیفیت تجربه گردشگری	۶۸	۶۸	۲۹۱۰۸۷	۲۸۹۸۶۸
۱۰	حفظ و ترویج میراث گردشگری	۷۰	۶۶	۲۹۹۹۳۷	۲۸۲۳۹۰
۱۱	سیاست‌ها و راهبردهای کلان دولت و نهادهای گردشگری	۷۲	۵۱	۳۰۷۰۵۹	۲۱۹۷۱۱
۱۲	مدیریت یکپارچه مقصد و هماهنگی میان بخشی	۶۹	۶۶	۲۹۵۰۱۳	۲۸۲۱۸۴
۱۳	برنامه‌ریزی هوشمند و سناریونویسی	۷۲	۶۸	۳۰۷۰۵۹	۲۹۲۲۶۵
۱۴	برندسازی و بازاریابی مقصد	۷۲	۶۹	۳۰۷۰۵۹	۲۹۵۲۱۴
۱۵	آمادگی و تخصص نیروی انسانی	۵۷	۶۷	۲۴۵۲۷۶	۲۸۷۳۹۶
۱۶	فناوری‌های دیجیتال در تجربه گردشگری	۶۳	۶۷	۲۶۹۳۹۵	۲۸۷۴۸۳
۱۷	سیستم‌های مدیریت اطلاعات گردشگری	۶۳	۶۸	۲۶۶۵۳۳	۲۹۱۷۳۹
۱۸	نوآوری در ابزارهای خدمات گردشگری	۶۱	۶۵	۲۶۶۱۷۴	۲۷۸۰۴۷
۱۹	تحلیل داده‌های بزرگ و روندها	۶۴	۶۶	۲۷۵۳۶۲	۲۸۳۳۱۲
۲۰	پلتفرم‌های مشارکتی آنلاین	۶۰	۶۹	۲۵۴۰۷۵	۲۹۵۹۷۳
۲۱	کاربردهای هوش مصنوعی در صنعت گردشگری	۵۶	۶۳	۲۴۳۶۷۱	۲۷۰۲۵۱
۲۲	توسعه و نگهداری زیرساخت‌های حمل‌ونقل	۵۹	۶۳	۲۵۴۵۵۶	۲۶۹۳۰۱
۲۳	دسترسی‌های جغرافیایی مقصد	۵۷	۵۷	۲۴۶۳۶۵	۲۴۴۴۳۱
۲۴	ظرفیت‌های زیربنایی برای خدمات گردشگران	۷۲	۶۲	۳۰۷۰۵۹	۲۶۵۵۷۰
۲۵	پایداری محیطی و مدیریت منابع	۷۰	۶۳	۲۹۸۵۷۴	۲۶۵۰۵۴

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

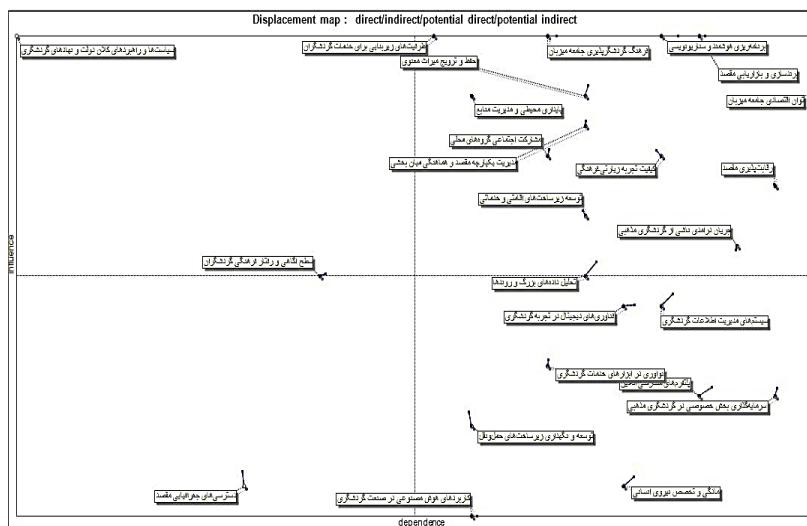
با توجه به نتایج مندرج در جدول ۴، بیشترین میزان اثرگذاری شامل مؤلفه‌های توان اقتصادی جامعه میزبان، فرهنگ گردشگری پذیرنده جامعه میزبان، حفظ و ترویج میراث گردشگری، سیاست‌ها و راهبردهای کلان دولت و نهادهای گردشگری، برنامه‌ریزی هوشمند و سناریونویسی، برندسازی و بازاریابی مقصد، ظرفیت‌های زیربنایی برای خدمات گردشگران و پایداری محیطی و مدیریت منابع و بیشترین میزان اثرپذیری مربوط به شاخص‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در گردشگری، توان اقتصادی جامعه میزبان، جریان درآمدی ناشی از گردشگری و رقابت‌پذیری مقصد است. همچنین، خروجی مرتبط با نقشه و گراف نرم‌افزار میک‌مک نیز موید این موضوع بوده است، که در شکل ۲ آمده است.



شکل ۲. گراف تأثیرات بالفعل مستقیم و غیر مستقیم شاخص‌ها



شکل ۳. گراف تأثیرات بالقوه مستقیم و غیر مستقیم شاخص‌ها



شکل ۴. مؤلفه‌های پیش‌بران مؤثر بر چشم‌اندازسازی پژوهش‌های آتی گردشگری استان قم

با توجه به شکل فوق مؤلفه‌های ۲۵ گانه چشم‌اندازسازی پژوهش‌های آتی گردشگری استان قم در ۵ بخش قابل تبیین است. ناحیه اول، یا به عبارت دیگر شمال غرب نقشه فوق مؤید مؤلفه‌های کلیدی و به نوعی پیشران‌های مدل میک‌مک است. اگر در این بخش نیم‌سازی به مرکز گراف رسم شود، قسمتی که بالای نیم‌ساز قرار می‌گیرد، اثرگذارترین و متغیرهایی که در قسمت پایین نیم‌ساز قرار می‌گیرند جزء اثرپذیرترین متغیرهای این مدل محسوب می‌شوند. با توجه به شکل ۴، در این محدوده مؤلفه‌های متعددی آمده است که شامل برنامه‌ریزی هوشمند و سناریو نویسی، فرهنگ گردشگری‌پذیری جامعه میزبان، حفظ و ترویج میراث گردشگری، ظرفیت‌های زیربنایی برای خدمات‌رسانی، برندسازی و بازاریابی، توان اقتصادی جامعه میزبان، پایداری محیطی، مشارکت اجتماعی، رقابت‌پذیری، مدیریت یکپارچه و هماهنگی بین بخشی، توسعه زیرساخت‌های اقامتی و جریان درآمدی عنوان شده است.

ناحیه دوم یا به عبارت دیگر ناحیه شمال شرق مؤید شاخص‌های دو وجهی است. در واقع، شاخص‌هایی که در این ناحیه قرار می‌گیرند. میزان اثرگذاری بالا و میزان وابستگی پایین دارند، با توجه به شکل ۴، در این ناحیه مؤلفه چندانی مشاهده نمی‌شود و شامل فقط یک مورد سیاست‌ها و راهبردهای کلان دولت است. ناحیه سوم یا به عبارت دیگر مرکز نقشه شکل ۴ مؤید مؤلفه‌های کنترل‌کننده است که نقش تنظیم‌گر دارند که شامل سطح آگاهی و رفتار فرهنگی گردشگران به عنوان نمونه آمده است. ناحیه چهارم یا جنوب شرق مؤید شاخص‌های تأثیرپذیر است که شامل سیستم‌های مدیریت اطلاعات گردشگران، فناوری دیجیتال، نوآوری در ابزارهای خدمات گردشگران، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، توسعه و نگهداری زیرساخت‌ها، تربیت نیروی انسانی و ... است و در نهایت، ناحیه پنجم یا جنوب شرق ناحیه مؤلفه‌های مستقل است که در واقع، نه اثرپذیر هستند و نه اثرگذار که شامل دسترسی جغرافیای مقصد است. با عنایت به مطالب بیان‌شده، مهمترین شاخص‌ها و مؤلفه‌های پیشران درآمدهای پایدار شهرداری قم به شرح جدول ۵ است.

جدول ۵. مؤلفه‌های پیشران در زمینه چشم‌اندازسازی پژوهش‌های آتی گردشگری استان قم

ردیف	مؤلفه‌های پیشران	مقدار اثرگذاری
۱	توان اقتصادی جامعه میزبان	۷۰
۲	فرهنگ گردشگرپذیری جامعه میزبان	۷۲
۳	حفظ و ترویج میراث گردشگری	۷۰
۴	سیاست‌ها و راهبردهای کلان دولت و نهادهای گردشگری	۷۲
۵	برنامه‌ریزی هوشمند و سناریونویسی	۷۲
۶	برندسازی و بازاریابی مقصد	۷۲
۷	ظرفیت‌های زیربنایی برای خدمات گردشگران	۷۲
۸	پایداری محیطی و مدیریت منابع	۷۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

با توجه به اهمیت ارائه سناریو به منظور چشم‌اندازسازی پژوهش‌های آتی گردشگری در استان قم، در نرم‌افزار سناریو ویزارد و با کمک نخبگان و خبرگان، طراحی مجدد پرسشنامه‌ای دیگر و ارائه به خبرگان انجام شد تا این‌بار با امتیازدهی زوجی در بازه ۳- تا ۳+ نسبت به مقایسه پیشران‌های منتخب اقدام کنند. این عمل در نرم‌افزار ScenarioWizard صورت گرفته است و پس از انجام دادن مقایسات چهار سناریو حاصل شده، که خروجی آن به شرح جدول ۶ است.

جدول ۶. میزان سازگاری سناریوهای منتخب

ردیف	عنوان پیشران	سناریوی ۱	سناریوی ۲	سناریوی ۳	سناریوی ۴
۱	توان اقتصادی جامعه میزبان	ناسازگار	سازگاری متوسط	سازگاری متوسط	سازگاری متوسط
۲	فرهنگ گردشگرپذیری جامعه میزبان	سازگار	سازگار	سازگاری متوسط	سازگاری متوسط
۳	حفظ و ترویج میراث گردشگری	ناسازگار	ناسازگار	ناسازگار	سازگاری متوسط
۴	سیاست‌ها و راهبردهای کلان دولت و نهادهای گردشگری	سازگار	سازگار	سازگار	سازگاری متوسط
۵	برنامه‌ریزی هوشمند و سناریونویسی	سازگار	سازگار	سازگاری متوسط	سازگاری متوسط
۶	برندسازی و بازاریابی مقصد	سازگار	سازگار	سازگار	سازگاری متوسط
۷	ظرفیت‌های زیربنایی برای خدمات گردشگران	سازگار	سازگاری متوسط	سازگاری متوسط	ناسازگار
۸	پایداری محیطی و مدیریت منابع	ناسازگار	ناسازگار	ناسازگار	سازگاری متوسط

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

با توجه به جدول ۶، که به نوعی خروجی مدل سناریو ویزارد در راستای چشم‌اندازسازی پژوهش‌های حوزه گردشگری استان قم است، سناریو شماره‌های ۴ و ۶ به ترتیب با عنوان سیاست‌ها و راهبردهای کلان دولت و نهادهای گردشگری و برندسازی و بازاریابی مقصد با تعداد سه عنوان سازگاری و یک عنوان سازگاری متوسط به عنوان سناریوی برتر این پژوهش انتخاب می‌شود که باید در پژوهش‌های آتی که در حوزه گردشگری استان قم انجام می‌گیرد، مورد توجه پژوهشگران باشد. در ادامه، مواردی مانند فرهنگ گردشگری‌پذیری، برنامه‌ریزی هوشمند و سناریونویسی هر یک، با دو عنوان سازگاری در رتبه‌های سوم و چهارم و پس از آن نیز سایر موضوعات و موارد با اولویت تعداد سازگاری، تعداد سازگاری متوسط و ناسازگاری رتبه‌بندی شده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین بخش‌های اقتصادی در کشورهای مختلف است. در ایران، برخلاف پتانسیل‌های بسیاری که در حوزه گردشگری وجود دارد و جایگاه کشور را بین ۱۰ کشور برتر قرار می‌دهد، استفاده ناصحیح از این ظرفیت‌ها منجر شده که کشور از ظرفیت‌های سرشار اقتصادی انتفاع چندانی نبرد.

یافته‌های تحلیل ساختاری-کارکردی مبتنی بر مدل میک‌مک نشان می‌دهد که چشم‌انداز پژوهش‌های آینده فرهنگی در صنعت گردشگری استان قم را نمی‌توان صرفاً به مؤلفه‌های اقتصادی یا زیرساختی فروکاست؛ بلکه فرهنگ گردشگری‌پذیری جامعه میزبان با بالاترین مقدار اثرگذاری مستقیم (۷۲) در کنار حفظ و ترویج میراث گردشگری (۷۰) و سطح آگاهی و رفتار فرهنگی گردشگران، هسته فرهنگی این چشم‌انداز را تشکیل می‌دهند. جایگاه فرهنگ گردشگری‌پذیری در ناحیه شمال غرب گراف میک‌مک — یعنی منطقه متغیرهای کلیدی و پیشران — حاکی از آن است که این مؤلفه هم‌زمان بیشترین اثرگذاری و اثرپذیری را دارد و بنابراین هرگونه پژوهش آینده‌محور در حوزه گردشگری قم باید فرهنگ میزبانی را نه متغیری حاشیه‌ای، بلکه متغیری راهبردی و تنظیم‌گر تلقی کند؛ به‌ویژه که این شاخص در سناریوهای شماره ۱ و ۲ وضعیت «سازگار» و در سناریوهای ۳ و ۴ «سازگاری متوسط» را کسب کرده و در رتبه‌بندی نهایی پس از سیاست‌ها و راهبردهای کلان

دولت و برندسازی مقصد قرار گرفته است. در سوی دیگر، حفظ و ترویج میراث گردشگری با وجود اثرگذاری مستقیم بالا (۷۰)، در سه سناریوی نخست «ناسازگار» ارزیابی شده و تنها در سناریوی چهارم به «سازگاری متوسط» رسیده است؛ این شکاف میان اثرگذاری بالا و سازگاری پایین سناریویی، مهم‌ترین خلأ پژوهشی فرهنگی در چشم‌انداز گردشگری قم را آشکار می‌سازد و ضرورت مطالعات آینده‌نگرانه در زمینه صیانت از میراث، روایت‌گری فرهنگی و پیوند آن با هویت محلی را برجسته می‌کند. همچنین قرار گرفتن سطح آگاهی و رفتار فرهنگی گردشگران در ناحیه متغیرهای کنترل‌کننده (مرکز نقشه) نشان می‌دهد که این مؤلفه نقش تنظیم‌گر دارد و پژوهش‌های فرهنگی آینده باید سازوکارهای ارتقای سواد فرهنگی گردشگر و تعدیل رفتار او را در تعامل با جامعه میزبان مدنظر قرار دهند. از منظر روش‌شناختی نیز، توزیع مؤلفه‌های فرهنگی در سه ناحیه متفاوت گراف (پیشران، کنترل‌کننده و مستقل) دلالت بر آن دارد که مطالعات آتی فرهنگی گردشگری قم باید از رویکردهای تک‌متغیری فاصله گرفته و به سمت طراحی سناریوهای یکپارچه فرهنگی-مدیریتی حرکت کنند؛ چنان‌که برتری سناریوی «سیاست‌ها و راهبردهای کلان دولت و نهادهای گردشگری» و «برندسازی و بازاریابی مقصد» با سه عنوان سازگاری، بیانگر آن است که پژوهش‌های فرهنگی آینده تنها در صورتی به چشم‌انداز مطلوب می‌رسند که پیوندی نظام‌مند میان فرهنگ میزبانی، سیاست‌گذاری فرهنگی و برندسازی فرهنگی مقصد برقرار سازند. بر این اساس، چشم‌انداز مطالعات فرهنگی آینده گردشگری استان قم را می‌توان در سه اولویت پژوهشی صورت‌بندی کرد: نخست، مطالعات مربوط به فرهنگ گردشگرپذیری و سرمایه اجتماعی میزبان به‌عنوان پیشران راهبردی؛ دوم، پژوهش‌های میراث‌محور در باب حفظ، ترویج و بازنمایی فرهنگی میراث گردشگری به‌عنوان خلأ اصلی سناریویی؛ و سوم، مطالعات رفتارشناختی و سواد فرهنگی گردشگر به‌عنوان متغیر کنترل‌کننده. تحقق این سه اولویت، مستلزم به‌کارگیری رویکرد آینده‌پژوهانه و سناریونویسی فرهنگی در پژوهش‌های آتی است تا یافته‌های میک‌مک و سناریو ویزارد به برنامه‌های پژوهشی قابل اجرا در حوزه فرهنگ و گردشگری قم تبدیل شوند.

به طور کل، استان قم با وجود تنوع جاذبه‌های طبیعی، انسانی و فرهنگی از جمله استان‌های پرتفره‌ت در این حوزه است. وجود ظرفیت‌های یادشده سبب شده است که پژوهشگران بسیاری

در استان در زمینه گردشگری آثار علمی متعددی منتشر کنند، لکن بررسی این آثار بیان‌کننده تشتت و پراکندگی در موضوعات و یکنواختی آثار پژوهشگران است. در این زمینه، در این پژوهش سعی بر آن بوده است تا با اتکا به نظر کارشنان و خبرگان پژوهنده در حوزه گردشگری، چشم‌انداز مطالعات در حوزه گردشگری تعریف و ساختاربندی شود. براساس نتایج، پژوهشگران در پژوهش‌های خود باید به ترتیب، بر مفاهیم و موضوعات زیر تأکید کنند:

- سیاست‌ها و راهبردهای کلان دولت و نهادهای گردشگری

- برندسازی و بازاریابی مقصد

- فرهنگ گردشگری‌پذیری جامعه میزبان

- برنامه‌ریزی هوشمند و سناریونویسی

- توان اقتصادی جامعه میزبان

- ظرفیت‌های زیربنایی برای خدمات گردشگران

- حفظ و ترویج میراث گردشگری

- پایداری محیطی و مدیریت منابع

منابع

- امامی، سیدمحمدحسین (۱۴۰۳). بررسی نقش مدیریت فرهنگی در تحول اقتصاد صنعت گردشگری استان قم. مدیریت فرهنگی، ۱۸(۲)، ۱-۱۸.
- تقدیسی، احمد، تقوایی، مسعود و پیری، سیامک (۱۳۹۱). تحلیلی بر نگرش جامعه میزبان به اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری شهرستان دالاهو. برنامه‌ریزی فضایی، ۲(۱)، ۱۲۱-۱۴۰.
- فراهانی‌فرد، سعید، غفاری، مجتبی، معصوم‌نیا، محمدجواد و بهرامی، حسین (۱۴۰۴). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر گردشگری زیارت در شهر قم. اقتصاد و مدیریت شهری، ۱۳(۵۲)، ۳۱-۴۹.
- محمودی، حمیده، قاسمی، مریم و شایان، حمید (۱۳۹۴). واکاوی اثرات گردشگری مذهبی بر توسعه اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه: حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد. مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۶(۲۰)، ۷۱-۹۰.
- موسوی، میرنجف، جلالیان، اسحاق و کهکی، فاطمه سادات (۱۳۹۶). تدوین سناریوهای عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی با استفاده از سناریو ویزارد. گردشگری شهری، ۴(۳)، ۴۹-۶۲. <https://doi.org/10.22059/jut.2018.229271.292A>
- Emami, S. M. H. (2024). Investigating the role of cultural management in the economic transformation of the tourism industry in Qom Province. *Cultural Management*, 18(2), 1-18. (in Persian)
- Farahanifard, S. Ghafari, M., Masoominia, M. J., Bahrami, H. (2025). Identifying and prioritizing factors affecting pilgrimage tourism in Qom city. *IUESA*, 13(52), 31-49. (in Persian)
- Foren. (2001). *A practical guide to regional foresight*. FOREN Network (Foresight Regional Development Network), European Commission Research Directorate General, START Program. <http://foren.jrc.es>
- Gössling, S., Scott, D. & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. & Koo, C. (2020). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Hall, C. M. & Gössling, S. (2021). *Tourism and global environmental change: Ecological, social, economic and political interrelationships*. Routledge.
- Hall, C. M. & Williams, A. M. (2021). *Tourism and innovation* (2nd ed.). Routledge.
- Inayatullah, S. (2020). *What works: Case studies in the practice of foresight*. Tamkang University Press.

- khavi, A. (2026). Strategic foresight in the tourism industry with an interdisciplinary approach. *New Research in Islamic Humanities Studies*, 4(Special Issue), 1-14. <https://doi.org/10.22034/api.2026.2085631.1667>
- Mahmoudi, H., Ghasemi, M. & Shayan, H. (2015). An analysis of the effects of religious tourism on economic development in rural settlements Case study: hinterland of Mashhad County. *Journal of Arid Regions Geographic Studies*, 6(20), 71–90. (in Persian)
- Mousavi, M., Jalalian, I. & Kahaki, F. (2017). Developing scenarios of the factors affecting the development of tourism in West Azerbaijan Province Using the Scenario Wizard. *urban tourism*, 4(3), 49–62. <https://doi.org/10.22059/jut.2018.229271.292>. (in Persian)
- Postma, A. (2015). Investigating scenario planning: A European tourism perspective. *Journal of Tourism Futures*, 1(1), 46-52. <https://doi.org/10.1108/JTF-02-2015-0031>
- Postma, A., Cavagnaro, E. & Spruyt, E. (2022). Sustainable tourism development: The future perspective. *Journal of Tourism Futures*, 8(1), 1-15. <https://doi.org/10.1108/JTF-02-2021-0031>
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M. & Hatamifar, P. (2021). Religious tourism and sustainability: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100803. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100803>
- Rautela, S., et al. (2026). Post-pandemic religious tourism research: Trends, digital innovations, and resilience strategies (2021–2024). *Cogent Social Sciences*. <https://doi.org/10.1080/23311886.2026.2621428>
- Rezaei Arefi, M., Amini, M. & Davari, E. (2024). Measuring the tourism scenarios of Qom city in the horizon of 2031. *Journal Organization of Space Economy*, 2(5), 34-53.
- Safaepoor, M. & Moradi, H. (2023). Identifying the key drivers affecting the future development of religious tourism in Mehran city. *Journal of Futures Studies and Civilization*, 4(3), 6. <http://jvfc.ir/article-1-254-fa.html>
- Salehi-Amiri, S. R. (2025 September 5). Qom to become a tourism hub within five years, minister says. *Tehran Times*.
- Sharpley, R. & Ussi, M. (2022). Tourism development, sustainability and religious destinations. *Journal of Tourism Management Perspectives*, 41, 100947. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100947>
- Taghdisi, A., Taghvaei, M. & Piri, S. (2012). Analytic attitude Host Community Social effects - cultural tourism Dalahoo Township. *Spatial Planning*, 2(1), 121-140. (in Persian)
- Teimouri, M., Rahnama, A., Hemati, R. B., Rostami, E. & Forghani, A. (2025). A conceptual model of creative tourism with a sustainable development approach for Kish Island, Iran. *International Journal of Hospitality & Tourism Management*, 9(1), 49-65.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2023). *World tourism barometer*. UNWTO.
- United Nations. (2022). *The sustainable development goals report*. United Nations Publications.
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (2022). *Travel & tourism economic impact report*. WTTC.
- Yeoman, I., & McMahon-Beattie, U. (2025). Future past of tourism: Critical reflections on the rise of tourism futures. *Tourism Geographies*, 27(3-4), 476-492. <https://doi.org/10.1080/14616688.2023.2270937>
- Yousaf, A., Taheri, B., Dweser, R. & Gannon, M. J. (2025). The past, present, and future of travel and tourism literature: Insights from a bibliometric review. *Tourism and Hospitality Management*, 32(2), 1-18. <https://doi.org/10.20867/thm.32.2.4>