

آینده‌نگری ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی مطالعه موردی: مجتمع گردشگری جهاد دانشگاهی

بهروز بادکو^{۱*}، محمد قاسمی سیانی^۲، فاطمه احمدی گودینی^۳

۱. عضو هیات علمی جهاد دانشگاهی

۲. عضو هیات علمی جهاد دانشگاهی - پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی جهاد دانشگاهی کرمانشاه

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۲۰

DOI:10.22034/mpsh.2023.403026.1039

چکیده

مجتمع‌های گردشگری فرصت بسیار مناسبی در اختیار بازدیدکنندگان قرار می‌دهند تا نسبت به اهمیت حفظ فرهنگ‌ها و چگونگی محافظت از فرهنگ‌های محلی و محیط‌زیست منطقه آگاه شوند. در کشور برنامه‌های متعددی توسط بخش دولتی و خصوصی با هدف توسعه زیرساخت‌های گردشگری به ویژه در زمینه احداث مجتمع‌های گردشگری انجام شده است. استان کرمانشاه نیز از این قاعده مستثنی نبوده است، بر این مبنای هدف پژوهش حاضر آینده‌نگری ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی با تأکید بر مجتمع گردشگری جهاد دانشگاهی کرمانشاه است، روش پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و در زمره پژوهش‌های پیمایشی است. اطلاعات به شیوه کتابخانه‌ای و میدانی گردآوری شده است، جامعه آماری پژوهش حاضر را ۳۱ نفر از کارشناسان، متخصصان و استادان دانشگاه و مسئولان اجرایی شناسایی شده در حوزه گردشگری تشکیل می‌دهند. نتایج نشان داد که در بعد شاخص‌های تولیدی؛ زیرساخت‌های حمل‌ونقل و ارتباطات جاده‌ای و مسیرهای ماشین‌رو، خدمات دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس) دارای بیشترین ضریب اهمیت را در آینده مجتمع‌ها دارند و در بعد شاخص‌های خدماتی، زیرساخت‌هایی همانند شرکت‌های تعاونی حمل‌ونقل، خدمات زیرساخت‌های رفاهی از قبیل هتل و رستوران و...، خدمات زیرساخت‌های مخابراتی (اینترنت، فیبر نوری و...)، خدمات سیستم‌های سلامتی و پزشکی (درمانگاه، اورژانس، بیمارستان و...) دارای بیشترین تأثیرگذاری را در آینده مجتمع دارند. از این رو پیشران خدمات حمل‌ونقل و ارتباطات با مقدار اثرگذاری خالص (+۱۰)، خدمات دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس) با مقدار اثرگذاری خالص (+۸)، خدمات زیرساخت‌های رفاهی از قبیل هتل و رستوران و... با مقدار اثرگذاری خالص (+۷)، خدمات زیرساخت‌های مخابراتی (اینترنت، فیبر نوری و...) با مقدار اثرگذاری خالص (+۶)، خدمات سیستم‌های سلامتی و پزشکی (درمانگاه، اورژانس، بیمارستان و...) با مقدار اثرگذاری خالص (+۵) دارای بالاترین تأثیر در نیازهای زیرساختی مجتمع گردشگری جهاد دانشگاهی و رونق گردشگری مذهبی هستند.

واژگان کلیدی: آینده‌نگری، خدمات زیرساختی، مجتمع‌های گردشگری، گردشگران مذهبی، جهاد دانشگاهی

behrouz.badko@hi2.in

* نویسنده مسئول: بهروز بادکو

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان یک رویکرد اقتصادی پویا و دارای ویژگی‌های بارز و منحصربه‌فرد به یکی از بزرگ‌ترین و پرمنفعت‌ترین صنایع در اقتصاد جهانی تبدیل شده است (Lickorish & Jenkins, 2007). از آنجا که گردشگری به‌عنوان یکی از نیازهای جسمی، روحی و فطری انسان در بسیاری از جنبه‌های حیاتی وی نقش مهمی ایفا می‌کند در تمام مکاتب الهی به‌ویژه دین اسلام مورد توجه قرار گرفته است (Weaver, Lawton, De Lacy, & Tourism, 1999). گردشگری در اشکال مختلفی همچون

گردشگری طبیعی، تاریخی، ورزشی، الکترونیکی، سلامت و مذهبی پدیدار شده است (Smith, 1994). در جهان سراسر مادی امروز، گردشگران به دنبال مقصدهایی می‌گردند که برای مدتی خود را از مسائل مادی زندگی دور کنند و به دنبال معنویات باشند (Buckley, 2011). گردشگری مذهبی که ریشه در اعتقادات و تقدیس اماکن مختلف از سوی بشر دارد از ابتدای شکل‌گیری تاکنون مسیری رو به تکامل و پیشرفت دارد تا این‌که امروزه این‌گونه گردشگری با همه اجزا و گونه‌های مختلف خود، به سبب ویژگی‌های ساختاری و کاربردی که دارد توانسته خود را در متن گردشگری جهانی جای دهد و حوزه نفوذ خود را در سراسر جهان بگستراند (Hall & Jenkins, 1995). گردشگری مذهبی یکی از رایج‌ترین نوع گردشگری در سراسر جهان به حساب می‌آید که سابقه آن به عصرهای گذشته برمی‌گردد. بر اساس برآوردهای صورت گرفته ۲۶٪ از کل جریان‌های گردشگری جهان به گردشگری مذهبی اختصاص داده شده است (کروبی و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۶۵). گردشگری مذهبی ممکن است نقطه شروعی برای توسعه گردشگری پایدار باشد برخی از دلایل اصلی حمایت از گردشگری مذهبی برای دستیابی به اصول توسعه پایدار عبارت است از: ۱- استفاده از منابع جامعه از قبیل آداب و رسوم ۲- ایجاد فرصت‌های واقعی برای کاهش فقر (سرایبی و نوری، ۱۳۹۵: ۱۴۸). در میان ایرانیان شیعه، همواره تقدس مکان‌های خاص نظیر حرم‌ها و امامزاده‌ها وجود داشته است. در این بین مسیر مقدسی وجود نداشته که پیاده طی کردن آن به‌عنوان مناسک زیارت یا بخشی از زیارت شناخته شود، هم‌چنین زیارت در میان شیعیان همواره آیینی بوده که به‌صورت فردی انجام می‌شده است و به‌جز مناسک حج که باید به‌صورت جمعی در زمان خاصی اجرا شود، مناسک زیارتی با این حجم و وسع جمعیت در اربعین در میان ایرانیان شناخته شده نبوده است. به‌رغم این‌که سفر عتبات در ایران پس از سقوط صدام در سال ۱۳۸۲ برای ایرانیان امکان‌پذیر شد، کم‌تر کسی در ایران نام پیاده‌روی را به‌عنوان شکلی از زیارت شنیده بود. رشد ناگهانی این مناسک که بیش‌تر مناسک عربی - ایرانی تلقی می‌شد، مورد توجه مردم ایران و مجامع بین‌الملل را جلب کرد (موسوی و سلطانی، ۱۳۹۳: ۷۷). راهپیمایی زیارتی تجلی قدرت شیعیان در عصر جدید جهانی است و جمعیت شرکت‌کننده در آن از کنگره عظیم حج تمتع که با حضور ۴ میلیون مسلمان برگزار می‌شود پیشی گرفته است. نکته مهم این است که هر سال بر تعداد شرکت‌کنندگان در این مراسم و ابر رویداد افزوده می‌شود (محمدی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۵). یکی از مهم‌ترین و شاید بتوان گفت رتبه نخست سفرهای مذهبی را سفر شیعیان در اربعین نام نهاد که سال‌هاست ایرانیان و شیعیان جهان برای تحقق آیین‌های عاشورایی در ایام خاص به‌ویژه حسینی راه سفر به عتبات و کربلا معلی را در پیش می‌گیرند. بر همین اساس لازم است که مدیران و برنامه‌ریزان صنعت گردشگری کشورمان که یکی از ارگان‌های برگزار می‌کنند با تکیه بر این تجربه‌های بزرگ گام‌های شتابان را در جهت توسعه زیرساخت‌های گردشگری کشور بردارند (محمدی و نظم فر ۱۳۹۸: ۱۶۷). یکی از این زیرساخت‌ها، ساخت مجتمع‌های گردشگری است که کلیه امکانات گردشگری و توریستی را دارا می‌باشد و در مسیرهای اصلی گردشگران مذهبی قرار می‌گیرند. با عنایت به همین مساله، موضوع اصلی این تحقیق این است که آینده‌نگری ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی به چه صورت می‌تواند باشد؟ بر این مبنا در استان کرمانشاه که یکی از مسیرهای اصلی این رویداد مذهبی است ساخت مجتمع‌های گردشگری رونق گرفته است یکی از این مجتمع‌ها که در حال ساخت و شکل‌گیری است مجتمع گردشگری جهاد دانشگاهی است. لذا تمرکز اصلی پژوهش بر این مساله قرار گرفت که در آینده کدام زیرساخت‌ها می‌تواند برای رونق و پویایی این مجتمع در راستای خدمات‌رسانی به گردشگران مذهبی بایستی ایجاد شود. و از آن‌جا که به لحاظ موقعیت فرهنگی و مذهبی خاص، گردشگری مذهبی، امکان رشد و توسعه بیش‌تری دارد، لذا پرداختن به ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی در کنار معرفی جاذبه‌ها و امکانات ملموس و غیرملموس آن می‌تواند زمینه پیشرفت وسیع‌تر را فراهم کند. لذا این پژوهش سعی دارد آینده‌نگری خدمات زیرساختی را در مجتمع جهاد دانشگاهی تبیین نماید. قطعاً توجه به این موضوع گامی بزرگ در توسعه گردشگری مذهبی کشور خواهد بود؛ زیرا قطب گردشگری کرمانشاه و شهرهای مذهبی می‌تواند به یکی از قطب‌های برگزارای این ابر رویداد تبدیل شود.

مبانی نظری

یکی از قدیمی‌ترین انواع گردشگری که از جمله بزرگ‌ترین بخش‌های بازار سفر به شمار می‌رود گردشگری مذهبی است مسلمانان چهارده قرن است که همه‌ساله به منظور انجام فریضه حج و زیارت مرقد پیامبر خاتم از سرتاسر نقاط جهان به سوی مکه و مدینه رهسپار می‌شوند پس از توریسم تفریحی این نوع گردشگری از طرفداران بسیاری برخوردار است (کروبی و همکاران، ۱۳۹۷:۷۹۰). گردشگری مذهبی به تمامی سفرهایی اطلاق می‌شود که اصلی‌ترین هدف آن‌ها تجربه مذهبی باشد تجربه‌ای که به‌طور داوطلبانه، بدون برخورداری از هیچ‌گونه حقوق و مزایایی بوده و در مدت محدودی کسب می‌شود. علاوه بر اهمیت تاریخی و معنوی آن، ارتباط گردشگری مذهبی به‌عنوان نوعی تزریق منابع مالی به اقتصاد محلی را نمی‌توان دست‌کم گرفت. در سال ۲۰۱۴، سازمان جهانی گردشگری ملل متحد تخمین زده است که سالانه ۳۰۰ تا ۳۳۰ میلیون گردشگر از اماکن مذهبی مهم جهان بازدید می‌کنند (تیکاسینسکی و آریل، ۲۰۱۸: ۷۷). گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین اشکال گردشگری است (ریشید و همکاران، ۱۹۹۲: ۱) و یک بخش قابل توجه، در حال تحول، در حال رشد و به‌طور فزاینده متنوع از بازار جهانی گردشگری را نشان می‌دهد (شارپلی، ۲۰۱۵: ۸۷). از جمله نمونه‌های رایج سفرهای مذهبی و گردشگری می‌توان به سفرهای زیارتی، عزلت‌گزینی (خلوت‌گزینی)، کنفرانس، سمینار و جشنواره اشاره نمود (استاوسبرگ، ۲۰۱۱: ۳۲). گردشگری مذهبی شامل طیف وسیعی از مکان‌های معنوی و خدمات مرتبط با آن است که به دلایلی مذهبی از آن دیدن می‌کنند (راج و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۰۵). اما گردشگری مذهبی نه تنها یک احضار معنویت است؛ بلکه یک عامل اقتصادی عمده نیز به شمار می‌رود. از این رو، صنعت گردشگری جایگاه نوینی را شناسایی کرده که گردشگری مذهبی نامیده می‌شود (ایلیو، ۲۰۲۰: ۱۳۱). بر طبق گزارشات دریافتی از سوی سازمان جهانی گردشگری ملل متحد (UNWTO, 2011)، توریست‌های آسیایی تقریباً ۵۰ درصد و تعداد ۶۰۰ میلیون توریست مذهبی را در سراسر جهان تشکیل می‌دهند. چین با فرهنگ متنوع و تاریخی معتبر و طولانی خود، دارای مکان‌های مذهبی فراوانی است که بیش از یک سوم اماکن و سایت‌های میراث جهانی یونسکو چین را تشکیل می‌دهد (بانگا و همکاران، ۲۰۱۸: ۵۷۰).

توسعه صنعت گردشگری یکی از این موضوعات مهم و اساسی است که می‌تواند با آینده‌نگری و طراحی سناریو منجر به بهبود رشد اقتصادی و بالا رفتن کیفیت زندگی افراد شود (تقوایی و حسینی‌خواه، ۱۳۹۶: ۹). در واقع آینده‌نگاری تلاشی نظام‌مند برای نگاه به آینده بلندمدت در حوزه‌های دانش، فناوری، اقتصاد، محیط‌زیست و جامعه است که باهدف شناسایی فناوری‌های نوظهور و تعیین آن دسته از بخش‌هایی که سرمایه‌گذاری در آن‌ها احتمال سوددهی اقتصادی و اجتماعی بیشتری دارد، انجام می‌شود (بنیاد توسعه‌گرا، ۱۳۸۴: ۲۵). اولین رویکردی علم و هنر آینده‌پژوهی از اوایل دهه ۷۰ میلادی به‌عنوان ابزار سیاست‌گذاری به‌طور رسمی در ژاپن به کار گرفته شد، در کشورهای دیگر نیز از دهه ۱۹۹۰ شروع به تحکیم ریشه‌های خود کرده است. بنابراین آینده‌پژوهی حیظه علمی نسبتاً جدید است که بعد از جنگ جهانی دوم ابتدا در آمریکا و اروپا و سپس در سایر کشورها به وجود آمد (زالی و عطریان، ۱۳۹۵: ۱۰۹). از منظر برنامه‌ریزی، اجرای مطالعات آینده‌پژوهی را می‌توان به سه مرحله تقسیم کرد. این سه مرحله عبارتند از: ۱- مرحله پیش‌آینده‌نگاری: در این مرحله، مطالعات آماده‌سازی برای اجرای مطالعات آینده‌نگاری انجام می‌گیرد. ۲- مرحله اصلی آینده‌نگاری: در این مرحله روش‌های اصلی در آینده‌نگاری مانند دلفی پیاده می‌شود ۳- مرحله پس‌آینده‌نگاری: در این مرحله مطالعات مربوط به انتشار نتایج، اشاعه نتایج بین سیاست‌گذاری، حتی پیاده‌سازی نتایج و بهره‌برداری از نتایج انجام می‌گیرد (زالی، ۱۳۸۸: ۲۶). در اکثر مباحث آینده‌پژوهی، از آینده‌های مختلفی نام برده می‌شود که متداول‌ترین آن‌ها به شرح ذیل است: آینده ممکن: هر چیزی اعم از خوب یا بد، محتمل یا بعید که می‌تواند در آینده روی دهد؛ آینده محتمل: آینده ممکن که به‌احتمال زیاد در آینده به وقوع خواهد پیوست؛ آینده مطلوب: آینده احتمالی که مطلوب و مرجح باشد. آینده از حیث زمان نیز به چند قسم تقسیم

می‌شود: ۱- آینده نزدیک: حداکثر تا یک سال؛ ۲- آینده کوتاه‌مدت: بین یک تا ۵ سال؛ ۳- آینده میان‌مدت: بین ۵ تا ۲۰ سال؛ ۴- آینده درازمدت: بین ۲۰ تا ۵۰ سال.

آینده‌نگری در خصوص ایجاد زیرساخت‌های گردشگری نیز یکی از مباحث مطرح در حوزه آینده‌نگری است که در بدو امر و تأسیس پروژه، بخصوص در پروژه‌های مجتمع مانند مجتمع‌های گردشگری نیاز است صورت بگیرد در واقع ارائه امکانات و خدمات به گردشگران و ایجاد تأسیسات اقامتی و زیرساخت‌های گردشگری جهت جذب گردشگران، از نیازهای ثانویه بخش گردشگری محسوب می‌شوند که هر مجتمع بزرگ و توریستی به آن‌ها نیاز دارد.

روش‌شناسی

پژوهش از منظر فلسفه روش‌شناسی به پارادایم تفسیری و از بعد جهت‌گیری در زمره پژوهش‌های کاربردی و از نظر روش‌شناسی کمی و کیفی است در این پژوهش، برای بررسی مسئله، از روش‌های کیفی استفاده شده است. با توجه به هدف‌های متصور شده برای این پژوهش، جامعه آماری موردنظر را خبرگان حوزه‌های گردشگری و زیارت تشکیل می‌دهند. شایان ذکر است که منظور از خبرگان استادان دانشگاه، مدیران و متخصصان فعال در حوزه‌های مذکور است. در این پژوهش، روش نمونه‌گیری قضاوتی مبتنی بر قصد و نیت به کاررفته است؛ یعنی اعضای نمونه با توجه به تخصصی که در این حوزه داشته‌اند انتخاب شده‌اند. در روش‌های خبره محور، فرمول یا رابطه دقیقی برای برآورد حجم نمونه وجود ندارد. در این نوع روش‌ها دانش و تخصص خبرگان بر کمیت آن‌ها ارجحیت دارد جامعه نمونه پژوهش حاضر را ۳۱ نفر از کارشناسان، متخصصان و استادان دانشگاهی و مسئولان اجرایی شناسایی شده در حوزه گردشگری تشکیل می‌دهند. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۴ نفر از متخصصان حوزه گردشگری، ۱۳ نفر از کارشناسان و مدیران سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و مدیران مجتمع‌های گردشگری و ۴ نفر از استادان دانشگاه در گروه برنامه‌ریزی شهری و گرایش گردشگری در دانشگاه رازی و موسسه آموزش عالی جهاد دانشگاهی هستند.

اطلاعات به شیوه مصاحبه و پرسشنامه گردآوری شده است. برای استخراج شاخص‌ها و عوامل کلیدی تأثیرگذار در گردشگری مذهبی از مرور نظام‌مند پیشینه و مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته بهره‌گیری شده است. در مرحله بعد پس از استخراج شاخص‌ها، ابزار پرسشنامه برای شناسایی عوامل نهایی به کاررفته است. با توجه به استخراج عوامل کلیدی از مرور نظام‌مند پیشینه و مصاحبه با خبرگان گردشگری و استفاده از پرسشنامه استاندارد دارای روایی استفاده شد.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و تحلیل ساختاری تأثیرگذاری شاخص‌ها، از نرم‌افزار Mic Mac استفاده شد، که در ابتدا تأثیر متغیرها نسبت به یکدیگر از صفر تا چهار بر اساس طیف تعریف شد، سپس تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم و همچنین شاخص‌های دارای پتانسیل اثرگذار و اثرپذیر مستقیم و غیرمستقیم و در نهایت تأثیرگذارترین شاخص‌های کلیدی شناسایی شده است.

در روش تحلیل میک مک در ۵ گام به شرح زیر داده‌ها مورد تحلیل قرار گرفت.

گام اول: تهیه فهرست متغیر وابسته بر وضعیت آینده: در این گام، پیش‌متغیرهای اولیه موثر بر وضعیت آینده سیستم با بهره‌گیری از روش‌های همچون دلفی، پویش محیطی شناسایی می‌شود. متغیرها هیچ ارتباطی با سیستم ندارند و ارزش تحلیل نداشته در این مرحله از فهرست متغیرهای مورد مطالعه حذف می‌شوند.

گام دوم: تشکیل ماتریس متقاطع $n \times n$ و سنجش میزان ارتباط متغیرها با یکدیگر: در این مرحله برای متغیرهای اولیه ماتریس اثرات متقاطع تشکیل شده و میزان ارتباط آن‌ها با یکدیگر از منظر خبرگان سنجیده می‌شود. این ماتریس به عنوان ورودی معادلات محاسباتی استفاده شده و در پایان برای هر یک از عوامل یک درجه تأثیرگذاری و یک درجه تأثیرپذیری به دست می‌آید.

گام سوم: وارد کردن عوامل و داده‌ها به نرم‌افزار میک مک: در گام سوم عوامل و داده‌ها وارد نرم‌افزار میک مک می‌شوند تا مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گیرند.

گام چهارم: بررسی میزان و چگونگی روابط بین متغیرها در نرم‌افزار میک مک: خروجی این گام، جداول و نمودارهای عامل‌ها بر اساس تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها هستند.

گام پنجم: شناسایی عوامل کلیدی: در گام آخر عوامل موثر بر وضعیت آینده سیستم بر اساس رتبه‌بندی تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها استخراج خواهد شد.

در صحنه تحلیل تأثیرات متقابل می‌توان به چهار دسته از متغیرها اشاره نمود. این متغیرها به دلیل ایفای نقش در پویایی سیستم موردنظر با یکدیگر متفاوت هستند این متغیرها عبارتند از:

- متغیرهای تعیین‌کننده یا متغیرهای تأثیر: متغیرهای تعیین‌کننده، تأثیرگذاری و کم‌ترین تأثیرپذیری را دارند در واقع سیستم بیش‌تر به این متغیرها بستگی دارد. این متغیرها در قسمت شمال غربی نمودار نمایش داده می‌شوند و متغیرهای تأثیرگذار بحرانی‌ترین مولفه‌ها هستند و بیش‌ترین تغییرات سیستم با آنها وابسته است؛ بنابراین میزان کنترل بر آنها بسیار اهمیت دارد.
- متغیرهای دو وجهی یا دو گانه: این متغیرها هم‌زمان بسیار تأثیرگذار و بسیار تأثیرپذیر عمل می‌کنند و در قسمت شمال شرقی نمودار قرار می‌گیرند طبیعت این متغیرها با عدم پایداری آمیخته است. زیرا هر عمل متغیری بر روی آنها واکنش و تعبیر دیگر متغیرها را به دنبال دارد این متغیرها خود به دو دسته تقسیم می‌شوند.
- متغیرهای ریسک: این متغیرها از ظرفیت بسیار بالایی برای تبدیل شدن به بازیگران کلیدی سیستم برخوردار هستند زیرا به علت ماهیت ناپایدارشان پتانسیل زیادی برای تبدیل شدن به نقطه انفصال سیستم دارا می‌باشند.
- متغیرهای هدف: این نوع متغیرها از ظرفیت بسیار بالایی برای تأثیرپذیری برخوردار هستند بنابراین آنها را می‌توان با قاطعیت به‌عنوان نتایج کامل سیستم موردنظر شناسایی کرد.
- متغیرهای تأثیرپذیر یا نتیجه: این نوع متغیرها در قسمت جنوب شرقی نمودار قابل‌نمایش هستند میزان تأثیرگذاری آنها پایین و میزان تأثیرپذیری آنها بسیار بالا است بنابراین آنها نسبت به تکامل متغیرهای تعیین‌کننده و متغیرهای دوییتی بسیار حساس هستند آنها متغیرهای خروجی سیستم هستند.
- متغیرهای مستقل: این دو متغیرها در قسمت جنوب غربی نمودار قرار دارد و تأثیرگذاری و تأثیرپذیری پایینی دارند یا اصلاً ارتباطی با سیستم ندارد زیرا آن باعث توقف یک متغیر اصلی و باعث تکامل و تقویت آن در سیستم می‌شوند.
- متغیرهای گسسته: این نوع متغیرها از حدود و دایره سیستم خارج است بنابراین می‌توان آنها را نادیده گرفت.
- متغیرهای تنظیم‌کننده: این متغیرها در نزدیکی مرکز ثقل قرار دارند آنها می‌توانند به‌صورت پی‌درپی به‌عنوان اهرم ثانویه، اهداف ضعیف و متغیرهای ریسک ثانویه عمل کنند.

در این پژوهش برای شناخت زیرساخت‌های موردنیاز در آینده مجتمع، در دو بعد زیرساخت‌ها مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت. بر اساس پیشینه تحقیق و مطالعات قبلی زیرساخت‌های موردنیاز در دو بعد تولیدی و خدماتی شناسایی گردید و شاخص‌ها و گویه‌های هر دو بعد استخراج گردید که در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول شماره (۱). شاخص‌ها و متغیرهای پژوهش

ابعاد	گویه‌ها و شاخص‌ها
زیرساخت‌های تولیدی	خدمات برق‌رسانی، خدمات حمل‌ونقل و ارتباطات، خدمات آبرسانی، سهولت حمل‌ونقل کالاهای تولیدی، انرژی‌های پاک و تجدیدپذیر، ارتباطات جاده‌ای و مسیرهای ماشین‌رو، پیاده‌روها و مسیرهای مواصلاتی مهم، خدمات دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس)، خدمات دسترسی

<p>به وسایل حمل و نقل عمومی (باربری‌ها)، دسترسی به مواد اولیه تولیدات (کالا)، کیفیت بصری فضاهای عمومی (نمای بیرونی ساختمان‌ها، شبکه معابر و عناصر آن‌ها)، توسعه مراکز خرید</p>	
<p>شرکت‌های تعاونی حمل و نقل (پایانه‌ها)، خدمات زیرساخت‌های مخابراتی (اینترنت، فیبرنوری و...)، دسترسی به خدمات بانک، خدمات دستگاه‌های خودپرداز، خدمات سیستم‌های سلامتی و پزشکی (درمانگاه، اورژانس، بیمارستان و...)، خدمات فروشگاه‌های تعاونی، خدمات فروشگاه‌های فروش محصولات صنایع دستی، خدمات مغازه و سوپرمارکت‌ها، سیستم‌های اطفای حریق و آتش‌نشانی، خدمات زیرساخت‌های رفاهی از قبیل هتل و رستوران و...، خدمات زیرساخت‌هایی مانند پارک و سینما، خدمات مدیریت پسماند و دفع فاضلاب، خدمات دفاتر پست و پیشخوان خدمت، خدمات جایگاه سوخت، خدمات نظامی و انتظامی (پلیس و نگهبان)</p>	<p>زیرساخت‌های خدماتی</p>

مجتمع گردشگری کرمانشاه، یک مجتمع چندمنظوره اقامتی، تفریحی، رفاهی و تجاری است که در منطقه عین‌الکمش در خروجی شهر کرمانشاه به طرف اسلام‌آباد غرب جانمایی شده است. وسعت مجتمع ۱۲۰ هکتار و در مجاورت روستاهای چاوشان و درگه غلامعلی و روستای چشمه سفید است. منطقه عین‌الکمش با مساحت حدود ۲۵۰۰ هکتار در جنوب غربی کرمانشاه واقع شده است. حداقل ارتفاع منطقه ۱۵۵۰ متر و حداکثر ارتفاع ۱۸۵۰ متر از سطح دریا می‌باشد. میانگین بارندگی سالانه منطقه ۷/۴۳۰ میلیمتر و متوسط دمای سالانه آن ۱/۱۵ درجه سانتی‌گراد است مجتمع در مسیر اصلی تردهای استان کرمانشاه به کردستان و مسیر اصلی گردشگران مذهبی اربعین قرار دارد.

یافته‌های تحقیق

برای تحلیل داده‌ها ابتدا از روش کمی آینده‌پژوهی و استفاده از نرم‌افزار MICMAC به میزان تأثیرگذاری یا تأثیرپذیری عوامل شناسایی شده اقدام گردید. جدول شماره (۲) دسته‌بندی متغیرها جهت معرفی به نرم‌افزار را نشان می‌دهد. همان‌طور که قابل ملاحظه است، ابعاد ماتریس عوامل تولیدی ۱۲*۱۲ تنظیم شده است. درجه پرشدگی 91.666666% درصد است که نشان می‌دهد عوامل انتخاب شده تأثیر زیادی بر روی هم گذاشته‌اند. از مجموع ۱۳۲ رابطه قابل ارزیابی در بعد زیرساخت‌های تولیدی در این ماتریس، ۱۲ رابطه‌ای با مقدار صفر وجود دارد که به این معنی است که عوامل بر همدیگر تأثیر نگذاشته یا از همدیگر تأثیر نپذیرفته‌اند. ۳۱ رابطه، عددشان یک است که تأثیر کمی نسبت به هم داشته‌اند، ۷۹ رابطه، عددشان دو است که رابطه تأثیرگذار نسبتاً قوی داشته‌اند، ۲۲ رابطه، عددشان سه است که روابط عامل‌های کلیدی بسیار زیاد بوده است و از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری زیادی برخوردار بوده‌اند. در نهایت هیچ رابطه‌ای با مقدار P وجود نداشته است که نشان‌دهنده روابط پتانسیلی و غیرمستقیم عامل‌ها بوده است. ابعاد ماتریس در بعد زیرساخت‌های خدماتی ۱۵*۱۵ تنظیم شده است. درجه پرشدگی 92.88889% درصد است که نشان می‌دهد عوامل انتخاب شده تأثیر زیادی بر روی هم گذاشته‌اند. از مجموع ۲۰۹ رابطه قابل ارزیابی در این ماتریس، ۱۶ رابطه عددشان صفر بوده که به این معنی است که عوامل بر همدیگر تأثیر نگذاشته یا از همدیگر تأثیر نپذیرفته‌اند. ۳۹ رابطه، عددشان یک بوده که تأثیر کمی نسبت به هم داشته‌اند، ۱۱۷ رابطه، عددشان دو است که رابطه تأثیرگذار نسبتاً قوی داشته‌اند، ۵۳ رابطه، عددشان سه است که روابط عامل‌های کلیدی بسیار زیاد بوده است و از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری زیادی برخوردار بوده‌اند. در نهایت هیچ رابطه‌ای با مقدار P وجود نداشته است که نشان‌دهنده روابط پتانسیلی و غیرمستقیم عامل‌ها بوده است.

جدول شماره (۲). تحلیل داده‌های ماتریس و تأثیرات متقاطع

اطلاعات ماتریس	مقدار (زیرساخت‌های تولیدی)	مقدار (زیرساخت‌های خدماتی)
ابعاد ماتریس	12	15
تعداد تکرار	2	2
تعداد صفر	12	16

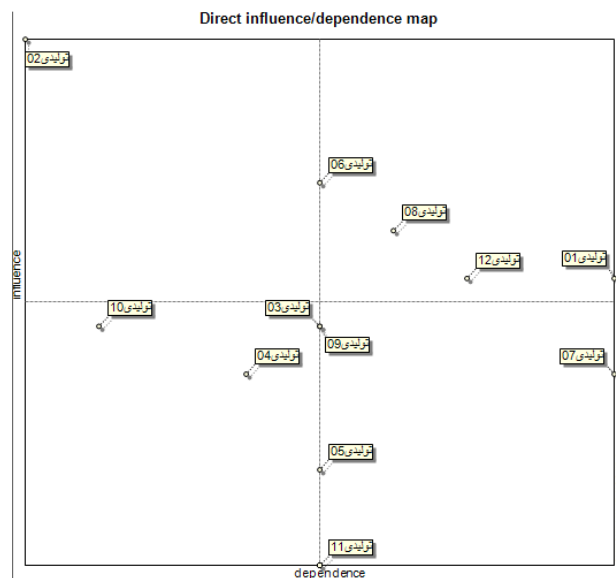
تعداد یک	31	39
تعداد دو	79	117
تعداد سه	22	53
تعداد P	0	0
جمع	132	209
درجه پرشدگی	91.66666%	92.88889%

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

در ماتریس متقاطع جمع اعداد سطرهای هر متغیر، میزان تأثیرگذاری و جمع ستونی هر متغیر نیز میزان تأثیرپذیری آن متغیر را از متغیرهای دیگر نشان می‌دهد. نحوه توزیع و پراکنش متغیرها در صفحه پراکنندگی، از پایداری یا ناپایداری سیستم حکایت می‌کند. در بخش روش‌شناسی و تحلیل میک‌مک در مجموع دو نوع پراکنش تعریف شده است که به نام سیستم‌های پایدار و سیستم‌های ناپایدار معروف هستند. در سیستم‌های پایدار پراکنش متغیرها به صورت L انگلیسی نشان داده شده است؛ یعنی برخی متغیرها دارای تأثیرگذاری بالا و برخی دارای تأثیرپذیری بالا هستند. در سیستم‌های پایدار مجموعاً سه دسته متغیر را می‌توان مشاهده کرد: الف: متغیرهای بسیار تأثیرگذار بر سیستم (عوامل کلیدی). ب: متغیرهای مستقل. ج: متغیرهای خروجی سیستم (متغیرهای نتیجه) که این متغیرها در تحلیل دو بعد مورد مطالعه به تفکیک بیان شده است.

بعد زیرساخت‌های تولیدی

بررسی زیرساخت‌های تولیدی و نقشه پراکنندگی خروجی تأثیرات مستقیم آن‌ها در شکل شماره (۱) نشان داده شده که ۱۲ عامل کلیدی اثرگذار بر ایجاد خدمات زیرساختی تولیدی در مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی در ناحیه مورد مطالعه دیده می‌شود.



شکل شماره (۴). نقشه وضعیت اثرگذاری مستقیم زیرساخت‌های تولیدی مؤثر بر ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

متغیرهای تأثیرگذار: این متغیرها (بر اساس شکل ۱) مهم‌ترین بازیگران تأثیرگذار بر روند ایجاد خدمات زیرساختی تولیدی در مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی هستند که در فرایند ایجاد خدمات زیرساختی تولیدی مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی نقش مهمی ایفا می‌کنند. این متغیرها دارای تأثیرگذاری بالا و تأثیرپذیری پایین می‌باشند و در قسمت شمال

غربی نقشه به چشم می‌خورند. این متغیر عبارتند از: خدمات حمل‌ونقل و ارتباطات در راستای تولیدات در مجتمع‌های گردشگری. **متغیرهای تأثیرپذیر:** این متغیرها (بر اساس شکل شماره ۱) دارای تأثیرپذیری بالا و تأثیرگذاری پایین می‌باشند و در قسمت جنوب شرقی نقشه قرار دارند. این متغیرها عبارتند از: انرژی‌های پاک و تجدید پذیر، پیاده‌روها و مسیرهای مواصلاتی مهم، کیفیت بصری فضاها، عمومی (نمای بیرونی ساختمان‌ها، شبکه معابر و عناصر آن‌ها)

متغیرهای مستقل: این متغیرها دارای تأثیرگذاری و تأثیرپذیری پایینی هستند و در قسمت جنوب غربی نقشه قرار دارند. این متغیرها را می‌توان به سه دسته متغیرهای گسسته، اهرمی ثانویه و تنظیمی تقسیم کرد. **متغیرهای گسسته:** متغیر گسسته ندارد.

متغیرهای اهرمی ثانویه: این متغیرها عبارتند از: دسترسی به مواد اولیه برای تولیدات (کالا).

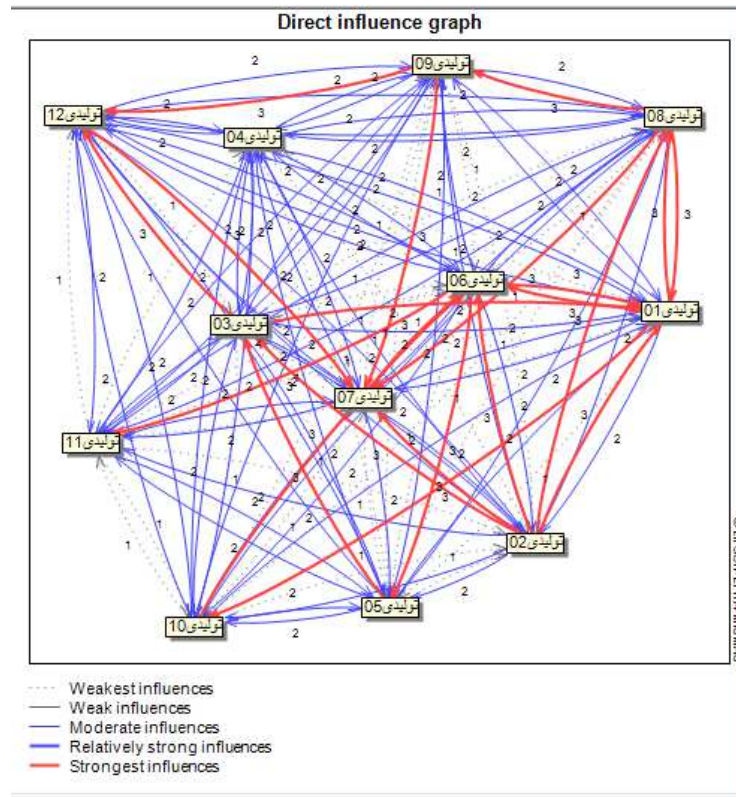
متغیرهای تنظیمی: این متغیرها در نزدیکی مرکز ثقل نمودار قرار دارند و می‌توانند به صورت اهرم ثانویه اهداف طیفی متغیرهای ریسک ثانویه عمل کنند. این متغیرها عبارتند از: خدمات آبرسانی، سهولت حمل‌ونقل کالاهای تولیدی، خدمات دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی (باربری).

متغیرهای دو وجهی: این متغیرها دارای دو ویژگی مشترک تأثیرگذاری بالا و تأثیرپذیری بالا هستند و هر عملی روی آن‌ها در متغیرهای دیگر نیز تغییر خواهد کرد. این متغیرها را می‌توان به دودسته متغیرهای ریسک و هدف تقسیم کرد.

متغیرهای ریسک: این متغیرها در بالای خط قطری و در ناحیه شمال شرقی نقشه قرار گرفته‌اند و ظرفیت بسیار بالایی برای تبدیل شدن به بازیگران کلیدی سیستم را دارند. این متغیرها عبارتند از: ارتباطات جاده‌ای و مسیرهای ماشین‌رو، خدمات دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس).

متغیرهای هدف: این متغیرها زیر خط قطری و در ناحیه جنوب شرقی نقشه قرار می‌گیرند. این متغیرها در واقع نتایج تکاملی سیستم و نمایانگر اهداف ممکن در یک سیستم هستند. با دست‌کاری و ایجاد تغییرات در این متغیرها به تکامل سیستم برنامه و هدف خود دست یافت. همچنان که در نقشه مشاهده می‌شود این متغیرها عبارتند از: خدمات برق‌رسانی، توسعه مراکز خرید.

تأثیر مستقیم متغیرها نسبت به یکدیگر از صفر تا چهار و بر اساس نظر متخصصان است. آن مقدار تأثیری که یک عامل از عوامل دیگر می‌پذیرد به‌عنوان تأثیرپذیری و آن مقدار تأثیری که یک عامل بر عوامل دیگر می‌گذارد به‌عنوان تأثیرگذاری ثبت شده است. مقدار تأثیری که تک‌تک عوامل بر یکدیگر می‌گذارند توسط نرم‌افزار میک‌مک به توان‌های مختلف رسیده است که مجموع آن‌ها مقدار کمی تأثیرپذیری یا تأثیرگذاری را تشکیل می‌دهد. بر اساس نتایج شکل شماره (۱) و جدول شماره (۳)، نیروهای پیشران‌های کلیدی در زیرساخت‌های تولیدی به لحاظ تأثیرگذاری به صورت زیر قابل‌ارائه خواهد بود. با توجه به ۱۲ متغیر بررسی شده برای بعد تولیدی، خدمات حمل‌ونقل و ارتباطات (۲۷)، ارتباطات جاده‌ای و مسیرهای ماشین‌رو (۲۴)، خدمات دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس) (۲۳)، به ترتیب بالاترین ارزش ستونی محاسبه شده و دارای بیشترین میزان تأثیرگذاری از دیگر متغیرها بوده‌اند.



شکل (۲). نقشه روابط مستقیم بین متغیرها (تأثیرات بسیار ضعیف تا بسیار قوی)

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

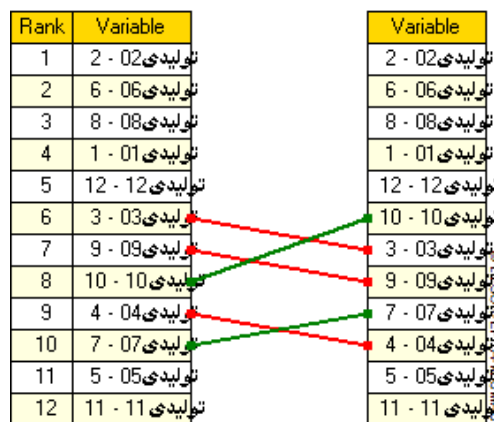
جدول شماره (۳). تحلیل اثرات مستقیم مؤلفه‌های بعد تولیدی موثر بر ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری

نوع متغیر	اثرگذاری خالص	میزان تاثیرپذیری	میزان تأثیرگذاری	متغیر
دو وجهی (هدف)	-3	25	22	تولیدی ۰۱ خدمات برق رسانی
تأثیرگذار	+10	17	27	تولیدی ۰۲ خدمات حمل و نقل و ارتباطات
تنظیمی	0	21	21	تولیدی ۰۳ خدمات آبرسانی
تنظیمی	0	20	20	تولیدی ۰۴ سهولت حمل و نقل کالاها تولیدی
تأثیرپذیر (وابسته)	-3	21	18	تولیدی ۰۵ انرژی‌های پاک و تجدیدپذیر
دو وجهی (ریسک)	+3	21	24	تولیدی ۰۶ ارتباطات جاده‌ای و مسیرهای ماشین رو
تأثیرپذیر (وابسته)	-5	25	20	تولیدی ۰۷ پیاده‌روها و مسیرهای مواصلاتی مهم
دو وجهی (ریسک)	+1	22	23	تولیدی ۰۸ خدمات دسترسی به وسایل حمل و نقل عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس)
تنظیمی	0	21	21	تولیدی ۰۹ خدمات دسترسی به وسایل حمل و نقل عمومی (باربری)
مستقل (اهرمی ثانویه)	+3	18	21	تولیدی ۱۰ دسترسی مواد اولیه برای تولیدات اساسی (کالا)
تأثیرپذیر (وابسته)	-5	21	16	تولیدی ۱۱ کیفیت بصری فضاهای عمومی (نمای بیرونی، شبکه معابر و عناصر)
دو وجهی (هدف)	-1	23	22	تولیدی ۱۲ توسعه مراکز خرید
		255	255	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

در تأثیر غیرمستقیم متغیرها بر یکدیگر، نرم‌افزار این متغیرها را به توان‌های ۲، ۳، ۴، ۵ و... رسانده و بر این اساس، اثرات مربوطه سنجیده می‌شود. در این میان متغیرهای خدمات حمل‌ونقل و ارتباطات (۱۲۰۰۰)، ارتباطات جاده‌ای و مسیرهای ماشین‌رو (10562)، خدمات دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس) (10237)، خدمات برق‌رسانی (10119) به ترتیب دارای بیشترین ارزش ستونی محاسبه‌شده و دارای بیشترین میزان تأثیرگذاری از دیگر متغیرها بوده‌اند. برحسب ماتریس تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم در شکل شماره (۳)، می‌توان گفت که شاخص‌های خدمات حمل‌ونقل و ارتباطات، ارتباطات جاده‌ای و مسیرهای ماشین‌رو، خدمات دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس) به ترتیب در رتبه اول تا سوم تأثیرگذاری مستقیم قرار گرفته‌اند و بیشترین سهم را در ارتباط با مسئله ایجاد خدمات زیرساختی در بعد تولیدی مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی داشته‌اند.

Classify variables according to their infl



شکل (۳). طبقه‌بندی متغیرها بر اساس میزان تأثیر مستقیم (سمت چپ) و غیرمستقیم (سمت راست)

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

برحسب ماتریس وابستگی مستقیم و غیرمستقیم عوامل کلیدی مؤثر بر ایجاد زیرساخت‌های تولیدی در مجتمع بر اساس تحلیل ساختاری در جدول شماره (۴) نشان داده شده است.

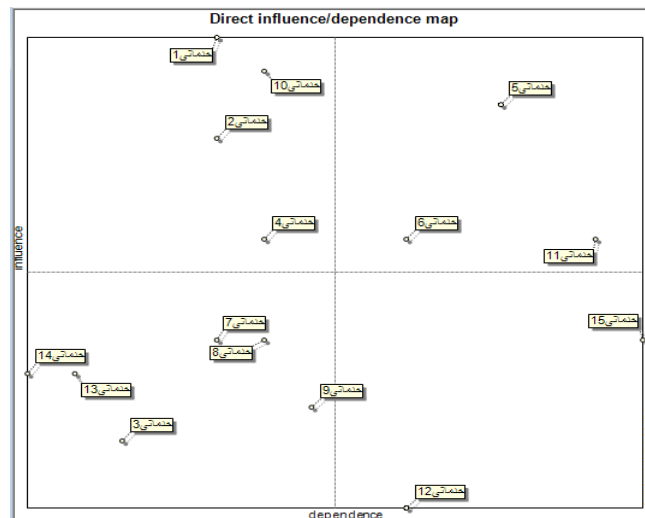
جدول (۴). عوامل کلیدی تأثیرگذار (مستقیم و غیرمستقیم) و انتخاب نهایی بر اساس مدل تحلیل ساختاری

ردیف	تأثیرگذاری مستقیم	تأثیرگذاری غیرمستقیم
۱	خدمات حمل‌ونقل و ارتباطات	خدمات برق‌رسانی
۲	ارتباطات جاده‌ای و مسیرهای ماشین‌رو	پاده‌روها و مسیرهای مواصلاتی مهم
۳	خدمات دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس)	توسعه مراکز خرید (در مجتمع)

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

بعد زیرساخت‌های خدماتی

بررسی زیرساخت‌های خدماتی و نقشه پراکندگی خروجی تأثیرات مستقیم آن‌ها در شکل شماره (۴) نشان داده شده است، ۱۵ عامل کلیدی در زیرساخت‌های خدماتی اثرگذار بر ایجاد خدمات زیرساختی در مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی دیده می‌شود.



شکل (۴). نقشه وضعیت اثرگذاری مستقیم مؤلفه‌های زیرساختی خدماتی مؤثر بر ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

متغیرهای تأثیر گذار: این متغیرها مهم‌ترین بازیگران تأثیر گذار بر روند ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی هستند که در فرایند شکل‌گیری ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی نقش مهمی ایفا می‌کنند. این متغیرها دارای تأثیر گذاری بالا و تأثیر پذیری پایین می‌باشند و در قسمت شمال غربی نقشه به چشم می‌خورند. این متغیرها عبارت‌اند از: شرکت‌های تعاونی حمل‌ونقل، خدمات زیرساخت‌های مخابراتی (اینترنت، فیبر نوری و...)، خدمات زیرساخت‌های رفاهی از قبیل هتل و رستوران.

متغیرهای تأثیر پذیر: این متغیرها دارای تأثیر پذیری بالا و تأثیر گذاری پایین می‌باشند و در قسمت جنوب شرقی نقشه قرار دارند. این متغیرها شامل: خدمات مدیریت پسماند و دفع فاضلاب، خدمات نظامی و انتظامی (پلیس و نگهبان).

متغیرهای مستقل: این متغیرها دارای تأثیر گذاری و تأثیر پذیری پایینی هستند و در قسمت جنوب غربی نقشه قرار دارند. این متغیرها را می‌توان به سه دسته متغیرهای گسسته، اهرمی ثانویه و تنظیمی تقسیم کرد.

متغیرهای گسسته: این متغیرها شامل: دسترسی به خدمات بانک، خدمات دفاتر پست و پیشخوان خدمت، خدمات جایگاه سوخت. **متغیرهای اهرمی ثانویه:** این متغیرها شامل: خدمات فروشگاه‌های فروش محصولات صنایع دستی، خدمات مغازه و سوپرمارکت‌ها، سیستم‌های اطفای حریق و آتش‌نشانی.

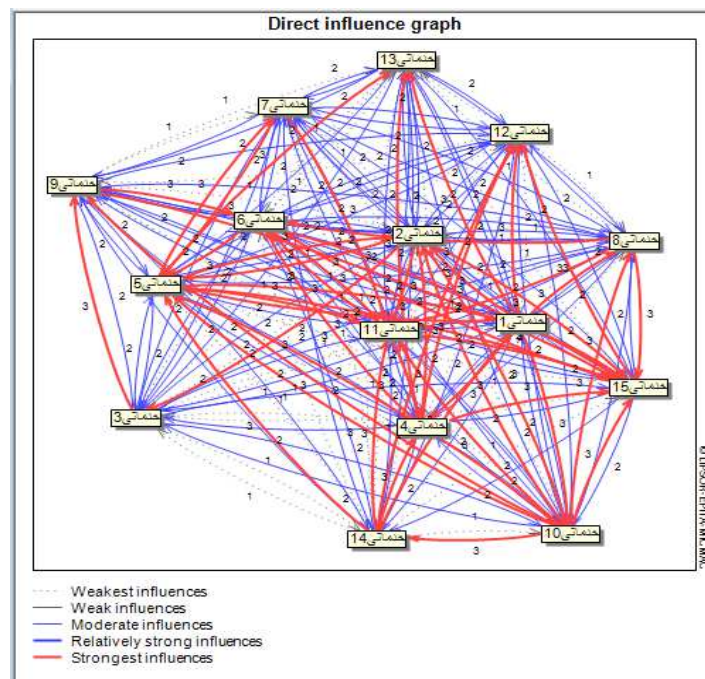
متغیرهای تنظیمی: این متغیرها در نزدیکی مرکز ثقل نمودار قرار دارند و می‌توانند به صورت اهرم ثانویه اهداف طیفی متغیرهای ریسک ثانویه عمل کنند. این متغیرها عبارتند از: خدمات دستگاه‌های خودپرداز، خدمات فروشگاه‌های تعاونی.

متغیرهای دوجبهی: این متغیرها دارای دو ویژگی مشترک تأثیر گذاری بالا و تأثیر پذیری بالا هستند و هر عملی روی آن‌ها در متغیرهای دیگر نیز تغییر خواهد کرد. این متغیرها را می‌توان به دو دسته متغیرهای ریسک و هدف تقسیم کرد.

متغیرهای ریسک: این متغیرها در بالای خط قطری و در ناحیه شمال شرقی نقشه قرار گرفته‌اند و ظرفیت بسیار بالایی برای تبدیل شدن به بازیگران کلیدی سیستم را دارند. این متغیرها عبارتند از: خدمات سیستم‌های سلامتی و پزشکی (درمانگاه، اورژانس، بیمارستان و...).

متغیرهای هدف: این متغیرها زیر خط قطری و در ناحیه جنوب شرقی نقشه قرار می‌گیرند. این متغیرها در واقع نتایج تکاملی سیستم

و نمایانگر اهداف ممکن در یک سیستم هستند. با دست کاری و ایجاد تغییرات در این متغیرها به تکامل سیستم برنامه و هدف خود دست یافت. همچنان که در نقشه مشاهده می شود این متغیرها شامل: خدمات زیرساخت‌هایی مانند پارک و سینما. تأثیر مستقیم متغیرها نسبت به یکدیگر از صفر تا چهار و بر اساس نظر متخصصان است. آن مقدار تأثیری که یک عامل از عوامل دیگر می پذیرد به عنوان تأثیرپذیری و آن مقدار تأثیری که یک عامل بر عوامل دیگر می گذارد به عنوان تأثیرگذاری ثبت شده است. مقدار تأثیری که تک تک عوامل بر یکدیگر می گذارند توسط نرم افزار میک مک به توان‌های مختلف رسیده است که مجموع آن‌ها مقدار کمی تأثیرپذیری یا تأثیرگذاری را تشکیل می دهد. بر اساس نتایج شکل شماره (۴) و جدول شماره (۵)، نیروهای پیشران‌های کلیدی به لحاظ تأثیرگذاری به صورت زیر قابل ارائه خواهد بود. با توجه به ۱۵ متغیر بررسی شده برای شاخص خدماتی، شرکت‌های تعاونی حمل و نقل (۳۶)، خدمات زیرساخت‌های رفاهی از قبیل هتل و رستوران و... (۳۵)، خدمات سیستم‌های سلامتی و پزشکی (درمانگاه، اورژانس، بیمارستان و...) (۳۴)، خدمات زیرساخت‌های مخابراتی (اینترنت، فیبر نوری و...) (۳۳)، خدمات دستگاه‌های خودپرداز (۳۰)، خدمات فروشگاه‌های تعاونی (۳۰)، خدمات زیرساخت‌هایی مانند پارک و سینما (۳۰) به ترتیب بالاترین ارزش ستونی محاسبه شده و دارای بیشترین میزان تأثیرگذاری از دیگر متغیرها بوده‌اند.



شکل شماره (۴). نقشه روابط مستقیم بین متغیرها (تأثیرات بسیار ضعیف تا بسیار قوی)

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

جدول (۵). تحلیل اثرات مستقیم عوامل خدماتی موثر بر ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی

متغیر	میزان تأثیرگذاری	میزان تأثیرپذیری	اثرگذاری خالص	نوع متغیر	
خدماتی ۱	خدمات زیرساخت‌های رفاهی از قبیل هتل و رستوران و...	36	27	+9	تأثیرگذار
خدماتی ۲	خدمات زیرساخت‌های مخابراتی (اینترنت، فیبر نوری و...)	33	27	+6	تأثیرگذار
خدماتی ۳	دسترسی به خدمات بانک	24	25	-1	مستقل (گسسته)
خدماتی ۴	خدمات دستگاه‌های خودپرداز	30	28	+2	تنظیمی
خدماتی ۵	خدمات سیستم‌های سلامتی و پزشکی (درمانگاه، اورژانس، بیمارستان و...)	34	33	+1	دووجهی (ریسک)
خدماتی ۶	خدمات فروشگاه‌های تعاونی	30	31	-1	تنظیمی
خدماتی ۷	خدمات فروشگاه‌های فروش محصولات صنایع دستی	27	27	0	مستقل (اهرمی ثانویه)
خدماتی ۸	خدمات مغازه و سوپرمارکت‌ها	27	28	-1	مستقل (اهرمی ثانویه)

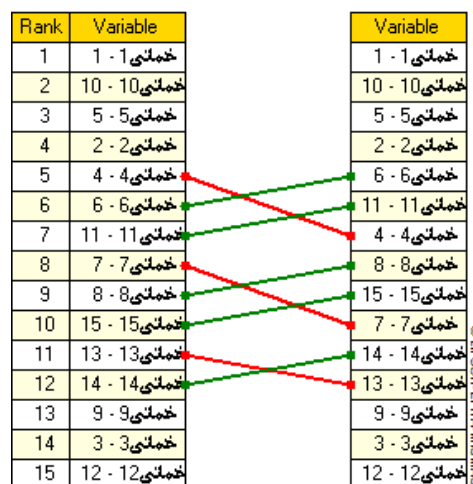
خدماتی ۹	سیستم‌های اطفای حریق و آتش‌نشانی	25	29	-4	مستقل (اهرمی ثانویه)
خدمات ۱۰	شرکت‌های تعاونی حمل‌ونقل	35	28	+7	تأثیرگذار
خدماتی ۱۱	خدمات زیرساخت‌هایی مانند پارک و سینما	30	35	-5	دو وجهی (هدف)
خدماتی ۱۲	خدمات مدیریت پسماند و دفع فاضلاب	22	31	-9	تأثیرپذیر (وابسته)
خدماتی ۱۳	خدمات دفاتر پست و پیشخوان خدمت	26	24	+2	مستقل (گسسته)
خدماتی ۱۴	خدمات جایگاه سوخت	26	23	+3	مستقل (گسسته)
خدماتی ۱۵	خدمات نظامی و انتظامی (پلیس و نگهبان)	27	36	-9	تأثیرپذیر (وابسته)
جمع		432	432		

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

در تأثیر غیرمستقیم متغیرها بر یکدیگر، نرم‌افزار این متغیرها را به توان‌های ۲، ۳، ۴، ۵ و... رسانده و بر این اساس، اثرات مربوطه سنجیده می‌شود. در این میان متغیرهای شرکت‌های تعاونی حمل‌ونقل (29639)، خدمات زیرساخت‌های رفاهی از قبیل هتل و رستوران و... (28799)، خدمات سیستم‌های سلامتی و پزشکی (درمانگاه، اورژانس، بیمارستان و...) (28360)، خدمات زیرساخت‌های مخابراتی (اینترنت، فیبر نوری و...) (27451)، خدمات فروشگاه‌های تعاونی (25081)، خدمات زیرساخت‌هایی مانند پارک و سینما (۲۵۰۰۳) به ترتیب دارای بیشترین ارزش ستونی محاسبه‌شده و دارای بیشترین میزان تأثیرگذاری از دیگر متغیرها بوده‌اند.

بر حسب ماتریس تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم در شکل شماره (۵)، می‌توان گفت که شاخص‌های، خدمات زیرساخت‌های رفاهی از قبیل هتل و رستوران و...، خدمات سیستم‌های سلامتی و پزشکی (درمانگاه، اورژانس، بیمارستان و...)، به ترتیب در رتبه اول تا سوم تأثیرگذاری مستقیم قرار گرفته‌اند و بیشترین سهم را در ارتباط با مسئله ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی داشته‌اند. در قسمت سمت راست شکل شماره (۵)، متغیرهای شرکت‌های تعاونی حمل‌ونقل، خدمات مغازه و سوپرمارکت‌ها و دسترسی به خدمات بانک و خودپردازها به ترتیب در رتبه اول تا سوم تأثیرگذاری غیرمستقیم قرار گرفته‌اند.

Classify variables according to their infl



شکل شماره (۵). طبقه‌بندی متغیرها بر اساس میزان تأثیر مستقیم (سمت چپ) و غیرمستقیم (سمت راست)

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

برحسب ماتریس وابستگی مستقیم و غیرمستقیم عوامل کلیدی موثر بر ایجاد زیرساخت‌های خدماتی در مجتمع بر اساس تحلیل ساختاری در جدول شماره ۶ نشان داده شده است.

جدول شماره ۶. عوامل کلیدی تأثیرگذار (مستقیم و غیرمستقیم) و انتخاب نهایی بر اساس مدل تحلیل ساختاری

رتبه	تأثیر گذاری مستقیم	تأثیر گذاری غیرمستقیم
۱	خدمات زیرساخت‌های رفاهی از قبیل هتل و رستوران و...	شرکت‌های تعاونی حمل و نقل
۲	خدمات زیرساخت‌های مخابرات (اینترنت، فیبر نوری و...)	خدمات مغازه و سوپرمارکت‌ها
۳	خدمات سیستم‌های سلامتی و پزشکی (درمانگاه، اورژانس، بیمارستان و...)	دسترسی به خدمات بانک و خودپرداز

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

نتیجه‌گیری

مجتمع‌های گردشگری یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی در نقاط مختلف جهان می‌باشد. این مجتمع‌ها فرصت بسیار مناسبی در اختیار بازدیدکنندگان قرار می‌دهند تا نسبت به اهمیت حفظ فرهنگ‌ها و چگونگی محافظت از فرهنگ‌های محلی و طبیعت و توسعه اقتصادی آگاه شوند. این شرایط برای جوامع محلی شهرها و روستاها و نواحی دوردست، در آمد خوبی ایجاد می‌کند. بنابراین گردشگری، نه تنها به عنوان یک ابزار بالقوه برای تغییر این وضعیت، بلکه یکی از عناصر جدایی‌ناپذیر راهبرد توسعه گردشگری کشور شده است. استان کرمانشاه نیز از این قاعده مستثنا نبوده و برنامه‌های متعددی توسط بخش دولتی و خصوصی با هدف توسعه زیرساخت‌های گردشگری به ویژه در زمینه احداث مجتمع‌های گردشگری انجام شده است. در این مقاله جهت بررسی زیرساخت‌های موردنیاز در آینده مجتمع گردشگری جهاد دانشگاهی در راستای خدمات‌رسانی به گردشگران مذهبی به دنبال پاسخگویی به دو سوال اصلی مقاله بوده‌ایم که به ترتیب پاسخ به سوالات در جمع‌بندی نهایی ارائه شده است.

الف) کدام زیرساخت‌ها جهت ارائه خدمات بهتر و بهینه برای گردشگری مذهبی در مجتمع جهاد نیاز است؟

در مجموع پس از بررسی یکایک شاخص‌ها و استخراج عوامل کلیدی تأثیرگذار (مستقیم و غیرمستقیم) هر یک از آن‌ها، در جدول شماره (۷) تمامی عوامل کلیدی تأثیرگذار (مستقیم و غیرمستقیم) بر شکل‌گیری مجتمع و توسعه گردشگری در دو بعد عوامل: تولیدی و خدماتی ارائه شده است. در شاخص **تولیدی**: خدمات حمل و نقل و ارتباطات، ارتباطات جاده‌ای و مسیرهای ماشین‌رو، خدمات دسترسی به وسایل حمل و نقل عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس) دارای تأثیرگذاری مستقیم و عوامل: خدمات برق‌رسانی، پیاده‌روها و مسیرهای مواصلاتی مهم و توسعه مراکز خرید (در مجتمع) دارای تأثیرگذاری غیرمستقیم می‌باشند. در شاخص **خدماتی**، عوامل: خدمات زیرساخت‌های رفاهی از قبیل هتل و رستوران و...، خدمات زیرساخت‌های مخابراتی (اینترنت، فیبر نوری و...)، خدمات سیستم‌های سلامتی و پزشکی (درمانگاه، اورژانس، بیمارستان و...) دارای تأثیرگذاری مستقیم و عوامل: شرکت‌های تعاونی حمل و نقل، خدمات مغازه و سوپرمارکت‌ها و دسترسی به خدمات بانک و خودپرداز دارای تأثیرگذاری غیرمستقیم می‌باشند. در جدول زیر تفکیک عوامل موثر در هر دو بعد و به صورت مستقیم و غیرمستقیم نشان داده شده است.

جدول شماره ۷. پیش‌رسان‌های کلیدی تأثیرگذار (مستقیم و غیرمستقیم) بر ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی

بعد	رتبه	تأثیر گذاری مستقیم	تأثیر گذاری غیرمستقیم
تولیدی	۱	خدمات حمل و نقل و ارتباطات	خدمات برق‌رسانی
	۲	ارتباطات جاده‌ای و مسیرهای ماشین‌رو	پیاده‌روها و مسیرهای مواصلاتی مهم
	۳	خدمات دسترسی به وسایل حمل و نقل عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس)	توسعه مراکز خرید (در مجتمع)
خدماتی	۱	خدمات زیرساخت‌های رفاهی از قبیل هتل و رستوران و...	شرکت‌های تعاونی حمل و نقل
	۲	خدمات زیرساخت‌های مخابراتی (اینترنت، فیبر نوری و...)	خدمات مغازه و سوپرمارکت‌ها
	۳	خدمات سیستم‌های سلامتی و پزشکی (درمانگاه، اورژانس، بیمارستان و...)	دسترسی به خدمات بانک و خودپرداز

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

ب) کدام عوامل در مجتمع گردشگری می‌تواند در جذب گردشگران مذهبی موثر باشد؟

برای پاسخ به سوال دوم پیشران‌های کلیدی تأثیرگذار بر توسعه بر ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری برای گردشگران مذهبی استخراج و در جدول (۸) ارائه گردید. پیشران خدمات حمل‌ونقل و ارتباطات با مقدار اثرگذاری خالص (+۱۰)، ارتباطات جاده‌ای و مسیرهای ماشین‌رو با مقدار اثرگذاری خالص (+۳)، خدمات دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس) با مقدار اثرگذاری خالص (+۱)، شرکت‌های تعاونی حمل‌ونقل با مقدار اثرگذاری خالص (+۹)، خدمات زیرساخت‌های رفاهی از قبیل هتل و رستوران و... با مقدار اثرگذاری خالص (+۷)، خدمات زیرساخت‌های مخابراتی (اینترنت، فیبر نوری و...) با مقدار اثرگذاری خالص (+۶)، خدمات سیستم‌های سلامتی و پزشکی (درمانگاه، اورژانس، بیمارستان و...) با مقدار اثرگذاری خالص (+۱) مهم‌ترین پیشران‌های موثر بر شکل‌گیری خدمات در مجتمع‌های گردشگری هستند که به ترتیب در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول شماره (۸). پیشران‌های نهایی کلیدی موثر بر شکل‌گیری ایجاد خدمات زیرساختی مجتمع‌های گردشگری بر اساس مدل تحلیل ساختاری

ردیف	پیشران	اثرگذاری مستقیم	اثرگذاری غیرمستقیم
۱	خدمات حمل‌ونقل و ارتباطات	+۱۰	+4099
۲	شرکت‌های تعاونی حمل‌ونقل	+۹	+7053
۳	خدمات زیرساخت‌های رفاهی از قبیل هتل و رستوران و...	+۷	+5283
۴	خدمات زیرساخت‌های مخابراتی (اینترنت، فیبر نوری و...)	+۶	+4691
۵	ارتباطات جاده‌ای و مسیرهای ماشین‌رو	+۳	+1089
۶	خدمات سیستم‌های سلامتی و پزشکی (درمانگاه، اورژانس، بیمارستان و...)	+۱	+1539
۷	خدمات دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی (اتوبوس، مینی‌بوس)	+۱	+357

منابع

- کروبی، مهدی. زندگی، ابتهاج (۱۳۹۰)، گردشگری و همبستگی ملی، اثرات و روابط متقابل. گردشگری و توسعه، زمستان ۱۳۹۰، دوره ۱، شماره ۱؛ ص ۱۲۲-۱۴۳
- کروبی، مهدی، بهاری، جعفر. بهاری، شهلا. محمدی، سمیرا. بذله، مرجان (۱۳۹۷)، تحلیل نقش امام‌زاده شاه‌چراغ در توسعه اقتصادی جامعه بومی با استفاده از مدل SWOT، نشریه؛ جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۱، شماره ۲ (پیاپی ۲)، ص ۷۹۰-۸۰۵
- محمدی، چنور. نظم فر، حسین (۱۳۹۸)، ارزیابی زیرساخت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در منطقه اورامانات استان کرمانشاه. برنامه‌ریزی فضایی، دوره ۹، شماره ۴ (پیاپی ۳۵)، ص ۱۶۷-۱۹۰.
- محمدی، زهره. کروبی، مهدی. ضیایی، محمود (۱۳۹۷)، طراحی یک مدل تحلیلی کیفی نگرش گردشگری کودکان در جهت توسعه اجتماعی از طریق سرمایه‌های ناملموس. مطالعات توسعه اجتماعی ایران، دوره ۱۰، شماره ۳، ص ۴۵-۶۶.
- موسوی، میرنجف. سلطانی، ناصر (۱۳۹۳)، تحلیلی بر نقش گردشگری مذهبی در توسعه شهری (مطالعه موردی، امام‌زاده جعفر(ع) یزد). پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، دوره ۵، شماره ۱۸، ص ۷۷-۹۴.
- سرای، محمدحسن، نوری محبوبه (۱۳۹۵)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی شهر شیراز. نشریه جغرافیا اجتماعی شهری، شماره ۸
- زالی، نادر، عطریان، فروغ (۱۳۹۵)، تدوین سناریوهای توسعه گردشگری منطقه‌ای بر اساس اصول آینده‌پژوهی (مورد مطالعه: استان همدان). فصلنامه آمایش سرزمین، دوره ۸ بهار و تابستان، شماره ۱ (پیاپی ۱۴)
- زالی، نادر (۱۳۸۸)، آینده‌نگاری راهبردی در برنامه‌ریزی و توسعه منطقه‌ای، فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره ۳۲.
- تقوایی، مسعود، حسینی‌خواه، حسین (۱۳۹۶)، برنامه‌ریزی توسعه صنعت گردشگری مبتنی بر روش آینده‌پژوهی و سناریونویسی (مطالعه موردی: شهر یاسوج)، فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۶، شماره ۲۳،

- Buckley, J. A., Bridges, B. K., & Hayek, J. C. (2011). Piecing together the student success puzzle: Research, propositions, and recommendations: ASHE higher education report (Vol. 116). John Wiley & Sons.
- Hall, S. R., J. E., Jenkins. (1995). Therapeutic potentiation of the immune system by costimulatory Schiff-base-forming drugs. *Nature*, 377(6544), 71-75.

- Lickorish, L. J., & Jenkins, C. L. (2007). State intervention in hotel capital formation: the case of Greece. *International Journal of Tourism Policy*, 1(2), 167-186.
- Smith, B. A. (1994). Beyond modularity: A developmental perspective on cognitive science. *European journal of disorders of communication*, 29(1), 95-105.
- Weaver, D., Lawton, L., De Lacy, T., & Tourism, C. (1999). Sustainable tourism: A critical analysis.
- Ilio, A., & Paoletti, A. (2020). Hybrid numerical modeling of friction assisted joining. *Journal of Manufacturing Processes*, 57, 233-243.
- Raj, S., & Ray, K. C. (2015). Sparse representation of ECG signals for automated recognition of cardiac arrhythmias. *Expert systems with applications*, 105, 49-64.
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (Eds.). (2015). *Tourism and development: concepts and issues*.
- Reinscheid, R. K., Grimmelikhuijzen, C. J., Carstensen, K., Darmer, D., Moosler, A., (1992). Coelenterate neuropeptides: structure, action and biosynthesis. *American zoologist*, 32(1), 1-12.
- Stausberg, M. (2011). Structured observation. Stausberg, Michael & Engler, Steven (red.) *The Routledge Handbook of Research Methods in the Study of Religion*. London: Routledge, 382-394.
- Tikasinski, T., Ariel, A., Spanier, E., & Ribic, C. A. (2018). Message in a bottle—The story of floating plastic in the eastern Mediterranean sea. *Waste Management*, 77, 67-77.
- Yanga, W. G., Gao, L., Lianga, X., & Mab, T. (2018). Two-Dimensional Ru@ MXene Catalyst for Highly Selective Ambient Electrocatalytic Nitrogen Reduction. *Nanoscale*, 10(4), 1549-2172.