

Strategic Planning Model for Regional Tourism Development and Its Fundamental Strategies Based on the SWOT Matrix (Case Study: Tourist Areas of Bushehr City)

Abdolrasoul Kamran¹ , Gholamreza Jafarinia²  , Bagher Gorgin³ 

1. Phd Student of Sociology, Bu.C., Islamic Azad University, Bushehr, Iran. Email: b.gorgin@pgu.ac.ir
2. Department of Sociology, Bu.C., Islamic Azad University, Bushehr, Iran. Email: g.jafarinia@iau.ac.ir
3. Department of Islamic Studies, Faculty of Literature and Humanities, Persian Gulf University, Bushehr, Iran. Email: b.gorgin@pgu.ac.ir

ARTICLE INFO

Abstract

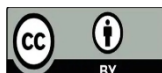
Article type:
Research Paper

Article history:
Received: July 1, 2025
Revised: April 30, 2026
Accepted: April 30,
2026
Published: April 30,
2026

Keywords: *Urban
Tourism; Strategic
Planning; SWOT Matrix;
Tourism Development;
Bushehr City.*

Tourism is considered one of the most important drivers of economic and social development in many coastal cities around the world. The aim of this study is to formulate strategic approaches for tourism development in Bushehr city using a strategic planning framework. The research is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of methodology. The statistical population consisted of experts and specialists in tourism and urban planning, and the required data were collected through a questionnaire. Data were analyzed using the one-sample t-test and strategic planning tools including the SWOT matrix, Internal Factors Evaluation (IFE), External Factors Evaluation (EFE), and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The results indicated that Bushehr city possesses significant tourism potentials such as its coastal location, historical and cultural attractions, and the hospitality culture of its residents. However, the city also faces several challenges including inadequate tourism infrastructure, limited accommodation facilities, and insufficient investment. Findings from the QSPM analysis revealed that strategies such as developing digital tourism marketing, expanding accommodation infrastructure, and encouraging private sector investment are among the most important priorities for tourism development in Bushehr. Overall, the results suggest that implementing the proposed strategies can significantly contribute to sustainable tourism development, increase tourist attraction, and improve the economic and social conditions of Bushehr city

How to cite: Kamran, A. R., Jafarinia, Gh. R., Gorgin, B. (2026). Strategic Planning Model for Regional Tourism Development and Its Fundamental Strategies Based on the SWOT Matrix (Case Study: Tourist Areas of Bushehr City). *Geography and Regional Planning*, 16 (62),425-445. <https://doi.org/10.22034/jgeoq.2026.581267.4437>



© Author(s) retain the copyright and full publishing rights
DOI: <https://doi.org/10.22034/jgeoq.2026.581267.44371>

Publisher: Qeshm Institute of Higher Education

Introduction

Tourism has become one of the most significant economic and social sectors in many countries over the past decades, playing a vital role in job creation, economic growth, infrastructure development, and cultural exchange. Among different forms of tourism, urban tourism—especially in coastal cities—holds particular importance because such cities often possess diverse natural, historical, and cultural attractions capable of attracting domestic and international tourists. Bushehr city, located on the southern coast of Iran along the Persian Gulf, is considered one of the important coastal cities with considerable tourism potential. The presence of beautiful coastal landscapes, historical architecture, traditional culture, local cuisine, and a strategic geographical location are among the factors that can significantly contribute to tourism development in this city. Despite these advantages, tourism in Bushehr has not yet reached a desirable level of development and faces several challenges such as inadequate tourism infrastructure, limited accommodation facilities, insufficient planning, and lack of investment. Under such conditions, adopting scientific approaches and strategic planning methods can help identify internal strengths and weaknesses as well as external opportunities and threats, thereby facilitating the formulation of effective development strategies. Strategic planning enables decision-makers and planners to analyze environmental conditions and available resources in order to design effective strategies for sustainable development. Therefore, the present study aims to formulate strategic approaches for tourism development in Bushehr city using the SWOT analytical framework in order to provide practical solutions for sustainable tourism development.

Methodology

This research is applied in terms of its objective and descriptive-analytical in terms of methodology. The statistical population of the study consisted of experts and specialists in tourism and urban planning as well as managers involved in tourism-related activities. Due to the specialized nature of the research topic, purposive sampling was employed to select knowledgeable respondents. Data were collected using a structured questionnaire based on a five-point Likert scale. The questionnaire was designed based on previous studies and expert opinions and included items related to the identification of strengths, weaknesses, opportunities, and threats affecting tourism development in Bushehr city. To analyze

the collected data, the one-sample t-test was used to examine the significance of the identified indicators. Furthermore, strategic analysis tools including the Internal Factors Evaluation (IFE) matrix and the External Factors Evaluation (EFE) matrix were applied to assess the overall internal and external environment of tourism in Bushehr. Subsequently, the SWOT matrix was used to develop appropriate strategic alternatives for tourism development. Finally, the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) was employed to prioritize the proposed strategies and determine the most attractive strategic options.

Results and Discussion

The findings of the study indicate that Bushehr city has considerable potential for tourism development. Natural attractions such as the beautiful beaches of the Persian Gulf, historical buildings and traditional urban fabric, rich local culture, and the hospitality of the local community represent the main strengths of tourism in the city. In addition, increasing demand for domestic tourism, advancements in communication technologies, and the expansion of digital marketing represent significant opportunities that can enhance tourism development in Bushehr. However, the results also reveal several weaknesses and challenges that hinder the growth of tourism in the city. The most important weaknesses include insufficient tourism infrastructure, limited accommodation facilities, inadequate transportation systems, and lack of investment in tourism services. Moreover, external threats such as competition with other tourist destinations, economic constraints, and weaknesses in tourism management may negatively influence tourism development. The results of the Internal and External Factors Evaluation matrices indicate that the overall status of tourism development in Bushehr is moderate and requires more effective strategic planning and management to achieve desirable growth.

Conclusion

Based on the results obtained from the SWOT analysis, a set of aggressive, conservative, competitive, and defensive strategies were formulated for tourism development in Bushehr city. Among these strategies, the development of digital tourism marketing, improvement of tourism accommodation and service infrastructure, organization of cultural festivals and tourism events, and encouragement of private sector investment were identified as the most important strategic actions. The results of the Quantitative

Strategic Planning Matrix (QSPM) also revealed that the strategy of digital tourism marketing has the highest priority among the proposed strategies. This finding indicates that the use of modern communication technologies and social media platforms can play a crucial role in promoting Bushehr's tourism attractions and attracting more tourists. Furthermore, improving tourism infrastructure—particularly accommodation facilities and tourism services—can significantly enhance the capacity of the city to host tourists and improve visitor satisfaction. Overall, the results suggest that sustainable tourism development in Bushehr requires a comprehensive strategic approach that simultaneously focuses on utilizing natural and cultural resources, improving tourism infrastructure, strengthening tourism management, and encouraging private sector participation.

The authors declare no conflict of interest.

Ethical considerations

Following the principles of research ethics

The authors have observed the principles of ethics in conducting and publishing this scientific research, and this is confirmed by all of them.

Data Availability Statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

First author: Preparation of samples, conducting experiments and collecting data, performing calculations, statistical analysis of data, analysis and interpretation of information and results, preparing a draft of the article.

Second author: Preparation of samples, conducting experiments and collecting data, performing calculations, statistical analysis of data, analysis and interpretation of information and results, preparing a draft of the article.

Ethical Considerations

The authors affirm that they have adhered to ethical research practices, avoiding plagiarism, misconduct, data fabrication or falsification, and have provided their consent for this article's publication.

Funding

This research was conducted without any financial support from Payam Noor University.

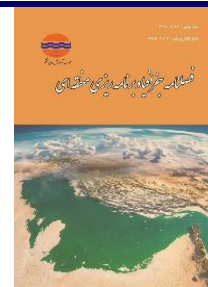
Conflict of Interest



انجمن ژئوپلیتیک ایران

فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه‌ای)

شاپا چاپی: ۶۴۶۲-۲۲۲۸ شاپا الکترونیکی: ۲۱۱۲-۲۷۸۳
Journal Homepage: <https://www.jgeoqeshm.ir/>



الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری منطقه‌ای راهبردهای اساسی آن بر پایه ماتریس SWOT (مطالعه موردی: مناطق گردشگری شهر بوشهر)

عبدالرسول کامران^۱، غلامرضا جعفری نیا^۲، باقر گرگین^۳

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران. رایانامه: abdolrasool.kamran@gmail.com

۲. گروه جامعه‌شناسی، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران. رایانامه: g.jafarinia@iau.ac.ir

۳. گروه معارف اسلامی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران. رایانامه: b.gorgin@pgu.ac.ir

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>گردشگری یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه اقتصادی و اجتماعی در بسیاری از شهرهای ساحلی جهان محسوب می‌شود. هدف پژوهش حاضر تدوین راهبردهای توسعه گردشگری شهر بوشهر با استفاده از رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش شامل خبرگان و متخصصان حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی شهری بوده که داده‌های مورد نیاز از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده است. برای تحلیل داده‌ها از آزمون t تک نمونه‌ای و همچنین ابزارهای برنامه‌ریزی راهبردی شامل ماتریس SWOT، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)، ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM) استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که شهر بوشهر دارای ظرفیت‌های قابل توجهی در حوزه گردشگری از جمله موقعیت ساحلی مناسب، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و فرهنگ مهمان‌نوازی است، اما در عین حال با چالش‌هایی مانند ضعف زیرساخت‌های گردشگری، کمبود امکانات اقامتی و محدودیت سرمایه‌گذاری مواجه است. یافته‌های ماتریس QSPM نشان داد که راهبردهایی نظیر توسعه بازاریابی دیجیتال گردشگری، توسعه زیرساخت‌های اقامتی و تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی از مهم‌ترین راهبردهای اولویت‌دار برای توسعه گردشگری شهر بوشهر محسوب می‌شوند. در مجموع نتایج پژوهش نشان می‌دهد که اجرای راهبردهای پیشنهادی می‌تواند نقش مهمی در توسعه پایدار گردشگری شهر بوشهر، افزایش جذب گردشگران و بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی این شهر ایفا کند.</p>	<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۰ تیر ۱۴۰۴ تاریخ بازنگری: ۱۵ مهر ۱۴۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۰ اردیبهشت ۱۴۰۵ تاریخ انتشار: ۱۰ اردیبهشت ۱۴۰۵</p> <p>کلیدواژه‌ها: گردشگری شهری برنامه‌ریزی راهبردی ماتریس SWOT توسعه گردشگری شهر بوشهر</p>

استناد: کامران، عبدالرسول، جعفری نیا، غلامرضا و گرگین، باقر. (۱۴۰۵). الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری منطقه‌ای راهبردهای اساسی آن بر پایه ماتریس SWOT (مطالعه موردی: مناطق گردشگری شهر بوشهر). *جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۱۶(۶۲)، ۴۲۵-۴۴۵.

DOI: 10.22034/jgeoq.2026.581267.4437



© نویسندگان.

ناشر: موسسه آموزش عالی قشم

مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از پویاترین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی جهان در دهه‌های اخیر نقش مهمی در توسعه منطقه‌ای، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و ارتقای تعاملات فرهنگی ایفا کرده است. بسیاری از کشورها با بهره‌گیری از برنامه‌ریزی استراتژیک در حوزه گردشگری توانسته‌اند ظرفیت‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی خود را به مزیت‌های رقابتی پایدار تبدیل کنند. در این میان، برنامه‌ریزی استراتژیک به عنوان رویکردی نظام‌مند برای تحلیل محیط داخلی و خارجی و تعیین مسیرهای توسعه، جایگاه ویژه‌ای در مدیریت گردشگری یافته است. یکی از ابزارهای مهم در این زمینه، ماتریس SWOT است که امکان شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها را فراهم کرده و به تصمیم‌گیران کمک می‌کند تا راهبردهای توسعه‌ای کارآمدتری تدوین نمایند (David, 2026: 84). از سوی دیگر، توسعه گردشگری منطقه‌ای زمانی موفق خواهد بود که مبتنی بر شناخت دقیق ظرفیت‌های مکانی و برنامه‌ریزی هدفمند باشد، زیرا برنامه‌ریزی گردشگری فرآیندی است که در آن منابع طبیعی، فرهنگی و اقتصادی یک منطقه برای دستیابی به توسعه پایدار مورد تحلیل و مدیریت قرار می‌گیرد (Gunn, 2026: 55). شهر بوشهر با دارا بودن جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، ساحلی و موقعیت راهبردی در کرانه خلیج فارس، یکی از مناطق مستعد برای توسعه گردشگری در جنوب ایران محسوب می‌شود. با این حال بهره‌برداری مطلوب از این ظرفیت‌ها مستلزم تدوین برنامه‌های استراتژیک و تحلیل محیطی دقیق است (سقایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۴). در همین راستا، مطالعات برنامه‌ریزی گردشگری نشان می‌دهد که مدیریت علمی و راهبردی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه متوازن و پایدار مقاصد گردشگری در سطح منطقه‌ای شود (Hall, 2024: 102).

با وجود ظرفیت‌های گسترده گردشگری در بسیاری از شهرهای ساحلی ایران، توسعه این صنعت در برخی مناطق از جمله شهر بوشهر با چالش‌ها و موانع متعددی مواجه است. گردشگری به عنوان یک فعالیت چندبعدی نیازمند برنامه‌ریزی منسجم، سیاست‌گذاری مناسب و هماهنگی میان نهادهای مختلف است تا بتواند به توسعه اقتصادی و اجتماعی پایدار منجر شود (رنجبریان و زاهدی، ۱۴۰۴: ۷۶). در بسیاری از مناطق، نبود الگوی جامع برنامه‌ریزی استراتژیک موجب شده است که ظرفیت‌های گردشگری به طور کامل شناسایی و بهره‌برداری نشود و این امر منجر به کاهش بهره‌وری اقتصادی و محدود شدن فرصت‌های توسعه منطقه‌ای گردد (کارگر، ۱۴۰۴: ۱۱۸). شهر بوشهر با وجود برخورداری از جاذبه‌های متنوع تاریخی، فرهنگی و طبیعی، هنوز نتوانسته است جایگاه مطلوبی در نظام گردشگری ملی و منطقه‌ای به دست آورد که این مسئله می‌تواند ناشی از ضعف در برنامه‌ریزی استراتژیک، کمبود زیرساخت‌ها و نبود سیاست‌های منسجم توسعه گردشگری باشد (سقایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۷). از سوی دیگر، مطالعات حوزه مدیریت گردشگری نشان می‌دهد که توسعه پایدار مقاصد گردشگری نیازمند تحلیل دقیق محیط داخلی و خارجی و تدوین راهبردهای مبتنی بر مزیت‌های رقابتی است (Kim, King & Kim, 2022: 850). در این راستا، ابزارهای تحلیلی مانند ماتریس SWOT به مدیران و برنامه‌ریزان کمک می‌کند تا عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری را به صورت نظام‌مند شناسایی و بر اساس آن راهبردهای مناسب تدوین کنند (پیرس و رابینسون، ۱۳۹۷: ۲۱۱). همچنین برنامه‌ریزی علمی گردشگری می‌تواند با ایجاد تعادل میان توسعه اقتصادی، حفاظت از منابع و ارتقای کیفیت زندگی جامعه محلی، زمینه تحقق توسعه پایدار منطقه‌ای را فراهم آورد (Hall, 2024: 146). بنابراین مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که با استفاده از رویکرد برنامه‌ریزی استراتژیک و ماتریس SWOT، الگوی مناسبی برای توسعه گردشگری منطقه‌ای در شهر بوشهر شناسایی و راهبردهای اساسی آن تبیین شود.

انجام این تحقیق از آن جهت اهمیت دارد که توسعه گردشگری در شهرهای ساحلی می‌تواند نقش مهمی در رونق اقتصادی، افزایش اشتغال و ارتقای جایگاه منطقه‌ای شهرها ایفا کند. شناسایی ظرفیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری بوشهر و تدوین راهبردهای مناسب می‌تواند زمینه استفاده بهینه از منابع موجود را فراهم کرده و به توسعه پایدار منطقه کمک نماید. همچنین نتایج این پژوهش می‌تواند برای برنامه‌ریزان شهری، مدیران گردشگری و سیاست‌گذاران در تدوین برنامه‌های توسعه گردشگری کاربرد عملی داشته باشد. در ادبیات برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری، نظریه‌ها و رویکردهای متعددی برای تحلیل و هدایت فرآیند توسعه گردشگری مطرح شده است. یکی از مهم‌ترین رویکردها، نظریه مدیریت استراتژیک است که بر تحلیل محیط داخلی و خارجی سازمان یا منطقه و تدوین راهبردهای مناسب برای دستیابی به اهداف بلندمدت تأکید دارد. در این چارچوب، مدیریت استراتژیک فرآیندی پویا شامل تدوین، اجرا و ارزیابی راهبردهاست که به سازمان‌ها کمک می‌کند تا در محیط‌های پیچیده و رقابتی عملکرد

بهتری داشته باشند (علی احمدی، ۱۴۰۳: ۶۳). در حوزه گردشگری نیز برنامه‌ریزی استراتژیک به عنوان رویکردی کارآمد برای مدیریت مقاصد گردشگری شناخته می‌شود، زیرا این رویکرد امکان هماهنگی میان عوامل اقتصادی، اجتماعی و محیطی را فراهم می‌آورد (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۴۰۴: ۹۱). از منظر نظری، الگوهای توسعه گردشگری پایدار نیز بر ضرورت حفظ منابع طبیعی و فرهنگی در کنار بهره‌برداری اقتصادی تأکید دارند و برنامه‌ریزی را ابزاری برای دستیابی به تعادل میان توسعه و حفاظت می‌دانند (قادری، ۱۳۹۶: ۵۴). در این میان، ماتریس SWOT یکی از مهم‌ترین ابزارهای تحلیل استراتژیک است که به برنامه‌ریزان امکان می‌دهد با شناسایی نقاط قوت و ضعف داخلی و فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی، راهبردهای مناسب برای توسعه را طراحی کنند (David, 2026: 121). همچنین نظریه‌های توسعه منطقه‌ای تأکید می‌کنند که برنامه‌ریزی گردشگری باید مبتنی بر ویژگی‌های فضایی، ظرفیت‌های بومی و مشارکت ذی‌نفعان محلی باشد تا بتواند به توسعه متوازن و پایدار منجر شود (مطیعی لنگرودی، ۱۳۹۹: ۸۹). افزون بر این، مطالعات اقتصاد گردشگری نشان می‌دهد که توسعه برنامه‌ریزی‌شده این صنعت می‌تواند موجب افزایش درآمدهای محلی، تقویت زیرساخت‌ها و بهبود کیفیت زندگی ساکنان شود (مورتی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۴۲). بنابراین بهره‌گیری از رویکردهای نظری مدیریت استراتژیک و برنامه‌ریزی گردشگری می‌تواند چارچوبی علمی برای تحلیل و تدوین راهبردهای توسعه گردشگری در شهر بوشهر فراهم آورد.

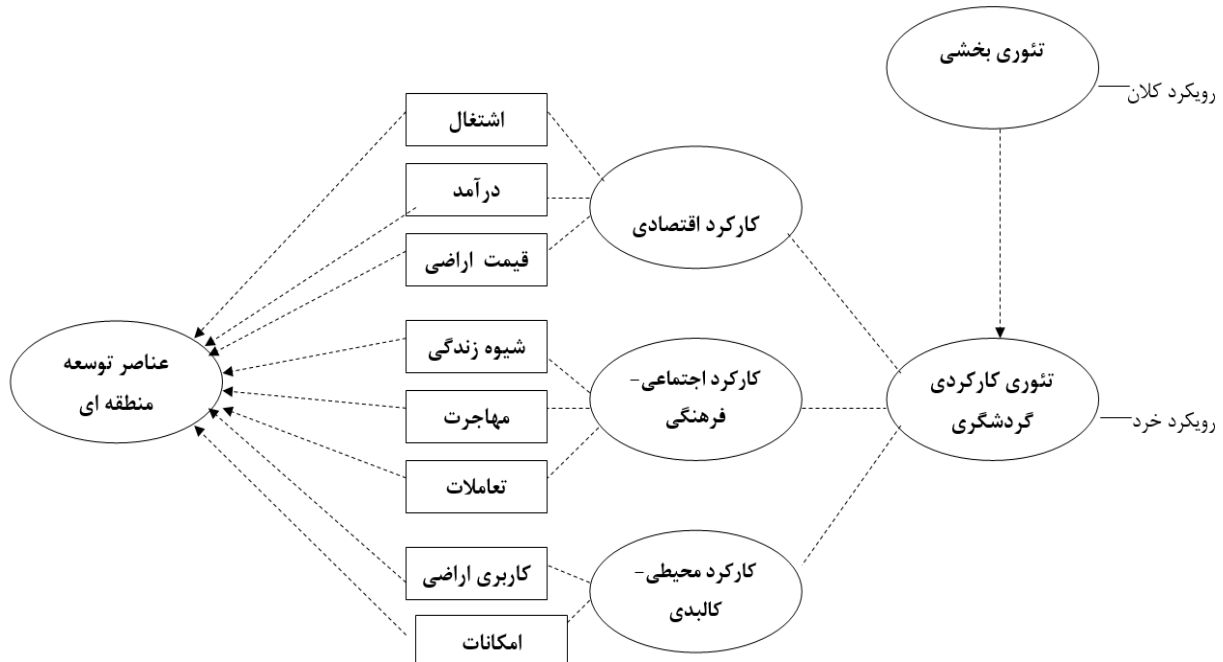
نوآوری مقاله حاضر در ارائه یک الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک برای توسعه گردشگری منطقه‌ای شهر بوشهر بر اساس تحلیل جامع عوامل داخلی و خارجی و بهره‌گیری از ماتریس SWOT است. در این پژوهش تلاش شده است با تلفیق مبانی نظری مدیریت استراتژیک و برنامه‌ریزی گردشگری، راهبردهای عملی و متناسب با شرایط بومی شهر بوشهر ارائه شود. همچنین تمرکز بر رویکرد منطقه‌ای و تحلیل ساختارمند ظرفیت‌ها و چالش‌های گردشگری این شهر، می‌تواند دیدگاه جدیدی در مطالعات برنامه‌ریزی گردشگری شهری در ایران ارائه دهد. هدف اصلی این تحقیق ارائه الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری منطقه‌ای و تدوین راهبردهای اساسی آن بر پایه ماتریس SWOT در شهر بوشهر که طبق آن سؤال اصلی تحقیق بدین شکل تعریف می‌شود که الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری منطقه‌ای در شهر بوشهر بر اساس ماتریس SWOT چگونه است و چه راهبردهای اساسی برای توسعه این بخش قابل ارائه می‌باشد؟

ادبیات و مبانی نظری

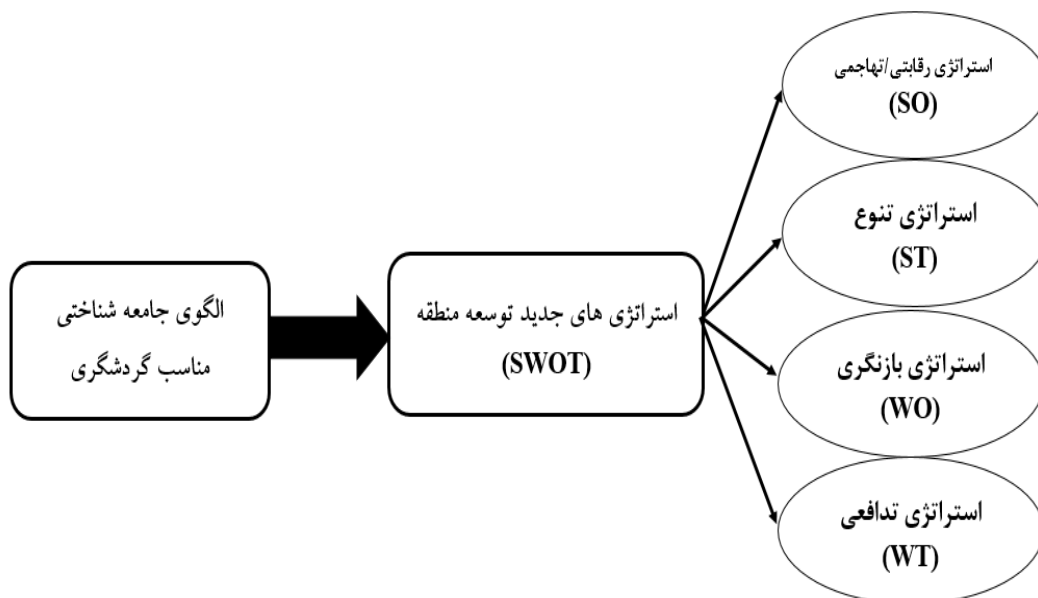
توسعه گردشگری منطقه‌ای به عنوان یکی از ابزارهای مؤثر در تحقق توسعه اقتصادی، اجتماعی و فضایی در بسیاری از کشورها مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران قرار گرفته است. در این میان، برنامه‌ریزی استراتژیک گردشگری به عنوان یک رویکرد نظام‌مند و مبتنی بر تحلیل محیطی، امکان شناسایی ظرفیت‌ها، محدودیت‌ها و فرصت‌های توسعه در یک منطقه را فراهم می‌سازد. از دیدگاه نظری، برنامه‌ریزی استراتژیک فرآیندی است که طی آن اهداف بلندمدت تعیین شده و با تحلیل شرایط داخلی و خارجی، راهبردهای مناسب برای دستیابی به آن اهداف تدوین می‌شود (پیرس و رابینسون، ۱۳۹۷: ۱۴۵). در حوزه گردشگری، این رویکرد نقش مهمی در مدیریت مقاصد گردشگری، توسعه زیرساخت‌ها و افزایش رقابت‌پذیری مناطق دارد (تقوایی و اکبری، ۱۴۰۳: ۷۲). بر اساس دیدگاه‌های نوین مدیریت گردشگری، برنامه‌ریزی استراتژیک باید بر مبنای شناخت جامع از منابع طبیعی، فرهنگی و اجتماعی یک منطقه انجام گیرد تا بتواند به توسعه پایدار گردشگری منجر شود (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۴۰۴: ۹۴). در همین راستا، مفهوم توسعه گردشگری منطقه‌ای به معنای بهره‌برداری برنامه‌ریزی‌شده از ظرفیت‌های یک منطقه برای جذب گردشگران و ایجاد منافع اقتصادی و اجتماعی برای جامعه محلی مطرح شده است (رنجریان و زاهدی، ۱۴۰۴: ۵۸). از منظر حقوقی نیز برنامه‌ریزی گردشگری در چارچوب سیاست‌های عمومی دولت، قوانین توسعه منطقه‌ای و نظام مدیریت سرزمین تعریف می‌شود و هدف آن ایجاد تعادل میان بهره‌برداری اقتصادی از منابع گردشگری و حفاظت از محیط‌زیست و میراث فرهنگی است (کارگر، ۱۴۰۴: ۱۳۳). از این رو، برنامه‌ریزی استراتژیک گردشگری را می‌توان فرآیندی دانست که با تلفیق ملاحظات مدیریتی، اقتصادی، اجتماعی و حقوقی، زمینه توسعه پایدار مقاصد گردشگری را فراهم می‌آورد. در این چارچوب، نظریه‌های مدیریت استراتژیک بر ضرورت تدوین چشم‌انداز، مأموریت و اهداف مشخص برای سازمان‌ها و مناطق تأکید دارند تا مسیر توسعه به صورت هدفمند و نظام‌مند هدایت شود (علی احمدی، ۱۴۰۳: ۷۹).

یکی از مهم‌ترین ابزارهای نظری در چارچوب مدیریت استراتژیک، مدل تحلیل SWOT است که در بسیاری از مطالعات برنامه‌ریزی گردشگری مورد استفاده قرار گرفته است. این مدل با تحلیل چهار مؤلفه اصلی شامل نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها، امکان ارزیابی جامع محیط داخلی و خارجی یک سیستم را فراهم می‌سازد. در واقع، تحلیل SWOT ابزاری برای تدوین راهبردهای توسعه‌ای است که بر اساس آن می‌توان با بهره‌گیری از نقاط قوت و فرصت‌ها و کاهش اثرات نقاط ضعف و تهدیدها، مسیرهای مناسب توسعه را شناسایی کرد (David, 2022: 214). در چارچوب برنامه‌ریزی گردشگری، این مدل به برنامه‌ریزان کمک می‌کند تا عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی مؤثر بر توسعه گردشگری را تحلیل کرده و راهبردهای مناسب برای مدیریت مقصد گردشگری ارائه دهند (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۴: ۶۳). همچنین در ادبیات توسعه گردشگری، نظریه چرخه حیات مقصد گردشگری از جمله نظریه‌های مهمی است که روند تکامل مقاصد گردشگری را در مراحل مختلف رشد، توسعه، تثبیت و احیا تبیین می‌کند و نشان می‌دهد که برنامه‌ریزی استراتژیک می‌تواند نقش مهمی در مدیریت این چرخه ایفا کند (Butler, 2025: 14). علاوه بر این، نظریه‌های اقتصاد گردشگری بر این نکته تأکید دارند که گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی چندبخشی می‌تواند موجب افزایش درآمدهای محلی، توسعه زیرساخت‌ها و ارتقای سطح رفاه اجتماعی شود (مورتی و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۶). در همین راستا، رویکردهای نوین برنامه‌ریزی منطقه‌ای نیز بیان می‌کنند که توسعه گردشگری باید با مشارکت جامعه محلی و در چارچوب سیاست‌های توسعه پایدار انجام شود تا منافع آن به صورت عادلانه در سطح منطقه توزیع گردد (مطیعی لنگرودی، ۱۳۹۹: ۱۰۲). بنابراین بهره‌گیری از ابزارهای تحلیلی مدیریت استراتژیک در کنار رویکردهای توسعه پایدار می‌تواند چارچوبی مناسب برای تدوین راهبردهای توسعه گردشگری در مناطق مختلف از جمله شهر بوشهر فراهم آورد.

از منظر روش‌شناختی، برنامه‌ریزی استراتژیک گردشگری شامل مراحل متعددی است که در ادبیات مدیریت استراتژیک به صورت یک فرآیند نظام‌مند مطرح شده است. بر اساس مدل ارائه شده توسط دیوید، این فرآیند شامل چهار مرحله اصلی آغاز، ورودی، مقایسه و تصمیم‌گیری است که در مجموع چارچوبی تحلیلی برای تدوین راهبردهای توسعه فراهم می‌آورد (David, 2022: 85).



شکل ۱. الگوی شناسایی عناصر الگوی گردشگری



شکل ۲. الگوی توسعه گردشگری منطقه براساس استراتژی های جدید SWOT

در مرحله آغاز، چشم‌انداز، مأموریت و اهداف توسعه گردشگری تعیین می‌شوند تا جهت‌گیری کلی برنامه مشخص گردد. چشم‌انداز بیانگر تصویر مطلوب آینده مقصد گردشگری است و مأموریت نیز فلسفه وجودی و کارکرد اصلی آن را تبیین می‌کند (Brownlie, 2014: 162). در مرحله ورودی، عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری شناسایی و تحلیل می‌شوند. این تحلیل از طریق دو ابزار مهم یعنی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) انجام می‌گیرد که به شناسایی نقاط قوت و ضعف داخلی و همچنین فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی کمک می‌کند (فرد آر. دیوید، ۱۴۰۲: ۱۲۱). در مرحله مقایسه، داده‌های حاصل از تحلیل محیط داخلی و خارجی در قالب ماتریس SWOT مورد بررسی قرار گرفته و راهبردهای مختلف توسعه استخراج می‌شوند. این مرحله یکی از مهم‌ترین مراحل تدوین استراتژی است، زیرا بر اساس مقایسه عوامل داخلی و خارجی، چهار نوع استراتژی شامل SO، ST، WO، و WT شکل می‌گیرد که هر یک بیانگر نوع خاصی از رویکرد توسعه هستند (گلشنی اصل، ۱۳۹۸: ۱۴۴). در نهایت، در مرحله تصمیم‌گیری از ابزارهایی مانند ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM) برای اولویت‌بندی راهبردها استفاده می‌شود تا مناسب‌ترین گزینه‌های راهبردی برای اجرا انتخاب شوند. این فرآیند تحلیلی امکان تصمیم‌گیری علمی و مبتنی بر داده را در مدیریت مقاصد گردشگری فراهم می‌سازد و به برنامه‌ریزان کمک می‌کند تا راهبردهای کارآمدی برای توسعه گردشگری منطقه‌ای تدوین نمایند.

پیشینه پژوهش

مطالعه پیشینه پژوهش در حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی استراتژیک از اهمیت زیادی برخوردار است، زیرا بررسی تحقیقات پیشین می‌تواند چارچوبی برای شناخت روندهای علمی، شناسایی شکاف‌های پژوهشی و تبیین جایگاه تحقیق حاضر فراهم کند. در سال‌های اخیر پژوهشگران داخلی و خارجی به بررسی ابعاد مختلف توسعه گردشگری، برنامه‌ریزی منطقه‌ای و نقش رویکردهای مدیریتی در توسعه پایدار گردشگری پرداخته‌اند که مرور آن‌ها می‌تواند مبنای مناسبی برای تبیین ضرورت انجام پژوهش حاضر باشد.

در حوزه مطالعات داخلی، پژوهش‌های متعددی درباره توسعه گردشگری و برنامه‌ریزی آن انجام شده است. خاک‌نژاد و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی در ایران (مطالعه موردی: شهر تبریز) بیان کردند که ضعف در برنامه‌های بازآفرینی شهری و نبود رویکرد سیستمی در سیاست‌گذاری از عوامل اصلی عدم توسعه گردشگری است؛ با این حال پژوهش آنان به تحلیل اجتماعی پرداخته و چارچوب استراتژیک مبتنی بر SWOT ارائه نکرده است. ریسی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه ابعاد توسعه گردشگری روستایی بر

کیفیت رفاه اجتماعی ساکنان روستاهای شهرستان کوه‌رنگ نشان دادند که توسعه گردشگری روستایی رابطه معناداری با رفاه اجتماعی دارد و بعد عملکردی بیشترین تأثیر را دارد؛ اما مطالعه آنان بر گردشگری روستایی متمرکز بوده و به برنامه‌ریزی استراتژیک منطقه‌ای نپرداخته است. حاج‌آقامیر و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان طراحی الگوی مطلوب توسعه گردشگری فرهنگی در ایران بیان کردند که علی‌رغم ظرفیت‌های گسترده گردشگری فرهنگی، فقدان درک علمی از فرصت‌ها و تهدیدها موجب شده جایگاه ایران در این حوزه مطلوب نباشد؛ با این وجود تحقیق آنان فاقد تحلیل راهبردی منطقه‌ای با استفاده از ماتریس SWOT است. ضیائی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان طراحی الگوی مدیریت توسعه گردشگری عشایری با رویکرد مدل‌سازی ساختاری-تفسیری نشان دادند که توانمندسازی جامعه عشایری و سرمایه اجتماعی از مهم‌ترین پیشران‌های توسعه گردشگری عشایری است، اما تمرکز این پژوهش بر گردشگری عشایری بوده و توسعه گردشگری شهری را بررسی نکرده است. طیبی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان طراحی و تبیین الگوی کسب‌وکارهای گردشگری با رویکرد توسعه پایدار بیان کردند که مجموعه‌ای از عوامل اقتصادی، مدیریتی و زیرساختی در موفقیت کسب‌وکارهای گردشگری مؤثر هستند؛ با این حال مطالعه آنان بیشتر بر حوزه کسب‌وکار تمرکز دارد. همچنین چوپنداری و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان ارائه الگوی بهینه توسعه گردشگری در روستاهای هدف گردشگری ایران نشان دادند که گردشگری روستایی می‌تواند موجب اشتغال‌زایی، افزایش درآمد و کاهش مهاجرت روستاییان شود، اما این پژوهش نیز بیشتر بر گردشگری روستایی تمرکز داشته و به تحلیل استراتژیک گردشگری شهری در قالب SWOT نپرداخته است.

در حوزه مطالعات خارجی نیز پژوهشگران به بررسی ابعاد مختلف توسعه گردشگری پرداخته‌اند. Yang و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان کشف الگوی جامعه‌شناختی بازار گردشگری باروری در چین نشان دادند که پیشرفت‌های فناورانه و گسترش فرهنگ مصرف‌گرایی موجب شکل‌گیری الگوهای جدیدی از گردشگری شده است؛ با این حال تمرکز مطالعه آنان بر گردشگری باروری بوده و ارتباطی با برنامه‌ریزی استراتژیک منطقه‌ای ندارد. Kinseng و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان کووید-۱۹ و ظهور گردشگری مجازی در اندونزی: یک دیدگاه جامعه‌شناختی بیان کردند که همه‌گیری کرونا موجب ظهور شکل‌های جدید گردشگری مجازی شده است و ساختارهای اجتماعی نقش مهمی در هدایت این تحول دارند، اما پژوهش آنان بیشتر بر پیامدهای اجتماعی بحران کرونا تمرکز دارد. Mateoc-Sîrb و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان توسعه گردشگری پایدار در مناطق حفاظت‌شده مارامورس رومانی نشان دادند که گردشگری پایدار می‌تواند تعادل میان رشد اقتصادی و حفاظت محیط‌زیست را برقرار سازد و مدل‌هایی برای مدیریت منابع گردشگری ارائه دادند؛ با این حال این پژوهش بر مناطق حفاظت‌شده متمرکز بوده است. Bano و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان تأثیر پویای پیری جمعیت، نوآوری صنعتی و فناوری اطلاعات بر توسعه گردشگری در اقتصادهای بریکس بیان کردند که میان نوآوری فناوری، رشد اقتصادی و توسعه گردشگری روابط متقابل وجود دارد، اما این مطالعه بیشتر ماهیت اقتصادی و کلان دارد. Butler و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان توسعه گردشگری میراث فرهنگی در منطقه پانیو چین نشان دادند که مشارکت جامعه محلی نقش مهمی در موفقیت توسعه گردشگری دارد و عدم توجه به پیامدهای اجتماعی می‌تواند موجب نارضایتی ساکنان شود؛ با این حال مطالعه آنان به ارائه مدل برنامه‌ریزی استراتژیک منطقه‌ای نپرداخته است.

بررسی مطالعات داخلی و خارجی نشان می‌دهد که هرچند پژوهش‌های متعددی درباره توسعه گردشگری، گردشگری پایدار، گردشگری فرهنگی و آثار اجتماعی و اقتصادی گردشگری انجام شده است، اما پژوهش‌هایی که به صورت جامع به برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری منطقه‌ای با استفاده از ابزارهای تحلیلی مدیریت استراتژیک مانند ماتریس SWOT بپردازند، محدود است. همچنین در بسیاری از مطالعات، تمرکز بیشتر بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی یا فرهنگی گردشگری بوده و کمتر به تدوین راهبردهای عملیاتی برای یک مقصد گردشگری مشخص توجه شده است. از این رو، نوآوری پژوهش حاضر در آن است که با بهره‌گیری از چارچوب برنامه‌ریزی استراتژیک و استفاده از ابزارهای تحلیلی SWOT، IFE، EFE، QSPM و تلاش می‌کند الگوی توسعه گردشگری منطقه‌ای در شهر بوشهر را شناسایی و راهبردهای اساسی آن را اولویت‌بندی نماید. این رویکرد علاوه بر تحلیل ظرفیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری شهر بوشهر، می‌تواند چارچوبی کاربردی برای تصمیم‌گیری مدیران و برنامه‌ریزان گردشگری در سطح منطقه‌ای فراهم آورد.

روش تحقیق

این بخش به تشریح روش‌شناسی تحقیق اختصاص دارد. در ابتدا نوع و رویکرد پژوهش بیان می‌شود و سپس متغیرهای مورد مطالعه همراه با تعاریف مفهومی و عملیاتی آن‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرند. پس از آن، ابزار گردآوری داده‌ها معرفی شده و پایایی و روایی آن‌ها ارزیابی می‌شود. در ادامه جامعه آماری، روش نمونه‌گیری، شیوه جمع‌آوری داده‌ها، محیط و زمان انجام پژوهش، نحوه کدگذاری و استخراج داده‌ها و در نهایت مراحل اجرای پژوهش تشریح می‌گردد.

این پژوهش در حوزه علوم اجتماعی قرار می‌گیرد و با بهره‌گیری از روش پیمایش انجام شده است که یکی از مهم‌ترین روش‌های شبه‌تجربی و پرکاربرد در تحقیقات اجتماعی محسوب می‌شود. داده‌های جمع‌آوری شده در این پژوهش ماهیت کمی دارند و از نظر نحوه مواجهه با مسئله، مطالعه‌ای میدانی به شمار می‌آیند. ماهیت تحقیق توصیفی-پیمایشی است، زیرا به توصیف دقیق پدیده‌های مورد بررسی می‌پردازد. از نظر زمانی نیز این پژوهش از نوع مقطعی بوده و پدیده مورد نظر را در یک مقطع زمانی مشخص بررسی می‌کند. همچنین به دلیل انجام پژوهش بر روی جامعه‌ای نسبتاً گسترده، مطالعه از نوع پهنانگر محسوب شده و امکان تعمیم نتایج را فراهم می‌سازد. افزون بر این، در کنار روش پیمایشی از تکنیک‌های برنامه‌ریزی استراتژیک نظیر تحلیل SWOT برای تدوین راهبردهای توسعه استفاده شده است. از نظر هدف، این پژوهش کاربردی و از نظر روش، ترکیبی از رویکردهای کیفی و کمی است. در مرحله کیفی، با استفاده از مطالعات نظری و بررسی منابع علمی، چارچوب نظری پژوهش تدوین شد. سپس از طریق مصاحبه با خبرگان و بهره‌گیری از روش دلفی، ابعاد، شاخص‌ها و مؤلفه‌های اثرگذار بر مدل تحقیق شناسایی و پالایش گردید. در مرحله کمی، داده‌ها با استفاده از روش پیمایشی گردآوری شده و برای بررسی روابط میان متغیرها از تحلیل عاملی تأییدی بهره گرفته شد. جامعه آماری در بخش کیفی شامل افراد دارای تجربه و تخصص در حوزه گردشگری و توسعه منطقه‌ای، از جمله کارشناسان، مدیران و مسئولان سازمان‌های مرتبط با گردشگری شهر بوشهر در سال ۱۴۰۲ بوده است. نمونه‌گیری در این بخش به روش گلوله‌برفی انجام شد و در نهایت ۱۶ نفر از خبرگان تا رسیدن به اشباع نظری در پژوهش مشارکت داشتند. در بخش دلفی نیز خبرگان شامل اساتید دانشگاه، پژوهشگران، کارشناسان و مدیران سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با گردشگری شهر بوشهر بودند. در این پژوهش از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. در روش کتابخانه‌ای، اطلاعات از طریق مطالعه منابع علمی، مقالات و اسناد مرتبط گردآوری شد. در بخش میدانی نیز از پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده گردید. پایایی ابزار اندازه‌گیری با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و روایی آن از طریق نظر اساتید راهنما و مشاور، تحلیل عاملی تأییدی و روش دلفی مورد ارزیابی قرار گرفت.

جدول ۱. مراحل شناسایی استراتژی جدید توسعه منطقه ای گردشگری

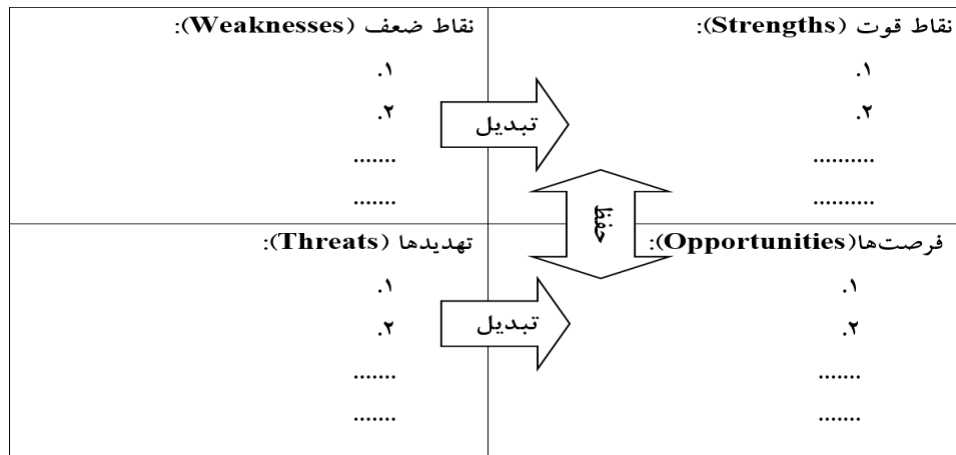
ردیف	سطوح استراتژی	مرحله	توضیح فعالیت‌ها
۱	استراتژی‌های کلان	مرحله شروع	- تعیین چشم انداز و مأموریت - شناسایی و تعیین اهداف
		مرحله ورودی	- بررسی عوامل داخلی و تشکیل ماتریس (IFE) با ضرایب و رتبه بندی - بررسی عوامل خارجی و تشکیل ماتریس (EFE) با ضرایب و رتبه بندی
		مرحله مقایسه	- تشکیل ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط قوت و ضعف (SWOT)
		مرحله تصمیم‌گیری	- اولویت بندی استراتژی‌های استخراج شده بر اساس ماتریس QSPM

مأخذ: دیوید؛ ۱۳۷۹

در این پژوهش دو نوع پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت. پرسشنامه نخست، پرسشنامه کریس و همکاران (۱۳۹۲) است که شامل ۲۰ گویه در مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت بوده و ابعاد فرهنگی، زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی توسعه پایدار گردشگری را مورد سنجش قرار می‌دهد. پرسشنامه دوم نیز به منظور شناسایی مأموریت، چشم‌انداز، اهداف، فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف طراحی شد و همچنین پرسشنامه‌ای بسته برای ارزیابی عوامل جامعه‌شناختی داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه گردشگری

مورد استفاده قرار گرفت. برای سنجش روایی ابزار تحقیق از چند روش استفاده شد. روایی ظاهری از طریق بررسی اولیه پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان حوزه مربوطه مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین روایی محتوا با بهره‌گیری از روش دلفی و محاسبه شاخص‌های CVI و CVR با مشارکت ۱۰ نفر از خبرگان بررسی شد. روایی سازه نیز از طریق تحلیل عاملی تأییدی شامل روایی همگرا و واگرا با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS مورد ارزیابی قرار گرفت. برای سنجش پایایی ابزار اندازه‌گیری نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. به این منظور، پرسشنامه به صورت آزمایشی در میان ۲۰ نفر از جامعه آماری توزیع شد که نتایج حاصل بیانگر پایایی قابل قبول ابزار پژوهش بود.

مدل تحقیق بر اساس الگوی مدیریت استراتژیک فرد آر. دیوید تدوین شده است که شامل چهار مرحله اصلی است.



شکل ۳. مدل تحقیق بر اساس الگوی مدیریت استراتژیک

مرحله نخست (مرحله آغازین): در این مرحله چشم‌انداز، مأموریت و اهداف سازمان یا مقصد گردشگری تعیین می‌شود. چشم‌انداز بیانگر وضعیت مطلوب آینده مقصد گردشگری است، در حالی که مأموریت به تبیین ماهیت فعالیت‌ها، مشتریان، محصولات، بازارها، فناوری، فلسفه وجودی، مزیت رقابتی و توجه به کارکنان و جامعه می‌پردازد.

مرحله دوم (مرحله ورودی): در این مرحله عوامل داخلی و خارجی مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. عوامل داخلی شامل نقاط قوت و ضعف بوده که با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) بررسی می‌شوند. عوامل خارجی نیز شامل فرصت‌ها و تهدیدها هستند که با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) تحلیل می‌گردند.

مرحله سوم (مرحله مقایسه): در این مرحله با استفاده از ماتریس SWOT عوامل داخلی و خارجی با یکدیگر مقایسه شده و چهار دسته راهبرد شامل راهبردهای تهاجمی (SO)، رقابتی (ST)، محافظه‌کارانه (WO) و تدافعی (WT) استخراج می‌شود.

مرحله چهارم (مرحله تصمیم‌گیری): در این مرحله راهبردهای استخراج‌شده با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM) مورد ارزیابی و اولویت‌بندی قرار می‌گیرند تا مناسب‌ترین راهبردها برای توسعه گردشگری شهر بوشهر انتخاب شوند.

روش دلفی یکی از روش‌های معتبر برای کسب نظرات تخصصی و دستیابی به اجماع میان خبرگان است و در شرایطی که اطلاعات کامل در دسترس نیست، کاربرد گسترده‌ای دارد. در این پژوهش ابتدا تیم اجرایی تشکیل شد و سپس ۱۶ نفر از کارشناسان، مدیران و مسئولان سازمان‌های مرتبط با گردشگری شهر بوشهر به عنوان هیئت خبرگان انتخاب شدند. در ادامه پرسشنامه‌هایی به صورت باز و بسته در چند دور برای خبرگان ارسال شد تا در خصوص مؤلفه‌ها، مأموریت، چشم‌انداز، اهداف، فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف و در نهایت راهبردهای توسعه گردشگری به توافق نظر برسند. در مرحله پایانی نیز برای اولویت‌بندی راهبردها از ماتریس QSPM استفاده شد. داده‌های گردآوری‌شده با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در بخش آمار توصیفی از شاخص‌هایی نظیر فراوانی، درصد و نمودارهای میله‌ای استفاده شد. در بخش آمار استنباطی نیز آزمون t تک‌نمونه‌ای برای بررسی فرضیات به کار گرفته شد. در ادامه، با استفاده از تحلیل SWOT محیط داخلی و خارجی مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت با بهره‌گیری از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM) راهبردهای توسعه گردشگری شهر بوشهر اولویت‌بندی شده و الگوی پیشنهادی پژوهش ارائه گردید.

یافته ها

یافته های توصیفی:

در این بخش ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان مورد بررسی قرار می گیرد تا تصویری روشن از ترکیب نمونه مورد مطالعه ارائه شود. اطلاعات جمعیت شناختی شامل سه متغیر اصلی جنسیت، سطح تحصیلات و سابقه کار پاسخ دهندگان است. بررسی این شاخص ها به درک بهتر ویژگی های خبرگان و افراد مشارکت کننده در پژوهش کمک می کند و نشان می دهد که پاسخ های ارائه شده تا چه اندازه بر پایه دانش تخصصی و تجربه حرفه ای شکل گرفته است. جدول ۲ توزیع فراوانی و درصد پاسخ دهندگان را بر اساس این سه متغیر نشان می دهد.

جدول ۲. توزیع فراوانی ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۴	۸۷.۵
	زن	۲	۱۲.۵
تحصیلات	کارشناسی ارشد	۵	۳۱.۳
	دکتری	۱۱	۶۸.۷
سابقه کار	زیر ۱۰ سال	۲	۱۲.۵
	۱۰ تا ۲۰ سال	۴	۲۵
	بالای ۲۰ سال	۱۰	۶۲.۵
جمع کل		۱۶	۱۰۰

نتایج ارائه شده در جدول ۲ نشان می دهد که ترکیب نمونه مورد مطالعه از نظر جنسیت، تحصیلات و سابقه کار بیانگر حضور غالب افراد متخصص و با تجربه در این پژوهش است. از نظر جنسیت، اکثریت پاسخ دهندگان را مردان تشکیل می دهند، به طوری که ۸۷.۵ درصد از کل مشارکت کنندگان مرد و تنها ۱۲.۵ درصد زن هستند. این توزیع می تواند نشان دهنده حضور بیشتر مردان در جایگاه های مدیریتی و کارشناسی حوزه گردشگری در جامعه مورد مطالعه باشد. از نظر سطح تحصیلات، نتایج حاکی از سطح علمی بالای نمونه است؛ به گونه ای که ۶۸.۷ درصد از پاسخ دهندگان دارای مدرک دکتری و ۳۱.۳ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد هستند. این امر نشان می دهد که نظرات ارائه شده در پژوهش تا حد زیادی مبتنی بر دیدگاه های تخصصی و علمی است. همچنین بررسی سابقه کاری نشان می دهد که ۶۲.۵ درصد از پاسخ دهندگان بیش از ۲۰ سال سابقه کار دارند، در حالی که ۲۵ درصد بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۱۲.۵ درصد کمتر از ۱۰ سال سابقه فعالیت دارند. این ترکیب بیانگر آن است که بیشتر پاسخ دهندگان از تجربه حرفه ای قابل توجهی برخوردار هستند و بنابراین دیدگاه های آنان می تواند مبنای قابل اعتمادی برای تحلیل و تدوین راهبردهای توسعه گردشگری شهر بوشهر باشد.

در ادامه نتایج آزمون های آماری مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش ارائه می شود. این متغیرها شامل بیانیه مأموریت، چشم انداز، اهداف کمی و اهداف کیفی توسعه صنعت گردشگری شهر بوشهر هستند. برای بررسی میزان توافق پاسخ دهندگان با این شاخص ها از آزمون t تک نمونه ای استفاده شده است. شاخص هایی مانند میانگین، انحراف معیار، مقدار t و سطح معناداری نشان می دهد که آیا دیدگاه خبرگان نسبت به این مؤلفه ها از نظر آماری معنادار است یا خیر. جدول ۳ خلاصه ای از نتایج جداول ۴-۴ تا ۷-۴ را ارائه می دهد.

جدول ۳. خلاصه نتایج آزمون t تک نمونه ای مؤلفه های راهبردی توسعه گردشگری بوشهر

مؤلفه	تعداد میانگین انحراف استاندارد	t	درجه آزادی سطح معناداری
بیانیه مأموریت توسعه گردشگری	۴.۷۵	۰.۶۸	۱۵
چشم انداز توسعه گردشگری	۳.۸۱	۱.۱۰	۱۵
اهداف کمی توسعه گردشگری	۴.۰۸	۰.۸۰	۱۵

مؤلفه	تعداد میانگین انحراف استاندارد	t	درجه آزادی سطح معناداری
اهداف کیفی توسعه گردشگری	۱۶	۴.۲۳	۰.۰۰۴
		۰.۹۷	۱۵
		۵.۰۶۲	

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که تمامی مؤلفه‌های راهبردی توسعه گردشگری شهر بوشهر از نظر پاسخ‌دهندگان دارای سطح بالایی از تأیید آماری هستند. میانگین مربوط به بیانیه مأموریت برابر با ۴.۷۵ است که بالاترین مقدار در میان شاخص‌های بررسی شده محسوب می‌شود و نشان می‌دهد خبرگان توافق بسیار بالایی با محتوای مأموریت پیشنهادی دارند. همچنین مقدار t برابر با ۱۰.۲۴۷ و سطح معناداری ۰.۰۰۰ بیانگر آن است که این مؤلفه از نظر آماری در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است. در مورد چشم‌انداز توسعه گردشگری، میانگین ۳.۸۱ نشان می‌دهد که اگرچه توافق پاسخ‌دهندگان نسبت به سایر شاخص‌ها اندکی کمتر است، اما همچنان سطح معناداری ۰.۰۱۰ نشان‌دهنده تأیید آماری آن است. اهداف کمی توسعه گردشگری نیز با میانگین حدود ۴.۰۸ و سطح معناداری ۰.۰۰۰ از حمایت قابل توجه خبرگان برخوردار است که بیانگر اهمیت دستیابی به شاخص‌های قابل اندازه‌گیری مانند افزایش تعداد گردشگران و ایجاد اشتغال است. علاوه بر این، اهداف کیفی توسعه گردشگری با میانگین ۴.۲۳ نیز مورد تأیید قرار گرفته‌اند که نشان‌دهنده توجه خبرگان به موضوعاتی مانند ارتقای کیفیت زندگی، حفاظت از میراث فرهنگی و حفظ محیط زیست است. در مجموع نتایج این جدول بیانگر آن است که چارچوب راهبردی پیشنهادی برای توسعه گردشگری شهر بوشهر از نظر خبرگان قابل قبول و دارای پشتوانه آماری مناسب است.

عوامل محیطی و راهبردی توسعه گردشگری بوشهر

در این بخش عوامل محیطی و مدیریتی مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری شهر بوشهر مورد بررسی قرار می‌گیرد. این عوامل شامل فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی، نقاط قوت و نقاط ضعف داخلی و همچنین راهبردهای پیشنهادی توسعه گردشگری هستند که با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای تحلیل شده‌اند. بررسی این شاخص‌ها به شناسایی مهم‌ترین متغیرهای اثرگذار بر توسعه گردشگری کمک می‌کند و زمینه لازم را برای تدوین راهبردهای مؤثر فراهم می‌سازد. جدول ۴ ترکیبی از نتایج جداول ۴-۸ تا ۴-۱۲ بوده و خلاصه‌ای از مهم‌ترین یافته‌های مربوط به این عوامل را ارائه می‌دهد.

جدول ۴. خلاصه عوامل محیطی و راهبردهای توسعه گردشگری شهر بوشهر

سطح معناداری	انحراف استاندارد	میانگین کلی	تعداد شاخص‌ها	متغیر
۰.۰۰۰	۰.۷۳	۴.۲۲	۷	فرصت‌های توسعه گردشگری
۰.۰۰۰	۰.۸۴	۴.۲۲	۸	تهدیدهای توسعه گردشگری
۰.۰۰۰	۰.۸۴	۴.۱۶	۷	نقاط قوت گردشگری
۰.۰۰۰	۰.۷۹	۴.۳۴	۱۰	نقاط ضعف گردشگری
۰.۰۰۰	۰.۷۲	۴.۲۶	۱۰	راهبردهای توسعه گردشگری

نتایج ارائه‌شده در جدول ۴ نشان می‌دهد که مجموعه عوامل محیطی و راهبردی مرتبط با توسعه صنعت گردشگری شهر بوشهر از نظر پاسخ‌دهندگان دارای سطح بالایی از اهمیت و معناداری آماری هستند. میانگین فرصت‌های توسعه گردشگری برابر با ۴.۲۲ است که نشان می‌دهد خبرگان وجود ظرفیت‌های مناسب برای توسعه گردشگری در شهر بوشهر را تأیید می‌کنند. در میان این فرصت‌ها عواملی مانند رشد بازاریابی اینترنتی، افزایش نرخ گردشگران و برگزاری دوره‌های آموزشی نقش مهمی در تقویت صنعت گردشگری دارند. از سوی دیگر تهدیدهای توسعه گردشگری نیز با میانگین ۴.۲۲ مورد تأیید قرار گرفته‌اند که بیانگر وجود چالش‌هایی مانند ضعف مدیریت، کمبود بودجه و رقابت با سایر مقاصد گردشگری است. بررسی عوامل داخلی نشان می‌دهد که نقاط قوت گردشگری با میانگین ۴.۱۶ شامل عواملی مانند موقعیت ساحلی، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگ مهمان‌نوازی مردم بوشهر هستند که می‌توانند پایه‌ای برای توسعه گردشگری محسوب شوند. در مقابل، نقاط ضعف با میانگین ۴.۳۴ نشان‌دهنده چالش‌های جدی مانند ضعف زیرساخت‌های حمل‌ونقل، کمبود اقامتگاه‌های مناسب و محدودیت‌های سرمایه‌گذاری است. همچنین راهبردهای توسعه گردشگری با میانگین ۴.۲۶ بیانگر آن است که پاسخ‌دهندگان اقدامات پیشنهادی برای توسعه گردشگری را مناسب و قابل

اجرا ارزیابی کرده‌اند. در مجموع این نتایج نشان می‌دهد که اگرچه شهر بوشهر از ظرفیت‌های قابل توجهی برای توسعه گردشگری برخوردار است، اما برای بهره‌گیری مؤثر از این ظرفیت‌ها باید نقاط ضعف داخلی کاهش یافته و تهدیدهای محیطی به‌طور مناسب مدیریت شوند.

ارزیابی عوامل داخلی و خارجی توسعه گردشگری بوشهر

در این بخش عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری شهر بوشهر با استفاده از ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و ارزیابی عوامل خارجی (EFE) مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. این ماتریس‌ها امکان بررسی میزان تأثیر فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و نقاط ضعف را فراهم می‌کنند و وضعیت کلی محیط داخلی و خارجی صنعت گردشگری را مشخص می‌سازند. نتایج حاصل از این تحلیل‌ها نشان می‌دهد که صنعت گردشگری شهر بوشهر تا چه اندازه توانسته از فرصت‌های موجود بهره‌برداری کند و در برابر تهدیدهای محیطی مقاومت نشان دهد.

جدول ۵. نتایج ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی گردشگری بوشهر

الف. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی توسعه گردشگری شهر بوشهر (EFE)				
ردیف	عامل	ضریب اهمیت از صفر (بی اهمیت) تا ۱ (بسیار مهم)	امتیاز	نمره نهایی
فرصت‌ها				
۱	رشد سریع بازاریابی اینترنتی و تبلیغات رسانه‌ای در بخش گردشگری	۰/۰۷۵۱	۱/۶۸	۰/۱۲۶۱
۲	افزایش سهم هزینه تفریحات در بودجه خانوارهای کشور	۰/۰۶۲۵	۲	۰/۱۲۵۰
۳	بالا بودن نرخ ارز و تأثیر آن در افزایش گردشگران ورودی و کاهش گردشگران خروجی	۰/۰۶۶۵	۲/۰۶	۰/۱۳۶۹
۴	افزایش جمعیت سالمند و علاقه این گروه به گردشگری میراث تاریخی و ساحلی (به خصوص گردشگران خارجی)	۰/۰۵۴۲	۲/۵۰	۰/۱۳۵۵
۵	افزایش نرخ رشد گردشگران داخلی و خارجی در کشور	۰/۰۷۳۲	۲/۸۱	۰/۲۰۵۶
۶	دادن امکانات مسافرتی و اقامتی برخی از سازمان‌ها به کارمندانشان	۰/۰۶۹۶	۱/۸۷	۰/۱۳۰۱
۷	برگزاری دوره‌های آموزشی تورگردانی، گردشگری و هتلداری به منظور تربیت نیروی متخصص در حوزه گردشگری	۰/۰۶۶۰	۱/۵	۰/۰۹۹۰
تهدیدها				
۱	ضعف مدیریت و برنامه ریزی تخصصی در بخش گردشگری کشور	۰/۰۷۸۸	۱/۵۶	۰/۱۲۲۹
۲	پایین بودن بودجه تخصیصی دولت برای تحقیق و توسعه در بخش گردشگری	۰/۰۷۳۶	۱/۵	۰/۱۱۰۴
۳	بی‌انگیزگی و ضعف حضور بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری کشور	۰/۰۷۰۹	۱/۹۳	۰/۱۳۶۸
۴	تبلیغات منفی جهانی و فشارهای بین‌المللی و آثار ناشی از تحریم‌های مختلف بر کشور	۰/۰۶۸۳	۱/۸۷	۰/۱۲۷۷
۵	کاهش قدرت خرید گردشگران در جریان تورم	۰/۰۵۹۳	۱/۶۸	۰/۰۹۹۶
۶	سرمایه بر بودن و طولانی بودن مدت اجرای طرح‌های زیرساختی در کل کشور	۰/۰۶۳۳	۲/۰۶	۰/۱۳۰۳
۷	ترجیح گردشگران داخلی به سفرهای مذهبی و سفر به مناطق ساحلی کشور به جای سفر به مناطق فرهنگی-تاریخی	۰/۰۶۴۲	۲/۳۱	۰/۱۴۸۳
۸	وجود جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی با محصولات مشابه در نقاط شناخته شده تر کشور	۰/۰۵۴۵	۲/۱۲	۰/۱۱۵۵
	جمع	۱		۱/۹۴۹۷

ب. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی توسعه گردشگری شهر بوشهر (IFE)

ردیف	عامل	ضریب اهمیت از صفر (بی اهمیت) تا ۱ (بسیار مهم)	امتیاز	نمره نهایی
نقاط قوت				
۱	موقعیت ساحلی منحصربه‌فرد بوشهر با حدود ۹۰۰ کیلومتر ساحل شنی و صخره‌ای در کنار خلیج فارس	۰/۰۷۰۴	۴	۰/۲۸۱۶
۲	وجود جاذبه‌های تاریخی مانند بافت قدیم بوشهر، ریشهر و عمارت‌های تاریخی (مانند عمارت دهدشتی و کلاه‌فرنگی)	۰/۰۶۴۳	۳/۹۳	۰/۲۵۲۶
۳	وجود مناطق زیست محیطی و طبیعی متنوع در منطقه	۰/۰۶۰۶	۳/۶۲	۰/۲۱۹۳
۴	فرهنگ غنی و مهمان‌نوازی مردم بوشهر با تنوع آداب و رسوم و موسیقی محلی	۰/۰۵۴۳	۳/۳۷	۰/۱۸۲۹
۵	سابقه تاریخی بندر بوشهر به‌عنوان مرکز تجارت دریایی و کشتی‌سازی در دوره‌های مختلف	۰/۰۵۶۷	۳/۳۷	۰/۱۹۱۰
۶	وجود زیرساخت‌های اقتصادی مانند منطقه ویژه اقتصادی و نیروگاه اتمی	۰/۰۵۱۵	۳/۵۶	۰/۱۸۳۳
۷	پایین بودن هزینه تملک زمین در برخی مناطق شهر برای سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری	۰/۰۴۹۷	۳/۱۲	۰/۱۵۵۰
نقاط ضعف				
۱	شرایط اقلیمی گرم و شرجی در فصول گرم سال	۰/۰۴۴۸	۲	۰/۰۸۹۶
۲	ضعف در بخش بازاریابی و معرفی جاذبه‌های گردشگری شهر بوشهر	۰/۰۵۹۰	۱/۶۲	۰/۰۹۵۵
۳	ضعف در بنیه مالی شهر برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	۰/۰۶۲۲	۱/۳۱	۰/۰۸۱۴
۴	عدم آشنایی کافی ساکنان با مزایای صنعت گردشگری	۰/۰۵۳۹	۱/۶۲	۰/۰۸۷۳
۵	عدم وجود بزرگراه‌های اختصاصی خروجی یا راه‌های اصلی استاندارد به استان‌های همجوار در شهر	۰/۰۶۸۹	۱	۰/۰۶۸۹
۶	ضعف شبکه حمل و نقل به لحاظ کیفی و کمی	۰/۰۶۱۷	۱/۳۷	۰/۰۸۴۵
۷	کمبود واحدهای اقامتی و پذیرایی مناسب در مناطق ساحلی	۰/۰۶۶۴	۱/۲۵	۰/۰۸۳۰
۸	ضعف تسهیلات و خدمات پزشکی و ایمنی برای گردشگران	۰/۰۶۰۸	۱/۶۸	۰/۱۰۲۱
۹	ضعف حضور مردم در تصمیم‌گیری و اجرای طرح‌های توسعه گردشگری	۰/۰۵۶۴	۱/۵۶	۰/۰۸۷۹
۱۰	کمبود نیروی کار متخصص در بخش گردشگری در سطح شهر بوشهر	۰/۰۵۸۴	۱/۶۲	۰/۰۹۴۶
	جمع	۱		۲/۳۴۰۵

جدول بالا با نمره‌های نهایی EFE (۱.۹۴۹۷) و IFE (۲.۳۴۰۵) نشان‌دهنده عملکرد ضعیف بوشهر در بهره‌گیری از فرصت‌ها و نقاط قوت و کاهش اثرات تهدیدها و نقاط ضعف هستند. در ماتریس EFE، فرصت‌هایی مانند افزایش نرخ رشد گردشگران (نمره ۰.۲۰۵۶) و تهدیدهایی مانند ترجیح مقاصد دیگر (نمره ۰.۱۴۸۳) تأثیر قابل توجهی دارند، اما امتیازات پایین (۱.۵۰ تا ۲.۸۱) نشان‌دهنده عدم استفاده مؤثر از فرصت‌ها و مدیریت تهدیدات است. در ماتریس IFE، نقاط قوت مانند موقعیت ساحلی (نمره ۰.۲۸۱۶) و جاذبه‌های تاریخی (نمره ۰.۲۵۲۶) امتیازات بالایی دارند، اما نقاط ضعف مانند زیرساخت‌های حمل‌ونقل (نمره ۰.۰۶۸۹) و کمبود اقامتگاه‌ها (نمره ۰.۰۸۳۰) مانع توسعه هستند. این تحلیل نشان می‌دهد که بوشهر نیازمند بهبود زیرساخت‌ها، تقویت بازاریابی، و جلب مشارکت بخش خصوصی است تا بتواند از پتانسیل‌های خود به‌طور کامل استفاده کرده و تهدیدات را مدیریت کند.

وضعیت کلی صنعت گردشگری شهر بوشهر از نظر عوامل داخلی و خارجی در سطح مطلوبی قرار ندارد و نیازمند برنامه‌ریزی و مدیریت راهبردی مؤثر است. در ماتریس عوامل خارجی، نمره نهایی برابر با ۱.۹۴۹۷ به دست آمده است که کمتر از مقدار معیار ۲.۵ محسوب می‌شود. این نتیجه نشان می‌دهد که سیستم مدیریت گردشگری شهر بوشهر هنوز نتوانسته است به طور کامل از فرصت‌های محیطی مانند افزایش تقاضای گردشگری، توسعه بازاریابی دیجیتال و رشد گردشگری داخلی بهره‌برداری کند و در عین حال در مقابله با تهدیدهایی مانند رقابت با سایر مقاصد گردشگری، محدودیت‌های اقتصادی و ضعف مدیریت نیز با چالش‌هایی

روبه‌رو است. در مقابل، ماتریس عوامل داخلی با نمره ۲.۳۴۰۵ وضعیت نسبتاً بهتری را نشان می‌دهد، اما همچنان کمتر از حد متوسط محسوب می‌شود. این نتیجه بیانگر آن است که اگرچه شهر بوشهر از نقاط قوتی مانند موقعیت جغرافیایی مناسب، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و فرهنگ مهمان‌نوازی برخوردار است، اما وجود نقاط ضعف مهمی مانند ضعف زیرساخت‌های حمل‌ونقل، کمبود اقامتگاه‌های گردشگری و محدودیت منابع مالی مانع استفاده کامل از این ظرفیت‌ها شده است. به طور کلی نتایج این تحلیل نشان می‌دهد که برای ارتقای وضعیت گردشگری بوشهر باید راهبردهایی تدوین شود که ضمن تقویت نقاط قوت و بهره‌گیری از فرصت‌های محیطی، نقاط ضعف داخلی را کاهش داده و اثر تهدیدهای خارجی را نیز کنترل کند.

در ادامه راهبردهای توسعه صنعت گردشگری شهر بوشهر با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM) مورد ارزیابی و اولویت‌بندی قرار گرفته‌اند. این ماتریس یکی از ابزارهای مهم در برنامه‌ریزی راهبردی است که امکان مقایسه راهبردهای مختلف را بر اساس میزان جذابیت و تأثیر آن‌ها فراهم می‌کند. با استفاده از این روش می‌توان مشخص کرد کدام راهبردها بیشترین نقش را در توسعه گردشگری دارند. جدول ۶ نتایج نهایی ماتریس QSPM را به صورت خلاصه ارائه می‌دهد.

جدول ۶. اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری شهر بوشهر

امتیاز نهایی جذابیت	راهبرد
۰/۴۵۸۷	SO1 توسعه گردشگری ساحلی
۳/۱۰۰۴	SO2 برگزاری فستیوال‌های فرهنگی
۴/۳۵۶۷	SO3 بازاریابی دیجیتال گردشگری
۲/۰۹۲۴	SO4 ایجاد تورهای گردشگری
۳/۴۰۴۹	WO1 ایجاد رشته‌های گردشگری
۳/۲۸۴۲	WO2 بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل
۳/۶۳۴۸	WO3 احداث هتل و اقامتگاه
۲/۰۵۳۸	WO4 توسعه گردشگری دریایی
۳/۴۹۱۳	ST1 تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
۳/۴۳۳۳	WT1 واگذاری برخی فعالیت‌ها به بخش خصوصی

نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد که راهبردهای مختلف توسعه گردشگری شهر بوشهر از نظر میزان جذابیت و اولویت اجرایی دارای تفاوت‌هایی هستند. در میان راهبردهای بررسی‌شده، راهبرد بازاریابی دیجیتال گردشگری با امتیاز ۴.۳۵۶۷ بالاترین اولویت را به خود اختصاص داده است. این نتیجه نشان می‌دهد که استفاده از فناوری‌های نوین و ابزارهای دیجیتال برای معرفی جاذبه‌های گردشگری شهر بوشهر می‌تواند نقش بسیار مهمی در جذب گردشگران داخلی و خارجی داشته باشد. پس از آن، راهبرد احداث هتل‌ها و اقامتگاه‌های مناسب با امتیاز ۳.۶۳۴۸ در رتبه بعدی قرار گرفته است که بیانگر اهمیت توسعه زیرساخت‌های اقامتی برای افزایش ظرفیت پذیرش گردشگران است. همچنین راهبرد تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی با امتیاز ۳.۴۹۱۳ و راهبرد واگذاری برخی فعالیت‌های گردشگری به بخش خصوصی با امتیاز ۳.۴۳۳۳ نشان می‌دهد که مشارکت بخش خصوصی یکی از عوامل کلیدی در توسعه گردشگری بوشهر محسوب می‌شود. در مقابل، راهبرد توسعه گردشگری دریایی با امتیاز ۲.۰۵۳۸ کمترین اولویت را به دست آورده است که ممکن است به دلیل نیاز به سرمایه‌گذاری بالا و محدودیت‌های اقلیمی باشد. به طور کلی نتایج این جدول نشان می‌دهد که تمرکز بر بازاریابی دیجیتال، توسعه زیرساخت‌های اقامتی و جلب مشارکت بخش خصوصی می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در رشد و توسعه صنعت گردشگری شهر بوشهر داشته باشد.

ماتریس نهایی راهبردهای توسعه گردشگری شهر بوشهر (SWOT)

در این بخش راهبردهای توسعه گردشگری شهر بوشهر بر اساس تحلیل ماتریس SWOT ارائه می‌شود. این ماتریس با ترکیب عوامل داخلی شامل نقاط قوت و نقاط ضعف و همچنین عوامل خارجی شامل فرصت‌ها و تهدیدها شکل می‌گیرد. هدف از استفاده

از این روش، شناسایی راهبردهایی است که بتوانند با استفاده از ظرفیت‌های موجود، فرصت‌های محیطی را تقویت کرده و در عین حال تهدیدها و محدودیت‌های داخلی را کاهش دهند. جدول ۷ خلاصه نهایی راهبردهای استخراج شده از ج. ماتریس راه تا ۴-۱۹ را نشان می‌دهد.

جدول ۷. ماتریس راهبردهای توسعه گردشگری شهر بوشهر

شرح راهبرد	کد راهبرد	نوع راهبرد
توسعه گردشگری ساحلی با بهره‌گیری از موقعیت جغرافیایی و افزایش تقاضای گردشگری	SO1	راهبردهای SO (استفاده از قوت‌ها برای بهره‌گیری از فرصت‌ها)
برگزاری فستیوال‌ها و رویدادهای فرهنگی برای معرفی جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی شهر	SO2	
استفاده از بازاریابی دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی برای معرفی ظرفیت‌های گردشگری	SO3	
طراحی و اجرای تورهای گردشگری متنوع در حوزه تاریخی، فرهنگی و طبیعی	SO4	
ایجاد و توسعه رشته‌ها و دوره‌های آموزشی مرتبط با گردشگری در دانشگاه‌ها	WO1	راهبردهای WO (کاهش ضعف‌ها با استفاده از فرصت‌ها)
بهبود و توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل شهری و بین‌شهری	WO2	
احداث هتل‌ها و اقامتگاه‌های گردشگری استاندارد	WO3	
توسعه گردشگری دریایی با استفاده از ظرفیت‌های ساحلی	WO4	
جذب و تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت گردشگری	ST1	راهبردهای ST (استفاده از قوت‌ها برای مقابله با تهدیدها)
تقویت برنامه‌های مدیریتی و نظارتی در حوزه گردشگری	ST2	
واگذاری برخی فعالیت‌های گردشگری به بخش خصوصی و نهادهای محلی	WT1	راهبردهای WT (کاهش ضعف‌ها و اجتناب از تهدیدها)
تدوین برنامه‌های حمایتی و سیاست‌های توسعه پایدار گردشگری	WT2	

نتایج ارائه شده در جدول ۷ نشان می‌دهد که راهبردهای استخراج شده از ماتریس SWOT می‌توانند چارچوبی مناسب برای توسعه صنعت گردشگری شهر بوشهر فراهم کنند. در میان راهبردهای ارائه شده، راهبردهای نوع SO اهمیت ویژه‌ای دارند زیرا بر استفاده از نقاط قوت موجود برای بهره‌برداری از فرصت‌های محیطی تأکید می‌کنند. به عنوان مثال توسعه گردشگری ساحلی و استفاده از بازاریابی دیجیتال می‌تواند نقش مهمی در معرفی ظرفیت‌های گردشگری بوشهر و جذب گردشگران ایفا کند. همچنین برگزاری رویدادهای فرهنگی و طراحی تورهای گردشگری متنوع می‌تواند موجب افزایش جذابیت مقصد گردشگری بوشهر شود. در بخش راهبردهای WO نیز تمرکز اصلی بر کاهش نقاط ضعف از طریق بهره‌گیری از فرصت‌های محیطی است. ایجاد رشته‌های دانشگاهی گردشگری و توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل از جمله اقداماتی هستند که می‌توانند به ارتقای توانمندی‌های مدیریتی و خدماتی در این حوزه کمک کنند. در راهبردهای ST نیز استفاده از نقاط قوت برای مقابله با تهدیدها مورد توجه قرار گرفته است؛ به ویژه جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی می‌تواند بخشی از محدودیت‌های مالی و مدیریتی موجود را برطرف کند. در نهایت راهبردهای WT با هدف کاهش همزمان ضعف‌ها و تهدیدها تدوین شده‌اند که از جمله مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به واگذاری برخی فعالیت‌های گردشگری به بخش خصوصی و تدوین برنامه‌های حمایتی برای توسعه پایدار گردشگری اشاره کرد. در مجموع این راهبردها می‌توانند به عنوان نقشه راهی برای برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه گردشگری شهر بوشهر مورد استفاده قرار گیرند.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تدوین راهبردهای توسعه گردشگری شهر بوشهر بر اساس رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی انجام شد. با توجه به اهمیت صنعت گردشگری به عنوان یکی از بخش‌های مهم توسعه اقتصادی و اجتماعی، این تحقیق تلاش کرد با شناسایی عوامل داخلی و خارجی مؤثر بر گردشگری بوشهر، راهبردهای مناسب برای توسعه این صنعت را ارائه دهد. روش تحقیق از نوع کاربردی و توصیفی-تحلیلی بود و داده‌ها از طریق پرسشنامه و نظرات خبرگان حوزه گردشگری جمع‌آوری شد. برای تحلیل داده‌ها از ابزارهای برنامه‌ریزی راهبردی شامل ماتریس SWOT، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی (IFE و EFE) و همچنین

ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM) استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که شهر بوشهر از ظرفیت‌های قابل توجهی برای توسعه گردشگری برخوردار است، اما در عین حال با چالش‌هایی در زمینه زیرساخت‌ها، مدیریت گردشگری و سرمایه‌گذاری مواجه است. یافته‌ها نشان داد که میانگین فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و نقاط ضعف همگی از سطح معناداری بالایی برخوردار هستند و خبرگان بر اهمیت این عوامل در توسعه گردشگری تأکید دارند. همچنین نتایج ماتریس ارزیابی عوامل خارجی نشان داد که بهره‌برداری از فرصت‌های محیطی هنوز در سطح مطلوبی قرار ندارد، در حالی که وضعیت عوامل داخلی نزدیک به حد متوسط ارزیابی شده است. بر اساس نتایج ماتریس QSPM نیز راهبردهایی مانند توسعه بازاریابی دیجیتال گردشگری، احداث اقامتگاه‌ها و هتل‌های استاندارد و تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی به عنوان مهم‌ترین راهبردهای اولویت‌دار برای توسعه گردشگری شهر بوشهر شناسایی شدند.

نتایج به دست آمده از این پژوهش با یافته‌های برخی مطالعات داخلی و خارجی در حوزه برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری همسو است. برای مثال نتایج این تحقیق با پژوهش‌های داخلی انجام شده توسط پژوهشگران حوزه گردشگری شهری که بر اهمیت زیرساخت‌های گردشگری، نقش بازاریابی و ضرورت مشارکت بخش خصوصی در توسعه گردشگری تأکید کرده‌اند، سازگاری دارد. بسیاری از مطالعات داخلی نشان داده‌اند که توسعه گردشگری در شهرهای ساحلی ایران تا حد زیادی وابسته به بهبود زیرساخت‌های اقامتی، حمل‌ونقل و برنامه‌ریزی مدیریتی است. همچنین در برخی پژوهش‌های داخلی دیگر نیز تأکید شده است که استفاده از فناوری‌های نوین و بازاریابی دیجیتال می‌تواند نقش مؤثری در معرفی جاذبه‌های گردشگری و جذب گردشگران داشته باشد که این موضوع با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد. در سطح بین‌المللی نیز نتایج این تحقیق با مطالعات انجام شده در زمینه توسعه گردشگری پایدار در شهرهای ساحلی و تاریخی همسو است. بسیاری از پژوهش‌های خارجی نشان داده‌اند که استفاده از برنامه‌ریزی راهبردی و تحلیل SWOT می‌تواند ابزار مؤثری برای شناسایی ظرفیت‌ها و چالش‌های گردشگری باشد. با این حال در برخی مطالعات خارجی تأکید بیشتری بر مدیریت یکپارچه مقصد گردشگری و مشارکت گسترده جامعه محلی مشاهده می‌شود که در پژوهش حاضر کمتر مورد توجه قرار گرفته است. به طور کلی مقایسه نتایج این پژوهش با مطالعات پیشین نشان می‌دهد که توسعه گردشگری نیازمند رویکردی جامع و چندبعدی است که در آن علاوه بر زیرساخت‌ها، عوامل مدیریتی، اقتصادی و فرهنگی نیز مورد توجه قرار گیرند.

در جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که شهر بوشهر با توجه به موقعیت جغرافیایی ساحلی، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و ظرفیت‌های طبیعی موجود، از قابلیت بالایی برای توسعه گردشگری برخوردار است. با این حال وجود برخی محدودیت‌ها مانند ضعف زیرساخت‌های گردشگری، کمبود امکانات اقامتی مناسب، محدودیت سرمایه‌گذاری و نبود برنامه‌ریزی منسجم موجب شده است که این ظرفیت‌ها به طور کامل مورد بهره‌برداری قرار نگیرند. نتایج تحلیل راهبردی در این پژوهش نشان داد که برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری در شهر بوشهر لازم است رویکردی مبتنی بر برنامه‌ریزی راهبردی و مدیریت یکپارچه اتخاذ شود. در این راستا تقویت نقاط قوت موجود مانند جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی، استفاده از فرصت‌های محیطی مانند رشد تقاضای گردشگری و توسعه فناوری‌های ارتباطی و در عین حال کاهش نقاط ضعف داخلی و مدیریت تهدیدهای محیطی از اهمیت زیادی برخوردار است. همچنین نتایج نشان داد که استفاده از ابزارهای نوین بازاریابی، به ویژه بازاریابی دیجیتال، می‌تواند نقش مهمی در معرفی ظرفیت‌های گردشگری بوشهر و جذب گردشگران ایفا کند. علاوه بر این، توسعه زیرساخت‌های گردشگری به ویژه در حوزه اقامت، حمل‌ونقل و خدمات گردشگری از الزامات اساسی برای افزایش رضایت گردشگران و ارتقای جایگاه این شهر به عنوان یک مقصد گردشگری محسوب می‌شود. در نهایت می‌توان گفت که اجرای راهبردهای پیشنهادی این پژوهش می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار گردشگری در شهر بوشهر شود و علاوه بر افزایش درآمدهای اقتصادی، به ارتقای اشتغال، حفظ میراث فرهنگی و تقویت هویت محلی نیز کمک کند. با توجه به نتایج پژوهش حاضر پیشنهادها زیر ارائه می‌گردد:

- توسعه زیرساخت‌های اقامتی و خدماتی در شهر بوشهر از طریق حمایت از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و ایجاد تسهیلات مالی مناسب می‌تواند نقش مهمی در افزایش ظرفیت پذیرش گردشگران و بهبود کیفیت خدمات گردشگری ایفا کند.

- استفاده از ابزارهای بازاریابی دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی برای معرفی جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی شهر بوشهر می‌تواند به افزایش آگاهی گردشگران داخلی و خارجی از ظرفیت‌های گردشگری این شهر و در نتیجه افزایش میزان تقاضای گردشگری کمک کند.
- برنامه‌ریزی برای برگزاری جشنواره‌ها، رویدادهای فرهنگی و برنامه‌های گردشگری متنوع در طول سال می‌تواند موجب افزایش جذابیت مقصد گردشگری بوشهر و توزیع زمانی سفر گردشگران در فصول مختلف سال شود.
- تقویت همکاری و هماهنگی میان نهادهای مدیریتی، شهرداری، سازمان میراث فرهنگی و بخش خصوصی می‌تواند به ایجاد مدیریت یکپارچه گردشگری در شهر بوشهر و اجرای مؤثرتر برنامه‌های توسعه گردشگری کمک کند.

منابع

- ابراهیمی، علیرضا، و خسروی، محمدرضا. (۱۴۰۰). عوامل مؤثر بر رشد و توسعه صنعت توریسم در استان مازندران. در: مجموعه مقالات سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران. تهران: انتشارات رسانش.
- احمدی، علیرضا. (۱۴۰۳). نگرش جامع بر مدیریت استراتژیک. تهران: تولید دانش.
- اسعدی، میرمحمد، میرغفوری، سیدحبیب‌الله، و قاسملوی سلطان‌آباد، جمیله. (۱۳۹۹). رهنمودی جهت ارائه الگوی توسعه گردشگری ایران با تکنیک نگاهت ادراکی فازی. مجله مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵ (۵۱)، ۳۰۷-۳۲۷.
- پیرس، جان، و رایبسون، ریچارد. (۱۳۹۷). برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک (ترجمه سهراب حسینی شورینی). تهران: نشر یادواره کتاب.
- تقوایی، مسعود، و اکبری، محمود. (۱۴۰۳). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری. اصفهان: پیام علوی.
- چوبداری، سمانه، استعلاجی، علیرضا، و رنجبر، محسن. (۱۴۰۰). ارائه الگوی بهینه توسعه گردشگری در روستاهای هدف گردشگری ایران (مطالعه موردی: روستای فورگ در استان خراسان جنوبی). فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۱۱ (۳)، ۳۶۳-۳۸۲.
- حاج‌آقامیر، سیدمصطفی، رشادت‌جو، حمیده، ابطحی، عطاءالله، صالحی امیری، سیدرضا، و عزیزآبادی فراهانی، فاطمه. (۱۴۰۰). طراحی الگوی مطلوب توسعه گردشگری فرهنگی در ایران. مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، ۵ (۱۸)، ۲۰۱-۲۲۸.
- دیوید، فرد آر. (۱۴۰۲). مدیریت استراتژیک (ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، چاپ ۲۳). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- رنجبریان، بهرام، و زاهدی، محمد. (۱۴۰۴). شناخت گردشگری. تهران: انتشارات چهارباغ.
- ریسی، زهرا، حجازی، ناصر، و چیت‌ساز، محمدعلی. (۱۴۰۱). بررسی رابطه ابعاد توسعه گردشگری روستایی بر کیفیت رفاه اجتماعی ساکنین روستاهای شهرستان کوه‌رنگ. مطالعات جامعه‌شناسی. انتشار آنلاین.
- سازمان جهانی جهانگردی. (۱۳۸۴). برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای جهانگردی (ترجمه محمود عبدالله‌زاده). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- سازمان جهانی جهانگردی. (۱۴۰۴). مدیریت مقصد توریسم (ترجمه سیدعلی دلبری و محمدهادی رجبی). تهران: انتشارات مه‌کامه.
- سقای، محسن، امینی‌نژاد، غلامرضا، و صبوحی، غلامرضا. (۱۳۹۴). تأثیرات صنعت گردشگری بر توسعه اجتماعی-فرهنگی شهر بوشهر. مجله برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۵ (۱۸)، ۱۳۱-۱۴۰.
- ضیائی، محمود، فقیهی، ابوالحسن، طهماسبی، اصغر، و نعمتی، ولی. (۱۴۰۰). طراحی الگوی مدیریت توسعه گردشگری عشایری با استفاده از رویکرد مدل‌سازی ساختاری-تفسیری. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۴ (۵۳)، ۵-۲۷.
- طیعی، علی، پرهیزگار، محمدمهدی، امینی، محمدتقی، و شیرمحمدی، یزدان. (۱۴۰۰). طراحی و تبیین الگوی کسب‌وکارهای گردشگری با رویکرد توسعه پایدار. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۰ (۳۶)، ۲۱۹-۲۴۴.
- قادری، زاهد. (۱۳۹۶). اصول برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری روستایی (چاپ هفتم). تهران: انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.
- کارگر، بهمن. (۱۴۰۴). تعرافی، شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران. تهران: انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
- گلشنی اصل، مجتبی. (۱۳۹۸). برنامه‌ریزی و کنترل پروژه. تهران: انتشارات زمان.

مدیر خاک‌نژاد، علی، حسین‌زاده دلیر، کریم، و عزت‌پناه، بختیار. (۱۴۰۱). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی در ایران (مطالعه موردی: شهر تبریز). *مطالعات جامعه‌شناسی*، ۱۵ (۵۴)، ۱۵۹-۱۷۷.

مطیعی لنگرودی، سیدحسین. (۱۳۹۹). *برنامه‌ریزی روستایی با تأکید بر ایران*. مشهد: انتشارات جهاد دانشگاهی.

مورتی، کریشنا، لاندبرگ، داند، و مینک استاونگا. (۱۳۹۳). *اقتصاد گردشگری* (ترجمه محمدرضا فرزین، چاپ سوم). تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

References

- Ahmadi, A. (1403). *Negāresh-e jāme' bar modiriyat-e estrātezhik [A comprehensive perspective on strategic management]*. Tehran: Tolid Danesh. [In Persian]
- Asadi, M. M., Mirghafouri, S. H., & Ghasemlou Soltanabad, J. (1399). A guideline for presenting a tourism development model for Iran using fuzzy cognitive mapping technique. *Journal of Tourism Management Studies*, 15(51), 307-327. [In Persian]
- Bano, S., Liu, L., & Khan, A. (2022). Dynamic influence of aging, industrial innovations, and ICT on tourism development and renewable energy consumption in BRICS economies. *Renewable Energy*, 192, 431-442.
- Brownlie, D. T. (2014). Strategy planning and management. In S. F. Witt & L. Moutinho (Eds.), *Tourism marketing and management handbook* (2nd ed., pp. 159-169). New York, NY: Prentice Hall.
- Butler, G., Szili, G., & Huang, H. (2022). Cultural heritage tourism development in Panyu District, Guangzhou: Community perspectives on pride and preservation and concerns for the future. *Journal of Heritage Tourism*, 17(1), 56-73.
- Butler, R. W. (2025). Ecotourism: Has it achieved maturity or has the bubble burst? Keynote address presented at the Pacific Rim Tourism Conference, Rotorua, New Zealand.
- Choubdari, S., Este'laji, A., & Ranjbar, M. (1400). Presenting an optimal tourism development model in Iranian target tourism villages: A case study of Furg village in South Khorasan Province. *Geography Quarterly (Regional Planning)*, 11(3), 363-382. [In Persian]
- Colantonio, A., & Potter, R. B. (2026). *Urban tourism and development in the socialist state*. London: Ashgate.
- Cooper, C. (2024). Sustainability and tourism vision. In *Proceedings of the VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*. Lisbon, Portugal.
- David, F. R. (1402). *Strategic management* (A. Parsaeian & S. M. Arabi, Trans., 23rd ed.). Tehran: Daftar-e Pazhuheshhaye Farhangi. [In Persian]
- David, F. R. (2026). *Strategic management concepts* (7th ed.). New Jersey, NJ: Prentice Hall.
- Ebrahimi, A., & Khosraviyan, M. R. (1400). Factors affecting the growth and development of the tourism industry in Mazandaran Province. In *Proceedings of the National Conference on the Role of the Tourism Industry in the Development of Mazandaran Province*. Tehran: Resanesh Publications. [In Persian]
- Ghaderi, Z. (1396). *Principles of sustainable rural tourism development planning* (7th ed.). Tehran: Municipalities and Rural Administrations Organization Publications. [In Persian]
- Golshani Asl, M. (1398). *Project planning and control*. Tehran: Zaman Publications. [In Persian]
- Gunn, C. A. (2026). *Tourism planning: Concepts, basics, cases*. New York, NY: Routledge.
- Haj Aghamir, S. M., Reshadatjoo, H., Abtahi, A., Salehi Amiri, S. R., & Azizabadi Farahani, F. (1400). Designing an optimal model for cultural tourism development in Iran. *National Defense Strategic Management Studies*, 5(18), 201-228. [In Persian]
- Hall, C. M. (2024). *Tourism planning: Policies, processes, and relationships*. Harlow: Pearson Education.
- Harsseel, V. (2025). *Tourism: An exploration*. London: Prentice Hall.
- Kargar, B. (1404). *Toward the development of urbanization and the tourism industry in Iran*. Tehran: Geographical Organization of the Armed Forces Publications. [In Persian]
- Kim, J. H., King, B. E., & Kim, S. (2022). Developing a slow city tourism evaluation index: A Delphi-AHP review of Cittaslow requirements. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(4), 846-874.
- Kinseng, R. A., Kartikasari, A., Aini, N., Gandi, R., & Dean, D. (2022). COVID 19 and the emergence of virtual tourism in Indonesia: A sociological perspective. *Cogent Social Sciences*, 8(1), 2026557.
- Mateoc-Sîrb, N., Albu, S., Rujescu, C., Ciolac, R., Ţigan, E., Brînzan, O., & Milin, I. A. (2022). Sustainable tourism development in the protected areas of Maramureş, Romania: Destinations with high authenticity. *Sustainability*, 14(3), 1763.
- Matiee Langroudi, S. H. (1399). *Rural planning with emphasis on Iran* (1st ed.). Mashhad: Jahad Daneshgahi Publications. [In Persian]
- Modabber Khaknejad, A., Hosseinzadeh Delir, K., & Ezzatpanah, B. (1401). Investigating social factors affecting planning and policymaking of historical-cultural tourism development in Iran (Case study: Tabriz). *Sociological Studies*, 15(54), 159-177. [In Persian]
- Murthy, K., Lundberg, D., & Mink, S. (1393). *Tourism economics* (M. R. Farzin, Trans., 3rd ed.). Tehran: Commercial Printing and Publishing Company. [In Persian]

- Pearce, J., & Robinson, R. (1997). Strategic planning and management (S. Hosseini Shourini, Trans.). Tehran: Yadvareh Ketab. [In Persian]
- Raeesi, Z., Hejazi, N., & Chitsaz, M. A. (1401). Investigating the relationship between rural tourism development dimensions and the social welfare quality of villagers in Kouhrang County. Sociological Studies (Online publication). [In Persian]
- Ranjbarian, B., & Zahedi, M. (1404). Understanding tourism. Tehran: Chaharbagh Publications. [In Persian]
- Saghaei, M., Amini Nejad, G., & Sabouhi, G. (1394). The impacts of the tourism industry on socio-cultural development of Bushehr city. *Regional Planning Journal*, 5(18), 131–140. [In Persian]
- Taghvaei, M., & Akbari, M. (1403). Introduction to urban tourism planning and management. Isfahan: Payam Alavi. [In Persian]
- Tayyebi, A., Parhizgar, M. M., Amini, M. T., & Shirmohammadi, Y. (1400). Designing and explaining tourism business models with a sustainable development approach. *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(36), 219–244. [In Persian]
- World Tourism Organization (UNWTO). (1384). National and regional tourism planning (M. Abdollahzadeh, Trans.). Tehran: Daftar-e Pazhuheshhaye Farhangi. [In Persian]
- World Tourism Organization (UNWTO). (1404). Tourism destination management (S. A. Delbari & M. H. Rajabi, Trans.). Tehran: Mahkameh Publications. [In Persian]
- Yang, I. C. M., Ismail, A. S., & French, J. A. (2022). Reproduction as consumption: Unravelling the sociological shaping of reproductive tourism market in China. *Journal of Marketing Management*, 38(5–6), 515–543.
- Ziaei, M., Faghihi, A., Tahmasbi, A., & Nemati, V. (1400). Designing a nomadic tourism development management model using the interpretive structural modeling approach. *Public Management Research*, 14(53), 5–27. [In Persian]