

شناسایی مشکلات توسعه صنعت گردشگری استان ساحلی بوشهر
و ارائه راهکارهای مناسب
سکینه دهقانفرد^۱، علیرضا قاسمی زاد^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۳/۱۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۰/۲۸

چکیده

هدف اصلی این تحقیق شناسایی مشکلات توسعه صنعت گردشگری استان ساحلی بوشهر و ارائه راهکارهای جذب گردشگر است. روش پژوهش آمیخته از نوع اکتشافی است. جامعه آماری در این پژوهش به دو گروه تقسیم شده است: ۲۸۶ گردشگر بومی و غیربومی منطقه، در سال ۹۵، که به روش نمونه‌گیری دردسترس و ۶۶ نفر از مسئولان کارشناس درزمینه گردشگری که در بخش کمی به صورت سرشماری و در بخش کیفی به صورت نمونه‌گیری هدفمند در تحقیق شرکت داده شدند. در مرحله کیفی، ابتدا چارچوب موانع پیش‌روی توسعه صنعت گردشگری در بوشهر به روش مثلثی‌سازی، از طریق تحلیل مضمون، بررسی مبانی نظری، پیشینه تحقیق و مصاحبه با کارشناسان و گردشگران شناخته شد و براساس آن پرسش‌نامه محقق‌ساخته طراحی شد. روایی پرسش‌نامه با روش تحلیل گویه و تحلیل عاملی تأییدی و پایایی آن با آلفای کرونباخ بررسی و تأیید شد. درنهایت هشت عامل: موانع اقتصادی، موانع فرهنگی، موانع دولتی، موانع بهداشتی، موانع جغرافیایی، موانع تفریحی، موانع سیاسی و موانع رفاهی شناسایی و بررسی شد. در پایان، با مصاحبه با کارشناسان و گردشگران، راهکارهای جذب گردشگر ارائه شد.

واژه‌های کلیدی: صنعت گردشگری، موانع، راهکار، گردشگری ساحلی، استان بوشهر

۱. گروه مدیریت اجرایی، پردیس علوم و تحقیقات فارس، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، شیراز
۲. نویسنده مسئول: استادیار گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، کازرون، شیراز (GhasemizadD@kau.ac.ir)

مقدمه

گردشگری یا مسافرت با هدف تفریح و سرگرمی، یکی از صنایع بزرگ و قطب‌های اقتصادی در جهان به‌شمار می‌رود و اشتغال‌زاترین صنعت برای جذب منابع خارجی و داخلی به‌حساب می‌آید. بسیاری از دولت‌ها، صنعت گردشگری را در توسعه کشور حائز اهمیت می‌دانند. به‌طورمثال در کشور مالزی، گردشگری به‌مثابه یک کاتالیزور اقتصادی مطرح می‌شود و عوامل حیاتی موفقیت در آن عبارتند از: توسعه و برنامه‌ریزی (شان و مارن^۱، ۲۰۱۳). همواره کشورهای پیشتاز اقتصادی پتانسیل‌های این صنعت را درک و بالفعل کرده‌اند. سازمان جهانی گردشگری^۲ در گزارشی امریکا را پردرآمدترین کشور جهان از صنعت گردشگری، در سال ۲۰۱۲، معرفی کرد. براساس این گزارش، ایالات متحده امریکا، در سال ۲۰۱۲، با کسب درآمدی بیش از ۱۲۸ میلیارد دلار، در رتبه نخست پردرآمدترین کشورهای جهان از محل صنعت گردشگری قرار گرفت. همچنین این صنعت، در برخی کشورها مانند فیلیپین، سهم قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی دارد و به‌تنهایی حدود ۵ میلیون شغل ایجاد کرده است (کارلسون^۳، ۲۰۱۷). اکثر کشورها دریافته‌اند که توسعه پایدار صنعت گردشگری به چشم‌انداز بلندمدت اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی نیاز دارد و ابزاری مفید و ضروری برای توسعه صنعت گردشگری به‌خصوص مناطق حساس ساحلی است (اندرسون، بلیچفیلد و لیبارد^۴، ۲۰۱۶).

باتوجه به مشکلات اقتصادی سال‌های اخیر در ایران و بی‌ثباتی زیاد قیمت نفت، فاصله گرفتن از اقتصاد تک‌بعدی وابسته به نفت امری ضروری است و صنعت گردشگری می‌تواند جانشین مناسبی برای درآمدهای نفتی باشد. سهم بسیار اندک ایران از درآمد جهانی گردشگری، با وجود جاذبه‌های بسیار زیاد، نشان‌دهنده فقدان بینش مدیریتی در سطوح گوناگون این صنعت و نرم‌افزارهای به‌کار رفته در آن است (نیک اندیش و سنگری ۱۳۹۱). کشور ما، با داشتن جاذبه‌های گردشگری فراوان، به‌علت اتخاذ نکردن سیاست‌های مؤثر در این بخش، همچنان نتوانسته به سهم مناسب خود در بازار گردشگری جهان دست یابد و این امر سبب شده است تا بسیاری از معضلات اقتصادی - اجتماعی کشور، که می‌تواند با توسعه گردشگری مرتفع شود، همچنان پابرجا بماند. با وجود سواحل زیبا در بخش‌های شمالی و جنوبی ایران، نبود امکانات و تأسیسات موردنیاز گردشگری مانند وسیله حمل‌ونقل دریایی و مجتمع‌های تفریحی دریایی در سواحل این دریاها، بالاخص حاشیه جنوبی، باعث شده است که درخواست صدها گردشگر، برای استفاده از توره‌های دریایی، بی‌پاسخ بماند. یکی از مشکلاتی که حتی کشورهای توسعه‌یافته نیز درگیر آنند، کمیت و کیفیت آموزش درزمینه صنعت گردشگری است (حسینی، ۱۳۹۴). امروزه برخی از شهرها، با آب‌وهوای بسیار گرم‌تر از بوشهر مانند دبی، به مقاصد گردشگری بسیاری از کشورها تبدیل شده‌اند. امارات با آب‌وهوای گرم و خشک و مناطق بیابانی زیاد توانسته رشد چشمگیری در توسعه صنعت گردشگری، در انواع مختلف ورزشی و تجاری و گردشگری ساحلی، داشته باشد که نه‌تنها از خاورمیانه بلکه از تمام دنیا گردشگرانی را به خود جذب کرده است.

1. Sharn & Marn
2. World tourism organization
3. Karlsson
4. Andersen, Blichfeldt, & Liburd

از بین مناطق گوناگون گردشگری، نواحی جذب گردشگر بیشتر در سواحل متمرکز شده است که به علت فضای منحصربه‌فردی است که سواحل و جزایر در جذب گردشگر دارند (بریمانی و اسمعیل نژاد، ۱۳۸۹). کمیت و کیفیت آموزش در این زمینه یکی دیگر از موضوع‌های مهم در روند توسعه این صنعت است که در ایران به ندرت دیده می‌شود.

استان ساحلی بوشهر، به واسطه تنوع فراوان ظرفیت‌های گردشگری و همچنین ۶۲۵ کیلومتر مرز مشترک با خلیج فارس، جزو پنج استان برتر در زمینه ماندگاری گردشگران شناخته شده است (نیک اندیش و سنگری ۱۳۹۱). اهمیت باستانی و زیبایی‌شناختی خلیج فارس و دسترسی به آب‌های آزاد از بوشهر منطقه‌ای مستعد برای گردشگری ساخته است که به علت نبود زیرساخت‌های لازم توانایی پذیرش گردشگران داخلی و خارجی زیادی را ندارد (کرشی و بزرگ زاده، ۱۳۹۲). همچنین شرایط اقلیمی مناسب، بالاخص در فصول پاییز و زمستان، مناظر طبیعی و دشت‌های وسیع و مناره‌های ساحلی زیبا در سرتاسر مرز آبی امتیازات ویژه‌ای برای توسعه این صنعت در بوشهر است که با برنامه‌ریزی دقیق و ایجاد امکانات و حمایت بخش‌های دولتی و خصوصی مرتبط می‌توان سیر و سیاحت را در این استان رونق داد (رضایی، مصطفوی و کرمانیان، ۱۳۸۸). با وجود ظرفیت‌های بالای گردشگری در استان بوشهر، هنوز حرکتی در زمینه استفاده از این ظرفیت‌ها صورت نگرفته است؛ سفر گردشگران بی‌شمار، که اغلب آن‌ها در ایام تعطیلات نوروز به این استان سفر می‌کنند، به خاطر آب و هوای این فصل استان بوشهر و استفاده از دریاست. با توجه به اینکه اشتغال در صنایع انرژی استان بوشهر به حد اشباع نزدیک شده است و هنوز بیکاران بسیار زیادی در استان وجود دارند، باید سرمایه‌گذاری مناسب در حوزه گردشگری و اشتغال‌زایی در این بخش صورت گیرد. علی‌رغم شعارهایی که در این سال‌ها در زمینه توسعه صنعت توریسم در کشور داده شده، اقدامات اندکی برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری، به خصوص در استان بوشهر، انجام شده است. وجود سواحل بوشهر می‌تواند این استان را به یکی از قطب‌های گردشگری کشور تبدیل کند و با تلاش و همراهی و هماهنگی همه دستگاه‌ها، باعث توسعه گردشگری دریایی در این استان شود. اهمیت باستانی و زیبایی‌شناختی خلیج فارس و دسترسی به آب‌های آزاد از بوشهر منطقه‌ای مستعد برای گردشگری ساخته است که در صورت وجود زیرساخت‌های لازم توانایی پذیرش گردشگران داخلی و خارجی زیادی دارد؛ اما توجه اندکی به آن شده است (کرشی و بزرگ زاده، ۱۳۹۲). همچنین شرایط اقلیمی مناسب، بالاخص در فصول پاییز و زمستان، مناظر طبیعی و دشت‌های وسیع و مناره‌های ساحلی زیبا در سرتاسر مرز آبی امتیازات ویژه‌ای برای توسعه این صنعت در بوشهر است که با برنامه‌ریزی دقیق، ایجاد امکانات و حمایت بخش‌های دولتی و خصوصی مرتبط می‌توان سیر و سیاحت را در استان رونق داد (رضایی و همکاران، ۱۳۸۸). لذا مسئله اصلی این تحقیق این است که مشکلات توسعه صنعت گردشگری استان ساحلی بوشهر کدامند و راهکارهای جذب گردشگر، با توجه به مشکلات بیان‌شده، چیست.

اهداف تحقیق

- ✓ بررسی مشکلات صنعت گردشگری در استان بوشهر براساس مبانی نظری و مصاحبه و اعتباریابی آن
- ✓ ارائه راهکارهای توسعه صنعت توریسم در استان بوشهر از دید مسئولان و گردشگران

مبانی نظری پژوهش

گردشگری یکی از صنایع پُر درآمد جهان است. این صنعت با صنایع دیگری از قبیل صنایع بیمارستانی، حمل و نقل، غذایی و سینما و تئاتر و کسب و کار ارتباط تنگاتنگی دارد (هورنر و اسواربروک^۱، ۲۰۱۷). افزایش گردشگر موجب توسعه تجارت‌های کوچک و همچنین افزایش سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی در مناطق می‌شود که این مهم، به نوبه خود، نیروی کار بیشتری طلب می‌کند و موجب کاهش بیکاری جوانان و چرخش چرخ اقتصاد، در این مناطق، می‌شود (پیچ و همکاران^۲؛ ۲۰۱۷). بسیاری از صاحب‌نظران اقتصادی بر این باورند که در ایران ثروت نفت عملکرد اقتصادی کشور را به تحلیل برده و اثر سوئی بر ساختار سیاسی و اقتصادی کشور داشته است؛ چنان‌که گویی اقتصاد کشور به بیماری هلندی گرفتار شده است. برای رهایی از این نظام تک‌محصولی، توجه به درآمدهای ناشی از صنایع دیگر حائز اهمیت است. امروزه کشورهای در حال توسعه به صنعت گردشگری همچون ضرورتی مهم می‌نگرند. بنابراین ضروری است، قبل از آنکه وضعیت نفت به شرایط پیش‌بینی شده دچار شود، به فکر جانشین مناسبی برای آن باشند؛ که قطعاً در ایران بهترین گزینه صنعت گردشگری است؛ چراکه این صنعت، با ویژگی‌های خاص خود، صنعتی پویا با آینده‌ای روشن تلقی می‌شود (حاجی پور، ۱۳۹۳).

تعاریف گردشگری

گردشگری، به علت خاصیت بین‌رشته‌ای خود، قابلیت نگرش‌های متفاوتی دارد که خود سبب ارائه تعاریف بسیاری از آن به زبان‌های متفاوت شده است. گردشگری به مجموعه فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که در طول مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد و شامل هر فعالیتی از قبیل: برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و یا حتی یادآوری خاطرات سفر است (هورنر و اسواربروک^۳، ۲۰۱۷).

موانع توسعه صنعت گردشگری

گردشگری در عصر حاضر، در حکم صنعت بدون دود، توانمندی‌ها و طرفداران زیادی دارد. رشد قابل توجه و چشمگیر گردشگری، در پنجاه سال گذشته نشان‌دهنده اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی این پدیده است. بنابراین، با توجه به زمینه‌های مناسب این صنعت در ایران و نیز اهمیت

1. Horner & Swarbrooke
 2. Page et al
 3. Horner, S., & Swarbrooke

روزافزون آن در درآمدهای کشورها، بررسی آسیب‌ها و موانع و راهبردهای توسعه آن امری اجتناب‌ناپذیر است. اسمیت^۱ (۲۰۱۲) در کتاب خود «انسان‌شناسی گردشگری» موانع اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و مذهبی را از عمده‌ترین علل عدم توسعه گردشگری بیان کرده است.

موانع دولتی:

کمبود و نارسایی خدمات زیربنایی مانند راه‌ها، امکانات رفاهی - تفریحی، بهداشتی، پزشکی و سایر فعالیت‌های انسان‌ساخت موردنیاز گردشگران و همچنین پاسخ‌گو نبودن هتل‌ها و مراکز اقامتی به نیازهای گردشگران، از جمله چالش‌های پیش‌روی گردشگران بوده است (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱). علاوه بر این، توسعه سواحل خلیج فارس و امکانات دریایی از قبیل ورزش‌های آبی، پارک‌های آبی، جزایر گردشگری، آکواریوم‌های دریایی، که از ابزارهای مهم جذب گردشگر در گردشگری ساحلی است، نادیده گرفته شده است (کرشی و بزرگ زاده، ۱۳۹۲). یکی دیگر از مسائل پیش‌روی توسعه گردشگری، امنیت مقصد گردشگری است. با توسعه تروریسم بین‌المللی و بررسی ارتباط آن با گسترش گردشگری، محققان به این نتیجه دست یافته‌اند که تروریسم می‌تواند اثر کوتاه‌مدتی بر جذب گردشگر داشته باشد؛ فقط در ۵ درصد کشورهای موردبررسی آثار بلندمدت تروریسم بر صنعت گردشگری مشاهده شده است. (لیو و پرات^۲، ۲۰۱۷).

موانع فرهنگی:

در حال حاضر، اختلافات بارز تکنولوژیک مالی بین کشورها و تغییرات اجتماعی و فرهنگی گسترده این سؤال را برای کشورهای در حال توسعه به وجود آورده است که کدام یک از جنبه‌های فرهنگی را باید از کشورهای توسعه‌یافته دریافت کرد و آیا اصولاً این فرهنگ‌پذیری لازم است یا خیر؟ آیا تماس فرهنگی و رفت‌وآمد بین افراد با فرهنگ‌های گوناگون تأثیری سوء و مخرب بر آداب‌ورسوم، که در حقیقت هویت فرهنگی یک جامعه را شکل می‌دهد، برجای نخواهد گذاشت؟ سؤالاتی از این قبیل، در ایران و سایر نقاط جهان، باعث شده که محدودیت‌هایی در زمینه مرادوات فرهنگی بین ملت‌ها به وجود آید و این مرادوات در چارچوب‌ها و ضوابط خاص طرح‌ریزی شود. گردشگری تنها به معنی همراه آوردن چمدان گردشگر به جامعه میزبان نیست، بلکه گردشگر همراه با خود آداب‌ورسوم، شیوه زندگی و عادت‌های خود را نیز منتقل می‌کند. به عبارت دیگر، صنعت توریسم در مرحله اول منجر به تبادل فرهنگی بین جامعه میهمان و میزبان و انتقال تجارب شخصی فراوان می‌شود. فرهنگ بیان‌کننده و تأییدکننده هویت‌ها و تفاوت‌هاست و در نتیجه عاملی است پویا که در عین حال می‌تواند، به‌منزله سدی مهم، به تعارض و اختلاف منجر شود. یکی از موانع فرهنگی موجود در طول تاریخ در این سرزمین، در امر گسترش توسعه سیر و سیاحت و جهان‌گردی، موانع ساختاری و فقهی و مذهبی است. با اینکه سیر و سیاحت و مسافرت همیشه از سوی اسلام و رهبران مذهبی مورد تبلیغ و تأکید

1. Smith
2. Liu & Pratt

قرار داشته، ولی در نحوه ورود خارجی‌ان غیرمسلمان با مسائل و مشکلاتی مواجه شده است. مادامی که چنین تنگناهای ساختاری وجود داشته باشد کوشش در جذب گردشگران خارجی، آن هم غیرمسلمان و اهل کتاب، با موانع و مشکلاتی مواجه خواهد بود (خانی و کروی، ۱۳۹۰).

یکی دیگر از ابزارهای اساسی برای جذب گردشگران، به خصوص خارجی، میزان آشنایی با انگیزه‌ها، علایق و سلیق افرادی است که خواهان سیر و سیاحت در کشورهای دیگرند. لازم است در قالب چارچوب فرهنگی، ارزش‌ها و هنجارهای حاکم بر جامعه آگاهی و شناخت کافی نسبت به علایق، سلیق و انگیزه‌های گردشگران خارجی و حتی داخلی وجود داشته باشد. این امر به خصوص در نقاطی صدق می‌کند که از نظر فرهنگی و ارزشی شباهت کمتری به شهر یا کشور میزبان دارند؛ زیرا غالباً مناطق همسایه از منظر فرهنگی و ارزشی نزدیکی بیشتری نسبت به مناطق دورتر (برای مثال غربی‌ها) دارند (نوبخت و پیروز، ۱۳۸۷). متأسفانه نبود مکانیزمی مناسب و کارآمد برای شناسایی روحیات این گردشگران و اطلاع از سلیق آن‌ها از طرفی موجب محرومیت از پذیرش سالانه هزاران جهانگرد فرهنگی مناسب شده و از طرف دیگر آشنا نبودن این گردشگران با مظاهر سیاحتی، فرهنگ‌ها و ارزش‌های حاکم موجب عدم استقبال بازدیدکنندگان شده است (غلامی، ۱۳۸۴).

موانع و نارسایی‌های اقتصادی:

از دیگر عواملی که مانع جذب گردشگر می‌شود نارسایی‌های اقتصادی است از قبیل: فقدان حمایت کافی از بخش خصوصی و تشویق نکردن به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری (محسنی، ۱۳۸۸) به علت عدم سودآوری؛ حمایت ناکافی دولت و اقدامات سلیقه‌ای و محدودکننده از سوی برخی مقامات غیرمسئول؛ افزایش نرخ مالیات، عوارض، بیمه و... در بخش گردشگری؛ حمایت نکردن از سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری (دولتی و خصوصی)؛ سیاست‌های نامناسب اقتصادی؛ فقدان تسهیلاتی همچون وام‌های بلندمدت با بهره کم برای بخش خصوصی؛ واگذاری زمین مناسب با بهای دولتی؛ حذف تشریفات زاید و دست‌وپاگیر اداری برای ایجاد هتل‌ها و مراکز رفاهی؛ تضمین امنیت سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری توسط دولت به منظور ایجاد انگیزه در بخش خصوصی (موسایی، هاشمی و ابراهیمی، ۱۳۹۱).

موانع سیاسی:

یکی از ایراداتی که در بحث گردشگری مطرح است موضوع ورود گردشگر و مقررات خاص مربوط به رفتار و پوشش گردشگر است که در بدو امر با آن روبروست. با وجود قوانین موجود عملاً برای گردشگر خارجی غیرمسلمان، قبول پوشش در فصل تعطیلات تابستان و گرمای هوا پذیرفتنی نیست. در سراسر ایران و در برخی از شهرهای اسلامی، جهان‌گردان به خصوص زنان جهان‌گرد ملزم به اجرای پروتکلی به نام پروتکل حجاب هستند که با توجه به چارچوب‌های فرهنگی، قومی و مذهبی کشور مقصد تعریف می‌شود. این پروتکل ممکن است از طرف جهان‌گرد به مثابه نوعی محدودیت تلقی شود. زیرا در ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی وی چندان محدودیتی وجود ندارد (غلامی، ۱۳۸۴).

روش‌شناسی تحقیق

از آنجاکه روش‌های تحقیق کمی و کیفی به‌تنهایی نمی‌توانند پیچیدگی‌های مسائل و عناصر تشکیل‌دهنده جامعه و سازمان را بدون جهت‌گیری مورد مطالعه قرار دهند، ترکیب این روش‌ها مورد استفاده قرار گرفته و از آن تحت عنوان روش تحقیق آمیخته یاد شده است (Thaler^۱، ۲۰۱۷). لذا در این تحقیق باتوجه‌به انجام روش کیفی و سپس کمی، برای حمایت از آن مرحله از رویکرد اکتشافی متوالی^۲ استفاده شد.

جامعه آماری در این پژوهش به دو گروه تقسیم شده است: گردشگران بومی و غیربومی موجود در منطقه، در سال ۹۵، که ۲۸۶ نفر بودند و به روش نمونه‌گیری در دسترس در تحقیق شرکت داده شدند؛ و مسئولان و کارشناسان مجرب در این زمینه که ۶۶ نفر بودند و در بخش کمی به صورت سرشماری در تحقیق شرکت داده شدند. شایان ذکر است که در بخش مطالعه کیفی تحقیق از روش نمونه‌گیری هدفمند، اشباع نظری^۳، استفاده شد؛ در این روش، هرگاه محقق به این نتیجه برسد که پاسخ‌های داده شده و یا مصاحبه‌های انجام‌شده با افراد مطلع به اندازه‌ای به هم شباهت دارند که منجر به تکراری شدن پاسخ‌ها و یا مصاحبه‌ها می‌شود و داده‌های جدیدی در آن‌ها وجود ندارد، تعداد مصاحبه‌ها را کافی دانسته و دست از مصاحبه می‌کشد (گست، نیمی و مک کنا^۴، ۲۰۱۷). در مرحله اول تحقیق، به بررسی مبانی نظری و پیشینه تحقیق پرداخته شد و در مرحله دوم مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با مسئولان و کارشناسان و گردشگران حاضر در مناطق ساحلی، برای شناسایی مشکلات پیش‌روی این صنعت، انجام شد و داده‌ها به صورت مضامین پایه، سازمان‌دهنده و اصلی کدگذاری و طبقه‌بندی شدند که چارچوب اصلی پرسش‌نامه را تشکیل داد. در مرحله بعد، پرسش‌نامه محقق ساخته تهیه و توزیع شد. پرسش‌نامه شامل ۳۸ گویه است که به موانع و مشکلات توسعه صنعت گردشگری در استان بوشهر پرداخته است. در پرسش‌نامه حاضر از یک مقیاس ۵ درجه‌ای استفاده شده است که به‌طور قراردادی وزن‌های ۱ تا ۵ به پاسخ‌های ممکن داده شده است. برای اطمینان از اعتبار مصاحبه، با کسب اجازه از مصاحبه‌شوندگان، صدای آنان ضبط و هم‌زمان مکتوب شد و از دو عضو هیئت علمی متخصص در کدگذاری داده‌های مصاحبه، پیشینه و مبانی نظری استفاده شد. برای تعیین اعتبار پرسش‌نامه از روش تحلیل گویه و تحلیل عاملی تأییدی استفاده شده است. برای به‌دست آوردن پایایی از روش آزمون کرونباخ استفاده شده که میزان ضریب آلفای ۰/۸۲ به‌دست آمده و نشان می‌دهد پرسش‌نامه از پایایی لازم برخوردار است. ضرایب آلفای کرونباخ در جدول ۱ نشان داده شده است.

1. Thaler
2. Sequential exploratory
3. Theoretical Saturation
4. Guest, Namey & McKenna

جدول ۱: آلفای کرونباخ مؤلفه‌ها

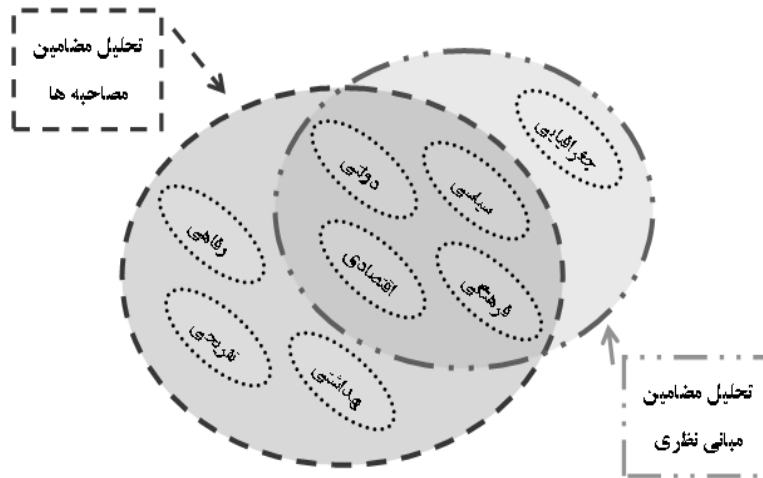
متغیر	اقتصادی	بهداشتی	تفریحی	جغرافیایی	دولتی	رفاهی	فرهنگی
آلفای کرونباخ	۰/۸۲۹	۰/۹۱۲	۰/۸۷۱	۰/۷۴۲	۰/۸۳۱	۰/۸۲۲	۰/۸۲۱
تعداد گویه	۶	۳	۶	۲	۱۰	۸	۳

منبع: تحقیق حاضر

یافته‌ها

مضامین مشکلات صنعت گردشگری در استان بوشهر براساس مبانی نظری و مصاحبه چیست؟ برای پاسخ‌گویی به این سؤال با استفاده از نتایج ارائه‌شده در شکل ۱ و جدول ۲ عوامل جغرافیایی، بهداشتی، رفاهی، تفریحی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و زیرساخت‌های دولتی و محیط زیستی به‌عنوان مشکلات مطرح شده است.

شکل ۱: نتایج تحلیل مضامین مبانی نظری و مصاحبه‌ها



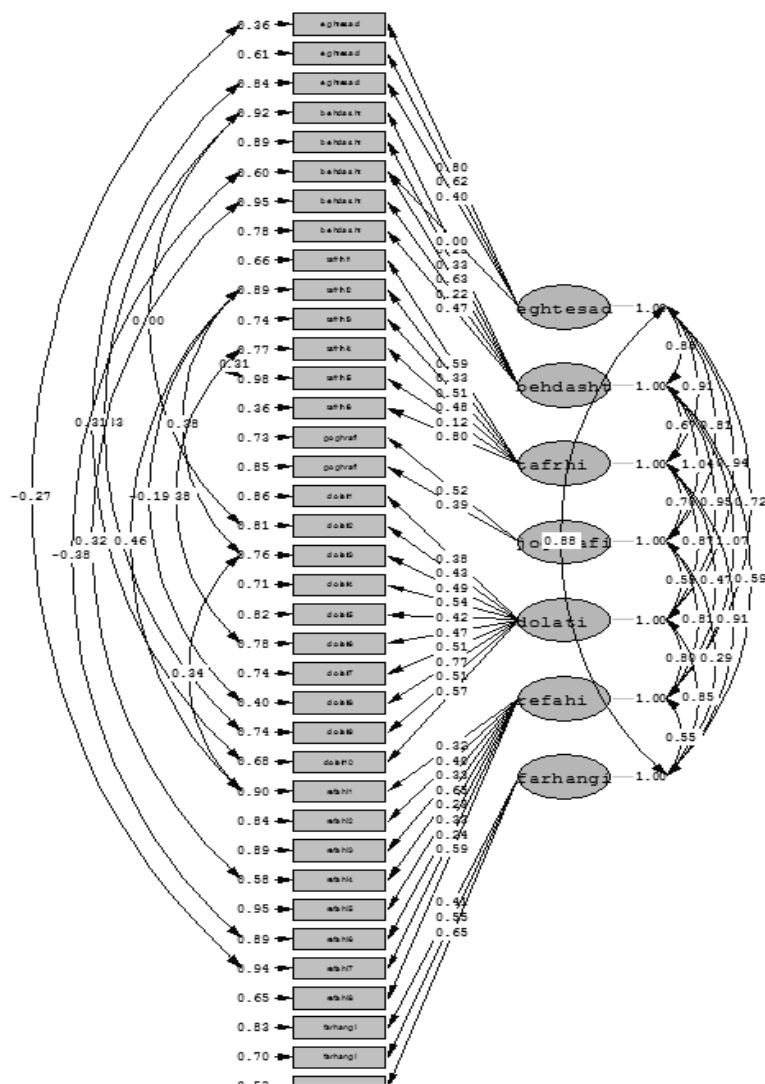
منبع: تحقیق حاضر

جدول ۲: مضامین اولیه به همراه مختصات و منابع آن‌ها

مضمون	توضیحات	منبع
زیرساخت‌های دولتی	ضعف زیرساخت‌های مناسب انواع حمل‌ونقل و اقامت، ضعف مدیریت کلان در صنعت گردشگری، فقدان آموزش نیروی انسانی متخصص، فقدان وزارتخانه گردشگری و جهان‌گردی، ضعف کیفیتی در ارائه خدمات، وجود صنایع نفت و گاز و آسیب به مناطق حفظ‌شده	موسایی و همکاران (۱۳۹۱) کرشی و بزرگ زاده (۱۳۹۲) مصاحبه
بهداشتی	آلودگی‌های موجود در ساحل، انتشار ریزگردها، ضعف در ارائه خدمات درمانی	مصاحبه
فرهنگی	نگرانی از تأثیرات سوء فرهنگی ناشی از توسعه صنعت گردشگری، ضعف در اطلاع‌رسانی و تبلیغات برای جذب گردشگران، آگاهی ناکافی مردم در زمینه مسائل گردشگری، قوم‌گرایی، توجه نکردن به سلايق گردشگران، حمایت نکردن از صنایع دستی و موسیقی، آشنایی نداشتن با زبان‌های خارجی، برخورد بد بومی‌ها با گردشگران	اسپنسر (۲۰۱۳) خانی و کروی (۱۳۹۰) مصاحبه
تفریحی	نبود پلاژهای مناسب با امکانات مجهز، ورزش‌ها و تفریحات ساحلی	استافلن، آیینید و وانست (۲۰۱۷) مصاحبه
سیاسی	احساس ناامنی گردشگران خارجی، وجود تعارضات ارزشی، جنگ‌های داخلی و خارجی در خاورمیانه، مشروط‌کننده‌های فرهنگی و مذهبی حاکم بر جامعه، تعارض ارزشی، پندارهای نادرست در عرصه بین‌المللی درباره ایران	مصاحبه
اقتصادی	تخصیص نیافتن بودجه، نارضایتی از قیمت اجناس، افزایش نرخ مالیات، عوارض، بیمه و غیره در بخش گردشگری، فقدان حمایت از سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری (دولتی و خصوصی)، سیاست‌های نامناسب اقتصادی	استانکوویک و دوکیک (۲۰۰۹) سونگ و لی (۲۰۱۴) مصاحبه
رفاهی	کمبود مکان‌های مناسب کمپینگ در فصول مختلف سال و استراحتگاه‌های بین‌راهی	مصاحبه
جغرافیایی	آب و هوای گرم حاکم بر منطقه و پوشش گیاهی اندک	مصاحبه

برای اطمینان از اعتبار نتایج به دست آمده از تحلیل عاملی تأییدی، با استفاده از برنامه لیزرل، استفاده شده است.

شکل ۲: مدل تحلیل عاملی تأییدی در حالت استاندارد برای متغیرهای پژوهش



باتوجه به شکل ۲، مشاهده می شود که بار عاملی استاندارد بین متغیرهای تحقیق و گویه های آنها بین $+1/96$ و $-1/96$ است و همچنین این مقادیر بیش از $0/3$ است که نشان می دهد میان گویه ها با متغیر مورد نظر همبستگی مناسبی وجود دارد؛ به طوری که گویه ها می توانند سنجه های مناسبی برای اندازه گیری متغیرهای پروژه باشند. بنابراین مؤلفه های بهداشتی، فرهنگی، تفریحی، دولتی، اقتصادی، رفاهی و جغرافیایی به عنوان مؤلفه های مشکلات صنعت گردشگری در استان بوشهر تأیید شد و مؤلفه سیاسی و محیط زیستی حذف شد.

آزمون برازندگی:

باتوجه به خروجی لیزرل که در جدول ۳ ارائه شده، مقدار X^2/df محاسبه شده ۱/۲۶ است، وجود X^2/df کوچکتر از ۳ نشان دهنده برازش مناسب مدل است. همچنین ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب می‌باید کمتر از ۰/۰۸ باشد که در مدل ارائه شده این مقدار برابر ۰/۰۶۴ است. با توجه به شاخص‌ها و خروجی‌های نرم‌افزار لیزرل، می‌توان گفت که داده‌ها با مدل منطبقند.

جدول ۳: نتایج نیکویی برازش

مقدار شاخص	نام شاخص
۰/۹۲	شاخص نیکویی برازش (GFI)
۰/۹۱	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)
۰/۹۱	شاخص برازش افزایشی یا (IFI)
۰/۸۹	شاخص تاکر- لویس (TLI) یا شاخص برازش هنجار نشده (NNFI)
۰/۰۶۴	ریشه میانگین مربعات باقی مانده یا (RMR)
۰/۸۸	شاخص برازش تطبیقی یا (CFI)

راهکارهای توسعه صنعت گردشگری در استان بوشهر از دید مسئولان و گردشگران چیست؟ برای پاسخ‌گویی به آخرین سؤال پژوهش که ارائه راهکار برای رفع موانع موجود است طی مصاحبه‌ای که با کارشناسان، مسئولان گردشگری در سازمان میراث فرهنگی استان بوشهر و شهرستان‌ها و گردشگران، مجموعه‌ای از راهکارها و راهبردهای مربوط به توسعه صنعت گردشگری در استان بوشهر و سطوح کلان‌تر ارائه شد که پس از کدگذاری و طبقه‌بندی در جدول ۴ الی ۸ به تفصیل بیان شده‌اند:

جدول ۴: موانع فرهنگی و راهکارهای مرتبط

راهکارها	موانع فرهنگی
گسترش گمرکات و افزایش ترانزیت گردشگر-فراهم کردن کروزهای مختص حمل مسافر و افزایش کیفیت آن‌ها	حمایت نکردن از صنایع دستی و موسیقی محلی
برنامه‌ریزی و داشتن یک پلن و طرح جامعه - تعیین نقش هر دستگاه و میزان تأثیرگذار آن‌ها بر صنعت گردشگری	آشنایی نداشتن با زبان‌های خارجه
هم‌راستا کردن صنایع نفت و گاز با مقاصد گردشگری	ناشناخته بودن مناطق
معرفی استانداردهای عمرانی - افزایش خطوط هوایی منتهی به منطقه	برخورد بد بومی‌ها با گردشگران

جدول ۵: موانع اقتصادی و ارائه راهکارهای مرتبط

موانع	راهکارها
عدم تخصیص بودجه	تشویق به سرمایه‌گذاری خصوصی و اعطای وام‌های کم‌بهره به بخش خصوصی
عدم رضایت از قیمت اجناس	کاهش تعرفه‌های گمرکی

جدول ۶: موانع رفاهی - تفریحی و ارائه راهکارهای مرتبط

موانع رفاهی - تفریحی	راهکارهای رفاهی - تفریحی
فقدان پلاژهای مناسب با امکانات مجهز	افزایش تعداد پلاژهای بانوان - مجهز کردن پلاژها به امکانات مختص گردشگری ساحلی
کمبود مکان‌های مناسب کمپینگ در فصول مختلف سال	افزایش مکان‌های مختص اقامت گردشگران - فضاسازی مناسب - در دسترس بودن فناوری‌های مورد نیاز گردشگران
فقدان ورزش‌ها و تفریحات ساحلی	توسعه ورزش‌های ساحلی - ایجاد پارک‌های مجهز به تفریحات دریایی

جدول ۷: موانع دولتی گردشگری و راهکارهای مرتبط

موانع سیاسی	راهکارها
احساس ناامنی گردشگران خارجی	ایجاد روابط خوب بین‌المللی - تبلیغات صلح‌آمیز در سطح جهانی
وجود تعارضات ارزشی	آشنایی بیشتر مردم و آگاهی‌رسانی درباره صنعت گردشگری
جنگ‌های داخلی و خارجی در خاورمیانه	تبلیغات بین‌المللی مؤید امنیت و یک‌پارچگی در ایران
سم‌پاشی کشورهای منطقه علیه ایران	بهبود روابط دیپلماتیک

جدول ۸: موانع بهداشتی گردشگری و راهکارهای مرتبط

موانع بهداشتی	راهکارها
آلودگی‌های موجود در ساحل	استفاده از دستگاه‌های مجهز برای تمیز کردن خیابان‌های ساحلی
انتشار ریزگردها	توافقات منطقه‌ای با کشورهای منبع تولید ریزگردها
ضعف مراکز درمانی	بهبود زیرساخت‌های بهداشتی درمانی

باتوجه به راه‌حل‌های بیان شده می‌توان گفت: در وهله اول حفظ منابع موجود و ایجاد راهکارهای محافظتی اولین قدم در توسعه این صنعت است که نیازمند نهادینه شدن این فرهنگ در جسم و جان و زندگی روزمره مردم منطقه است و این امر به‌نوبه خود نیازمند اقداماتی در سطوح کلان و محلی از جمله ارائه تبلیغات فرهنگی برای حفظ منابع و تأکید بر تجدیدنپذیر بودن آنهاست. خوش‌بین کردن مردم و ایجاد دیدگاه مثبت در آنها نسبت به توسعه گردشگری، توسعه و پرورش صنایع دستی

استان به صورت تخصصی و برگزاری فستیوال‌ها و یادمان‌های امور و هنرهای مختص منطقه مانند ماهی‌گیری، گرگور بافی، صدف‌کاری و از این قبیل و همچنین معرفی آن‌ها در سطوح ملی و بین‌المللی، معرفی و شناساندن نقاط قوت استان به گردشگران بومی و غیربومی و تلاش در ارتقای تبلیغات رسانه‌ای و همچنین تبلیغات دهان‌به‌دهان راهکارهایی است که برای افزایش جذب گردشگران فرهنگی بیان شده است

حمایت‌های اقتصادی یکی دیگر از راه‌حل‌های ارائه‌شده توسط کارشناسان است که اشاره دارد به اعطای وام‌های کم‌بهره به بخش خصوصی به منظور سرمایه‌گذاری در پروژه‌های گردشگری، تخصیص بودجه سازمانی بیشتر به این بخش، ایجاد مزیت‌هایی برای جلب سرمایه‌گذاران خارجی، کاهش تعرفه‌های گمرکی، ارائه تخفیفاتی در فصولی که گردشگر کمتری در منطقه وجود دارد.

فراهم کردن امکانات برای همه اقشار جامعه با هر توان مالی، ایجاد زیربناها و روبناهای موردنیاز و مناسب، افزایش محل‌های اقامتی به صورت رایگان و یا با هزینه اندک که اکثریت افراد جامعه قدرت پرداخت آن را داشته باشند، ارائه اقامتگاهایی به صورت سیار، داشتن نگاه ویژه‌ای به گردشگری ساحلی در حکم مهمترین نقطه قوت منطقه و افزایش امکانات و خدمات ورزش‌های ساحلی - باتوجه به اسلامی بودن منطقه و وجود موانع عقیدتی - و ایجاد فضاهای مجهز برای بانوان می‌تواند اثرات مفید زیادی را به دنبال داشته باشد.

افزایش روابط بین‌الملل و نشان‌دادن وجهه‌ای مثبت و صلح‌طلب در سطوح بین‌المللی، کاهش قوانین دست‌وپاگیر برای گردشگران خارجی و ایجاد امنیت در سطح استان به خصوص در نواحی ساحلی، ایجاد امنیت بیشتر و معرفی آن در سطوح بین‌المللی و کاهش تنشج و ناامنی در مناطقی که پتانسیل گردشگری دارند از راهکارهایی است که به منظور رفع موانع دولتی ارائه شده است.

جولوگیری از ورود فاضلاب‌های شهری به دریا، پاکیزگی مستمر خطوط ساحلی و سرویس‌های بهداشتی، نظارت سخت‌گیرانه اداره بهداشت بر رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌های ساحلی و به‌طور کلی ارتقاء وضع بهداشتی منطقه از عواملی است که در رفع موانع بهداشتی به آن اشاره شده است.

ایجاد امکانات تفریحی مانند پارک‌های آبی، ایجاد ورزش‌های دریایی و در دسترس بودن تجهیزات آن، تأکید بر نکات ایمنی برای آسودگی خاطر گردشگران، ایجاد پارک‌های مناسب گردشگری ساحلی با رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌های ساحلی از راهکارهایی هستند که برای رفع خستگی و پر کردن زمان فراغت مردم در بخش رفاهی شناسایی شده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری:

باتوجه به نتایج به‌دست‌آمده عوامل دولتی، اقتصادی، فرهنگی، جغرافیایی، رفاهی، تفریحی و بهداشتی به‌عنوان مؤلفه‌های مشکلات صنعت گردشگری در استان بوشهر شناسایی شد. عوامل دولتی می‌تواند تأثیر فراوانی بر جذب گردشگران، به خصوص گردشگران خارجی، داشته باشد. احساس امنیت و اطمینان خاطر از اولین نکاتی است که هر گردشگر درباره مقصد گردش خود بررسی می‌کند. این

یافته با نتایج تحقیق استافلن، آینید و وانست^۱ (۲۰۱۷)، مبنی بر وجود موانع سیاسی در جذب گردشگر، هم‌خوانی دارد. بنابراین ایجاد تصویری مثبت و جلب اعتماد مردم در جوامع بین‌المللی، می‌تواند گردشگران بیشتری جذب منطقه کند؛ که متأسفانه، به‌علت ناامنی و جنگ‌های موجود در منطقه خاورمیانه، عده کمی از گردشگران کشورهای این منطقه را به‌عنوان مقصد انتخاب می‌کنند. باوجود این لیو و پرات (۲۰۱۷)، در مورد تروریسم و گسترش آن در کشورها، به این نتیجه رسیدند که تأثیر تروریسم بر جذب گردشگر کوتاه‌مدت است.

عوامل رفاهی یکی از عوامل مؤثر در جذب گردشگران است. وضعیت هتل‌ها و کمپینگ‌ها و محل‌های اقامتی، وضعیت پارکینگ و خدمات مربوط به آن، دسترسی نداشتن گردشگران به فناوری‌های موردنیاز خود، نبود مجتمع‌های بین‌راهی، دسترسی به وسایل نقلیه عمومی و تعداد و کیفیت مکان‌های فروش موادغذایی از مهم‌ترین موانع جذب گردشگران در منطقه است. نتایج این تحقیق با پژوهش‌های کرشی و بزرگ‌زاده (۱۳۹۲)؛ محسنی (۱۳۸۸)، استانکوویک و دوکیک^۲ (۲۰۰۹)، اصلان، کاپلان و کولا^۳ (۲۰۰۹) هماهنگ است؛ چراکه عوامل رفاهی یکی از اساسی‌ترین و پایه‌ای‌ترین نکات موردنظر گردشگر است. هر دو گروه گردشگران و کارشناسان عوامل اقتصادی را یکی از عوامل مؤثر مهم در جذب نشدن گردشگران می‌دانند که شامل متغیرهای قیمت اجناس در منطقه، تسهیلات برای خرید اجناس و سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی است. نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات شاه‌آبادی و سیاح^۴ (۲۰۱۳)، زرآبادی و عبدالله^۵ (۲۰۱۳)، ماسیدا و ایتزو^۶ (۲۰۱۲)، سونگ، دویر و لی^۷ (۲۰۱۲)، تشابه زیادی دارد چراکه علاوه بر وضعیت خدمات رفاهی مقصد، حجم سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، کشش‌های درآمدی، کشش‌های قیمتی، درآمد سرانه و سیاست‌گذاری‌های کلان مالی و اقتصادی می‌تواند به‌عنوان نقطه قوت در جذب بیشتر گردشگران و یا نقطه ضعف در دفع آن‌ها باشد. حمایت‌های اقتصادی دولت و سرمایه‌گذاری بخش‌های خصوصی، در هر صنعتی، اولین اقدام در توسعه آن صنعت است که متأسفانه در صنعت گردشگری بوشهر کمتر به چشم می‌خورد.

علی‌رغم تفکر عمومی، که عوامل جغرافیایی و آب‌وهوا را از عوامل برجسته و مهم در جذب گردشگر در یک منطقه می‌دانند، در این تحقیق عوامل جغرافیایی از نظر گردشگران و کارشناسان، باتوجه به رتبه میانگین آن‌ها، کمترین تأثیر را در جذب گردشگران داشته است. نتایج این تحقیق با یافته‌های تحقیقات رایدراستات و همکاران^۸ (۲۰۱۴)، دفریاتس^۹ (۲۰۰۳)، مادیسون^{۱۰} (۲۰۰۱)، بریتلا و همکاران^{۱۱} (۲۰۰۶)، بریمانی و اسماعیل‌نژاد (۱۳۸۹) مغایرت دارد.

1. Stoffelen, Ioannides & Vanneste

2. Stankovic and Dovic

3. Aslan, Kaplan & Kula

4. Shahtalebi & Sayyah

5. Zarabadi & Abdollah

6. Massidda and Etzo

7. Song, Dwyer & Li

8. Ridderstaat et al

9. De Freitas

10. Maddison

11. Berrittella et al

از محدودیت‌های پیش‌روی این تحقیق، می‌توان به نداشتن همکاری مناسب برخی از مسئولان، نبود دسترسی به گردشگران خارجی، محدود بودن کارشناسان خبره در استان، وسعت جامعه آماری و وسعت جغرافیایی جامعه مورد بررسی اشاره کرد.

منابع:

- بریمانی، فرامرز و اسماعیل‌نژاد، مرتضی. (۱۳۸۹). بررسی شاخص‌های زیست‌اقليمی مؤثر بر تعیین فصل گردشگری. *جغرافیا و توسعه*، ۹ (۲۳)، ۲۷-۴۶.
- حاجی پور، منصور. (۱۳۹۳). گردشگری جایگزین مناسبی برای نفت. <http://www.mashalnews.ir/showcontent.aspx?G1nDE1T4WNWrWdPwyYAzxQ> دسترسی در: (۲۰/۱۲/۹۳).
- حسینی، سید صادق. (۱۳۹۴). ارزیابی وضعیت آموزش راهنمایان گردشگری در ایران با رویکرد ارائه الگوی آموزشی در سطح دانشگاهی. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۹ (۲۸)، ۱۱۵-۱۴۴.
- خانی، مریم و کروی، مهدی. (۱۳۹۰). موانع فرهنگی توسعه گردشگری ایران. همایش مدیریت و توسعه گردشگری: چالش‌ها و راهکارها، تهران، ۱۱ خرداد ۱۳۹۰، دانشگاه صنعتی شریف.
- رضایی، مجید؛ مصطفوی، حسین و کرمانیان، حسین. (۱۳۸۸). توسعه گردشگری پایدار رویکرد جدید به توسعه پایدار استان بوشهر و ارائه راهبردهای توسعه آن. همایش بین‌المللی خلیج فارس بوشهر، آذر ۱۳۸۸، دانشگاه آزاد اسلامی.
- شاه آبادی، ابوالفضل و سیاح، علی. (۱۳۹۲). تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر گردشگری: رویکرد پانل دیتا مقایسه تطبیقی کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته. *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۲ (۷)، ۲۵-۴۳.
- غلامی، مسعود. (۱۳۸۴). راهکارهای توسعه گردشگری در ایران. www.persiangulfstudies.com/fa/index.asp?p=pages&id=704 دسترسی در (۱۶/۱/۹۴).
- کرشی، مسعود و بزرگ‌زاده، زهرا. (۱۳۹۲). بررسی حمل‌ونقل دریایی در کرانه‌های خلیج فارس و نقش آن در توسعه گردشگری، نهمین همایش ملی خلیج همیشه فارس. مرکز گردشگری علمی - فرهنگی دانشجویان ایران، کیش، ۱۵ اردیبهشت ۱۳۹۲. دانشگاه آزاد اسلامی.
- محسنی، رضا علی. (۱۳۸۸). گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها. *فصلنامه فضای جغرافیایی*، ۹ (۲۸)، ۱۴۹-۱۷۱.
- موسایی، میثم، هاشمی، سمیه و ابراهیمی، میترا. (۱۳۹۱). بررسی جامعه‌شناختی توسعه پایدار گردشگری در ایران: موانع، چالش، راهکارها. *فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی*، دانشگاه آزاد شوشتر، ۶ (۱۶)، ۲۵-۵۰.
- نوبخت، محمدباقر و پیروز، الهام. (۱۳۷۸). *توسعه صنعت گردشگری در ایران: موانع و راهکارها*. تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.

نیک اندیش، نسرین و سنگری حسن. (۱۳۹۱). ارزشیابی و قابلیت‌سنجی ژئومورفوسایت‌های شهرستان بوشهر با استفاده از مدل Prolong. اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت‌گردی ایران زمین. همدان. اسفند ۱۳۹۱، دانشگاه آزاد اسلامی.

Andersen, I. M. V., Blichfeldt, B. S., & Liburd, J. J. (2016). Sustainability in coastal tourism development: an example from Denmark. *Current Issues in Tourism*, 19(5), 1-8.

Aslan, A., Kaplan, M., & Kula, F. (2008). International tourism demand for Turkey: A dynamic panel data approach. <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/access/12/2/2105>.

Berritella, M., Bigano, A., Roson, R., & Tol, R. S. (2006). A general equilibrium analysis of climate change impacts on tourism. *Tourism management*, 27(5), 913-924.

De Freitas, C. R. (2003). Tourism climatology: evaluating environmental information for decision making and business planning in the recreation and tourism sector. *International Journal of Biometeorology*, 48(1), 45-54.

Guest, G., Namey, E., & McKenna, K. (2017). How many focus groups are enough? Building an evidence base for nonprobability sample sizes. *Field Methods*, 29(1), 3-22.

Herbert, D. (2001). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of tourism research*, 28(2), 312-333.

Horner, S., & Swarbrooke, J. (2016). *Consumer Behavior in Tourism*. New York: Routledge.

Karlsson, R. (2017). Homework before homestay: The importance of host-training for sustainable tourism development. Bachelor Thesis, Linne University, available <http://www.divaportal.org/smash/get/diva2:1065706/FULLTEXT01.pdf>, access, 07/02/2017.

Maddison, D. (2001). In search of warmer climates? The impact of climate change on flows of British tourists. *Climatic change*, 49(1-2), 193-208.

Massidda, C., & Etzo, I. (2012). The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis. *Tourism Management*, 33(3), 603-610.

Nassar, A. K., Blackburn, G. A., & Whyatt, J. D. (2014). Developing the desert: The pace and process of urban growth in Dubai. *Computers, Environment and Urban Systems*, (45), 50-62.

Page, S. J., Hartwell, H., Johns, N., Fyall, A., Ladkin, A., & Hemingway, A. (2017). Case study: Wellness, tourism and small business development in a UK coastal resort: *Public engagement in practice. Tourism Management*, 60, 466-477. doi:10.1016/j.tourman.2016.12.014

Pearce, D. G., & Schänzel, H. A. (2013). Destination management: The tourists' perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(3), 137-145.

Ridderstaat, J., Oduber, M., Croes, R., Nijkamp, P., & Martens, P. (2014). Impacts of seasonal patterns of climate on recurrent fluctuations in tourism demand: Evidence from Aruba. *Tourism Management*, (41), 245-256.

Shahabadi, A., & Sayyah, A. (2013). "The effect of economic infrastructure on tourism: Panel data approach of developing and developed countries comparative". *Tourism Planning and Development Journal*, 2(7), 25-43.

Shan, B. Y., & Marn, J.T. K. (2013). Perceived critical success factors (CSFs) for the tourism industry of Penang Island: A supply perspective. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business*, 4(9), ۴۹۵-۵۱۰

Smith, V. L. (Ed.). (2012). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press.

Song, H., Dwyer, L., Li, G., & Cao, Z. (2012). Tourism economics research: A review and assessment. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1653-1682.

Stanković, L., & Dukić, S. (2009). Challenges of Strategic Marketing of Tourist Destination under the crisis conditions. *Fact Universities, Series: Economics and Organization*, 6(1), 23.

Stoffelen, A., Ioannides, D., & Vanneste, D. (2017). Obstacles to achieving cross-border tourism governance: A multi-scalar approach focusing on the German-Czech borderlands. *Annals of Tourism Research*, 64, 126-138.

Thaler, K. M. (2017). Mixed methods research in the study of political and social violence and conflict. *Journal of mixed methods research*, 11(1), 59-76.

Zarabadi, Z. S., & Abdollah, B. (2013). "Evaluate effective factors in tourism development of Chabahar Free Zone by method of network analysis process (ANP)". *Journal of the Scientific Society of Architecture and Urbanism*, 6(6), 38-48.