

## بررسی و تحلیل موانع توسعه گردشگری آبی در استان خوزستان<sup>۱</sup>

مجید گودرزی\*، محمدعلی فیروزی\*\*، سعید ملکی\*\*\*، کریمه کعب عمیر\*\*\*\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۱۹- تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۹/۱۶

### چکیده

گردشگری در چند دهه اخیر رشد قابل توجهی داشته است و مزایای سفر و گردشگری غیرقابل انکار است. یکی از دلایلی که اغلب گردشگری مورد توجه قرار گرفته است این است که این صنعت یک فعالیت جایگزین برای مناطقی است که صنایع سنتی در آن کاهش یافته است. در این بین گردشگری آبی در سال‌های اخیر مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته، اما متأسفانه موانعی بر سر راه توسعه آن وجود دارد که در این پژوهش سعی شده مهم‌ترین موانع پیش روی توسعه گردشگری آبی در استان خوزستان شناسایی گردد. پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی- نظری و به لحاظ روش، توصیفی- تحلیلی است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات پژوهش از تکنیک‌های آماری ضریب پیرسون، فریدمن، مدل معادلات ساختاری پی ال اس و رگرسیون وزنی جغرافیایی Arc Gis استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که بر اساس تحلیل پیرسون بین متغیرهای مستقل پژوهش و متغیر وابسته (توسعه نیافتگی گردشگری آبی) رابطه معنادار ( $Sig \leq 0/05$ )، مستقیم و در حد متوسط به بالا وجود دارد. نتایج آزمون فریدمن حاکی از این است که متغیر «تمایل ضعیف و مشارکت کم رنگ بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری» با میانگین رتبه‌ای ۴/۵۵، بالاترین امتیاز و متغیر «برنامه‌ریزی و مدیریت ضعیف» با میانگین رتبه ۳/۱۸، پایین‌ترین امتیاز را دارا می‌باشد. همچنین بر اساس نتایج مدل معادلات ساختاری پی ال اس، با توجه به مثبت بودن شاخص اشتراک و شاخص افزونگی و سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵، ۰/۳۶ که به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است و حصول مقدار ۰/۵۰ برای GOF، برازش مناسب مدل تأیید و نشان‌دهنده اثرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته پژوهش می‌باشد.

کلیدواژگان: توسعه، گردشگری آبی، مدل معادلات ساختاری، استان خوزستان.

<sup>۱</sup> این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری با عنوان «بررسی و تحلیل موانع توسعه گردشگری آبی در استان خوزستان» در دانشگاه شهید چمران اهواز است.

\* دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

نویسنده مسئول: M.goodarzi@Scu.ac.ir

\*\* استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

\*\*\* استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

\*\*\*\* دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

## مقدمه

گردشگری از اهمیت زیادی برخوردار است؛ به طوری که بر اساس آمارهای موجود، صنعت گردشگری به عنوان دومین منبع درآمد برای بیش از ۴۹ کشور در حال توسعه در نظر گرفته شده است (ابیلی و ژائو<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹: ۲). گردشگری پیوسته با رشد اقتصادی و اجتماعی برای جوامع پیوند مثبت دارد (سامرز<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹: ۲). کشورهای مختلف برای رسیدن به نرخ بیکاری کمتر، افزایش تولید ناخالص داخلی، درآمد سرانه بالاتر و افزایش صادرات و درآمد بیشتر تلاش می کنند تا صنعت گردشگری نقش مهمی در توسعه اقتصادی بسیاری از آن ها ایفا کند (اسیک<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۷: ۲) همچنین گردشگری باعث تحرک سرمایه های اجتماعی و بهبود کیفیت زندگی ساکنان از طریق تبادل فرهنگ، تجربه و کاهش بیکاری می گردد (سامرز<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹: ۲).

گردشگری در چند دهه اخیر رشد قابل توجهی داشته است و با وجود انواع مختلف درگیری های داخلی و بین المللی، آشفتگی سیاسی، فعالیت های تروریستی، بلایای طبیعی، بیماری های همه گیر، بحران انرژی و آشفتگی اقتصادی در نقاط مختلف جهان، گردشگری به یکی از بزرگ ترین صنایع در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تبدیل شده است (پاراماتی<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۷: ۱) مزایای سفر و گردشگری غیر قابل انکار است و به میزان قابل توجهی به اقتصاد کمک می کند و بازار شغلی عظیمی ایجاد می کند (فام و آندرک<sup>۶</sup>، ۲۰۱۹: ۱).

گردشگری به دلیل داشتن فواید اقتصادی مورد توجه بسیاری از کشورها و شهرها قرار گرفته است (میاکونی<sup>۷</sup> و همکاران، ۲۰۱۸: ۳). یکی از دلایلی که اغلب گردشگری مورد توجه قرار گرفته است یک فعالیت جایگزین برای مناطقی که صنایع سنتی در آن کاهش یافته

- 1 .Abili and Zhao
- 2 .Summers
- 3 .Isik
- 4 .Summers
- 5 .Paramati
- 6 .Pham and Andereck
- 7 .Miyakuni

است (آفروتیتا<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰: ۱). بسیاری از کشورها با برنامه‌ریزی‌های دقیق و کارآمد اقدام به فراهم کردن بستر مناسبی برای این صنعت در کشور خود کرده‌اند (خاکساری و دهقانی، ۱۳۹۳: ۲) شمار افرادی که در سطح جهانی در این صنعت فعالیت دارند در حال افزایش است، شواهد نشان می‌دهد گردشگری در قرن بیست و یکم همچنان گسترش خواهد یافت (بریان دانا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸: ۴). صنعت گردشگری امروزه به‌عنوان پول‌سازترین و پاک‌ترین صنعت در بهره‌برداری از منابع طبیعی محسوب می‌گردد (فرزین و همکاران، ۱۳۹۲: ۲). گردشگری به‌طور کل در دهه گذشته در اتحادیه اروپا حدود ۱۰ درصد کل تولید ناخالص داخلی را فراهم می‌کند. به‌عنوان مثال در سال ۲۰۱۳، این تولید ۱/۶ تریلیون (۱۰/۲٪) در تولید ناخالص داخلی اتحادیه اروپا، شغل ۱۱/۴ میلیون نفر بود (۵٪ از کل اشتغال اتحادیه اروپا) (بیگانو<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷: ۲). یکی از انواع گردشگری که در سال‌های اخیر بیشتر مورد توجه قرار گرفته است، گردشگری آبی است (راکی، ۱۳۹۷: ۱). سرزمین‌های دارای منابع آب از نظر محصولات و تجربیات، تنوع زیادی را ارائه می‌دهند؛ برخی از این تجربیات جدید هستند مانند منوهای آب یا هتل‌های شناور که تعامل فیزیکی و بصری با آن انجام می‌شود. سایر تجربیات، احیای ایده‌های سنتی و باستانی مانند استفاده از آب‌های معدنی که خواص درمانی آن‌ها می‌تواند به‌زیستی جسمی و روانی فرد را ارتقا بخشد (فولگادو-فرناندز<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۹: ۲).

گردشگری دریایی و ساحلی موجب اشتغال بیش از ۳/۲ میلیون نفر در اروپا شده است، ۱۸۳ میلیارد یورو به تولید ناخالص داخلی افزوده و بیش از یک‌سوم اقتصاد دریایی را شامل می‌شود. در این میان ۵۱٪ ظرفیت تخت در هتل‌ها در سراسر اروپا در مناطق با مرز دریایی متمرکز شده است (بیگانو<sup>۵</sup>، ۲۰۱۷: ۲). گردشگری دریایی طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها مانند غواصی، جت

---

1. Afrodita

2. Briandana

3. Bigano

4. Folgado-Fernández

5. Bigano

اسکی، ماهیگیری، قایقرانی، بازدید از روستاهای ماهیگیری، پارک‌های دریایی، آکواریوم‌ها و ... را در بر می‌گیرد (کارواش - فرانکو، ۲۰۱۹: ۲۳۶).

در بسیاری از کشورهای جهان، سرمایه‌گذاران با خرید کشتی‌های ارزان و برگزاری تورهای گردشگری لوکس، درآمد هنگفتی نصیب خود می‌کنند، در حالی که بعضاً فاقد جاذبه‌ی دریایی خاص یا حتی دریا می‌باشند (اروجی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴). باین حال موانعی بر سر راه توسعه گردشگری آبی وجود دارد که از آن میان می‌توان به موانع دولتی (دهقان فرد و قاسمی زاد، ۱۳۹۶: ۵)؛ نارسایی امکانات و خدمات رفاهی (سنگدل و شریفی‌نیا، ۱۳۹۵: ۳)؛ موانع اقتصادی (محسنی، ۱۳۸۸: ۱۷)؛ زیرساخت‌ها و زیربناهای فیزیکی (سعیدی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۳)؛ موانع مدیریتی و سازمانی (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰)؛ عدم توجه به توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۱)؛ موانع فرهنگی و اجتماعی (مدهوشی، ۱۳۸۲: ۱۰)؛ موانع شبکه‌های اجتماعی (جنکین، ۲۰۱۰: ۱۰)؛ موانع آموزشی و تحقیقاتی (سنگدل و شریفی‌نیا، ۱۳۹۵: ۴) و موانع موجود در بازار (مدهوشی و ناصر پور، ۱۳۸۲: ۱۰) اشاره نمود.

کشور ایران از ظرفیت‌های بالقوه‌ای برای تبدیل شدن به یکی از پنج کشور عمده گردشگر پذیر دنیا برخوردار است و پتانسیل‌های گردشگری زیادی را دارا می‌باشد و به تصدیق سازمان یونسکو از نظر تنوع اقلیمی جزو پنج کشور برتر دنیاست. طبیعت چهار فصل ایران، وجود دریا، کویر، چشمه‌های آب گرم، حیات وحش متنوع و انحصاری، جاذبه‌های گردشگری مذهبی و تمدن هفت هزار ساله این قابلیت را به ایران بخشیده است که در ردیف گردشگری جهان حرف نخست را بزند (جلالیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۲)، اما در سواحل شمالی و جنوبی کشور ایران، به دلیل امکانات ضعیف، گردشگری دریایی رشد چندانی نداشته است. در حالی که بسیاری از سرمایه‌گذاران به دنبال اخذ مجوز جهت ایجاد تأسیسات گردشگری در داخل آب مانند رستوران و اقامتگاه هستند، تلاش بسیاری از آن‌ها به دلیل مشکلات قانونی در این حوزه، بی‌نتیجه و بدون ثمر باقی می‌ماند (اروجی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴). در این بین استان خوزستان با

1. Carvache-Franco

2. Jenkin

دارا بودن پتانسیل توسعه این صنعت و با دارا بودن منابع آبی متعدد (حدود یک سوم آب‌های سطحی کشور) مانند رودخانه‌های اروندرود، کارون، بهمن شیر، دز، هور العظیم و ... همچنین با دارا بودن بنادر، اسکله‌ها و مستحذات ساحلی و دریایی می‌تواند با سرمایه‌گذاری، جذب گردشگر داخلی و خارجی شود و با توجه به وضعیت دمای استان خوزستان این گردشگران را می‌توان در تمام طول سال با برنامه‌ریزی مناسب جذب این صنعت نمود و این خود می‌تواند منبع بسیار خوب اقتصادی و موجب اشتغال گردد، اما متأسفانه موانعی بر سر راه توسعه این نوع از گردشگری وجود دارد که در این پژوهش سعی بر آن است تا مهم‌ترین موانع پیش روی توسعه گردشگری آبی در این استان را شناسایی و راهکارهایی برای مرتفع نمودن این موانع ارائه گردد.

### پیشینه پژوهش

چن<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) در پژوهشی با عنوان «توسعه پایدار و رابطه آن با گردشگری دریایی در چین» پرداخت و در نهایت چند استراتژی برای توسعه گردشگری دریایی تدوین کرده است که عموماً بر قابلیت دید و مدیریت و تدوین قوانین در حوزه‌ی گردشگری تأکید کرده است. املونگو و وینر<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) در پژوهشی با عنوان «آینده گردشگری منطقه مدیترانه با استفاده از سناریوهای تغییر اقلیم» نشان داد که در آینده با گرم‌تر شدن دریای مدیترانه این منطقه به یک قسمت لذت‌بخش‌تر در بهار و پاییز برای گردشگری تبدیل خواهد شد. ندهام و سزاستر<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان «فرآیندهای مؤثر در ارزیابی اصول گردشگری ساحلی و تفریحی و استراتژی مدیریت در هاوایی» به این نتیجه رسیدند که پذیرش راهبردهای مدیریت گردشگری و تفریح بستگی به عوامل موقعیتی از جمله عوامل اجتماعی، منابع، تجهیزات و امکانات دارد. اگر منطقه دارای امکانات کافی، کم‌تراکم و حداقل اثرات زیست‌محیطی باشد، اصلاح مدیریت موجود اشتباه است و اگر منطقه آسیب‌دیده است و شلوغ، چنین اقدامات

1. Chen

2. Amelung and Viner

3. Needham and Szuster

محدودکننده‌ای قابل قبول است. لورد<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «مدل‌سازی تقاضای گردشگری کارائیب» به این نتیجه رسیدند که متغیرهای گرانشی سنتی در توضیح تقاضا برای منطقه مهم هستند. پایداری عادت‌ها بیشترین تأثیر را بر تقاضا دارد، نتیجه‌ای که وعده سیاستمداران منطقه‌ای را می‌گیرد. آلس<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «مدیریت، تجزیه و تحلیل سودمندی اجتماعی در منطقه‌ی ساحلی در جنوب اسپانیا» به این نتیجه رسیدند که بیشتر مردم ترجیح می‌دهند به سواحلی که مجاور یک شهر یا منطقه‌ی پرجمعیت و دارای مؤلفه‌های اجتماعی قوی هستند بروند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که هزینه‌های استراتژی مدیریت بسیار پایین‌تر از ارزش حاصل از گردشگران است. بنابراین، سرمایه‌گذاری انجام‌شده توسط مدیران ساحلی محلی، توجیه اقتصادی دارد و برای حفظ و یا افزایش درآمد منطقه باید از گردشگری ساحلی استفاده شود. به مدیران ساحلی نیز پیشنهاد می‌شود که به منابع طبیعی ساحل هنگام انتخاب ساحل توجه کنند و در بخش‌های طبیعی که بازده بالاتری نسبت به انواع دیگر دارد، سرمایه‌گذاری کنند.

جهان تیغ و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «موانع و راهکارهای ایجاد دهکده ورزش-های آبی و ساحلی در سواحل مکران (سواحل چابهار)» به این نتیجه رسیدند که ۹۸/۸ درصد از پاسخگویان، سواحل مکران را در محدوده شهر چابهار با امکانات طبیعی حاضر پتانسیل‌ها و محدودیت‌های موجود برای ایجاد دهکده ورزش‌های آبی و ساحلی متناسب می‌دانند. همچنین این تحقیق نشان داد معرفی و تبلیغات توانمندی‌های سواحل مکران با ۹۵/۰۳ درصد باعث تولد قطب جدیدی در حوزه گردشگری ورزشی (ورزش‌های آبی و ساحلی) در سواحل مکران خواهد بود. قربانی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «نقش ظرفیت‌های اکو توریسم آبی در توسعه گردشگری» به این نتیجه رسیدند که جاذبه‌های آبی به ده گروه تقسیم شده است، به گونه‌ای که آبشار آسیاب کش، آبگرم هتل، آبگرم بنیاد و چشمه آبعلی بیشترین امتیاز را کسب نموده‌اند و بیشترین قابلیت اکو توریستی را دارا می‌باشند.

---

1. Lorde

2. Alves

سقائی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی توانمندی‌های گردشگری شهر ساحلی بوشهر بر اساس مدل سوات و تاپسیس» به این نتیجه رسیدند که برخورد مناسب مردم با ضریب نزدیکی ۰/۵۳۴۷ در اولویت اول، ساحل زیبا و شنی با ضریب نزدیکی ۰/۵۳۳۹ در اولویت دوم و مراسم مذهبی - سنتی با ضریب نزدیکی ۰/۳۴۳۶ در اولویت سوم قرار گرفته و در جذب گردشگر به این شهر تأثیرگذار هستند. سنایی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش ورزش‌های آبی - ساحلی بر صنعت گردشگری شهرستان نوشهر» به این نتیجه رسید که تبلیغات و بازاریابی با ضریب کوواریانس ۸۶٪ مهم‌ترین عامل تأثیرگذار، امکانات و تأسیسات با ضریب کوواریانس ۷۱٪، زیرساخت‌ها با ضریب ۵۹٪، مدیریت با ضریب کوواریانس ۵۹٪ در اولویت‌های بعدی عوامل تأثیرگذار در ورزش‌های آبی - ساحلی بر صنعت گردشگری شهرستان نوشهر قرار دارند. ایلدرمی و قربانی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «اهمیت اکو توریسم منابع آبی در توسعه گردشگری مناطق کوهستانی (همدان)» به این نتیجه رسیدند در مجموع عوامل داخلی مؤثر بر توسعه اکو توریسم منابع آبی در نواحی مورد مطالعه که تعداد ۱۱ عامل به‌عنوان نقاط قوت و ۸ عامل به‌عنوان نقاط ضعف، همچنین از میان عوامل خارجی در نواحی مورد مطالعه ۱۰ عامل به‌عنوان فرصت‌های خارجی و تعداد ۹ عامل به‌عنوان تهدید خارجی مورد شناسایی و ارزیابی قرار گرفتند.

### فرضیه‌های پژوهش

فقدان مدیریت یکپارچه و وجود بروکراسی اداری منجر به توسعه نیافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان شده است؛

کیفیت نامطلوب زیرساخت‌های محیطی و کالبدی منجر به توسعه نیافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان شده است؛

کمبود اعتبارات دولتی منجر به توسعه نیافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان شده است؛

تمایل ضعیف و مشارکت کم رنگ بخش خصوصی برای سرمایه گذاری منجر به توسعه نیافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان شده است؛

تبلیغات و بازاریابی ضعیف منجر به توسعه نیافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان شده است؛

برنامه ریزی و مدیریت ضعیف منجر به توسعه نیافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان شده است.

### روش شناسی تحقیق

رویکرد حاکم بر این پژوهش، توسعه ای- کاربردی و روش تحقیق به شیوه توصیفی، تحلیلی و پیمایشی است. اطلاعات پژوهش نیز از روش های کتابخانه ای و میدانی (پرسشنامه، مصاحبه با کارشناسان، مردم و مسئولین مربوطه) استخراج گردیده است. با توجه به تخصصی بودن سؤالات، جامعه آماری پژوهش مورد نظر شامل کارشناسان حوزه گردشگری در سازمان های متولی گردشگری و منابع آبی استان می باشد که تعداد آن ها ۱۵۰ نفر است که به دلیل محدود بودن جامعه، تمامی افراد به عنوان نمونه انتخاب شده اند. روش مورداستفاده در این تحقیق جهت دست یابی به نمونه پژوهشی، نمونه گیری طبقه ای متناسب با حجم می باشد که برای طبقات مختلف بر اساس میزان حجم آن ها، نمونه انتخاب می کنیم؛ به این صورت که طبقه ای که بیشترین حجم را دارد از بیشترین تعداد نمونه هم برخوردار می شود. جهت تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیات پژوهش از تکنیک های آماری ضریب پیرسون، فریدمن، مدل معادلات ساختاری و رگرسیون وزنی جغرافیایی و از نرم افزارهای SPSS.22، pls و Arc Gis استفاده شده است.



## جدول ۱. شاخص‌های تحقیق

منبع	شاخص‌های تحقیق
(دهقان فرد و قاسمی زاد، ۱۳۹۶: ۵)	فقدان مدیریت یکپارچه و وجود بروکراسی اداری
(حجازی و خیاط زاده، ۱۳۸۸: ۱۶۸)	
(سنگدل و شریفی نیا، ۱۳۹۵: ۴)	کیفیت نامطلوب زیرساخت‌های محیطی و کالبدی
(سعیدی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۳)	
(محسنی، ۱۳۸۸: ۱۷)	کمبود اعتبارات دولتی
(جنکین <sup>۱</sup> ، ۲۰۱۰: ۱۰)	تبلیغات و بازاریابی ضعیف
(بهالیس <sup>۲</sup> ، ۲۰۰۰: ۹۸)	
(طهماسبی و رضایی مقدم، ۱۳۸۹: ۱۱)	برنامه‌ریزی و مدیریت ضعیف
(موسایی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰)	تمایل ضعیف و مشارکت کم‌رنگ بخش خصوصی

## یافته‌های پژوهش

## آزمون فرضیه‌ها

برای بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل پژوهش (کیفیت نامطلوب زیرساخت‌های محیطی؛ تمایل ضعیف و مشارکت کم‌رنگ بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری؛ کمبود اعتبارات دولتی؛ برنامه‌ریزی و مدیریت ضعیف؛ فقدان مدیریت یکپارچه و وجود بروکراسی اداری؛ تبلیغات و بازاریابی ضعیف) و توسعه‌نیافتگی گردشگری آبی (متغیر وابسته) از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. ضریب همبستگی پیرسون بین ۱- و ۱ متغیر است. اگر  $r=1$  بیانگر رابطه مستقیم یا مثبت به این معناست که اگر یکی از متغیرها افزایش (کاهش) یابد، دیگری نیز افزایش (کاهش) می‌یابد. اگر  $r=-1$  نیز وجود یک رابطه معکوس کامل بین دو متغیر را نشان می‌دهد. رابطه معکوس یا منفی نشان می‌دهد که اگر یک متغیر افزایش یابد، متغیر دیگر کاهش می‌یابد و بالعکس. زمانی که ضریب همبستگی برابر صفر است، نشان می‌دهد که بین دو متغیر رابطه‌ای خطی وجود ندارد.

1. Jenkin

2. Buhalis

جدول ۲. برآورد ضریب پیرسون رابطه متغیرها مستقل با توسعه نیافتگی گردشگری آبی

توسعه نیافتگی گردشگری آبی			متغیر
حجم نمونه	Sig	ضریب پیرسون	
۱۵۰	۰/۰۰۱	۰/۶۵۷	کیفیت نامطلوب زیرساخت‌های محیطی
	۰/۰۰۱	۰/۸۱۱	تمایل ضعیف و مشارکت کم‌رنگ بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری
	۰/۰۰۱	۰/۳۸۰	کمبود اعتبارات دولتی
	۰/۰۰۱	۰/۴۵۵	برنامه‌ریزی و مدیریت ضعیف
	۰/۰۰۱	۰/۵۴۱	فقدان مدیریت یکپارچه و وجود بروکراسی اداری
	۰/۰۰۱	۰/۴۷۵	تبلیغات و بازاریابی ضعیف

مقادیر برآورد شده در جدول بالا بیانگر این است بین متغیرهای مستقل پژوهش و متغیر توسعه نیافتگی گردشگری آبی رابطه معناداری وجود دارد ( $Sig \leq 0/05$ ). با توجه به مقادیر مربوط به ضریب پیرسون می‌توان گفت رابطه بین متغیرهای مستقل پژوهش با متغیر توسعه نیافتگی گردشگری آبی مستقیم و در حد متوسط به بالا برآورد می‌شود.

جدول ۳. برآورد آزمون فریدمن جهت رتبه‌بندی آیت‌های مربوط به متغیرهای پژوهش

معناداری	درجه آزادی	کای دو	میانگین رتبه	متغیرها
۰/۰۰۱	۵	۴۸۱/۱۹	۴/۲۶	کیفیت نامطلوب زیرساخت‌های محیطی و کالبدی
			۴/۵۵	تمایل ضعیف و مشارکت کم‌رنگ بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری
			۳/۹۵	کمبود اعتبارات دولتی
			۳/۱۸	برنامه‌ریزی و مدیریت ضعیف
			۳/۷۲	فقدان مدیریت یکپارچه و وجود بروکراسی اداری
			۴/۱۰	تبلیغات و بازاریابی ضعیف

نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد که سطح معناداری به دست آمده کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، در نتیجه بین موانع توسعه گردشگری آبی در استان خوزستان در سطح ۹۵ درصد اطمینان تفاوت وجود دارد. به عبارت دیگر موانع مؤثر توسعه گردشگری آبی در سطح استان خوزستان، از اولویت یکسانی برخوردار نبوده‌اند. بر این اساس؛ عامل تمایل ضعیف و مشارکت کم‌رنگ بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری با میانگین رتبه‌ای ۴/۵۵ بالاترین امتیاز و برنامه‌ریزی و مدیریت ضعیف با میانگین رتبه‌ای ۳/۱۸ پایین‌ترین امتیاز را دارا می‌باشد؛ بنابراین می‌توان ادعا نمود که عامل تمایل ضعیف و مشارکت کم‌رنگ بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری بیشترین نقش را در عدم توسعه گردشگری آبی در سطح استان خوزستان داشته است.

### مدل‌سازی معادلات ساختاری عوامل مؤثر بر توسعه نیافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان

#### بررسی مدل بیرونی تحقیق

در پژوهش حاضر تمام مدل‌های اندازه‌گیری از نوع انعکاسی هستند. در ارزیابی پایایی این مدل‌ها باید تک‌بعدی بودن بلوک‌ها تعیین شود. از آلفای کرونباخ برای تعیین تک‌بعدی بودن مدل‌های اندازه‌گیری استفاده می‌شود؛ علاوه بر آلفای کرونباخ، از پایایی مرکب نیز برای بررسی پایایی سازگاری درونی و تک‌بعدی بودن بلوک‌ها استفاده شده که نتایج نرم‌افزار PLS برای این شاخص‌ها در جدول ذیل ارائه شده است.

جدول ۴. بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری

متغیرها	پایایی مرکب	آلفای کرونباخ
کیفیت نامطلوب زیرساخت‌های محیطی و کالبدی	۰/۸۰۹	۰/۷۳۷
تمایل ضعیف و مشارکت کم‌رنگ بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری	۰/۸۷۳	۰/۸۷۰
کمبود اعتبارات دولتی	۰/۸۹۳	۰/۸۸۹
برنامه‌ریزی و مدیریت ضعیف	۰/۸۱۲	۰/۷۶۷
فقدان مدیریت یکپارچه و وجود بروکراسی اداری	۰/۷۳۲	۰/۸۵۴
تبلیغات و بازاریابی ضعیف	۰/۸۸۱	۰/۹۷۴

جدول (۴) نشان داد مقادیر به دست آمده برای دو شاخص آلفای کرونباخ و پایایی مرکب برای متغیرهای محوری مورد مطالعه از ۰/۷ بیشتر است که نشان دهنده پایایی مطلوب متغیرهای تحقیق است؛ بنابراین به صورت کلی مدل‌های اندازه‌گیری از پایایی مطلوبی برخوردارند.

#### ارزیابی روایی مدل‌های اندازه‌گیری

اولین روایی مورد بررسی برای تأیید روا بودن مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگرا<sup>۱</sup> است. منظور از روایی همگرا اندازه‌گیری میزان تبیین متغیر پنهان توسط متغیرهای مشاهده پذیر آن است. فرنل و لاکر (۱۹۸۱) متوسط واریانس استخراج شده (AVE) را به عنوان شاخصی برای اندازه‌گیری پیشنهاد کردند. مقدار قابل قبول این شاخص مقادیر بیشتر از ۰/۵ می‌باشد (رحیمی، ۱۳۹۵: ۲۰۲) به این معنی که یک متغیر مکنون می‌تواند به طور میانگین بیش از نیمی از پراکندگی معرف‌هایش را تبیین کند.

جدول ۵. ارزیابی روایی همگرا مدل اندازه‌گیری

متغیرها	AVE
کیفیت نامطلوب زیرساخت‌های محیطی و کالبدی	۰/۸۸۹
تمایل ضعیف و مشارکت کم رنگ بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری	۰/۷۲۰
کمبود اعتبارات دولتی	۰/۸۱۸
برنامه‌ریزی و مدیریت ضعیف	۰/۷۴۵
فقدان مدیریت یکپارچه و وجود بروکراسی	۰/۷۴۲
تبلیغات و بازاریابی ضعیف	۰/۷۶۴

با توجه به اینکه مقدار AVE برای متغیرهای مکنون بالاتر از ۰/۵ است؛ بنابراین می‌توان بیان کرد که روایی همگرایی مدل‌های اندازه‌گیری مطلوب است.

دومین روایی مورد بررسی برای تأیید روا و اعتبار مدل اندازه‌گیری، روایی افتراقی یا واگرا<sup>۲</sup> بوده که یک معیار تکمیل کننده است. در مدل‌سازی مسیری PLS از دو معیار شامل معیار فورنل -

1. Convergence Validity

2. Discriminat Validity

لاکر و آزمون بارهای عرضی<sup>۱</sup> برای بررسی روایی واگرا استفاده می‌شود. در پژوهش حاضر از آزمون فورنل- لاکر که روایی را در سطح معرف بررسی می‌کند استفاده می‌گردد

جدول ۶. بررسی روایی واگرا مدل اندازه‌گیری

تبلیغات	مدیریت	برنامه‌ریزی	اعتبار دولتی	مشارکت	زیرساخت	شاخص
					۰/۹۴	زیرساخت
				۰/۹۴	۰/۹۱	مشارکت
			۰/۹۰	۰/۷۱	۰/۸۴	اعتبار دولتی
		۰/۸۸	۰/۸۷	۰/۸۸	۰/۸۶	برنامه‌ریزی
	۰/۸۷	۰/۷۱	۰/۷۵	۰/۷۹	۰/۷۴	مدیریت
۰/۷۸	۰/۷۵	۰/۷۰	۰/۷۴	۰/۷۳	۰/۸۴	تبلیغات

همان‌طور که مشاهده می‌شود بار هر معرف انعکاسی برای هر گویه بیشتر از بار آن معرف برای سایر گویه‌ها است. (بارهای عاملی روی قطر اصلی بیش از سایر است)؛ بنابراین روایی افتراقی یا واگرای مدل تأیید می‌گردد.

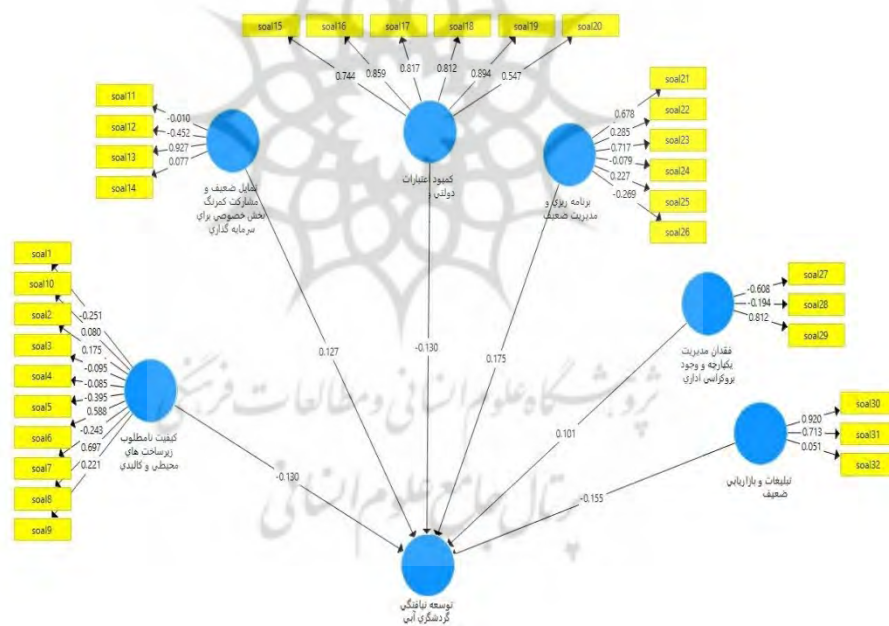
### بررسی مدل درونی تحقیق

با استفاده از مدل درونی می‌توان به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخت. از معیارهای آماره  $t$ ، ضریب تعیین و ضریب مسیر برای ارزیابی مدل استفاده می‌شود. مدل مفهومی آزمون شده در حالت استاندارد یا الگوریتم PLS و ضریب مسیرها در جدول (۷) ارائه شده است. اعدادی که بر روی مسیر گویه‌ها با یکدیگر نشان داده شده است، ضریب مسیر نامیده می‌شود. این اعداد بیانگر بتای استاندارد شده در رگرسیون یا ضریب همبستگی دو گویه است و برای بررسی میزان تأثیر مستقیم یک متغیر بر متغیر دیگر ارائه می‌شود. اعدادی که بر روی مسیر بین گویه‌ها و معرف‌ها نمایش داده می‌شود در مدل‌های انعکاسی بیانگر بار عاملی است؛ و اعداد داخل هر دایره نشان‌دهنده ضریب تعیین ( $R^2$ ) گویه اصلی است و مقدار آن همیشه بین صفر و یک تغییر می‌کند. هرچه ضریب تعیین بزرگ‌تر باشد نشان می‌دهد که خط رگرسیون بهتر توانسته تغییرات متغیر وابسته را به متغیر مستقل نسبت دهد.

## جدول ۷. مقدار ضریب تعیین متغیرهای تحقیق

متغیرها	$R^2$
کیفیت نامطلوب زیرساخت‌های محیطی و کالبدی	۰/۶۷
تمایل ضعیف و مشارکت کم‌رنگ بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری	۰/۹۰
کمبود اعتبارات دولتی	۰/۹۲
برنامه‌ریزی و مدیریت ضعیف	۰/۷۲
فقدان مدیریت یکپارچه و وجود بروکراسی اداری	۰/۶۸
تبلیغات و بازاریابی ضعیف	۰/۷۳

همان‌طور که مشاهده می‌شود برای متغیرهای مکنون برون‌زا یا مستقل مقدار  $R^2$  ارائه نمی‌شود. با توجه به مقدار  $R^2$  محاسبه‌شده برای متغیرهای موردنظر در سطح مطلوب قرار دارد.



شکل ۱. مدل اندازه‌گیری تحقیق در حالت معناداری

### برازش مدل

از شاخص  $Q^2$  می‌توان برای ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری و مدل معادلات ساختاری در تحلیل‌های PLS استفاده کرد. این شاخص خود به دو قسمت شاخص اشتراک و شاخص افزونگی تقسیم می‌شود. مثبت بودن به ترتیب نشان‌دهنده کیفیت مطلوب مدل اندازه‌گیری و کیفیت مطلوب مدل معادلات ساختاری است. مثبت بودن شاخص نیکویی برازش GOF برازش کلی مدل را نشان می‌دهد. جدول شاخص‌های برازش مدل را نشان می‌دهد. با توجه به مثبت بودن شاخص اشتراک و شاخص افزونگی و سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵، ۰/۳۶ که به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است و حصول مقدار ۰/۵۰ برای GOF، برازش مناسب مدل تأیید می‌گردد.

جدول ۸. شاخص‌های برازش مدل

GOF	$R^2$	شاخص اعتبار اشتراک - CV Com	شاخص اعتبار افزونگی - CV Red	
۰/۵۰	۰/۰۰	۰/۲۰۵	۰/۰۰	کیفیت نامطلوب زیرساخت‌های محیطی و کالبدی
	۰/۰۰	۰/۴۳۵	۰/۰۰	تمایل ضعیف و مشارکت کم‌رنگ بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری
	۰/۰۰	۰/۴۹۳	۰/۰۰	کمبود اعتبارات دولتی
	۰/۰۰	۰/۲۱۴	۰/۰۰	برنامه‌ریزی و مدیریت ضعیف
	۰/۰۰	۰/۰۹۶	۰/۰۰	فقدان مدیریت یکپارچه و وجود بروکراسی اداری
	۰/۰۰	۰/۰۸۸	۰/۰۰	تبلیغات و بازاریابی ضعیف

## بررسی اثرات متغیرهای مستقل بر توسعه نیافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان

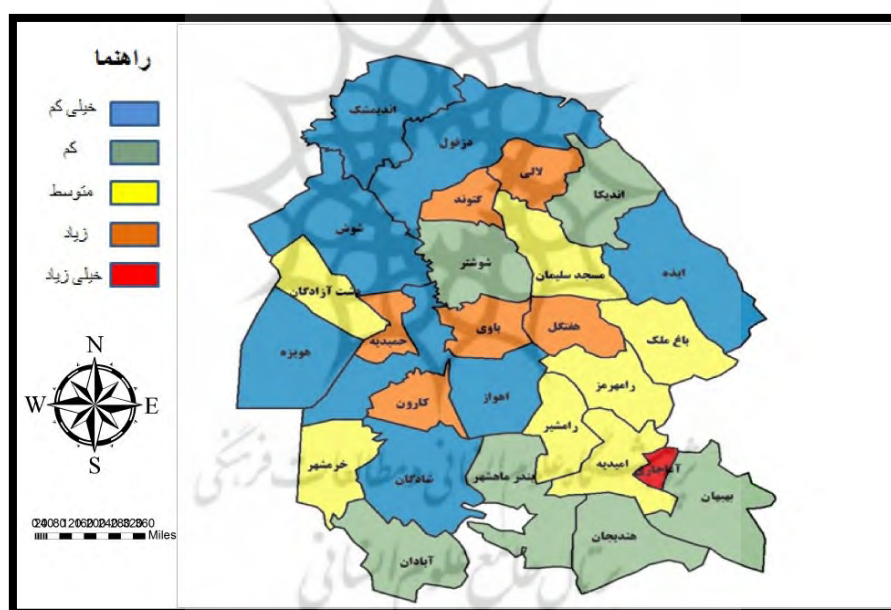
برای بررسی میزان اثرات متغیرهای مستقل بر توسعه نیافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان از ابزار مدل رگرسیون وزنی ((GWR از مجموعه آمار فضایی استفاده شده است و برای هر متغیر میزان تأثیر به همراه نقشه تولید شده ارائه شده است. در این بین برای سنجش وضعیت از شش دسته متغیر موجود در بخش پرسشنامه و با اضافه کردن به محیط نرم افزار Arc Gis استفاده شده است.

جدول ۹. برآورد مدل رگرسیون وزنی جغرافیایی (GWR)

متغیر	p-value	طول باند	Sigma	AICc	$\hat{R}^2$	$\hat{R}^2$ تعدیل شده
کیفیت نامطلوب زیرساخت‌های محیطی و کالبدی	+۲/۵ -۲/۵	۲۸۸/۰۶۳	۰/۹۲	۲۸۶۶۱/۸۷	۰/۹۱	۰/۶۶
تمایل ضعیف و مشارکت کم‌رنگ بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری	+۲/۵ -۲/۵	۲۸۸/۰۶۳	۰/۹۲	۲۸۶۶۱/۸۷	۰/۸۶	۰/۵۹
کمبود اعتبارات دولتی	+۲/۵ -۲/۵	۲۸۸/۰۶۳	۰/۹۲	۲۸۶۶۱/۸۷	۰/۹۴	۰/۷۰
برنامه‌ریزی و مدیریت ضعیف	+۲/۵ -۲/۵	۲۸۸/۰۶۳	۰/۹۲	۲۸۶۶۱/۸۷	۰/۹۰	۰/۷۱
فقدان مدیریت یکپارچه و وجود بروکراسی اداری	+۲/۵ -۲/۵	۲۸۸/۰۶۳	۰/۹۲	۲۸۶۶۱/۸۷	۰/۷۸	۰/۶۷
تبلیغات و بازاریابی ضعیف	+۲/۵ -۲/۵	۲۸۸/۰۶۳	۰/۹۲	۲۸۶۶۱/۸۷	۰/۸۵	۰/۸۰



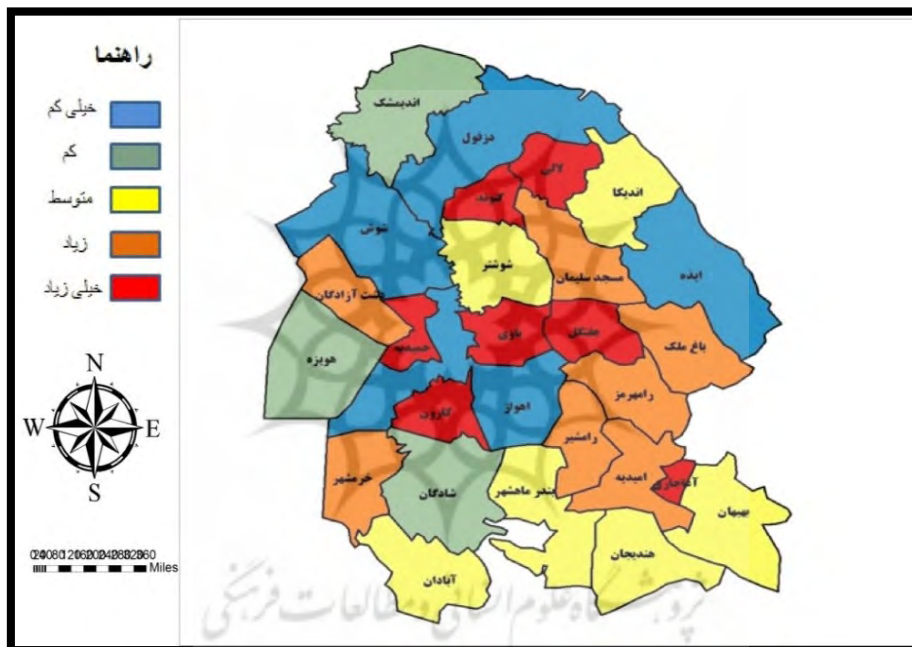
جدول بالا روند الگوی رگرسیون در تعیین توزیع پراکنش فضایی متغیرهای شش گانه و تأثیر آن بر توسعه نیافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان را نشان می دهد که خروجی پارامترهای مدل به میزان بالایی پیش بینی مورد نظر را تأیید می کند. مهم ترین مقادیر در اینجا مقادیر  $R^2$  و  $R$  تعدیل شده است که در حقیقت بیانگر خوبی و دقت مدل مورد استفاده است. هر چه این مقادیر به عدد ۱ نزدیک تر باشد، به معنای آن است که متغیرهای مستقل توانسته اند به خوبی تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. در این بین با توجه به ضریب بالای  $R^2$  برای تمامی متغیرها می توان گفت که تمامی متغیرها مستقل پژوهش به میزان زیادی بر توسعه نیافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان تأثیر داشته اند.



شکل ۲. سطح بندی شهرستان های استان خوزستان به لحاظ کیفیت نامطلوب زیرساخت های محیطی و کالبدی

مأخذ: (یافته های پژوهش، ۱۳۹۸؛ ترسیم، نگارندگان)

با توجه به شکل (۲) و ضریب R2 به دست آمده از جدول (۹) (۰/۹۱) می توان گفت که کیفیت نامطلوب زیرساخت های محیطی و کالبدی به میزان زیادی بر عدم توسعه یافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان تأثیر داشته است. در این بین شهرستان های اهواز، شادگان، هویزه، شوش، دزفول، اندیمشک و ایذه دارای مطلوبیت خیلی کمی در کیفیت زیرساخت های محیطی و کالبدی و شهرستان آغاچاری دارای مطلوبیت خیلی زیادی در کیفیت زیرساخت های محیطی و کالبدی می باشد.

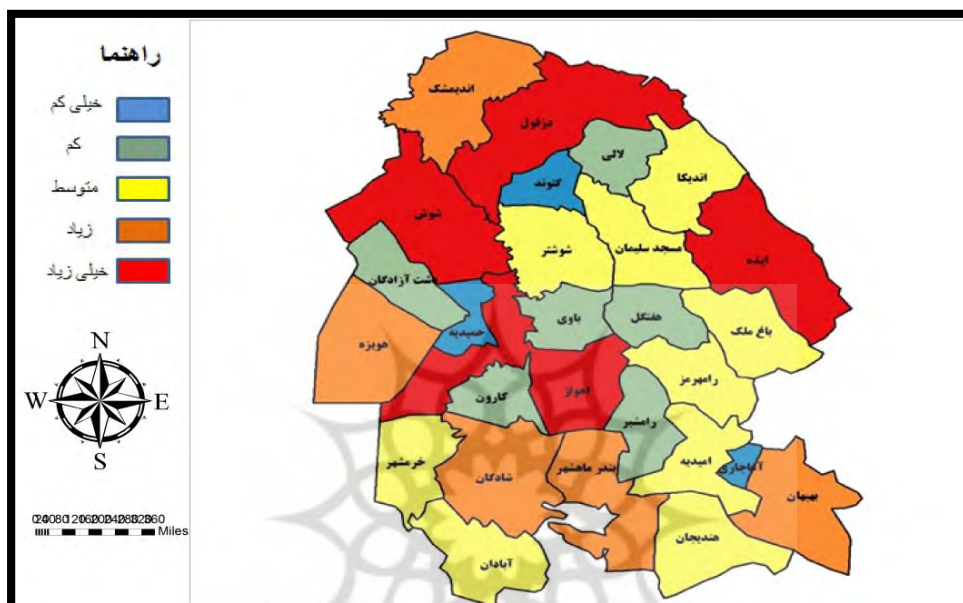


شکل ۳. سطح بندی شهرستان های استان خوزستان به لحاظ مشارکت بخش خصوصی در توسعه گردشگری آبی

مأخذ: (یافته های پژوهش، ۱۳۹۸، ترسیم: نگارندگان)

با توجه به شکل (۳) و ضریب R2 به دست آمده از جدول (۹) (۰/۸۶) می توان گفت که تمایل ضعیف و مشارکت کم رنگ بخش خصوصی به میزان زیادی بر عدم توسعه یافتگی گردشگری

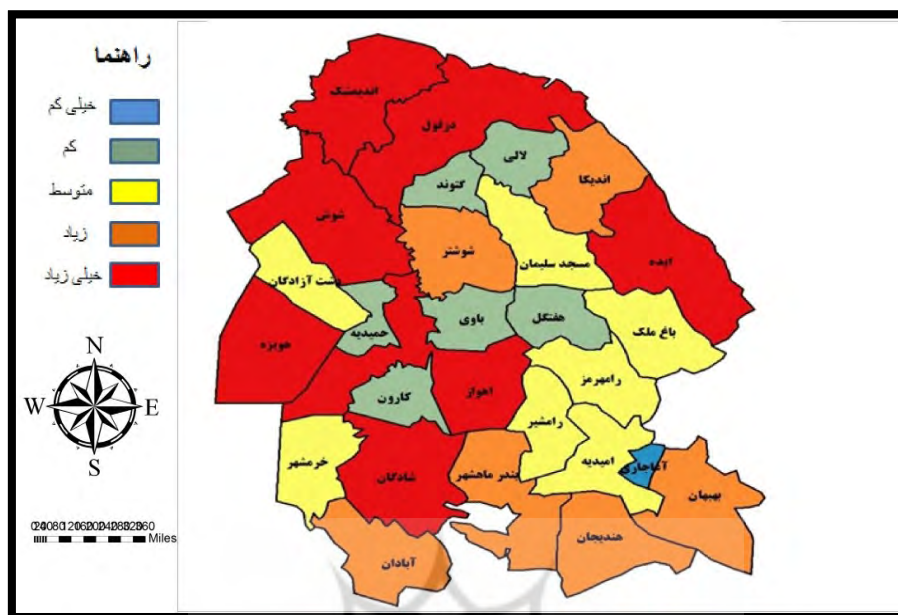
آبی استان خوزستان تأثیر داشته است. در این میان، کمترین تمایل بخش خصوصی به مشارکت در توسعه گردشگری آبی مربوط به شهرستان‌های اهواز، دزفول، شوش و ایذه و بیشترین تمایل مربوط به شهرستان‌های لالی، گتوند، هفتگل، باوی، آغاچاری، حمیدیه و کارون بوده است.



شکل ۴. سطح بندی شهرستان‌های استان خوزستان به لحاظ برخورداری از اعتبارات دولتی

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸؛ ترسیم: نگارندگان)

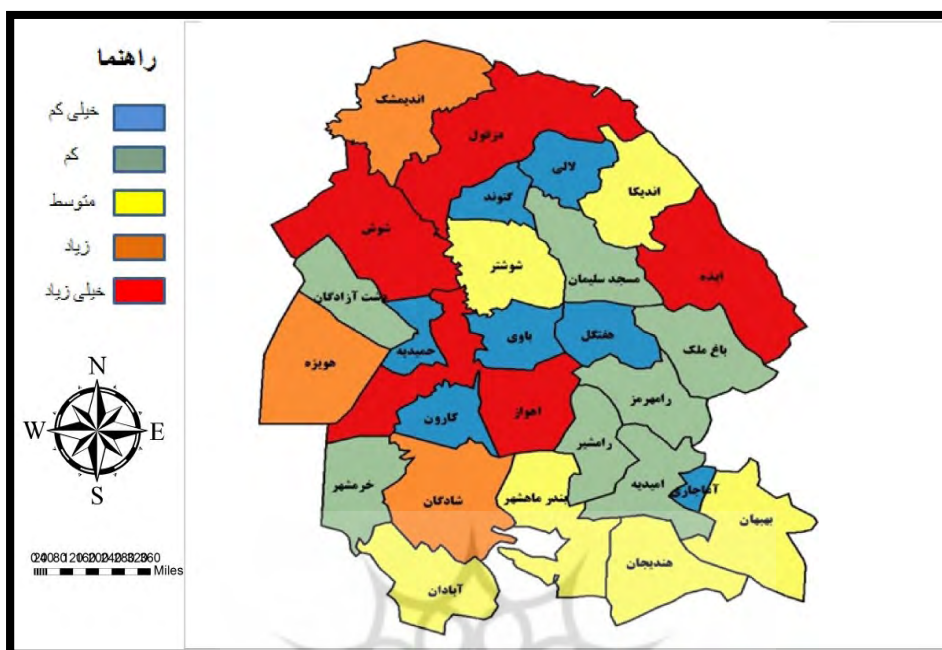
با توجه به شکل (۴) و ضریب R2 به دست آمده از جدول (۹) (۰/۹۴) می‌توان گفت که کمبود اعتبارات دولتی به میزان زیادی بر عدم توسعه یافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان تأثیر داشته است. شهرستان‌های اهواز، شوش، دزفول و ایذه از کمترین اعتبارات دولتی و گتوند، حمیدیه و همچنین آغاچاری از بیشترین اعتبارات دولتی برخوردار می‌باشند.



شکل ۵. سطح بندی شهرستان های استان خوزستان به لحاظ برنامه ریزی و مدیریت ضعیف

مأخذ: (یافته های پژوهش، ۱۳۹۸؛ ترسیم: نگارندگان)

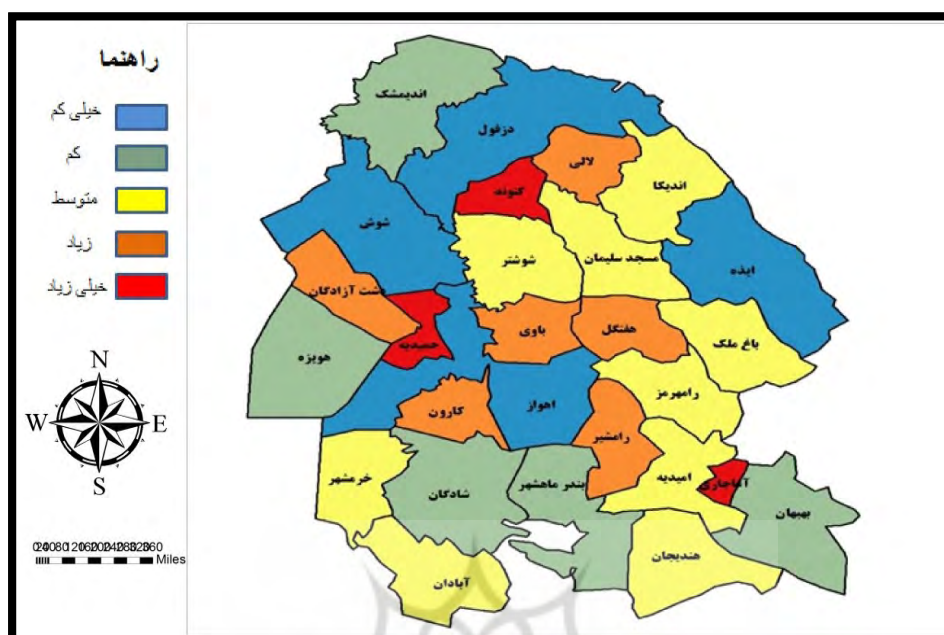
با توجه به شکل (۵) و ضریب R2 به دست آمده از جدول (۹) (۰/۹۰) می توان گفت که برنامه ریزی و مدیریت ضعیف به میزان زیادی بر عدم توسعه یافتگی گردشگری آبی استان خوزستان تأثیر داشته است. شهرستان های اهواز، شادگان، هویزه، شوش، اندیمشک، دزفول و ایذه دارای برنامه ریزی و مدیریت خیلی ضعیف و آغاچاری دارای ضعف خیلی کمتری در برنامه ریزی و مدیریت گردشگری آبی بوده است.



شکل ۶. سطح‌بندی شهرستان‌های استان خوزستان به لحاظ فقدان مدیریت یکپارچه و وجود بروکراسی اداری

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸؛ ترسیم: نگارندگان)

با توجه به شکل (۶) و ضریب R2 به دست آمده از جدول (۹) (۰/۹۰) می‌توان گفت که فقدان مدیریت یکپارچه و وجود بروکراسی اداری به میزان زیادی بر عدم توسعه یافتگی گردشگری آبی استان خوزستان تأثیر داشته است. در این میان شهرستان‌های اهواز، شادگان، هویزه، شوش، اندیمشک، دزفول و ایذه از یکپارچگی مدیریتی خیلی کم و بروکراسی خیلی زیاد و آغاجاری از یکپارچگی مدیریتی خیلی زیاد و بروکراسی اداری خیلی کم برخوردار بوده‌اند.



شکل ۷. سطح بندی شهرستان های استان خوزستان به لحاظ تبلیغات و بازاریابی ضعیف

مأخذ: (یافته های پژوهش، ۱۳۹۸؛ ترسیم: نگارندگان)

با توجه به شکل (۶) و ضریب R2 به دست آمده از جدول (۹) (۰/۸۵) تبلیغات و بازاریابی ضعیف به میزان زیادی بر عدم توسعه یافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان تأثیر داشته است. در این میان در شهرستان های حمیدیه، آغاچاری و گتوند عامل تبلیغات و بازاریابی ضعیف بسیار بالاست.

### بحث و نتیجه گیری

از مهم ترین تحولات اجتماعی صورت پذیرفته در جوامع معاصر، توجه به اوقات فراغت به عنوان یکی از نیازهای اساسی در زندگی تحت سیطره فناوری است. یکی از انواع گردشگری که در سال های اخیر مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته، گردشگری آبی می باشد.

در این بین استان خوزستان علاوه بر هم‌جواری با خلیج فارس، رودخانه‌های چندگانه‌ای دارد و از این رو، گردشگری آبی در این استان از اهمیت زیادی برخوردار است که می‌تواند به یکی از قطب‌های مهم گردشگری آبی تبدیل شود؛ اما در این میان موانعی وجود دارد که در پژوهش حاضر به بررسی این موانع و تأثیر آن بر توسعه نیافتگی این نوع از گردشگری پرداخته شد. بر اساس یافته‌های به دست آمده و از طریق همبستگی پیرسون، تمامی ۶ شاخص به صورت مستقیم و بالایی بر توسعه نیافتگی گردشگری آبی تأثیرگذار بودند. خروجی حاصل از مدل معادلات ساختاری، با توجه به مثبت بودن شاخص اشتراک و شاخص افزونگی و حصول مقدار  $0/50$  برای GOF، حاکی از برازش مطلوب مدل و نشان‌دهنده اثرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته پژوهش می‌باشد. همچنین روند الگوی رگرسیون وزنی جغرافیای در تعیین توزیع پراکنش فضایی متغیرهای شش‌گانه و تأثیر آن بر توسعه نیافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان نشان داد که خروجی پارامترهای مدل به میزان بالایی پیش‌بینی مورد نظر را تأیید می‌کند. در این بین با توجه به ضریب بالای  $R^2$  برای تمامی متغیرها می‌توان گفت که تمامی متغیرها به میزان زیادی بر توسعه نیافتگی گردشگری آبی در استان خوزستان تأثیر داشته است؛ بنابراین با توجه به یافته‌های این پژوهش، در جهت توسعه گردشگری آبی استان خوزستان، به تفکیک هر کدام از متغیرها راهکارهای زیر پیشنهاد می‌گردد:

#### ❖ زیرساخت‌های محیطی و کالبدی

ارتقای کمی و کیفی زیرساخت‌های خدماتی گردشگری در سطح استان خوزستان، از جمله امکانات اقامتگاهی، پذیرایی، حمل و نقلی و ...؛

ارتقای کیفیت و کمیت خدمات آژانس‌های مسافرتی و تورهای تفریحی در استان خوزستان؛

بالا بردن مطلوبیت فضاهای گردشگری بخصوص در شب از نظر روشنایی و امنیت؛

حفاظت از اکولوژی آبی استان و محدوده پیرامون رودخانه‌ها و سواحل؛

ایجاد بانک اطلاعاتی از مناطق مستعد در جهت شناسایی و توسعه امکانات و جاذبه‌های گردشگری آبی استان.

### ❖ تمایل و مشارکت بخش خصوصی

تدوین نظام جامع حمایت از فعالیت‌ها و فعالان گردشگری آبی و تشکل‌های غیردولتی به‌ویژه حمایت از فعالیت‌های خلاقانه و ابتکارات داوطلبانه در حوزه گردشگری آبی؛

بالا بردن انگیزه بخش خصوصی به مشارکت در توسعه گردشگری آبی از طریق اعطای تسهیلات بانکی و اختصاص اعتبارات دولتی؛

اجرای طرح‌های مشترک مابین سازمان‌های ذی‌ربط با بخش خصوصی در حوزه گردشگری آبی؛

ایجاد زمینه مناسب و اطمینان بخش برای درآمدهای بخش‌های خدماتی و تدارکاتی گردشگری آبی؛

تقویت مشارکت بخش خصوصی در جهت رشد بخش‌های مختلف گردشگری آبی و جلوگیری از انحصار این بخش توسط نهادهای حاکمیتی.

### ❖ بهبود اعتبارات دولتی

اعطای مصالح و مواد ارزان‌قیمت باهدف ایجاد مراکز گردشگری آبی به بخش خصوصی؛ مشارکت، سرمایه‌گذاری و حمایت دولت از فعالیت‌های گردشگری آبی از طریق اعطای وام بلندمدت و کم‌بهره و همچنین کاهش یا معافیت‌های مالیاتی در این حوزه؛

جذب و هدایت نقدینگی‌های موجود در جهت سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مربوط به گردشگری آبی؛

سرمایه‌گذاری بیشتر بر روی فضاهای طبیعی بخصوص فضاهای مرتبط با گردشگری آبی و زیباسازی این فضاها در راستای مطلوبیت بیشتر این فضاها.



### ❖ یکپارچگی مدیریتی و کاهش بروکراسی اداری

تدوین قوانین ویژه به منظور تسهیل فرایندهای توسعه گردشگری آبی و جلوگیری از بروکراسی اداری؛

اعطاء اختیارات بیشتر به سازمان‌ها و مسئولین مرتبط با صنعت گردشگری آبی در استان خوزستان؛

بالا بردن میزان آشنایی مدیران با صنعت گردشگری آبی و ایجاد یکپارچگی مدیریتی در امر توسعه گردشگری آبی در سطح استان؛

تربیت نیروی‌های متخصص و ارائه آموزش‌های تخصصی در جهت بهره‌برداری بهینه از تورهای گردشگری آبی و همچنین راهنمایان تورهای آبی؛

تبادل تجارب، ارتقاء سطح همکاری و تعامل مؤثر با کلان‌شهرها، مجامع علمی، پژوهشی و دانشگاهی و سازمان‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی گردشگری به منظور توسعه گردشگری آبی استان؛

ایجاد بسترهای آمایشی مختلف در جهت توسعه پایدار گردشگری آبی.

### ❖ تبلیغات و بازاریابی

نصب تابلوهای راهنما در ورودی شهرستان‌های استان به منظور معرفی جاذبه‌های گردشگری آبی؛

برپایی نمایشگاه‌ها متنوع (ملی، منطقه‌ای، بین‌المللی)، همایش‌های ملی، بین‌المللی و منطقه‌ای در راستای معرفی جاذبه‌ها و ظرفیت‌های گردشگری آبی استان؛

طراحی وبلاگ‌ها، سایت‌های گردشگری مجازی، رسانه اختصاصی در جهت معرفی جاذبه‌های گردشگری آبی استان به صورت منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی؛

برگزاری رویدادهای مربوط به ورزش‌های آبی در مناطق مستعد گردشگری آبی؛

برگزاری سمینارهای توسعه سرمایه گذاری صنعت گردشگری آبی در جهت شناخت قابلیت های این حوزه.

توسعه و بهره گیری از ظرفیت آژانس های گردشگری استان در جهت معرفی جاذبه های گردشگری آبی استان؛

اطلاع رسانی و معرفی جاذبه های گردشگری آبی استان از طریق بروشورهای تبلیغاتی و نشر کتاب و کتابچه.



## منابع

- اروجی، حسن؛ زیاری، کرامت الله، طوافی، فهیمه، شکروی، نگین، عزیزاده، محمد، بدیعی، شبنم. (۱۳۹۵). بررسی و تعیین تورها و مسیرهای گردشگری دریایی در جزایر خلیج فارس، فصلنامه مطالعات فرهنگی و سیاسی خلیج فارس، دانشگاه خوارزمی تهران، ۳(۸)، ۸۶-۶۵.
- ایلدرمی، علیرضا؛ قربانی، محمد (۱۳۹۶). اهمیت اکو توریسم منابع آبی در توسعه گردشگری مناطق کوهستانی (مطالعه موردی: استان همدان)، نشریه آب و توسعه پایدار، ۴(۲)، ۱۵۰-۱۳۹.
- تیموری، ایرج (۱۳۹۴). وقوع بحران‌های اجتماعی-سیاسی و تأثیر آن بر درآمد حاصل از گردشگری (نمونه موردی: کشورهای ایران، ترکیه، مصر)، نشریه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، ۵(۲)، ۱۴-۱.
- جلالیان، فرزانه؛ رحمانی قصبه، محمد، دشتی تهرانی، مهران (۱۳۹۴). تبارشناسی گردشگری سلامت بر گردشگری پذیر شهری با تأکید بر اصول طراحی مراکز آب‌درمانی، فصلنامه مدیریت شهری، ۱۴(۴۰)، ۳۱۱-۲۸۵.
- جهانتیغ، سعید؛ شبانی امین، عیسی، گلستانه، فرشته (۱۳۹۱). موانع و راهکارهای ایجاد دهکده ورزش‌های آبی و ساحلی در سواحل مکران (مطالعه موردی: سواحل چابهار)، همایش ملی توسعه سواحل مکران و اقتدار دریایی جمهوری اسلامی ایران، دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار، منطقه سوم نیروی دریایی راهبردی ارتش جمهوری اسلامی ایران.
- حجازی، سید جعفر؛ خیاط زاده، فرزانه (۱۳۸۸). فرصت‌ها و چالش‌های گردشگری در استان خوزستان، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه اجتماعی، ۳(۲)، ۲۶-۱۶.
- خاکساز، علی؛ دهقانی، معصومه (۱۳۹۳). ظرفیت گردشگری ماجراجویانه در کویرهای ایران با استفاده از تکنیک S.W.O.T، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۹(۲۴)، ۳۳-۱.
- دهقان فر، سکینه؛ قاسمی زاد، علیرضا (۱۳۹۶). شناسایی مشکلات گردشگری استان ساحلی بوشهر و ارائه راهکارهای مناسب، فصلنامه گردشگری و توسعه، ۶(۱)، ۱۹۴-۱۷۸.
- رحیمی، فرج‌الله (۱۳۹۵). نرم‌افزارهای کاربردی در تحقیقات مدیریت، انتشارات ترآوا، اهواز.

- سعیدی، علی اصغر؛ بهشتی، محمد، رضوانی، رضا (۱۳۹۱). موانع اساسی سیاست گذاری گردشگری از نظر نخبگان، مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱(۲)، ۵۶-۳۳.
- سقائی، محسن؛ امینی نژاد، غلامرضا، صبوحی، غلامرضا (۱۳۹۵). بررسی توانمندی‌های گردشگری شهر ساحلی بوشهر، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان، ۲۷(۱)، ۹۹-۱۲۶.
- سنایی، محمد (۱۳۹۶). تأثیر آموزش ورزش‌های آبی- ساحلی بر صنعت گردشگری شهرستان نوشهر، فصلنامه علمی پژوهشی آموزش علوم دریایی، ۴(۳)، ۸۷-۷۸.
- سنگدل، مهدی؛ شریفی‌نیا، زهرا (۱۳۹۵). بررسی موانع و مشکلات توسعه گردشگری (مطالعه موردی؛ شهرستان قائم‌شهر)، فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۷(۱)، ۸۳-۷۱.
- طهماسبی، مریم، طهماسبی مقدم، رضا (۱۳۸۹)، ناپایداری اکوتوریسم روستایی در استان خوزستان، انسان و محیط زیست، ۸(۴).
- فرزین، محمدرضا؛ افسر، امیر، اکبرپور، تقی، اکبرپور، علی (۱۳۹۲). مدل سازی پیش بینی گردشگری ورودی به ایران با استفاده از روش‌های ARIMA و شبکه‌های عصبی فازی، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال هشتم، ۲۴، ۳۳-۱.
- قربانی، طاهره؛ بابایی، روشنک، کیا کجوری، داوود (۱۳۹۳). نقش ظرفیت‌های اکوتوریسم آبی در توسعه گردشگری (مطالعه موردی: جاذبه‌های آبی شهرستان رامسر)، اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری منابع طبیعی و توسعه پایدار، تهران، مؤسسه ایرانیان، قطب علمی برنامه‌ریزی و توسعه پایدار گردشگری دانشگاه تهران.
- محسنی، رضاعلی (۱۳۸۸). گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها، مجله فضای جغرافیایی، ۹(۲۸)، ۱۷۱-۱۴۹.
- مدهوشی، مهرداد و ناصرپور، ناصر (۱۳۸۲). ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۷(۲۸)، ۵۸-۲۵.
- موسایی، میثم؛ هاشمی، سمیه، ابراهیمی، میترا (۱۳۹۱). بررسی جامعه‌شناختی توسعه پایدار گردشگری در ایران؛ موانع، چالش‌ها، راهکارها، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر، ۶(۱۶)، ۵۰-۲۵.

Abili, M., & Zhao, Y. (2019). planning and managing Restrictions and barriers to tourism development between Iran and China. *International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies*, 10(5).

Afrodita, B. (2020). Tourism And Local Development. *Europe*, 44(8).

Alves, B., Ballester, Ferreira, Ó., Benavente, J. (2017). How feasible is coastal management? A social benefit analysis of a coastal destination in SW Spain, *Tourism Management*, 60.

Amelung, B., & Viner, D. (2006). Mediterranean tourism: exploring the future with the tourism climatic index. *Journal of Sustainable Tourism*, Month Jun, Vol. 14 Issue:4.

Bigano, A. (2017). Climate change Impacts on Tourism in Europe and research ideas for the Russian Far East. <https://kamchatkaland.com>.

Briandana, R., Doktoralina, C. M., & Sukmajati, D. (2018). Promotion Analysis of Marine Tourism in Indonesia: A Case Study. *European Research Studies Journal*, Vol. XXI, Issue:1.

Buhalis, D. (2000). «Marketing the competitive destination of the future», *Tourism management*, 21(1),97-16.

Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., & Hernández-Lara, A. B. (2019). Segmentation of foreign tourist demand in a coastal marine destination: The case of Montañita. Ecuador. *Ocean & coastal management*.

Chen, J. (2003). Sustainable Development Study on Marine Tourism Resource in China. *coastal engineering*,10(3).

Folgado-Fernández, J. A., Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., & Campón-Cerro, A. M. (2019). Water Tourism: A New Strategy for the Sustainable Management of Water-Based Ecosystems and Landscapes in Extremadura (Spain). *Land*, 8(1).

Hilmi, N., Alain Safa, Reynaud, S., Allemand, D. (2012). Coral Reefs and Tourism in Egypt's Red Sea. *Topics in Middle Eastern and African Economies*, 14.

Isik, C., Dogru, T., & Turk, E. S. (2017). A nexus of linear and nonlinear relationships between tourism demand», renewable energy consumption, and economic growth: Theory and evidence. *International Journal of Tourism Research*, 20(1).

Jenkin, H. J. (2010). The impact of social networking mediums on the decision making process of tourists: A case study of Stray Ltd and Spaceships New Zealand Ltd (Thesis, Master of Management Studies (MMS). University of Waikato, Hamilton, New Zealand.

Lorde, T., Li, G., & Airey, D. (2015). Modeling Caribbean tourism demand: an augmented gravity approach. *Journal of Travel Research*, 55(7).

Miyakuni, K., Fujita, Y., Koshiha, S., & Rengiil, G. (2018). Residents' Attitudes toward Tourism in an Island Destination. *Focusing on Ecocentric Attitudes: The Case of the Republic of Palau*, PICRC Technical Repor.

Needham Mark, D., Szuster, Brian, W. (2010). Situational influences on normative evaluations of coastal tourism and recreation management strategies in Hawai'i. *Tourism management*, 32(4).

Paramati, S. R., Alam, M. S., & Chen, C. F. (2017). The effects of tourism on economic growth and CO2 emissions: a comparison between developed and developing economies. *Journal of Travel Research*, 56(6).

Pham, K., Andereck, K., & Vogt, C. (2019). Local residents' perceptions about tourism development. University of Massachusetts Amherst Scholar Works@UMass Amherst Travel and Tourism Research Association: *Advancing Tourism Research Globally 2019 tetra International Conference*.

Summers, J., Cavaye, J., & Woolcock, G. (2019). Enablers and Barriers of Tourism as a Driver of Economic and Social-cultural Growth in Remote Queensland. *Economic Papers: A journal of applied economics and policy*, 10(2),326-336.

Wood, S. A., Guerry, A. D., Silver, J. M., & Lacayo, M. (2013). Using social media to quantify nature-based tourism and recreation. *Scientific*, 3, 2976.