

Tourism Development Model of Chabahar based on Grounded Theory

Nasser Vatankhah¹, Shadan Vahabzadeh Monshi^{2*}, Hamidreza Saeidnia³, Mohammad Ali Abdolvand⁴.

1- PhD Student in Business Administration, UAE Branch, Islamic Azad University, Dubai, UAE

2- Assistant Professor of Business Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

3- Associate Professor, Department of Business Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

4- Assistant Professor of Business Management, Research Sciences Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received: 27 April 2021

Accepted: 22 January 2021

Extended Abstract

Introduction

Therefore, in order to diversify the sources of economic growth and foreign exchange earnings, as well as to create new job opportunities in the country, the development of the tourism industry is of great importance. Based on the above, it can be understood that today tourism is the most valuable money-making industry in the world, and the country's governments should work harder with a national determination. This effort can attract tourists, introduce the country to the world and promote gross national growth. It is worth mentioning that Chabahar city has many tourism capabilities that can be used as a huge investment in the tourism industry in the country. Chabahar port, despite its deep waters and natural cuts, has provided a suitable space for piers with great depth and desirable anchorage coordinates for mooring huge ocean-going ships. On the other hand, the suitable climate and also the existence of a large number of historical, cultural, ancient and natural attractions in Chabahar are among the capabilities of attracting tourists from the Middle East and the Persian Gulf to this region. However, despite the excellent natural features such as the pleasant climate of the Oman Sea coast in autumn and winter, having hot and cold mineral waters, natural and active florets, there has not been a proper investment in tourism and lack of facilities and phenomena such as smuggling and illegal activities due to poverty and unemployment have made the tourism industry less successful in the region. Therefore, tourism can be a factor in the development of the study area and as a stimulus using natural resources, human, cultural, local traditions and customs cause the people of Chabahar to connect with other parts of the country and provide real benefits for host society and directly contributes to the growth of GDP and employment. Accordingly, due to the high volume of unemployment and the ability of tourism to create jobs, in this study, while extensive and in-depth review of previous research, through a qualitative approach and grounded theory via semi-structured interviews, have been tried to design a framework in order to identify the various dimensions of tourism development in Chabahar tourist port and provide the necessary suggestions after explaining the effective categories in this regard.

Methodology

The research is applied in terms of purpose, with a qualitative approach and based on Grounded theory. The research strategy is to use exploratory interviews, which were used to determine the

* Corresponding Author (Email: shadanvahabzadeh@yahoo.com)

Copyright © 2021 Journal of Urban Tourism. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution- noncommercial 4.0 International License which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages provided the original work is properly cited.

effective factors on the development of tourism by using semi-structured interviews with experts in this field. The statistical population consisted of 35 experts and tourism experts and professors in the field of tourism of Chabahar, Iranshahr and Zahedan universities. For sampling, non-probabilistic theoretical methods such as Snowball and Purposive sampling were exerted. The sampling process was continued until the theoretical saturation stage and then stopped. In the present study, after conducting 18 semi-structured interviews, the data analysis reached theoretical saturation. To analyze the data in the present study, the Strauss-Corbin paradigm model was applied and also, open coding, axial coding and selective coding were used.

Results and discussion

The results of the present study led to the identification of 128 sub-categories and 27 main categories in the form of a paradigm model including tourism development as an axial category and causal conditions (perceived quality, destination characteristics, satisfaction, behavioral response), contextual factors (economic environment, Social and cultural, legal, political, geographical and physical), Interventional conditions (tourist attractions, tourism infrastructure, human resources, financial resources and advertising and information), strategies (human and financial resources, business intelligence, providing desirable services to tourists, development of tourism infrastructure) and consequences (private sector profitability, urban development, reducing unemployment, tourism development, capital increase and economic growth).

Conclusion

In the present study, based on the components of the axis coding stage, causal, contextual, intervening conditions, strategies and consequences were identified in the process model which have great importance in the development of tourism in the tourist port of Chabahar. Managers of tourism industry should use the identified elements of tourism development and using the presented model in this study, to examine the gap between the desired situation and the current situation in the field of tourism development in Chabahar and then, should take the necessary measures to prevent obstacles and injuries for achieving the ultimate goal of tourism development. Based on the research findings, the following suggestions are presented:

- Allocation of special budget from the Budget Management and Planning Organization of the country to equip and strengthen transportation infrastructure including modernization of road and maritime transportation, development of airlines, construction of international airport town and railway lines and connection of Chabahar city to the country's rail network,
- Holding seminars, conferences, webinars, advertisements and information through satellite TV networks in different cities inside and outside the country to introduce the tourism environment (physical, geographical, cultural) and natural tourist attractions of Chabahar.

Keywords: Tourism, Qualitative Method, Grounded Theory, Chabahar City.

ارائه مدل توسعه گردشگری بندر توریستی چابهار با رویکرد مبتنی بر تئوری داده بنیاد

ناصر وطن خواه - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، واحد امارات، دانشگاه آزاد اسلامی، دبی، امارات متحده عربی
شادان وهابزاده منشی^۱ - استادیار مدیریت بازرگانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
حمیدرضا سعیدنیا - دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
محمدعلی عبدالوند - استادیار مدیریت بازرگانی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۰۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۰۳

چکیده

صنعت گردشگری یکی از صنایع پردرآمد در جهان است در حالی که مناطق گردشگری ایران از جمله بندر چابهار با داشتن پتانسیل‌های فراوان نتوانسته از این ظرفیت به‌خوبی استفاده کند. هدف از پژوهش حاضر، شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های توسعه گردشگری جهت ارائه الگوی گردشگری در بندر چابهار می‌باشد، این پژوهش از روش کیفی نظریه تئوری داده بنیاد استفاده شده است که مبنای اصلی جمع‌آوری اطلاعات در این روش، انجام مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با خبرگان در حیطه موضوعی موردنظر است. نمونه‌گیری مورد استفاده در این پژوهش، نظری با استفاده از روش‌های غیر احتمالی هدفمند و گلوله برفی بوده است که بر مبنای آن، ۱۸ مصاحبه با خبرگان و اساتید دانشگاه صورت گرفت. پس از انجام مصاحبه‌ها و جمع‌آوری اطلاعات، کدهای به‌دست‌آمده در بخش‌های مختلف، با استفاده از رهیافت نظام‌مند استراوس و کوربین و مدل پارادایمی، تجزیه و تحلیل شده و پس از انجام مراحل سه‌گانه کدگذاری باز، محوری و انتخابی، مدل نهایی توسط پژوهشگر به‌دست‌آمده است. بر این اساس نتایج پژوهش حاضر منجر به شناسایی ۱۲۸ مقوله فرعی و ۲۷ مقوله اصلی شد که در قالب مدل پارادایمی شامل توسعه گردشگری به‌عنوان مقوله محوری و شرایط علی (کیفیت درک شده، ویژگی‌های مقصد، رضایت، واکنش رفتاری)، عوامل زمینه‌ای (محیط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، حقوقی، سیاسی، جغرافیایی و فیزیکی)، شرایط مداخله‌گر (جاذبه‌های گردشگری، زیرساخت‌های گردشگری، منابع انسانی، منابع مالی و تبلیغات و اطلاع‌رسانی)، راهبردها (منابع انسانی و مالی، هوشمندی کسب‌وکار، ارائه خدمات مطلوب به گردشگران، توسعه زیرساخت‌ها گردشگری) و پیامدها (سودآوری بخش خصوصی، توسعه شهری، کاهش بیکاری، توسعه گردشگری، افزایش سرمایه و رشد اقتصادی) قرار گرفت.

واژگان کلیدی: گردشگری، روش کیفی، تئوری داده بنیاد، شهرستان چابهار.

مقدمه

امروزه شهرها، هم‌زمان با بزرگ شدن و توسعه، پیچیده‌تر می‌شوند و تحت تأثیر عوامل مختلف انسانی و طبیعی، تغییر و تحول می‌یابند. گاهی این تغییرات، شهرها را به نواحی متمایز و متفاوت از یکدیگر تبدیل می‌کنند که هر کدام خصوصیات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خاصی دارند، به‌خصوص شهرهایی که از لحاظ اقتصادی پویاتر هستند و مکانی برای یافتن فرصت‌های شغلی می‌باشند (Nasiri Handeh Khaleh et al, 2015:77). یکی از بخش‌هایی که عامل تغییرات اساسی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در شهرها بوده و امروزه به‌عنوان یک صنعت پویای اقتصادی از آن نام برده می‌شود، گردشگری است. این صنعت پویا، در بسیاری از کشورها، منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی است (Dallen, 2014:52). گردشگری همواره عاملی در جهت پیشرفت کشورهای تمام دنیا بوده است و همچون محرکی با استفاده از منابع طبیعی، انسانی، فرهنگی، سنت‌ها و آداب‌ورسوم محلی موجبات ارتباط مردمان سرتاسر دنیا را فراهم می‌آورد و مزایای واقعی را برای جامعه میزبان در بر دارد و مستقیماً به رشد تولید ناخالص ملی و اشتغال کمک می‌کند (Asadi Peyman et al, 2021:38). در دوران کنونی صنعت گردشگری یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی است که بیش از ۱۰/۴ درصد تولید ناخالص داخلی و یک شغل از بین هر ۱۰ فرصت شغلی جهان به آن وابسته است. علی‌رغم نقش‌آفرینی صنعت گردشگری در ایجاد ۱۰/۴ درصد از تولید ناخالص جهان، این صنعت در ایران تنها ۶/۵ درصد از کل اقتصاد را به خود اختصاص داده است. درحالی‌که همین آمار در خاورمیانه نزدیک به ۹ درصد است (World Travel & Tourism Council, 2020). محبوبیت همیشگی سواحل و گستردگی حجم تقاضا برای آن، در کنار ساختار شکننده این محیط‌ها سبب شده است که برنامه ریزان، آگاهی‌فزاینده‌ای نسبت به توسعه گردشگری در این مناطق داشته باشند و به‌منظور دستیابی به گردشگری پایدار، با هدف حفظ منافع اقتصادی، ارتقاء گردشگری و حفظ منابع زیست‌محیطی، تلاش نمایند و نوارهای ساحلی از جمله فضاهایی هستند که غالباً پیوند ناگسستنی با حوزه‌ها و مراکز شهری اطراف خود دارند این نواحی، مرکز تجمع بیشترین فعالیت‌های انسانی شامل بازرگانی، تجارت، انرژی، ماهیگیری، سکونت و نیز گردشگری هستند (Ayman et al, 2016:39). همچنین گردشگری تأثیرات مهمی بر ایجاد اشتغال، کسب درآمد ارزی، توسعه متوازن، تعادل منطقه‌ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط، توسعه نواحی شهری و ساحلی برخوردار از جاذبه‌های گردشگری و پیشگیری از مهاجر فرستی جمعیت دارد (Habibi, 2016:38). در ایران نیز سیاست‌های توسعه اقتصادی از دیرباز، صنعت گردشگری را به‌عنوان یکی از جایگزین‌های نفت در نظر داشته است (Shamsoddini et al, 2017:90) به‌گونه‌ای که صنعت گردشگری ایران با توجه به افق چشم‌انداز خود می‌بایست در پایان برنامه هفتم توسعه (سال ۱۴۰۴) به جذب ۲۰ میلیون گردشگر بپردازد (Zarei Matin et al, 2012:75) چون اقتصاد ایران نیز اتکای شدیدی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت دارد و متغیرهای کلان اقتصادی آن با پیروی از قیمت جهانی نفت در طول زمان دچار نوسانات شدیدی می‌شود و روند حاکم بر متغیرهایی مانند تولید ناخالص ملی، سرمایه‌گذاری ناخالص، درآمد سرانه و غیره در سه دهه اخیر اقتصاد ایران، به‌روشنی نشان‌دهنده این موضوع است. از این‌رو به‌منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت‌های جدید شغلی در کشور، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است (Homayounifar, 2015: 24). بندر چابهار به دلیل اینکه نزدیک‌ترین راه دسترسی کشورهای محصور در خشکی آسیای میانه به آب‌های آزاد است از اهمیت بسیاری برخوردار است. از طرفی آب‌وهوای مناسب و همچنین وجود شمار زیادی جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، باستانی و طبیعی در چابهار از قابلیت‌های جذب گردشگر از کشورهای خاورمیانه و حوزه خلیج فارس به این منطقه به شمار می‌رود؛ اما با وجود شاخصه‌های طبیعی ممتاز از جمله آب‌وهوای مطبوع سواحل دریای عمان در فصل پاییز و زمستان، داشتن آب‌های معدنی گرم و سرد، گل‌فشان‌های طبیعی و فعال هنوز سرمایه‌گذاری مناسبی در زمینه گردشگری صورت نگرفته است و کمبود امکانات و وجود پدیده‌هایی مانند قاچاق کالا و فعالیت‌های غیرقانونی ناشی از فقر و بیکاری موجب شده تا صنعت توریسم و گردشگری نتواند موفقیت‌چندانی در این منطقه به دست آورد؛ بنابراین گردشگری می‌تواند عاملی در جهت پیشرفت منطقه مورد مطالعه و همچون محرکی با

استفاده از منابع طبیعی، انسانی، فرهنگی، سنت‌ها و آداب و رسوم محلی موجبات ارتباط مردمان شهرستان چابهار با سایر نقاط کشور را فراهم می‌آورد و مزایای واقعی را برای جامعه میزبان به بار می‌آورد و مستقیماً به رشد تولید ناخالص ملی و اشتغال کمک می‌کند. بر این اساس با توجه به حجم بالای بیکاری و توانایی گردشگری در اشتغال‌زایی، در این پژوهش سعی داریم ضمن بررسی گسترده و عمیق تحقیقات پیشین، از طریق رویکرد کیفی و داده بنیاد به وسیله مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته چارچوبی در راستای شناسایی ابعاد، مؤلفه و شاخص‌های گوناگون توسعه گردشگری بندر توریستی چابهار طراحی شده و پس از تبیین مقوله‌های مؤثر در این خصوص، پیشنهادها لازم ارائه گردد.

عابدینی و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی توسعه گردشگری طبیعی (ساحلی) با رهیافت تقویت پایداری منظر طبیعی پرداختند. نتایج حاصل از یافته‌های پژوهش نشان داد که عامل تقویت حضور سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و دولتی و کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی به ترتیب بیشترین و کمترین اهمیت را در بهبود سطح پایداری منظر طبیعی به خود اختصاص داده است. حجازی و جوادی (۲۰۲۱) در پژوهشی به ارزیابی توان اکولوژیکی توسعه گردشگری با بهره‌گیری از مدل تلفیقی (AHP-TOPSIS) نمونه موردی: شهرستان سرعین پرداختند. مهم‌ترین شاخص‌هایی که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفت، عبارت‌اند از: تراکم پوشش گیاهی، توپوگرافی، میزان تابش خورشید، بارش، سنگ‌بستر، شبکه ارتباطی و نوع خاک. با تلفیق نقشه‌های مناطق مستعد مبادرت به تهیه نقشه نهایی توسعه تفرج گسترده و متمرکز اکوتوریسم گردید. نهایتاً لایه‌های تفرجگاهی از طریق برخورد مکانی با لایه جاذبه‌های طبیعی و دهستان‌ها مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج نشان داد که مساحتی حدود ۲۶۸۰۷ هکتار در پهنه مناسب گردشگری گسترده و متمرکز و ۲۰۵۹ هکتار نامناسب برای پهنه‌های گردشگری می‌باشند. همچنین دهستان‌های سبلان و آب گرم برای گردشگری بسیار مناسب و پهنه آلوارس برای فعالیت‌های گردشگری نیازمند ایجاد امکانات و توسعه گردشگری در این دهستان می‌باشند. ابراهیمی (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان بررسی توان گردشگری در استان چهارمحال و بختیاری انجام داد نتایج پژوهش نشان داد که استان چهارمحال و بختیاری یکی از بهترین مقاصد توریستی می‌باشد که ترکیبی از زیبایی‌های طبیعت و فرهنگ و تمدن غنی را دارا می‌باشد و این استان را به یک منطقه مستعد برای توسعه گردشگری تبدیل کرده است. تلفیق شایسته جاذبه‌های طبیعی با دیدنی‌های فرهنگی این استان به جهت داشتن سبک زندگی عشایری در این منطقه، این امکان را فراهم می‌آورد تا امر توسعه گردشگری در این منطقه با توجه خاصی به پتانسیل موجود در منطقه صورت گیرد. در این تحقیق، استعدادهای گردشگری این استان با شیوه بررسی SWOT مورد بررسی قرار گرفته است تا از این طریق نقاط عمده قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها در منطقه مشخص گردند بلکه بتوان در آینده سیاست‌های توسعه گردشگری را در این استان تدوین و اجرا نمود. امیری (۲۰۱۹) به ارزیابی پتانسیل گردشگری ساحلی شمال ایران پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد که سواحل شمالی کشور در روزهایی که در دو فصل بهار و پاییز در محدوده آسایش دمایی قرار دارند بهترین شرایط را برای پذیرایی از گردشگران دارند اما از آنجاکه هدف از گردشگری ساحلی استفاده از آب دریا و تفریحات دریایی است و در این دو زمان آب دریا گرمای مناسب برای شنا را ندارد بنابراین اوایل تیرماه و شهریورماه که آب دریا دمایی مناسبی را داراست در زمینه گردشگری توأم ساحلی و غیر ساحلی بر سایر زمان‌ها برتری دارند. موگویی و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی تحت عنوان ارائه برنامه راهبردی گردشگری ساحلی (مطالعه موردی شهرستان نوشهر) به این نتیجه رسیدند که راهبرد بازنگری و تحقیق قوانین گردشگری با امتیاز ۳/۱۸ مهم‌ترین راهبرد پیشرو است. همچنین عوامل اثرگذار در گردشگری پایدار در قالب تجزیه و تحلیل مؤلفه اصلی بررسی گردیدند و توسعه مردم محور بهداشت و خدمات ساحلی نام‌گذاری گردید و توسعه دولت‌محور سازمان‌های حمل و نقل به عنوان مؤلفه‌های اصلی معرفی شد. دروفیو و همکاران (۲۰۲۰)، در مورد چشم‌اندازهای توسعه گردشگری در جنوب روسیه به مطالعه پرداختند. مناطق جنوب روسیه بسیاری از شرایط لازم برای توسعه گردشگری را دارند. آن‌ها دارای منابع عظیمی هستند که استفاده از آن‌ها در کنار تقاضای فزاینده در حال افزایش خدمات گردشگری، طبیعتاً منجر به تشدید توسعه زیرساخت‌ها و سازمان‌های اراضی اکوتوریسم خواهد شد. خانتان و راجاگوپال (۲۰۱۹) در فاکتورهای آنالیزکننده تأثیرگذار بر توسعه گردشگری در ویتنام در عصر جدید به این نتیجه رسیدند که دولت باید برای بهبود صلاحیت رقابتی ویتنام سرمایه‌گذاری‌ها را افزایش دهد. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها برای توسعه گردشگری به یک عامل مهم

برای توریسم تبدیل می‌شود، به‌ویژه شرایطی برای جذب بیشتر گردشگر و بهبود شرایط زیرساخت‌های محلی و همچنین بهبود خدمات برای جلب بازدیدکنندگان فراهم نمایند. کرونبرگ و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه خود با عنوان: ارائه چشم‌اندازی در خصوص سهم اقتصادی صنعت گردشگری در کشور سوئد، با استفاده از آمارهای سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴ نشان دادند که صنعت گردشگری می‌تواند از یک طرف سبب تقویت ارتباطات اقتصادی میان بخش‌های مختلف اقتصادی کشور سوئد شود و از سویی دیگر، از طریق درآمدزایی و ایجاد ارزش‌افزوده صنایع مرتبط با صنعت گردشگری و اشتغال‌زایی در این صنعت رشد اقتصادی این کشور را به همراه خواهد داشت. در نتیجه توجه به صنعت گردشگری برای کشور سوئد از اهمیت بسزایی در تولید و اشتغال‌زایی برخوردار است. لی و دونگ (۲۰۱۷) عوامل مؤثر بر رضایت و جذب هر چه بیشتر گردشگران اروپایی به شهر ناهارنگ را مورد مطالعه قرار دادند. از دیدگاه آن‌ها اگرچه عواملی مانند محل اقامت، خدمات غذا، مغازه‌های خرده‌فروشی و سوغات و جاذبه‌های مقصد نقش زیادی بر رضایت گردشگران داخلی دارند اما مهم‌ترین عوامل شناسایی شده که بر رضایت گردشگران خارجی که از ناهارنگ بازدید کردند تأثیرگذار است، دوستی و مهمان‌نوازی مردم محلی شهر ناهارنگ نسبت به گردشگران است. ایواندیک و شواتالو (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای تحت عنوان مشارکت صنعت گردشگری در اقتصاد کرواسی: رویکرد داده‌ستانده، نشان دادند که سهم صنعت گردشگری در تغییرات ساختاری و رشد، اقتصادی کشور کرواسی بسیار بالا و بین ۲/۱۴ درصد تا ۳/۱۶ درصد است. همچنین بر اساس جداول داده‌ستانده نشان دادند که بخش هتلداری و رستوران، خدمات حمل‌ونقل (اعم از جاده‌ای، راه‌آهن، هوایی و دریایی) و فعالیت‌های ورزشی و فرهنگی بیشترین پیوند را با صنعت گردشگری دارند و توسعه این بخش‌ها سبب توسعه صنعت گردشگری می‌شود.

مبانی نظری

شاید نخستین و مهم‌ترین موضوع در مطالعه صنعت گردشگری، چیستی، ماهیت و در نهایت تعریف آن است که به سبب گسترش عوامل و زمینه‌های مؤثر در این صنعت، این امر با چالش‌های عمده مواجه شده است. به‌طور کلی لغت گردشگری از کلمه *tour* به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین *Tourns* به معنای دور زدن، رفت‌وبرگشت بین مبدأ و مقصد دارد که از زبان یونانی به اسپانیایی و فرانسه و نهایتاً به زبان انگلیسی راه‌یافته است؛ اما واژه گردشگر از زمانی پدید آمد که افراد طبقه متوسط، اقدام به مسافر کردند و این، در واقع همان زمانی است که مردم توانایی‌های مالی بیشتری پیدا کردند (Yavari, 2016:25). به‌عبارتی دیگر گردشگری، رفتن موقتی به مقاصد خارج از محیط کار و منزل فعالیت‌های در نظر گرفته‌شده در زمان اقامت و تسهیلات ایجادشده برای رفع نیازها می‌باشد. گردشگری دربرگیرنده فعالیت‌های افرادی است که با هدف تفریح، تجارت و یا سایر اهداف به مقصدی خارج از محیط معمول زندگی خود سفر کرده و در آنجا اقامت می‌کنند (Canazilles et al, 2017:1173). صنعت گردشگری با ماهیتی چندبعدی علاوه بر تأمین نیاز گردشگران، باعث تغییرات عمده‌ای در سیستم جامعه میزبان می‌گردد (Dwyer et al, 2018:63-74). از این‌رو دولتمردان در تلاش‌اند تا با مهیاسازی و ارزشمند نمودن جاذبه‌های گردشگری در مناطق دارای پتانسیل، فرصت بهره‌مندی از ابعاد مثبت این صنعت را فراهم سازند (Rosentraub et al, 2016:759). این اهمیت و نقش گردشگری، باعث شده که از آن به‌عنوان گذرگاه توسعه یاد کنند و اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی بنامند و برخی از صاحب‌نظران از گردشگری به‌عنوان رکن اصلی توسعه یاد می‌کنند (Zarei et al, 2012: 78). اگر توسعه صنعت گردشگری مناسب با اهداف اجتماعی گسترش پیدا کند، می‌تواند منجر به رفاه کل جامعه شود (Meliou & Maroudas, 2016:124). گردشگری پدیده‌ای است که می‌تواند به موفقیت اقتصادی یک شهر و یا حتی در پویایی اجتماعی آن نقش داشته باشد، به‌طوری‌که در سال‌های اخیر روند رو به رشد و ارتقاء صنعت گردشگری فعال در بسیاری از شهرهای دنیا وجود دارد (Badita, 2015:34). گردشگری از یکسو باعث تسهیل در کشف منابع که تاکنون در روند نوسازی نادیده گرفته شده بود، گردید (Hwang & Lee, 2016:504) و از طرفی دیگر تحولات اقتصادی و اجتماعی معاصر نیروی محرکه برای دیگر بخش‌های اقتصادی از جمله کشاورزی شد (Balan & Burghelea, 2016:289). در نهایت می‌توان گردشگری را یکی از اساسی‌ترین فعالیت‌های انسان معاصر دانست که همراه با وجود تغییرات شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی،

اقتصادی، فرهنگی و روش زندگی انسان‌ها را دگرگون می‌سازد. همچنین این مقوله یکی از عوامل بسیار مهم در راستای تبادل فرهنگی و آشنایی با ملل دیگر از ابعاد متعدد طبیعی، فرهنگی و غیره می‌باشد. هدف توسعه گردشگری، ایجاد تعادل محیط گردشگری، نیازهای جامعه محلی و نیازهای مسافران است (Sharpley, 2009: 78). توسعه کسب‌وکارهای جدید، افزایش درآمد، بازاریابی محصولات و خدمات جدید، ایجاد فرصت‌های جدید شغلی، بهبود زیرساخت‌ها، تشویق تنوع‌پذیری، اتصال بخش‌های مختلف اقتصاد ملی و افزایش سطح رفاه جامعه از جمله مزایای توسعه صنعت گردشگری است (UNWTO, 2017: 89). همچنین رشد و توسعه صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه سبب باز ساخت و تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی گوناگونی در محیط و جامعه میزبان گشته است (Salarzahi & Mirzadeh, 2015: 126). اثرات گردشگری بر توسعه، مشتمل بر فرآیند پیچیده مبادله و تغییر بین گردشگران، سکونتگاه‌های میزبان و مقصدها می‌باشد. امروزه گردشگری در رویکرد به فضاهای جغرافیایی اثرات مختلفی از قبیل اثرات اقتصادی، زیرساختی، رفتاری، اجتماعی- فرهنگی برجای می‌گذارد که در پیرامون بر جای نهادن آثار مثبت و منفی در مقاصد گردشگری پردازش می‌شود (Ajza Shokoohi et al, 2014: 103). در این راستا توسعه گردشگری راهکاری برای کاهش یا حذف اثرات منفی گردشگری، توسعه آن و اصل برنامه‌ریزی برای گردشگری است. برای رسیدن به هدف توسعه، برنامه‌ریزی گردشگری باید به‌اندازه کافی متمرکز باشد. نه اینکه تحت عناوین سیستم‌های اکولوژیکی و سیاسی باشد و برای این کار لازم است تا گردشگری قطعه‌قطعه موجود، جایگزین یک گردشگری با مقیاس بزرگ‌تر و یکپارچه‌تر و با آگاهی بسیار بیشتر به وابستگی گردشگری به منابع فرهنگی و طبیعی شده و سیاست‌ها از کمیت به سوی کیفیت هدایت شود (Azadkhani & Shojaei, 2014: 3). بنابراین توسعه گردشگری را می‌توان به‌عنوان یکی از راه‌حل‌های ممکن در مواجهه با مشکلات و معضلات وضع موجود در مناطق گردشگری مورد توجه قرارداد.

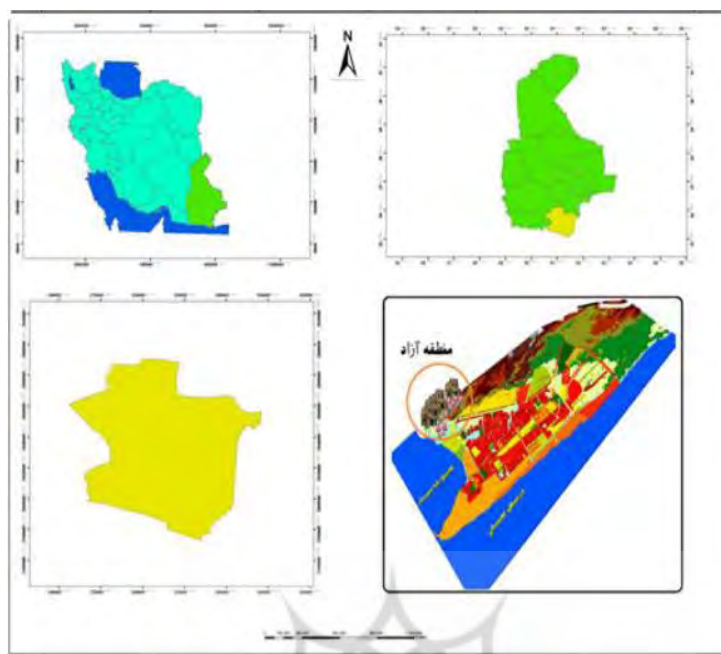
روش پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی با رویکرد کیفی می‌باشد. روش کیفی مبتنی بر تئوری داده بنیاد بوده که از آن جهت تعیین و استخراج مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری در بندر توریستی چابهار و ارائه مدل مفهومی استفاده شده است. استراتژی پژوهش استفاده از مصاحبه اکتشافی است که با استفاده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته از خبرگان این رشته، نسبت به تعیین فاکتورهای مؤثر بر توسعه گردشگری اقدام گردید. جامعه آماری به تعداد ۳۵ نفر از خبرگان و کارشناسان گردشگری و اساتید حوزه گردشگری دانشگاه‌های چابهار و ایرانشهر و زاهدان بودند. در پژوهش حاضر بعد از انجام ۱۸ مصاحبه نیمه ساختاریافته، تحلیل داده به اشباع نظری رسید. ۵ نفر از مصاحبه‌شوندگان دارای مدرک دکتری با سابقه کاری ۱۰ تا ۲۴ سال بوده و ۷ نفر دیگر دارای مدرک کارشناسی ارشد با سابقه کاری ۹ تا ۲۰ سال و ۶ نفر دارای مدرک کارشناسی با سابقه کاری ۵ تا ۱۵ سال بودند. جهت ثبت نظرات و پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان از روش یادداشت‌برداری و ضبط صدا استفاده گردید. برای تحلیل داده‌ها در پژوهش حاضر از مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین به‌عنوان طرح پژوهشی نظریه داده بنیاد استفاده شده که مبتنی بر شناسایی پدیده محوری، شرایط علی، عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها و ارتباط بین آنهاست. تحلیل داده‌ها از کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی استفاده شد.

محدوده مورد مطالعه

شهرستان چابهار در منتهی‌الیه جنوب شرقی ایران در کنار آب‌های گرم عمان، در ۶۰ درجه و ۳۷ دقیقه طول شرقی و ۲۵ درجه و ۱۷ دقیقه عرض شمالی واقع شده است. از شمال به شهرستان‌های ایرانشهر و نیک شهر از جنوب به دریای عمان از شرق به پاکستان و از غرب به استان‌های کرمان و هرمزگان محدود می‌شود. مساحت شهرستان چابهار حدود ۹۷۳۹ کیلومتر مربع، ارتفاع این شهرستان از سطح دریا ۷ متر و دارای ۱۳۰ کیلومتر مرز خاکی و حدود ۱۱۵ کیلومتر مرز آبی در دریای عمان می‌باشد. آب‌وهوای این شهر و پیرامون آن همیشه بهاری و معتدل است و به همین دلیل چابهار

(چهاربهار) نامیده می‌شود. شکل شماره ۱ موقعیت جغرافیایی شهرستان چابهار را نشان می‌دهد.



شکل شماره ۱. موقعیت جغرافیایی شهرستان چابهار

بحث و یافته‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در پژوهش حاضر بر اساس روش نظام‌مند استراوس و کوربین، ابتدا هریک از مصاحبه‌ها پس از پیاده‌سازی متن آن‌ها، به صورت جمله به جمله، به دقت بررسی و پیام اصلی یا مفهوم مستتر در هر یک از عبارات استخراج شد. در این پژوهش، پس از تحلیل کلیه مصاحبه‌ها و پس از پالایش تعداد ۱۲۸ مفهوم و ۲۷ مقوله تبدیل شدند. در ادامه، بر اساس ابعاد پارادایم کدگذاری، تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه، تبیین شده و در نهایت، نظریه (مدل کیفی پژوهش) یافته‌های پژوهش مشخص گردید.

شرایط علی

نتایج تحلیل محتوای پاسخ مصاحبه‌شوندگان، حاکی از وجود چهار مقوله مرتبط با شرایط علی که شامل کیفیت درک شده، ویژگی‌های مقصد، رضایت و واکنش رفتاری می‌شود که مفاهیم اولیه و مقولات آن در جدول شماره ۱ آورده شده‌اند. این جدول شامل ۴ مقوله و ۲۷ کد نهایی استخراج شده از مصاحبه است.

جدول ۱. مقوله‌ها و کدها در بخش شرایط علی

مقوله‌ها	کدهای نهایی
کیفیت درک شده	قابلیت اطمینان
	وفاداری به مقصد گردشگری
	تمایلات رفتاری گردشگران
	ملموسات گردشگران نسبت به مکان گردشگری
	همدلی و انگیزتگی گردشگران نسبت به مکان گردشگری
شرایط علی (عوامل رفتاری)	ارزیابی ذهنی نسبت به خدمات گردشگری ساحلی
	اطمینان خاطر و پاسخگویی
	جاذبه‌ها، دسترسی، امکانات
ویژگی‌های مقصد	پاکیزگی، منظر محیط و امنیت اجتماعی

امکانات گردشگری در ساحل	
فضا و فعالیت‌های تفریحی برای خانواده	
دسترسی و آمدوشد به ساحل	
وجود زیرساخت‌های شهری	
آژانس‌های گردشگری و خدمات گردشگری	رضایت
پاسخگویی	
طرز رفتار میزبان	
سود تسهیلات کسب‌شده	
کیفیت خدمات ارائه‌شده به گردشگران	واکنش رفتاری
موقعیت مکانی گردشگری	
میزان وفاداری بازدیدکنندگان	
تبلیغات دهان‌به‌دهان	
بازگشت مجدد به مقصد	
رقابت‌پذیری مقصد گردشگری	
برنامه‌ریزی بازاریابی مقصد	
رفتارهای زیست‌محیطی گردشگری	
عامل فرصت در رفتار گردشگران ساحلی	جمعیت شناختی (سن جنس و تحصیلات) گردشگران ساحلی

شرایط زمینه‌ای

این جدول شامل ۵ مقوله و ۳۷ کد نهایی استخراج‌شده از مصاحبه است.

جدول شماره ۲. مقوله‌ها و کدها در بخش شرایط زمینه‌ای

مقوله‌ها	کدهای نهایی
محیط اقتصادی	کاهش بیکاری در راستای توسعه گردشگری
	فضای کسب‌وکار گسترده
	کمک و توجه به اشتغال افراد محروم و کم‌درآمد
	توسعه زیرساخت‌های گردشگری
	بالا بردن استاندارد سطح زندگی مردم منطقه
	سودآوری بخش خصوصی
محیط اجتماعی و فرهنگی	سطح درآمد مالیاتی دولت به‌واسطه توسعه گردشگری
	کاهش بیکاری در راستای توسعه گردشگری
	رشد اقتصادی مردم منطقه در راستای توسعه اقتصادی
	تعامل فرهنگی بین مردمان منطقه و گردشگران
	توسعه شهری و رفاهی مردم منطقه
	شناخت خرده‌فرهنگ‌ها
محیط حقوقی	شناخت و گسترش چندجانبه فرهنگ‌ها به‌واسطه توسعه گردشگری
	بالندگی ارزش‌های فرهنگی منطقه
	بالا رفتن اهمیت میراث فرهنگی و گردشگری منطقه
	نمایش سنت‌ها، آداب‌ورسوم به گردشگران
	احترام به آداب‌ورسوم ملی و فرهنگی و دینی و داشتن رابطه حسنه با اتباع ایرانی
	احترام به اصول مسلم قانون اساسی
	رعایت قوانین و مقررات جزایی
	رعایت مقررات راهنمایی و رانندگی
	عدم دخالت در امور سیاسی
	عدم سوءنیت نسبت به آثار ملی و میراث فرهنگی

شرایط زمینه‌ای
(عوامل محیطی)

عوامل بیرونی، همچون جنگ علیه کشور	محیط سیاسی
اقدامات تروریستی	
ثبات یا بی‌ثباتی سیاسی داخلی	
شورش یا اعتراض علیه یک دولت	
مهاجرت برای رفاه، راحتی و آسایش	
کارآیی و اثربخشی پلیس گردشگری در حفاظت گردشگران	محیط جغرافیایی و فیزیکی
ایجاد حس ایمنی از سوی راهنمای تور و تجار	
امنیت و اطمینان خاطر	
تنوع جانوری و حیات‌وحش	
پوشش گیاهی گوناگون	
جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای طبیعی	
پاکیزگی، منظر محیط و امنیت اجتماعی	
امکانات گردشگری در ساحل	
فضا و فعالیت‌های تفریحی برای خانواده	
دسترسی و آمدوشد به ساحل	

شرایط مداخله‌گر

نتایج تحلیل محتوای پاسخ مصاحبه‌شوندگان، حاکی از وجود پنج مقوله مرتبط با شرایط مداخله‌گر شامل جاذبه‌های گردشگری، زیرساخت‌های گردشگری، منابع انسانی، منابع مالی و تبلیغات و اطلاع‌رسانی که در جدول ۳ کدهای مربوط به ابعاد توسعه گردشگری ارائه شده است. این جدول شامل ۵ مقوله و ۳۷ کد نهایی استخراج شده از مصاحبه است.

جدول شماره ۳. مقوله‌ها و کدها در بخش شرایط مداخله‌گر

مقوله‌ها	کدهای نهایی
منابع انسانی	آموزش تربیت راهنمای گردشگری
	بکارگیری افراد باتجربه در پست مدیریت گردشگری
	بومی‌گزینی و بکارگرفتن افراد مستعد و کارآمد
	استفاده از نیرو انسانی بومی جهت راهنمایی گردشگران.
	نیروی کار دانشگاهی مولد و کارآمد
زیرساخت‌های گردشگری	مشاوره و راهنمایی در تربیت و جذب نیروی کار متخصص
	سرمایه‌گذاری در بخش حمل‌ونقل
	سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اقامت گردشگری
	توسعه زیرساخت‌های گردشگری ورزشی
	ایجاد امکانات برای افراد خاص
	توسعه سایت‌های اینترنتی گردشگری
	ایجاد کافی‌زیرساخت‌های ارتباطات
شرایط مداخله‌گر (عوامل ساختاری)	توسعه و تجهیز بازارها در منطقه
	جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای طبیعی
	تاریخ حماسی و کهن سیستان و بلوچستان
	فرهنگ غنی مردم منطقه
	جاذبه‌های انسان‌ساخت
	گسترده‌گی منابع گردشگری اکوتوریسم
	ظرفیت بالا و تنوع صنایع‌دستی
	همایش سنت‌ها، آداب‌ورسوم به گردشگران
	جاذبه‌های تاریخی و نقش میراث فرهنگی
	پتانسیل بالای جاذبه فرهنگی و قومی
آگاهی‌رسانی و تبلیغات منطقه گردشگری چاپار	

توسعه سایت‌های اینترنتی گردشگری	تبلیغات و اطلاع‌رسانی
ایجاد دفاتر بازاریابی و تبلیغات گردشگری در منطقه	
دفاتر اطلاع‌رسانی گردشگری در داخل و خارج از کشور	
استفاده از فن‌آوری‌های نوین برای تبلیغات، بازاریابی	
تهیه و تنظیم برنامه‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی	
ارائه بروشور، جزوات، پوستر، راهنماها و سایر محصولات فرهنگی	
سرمایه‌گذاری در بخش حمل‌ونقل	منابع مالی
سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اقامت گردشگری	
بکارگیری روش‌های نوین تأمین مالی	
توسعه بانک‌های گردشگری جهت تأمین مالی	
پرداخت تسهیلات بانکی با بهره‌های پایین	
توسعه سرمایه‌گذاری در زمینه ایجاد نرم‌افزارهای به‌روز گردشگری.	
توسعه روش‌های تأمین مالی گردشگری توسط واسطه‌های مالی همچون بانک‌ها و بیمه‌ها	
به‌کارگیری مشاوران مالی در زمینه گردشگری	

پدیده محوری

در طی فرآیند جمع‌آوری داده‌های مصاحبه، کدهایی از عبارات مهم آن‌ها استخراج شد و در مرحله بعد این کدها پالایش شده و مهم‌ترین آن‌ها به‌عنوان کدهای نهایی پدیده و ابعاد آن در نظر گرفته شد. در جدول ۴ کدهای مربوط به ابعاد توسعه گردشگری ارائه شده است. این جدول شامل ۳ مقوله و ۶ کد نهایی استخراج شده از مصاحبه است.

جدول شماره ۴. مقوله‌ها و کدها در بخش شرایط مقوله محوری

مقوله‌ها	کدهای نهایی
خلق ارزش برای مشتریان	خلق ارزش
	غنی‌سازی خدمات
سیاست گردشگری	راهنمای اتخاذ تصمیمات گردشگری
	جهت‌گیری کلی گردشگری
مرجع تدوین و تصویب	چندبعدی بودن مسائل و ابهام در پیامدهای اجرای سیاست‌ها
سیاست‌ها	تدوین سیاست‌ها توسط مدیران ارشد

راهبردها

نتایج تحلیل محتوای پاسخ مصاحبه‌شوندگان، حاکی از وجود چهار مقوله مرتبط با راهبردها شامل منابع انسانی و مالی، هوشمندی کسب کار، ارائه خدمات مطلوب و توسعه زیرساخت‌های گردشگری که در جدول ۵ کدهای مربوط به ابعاد توسعه گردشگری ارائه شده که شامل ۴ مقوله و ۸ کد نهایی در این بخش مشخص شد.

جدول شماره ۵. مقوله‌ها و کدها در بخش شرایط راهبردی

مقوله‌ها	کدهای نهایی
توسعه زیرساخت‌ها	نقش زیرساخت در رشد و توسعه گردشگری
گردشگری	نقش زیرساخت‌ها در رشد و توسعه خدمات گردشگری
ارائه خدمات مطلوب به گردشگران	تأثیر ارائه خدمات در جذب گردشگر
	نقش ارائه خدمات در توسعه و درآمدزایی گردشگری
هوشمندی کسب‌وکار	نقش تکنولوژی و هوشمندی کسب‌وکار در جذب گردشگران
	تأثیر هوشمندی گردشگری در بهینه‌سازی هزینه‌ها و توسعه گردشگری
منابع انسانی و مالی	تأثیر منابع مالی در جهت تأمین سرمایه در توسعه گردشگری
	نقش نیروی انسانی در توسعه گردشگری از طریق عملکرد و تخصص خود

پیامدها

شرایط پیامدی نتیجه و حاصل راهبردها در مقابله با پدیده هستند در جدول ۶ کدهای نهایی ارائه شده است. این جدول شامل ۶ مقوله و ۱۲ کد نهایی استخراج شده از مصاحبه است.

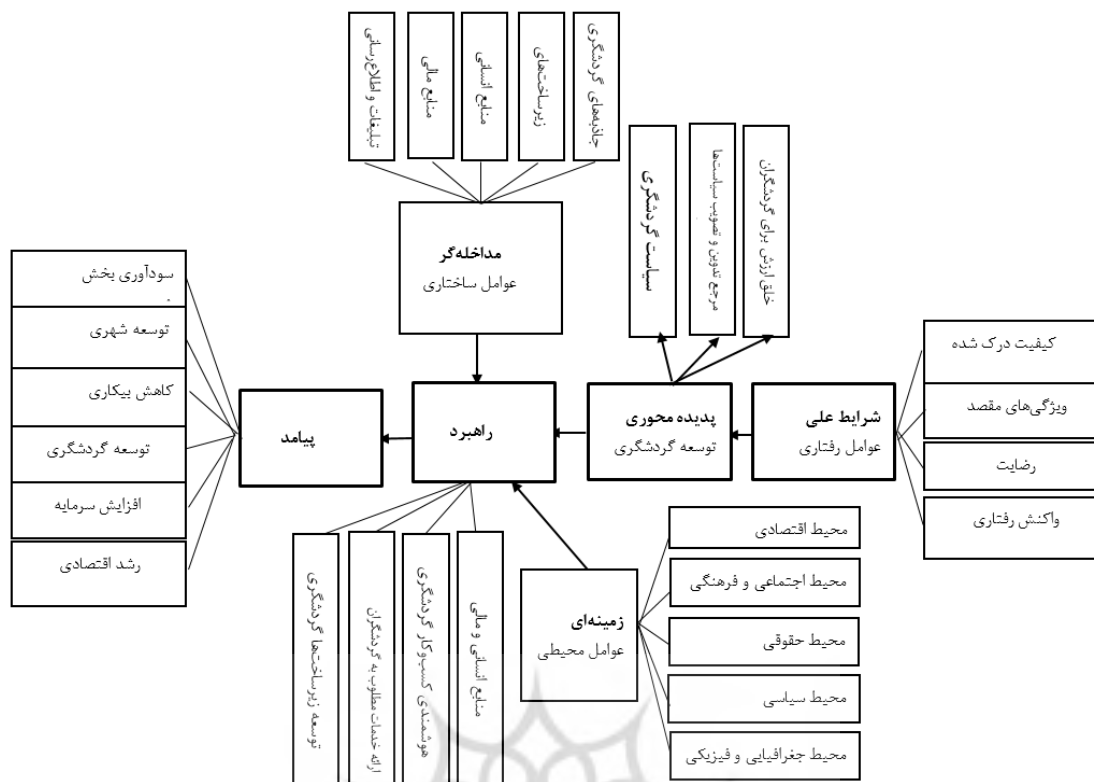
جدول شماره ۶. مقوله‌ها و کدها در بخش شرایط پیامدی

مقوله‌ها	کدهای نهایی
سودآوری بخش	سود تسهیلات بانکی کسب شده بابت گردشگری
خصوصی	تأثیر گردشگری در درآمدزایی و کمک به شهروندان و دولت
توسعه شهری	نقش گردشگری در توسعه و آبادانی شهرها نقش توسعه زیرساخت‌های گردشگری در به وجود آمدن فضاهای کسب و کار گسترده
کاهش بیکاری	تأثیر رونق گردشگری در حل نمودن معضل بیکاری جوانان درآمدزایی و اشتغال و کاهش بیکاری
توسعه گردشگری	توسعه زیرساخت‌ها در جهت رونق گردشگری سرمایه‌گذاری در بخش‌های ویژه و مختص گردشگری
افزایش سرمایه	رونق گردشگری با تأکید بر بهبود جایگاه گردشگری و افزایش درآمد جذب گردشگران داخلی و خارجی با تأکید برافزایش سرمایه و توسعه گردشگری
رشد اقتصادی	نقش رشد اقتصادی در توسعه گردشگری فراهم شدن زمین‌های جهت رفع تنگنای گردشگری از طریق رشد اقتصادی

گزاره‌های حکمی (قضایای) پژوهش

پس از استخراج عناصر و عوامل مفهوم توسعه گردشگری از مطالعه وسیع مدل‌های موجود، ابعاد و شاخص‌ها با استفاده از پرسشنامه نیمه ساختاریافته در چندین مرحله رفت و برگشتی با خبرگان (اساتید دانشگاه و مدیران گردشگری) به تعداد ۱۸ نفر، مؤلفه‌ها و شاخص‌های آن استخراج و تعیین شد.

برای تدوین مدل توسعه گردشگری از چارچوبی با عنوان چارچوب جامع تدوین استراتژی اعرابی (اعرابی، ۱۳۸۵) استفاده شده است. این چارچوب، ابزارها و روش‌هایی را ارائه می‌کند که به شناسایی ابعاد، مؤلفه، شاخص‌ها، اولویت‌ها و ارزیابی مدل تدوین شده کمک می‌کند، این چارچوب دارای چهار مرحله: الف) شروع: در این مرحله به بیان مأموریت، اهداف، روش و چشم‌انداز پژوهش اشاره می‌شود. و چشم‌انداز نیز بازتاب آینده مطلوب است. ب) مرحله ورودی: در این مرحله، متغیرهای اصلی موردنیاز برای تدوین و طراحی مدل مورد شناسایی و طبقه‌بندی قرار می‌گیرند، کار اصلی در این مرحله، تدوین فرآیند و جداول اجرا پژوهش شامل، طرح پژوهش، جمع‌آوری، تنظیم و تحلیل داده‌های محیطی و سایر عوامل و متغیرهای مؤثر بر اهداف پژوهش است. چه بسا شناخت بیشتری در قلمرو تحقیق (داخل یا خارج سازمان) منجر به تغییراتی در مأموریت، اهداف تحقیق و فرآیند اجرا و تحلیل داده‌ها می‌شود. اطلاعاتی که در این مرحله (ورودی) به دست می‌آید، مبنایی به دست می‌دهد که می‌توان از مقایسه و با در نظر داشتن آن‌ها گزینه‌ها و متغیرهای مختلف را شناسایی و استحصال نمود. ج) مرحله تطبیق یا مقایسه: در مرحله مقایسه، با توجه به اطلاعات مرحله اول و با در نظر داشتن مأموریت، اهداف، چشم‌انداز و مجموع متغیرهای تحقیق، شامل عوامل اصلی داخلی اعم از نقاط قوت و ضعف‌های کلیدی و استراتژیک و عوامل اصلی خارجی اعم از فرصت‌ها و تهدیدات کلیدی و استراتژیک و به‌ویژه تحقیق و مطالعات پیشین (پیشینه تحقیقی)، با هم تطبیق و مقایسه داده می‌شود و در واقع بین آن‌ها نوعی تناسب و توازن در عوامل داخلی و خارجی ایجاد می‌شود تا استراتژی‌هایی شناسایی شوند که در راستای تحقق اهداف تحقیق بکار گرفته شوند و ابزار تطبیق و مقایسه در این تحقیق، بهره‌گیری از استراتژی داده بنیاد تعیین گردیده است. د) مرحله تصمیم‌گیری: در مرحله آخر و با شناسایی استراتژی داده بنیاد و قابلیت اجرایی آن، به شیوه‌ای عینی و بدون اعمال نظرات شخصی استراتژی نظریه‌پردازی داده بنیاد مورد قضاوت قرار می‌گیرد.



شکل شماره ۲. مدل مفهومی

نتیجه‌گیری

در این پژوهش، مدل توسعه گردشگری، با استفاده از راهبرد نظریه داده بنیاد تبیین شد. هدف از انجام این پژوهش شناخت دیدگاه‌های خبرگان در خصوص مقوله‌های تأثیر گزار بر توسعه گردشگری بود. در قسمت شرایط علی، چهار مقوله که شامل کیفیت درک شده، ویژگی‌های مقصد، رضایت و واکنش رفتاری به دست آمد. فرهنگ افراد در مجاورت و تعامل با گردشگران دچار تغییر می‌شود. مقوله محوری به‌عنوان عنصر اصلی نیز مورد بررسی قرار گرفته و تحت شش مفهوم (کد نهایی) خلق ارزش، غنی‌سازی خدمات، راهنمای اتخاذ تصمیمات گردشگری، جهت‌گیری کلی گردشگری، چندبعدی بودن مسائل و ابهام در پیامدهای اجرای سیاست‌ها، تدوین سیاست‌ها توسط مدیران ارشد و سه مقوله خلق ارزش برای مشتریان، سیاست گردشگری و مرجع تدوین و تصویب سیاست‌ها طبقه‌بندی گردید. زمانی ارزش مقصد گردشگری به حد بالایی می‌رسد که انگیزه گردشگران مانند اعتماد به مقصد و اشتیاق به مقصد گردشگری بیشتر باشد. بر اساس این نتایج، ایجاد احساسات مثبت درباره مقصد به‌گونه‌ای که گردشگر خارجی احساس شوق و اشتیاق به برند داشته باشد، به خلق ارزش مشترک می‌انجامد. ایجاد حس اعتماد و تعهد به‌گونه‌ای که گردشگر خارجی اطمینان و احساس تعلق خاطر به مقصد داشته باشد، عاملی مؤثر در خلق مشترک ارزش به شمار می‌رود.

بر اساس مدل، توسعه گردشگری پدیده‌های گسترده می‌باشد و با حوزه‌های مختلفی در ارتباط است. لذا در برنامه‌ریزی برای ایجاد آن باید به‌صورت سیستماتیک موضوع را از ابعاد مختلف مورد بررسی قرار داد؛ بنابراین، خلق ارزش برای گردشگران، نمی‌تواند شرط لازم و کافی برای توسعه گردشگری باشد و علاوه بر آن، باید به سایر مباحث توجه داشت، از جمله مرجع تدوین و تصویب سیاست‌ها و سیاست گردشگری که موجب تسهیل و کمک به توسعه و رونق آن می‌گردد. بر اساس یافته‌های این مدل، ۵ مقوله محیط جغرافیایی و فیزیکی، محیط سیاسی، محیط حقوقی، محیط حقوقی و محیط اقتصادی به‌عنوان شرایط زمینه‌ای می‌باشند. از دیگر کدهای مستخرج به‌عنوان شرایط مداخله‌گر جاذبه‌های گردشگری، منابع انسانی، زیرساخت‌های گردشگری، تبلیغات و اطلاع‌رسانی و منابع مالی می‌باشند. توسعه فعالیت توریستی منوط بانگیزه گردشگری غالباً منوط به جاذبه‌های متنوع طبیعی، فرهنگی و تاریخی است؛ بنابراین برنامه‌ریزی در جذب

توریسم نباید تک‌بعدی باشد، چون برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در جذب توریسم داخلی و خارجی می‌تواند اقتصاد کشور را متحول سازد. خدمات اقامتی به‌عنوان یکی از بخش‌های بسیار پویای صنعت گردشگری و مسافرت است و صنعت گردشگری نظام منسجمی است که لازم و ملزوم یکدیگر می‌باشند. بدین مفهوم که اسکان در اقامتگاه‌ها هدف اصلی یک گردشگر نیست اما بدون فراهم بودن امکانات اقامتی و تأسیسات گردشگری رغبتی برای دیدار از یک جاذبه ایجاد نمی‌شود؛ بنابراین اگر راهبردها به‌درستی اجرا شوند منجر به توسعه گردشگری خواهند شد. پیامدهای توسعه گردشگری در چابهار شامل سودآوری بخش خصوصی، توسعه شهری، کاهش بیکاری، توسعه گردشگری، افزایش سرمایه و رشد اقتصادی می‌باشند. نهایتاً پیامدهایی که از این فعالیت‌ها به دست آمد را باید مورد رصد و بررسی قرار داد زیرا با بررسی پیامدها می‌توان به نقاط ضعف و قوت پی برد و در جهت اصلاح و تقویت و بهبود آن گام برداشت؛ بنابراین نتیجه می‌گیریم که مدیران صنعت گردشگری با بهره‌گیری از عناصر شناسایی شده توسعه گردشگری با استفاده از مدل ارائه شده در این پژوهش، به بررسی شکاف وضعیت مطلوب و وضعیت موجود در زمینه توسعه گردشگری در چابهار پرداخته و سپس اقدامات لازم را در جهت موانع و آسیب‌ها به عمل آورند تا بتوانند هدف نهایی توسعه گردشگری را محقق نمایند.

پیشنهادها

- ۱- تخصیص بودجه ویژه از سازمان مدیریت بودجه و برنامه‌ریزی کشور جهت تجهیز و تقویت زیرساخت‌های حمل‌ونقل اعم از نوسازی ناوگان حمل‌ونقل جاده‌ای و دریایی، توسعه خطوط هوایی، احداث شهرک فرودگاهی بین‌المللی و خطوط ریلی و اتصال شهرستان چابهار به شبکه ریلی کشور
- ۲- برگزاری سمینارها، کنفرانس، وبینار، تبلیغات و اطلاع‌رسانی از طریق شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در شهرهای مختلف داخل و خارج از کشور جهت شناساندن محیط گردشگری (فیزیکی، جغرافیایی، فرهنگی)، جاذبه‌های گردشگری طبیعی چابهار و همچنین معرفی به‌عنوان کانون ورود و خروج گردشگران.
- ۳- از شخصیت‌های مؤثر اقتصادی، فرهنگی داخلی و خارجی برای سفر به چابهار جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری دعوت شوند و تسهیلات مناسب بانکی پرداخت و سرمایه آن‌ها به‌وسیله نهادهای دولتی تضمین گردد.

تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

منابع

- (۱) ابراهیمی، فرحناز (۱۳۹۸) بررسی توان گردشگری در استان چهارمحال و بختیاری، پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار، سال ۲، شماره ۱، صص. ۴۶-۴۱.
- (۲) اجزاء شکوهی، محمد؛ بوذرجمهری، خدیجه؛ ایستگلدی، مصطفی؛ مودودی، مهدی (۱۳۹۳) بررسی اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی جامعه میزبان نمونه مطالعاتی: شهر بندر ترکمن، فصلنامه فضای جغرافیایی، دوره ۱۴، شماره ۴۷، صص. ۱۲۵-۱۰۱.
- (۳) اسدی پیمان، زهرا؛ توکلی نیا، جمیله؛ رضویان، محمدتقی؛ قورچی، مرتضی (۱۳۹۹). ارزیابی کیفیت مقصد گردشگری مرکز شهر تهران مطالعه موردی: بازار بزرگ منطقه ۱۲ تهران، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۷، شماره ۳، صص. ۵۰-۳۶.
- (۴) امیری، آریتا (۱۳۹۸) ارزیابی پتانسیل گردشگری ساحلی شمال ایران، فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۸، شماره ۳۰، صص. ۲۲۶-۲۱۴.
- (۵) ایمن، زینب؛ غفوری، مهتاب؛ خیرخواه رحیم‌آباد، کاوه (۱۳۹۵) ارزیابی و آمایش زیست‌محیطی خلیج فارس با نگرش بر مدیریت یکپارچه محیط زیستی و سواحل گردشگری آن، نشریه مطالعات فرهنگی و سیاسی خلیج فارس، دوره ۳، شماره ۷، صص. ۵۸-۳۵.
- (۶) آزادخانی، پاکزاد و شجاعی، افسانه (۱۳۹۳) نقش توسعه گردشگری در توسعه اقتصادی و محرومیت‌زدایی استان ایلام، اولین همایش بین المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش‌ها و چشم‌اندازها، ۲۸ مهرماه ۱۳۹۳، مشهد مقدس، صص. ۱۳-۱.
- (۷) حبیبی، فاتح (۱۳۹۵) بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تمایل به ورود گردشگر مطالعه موردی: شهرستان مریوان، فصلنامه مطالعات

- شهری، دوره ۵، شماره ۱۸، صص. ۳۸-۵۰.
- ۸) حجازی، سید اسدالله و جوادی، مهدی (۱۳۹۹). ارزیابی توان اکولوژیکی توسعه گردشگری با بهره‌گیری از مدل تلفیقی (AHP-TOPSIS) نمونه موردی: شهرستان سرعین، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال ۱۲، شماره ۳، صص. ۱۸-۴۰.
- ۹) زارعی متین، حسن؛ سیدجوادین، سیدرضا؛ رحیم پور، علی؛ باقری، مسلم (۱۳۹۱) تبیین مسائل صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران، مجله اندیشه مدیریت راهبردی، دوره ۶ شماره ۱، صص. ۷۳-۱۰۶.
- ۱۰) سالارزهی، حبیب اله و میرزاده، آرمینا (۱۳۹۴) شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری در منطقه آزاد تجاری صنعتی چابهار با رویکرد ترکیبی SWOT-AHP، مجله پژوهش‌های مدیریت عمومی، دوره ۸، شماره ۳۰، صص.
- ۱۱) ۱۲۱-۱۴۴.
- ۱۲) شمس‌الدینی، علی؛ درخشان، الهام، کریمی، ببرز (۱۳۹۵) ارزیابی اثرات توانمندسازی نیروی انسانی در توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد)، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دوره ۶ شماره ۲۴، صص. ۸۹-۱۰۰.
- ۱۳) عابدینی، اصغر؛ ساکت حسنلویی، میثم؛ اظهري، علی (۱۳۹۹) توسعه گردشگری طبیعی (ساحلی) با رهیافت تقویت پایداری منظر طبیعی، مطالعه موردی: محدوده سد حسنلو نقره، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۹، شماره ۳۲، صص. ۱۰۸-۱۲۲.
- ۱۴) موگویی، رکسانا؛ حسینی، سپیده؛ آل مظفر، رضا (۱۳۹۶). آرایه برنامه راهبردی گردشگری ساحلی (مطالعه موردی شهرستان نوشهر)، نشریه اقیانوس‌شناسی، دوره ۸، شماره ۲۹، صص. ۲۵-۳۳.
- ۱۵) همایونی فر، مسعود (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری در ایران با تأکید بر گردشگری سلامت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اقتصادی، به راهنمایی محمود هوشمند، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد.
- ۱۶) یآوری، حسین (۱۳۹۵) شناخت صنعت جهانگردی و گردشگری، چاپ سوم، تهران: انتشارات سیمای دانش.
- ۱۷) نصیری هنده خاله، اسماعیل؛ هادوی، فرامرز؛ زمانی، مهدی (۱۳۹۴) شناسایی رابطه بین توسعه صنعت گردشگری و رشد اقتصادی استان زنجان، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، دوره ۴، شماره ۳، صص. ۷۷-۹۵.
- 18) Badita, Amalia. (2015) Assessment of tourism supply, demand and market trends in Craiova city, Romania, *Revista de turism-studii si cercetari in turism*, Vol.14, pp.34-40.
- 19) Balan, Mariana & Burghelea, Cristina. (2016) rural tourism and its implication in the development of the Fundata Village, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol.188, pp.276-281.
- 20) Canazilles, Karolinne-Sotomayor-Azambuja. & Alves, Gilberto-Luiz. & Matias, Rosemary. (2017) Marketing of Kinikinau handicrafts in Bonito, ecotouristic city of Mato Grosso do Sul, Brazil. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol.13, No.5, pp.1171-1182.
- 21) Dallen, J. (2014) *Tourism and economic growth*: Dehli publish.
- 22) Dorofeeva, A. A. (2020) Ecotourism as a factor of the development of off-season tourism in southern Russia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, IOP Publishing.
- 23) Dwyer, L. & Forsyth, P. & Spurr, R. (2018) Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches, *Journal of Tourism Management*, Vol.25, No.3, pp.307-317.
- 24) Hwang, JaeHee. & Lee, Seong Woo. (2016) the effect of the rural tourism policy on non-farm income in South Korea, *Tourism management*, Vol.46, pp.501-513.
- 25) Ivandic, Ne. & Sutalo, I. (2018) The Contribution of Tourism to the Croatian Economy: An IO Approach, *Ekonomski Pregled*, Vol.69, No.1, pp.20-42.
- 26) Khanh Tuan, Vuong. & Rajagopal, Premkumar. (2019) Analyzing Factors Affecting Tourism Sustainable Development Towards Vietnam in the New Era, *European Journal of Business and Innovation Research*, Vol.7, No.1, pp.30-42
- 27) Kronenberg, K. & Fuchs, M. & Lexhagen, M. (2018) A multi-principal perspective on tourism's economic contribution – a regional input-output analysis for Sweden, *Tourism Review*, Vol.73, No.1, pp.94-110.
- 28) Le, Kevin X. & Dong, Wenming. (2017) Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review, *Tourism Management*, Vol.12, pp.135-142
- 29) Meliou, Elina & Maroudas, Leonidas. (2016) Understanding tourism development: A representational approach. *Tourismos, International Journal of Tourism*, Vol.5, No.2, pp.115-127.
- 30) Rosentraub, Mark & Joo, Mijin. (2016) Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions?, *Tourism management*, Vol.30, No.5, pp.759-770
- 31) Sharpley Richard. (2009) *Tourism development and the environment: beyond sustainability?* London: Earthscan.
- 32) UNWTO: definition of sustainable development of tourism. (2017) United Nations World Tourism Organization. [accessed 2017 Oct 20]. <http://sdt.un-wto.org/content/about-us-5>.
- 33) World Travel and Tourism Council. (2020) Iran: 2019 Annual Research: Key Highlights, available at <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data>.

- 34) Abedini, Asghar; Saket Hassanloui, Meysam; Azhari, Ali (2021). Development of Natural (Coastal) Tourism with the Approach of Strengthening the Sustainability of Natural Landscape, Case Study: Hasanlu Naghadeh Dam Area, *Journal of Tourism Planning and Development*, Vol. 9, No.32, pp.108-122. (In persian)
- 35) Ajza Shokoohi, Mohammad. & Bouzarjomehri, Khadijeh. & Eastgoldi, Mustafa. & Mawdudi, Mehdi. (2014) Investigating the effects of tourism on the quality of life of the host community (Study sample: Bandar-e-Turkmen county), *Journal of Geographical Space*, Vol.14, No.47, pp. 101-125(In persian)
- 36) Amiri, Azita. (2019) Assessing the potential of coastal tourism in northern Iran, *Quarterly Journal of Tourism Planning and Development*, Vol.8, No.30, pp.214-226. (In persian)
- 37) Asadi Peyman, Zahra. & Tavakoli Nia, Jamileh. & Razavian, Mohammad Taghi. & Ghorchi, Morteza. (2020) Assessing the quality of the tourist destination of Tehran city center Case study: Tehran 12th District Grand Bazaar, *Urban Tourism Quarterly*, Vol.7, No.3, pp.36-50 (In persian)
- 38) Ayman, Zeinab. & Ghafouri, Mahtab. & Khairkhan Rahimabad, Kaveh. (2016) Environmental Assessment and Planning of the Persian Gulf with a view to integrated management of the environment and its tourist beaches, *Journal of Persian Gulf Cultural and Political Studies*, Vol. 3, No.7, pp.35-58. (In persian)
- 39) Azadkhani, Pakzad. & Shojaei, Afsaneh. (2014) The Role of Tourism Development in Economic Development and Deprivation of Ilam Province, *The First International Scientific-Strategic Conference on Tourism Development of the Islamic Republic of Iran, Challenges and Prospects*, October 19, 2014, Holy Mashhad, pp.1-13. (In persian)
- 40) Ebrahimi, Farahnaz. (2019) Investigating the potential of tourism in Chaharmahal and Bakhtiari province, *Tourism Research and Sustainable Development*, Vol.2, No.1, pp.41-46. (In persian)
- 41) Habibi, Fateh. (2016) Investigating the role of social capital in the tendency of tourists to enter Case study: Marivan city, *Quarterly Journal of Urban Studies*, Vol.5, No.18, pp.38-50. (In persian)
- 42) Hejazi, Seyed Assadollah. & Javadi, Mehdi. (1399) Assessing the ecological potential of tourism development using the integrated model (AHP-TOPSIS) Case study: Sarein city, *Quarterly Journal of New Attitudes in Human Geography*, Vol.12, No.3, pp.18-40. (In persian) Homayounifar, Massoud. (2016) Investigating the Factors Affecting the Tourism Industry in Iran with Emphasis on Health Tourism, M.Sc. Thesis in Economics, under the guidance of Mahmoud Hooshmand, Faculty of Administrative and Economic Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, (In persian)
- 43) Mogui, Roxana. & Hosseini, Sepideh. & Al-Muzaffar, Reza. (2018) Presentation of Strategic Coastal Tourism Plan (Case Study of Nowshahr County), *Journal of Oceanography*, Vol.8, No. 29, pp.25-33 (In persian)
- 44) Nasiri Handeh Khaleh, Ismail. & Hadavi, Faramarz. & Zamani, Mehdi. (2015) Identifying the relationship between tourism industry development and economic growth in Zanjan province, *Quarterly Journal of Economics and Urban Management*, Vol.4, No.3, pp.77-95. (In persian)
- 45) Salarzahi, Habibollah. & Mirzadeh, Armina. (2015) Identifying and Prioritizing Tourism Development Strategies in Chabahar Industrial Free Trade Zone with a Combined SWOT-AHP Approach, *Journal of Public Management Research*, Vol.8, No.30, pp.121-144. (In persian)
- 46) Shams al-Dini, Ali. & Derakhshan, Elham. & Karimi, Bebraz. (2017) Assessing the effects of human resource empowerment in the development of tourism industry (Case study: Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad Provinces), *Regional Planning Quarterly*, Vol.6, No.24, pp.89-100. (In persian)
- 47) Yavari, Hussein. (2016) Understanding the Tourism Industry, Third Edition: Simaye Danesh Publications, Azar, (In persian)
- 48) Zarei mtin, Hassan. & Seyed Javadin, Seyed Reza. & Rahimpour, Ali. & Bagheri, Muslim. (2012) Explaining the problems of the tourism industry of the Islamic Republic of Iran, *Journal of Strategic Management Thought*, Vol.6, No1, pp.73-106. (In persian)