

The role of services in the development of tourism, A case study: Shiraz metropolis

Ali Akbar Izadi Saadi¹, Masoud Taghvaei² , Yaghowb Peyvastehgar

1. PhD Student in Geography und Urban Planning, Yasuj Branch, Islamic Azad University, Yasuj, Iran.
2. Professor of Geography and Urban Planning, Faculty of Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Iran. E: m.taghvaei@geo.ui.ac.ir (Corresponding Author).
3. Architecture and Urban Planning, Yasuj Branch, Islamic Azad University, Yasuj, Iran.
E: Peyvastehgar@gmail.com.

ARTICLE INFO

Keywords

Key words
Tourism
Development
Tourism services
Shiraz

Article History:

Received:
18 AU 2024
Received in revised form:
05 NO 2024
Accepted:
11 NO 2024
Available online:
21 NO 2024

ABSTRACT

Today, the efforts of cities and tourist destinations to differentiate themselves from other destinations and to appear on global tourism maps, due to the adoption of dictated and identical strategies, has unintentionally led to the opposite results. In order to solve these challenges, a new form of tourism, called service tourism, has been popularized. The purpose of this research is to find strategies for the development of tourism services in the city of Shiraz, which was carried out in a descriptive-analytical way. The current research is an applied-developmental type of research. Two field methods based on questionnaire and library have been used to collect data, and Meta-Swot technique has been used to develop tourism development strategies. After examining the strengths and potentials of Shiraz in the direction of developing tourism services and determining the position of this city compared to two important tourism competitors, the most important results of the examination of external factors include the wear and tear of facilities, equipment and tools used, including the road network, hotels and guesthouses, etc., insufficient quantity and quality of facilities, equipment, amenities and service infrastructures in the city of Shiraz, lack of integrity in providing tourism services using information technology, lack of attention to fair distribution of services. At the level of tourism attractions, lack of allocation of necessary and sufficient budget for tourism services, weakness in civil manners (human weaknesses, non-compliance with social responsibility, etc.), habitation of addicts, vagabonds and vagabonds are in the historical and valuable context of the city.

Citation: Izadi Saadi, A., Taghvaei, M. & Yaghowb Peyvastehgar, Y. (2024). The role of services in the development of tourism, A case study: Shiraz metropolis. *Journal of Geography*, 22 (82), 1-26.

 <http://10.22034/iga.2024.2038471.1328>



© The Author (s).

Publisher: Iranian Geographical Associati

This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Extended Abstract

Introduction

Benefiting from the valuable consequences of tourism will be possible when there is sufficient knowledge about the nature of this phenomenon and its characteristics and the capabilities of different regions of the country. Among the serious challenges to the development of tourism is the imbalanced growth between the capabilities and potentials of tourism in a region or a country with the growth of the sector providing services to tourists. Big and touristic cities are facing many problems, and this issue, especially in historical cities with traditional contexts that are located in the center of the city, makes it difficult to provide services for city residents, and the location of tourist centers in the traditional context and the pressure of tourism. This doubles the problem. In order to reduce and prevent the negative effects of tourism and proper distribution of space for providing services, it is necessary to determine the model of the city's tourist space and organize tourist spaces to provide city facilities and services such as hotels and restaurants, residences, transportation access facilities, increase the attractiveness of Cultural and artistic activities and providing tourist services. The city of Shiraz is one of the centers of attracting tourists at the national and international level in Iran. Due to its proximity to Takht Jamshid, this city hosts a large number of domestic and foreign tourists every year. Also, by having abundant environmental resources and benefiting from the cultural and historical support of several thousand years, it has a special ability to develop the tourism industry, but in terms of the prosperity of these functions, it has not been able to gain a place worthy of attention. The current research seeks to develop strategies for the development of tourism services, so that by evaluating these variables, the performance of officials and managers from the perspective of the people, experts, tourists and trustees of Shiraz city, in relation to the development of urban tourism services, and practical solutions for improvement. The existing situation and the satisfaction of tourists should be presented as a result.

Methodology

This research is considered to be an applied-developmental goal and a documentary, library, descriptive, analytical, causal and survey method. To conduct the research, first, the information available in written sources and specialized and related organizations was extracted, and in order to complete and update the information, questionnaires and observation of tourism services were used. The statistical population of this research consists of three groups. In the first part, experts, activists and senior managers of the General Department of Fars Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts, professors specializing in tourism in universities, the cultural and social organization of the municipality, as well as private sector activists in Shiraz city were used, and in the second part, executive directors and experts were used. Related institutions and organizations and the third group are tourists. The model used in the analysis of the current research is MetaSWOT.

Results and Discussion

Finally, in order to formulate the final solutions, it was judged about the amount and possibility of combining important environmental factors with resources and abilities, and it was determined whether the combination of these factors with each other is a way forward in formulating a strategy. Based on this, the most important measures in this direction can be mentioned as follows:

One of the important factors in the development of tourism services of Shiraz International Airport is that if it is managed on the basis of autonomous and self-governing management based on meritocracy (administered in the form of a company), that is, the manager collects the revenues in proportion to the expenses. Also, one of the problems in the development of tourism services is the legal and legal contradictions that have always created limitations for this sector; Therefore, it is necessary to review and resolve these contradictions in order to be able to take steps to develop tourism services from the existence of valuable ecological, historical and cultural areas in the context of Shiraz city. Considering that Shiraz is the export hub of engineering and technical services in the south of the country, by increasing the support and cooperation (financial and administrative) between official institutions, private sectors and public institutions, the creation of tourism service centers can be organized and promoted. And by emphasizing the spirit of hospitality of the people of Shiraz, which is divided due to

contradictions in social and cultural laws, he strengthened it by setting moral codes in the form of a legal article in a clear and explicit manner. One of the strengths of the city of Shiraz is its uniqueness in terms of medicine and treatment, which has provided the opportunity for branding in this field.

Conclusion

Tourism services as one of the new topics in the world of urban planning have been noticed by many planners and policy makers. In this research, the city of Shiraz was considered as a destination city for tourism services. After examining the strengths and potentials of Shiraz in the direction of developing tourism services and determining the position of this city compared to two important tourism competitors, as well as the results of examining external factors, the most important of which is the wear and tear of facilities, equipment and tools used, including the road network, hotels and guesthouses, etc., insufficient quantity and quality of facilities, equipment, amenities and service infrastructures in the city of Shiraz, lack of integrity in providing tourism services using information technology, lack of attention to fair distribution of services at the level of tourist attractions, lack of allocation of necessary and sufficient budget for tourism services, weakness in civil manners (human weaknesses, lack of social responsibility, etc.), habitation of addicts, vagabonds and vagrants in the historical and valuable context of the city.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

The contribution of the first and second authors is 80% and the contribution of the third author is 20%.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

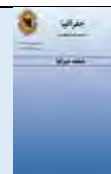
According to the responsible author, this article is an extract from a doctoral thesis and has no financial support.

References

- 1) Akroush, M. N., Jraisat, L. E., Kurdieh, D. J., AL-Faouri, R. N. & Qatu, L. T. (2016). Tourism service quality and destination loyalty—the mediating role of destination image from international tourists' perspectives, *Tourism review*, 71(1), 18-44. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2014-0057>
- 2) Ali Akbari, I., Hassanzadeh, M.M., Dadres, B. and Saqaei, M. (1402). Strategic tourism planning of Yasouj city using Metaswat model based on sustainable development approach, *Scientific Journal of Physical Development Planning*, (1) 10, 117-131. [Persian]. <https://www.doi.org/10.30473/psp.2023.64956.2620>
- 3) Ansari, M. (1401). Analysis of influencing factors on tourists' desire to visit again with an emphasis on the quality of tourism services in the destination (case study: Khorramabad city), *Journal of Geographical Engineering of the Land*, (4) 6, 963-975. [Persian]. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.25381490.1401.6.4.13.6>
- 4) Asgharzadeh, S., Abbasi, E. & Chobchian, SH. (2023). Determinants of rural tourists' satisfaction and loyalty towards ecotourism accommodations in Gilan province, *Rural and Development Quarterly*, (1) 26, 167-192. [Persian]. <https://doi.org/10.30490/rvt.2023.354731.1365>
- 5) Ashouranjad, GH. & Behnam Morshidi, H. (2017). Assessing the status of tourism services in Fars province by combining Fuller and TODIM hierarchical multi-criteria techniques, *Journal of Geography and Human Relations*, (1)1, 14-34. [Persian]. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.26453851.1397.1.1.4.5>
- 6) Ateeme Sarhan, H., Khavarian Garmsir, A., Sadeghi, A., Kabirzadeh, M. & Haji Ghasemi, Z. (2023). Strategic politicization of religious tourism with an emphasis on the competitiveness of Shiite holy cities in the Islamic world: a case study of the holy city of Karbala, *Community and Policy Quarterly*, (2) 1, 35-52. [Persian]. <https://sanad.iau.ir/fa/Article/783349>

- 7) Bai, J., Tang, Z. & Yan, L. (2024). Research on tourism spatial justice based on residents' perception: A case study on Babao Town of Qilian Mountain National Park (Qinghai area). *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 47, 100801. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2024.100801>
- 8) Badri, S.A., Rezvani, M., Torabi, Z. & Malkan, A. (2014). Metaswat, a strategic tool for sustainable tourism planning (case study: Meighan village), *Journal of Tourism Planning and Development*, (13) 4, 29-50. [Persian].
- 9) Behnam Morshidi, H., Ahmadi, D., Faraji Sobbar, H.A. & Rezvani, M.R. (2015). Spatial zoning of tourism centers in order to determine the optimal areas of tourism services in Fars province, *Regional Planning Quarterly*, 6(21), 17-30. [Persian].
- 10) Bidgoli, A., Aghamiri, S.O. & Dehghan, S. (1401). The development of Iran's tourism services in the conditions of the spread of the Corona virus (with emphasis on the existing potentials), *Jahan Navin Quarterly*, (18)5, 47-60. [Persian]. <https://elmnnet.ir/account/login?returnUrl=%2Fdoc%2F2599129-94002>
- 11) Ghasemi Khozani, M. (1390). Tourism as a system (example: Mashhad), *Journal of Geography and Regional Development*, (2) 9, 567-592. [Persian]. <https://doi.org/10.22067/geography.v9i17.13483>
- 12) Giambona, F., Magrini, A. & Fusco, E. (2024). Assessing tourism sustainability in European Union countries: A multi-directional benefit of the doubt composite indicator. *Socio-Economic Planning Sciences*, 95, 102042. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2024.102042>
- 13) Haq, I., Pardaev, J., Allayarov, P. & Munir, S. (2024). The impact of financial innovation and infrastructure on inbound tourism in Central Asia, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100175. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100175>
- 14) Heydarzadeh, K., Najafi, K. & Hosseini, S.A. (2016). The effect of the quality of tourism services on loyalty to the tourist destination according to the mediating role of the mental image of the tourist destination and tourists' satisfaction, *Journal of Tourism Management Studies*, (40)12, 115-153. [Persian]. <https://doi.org/10.22054/tms.2018.19440.1534>
- 15) Hussain, A., Mandić, A. & Fusté-Forné, F. (2024). Transforming communities: Analyzing the effects of infrastructure and tourism development on social capital, livelihoods, and resilience in Gilgit-Baltistan, Pakistan, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 59, 276-295. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.04.017>
- 16) Izadi Saadi, A.A., Taqvai, M. & Panideshgar, Y. (2022). Analysis of opportunities and threats of development of tourism services (Shiraz city case study), *Journal of Application of Geographic Information System and Remote Sensing in Planning*, (3) 12, 75-91. [Persian]. https://journals.iau.ir/article_692688.html
- 17) Izadi Saadi, A.A., Taqvai, M. & Panideshgar, Y. (2022). Investigation and evaluation of the effective factors on the improvement of the development of tourism services in the city of Shiraz, scientific and research quarterly of new attitudes in human geography, (2) 14, 123-141. [Persian].
- 18) Ignaccolo, C., Zheng, Y. & Williams, S. (2023). Tourism Morphometrics in Venice: Constructing a Tourism Services Index (TSI) to unmask the spatial interplay between tourism and urban form. *Cities*, 140, 104369. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104369>
- 19) Jamshidi, M., J., Barakpour, N. & Kalantari, KH. (2018). Explaining the political economy effects of religious tourism on the unbalanced distribution of tourist services in Mashhad, *Tourism Management Studies Quarterly*, (47) 14, 221-260. [Persian]. <https://doi.org/10.22054/tms.2019.10613>
- 20) Kafashan Tusi, F., Hassanabadi, D. & Alinaghizadeh, M. (2019). Analysis of the spatio-temporal distribution of tourism service infrastructures in order to optimally manage and increase the productivity of the tourism industry, a case study of Shahrood city, *Regional Geography and Planning Quarterly*, (38) 10, 593-615. [Persian]. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22286462.1399.10.38.3.8>
- 21) Kosova, R., Halidini, D. Q., Xhafaj, E., Gjika, N. & Kosova, A. M. (2023). Assessing tourism service quality in Albania: A 5-scale Likert survey analysis and interpretation with SPSS. In *Proceeding Book of 4th International Conference on Engineering and Applied Natural Sciences ICEANS 2023*.
- 22) Khanian brothers, Z., Azari, Z. & Behbodi, D. (1402). Measuring the sustainability of tourism indicators as the key core of the service sector of East Azarbaijan Province, *Regional Economy and Development Quarterly*, (2) 30, 78-123. [Persian] <https://doi.org/10.22067/erd.2023.84582.1200>
- 23) Mousavi, M., Sadat Kohki, F. & Jalalian, S.I. (2018). Evaluation of factors affecting the development of urban tourism (case study: Urmia city), *Urban Tourism Scientific Quarterly*, (2) 6, 61-77. [Persian]. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.240063.371>

- 24) Mamirkulova, G., Mi, J., Abbas, J., Mahmood, S., Mubeen, R. & Ziapour, A. (2020). New Silk Road infrastructure opportunities in developing tourism environment for residents better quality of life, *Global Ecology and Conservation*, 24, e01194. <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2020.e01194>
- 25) Nasralli, Z., Jahanbazi, N. and Naseri, T. (2014). Ranking of the country's provinces according to tourism attractions, *Tourism Management Studies Quarterly*, (28)9, 17-37. [Persian]. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.23223294.1393.9.28.2.0>
- 26) Rezaei, M. & Ghasemi, M. (1401). Evaluation of tourism capabilities and its role in urban development with emphasis on strategic planning (case example: Kerman city), *Urban Environment Policy Quarterly*, (5) 2, 1-16. [Persian]. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.27833496.1401.2.5.8.1>
- 27) Rezaei, M.R., Oroji, H. & Azizi, H. (1402). Analyzing the tourism development of Shiraz city with a resilience approach using the Metaswat model, *Journal of Tourism and Leisure*, (15) 8, 145-168. [Persian]. <https://doi.org/10.22133/tlj.2023.375331.1067>
- 28) Shadour, S. & Arabi, M. (1401). Evaluation and leveling of the supply space of tourism services and facilities in the coastal city of Bushehr using GIS and fuzzy logic, *Journal of Human Geography Research*, (3) 54, 889-905. [Persian]. <https://www.doi.org/10.22059/jhgr.2021.310053.1008172>
- 29) Soltani, N.; Mousavi, M. & Salami, H. (2012). Tourism development strategies from the point of view of service providers using Delphi models and network analysis process (case study: West Azarbaijan Province), *Arid Regions Geographical Studies Quarterly*, (12) 4, 19-39. [Persian]. https://jargs.hsu.ac.ir/article_161330
- 30) Taqvai, M. & Ghafari, Ramin (2009). Spatial planning in the development of the tourism industry (case study: Chaharmahal Bakhtiari province, Bazfat axis), *Geographical Research Quarterly*, (96) 25, 79-100. [Persian].
- 31) Taqvai, M. & Ranjbar Dastanai, M. (2009). An analysis on the distribution of touristic facilities and services in Northeast Chaharmahal Bakhtiari Province, *Scientific and Research Quarterly of Urban Planning and Research*, (1) 1, 21-48. [Persian]. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22285229.1389.1.1.2.1>
- 32) Taqvai, M. & Zanganeh, M. (2011). An analysis of tourism development in Shandiz resort area of Mashhad, scientific and research journal of Geography and Planning (Geography Faculty), (42) 16, 89-112. [Persian]. https://geoplanning.tabrizu.ac.ir/article_31_23a515b78023d077a1e221b0cac195d0.pdf
- 33) Taqvai, M., Pourbagheri, A. & Shafiei, M. (1401). Analysis of indicators affecting the realization of creative city, case study: Shiraz city, studies of urban structure and function, (31) 9, 171-198. [Persian]. <https://doi.org/10.22080/usfs.2022.22764.2215>
- 34) Worker, S., Regghi, M. & Ghayorbaghani, S.M. (2019). Strategic planning of the development of tourism businesses in Mashhad using the Metaswat technique, *Scientific-Research Quarterly of Tourism Planning and Development*, (32) 9, 179-195. [Persian]. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.17473.3154>
- 35) Titu, MM., Raulea, A-S. & Titu, S. (2016). Measuring service quality in tourism Industry, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 221,294-301. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.118>
- 36) Wang, X., Yang, W. & Ren, X. (2023). Impacts of public service supply on the tourism industry in the high-speed rail era: Evidence from the central regions of China, *Transport Economics and Management*, 1, 139-150. <https://doi.org/10.1016/j.team.2023.09.002>
- 37) Yang, E. & Smith, J. W. (2024). Tourism supply and demand in the gateway communities of southeastern Utah (USA), *Journal of Destination Marketing & Management*, 32, 100899. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100899>



نقش خدمات در توسعه گردشگری، مطالعه موردی: کلانشهر شیراز

علی اکبر ایزدی سعدی^۱، مسعود تقوایی^۲، یعقوب پیوسته گر^۳^۱. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد یاسوج، دانشگاه آزاد اسلامی، یاسوج، ایران E: ali1350shiraz@gmail.com^۲. استاد گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی، دانشگاه اصفهان، ایران. (نویسنده مسئول).E: m.taghvaei@geo.ui.ac.ir^۳. دانشیار گروه معماری و شهرسازی، واحد یاسوج، دانشگاه آزاد اسلامی، یاسوج، ایران E: Peyvastehgar@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
واژگان کلیدی: گردشگری توسعه خدمات گردشگری شیراز تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۲۸ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۰۹/۰۱	امروزه تلاش شهرها و مقاصد گردشگری برای متمایز شدن از سایر مقاصد و به چشم آمدن در نقشه های جهانی گردشگری، به دلیل اتخاذ استراتژی های دیکته شده و همسان، ناخواسته به نتایج معکوسی منتهی شده است. به منظور رفع این چالش ها، شکل جدیدی از گردشگری، به نام گردشگری خدمات رواج یافته است. هدف این پژوهش یافتن استراتژی هایی برای توسعه خدمات گردشگری در شهر شیراز می باشد که به روش توصیفی - تحلیلی انجام گرفته است. پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کاربردی - توسعه ای است. برای گردآوری داده ها از دو روش میدانی مبتنی بر پرسش نامه و کتابخانه ای استفاده شده است و جهت تدوین استراتژی های توسعه گردشگری، از تکنیک Meta-Swot استفاده شده است. بعد از بررسی نقاط قوت و پتانسیل های شیراز در راستای توسعه خدمات گردشگری و مشخص شدن جایگاه این شهر نسبت به دو رقیب مهم گردشگری نزدیک به خود، مهم ترین نتایج بررسی عوامل خارجی شامل آنها فرسودگی تأسیسات، تجهیزات و وسایل مورد استفاده از جمله شبکه راه ها، هتل ها و میهمان سراها و...، ناکافی بودن کمی و کیفی تسهیلات، تجهیزات، امکانات و زیرساخت های رفاهی خدماتی در شان شهر شیراز، عدم یکپارچگی در ارائه خدمات گردشگری با استفاده از فناوری اطلاعات، عدم توجه به توزیع عادلانه خدمات در سطح جاذبه های گردشگری، عدم تخصیص بودجه لازم و کافی برای خدمات گردشگری، ضعف در آداب مدنی (ناتوانی های انسانی، عدم رعایت مسئولیت اجتماعی و ...)، سکونت معتادان، ولگردان و افغانه در بافت تاریخی و باارزش شهر می باشد.

استناد: ایزدی سعدی، علی اکبر؛ تقوایی، مسعود و پیوسته گر، یعقوب. (۱۴۰۳). نقش خدمات در توسعه گردشگری، مطالعه موردی: کلانشهر شیراز، فصلنامه علمی جغرافیا، (۸۲) ۲۲، ۲۶ - ۱.

doi: <http://10.22034/iga.2024.2038471.1328>



مقدمه و پیشینه

گردشگری قطعاً یکی از محرک‌های اصلی توسعه اقتصادی مناطق است. طبق گزارش مجمع جهانی اقتصاد (WEF)، در سال ۲۰۱۹ بخش سفر و گردشگری (T&T) به طور مستقیم و غیرمستقیم ۱۰/۴ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی (۱۰/۳ تریلیون دلار آمریکا) و ۱۰/۵ درصد از کل مشاغل را به خود اختصاص داده است (Giambona et al, 2024: 3). گردشگری از دیرباز مورد توجه همه تمدن‌های بشری بوده است (نظری و همکاران، ۱۴۰۳: ۱۹). در واقع گسترش زیرساخت‌های اقتصادی، بهداشتی، امنیتی و ارتباطی در قرن بیست و یک گردشگری را به واقعیتی اجتناب ناپذیر در زندگی انسان‌ها تبدیل کرده است (حاجی آقائزاد و همکاران، ۱۴۰۲: ۷۱) و صناعی که توسط تفریحات و گردشگری در فضای باز پشتیبانی می‌شوند، اکنون جزئی از اقتصاد بسیاری از جوامع هستند (Yang & Smith, 2024: 2). بهره‌مندی از پیامدهای ارزشمند گردشگری زمانی امکان پذیر خواهد بود که شناخت کافی در مورد ماهیت این پدیده و ویژگی‌های آن و قابلیت‌های مناطق مختلف کشور صورت گیرد (تقوایی و زنگنه، ۱۳۹۱: ۹۱). امروزه گردشگری به عنوان یک نیروی قدرتمند برای رشد اقتصادی و ارتقای تنوع فرهنگی در سطح جهانی تلقی می‌شود (Kosova et al, 2023: 532) و برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری، مستلزم توسعه و توجه به نیازها، ویژگیها و خواسته‌های بازار به عنوان عوامل تقاضا و مدیریت نحوه استفاده از جاذبه‌ها، خدمات و تسهیلات گردشگری به عنوان عوامل عرضه گردشگری می‌باشد (Kurniadi & et al, 2016: 0233). تمایز گردشگران بیشتر بر انگیزه مسافرت، هدف از مسافرت، تجربه‌ها و معانی مد نظر افراد مبتنی است و موفقیت و توسعه گردشگری وابسته به شناسایی صحیح اجزاء و عناصر بعد عرضه است. برخی معتقدند محصول قابل عرضه گردشگری شامل کالاها، خدمات غذایی، حمل و نقل، دفاتر سیاحتی، امکانات سرگرمی و تفریحی و سایر خدمات مسافرتی می‌شود (نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۳). از جمله چالش‌های جدی در برابر توسعه گردشگری، رشد نامتوازن بین قابلیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری یک منطقه یا یک کشور با رشد بخش ارائه خدمات به گردشگران می‌باشد. هر منطقه‌ای با بسترهای مناسب بازاریابی (داخلی یا خارجی) و جاذبه‌های گردشگری فراوان، نیاز شدیدی به توسعه بخش ارائه خدمات در آن منطقه دارد (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۹) و وجود زیرساخت‌های مناسب در هر مکان در جلب و کسب رضایت گردشگران برای تکرار سفر اهمیت بالایی دارد (فردوسی و بابائی، ۱۴۰۲: ۱۶).

در حقیقت کیفیت گردشگری، یکی از سیاست‌های گردشگری جهانی در راستای رشد سریع صنعت گردشگری، از سال ۲۰۰۰ به بعد، است و بهبود خدمات با بهبود روابط بین مشتریان و تأمین کنندگان همراه بوده که برای دستیابی به این مهم، باید نیازهای مشتری به تفصیل شناخته شود (Titu & et al, 2016: 300). از نظر اشتغال‌زایی نیز اکثر شغل‌ها در جوامع کنونی جزء بخش خدمات به حساب می‌آیند (برادران خانیان و همکاران، ۱۴۰۲: ۹۲). بدون تردید همه کشورهای جهان در رقابتی تنگاتنگ در پی بهره‌گیری از مزایای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ... به ویژه دریافت سهم بیشتری از درآمد و بالابردن سطح اشتغال ناشی از بهینه‌سازی این صنعت خدماتی هستند (اصغرزاده و همکاران، ۱۴۰۲: ۱۷۲). توسعه مقاصد گردشگری هدف تحقق عدالت فضایی در گردشگری را دنبال می‌کند (Bai et al, 2024: 2). برای تحویل تقاضای گردشگری، یک ناحیه یا شهر ... باید قادر باشیم به گونه‌ای خدمات را فراهم کنیم که با نیاز و جواب‌های گردشگران مطابقت داشته باشد. تطبیق عرضه با تقاضا (تعیین تفاوت میان آنچه گردشگر جستجو می‌کند و آنچه در آن ناحیه وجود دارد)، کلید راه رسیدن به توسعه صحیح و نهایی گردشگری است (قاسمی، ۱۳۹۰: ۹۸).

شهرهای بزرگ و توریستی با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو هستند و این موضوع بخصوص در شهرهای تاریخی دارای بافت سنتی که در مرکز شهر قرار گرفته‌اند، باعث می‌شود خدمات‌رسانی برای ساکنان شهر مشکل شود و قرارگیری

مراکز توریستی در بافت سنتی و فشار توریسم، این مشکل را دوچندان می‌کند. برای کاهش و پیشگیری تأثیرات منفی توریسم و پراکنش مناسب فضایی برای ارائه خدمات، لازم است نسبت به تعیین الگوی فضای توریستی شهر و ساماندهی فضاهای توریستی برای تأمین امکانات و خدمات شهری مانند هتل‌ها و رستوران‌ها، اقامتگاه‌ها، وسایل دسترسی حمل‌ونقل، افزایش جذابیت‌های فرهنگی و هنری و عرضه خدمات توریستی اقدام نمود. با عنایت به جایگاه رفیع و روبه رشد گردشگری در بازار جهانی و نقش مؤثر آن در بروز تحولات مثبت ساختاری-کارکردی در ممالک عقب مانده و در حال توسعه، لازم است با تکیه بر تنوع چشم اندازهای طبیعی و غنای موجود در میراث های مادی و معنوی هزاران ساله ایران، در راستای توسعه صنعت مذکور، به گونه ای گام برداریم که با حذف یا تعدیل بازخوردهای منفی و احتمالی، سهم واقعی کشورمان را در عرصه رقابت های جهانی به دست آوریم (تقوایی و غفاری، ۱۳۸۹: ۸۱-۸۰)؛ زیرا ایران می تواند در منطقه و جهان به واسطه پتانسیل های فراوانی که دارد، از پیشروان صنعت توریسم باشد؛ در این میان، یکی از مهمترین فاکتورهای جذب گردشگر به سوی مکانهایی که دارای قابلیت جذب گردشگر هستند، وجود امکانات مناسب و زیرساختها است (تقوایی و رنجبر دستنایی، ۱۳۸۹: ۲۲).

شهر شیراز یکی از مراکز جذب گردشگر در سطح ملی و بین المللی در کشور ایران است. قرارگیری ارتفاعات باباکوهی، پشت مله، امرغون و رودخانه خشک در شمال بافت شهر و قرار گیری ارتفاعات دراک، قره باغ و قبله و رودخانه چنار راهدار در جنوب بافت شهر و همچنین موقعیت مجموعه باغ‌های قصر دشت در شمال غربی این دهانه و عملکرد آن به عنوان فیلتر و تلطیف کننده هوا و در نهایت منتهی شدن این کریدور وسیع به دریاچه نمک، شهر شیراز را در موقعیت خاص اکولوژیکی قرار داده است. این شهر به دلیل نزدیکی به تخت جمشید، هر ساله میزبان تعداد زیادی از گردشگران داخلی و خارجی است؛ همچنین با برخورداری از منابع سرشار محیطی و بهره گیری از پشتوانه تاریخی تمدنی و فرهنگی چند هزار ساله از قابلیت ویژه‌ای برای توسعه صنعت گردشگری برخوردار است، اما به لحاظ شکوفایی این کارکردها، نتوانسته جایگاه درخور توجهی را کسب کند. مجموعه آثار به جای مانده از دوره‌های گذشته تاریخی بیانگر این مطلب است که شهر شیراز با اهمیتی ویژه همواره مورد توجه بوده است. همچنین طبیعت جذاب و غنی به یاری منحصر به فردترین آثار تاریخی و باستانی این شهر آمده و جلوه‌های اعجاب انگیزی از زیبایی‌های طبیعی را به نمایش گذاشته و این شهر را به لحاظ طبیعی نیز در ردیف مناطق دیدنی ایران قرار داده است. علاوه بر این، شیراز دارای آب و هوای مناسب و پتانسیل های طبیعی با ارزشی است. گردشگران علاوه بر انگیزه و اشتیاق برای دیدار مراکز تاریخی، مذهبی، فرهنگی هر شهر، انتظار دارند تمام شرایط برای ورود آنها به آن شهر فراهم باشد تا هم منزلت آنها به عنوان یک گردشگر مورد توجه قرار گیرد و هم با گذشته یک شهر (کشور) آشنا شوند. آنها می‌خواهند نیاز گردشگران توسط جامعه میزبان تامین شود و در عین حال با پرداخت هزینه‌های مختلف خدمات ارائه شده را ارج نهند. ولی باوجود ظرفیت بالای شیراز برای جذب گردشگران، امکانات لازم برای ارائه خدمات به گردشگران دارای کاستی‌های است که موجب شده تا این شهر نتواند متناسب با جایگاه تاریخی و جاذبه‌های فراوانش گردشگران را راضی نگه دارد.

در واقع، می‌توان گفت: فاصله بین وضع موجود در جذب گردشگران خارجی و داخلی با آنچه که به‌عنوان وضع مطلوب می‌توان تصور کرد بسیار زیاد است. باتوجه به اینکه گردشگری، صنعتی است که به لحاظ تنوع فعالیت‌ها با اکثر بخش‌های اقتصادی در ارتباط است و رونق و توسعه آن، رونق سایر بخش‌ها را به دنبال دارد. برای رواج کیفیت خدمات ارائه شده به گردشگران، تأمین‌کنندگان این بخش شامل خدمات مسافرتی، رستوران‌ها؛ اقامتگاه‌ها، و صرافی‌ها و غیره باید وارد عمل شوند. با این وجود، افزایش تعداد گردشگران ناراضی نشان می‌دهد که ابتکارات اخیر باهدف بهبود

خدمات گردشگری موفق نبوده است؛ و این امر منجر به ظهور سؤالاتی در زمینه دلایل مشکلات کیفی، کمی، تنوع، رضایتمندی در خدمات جاری در صنعت گردشگری و راههای احتمالی ارتقای خدمات در این صنعت شده است؛ لذا با عنایت به گستردگی و تنوع در جاذبه‌های طبیعی، مذهبی، فرهنگی و تاریخی شهر شیراز، با تدوین راهبردهای بر مبنای بهبود خدمات گردشگری، انتظار تحقق بخشی قابل ملاحظه‌ای از نتایج گردشگری در اقتصاد کشور بعید نیست. شهرهای توریستی از جمله شیراز اغلب با مشکلاتی مانند ازدحام گردشگر به خصوص در زمان‌های خاصی از سال مواجه هستند. برنامه‌ریزی درست به تعیین ظرفیت پذیری شهرها کمک می‌کند تا از ازدحام در فضاهای عمومی، جاذبه‌های توریستی و امکانات شهری جلوگیری شود. این کار باعث توزیع مناسب گردشگران و حفظ تعادل بین نیازهای جامعه محلی و گردشگران می‌شود. برنامه‌ریزی در بخش خدمات گردشگری در شهر شیراز از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا این فرآیند به بهبود کیفیت خدمات، ارتقای تجربه گردشگران و توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی کمک می‌کند.

یکی از مهم‌ترین اهداف برنامه‌ریزی در بخش گردشگری، ارتقای کیفیت خدمات است. این شامل بهبود خدمات حمل‌ونقل، اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها، راهنمایی گردشگری و سایر خدمات ضروری برای گردشگران است. ارائه خدمات باکیفیت، رضایت گردشگران را افزایش داده و احتمال بازگشت آنها را بیشتر می‌کند. همچنین برنامه‌ریزی مناسب می‌تواند به بهینه‌سازی منابع مالی اختصاص یافته برای بخش گردشگری کمک کند. پژوهش حاضر به دنبال تدوین راهبردهای توسعه خدمات گردشگری است، تا با ارزیابی این متغیرها، عملکرد مسئولین و مدیران از دیدگاه مردم، کارشناسان، گردشگران و متولیان شهر شیراز، در رابطه با توسعه خدمات گردشگری شهری بررسی گردد و راهکارهای عملی در جهت بهبود وضع موجود و در نتیجه رضایت گردشگران ارائه شود. در واقع پژوهش حاضر به دنبال این است که پتانسیل‌ها و نقاط ضعف کلان‌شهر شیراز در راستای توسعه خدمات گردشگری کدام‌اند و در این راستا بهترین استراتژی‌ها شامل چه مواردی می‌باشد؟ هدف، شناسایی نکات و عواملی است که در ارتباط با ارائه خدمات، در رابطه با توسعه گردشگری، آثار مثبت دارند. یافته‌های پژوهش حاضر می‌تواند مسئولین و مدیران شهر را در بالابردن سطح توسعه خدمات گردشگری شهری و افزایش رضایت محلی و هم چنین رضایت گردشگران با کمترین آسیب محیطی، یاری رساند. در ادامه نمونه‌هایی از پژوهش‌های صورت گرفته پیرامون موضوع ارائه شده است.

نقطه تمایز این تحقیق با سایر تحقیقات در آن است که این تحقیق به طور اختصاصی نقاط قوت و ضعف و تهدیدها و فرصت‌های خدمات گردشگری را از ۴ دیدگاه متفاوت (متولیان، کارشناسان، مردم بومی و گردشگران) مورد بررسی قرار خواهد داد؛ و با استفاده از استراتژیهای چهارگانه و تعیین شکاف انتظارات و ادراک گردشگران بطور همزمان، راهکارهای کاربردی و برنامه‌های کارآمد ارائه خواهیم نمود.

اکروش^۱ و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهشی با عنوان کیفیت خدمات گردشگری و وفاداری به مقصد - نقش واسطه‌ای تصویر مقصد از دیدگاه گردشگران بین‌المللی، به این نتیجه رسیده‌اند که کیفیت خدمات گردشگری، از چهار جنبه تشکیل شده است: اطمینان - پاسخگویی، امکانات ملموس - همدلی، قابلیت اطمینان و کیفیت جهت. یافته‌های ساختاری گویای این است که چهار بعد کیفیت خدمات گردشگری بر تصویر مقصد تأثیر مثبت و معناداری داشته است. علاوه بر این، تصویر برند به طور مثبت و قابل توجهی بر وفاداری مقصد تأثیر گذاشته و در نهایت، تصویر مقصد رابطه بین کیفیت خدمات گردشگری و وفاداری به مقصد را نشان می‌دهد.

مامیرکولوا^۱ و همکاران (۲۰۲۰)، به بررسی فرصت‌های زیرساختی جاده ابریشم جدید در توسعه محیط گردشگری برای ساکنان باکیفیت زندگی بهتر پرداخته‌اند. نتایج بیانگر این است که ابتکار راه ابریشم جدید برای زیرساخت‌های گردشگری بر توسعه فرصت‌های گردشگری پایدار تأثیر مثبت می‌گذارد که به نوبه خود کیفیت زندگی ساکنان را افزایش می‌دهد.

حسین^۲ و همکاران (۲۰۲۴)، به بررسی رابطه پویا بین سرمایه اجتماعی، معیشت، و توسعه گردشگری در گیلگیت-بالتستان، پاکستان، با تمرکز بر سرمایه اجتماعی بومی تحت تأثیر دیدگاه‌های فرهنگی پرداخته‌اند. با توجه به زیرساخت‌های سریع و توسعه‌های گردشگری در گیلگیت-بالتستان، درک تأثیرات عمیق آنها بر جوامع محلی بسیار مهم است، زیرا این تغییرات چالش‌های منحصربه‌فردی را ایجاد می‌کنند و فرصت‌های بی‌سابقه‌ای را برای توسعه پایدار ارائه می‌دهند. این مطالعه بر تعامل حیاتی بین زیرساخت‌ها، گردشگری و تاب‌آوری جامعه تأکید می‌کند و از توسعه منظم برای متعادل کردن رشد اقتصادی با حفظ فرهنگی و محیط‌زیست حمایت می‌کند.

حق^۳ و همکاران (۲۰۲۴)، این پژوهش به بررسی تأثیر نوآوری مالی و زیرساخت بر گردشگری ورودی در آسیای مرکزی، همراه با باز بودن تجارت به عنوان متغیر کنترل می‌پردازد. این مطالعه یک شاخص زیرساخت را برای آسیای مرکزی متشکل از پارامترهای مختلف زیرساخت ایجاد کرد. نتایج رگرسیون چندکی نشان می‌دهد که نوآوری مالی به طور مثبت با توسعه گردشگری در آسیای مرکزی صرف نظر از چندک مرتبط است.

جمشیدی و همکاران (۱۳۹۸)، به تبیین اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری مشهد پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش بیانگر نقش کنشگران گردشگری مذهبی و شرایط اقتصاد سیاسی حاکم بر گردشگری مذهبی بر تشدید تمرکز خدمات گردشگری پیرامون حرم مطهر رضوی است. از مهم‌ترین راهکارهای پژوهشی می‌توان به تشکیل مدیریت یکپارچه گردشگری، تهیه طرح جامع گردشگری شهری مشهد و ارتقای سطح مشارکت سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و جامعه مدنی در بستر اقتصاد سیاسی شهر مشهد اشاره نمود.

رضایی و قاسمی (۱۴۰۱)، به ارزیابی قابلیت‌های گردشگری و نقش آن در توسعه شهر کرمان با تأکید بر برنامه ریزی راهبردی پرداخته‌اند. در نهایت اینکه بر اساس ارزیابی میانگین نمرات استراتژی‌های رقابتی در ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی، راهبرد توجه بر توسعه گردشگری فرهنگی، طبیعی و بومگردی به دلیل وجود مزیت‌های نسبی برای توسعه این نوع گردشگری به عنوان مهم‌ترین استراتژی برای پایداری توسعه گردشگری شهر کرمان به منظور توسعه پایدار گردشگری شهری در شهر پیشنهاد می‌گردد.

شادور و عربی (۱۴۰۱)، به ارزیابی و سطح‌بندی فضای عرضه خدمات و تسهیلات گردشگری شهر ساحلی بوشهر با استفاده از GIS و منطق فازی پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که در شمال شهر بوشهر و هسته مرکز شهری که عمدتاً در ناحیه ۱ شهری است، سطح دسترسی به خدمات گردشگری در وضعیت بسیار مناسبی قرار دارد؛ ولی هرچه از شمال شهر و هسته شهر به طرف جنوب شهر فاصله بیشتر شود، دسترسی به خدمات و تسهیلات شهری برای گردشگر به سمت نامطلوب بودن میل می‌کند.

علی‌اکبری و همکاران (۱۴۰۲)، در پژوهشی با عنوان برنامه ریزی راهبردی گردشگری شهر یاسوج با استفاده از مدل متاسوات (Meta-swot) براساس رویکرد توسعه پایدار، به این نتیجه رسیده‌اند که مهم‌ترین رقیب منطقه شهر

1. Mamirkulova

2. Hussain

3. Haq

یاسوج، شیراز با امتیاز ۳/۲ است. همچنین مهم ترین عامل در توسعه پایدار گردشگری شهر یاسوج توجه به مسایل زیست محیطی با (Bubble size:5/36) و جلوگیری از تخریب جاذبه های طبیعی اطراف شهر است.

مبانی نظری

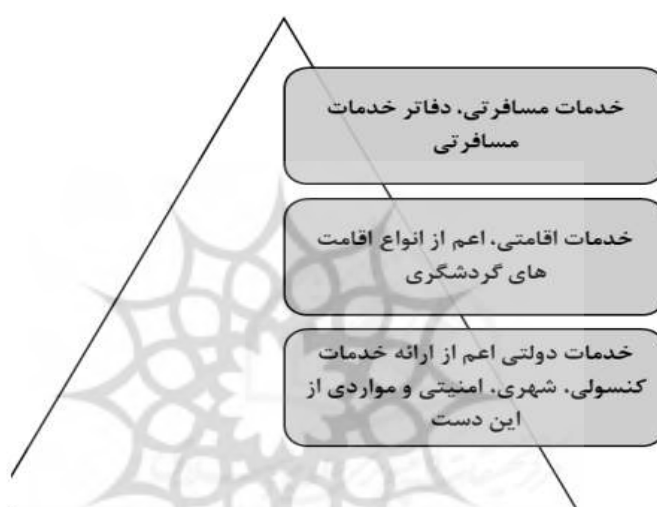
گردشگری یک پدیده عمیق فضایی است. گردشگران از طریق فضا و زمان، سفر می کنند و جغرافیا را تجربه می کنند، با محیط ساخته شده و یا طبیعی تعامل دارند و اغلب با افراد دیگر آشنا می شوند (Ignaccolo et al, 2023: 3). در میان صنایع خدماتی، صنعت گردشگری یکی از بخش های پیشتاز در سطح بین المللی است (حیدرزاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۱۶) و همچون بسیاری از مظاهر عصر پسامدرن با سرعتی عجیب در حال توسعه و دگرگونی است. در چنین شرایطی این صنعت به عرصه ای پویا برای خدمات گردشگری متخصصانی تبدیل شده که به صورت های مختلف مستقیم و غیرمستقیم با آن در ارتباط هستند (عالم، ۱۳۹۲، ۷۴). در ایران با توجه به پتانسیل های بالقوه بالای بخش گردشگری، این بخش خدماتی از جایگاه ویژه ای برخوردار است؛ به گونه ای که توجه و توسعه این بخش خدماتی در کنار سایر خدمات، علاوه بر درآمدزایی و ارزآوری برای دولت، سبب رشد بخش خصوصی شده و همچنین با تنوع بخشیدن به منابع درآمدی دولت، اقتصاد کشور را از اقتصاد تک محصولی و وابسته به درآمدهای نفتی خارج کرده و موجب رشد و توسعه سایر فعالیت های اقتصادی و اشتغال در بخش های مختلف و در نتیجه کاهش بیکاری و فقر در کشور یکی از اهداف توسعه پایدار در کشورها خواهد شد (بیدگلی و همکاران، ۱۴۰۱: ۴۸).

توسعه گردشگری تحت تأثیر عوامل بی شماری است که توجه دانشمندان را به خود جلب کرده است و ارائه خدمات گردشگری نیز به عنوان یک عامل تعیین کننده در توسعه گردشگری ظاهر شده است (Wang et al, 2023: 140). زیرساخت های گردشگری از جمله عوامل مؤثری هستند که می توانند مستقیماً منجر به ارائه خدمات شوند و برخورداری از آنها می تواند علاوه بر تأثیرگذاری بر توسعه گردشگری به بهبود سطح کیفی زندگی جامعه محلی نیز کمک شایانی کند (کفاشان طوسی و همکاران، ۱۳۹۹: ۶۹۴). در حوزه تسهیلات زیرساختی، خط مشی اصلی باید بر اساس موارد ذیل شکل گیرد:

ارتقای تسهیلات موجود دسترسی هوایی، دریایی، زمینی و ریلی؛ ارتقای توسعه و بهبود شبکه آب و برق، مخابرات، مدیریت جمع آوری مواد زائد به منظور پشتیبانی و توسعه نواحی اصلی گردشگری؛ برنامه ریزی به منظور احداث و توسعه اقامتگاه ها، رستوران ها، مهمان سراها و کلبه های کوهستانی گردشگری و محل احداث و کمپ ها و کاروان ها (حسام و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۶۸). خدمات گردشگری شامل تمام امکانات و تسهیلاتی است که جهت برآوردن نیازها و خواسته های مورد انتظار گردشگران از سوی ارائه دهندگان خدمات به گردشگران ارائه می شود تا رضایت گردشگران جلب شود (عشورنژاد و مرشدی، ۱۳۹۷: ۱۸).

از نظر سی سا، عناصر گردشگری به پنج دسته تقسیم می شود: ۱. منابع طبیعی و انسانی، ۲. زیرساخت ها (راه ها و محورهای ارتباطی، تسهیلات اجتماعی، تسهیلات زیربنایی و امکانات ارتباط از راه دور)، ۳. تسهیلات پذیرایی (هتل ها و مهمان پذیرها، خوراکی و نوشیدنی)، ۴. تسهیلات سرگرمی و ورزشی (امکانات تفریحی، فرهنگی و ورزشی)، ۵. خدمات واسطه ای (سفرگذاری ها، دفاتر تبلیغاتی، دفاتر اطلاع رسانی، بنگاه های کرایه اتومبیل و راهنماها) (بهنام مرشدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۸۰). در واقع خدمات عناصر ثانویه گردشگری می باشند و نحوه پراکنش عناصر گردشگری در فضای شهری، در مدت زمان ماندن گردشگران و در نتیجه اقتصاد گردشگری نقش مهمی دارد (ایزدی سعدی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۲۵).

در سال‌های اخیر، توجه به نیازهای گردشگران و پاسخگویی به خواسته‌های آنان در بخش خدمات، یکی از اصلی‌ترین و ضروری‌ترین وظایف و یا اهداف هر مقصد گردشگری شده است. از آنجاکه بیش از نیمی از تولید ناخالص اغلب کشورهای جهان از بخش خدمات حاصل می‌شود و به دلیل ویژگی خاص این بخش نظیر ارتباط مستقیم با گردشگران، توجه به بخش خدمات اهمیت بسیاری دارد (شادور و عربی، ۱۴۰۱: ۸۹۵). اگر امکانات و خدمات مورد نیاز گردشگران باتوجه به این سیستم به نحوی مطلوب تأمین شود، در آینده نزدیک گردشگران زیادی جذب منطقه شده و به رشد و توسعه منطقه منجر خواهد شد (بهنام مرشدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۹). داکر (۱۹۹۱) کیفیت خدمات را این‌چنین تعریف می‌کند: چیزی که مشتری دریافت می‌کند و تمایل دارد بیش از آنچه خدمات‌دهنده پیشنهاد می‌کند بابت آن هزینه‌ای پرداخت نماید (ایزدی سعدی و همکاران، ۱۴۰۲: ۷۸). خدمات ارائه شده به گردشگران را می‌تواند در چند دسته تقسیم‌بندی نمود:



شکل ۱. دسته بندی خدمات ارائه شده

منبع: (انصاری، ۱۴۰۱)

از نظر مدل راتر، ابعاد کیفیت خدمات شامل ۵ بعد اساسی است که عبارت اند از: ۱. اعتبار و قابل اعتماد بودن: توان اجرای خدماتی که به خدمت‌گیرندگان وعده داده شده، به طرز مناسب و دقیق؛ و منظور آن است که خدمات در زمان مقرر بدون اشتباه انجام می‌شود؛ ۲. اطمینان دادن: شامل توانایی جلب اعتماد و اطمینان خدمت‌گیرندگان از طریق شایستگی ارائه خدمات و رفتارهای مطلوب، امنیت خدمت‌گیرندگان، مودب بودن و احترام گذاشتن به خدمت‌گیرنده، برقراری ارتباط موثر با خدمت‌گیرنده و کافی بودن دانش کارکنان برای پاسخ به سوالات خدمت‌گیرنده؛ ۳. ویژگی‌های ظاهری محیط خدمت؛ ظاهر تسهیلات، تجهیزات مدرن فیزیکی، وجود کارکنان با ظاهری تمیز و آراسته و وضعیت محیط فیزیکی، گواهی است قابل احساس بر توجه خدمت‌دهنده به بهداشت و سلامتی خدمت‌گیرنده خود؛ ۴. دلسوزی و تعهد: شامل درک نظریات خدمت‌گیرنده، حساس بودن به نیازهای خدمت‌گیرنده و تلاش برای درک آن‌ها؛ ۵. پاسخگو بودن: میل به حل سریع مشکلات خدمت‌گیرنده و ارائه خدمت فوری و کاهش زمان انتظار (موسوی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۷).

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی - توسعه‌ای و از نظر روش انجام اسنادی، کتابخانه‌ای، توصیفی، تحلیلی، علی و پیمایشی محسوب می‌شود. برای انجام پژوهش ابتدا اطلاعات موجود در منابع مکتوب و سازمان‌های تخصصی و وابسته استخراج و جهت تکمیل و بروز رسانی اطلاعات از پرسش‌نامه و مشاهده خدمات گردشگری استفاده شد. عمده‌ترین روش تهیه اطلاعات، تهیه پرسش‌نامه و مشاهده و ارزیابی انواع خدمات گردشگری در شهر شیراز می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق را خبرگان، فعالان و مدیران ارشد اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی فارس، اساتید متخصص گردشگری در دانشگاه‌ها، سازمان فرهنگی و اجتماعی شهرداری و همچنین فعالین بخش خصوصی در شهر شیراز تشکیل می‌دهد. حجم نمونه با استفاده از روش گلوله‌برفی تعیین شد و مصاحبه‌ها تا حد اشباع نظری ادامه یافت. برای بررسی پایایی پرسش‌نامه در این تحقیق ابزار اندازه‌گیری آلفای کرونباخ مورد استفاده واقع شد و میزان آلفای کرونباخ ۰/۸۶ به دست آمد. همچنین بر اساس نتیجه آزمون KMO که مقدار آن در پرسش‌نامه جامعه آماری مذکور ۰/۷۹۱ است، نتیجه نشان می‌دهد که بین گویه‌های داخل هر عامل، همبستگی بالایی وجود دارد.

مدل استفاده در تحلیل پژوهش حاضر متاسوات می‌باشد. این مدل برای نخستین بار توسط تیمی سه نفره متشکل از آگاروال استادیار علوم کامپیوتر نوربرت کالج آمریکا و دوتن از همکاران وی در دپارتمان مدیریت بازرگانی همان دانشگاه در سال ۲۰۱۲ با الهام گرفتن از تئوری مبتنی بر منابع معرفی گردید. این دیدگاه اساس کار خود را بر ایجاد و توسعه منابع باهدف تأثیرگذاری بر آن تشویق می‌کند (بدری و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۶). مدل Meta SWOT در کنار پوشش دادن به قابلیت SWOT به ارائه الگوهایی فراتر راهبردی صرف می‌پردازد. از این رو در جهت توانمندسازی درآمد در شهرهای گردشگری پذیر از مدل Meta SWOT استفاده می‌شود و سپس به ارائه برنامه‌ریزی راهبردی در این حوزه مبادرت گردد (اطعیمه سرخان و همکاران، ۱۴۰۲: ۴۵). مراحل این روش به شرح زیر است:

مرحله اول: ارزیابی منابع و رقبا

مرحله دوم: شناسایی ابعاد رقابتی و تعیین واحد اندازه‌گیری

مرحله سوم: ارزیابی توانایی

مرحله چهارم: تحلیل پستل

مرحله پنجم: سنجش تناسب راهبردی

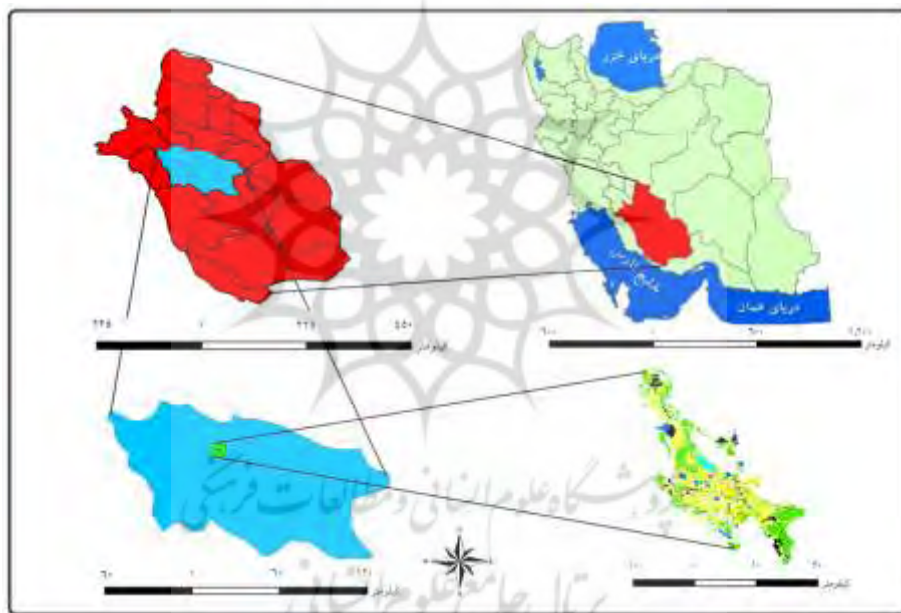
مرحله ششم: ترسیم نقشه راهبردی

مرحله هفتم: قضاوت عوامل محیطی با منابع

محدوده مورد مطالعه

محدوده مورد مطالعه پژوهش شهر شیراز می‌باشد که از نظر جغرافیایی در جنوب غربی ایران، در بخش مرکزی استان فارس قرار گرفته است و در موقعیت ۵۲ درجه و ۳۲ دقیقه طول شرقی و ۲۹ درجه و ۳۶ دقیقه عرض شمالی و در فاصله ۹۱۹ کیلومتری تهران قرار دارد (تقوایی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۸۳). ارتفاع شهر از سطح دریا حدود ۱۴۹۰ تا ۱۷۰۰ متر می‌باشد. پست‌ترین نقطه دشت شیراز در جنوب شرقی (دریاچه مهارلو) و بلندترین نقطه آن در شمال غرب دشت است. خط‌القدر دشت را رودخانه خشک تشکیل می‌دهد (ایزدی سعدی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۲۹). شهر شیراز پنجمین شهر پر جمعیت کشور است. اطراف این شهر را رشته‌کوه‌های نسبتاً مرتفعی احاطه کرده‌اند که از لحاظ سوق‌الجیشی و حفظ شهر اهمیت ویژه‌ای دارند. همچنین این شهر در مسیر راه‌های تجاری داخل ایران به بنادر جنوب قرار گرفته است

(رضایی و همکاران، ۱۴۰۲: ۱۵۰). بر اساس آمار سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان فارس تعداد گردشگران ایرانی ورودی به واحدهای اقامتی شهر شیراز از ۱۳۶۹۴۸ نفر در سال ۱۳۹۰ به ۲۰۶۸۰۵ نفر در سال ۱۳۹۵ افزایش یافته است، همچنین تعداد گردشگران خارجی ورودی به واحدهای اقامتی شهر شیراز از ۲۳۳۶۰ نفر در سال ۱۳۹۰ به ۵۴۷۸۲ نفر در سال ۱۳۹۵ افزایش یافته است. بر پایه آمار دریافتی از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری فارس در سال ۱۳۹۲ در محدوده شهر شیراز تعداد ۳۴ هتل و تعداد ۱۳۵ مهمان پذیر و مهمان سرا وجود دارد. همچنین تعداد ۱۸ هتل در دست ساخت می باشد. باتوجه به نقش و اهمیت جاذبه های گردشگری شیراز، برای ارائه خدمات به گردشگران داخلی و خارجی به صورت های مختلف از جمله تهیه بلیط مسافرت و برنامه ریزی و اجرای تورهای روزانه بازدید از آثار و جاذبه ها و تورهای شیرازگردی و همچنین برنامه ریزی و اجرای تورهای ایران گردی در شهرهای مختلف ایران هم اکنون تعداد ۱۲۸ دفتر خدمات مسافرتی و جهانگردی زیر نظر و با مجوز سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در سطح استان فارس فعالیت می نمایند (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان فارس، ۱۳۹۵ و ۱۳۹۲).



شکل ۲. موقعیت فضایی شهر شیراز در کشور و استان فارس،
منبع: (استانداری فارس، ۱۳۹۵، ترسیم: نگارندگان)

بحث و یافته ها

کلان شهر شیراز، باتوجه به جایگاه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و برخورداری از جاذبه های تاریخی، فرهنگی، مذهبی، طبیعی و نقش ویژه ای که در عرصه ملی و بعضاً بین المللی ایفا می کند، همچنین به لحاظ دارابودن پیشینه تاریخی و فرهنگی، وجود آثار تاریخی و مذهبی در سطح شهر و دارابودن امکانات و پتانسیل های زیست محیطی قابلیت بسیار بالایی در جذب گردشگر دارد. باتوجه به این مهم که یکی از مهم ترین راهکارها در جذب گردشگر و تمایل به سفر

دوباره توجه به بخش خدمات می‌باشد، لذا در ادامه به بررسی راهبردهای توسعه خدمات گردشگری در شهر شیراز با استفاده از مدل Meta SWOT پرداخته شده است.

راهبردهای توسعه خدمات گردشگری در شهر شیراز

به‌طور کلی، رویکردهای مختلفی در برنامه‌ریزی راهبردی شکل گرفته است. مدل متاسوات بر اساس رویکرد درون به برون و به‌نوعی رویکرد مبتنی بر منابع شکل گرفته است. این رویکرد بر منابع راهبردی شرکت و یا سازمان تأکید می‌کند. از آنجاکه منابع راهبردی خود منشأ مزیت رقابتی به شمار می‌آیند چالش عمده مدیران در شناسایی و مدیریت این منابع می‌باشد (زحمت‌کش و همکاران، ۱۳۹۹). در ادامه مراحل مدل Meta SWOT در جهت ارائه راهبردهای توسعه خدمات گردشگری در شهر شیراز به شرح زیر ارائه شده است.

در نخستین مرحله به ارزیابی منابع و رقبا پرداخته شد. در پژوهش حاضر، همسو با بررسی اسناد فرادست و تطبیق آن با سند چشم‌انداز توسعه خدمات گردشگری، مطالعه میدانی از شهر شیراز، بررسی نظرات ذی‌نفعان و تصمیم‌گیران و پتانسیل‌های توسعه‌ای آن صورت گرفت و اهداف توسعه شهر احصا شد و با نظر کارشناسان (به روش هدفمند) این اهداف را در سه سطح بالا، متوسط و پایین رتبه‌بندی گردید که در (جدول ۱) ارائه شده اند.

جدول ۱. اهداف تعیین شده در جهت توسعه خدمات گردشگری شهر شیراز در افق ۱۴۰۴

ردیف	هدف	اولویت
۱	رشد ۳ برابر ورود گردشگران	اولویت بالا
۲	بهره‌مندی از خدمات استاندارد شده	اولویت بالا
۳	کسب رضایت گردشگران	اولویت بالا
۴	رسیدن به جایگاه اقتصادی در سطح کشور	اولویت متوسط
۵	افزایش دوبرابری تعداد تورهای گردشگری	اولویت متوسط
۶	ایجاد هماهنگی و انسجام در خدمات گردشگری شهر شیراز	اولویت بالا
۷	افزایش چشمگیر اختصاصات ریالی و ارزی به خدمات گردشگری شهر شیراز	اولویت بالا
۸	رونق خدمات گردشگری الکترونیک	اولویت بالا
۹	حفظ امنیت نسبی موجود در شهر و افزایش آن	اولویت پایین
۱۰	افزایش کیفیت زندگی گردشگران در شهر شیراز	اولویت متوسط

منبع: (سند توسعه گردشگری استان فارس)

منابع و قابلیت‌های منطقه از جمله وجود نیروهای تحصیل کرده، مدیران و کارشناسان متخصص و باتجربه، اختصاص بخشی از بافت فرسوده محله به امکانات و مراکز رفاهی، وجود فرودگاه بین‌المللی شیراز و برقراری پروازهای مستقیم خارجی، وجود پزشکان متخصص، زیرساخت‌ها و امکانات درمانی و بیمارستان‌های، قطب صادرات خدمات فنی و مهندسی، تعداد مراکز پذیرایی و اقامتی، منابع مالی فراوان ناشی از چرخه اقتصاد زیارتی، فرهنگی و تاریخی در شهر شیراز، مشارکت اقتصادی بخش خصوصی در بخش گردشگری، وجود پارک علم و فناوری در شیراز، وجود پهنه‌های ارزشمند اکولوژیکی، تاریخی و فرهنگی در بافت شهر باغات قصرالدشت، باغات تاریخی، موقعیت مرکزی شهر شیراز، روحیه مهمان‌نوازی بالا و مثال‌زدنی سکنه و وجود فرودگاه بین‌المللی شیراز که گردشگری شیراز را در رسیدن به اهداف تعیین شده یاری می‌دهند، شناسایی گردید و سپس توسط گروه خبرگان وزن هر یک از قابلیت‌ها بر اساس AHP تعیین شد سپس، قابلیت‌های شیراز از لحاظ توسعه خدمات گردشگری از طریق مطالعات میدانی و کتابخانه‌های شناسایی شدند. در (جدول ۲) مجموعه قابلیت شیراز از لحاظ چهار شاخص که به VIRO شهرت دارد، ارزیابی شده

است. هریک از شاخص‌ها بر اساس بازه کمترین (۱) تا بیشترین (۵) ارزش‌گذاری شده‌اند. شاخص‌ها به شرح زیر است:

الف: باارزش بودن: از نظر میزان ارزش برای شهرهای گردشگر؛

ب: تقلیدناپذیری: میزان قدرت شهرهای گردشگری برای دارا بودن منابع مشابه؛

ج: کمیابی: از نظر نادر بودن برای شهرهای گردشگری و

د: غیرقابل جایگزینی: منابع دیگر قابل جایگزین با این منبع نیستند.

جدول ۲. منابع و قابلیت‌های مؤثر در توسعه خدمات گردشگری شهر شیراز

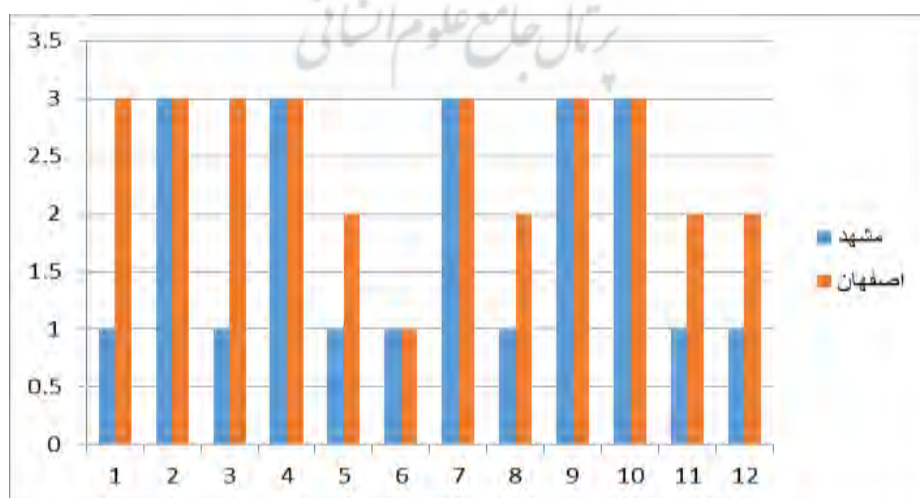
ردیف	هدف	کمیابی	غیرقابل جایگزین	تقلیدناپذیری	وزن	میانگین
S1	وجود فرودگاه بین‌المللی شیراز و برقراری پروازهای مستقیم خارجی	۱	۱	۴	۴	۲/۵
S2	وجود پهنه‌های ارزشمند اکولوژیکی، تاریخی و فرهنگی در بافت شهر باغات قصرالدشت، باغات تاریخی	۴	۴	۵	۵	۴/۵
S3	منابع مالی فراوان ناشی از چرخه اقتصاد زیارتی، فرهنگی و تاریخی در شهر شیراز	۱	۱	۵	۵	۳
S4	اختصاص بخشی از بافت فرسوده محله به امکانات و مراکز رفاهی	۴	۴	۵	۵	۴/۵
S5	وجود پارک علم و فناوری در شیراز	۳	۳	۴	۴	۳/۵
S6	وجود نیروهای تحصیل‌کرده در زمینه گردشگری و خدمات گردشگری و امکان دسترسی به مدیران و کارشناسان متخصص و باتجربه	۱	۱	۴	۴	۲/۵
S7	موقعیت مرکزی شهر شیراز در بین شهرهای جنوبی کشور و نزدیکی به بازارهای گردشگری کشورهای حاشیه خلیج فارس	۴	۴	۴	۵	۴/۲۵
S8	مشارکت اقتصادی بخش خصوصی در بخش گردشگری	۲	۲	۵	۵	۳/۵
S9	روحیه مهمان‌نوازی بالا و مثال‌زدنی سکنه	۴	۲	۴	۳	۳/۲۵
S10	وجود پزشکان متخصص، زیرساخت‌ها و امکانات درمانی و بیمارستان‌های مجهز در شهر شیراز مثل نمازی و...	۳	۲	۴	۳	۳
S11	تعداد مراکز پذیرایی و اقامتی	۳	۱	۵	۵	۳/۵
S13	قطب صادرات خدمات فنی و مهندسی	۳	۱	۴	۳	۲/۷۵

منبع: (محاسبات نگارندگان)

نتایج ارزیابی منابع در این شاخص‌ها در (جدول ۲) ارائه شده است. طبق نتایج، وجود پهنه‌های ارزشمند اکولوژیکی، تاریخی و فرهنگی در بافت شهر (باغات قصر الدشت، باغات تاریخی، اختصاص بخشی از بافت فرسوده محله به امکانات و مراکز رفاهی و موقعیت مرکزی شهر شیراز در بین شهرهای جنوبی کشور و نزدیکی به بازارهای گردشگری کشورهای حاشیه خلیج فارس از منابع شهر شیراز به شمار می‌روند که در حوزه کالبدی و اداری - مدیریتی قرار دارند. در نتیجه، شیراز باید از این منابع به خوبی بهره‌برد و برای تقویت آن‌ها تلاش کند و آن‌ها را به منظور توسعه خدمات گردشگری به کار بندد. همچنین تعداد مراکز پذیرایی و اقامتی، منابع مالی فراوان ناشی از چرخه اقتصاد زیارتی،

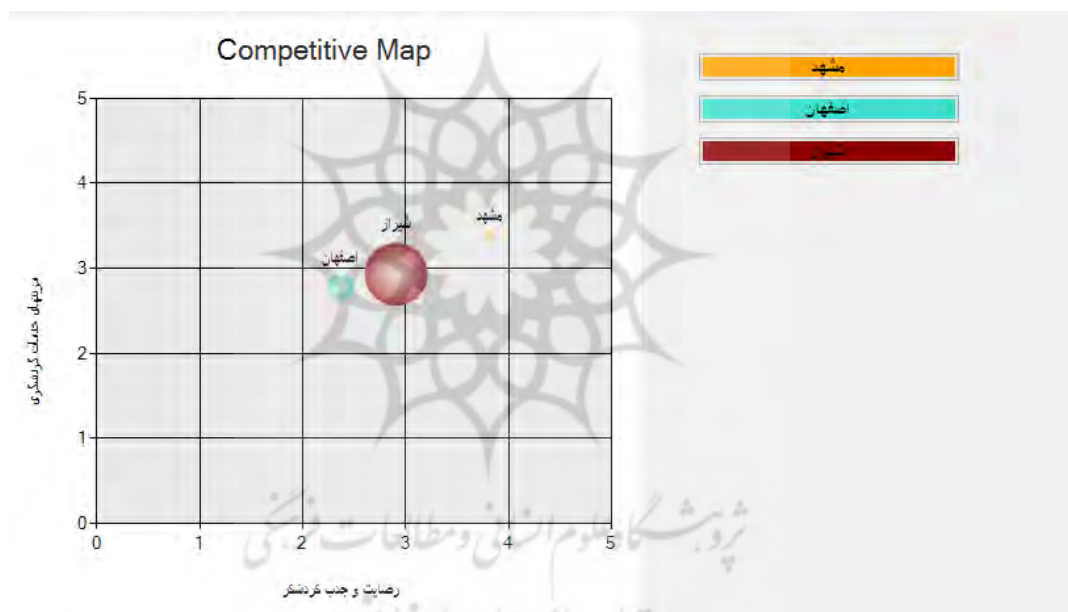
فرهنگی و تاریخی در شهر شیراز، مشارکت اقتصادی بخش خصوصی در بخش گردشگری، وجود پارک علم و فناوری در شیراز و روحیه مهمان نوازی بالا و مثال زدن سکنه در مراتب بعدی می‌تواند منجر به افزایش رشد توریسم و کسب رضایت آنان گردد و با رونق خدمات گردشگری الکترونیک و بهبود کیفیت زندگی گردشگران در شهر شیراز به جایگاه اقتصادی در سطح کشور برسد. علاوه بر آن شیراز دارای متنوع‌ترین و مجهزترین بیمارستان‌ها در مقایسه با رقبای خود است. از اینرو، با داشتن چنین قابلیت‌هایی مشروط به استفاده بهینه از آنها می‌تواند گردشگری خود را توسعه دهد. کم‌اهمیت‌ترین شاخص‌ها وجود نیروهای تحصیل کرده در زمینه گردشگری و خدمات گردشگری و امکان دسترسی به مدیران و کارشناسان متخصص و باتجربه، وجود فرودگاه بین‌المللی شیراز و برقراری پروازهای مستقیم خارجی و قطب صادرات خدمات فنی و مهندسی در زمینه توسعه خدمات گردشگری شهر شیراز هستند. همان‌طور که مشخص است، پهنه‌های اکولوژیکی، تاریخی و فرهنگی و بافت فرسوده محله به امکانات و مراکز رفاهی از دو قابلیت بسیار مهم و بااهمیت شیراز حکایت دارد که می‌بایست موردتوجه مدیران و برنامه‌ریزان گردشگری این شهر قرار بگیرد.

برای ارزیابی میزان و موقعیت خدمات گردشگری شهر شیراز در هر معیار، در مقایسه با رقبای خود، یکی از سه گزینه زیر طبق نظر کارشناسان (طوفان فکری) مشخص می‌شود. عدد ۳ به این معنا است که شیراز در مقایسه با رقیب خود در سطح بهتری قرار دارد؛ عدد ۲ به این معنا است که شیراز در مقایسه با رقیب خود در سطح برابر است و عدد ۱ نشان می‌دهد که شیراز در مقایسه با رقیب خود در سطح بدتری قرار دارد. با ملاحظه (شکل ۲) مشخص می‌شود که شیراز در قابلیت‌های "وجود پهنه‌های ارزشمند اکولوژیکی، تاریخی و فرهنگی در بافت شهر"، "موقعیت مرکزی شهر شیراز در بین شهرهای جنوبی کشور و نزدیکی به بازارهای گردشگری کشورهای حاشیه خلیج فارس"، "روحیه مهمان نوازی بالا و مثال زدن سکنه"، "اختصاص بخشی از بافت فرسوده محله به امکانات و مراکز رفاهی"، "روحیه مهمان نوازی بالا و مثال زدن سکنه"، "وجود پزشکان متخصص، زیرساخت‌ها و امکانات درمانی و بیمارستان‌های مجهز در شهر شیراز مثل نمازی و ..." در مقایسه با رقبای خود از نظر کارشناسان، در سطح بهتری قرار دارد. همچنین، با مقایسه منابع شیراز می‌توان به این نتیجه رسید که مشهد در رقابت با شیراز موفقتر هست و مسئولان شهر شیراز باید برنامه‌هایی را به منظور توسعه خدمات گردشگری تدوین و اجرا کنند تا از قافله رقبای عقب نمانند. با ملاحظه نمودار ذیل مشخص است که اصفهان در زمینه خدمات گردشگری از شیراز در سطح پایین‌تر قرار دارد.



شکل ۳. مقایسه رقبا براساس منابع
منبع: (محاسبات نگارندگان)

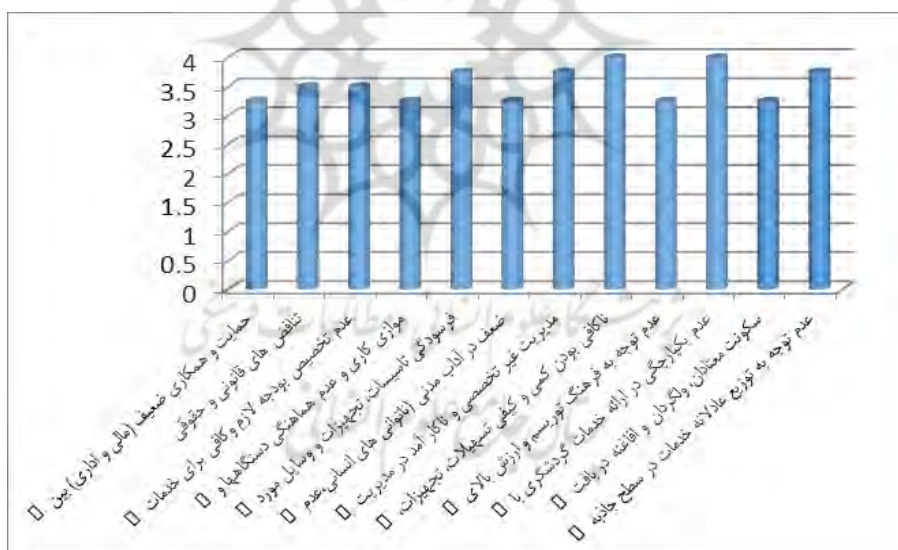
سرانجام، پس از مقایسه شیراز با رقبای خود در دو بعد و به تفکیک قابلیت‌ها، برای هر منطقه رقیب، نقشه رقابتی ترسیم شد. براین اساس، محور افقی نمودار میزان میانگین وضعیت شیراز را از منظر میزان برتری در مقایسه با رقبای خود در بعد رضایت و جذب گردشگر نشان می‌دهد و محور عمودی شامل بعد مزیت‌های خدمات گردشگری است. بر اساس نتایج مشخص است که وضع شیراز، در هر دو بعد، با رقیب دوم خود یعنی اصفهان در بیشتر منابع برتر است؛ ولی در مقایسه با مشهد در وضعیت پایین‌تری قرار دارد. با این مقایسه می‌توان گفت وضعیت آینده گردشگری شیراز با توسعه رویکرد خدمات گردشگری بهتر خواهد بود. این برتری نسبت به اصفهان نشان از این است که مدیران گردشگری از منابع شیراز به‌خوبی بهره‌برداری کردند؛ لذا می‌توان به توسعه خدمات گردشگری شیراز خوش‌بین بود. اما این امر زمانی رخ می‌دهد که مدیران گردشگری با برنامه‌ریزی منسجم و بهره‌گیری از قابلیت‌های شیراز در جهت رسیدن به اهداف تعریف شده حرکت کنند. باتوجه به اینکه مدیران گردشگری شهرهای رقیب نیز در جهت توسعه خدمات گردشگری شهر خود کوشش می‌کنند بی‌توجهی و بی‌برنامگی مسئولان شیراز این شهر را از مسیر توسعه خدمات گردشگری دور می‌کند و رقبا از آن پیشی خواهند گرفت.



شکل ۴. نقشه رقابتی
منبع: (محاسبات نگارندگان)

در این قسمت، عوامل خارجی مؤثر در گردشگری شیراز شامل عوامل فرصت و تهدید شناسایی شدند. منظور از عوامل فرصت عواملی هستند که خارج از شیراز می‌توانند به منزله پدیده‌ای مطلوب در خدمات گردشگری شیراز تأثیر مثبت بگذارند و عوامل تهدید برخلاف عوامل فرصت عمل می‌کند و مدیران باید تلاش کنند تا آثار آن را به حداقل برسانند. عوامل فرصت، از طریق چهار شاخص میزان تأثیرات و وزن هر عامل در مقایسه با دیگر عوامل، احتمال افزایش عامل در آینده و درجه اضطراب بر مبنای مقداری بین ۱ (کمترین) تا ۵ (بیشترین)، ارزیابی شده‌اند. بر اساس نتایج، بیشتر عوامل فرصت شیراز دارای اهمیت، وزن و تأثیر زیادی هستند و مدیران باید از این عوامل به‌منظور توسعه گردشگری شیراز به‌خوبی بهره ببرند.

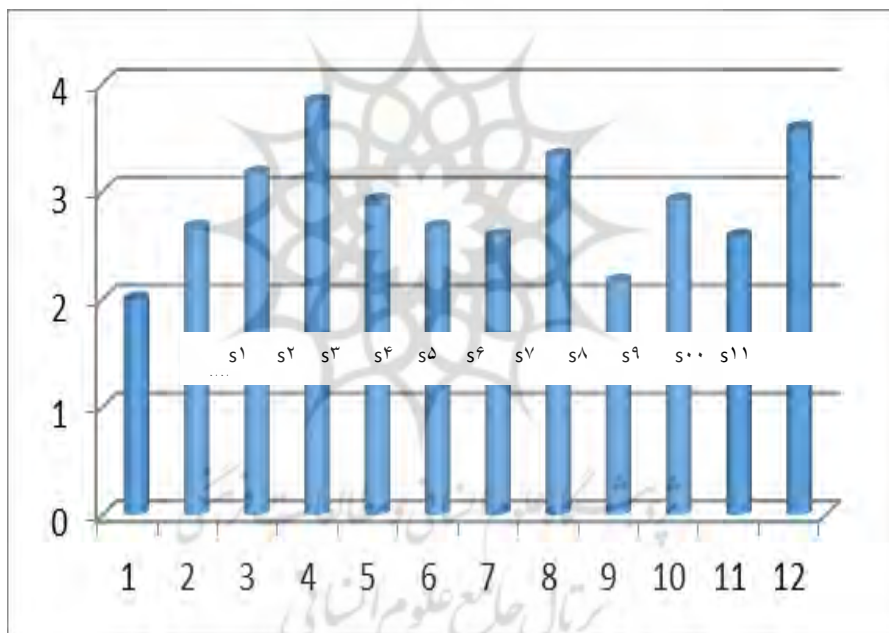
مجموعه عوامل خارجی تهدید شناسایی شدند. بر اساس نتایج، "موازی کاری و عدم هماهنگی دستگاه‌ها و نهادهای ذی‌ربط در امر خدمات گردشگری" و "ناکافی بودن کمی و کیفی تسهیلات، تجهیزات، امکانات و زیرساخت‌های رفاهی خدماتی" مهم‌ترین تهدیدها برای توسعه و بهبود خدمات گردشگری شهر شیراز می‌باشند. این بدین معنی است که دو عامل مذکور برای توسعه خدمات خطرآفرین هستند و مسئولین امر بایستی به‌منظور مقابله با این تهدیدات تدابیر مناسبی بیندیشند. همچنین "عدم توجه به توزیع عادلانه خدمات در سطح جاذبه‌های گردشگری"، "مدیریت غیرتخصصی و ناکارآمد در مدیریت شهری و خدمات گردشگری" و "فرسودگی تأسیسات، تجهیزات و وسایل مورد استفاده از جمله شبکه راه‌ها، هتل‌ها و میهمان‌سراها و..." "موانع جدی برای توسعه خدمات گردشگری شیراز محسوب می‌شوند که علی‌رغم پتانسیل‌های متعدد گردشگری، این شهر را با مشکل روبه‌رو کرده است. البته، در نتیجه منابع مالی فراوان ناشی از چرخه اقتصاد زیارتی، فرهنگی و تاریخی، نیروهای تحصیل‌کرده در زمینه گردشگری و خدمات گردشگری و امکان دسترسی به مدیران و کارشناسان متخصص و باتجربه و علاوه بر آن مشارکت‌بخش خصوصی می‌تواند تهدیدها را خنثی‌سازی کرد. همچنین، دولت باید با اتخاذ تدابیری، از جمله استفاده بهینه از پهنه‌های ارزشمند اکولوژیکی، تاریخی و فرهنگی در بافت شهر و همچنین استفاده از موقعیت مرکزی شهر شیراز در بین شهرهای جنوبی کشور و نزدیکی به بازارهای گردشگری کشورهای حاشیه خلیج فارس ورود گردشگران را به شهر شیراز افزایش دهد و باتکیه بر روحیه مهمان‌نوازی شهروندان و مشارکت آنها در امور گردشگری رضایت گردشگران را جلب نماید.



شکل ۵. میانگین عوامل تهدیدهای شیراز
منبع: (محاسبات نگارندگان)

بررسی و ارزیابی تناسب راهبردی قابلیت‌های خدمات گردشگری شیراز با عوامل خارجی و اهداف مرحله بعدی است. تناسب راهبردی عاملی است برای دستیابی به ابزار پشتیبان تصمیم‌گیری. آنچه باید کنار گذاشته شود تقسیم‌بندی خشک عوامل خارجی به فرصت‌ها و تهدیدها و عوامل داخلی به نقاط قوت و ضعف است که در مدل SWOT وجود دارد. از این‌رو، در گام بعد، باید به ارزیابی میزان تأثیر پشتیبانی و تأثیرپذیری منابع و توانایی‌ها در عوامل محیطی که همان تناسب راهبردی است توجه شود.

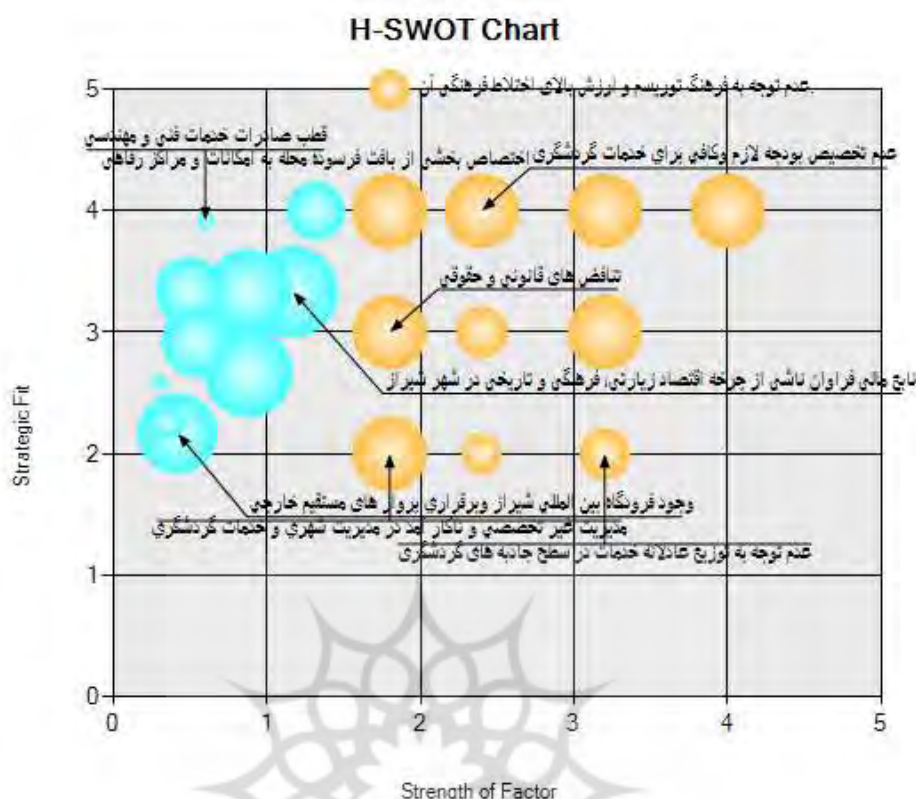
در این مرحله، از کارشناسان خواسته شد به ارزیابی تأثیر قابلیت‌ها در عوامل خارجی و اهداف پژوهش بپردازند. درواقع، تناسب استراتژیک، به واسطه انطباق عامل داخلی با عوامل خارجی و اهداف، محاسبه می‌شود. پس از ارزیابی تناسب راهبردی قابلیت‌ها با عوامل خارجی و اهداف، میانگین این تناسب برای هریک از منابع، محاسبه و به همراه وزن نهایی آن (میانگین شاخص VIRO) در نمودار ذیل مشخص شده است. بر اساس نتایج اختصاص بخشی از بافت فرسوده محله به امکانات و مراکز رفاهی، همچنین موقعیت مرکزی شهر شیراز در بین شهرهای جنوبی کشور و نزدیکی به بازارهای گردشگری کشورهای حاشیه خلیج فارس، قطب مناسبی برای صادرات خدمات فنی و مهندسی می‌باشد و به دلیل اینکه پیکره صادرات خدمات فنی و مهندسی به عنوان یکی از اهرم‌های پر قدرت اقتصادی و دارای مزیت نسبی در راستای بهره‌وری سیستم تولید، اشتغال مولد، توسعه تکنولوژی، ارزآوری و... قلمداد می‌شود، همواره بر گام‌های "بخش خصوصی و بخش دولتی" استوار بوده و تجربه نشان داده هر زمان که این دو به صورت ریتمیک و هماهنگ با یکدیگر تعامل، هم‌افزایی و شروع به فعالیت نموده‌اند؛ لذا مشارکت اقتصادی بخش خصوصی در بخش گردشگری نیز در توسعه خدمات گردشگری در بالاترین درجه راهبردی قرار دارد.



شکل ۶. میانگین درجه راهبردی
منبع: (محاسبات نگارندگان)

در نقشه استراتژیک، منابع و عوامل خارجی بر مبنای سه معیار تحلیل می‌شوند:

- ❖ نزدیکی منابع با عامل خارجی؛
- ❖ سمت افقی و فوقانی عوامل
- ❖ اندازه حباب‌ها.



شکل ۷. نقشه راهبردی توسعه خدمات گردشگری شهر شیراز
منبع: (محاسبات نگارندگان)

در محور (Y) که بیانگر میزان و درجه تناسب راهبردی عوامل می باشد اختصاص بخشی از بافت فرسوده محله به امکانات و مراکز رفاهی، قطب صادرات خدمات فنی و مهندسی، منابع مالی فراوان ناشی از چرخه اقتصاد زیارتی، فرهنگی و تاریخی در شهر شیراز بیشترین وزن و در بین حباب ها به ترتیب عامل های وجود منابع مالی فراوان ناشی از چرخه اقتصاد زیارتی، فرهنگی و تاریخی در شهر شیراز، نیروهای تحصیل کرده در زمینه گردشگری و خدمات گردشگری و امکان دسترسی به مدیران و کارشناسان متخصص و باتجربه، وجود فرودگاه بین المللی شیراز و برقراری پروازهای مستقیم خارجی، و موقعیت مرکزی شهر شیراز در بین شهرهای جنوبی کشور و نزدیکی به بازارهای گردشگری کشورهای حاشیه خلیج فارس بیشترین میزان تناسب با اهداف توسعه خدمات گردشگری را دارند.

جدول ۳. عوامل خارجی مؤثر در توسعه خدمات گردشگری شیراز

شاخص	عوامل داخلی	وزن
مدیریتی - اداری - شخصی	وجود نیروهای تحصیل کرده در زمینه گردشگری و خدمات گردشگری و امکان دسترسی به مدیران و کارشناسان متخصص و باتجربه	XValue: ۰/۹۹۰ YValue: ۲/۶۶ Bubble Size: ۶/۱۵۰
	اختصاص بخشی از بافت فرسوده محله به امکانات و مراکز رفاهی	XValue: ۱/۲۰ YValue: ۴ Bubble Size: ۳/۵۹
	وجود فرودگاه بین‌المللی شیراز و برقراری پروازهای مستقیم خارجی	XValue: ۰/۵۶۰ YValue: ۲/۱۶ Bubble Size: ۵/۴۰
شاخص زیرساختی	وجود پزشکان متخصص، زیرساخت‌ها و امکانات درمانی و بیمارستان‌های مجهز در شهر شیراز مثل نمازی و...	XValue: ۰/۵۴۰ YValue: ۲/۹۱ Bubble Size: ۴/۵
	قطب صادرات خدمات فنی و مهندسی	XValue: ۰/۷۲ YValue: ۳/۹۱ Bubble Size: ۰
	تعداد مراکز پذیرایی و اقامتی	XValue: ۰/۴۰ YValue: ۲/۵۸ Bubble Size: ۰
	منابع مالی فراوان ناشی از چرخه اقتصاد زیارتی، فرهنگی و تاریخی در شهر شیراز	XValue: ۱/۱۶ YValue: ۳/۳۳ Bubble Size: ۶/۳۰
شاخص اقتصادی	مشارکت اقتصادی بخش خصوصی در بخش گردشگری	XValue: ۰/۸۰ YValue: ۳/۳۳ Bubble Size: ۴/۵
شاخص بایدار	وجود پارک علم و فناوری در شیراز	XValue: ۰/۷۲۰ YValue: ۳ Bubble Size: ۳/۷۹
شاخص کالبدی	وجود پهنه‌های ارزشمند اکولوژیکی، تاریخی و فرهنگی در بافت شهر باغات قصرالدشت، باغات تاریخی	XValue: ۰/۹۰ YValue: ۲/۹۱ Bubble Size: ۴/۵
	موقعیت مرکزی شهر شیراز در بین شهرهای جنوبی کشور و نزدیکی به بازارهای گردشگری کشورهای حاشیه خلیج فارس	XValue: ۰/۹۵ YValue: ۲/۶۶ Bubble Size: ۵/۵۵
	روحیه مهمان‌نوازی بالا و مثال‌زدنی سکنه	XValue: ۰/۶۶ YValue: ۲/۲۵ Bubble Size: ۱/۴۵

منبع: (محاسبات نگارندگان)

نتایج بررسی عوامل خارجی محیطی نشان می‌دهد مؤلفه‌های فرسودگی تأسیسات، تجهیزات و وسایل مورد استفاده از جمله شبکه راه‌ها، هتل‌ها و میهمان‌سراها و...، ناکافی بودن کمی و کیفی تسهیلات، تجهیزات، امکانات و زیرساخت‌های رفاهی خدماتی در شان شهر شیراز، عدم یکپارچگی در ارائه خدمات گردشگری با استفاده از فناوری اطلاعات، عدم توجه به توزیع عادلانه خدمات در سطح جاذبه‌های گردشگری، عدم تخصیص بودجه لازم و کافی برای خدمات گردشگری، ضعف در آداب مدنی (ناتوانی‌های انسانی، عدم رعایت مسئولیت اجتماعی و...)، سکونت معتادان، ولگردان و افاغنه در بافت تاریخی و باارزش شهر بیشترین اوزان را در ارزیابی عوامل محیطی مؤثر خارج از کنترل سازمان مؤثر بر توسعه خدمات گردشگری شیراز دارند.

جدول ۴. عوامل خارجی موثر در توسعه خدمات گردشگری شیراز

شاخص	عوامل خارجی	وزن
شاخص اداری - مدیریتی	حمایت و همکاری ضعیف (مالی و اداری) بین نهادهای رسمی با بخش‌های خصوصی و نهادهای عمومی	XValue: ۱/۷۹ YValue: ۴ Bubble Size: ۵
	تناقض‌های قانونی و حقوقی	XValue: ۱/۷۹ YValue: ۳ Bubble Size: ۵
	مدیریت غیرتخصصی و ناکارآمد در مدیریت شهری و خدمات گردشگری	XValue: ۱/۷۹ YValue: ۲ Bubble Size: ۵
	موازی کاری و عدم هماهنگی دستگاه‌ها و نهادهای ذی‌ربط در امر خدمات گردشگری	XValue: ۱/۷۹ YValue: ۴ Bubble Size: ۵
شاخص زیرساختی	فرسودگی تأسیسات، تجهیزات و وسایل مورد استفاده از جمله شبکه راه‌ها، هتل‌ها و میهمان‌سراها و ...	XValue: ۳/۲۰ YValue: ۴ Bubble Size: ۵
	ناکافی بودن کمی و کیفی تسهیلات، تجهیزات، امکانات و زیرساخت‌های رفاهی خدماتی در شان شهر شیراز	XValue: ۴ YValue: ۴ Bubble Size: ۵
شاخص اقتصادی	عدم تخصیص بودجه لازم و کافی برای خدمات گردشگری	XValue: ۲/۴۰ YValue: ۴ Bubble Size: ۵
شاخص اجتماعی - فرهنگی	عدم توجه به فرهنگ توریسم و ارزش بالای اختلاط فرهنگی آن.	XValue: ۱/۷۹ YValue: ۵ Bubble Size: ۲
	ضعف در آداب مدنی (ناتوانی‌های انسانی، عدم رعایت مسئولیت اجتماعی و ...)	XValue: ۲/۴۰ YValue: ۳ Bubble Size: ۳
	سکونت معتادان، ولگردان و افغانه در بافت تاریخی و باارزش شهر	XValue: ۲/۴۰ YValue: ۲ Bubble Size: ۲
شاخص بازاریابی	عدم یکپارچگی در ارائه خدمات گردشگری با استفاده از فناوری اطلاعات	XValue: ۳/۲۰ YValue: ۳ Bubble Size: ۵
	عدم توجه به توزیع عادلانه خدمات در سطح جاذبه‌های گردشگری	XValue: ۳/۲۰ YValue: ۲ Bubble Size: ۳

منبع: (محاسبات نگارندگان)

در نهایت برای تدوین راهکارهای پایانی به قضاوت در مورد میزان و امکان ترکیب عوامل مهم محیطی با منابع و توانایی‌ها پرداخته و تعیین شد که آیا ترکیب این عوامل با یکدیگر در تدوین استراتژی راهگشا هستند، و در چه اولییتی قرار دارند. بر این اساس می‌توان راهبردهای توسعه خدمات گردشگری شیراز را به ترتیب اولویت، درج شده در شکل ۱۲ قرارداد. بر این اساس، می‌توان از مهم‌ترین اقدامات در این راستا به موارد زیر اشاره کرد:

یکی از عوامل مهم در راستای توسعه خدمات گردشگری شیراز فرودگاه بین‌المللی است که اگر بر اساس مدیریت خودمختار و خودگردان مبتنی بر شایسته‌سالاری مدیریت شود (در قالب شرکت اداره شود)، یعنی مدیر درآمدها را متناسب با هزینه‌ها وصول کند، تبعاً مدیریت منابع به بهترین نحو، بهره‌وری حداکثری و استفاده از ظرفیت‌های فرودگاه‌ها انجام می‌گیرد، درآمد فرودگاه‌ها افزایش، در مقابل هزینه خدمات آنها کاهش می‌یابد و این فرصت مهیا

می‌شود که توسعه و ارتقای کیفیت خدمات فرودگاه تحقق پیدا کند. یکی از مشکلات در بخش توسعه خدمات گردشگری تناقضات قانونی و حقوقی است که همواره محدودیت‌هایی را برای این بخش ایجاد کرده است؛ از این‌رو باید در خصوص بازنگری و رفع این تناقضات اقدام نمود تا بتوان از وجود پهنه‌های ارزشمند اکولوژیکی، تاریخی و فرهنگی در بافت شهر شیراز باغات قصرالدشت، باغات تاریخی و اماکن فرهنگی و... در راستای توسعه خدمات گردشگری گام برداشت و از سویی مسیر برای ارتقای خدمات گردشگری با استفاده بهینه منابع مالی ناشی از چرخه اقتصاد زیارتی، فرهنگی و تاریخی در شهر شیراز هموار شود. نظر به اینکه شیراز قطب صادرات خدمات مهندسی و فنی در جنوب کشور می‌باشد، با افزایش حمایت و همکاری (مالی و اداری) بین نهادهای رسمی با بخش‌های خصوصی و نهادهای عمومی می‌توان ایجاد مراکز خدمات گردشگری را سازماندهی و ارتقای بخشید و با بازسازی و بهسازی بخشی از بافت فرسوده محله و اختصاص آنها به امکانات و مراکز رفاهی در جهت توسعه خدمات گردشگری این شهر حرکت نمود. در راستای خروج از تناقضات قانونی و حقوقی و ایجاد تبصره‌های تسریع‌کننده راهبردهای توسعه خدمات گردشگری شهر شیراز، می‌توان با بهره‌گیری از پارک علم و فناوری و شرکت‌های دانش‌بنیان و به‌کارگیری نیروهای تحصیل‌کرده در زمینه گردشگری و خدمات گردشگری و همچنین شناسایی، انتخاب و استفاده صحیح و بجا از مدیران و کارشناسان متخصص و باتجربه خدمات گردشگری را به سمت تحقق اهداف افق ۲۰ ساله کشور سوق داد. سپس با تأکید بر روحیه مهمان‌پذیری سکنه شیراز که به دلیل تناقض در قوانین اجتماعی و فرهنگی دچار دوگانگی شده است را با تنظیم کدهای اخلاقی در قالب ماده قانونی به صورت شفاف و صریح تقویت نمود. با وجود تعدد مراکز اقامتی، پذیرایی و... در شیراز، شاهد افت کیفیت و عدم پیشرفت ساخت و تأسیس این نوع مراکز خدماتی (عمومی، معین، انتظامی و امدادی و...) در چند سال اخیر بوده‌ایم که بر مبنای نتایج این تحقیق از تناقضات و تعارضات قانونی ناشی می‌شود؛ لذا باید با تنقیح قوانین و مقررات گردشگری، تعارضات و تناقضات قانونی مرتبط را از مسیر قانونی خود مرتفع سازیم. یکی از نقاط قوت شهر شیراز منحصربه‌فرد بودن از لحاظ پزشکی و درمانی است که فرصت برندسازی را در این زمینه فراهم نموده است، اما به دلیل اینکه گردشگری درمانی متشکل از دو عنصر خدمات گردشگری و خدمات درمانی (مراقبت درمانی) است و تمام این خدمات نیازمند همکاری بین دو بخش خصوصی و دولتی می‌باشد که کماکان شاهد دوگانگی و مغایرت سازوکارها قانونی - حقوقی و ضابطه‌های مدیریتی - اداری ناشی از برخوردهای سلیقه‌ای بوده‌ایم که باید با طرح قوانین یکپارچه و مدیریت تعارض منافع از ترویج سریع آن جلوگیری نمود و مسیر افزون و گسترش خدمات را بر گردشگران محقق سازیم.



شکل ۸. راهبردهای اساسی جهت توسعه خدمات گردشگری شهر شیراز
منبع: (محاسبات نگارندگان)

نتیجه گیری

خدمات گردشگری به عنوان یکی از مباحث نوین و تازه های دنیای برنامه ریزی شهری مورد توجه بسیاری از برنامه ریزان و سیاست گذاران قرار گرفته است. از خدمات گردشگری به عنوان عصر جدید توسعه شهر نام برده می شود و امروزه تعداد زیادی از کشورها در حال تدوین و اتخاذ سیاست ها و راهبردهای کاربردی برای استفاده از این نوع برنامه ریزی ها هستند. به طور خلاصه پژوهش های صورت گرفته در این راستا مورد بررسی قرار گرفت و می توان بیان کرد اکروش و همکاران (۲۰۱۶)، به این نتیجه رسیده اند که کیفیت خدمات گردشگری، از چهار جنبه تشکیل شده است: اطمینان - پاسخگویی، امکانات ملموس - همدلی، قابلیت اطمینان و کیفیت جهت. همچنین مامیرکولوا و همکاران (۲۰۲۰)، به بررسی فرصت های زیرساختی جاده ابریشم جدید در توسعه محیط گردشگری برای ساکنان با کیفیت زندگی بهتر پرداخته اند. همچنین حسین و همکاران (۲۰۲۴)، به بررسی رابطه پویا بین سرمایه اجتماعی، معیشت، و توسعه گردشگری در گیلگیت-بالتستان، پاکستان، با تمرکز بر سرمایه اجتماعی بومی تحت تأثیر دیدگاه های فرهنگی پرداخته اند. جمشیدی و همکاران (۱۳۹۸)، مهم ترین راهکارهای پژوهشی در تبیین اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری مشهد را تشکیل مدیریت یکپارچه گردشگری، تهیه طرح جامع گردشگری شهری مشهد و ارتقای سطح مشارکت سرمایه گذاران بخش خصوصی و جامعه مدنی در بستر اقتصاد سیاسی شهر مشهد می دانند. اما پژوهش حاضر به دنبال این است که پتانسیل ها و نقاط ضعف کلانشهر شیراز در راستای توسعه خدمات گردشگری را بررسی کرده و در این راستا تلاش کرده است تا بهترین استراتژی ها را ارائه دهد.

در این پژوهش، شهر شیراز به عنوان شهر مقصد خدمات گردشگری در نظر گرفته شد. این شهر که در ۲ دوره مهم سلسله پادشاهی در ایران پایتخت بوده است می توان از جنبه شهر تاریخی بسیار مورد بحث قرار گیرد. جاذبه هایی

چون تخت جمشید، پاسارگاد و نقش رستم، باغ ارم، باغ عفیف آباد، نارنجستان قوام، شاهچراغ و... که از جنبه های مختلف تقسیم بندی توسعه شهری دارای اهمیت فراوان می باشد. بهر حال کلانشهر شیراز با توجه به ظرفیت های زیاد در زمینه های مختلف اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، اداری-سازمانی، کالبدی - اکولوژیکی، مستعد گردشگری و بهره مندی از منافع بی شمار آن است که با برنامه ریزی دقیق و همچنین شناسایی قوت ها و ضعف های موجود در این زمینه می توان به عوامل موثر در توسعه خدمات گردشگری پی برده و با در نظر گرفتن فرصت ها و تهدید ها به ارتقای آن پرداخته و به موفقیت در رقابت جهانی شهر دست یابد. متقابلاً توسعه برنامه ریزی شهری خود موجب ارتقای سطح خدمات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و مدیریتی می شود و در نهایت به تولید اشتغال در بخش های مختلف کشور و رسیدن به استانداردهای جهانی منجر شده و کسب درآمد و ارزآوری برای کشور و رونق اقتصادی کشور را سرعت می بخشد.

بعد از بررسی نقاط قوت و پتانسیل های شیراز در راستای توسعه خدمات گردشگری و مشخص شدن جایگاه این شهر نسبت به دو رقیب مهم گردشگری نزدیک به خود، و همچنین نتایج بررسی عوامل خارجی که مهم ترین آنها فرسودگی تأسیسات، تجهیزات و وسایل مورد استفاده از جمله شبکه راه ها، هتل ها و میهمان سراها و...، ناکافی بودن کمی و کیفی تسهیلات، تجهیزات، امکانات و زیرساخت های رفاهی خدماتی در شان شهر شیراز، عدم یکپارچگی در ارائه خدمات گردشگری با استفاده از فناوری اطلاعات، عدم توجه به توزیع عادلانه خدمات در سطح جاذبه های گردشگری، عدم تخصیص بودجه لازم کافی برای خدمات گردشگری، ضعف در آداب مدنی (ناتوانی های انسانی، عدم رعایت مسئولیت اجتماعی و...)، سکونت معتادان، ولگردان و افغانه در بافت تاریخی و بارزش شهر می باشد؛ راهبردهای اساسی تدوین گردید که به شرح ذیل ارائه می گردد:

❖ اداره فرودگاه بین المللی شیراز بر اساس مدیریت خودمختار و خودگردان مبتنی بر شایسته سالاری: یعنی مدیر درآمدها را متناسب با هزینه ها وصول کند، تبعاً مدیریت منابع به بهترین نحو، بهره وری حداکثری و استفاده از ظرفیت های فرودگاه ها انجام می گیرد، درآمد فرودگاه ها افزایش، در مقابل هزینه خدمات آنها کاهش می یابد و این فرصت مهیا می شود که توسعه و ارتقای کیفیت خدمات فرودگاه تحقق پیدا کند.

❖ بازنگرگی و رفع تناقضات قانونی و حقوقی و استفاده بهینه از پهنه های ارزشمند اکولوژیکی، تاریخی و فرهنگی در بافت شهر شیراز باغات قصرالدشت، باغات تاریخی و اماکن فرهنگی و... در راستای توسعه خدمات گردشگری در

❖ استفاده بهینه و صحیح از منابع مالی ناشی از چرخه اقتصاد زیارتی، فرهنگی و تاریخی در شهر شیراز در جهت ارتقای خدمات گردشگری

❖ افزایش حمایت و همکاری (مالی و اداری) بین نهادهای رسمی با بخش های خصوصی و نهادهای عمومی در جهت ایجاد مراکز خدمات گردشگری و سازماندهی و ارتقای آن

❖ بازسازی و بهسازی بخشی از بافت فرسوده محله و اختصاص آنها به امکانات و مراکز رفاهی در جهت توسعه خدمات گردشگری

❖ خروج از تناقضات قانونی و حقوقی و ایجاد تبصره های تسریع کننده راهبردهای توسعه خدمات گردشگری شهر شیراز،

- ❖ بهره‌گیری از پارک علم و فناوری و شرکت‌های دانش‌بنیان و به‌کارگیری نیروهای تحصیل‌کرده در زمینه گردشگری و خدمات گردشگری
- ❖ شناسایی، انتخاب و استفاده صحیح و بجا از مدیران و کارشناسان متخصص و باتجربه خدمات گردشگری به‌منظور حرکت در جهت تحقق اهداف افق ۲۰ ساله کشور
- ❖ تقویت روحیه مهمان‌پذیری سکنه شیراز با تنظیم کدهای اخلاقی در قالب ماده‌قانونی به‌صورت شفاف و صریح
- ❖ تنقیح قوانین و مقررات گردشگری به هدف ارتقای کیفیت مراکز اقامتی، پذیرایی و.... در شیراز، و پیشرفت ساخت و تأسیس این نوع مراکز خدماتی (عمومی، معین، انتظامی و امدادی و...)
- ❖ طرح قوانین یکپارچه و مدیریت تعارض منافع به‌منظور همکاری بین دو بخش خصوصی و دولتی به طور خاص در زمینه‌های پزشکی و درمانی
- ❖ کاهش دوگانگی و مغایرت سازوکارها قانونی - حقوقی و ضابطه‌های مدیریتی - اداری ناشی از برخوردهای سلیقه‌ای

حامی مالی

این اثر حامی مالی نداشته است.

سهم نویسندگان

سهم نویسنده اول و دوم ۸۰ درصد و سهم نویسنده سوم ۲۰ درصد است.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند، هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسنده مسئول این مقاله از عاملین چاپ مقاله تشکر می‌کند.

منابع

- (۱) اصغرزاده، سمیه؛ عباسی، عنایت و چوپچیان، شهلا (۱۴۰۲). تعیین‌کننده‌های رضایتمندی و وفاداری گردشگران روستایی نسبت به اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان گیلان، فصلنامه روستا و توسعه، (۱) ۲۶، ۱۶۷-۱۹۲.
<https://doi.org/10.30490/rvt.2023.354731.1365>
- (۲) اطعیمه سرخان، حیدر؛ خاوریان گرمسیر، امیررضا؛ صادقی، علی؛ کبیرزاده، مهسا و حاجی قاسمی، زهرا (۱۴۰۲). سیاست‌گذاری راهبردی گردشگری مذهبی با تأکید بر رقابت‌پذیری شهرهای مقدس شیعیان جهان اسلام: نمونه موردی شهر مقدس کربلا، فصلنامه جامعه و سیاست، (۲) ۱، ۳۵-۵۲.
<https://sanad.iau.ir/fa/Article/783349>
- (۳) انصاری، میترا (۱۴۰۱). تحلیل عوامل اثرگذار بر تمایل به بازدید مجدد گردشگران با تأکید بر کیفیت خدمات گردشگری در مقصد (مورد پژوهی: شهر خرم‌آباد)، مجله مهندسی جغرافیایی سرزمین، (۴) ۶، ۹۶۳-۹۷۵.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.25381490.1401.6.4.13.6>
- (۴) ایزدی سعدی، علی‌اکبر؛ تقوایی، مسعود و پیوسته گر، یعقوب (۱۴۰۱). تحلیل فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه خدمات گردشگری (مطالعه موردی شهر شیراز)، مجله کاربرد سیستم اطلاعات جغرافیایی و سنجش از دور در برنامه‌ریزی، (۳) ۱۲، ۷۵-۹۱.
<https://journals.iau.ir/article.html۶۹۲۶۸۸>

- ۵) ایزدی سعدی، علی اکبر؛ تقوایی، مسعود و پیوسته گر، یعقوب (۱۴۰۱). بررسی و ارزیابی عوامل مؤثر بر بهبود توسعه خدمات گردشگری در شهر شیراز، فصلنامه علمی و پژوهشی نگرش های نو در جغرافیای انسانی، ۱۴(۲)، ۱۴۱-۱۲۳.
<https://journals.iau.ir/article.html۶۹۶۸۱۶>
- ۶) برادران خانیان، زینب؛ آذری، زهرا و بهبودی، داود (۱۴۰۲). سنجش پایداری شاخص های گردشگری به عنوان هسته کلیدی بخش خدمات استان آذربایجان شرقی، فصلنامه اقتصاد و توسعه منطقه ای، (۲) ۳۰، ۷۸-۱۲۳.
<https://doi.org/10.22067/erd.2023.84582.1200>
- ۷) بدری، سیدعلی؛ رضوانی، محمدرضا؛ ترابی، ذبیح الله و ملکان، احمد (۱۳۹۴). متاسوات، ابزاری استراتژیک برای برنامه ریزی گردشگری پایدار (مورد مطالعه: روستای میغان)، مجله ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۴(۱۳)، ۵۰-۲۹.
https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1093_dbe3d8e0933467c9a6bf9bdad9d7a4e3.pdf
- ۸) بهنام مرشدی، حسن؛ احمدی، داریوش؛ فرجی سبکبار، حسنعلی و رضوانی، محمدرضا (۱۳۹۵). پهنه بندی فضایی کانون های گردشگری به منظور تعیین مناطق بهینه خدمات گردشگری در استان فارس، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، ۲۱(۲)، ۱۷-۳۰.
- ۹) بیدگلی، عباس؛ آقامیری، سید امید و دهقان، سارا (۱۴۰۱). توسعه خدمات گردشگری ایران در شرایط شیوع ویروس کرونا (با تأکید بر پتانسیل های بالقوه موجود)، فصلنامه جهان نوین، ۵(۱۸)، ۶۰-۴۷.
- ۱۰) تقوایی، مسعود و غفاری، رامین (۱۳۸۹). برنامه ریزی فضایی در توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: استان چهارمحال بختیاری، محور بازفت)، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، ۲۵(۹۶)، ۷۹-۱۰۰.
https://jgr.ui.ac.ir/article_17856.html
- ۱۱) تقوایی، مسعود و رنجبر دستنایی، محمود (۱۳۸۹). تحلیلی بر پراکنش امکانات و خدمات مسیر گردشگری شمال شرق استان چهارمحال بختیاری، فصلنامه علمی و پژوهشی پژوهش و برنامه ریزی شهری، ۱(۱)، ۴۸-۲۱.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.22285229.1389.1.1.2.1>
- ۱۲) تقوایی، مسعود و زنگنه، مهدی (۱۳۹۱). تحلیلی بر توسعه گردشگری در منطقه تفرجگاهی شاندیز مشهد، نشریه علمی و پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی (دانشکده جغرافیا)، ۱۶(۴۲)، ۸۹-۱۱۲.
- ۱۳) تقوایی، مسعود؛ پورباقری، علیرضا و شفیعی، مرجان (۱۴۰۱). تحلیل شاخص های مؤثر بر تحقق شهر خلاق، مطالعه موردی: شهر شیراز، مطالعات ساختار و کارکرد شهری، ۹(۳۱)، ۱۷۱-۱۹۸.
<https://doi.org/10.22080/USFS.2022.22764.2215>
- ۱۴) جمشیدی، محمدجواد؛ برک پور، ناصر و کلانتری، خلیل (۱۳۹۸). تبیین اثرات اقتصاد سیاسی گردشگری مذهبی بر توزیع نامتوازن خدمات گردشگری مشهد، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۴(۴۷)، ۲۶۰-۲۲۱.
<https://doi.org/10.22054/tms.2019.10613>
- ۱۵) حاجی آقازاده، یاسر؛ مقدم، علیرضا؛ مراغه، امید و کاکاوند، یونس (۱۴۰۲). بررسی تاثیر آمیخته گردشگری و کیفیت خدمات بر رضایت گردشگر و وفاداری به مقصد گردشگری، فصلنامه علمی مؤسسه آموزش عالی فردوس (اکتشاف و پردازش هوشمند دانش)، ۳(۹)، ۸۱-۷۰.
<https://doi.org/10.30508/KDIP.2023.403336.1074>
- ۱۶) حسام، مهدی؛ مؤمن، نرجس و سالم، مرضیه (۱۴۰۰). تحلیل فضایی زیرساخت های گردشگری در استان گیلان. فصلنامه علمی-پژوهشی گردشگری و توسعه، ۱۰(۱)، ۲۶۷-۲۸۵.
- ۱۷) حیدر زاده، کامبیز؛ نجفی، کبری و حسینی، سیدعلی (۱۳۹۶). تاثیر کیفیت خدمات گردشگری بر وفاداری به مقصد گردشگری با توجه به نقش میانجی تصویر ذهنی از مقصد گردشگری و رضایت گردشگران، نشریه فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۲(۴۰)، ۱۱۵-۱۵۳.
<https://doi.org/10.22054/tms.2018.19440.1534>
- ۱۸) رضایی، محمدرضا؛ اروچی، حسن و عزیزی، حسین (۱۴۰۲). واکاوی توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب آوری با استفاده از مدل متاسوات، نشریه گردشگری و اوقات فراغت، ۸(۱۵)، ۱۴۵-۱۶۸.
<https://10.22133/TLJ.2023.375331.1067>
- ۱۹) رضایی، محمدرضا و قاسمی، مسلم (۱۴۰۱). ارزیابی قابلیت های گردشگری و نقش آن در توسعه شهری با تأکید بر برنامه ریزی راهبردی (نمونه موردی: شهر کرمان)، فصلنامه سیاست گذاری محیط شهری، ۲(۵)، ۱-۱۶.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.27833496.1401.2.5.8.1>

- (۲۰) زحمتکش، سمیرا؛ رجوعی، مرتضی و غیورباغبانی، سیدمرتضی (۱۳۹۹). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه کسب و کارهای گردشگری شهر مشهد با استفاده از تکنیک متاسوات، فصلنامه علمی- پژوهشی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۹(۳۲)، ۱۷۹-۱۹۵. [10.22080/JTPD.2020.17473.3154](https://doi.org/10.22080/JTPD.2020.17473.3154)
- (۲۱) سلطانی، ناصر؛ موسوی، میرنجف و سلامی، هادی (۱۳۹۲). راهبردهای توسعه گردشگری از دیدگاه ارائه‌کنندگان خدمات با استفاده از مدل‌های دلفی و فرایند تحلیل شبکه (مطالعه موردی: استان آذربایجان غربی)، فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۴(۱۲)، ۱۹-۳۹. https://jargs.hsu.ac.ir/article_161330
- (۲۲) شادور، سجاد و عربی، مهدی (۱۴۰۱). ارزیابی و سطح‌بندی فضای عرضه خدمات و تسهیلات گردشگری شهر ساحلی بوشهر با استفاده از GIS و منطق فازی، مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۵۴(۳)، ۸۸۹-۹۰۵.
- (۲۳) عشورنژاد، غدیر و بهنام مرشدی، حسن (۱۳۹۷). ارزیابی وضعیت خدمات گردشگری استان فارس با تلفیق تکنیک‌های چند معیاره سلسله مراتبی فولر و TODIM، مجله جغرافیا و روابط انسانی، ۱(۱)، ۱۴-۳۴. <https://doi.org/10.22059/JHGR.2021.310053.1008172>
- (۲۴) علی‌اکبری، اسماعیل؛ حسن‌زاده، محمد مهدی؛ دادر، بیژن و سقائی، محسن (۱۴۰۲). برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری شهر یاسوج با استفاده از مدل متاسوات براساس رویکرد توسعه پایدار، نشریه علمی برنامه‌ریزی توسعه کالبدی، ۱۰(۱)، ۱۱۷-۱۳۱.
- (۲۵) فردوسی، سجاد و بابائی، یاور (۱۴۰۲). الزامات رضایت‌مندی گردشگران از امکانات و خدمات شهری (مطالعه موردی: شهر شاهرود)، فصلنامه علمی پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری، ۴(۱۴)، ۳۲-۱۵. [10.30473/GRUP.2023.35635.1983](https://doi.org/10.30473/GRUP.2023.35635.1983)
- (۲۶) قاسمی خوزانی، محمد (۱۳۹۰). گردشگری به‌عنوان یک سیستم (نمونه: مشهد)، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، ۹(۲)، ۵۶۷-۵۹۲. <https://doi.org/10.22067/geography.v9i17.13483>
- (۲۷) کفاشان طوسی، فرزانه؛ حسن‌آبادی، داود و علی‌نقی زاده، مصطفی (۱۳۹۹). تحلیل توزیع فضائی زمانی زیرساخت‌های خدمات گردشگری به‌منظور مدیریت بهینه و افزایش بهره‌وری صنعت گردشگری مطالعه موردی شهرستان شاهرود، فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۰(۳۸)، ۵۹۳-۶۱۵. <https://doi.org/10.22286/462.1399.10.38.3.8>
- (۲۸) موسوی، میرنجف؛ سادات کهکی، فاطمه و جلالیان، سید اسحاق (۱۳۹۸). ارزیابی عناصر مؤثر بر توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر ارومیه)، فصلنامه علمی گردشگری شهری، ۶(۲)، ۶۱-۷۷. [10.22059/JUT.2019.240063.371](https://doi.org/10.22059/JUT.2019.240063.371)
- (۲۹) نصرالهی، زهرا؛ جهانبازی، ندا و ناصری، طاهره (۱۳۹۳). رده‌بندی استان‌های کشور برحسب جاذبه‌های گردشگری، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۹(۲۸)، ۱۷-۳۷. <https://doi.org/10.22059/JUT.2019.240063.371>
- (۳۰) نظری، احمد، میرداداشی، سید مهدی و شمشیری، علیرضا (۱۴۰۳). چالش‌های مسئولیت مدنی راهنمای گردشگری و مدیر فنی دفتر خدمات گردشگری در حقوق ایران و مطالعه تطبیقی با حقوق فرانسه، فصلنامه علمی-پژوهشی گردشگری و توسعه، ۱۳(۱)، ۱۹-۳۲. <https://doi.org/10.22034/jtd.2023.385092.27>
- 31) Akroush, M. N., Jraisat, L. E., Kurdieh, D. J., AL-Faouri, R. N. & Qatu, L. T. (2016). Tourism service quality and destination loyalty—the mediating role of destination image from international tourists' perspectives, *Tourism review*, 71(1), 18-44. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2014-0057>
- 32) Ali Akbari, I., Hassanzadeh, M.M., Dadres, B. and Saqaei, M. (1402). Strategic tourism planning of Yasouj city using Metaswat model based on sustainable development approach, *Scientific Journal of Physical Development Planning*, (1) 10, 117-131. [Persian]. <https://www.doi.org/10.30473/psp.2023.64956.2620>
- 33) Ansari, M. (1401). Analysis of influencing factors on tourists' desire to visit again with an emphasis on the quality of tourism services in the destination (case study: Khorramabad city), *Journal of Geographical Engineering of the Land*, (4) 6, 963-975. [Persian]. <https://doi.org/10.22059/JUT.2019.240063.371>
- 34) Asgharzadeh, S., Abbasi, E. & Chobchian, SH. (2023). Determinants of rural tourists' satisfaction and loyalty towards ecotourism accommodations in Gilan province, *Rural and Development Quarterly*, (1) 26, 167-192. [Persian]. <https://doi.org/10.30490/rvt.2023.354731.1365>
- 35) Ashouranjad, GH. & Behnam Morshidi, H. (2017). Assessing the status of tourism services in Fars province by combining Fuller and TODIM hierarchical multi-criteria techniques, *Journal of Geography and Human Relations*, (1)1, 14-34. [Persian]. <https://doi.org/10.22059/JUT.2019.240063.371>
- 36) Ateeme Sarhan, H., Khavarian Garmsir, A., Sadeghi, A., Kabirzadeh, M. & Haji Ghasemi, Z. (2023). Strategic politicization of religious tourism with an emphasis on the competitiveness of

- Shiite holy cities in the Islamic world: a case study of the holy city of Karbala, Community and Policy Quarterly, (2) 1, 35-52. [Persian]. <https://sanad.iau.ir/fa/Article/783349>
- 37) Bai, J., Tang, Z. & Yan, L. (2024). Research on tourism spatial justice based on residents' perception: A case study on Babao Town of Qilian Mountain National Park (Qinghai area). Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 47, 100801. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2024.100801>
- 38) Badri, S.A., Rezvani, M., Torabi, Z. & Malkan, A. (2014). Metaswat, a strategic tool for sustainable tourism planning (case study: Meighan village), Journal of Tourism Planning and Development, (13) 4, 29-50. [Persian].
- 39) Behnam Morshidi, H., Ahmadi, D., Faraji Sobbar, H.A. & Rezvani, M.R. (2015). Spatial zoning of tourism centers in order to determine the optimal areas of tourism services in Fars province, Regional Planning Quarterly, 6(21), 17-30. [Persian].
- 40) Bidgoli, A., Aghamiri, S.O. & Dehghan, S. (1401). The development of Iran's tourism services in the conditions of the spread of the Corona virus (with emphasis on the existing potentials), Jahan Navin Quarterly, (18)5, 47-60. [Persian]. <https://elmnet.ir/account/login?returnUrl=%2Fdoc%2F2599129-94002>
- 41) Ghasemi Khozani, M. (1390). Tourism as a system (example: Mashhad), Journal of Geography and Regional Development, (2) 9, 567-592. [Persian]. <https://doi.org/10.22067/geography.v9i17.13483>
- 42) Giambona, F., Magrini, A. & Fusco, E. (2024). Assessing tourism sustainability in European Union countries: A multi-directional benefit of the doubt composite indicator. Socio-Economic Planning Sciences, 95, 102042. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2024.102042>
- 43) Haq, I., Pardaev, J., Allayarov, P. & Munir, S. (2024). The impact of financial innovation and infrastructure on inbound tourism in Central Asia, Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 10(1), 100175. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100175>
- 44) Heydarzadeh, K., Najafi, K. & Hosseini, S.A. (2016). The effect of the quality of tourism services on loyalty to the tourist destination according to the mediating role of the mental image of the tourist destination and tourists' satisfaction, Journal of Tourism Management Studies, (40)12, 115-153. [Persian]. <https://doi.org/10.22054/tms.2018.19440.1534>
- 45) Hussain, A., Mandić, A. & Fusté-Forné, F. (2024). Transforming communities: Analyzing the effects of infrastructure and tourism development on social capital, livelihoods, and resilience in Gilgit-Baltistan, Pakistan, Journal of Hospitality and Tourism Management, 59, 276-295. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.04.017>
- 46) Izadi Saadi, A.A., Taqvai, M. & Panideshgar, Y. (2022). Analysis of opportunities and threats of development of tourism services (Shiraz city case study), Journal of Application of Geographic Information System and Remote Sensing in Planning, (3) 12, 75-91. [Persian]. https://journals.iau.ir/article_692688.html
- 47) Izadi Saadi, A.A., Taqvai, M. & Panideshgar, Y. (2022). Investigation and evaluation of the effective factors on the improvement of the development of tourism services in the city of Shiraz, scientific and research quarterly of new attitudes in human geography, (2) 14, 123-141. [Persian].
- 48) Ignaccolo, C., Zheng, Y. & Williams, S. (2023). Tourism Morphometrics in Venice: Constructing a Tourism Services Index (TSI) to unmask the spatial interplay between tourism and urban form. Cities, 140, 104369. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104369>
- 49) Jamshidi, M., J., Barakpour, N. & Kalantari, KH. (2018). Explaining the political economy effects of religious tourism on the unbalanced distribution of tourist services in Mashhad, Tourism Management Studies Quarterly, (47) 14, 221-260. [Persian]. <https://doi.org/10.22054/tms.2019.10613>
- 50) Kafashan Tusi, F., Hassanabadi, D. & Alinaghizadeh, M. (2019). Analysis of the spatio-temporal distribution of tourism service infrastructures in order to optimally manage and increase the productivity of the tourism industry, a case study of Shahrood city, Regional Geography and Planning Quarterly, (38) 10, 593-615. [Persian]. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22286462.1399.10.38.3.8>
- 51) Kosova, R., Halidini, D. Q., Xhafaj, E., Gjika, N. & Kosova, A. M. (2023). Assessing tourism service quality in Albania: A 5-scale Likert survey analysis and interpretation with SPSS. In Proceeding Book of 4th International Conference on Engineering and Applied Natural Sciences ICEANS 2023.
- 52) Khanian brothers, Z., Azari, Z. & Behbodi, D. (1402). Measuring the sustainability of tourism indicators as the key core of the service sector of East Azarbaijan Province, Regional Economy and Development Quarterly, (2) 30, 78-123. [Persian] <https://doi.org/10.22067/erd.2023.84582.1200>

- 53) Mousavi, M., Sadat Kohki, F. & Jalalian, S.I. (2018). Evaluation of factors affecting the development of urban tourism (case study: Urmia city), *Urban Tourism Scientific Quarterly*, (2) 6, 61-77. [Persian]. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.240063.371>
- 54) Mamirkulova, G., Mi, J., Abbas, J., Mahmood, S., Mubeen, R. & Ziapour, A. (2020). New Silk Road infrastructure opportunities in developing tourism environment for residents better quality of life, *Global Ecology and Conservation*, 24, e01194. <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2020.e01194>
- 55) Nasralhi, Z., Jahanbazi, N. and Naseri, T. (2014). Ranking of the country's provinces according to tourism attractions, *Tourism Management Studies Quarterly*, (28)9, 17-37. [Persian]. <https://dori.net/dor/20.1001.1.23223294.1393.9.28.2.0>
- 56) Rezaei, M. & Ghasemi, M. (1401). Evaluation of tourism capabilities and its role in urban development with emphasis on strategic planning (case example: Kerman city), *Urban Environment Policy Quarterly*, (5) 2, 1-16. [Persian]. <https://dori.net/dor/20.1001.1.27833496.1401.2.5.8.1>
- 57) Rezaei, M.R., Oroji, H. & Azizi, H. (1402). Analyzing the tourism development of Shiraz city with a resilience approach using the Metaswat model, *Journal of Tourism and Leisure*, (15) 8, 145-168. [Persian]. <https://doi.org/10.22133/tlj.2023.375331.1067>
- 58) Shadour, S. & Arabi, M. (1401). Evaluation and leveling of the supply space of tourism services and facilities in the coastal city of Bushehr using GIS and fuzzy logic, *Journal of Human Geography Research*, (3) 54, 889-905. [Persian]. <https://www.doi.org/10.22059/jhgr.2021.310053.1008172>
- 59) Soltani, N.; Mousavi, M. & Salami, H. (2012). Tourism development strategies from the point of view of service providers using Delphi models and network analysis process (case study: West Azarbaijan Province), *Arid Regions Geographical Studies Quarterly*, (12) 4, 19-39. [Persian].
- 60) Taqvai, M. & Ghafari, Ramin (2009). Spatial planning in the development of the tourism industry (case study: Chaharmahal Bakhtiari province, Bazfat axis), *Geographical Research Quarterly*, (96) 25, 79-100. [Persian].
- 61) Taqvai, M. & Ranjbar Dastanai, M. (2009). An analysis on the distribution of touristic facilities and services in Northeast Chaharmahal Bakhtiari Province, *Scientific and Research Quarterly of Urban Planning and Research*, (1) 1, 21-48. [Persian]. <https://dori.net/dor/20.1001.1.22285229.1389.1.1.2.1>
- 62) Taqvai, M. & Zanganeh, M. (2011). An analysis of tourism development in Shandiz resort area of Mashhad, *scientific and research journal of Geography and Planning (Geography Faculty)*, (42) 16, 89-112. [Persian]. https://geoplanning.tabrizu.ac.ir/article_31_23a515b78023d077a1e221b0cac195d0.pdf
- 63) Taqvai, M., Pourbagheri, A. & Shafiei, M. (1401). Analysis of indicators affecting the realization of creative city, case study: Shiraz city, *studies of urban structure and function*, (31) 9, 171-198. [Persian]. <https://doi.org/10.22080/usfs.2022.22764.2215>
- 64) Worker, S., Regghi, M. & Ghayorbaghbani, S.M. (2019). Strategic planning of the development of tourism businesses in Mashhad using the Metaswat technique, *Scientific-Research Quarterly of Tourism Planning and Development*, (32) 9, 179-195. [Persian]. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.17473.3154>
- 65) Titu, MM., Raulea, A-S. & Titu, S. (2016). Measuring service quality in tourism Industry, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 221, 294-301. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.118>
- 66) Wang, X., Yang, W. & Ren, X. (2023). Impacts of public service supply on the tourism industry in the high-speed rail era: Evidence from the central regions of China, *Transport Economics and Management*, 1, 139-150. <https://doi.org/10.1016/j.team.2023.09.002>
- 67) Yang, E. & Smith, J. W. (2024). Tourism supply and demand in the gateway communities of southeastern Utah (USA), *Journal of Destination Marketing & Management*, 32, 100899. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100899>