



## گردشگری و اوقات فراغت

<http://doi.org/10.22133/tlj.2023.375331.1067>

### واکاوی توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب‌آوری با استفاده از مدل متاسوات

محمد رضا رضایی<sup>۱\*</sup>، حسن اروجی<sup>۲</sup>، حسین عزیزی<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه یزد، یزد، ایران

<sup>۲</sup> استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه یزد، یزد، ایران

<sup>۳</sup> دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه یزد، یزد، ایران

#### چکیده

#### اطلاعات مقاله

از آنجایی که رویکرد تاب‌آوری سبب تقویت گردشگری در برابر سوانح و بحران‌ها می‌شود و توانایی آن را برای جذب و کاهش تغییرات افزایش می‌دهد، یکی از رویکردهای جدید مؤثر برای ادامه توسعه گردشگری تاب‌آوری است. شهر شیراز یکی از شهرهای مهم گردشگری کشور و جهان است که، با توجه به این‌که در آن سوانح گوناگونی از جمله سیل و حملات تروریستی رخ داده است و این اتفاقات در توسعه گردشگری آن اختلال ایجاد کرده‌اند، در امر توسعه گردشگری خود نیازمند بهره‌گیری از رویکرد تاب‌آوری است. هدف از این پژوهش سنجش منابع داخلی و خارجی گردشگری شیراز و مقایسه آن با رقبا و در نهایت ارائه راهبردهای لازم برای دستیابی به توسعه گردشگری با رویکرد تاب‌آوری است. روش این پژوهش توصیفی - تحلیلی و هدف آن کاربردی است. گردآوری اطلاعات با استفاده از دیدگاه‌های کارشناسان در چند نوبت با استفاده از پرسش‌نامه انجام شده است. از نظر روایی، پرسش‌نامه را استادان حوزه مربوطه تأیید کرده‌اند و پایایی آن براساس نتیجه آزمون آلفای کرونباخ ۰/۹۱۵ است که پایایی بالای آن را نشان می‌دهد. متغیر مستقل و وابسته به ترتیب تاب‌آوری و توسعه گردشگری است. جامعه آماری آن شهر شیراز و نمونه آماری ۳۳ نفر از کارشناسان حوزه گردشگری (شامل کارمندان، دانشجویان، استادان دانشگاه و صاحبان کسب‌وکار) است که به صورت گلوله‌برفی انتخاب شده‌اند. نتایج حاکی از آن است که بخش عمده منابع گردشگری شیراز با رویکرد تاب‌آوری از نظر استراتژیک در شرایط متعادل و نزدیک به هم قرار دارند و از نظر وزن و تناسب راهبردی اختلاف چندانی با هم ندارند. زیرساخت‌های مناسب حمل‌ونقل هوایی و زمینی، سرمایه‌گذاری زیاد بخش دولتی و خصوصی، در زمینه گردشگری در شیراز، وجود جاذبه‌های متعدد و متنوع و تبلیغات قوی در زمینه جذب گردشگر از راهبردی‌ترین منابع شهر شیراز به شمار می‌روند. در نهایت، راهبردهایی برای توسعه گردشگری شیراز با رویکرد تاب‌آوری ارائه شده است.

#### مقاله پژوهشی

#### تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۰۹/۱۳

#### تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۰۲/۲۵

#### واژگان کلیدی:

گردشگری شهری  
تاب‌آوری  
برنامه‌ریزی راهبردی  
شهر شیراز

#### \*نویسنده مسئول

رایانامه: rezaei58@gmail.com

#### نحوه استناددهی:

رضایی، محمد رضا، اروجی، حسن و عزیزی، حسین (۱۴۰۲). واکاوی توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب‌آوری با استفاده از مدل متاسوات. گردشگری و اوقات فراغت، ۸(۱۵)، ۱۴۵-۱۶۸.

ناشر: دانشگاه علم و فرهنگ <https://www.usc.ac.ir>

## مقدمه

صنعت گردشگری امروزه از پیشروترین بخش‌های اقتصادی است. لذا، توانسته از بزرگ‌ترین صنایع دنیا محسوب شود و، با ایجاد درآمد وافر و اشتغال، نقشی مؤثر در رشد اقتصادی کشورها ایفا کند (Zamparini, 2021, p. 41). این صنعت، با به وجود آوردن صلح بین‌المللی، در ایجاد تفاهم و توسعه فرهنگ نقشی مؤثر داشته است و سمبل هویت فرهنگی، طبیعی و انسانی و همچنین یکی از بخش‌های اصلی اقتصادی در نظر گرفته شده است (Yin & Li, 2021, p. 2). از این رو، بسیاری از برنامه‌ریزان توسعه گردشگری را رویکردی خاص با چشم‌انداز روشن برای توسعه دائمی معرفی کرده‌اند که توانسته عاملی تأثیرگذار در جهان امروز باشد (Santos & Teixeira, 2020, p. 762). در بین انواع گردشگری، از نظر مکان مقصد، گردشگری شهری با داشتن امکانات، زیرساخت‌ها و خدمات گوناگون و حتی جاذبه‌های طبیعی، به دلیل این‌که سبب جذب گردشگران با انگیزه‌های گوناگون می‌شود، توانسته پذیرای گردشگران بسیاری باشد (Rise, 2020, p. 432). گردشگری شهری، به دلیل تغییر در سبک زندگی مردم بر اثر ارتقای فرهنگ شهرنشینی و توسعه ارتباطات، رشد چشمگیری کرده است (Rahmafritria, 2020, p. 2). همچنین، با ایجاد فرصت برای اشتغال، کسب درآمد برای ساکنان، ارتقای فرهنگ و توسعه زیرساخت‌ها، امکان توسعه شهری را فراهم آورده است. در نتیجه، می‌توان گفت گردشگری شهری فقط نوعی گردشگری نیست، بلکه بخشی جدایی‌ناپذیر و بارز از زندگی شهری است (Wang et al., 2020, p. 2).

اما گاهی رویدادهایی با اختلال در عملکرد گردشگری شهری سبب توقف توسعه آن می‌شوند (Li et al., 2021, p. 3). لذا برای جلوگیری از این معضل کارشناسان استراتژی تاب‌آوری را معرفی کرده‌اند (Jiang et al., 2021, p. 2). این نوع استراتژی سبب بازیابی سریع مقاصد گردشگری می‌شود که، به‌زعم کارشناسان، تأثیر بسیار مفیدی در توسعه پایدار دارد (Huck et al., 2020, p. 2). تاب‌آوری سبب تقویت جوامع با استفاده از پتانسیل‌های آن‌ها می‌شود (Heinzle & Serre, 2020, p. 4). معنای تاب‌آوری این است که جامعه بتواند در برابر سوانح ایستادگی کند، بدون این‌که از خسارات صدمه جدی ببیند و کمک زیادی از خارج از سیستم دریافت و عملکرد خود را حفظ کند (Fountain & Cradock-Henry, 2020, p. 3).

امروزه، با توجه به حجم زیاد آسیب‌ها و تلفات ناشی از سوانح در شهرها، به‌ویژه در شهرهای گردشگری، ضرورت کاهش آسیب‌پذیری برای مدیران شهری و گردشگری مطرح می‌شود (Chelleri & Baravikova, 2021, p. 3). با وجود این، با توجه به این‌که هر شهری ویژگی‌های منحصر به فردی دارد، نوع تاب‌آوری با توجه به ویژگی‌های جغرافیایی، اقتصادی، فرهنگی و غیره آن با سایر شهرها متفاوت خواهد بود. مثلاً، تاب‌آوری شهرهای گردشگری با شهرهای صنعتی، بندری و سیاسی متفاوت است (Wardekkera et al., 2020, p. 3).

با این اوصاف، برقراری ارتباط بین رویکرد تاب‌آوری و توسعه گردشگری مسئله‌ای حیاتی است؛ زیرا سوانح گردشگری متنوع هستند. سوانح طبیعی، صنعتی، بهداشتی، بحران‌های سیاسی، اقتصادی و حملات تروریستی شوک بزرگی بر توسعه گردشگری و شهرهای گردشگری وارد می‌سازند (Cartier & Taylor, 2020, p. 4). وقوع سوانح جان ساکنان و گردشگران را به خطر می‌اندازد و همچنین تصاویر منفی از مقصد را در اذهان ایجاد می‌کند (Choi et al., 2021, p. 2). هنگامی که گردشگران احساس ترس و خطر کنند، تأثیرات منفی ناگهانی و زیادی را در مقاصد گردشگری بر جای می‌گذارد و، در صورت انجام ندادن اقداماتی برای پیشگیری، مقاصد از پیامدهای منفی مانند خسارت به تصویر، تغییر مقصد گردشگران و در نهایت کاهش شدید درآمد متأثر خواهد شد (Gabriel-Campos et al., 2021, p. 418) و از این رو محققان معتقد هستند شوک‌های مکرر در سیستم‌ها می‌تواند توسعه را متوقف کند (Jang & Kim, 2022, p. 530). کاهش خسارت به گردشگری در زمان رخداد یک سانحه و بازیابی سریع مقصد طبق نتایج تحقیقات به‌وسیله رویکرد و استراتژی تاب‌آوری ممکن خواهد شد (Qu & Zollet, 2023, p. 106).

رضایی و همکاران/ واکاوی توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب‌آوری با استفاده از مدل متاسوات

امروزه رویکرد تاب‌آوری در توسعه گردشگری نقش حیاتی دارد؛ زیرا سرعت بالای فناوری، سبک جدید زندگی شهرنشینی، تغییرات محیط زیستی و شرایط اقتصادی - اجتماعی نیاز به توسعه پایدار را بیش از پیش ضروری می‌کنند و گردشگری نقش مهمی در توسعه پایدار دارد (Okafor et al., 2022, p. 3). بنابراین، برنامه‌ریزی توسعه باید تاب‌آوری را تقویت کند تا شهرها (به‌ویژه شهرهای گردشگری) در برابر عواملی که اختلال ایجاد می‌کنند تاب‌آور شوند (Romao, 2020, p. 3). سرنوشت شهرها در برابر سوانح و بحران‌های گوناگون متفاوت است. برخی از شهرها پس از بحران دچار زوال می‌شوند، در حالی که برخی دیگر به تدریج بر سوانح غلبه می‌کنند و از این فرصت برای بهبود توسعه استفاده می‌کنند. دلیل اساسی این تفاوت در سطح تاب‌آوری شهر نهفته است (Ernst & Preston, 2020, p. 10).

شهر شیراز از مقاصد گردشگری شهری کشور است که آوازه جهانی دارد و یکی از مهم‌ترین منابع درآمد این شهر از صنعت گردشگری است. با توجه به این که گاهی سوانح طبیعی یا انسانی در این شهر رخ می‌دهد و این صنعت را متأثر می‌کند، برای مطالعه موردی انتخاب شده است. سوانحی که بیشتر این شهر را تهدید می‌کنند سیل و زلزله هستند. آخرین سانحه طبیعی در این شهر، در فروردین ۱۳۹۸، سیلی بود که به کشته شدن تعدادی از گردشگران منجر شد. همچنین، گاهی سوانحی در سطح کشور رخ می‌دهد که در گردشگری شیراز نیز تأثیر می‌گذارد. مثلاً در سانحه سقوط هواپیمای اوکراینی که در بهمن ماه ۱۳۹۸ رخ داد و شیوع و ویروس کرونا که مرزهای کشورهای گوناگون را درنوردید سبب شد بسیاری از گردشگران خارجی سفرهای خود را به‌ویژه به ایران و متعاقباً شهر شیراز لغو کنند و صنعت گردشگری دچار مشکل شد. حال، با توجه به این که بخش بزرگی از اقتصاد شیراز به صنعت گردشگری متکی است، این‌گونه سوانح می‌توانند توسعه این صنعت را دچار اختلال و متعاقباً در اقتصاد شهر تأثیر منفی بگذارند. برای این که شیراز بتواند در برابر حوادث ایستادگی کند، بدون این که از خسارات صدمه‌چندانی ببیند و قدرت اقتصادی خود را از دست دهد نیاز به استراتژی تاب‌آوری دارد تا توسعه گردشگری شیراز کند یا متوقف نشود و حتی رو به افول نرود. بنابراین، اگر مدیران شهر شیراز رویکرد تاب‌آوری را در برنامه‌ریزی‌های گردشگری به کار نگیرند، در صورت وقوع سوانح، گردشگری با صدماتی جدی از جمله تصویر منفی در ذهن گردشگران بالقوه، عدم وفاداری و تغییر مقصد گردشگران مواجه و بازیابی آن طولانی خواهد شد و، در صورت به‌کارگیری آن، گردشگری این شهر می‌تواند سریعاً خود را بازیابی و مسیر توسعه را ادامه دهد.

با توجه به ناکارآمدی رهیافت‌های سنتی برنامه‌ریزی در حل معضلات و پیچیدگی روزافزون روابط بین عرصه‌های فعالیتی، در دهه اخیر، تغییر رویکرد به منظور بهره‌گیری از رهیافت‌های کارآمدتر، همچون برنامه‌ریزی راهبردی، در دستور کار قرار گرفت (هادیانی و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۱۱۴).

متاسوات یکی از تکنیک‌های برنامه‌ریزی راهبردی است. در این مدل، ابتدا اهداف اصلی پژوهش مشخص و، با اولویت‌بندی آن‌ها، قابلیت‌های منطقه مورد مطالعه استخراج می‌شود. قابلیت‌های منطقه مورد مطالعه با سایر مناطق رقیب در وضعیت حال و آتی مقایسه و نقشه رقابتی آن‌ها ترسیم می‌شود. سپس، عوامل محیطی (فرصت‌ها و تهدیدها) شناسایی و سنجش خواهند شد. پس از ارزیابی تناسب راهبردی منابع و قابلیت‌ها با عوامل خارجی و اهداف، درجات راهبردی عوامل مشخص می‌شود و نقشه استراتژیک پژوهش ترسیم می‌شود.

با توجه به افزایش سوانح و بحران‌ها طی چند سال اخیر در شهر شیراز که سبب اختلال در عملکرد گردشگری این شهر شده است، ضرورت انجام این پژوهش را احساس می‌شود.

## پیشینه تحقیق

در منابع داخلی، بسیاری از پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه توسعه گردشگری از مدل سوات بهره گرفته‌اند و تعداد محدودی از مدل متاسوات استفاده کرده‌اند. اما این پژوهش‌ها رویکرد تاب‌آوری را مدنظر قرار نداده‌اند. پژوهش‌هایی هم که رویکرد تاب‌آوری را در توسعه گردشگری به کار گرفته‌اند از تکنیک متاسوات استفاده نکرده‌اند. بدری و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود تلاش کردند تا با استفاده از تکنیک متاسوات به ارزیابی منابع و قابلیت‌های موجود روستای میغان با توجه به مؤلفه‌های گردشگری پایدار پردازند. در نهایت، نتیجه گرفتند که عوامل حفظ آداب‌ورسوم، وجود نیروی متخصص و قدمت تاریخی روستا دارای بالاترین تناسب استراتژیک هستند. اجزا شکوهی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیق خود به تعیین جایگاه گردشگری استان کردستان با رقبای منطقه‌ای و شناسایی مهم‌ترین منابع تأثیرگذار در گردشگری کردستان پرداختند. نتایج نشان داد که مهم‌ترین عوامل مؤثر در گردشگری کردستان عبارت هستند از مدیریت کلان کشور، سیاست‌های خارجی، تحریم‌های بین‌المللی و عدم تخصیص بودجه به حوزه گردشگری. پرچکانی و همکاران (۱۳۹۶) صرفاً مقاصد گردشگری ساحلی را کنکاش کردند. در پژوهش خود دریافتند که عمان، کیش و قشم در زمینه توسعه گردشگری، به ترتیب، در سطحی بالاتر از چابهار قرار دارند، در حالی که چابهار، به لحاظ شاخص‌های برندسازی، قابلیت‌های بالاتری دارد که بارزترین دلیل این امر برتری عوامل اکولوژیکی و اجتماعی - فرهنگی است. راهبردهای توسعه گردشگری ورزشی در شهر مشهد با استفاده از متاسوات نیز در تحقیق حیدری و همکاران (۱۳۹۹) بررسی شد. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که فناوری، تورم و فرسودگی زیرساخت‌ها بزرگ‌ترین موانع کلان برای توسعه گردشگری ورزشی مشهد محسوب می‌شوند. همچنین، امنیت، حمایت دولت، بهداشت، راه‌های ارتباطی مناسب و، در صدر همه، اقتصاد پویا بالاترین تناسب راهبردی را دارند. رجبی (۱۴۰۰) به تدوین راهبردهای توسعه گردشگری شهر تهران بر پایه رقابت‌پذیری منطقه‌ای با استفاده از روش متاسوات پرداخته است. در این تحقیق، مشخص شد که دبی از نظر درآمد گردشگری و ریاض از نظر جذب تعداد گردشگر بزرگ‌ترین رقبای تهران هستند. همچنین، مهم‌ترین عوامل در عدم توسعه گردشگری تهران کمبود زیرساخت‌های گردشگری، نبود برنامه‌ریزی‌های مشخص، مشکلات حمل‌ونقل شهری و اعمال تحریم‌های غرب شناسایی شدند.

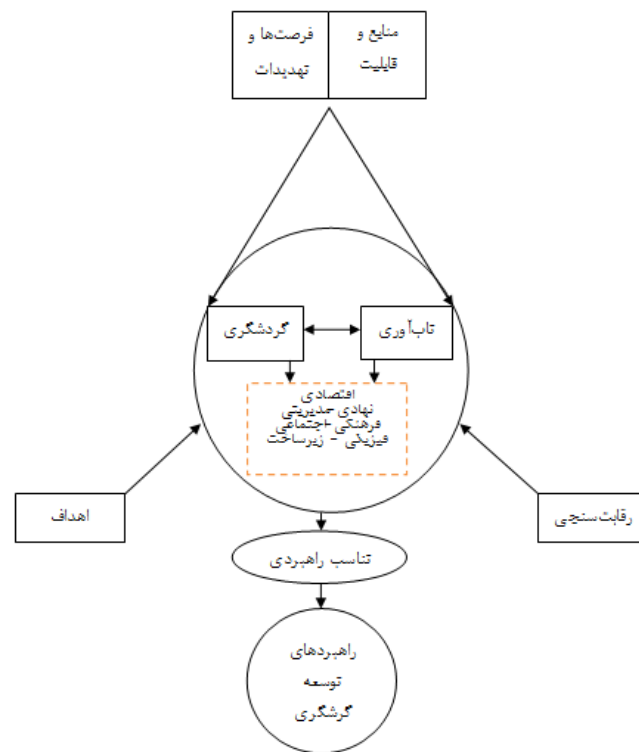
اقبالی و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله خود با عنوان «بررسی تأثیر ابعاد اجتماعی تاب‌آوری شهری بر توسعه پایدار گردشگری» به این نتیجه رسیدند که تاب‌آوری اجتماعی در توسعه پایدار گردشگری محمودآباد تأثیر مثبت و معناداری دارد. در این میان، شاخص‌های حمایت اجتماعی، دل‌بستگی مکانی، آگاهی، مشارکت و اعتماد به ترتیب بیشترین تأثیر مثبت و معنادار را در توسعه پایدار گردشگری شهر محمودآباد داشتند. باصولی و جباری (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «رابطه مدیریت بحران و تاب‌آوری جامعه مقصد گردشگری در بحران کرونا» به این نتیجه رسیدند که تفسیر پاسخ جامعه میزبان به مدیریت بحران از دریچه تاب‌آوری به تصمیم‌گیرندگان این امکان را می‌دهد تا تأثیرات بحران کرونا را در جامعه و گردشگری کاملاً درک کنند. همچنین، تاب‌آوری حفظ تعادل را در مردم، اقتصاد و محیط محلی در اولویت قرار می‌دهد. رنجبر و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «سنجش میزان تاب‌آوری شهرهای ساحلی با تأکید بر نقش گردشگری» به این نتیجه رسیدند که شهرهای ساحلی غرب مازندران وضعیت تاب‌آوری ضعیفی دارند. در این پژوهش که چهار بُعد تاب‌آوری (کالبد - زیرساختی، اقتصادی، نهادی، اجتماعی) را سنجیده است، تنها تاب‌آوری اجتماعی در این شهرها وضعیت نسبتاً مطلوبی دارد.

در منابع خارجی در مقایسه با منابع داخلی، پژوهش‌های بیشتری در این زمینه انجام شده است. شپارد و ویلیامز (2016) در مقاله خود با عنوان «عواملی که سبب تقویت تاب‌آوری گردشگری می‌گردد» بر عواملی که تاب‌آوری جوامع گردشگری را تقویت می‌کنند متمرکز شده‌اند. این تحقیق نشان می‌دهد مجموعه‌ای از عوامل افزایش‌دهنده تاب‌آور مبتنی بر فرد (سلامتی احساسی، فیزیکی و توانایی شناختی و رفتار) سبب تاب‌آوری جامعه گردشگری می‌شود. محققان نقش سیستم‌های حکمروایی در ایجاد پاسخ‌های فعالانه را با تاب‌آوری مرتبط می‌کنند. به‌طور کلی، این تحقیق به ابعاد تئوری و کاربردی تاب‌آوری و توسعه جامعه متمرکز بر گردشگری کمک می‌کند. لیو و پرات (2017)، در پژوهش خود

رضایی و همکاران/ واکاوی توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب‌آوری با استفاده از مدل متاسوات

با عنوان «آسیب‌پذیری گردشگری و تاب‌آوری به تروریسم»، ارتباط بین تروریسم و گردشگری را در ۹۵ کشور با استفاده از الگوی بین‌المللی تقاضای گردشگری تعیین کردند. آن‌ها پس از کنترل درآمد پی بردند که تأثیر تروریسم در بلندمدت در تقاضای گردشگری بین‌المللی وجود ندارد و اثر کوتاه‌مدت محدود دارد. آن‌ها نشان دادند گردشگری بین‌المللی در برابر تروریسم تاب‌آور است و تأثیر تروریسم با توجه به رژیم سیاسی، درآمد و شدت گردشگری متفاوت است. باریبا و چاترجی (2020)، در مقاله خود با عنوان «آسیب‌پذیری و تاب‌آوری بخش گردشگری در هند: تأثیرات سوانح طبیعی و درگیری‌های داخلی» در ۲۲ ایالت هند، آثار سوانح طبیعی و کشمکش‌های سیاسی بر ورود گردشگران را بررسی کردند. نتایج نشان داد که درگیری‌های سیاسی در ورودی گردشگران داخلی تأثیر می‌گذارد، در حالی که سوانح طبیعی در ورودی آن‌ها تأثیر چندانی ندارد. همچنین، گردشگران داخلی تاب‌آوری بیشتری از خود به گردشگران خارجی در برابر سوانح نشان دادند. یانگ و همکاران (2022) در مقاله خود با عنوان «آیا گردشگری در اندازه‌گیری تاب‌آوری جامعه اهمیت دارد؟» با ارائه یک مدل اندازه‌گیری تاب‌آوری جامعه گردشگری، اهمیت گردشگری را در اندازه‌گیری تاب‌آوری جامعه بررسی کردند. نتایج نشان داد که گردشگری به‌طور چشمگیری تاب‌آوری جامعه را بهبود می‌بخشد و بخش‌های گوناگون گردشگری رابطه مثبتی با تاب‌آوری جامعه دارند.

همان‌گونه که ملاحظه شد، در هیچ‌کدام از منابع داخلی و خارجی ارتباط بین توسعه گردشگری و تاب‌آوری براساس برنامه‌ریزی راهبردی (تکنیک متاسوات) انجام نشده است و از این منظر این پژوهش نوآوری دارد.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

### روش تحقیق

این تحقیق به‌لحاظ روش از نوع توصیفی - تحلیلی و هدف آن کاربردی است. برای تدوین چارچوب نظری و مرور تحقیقات پیشین، از روش کتابخانه‌ای بهره گرفته شد. همچنین، از بررسی‌های میدانی و مصاحبه برای دسترسی به اطلاعات مورد نیاز استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق

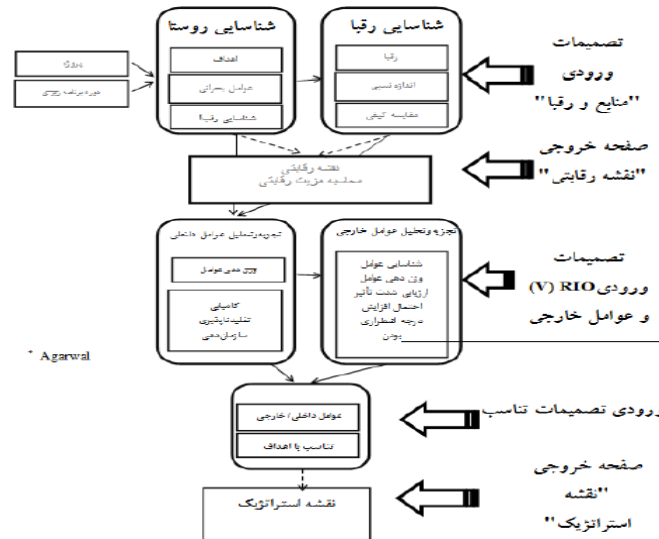
گردشگری و اوقات فراغت، دوره ۸، شماره پیاپی ۱۵، بهار و تابستان ۱۴۰۲

را ۳۳ نفر از مسئولان و افراد صاحب نظر در گردشگری شهر شیراز مشتمل بر کارمندان، دانشجویان و استادان دانشگاه و صاحبان کسب و کار تشکیل می دهند که به صورت گلوله برفی انتخاب شده اند. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه راهبرد توسعه گردشگری شهری با رویکرد تاب آوری، از مدل Meta-SWOT استفاده شده است. واحد تحلیل این پژوهش شهر شیراز است.

جدول ۱: جامعه آماری، روش نمونه گیری و حجم نمونه تحقیق

جامعه آماری	روش نمونه گیری	حجم نمونه
کارمندان	گلوله برفی	۱۱ نفر
دانشجویان	گلوله برفی	۶
استادان دانشگاه	گلوله برفی	۴
صاحبان کسب و کار	گلوله برفی	۱۲

با توجه به این که هسته دیدگاه برنامه ریزی راهبردی تکنیک متاسوات است، در پژوهش حاضر، هدف به کارگیری تکنیک متاسوات، به منزله تکنیک برنامه ریزی راهبردی، به منظور توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب آوری است. با استفاده از متاسوات اهداف اصلی توسعه گردشگری شیراز با رویکرد تاب آوری مشخص و با اولویت بندی آنها، منابع شیراز استخراج می شود. به منظور تهیه نقشه رقابتی در وضعیت حال و آینده، باید شرایط شیراز را با سایر شهرهای رقیب براساس هریک از منابع شیراز مقایسه کرد. سپس، عوامل خارجی (فرصت ها و تهدیدها) شناسایی و سنجش شوند. پس از ارزیابی تناسب راهبردی منابع و قابلیت ها با عوامل خارجی و اهداف، درجات راهبردی عوامل مشخص می شود و نقشه استراتژیک ترسیم می شود.

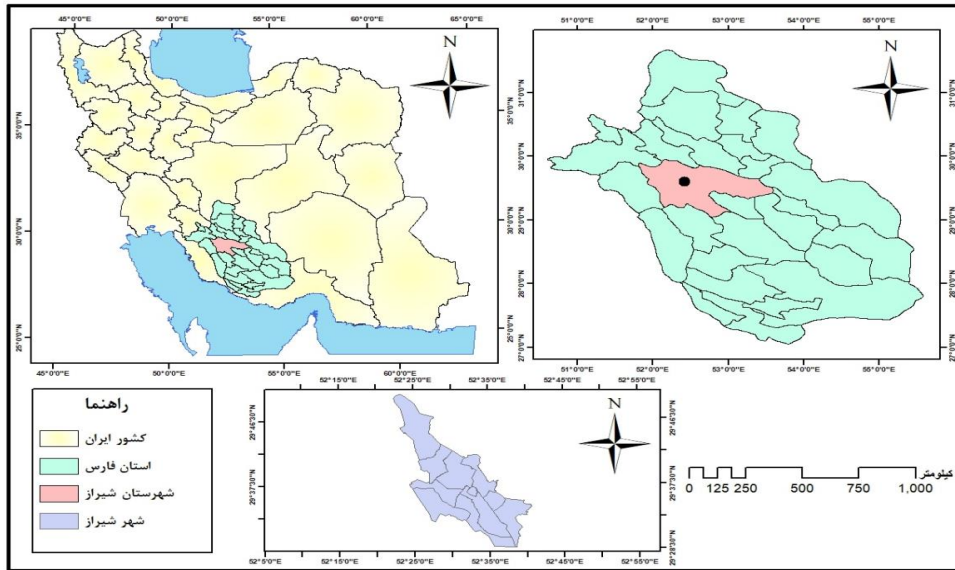


شکل ۲: مراحل فرایند اجرایی مدل متاسوات

### منطقه مورد مطالعه

شهر شیراز مرکز استان فارس است که در جنوب غربی ایران واقع شده و پنجمین شهر پر جمعیت کشور است. اطراف شیراز را رشته کوه های نسبتاً مرتفعی احاطه کرده اند که از لحاظ سوق الجیشی و حفظ شهر اهمیت ویژه ای دارند. همچنین، این شهر در مسیر راه های تجاری داخل ایران به بنادر جنوب مانند بندر بوشهر قرار گرفته است (زهادی، ۱۳۹۵، ص ۲۳).

رضایی و همکاران/ واکاوی توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب‌آوری با استفاده از مدل متاسوات



شکل ۳: موقعیت شهر شیراز

شیراز به‌منزله یکی از مهم‌ترین مراکز گردشگری ایران و حتی جهان مطرح بوده و، به‌دلیل وجود جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی و طبیعی فراوان، همواره گردشگران داخلی و خارجی بسیاری را به‌سوی خود جذب می‌کند. بنابراین، گردشگری توانسته در اقتصاد این شهر نقش بسزایی داشته باشد. با توجه به این‌که در این صنعت افراد بسیاری مستقیم و غیرمستقیم شاغل هستند و همچنین در توسعه شیراز تأثیر زیادی دارند، توجه ویژه به توسعه گردشگری باید در اولویت برنامه‌ریزی مدیران قرار بگیرد. اما در شیراز رخدادهایی سبب اختلال در امر جذب گردشگر و، به‌تبع آن، توسعه گردشگری می‌شود. در بین سوانحی که احتمال و سابقه وقوع بیشتری در این شهر دارد می‌توان به سیل و زلزله اشاره کرد. همچنین، وجود بافت‌های فرسوده گسترده و تراکم جمعیت آسیب‌پذیری این شهر را در برابر سوانح افزایش داده است. بنابراین، با وجود چنین رخدادهای و آسیب‌پذیری شیراز که سبب اختلال در امر توسعه گردشگری می‌شود، اتخاذ استراتژی تاب‌آوری برای مقابله با این عوامل اختلال امری ضروری است. همچنین، برای رسیدن به اهداف توسعه گردشگری، علاوه بر در نظر گرفتن استراتژی تاب‌آوری، برنامه‌ریزی راهبردی نیز باید در رأس برنامه‌های مدیران این شهر قرار بگیرد.

### یافته‌ها

در این قسمت، به برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری شیراز با رویکرد تاب‌آوری پرداخته شد. بنابراین، برای انجام آن از مدل متاسوات استفاده شد. در ابتدا، باید اهداف مربوط به توسعه گردشگری شیراز با رویکرد تاب‌آوری مشخص و سپس اولویت‌گذاری شود. اهداف مذکور از طریق مطالعه ادبیات تحقیق و مطالعات میدانی تعیین می‌شوند. فهرست این اهداف در جدول ۲ آمده است.

گردشگری و اوقات فراغت، دوره ۸، شماره پیاپی ۱۵، بهار و تابستان ۱۴۰۲

جدول ۲: اهداف توسعه گردشگری شیراز با رویکرد تاب‌آوری

ردیف	اهداف	درجه اولویت اهداف
G1	افزایش تاب‌آوری گردشگری در برابر سوانح و بحران‌ها	بالا
G2	شناسایی ظرفیت شیراز و گردشگری در برابر سوانح و بحران‌ها و تقویت آن	بالا
G3	شناسایی نقاط ضعف گردشگری و شیراز در برابر سوانح و کاهش آن‌ها	بالا
G4	ارائه راهکار برای توسعه گردشگری شیراز	بالا
G5	ارائه راهکار برای تاب‌آوری شهر شیراز در برابر سوانح و بحران‌ها	بالا
G6	افزایش آگاهی شهروندان از اهمیت گردشگری و توسعه آن	متوسط
G7	افزایش مشارکت شهروندان به منظور توسعه گردشگری	متوسط
G8	سنجش میزان تاب‌آوری گردشگری شیراز در برابر سوانح و بحران‌ها	بالا
G9	افزایش آگاهی و توان مدیران بخش گردشگری درباره سوانح و مقابله با آن	بالا
G10	افزایش پیوند بین عناصر گردشگری با عناصر تاب‌آوری	بالا

با توجه به این‌که این اهداف از لحاظ میزان اهمیت در وضعیت یکسانی نیستند، کارشناسان اهداف را اولویت‌گذاری کردند. نتایج این اولویت‌گذاری در جدول ۲ نشان داده شده است. همان‌طور که مشخص است، هیچ‌کدام از اهداف کم‌اهمیت نیستند.

سپس، قابلیت‌های شیراز از لحاظ توسعه گردشگری با رویکرد تاب‌آوری از طریق مطالعات میدانی و کتابخانه‌ای شناسایی شدند. در جدول ۳، مجموعه قابلیت شیراز از لحاظ چهار شاخص، که به VIRO شهرت دارد، ارزیابی شده است. هریک از شاخص‌ها براساس بازه کمترین (۱) تا بیشترین (۵) ارزش‌گذاری شده‌اند. شاخص‌ها به شرح زیر است:

الف: باارزش بودن<sup>۱</sup>: از نظر میزان ارزش برای شهرهای گردشگر؛

ب: تقلیدناپذیری<sup>۲</sup>: میزان قدرت شهرهای گردشگری برای دارا بودن منابع مشابه؛

ج: کمیابی<sup>۳</sup>: از نظر نادر بودن برای شهرهای گردشگری و

د: غیرقابل جایگزینی<sup>۴</sup>: منابع دیگر قابل جایگزین با این منبع نیستند.

نتایج ارزیابی منابع در این شاخص‌ها در جدول ۳ ارائه شده است. طبق نتایج، عوامل زیرساخت‌های مناسب هوایی و زمینی و وجود جاذبه‌های متعدد و پس از آن سرمایه‌گذاری زیاد بخش دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری مهم‌ترین قابلیت شیراز به شمار می‌روند که در حوزه اقتصادی و فیزیکی - زیرساخت قرار دارند. در نتیجه، شیراز باید از این منابع به خوبی بهره‌برد و برای تقویت آن‌ها تلاش کند و آن‌ها را به منظور توسعه و تاب‌آوری گردشگری خود در برابر سوانح و بحران‌ها به کار بندد. تنوع جاذبه‌های گردشگری شیراز و استفاده از این قابلیت سبب افزایش درآمد گردشگری و، به تبع آن، افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی و در نهایت بهبود و تقویت زیرساخت‌های حمل‌ونقل خواهد شد.

کم‌اهمیت‌ترین شاخص‌ها افزایش آموزش زبان خارجی بین شهروندان، از لحاظ شاخص تقلیدناپذیری، توجه ویژه به صنایع دستی، مشارکت بالای شهروندان در برنامه‌های گوناگون و آژانس‌های مسافرتی زیاد و پس از آن‌ها شاخص‌های جذب گردشگر با پایگاه‌های اقتصادی گوناگون و آگاهی بالای شهروندان شیراز از اهمیت گردشگری هستند. همان‌طور که مشخص است، کم‌اهمیت‌ترین منابع توسعه گردشگری

1. Valuable  
2. Inimitable  
3. Rarity  
4. Organization



رضایی و همکاران/ واکاوی توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب‌آوری با استفاده از مدل متاسوات

شیراز بیشتر در حوزه فرهنگی - اجتماعی قرار دارد. دلیل اصلی آن این است که در سایر شهرهای رقیب نیز منابع حوزه فرهنگی - اجتماعی بسیار مطلوب هستند و این امر مختص شیراز نیست. البته، این موضوع دلیل بر بی‌توجهی به این منابع نمی‌شود و تقویت آن‌ها باید در برنامه‌های مدیران قرار بگیرد؛ زیرا این منابع تأثیر بسزایی در تاب‌آوری و کمک به توسعه گردشگری شیراز دارند.

جدول ۳: منابع و قابلیت‌های شیراز

کد	منابع و قابلیت‌ها	تقلیدناپذیری (از ۱ تا ۵)	غیرقابل جایگزینی (از ۱ تا ۵)	کمپایی (از ۱ تا ۵)	وزن	میانگین
S1	مهمان‌نوازی و وجود فرهنگ پذیرش گردشگر	۲	۵	۲	۵	۳/۵
S2	افزایش آموزش زبان خارجی بین شهروندان و امکان ارتباط آسان بین گردشگران خارجی و شهروندان	۲	۴	۳	۴	۳/۲۵
S3	مدیریت پسماند قابل قبول در محدوده جاذبه‌ها	۲	۵	۲	۴	۳/۲۵
S4	وجود جاذبه‌های متعدد و متنوع مذهبی، فرهنگی، طبیعی و تاریخی	۴	۴	۴	۵	۴/۲۵
S5	رضایت از کیفیت جاذبه‌های گردشگری و تأثیر آن در وفاداری به شیراز	۲	۵	۲	۵	۳/۵
S6	ارزشمند بودن جاذبه‌های شیراز نزد شهروندان و تلاش برای حفظ آن	۱	۵	۱	۵	۳
S7	پایین بودن آمار جرم و جنایت مربوط به گردشگری در شیراز	۱	۵	۱	۵	۳
S8	توجه ویژه به صنایع دستی (خاتم‌کاری، معرق، نقره‌کاری، منبت و غیره)	۱	۳	۲	۴	۲/۵
S9	مکان‌یابی نسبتاً مناسب امکانات (آتش‌نشانی، پزشکی - درمانی)	۲	۵	۲	۵	۳/۵
S10	زیرساخت‌های مناسب حمل‌ونقل هوایی و زمینی	۴	۵	۳	۵	۴/۲۵
S11	مشارکت بالای شهروندان در برنامه‌های گوناگون	۱	۳	۱	۵	۲/۵
S12	آژانس‌های مسافرتی زیاد و نقش آن‌ها در جذب گردشگر	۲	۲	۳	۳	۲/۵

گردشگری و اوقات فراغت، دوره ۸، شماره پیاپی ۱۵، بهار و تابستان ۱۴۰۲

کد	منابع و قابلیت‌ها	تقلیدناپذیری (از ۱ تا ۵)	غیرقابل جایگزینی (از ۱ تا ۵)	کمیابی (از ۱ تا ۵)	وزن	میانگین
S13	تبلیغات و بازاریابی قوی در زمینه جذب گردشگر به شیراز از طرق گوناگون	۲	۵	۲	۵	۳/۵
S14	وجود بیمارستان‌های مجهز و پزشکان متخصص فراوان و جذب گردشگر به‌ویژه از حوزه خلیج فارس	۳	۲	۴	۵	۳/۵
S15	وجود باغات متعدد تاریخی در شیراز	۳	۳	۴	۴	۳/۵
S16	سرمایه‌گذاری زیاد بخش دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری در شیراز	۲	۵	۳	۵	۳/۷۵
S17	جذب گردشگر با پایگاه‌های اقتصادی گوناگون	۱	۵	۱	۴	۲/۷۵
S18	آگاهی بالای شهروندان شیراز از اهمیت گردشگری	۱	۴	۱	۵	۲/۷۵
S19	مرمت و حفاظت قابل قبول از آثار باستانی و سایر جاذبه‌ها	۱	۵	۲	۵	۳/۲۵
S20	آگاهی بالای گردشگران از نحوه برخورد با سوانح گوناگون	۱	۵	۱	۵	۳

از نظر شاخص تقلیدناپذیری، وجود جاذبه‌های متعدد و متنوع و زیرساخت‌های مناسب حمل‌ونقل هوایی و زمینی جزء تقلیدناپذیرترین شاخص‌ها برای سایر رقبای شیراز هستند. این امر می‌تواند به تفوق شهر شیراز در جذب گردشگر و تاب‌آوری آن کمک شایانی کند. همچنین، شیراز با ایجاد جاذبه‌های مصنوعی و تقویت زیرساخت‌های حمل‌ونقل می‌تواند برتری خود را در مقایسه با رقبا بیشتر کند.

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، از لحاظ وضعیت غیرقابل جایگزینی تعداد بسیاری از منابع شیراز غیرقابل جایگزین هستند.

از نظر شاخص کمیابی، وجود جاذبه‌های متنوع و باغات متعدد تاریخی در شیراز و وجود بیمارستان‌های مجهز و پزشکان متخصص فراوان و جذب گردشگر به‌ویژه از حوزه خلیج فارس در مقایسه با سایر رقبا از کمیاب‌ترین شاخص‌ها هستند. شیراز دارای متنوع‌ترین جاذبه‌ها و مجهزترین بیمارستان‌ها در مقایسه با رقبای خود است. از این رو، با داشتن چنین قابلیت‌هایی مشروط به استفاده بهینه از آن‌ها می‌تواند گردشگری خود را توسعه دهد و تاب‌آوری آن را بیشتر سازد.

همان‌طور که مشخص است، شاخص وجود جاذبه‌های متعدد و متنوع کمیاب‌ترین شاخص و همچنین تقلیدناپذیرترین شاخص در مقایسه با رقبای شیراز است و شاخص زیرساخت‌های مناسب حمل‌ونقل هوایی و زمینی هم از نظر غیرقابل جایگزینی و هم از نظر تقلیدناپذیری جزء مهم‌ترین قابلیت شیراز است. این موضوع از اهمیت ویژه این دو قابلیت شیراز حکایت دارد که می‌بایست مورد توجه مدیران و برنامه‌ریزان گردشگری این شهر قرار بگیرد.

رضایی و همکاران/ واکاوی توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب‌آوری با استفاده از مدل متاسوات

در مرحله بعد، ضروری است تا رقبای شیراز مشخص شوند. شهرهای گردشگری اصفهان، یزد، بوشهر، مرودشت، سپیدان، آباد، پاسارگاد، کازرون به‌منزله رقبای شیراز مشخص شدند.

به‌منظور تهیه نقشه رقابتی گردشگری شیراز در وضعیت حال و آینده، باید شرایط شیراز را با سایر شهرهای رقیب براساس هر یک از منابع شیراز مقایسه کرد.

ارزیابی در دو وضعیت انجام می‌شود:

الف: وضعیت حال (بالفعل): مشخص کردن جایگاه کنونی توسعه گردشگری شیراز با رویکرد تاب‌آوری در مقایسه با رقبای. ب: ظرفیت آتی (بالقوه): پیش‌بینی این‌که در ۵ تا ۱۰ سال آینده شیراز و رقبایش چه تغییری در زمینه توسعه گردشگری با رویکرد تاب‌آوری خواهند داشت.

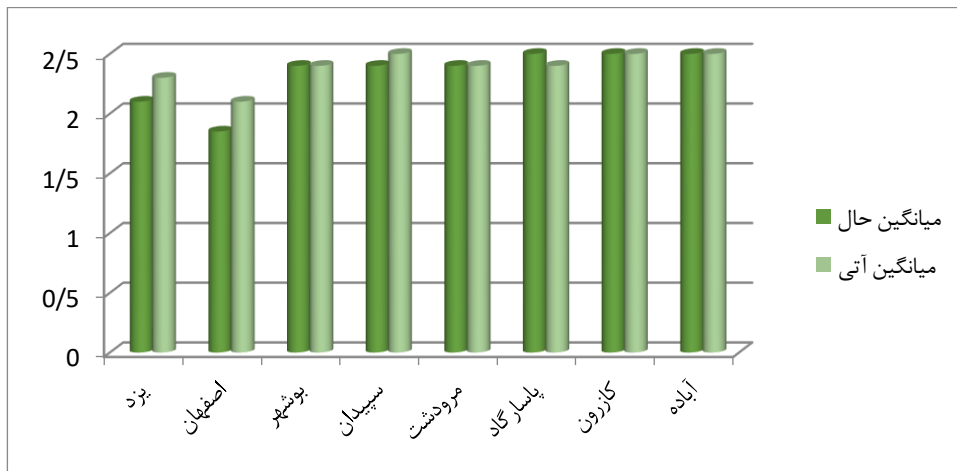
برای ارزیابی میزان و موقعیت شیراز در هر معیار، در مقایسه با رقبای خود، یکی از سه گزینه زیر طبق نظر کارشناسان مشخص می‌شود. عدد ۳ به این معنا است که شیراز در مقایسه با رقیب خود در سطح بهتری قرار دارد؛ عدد ۲ به این معنا است که شیراز در مقایسه با رقیب خود در سطح برابر است و عدد ۱ نشان می‌دهد که شیراز در مقایسه با رقیب خود در سطح بدتری قرار دارد.

با ملاحظه شکل ۴، مشخص می‌شود که شیراز در قابلیت‌های «مهمان‌نوازی شهروندان از گردشگران و تنوع جاذبه‌های گردشگری» در مقایسه با تمام رقبای خود در وضعیت حال، از نظر کارشناسان، در سطح بهتری قرار دارد. همچنین، با مقایسه میانگین منابع شیراز می‌توان به این نتیجه رسید که اصفهان و سپس یزد در مقایسه با سایر شهرهای رقیب در رقابت با شیراز موفق‌تر هستند و مسئولان شهر شیراز باید برنامه‌هایی را به‌منظور توسعه گردشگری تدوین و اجرا کنند تا از قافله رقبای عقب نمانند. دلیل برتری شیراز از سایر شهرها این است که شیراز در بسیاری از قابلیت‌ها به‌ویژه «تنوع جاذبه‌ها، مهمان‌نوازی، میزان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی در گردشگری و میزان جذب گردشگر» برتری دارد. در واقع، تنوع جاذبه‌ها و مهمان‌نوازی شهروندان شیراز سبب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی و در نهایت سبب جذب گردشگران شده است. تنوع جاذبه سبب جذب گردشگران با انگیزه‌های گوناگون به مقصد می‌شود. شهرهای گردشگری که مرکز استان هستند در مقایسه با سایر شهرها در وضعیت بهتری هستند و این امر بیشتر به دلیل این است که دولت در این شهرها سرمایه بیشتری هزینه می‌کند.

از نظر کارشناسان، در وضعیت آتی، شیراز در قابلیت‌های میزان جذب گردشگر، میزان تنوع جاذبه‌های گردشگری و میزان مهمان‌نوازی در موقعیت برتری از رقبای خود خواهد بود.

با ملاحظه نمودار ذیل مشخص است که اصفهان و سپس یزد در مقایسه با سایر شهرها، در زمینه توسعه گردشگری با رویکرد تاب‌آوری، به شیراز نزدیک‌تر هستند، اما شیراز از همه رقبای پیشی گرفته است.

گردشگری و اوقات فراغت، دوره ۸، شماره پیاپی ۱۵، بهار و تابستان ۱۴۰۲

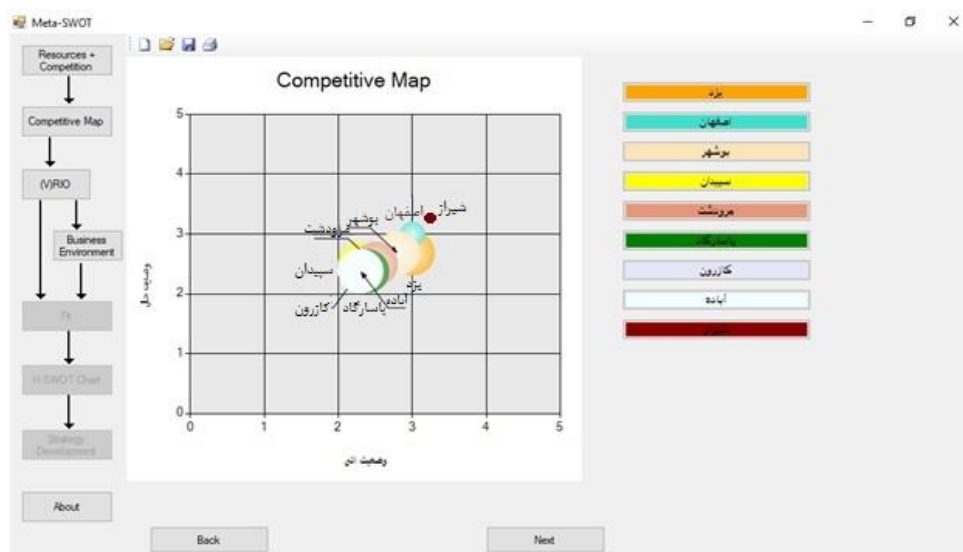


شکل ۴: مقایسه رقبا در شرایط حال و آتی براساس منابع

با مقایسه میانگین وضعیت حال و آتی رقبای شیراز شهرهای آباده، کازرون، مرودشت و بوشهر هیچ تغییری نداشتند. شرایط آتی شهرهای یزد، اصفهان و سپیدان در مقایسه با وضعیت حال ضعیف‌تر خواهند بود و فقط شهر پاسارگاد وضعیت آتی خود را در مقایسه با وضعیت حال بهبود خواهد بخشید.

سرانجام، پس از مقایسه شیراز با رقبای خود در دو بُعد و به‌تفکیک قابلیت‌ها و محاسبه میانگین مقادیر، برای هر منطقه رقیب، نقشه رقابتی ترسیم شد. بر این اساس، محور افقی نمودار میزان میانگین وضعیت شیراز را از منظر میزان برتری در مقایسه با رقبای خود در بعد وضعیت موجود نشان می‌دهد و محور عمودی شامل بعد وضع آتی است. براساس نتایج مشخص است که وضع موجود و آتی شیراز، در هر دو بعد، با رقبای خود در بیشتر منابع برتر است. با مقایسه دو زمان حال و آینده می‌توان گفت وضعیت آینده توسعه گردشگری شیراز با رویکرد تاب‌آوری در مقایسه با حال بهتر خواهد بود. این برتری نشان از این است که مدیران گردشگری از منابع شیراز به‌خوبی بهره‌برداری کردند. لذا، می‌توان به توسعه گردشگری شیراز خوش بین بود. اما این امر زمانی رخ می‌دهد که مدیران گردشگری با برنامه‌ریزی منسجم و بهره‌گیری از قابلیت‌های شیراز در جهت رسیدن به اهداف تعریف‌شده حرکت کنند. با توجه به این که مدیران گردشگری شهرهای رقیب نیز به‌منظور توسعه گردشگری شهر خود کوشش می‌کنند بی‌توجهی و بی‌برنامگی مسئولان شیراز این شهر را از مسیر توسعه گردشگری و تاب‌آوری دور می‌کند و رقبا از آن پیشی خواهند گرفت.

رضایی و همکاران/ واکاوی توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب‌آوری با استفاده از مدل متاسوات

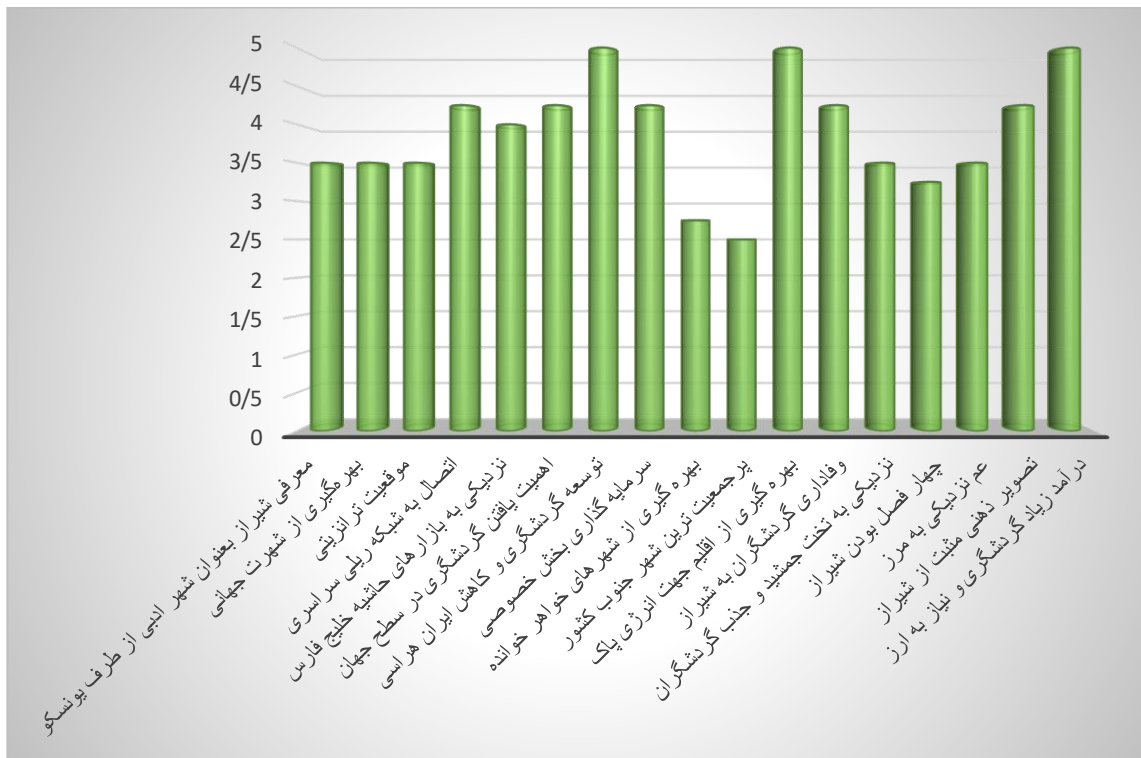


شکل ۵: نقشه رقابتی

در این قسمت، عوامل خارجی مؤثر در توسعه 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 توسعه 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. براساس نتایج، بیشتر عوامل فرصت شیراز دارای اهمیت، وزن و تأثیر زیادی هستند و مدیران باید از این عوامل به منظور توسعه گردشگری شیراز به خوبی بهره ببرند.

شکل ۶ میانگین وزن، تأثیر، احتمال افزایش و درجه اضطراب عوامل فرصت توسعه گردشگری شیراز را به نمایش می‌گذارد. چنان‌که مشخص است عوامل فرصت «توسعه گردشگری و حضور گردشگران خارجی در ایران و، به تبع آن در شیراز، کاهش ایران و اسلام هراسی را در پی خواهد داشت»، «بهره‌گیری از اقلیم به منظور بهره‌گیری از انرژی‌های پاک» و «امکان درآمد بالای گردشگری و نیاز کشور به ارز با توجه به تحریم‌ها» دارای بالاترین میانگین در بین سایر عوامل هستند. بنابراین، مسئولان مربوطه باید تقویت و بهره‌گیری از این عوامل را در اولویت برنامه‌های خود قرار دهند. این به این معنی نیست که سایر عوامل نادیده گرفته شوند. ایران و اسلام‌هراسی، که در برخی از کشورهای غربی انجام می‌شود با توسعه گردشگری کاهش می‌یابد و این امر نه تنها سبب کاهش ایران و اسلام‌هراسی می‌شود، بلکه باعث افزایش گردشگران ورودی از کشورهای خارجی می‌شود. از آنجایی که شیراز دارای قابلیت‌های فراوانی در حوزه گردشگری است، می‌تواند کمک شایانی به اقتصاد کشور داشته باشد. در نتیجه، این فرصت اضطراب زیادی دارد و می‌بایست در اولویت برنامه‌های مسئولان قرار بگیرد. همچنین، عامل فرصت بهره‌گیری از اقلیم به منظور تولید انرژی پاک نیز، با توجه به وجود ساعات زیاد آفتابی در شیراز و وزش بادهای در ارتفاعات این شهر، سبب کاهش آلودگی، ماندگاری بیشتر آثار باستانی به دلیل کاهش باران‌های اسیدی خود در افزایش و توسعه گردشگری مؤثر خواهد بود. عامل دیگر فرصت توسعه گردشگری شیراز وجود تحریم‌های اقتصادی به‌ویژه جلوگیری از فروش نفت که سبب شده کشور در اداره کشور با مشکل روبه‌رو شود. در این میان، گردشگری و توسعه آن بهترین گزینه به منظور افزایش درآمد خواهد بود. در واقع، کشورهای گردشگری مانند ترکیه ثابت کرده‌اند که درآمد ناشی از گردشگری بالاتر و باثبات‌تر از درآمد فروش نفت است.

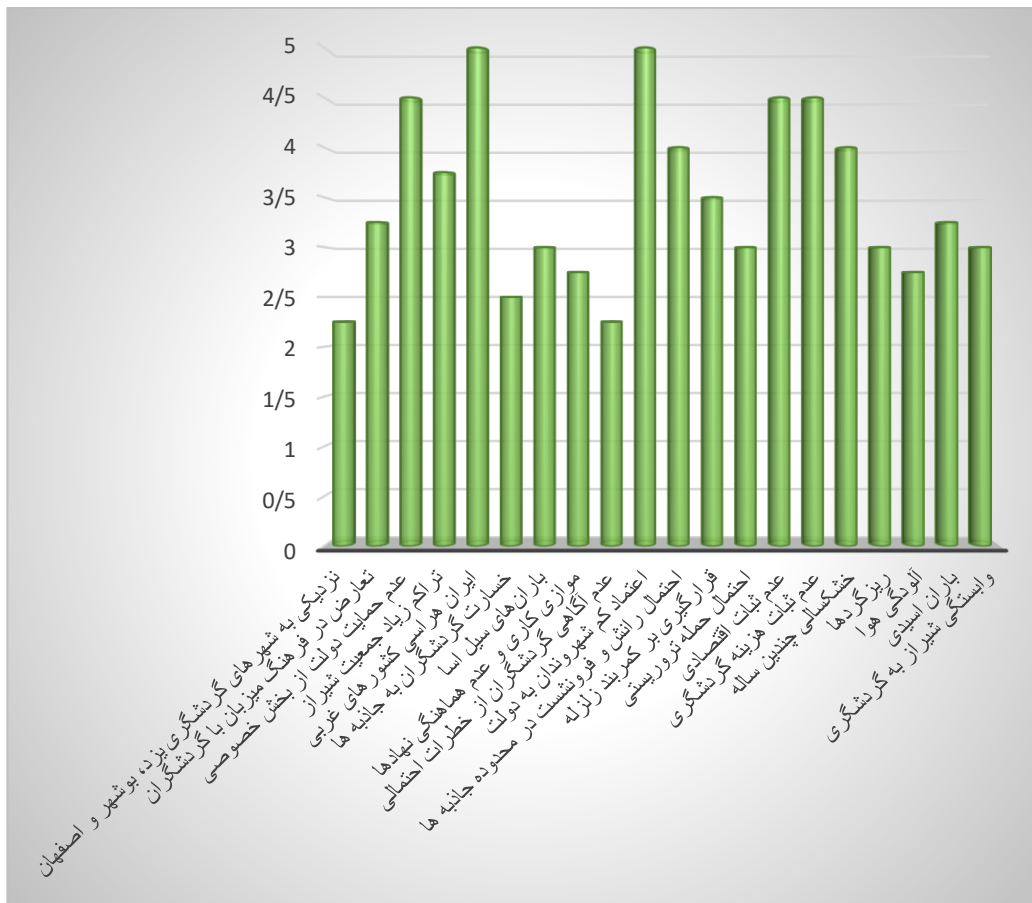


شکل ۶: میانگین عوامل فرصت شیراز

مجموعه عوامل خارجی تهدید شناسایی شدند. براساس نتایج، عوامل ایران و اسلام‌هراسی از سوی کشورهای غربی که سبب کاهش گردشگران به ایران و به تبع آن شیراز می‌شود اعتماد ضعیف شهروندان به دولت در زمینه گردشگری توسعه گردشگری شیراز را با مشکل روبه‌رو کرده است. همچنین، نابسامانی‌های اقتصادی، شیوع کرونا و بسته شدن مرزها روی گردشگران و عدم حمایت دولت از بخش خصوصی نیز توسعه گردشگری شیراز و تاب‌آوری آن را با مشکل روبه‌رو ساخته است.

حال، به مقایسه میانگین‌های وزن، تأثیر، احتمال افزایش و درجه اضطراب عوامل تهدید مانع از توسعه گردشگری شیراز می‌پردازیم. همان‌طور که در نمودار ذیل مشاهده می‌شود، عامل تهدید ایران و اسلام‌هراسی از سوی کشورهای غربی و همچنین اعتماد ضعیف شهروندان به دولت در زمینه گردشگری بالاترین میانگین را در بین عوامل تهدید دارند. این بدین معنی است که دو عامل مذکور برای توسعه گردشگری خطرآفرین هستند و مسئولان امر بایستی به‌منظور مقابله با این تهدیدات تدابیر مناسبی بیندیشند. البته، درخصوص تهدید ایران و اسلام‌هراسی درواقع گردشگری خود عامل توسعه صلح و افزایش مراودات در بین کشورهای دنیا و ادیان است و آن‌ها را به هم نزدیک‌تر می‌کند. درنتیجه، توسعه گردشگری و افزایش ورود گردشگران خارجی به شیراز سبب خنثی‌سازی این تهدید خواهد شد. همچنین، دولت باید با اتخاذ تدابیری، ازجمله دادن نقش بیشتر به شهروندان در اداره شهر، مشارکت دادن آن‌ها در امور گوناگون به‌ویژه در گردشگری، سرمایه‌گذاری در توسعه گردشگری، اعتماد شهروندان شیراز را به خود جلب کند تا بتواند گردشگران بیشتری را جذب کند و گردشگری و تاب‌آوری آن را توسعه دهد. درواقع، اعتماد شهروندان جزء باارزش‌ترین سرمایه یک کشور محسوب می‌شود. اعتماد شهروندان به دولت به‌سادگی به دست نمی‌آید، اما به‌راحتی از دست می‌رود.

رضایی و همکاران/ واکاوی توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب‌آوری با استفاده از مدل متاسوات



شکل ۷: میانگین عوامل تهدید شیراز

بررسی و ارزیابی تناسب راهبردی قابلیت‌های گردشگری شیراز بر مبنای تاب‌آوری 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 این رو، 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. در واقع، 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 هر یک از منابع، محاسبه و به همراه وزن نهایی آن (میانگین شاخص VIRO) در نمودار ذیل مشخص شده است. بر اساس نتایج عوامل زیرساخت‌های مناسب حمل و نقل هوایی و زمینی، وجود جاذبه‌های متنوع شیراز، سرمایه‌گذاری زیاد بخش دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری در شیراز و تبلیغات و بازاریابی قوی در زمینه جذب گردشگر به شیراز در بالاترین درجه راهبردی قرار دارد.

بنابراین، بدون وجود زیرساخت‌های مناسب حمل و نقل و ورود گردشگر به مقاصد را دشوار و، به تبع آن، سبب انصراف و تغییر مقصد گردشگر می‌شود. عموماً جاذبه‌های گردشگری تنها پس از آن که قابل دسترسی شده‌اند توسعه یافته‌اند. در نتیجه، زیرساخت مناسب حمل و نقل جزء ابتدایی‌ترین زیرساخت‌ها به منظور توسعه گردشگری است. حمل و نقل فرسوده و ابتدایی، به رغم سرعت زیاد فناوری‌ها، از اصلی‌ترین موانع

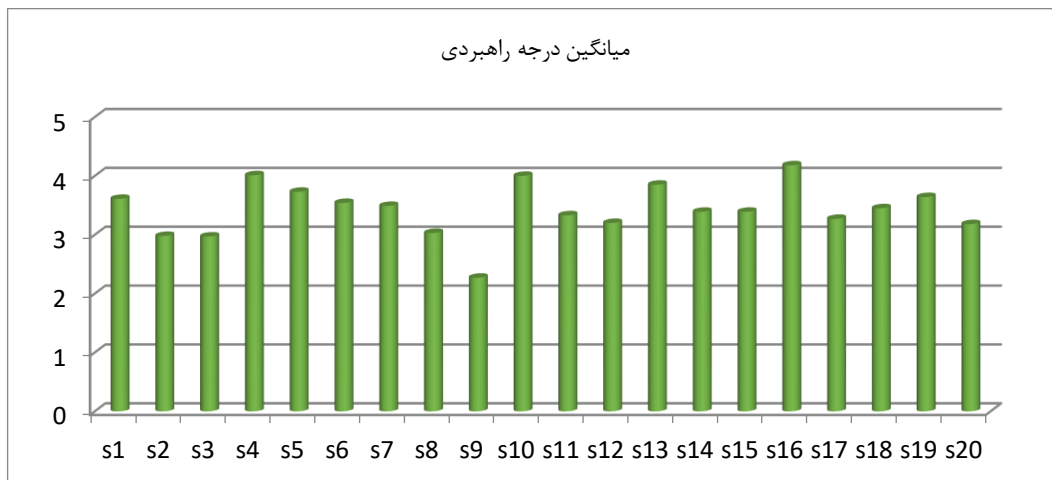
گردشگری و اوقات فراغت، دوره ۸، شماره پیاپی ۱۵، بهار و تابستان ۱۴۰۲

توسعه گردشگری و تاب‌آوری محسوب می‌شود. گردشگران در پی سفری ایمن، ارزان و راحت به مقاصد گردشگری هستند. نکته جالب این‌که حمل‌ونقل خود می‌تواند به‌منزله عنصر جذاب در گردشگری مطرح شود، مثلاً سفر با قایق یا قطارهای سریع‌السیر. شیراز با دارا بودن فرودگاه بین‌المللی، راه ریلی و جاده‌های زمینی مناسب در وضعیت خوبی قرار دارد.

قابلیت تنوع جاذبه‌ها نیز سبب جذب گردشگران با سلايق گوناگون خواهد شد. تنوع در جاذبه‌ها، علاوه بر افزایش جذب گردشگران، باعث افزایش وفاداری و همچنین سبب افزایش مدت اقامت آن‌ها خواهد شد. در نتیجه، تنوع در جاذبه‌ها توسعه گردشگری و افزایش تاب‌آوری آن را در پی خواهد داشت. شیراز با دارا بودن جاذبه‌های متنوع و متعدد مذهبی، فرهنگی، طبیعی، تاریخی و پزشکی این قابلیت را دارد. البته، جاذبه‌های گردشگری یک مقصد تنها در ویژگی‌های محیط طبیعی یا انبیه، صنایع دستی، جاذبه مصنوعی و نظایر آن خلاصه نمی‌شود. در واقع، رویدادهایی که در یک مقصد رخ می‌دهند می‌تواند عاملی برای جذب گردشگران تلقی شوند. در شیراز می‌توان رویدادهایی از جمله جشنواره بهار نارنج یا جشنواره‌های هنری برگزار کرد تا گردشگران زیادی را در برهه زمانی خاصی در سال جذب کرد.

گردشگری فعالیتی اقتصادی و وابسته به فرایند سرمایه و اقتصاد بازار است و نقش سرمایه‌گذاری در بازار گردشگری یک نقش حیاتی است. لذا، توسعه گردشگری وابستگی کامل به سرمایه‌گذاری در هر کشور دارد و بدون این سرمایه‌گذاری‌ها، مقاصد نباید امید به توسعه گردشگری و جذب گردشگر داشته باشند. گردشگران نیاز به امکانات رفاهی، اسکان، تفریح و غیره دارند. بدون فراهم آوردن این امکانات گردشگران دچار مشکل می‌شوند و میزان وفاداری آن‌ها به شدت کاهش خواهد یافت. لذا، در شیراز امکانات رفاهی مناسبی در دسترس گردشگران قرار دارد. در سطح شهر شیراز به‌ویژه در محدوده‌های گردشگری دولت و بخش خصوصی، با احداث هتل، رستوران، بازار، بیمارستان‌های مجهز و غیره به گردشگران خدمات‌رسانی می‌کنند.

یکی از مهم‌ترین و کارآمدترین روش‌های ایجاد تصویر مثبت در اذهان گردشگران بالقوه از مقاصد بهره‌گرفتن از روش‌های مناسب تبلیغاتی است. از این رو، مقاصدی که، از راه تبلیغات مناسب، اطلاعات دقیقی به گردشگران می‌دهند شانس بیشتری برای انتخاب شدن به‌منزله مقصد دارند. امروزه مقصدی می‌تواند در زمینه جذب گردشگر موفق باشد که در تبلیغات و بازاریابی سرمایه‌گذاری کند. با توجه به پیشرفت فناوری، امکانات و راه‌های تبلیغات بیشتر و جدیدتر شده است. رضایت گردشگران از سفر نیز به‌نوعی می‌تواند تبلیغات محسوب شود؛ زیرا گردشگران خود عامل تبلیغات برای تشویق اطرافیان برای سفر به آن مقصد می‌شوند. تبلیغات قوی به‌منظور جذب گردشگر نیز از قابلیت‌هایی است که شیراز توانسته با کمک آن گردشگران زیادی را جذب کند. مدیران گردشگری شیراز نباید به تبلیغات به‌منزله هزینه بنگرند، بلکه باید تبلیغات را نوعی سرمایه‌گذاری در توسعه گردشگری و تاب‌آوری بدانند.





رضایی و همکاران/ واکاوی توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب‌آوری با استفاده از مدل متاسوات

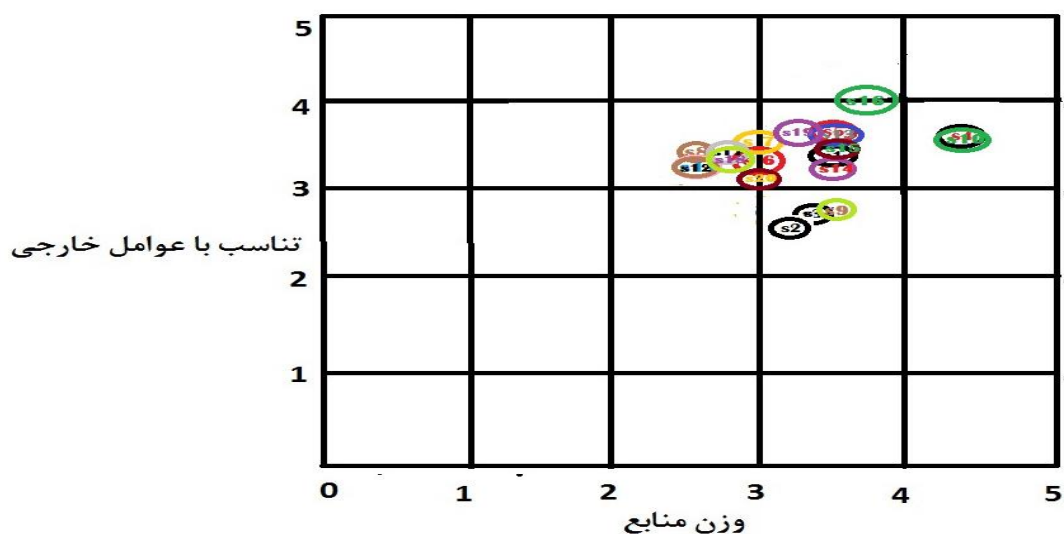
شکل ۸: میانگین درجه راهبردی

در نقشه استراتژیک، منابع و عوامل خارجی بر مبنای سه معیار تحلیل می‌شوند: الف) نزدیکی منابع با عامل خارجی؛ ب) سمت افقی و فوقانی عوامل و ج) اندازه حباب‌ها.

در نقشه استراتژیک، محور افقی میانگین وزن نهایی منابع داخلی (میانگین شاخص‌های VIRO) و محور عمودی درجه تناسب استراتژیک منابع با عوامل خارجی را نشان می‌دهند و اندازه حباب میزان تناسب با اهداف را مشخص می‌کند.

عواملی که به سمت راست متمایل می‌شوند نسبتاً با ارزش و تناسب راهبردی دارند. عواملی که به سمت بالا متمایل شده‌اند در مقایسه با عواملی که به سمت راست متمایل شده‌اند درجه تناسب دارند. اندازه حباب‌ها نیز بیانگر درجه تناسب آن‌ها با اهداف هستند. همچنین، اندازه حباب عوامل محیطی بیانگر درجه اضطراب آن‌ها است. بنابراین، قرار داشتن منابع در سمت راست و بخش بالایی نقشه با اندازه حباب بزرگ نشان از قدرت بالای منابع است.

براساس نتایج شکل ۱۱، بخش عمده منابع گردشگری شیراز بر مبنای تاب‌آوری از نظر استراتژیک در شرایط متعادل و نزدیک به هم قرار دارند و از نظر وزن و تناسب راهبردی اختلاف چندانی با هم ندارند. لذا، زیرساخت‌های مناسب حمل‌ونقل هوایی و زمینی، سرمایه‌گذاری زیاد بخش دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری در شیراز، وجود جاذبه‌های متعدد شیراز و تبلیغات قوی در زمینه جذب گردشگر به شیراز از راهبردی‌ترین منابع شیراز به شمار می‌رود. راهبردی‌ترین منابع نشان از آن دارد که مدیران گردشگری شیراز بایستی توجهی ویژه به این عوامل داشته باشند و، از نظر استراتژیک، برنامه‌های راهبردی منظم و متناسبی را برای این قابلیت‌ها تنظیم کنند تا بتوانند توسعه گردشگری را به حد مطلوب برسانند.



شکل ۹: نقشه استراتژیک

راهبردهایی که برای این پژوهش می‌توان ارائه داد عبارت هستند از:

بهره‌گیری از فرصت نزدیکی به کشورهای حاشیه خلیج فارس

با توجه به نزدیکی شیراز به کشورهای حوزه خلیج فارس، می‌بایست مدیران با بهره‌گیری از قابلیت‌های شیراز مانند تبلیغات زیاد، مهمان‌نوازی، آموزش زبان عربی در بین شهروندان و کارکنان حوزه گردشگری از این فرصت استفاده کنند تا گردشگری را رونق ببخشند و تهدیدهای ایران‌هراسی را کاهش دهند.

گردشگری و اوقات فراغت، دوره ۸، شماره پیاپی ۱۵، بهار و تابستان ۱۴۰۲

بهره‌گیری از فرصت خواهرخواندگی

با توجه به این‌که تفاهم‌نامه‌هایی بین شهرهای کشورهای گوناگون با عنوان خواهرخواندگی بسته می‌شود مدیران شهری از این فرصت استفاده کنند تا با استفاده از قابلیت‌های تبلیغات، آژانس‌های مسافرتی، جذب گردشگر با پایگاه‌های اقتصادی گوناگون بتوانند گردشگران زیادی را جذب کنند تا علاوه بر کاهش ایران‌هراسی سبب افزایش درآمد گردشگری و تأمین ارز شود.

بهره‌گیری از اتصال به شبکه ریلی کشور

با توجه به این‌که سفرهای بسیاری با استفاده از قطار انجام می‌شود، مدیران گردشگری می‌توانند، با استفاده از قابلیت شیراز (مهمان‌نوازی و وجود فرهنگ پذیرش گردشگر، تنوع جاذبه‌ها، آژانس‌های گردشگری، تبلیغات)، تهدید نزدیکی به شهرهای گردشگری اصفهان و یزد را که به شبکه ریلی وصل هستند به فرصت تبدیل و گردشگران این شهرها را به شیراز جذب کنند.

بهره‌گیری از فرصت معرفی شیراز به مثابه شهر ادبی

مدیران شهر شیراز می‌توانند، با استفاده از فرصت معرفی شیراز به مثابه دومین شهر ادبی جهان از طرف یونسکو و بهره‌گیری از قابلیت‌های این شهر، گردشگران زیادی را جذب کنند و تهدید ایران‌هراسی را کاهش دهند.

### نتیجه‌گیری

امروزه گردشگری یکی از امیدبخش‌ترین فعالیتی است که از آن با نام گذرگاه توسعه یاد می‌شود. شهرها، به دلیل داشتن انواع جاذبه‌ها و محل پویایی فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگران به شمار می‌آیند. بنابراین، گردشگری شهری سمبل هویت فرهنگی، طبیعی و انسانی و همچنین یکی از بخش‌های اصلی اقتصادی محسوب می‌شود. اما سوانح و بحران‌ها مانعی بر سر راه توسعه شهرهای گردشگری محسوب می‌شوند. لذا، استراتژی تاب‌آوری به منزله جدیدترین و بهترین رویکرد از طرف محققان معرفی شد.

حال، برای توسعه گردشگری بر مبنای تاب‌آوری، به برنامه‌ریزی کارآمدی نیاز دارد. از این رو، برنامه‌ریزی راهبردی به منزله نوآوری مدیریتی استفاده شد. این برنامه‌ریزی با تعریف کردن اهداف، شناسایی قابلیت‌ها و فرصت‌ها و تهدیدها راه‌های رسیدن به اهداف را مشخص می‌کند. یکی از تکنیک‌هایی که این نوع برنامه‌ریزی به کار می‌برد متاسوات است که پژوهش حاضر با استفاده از آن به بررسی راه‌های رسیدن به توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب‌آوری پرداخته است.

در ابتدا، اهداف اصلی مربوط به توسعه گردشگری شیراز با رویکرد تاب‌آوری مشخص و سپس اولویت‌گذاری شد. سپس، قابلیت‌های شیراز متناسب با رویکرد تاب‌آوری شناسایی و از لحاظ چهار شاخص (VIRO) ارزیابی شدند. در مرحله بعد، رقبای شیراز مشخص شدند و به منظور تهیه نقشه رقابتی گردشگری شیراز در وضعیت حال و آینده، شرایط شیراز با سایر شهرهای رقیب براساس هریک از قابلیت‌های شیراز مقایسه شد. نتایج مقایسه میانگین قابلیت‌های شیراز حاکی از آن است که شهر اصفهان و سپس یزد از سایر شهرهای رقیب در رقابت با شیراز موفق‌تر هستند. بعد از مرحله مقایسه، نقشه رقابتی ترسیم شد. پس از شناسایی عوامل داخلی، عوامل خارجی مؤثر در شیراز شناسایی و ارزیابی شد. در نهایت، به بررسی تناسب راهبردی پرداخته شد. در این مرحله، از کارشناسان خواسته شد به ارزیابی تأثیر قابلیت‌ها در عوامل خارجی و اهداف پژوهش بپردازند که بعد از ارزیابی نتایج حاکی از ارزیابی نتایج حاکی از قرار گرفتن عوامل زیرساخت‌های مناسب حمل‌ونقل هوایی و زمینی، وجود جاذبه‌های متعدد و متنوع، سرمایه‌گذاری زیاد بخش دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری و تبلیغات قوی در زمینه جذب گردشگر به شیراز در بالاترین درجه راهبردی است. عواملی که در بالاترین درجه راهبردی قرار می‌گیرند باید بسیار مورد توجه مدیران شهری و گردشگری قرار بگیرند؛ زیرا این عوامل در توسعه گردشگری مؤثرترین هستند. در واقع، آن‌ها ابزار پشتیبان برای تصمیم‌گیری مدیران هستند و راه‌های رسیدن به اهداف را نشان

رضایی و همکاران/ واکاوی توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب‌آوری با استفاده از مدل متاسوات

می‌دهند. مدیران باید براساس این عوامل تصمیم‌گیری کنند تا در توسعه گردشگری موفق شوند. شایان ذکر است که نباید از سایر عوامل غافل ماند.

با توجه به این که منابع داخلی و خارجی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری را با رویکرد تاب‌آوری بررسی نکرده‌اند، نمی‌توان مقایسه‌ای را بین نتایج پژوهش حاضر با سایر پژوهش‌ها انجام داد. این پژوهش به این نتیجه رسیده است که مدیران شهری باید در برنامه‌ریزی‌های خود، به‌منظور توسعه گردشگری شیراز، سوانح و بحران‌هایی را که ممکن است در این شهر رخ دهد و سبب وقفه در توسعه گردشگری شود در نظر بگیرند. در صورت بی‌توجهی به این امر، برنامه‌ریزی‌های توسعه گردشگری جواب‌گوی شرایط پیش‌آمده نخواهد بود و توسعه گردشگری را دچار مشکل خواهد کرد. از این رو، با توجه به خلئی که در پژوهش‌ها احساس شد این پژوهش با به‌کارگیری استراتژی تاب‌آوری و برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری شیراز را بررسی کرده است. نتایج حاکی از آن است که مسئولان گردشگری شیراز برای توسعه گردشگری باید شاخص‌های تاب‌آوری را در نظر گرفته تا، در صورت وقوع سوانح، این توسعه متوقف نشود و عواملی را که در درجات بالای راهبردی قرار گرفته‌اند در اولویت کاری خود قرار دهند و برای تقویت آن‌ها تلاش کنند تا از قافله رقبای گردشگری خود عقب نمانند. این بدان معنا نیست که سایر عوامل نادیده گرفته شوند. همچنین، گفتنی است با توجه به این که قابلیت‌ها و عوامل محیطی مقاصد گردشگری با یکدیگر متفاوت هستند، نتایج این پژوهش قابل‌تعمیم به سایر مقاصد نیست.

درنهایت، باید اذعان کرد، با توجه به این که اقتصاد کشور ما تک‌محصولی است و بر اثر تحریم‌های بین‌المللی فروش نفت بسیار کاهش یافته است و اداره کشور دچار مشکل جدی شده است، صنعت گردشگری می‌تواند این مشکل را به‌راحتی برطرف کند. یکی از اصول مهم تاب‌آوری تنوع است. از این رو، اقتصاد کشورها نیز باید دارای تنوع شود تا کشورها بتوانند در برابر سوانح و بحران‌ها تاب بیاورند. اقتصادهای تک‌محصولی به‌راحتی در برابر بحران‌ها آسیب‌پذیر هستند. حتی کشورهایی نیز که اقتصاد آن‌ها بر پایه گردشگری بنا شده است بسیار آسیب‌پذیر هستند. شایان ذکر است که برخی از اقدامات برای تاب‌آور کردن مقاصد در دست مدیران شهری نیست و مقامات کشوری باید تلاش کنند تا در توسعه گردشگری مقاصد در سطح کشور اقداماتی انجام دهند. مثلاً وجود ثبات سیاسی و اقتصادی، تخصیص بودجه و انعطاف در برخی از قوانین برای جذب گردشگران خارجی در تاب‌آوری گردشگری بسیار مؤثر است. البته، برخی مواقع بحران‌هایی از جمله شیوع بیماری واگیردار مانند کرونا، که همه کشورها را درگیر کرد، رخ می‌دهد که سبب شد بسیاری از کشورها مرزهای خود را روی مسافران و گردشگران ببندند تا از شیوع این بیماری‌ها جلوگیری کنند. در چنین مواقعی، بسیاری از اقدامات تاب‌آوری گردشگری مؤثر نخواهند بود. به همین دلیل، با شیوع این بیماری، گردشگری همه مقاصد دنیا بسیار آسیب دید.

نظر به این که در هیچ‌کدام از منابع داخلی و خارجی ارتباط بین توسعه گردشگری و تاب‌آوری براساس برنامه‌ریزی راهبردی بررسی نشده است، این پژوهش دارای نوآوری است. بدری و همکاران (۱۳۹۴)، با استفاده از متاسوات و مؤلفه‌های گردشگری پایدار، منابع منطقه مورد مطالعه خود را ارزیابی کردند، در صورتی که پژوهش حاضر مؤلفه‌های گردشگری تاب‌آور را بررسی کرده است. پژوهش‌های پرچکانی و همکاران (۱۳۹۶)، حیدری و همکاران (۱۳۹۹) و همچنین رجیبی (۱۴۰۰) صرفاً از تکنیک متاسوات برای بررسی راهبردهای توسعه گردشگری منطقه مورد مطالعه بهره بردند، در صورتی که پژوهش حاضر تکنیک مذکور را برای به دست آوردن راهبردهای توسعه گردشگری با استفاده از رویکرد تاب‌آوری به کار برده است. پژوهش اقبالی و همکاران (۱۴۰۰) صرفاً بعد تاب‌آوری اجتماعی را بررسی کرده، درحالی که پژوهش حاضر تمام ابعاد تاب‌آوری را مدنظر قرار داده است. باصولی و جباری (۱۴۰۰)، لیو و پرات (۲۰۱۷)، باربیا و چاترجی (۲۰۲۰) در تحقیقات خود به‌ترتیب صرفاً بحران کرونا، تروریسم، سوانح طبیعی و درگیری‌های داخلی را بررسی کردند، اما پژوهش حاضر سعی کرده کلیه سوانح و بحران‌ها را در نظر بگیرد. رنجبر و همکاران (۱۴۰۰) به سنجش تاب‌آوری تعدادی از شهرها پرداختند، درحالی که این پژوهش سعی کرده، با در نظر گرفتن قابلیت‌های شیراز و فرصت‌ها

گردشگری و اوقات فراغت، دوره ۸، شماره پیاپی ۱۵، بهار و تابستان ۱۴۰۲

و تهدیدها، راهبردهایی را برای افزایش تاب‌آوری گردشگری ارائه دهد. یانگ و همکاران (2020) در پژوهش خود در پی بررسی تأثیر گردشگری در تاب‌آوری هستند، اما پژوهش حاضر تلاش کرده راهبردهای لازم برای دستیابی به توسعه گردشگری با رویکرد تاب‌آوری را ارائه کند.

با توجه به این که تاب‌آوری به‌منزله رویکردی جدید جایگزین رویکردها و استراتژی‌های قدیمی شده، پیشنهاد می‌شود بین تاب‌آوری و سایر رویکردها درخصوص توسعه گردشگری به‌صورت مقایسه‌ای پژوهش‌هایی انجام شود. همچنین، با توجه به این که گردشگری به انواع گوناگونی از نظر هدف، موضوع و موقعیت مکانی تقسیم‌بندی می‌شود، پیشنهاد می‌شود پژوهشگران رویکرد تاب‌آوری را با زیرمجموعه‌های گردشگری به‌صورت تفصیلی بررسی کنند.

رضایی و همکاران/ واکاوی توسعه گردشگری شهر شیراز با رویکرد تاب‌آوری با استفاده از مدل متاسوات

## منابع

- اجزا شکوهی، محمد، شاکرمی، نعمت و منصورزاده، علی محمد (۱۳۹۶). برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری کردستان بر پایه هویت رقابت‌پذیری با استفاده از تکنیک متاسوات. *مطالعات شهری*، ۷(۲۶)، ۱۷-۳۰.
- اقبال، مرضیه، متولی، صدرالدین، جانباز قبادی، غلامرضا و غلامی، سارا (۱۴۰۰). بررسی تأثیر ابعاد اجتماعی تاب‌آوری شهری بر توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی: شهر محمودآباد). *فصلنامه گردشگری شهری*، ۸(۳)، ۱-۱۶.
- باصولی، مهدی و جباری، گلنوش (۱۴۰۰). رابطه مدیریت بحران و تاب‌آوری جامعه مقصد گردشگری در بحران کرونا (مطالعه موردی: شهر همدان). *فصلنامه گردشگری شهری*، ۸(۱)، ۳۳-۴۸.
- بدری، سیدعلی، رضوانی، محمدرضا، ترابی، ذبیح‌الله و ملکان، احمد (۱۳۹۴). متاسوات ابزاری استراتژیک برای برنامه‌ریزی گردشگری پایدار (مطالعه موردی: روستای میغان). *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۴(۱۳)، ۲۹-۵۰.
- پرچکانی، پروانه، هاشمی، سیدسعید، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و ایمانی خوشخو، محمد حسین (۱۳۹۶). تأثیر عوامل تعیین‌کننده در برندسازی پایدار مقاصد گردشگری ساحلی (مطالعه موردی: منطقه ساحلی چابهار). *برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، ۲۱(۹۸)، ۲۵-۵۸.
- حیدری، رضا، طلب‌پور، مهدی، نظری، احمد، شجاع، کیانوش و جابری، سجاد (۱۳۹۹). تدوین راهبردهای رقابت‌پذیری و توسعه گردشگری ورزشی در شهرها (مطالعه موردی: کلانشهر مشهد). *فصلنامه گردشگری شهری*، ۷(۱)، ۱۴۳-۱۵۹.
- رجبی، آریتا (۱۴۰۰). تدوین راهبردهای توسعه گردشگری کلانشهر تهران بر پایه هویت رقابت‌پذیری منطقه‌ای با استفاده از روش متاسوات. *پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری*، ۱۲(۲۳)، ۱۰-۱۲۰.
- رنجبر، زینت، شکری فیروزجاه، پری و جانباز قبادی، غلامرضا (۱۴۰۰). سنجش میزان تاب‌آوری شهرهای ساحلی با تأکید بر نقش گردشگری (مطالعه موردی: شهرهای ساحلی مازندران). *نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۲۱(۶۲)، ۳۸۳-۴۱۲.
- زهادی، نیکو (۱۳۹۵). شیراز. انتشارات فرهنگ رسانه پویا.
- هادیانی، زهره، احدنژاد، محسن، کاظمی‌زاد، شمس‌الله و قنبری، حکیمه (۱۳۹۱). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری براساس تحلیل سوات (مورد مطالعه: شهر شیراز). *جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی*، ۲۳(۴۷)، ۱۱۱-۱۳۲.
- Barbhuiya, M. R., & Chatterjee, D. (2020). Vulnerability and resilience of the tourism sector in India: Effects of natural disasters and internal conflict. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100616.
- Cartier, E. A., & Taylor, L. L. (2020). Living in a wildfire: The relationship between crisis management and community resilience in a tourism-based destination. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100635.
- Chelleri, L., & Baravikova, A. (2021). Understandings of urban resilience meanings and principles across Europe. *Cities*, 108, 102985.
- Choi, Y. E., Oh, C., & Chon, J. (2021). Applying the resilience principles for sustainable ecotourism development: A case study of the Nakdong Estuary, South Korea. *Tourism Management*, 83, 104237.

Ernsta, K. M., Perston, B. L. (2020). A applying the knowledge product evaluation framework to two urban resilience to two urban resilience cases in the United States. *Environmental Science and Policy*, 7-22

Fountain, J., & Cradock-Henry, N. A. (2020). Recovery, risk and resilience: Post-disaster tourism experiences in Kaikōura, New Zealand. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100695.

Gabriel-Campos, E., Werner-Masters, K., Cordova-Buiza, F., & Paucar-Caceres, A. (2021). Community eco-tourism in rural Peru: Resilience and adaptive capacities to the Covid-19 pandemic and climate. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 416-427.

Heinzlef, C., & Serre, D. (2020). Urban resilience: From a limited urban engineering vision to a more global comprehensive and long-term implementation. *Water Security*, 11, 100075.

Huck, A., Monstadt, J., & Driessen, P. (2020). Building urban and infrastructure resilience through connectivity: An institutional perspective on disaster risk management in Christchurch, New Zealand. *Cities*, 98, 102573.

Jang, S., & Kim, J. (2022). Remediating Airbnb COVID-19 disruption through tourism clusters and community resilience. *Journal of Business Research*, 139, 529-542.

Jiang, Y., Ritchie, B. W., & Verreynne, M. L. (2021). Developing disaster resilience: A processual and reflective approach. *Tourism Management*, 87, 104374.

Li, G., Kou, C., & Wen, F. (2021). The dynamic development process of urban resilience: From the perspective of interaction and feedback, *Cities*, 114, 103206.

Liu, A., & Pratt, S. (2017). Tourism's Vulnerability and Resilience to Terrorism. *Tourism Management*, 60, 404-417.

Okafor, L., Khalid, U., & Gopalan, S. (2022). COVID-19 economic policy response, resilience and tourism recovery. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3(2), 100073.

Qu, M., & Zollet, S. (2023). Neo-endogenous revitalisation: Enhancing community resilience through art tourism and rural entrepren. *Journal of Rural Studies*, 97, 105-114.

Rahmafitria, F. (2020). Tourism planning and planning theory: Historical roots and contemporary alignment. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100703.

Rise, L. (2020). Nature-based solutions for urban development and tourism. *International Journal Of Tourism Cities*, 431-448

Romao, J (2020). Tourism, smart specialisation, growth, and resilience. *Annals of Tourism Research*, 84, 102995.

Santos, A., & Teixeira, M. B. (2020). The contribution of tourism to the regeneration of cities: a route for change. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 761-766.

Sheppard, V. A., & Williams, P. W. (2016). Factors that strengthen tourism resort resilience. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 28, 20-30.

Wang, j., Huang, X., Gong, Z., Cao, K. (2020). Dynamic assessment of tourism carrying capacity and its impacts on tourism economic growth in urban tourism destinations in China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100383.

Wardekkera, A., Wilka, B., Brown, V., Uittenbroeka, C., Meesa, H., Driessena, P., Wassena, M., Molenaar, A., Waldad, J., & Runhaar, H. (2020). A diagnostic tool for supporting policymaking on urban resilience. *Cities*, 101, 102691.

Yang, E., Kim, J., Pennington-Gray, L., & Ash, K. (2022). Does tourism matter in measuring community resilience? *Annals of Tourism Research*, 89, 103222.

Yin, X., & Li, J. (2021). Development of cultural tourism platform based on FPGA and convolutional neural network. *Microprocessors and Microsystems*, 80, 103579.

L. Zamparini, 2021, Planning tourism travel, in R. Vickerman (ed.), International Encyclopedia of Transportation, vol. 6, pp. 39-43.

## Analyzing The Tourism Development in Shiraz City With Resilience Approach Using The SWOT Model

Mohammad Reza Rezaei<sup>1\*</sup>, Hassan Oroji<sup>2</sup>, Hossein Azizi<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Associate Prof. Geography & Urban planning, Yazd University, Yazd, Iran

<sup>2</sup> Assistant Prof. Geography & Rural planning, Yazd University, Yazd, Iran

<sup>3</sup> Ph.D. Student in Geography & Urban planning, Yazd University, Yazd, Iran

### Abstract

The resilience approach strengthens tourism against disasters and crises and increases its ability to absorb and reduce changes. Therefore, one of the new practical approaches to continuing tourism development is resilience. Shiraz is one of the essential tourist cities. Since various accidents such as floods and terrorist attacks have occurred in it, which disrupts its tourism development, it needs to use a resilient approach to its tourism development. This research aims to measure Shiraz tourism's internal and external resources, compare it with competitors, and finally provide the necessary strategies with a resilience approach. The method of this research is descriptive-analytical. Data collecting was performed using experts' opinions on several occasions using questionnaires. Regarding validity, the relevant field professor approved the questionnaire, and its reliability is based on Cronbach's alpha test result of 0.915, which indicates high reliability. The independent and dependent variables are resilience and the development of tourism. The statistical population is the city of Shiraz, and the statistical sample is 33 tourism experts (including employees, students, university professors, and business owners) who have been selected with the snowball method. The results indicate that most of the tourism resources of Shiraz with a resilience approach are strategically balanced and close to each other and are similar in weight and strategic proportion. Suitable air and ground transportation infrastructures, high investment of the public and private sectors in the field of tourism in Shiraz, and strong advertisements in the field of attracting tourists are among the most strategic resources of Shiraz. Finally, strategies for developing Shiraz tourism with the resilience approach have been presented.

**Keywords:** Urban Tourism, Resilience, Strategic Planning, Shiraz City