



## بررسی توانمندی‌های گردشگری شهر ساحلی بوشهر بر اساس مدل

### سوات و تاپسیس

محسن سقائی: استادیار گروه جغرافیا - دانشگاه پیام نور، تهران، ایران\*

غلامرضا امینی نژاد: استادیار گروه جغرافیا - دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

غلامرضا صبوچی: کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری - دانشگاه پیام نور، اصفهان، ایران

وصول: ۱۳۹۳/۳/۴ پذیرش: ۱۳۹۳/۹/۱۷، صص ۹۹-۱۲۶

#### چکیده

پتانسیل‌های گردشگری از سرمایه‌های منحصر به فرد هر کشور و منطقه به شمار می‌رود که شناسایی، طبقه‌بندی و برنامه‌ریزی آن جهت توسعه گردشگری دارای اهمیت بالایی است. امروزه زندگی شهری به عنوان زندگی برتر تبدیل شده، در کشور ایران در چند دهه‌ی اخیر شهرنشینی رشد بالای داشته که نسبت این رشد در مناطق مختلف کشور متفاوت است. استان بوشهر یکی از استان‌هایی است که بیش از ۶۰٪ جمعیت آن در شهرها ساکن هستند، شهر بوشهر مرکز استان بوشهر، دارای پتانسیل‌های متعدد گردشگری در زمینه‌های توریستی، تاریخی، اقتصادی است. این تحقیق با هدف شناسایی پتانسیل‌های گردشگری شهر ساحلی بوشهر و بررسی موانع موجود در راه گردشگری شهری صورت پذیرفته است. روش به کارگرفته شده به شیوه توصیفی - تحلیلی بوده و پس از گردآوری، طبقه‌بندی و سازماندهی داده‌ها به تجزیه و تحلیل آنها پرداخته شده است. برای این منظور با تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها براساس مدل SWOT به ارائه راهبرد، در جهت توسعه گردشگری شهر ساحلی بوشهر پرداخته شده است. همچنین با استفاده از مدل تاپسیس رتبه‌بندی و سطح بندی پتانسیل‌های گردشگری بوشهر از نظر پاسخ دهندگان مناطق ۸ گانه شهر بوشهر صورت گرفته، که نتایج به دست آمده نشان داد که برخورد مناسب مردم با ضریب نزدیکی ۰.۵۳۴۷. در اولویت اول، ساحل زیبا و شنی با ضریب نزدیکی ۰.۵۳۳۹. در اولویت دوم و مراسم مذهبی - سنتی با ضریب نزدیکی ۰.۳۴۳۶. در اولویت سوم قرار گرفته و در جذب گردشگر به این شهر تأثیرگذار هستند. تحلیل فرضیات بر اساس روش تحلیل عاملی نیز نشان می‌دهد، به دلیل وجود همبستگی بالا و مناسب بین عوامل و متغیرها، تمامی پتانسیل‌های گردشگری در شهر بوشهر در توسعه اجتماعی و فرهنگی آن تأثیر می‌گذارند و همچنین کمبود امکانات و خدمات، مانع توسعه گردشگری در شهر بوشهر شده است.

واژگان کلیدی: گردشگری، پتانسیل گردشگری، شهر بوشهر، مدل (SWOT)، مدل (TOPSIS)

#### ۱- مقدمه

#### ۱-۱- طرح مسئله

مناسبی برای رونق گردشگری ساحلی در جنوب و شمال کشور دارد. ولی به دلایلی چند و به خصوص شرایط اقلیمی مناسب در فصل گردشگری ایران یعنی تابستان، وجود برخی جاذبه‌های طبیعی و انسانی دیگر

کشور ایران با حدود ۱۴۰۰ کیلومتر ساحل در جنوب و حدود ۲۶۰ کیلومتر ساحل در شمال، شرایط

میلیون گردشگر به شهر بوشهر سفر کرده اند (اداره میراث فرهنگی و گردشگری استان بوشهر، ۱۳۹۲). شهر بوشهر یکی از بهترین مناطق برای گردشگری است و سواحل خلیج فارس از پتانسیل بالایی برای گردشگری و تفریح، به ویژه در ایام نوروز برخوردارند. شهر بوشهر با داشتن سواحل ماسه‌ای بسیار زیبا می‌تواند محل بسیار مناسبی برای تفریح مسافران بخش گردشگری باشد و می‌تواند که مسئولان استان؛ به ویژه مسئولان بخش گردشگری، با برنامه‌ریزی و طراحی مناسب، در پی جذب سرمایه‌گذاران در این زمینه باشند. با توجه به شرایط اقلیمی و موقعیت جغرافیایی شهر بوشهر هدف از انجام این تحقیق شناسایی پتانسیل‌ها و جاذبه‌های گردشگری شهر بوشهر و ارائه راهبردهایی جهت توسعه گردشگری منطقه است. سواحل بوشهر، سالانه گردشگران بسیاری را برای بهره‌مندی از این طبیعت زیبا به شهر بوشهر می‌کشاند. مسئولین مربوطه می‌توانند با یک سرمایه‌گذاری مناسب، جاذبه این اماکن تاریخی کهن و دیرینه را صدچندان کنند و به رشد گردشگری شهر بوشهر بیفزایند. عدم به کارگیری مناسب بودجه‌های اختصاص یافته، عدم هدایت و تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری، نداشتن برنامه‌ای مناسب جهت توسعه و رشد گردشگری حتی با تصویب و تأیید طرح جامع گردشگری استان و کاهش کمی و کیفی واحدهای پذیرایی و خدماتی در کاهش گردشگر به این منطقه تأثیرگذار بوده است. این مقاله در راستای پاسخ به سوالات مهم زیر می‌باشد:

۱- عوامل و نقاط ضعف و قوت حاصل از محیط داخلی تأثیرگذار در توسعه گردشگری شهر بوشهر کدام است؟

و همچنین فاصله نسبی کمتر به مراکز جمعیتی بزرگ و به خصوص استان تهران و تراکم بالای جمعیت در جلگه شمالی کشور، توجه گردشگران به سواحل شمالی بیشتر از سواحل جنوبی است (رضائی و همکاران، ۱۳۸۶: ۴۵). اما با توجه به شرایط اقلیمی مناسب در فصول سرد و مخصوصاً فصل بهار در بخش سواحل جنوبی کشورمان عده‌ی زیادی از گردشگران به سمت این مناطق مسافرت می‌کنند. گردشگری به مجموعه فعالیتی اطلاق می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد این فرآیند شامل فعالیت‌هایی از قبیل برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن نیز می‌شود (وطن‌پور، ۱۳۸۲: ۲). در تعریفی دیگر گردشگری عبارتست از گذران اختیاری مدتی از اوقات فراغت خویش در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به قصد التذاذهای گردشگری (باهر، ۱۳۷۷: ۹۴). گردشگری امروز در مقیاس جهانی جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده است، به طوری که اکثر کشورها آنرا در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود گنجانده‌اند و به خاطر مزایای فراوان آن، هر کشوری به تبلیغات گسترده‌ای جهت معرفی جاذبه‌های خویش دست زده است. امروزه، توسعه گردشگری به عنوان یکی از توانهای بالقوه توسعه منطقه‌ای در کنار سایر فعالیتها محسوب شده و مطالعات، نشان داده‌اند که بین رشد و توسعه صنعت گردشگری و رشد توسعه اقتصادی کشورها رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد (لی، ۱۹۹۵: ۵۰). آمارهای اداره میراث فرهنگی و گردشگری استان بوشهر نشان می‌دهد که هر سال نسبت به سال قبل به تعداد گردشگران ورودی به منطقه افزوده شده و در سال اخیر (فروردین ۱۳۹۲) بیش از ۳

امکانات و قابلیت‌ها هستیم. این در حالی است که ایران یکی از دیدنی‌ترین کشورهای جهان است، به طوری که کشور ما جزو ده کشور اول جهان از لحاظ جاذبه‌های (فرهنگی و تمدنی) گردشگری و جزو سه کشور اول جهان از نظر تنوع صنایع دستی است (زنگی آبادی و دیگران، ۱۳۸۵:۱). صنعت گردشگری در مدتی کوتاه توانسته است ارقام بزرگی از مبادلات جهانی را به خود اختصاص دهد. متوسط کلی درآمد ناشی از ورود هر گردشگر در مقیاس ملی بین ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ دلار و در مقیاس بین‌المللی اغلب افزون بر ۱۵۰۰ دلار است. پیش‌بینی سازمان جهانی گردشگری گویای این مطلب است که حد متوسط درآمد کشورهای گردش پذیر در سال ۲۰۲۰ میلادی ۵۰ میلیارد دلار خواهد بود (امیدی نجف آبادی، ۱۳۸۵:۳۵). گردشگری به عنوان صنعتی بزرگ، پدیده‌ای است که از تحرک بالایی در تغییرات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و محیطی برخوردار است. گردشگری به عنوان فعالیت چهارم انسان، شهرها را به عنوان یکی از فضاهای مورد توجه گردشگران تحت تاثیر خود قرار داده است؛ مسافرت و رفت و آمد میلیون‌ها گردشگر، ساختارهای فضایی-فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی شهر را به شکل مثبت یا منفی به چالش کشانده است (کاظمی، ۱۳۸۶). یکی از راه‌های جذب گردشگر و افزایش درآمد گردشگری در کشور شناخت مناطق مختلف از جنبه‌های طبیعی، تاریخی، زیستی در اقصی نقاط این سرزمین است، یکی از مناطقی که در توسعه صنعت گردشگری نقش مهمی ایفاء می‌نماید سواحل جنوبی کشور است که شهر ساحلی بوشهر در این منطقه قرار گرفته که با عنایت به پتانسیل‌های بالای گردشگری می‌تواند در جذب گردشگر اعم از داخلی و خارجی نقش کلیدی و

۲- تهدیدها و فرصت‌های حاصل از محیط خارجی تأثیرگذار در توسعه گردشگری شهر بوشهر کدام است؟  
۳- با توجه به ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، استراتژیهای مناسب در توسعه گردشگری شهر بوشهر کدامند؟

۴- کدامیک از پتانسیل‌های تأثیرگذار در توسعه گردشگری شهر بوشهر در اولویت قرار دارند؟

#### ۲-۱- اهمیت پژوهش

امروزه گردشگری به پدیده‌ای تأثیرگذار در اقتصاد جهانی تبدیل شده است، بطوری که بر اساس آمار و ارقام منتشره از سوی سازمان جهانی گردشگری در هزاره ی جدید به بزرگترین منبع درآمد جهانی تبدیل گردیده است (Liu at all, 2011:413). طبق پیش‌بینی بانک جهانی، در سال ۲۰۲۰ میلادی درآمد حاصل از گردشگری به رقم ۲۰۰۰ میلیارد دلار خواهد رسید و این رقم شامل حمل و نقل نیست (بانک جهانی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). بسیاری از کشورها سالانه درآمد سرشاری از این صنعت به دست می‌آورند، برای مثال در طی دو دهه گذشته استرالیا از این بخش ۵۰ بیلیون دلار درآمد به دست آورده است (فاستر<sup>۲</sup>، ۱۹۹۷:۲). با توجه به اینکه ساختار اقتصادی ایران به شدت متکی به صادرات نفت و درآمد حاصل از آن بوده است و تلاش‌های صورت گرفته برای خروج از این وضعیت و اتخاذ سیاست‌های اقتصادی غیر نفتی نتیجه‌چندان در بر نداشته است، برای ایجاد توسعه‌ای همه‌جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی در کشور، نیازمند استفاده از تمامی

<sup>۱</sup>. World Bank

<sup>۲</sup>. Foster

۲- به نظر می‌رسد کمبود امکانات و خدمات رفاهی مانع توسعه گردشگری ساحلی شهر بوشهر شده است.

#### ۱-۵-۱- روش شناسی تحقیق

##### ۱-۵-۱-۱- فرآیند کار:

در این تحقیق از روش ترکیبی، توصیفی-تحلیلی استفاده شده است. برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده و با توجه به اطلاعات به دست آمده، به بررسی جاذبه‌ها، امکانات، خدمات و وضعیت کلی گردشگری در منطقه پرداخته، سپس برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از مدل SWOT استفاده شده است. برای این منظور محیط درونی (نقاط قوت و ضعف) و محیط بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) منطقه مطالعه گردید و سپس برای تکمیل اطلاعات به دست آمده، به وسیله پرسش‌نامه مرتبط با گردشگری شهر بوشهر نظرخواهی شد که با وزن دهی به موارد مورد نظر به تکمیل ماتریس SWOT و در نهایت به ارائه راهبردها و استراتژی‌های مناسب جهت توسعه گردشگری شهر بوشهر پرداخته شده است. بعد از جمع‌آوری داده‌ها، پردازش و تحلیل داده‌ها به وسیله نرم افزار SPSS انجام شده و با استفاده از مدل تاپسیس رتبه‌بندی و سطح‌بندی پتانسیل‌های گردشگری بوشهر از نظر پاسخ‌دهندگان مناطق ۸ گانه شهر بوشهر صورت گرفته است. در ادامه فرضیات تحقیق بر اساس تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار گرفته‌اند و در انتها پیشنهاداتی جهت رونق و توسعه گردشگری شهر بوشهر ارائه شده است.

تعیین‌کننده‌ای داشته باشد. گردشگری می‌تواند در حل مشکلات اقتصادی مردم بوشهر از جمله توسعه اشتغال و کاهش بیکاری و افزایش ارزآوری ... تاثیر گذار باشد. این شهر هر ساله در فصول معتدل سال و خصوصاً در ایام نوروز میزبان تعداد زیادی گردشگر از اقصی نقاط میهن پهناورمان می‌باشد، در چنین شرایطی عرصه‌ها و جاذبه‌های گردشگری این شهر سالیانه با کمترین برنامه‌ریزی جهت سازماندهی و عرضه‌ی این جاذبه‌ها چنانچه در چارچوب مطالعات علمی و دانشگاهی به درستی شناسایی، ارزیابی و معرفی شوند، میتواند نقش به مراتب بیشتری در جذب گردشگر و توسعه فعالیت‌های گردشگری ایفاء کند.

#### ۱-۳- اهداف پژوهش

##### اهداف این تحقیق عبارتند از:

- ۱- شناسایی پتانسیل‌های گردشگری شهر بوشهر
  - ۲- شناسایی نقاط ضعف و قوت گردشگری شهر بوشهر
  - ۳- شناسایی تهدیدها و فرصت‌های گردشگری شهر بوشهر
  - ۴- ارائه استراتژی‌هایی جهت توسعه صنعت گردشگری شهر بوشهر
  - ۵- پیشنهادات کاربردی جهت توسعه گردشگری شهر بوشهر
- ۱-۴- فرضیه‌های تحقیق
- فرضیات این تحقیق به قرار زیر است:
- ۱- به نظر می‌رسد پتانسیل‌های گردشگری در توسعه اجتماعی و فرهنگی شهر بوشهر تأثیرگذار است.

## ۱-۵-۲- جامعه آماری و حجم نمونه:

تمامی افرادی که در شهر بوشهر سکونت دارند جامعه آماری پژوهش را در بر می‌گیرد. در این پژوهش جهت تعیین اندازه حجم نمونه بر اساس محاسبات آماری و از فرمول کوچران<sup>۳</sup> استفاده شده است.

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)} \quad (1)$$

حجم نمونه تحقیق با توجه به جمعیت ۱۹۵۲۲۲ نفری شهر بوشهر با استفاده از فرمول کوچران ۳۸۴ بدست آمده است.

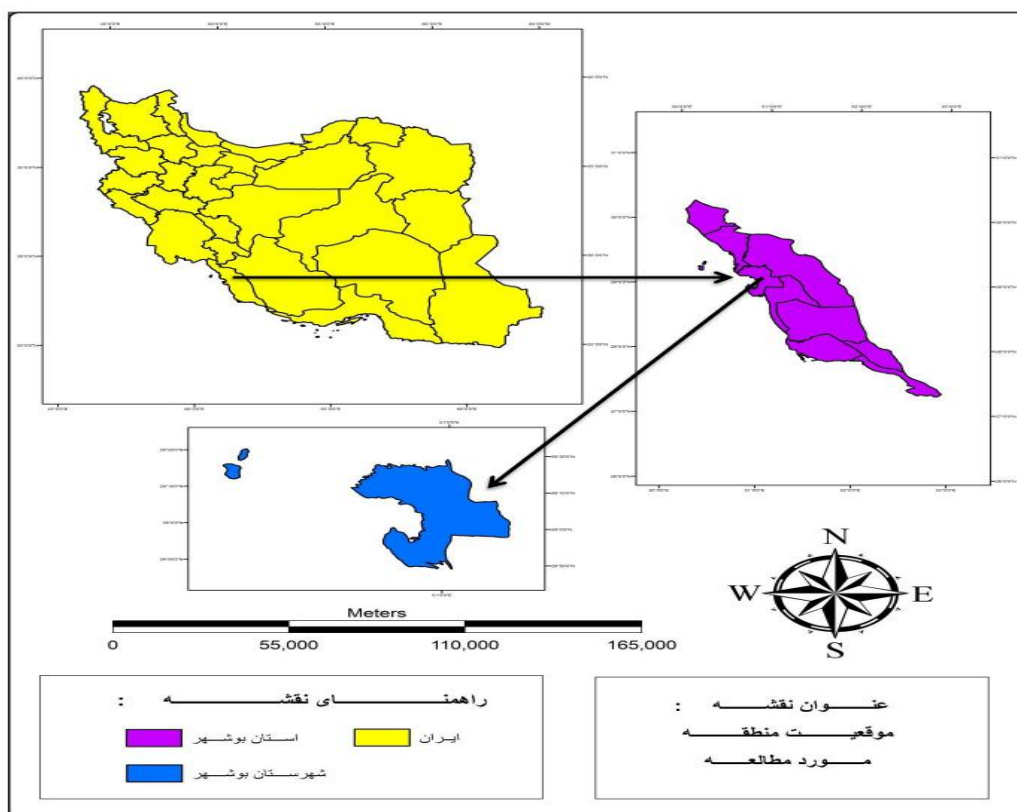
## ۱-۶- پیشینه تحقیق

پژوهش‌های نظام‌مند در مورد گردشگری شهر بوشهر تاکنون صورت نگرفته است. تاج‌علی (۱۳۸۵) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد تحت عنوان بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در شهرهای ایران، به این نتیجه رسیده است که صنعت گردشگری صنعتی است که در دهه‌های اخیر به عنوان یک منبع برای توسعه پایدار مورد توجه بسیاری از کشورهای جهان قرار گرفته است، از جمله اثرات اقتصادی این صنعت، کسب درآمد ارزی، افزایش اشتغال نیروی کار در شهرها می‌باشد. علی‌زنگی‌آبادی و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان امکان‌سنجی توانمندی‌های گردشگری طبیعی استان چهارمحال و بختیاری به روش SWOT به ارائه راهبردهایی برای توسعه گردشگری طبیعی در استان چهارمحال و بختیاری می‌پردازند و نشان می‌دهند که این استان توانمندی‌ها و

فرصت‌های بسیاری دارد که رشد و شکوفایی آنها نیاز به برنامه‌ریزی جامع و گسترده دارد. طاهری‌دمنه و همکاران (۱۳۸۹) در مقاله‌ای تحت عنوان چالش‌های موجود در صنعت گردشگری شهر شیراز، به این نتیجه رسیده است که علیرغم انبوه مسافر، در بسیاری از ماه‌های سال مراکز اقامتی زیر ظرفیت استاندارد فعالیت می‌کنند. از جمله تحقیقات صورت گرفته درباره گردشگری شهر بوشهر نیز میتوان به خانی (۱۳۸۹) اشاره کرد که در مقاله‌ای تحت عنوان به کارگیری مدل ریاضی در سنجش میزان موفقیت گردشگران در مناطق جغرافیایی، مطالعه موردی شهر بوشهر به این نتیجه رسیده است که گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در سال‌های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارزآوری، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به بهسازی زیستگاههای حیات وحش، توسعه نواحی شهری دارای جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از برون‌کوچی جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است. صالحی (۱۳۹۱) در مقاله‌ای تحت عنوان بررسی رفتارهای محیط‌زیستی در بین گردشگران ساحلی، مطالعه موردی گردشگران ساحلی - شهر بوشهر در ایام نوروز به این نتیجه رسیده است که گردشگری، نه تنها پدیده‌ای به سرعت در حال رشد است؛ بلکه از عوامل مؤثر در توسعه نواحی و تأمین‌کننده‌ی مزایای مستقیم بسیاری برای میزبان است. کاجادی<sup>۴</sup> (۲۰۰۲) در مقاله‌ای تحت عنوان توسعه گردشگری ساحلی به این نتیجه رسیده است که اگر چه در جهان

<sup>۴</sup>.Cachadi

<sup>۳</sup>.Cochran



شکل ۱. موقعیت محدوده مطالعاتی در تقسیمات سیاسی کشور

(۲۰۰۷) در تحقیقی به این نتیجه رسیده است که مطالعات صورت گرفته در مناطق مختلف جهان نشان می‌دهد که همزمان با این رشد سریع، تأثیرات منفی توریسم نیز در حال گسترش بوده است.

#### ۱-۷- محدوده پژوهش

شهر بوشهر به طول ۱۵ کیلومتر و عرض ۲ تا ۴ کیلومتر در موقعیت جغرافیایی ۲۸ درجه و ۵۹ دقیقه و ۳۰ ثانیه عرض جغرافیایی و ۵۰ درجه و ۵۱ دقیقه و ۱۵ ثانیه طول شرقی نسبت به نصف‌النهار گرینویچ قرار گرفته است. به دلیل هم سطح بودن و در مواردی پایین‌تر بودن از سطح دریا و نفوذ آب‌های خلیج فارس از شمال، جنوب و جنوب شرقی، به صورت یک شبه جزیره استثنایی درآمد که تنها از جهت گوشه‌ای از شرق آن به خشکی منتهی می‌شود (کنین، ۱۳۸۷: ۶۰). در

امروزی صنعت گردشگری از فرمول سابق گردشگری آفتاب و ماسه و دریا که از قرن ۱۸ میلادی به بعد در اروپا متداول شد دور شده و به طرف تعطیلات هدفمند و مسافرتی که نیازهای استراحتی و ذهنی را با هم داشته باشد حرکت می‌کند، ولی سواحل کماکان یک مقصد عمده گردشگران است و برنامه‌ریزان گردشگری-تلاش می‌کنند که نیازمندی‌های گردشگران را در نزدیکی سواحل طراحی و اجرا کنند. ام‌بلن<sup>۶</sup> (۲۰۰۵) در مقاله‌ای تحت عنوان تأثیر هوا، آب و هواشناسی در ارتباط با چشم انداز جغرافیا و توریسم به این نتیجه رسیده است که تغییرات هوا و آب و هواشناسی در جذب و نگهداری توریسم نقش اساسی دارد. هیان<sup>۶</sup>

<sup>۶</sup>. Belen, M

<sup>۶</sup>. Haiyan

شکل ۱ موقعیت محدوده مطالعاتی در تقسیمات سیاسی کشور آورده شده است.

## ۲- مبانی نظری تحقیق

به دلیل چند وجهی بودن و میان رشته‌ای بودن گردشگری، از دیدگاه‌های مختلفی اعم از اقتصادی، جامعه‌شناختی، جغرافیایی و مدیریتی می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد. آرتور بورمن (۱۹۳۱) جهانگردی را چنین تعریف کرده است: «جهانگردی مجموعه مسافرت‌هایی را در بر می‌گیرد که به منظور استراحت و تفریح و تجارت یا دیگر فعالیت‌های شغلی و یا اینکه به منظور شرکت در مراسم خاص انجام گیرد و غیبت شخص جهانگرد از محل سکونت دائم خود در طی این مسافرت موقتی و گذرا می‌باشد. بدیهی است کسانی که اقدام به مسافرت‌های شغلی منظمی بین محل کار و زندگی خود می‌کنند مشمول این تعریف نمی‌شوند». از دیدگاه بازاریابی و بازاریابان گردشگری به مجموعه فعالیتی گفته می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد. این فرآیند شامل هر فرآیندی از قبیل برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن نیز می‌شود. همچنین فعالیت‌هایی را که گردشگر به عنوان بخشی از سفر انجام می‌دهد نظیر خرید کالاهای مختلف و تعامل میان میزبان و میهمان را نیز در بر می‌گیرد. بطور کلی می‌توان هر گونه فعالیت و فعل و انفعالی را که در جریان سفر یک گردشگر اتفاق می‌افتد گردشگری تلقی کرد (لومسدن<sup>۷</sup>، ۱۹۹۷: ۱۸). گردشگری از جریان‌هایی است که به خوبی بیانگر امور اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است، گردشگری

میل به استفاده از فضا در اوقات فراغت با انگیزه‌ها و اهداف مختلف است. گردشگری در یک کلیت در برگیرنده جریانی سرمایه، انسان، فرهنگ و کنش متقابل میان آنهاست که در فضای جغرافیایی آثار مختلفی بر جای می‌نهد (بریدینهان<sup>۸</sup>، ۲۰۰۴: ۷). در بسیاری از کشورها نه تنها مشاغل گردشگری به عنوان موتور رشد اقتصادی و توسعه محسوب می‌شود بلکه از درجات مختلف حمایت‌های دولتی نیز بهره‌مند می‌گردد (شارپلی<sup>۹</sup>، ۲۰۰۶: ۱۰۴۰). گردشگری یکی از منابع اصلی تبادل فرهنگی و آشنایی با آداب و رسوم و اجتماعات بومی جوامع میزبان در سراسر دنیا می‌باشد. این صنعت می‌تواند موجبات بهبود فرایند توسعه شهری و روستایی را با ایجاد فعالیت مکمل بخش کشاورزی، اشتغال زایی و افزایش درآمدهای خانوارها امکان پذیر سازد (افتخاری، ۱۳۸۱: ۳۷). شهر مهمترین، کاملترین و پیچیده‌ترین شکل مکانی است که در برگیرنده مراکز مهم اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ... است، بنابراین مهمترین فضاهایی که در میان مقصدهای گوناگون مورد توجه گردشگران داخلی و خارجی قرار می‌گیرند، شهرها می‌باشند. در این رابطه نیز شهرهای پرجمعیت جاذب گردشگران بیشتری هستند. امروزه چون در بیشتر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه بخش عظیمی از جمعیت در شهرها سکونت دارند و این جمعیت عظیم و متراکم نیازمند به اشتغال و درآمد می‌باشند، لذا یکی از بخش‌هایی که می‌تواند توسعه شهری را سبب رونق و برنامه‌ریزی در صنعت گردشگری است. یکی از مهمترین مقصدهایی که روندهای گردشگری جهان را

<sup>۸</sup>. Briedenhan

<sup>۹</sup>. Sharply

<sup>۷</sup>. Iomdsen

فعالیت‌های انسانی شامل: بازرگانی، تجارت، انرژی، ماهیگیری، سکونت و نیز گردشگری هستند (نورونها<sup>۱۳</sup>، ۲۰۰۲: ۴۲). باتوجه به اینکه ضعف تسهیلات و خدمات موجود در یک شهر در ارتباط با گردشگری می‌تواند موضوعی مشکل ساز باشد، برای شهری همچون بوشهر که دارای توان‌ها و جاذبه‌های متعدد برای توسعه صنعت گردشگری است، توسعه این صنعت می‌تواند بسیار راهگشا باشد. اما کسب این مزایا و مطلوبیت‌ها زمانی امکان پذیر است که بستر مناسب آن یعنی نهادهای مدنی و زیرساخت‌های اجتماعی نیز فراهم شده باشد. همچنین قبل از هرگونه برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌های تدوین شده، داشتن اطلاعات از ویژگی‌های گردشگران ضرورتی اجتناب ناپذیر است. بنابراین استفاده از مواهب گردشگری جز با فراهم کردن بستر مناسب توسعه گردشگری امکان پذیر نیست، از این رو شناسایی جاذبه‌ها در مرحله اول و برنامه‌ریزی برای توسعه آن‌ها در مراحل بعدی، امری ضروری به نظر می‌رسد (بهزادفر و زمانیان، ۱۳۸۶: ۲).

### ۳- یافته‌های تحقیق

۳-۱- کاربرد مدل SWOT در تحلیل پتانسیل‌های گردشگری و نقش آن در توسعه شهر ساحلی بوشهر  
تکنیک یا ماتریس SWOT<sup>۱۴</sup> ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت‌های موجود در محیط بیرونی یک سیستم و بازشناسی ضعف‌ها و قوت‌های داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبرد برای هدایت و کنترل آن سیستم است. تجزیه و تحلیل سوات بر این

در دهه‌های گذشته تحت تأثیر قرار داده، مراکز شهری است. رشد سفرهای کوتاه مدت، این مقصدها را به یکی از اصلی‌ترین مراکز گردشگری تبدیل نموده و این پدیده نقش خود را در کاهش میانگین سفر گردشگران در بیشتر مقصدهای دنیا نشان داده است (کوپر<sup>۱۰</sup>، ۱۹۹۸: ۱۴۵). گردشگری شهری، در شهرهای کوچک که دارای توان‌ها و جاذبه‌های گردشگری هستند می‌تواند زمینه توسعه برای شکوفایی و رشد شهر در بخش‌های مرتبط با گردشگری گردد. گردشگری یکی از منابع اصلی تبادل فرهنگی و آشنایی با آداب و رسوم و اجتماعات بومی جوامع میزبان در سراسر دنیا می‌باشد. گردشگری تمامی پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کننده‌گان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت‌ها و جوامع میزبان در فرآیند جذب و پذیرایی را در بر می‌گیرد (دریتساکیس<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۴: ۳۰۹). اهمیت گردشگری شهری از نظر اقتصادی و اشتغال‌زایی به حدی است که می‌توان آن را به عنوان نیروی محرکه‌ی اقتصادی هر کشوری محسوب کرد (بالا گوئر<sup>۱۲</sup>، ۲۰۰۲: ۱۸). در جریان توسعه گردشگری، نواحی شهری به علت آن‌که جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیاری دارند غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند، بنابراین حجم زیادی از امکانات گردشگری در شهرها متمرکز می‌شوند (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۸۸). نوارهای ساحلی از جمله فضاهایی هستند که غالباً پیوند ناگسستنی با حوزه‌ها و مراکز شهری اطراف خود دارند. این نواحی، مرکز تجمع بیشترین

<sup>۱۳</sup>. Noronha

<sup>۱۴</sup>. Strength-Weak-Opportunity-Threat

<sup>۱۰</sup>. Cooper

<sup>۱۱</sup>. Dritsakis

<sup>۱۲</sup>. Balaguer



آن بر کارکردهای گردشگری و تحلیل آن مراحل زیر انجام گرفته است:

در ستون یک نوع عوامل مؤثر در گردشگری بوشهر قرار می‌گیرد که به انواع اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، اکولوژیکی و نهادی تقسیم شده است.

در ستون دو (عوامل خارجی و داخلی)، مهم‌ترین قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری شهر بوشهر قرار گرفته است.

در ستون سه (وزن)، به هر یک از این عوامل و بر اساس اثر احتمالی آنها بر موقعیت استراتژیک فعلی سیستم (بر اساس نتایج یافته‌های حاصل از شناخت و تجزیه و تحلیل وضع موجود) وزنی از یک (مهم‌ترین) تا صفر (بی‌اهمیت‌ترین) می‌دهیم. هر چقدر وزن بیشتر باشد، تأثیر بر موقعیت کنونی و آینده آن سیستم بیشتر خواهد بود (جمع ستون ۲ بدون توجه به تعداد عوامل ۱ است).

در ستون چهار (درجه بندی)، به هر عامل و بر اساس اهمیت و موقعیت کنونی سیستم به آن عامل خاص امتیازی از ۵ (بسیار خوب) تا ۱ (ضعیف)، (بر اساس نتایج یافته‌های حاصل از شناخت و تجزیه و تحلیل وضع موجود) می‌دهیم. این درجه بندی نشان می‌دهد که سیستم چگونه به هر یک از عوامل پاسخ می‌دهد.

در ستون پنج (امتیاز وزنی)، وزن را در درجه هر عامل (ستون ۲ ضرب در ستون ۳) ضرب می‌کنیم تا به این وسیله امتیاز وزنی آن به دست آید. به این ترتیب برای هر عامل، یک امتیاز وزنی از ۱ تا ۵ به دست می‌آید، که به طور متوسط (میانگین) این امتیاز عدد ۳ است. سرانجام، امتیازات وزنی تمام عوامل خارجی و داخلی در ستون ۵ را به طور جداگانه با یکدیگر جمع می‌زنیم و امتیاز وزنی را محاسبه می‌کنیم. امتیاز وزنی کل

منطق استوار است که استراتژی اثربخش، قوت‌ها و فرصت‌ها را حداکثر می‌کند، در عین حال که ضعف‌ها و تهدیدات آن را به حداقل می‌رساند (هونگ و چان<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۰: ۱۳۶). این روش نتیجه مستقیم مدل دانشکده تجاری هاروارد است. در واقع، این روش بهترین استراتژی برای سازمان‌هاست. به طور خلاصه - می‌توان گفت که این تکنیک ابزاری برای تحلیل وضعیت و تدوین راهبرد است و این امور از طریق:

\* بازشناسی و طبقه‌بندی قوت‌ها و ضعف‌های درونی سیستم

\* بازشناسی و طبقه‌بندی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در محیط خارج سیستم

\* تکمیل ماتریس سوات و تدوین راهبردهای گوناگون برای هدایت سیستم در آینده؛ صورت می‌-

گیرد (گلکار، ۱۳۸۴: ۴۹). مدل SWOT یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سیستمی با

فرصت‌ها و تهدیدات برون سیستمی است. این مدل تحلیلی سیستماتیک را برای شناسایی این عوامل و

انتخاب استراتژی که بهترین تطابق بین آنها را ایجاد می‌نماید، ارائه می‌دهد. از دیدگاه این مدل، یک

استراتژی مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. برای

این منظور، نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها در چهار حالت کلی SO، WO، ST، WT پیوند داده می‌-

شوند و گزینه‌های استراتژی از بین آنها انتخاب می‌شوند (هریسون و کارون، ۱۳۸۲: ۱۹۲). برای تهیه و

ساخت جدولی از این عوامل و چگونگی تأثیرگذاری

<sup>۱۰</sup>. Hong and Chan

### ۳-۱-۱- عوامل مؤثر داخلی بر گردشگری در ناحیه مورد مطالعه

هدف این مرحله سنجش محیط داخلی ناحیه مورد مطالعه جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت، یعنی جنبه‌هایی که در راه دستیابی به اهداف برنامه‌ریزی و اجرای تکلیف‌های آن مساعد یا باز دارنده است، می‌باشد. در این قسمت نقاط قوت و نقاط ضعف و در چهارچوب ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، اکولوژیکی و نهادی به شرح ذیل تقسیم بندی شده است که در جدول ۱ و ۲ آورده شده است.

نشان می‌دهد که یک سیستم چگونه به عوامل و نیروهای موجود و بالقوه در محیط بیرونی اش پاسخ می‌دهد. همیشه متوسط امتیاز وزنی کل در یک سیستم در یک زمینه عدد ۳ است، چنانچه بالاتر از آن باشد اهمیت آن بیشتر و اگر کمتر از آن باشد، از اهمیت و تأثیرگذاری کمتری برخوردار است (هانگر و ویلن<sup>۱۶</sup>، ۱۳۸۴: ۹۲).

#### نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدها

به منظور ارائه راهکارهای و سیاست‌های تحلیل پتانسیل‌های گردشگری و نقش آن در توسعه شهر ساحلی بوشهر، در این نواحی شناخت عوامل چهارگانه فوق در جهت رفع نقاط ضعف و تهدیدها و بهبود قوت‌ها و فرصت‌ها امری اجتناب‌ناپذیر تلقی می‌گردد. بر این مبنا راهکار توسعه این نواحی با فهرست نمودن مهمترین نقاط قوت و فرصتها به منظور طرح استراتژی‌های تهاجمی مبتنی بر بهره‌گیری از برتریهای رقابتی بوشهر، تبیین مهمترین فرصتهای پیش رو به منظور رفع نقاط ضعف درون ناحیه‌ای، از طریق ارائه استراتژی‌های بازنگری به منظور تخصیص مجدد منابع، طرح مهمترین قوت‌های درون ناحیه‌ای به منظور رفع تهدیدهای برون ناحیه‌ای، با تأکید بر استراتژی‌های تنوع بخشی در جهت رفع نیازمندیهای ناحیه و نیز طرح استراتژی‌های تدافعی به منظور رفع آسیب‌پذیری سایر نواحی به مرحله اجرا گذاشته می‌شود.

<sup>۱۶</sup>. Hangr and Violin

جدول ۱. نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (نقاط قوت)

انواع عوامل مؤثر بر گردشگری	قوت‌ها	وزن	درجه بندی	امتیاز وزنی
اقتصادی	شرایط مناسب جهت سرمایه‌گذاری و برنامه ریزی گردشگری	۰/۳	۳	۰/۹
	دیدگاه مثبت مردم در مورد مشارکت افراد برای توسعه گردشگری	۰/۲	۲	۰/۴
	آمادگی گردشگران جهت هزینه کردن در زمینه فراغت و تفریح	۰/۲	۳	۰/۶
اجتماعی- فرهنگی	همکاری و مشارکت در بین مردم و آگاهی آنها	۰/۳	۳	۰/۹
	آداب و رسوم، فرهنگ بومی و مکانهای تاریخی و دیدنی شهر بوشهر	۰/۸	۴	۰/۳۲
	خونگرمی و مهمان‌نوازی مردم بوشهر	۰/۷	۴	۰/۲۸
اکولوژیکی	دسترسی مناسب به نواحی دیدنی برای گردشگران ورودی به منطقه	۰/۲	۲	۰/۴
	وجود مناطق ساحلی و چشم‌انداز ساحلی منحصر به فرد منطقه	۰/۷	۴	۰/۲۸
	تنوع چشم‌انداز زیبا در منطقه	۰/۶	۴	۰/۲۴
	تنوع گونه‌های آبی و کنار آبی و پرندگان موجود در منطقه	۰/۲	۲	۰/۴
نهادهی	اعتقاد مسئولین به اشتغال‌زایی و ایجاد بستر مناسب جهت گسترش گردشگری شهری	۰/۱	۱	۰/۱
	وجود تأسیسات مناسب آب و برق و.. در سطح شهرستان	۰/۲	۳	۰/۶
	همکاری سازمانها و نیروهای امنیتی جهت برقراری امنیت و رفاه مسافران	۰/۲	۳	۰/۶
جمع		۰/۴۷		۱,۶۱

منبع: تحقیق نگارندگان

سوم قرار دارد. از سوی دیگر به نظر پرسش‌شوندگان کمبود امکانات اقامتی موجود در منطقه با امتیاز وزنی ۰/۲۸ در رده اول به عنوان مهمترین نقطه ضعف و سپس نامناسب بودن زیرساختهای محیطی و کالبدی (همانند جاده‌ها و فاضلاب) با امتیاز وزنی ۰/۲۴ در رده دوم و کمبود تجهیزات شهری موجود در منطقه با امتیاز وزنی ۰/۲۰ نیز در رده سوم نقاط ضعف گردشگری شهر بوشهر قرار گرفته است.

از دیدگاه پرسش‌شوندگان مهم‌ترین نقاط قوتی که شهر بوشهر در زمینه گردشگری از آن برخوردار است، عبارتند از: آداب و رسوم، فرهنگ بومی و مکانهای تاریخی و دیدنی شهر بوشهر با امتیاز وزنی ۰/۳۲ در رده اول، خونگرمی و مهمان‌نوازی مردم بوشهر و وجود مناطق ساحلی و چشم‌انداز ساحلی منحصر به فرد منطقه هر دو با امتیاز وزنی ۰/۲۸ در رده دوم، تنوع چشم‌انداز زیبا در منطقه با امتیاز وزنی ۰/۲۴ در رده

جدول ۲. نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (نقاط ضعف)

انواع عوامل مؤثر بر گردشگری	ضعف‌ها	وزن	درجه بندی	امتیاز وزنی
اقتصادی	عدم وجود برنامه ریزی و سرمایه گذاری‌های محلی در این ناحیه در خصوص صنعت گردشگری	/۰۳	۳	/۰۹
	عدم سرمایه گذاری برای شناسایی نواحی مستعد در زمینه گردشگری	/۰۲	۲	/۰۴
اجتماعی - فرهنگی	کمبود امکانات اقامتی توسط نهادهای دولتی یا بخشهای خصوصی	/۰۳	۳	/۰۹
	کمبود نیروهای متخصص و آموزش دیده در زمینه گردشگری ساحلی	/۰۲	۲	/۰۴
	عدم آشنایی مردم بومی و عدم آموزش آنها در نحوه برخورد با گردشگران	/۰۲	۳	/۰۶
	افزایش تعداد جوانان بیکار	/۰۲	۲	/۰۴
	پایین بودن سطح آگاهی مردم در خصوص مزایای توریسم	/۰۲	۳	/۰۶
	کمبود جذابیت منطقه به دلیل نبود امکانات رفاهی مطلوب	/۰۳	۳	/۰۹
	عدم آشنایی و شناخت سرمایه گذاران محلی، منطقه ای و ملی	/۰۲	۲	/۰۴
	نامناسب بودن زیر ساختهای محیطی و کالبدی (همانند جاده ها و فاضلاب)	/۰۶	۴	/۲۴
نهادی	بالا بودن سطح آب سفره زیرزمینی در منطقه ساحلی	/۰۳	۳	/۰۹
	عدم تبلیغات لازم در زمینه گردشگری	/۰۲	۲	/۰۴
	عدم معرفی جاذبه های گردشگری بوشهر به عنوان مقصد گردشگری	/۰۲	۳	/۰۶
	عدم وجود منابع آب با کیفیت مناسب در فاصله نزدیک به شهر بوشهر	/۰۳	۳	/۰۹
	سیستم حمل و نقل نامناسب	/۰۲	۲	/۰۶
	کمبود امکانات اقامتی موجود در منطقه	/۰۷	۴	/۲۸
	کمبود تجهیزات شهری موجود در منطقه	/۰۵	۴	/۲۰
	عدم وجود کانونهای فعالیتی مناسب در ساحل که سبب سرزندگی و تشویق حیاتی شهری گردد.	/۰۲	۲	/۰۴
	جمع	۰/۵۳		۱,۶۵

منبع: تحقیق نگارندگان

### ۳-۱-۲- عوامل مؤثر خارجی بر گردشگری ناحیه مورد مطالعه

هدف این مرحله بررسی آثار محیط خارجی در ناحیه مورد مطالعه جهت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که ناحیه در ارتباط با گسترش گردشگری با آن مواجه است. بر اساس پرسش نامه

توزیع شده، مجموعه فرصت‌ها و تهدیدهایی موجود بر این ناحیه از لحاظ گردشگری در غالب ابعاد اقتصادی، اجتماعی فرهنگی، اکولوژیکی و نهادی مورد توجه و بررسی قرار گرفته است که در جداول ۳ و ۴ آورده شده است.

جدول ۳. نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (فرصت‌ها)

انواع عوامل مؤثر بر گردشگری	فرصت‌ها	وزن	درجه بندی	امتیاز وزنی
اقتصادی	افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
	توسعه و تجهیز محورهای اصلی و فرعی ارتباطی کشور	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
	پتانسیل احداث کاربری‌های مناسب جهت استفاده گردشگران از قبیل شهر بازی، ایجاد هتل‌های بین‌المللی چند ستاره و سایر تجهیزات رفاهی، تفریحی	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
اجتماعی-فرهنگی	سطح بالای آگاهی گردشگران در برخورد با مردم	۰/۰۲	۲	۰/۰۴
	سنتها و مراسم مذهبی بومی منطقه	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
	استقبال خوب گردشگران از مناطق ساحلی	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
	ساماندهی فعالیتهای مربوط به صنایع دستی و برگزاری نمایشگاههای فصلی صنایع دستی	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
اکولوژیکی	وجود خلیج فارس به عنوان اصلی‌ترین جاذبه گردشگری	۰/۰۸	۴	۰/۳۲
	درجه حرارت مناسب در فصول سرد سال و بالا بودن ساعات آفتابی روز	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
	آمادگی گردشگران جهت تفریح و تفرج در کنار ساحل در زمان مناسب در شرایط اقلیمی	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
	وجود تعداد زیادی شناور سنتی و کارگاه لنج سازی در بوشهر	۰/۰۲	۲	۰/۰۴
	استفاده از تنوع چشم اندازی منطقه	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
	نزدیکی به کشورهای خلیج فارس و جذب گردشگر خارجی	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
نهادی	افزایش توجه و حمایت مسئولان کشور از توسعه شهری با رویکرد اشتغالزایی و کسب درآمد	۰/۰۲	۲	۰/۰۴
	تربیت نیروهای متخصص و باتجربه در سطح شهرستان	۰/۰۲	۳	۰/۰۶
	امکان ایجاد پارک- موزه با تأکید بر گونه‌های ساحلی (انواع پرندگان کنار آبرزی و آبرزی)	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
جمع		۰/۵۴		۱,۶۹

منبع: تحقیق نگارندگان

مهم‌ترین تهدیدهای مدنظر پرسش‌گران، بالا بودن درجه حرارت و رطوبت در فصل تابستان با امتیاز وزن ۰/۳۶ به عنوان مهم‌ترین تهدید، از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی مردم و عدم توجه به فرهنگ سنتی و محلی با امتیاز وزنی ۰/۲۸ به عنوان دومین عامل و تهدیدهای زیست‌محیطی و ایجاد خسارت به آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی با امتیاز وزنی ۰/۲۰ به عنوان سومین عامل تهدیدی روبه روی شهر بوشهر در زمینه توسعه گردشگری است

با توجه به جدول ۳ مهم‌ترین فرصتهایی که شهر بوشهر در زمینه توسعه گردشگری از دیدگاه پرسش‌شوندگان با آن روبه‌روست عبارتند از: وجود خلیج فارس به عنوان اصلی‌ترین جاذبه گردشگری که با امتیاز وزنی ۰/۳۲ به عنوان اولین فرصت شناخته شده است، سنتها و مراسم مذهبی بومی منطقه با امتیاز وزنی ۰/۲۴ به عنوان دومین فرصت پیش‌رو و توسعه و تجهیز محورهای اصلی و فرعی ارتباطی کشور با امتیاز وزنی ۰/۲۰ در اولویت بعدی قرار دارد. همچنین از

جدول ۴. نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (تهدیدها)

انواع عوامل مؤثر بر گردشگری	تهدیدها	وزن	درجه بندی	امتیاز وزنی
اقتصادی	کافی نبودن سرمایه‌گذاریهای خارج از منطقه در جهت جذب گردشگر	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
	عدم توجه مسئولین به اقتصاد گردشگری موجود در منطقه	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
اجتماعی- فرهنگی	افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت سایر مناطق تفریحی نزدیک و رقیب	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
	از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی مردم و عدم توجه به فرهنگ سنتی و محلی	۰/۰۷	۴	۰/۲۸
	آشنائی مردم بومی با عقاید جدید و شیوه نادرست رفتاری	۰/۰۴	۳	۰/۱۲
اکولوژیکی	بالا بودن درجه حرارت و رطوبت در فصل تابستان	۰/۰۹	۴	۰/۳۶
	آلودگی آب در مناطق در مناطق ساحلی	۰/۰۱	۲	۰/۰۲
	تهدیدهای زیست محیطی و ایجاد خسارت به آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی	۰/۰۵	۴	۰/۲۰
نهادی	عدم ارائه مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش و توسعه تجهیزات و تأسیسات گردشگری	۰/۰۲	۲	۰/۰۴
	محدودیت قانونی موجود در توسعه مناطق ساحلی	۰/۰۲	۲	۰/۰۴
	رسوبگذاری در منطقه ساحلی که عامل تهدید کننده فعالیت‌های دریایی و تأسیسات ساحلی خواهد بود.	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
	غلبه بصری دریا و کم توجهی به سایر پدیده های طبیعی	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
	جمع	۰/۴۶		۱/۵۴

منبع: تحقیق‌گیرندگان

۳-۱-۳- ارائه استراتژی‌ها توسعه گردشگری شهری ساحلی در بوشهر بر اساس مدل SWOT

ماتریس سوات امکان تدوین چهار انتخاب یا راهبرد متفاوت را فراهم می‌آورد. البته، در جریان عمل برخی از راهبردها با یکدیگر هم پوشانی داشته، یا به طور هم زمان و هماهنگ با یکدیگر به اجرا در می‌آیند. در واقع، برحسب وضعیت سیستم، چهار دسته راهبرد را که از نظر درجه کنشگری متفاوت هستند، می‌توان تدوین کرد:

۱- راهبرد دفاعی: هدف کلی راهبرد دفاعی یا حداقل - حداقل که می‌توان آنرا «راهبرد بقا» نیز نامید، کاهش ضعف‌های سیستم برای کاستن و خنثی سازی تهدیدهاست.

۲- راهبرد انطباقی: راهبرد انطباقی یا راهبرد حداقل- حداکثر، تلاش دارد با کاستن از ضعف‌ها حداکثر استفاده را از فرصت‌های موجود ببرد. یک سازمان ممکن است در محیط خارجی خود متوجه وجود فرصت‌هایی شود، ولی به واسطه ضعف‌های سازمانی خود قادر به بهره برداری از آن نباشد، در چنین شرایطی اتخاذ راهبرد انطباقی می‌تواند امکان استفاده از فرصت را فراهم آورد.

۳- راهبرد اقتضایی (حداکثر- حداقل): این راهبرد بر پایه بهره گرفتن از قوت‌های سیستم برای مقابله با تهدیدات تدوین می‌شود و هدف آن به حداکثر رساندن نقاط قوت و به حداقل رساندن تهدیدات است. با وجود این، از آنجا که تجارب گذشته نشان داده است که کاربرد نابجای قدرت می‌تواند نتایج نامطلوبی به بار

یک راه‌حل کنشگر است، در چنین وضعیتی سازمان با استفاده از نقاط قوت خویش برای گسترش بازار تولیدات و خدمات گام بر می‌دارد (گلکار، ۱۳۸۴: ۵۳). راهبردهای تحلیل سوات در جدول ۵ و ۶ ارائه شده است.

آورد، هیچ سازمانی نباید به طور نسنجیده از قدرت خود برای رفع تهدیدات استفاده کند.

۴- راهبرد تهاجمی (حداکثر- حداکثر): تمام سیستم‌ها خواهان وضعیتی هستند که قادر باشند همزمان قوت و فرصت‌های خود را به حداکثر برسانند. برخلاف راهبرد دفاعی که یک راه حل واکنشی است، راهبرد تهاجمی

جدول ۵. راهبردهای چهارگانه بر اساس تحلیل سوات

ماتریس SWOT		محیط داخلی	
		قوت‌ها	ضعف‌ها
محیط بیرونی	فرصت‌ها	SO راهبرد تهاجمی (حداکثر - حداکثر)	WO راهبرد انطباقی (حداقل - حداکثر)
	تهدیدها	ST راهبرد اقتضایی (حداکثر - حداقل)	WT راهبرد دفاعی (حداقل - حداقل)

(منبع: پیرس و رابینسون، ۱۳۸۰)

وضعیت ایده‌آل (بهترین حالت) و دورترین فاصله از وضعیت ایده‌آل منفی (بدترین حالت) داشته باشد. به عبارت دیگر در این روش میزان فاصله یک عامل با عامل ایده‌آل مثبت و منفی سنجیده می‌شود و این خود معیار درجه‌بندی و اولویت‌بندی عوامل است (شفیعی رودپشتی و میرغفوری، ۱۳۸۷: ۴۲) جهت بهره‌گیری از این تکنیک مراحل زیر به اجرا گذاشته می‌شود. مرحله اول: تشکیل ماتریس داده‌ها بر اساس  $n$  آلترناتیو و  $m$  شاخص.

۲-۳- رتبه‌بندی و سطح‌بندی پتانسیل‌های گردشگری - بوشهر از نظر پاسخ‌دهندگان مناطق ۸ گانه شهرستان بوشهر تکنیک اولویت‌بندی به وسیله شباهت به وضعیت ایده‌آل (TOPSIS) یکی از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره است که در سال ۱۹۸۱ به وسیله هوانگ و یون رایه گردید. در این روش  $m$  گزینه به وسیله  $n$  شاخص مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (طواری و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۱). اصل اساسی مدل TOPSIS این است که گزینه انتخابی باید دارای کمترین فاصله از

$$A_{ij} = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{m1} & a_{m2} & \dots & a_{mn} \end{bmatrix} \quad (۲)$$

جدول ۶. راهبردهای ۴ گانه مدل سوات در توسعه گردشگری شهر بوشهر

ماتریس	نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)
(O)	<p>راهبردهای رقابتی / تهاجمی<sup>۱۷</sup> (SO)</p> <p>SO1- تأکید بر توسعه گردشگری طبیعی و فرهنگی به دلیل وجود مزیت های نسبی برای توسعه گردشگری در شهر بوشهر.</p> <p>SO2- استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه به منظور ایجاد تشکل های تعاونی مردمی از طریق نشستها و جلسات مختلف با مردم منطقه مورد مطالعه.</p> <p>SO3- تمرکز عمده فعالیتهای گردشگری بر بهره برداری از منابع و جاذبه های موجود در منطقه</p> <p>SO4- آموزش هرچه بیشتر افراد متخصص در زمینه اشتغال زایی و توسعه گردشگری در منطقه.</p> <p>SO5- جذب گردشگران با معرفی و تبلیغات مربوط به جاذبه های طبیعی و فرهنگی شهر بوشهر.</p>	<p>راهبردهای بازنگری<sup>۱۸</sup> (WO)</p> <p>WO1- تشویق بخش خصوصی به سرمایه گذاری در ساختار اقتصادی در راستای افزایش امکانات و خدمات مورد نیاز برای جذب گردشگر .</p> <p>WO2- آموزش و اطلاع رسانی از ضوابط و معیارها توسط دستگاه ها و نهادهای مسئول به منظور کاهش آسیب های زیست محیطی و منطقی نمودن روند توسعه گردشگری شهری.</p> <p>WO3- بازنگری و توسعه نهادها و سازمانهای مرتبط در منطقه مورد مطالعه برای آموزش مردم و گردشگران به منظور بهره گیری بهینه و هدفمند از منابع و اثرات مثبت گردشگری.</p> <p>WO4- بازنگری قوانین و مقررات شهری و مکانهای گردشگری این ناحیه به منظور بهره برداری و استفاده مردم و همچنین جلوگیری از بورس بازی زمین.</p> <p>WO5- آشنا کردن مدیران هتل ها و دفاتر خدمات مسافرتی با روش های نوین ارتباطات و بازاریابی گردشگری.</p>
(T)	<p>راهبردهای تنوع<sup>۱۹</sup> (ST)</p> <p>ST1- تنوع بخشی به امکانات، فعالیتهای و خدمات گردشگری به منظور جلب رضایت گردشگران ورودی به شهر بوشهر</p> <p>ST2- بهره گیری از پتانسیل های منطقه و همجواری با خلیج فارس در فراهم سازی و توسعه فعالیت های سازگار با محیط.</p> <p>ST3- تنوع بخشی و توسعه برنامه های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه های طبیعی و انسانی، خصوصیات بارز فرهنگی و شرکت در سایر جشنواره ها، نمایشگاه ها و سمینارها بطور فعالانه.</p> <p>ST4- توسعه خدمات پشتیبان تولید، گردشگری، بازرگانی، بانکی و بیمه ای، حمل و نقل، ترانزیت.</p> <p>ST5- تأمین امنیت مکانهای توریستی بوشهر جهت جلوگیری از بروز تخلفات اجتماعی و سایر تخلفات.</p>	<p>راهبردهای تدافعی<sup>۲۰</sup> (WT)</p> <p>WT1- برگزاری سمینارها و نشست های «توسعه سرمایه گذاری در صنعت گردشگری شهری و ساحلی» توسط سازمان گردشگری با سایر دستگاهها و مسئولان مرتبط و کارآفرینان و دانشگاهیان.</p> <p>WT2- تدوین قوانین و مقررات ویژه جهت استفاده بهینه از جاذبه های گردشگری و جلوگیری از تخریب، آلودگی واز بین رفتن این منابع در این نواحی.</p> <p>WT3- جلوگیری از ساخت و ساز انبوه و بدون برنامه ریزی در حریم ساحل به وسیله آگاه نمودن مردم از پیامد های مخرب آن.</p> <p>WT4- ایجاد زیرساخت هایی مناسب (حمل و نقل، امکانات و خدمات رفاهی و ... از طریق هدایت سرمایه گذاری دولتی برای جلوگیری از جذب مسافرها و گردشگران توسط مراکز تفریحی رقیب در سطح منطقه.</p> <p>WT5- آموزش و اطلاع رسانی در نحوه برخورد با گردشگران، به منظور جلوگیری از تعارض بین گردشگران و مردم.</p>

منبع: تحقیق نگارندگان

17 . Strenght - Opportunity

18 . Weak - Opportunity

19 . Strenght -Threat

20 . Weak -Threat



در واقع، ماتریس پایه ما در اینجا همان ویژگیهایی که در جذب گردشگران موثرند برای هر بخش بوده که به عنوان شاخص خام قلمداد شده و جهت سطح بندی از مدل TOPSIS استفاده شده که در جدول ۷ ارائه شده است.

جدول ۷. ماتریس اولیه شاخصهای گردشگری بخش های مختلف شهرستان بوشهر

شاخص‌ها	امنیت	ساحل	جاده‌ها و حمل و نقل	مراکز اقامتی	آداب و رسوم	پوشش گیاهی منحصربه فرد	خدمات شهری	ابنیه تاریخی	برخورد مناسب مردم	مراسم مذهبی سنتی	جمع کل
منطقه ۱	۸	۶	۴	۸	۶	۶	۳	۴	۸	۹	۶۵
منطقه ۲ و ۳	۷	۶	۸	۷	۶	۶	۳	۴	۸	۷	۶۴
منطقه ۴	۷	۶	۴	۸	۶	۶	۴	۴	۹	۹	۶۸
منطقه ۵	۷	۷	۴	۷	۷	۶	۴	۴	۸	۸	۶۵
منطقه ۶	۷	۶	۴	۷	۷	۶	۴	۴	۹	۸	۶۶
منطقه ۷	۶	۶	۴	۷	۶	۶	۳	۴	۸	۸	۶۳
منطقه ۸	۷	۶	۴	۷	۷	۶	۴	۴	۸	۹	۶۶
منطقه ۹ و ۱۰	۷	۶	۶	۷	۷	۶	۴	۳	۹	۹	۶۷

منبع: تحقیق نگارندگان

مرحله دوم: استاندارد نمودن داده ها و تشکیل ماتریس استاندارد (بی مقیاس) از طریق رابطه زیر: در این مرحله، اقدام به استاندارد کردن و یکدست کردن داده‌های خام شده، که نتایج در جدول ۸ ارائه شده است.

$$R_{ij} = \left[ \begin{matrix} r_{11} & r_{12} & \dots & r_{1n} \\ r_{21} & r_{22} & \dots & r_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ r_{m1} & r_{m2} & \dots & r_{mn} \end{matrix} \right] R_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^m a_{ij}^2} \quad (3)$$

جدول ۸. ماتریس استاندارد شده شاخصها

بخش	منطقه ۱	منطقه ۲ و ۳	منطقه ۴	منطقه ۵	منطقه ۶	منطقه ۷	منطقه ۸	منطقه ۹ و ۱۰
امنیت	.۳۸۵	.۳۴۴	.۳۲۷	.۳۳۷	.۳۳۸	.۳۰۵	.۳۳۸	.۳۲۹
ساحل	.۲۸۹	.۲۹۵	.۲۸۱	.۳۳۷	.۲۹۰	.۳۰۵	.۲۹۰	.۲۸۲
جاده ها و حمل و نقل	.۱۹۲	.۳۹۴	.۱۸۷	.۱۹۲	.۱۹۳	.۲۰۳	.۱۹۳	.۲۸۲
مراکز اقامتی	.۳۸۵	.۳۴۴	.۳۴۷	.۳۳۷	.۳۳۸	.۳۵۵	.۳۳۸	.۳۲۹
آداب و رسوم	.۲۸۹	.۲۹۵	.۲۸۱	.۳۳۷	.۳۳۸	.۳۰۵	.۳۳۸	.۳۲۹
پوشش گیاهی منحصربه فرد	.۲۸۹	.۲۹۵	.۲۸۱	.۲۸۹	.۲۹۰	.۳۰۵	.۲۹۰	.۲۸۲
خدمات شهری	.۱۴۴	.۱۴۷	.۱۸۷	.۱۹۲	.۱۹۳	.۱۵۷	.۱۹۳	.۱۸۸
ابنیه تاریخی	.۱۹۲	.۱۹۷	.۱۸۷	.۱۹۲	.۱۹۳	.۲۰۳	.۱۹۳	.۱۴۱
برخورد مناسب مردم	.۳۸۵	.۳۹۴	.۴۲۱	.۳۸۵	.۴۳۵	.۴۰۶	.۳۸۶	.۴۲۳
مراسم مذهبی سنتی	.۴۳۳	.۳۴۴	.۴۲۱	.۳۸۵	.۳۸۶	.۴۰۶	.۴۳۵	.۴۲۳

منبع: تحقیق نگارندگان

شاخص و شاخصهای دیگر در گردشگری شهرستان به صورت کارشناسی شده وزنی به هر شاخص اختصاص داده می‌شود.

مرحله چهارم و پنجم: مشخص نمودن حالت‌های ایده آل مثبت و ایده آل منفی (بالاترین و پایین‌ترین حالت هر شاخص):

مرحله سوم: تعیین وزن هر یک از شاخصها و ایجاد ماتریس بی‌مقیاس وزین (V):

(۴)

$$V_{ij} = R_{ij} \times W_{n \times n} = \begin{bmatrix} v_{11} & v_{1j} & v_{1n} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ v_{m1} & v_{mj} & v_{mn} \end{bmatrix}$$

از آنجایی که اهمیت شاخصها (در اینجا انواع گردشگری) یکسان نیست بنابراین بسته به اهمیت هر

$$A^+ = \{(\max V_{ij} | j \in J), (\min V_{ij} | j \in \bar{J}) | i = 1, 2, \dots, m\} = \{v_1^+, v_2^+, \dots, v_j^+, \dots, v_n^+\}$$

$$A^- = \{(\min V_{ij} | j \in J), (\max V_{ij} | j \in \bar{J}) | i = 1, 2, \dots, m\} = \{v_1^-, v_2^-, \dots, v_j^-, \dots, v_n^-\}$$

$$SL_i^+ = \frac{s_i^-}{s_i^- + s_i^+}; 0 \leq SL_i^+ \leq 1; i = 1, 2, \dots, m$$

(۵)

مرحله هشتم: رتبه بندی آلترناتیوها براساس میزان  $SL_i^+$  به ترتیب نزولی، در این راستا  $SL_i^+ = 1$  نشان دهنده بالاترین رتبه و  $SL_i^+ = 0$  نیز نشان دهنده کمترین رتبه است. در نهایت، با توجه به میزان  $SL_i^+$  بخش‌ها به طبقه (بسیار ضعیف ۰ تا ۰/۲، ضعیف ۰/۲ تا ۰/۴، متوسط ۰/۴ تا ۰/۶، خوب ۰/۶ تا ۰/۸، بسیار خوب ۰/۸ تا ۱) سطح بندی می‌گردد که در جدول ۹ ارائه شده است.

مرحله ششم: تعیین معیار فاصله ای برای آلترناتیو ایده آل ( $S_i^+$ ) و آلترناتیو حداقل ( $S_i^-$ ):

$$S_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^+)^2}; i = 1, 2, \dots, m$$

فاصله گزینه  $i$  ام از ایده آل مثبت

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2}; i = 1, 2, \dots, m$$

فاصله گزینه  $i$  ام از ایده آل منفی

مرحله هفتم: محاسبه نزدیکی نسبی گزینه  $i$  ( $A_i$ ) به وضعیت ایده آل:

جدول ۹. رتبه‌بندی نهایی بخش های مختلف شهر بوشهر از لحاظ پتانسیل گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS

نام بخش	$SL_i^+$	رتبه	سطح
امنیت	۰۳۴۷	۵	متوسط
ساحل	۰۳۳۹	۲	متوسط
جاده ها و حمل و نقل	۰۳۴۳۶	۸	ضعیف
مراکز اقامتی	۰۲۸۳۰	۴	ضعیف
آداب و رسوم	۰۲۸۱۵	۶	ضعیف
پوشش گیاهی منحصربه فرد	۰۲۷۷۸	۷	ضعیف
خدمات شهری	۰۱۹۶۸	۱۰	بسیار ضعیف
ابنیه تاریخی	۰۰۳۳۲	۹	بسیار ضعیف
برخورد مناسب مردم	۰۰۰۸۶	۱	بسیار ضعیف
مراسم مذهبی- سنتی	۰۰۰۲۳	۳	بسیار ضعیف

منبع: تحقیق نگارندگان

۳-۲-۱- رتبه‌بندی و سطح بندی وضعیت توسعه یافتگی گردشگری بخش های شهر بوشهر بر اساس نظر پاسخ-دهندگان با استفاده از تکنیک TOPSIS

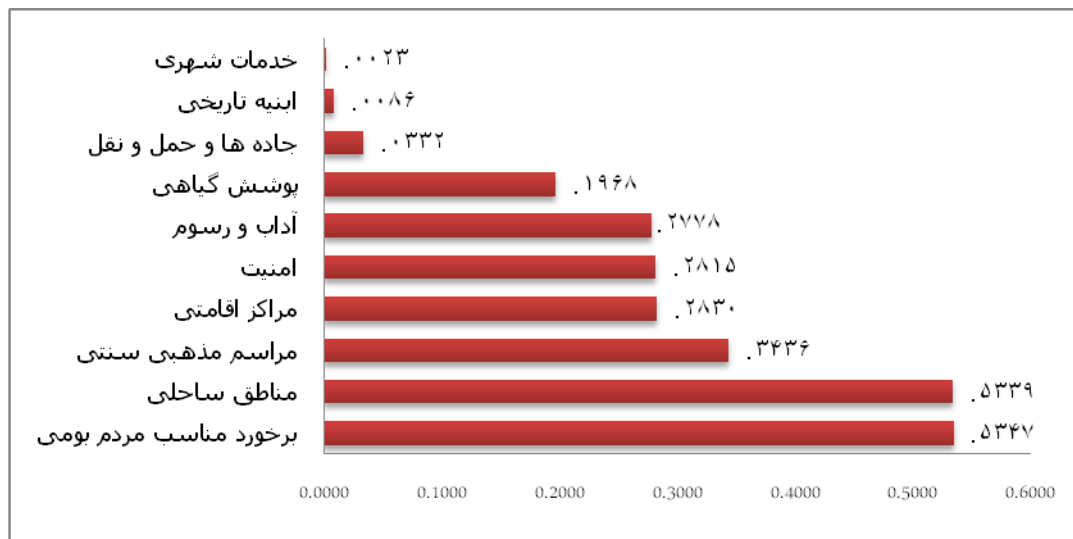
جهت سنجش وضعیت کنونی توسعه یافتگی گردشگری از منظر شاخصه‌هایی همچون امنیت، مدیریت، وضعیت تسهیلات و امکانات اقامتی و رفاهی، وضعیت تسهیلات دسترسی، ارتباطی و حمل و نقل مربوط به گردشگری و پرسش نامه در اختیار افراد بومی شهر بوشهر قرار می‌گیرد و از آنها خواسته می-شود که برای هر بخش به هر شاخص امتیازی را به درصد (بین صفر و صد) اختصاص دهند. سپس از هر

شاخص برای هر بخش میانگین گرفته می‌شود و از مجموع آنها یک ماتریس اولیه تشکیل می‌گردد. در نهایت با استفاده از تکنیک TOPSIS به سنجش توسعه یافتگی گردشگری بخش‌ها و سطح بندی و رتبه آنها از این لحاظ مبادرت می‌شود. بنابراین نتایج بدست آمده استخراجی از پرسشنامه که در ۸ منطقه مشخص شده شهر بوشهر توزیع گردیده است، اولویت‌های پتانسیل‌های گردشگری و سطح آن با استفاده از تکنیک و نرم افزار تاپسیس مشخص گردیده است. نتایج بدست آمده از خروجی نرم افزار در جدول ۱۰ و شکل ۲ ارائه شده است.

جدول ۱۰. خروجی نرم افزار تاپسیس

اولویت	گزینه ها	ضریب نزدیکی
۱	برخورد مناسب مردم بومی	۰۳۴۷
۲	مناطق ساحلی	۰۳۳۹
۳	مراسم مذهبی سنتی	۰۳۴۳۶
۴	مراکز اقامتی	۰۲۸۳۰
۵	امنیت	۰۲۸۱۵
۶	آداب و رسوم	۰۲۷۷۸
۷	پوشش گیاهی	۰۱۹۶۸
۸	جاده ها و حمل و نقل	۰۰۳۳۲
۹	ابنیه تاریخی	۰۰۰۸۶
۱۰	خدمات شهری	۰۰۰۲۳

منبع: تحقیق نگارندگان



شکل ۲. رتبه‌بندی و سطح‌بندی وضعیت پارامترهای مربوط به توسعه یافتگی شهر بوشهر

بندی وزن مناسب به معیارها (مناطق ۸ گانه) داده شد و نتیجه به دست آمده در جدول ۱۰ و شکل ۳ آمده است.

### ۳-۳- تحلیل فرضیات بر اساس روش تحلیل عاملی

تحلیل عاملی<sup>۲۱</sup> یک تکنیک چند متغیری است که به منظور پی بردن به متغیرهای زیربنایی یک پدیده یا تلخیص مجموعه‌ای از داده‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. داده‌های اولیه برای تحلیل عاملی داده‌های حاصل از ماتریس همبستگی بین متغیرهاست. در تحلیل عاملی متغیرهای وابسته از قبل تعیین شده‌ای وجود ندارد؛ بلکه مجموعه‌ای از متغیرهاست که با یکدیگر همبستگی دارند. تحلیل عاملی معمولاً با دو رویکرد اکتشافی و تأییدی به کار می‌رود (سرمردو بازرگان، ۱۳۷۹: ۲۶۸). تحلیل عاملی تأییدی به ترتیب طی چند مرحله انجام می‌شود. ابتدا جدول ماتریس همبستگی بین متغیرها تهیه می‌شود. این ماتریس میزان همبستگی متغیرها را با یکدیگر مشخص می‌کند و

### ۳-۲-۲- رتبه‌بندی و سطح‌بندی پتانسیل‌های گردشگری بوشهر از نظر پاسخ‌دهندگان مناطق ۸ گانه شهر بوشهر

اصل اساسی مدل TOPSIS بر این است که گزینه انتخابی باید دارای کمترین فاصله از وضعیت ایده‌آل (بهترین حالت) و دورترین فاصله از وضعیت ایده‌آل منفی (بدترین حالت) داشته باشد. به عبارت دیگر در این روش میزان فاصله یک عامل با عامل ایده‌آل مثبت و منفی سنجیده می‌شود و این خود معیار درجه‌بندی و اولویت‌بندی عوامل است (شفیعی رودپشتی و میرغفوری، ۱۳۸۷: ۴۲). در سطح بندی پتانسیل‌های گردشگری شهر بوشهر در ابتدا برای توزیع پرسشنامه، شهر به ۸ منطقه تقسیم شده است. همچنین در تدوین پرسشنامه عوامل ۱۰ گانه امنیت، مناطق ساحلی، جاده‌ها و حمل و نقل، آداب و رسوم سنتی، پوشش گیاهی منحصر به فرد، خدمات شهری، مراکز اقامتی، ابنیه تاریخی، برخورد مناسب مردم بومی و مراسم سنتی مذهبی را در نظر گرفته شده است. با توجه به تعداد افراد پاسخگو در هر منطقه، جهت رتبه‌بندی و سطح-

<sup>۲۱</sup>. Factor Analysis

آزمون می‌کند که همبستگی بین متغیرها صفر است (بین متغیرها همبستگی وجود ندارد) رد این فرضیه، نشانگر این است که حداقل شرایط برای تحلیل عاملی وجود دارد (سرمد و بازرگان، ۱۳۷۹: ۲۷۱).

### ۳-۳-۱- تأیید فرضیه اول با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی

فرضیه اول: به نظر میرسد پتانسیل‌های گردشگری-شهر بوشهر در توسعه اجتماعی و فرهنگی آن تأثیرگذار است. مقدار شاخص KMO، مقدار آماره آزمون بارتلت، درجه آزادی و سطح معناداری در جدول ذیل آمده است و چون شاخص KMO برابر ۰,۵۶۰ است تعداد نمونه برای تحلیل عاملی کافی است و چون در دامنه ۰,۵ قرار دارد به آن ضعیف گویند که در جدول ۱۱ ارائه شده است.

جدول ۱۱. آزمون KMO و بارتلت

مقدار شاخص KMO	۰,۵۶۰
مقدار آماره آزمون بارتلت	۶۳,۲۶۰
درجه آزادی	۱۰
سطح معنی داری	۰,۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

ماتریس اجزا که شامل بارهای عاملی هر یک از متغیرها در عوامل باقیمانده است. چون تفسیر بارعاملی بدون چرخش ساده نیست بنابراین عامل‌ها را می‌چرخانیم که در جدول ۱۲ ارائه شده است.

بدیهی است که همبستگی هر متغیر با خودش همبستگی کاملی است با شاخص +۱ مشخص می‌گردد. در مرحله دوم عامل‌ها استخراج و میزان اشتراکات نشان می‌دهد که چند درصد از واریانس هر متغیر، واریانس «عامل مشترک» است. در مرحله سوم عوامل استخراج شده مورد چرخش قرار می‌گیرد تا ساختار متغیرها ساده‌تر گشته و دقیقاً معلوم شود که کدام متغیرها با کدام تحلیل و تفسیر محقق قرار می‌گیرند (فرگوسن و تاکانه، ۱۳۸۰: ۶۶۰-۶۴۹). اجرای این روش تحلیل نیازمند پیش فرض‌هایی اساسی است. تحلیل عاملی مستلزم یک ماتریس همبستگی مناسب، حجم گروه نمونه کافی، وجود ارتباط، استقلال اندازه‌ها و با معنی بودن ماتریس همبستگی است. از بین این پیش فرض‌ها معنی‌دار بودن ماتریس همبستگی و کافی بودن نمونه از اهمیت زیادی برخوردار است. صاحب نظران علم آمار برای معنی‌دار بودن ماتریس همبستگی از «آزمون بارتلت»<sup>۲۲</sup> و برای کافی بودن حجم نمونه از آزمون «آزمون KMO»<sup>۲۳</sup> استفاده می‌کنند. آزمون بارتلت کفایت حداقل ارتباط لازم بین متغیرها را آزمون می‌کند در این آزمون چنانچه فرضیه صفر رد شود، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب است. آزمون KMO شاخص کفایت حجم نمونه را مشخص می‌کند (هومن، ۱۳۸۴: ۳۸۴). چنانچه مقدار KMO بزرگتر از ۰,۹ باشد نمونه عالی، در دامنه ۰,۸. شایسته، در دامنه ۰,۷. خوب، در دامنه ۰,۶. متوسط و در دامنه ۰,۵. ضعیف و کمتر از آن غیرقابل قبول است آزمون بارتلت این فرضیه را

<sup>۲۲</sup>. Bartlet Test

<sup>۲۳</sup>. Kaiser-meyer-olkin

جدول ۱۲. ماتریس اجزاء

اجزاء					پارامترها
۵	۴	۳	۲	۱	
-۰.۲۹۷	.۰۳۴	-۰.۶۶۷	-۰.۲۲۹	.۰۵۷	آداب و رسوم سنتی مردم بوشهر
.۱۲۲	.۶۹۲	.۱۳۳	.۴۵۵	-۰.۵۳۰	وجود تنوع غذایی
.۴۵۱	.۲۰۸	.۰۳۶	-۰.۱۸۱	.۶۵۸	امنیت منطقه
-۰.۴۳۰	-۰.۰۸۸	.۴۳۰	-۰.۶۶۴	.۴۲۵	نحوه پذیرش و استقبال مردم منطقه
.۳۸۱	-۰.۱۵۱	-۰.۵۵۷	.۶۴۱	.۳۳۵	مراسم مذهبی سنتی

منبع: یافته‌های تحقیق

ماتریس چرخیده شده، شامل بارهای عاملی هریک از متغیرها در عوامل باقیمانده پس از چرخش است، هرچه مقدار قدر مطلق این ضرایب بیشتر باشد، عامل مربوطه نقش بیشتری در کل تغییرات متغیر مورد نظر دارد که در جدول ۱۳ ارائه شده است.

جدول ۱۳. اجزای ماتریس چرخیده شده

اجزاء					پارامترها
۵	۴	۳	۲	۱	
.۰۷۹	-۰.۱۶	.۹۹۲	.۰۶۲	-۰.۰۷۲	آداب و رسوم سنتی مردم بوشهر
-۰.۰۷۹	.۰۱۴	-۰.۰۷۲	-۰.۰۰۹	.۹۹۴	وجود تنوع غذایی
.۹۸۹	.۰۹۳	.۰۸۰	-۰.۰۳۴	-۰.۰۸۰	امنیت منطقه
.۰۹۲	.۹۹۱	-۰.۱۶	.۰۹۲	.۰۱۴	نحوه پذیرش و استقبال مردم منطقه
-۰.۰۳۴	.۰۹۲	.۰۶۲	.۹۹۳	-۰.۰۰۹	مراسم مذهبی سنتی

منبع: یافته‌های تحقیق

عامل چهارم: مهمان نوازی، میزان همبستگی این عامل با نحوه پذیرش و استقبال مردم منطقه در بوشهر همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۱ دارد. عامل پنجم: امنیت، میزان همبستگی این عامل با امنیت منطقه در بوشهر همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۸۹ دارد. به دلیل وجود همبستگی بالا و مناسب بین عوامل و متغیرها نتیجه می‌گیریم تمامی پتانسیل‌های گردشگری در بوشهر در توسعه اجتماعی و فرهنگی بوشهر تأثیر می‌گذارد.

۵ عامل مشخص در این فرضیه داریم که میزان همبستگی آنها با متغیرهای مورد نظر سنجیده شده است: عامل اول: غذا، میزان همبستگی این عامل با وجود تنوع غذایی ویژه در بوشهر همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۴ دارد. عامل دوم: مراسمات مذهبی، میزان همبستگی این عامل با مراسم سنتی مذهبی در بوشهر همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۱ دارد. عامل سوم: آداب و رسوم، میزان همبستگی این عامل با آداب و رسوم سنتی در بوشهر همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۲ دارد.

مربوطه نقش بیشتری در کل تغییرات متغیر مورد نظر دارد که در جدول ۱۶ ارائه شده است.

جدول ۱۶. اجزای ماتریس چرخیده شده

پارامترها	اجزاء		
	۱	۲	۳
امکانات زیرساختی	.۰۰۵	.۹۹۵	.۰۹۸
ایجاد مراکز تفریحی و اقامتی	.۹۹۹	.۰۰۵	-.۰۴۶
خدمات شهری	-.۰۴۶	.۰۹۸	.۹۹۴

منبع: یافته‌های تحقیق

سه عامل مشخص در این فرضیه داریم که میزان همبستگی آنها با متغیرهای مورد نظر سنجیده شده است:

عامل اول: مراکز اقامتگاهی: میزان همبستگی این عامل - با ایجاد مراکز تفریحی همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۹ دارد.

عامل دوم: زیرساخت‌ها: میزان همبستگی این عامل - با امکانات زیرساختی همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۵ دارد.

عامل سوم: خدمات: میزان همبستگی این عامل با خدمات شهری همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۴ دارد.

به دلیل وجود همبستگی بالا و مناسب بین عوامل و متغیرها نتیجه می‌گیریم که کمبود امکانات و خدمات، مانع توسعه گردشگری در شهر بوشهر است و فرضیه دوم نیز تأیید می‌گردد.

#### ۴- نتیجه گیری

شهر بوشهر با توجه به پیشینه تاریخی و فرهنگی، می‌بایست به طور جدی در عرصه گردشگری در کشور و جهان قدم بگذارد تا جلوه اصلی خود را اثبات کند. از مجموع آنچه که بیان شد می‌توان به این نتیجه رسید که با وجود توان‌ها و استعدادها بالقوه شهر بوشهر برای جذب گردشگر، هنوز راه طولانی جهت استفاده از این توان‌ها وجود دارد. بهره‌مندی از مزایای صنعت

۳- ۲- ۳- تأیید فرضیه دوم با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد کمبود امکانات و خدمات - رفاهی مانع توسعه گردشگری شهر بوشهر شده است. مقدار شاخص KMO، مقدار آماره آزمون بارتلت، درجه آزادی و سطح معناداری در جدول ذیل آمده است و چون شاخص KMO برابر ۰.۵۹۱ است تعداد نمونه برای تحلیل عاملی کافی است و چون در دامنه ۰,۵ قرار دارد به آن ضعیف گویند که در جدول ۱۴ ارائه شده است.

جدول ۱۴. آزمون KMO و بارتلت

مقدار شاخص KMO	۰.۵۹۱
مقدار آماره آزمون بارتلت	۱۸,۱۰۵
درجه آزادی	۳
سطح معنی داری	۰.۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

ماتریس اجزا که شامل بارهای عاملی هر یک از متغیرها در عوامل باقیمانده است. چون تفسیر بارعاملی بدون چرخش ساده نیست بنابراین عامل‌ها را می‌چرخانیم که در جدول ۱۵ ارائه شده است.

جدول ۱۵. ماتریس اجزاء

پارامترها	اجزاء		
	۱	۲	۳
امکانات زیرساختی	.۷۰۷	.۴۲۵	-.۰۶۵
ایجاد مراکز تفریحی و اقامتی	-.۳۱۶	.۹۰۷	.۲۷۷
خدمات شهری	.۷۸۳	-.۰۱۸	.۶۲۲

منبع: یافته‌های تحقیق

ماتریس چرخیده شده، شامل بارهای عاملی هر یک از متغیرها در عوامل باقیمانده پس از چرخش است، هرچه مقدار قدر مطلق این ضرایب بیشتر باشد، عامل

امتیازهای وزنی ۰/۳۲، ۰/۲۴ و ۰/۲۰ قرار دارند. به عنوان مهم ترین تهدید، بالا بودن درجه حرارت و رطوبت در فصل تابستان در رده اول از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی مردم و عدم توجه به فرهنگ سنتی و محلی به عنوان دومین عامل و تهدیدهای زیست محیطی و ایجاد خسارت به آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی به عنوان سومین عامل به ترتیب با امتیازهای وزنی ۰/۳۶، ۰/۲۸ و ۰/۲۰ قرار دارند. در جدول ۷ راهبردهای ۴ گانه مدل سوآت در توسعه گردشگری شهر بوشهر ارائه شده است که مد نظر قرار گرفتن این راهبردها می تواند شهر بوشهر را به توسعه در زمینه گردشگری هدایت کند. نتایج حاصل از مدل تاپسیس جهت رتبه بندی و سطح بندی پتانسیل‌های گردشگری بوشهر از نظر پاسخ دهندگان مناطق ۸ گانه شهر بوشهر نشان‌دهنده آن است که برخورد مناسب مردم با ضریب نزدیکی ۰/۳۴۷. در اولویت اول، ساحل زیبا و شنی با ضریب نزدیکی ۰/۳۳۹. در اولویت دوم و مراسم مذهبی - سنتی با ضریب نزدیکی ۰/۳۴۳۶. در اولویت سوم قرار گرفته و در جذب گردشگر به این شهر تأثیرگذار هستند. تحلیل فرضیات بر اساس روش تحلیل عاملی نیز نشان می دهد، به دلیل وجود همبستگی بالا و مناسب بین عوامل و متغیرها، تمامی پتانسیل‌های گردشگری در شهر بوشهر در توسعه اجتماعی و فرهنگی آن تأثیر می گذارند، در نتیجه فرضیه اول تأیید می گردد و در فرضیه دوم به دلیل وجود همبستگی بالا و مناسب بین عوامل و متغیرها نتیجه می گیریم که کمبود امکانات و خدمات، مانع توسعه گردشگری در شهر بوشهر است و فرضیه دوم نیز تأیید می گردد.

گردشگری مانند درآمد و اشتغال‌زایی، نیازمند توجه به تمام بخش‌های مرتبط به این صنعت بوده و ایجاد هماهنگی‌های لازم بین آنها، مدیریت واحد و تقسیم کار بین بخش‌های دولتی و خصوصی را طلب می‌کند. جداول ۲ و ۳ و ۴ و ۵ نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت‌های گردشگری شهر بوشهر در زمینه‌های مختلف را نشان داده است که با تقویت کردن مهم ترین نقاط قوت و فرصت‌ها و همچنین برنامه‌ریزی جهت نقاط ضعف و تهدیدها و کاهش آنها میتوان چشم انداز مناسبی برای توسعه صنعت گردشگری در شهر بوشهر را شاهد باشیم. مهم ترین نقاط قوتی که شهر بوشهر در زمینه گردشگری از آن برخوردار است، عبارتند از: آداب و رسوم، فرهنگ بومی و مکانهای تاریخی و دیدنی شهر بوشهر در رده اول، خونگرمی و مهمان نوازی مردم بوشهر و وجود مناطق ساحلی و چشم انداز ساحلی منحصربه فرد منطقه در رده دوم، تنوع چشم انداز زیبا در منطقه در رده سوم، به ترتیب با امتیازهای وزنی ۰/۳۲، ۰/۲۸ و ۰/۲۴ قرار دارند. کمبود امکانات اقامتی موجود در منطقه به عنوان مهمترین نقطه ضعف و سپس نامناسب بودن زیرساختهای محیطی و کالبدی (همانند جاده‌ها و فاضلاب) در رده دوم و کمبود تجهیزات شهری موجود در منطقه در رده سوم به ترتیب با امتیازهای وزنی ۰/۲۸، ۰/۲۴ و ۰/۲۰ قرار دارند. با توجه به داده‌های برگرفته از مدل SWOT مهم ترین فرصتهایی که شهر بوشهر در زمینه توسعه گردشگری با آن روبه روست عبارتند از: وجود خلیج فارس به عنوان اصلی ترین جاذبه گردشگری، سنتها و مراسم مذهبی بومی منطقه به عنوان دومین فرصت پیش رو و توسعه و تجهیز محورهای اصلی و فرعی ارتباطی کشور در اولویت بعدی به ترتیب با



## ۵- پیشنهادات

## منابع

افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، داوود، (۱۳۸۵)، راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل (SWOT) دهستان لواسان کوچک، فصلنامه مدرس علوم انسانی، شماره ۴۵، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.

امیدی نجف آبادی، مریم، (۱۳۸۵)، توانمندی های اکوتوریسم و توسعه پایدار مناطق روستایی ایران، ماهنامه دهاتی، سال چهارم، شماره ۳۸.

باهر، حسین، (۱۳۷۷)، دگراندیشی پیرامون گردشگری (ایرانگردی و جهانگردی)، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۲۰، دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.

بهباد فر، مصطفی و زمانیان، روزبه، (۱۳۸۷)، برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری با تکیه بر بخش محصول، نمونه موردی شهرستان نیشابور، نشریه بین المللی علوم مهندسی، جلد ۱۹، شماره ۶.

پاپلی یزدی، محمد حسین و سقایی، مهدی، (۱۳۸۵)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران، انتشارات سمت.

پیرس و رابینسون، (۱۳۸۰)، برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک، ترجمه سهراب خلیلی شورینی، انتشارات یادواره کتاب، چاپ دوم.

تاج علی، معصومه، (۱۳۸۵)، بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در جمهوری اسلامی ایران، پایان نامه (کارشناسی ارشد)، دانشگاه الزهراء (س)، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد.

جولیا شارپلی، ریچارد، (۱۳۸۰)، گردشگری روستایی، ترجمه رحمت الله منشی زاده و فاطمه نصیری، تهران، نشر منشی.

خانی، فضیله، (۱۳۸۹)، به کارگیری مدل ریاضی در سنجش میزان موفقیت گردشگری در مناطق در مناطق

\* هماهنگی بین مدیران منطقه و دیگر ارگانها و مؤسسات مرتبط با گردشگری شهر بوشهر.

\* تهیه نقشه جامع گردشگری شهر بوشهر و توزیع آنها بین مسافران در ورودی های منتهی به شهر بوشهر.

\* برنامه ریزی مناسب برای کاهش هزینه های تمام شده برای گردشگران از طریق ایجاد تورهای گردشگری گروهی، ارائه تخفیفات ویژه از طریق شرکت های هواپیمایی و مسافرتی و هتل ها و ارائه تخفیفات استثنایی به گردشگران خارجی برای جذب بیشتر آنها به این منطقه.

\* ایجاد امکانات سفر دریایی با کشتیهای مجهز برای رفت و آمد بین جزایر خلیج فارس و کشورهای حاشیه خلیج فارس.

\* اختصاص درصدی از درآمد نفت و گاز استان جهت رونق بخشیدن فعالیتهای سرمایه گذاری مرتبط با حوزه گردشگری

\* فرهنگ سازی و اطلاع رسانی عموم مردم در جهت برخورد مناسب با گردشگران ورودی به استان و اطلاع از مزیت حضور آنها برای توسعه شهر.

\* بهبود زیرساخت های حمل و نقل داخلی و خارجی، تجهیز فرودگاه بین المللی شهر بوشهر و ایجاد و گسترش پروازهای داخلی و خارجی، تکمیل پروژه - راه آهن بوشهر به شیراز و اتصال به شبکه ریلی کشور.

\* توسعه یافتگی سواحل و امکانات تفریحی لازم مانند پارکهای آبی و باغ های دریایی و استفاده از داشته های بومی در کنار آن که باعث افزایش اشتغال می شود.

با استفاده از تکنیک‌های MADM، نشریه مدیریت صنعتی، شماره ۱، صص ۷۱-۸۸.

کازمی، مهدی، (۱۳۸۶)، مدیریت گردشگری، انتشارات سمت، تهران.

کنین، عبدالحسین، (۱۳۸۷)، جغرافیای استان بوشهر، آینه کتاب، تهران.

گلکار، کوروش، (۱۳۸۴)، مناسب سازی تکنیک تحلیلی سوات برای کاربرد در طراحی شهری، مجله صفا، شماره ۴۱، سال پانزدهم، پائیز و زمستان.

لس لومسدن، (۱۳۸۶)، بازاریابی گردشگری، ترجمه - محمدابراهیم گوهریان، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.

هانگر، جی دیوید و توماس الف ویلن، (۱۳۸۱)، مبانی مدیریت استراتژیک، ترجمه سد محمد اعرابی و داود ایزدی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران، چاپ اول.

هریسون، جفری و جان کارون، (۱۳۸۲)، مدیریت استراتژیک، ترجمه بهروز قاسمی، انتشارات هیات، چاپ اول تهران.

وطن پور، اکبر، (۱۳۸۲)، سرعین سرزمین چشمه های شفا بخش بهشتی، اردبیل، دانشگاه پیام نور اردبیل.

Balaguer J and Gantavella-Jorda M.(2002). Tourism as a long-run economic Growth Applied Economics 34(7): 877-884.

Belen,M,(2005), weather, climate and tourism, Ageographical perspective,Annals of tourism research, vol 32,no93.

Briedenhan Jenny and Eugenia (2004). Wickness Tourism-Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Vibrant Hope or Impossible Drefm" Tourism of Management Vol.25.

Cachadi,Feoli, Learenco, Lieopart Lobo,Ferreira,Noronla, Sawkar (2002). Coastal

جغرافیایی (مطالعه موردی شهر بوشهر)، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، سال دوم، شماره چهار.

رضائی، پرویز و ولی ا... رحمانی، (۱۳۸۶)، ارائه راهکارهای مناسب برای برنامه ریزی صنعت توریسم در روستاهای ساحلی شهرستان نور، فصل نامه چشم انداز جغرافیایی، سال دوم، شماره پنجم، رشت، صص ۹۷-۷۹.

زنگی آبادی، علی، جمال محمدی و دیبا زیرک باش، (۱۳۸۵)، تحلیل گردشگری داخلی شهر اصفهان، مجله جغرافیا و توسعه، سال چهارم، شماره پیاپی ۸، پاییز و زمستان.

زنگی آبادی، علی و مصطفی محمدی ده چشمه، (۱۳۸۷)، امکان سنجی توانمندی های گردشگری طبیعی استان چهارمحال و بختیاری به روش SWOT مجله محیط شناسی، سال سی و چهارم، شماره ۴۷

شفیعی رودپشتی، میثم، سید حبیب الله میرغفوری، (۱۳۸۷)، سنجش درجه هوش هیجانی کتابداران و رتبه بندی مولفه های آن، پاییز، فصلنامه اطلاع رسانی و کتابداری، شماره ۴۳، صفحه ۴۲.

صالحی، صادق، (۱۳۹۱)، بررسی رفتارهای محیط زیستی در بین گردشگران ساحلی (مطالعه موردی شهر بوشهر)، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۱، سال اول.

طاهری دمنه، محسن، فریمانی، سکینه و رضا مستوفی الممالک، (۱۳۸۹)، بررسی چالش های موجود در صنعت گردشگری شهر شیراز در ارتباط با محدودیت مراکز اقامتی، فصلنامه مطالعات شهری و منطقه ای، سال دوم شماره ۸، بهار.

طواری، م.ع. سوخکیان و س.ع. میر نژاد، (۱۳۸۷)، شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر بهره‌وری نیروی انسانی

- Central Taiwan: An application of SWOT analysis *Journal of Hospitality Management and Tourism*, vol.2, no.3.
- Lee, Kwan, k. (1995). Importance of secondary impact of foreign tourism receipts on the south Korean economy, *Journal of travel research*, (37), p50.
- Noronha, L. (2002). *Coastal Tourism, Environment, and Sustainable Local Development*, London, TERI.
- Sharpley, R. and Vassb, Adrian (2006). Tourism, farming and diversification: an attitudinal study, *Tourism management*, 27, 1040-1052.
- Papathodorou A., S. Haiyan, (2007). *International Tourism Forecast: Time Series Analysis of and World Regional Data*, *Tourism Economics*, Vol. 11, No. 1, pp 11-23.
- The World Bank (2007). *World Development Indicators*.
- [www.unwto.org](http://www.unwto.org)
- Tourism-environment-and sustainable local development.
- Cooper, C. Fletcher, J. Gilbert, D. Wanhill, S. Shepherd, R. (1998), and *Principles and Practice*, New York: Longman.
- Dritsakis N. (2004). Tourism as a long-run Economic Growth Factor: An Empirical Factor: the Spanish case *Applied Economics* 34 (7): 877-884.
- Foster, D. (1997). *Measuring Customer Satisfaction In The Tourism Industry*, Third International & Sixth National Research Conference on Quality Management, The Centre for Management Quality Research at RMIT University, Melbourne, Victoria, Australia.
- Hong, C.W. and Chan, N. W. (2010). Strength-Weakness- Opportunities- Threats Analysis of Penang National Park for Strategic Ecotourism Management, *World Applied Sciences Journal* 10 (Special Issue of Tourism & Hospitality).
- Lee, T.H and Liu, R.T (2011). *Strategy formulation for the recreational areas of*



## **Check Tourism Potentials Coastal town of SWOT and TOPSIS model based Bushehr**

**M. Saggaei**

Assistant Proffesor , Geography Department, University of Payamenoor, Tehran, Iran

**G.R. Amini nezhad**

Assistant Proffesor , Geography Department, University of Payamenoor, Tehran, Iran

**G.R. Sabohi**

M.A. in Geography, Geography Department, University of Payamenoor, Isfahan, Iran

### **Abstract:**

Tourism potantials are considered of unique capitals of each country and region, that, their identification, classification and planning, has high importance for tourism development. Nowadays, urban life, has become a superior life, inrecent decades urbanizatton have had high growth in Iran,tht, ratio of this growth varios in different parts of the country. Bushehr is one of the provinces in which over 60% of the population live in cities, because, its cities often have high tourism potantials. Bushehr city is the center of Bushehr province, with numerous tourism potantials is tourism, historic and economic field. the purpose of this research is to identify tourism potantils of coastal city, Bushehr, and using them in stable urban ecpansion. Determining potential, weaknesses, opportunitis and thearts. according to SWOT model in way presentation, strategy for tourism development in the coastal city of Bushehr has investigated. Also using TOPSIS model ranking and level of tourism potential Bushehr Bushehr took 8 species of respondents, the results showed The appropriate people close to a factor of .5347 The first priority, Beautiful sandy beach near a factor of .5339 Second priority and rituals - traditional near a factor of .3436 Priority placed third in attracting tourists to the city are impressive.

**Keywords:** Tourism , Potential for Tourism , Bushehr City, ModelSWOT ,ModelTOPSIS