

Identifying and analyzing future-oriented strategies for tourism development in the Caspian region (Iran and Russia): A mixed-methods approach

Hojat Sadeghi ¹, Rahman Zandi ², Farhad Javan ³, Masoud Taghvaei ⁴ and Hugo Bautista ⁵

1- Assistant professor, Department of Physical Geography, Faculty of Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran

2- Associate Professor, Department of Physical Geography, Faculty of Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran

3- Assistant professor, Department of Tourism Management, Faculty of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

4- Professor, Department of Human Geography, Faculty of Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran

5- Kazan Federal University, Kazan, Russia

ARTICLE INFO

Article type:

Research Article

Received:

2025/07/07

Accepted:

2025/09/03

pp:

1- 18

Keywords:

Optimal Strategies;
Future-oriented;
Caspian Sea Basin;
Tourism Development;
Iran and Russia.

ABSTRACT

Tourism, as a major driving force, can serve as a foundation for regional development. Certain regions possess unique advantages due to their geographical and strategic positions; however, for various reasons, they have not been able to effectively capitalize on their tourism potential. The Caspian Sea basin serves as a prominent example of such regions. Despite its considerable potential, the countries bordering the Caspian Sea have not fully utilized their tourism capacities. Therefore, adopting effective strategies for the utilization and development of tourism in this region is essential and emphasized in this study. The research methodology is descriptive-analytical, employing a mixed-methods approach (qualitative-quantitative) based on survey data collection. The statistical population consists of tourism experts and professionals. Data collection tools included interviews and questionnaires. A total of 18 participants were selected for interviews through theoretical saturation, and 116 individuals were chosen for the survey using the snowball sampling method. In the qualitative phase, 26 initial concepts were identified and categorized into seven main strategic themes: marketing, advertising, and media strategies; facilitation of diplomacy and regional policy-making; development of tourism infrastructure and services; strengthening local participation and leveraging indigenous capacities; product-oriented strategies and diversification of tourism types; managerial, organizational, and sustainability strategies; and finally, integrated and transnational regional tourism development. The validation of the proposed strategies through statistical testing yielded a significance level below 0.05 and an average score of 4.028, confirming their acceptance. Additionally, the results of the Friedman test indicated that the strategy of strengthening local participation and leveraging indigenous capacities ranked highest with an average rank of 5.13, making it the most prominent strategy. In conclusion, the Caspian Sea basin possesses diverse tourism potentials that can be effectively planned and developed through diplomacy, local engagement, and integrated regional development.



Citation: Sadeghi, H., Zandi, R., Javan, F., Taghvaei, M., & Bautista, H. (2025). Identifying and analyzing future-oriented strategies for tourism development in the Caspian region (Iran and Russia): A Mixed-Methods Approach. *Journal of Geography and Regional Future Studies*, 3(3), 1-18.



© Authors retain the copyright and full publishing rights. **Publisher:** Urmia University.

DOI: <https://doi.org/10.30466/grfs.2025.56333.1137>

DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.2981118.1404.3.3.1.3>

¹ **Corresponding author:** Hojat Sadeghi, **Email:** H.sadeghi@geo.ui.ac.ir, **Tell:** +989166904491

Extended Abstract

Introduction

Tourism can be considered a major driver for regional development. Some regions have unique conditions due to their geographical and strategic location, but for various reasons, they have not been able to exploit the potential of the tourism sector. The Caspian Sea basin can be a prime example of these regions. Considering the neglected tourism capacities in the Caspian Sea basin, the dispersion and incoherence of tourism development policies in Iran and Russia, and the need to strengthen regional diplomacy through tourism, a comparative study of tourism development strategies on both sides of the Caspian Sea is an important research gap. This issue is especially important because, in the current global conditions, sustainable tourism development requires the adoption of integrated, participatory, and regional approaches. In fact, the main issue is that despite the diverse tourism capacities in this region, these conditions have not been used as they should be for regional development, and adopting appropriate regional approaches and strategies with a view to the future can help the growth and development of tourism in the region. The goal of this research is to identify the desired strategies for developing tourism in this region, with an emphasis on the Iran and Russia regions, with a future-oriented vision, so that, based on these strategies, existing obstacles can be removed and the capacities can be fully utilized.

Methodology

This research is a quantitative-qualitative (mixed) survey study based on a descriptive-analytical and in-depth method that was conducted in Iran. The data collection was in two forms: documentary-scientific studies, and also interviews and questionnaires. The number of 18 people was determined through theoretical saturation, and 116 people through the snowball method, as the sample size of interviewees and questionnaires. In the qualitative part, the content analysis method was used to analyze the interviews. SPSS software was used to analyze the statistical data.

Results and discussion

Using thematic analysis, 26 initial concepts have been identified. Based on the inferences

made, these concepts were categorized into 7 main concepts. The seven main concepts, which are considered the tourism development strategies of the Caspian Sea Basin, are: marketing, advertising and media strategy, facilitation strategy of diplomacy and regional policy-making, strategy for developing tourism infrastructure and services, strategy for strengthening local participation and utilizing local capacities, product-oriented strategy and diversification of tourism types, management, organizational and sustainability strategy, integrated and transnational regional tourism development strategy. Among the solutions examined, the solution "Developing marine sports tourism" received the highest score with an average of 4.793 and a t-statistic of 148.33 and was introduced as the most prioritized solution. After that, "Creating appropriate tourism services and infrastructure" (with an average of 4.759, a t-statistic of 329.27) and "Producing multilingual content and media about the Caspian" (with an average of 4.690 and a t-statistic of 373.27) are also among the solutions that have received the most approval and agreement from the participants. These cases clearly indicate the urgent need to upgrade infrastructure, effectively represent the region in the international space, and utilize digital and media capacities to attract foreign tourists. The study and evaluation of the macro-tourism strategies in the Caspian Sea Basin through a one-sample t-test indicates that all the proposed strategies have a mean significantly higher than the base value of 3 and are significant at the 95% confidence level (significance level equal to 0.000). This finding clearly shows that from the respondents' perspective, the proposed strategies have acceptable validity and effectiveness and can be the basis for policies and practical measures for the development of marine tourism in the region. In total, the average of the total strategies is 4.028 with a relatively low standard deviation of 0.496 and a significant t-statistic of 22.322, which indicates a strong approval of the overall tourism development strategies of the Caspian Sea Basin from the perspective of the research statistical population. The result of the Friedman test also showed that the strategy of strengthening local participation and utilizing local capacities is the most prominent strategy,

with an average rank of 13.5. The results of this study showed that tourism development in this basin requires an integrated and multidimensional approach that goes beyond cross-sectional and national measures. One of the most important explanations obtained is that success in the field of tourism does not depend on the implementation of a specific policy, but on the combination and interaction of synergistic strategies that each cover part of the sustainable tourism development chain. For example, without the active participation of local communities, even the best infrastructure may encounter social resistance or a lack of a sense of belonging, or for instance, without diplomatic cooperation between countries, marketing plans and joint tourism packages will not succeed.

Conclusion

The analysis shows that tourism development strategies in the Caspian Basin are complementary and interconnected in nature and should be implemented within a holistic architecture. In this regard, the local partnership strategy was not only considered as a priority, but actually acts as the backbone of tourism development in the region, because it

simultaneously leads to the promotion of spatial justice, cultural and economic sustainability. On the other hand, regional diplomacy and transnational cooperation strategies open up new horizons for redefining relations between countries in the region through tourism; especially in today's geopolitical conditions, tourism can play a mediating role in the stability and proximity of common interests. As a result, the Caspian Sea Basin has diverse tourism capacities that can be planned and developed using diplomacy, partnership and integrated development.

Declarations

Funding: This work has been supported by the Centre for International Scientific Studies & Collaboration (CISSC), Ministry of Science, Research and Technology of Iran.

Authors' Contribution: The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest: The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments: We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



شناخت و تحلیل راهبردهای آینده‌محوری توسعه گردشگری منطقه خزر (ایران و روسیه)؛ یک مطالعه ترکیبی

حجت صادقی^۱، رحمان زندی^۲، فرهاد جوان^۳، مسعود تقوایی^۴ و هوگو بایوتیستا^۵

- ۱- استادیار، گروه جغرافیای طبیعی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
- ۲- دانشیار، گروه جغرافیای طبیعی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
- ۳- استادیار، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، دانشگاه مازندران، بابل، ایران
- ۴- استاد، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
- ۵- دانشگاه فدرال کازان، کازان، روسیه

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

دریافت:

۱۴۰۴/۰۴/۱۶

پذیرش:

۱۴۰۴/۰۶/۱۲

صص:

۱-۱۸

واژگان کلیدی:

راهبردهای مطلوب،
آینده محوری،
حوضه دریای خزر،
توسعه گردشگری،
ایران و روسیه.

چکیده

گردشگری به‌عنوان یک کلان پیشران می‌تواند بستر ساز توسعه منطقه‌ای قلمداد شود. برخی از مناطق به‌واسطه موقعیت جغرافیایی و استراتژیک، شرایط منحصر به فردی دارند اما به دلایل گوناگون نتوانسته‌اند از پتانسیل‌های حوزه گردشگری بهره‌برداری نمایند. حوضه دریای خزر، می‌تواند نمونه بارزی از این مناطق باشد. کشورهای حوضه دریای خزر از لحاظ گردشگری آن‌چنان‌که باید، نتوانسته‌اند از ظرفیت‌های گردشگری استفاده نمایند؛ بنابراین اتخاذ راهبردهای مطلوب جهت بهره‌برداری و توسعه گردشگری در این منطقه با نگاه به آینده بسیاری ضروری است که در این پژوهش مورد تأکید است. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی، از نوع ترکیبی (کیفی-کمی) و مبتنی بر گردآوری داده‌های پیمایشی است. جامعه آماری را نخبگان حوزه گردشگری تشکیل داده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه و پرسش‌نامه است. تعداد ۱۸ نفر از طریق اشباع نظری و ۱۱۶ نفر از طریق روش گلوله برفی به‌عنوان حجم نمونه مصاحبه‌شونده و پرسشگری تعیین شد. در بخش کیفی، ۲۶ مفهوم اولیه شناسایی و در ۷ مفهوم اصلی (راهبرد) دسته‌بندی شدند که شامل راهبردهای بازاریابی، تبلیغات و رسانه، تسهیلگری دیپلماسی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای، توسعه زیرساخت‌های گردشگری و خدمات، تقویت مشارکت محلی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی، راهبرد محصول محور و تنوع‌بخشی به انواع گردشگری، راهبرد مدیریتی، سازمانی و پایدارسازی و همچنین توسعه گردشگری منطقه‌ای یکپارچه و فراملی بوده‌اند. نتیجه اعتبارسنجی راهبردها از طریق آزمون آماری در سطح کمتر از ۰/۰۵ و با میانگین ۴/۰۲۸ بر تأیید آن‌ها اشاره داشته است. همچنین نتیجه آزمون فریدمن نشان داد که راهبرد تقویت مشارکت محلی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی با میانگین رتبه‌ای ۵/۱۳ به‌عنوان برجسته‌ترین راهبرد مورد تأیید است. نتیجه آنکه حوضه دریای خزر، ظرفیت‌های گردشگری متنوعی دارد که با استفاده از دیپلماسی، مشارکت و توسعه یکپارچه قابل برنامه‌ریزی و توسعه است.

استناد: صادقی، حجت؛ زندی، رحمان؛ جوان، فرهاد؛ تقوایی، مسعود؛ و بایوتیستا، هوگو. (۱۴۰۴). شناخت و تحلیل راهبردهای آینده محوری توسعه گردشگری منطقه خزر (ایران و روسیه)؛ یک مطالعه ترکیبی. فصلنامه جغرافیا و آینده‌پژوهی منطقه‌ای، ۳(۳)، ۱-۱۸.

ناشر: دانشگاه ارومیه.

© نویسندگان حق چاپ و حقوق کامل نشر را حفظ می‌کنند.



DOI: <https://doi.org/10.30466/grfs.2025.56333.1137>

DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.2981118.1404.3.3.1.3>



مقدمه

گردشگری در دهه‌های اخیر به یکی از مهم‌ترین محرک‌های رشد اقتصادی، توسعه منطقه‌ای، تعاملات بین‌فرهنگی و بازتوزیع منابع درآمدی در جهان تبدیل شده است. به‌گونه‌ای که این بخش می‌تواند به توسعه اقتصادی و توزیع عادلانه درآمد و منابع کمک نماید (Shamsoddini et al, 2023: 22- Gholami et al, 2025). صنعت گردشگری منافع اقتصادی قابل‌توجهی را برای جامعه میزبان یا مقصد گردشگری ایجاد می‌کند. به‌ویژه در کشورهای درحال توسعه، یکی از انگیزه‌های اولیه یک منطقه برای معرفی خود به‌عنوان یک مقصد گردشگری، بهبود اقتصادی مورد انتظار است (Sadeghi & Seidaiy, 2023: 2). صنعت گردشگری نه تنها از نظر سهم در تولید ناخالص داخلی جهانی اهمیت دارد، بلکه به‌عنوان ابزاری برای توسعه پایدار، کاهش فقر، ارتقای کیفیت زندگی و حفاظت از میراث فرهنگی نیز موردتوجه قرار گرفته است (UNWTO, 2021: 3). به‌ویژه پس از بحران کووید-۱۹، سیاست‌گذاران کشورها بیش از گذشته به لزوم تاب‌آوری و تنوع‌بخشی به راهبردهای گردشگری پی برده‌اند (Gossling & Hall, 2021: 28). همچنین، گردشگری منطقه‌ای دارای مرزهای مشترک یا پیوندهای اکولوژیکی و فرهنگی، ظرفیت بالایی برای همکاری‌های چندجانبه دارد؛ چرا که گردشگری نظامی از عناصر به‌هم‌پیوسته است که در تمامی مراحل با یکدیگر در تعامل هستند (Sadeghi, 2024: 2). به دلیل همین پیوند و همبستگی عناصر مختلف، گردشگری در حال گسترش است (Souca, 2020: 43) و به‌عنوان یک رویکرد فرا منطقه‌ای شناخته می‌شود.

حوضه دریای خزر به‌عنوان بزرگ‌ترین دریاچه جهان و ناحیه‌ای دارای منابع غنی طبیعی، فرهنگی و اقتصادی، از جمله مناطق دارای پتانسیل بالا برای توسعه گردشگری منطقه‌ای است (Imrani et al, 2021: 656). این حوزه که میان پنج کشور ایران، روسیه، ترکمنستان، آذربایجان و قزاقستان تقسیم شده، به‌ویژه در دو کشور ایران و روسیه دارای سواحل گسترده، تنوع اکولوژیکی، میراث تاریخی و فرهنگی و جاذبه‌های بومی است که امکان رشد انواع گردشگری مانند اکوتوریسم، گردشگری دریایی، طبیعت گردی، فرهنگی، ماجراجویانه و سلامت را فراهم می‌سازد (Andrades & Dimanche, 2017: 364). با این حال، توسعه گردشگری در این منطقه با چالش‌هایی مانند نبود راهبردهای منطقه‌ای هماهنگ، ضعف زیرساخت‌های ارتباطی و خدماتی، نگرانی‌های محیط‌زیستی، تمرکزگرایی اداری و رقابت‌های ژئوپلیتیکی مواجه است (Nurmatov et al, 2025: 5).

دو کشور ایران و روسیه به‌عنوان قدرت‌های منطقه‌ای در دو سوی دریای خزر، رویکردهای متفاوتی در قبال گردشگری اتخاذ کرده‌اند. در ایران، تمرکز عمده بر گردشگری داخلی، طبیعت گردی، سلامت و زیارت بوده (Alipour et al, 2017: 169)، درحالی که روسیه بیش تر به توسعه گردشگری دریایی، بازاریابی بین‌المللی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی و ایجاد زیرساخت‌های گردشگری در مناطق جنوب غربی خود از جمله آستراخان، داغستان و کالمیکیا توجه نشان داده است (Sheresheva, 2018: 402). درحالی که در ایران فقدان استراتژی جامع توسعه گردشگری در نواحی ساحلی محسوس است (Yousef Jamali et al, 2021: 47)، روسیه از ابزارهای برنامه‌ریزی فضایی و منطقه‌ای برای ساماندهی گردشگری در نواحی مرزی بهره گرفته است (Litbinova, 2020: 279). این تفاوت در اولویت‌ها و ابزارها، تحلیل تطبیقی گردشگری در این دو کشور را به امری ضروری با توجه به دیدگاه منطقه‌ای بدل می‌سازد.

در مجموع منطقه خزر به‌عنوان یکی از مهم‌ترین پهنه‌های ژئوپلیتیکی و ژئوتوریسمی اوراسیا، دارای ظرفیت‌های غنی طبیعی، فرهنگی و اقتصادی برای توسعه گردشگری است. با توجه به فشارهای محیطی، رقابت منطقه‌ای و تغییرات الگوهای سفر، توسعه گردشگری در این منطقه نیازمند برنامه‌ریزی آینده‌محور و راهبردی است. نبود هماهنگی راهبردی میان کشورهای حوزه خزر، به‌ویژه ایران و روسیه، سبب شده است که ظرفیت‌های مشترک این حوزه کمتر بالفعل شوند. از سوی دیگر، با توجه به پیچیدگی‌های روابط بین‌الملل، فناوری‌های نوین، تغییرات اقلیمی و دغدغه‌های امنیتی، لازم است توسعه گردشگری با نگاه بلندمدت، منعطف و آینده‌پژوهانه صورت گیرد. همچنین، مطالعه ترکیبی با بهره‌گیری از روش‌های کمی و کیفی، این امکان را می‌دهد که هم داده‌های تجربی و هم تحلیل‌های عمقی در طراحی راهبردها لحاظ شود. از این رو، پژوهش حاضر تلاشی برای پر کردن خلأ موجود در ادبیات علمی و سیاست‌گذاری در حوزه گردشگری آینده‌محور در منطقه خزر است.

بنابراین با توجه به ظرفیت‌های مغفول مانده گردشگری در حوضه دریای خزر (Gharouian & Sadeghzadeh, 2022: 3235)، پراکندگی و ناهماهنگی سیاست‌های توسعه گردشگری در ایران و روسیه، و ضرورت تقویت دیپلماسی منطقه‌ای از رهگذر گردشگری، بررسی تطبیقی راهبردهای توسعه گردشگری در دو سوی خزر، یک خلأ پژوهشی مهم محسوب می‌شود. این مسئله به‌ویژه از آن جهت اهمیت دارد که در شرایط کنونی جهانی، توسعه پایدار گردشگری مستلزم اتخاذ رویکردهای تلفیقی، مشارکتی و منطقه‌گراست (Sisto et al, 2022: 1312). در واقع مسئله و معضل اصلی این است که با وجود ظرفیت‌های متنوع گردشگری در این منطقه، اما آن‌چنان که باید از این شرایط در راستای توسعه منطقه‌ای استفاده نشده است و اتخاذ رویکرد و راهبردهای مناسب منطقه‌ای با نگاه به آینده می‌تواند به رشد و توسعه گردشگری

منطقه کمک نماید. هدف این پژوهش آن است که راهبردهای مطلوب جهت توسعه گردشگری این منطقه با تأکید بر منطقه ایران و روسیه با پیش‌اندازه محوری شناخته شود تا بتوان بر اساس این راهبردها، موانع موجود را رفع و از ظرفیت‌ها، نهایت بهره‌برداری انجام شود.

پیشینه و مبانی نظری پژوهش

صنعت گردشگری منبع اصلی درآمد و معیشت بسیاری از ساکنان مقاصد گردشگری است و از آن به‌عنوان محرک توسعه مقاصد گردشگری یاد می‌شود (Jamini et al, 2024: 220). همچنان که گردشگری یکی از مهم‌ترین منابع اقتصادی در بسیاری از مناطق محسوب می‌شود (Sadeghi & Javan, 2025: 165). مطالعه راهبردهای توسعه گردشگری در حوضه دریای خزر با تأکید بر دو کشور ایران و روسیه، نیازمند بهره‌گیری از چارچوب‌های نظری تلفیقی است که بتواند ابعاد مختلف پدیده گردشگری منطقه‌ای، تعاملات بین‌کشوری، پایداری زیست‌محیطی و حکمرانی چندسطحی را تبیین کند. از این منظر، مفهوم یا دیدگاه توسعه پایدار، گردشگری منطقه‌ای و چارچوب تحلیل سیاست‌گذاری تطبیقی، به‌عنوان بنیان نظری، می‌تواند مورد استفاده قرار گیرند. دیدگاه یا مفهوم توسعه پایدار گردشگری، بر ایجاد تعادل بین سه بُعد محیط‌زیستی، اجتماعی و اقتصادی تأکید دارد و به‌ویژه در مناطق شکننده اکولوژیکی مانند حوضه خزر، تأکید می‌کند که توسعه گردشگری باید به‌گونه‌ای صورت گیرد که نه تنها آسیبی به منابع طبیعی و فرهنگی وارد نکند، بلکه موجب توانمندسازی جوامع محلی و ارتقای تاب‌آوری آن‌ها شود (Sengoz et al, 2025: 35- Abdollahzadeh et al, 2020). همچنین، از منظر مفهوم گردشگری منطقه‌ای، پیوندهای فرهنگی، زیست‌محیطی و اقتصادی بین کشورهای هم‌جوار، بستری برای ایجاد هم‌افزایی و همکاری در راستای توسعه گردشگری چندملیتی فراهم می‌آورد (Rahman & Salahudin, 2021: 154- Mousavi et al, 2018). بر اساس این دیدگاه، همکاری میان کشورهایمانند ایران و روسیه در حوضه خزر، می‌تواند نه تنها منجر به بهره‌برداری بهینه از منابع مشترک شود، بلکه به ثبات سیاسی و انسجام منطقه‌ای نیز یاری رساند. از سوی دیگر، چارچوب تحلیل سیاست‌گذاری تطبیقی، امکان بررسی تفاوت‌ها و شباهت‌های سیاست‌ها و برنامه‌های اجرایی کشورها را در بسترهای تاریخی، فرهنگی، نهادی و اقتصادی فراهم می‌سازد (Bulfone, 2023: 25).

این چارچوب برای تحلیل تطبیقی بین ایران و روسیه در حوزه راهبردهای گردشگری بسیار کارآمد است؛ زیرا با استفاده از آن می‌توان نحوه مواجهه این دو کشور با مسائل مشابه (مثل حفاظت از محیط‌زیست، جذب گردشگر خارجی، ایجاد زیرساخت‌ها و...) را به‌صورت ساختاریافته بررسی کرد و از نتایج برای الگوبرداری و سیاست‌سازی استفاده نمود. در راستای موضوع، تحقیقاتی وجود دارد که البته بیشتر آن‌ها ارتباط غیرمستقیمی با موضوع دارند که در ادامه برخی از آن‌ها به‌عنوان نمونه اشاره شده است.

کوستیانیا و کوستیانوی^۱ (۲۰۲۱) نتیجه گرفتند که اقلیم منطقه‌ای تأثیر زیادی روی گردشگری سواحل در حوضه دریایی دارد و این موضوع در سواحل دریای سیاه به‌خوبی قابل مشاهده است. زویک^۲ و همکاران (۲۰۲۲) اشاره داشته‌اند که توسعه ارتباطات گردشگری پنج کشور منطقه خزر یکی از مهم‌ترین جنبه‌های استراتژیک توسعه اقتصادی منطقه محسوب می‌شود. آن‌ها تأکید می‌نمایند که منابع گردشگری متنوعی وجود دارد که می‌تواند در قالب گردشگری فرامرزی، از این فرصت‌ها استفاده نمود. همچنین مشکلات زیست‌محیطی در منطقه خزر را عاملی مهم در توسعه حوزه گردشگری می‌دانند. عباسو^۳ و همکاران (۲۰۲۲) نتیجه گرفتند که گردشگری از ظرفیت‌های مهم دریای کاسپین است که به‌خوبی بهره‌برداری نشده است و در این زمینه موانعی مانند ساخت‌وسازهای غیرمجاز، گسترش تأسیسات در سواحل و همچنین نبود استراتژی مشخص برای توسعه گردشگری از مهم‌ترین چالش‌ها محسوب می‌شود. ممداو^۴ (۲۰۲۴) نتیجه گرفت که به‌طور خاص، استراتژی‌ها و مدل‌های مدیریتی یکپارچه برای افزایش رفاه اجتماعی-اقتصادی جوامع محلی مناسب هستند. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که اکوتوریسم می‌تواند ابزاری برای تضمین توسعه پایدار در منطقه دریای خزر و حمایت از حفاظت بلندمدت از اکوسیستم‌ها باشد. در اکوتوریسم دریای خزر، گردشگری دریایی، گردشگری فرهنگی و تاریخی، گردشگری سلامت و تندرستی و گردشگری پرندنگری قابل توسعه است. لونسکو و ساربو^۵ (۲۰۲۴) در بررسی راهبردها و عوامل توسعه گردشگری به ذکر اهمیت فناوری و توسعه آن تأکید نموده و همچنین تأکید بر الگوهای منطقه‌ای و تعاملات را به‌عنوان عوامل تأثیرگذار دانسته‌اند.

ضیایی و میرزایی (۱۳۸۴) نتیجه گرفتند که نوع نگاه مدیریتی و مسائل موجود در این زمینه به‌عنوان مهم‌ترین چالش در زمینه مناطق تحت حفاظت سواحل دریای خزر در راستای توسعه گردشگری شناخته شده است. علیلو و احمدی (۱۳۹۱) در راستای حل چالش‌های گردشگری

¹ Kostianaia & Kostianoy

² Zeveke

³ Abbasov

⁴ Mammadova

⁵ Lonescu & Sarbu

سواحل دریای خزر نتیجه گرفت که تشکیل اتحادیه کشورهای حاشیه دریای خزر کلید حل تمام مشکلات منطقه خواهد بود که در سایه امنیت کامل حوزه دریای خزر مشکلات گردشگری از بین خواهد رفت و زمینه برای سرمایه‌گذاری بلندمدت در سواحل دریای خزر برای کشور فراهم خواهد شد. فردوسی و همکاران (۱۳۹۶) نتیجه گرفتند که سواحل دریای خزر پتانسیل بالایی در زمینه جذب گردشگر و توسعه گردشگری برای حداقل ۴ ماه در سال را تحت عنوان بازه زمانی اقلیم مطلوب دارد و در این زمینه برنامه‌ریزی و ارائه خدمات نقش مهمی ایفا می‌کند. راسخی و محمدی (۱۳۹۶) اشاره داشته‌اند که درآمد سرانه، نرخ واقعی ارز و آزادسازی تجاری اثر مثبتی بر گردشگری کشورهای حوضه دریای خزر دارد و در راستای ارتقای گردشگری، بایستی سیاست‌گذاری مطلوبی انجام شود. قادری و همکاران (۱۳۹۷) نتیجه گرفتند که ایجاد بستر قانونی و شفافیت مقررات، حمایت مالی، تمرکززدایی و تقویت احساس مسئولیت اجتماعی، عواملی هستند که در ارتباط با گردشگری سواحل و دریاها اهمیت بسیاری دارد. فتاح زاده و همکاران (۱۴۰۳) نتیجه گرفتند که تراکم جمعیت در مناطق گردشگری پذیر، ارتقای سطح آگاهی‌های زیست‌محیطی، میزان اشتغال‌زایی در مشاغل سودآور بخش گردشگری، میزان سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی، استفاده بهینه از زمین، رقابت‌پذیری، گسترش فضاهای ساخته‌شده مرتبط با گردشگری، از مهم‌ترین پیشران‌های توسعه گردشگری منطقه گیلان است. امیری و همکاران (۱۴۰۴) توسعه زیرساخت‌ها، ایجاد امکانات بهداشتی و کاهش مقررات دست و پاگیر را از جمله عوامل کلیدی برای جذب گردشگران و افزایش رضایت آن‌ها هستند. همچنین، تأمین امنیت و تقویت احساس امنیت در مکان‌های گردشگری به‌عنوان عوامل حیاتی شناسایی شده‌اند. پژوهش حاضر با بینش منطقه‌ای و بین‌المللی، تفاوت قابل‌توجهی با تحقیقات قبلی دارد که عمدتاً به‌صورت جزئی و در سطح ملی به موضوع گردشگری در حوضه دریای خزر پرداخته‌اند. درحالی‌که مطالعات گذشته معمولاً بر یک بعد خاص گردشگری تمرکز داشته‌اند، این پژوهش نگرشی جامع و کل‌نگر نسبت به گردشگری در حوضه خزر داشته و به‌طور ویژه بر راهبردهای توسعه گردشگری در دو کشور ایران و روسیه تأکید می‌کند. همچنین، این پژوهش از جمله تحقیقات اولیه در زمینه بررسی راهبردهای توسعه گردشگری در این منطقه محسوب می‌شود که در تحقیقات پیشین کمتر به آن پرداخته شده است. از لحاظ روش‌شناسی نیز، این مطالعه رویکرد ترکیبی (کیفی-کمی) را به کار گرفته که امکان تحلیل عمیق و همه‌جانبه را فراهم می‌آورد.

مواد و روش پژوهش

این پژوهش از نوع کمی-کیفی (ترکیبی)، یک مطالعه پیمایشی و مبتنی بر روش توصیفی-تحلیلی و ژرف نگر است که در ایران انجام شده است. منظور از پژوهش ترکیبی پژوهش حاضر این است که در مرحله اول، با مطالعه کیفی (مصاحبه) نتایج استخراج شده و سپس در مرحله دوم با مطالعه کمی (پرسشنامه)، این نتایج اعتبارسنجی شدند. روش گردآوری داده‌ها به دو صورت مطالعات اسنادی-علمی و همچنین استفاده از مصاحبه و پرسشنامه بوده است. در بخش کیفی برای تحلیل مصاحبه‌ها، از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. در پژوهش حاضر بر اساس روش تحلیل مضمون ابتدا مصاحبه‌ها با توجه به اهداف پژوهش انجام شد. سپس محقق به استخراج کدها یا عبارات کلیدی در هر مصاحبه اقدام نمود. این روش تحت عنوان مفاهیم اولیه شناخته می‌شود. در مرحله دوم بر اساس کدهای استخراج شده، مفهوم‌سازی کلی تر انجام شد. در واقع کدهای اولیه که مفهوم مرتبط و نزدیکی با همدیگر داشته‌اند، یک مفهوم محوری را تشکیل داده‌اند (مضامین اصلی). به طور خلاصه اینکه راهبردها (مضامین اصلی) از طریق تلفیق مفاهیم اولیه و مشترک، استخراج و مفهوم‌پردازی شدند. جامعه آماری در پژوهش حاضر شامل متخصصان و نخبگان در حوزه گردشگری بوده‌اند. برای انجام مصاحبه و شناسایی شاخص‌ها و متغیرهای مؤثر در زمینه موضوع، از نظرات ۱۸ نفر از نخبگان حوزه گردشگری استفاده شده است. دلیل انتخاب این تعداد حجم نمونه، بر اساس روش اشباع نظری یا تئوریک بوده است؛ چرا که بر اساس این روش در مطالعات کیفی، زمانی که محقق احساس نماید ادامه مصاحبه با افراد بیشتر، نتایج جدیدی در اختیار قرار نمی‌دهد، به همان تعداد نمونه اکتفا می‌نماید. در واقع ادامه مصاحبه با افراد بیشتر، نتایج تکراری ارائه می‌نماید و لذا لزومی ندارد که مصاحبه ادامه پیدا نماید. در پژوهش حاضر نیز محقق با انجام ۱۸ مصاحبه به اشباع نظری رسیده است. مدت‌زمان انجام مصاحبه‌ها برای هر نفر بین ۲۰ تا ۳۰ دقیقه بوده است که در مجموع ۳۵ به طول انجامیده است.

بخش دوم پژوهش (بخش کمی) بعد از شناسایی مفاهیم (راهکارها و راهبردهای توسعه گردشگری)، عوامل مورد ارزیابی و اعتبارسنجی با استفاده از پرسش‌نامه قرار گرفتند. هدف اعتبارسنجی عوامل در سطح یک نمونه بزرگ‌تر است. برای انجام این بخش، نمونه آماری بالغ بر ۱۱۶ نفر از نخبگان علمی و اجرایی در حوزه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری انتخاب شدند. روش تعیین حجم نمونه در این زمینه، گلوله برفی بوده است. نمونه‌گیری گلوله برفی یک روش نمونه‌گیری غیر احتمالی برای مواقعی است که واحدهای مورد مطالعه به راحتی قابل‌شناسایی نباشند. به‌ویژه هنگامی که این واحدها بسیار کمیاب یا بخش کوچکی از یک جامعه خیلی بزرگ را تشکیل می‌دهند. در این پژوهش نیز

کارشناس اول شناسایی‌شده و سپس از طریق این کارشناس، نفر دوم شناسایی و پرسشگری شد. این روند برای شناسایی نفرات دیگر نیز لحاظ شد. در نهایت ۱۱۶ نفر در دسترس محقق جهت پرسشگری شناسایی شد. در این بخش از پرسشنامه استفاده‌شده است که طراحی آن بر اساس مفاهیم اولیه استخراج‌شده از طریق روش مصاحبه بوده است. این مفاهیم در پرسشنامه قرار داده شد و از این طریق در سطح نمونه بزرگ‌تر، مفاهیم اعتبارسنجی شدند. نحوه تحلیل داده‌ها بر اساس شاخص میانگین در قالب طیف لیکرت بوده که بر اساس این طیف، عدد بالای (۳) اعتبار متوسط و عدد بالای (۴)، اعتبار زیادی را بر اساس آزمون تی تک نمونه‌ای دارد. با توجه به روش انتخاب حجم نمونه، روش نمونه‌گیری از نوع هدفمند و همچنین محدودیت‌های موجود، این تعداد نخبگان مورد پرسشگری قرار گرفت. برای تحلیل داده‌های این بخش از روش‌های آماری در نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

جدول ۱- شاخص‌های استخراج شد از پژوهش کیفی

شاخص‌ها	فراوانی (تکرار)	درصد
طراحی برند مشترک گردشگری	۹	۵۰
راه‌اندازی کمپین بازاریابی دیجیتال خزری	۸	۴۴/۴
تولید محتوا و رسانه‌های چندزبانه درباره خزر	۵	۲۷/۷
حضور فعال در نمایشگاه‌های گردشگری میان کشورهای منطقه	۱۱	۶۱/۱
طراحی اپلیکیشن و وب‌سایت چندزبانه	۱۲	۶۶/۶
امکان حذف یا تسهیل در روایید بین کشورها	۹	۵۰
ساماندهی فرآیند صدور ویزای گردشگری دریایی بین ایران و روسیه	۷	۳۸/۸
اتخاذ شیوه مدیریت یکپارچه گردشگری حوضه دریای خزر	۱۰	۵۵/۵
یکپارچه‌سازی نهادهای مسئول در حوزه گردشگری دریای خزر	۱۱	۶۱/۱
ایجاد خدمات و زیرساخت‌های گردشگری مناسب	۱۶	۸۸/۸
توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات گردشگری	۱۶	۸۸/۸
بهبود کیفیت محصولات و خدمات گردشگری	۱۷	۹۴/۴
ارائه تسهیلات بانکی با بهره پایین به بوم‌گردها	۱۴	۷۷/۷
استفاده از نیروی انسانی بومی برای ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی استاندارد	۱۵	۸۳/۳
فعال نمودن بخش خصوصی و تشکل‌ها در گردشگری حوضه دریای خزر	۱۷	۹۴/۴
توسعه گردشگری فرهنگی و محلی	۱۱	۶۱/۱
توسعه گردشگری سلامت با محوریت سواحل شمال ایران	۸	۴۴/۴
توسعه گردشگری ورزشی دریایی	۱۶	۸۸/۸
تقویت گردشگری فرهنگی-تاریخی (بازدید از بندرها، موزه‌ها...)	۱۳	۷۲/۲
توسعه گردشگری علمی و جشنواره‌ای	۱۱	۶۱/۱
ساماندهی پروژه‌های گردشگری با اولویت‌سنجی محیط‌زیستی و اجتماعی	۱۰	۵۵/۵
توسعه قوانین حفاظت ساحلی با رویکرد گردشگری پایدار	۸	۴۴/۴
اتخاذ شیوه مدیریت یکپارچه گردشگری دریای خزر	۹	۵۰
تعیین محورهای گردشگری در حوزه دریای خزر	۷	۳۸/۸
ایجاد تورهای مشترک ایران-روسیه	۱۲	۶۶/۶
برندسازی منطقه‌ای با تأکید بر فرهنگ بومی حوضه خزر	۱۱	۶۱/۱

بحث و ارائه یافته‌ها

در ابتدا راهکارها و راهبردهای توسعه گردشگری در حوضه دریای خزر در دو منطقه ایران و روسیه شناخته شد. این شناخت از طریق مصاحبه با نخبگان و پژوهشگران حوزه گردشگری به‌دست آمده است.

راهبردهای آینده محوری توسعه گردشگری حوضه دریای خزر

با استفاده از تحلیل مضمون، ۲۶ مفهوم اولیه شناسایی شده است. بر اساس استنباط انجام شده این مفاهیم در ۷ مفهوم اصلی دسته‌بندی شدند (جدول ۲). هفت مفهوم اصلی که همان راهبردهای توسعه گردشگری حوضه دریای خزر محسوب می‌شوند عبارت‌اند از راهبرد بازاریابی، تبلیغات و رسانه، راهبرد تسهیلگری دیپلماسی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای، راهبرد توسعه زیرساخت‌های گردشگری و خدمات، راهبرد تقویت

مشارکت محلی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی، راهبرد محصول محور و تنوع بخشی به انواع گردشگری، راهبرد مدیریتی، سازمانی و پایدارسازی، راهبرد توسعه گردشگری منطقه‌ای یکپارچه و فراملی.

هر یک از راهبردهای اشاره شده در نتیجه برخی مفاهیم اولیه استخراج و استنباط شده‌اند. برای مثال راهبرد بازاریابی، تبلیغات و رسانه از ترکیب ۵ مفهوم اولیه شامل طراحی برند مشترک گردشگری، راهاندازی کمپین بازاریابی دیجیتال خزری، تولید محتوا و رسانه‌های چندزبانه درباره خزر، حضور فعال در نمایشگاه‌های گردشگری میان کشورهای منطقه، طراحی اپلیکیشن و وبسایت چندزبانه استنباط و ساخته شده است. در ادامه تفسیر هر راهبرد به همراه نمونه‌ای از نقل قول مصاحبه‌شوندگان برای مستندسازی مفاهیم اولیه ارائه شده است.

۱- راهبرد بازاریابی، تبلیغات و رسانه

بازاریابی و تبلیغات از ستون‌های اساسی توسعه گردشگری هر منطقه‌ای است و در حوضه دریای خزر اهمیت ویژه‌ای دارد. این راهبرد با هدف ایجاد هویت قوی و متمایز برای منطقه و جذب طیف گسترده‌تری از گردشگران داخلی و خارجی تدوین شده است. طراحی برند مشترک گردشگری که بتواند تمامی ویژگی‌های منحصر به فرد فرهنگی، طبیعی و تاریخی حوضه خزر را در خود جای دهد، نخستین گام در این مسیر است. برندینگ قوی می‌تواند اعتماد گردشگران را جلب کرده و آن‌ها را ترغیب به سفر به این منطقه نماید. راهاندازی کمپین‌های بازاریابی دیجیتال که شامل تبلیغات هدفمند در شبکه‌های اجتماعی، وبسایت‌های تخصصی گردشگری، یوتیوب و پلتفرم‌های دیگر است، موجب افزایش دیده شدن و اطلاع‌رسانی مؤثر می‌شود. همچنین، تولید محتوا به زبان‌های مختلف، به‌ویژه زبان‌های بین‌المللی چون انگلیسی، روسی و ترکی، ضروری است تا مخاطبان فراملی بتوانند به راحتی با ویژگی‌ها و جاذبه‌های منطقه آشنا شوند. حضور فعال در نمایشگاه‌های گردشگری کشورهای حوزه دریای خزر و فراتر از آن، زمینه‌ساز تعامل با سرمایه‌گذاران و بازارهای جدید است. در کنار این موارد، طراحی اپلیکیشن و وبسایت چندزبانه که امکان رزرو خدمات، دریافت راهنمای صوتی، نقشه و اطلاعات به‌روز را فراهم کند، می‌تواند تجربه گردشگران را بهبود بخشیده و رضایت آنان را افزایش دهد.

مصاحبه‌شونده: برندسازی در گردشگری دریای خزر نیازمند هم‌افزایی تمام کشورهای منطقه است. ما باید یک هویت مشترک و متمایز بسازیم که هم‌ریشه در فرهنگ بومی داشته باشد و هم برای بازارهای جهانی جذاب باشد. کمپین‌های دیجیتال اگر به درستی اجرا شوند، می‌توانند به صورت چشم‌گیری بر جذب گردشگر تأثیرگذار باشند. همچنین استفاده از شبکه‌های اجتماعی به صورت هدفمند، به‌ویژه در میان نسل جوان، یکی از مؤثرترین ابزارها است.

۲- راهبرد تسهیلگری دیپلماسی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای

دیپلماسی گردشگری و تسهیل سیاست‌های منطقه‌ای، یکی از پیچیده‌ترین و درعین حال حیاتی‌ترین بخش‌های توسعه گردشگری در حوضه دریای خزر است. این راهبرد به دنبال ایجاد فضای همکاری بین کشورها برای کاهش موانع قانونی، اداری و مرزی است. حذف یا تسهیل فرآیند صدور روادید گردشگری بین ایران، روسیه و دیگر کشورهای منطقه می‌تواند تأثیر چشمگیری در افزایش سفرهای فراملی داشته باشد. علاوه بر آن، ساماندهی صدور ویزا به صورت الکترونیکی و یکپارچه، حذف پیچیدگی‌های مرزی و تسهیل عبور و مرور گردشگران، از دیگر اولویت‌های این راهبرد است. همچنین، اتخاذ شیوه‌های مدیریت یکپارچه گردشگری در سطح حوضه خزر و هماهنگ‌سازی نهادهای مسئول گردشگری، موجب بهره‌برداری بهینه‌تر از منابع و امکانات موجود می‌شود. این هماهنگی‌ها، از دوباره‌کاری‌ها جلوگیری کرده و به ایجاد سیاست‌های مشترک پایدار برای حفاظت از محیط‌زیست و توسعه اقتصادی کمک خواهد کرد.

مصاحبه‌شونده: مهم‌ترین مشکل ما در حوزه گردشگری دریای خزر، مسائل مربوط به ویزا و مجوزهای سفر است. وقتی گردشگر بخواهد از ایران به روسیه یا بالعکس سفر کند، باید فرآیندهای پیچیده و زمان‌بر را طی کند که این امر باعث کاهش انگیزه گردشگران می‌شود. ایجاد ویزای مشترک یا کاهش محدودیت‌های مرزی می‌تواند به طور جدی رونق این صنعت را تسریع کند.

۳- راهبرد توسعه زیرساخت‌های گردشگری و خدمات

زیرساخت‌های مناسب و خدمات باکیفیت، زیربنای موفقیت در گردشگری هستند. نبود زیرساخت‌های استاندارد گردشگری دریایی مانند اسکله‌های مجهز، اقامتگاه‌های بین‌المللی با کیفیت و خدمات ساحلی کامل موجب شده است که منطقه نتواند پتانسیل‌های خود را به طور کامل به گردشگران ارائه دهد. توسعه این زیرساخت‌ها مستلزم سرمایه‌گذاری قابل توجه و برنامه‌ریزی دقیق است. همچنین، فناوری اطلاعات گردشگری از جمله سامانه‌های رزرو، راهنمای گردشگری دیجیتال و دسترسی آنلاین به خدمات باید تقویت شود تا تجربه گردشگران به صورت محسوس بهبود یابد. ارائه تسهیلات بانکی و مالی به فعالان بخش گردشگری، به‌ویژه بوم‌گردان و کسب‌وکارهای کوچک، نیز یکی از

راهکارهای مهم حمایت از توسعه پایدار است. این اقدام‌ها می‌توانند اشتغال‌زایی محلی را تقویت کرده و به حفظ و ترویج فرهنگ بومی کمک کنند.

مصاحبه‌شونده: در طول سفرهای متعدد به منطقه، متوجه شدم که یکی از بزرگ‌ترین موانع، نبود اسکله‌های مجهز و اقامتگاه‌های استاندارد است. گردشگران خارجی انتظار خدماتی با کیفیت بین‌المللی را دارند و اگر این امکانات را نیابند، به سرعت به مناطق دیگر سفر می‌کنند. بهبود زیرساخت‌ها باید جزو اولویت‌های اصلی باشد.

۴- راهبرد تقویت مشارکت محلی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی

مشارکت فعال و مستمر جوامع محلی در فرآیندهای توسعه گردشگری، یکی از مهم‌ترین عوامل پایداری و موفقیت بلندمدت در این حوزه است. این راهبرد تأکید دارد که آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی بومی، استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی و طبیعی محلی و به‌کارگیری آن‌ها در توسعه اقامتگاه‌ها و خدمات بوم‌گردی، باید در اولویت قرار گیرد. مشارکت محلی سبب حفظ اصالت فرهنگی و اجتماعی منطقه می‌شود و به جوامع محلی کمک می‌کند تا از منافع اقتصادی گردشگری بهره‌مند شوند. فعال‌سازی بخش خصوصی، تشکل‌های محلی و نهادهای مردمی، به‌ویژه در زمینه توسعه گردشگری فرهنگی، محلی و طبیعت‌محور، می‌تواند به شکل قابل‌توجهی روند توسعه را تسریع کند و مانع ایجاد مقاومت‌های اجتماعی و فرهنگی نسبت به تغییرات ناشی از گردشگری شود.

مصاحبه‌شونده: اگر مردم بومی درگیر فرآیند گردشگری نباشند، هیچ طرحی موفق نخواهد شد. آن‌ها باید آموزش ببینند و به‌عنوان نیروهای اصلی در اقامتگاه‌ها، راهنمایان گردشگری و ارائه‌دهندگان خدمات حضورداشته باشند. این مشارکت نه‌تنها به حفظ فرهنگ منطقه کمک می‌کند بلکه موجب ایجاد اشتغال و تقویت اقتصاد محلی نیز می‌شود.

۵- راهبرد محصول‌خیز و تنوع‌بخشی به انواع گردشگری

تنوع‌بخشی به محصولات و خدمات گردشگری، کلید جذب گردشگران با سلاقی و نیازهای مختلف است. حوضه دریای خزر دارای ظرفیت‌های متنوعی در حوزه گردشگری سلامت، ورزشی دریایی، فرهنگی-تاریخی و علمی است که می‌تواند به‌عنوان مزیت‌های رقابتی منطقه به شمار رود. توسعه گردشگری سلامت با محوریت سواحل شمال ایران، ایجاد امکانات و خدمات درمانی مرتبط با آب‌درمانی و تفریحات ساحلی، به جذب گردشگران سلامت کمک شایانی می‌کند. همچنین گردشگری ورزشی دریایی مانند قایق‌رانی، غواصی و ورزش‌های آبی، می‌تواند گردشگران جوان‌تر و فعال‌تر را جذب کند. توسعه گردشگری فرهنگی-تاریخی با تأکید بر بازدید از بندرها، موزه‌ها و جاذبه‌های تاریخی، به حفظ میراث فرهنگی کمک می‌کند و زمینه رشد گردشگری علمی و جشنواره‌ای نیز به ارتقای شناخت منطقه و ایجاد تنوع در بازار گردشگری کمک می‌نماید.

مصاحبه‌شونده: توسعه گردشگری سلامت یک فرصت طلایی برای منطقه است که هنوز به‌اندازه کافی بهره‌برداری نشده است. امکانات ساحلی شمال ایران می‌تواند به مراکز درمانی و تفریحی ویژه تبدیل شود و این بازار بزرگ را به سمت منطقه جذب کند.

۶- راهبرد مدیریتی، سازمانی و پایداری

توسعه پایدار گردشگری در حوضه خزر، مستلزم مدیریت هوشمند و سازمان‌یافته است. این راهبرد بر اهمیت ساماندهی پروژه‌های گردشگری با اولویت‌بندی مسائل محیط‌زیستی و اجتماعی تأکید دارد. تدوین و اجرای قوانین حفاظت ساحلی با رویکرد گردشگری پایدار، می‌تواند از تخریب محیط‌زیست و تخلقات ساخت‌وساز غیرمجاز جلوگیری کند و ضمن حفظ منابع طبیعی، گردشگری را به سمت توسعه بلندمدت و مسئولانه هدایت نماید.

اتخاذ شیوه‌های مدیریت یکپارچه، تقویت هماهنگی بین نهادهای مختلف و برنامه‌ریزی منسجم، از ضروریات تحقق این هدف است. این مدیریت باعث افزایش بهره‌وری منابع و کاهش تضادهای سازمانی خواهد شد.

مصاحبه‌شونده: برای ما بسیار مهم است که توسعه گردشگری باعث تخریب محیط‌زیست نشود. باید قبل از شروع هر پروژه‌ای، ارزیابی‌های زیست‌محیطی و اجتماعی انجام شود تا بتوانیم از منابع طبیعی محافظت کنیم و گردشگری را به‌صورت پایدار مدیریت کنیم.

۷- راهبرد توسعه گردشگری منطقه‌ای یکپارچه و فراملی

گردشگری منطقه‌ای یکپارچه، رویکردی نوین و کارآمد برای بهره‌برداری از ظرفیت‌های مشترک کشورهای حوزه دریای خزر است. تعیین محورهای گردشگری مشترک، توسعه تورهای گردشگری فراملی و برگزاری رویدادها و جشنواره‌های فرهنگی و تاریخی با مشارکت چند کشور، باعث ایجاد بازار گردشگری بزرگ‌تر، افزایش تبادل فرهنگی و اقتصادی و توسعه پایدار منطقه می‌شود. برندسازی منطقه‌ای که با تأکید

بر فرهنگ بومی خزری شکل می‌گیرد، هویت گردشگری حوضه خزر را تقویت می‌کند و امکان رقابت بهتر در بازار جهانی را فراهم می‌آورد. این همکاری‌ها همچنین به افزایش سطح تعاملات سیاسی و اقتصادی بین کشورهای منطقه کمک شایانی خواهد کرد. مصاحبه‌شونده: گردشگری منطقه‌ای به ما این امکان را می‌دهد که از ظرفیت‌های مشترک استفاده کنیم و با همکاری کشورهای همسایه، بازار بزرگ‌تری ایجاد کنیم. تورهای مشترک دریایی، جشنواره‌های فرهنگی و برنامه‌های تبادل گردشگر، همه به رشد گردشگری کمک می‌کنند.

جدول ۲- مفاهیم اولیه و مضامین اصلی مربوط به راهبردهای توسعه گردشگری حوضه دریای خزر

مضمون اصلی	مضامین اصلی (راهبرد)	مفاهیم اولیه (راهکار)
راهبردهای توسعه گردشگری حوضه دریای خزر	راهبرد بازاریابی، تبلیغات و رسانه	طراحی برند مشترک گردشگری
		راه‌اندازی کمپین بازاریابی دیجیتال خزری
		تولید محتوا و رسانه‌های چندرسانه درباره خزر
		حضور فعال در نمایشگاه‌های گردشگری میان کشورهای منطقه
		طراحی اپلیکیشن و وبسایت چندرسانه
	راهبرد تسهیلگری دیپلماسی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای	امکان حذف یا تسهیل در روادید بین کشورها
		ساماندهی فرآیند صدور ویزای گردشگری دریایی بین ایران و روسیه
		اتخاذ شیوه مدیریت یکپارچه گردشگری حوضه دریای خزر
		یکپارچه‌سازی نهادهای مسئول در حوزه گردشگری دریای خزر
	راهبرد توسعه زیرساخت‌های گردشگری و خدمات	ایجاد خدمات و زیرساخت‌های گردشگری مناسب
		توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات گردشگری
		بهبود کیفیت محصولات و خدمات گردشگری
		ارائه تسهیلات بانکی یا بهره پایین به بوم‌گردها
	راهبرد تقویت مشارکت محلی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی	استفاده از نیروی انسانی بومی برای ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی استاندارد
		فعال نمودن بخش خصوصی و تشکلات در گردشگری حوضه دریای خزر
	راهبرد محصول محور و تنوع بخشی به انواع گردشگری	توسعه گردشگری فرهنگی و محلی
		توسعه گردشگری سلامت با محوریت سواحل شمال ایران
		توسعه گردشگری ورزشی دریایی
		تقویت گردشگری فرهنگی-تاریخی (بازدید از بندرها، موزه‌ها...)
	راهبرد مدیریتی، سازمانی و پایدارسازی	توسعه گردشگری علمی و جشنواره‌ای
		ساماندهی پروژه‌های گردشگری با اولویت‌سنجی محیط‌زیستی و اجتماعی
		توسعه قوانین حفاظت ساحلی با رویکرد گردشگری پایدار
	راهبرد توسعه گردشگری منطقه‌ای یکپارچه و فراملی	اتخاذ شیوه مدیریت یکپارچه گردشگری دریای خزر
		تعیین محورهای گردشگری در حوزه دریای خزر
		ایجاد تورهای مشترک ایران-روسیه
		برندسازی منطقه‌ای با تأکید بر فرهنگ بومی حوضه خزر

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

نتایج کمی (اعتبارسنجی نتایج کیفی و ارزیابی راهبردها)

پس از ارائه نتایج بخش کیفی، در مرحله دوم به ارزیابی و اعتبارسنجی نتایج در نمونه بزرگ‌تر در قالب پرسش‌نامه اقدام شد. در این مرحله ۱۱۶ نفر از نخبگان و کارشناسان آشنا به حوزه گردشگری، پرسشگری شدند. برحسب مقادیر جدول (۳)، ۷۱/۶ درصد از نمونه آماری پژوهش را مردان و ۲۸/۴ درصد را زنان تشکیل داده‌اند؛ بنابراین می‌توان گفت مردان درصد بیشتری از نمونه آماری را به خود اختصاص داده‌اند. برحسب مقادیر جدول ۱۹ درصد نمونه در گروه سنی ۳۴ تا ۴۰ سال و ۹/۵ درصد در گروه سنی ۴۱ تا ۴۵ سال قرار داشته‌اند. همچنین ۲۸/۴ درصد بین ۴۶ تا ۵۰ سال و ۱۹/۸ درصد بین ۵۱ تا ۵۵ سال حضور داشته‌اند. ۱۵/۵ درصد بین ۵۶ تا ۶۰ سال و ۷/۸ درصد بین ۶۱ تا ۶۲ سال قرار داشته‌اند. بر اساس فراوانی تجمعی، بیش از ۵۶/۹ درصد افراد بین ۳۴ تا ۵۰ سال و مابقی نیز بین ۵۱ تا ۶۲ سال قرار داشته‌اند. حداقل سن ۳۴ و حداکثر ۶۲ سال محاسبه شده است. توزیع فراوانی از وضعیت مطلوبی برخوردار بوده و سعی شده که همه گروه‌های سنی دارای شرایط در مطالعه مشارکت داده شوند. همچنین بررسی متغیر تحصیلات در سطح کارشناسان نشان داد که ۱۹ درصد افراد لیسانس و ۱۹/۸ درصد فوق‌لیسانس

داشته‌اند. همچنین بیش از ۶۱/۲ درصد افراد دارای مدرک دکتری بوده‌اند؛ بنابراین ۳۸/۸ درصد افراد بر اساس فراوانی تجمعی لیسانس یا فوق لیسانس داشته‌اند و مابقی دکتری، لذا توزیع مطلوبی نیز از لحاظ متغیر تحصیلات وجود دارد.

جدول ۳- ویژگی‌های نمونه آماری (نخبگان و کارشناسان)

متغیر	گزینه	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
جنس	مرد	۸۳	۷۱/۶	۷۱/۶
	زن	۳۳	۲۸/۴	۱۰۰
سن (سال)	۳۴ تا ۴۰ سال	۲۲	۱۹	۱۹
	۴۱ تا ۴۵ سال	۱۱	۹/۵	۲۸/۴
	۴۶ تا ۵۰ سال	۳۳	۲۸/۴	۵۶/۹
	۵۱ تا ۵۵ سال	۲۳	۱۹/۸	۷۶/۷
	۵۶ تا ۶۰ سال	۱۸	۱۵/۵	۹۲/۲
	۶۱ تا ۶۲ سال	۹	۷/۸	۱۰۰
	لیسانس	۲۲	۱۹	۱۹
تحصیلات	فوق لیسانس	۲۳	۱۹/۸	۳۸/۸
	دکتری	۷۱	۶۱/۲	۱۰۰

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

یکی دیگر از متغیرهای مربوط به ویژگی‌های نمونه آماری، سابقه فعالیت در حوزه گردشگری بوده است. ۴۵/۳ درصد افراد بین ۵ تا ۱۰ سال سابقه فعالیت در حوزه گردشگری را داشته‌اند. همچنین ۴۰/۵ درصد بین ۱۱ تا ۱۵ سال، ۱۶/۴ درصد بین ۱۶ تا ۲۰ سال و ۷/۸ درصد بین ۲۱ تا ۲۲ سال سابقه فعالیت در این حوزه را داشته‌اند. بر اساس فراوانی تجمعی ۷۵/۹ درصد نمونه بین ۵ تا ۱۵ سال سابقه فعالیت داشته‌اند.

جدول ۴- توزیع نمونه آماری پژوهش برحسب سابقه فعالیت در حوزه گردشگری

سابقه فعالیت (سال)	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۵ تا ۱۰ سال	۴۱	۴۵/۳	۳۵/۳
۱۱ تا ۱۵ سال	۴۷	۴۰/۵	۷۵/۹
۱۶ تا ۲۰ سال	۱۹	۱۶/۴	۹۲/۲
۲۱ تا ۲۲ سال	۹	۷/۸	۱۰۰
کل	۱۱۶	۱۰۰	-

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

برآورد و اعتبارسنجی راهبردهای توسعه گردشگری حوضه دریای خزر

بر اساس داده‌های جدول (۵)، نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای ارزیابی و اعتبارسنجی راهبردهای توسعه گردشگری در حوضه دریای خزر با مقدار مبنا ۳ نشان می‌دهد که اکثریت قابل توجهی از این راهبردها دارای میانگینی معنادار و بالاتر از حد متوسط هستند. این موضوع بیانگر آن است که از منظر پاسخ‌دهندگان، اغلب راهبردهای مطرح‌شده (استخراج شده از بخش کیفی) برای توسعه گردشگری در این منطقه، معتبر، قابل اتکا و در راستای نیازهای واقعی صنعت گردشگری در حوضه دریای خزر تلقی می‌شوند.

در بین راهکارهای موردبررسی، راهکار توسعه گردشگری ورزشی دریایی با میانگین ۴/۷۹۳ و آماره t برابر با ۳۳/۱۴۸، بالاترین امتیاز را دریافت کرده و به‌عنوان اولویت‌دارترین راهکار معرفی شده است. پس از آن، ایجاد خدمات و زیرساخت‌های گردشگری مناسب (با میانگین ۴/۷۵۹، مقدار تی برابر با ۲۷/۳۲۹) و تولید محتوا و رسانه‌های چندزبانه درباره خزر (با میانگین ۴/۶۹۰ و مقدار تی ۲۷/۳۷۳) نیز از جمله راهکارهایی هستند که بیشترین تأیید و توافق را از سوی شرکت‌کنندگان داشته‌اند. این موارد به‌روشنی بیانگر نیاز مبرم به ارتقاء زیرساخت‌ها، بازنمایی مؤثر منطقه در فضای بین‌المللی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های دیجیتال و رسانه‌ای در جهت جذب گردشگران خارجی است.

راهکارهایی نظیر برندسازی منطقه‌ای با تأکید بر فرهنگ بومی خزری (۴/۵۴۳)، توسعه گردشگری فرهنگی و محلی (۴/۵۸۶) و فعال نمودن بخش خصوصی و تشکلهای (۴/۵۰۰) نیز از دیگر محورهای مهم و با اولویت بالا تلقی می‌شوند که توجه به فرهنگ بومی، مشارکت

جامعه محلی و بازی دادن به بخش خصوصی را به عنوان مولفه‌های کلیدی توسعه پایدار گردشگری منطقه‌ای برجسته می‌کنند. همچنین، رویکردهایی مانند ساماندهی پروژه‌های گردشگری با اولویت‌سنجی محیط‌زیستی و اجتماعی (۴/۵۹۵) و استفاده از نیروی انسانی بومی در اقامتگاه‌های بوم‌گردی (۴/۲۳۳) به اهمیت توسعه مسئولانه و مشارکت‌محور تأکید دارند.

در سوی دیگر جدول، معدودی از راهکارها از نظر آماری معنادار نبوده‌اند یا میزان تأیید کمتری داشته‌اند. برای نمونه، توسعه قوانین حفاظت ساحلی با رویکرد گردشگری پایدار با میانگین ۳/۲۱۶ و سطح معناداری ۰/۰۶۹ و تعیین محورهای گردشگری در حوزه دریای خزر با میانگین ۳/۲۵۰ و سطح معناداری ۰/۰۸۶، اگرچه میانگین بالاتر از ۳ دارند، اما به دلیل سطح معناداری بالاتر از ۰/۰۵ از نظر آماری تأیید نشده‌اند. این بدان معناست که این راهکارها در ذهن پاسخ‌دهندگان هنوز به‌روشنی به عنوان اولویت فوری یا دارای اثربخشی قوی شناخته نمی‌شوند، یا نیازمند تبیین بیشتر و افزایش آگاهی در مورد اهمیت آن‌ها هستند.

در جمع‌بندی می‌توان گفت که بیشتر راهکاری پیشنهادی با تأکید بر تقویت زیرساخت‌ها، بازاریابی هوشمند، همکاری‌های منطقه‌ای، ارتقاء خدمات، بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی و بومی و تقویت زیرساخت‌های قانونی و فناوری اطلاعات، مورد تأیید قوی شرکت‌کنندگان قرار گرفته‌اند. این نشان می‌دهد که مسیر توسعه گردشگری در حوضه دریای خزر می‌بایست بر مبنای یک رویکرد جامع، مشارکت‌محور و منطقه‌گرا استوار باشد. همچنین لازم است راهکارهایی که در این ارزیابی معنادار تلقی نشده‌اند، مورد بازنگری و تبیین بیشتر قرار گیرند تا پذیرش آن‌ها در سطح کارشناسی و اجرایی ارتقا یابد.

جدول ۵- مقادیر آزمون تی تک‌نمونه‌ای جهت اعتبارسنجی و ارزیابی راهکارهای گردشگری حوضه دریای خزر

آمار استنباطی	آمار توصیفی		مفاهیم اولیه (راهکارها)
	Test Value: 3	میانگین (۱ تا ۵)	
سطح معناداری	آماره t	انحراف معیار	
۰/۰۰۲	۳/۱۸۴	۱/۲۸۳	طراحی برند مشترک گردشگری
۰/۰۰۰	۷/۴۵۷	۱/۲۲۰	راه‌اندازی کمپین بازاریابی دیجیتال خزری
۰/۰۰۰	۲۷/۳۷۳	۰/۶۶۵	تولید محتوا و رسانه‌های چندزبانه درباره حوضه خزر
۰/۰۰۰	۱۷/۱۶۴	۰/۷۹۵	حضور فعال در نمایشگاه‌های گردشگری میان کشورهای منطقه
۰/۰۰۰	۶/۱۸۲	۱/۵۷۷	طراحی اپلیکیشن و وبسایت چندزبانه
۰/۰۰۰	۱۰/۱۴۱	۱/۲۱۸	امکان حذف یا تسهیل در روادید بین کشورها
۰/۰۰۰	۱۳/۱۷۱	۰/۹۹۴	ساماندهی فرآیند صدور ویزای گردشگری دریایی بین ایران و روسیه
۰/۰۰۰	۱۱/۵۹۸	۱/۰۲۵	اتخاذ شیوه مدیریت یکپارچه گردشگری دریای خزر
۰/۰۰۰	۱۳/۱۷۱	۰/۹۹۴	یکپارچه‌سازی نهادهای مسئول در حوزه گردشگری دریای خزر
۰/۰۰۰	۲۷/۳۲۹	۰/۶۹۳	ایجاد خدمات و زیرساخت‌های گردشگری مناسب
۰/۰۰۰	۴/۲۸۶	۱/۴۵۲	توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات گردشگری
۰/۰۰۰	۵/۰۳۳	۱/۵۶۸	بهبود کیفیت محصولات و خدمات گردشگری
۰/۰۰۰	۵/۸۴۹	۱/۵۸۷	ارائه تسهیلات بانکی با بهره پایین به بوم‌گردها
۰/۰۰۰	۱۲/۲۶۷	۱/۰۸۲	استفاده از نیروی انسانی بومی برای ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی استاندارد
۰/۰۰۰	۲۱/۴۸۹	۰/۷۵۲	فعال نمودن بخش خصوصی و تشکل‌ها در گردشگری دریای خزر
۰/۰۰۰	۲۲/۵۲۷	۰/۷۵۸	توسعه گردشگری فرهنگی و محلی
۰/۰۰۰	۱۱/۶۵۵	۱/۱۱۵	توسعه گردشگری سلامت با محوریت سواحل شمال ایران
۰/۰۰۰	۳۳/۱۴۸	۰/۵۸۳	توسعه گردشگری ورزشی دریایی
۰/۰۰۰	۴/۶۶۷	۱/۶۷۱	تقویت گردشگری فرهنگی-تاریخی (بازدید از بندرها، موزه‌ها...)
۰/۰۰۰	۶/۸۱۷	۱/۴۱۷	توسعه گردشگری علمی و جشنواره‌ای
۰/۰۰۰	۲۳/۰۳۳	۰/۷۴۶	ساماندهی پروژه‌های گردشگری با اولویت‌سنجی محیط‌زیستی و اجتماعی
۰/۰۶۹	۱/۸۳۷	۱/۲۶۴	توسعه قوانین حفاظت ساحلی با رویکرد گردشگری پایدار
۰/۰۰۴	۲/۹۷۹	۱/۲۱۵	اتخاذ شیوه مدیریت یکپارچه گردشگری دریای خزر
۰/۰۸۶	۱/۷۳۳	۱/۵۵۴	تعیین محورهای گردشگری در حوزه دریای خزر
۰/۰۲۴	۲/۲۸۳	۱/۶۲۶	ایجاد تورهای مشترک ایران-روسیه

آمار استنباطی		آمار توصیفی		مفاهیم اولیه (راهکارها)
Test Value: 3				
سطح معناداری	آماره t	انحراف معیار	میانگین (۱ تا ۵)	
۰/۰۰۰	۱۹/۸۲۹	۰/۸۳۸	۴/۵۴۳	برندسازی منطقه‌ای با تأکید بر فرهنگ بومی خزری

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

نتایج جدول (۶) که به بررسی و ارزیابی راهبردهای کلان گردشگری در حوضه دریای خزر از طریق آزمون تی تک‌نمونه‌ای می‌پردازد، بیانگر آن است که تمامی راهبردهای پیشنهادی دارای میانگینی به‌طور معنادار بالاتر از مقدار مبنای ۳ بوده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار هستند (سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۰). این یافته به‌وضوح نشان می‌دهد که از دیدگاه پاسخ‌دهندگان، راهبردهای پیشنهادی از اعتبار و اثربخشی قابل قبولی برخوردار بوده و می‌توانند پایه‌گذار سیاست‌ها و اقدامات عملی برای توسعه گردشگری دریایی در منطقه باشند.

در بین راهبردهای مورد ارزیابی، راهبرد تقویت مشارکت محلی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی با میانگین ۴/۴۴ و آماره t معادل ۲۳/۷۴۹، بالاترین امتیاز را به خود اختصاص داده است. این امر نشان می‌دهد که مشارکت فعال جوامع محلی، استفاده از نیروی انسانی بومی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی و طبیعی درون‌زا، به‌عنوان یکی از حیاتی‌ترین الزامات توسعه پایدار گردشگری در حوضه دریای خزر تلقی می‌شود. به‌ویژه در مناطقی با تنوع قومی، فرهنگی و طبیعی بالا، توانمندسازی ساکنان و ایجاد حس مالکیت و تعلق، نقش اساسی در پایداری پروژه‌ها دارد. در رتبه‌های بعدی، راهبرد تسهیلگری دیپلماسی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای با میانگین ۴/۱۷۰ و آماره تی معادل ۱۶/۰۰۴ و راهبرد محصول‌محور و تنوع‌بخشی به انواع گردشگری با میانگین ۴/۱۵۵ و آماره تی ۱۶/۰۶۷ قرار دارند که نشان می‌دهد شرکت‌کنندگان بر اهمیت تعاملات بین‌المللی، تسهیل صدور ویزا، همکاری فرامرزی و همچنین توسعه انواع گردشگری (مانند گردشگری ورزشی، سلامت، فرهنگی و بوم‌گردی) تأکید دارند. همچنین راهبرد بازاریابی، تبلیغات و رسانه با میانگین ۴/۰۱۷ نیز از راهبردهای مهم ارزیابی‌شده و بر ضرورت تقویت برندینگ خزری و ارتباطات مؤثر رسانه‌ای در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی تأکید دارد.

درعین‌حال، برخی راهبردها نظیر راهبرد مدیریتی، سازمانی و پایدارسازی (میانگین ۳/۷۱۶ و آماره تی ۱۱/۱۰۴) و راهبرد توسعه گردشگری منطقه‌ای یکپارچه و فراملی (میانگین ۳/۷۱۳ و آماره تی ۱۰/۳۴۵) با اینکه از لحاظ آماری معنادار و بالاتر از متوسط ارزیابی شده‌اند، اما در مقایسه با سایر راهبردها میانگین پایین‌تری دارند. این موضوع ممکن است ناشی از ضعف‌های نهادی موجود، چالش‌های ساختاری در حکمرانی گردشگری، یا ابهام در اجرای چنین برنامه‌های کلان فرامرزی باشد که موجب می‌شود هنوز اعتماد و پذیرش کامل نسبت به عملیاتی بودن آن‌ها در بین ذی‌نفعان شکل نگرفته باشد.

در مجموع، میانگین کل راهبردها برابر با ۴/۰۲۸ با انحراف معیار نسبتاً پایین ۰/۴۹۶ و آماره t معنادار ۲۲/۳۲۲ بوده که نشان‌دهنده تأیید قوی کلیت راهبردهای توسعه گردشگری حوضه دریای خزر از منظر جامعه آماری پژوهش است. این یافته‌ها می‌توانند مبنایی برای طراحی سیاست‌های اجرایی، تدوین برنامه‌های عملیاتی و تخصیص منابع باشند. با این حال، برای تحقق راهبردهای با میانگین پایین‌تر، نیاز به ظرفیت‌سازی نهادی، رفع موانع قانونی و ایجاد اجماع منطقه‌ای بیشتر احساس می‌شود.

جدول ۶- مقادیر آزمون تی تک‌نمونه‌ای جهت ارزیابی راهبردهای توسعه گردشگری حوضه دریای خزر

آمار استنباطی		آمار توصیفی		مضامین اصلی (راهبردها)
Test Value: 3				
سطح معناداری	آماره t	انحراف معیار	میانگین (۱ تا ۵)	
۰/۰۰۰	۱۳/۹۱۲	۰/۷۸۸	۴/۰۱۷	راهبرد بازاریابی، تبلیغات و رسانه
۰/۰۰۰	۱۶/۰۰۴	۰/۷۸۸	۴/۱۷۰	راهبرد تسهیلگری دیپلماسی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای
۰/۰۰۰	۱۰/۰۹۳	۱/۰۴۹	۳/۹۸۳	راهبرد توسعه زیرساخت‌های گردشگری و خدمات
۰/۰۰۰	۲۳/۷۴۹	۰/۶۵۳	۴/۴۴۰	راهبرد تقویت مشارکت محلی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی
۰/۰۰۰	۱۶/۰۶۷	۰/۷۷۴	۴/۱۵۵	راهبرد محصول‌محور و تنوع‌بخشی به انواع گردشگری
۰/۰۰۰	۱۱/۱۰۴	۰/۶۹۴	۳/۷۱۶	راهبرد مدیریتی، سازمانی و پایدارسازی
۰/۰۰۰	۱۰/۳۴۵	۰/۷۴۲	۳/۷۱۳	راهبرد توسعه گردشگری منطقه‌ای یکپارچه و فراملی
۰/۰۰۰	۲۲/۳۲۲	۰/۴۹۶	۴/۰۲۸	مجموع راهبردهای توسعه گردشگری حوضه دریای خزر

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری حوضه دریای خزر

جدول (۷) نتایج آزمون فریدمن را برای اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری در حوضه دریای خزر ارائه می‌دهد. این آزمون غیرپارامتریک به مقایسه رتبه‌های مختلف داده‌شده به هر راهبرد پرداخته و میزان اهمیت نسبی آن‌ها را مشخص می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که در زمینه راهبردهای توسعه گردشگری، تفاوت معناداری بین رتبه‌ها وجود دارد. سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ است که بیانگر اولویت‌بندی واقعی و معنادار راهبردها است.

نتیجه نشان داد که راهبرد تقویت مشارکت محلی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی با میانگین رتبه‌ای ۵/۱۳ به‌عنوان برجسته‌ترین راهبرد مورد تأیید است. این نتیجه اهمیت توجه به جوامع محلی، ظرفیت‌های بومی و ایجاد مشارکت فعال آنان را به‌عنوان عامل کلیدی توسعه پایدار گردشگری در منطقه برجسته می‌کند. همچنین، راهبرد تسهیلگری دیپلماسی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای با میانگین ۴/۴۱ و رتبه دوم، نقش مهم تعاملات فراملی و هماهنگی سیاست‌ها را در توسعه گردشگری نشان می‌دهد. راهبردهای محصول محور (۴/۳۶) و توسعه زیرساخت‌ها (۴/۳۳) نیز در رتبه‌های میانی قرار دارند و راهبردهای مدیریتی (۳/۲۷) و توسعه گردشگری منطقه‌ای یکپارچه و فراملی (۲/۷۴) در انتهای فهرست اولویت‌ها قرار گرفته‌اند که می‌تواند به دلیل چالش‌های اجرایی و پیچیدگی‌های مدیریت منطقه‌ای باشد.

در مجموع، این اولویت‌بندی‌ها به‌وضوح مسیر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری حوضه دریای خزر را نشان می‌دهد. تمرکز بر بازاریابی و سرمایه‌گذاری، تقویت همکاری‌های فرهنگی و منطقه‌ای، رفع موانع اقتصادی و نهادی و ارتقاء مشارکت جوامع محلی از کلیدهای اصلی موفقیت هستند. همچنین توجه به راهبردهای عملیاتی و توانمندسازی محلی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار و منسجم در این منطقه حساس و مهم باشد.

جدول ۷- برآورد آزمون فریدمن به‌منظور اولویت‌بندی ظرفیت‌های توسعه گردشگری حوضه دریای خزر

Sig	Chi square	اولویت	میانگین رتبه	راهبردها
۰/۰۰۰	۱۰۰/۰۹۸	۵	۳/۷۵	راهبرد بازاریابی، تبلیغات و رسانه
		۲	۴/۴۱	راهبرد تسهیلگری دیپلماسی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای
		۴	۴/۳۳	راهبرد توسعه زیرساخت‌های گردشگری و خدمات
		۱	۵/۱۳	راهبرد تقویت مشارکت محلی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی
		۳	۴/۳۶	راهبرد محصول محور و تنوع‌بخشی به انواع گردشگری
		۶	۳/۲۷	راهبرد مدیریتی، سازمانی و پایدارسازی
		۷	۲/۷۴	راهبرد توسعه گردشگری منطقه‌ای یکپارچه و فراملی

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

تحول در گردشگری مناطق از جمله حوضه‌های بین‌المللی و به‌ویژه در نواحی دارای مزیت‌های ژئوپلیتیکی همچون حوضه دریای خزر، مستلزم درک عمیق از پیچیدگی‌های چندلایه آن شامل مؤلفه‌های فرهنگی، اقتصادی، زیست‌محیطی و دیپلماتیک است. حوضه خزر به‌عنوان پهنه‌ای مشترک میان کشورهای مختلف، نه تنها دارای ظرفیت‌های طبیعی و تنوع زیستی است، بلکه با برخورداری از پیشینه تمدنی غنی، قابلیت تبدیل شدن به یکی از کانون‌های گردشگری منطقه‌ای و بین‌المللی را دارد. با این حال، ضعف در هم‌راستایی سیاست‌ها، نبود نهادهای یکپارچه و فقدان چارچوب‌های مشارکت‌محور، موجب شده این ظرفیت‌ها عمدتاً بالفعل نشوند.

این موضوع پیش‌تر نیز در مطالعات مختلف موردتوجه قرار گرفته است. برای نمونه، کوستیانیا و کوستیانوی (۲۰۲۱) به نقش تعیین‌کننده اقلیم در توسعه گردشگری دریایی اشاره کرده‌اند و فردوسی و همکاران (۱۳۹۶) نیز بر وجود بازه زمانی اقلیم مطلوب در سواحل خزر برای جذب گردشگر تأکید داشته‌اند؛ که این یافته‌ها ضرورت نگاه محصول محور در راهبردهای این تحقیق را تقویت می‌کند. زویک و همکاران (۲۰۲۲) نیز بر اهمیت همکاری‌های فراملی و نقش کلیدی دیپلماسی گردشگری در منطقه تأکید کرده‌اند؛ امری که در راهبرد «تسهیلگری دیپلماسی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای» و نیز راهبرد «توسعه گردشگری یکپارچه و فراملی» در این تحقیق به‌خوبی نمود یافته است. همچنین، عباسو و همکاران (۲۰۲۲) با اشاره به نبود استراتژی مشخص و ساخت‌وسازهای غیرمجاز در سواحل، به چالش‌هایی اشاره کرده‌اند که در این تحقیق ذیل راهبردهای «مدیریتی و پایدارسازی» و «توسعه زیرساخت‌ها» دسته‌بندی شده است.

نتایج این پژوهش نشان داد که توسعه گردشگری در این حوضه، نیازمند رویکردی تلفیقی و چندبعدی است که فراتر از اقدامات مقطعی و ملی عمل کند. یکی از مهم‌ترین تبیین‌های به‌دست‌آمده این است که موفقیت در حوزه گردشگری نه در گرو اجرای یک سیاست خاص، بلکه در گرو ترکیب و تعامل راهبردهایی هم‌افزا است که هر یک بخشی از زنجیره توسعه پایدار گردشگری را پوشش می‌دهند. برای مثال، بدون مشارکت فعال جوامع محلی، حتی بهترین زیرساخت‌ها نیز ممکن است با مقاومت اجتماعی یا فقدان حس تعلق مواجه شوند. یا بدون همکاری دیپلماتیک میان کشورها، طرح‌های بازاریابی و بسته‌های مشترک گردشگری به موفقیت نخواهند رسید.

در همین زمینه، نتایج ممداد (۲۰۲۴) و قادری و همکاران (۱۳۹۷) نیز نشان می‌دهد که مشارکت محلی، توانمندسازی جوامع و رعایت اصول پایداری می‌تواند نقش اساسی در موفقیت برنامه‌های گردشگری ایفا کند؛ یافته‌ای که در این تحقیق نیز راهبرد «تقویت مشارکت محلی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی» را به‌عنوان مهم‌ترین اولویت شناسایی کرده است.

تحلیل‌ها نشان می‌دهد که راهبردهای توسعه گردشگری در حوضه خزر ماهیت مکمل و هم‌پیوند دارند و باید در قالب یک معماری کل‌نگر پیاده‌سازی شوند. در این میان، راهبرد مشارکت محلی نه‌تنها به‌عنوان یک اولویت موردتوجه قرار گرفت، بلکه در واقع به‌مثابه ستون فقرات توسعه گردشگری در منطقه عمل می‌کند؛ چرا که هم‌زمان به ارتقای عدالت فضایی، پایداری فرهنگی و اقتصادی منجر می‌شود. از سوی دیگر، راهبردهای دیپلماسی منطقه‌ای و همکاری فراملی، افق تازه‌ای برای بازتعریف روابط کشورهای منطقه از طریق گردشگری باز می‌کند؛ به‌ویژه در شرایط ژئوپلیتیکی امروز، گردشگری می‌تواند نقش میانجی‌گرانه در ثبات و نزدیکی منافع مشترک ایفا کند.

در تبیین نظری یافته‌ها، می‌توان بر نظریه «توسعه پایدار» و «گردشگری مشارکتی» تکیه کرد. این دو چارچوب، به‌خوبی بیان می‌کنند که توسعه پایدار گردشگری زمانی تحقق می‌یابد که هم‌زمان با حفاظت از محیط‌زیست، عدالت اجتماعی و بهره‌وری اقتصادی نیز رعایت شود. همچنین، پیاده‌سازی راهبردهای فراملی، مستلزم وجود بسترهای نهادی مشترک، تعریف برند منطقه‌ای و سازوکارهای تصمیم‌گیری چندجانبه است؛ امری که در گام نخست نیاز به اراده سیاسی و در گام دوم نیازمند طراحی ابزارهای اجرایی شفاف و منعطف است.

در نهایت، این تحقیق با رویکردی نوآورانه، راهبردهایی ارائه کرده که می‌توانند چارچوب برنامه‌ریزی کلان گردشگری در حوضه دریای خزر را شکل دهند. انتظار می‌رود نتایج این پژوهش، در سطح سیاست‌گذاری کلان، مبنایی برای طراحی نقشه راه گردشگری خزری قرار گیرد و در سطوح عملیاتی، ابزار تصمیم‌سازی برای نهادهای اجرایی، بخش خصوصی و جوامع محلی باشد. تداوم چنین پژوهش‌هایی با تمرکز بر همکاری‌های بین‌کشوری، مدل‌های حکمرانی مشترک و بازطراحی نهادهای پشتیبان، ضرورتی انکارناپذیر در تحقق چشم‌انداز گردشگری منطقه‌ای در خزر است. این تحقیق با محدودیت‌هایی نظیر دسترسی محدود به نخبگان، نبود داده‌های کامل و به‌روز منطقه‌ای و تأثیر احتمالی تحولات سیاسی بر همکاری‌های منطقه‌ای مواجه بوده است. همچنین نبود و عدم دسترسی نهادهای منسجم فراملی باعث شد تحلیل‌ها بیشتر بر دیدگاه کارشناسان متکی باشد. پیشنهاد می‌شود در مطالعات آینده تمرکز بر داده‌های تجربی و سازوکارهای نهادی تقویت شود. همچنین پیشنهاد می‌شود که برای آینده تحقیقات در حوزه گردشگری دریایی و ورزشی مورد تأکید قرار گیرد. علاوه بر این تمرکز روی تحقیقات اقتصاد دریامحور با تأکید بر گردشگری نیز می‌تواند از موضوعات تأثیرگذار شناخته شود.

حامی مالی

این پروژه با حمایت مالی مرکز مطالعات و همکاری‌های علمی بین‌المللی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری انجام شده است.

References:

- Abbasov, R., Karimov, R., & Jafarova, N. (2022). The Caspian Sea and its values in Azerbaijan. In *Ecosystem Services in Azerbaijan: Value and Losses* (pp. 1-28). Cham: Springer International Publishing. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-031-08770-7_1
- Abdollahzadeh, M., Rahnama, M., Ajza Shokouhi, M. and Mousavi, M. (2020). Assessment of social sustainability Indicators in Cities of West Azerbaijan province. *Human Geography Research*, 52(4), 1257-1273. doi: 10.22059/jhgr.2019.276093.1007878 [In Persian]
- Alilou, M., & Ahmadi, B. (2012). Investigating the challenges of tourism on the coasts of the Caspian Sea from a geopolitical perspective. *Mazandaran Journal of Law Enforcement Science*. 3(9) 84-99. <https://civilica.com/doc/1709555/> [In Persian]
- Alipour, H., Olya, H. G., Hassanzadeh, B., & Rezapouraghdam, H. (2017). Second home tourism impact and governance: Evidence from the Caspian Sea region of Iran. *Ocean & Coastal Management*, 136, 165-176. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2016.12.006>

- Amiri, H., Beyranvandzadeh, B. & Hoseinian Rad, A. (2026). Analysis of factors affecting urban tourism development with a futures research approach Case study: Delfan. (e219396). *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 6(4), 1-20. https://www.srds.ir/article_219396.html?lang=fa [In Persian]
- Andrades, L., & Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism management*, 62, 360-376. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.008>
- Bulfone, F. (2023). Industrial policy and comparative political economy: A literature review and research agenda. *Competition & change*, 27(1), 22-43. <https://doi.org/10.1177/10245294221076225>
- Fattah Zadeh, Y., Salehi, E., & Khashtou, M.(2024). Identifying and analyzing key drivers affecting sustainable tourism development with a futures research approach (Case study: Guilan Province). *Haft Hesar J Environ Stud*, 13 (48) ,87-104. <http://hafthesar.iauh.ac.ir/article-1-2086-fa.html> [In Persian]
- Ferdowsi, S., Shahmohammadi, H. R., & Jalali, M. (2018). Study of Potentials of Tourism Climate in The Caspian Southern Coasts. *Scientific- Research Quarterly of Geographical Data (SEPEHR)*, 26(104), 103-115. <https://doi.org/10.22131/sepehr.2018.30521> [In Persian]
- Ghaderi, E., Bagheri, F., Farzin, M., & kazemian, G. (2019). Coastal tourism management: analysis the integrated approach. *Journal of Tourism and Development*, 7(4), 175-204. https://www.itsairanj.ir/article_85438.html?lang=en [In Persian]
- Ghafourian, S., & Sadeghzadeh, M. (2022). Coastal tourism planning using GIS-based system: the case of Shirud coast, Caspian Sea, Mazandaran, Iran. *GeoJournal*, 87(4), 3231-3248. <https://doi.org/10.1007/s10708-021-10424-3>
- Gholami, Y., Razmand, M., Shafiei, N., Shahrokhi Sardo, S., & Parviz Bashmani, E. (2025). Child-centered tourism development in Bandar Abbas: Family indicators and future role. *Geography and Regional Future Studies*, 2(4), 55-68. doi: 10.30466/grfs.2024.54932.1030 [In Persian]
- Gössling, S., & Hall, C. M. (2021). Pandemic, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19 impacts. *Sustainability*, 13(5), 1-19. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Imrani, Z. T., Mammadova, S. İ., Hadjiyeva, N. N., & Vysotskyi, O. Y. (2021). The main directions of sustainable socio-economic development of the Caspian littoral areas of the Republic of Azerbaijan and the existing environmental problems. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 30(4), 652-665. <http://dx.doi.org/10.15421/112160>
- Ionescu, A. M., & Sârbu, F. A. (2024). Exploring the impact of smart technologies on the tourism industry. *Sustainability*, 16(8), 1-18. <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/8/3318>
- Jamini, D. , Javan, F. , & Heydarian, B. (2024). Identification of Challenges and Solutions for The Development of Geotourism in Selected Rural Settlements in Kurdistan, Kermanshah and Hamedan Provinces. *Journal of Tourism Planning and Development*, 13(51), 215-237. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2024.28159.3943> [In Persian]
- Kostianaia, E. A., & Kostianoy, A. G. (2021). Regional climate change impact on coastal tourism: A case study for the black sea coast of Russia. *Hydrology*, 8(3), 133. <https://doi.org/10.3390/hydrology8030133>
- Litvinova, T. (2020). North Caucasus image inside Russia in the context of tourism cluster development. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 28(1), 275-288. <http://dx.doi.org/10.30892/gtg.28122-469>
- Mammadova, U. (2024). Caspian-sea ecotourism potential: Sustainable development and conservation perspectives. In *BIO Web of Conferences* (Vol. 136, p. 04006). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/bioconf/202413604006>
- Mousavi, M. N. , Ghaderi, R. , Taghilo, A. A. and Kahaki, F. (2018). Scenario Development in Realizability Territorial Spatial Arrangement (Case Study: Khorasan-e-Razavi). *Town and Country Planning*, 10(1), 65-91. doi: 10.22059/jtcp.2018.247488.669826 [In Persian]
- Nurmatov, R., Nanovsky, S., Fernandez Lopez, X. L., Coto Millan, P. P., & Paz Saavedra, D. (2025). Assessing the tourism efficiency in the Caspian Sea region. *International Journal of Water Resources Development*, 41(1), 204-221.. <https://doi.org/10.1080/07900627.2024.2435990>
- Rahman, Z., & Salahudin, S. (2021). Regional Tourism Development Planning: A Structured Literature Review. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political UMA)*, 9(2), 150-164. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v9i2.5208>
- Rasekhi, S.,& Mohammadi, S. (2017). Factors Affecting Tourism Demand in the Caspian Sea Littoral States. *Tourism Management Studies*, 12(38), 63-81. <https://doi.org/10.22054/tms.2017.6434.1148> [In Persian]
- Sadeghi, H. & Javan, F. (2025). Vulnerability of Iranian tourism villages in terms of Landslide hazard using GIS. *Geography*, 23(84), 153-170. <https://doi.org/10.22034/jiga.2025.2055364.1385> [In Persian]
- Sadeghi, H. (2024). Comparative Evaluation of Fuzzy Overlay Models for Identifying Potential Sites for Tourist Accommodation in Dezpart Region Using Gamma and Sum Models. *Spatial Planning*, 13(4), 1-22. <https://doi.org/10.22108/sppl.2023.138669.1759> [In Persian]
- Sadeghi, HO & Seidaiy, S. (2025). Tourism and rural development. Rural areas—Development and Transformations. Intechopen press. Pp. 137-161. <https://www.intechopen.com/chapters/86865>
- Sengoz, A., Dogru, T., Mody, M., & Isik, C. (2025). Guiding the path to sustainable tourism development: Investigating the role of tour guides within a social exchange theory paradigm. *Tourism Management*, 110, 26-43. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105162>
- Shamsoddini, A., Sadeghi, H. O., Koravand, H., & Sharifi, M. (2023). Investigating tourism development services and providing optimal strategies in rural areas (Case study: Dezpart County- Shayvand village). *Geography and Regional Future Studies*, 1(1), 18-32. <https://doi.org/10.30466/grfs.2023.121356> [In Persian]

- Sheresheva, M. Y. (2018). The Russian tourism and hospitality market: new challenges and destinations. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(4), 400-411. <https://doi.org/10.1108/WHATT-04-2018-0027>
- Sisto, R., Cappelletti, G. M., Bianchi, P., & Sica, E. (2022). Sustainable and accessible tourism in natural areas: A participatory approach. *Current Issues in Tourism*, 25(8), 1307-1324. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1920002>
- Souca, M. L. (2020). Revitalizing rural tourism through creative tourism: The role and importance of the local community. *Marketing—from Information to Decision Journal*, 2(2), 43-50. <http://dx.doi.org/10.2478/midj-2019-0009>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2021). Tourism and the Sustainable Development Goals – A Global Review. UNWTO Publications. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284419340>
- Yousef Jamali S., Motavi S., Malekshahi G., & rajabi A. (2021). An Analysis of the Role of Coastal Tourism in Sustainable Urban Development (Case Study: Coastal Cities of Babolsar, Noor and Royan). *The Journal of Spatial Planning and Geomatics*, 25 (4) ,45-70. https://hsmsp.modares.ac.ir/article_14702.html [In Persian]
- Zeveke, O., Bogomolova, E., & Kolotova, E. (2022). Applied aspects of tourism business development in the Caspian Sea region: 033. In Dela Press Conference Series: Economics, Business and Management (No. 002, pp. 7-7). <https://dpcsebm.delapress.com/index.php/dpcsebm/article/view/131>
- Ziai, M., & Mirzaee, R. (2009). Challenges of Management and Development of Tourism in Protected Areas of Southern Coast of Caspian Sea (A Case of Miankalelt Wildlife Refuge). *Tourism Management Studies*, 3(10), 1-34. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23223294.1384.3.10.1.9> [In Persian]



COPYRIGHTS



© Authors retain the copyright and full publishing rights. This is an open access article under the CC BY-NC license:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Publisher: Urmia University.