

بررسی و استفاده از توان‌های بالقوه جهت توسعه و جذب گردشگری پایدار شهری (مطالعه موردی شهر بمپور-استان سیستان و بلوچستان)

زهرا نارویی^{۱*}، راضیه شارع ملاشاهی خمکی^۲

۱- دانشجوی مهندسی شهرسازی، دانشگاه زابل ایران

۲- عضو هیئت علمی گروه شهرسازی و مرکز تحقیقات باستان شناسی دانشگاه زابل ایران

Z_NAROOI@YAHOO.COM

چکیده

امروزه صنعت گردشگری در دنیا، به یکی از منابع مهم درآمد و درعین حال از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهاست و به‌عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان، حائز جایگاه ویژه‌ای است، از این رو بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش‌ازپیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی‌اند. شهر بمپور واقع در استان سیستان و بلوچستان یکی از مناطق مستعد برای توسعه صنعت گردشگری است. با توجه به‌قرار گرفتن سیستان و بلوچستان در کریدور تردد گردشگران خارجی به شبه قاره هند، باید توسعه، تجهیز و معرفی جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و باستانی منطقه را در اولویت قرار داد، تا از این پس شاهد حضور و ماندگاری بیشتر گردشگران خارجی در مناطق گردشگری بکر استان باشیم. پژوهش حاضر سعی در بررسی پتانسیل‌های بالقوه شهر بمپور با استفاده از تکنیک SWOT و ارائه راهکارهایی جهت توسعه گردشگری پایدار دارد. بر این اساس روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و کتابخانه‌ای و میدانی است. و در نهایت طرح دهکده تفریحی-توریستی برای بهره‌برداری از جاذبه‌های گردشگری آن ارائه گشته است.

واژه‌های کلیدی: گردشگری پایدار، بمپور، دهکده تفریحی-توریستی، تکنیک SWOT

مقدمه

طرح مسئله

امروزه صنعت گردشگری فراتر از یک صنعت به مثابه یک پدیده ی جهانی و اجتماعی دارای پیچیدگی های خاص خویش است. پدیده هایی که با مکانیسمی در هم تنیده و پنهان در زمان ها و مکان های مختلف اشکال گوناگونی به خود می گیرد و به همین خاطر تاثیرات کاملا متفاوتی را بر جوامع انسانی بر جای می نهد. گردشگری یکی از رشد یافته ترین صنایع نیمه دوم قرن بیستم بود و اغلب به عنوان یک کلید برای رشد اقتصادی هم در کشورهای توسعه یافته و هم در حال توسعه استفاده شده است. (آزموده و قنبری، ۱۳۹۳: ۲). امروزه با شروع قرن بیست و یکم صنعت گردشگری به یکی از پردرآمدترین صنایع دنیا تبدیل شده، رقابت فشرده ای در میان بسیاری از کشورهای جهان برای جذب جهانگردان به چشم می خورد و صنعت توریسم به عنوان صنعتی پویا و با ویژگی های منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است. به طوری که بر اساس پیش بینی انجام شده ای توسط سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۰ حدود یک میلیارد و پانصد و شصت میلیون نفر به گردشگری خواهند پرداخت و درآمدهای ناشی از گردشگری بین المللی در این سال به یک و نیم تریلیون دلار خواهد رسید. (ابراهیم زاده و آقاسی زاده، ۱۳۸۸: ۱۰۸)

اصولا دستیابی به توسعه گردشگری در هر کشوری نیازمند الگوسازی های مناسب مطابق با شرایط بومی هر منطقه است و بدون توجه به این مقوله نمی توان انتظار توسعه خودجوش گردشگری در هر محیطی را داشت. برای تحقق این مهم بسیاری از کشورهای موفق جهان در عرصه فعالیت گردشگری از دیرباز تمایل شدیدی به گزینش راهبردهای متمرکز جهت پیشبرد گونه های متفاوت گردشگری در محیط های طبیعی داشته اند. این اقدام به عنوان فرایندی که توسعه متوازن و خردمندانه را به عنوان اصل اساسی می شناسد، مورد توجه طیف وسیعی از سیاست گذاران و برنامه ریزان نظام های گردشگری در همه کشورهای دنیا قرار گرفته است. نظام های اجرایی متداخل با فرایند گردشگری دریافته اند که در این فرایند آثار مثبت اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، زیست محیطی، تکنولوژیک و... فراوانی مستتر است و در فرایند جذب گردشگران نیز توانمندسازی و پتانسیل یابی محیط گردشگری امری ضروری است. (دادور خانی و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۲)

بمپور از لحاظ تاریخی یکی از قدیمی ترین شهرهای ایران به شمار می رود. این در حالی است که با توجه به برخورداری از چشم اندازهای طبیعی و آثار تاریخی و میراث فرهنگی غنی از قابلیت ویژه ای برای توسعه صنعت گردشگری برخوردار است اما به لحاظ شکوفایی این کارکردها، نتوانسته جایگاه در خور توجهی کسب کند.

اهمیت و ضرورت تحقیق

در عصر حاضر، گردشگری به عنوان یکی از عوامل موثر در گسترش روابط بین ملت ها به شمار می رود. از نظر اقتصادی نیز اهمیت این صنعت بر کسی پوشیده نیست. گسترش این صنعت در هر نقطه از جهان نیازمند شرایط و امکانات ویژه ای از قبیل: آب و هوا، آثار تاریخی و فرهنگی، جاذبه های طبیعی، آداب و سنن، زیرساخت ها، امکانات و تجهیزات است. (سبحانی، ۱۳۸۹: ۱۱۷) اهمیت و عظمت گردشگری به ایجاد فرصت های شغلی و درآمد محدود نمی گردد. در صورت برنامه ریزی و توسعه ی از پیش اندیشیده شده، گردشگری قادر است منافع مستقیم و غیر مستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و سیاسی را ایجاد و سهم قابل توجهی را در توسعه ملی ایفا نماید. به عبارتی به بهبود شاخص های عدالت اجتماعی، ارتقا سطح زندگی، رفاه عمومی و تعادل و توازن منطقه ای منجر گردد. در مواردی کارشناسان اقتصاد منطقه ای، گردشگری را به عنوان تنها عامل استقرار منابع و توسعه مناطق کمتر توسعه یافته پنداشته اند. (معصومی، ۱۳۸۸: ۱۰) در این پژوهش سعی شده است که عوامل موثر بر توسعه صنعت گردشگری در شهر بمپور شناسایی شود. تا با برنامه ریزی و توسعه از پیش اندیشیده شده به توسعه گردشگری پایدار شهری در این منطقه کمک کنیم.

اهداف تحقیق

اهدافی که این تحقیق دنبال می کند عبارتند از:

هدف کلان: بررسی و استفاده از توان های بالقوه بمپور جهت توسعه گردشگری پایدار.

اهداف خرد:

- شناخت عوامل و زمینه های قدرت، ضعف، فرصت و تهدید موثر بر توسعه پایدار گردشگری بمپور.
- برنامه ریزی دقیق در توسعه گردشگری و استفاده مناسب از آن ها، برای حل مشکلات اقتصادی و اجتماعی در منطقه.
- ایجاد تسهیلات و امکانات به گونه ای که دیدارکنندگان بتوانند تجربه های ارزشمندی کسب کنند.

سوالات تحقیق

- ۱- آیا می توان بین شهر بمپور و صنعت جهانگردی رابطه ای برقرار کرد؟
- ۲- شرایط و زیرساخت های لازم جهت دستیابی به توسعه پایدار در شهر بمپور برای تقویت بخش گردشگری کدامند؟

پیشینه تحقیق

در رابطه پیشینه تحقیق، در زمینه توسعه گردشگری مطالعات چندی در سطح جهانی و کشور ایران صورت گرفته است که تعداد آن‌ها در سطح کشورمان بسیار ناکافی می‌باشد، آزموده و فنی در تحقیقی با عنوان "تحلیل و ارزیابی استراتژی‌های موثر بر برنامه ریزی توسعه پایدار گردشگری تاریخی شهر یزد با استفاده از مدل "SWOT در سال ۱۳۹۳ بیان می‌دارند که: گردشگری مبحثی بسیار گسترده است و یکی از انواع آن مربوط به عناصر تاریخی می‌باشد. آثار تاریخی و باستانی از دو جهت بسیار با ارزش و با اهمیت هستند؛ یک وجه آن بدون شک این است که این آثار، میراث و اسنادی هستند که از گذشتگان به جا مانده اند. از سوی دیگر بسیاری از گردشگران جدای از پژوهشگران، کاوشگران و... به آثار تاریخی علاقه مندند و باید در هر دو صورت باید به هر تدبیری در حفظ آن کوشا بود. روستازاده شیخ یوسفی و جهانگیری در تحقیقی با عنوان "ارائه راهکارهای گردشگری پایدار شهری با استفاده از مدل SWOT مطالعه موردی شهر اصفهان" در سال ۱۳۹۲ اظهار دارد که: بیشتر شهرهای ایران از قابلیت فراوانی در بخش گردشگری برخوردار بوده و چنانچه این قابلیت در مسیر صحیح مورد استفاده واقع شود مجموعه ای منحصر به فرد در زمینه گردشگری فراهم خواهد شد. گردشگری یکی از صنایعی است که به سرعت در حال رشد است. با رشد و رونق گردشگری نیازها و تقاضاهای جدید پیش می‌آید و میزان تقاضا نسبت به کالاها، خدمات و امکانات موجود افزایش می‌یابد. این امر، زمینه ایجاد کسب و کارهای جدید را فراهم می‌کند.

روش تحقیق

این مقاله بر پایه دو روش توصیفی و تحلیلی تهیه شده است. برای جمع آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از بررسی‌های کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه استراتژی و راهبرد توسعه گردشگری از روش تحلیلی SWOT استفاده شده است.

مبانی نظری

صنعت گردشگری

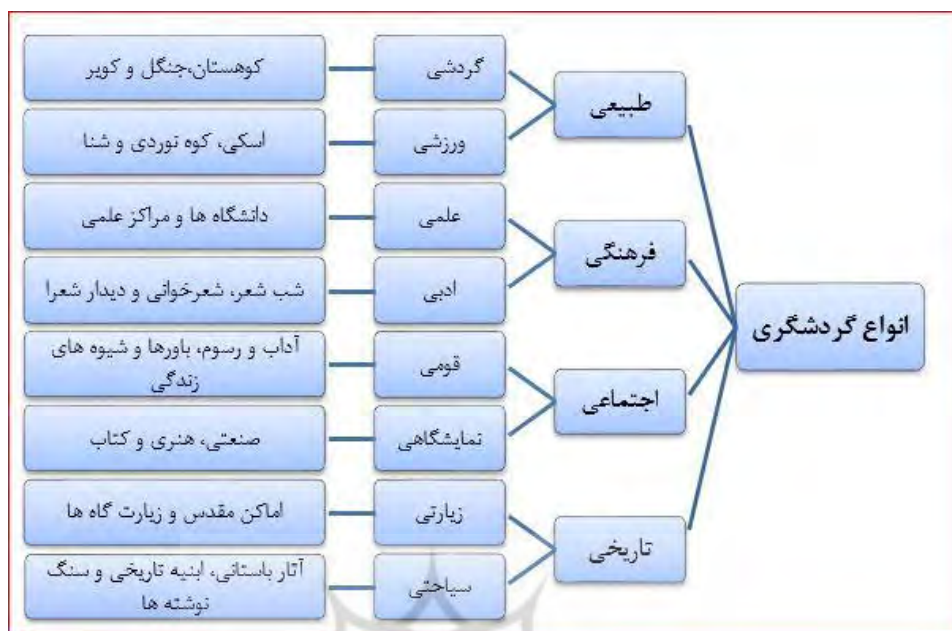
واژه "توریسم" از دو بخش ترکیب یافته است: "تور" به معنای سفر، گشت، مسافرت، سیاحت و "ایسم"، پسوندی که اشاره به مکتب یا اندیشه‌ای فلسفی، مذهبی، سیاسی، ادبی و... بنابراین، توریسم یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و گردشگری است. ریشه یونانی این واژه "تورینست" است که از یونان به اسپانیا، سپس به فرانسه و از آنجا به انگلیس وارد شده است. در قرن ۱۴ میلادی، کلمه tour به معنای "توبت" یا "دوره خدمت"، در قرن ۱۵ به معنای حرکت دورانی و در قرن ۱۷ به معنای "مسافرت کردن به اطراف" به کار رفت و در قرن ۱۸ و ۱۹ کلمات "توریسم" و "توریست" از آن گرفته شد. توریسم نه تنها در زبان‌های فرانسوی و انگلیسی، بلکه در اکثر زبان‌های زنده دنیا با اندکی اختلاف در تلفظ، مفهومی مشترک دارد. در زبان فرانسه، تور علاوه بر "توبت"، به مفهوم "حرکت"، "مسافرت" و "گردش" است، خواه این گردش به دور دنیا و یا حرکت به دور محوری باشد. (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۴)

به طور کلی برای گردشگری دو مفهوم کلی در نظر گرفته شده است: تعریف عام و تعریف خاص

الف) تعریف عام: این است که فرد گردشگر به کشور یا منطقه‌ای یا نقطه‌ای غیر از محل زندگی خود، برای مدتی بیش از یک شبانه روز و کم‌تر از یک سال سفر کند و علاوه بر انگیزه تفریح، انگیزه و هدف دیگری را مانند دیدار دوستان و اقوام، تجارت، سیاحت، معالجه، زیارت واجب، تحقیق و پژوهش علمی نیز داشته باشد.

ب) تعریف خاص: عبارت است از این که گردشگر صرفاً به قصد تفریح سفر کند و هدف دیگری غیر از آن نداشته باشد. بنابراین کسانی که به قصد دیدار، تجاری-سیاسی و علمی سفر می‌کنند گردشگر محسوب نمی‌شوند و نمی‌توان آنها را مسافر

نامید. به تعبیر دیگر گذراندن اختیاری مدتی از اوقات در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به منظور بهره‌گیری از لذت‌های گردشگری. (کوشش تبار، ۱۳۸۷: ۱۲)



شکل (۱): انواع گردشگری (کوشش تبار، ۱۳۸۷: ۲۲)

گردشگر

واژه گردشگر نیز مانند گردشگری تعاریف متعددی دارد. در واقع، هر تعریفی از گردشگری را که بپذیریم، واژه گردشگر را هم باید بر همان اساس تعریف کنیم. در فرهنگ وبستر، گردشگر به کسی اطلاق می‌شود که برای سرگرمی و تفریح، یا به قصد امور فرهنگی سفر می‌کند. در فرهنگ‌های لغت فارسی، این عبارات در وصف گردشگر آمده است: جهان‌گردنده، آنکه در اقطار عالم بسیار سفر کند، سیاح، کسی که در شهرها و کشورهای دیگر سیاحت کند و جهان‌نورد. چادویک نیز می‌گوید گردشگر کسی است که برای یک دوره ۲۴ ساعته یا بیشتر به کشوری غیر از محل اقامت خود مسافرت می‌کند. سازمان جهانی گردشگری در تعریفی کامل‌تر گردشگر را چنین توصیف کرده است: "کسی که برای مدت زمانی، دست‌کم یک شب و کم‌تر از یک سال، به کشوری غیر از وطن یا محل سکونت معمولی خود مسافرت می‌کند و هدف او کار کردن و کسب درآمد نیست." (کاظمی، ۱۳۸۵: ۲۰)

گردشگری شهری

تعاریف زیادی از گردشگری شهری گردیده است؛ اما کامل‌ترین تعریف به وسیله‌ی موسسه ملی پژوهش و ایمنی حمل و نقل فرانسه انجام گرفته است، که عبارت است از: مسافرت با انگیزه‌های ملاک تشخیص شهر بر اساس جمعیت بالای ۲۰۰۰۰ نفر برطرف می‌کند. اما چه شاخص‌هایی باعث می‌شود که شهر واجد خصوصیات لازم برای پذیرش گردشگر شود، باید گفت؛ گردشگری شهری بخشی از گذران فراغت شهروندان است که موجب ارضای نیازهای فراغتی مستمر آنان در فضاهای باز درون شهر و محیط پیرامون شهر می‌شود. این نوع گردشگری بسیار پیچیده بوده و به میزان فعالیت‌ها و منابع و توریست واقع در شهر و تعداد بازدیدکنندگان از این منابع و فعالیت‌ها اشاره دارد، علاقه‌شدید به گردشگری شهری از دهه ۱۹۸۰ سبب پیشی گرفتن این نوع گردشگری شده است. که بدون شک مجموع عوامل به هم پیوسته در آن موثر بوده است مانند:

۱. نیاز به دمیدن زندگی و فعالیت و توانبخشی به مراکز تاریخی شهرها

۲. تقسیم کار بسیار متنوع و نامحدود
۳. علاقه به میراث فرهنگی و تاریخی
۴. توسعه شهری و گسترش شبکه های شهری
۵. به دست آوردن فرصت های جدید
۶. تغییر در نظام رفتاری و فرهنگی

طبق داده های (European Travel Monitor)ETM در ۱۰ سال اخیر ۳۵ درصد از مسافرت های بین المللی اروپا را گردشگری شهری با میانگین رشد سالانه ۴ درصد به خود اختصاص داده است. عوامل و فاکتورهای زیادی برای گردشگری ارائه کرده اند که تعدادی از این فاکتورها عبارتند از:

۱. شرایط آب و هوایی زمان بازدید
 ۲. تمیزی و نگهداری شهر
 ۳. سلامتی فردی گردشگر از جرم و جنایت
 ۴. دسترسی به نقاط پرجاذبه شهر
 ۵. گسترش فرهنگ خوش آمد گویی صمیمی در بین مردم به گردشگران
 ۶. قادر بودن شاغلین بخش گردشگری به مکالمه زبان های خارجی
 ۷. تزئینات و نقاشی محیط شهری به عنوان جایی برای پیاده روی
 ۸. میزان رستوران ها و تاسیسات پذیرایی در شهر
- در مجموع باید اشاره کرد گردشگری شهری امروزه توجه زیادی را می طلبد و با شناخت استعداد های هر منطقه گردشگر را جذب شهرها کرد. (روستا زاده شیخ یوسفی و جهانگیری، ۱۳۹۲: ۴)

گردشگری پایدار

مفهوم گردشگری پایدار ریشه در مقوله توسعه پایدار دارد. شاید ساده ترین تعریف از توسعه پایدار مربوط به گزارش براتلند باشد تحت عنوان "آینده مشترک ما" که عبارت است از بهره برداری نسل حاضر از منابع موجود بدون آسیب رساندن به نیازها و منابع نسل آینده. بر این اساس، گردشگری پایدار نیز به مفهوم پایداری در حوزه ی این مقوله می پردازد. باتلر (۱۹۹۳) معتقد است که گردشگری پایدار عمدتاً به پایداری خود مفهوم گردشگری با تاکید بر جوامع بومی و میزبان می پردازد. به نظر وی، گردشگری پایدار بیش از هر چیز در گرو اهمیت دادن گردشگران و ساکنان محلی به محیط های طبیعی و جاذبه های طبیعی گردشگری است. (حیدری چیا، ۱۳۸۷: ۹۷)

گردشگری پایدار بر ایجاد توازن در توسعه گردشگری از طریق رویکردها و سیاست های نوین بخش خصوصی و دولتی در آینده تاکید دارد. کاربرد اصول پایداری در توسعه گردشگری نوین به این معناست که هتل های ساحلی نباید باعث آلودگی سواحل و از بین بردن چشم اندازهای زیبای طبیعی شوند و دامنه کوه ها نباید با ریختن زباله آلوده شود، همچنین منابع کمیاب طبیعی و حیات وحش نباید در معرض آسیب گردشگران قرار گیرد. دولت موظف است با وضع قوانین و مقررات به طور جدی از منابع طبیعی و فرهنگی مقاصد گردشگری محافظت کند و گردشگران هم باید در چارچوب مقررات و با رعایت ضوابط از جاذبه های گردشگری بازدید و استفاده کنند؛ تنها در چنین چارچوبی است که می توان استمرار کیفیت محصول گردشگری را تضمین کرد. (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۲۸)

تکنیک SWOT

تکنیک یا ماتریس SWOT که گاهی TOWS نیز نامیده می شود، ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت های موجود در محیط خارجی یک سیستم و بازشناسی ضعف ها و قوت های داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبرد برای هدایت

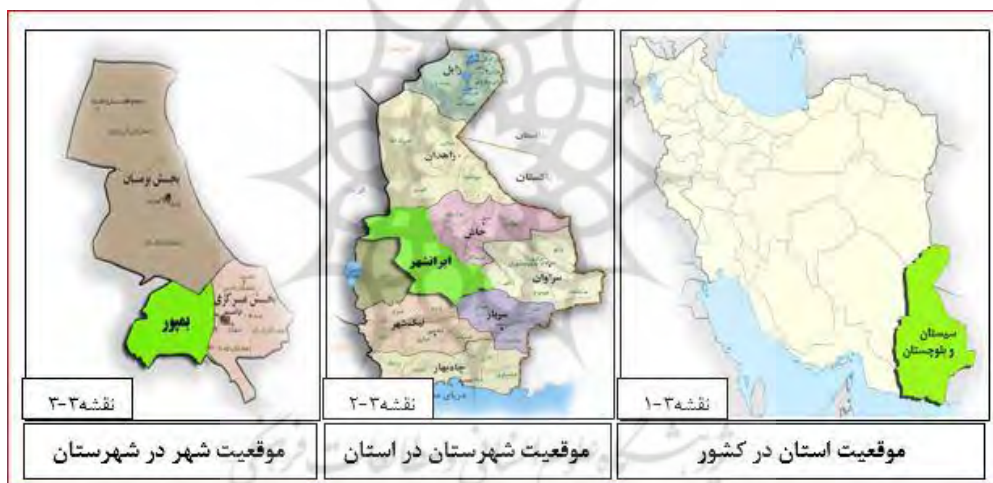
و کنترل آن سیستم است. این روش (SWOT) نتیجه مستقیم مدل دانشکده تجاری هاروارد است. در واقع، این روش بهترین استراتژی برای سازمان‌ها و ابزاری ارزشمند برای تحلیل‌های استراتژیک است. (مرادی مسیحی، ۱۳۸۱: ۴۰)

منطق و توان بالای برنامه ریزی مدل SWOT می‌تواند با بررسی عوامل داخلی و خارجی خود گردشگری نمایی از واقعیت را به برنامه ریزان و متخصصان در امر گردشگری معرفی نماید و در نهایت با تدوین و ارزیابی منابع موجود و محاسبه گردشگری منطقه قادر به شناسایی مناطق قوی گردشگری در منطقه مزبور نمود. (حکمت نیا و موسوی، ۱۳۸۵: ۲۹۴)

قلمرو تحقیق

معرفی و موقعیت محدوده مورد مطالعه

بمپور یکی از شهرهای استان سیستان و بلوچستان ایران، در منطقه مکران است. می‌توان گفت که بمپور از لحاظ تاریخی یکی از قدیمی‌ترین شهرهای ایران به شمار می‌رود که براساس کاوش‌هایی که در اطراف شهر بمپور صورت گرفته است تاریخ پیدایش آن به زمان ساسانیان و اشکانیان بر می‌گردد البته همچنان این تحقیقات ادامه دارد در خرداد ماه ۱۳۸۷ سازمان میراث فرهنگی ایران اعلام کرد محوطه باستانی را در اطراف بمپور با وسعت ۱۵۰ هکتار کشف کرده است که کاوشها در آن هم‌دوره بودن آن با تمدنهای شهر سوخته و جیرفت نشان می‌دهد در دوره معاصر هم تا پیش از سال ۱۳۷۰ بمپور بزرگترین بخش کشور بود که از آن بخشهای بزمان، فنوج، دلگان، ولاشارمنشعب شدند، شهر داری بمپور هم همزمان با شهرهای سمنان، یزد، و کهگیلویه تاسیس شده است.



منبع: نگارندگان

بررسی و امکان‌سنجی گردشگری در شهر بمپور با استفاده از جدول swot

برای ارائه راهکارهایی جهت توسعه گردشگری پایدار در شهر بمپور ابتدا به شناخت نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید می‌پردازیم و براین اساس با تداخل هر یک از عوامل بر یکدیگر، به تدوین راهبردهای رقابتی/تهاجمی (SO) که تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی دارد، تنوع (ST) که در تنوع بخشی بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز است، راهبردهای بازنگری (WO) که ضمن تاکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف فرا روی این منطقه توریستی دارد، راهبردهای تدافعی (WT) که این راهبردها بر رفع آسیب پذیری بمپور تاکید دارد؛ می‌پردازیم.

جدول (۱): ماتریس عوامل داخلی

نقاط ضعف (Weaknesses)	ردیف	نقاط قوت (Strengths)	ردیف
عدم وجود معابر مناسب در رسیدن به آثار (قلعه بمپور، باغ خالصه)	۱	آثار تاریخی و میراث فرهنگی غنی (همچون قلعه بمپور، باغ خالصه و...)	۱
نامناسب بودن تاسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی	۲	مستعد بودن منطقه جهت سرمایه گذاری و برنامه ریزی گردشگری و استفاده از منابع طبیعی و انسانی	۲
نبود حداقل امکانات رفاهی در سایت های گردشگری	۳	آب و هوای مطلوب در فصول بهار و پاییز	۳
نبود حیات شبانه در کانون های جمعیتی و مقصد گردشگری	۴	وجود محیطی آرام و دور از هیاهوی شهرهای بزرگ	۴
کمبود تسهیلات بهداشتی، درمانی و خدماتی	۵	وجود زمین کافی برای استفاده توریستی	۵
عدم هماهنگی سازمان های مرتبط در زمینه گردشگری	۶	اعتقاد مسئولان به اشتغال زایی از طریق گردشگری	۶
ضعف تبلیغات	۷	مهمان نوازی و مهمان دوستی مردم بمپور و روستاهای اطراف آن	۷
ضعف مدیریتی در زمینه گردشگری منطقه	۸	گذر مسیر ترانزیت کرمان - چابهار از کنار بمپور	۸
نبود امکانات اقامتی مجهز و پذیرایی مناسب برای همه اقشار	۹	چشم انداز های طبیعی	۹
نامناسب بودن زیرساخت های محیطی و کالبدی	۱۰	مهمی بودن حمل و نقل زمینی	۱۰
نبود فضای سبز کافی	۱۱	موسیقی فولکلوریک و حضور نوازندگان و خوانندگان محلی که برخی نیز شهرت بین المللی دارند	۱۱
		صنایع دستی و آداب و رسوم منحصر به فرد مردم این منطقه	۱۲

جدول (۲): ماتریس عوامل خارجی

تهدیدها (Threats)	ردیف	فرصت ها (Opportunities)	ردیف
جذب گردشگران توسط سایر مناطق رقیب	۱	تمایل بخش دولتی و خصوصی به سرمایه گذاری در زمینه توسعه گردشگری	۱
محرومیت شدید منطقه	۲	امکان جذب مسافران به این شهر بدلیل نزدیک بودن به جاده ترانزیتی کرمان-چابهار	۲
تهدیدهای زیست محیطی و ایجاد خسارت به آثار تاریخی و طبیعی	۳	امکان ساخت مراکز پذیرایی و گردشگری در این منطقه	۳
عدم توجه به مرمت و بازسازی بناهای تاریخی توسط مسئولین	۴	افزایش توجه مسئولان به تاثیر گردشگری در رشد و پویایی اقتصادی و حمایت از آن	۴
عدم آموزش کافی توسط دولت جهت آگاهی رسانی به ساکنین محلی و هدایت آنها برای اقدام جهت رشد و توسعه گردشگری	۵	اشتغال زایی و ایجاد درآمد ارزی برای کشور	۵
ایجاد آلودگی های زیست محیطی توسط گردشگران	۶	مبادلات فرهنگی	۶
تبلیغات منفی علیه استان سیستان و بلوچستان	۷	سرمایه گذاری برای ایجاد تسهیلات زیر بنایی و رو بنایی	۷
امکان اطلاع رسانی توسط نهادهای دولتی	۹	ترویج فرهنگ بومی و گسترش همکاری نهادهای محلی	۸
		دارا بودن قابلیت تبدیل به قطب مهم گردشگری	۱۰

تجزیه و تحلیل SWOT در جهت توسعه گردشگری پایدار در شهر بمپور

برای بررسی عوامل موثر در درونی (نقاط قوت و نقاط ضعف) و عوامل تاثیر گذار بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) بر گردشگری بر گردشگری در شهر بمپور، تجزیه و تحلیل SWOT به کار برده می‌شود.

راهبردهای رقابتی/تهاجمی (SO):

- ✓ اشتغال زایی و ایجاد درآمد از طریق برنامه ریزی و استفاده از منابع طبیعی و انسانی موجود در منطقه در جهت توسعه گردشگری.
- ✓ استفاده از زمین‌های بایر برای ساخت مراکز پذیرایی و گردشگری در این منطقه.
- ✓ ترغیب بخش دولتی برای ایجاد فضاهای فرهنگی-آموزشی (مانند نمایشگاه‌ها، خانه فرهنگ، دیپارتمان و...) جهت ارائه خدمات عمومی فرهنگی، هنری، اجتماعی و علمی به منظور غنی‌سازی اوقات فراغت در راستای تقویت هویت محلی- منطقه‌ای و ارتقاء فرهنگ شهروندی.
- ✓ ایجاد محیط‌های جذاب و توسعه فضاهای تفریحی برای جذب مسافران به این شهر.

راهبرد های تنوع (ST):

- ✓ بکارگیری روش‌های تبلیغاتی موثر و حرفه‌ای و آگاهی‌رسانی به ساکنین محلی و هدایت آنها برای توسعه و ترویج گردشگری و از بین بردن ذهنیت بد گردشگران درباره وضعیت امنیتی منطقه و استان
- ✓ شناسایی و استفاده از جاذبه‌ها و دیگر مزیت‌های نسبی این منطقه و تنوع بخشی به امکانات، تسهیلات و خدمات گردشگری برای رقابت با سایر مناطق

راهبردهای بازنگری (WO):

- ✓ بازنگری در خصوص سرمایه‌گذاری در زمینه ایجاد واحدهای ارزان برای اقامت مسافران در جهت حمایت طبقات متوسط و کم درآمد.
- ✓ تجهیز تاسیسات اقامتی و به روز کردن وسایل و امکانات
- ✓ تعامل و هم‌فکری سازمان‌های مرتبط برای استفاده از قابلیت‌های این منطقه و پیشبرد طرح‌های گردشگری آن
- ✓ توسعه و بهبود راه‌های ارتباطی

راهبردهای تدافعی (WT):

- ✓ برگزاری سمینارها و گردهمایی‌های "توسعه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری شهری و روستایی" به وسیله شورای شهر با سایر دستگاه‌های مرتبط و کارآفرینان، دعوت از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و ایجاد تسهیلات و امتیازهای ویژه سرمایه‌گذاری در زمینه احداث مجتمع‌های تفریحی و توریستی، مجتمع‌های اقامتی، پارک‌ها، ایجاد زمین‌های ورزشی، موزه میراث فرهنگی و ...
- ✓ تقویت و توسعه امکانات بهداشتی و نظارت مستمر در آن
- ✓ بالا بردن سطح آگاهی گردشگران جهت کنترل و جلوگیری از تخریب محیط زیست، آلوده کردن منابع طبیعی و همچنین حفظ و حراست از جاذبه‌های گردشگری منطقه
- ✓ تقویت امنیت در ابعاد داخلی و اذهان خارجی

نتیجه گیری

اکثر شهرهای ایران، در زمینه گردشگری از قابلیت فراوانی برخوردار بوده و در صورتی که این قابلیت ها در مسیر صحیح مورد استفاده قرار گیرند موجب رشد صنعت گردشگری خواهند شد. با توجه به یافته‌های این پژوهش، شهر بمپور در کنار جاذبه‌های طبیعی و زیست محیطی دارای فرهنگ غنی و سنتی و قدمت تاریخی است که مجموعه ای از بهترین جاذبه‌های گردشگری را به وجود آورده و نشان می دهد که این منطقه توانایی تبدیل شدن به منطقه نمونه گردشگری در سطح کشور و منطقه است و بدین صورت زمینه ساز توسعه پایدار شهر گردد.

دهکده تفریحی - توریستی بمپور

بهترین نتیجه از توسعه جهانگردی زمانی حاصل می شود که تنوعی از جاذبه‌های ساماندهی شده در منطقه وجود داشته باشد. بنابراین اولویت بندی جاذبه‌ها برای توسعه جهانگردی نباید از تنوع آنها بکاهد. بلکه منظور از آن روشن شدن تم اصلی گردشگری منطقه است و هر جاذبه ای در نوع خود باید همراه دیگر جاذبه‌ها رشد کند و برای بهره برداری آماده گردد. با رونق گردشگری در منطقه، برخی از جاذبه‌هایی که خود به تنهایی عامل مهمی در دعوت گردشگران نیستند، به دلیل ایجاد کلونی از امکانات تفریحی در آنها، می توانند به جذب گردشگران خاص کمک کنند. (بحرینی حسین، جهانی مقدم حمیدرضا، ۱۳۸۳: ۴۵) برنامه کلی این است که دهکده تفریحی - توریستی بمپور با هدف توسعه، تجهیز و معرفی جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و باستانی منطقه برنامه ریزی گردد تا از این پس شاهد حضور و ماندگاری گردشگران داخلی و خارجی در این منطقه از استان باشیم.

طراحی دهکده تفریحی - توریستی بمپور

۱- انتخاب سایت

نقاط مورد نظر برای توسعه توریسم همچون مجتمع های گردشگاهی باید به دقت بر مبنای معیارهای مشخصی از جمله محل استقرار، شرایط جوی، توسعه محل، دسترسی به منابع، دسترسی به تاسیسات، آلودگی هوا و ساکنین بومی انتخاب شوند. بر اساس معیارهای ذکر شده و با توجه به اینکه دیدار از قلعه بمپور برای گردشگران در اولویت است، موقعیت مکانی دهکده تفریحی - توریستی در مجاورت این قلعه در نظر گرفته شده است.

۲- اهداف طرح

با طراحی و احداث چنین مجموعه ای به اهداف زیر دست می یابیم:

- ✓ بوجود آوردن زمینه های لازم مانند مراکز تفریحی و استراحت، ورزشی، فعالیتهای تجاری، فرهنگی و...
- ✓ جذب سرمایه گذار داخلی و خارجی و سوق دادن به سرمایه های خرد و تبدیل ارزش افزوده صاحبان سرمایه
- ✓ ایجاد بستر مناسب برای معرفی ویژگی های خاص فرهنگی منطقه در سطحی کاملا کاربردی
- ✓ مکانی خواهد بود برای برقراری تعاملات انسانی سازنده با هدف رشد و تعالی فرهنگ عمومی
- ✓ تزریق پول و ارز به جامعه و کمک به بهبود سطح درآمد مردم
- ✓ ایجاد فرصت های شغلی مستقیم و غیر مستقیم قابل توجه
- ✓ بکارگیری مهارت های گوناگون و گروه های سنی مختلف
- ✓ ایجاد فضایی برای تشویق نمودن به حضور انساندر فضا
- ✓ تقویت غنای حسی
- ✓ ایجاد فضایی امن و ایمن برای خانواده ها

۳- برنامه فیزیکی پیشنهادی طرح

فضاهای مجموعه به طور کلی به چهار گروه زیر تقسیم شده اند:

۱- فضاهای اصلی: شامل فضاهای تفریحی و ورزشی، فرهنگی و هنری، اقامتی

فضاهای تفریحی و ورزشی: در این بخش از مجموعه فضاهایی مربوط به بخش های گوناگون که در فصول مختلف قابل استفاده هستند در نظر گرفته شده است. سالن های ورزشی سرپوشیده ای همچون سالن استخر، سالن اسکیت، سالن های بدن سازی و... در مجموعه ورزشی قرار دارند. همچنین باغ ها، پارک ها و شهرسازی در این بخش از مجموعه قرار می گیرند. فضاهای فرهنگی و هنری: شامل مرکز هنرهای نمایشی، مرکز موسیقی و رقص های سنتی، مرکز ساخت صنایع دستی، مرکز گردهمایی و نمایشگاه ها و... می باشد.

فضاهای اقامتی: عملکرد این بخش از مجموعه جهت استفاده کوتاه مدت و محدود بازدیدکنندگان مختلف در نظر گرفته شده است. ضمناً این بخش دارای قسمت هایی نظیر سکویهای کمپینگ، آلاچیق های سرپوشیده و... جهت استفاده اردوهای دانش آموزی و... که در مدت کوتاهی صورت می گیرد، می باشد.

۲- فضاهای پشتیبانی: شامل فضاهای اداری که شامل اتاق های کارمندان، پارکینگ اختصاصی که نیاز کارمندان و کادر مجموعه را برطرف کند و سایر ملحقات لازم که وظیفه کنترل و نظارت کامل بر تمام فعالیت های مجموعه را دارند، می باشد.

۳- فضاهای رفاهی: متشکل از رستوران ها، بوفه ها مراکز خرید، چای خانه ها، قهوه خانه سنتی، نگهبانی، باجه های کنترل مجموعه می باشد. که برخی از این عملکردها به صورت مستقل در درون هر یک از بخش ها نیز صورت می گیرد.

۴- فضاهای خدماتی: شامل انبارها، پارکینگ روباز، تاسیسات، فضاهای مذهبی، آتش نشانی و اورژانس، سرویس بهداشتی و باجه های اطلاع رسانی می باشند.

نتیجه گیری

لزوم ایجاد یک مکان توریستی که بر پایه شرایط طبیعی موجود منطقه استوار بوده و نیازهای یک توریست را برآورده نماید با در نظر داشتن پتانسیلهای منطقه کاملاً احساس می شود. علاوه بر آن برای یک شخص که خسته از کار و فعالیت بی وقفه بوده و نیاز به مکانی دارد که هم احساس راحتی و آشنایی با فضا کرده و هم محلی برای گذران اوقات فراغت خود به نحو احسن باشد، سفر کردن و خود را در دامن طبیعت رها کردن بهترین شیوه است.

لذا با ایجاد مجموعه تفریحی و توریستی در شهر بمپور برای جلب افراد، و خلق مکانی با برنامه های جذاب و مورد توجه و امکانات رفاهی و تفریحی متنوع که مطابق با فرهنگ و سنت بومی مردم این منطقه باشد، از نقطه نظر اقتصادی یکی از راه های توسعه صنعت توریسم است و از دیدگاه اجتماعی نیز حائز اهمیت خواهد بود.

مراجع

۱. ابراهیم زاده عیسی، آقاسی زاده عبدالله، (۱۳۸۸)، «تحلیل عوامل موثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT» مجله مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، شماره ۱، ص ۱۰۸-۱۲۸
۲. آزموده مریم، قنبری یوسف، (۱۳۹۳)، «تحلیل و ارزیابی استراتژی های موثر بر برنامه ریزی توسعه پایدار گردشگری تاریخی شهر یزد با استفاده از مدل SWOT»، همایش ملی معماری، شهرسازی و توسعه پایدار با محوریت خوانش هویت ایرانی اسلامی در معماری و شهرسازی، ص ۱۳-۱
۳. بحرینی حسین، جهانی مقدم حمیدرضا، (۱۳۸۳)، «استفاده از توان های بالقوه مناطق جهت توسعه گردشگری»، مجله محیط شناسی، شماره ۳۵، ص ۳۳-۵۰
۴. حیدری چیانه، رحیم (۱۳۸۷)، «مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری»، چاپ اول، انتشارات سمت

۵. دادور خانی، فضیله و همکاران (۱۳۹۱)؛ «تحلیل راهبردی توسعه گردشگری با تکیه بر پتانسیل اکولوژیکی دریاچه ارومیه بر اساس تکنیک SWOT»، فصلنامه علمی پژوهشی اکوبیولوژی تالاب، شماره ۱۲، ۹۳-۸۱
۶. روستازاده شیخ یوسفی منیره، جهانگیری علی اکبر، (۱۳۹۲)، «ارائه راهکارهای گردشگری پایدار شهری با استفاده از مدل SWOT مطالعه موردی شهر اصفهان»، تهران، اولین همایش ملی جغرافیا، شهرسازی و توسعه پایدار
۷. سبحانی، بهروز، (۱۳۸۹)، «شناخت پتانسیل‌های گردشگری منطقه آبگرم سردابه در استان اردبیل با روش SWOT»، مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، شماره ۴، ص ۱۲۸-۱۱۳
۸. سراقی، عیسی و همکاران، (۱۳۸۷)، «نقش جاذبه‌های اکوتوریستی در توسعه گردشگری نهاوند با تاکید بر مدل SWOT»، نشریه علوم جغرافیایی، شماره ۱۱، ص ۱۶۹-۱۳۴
۹. صادقی سودجانی، رعنا و همکاران، (۱۳۹۲)، «طراحی مجتمع توریستی اقامتی در راستای توسعه گردشگری با رویکرد معماری پایدار»، اولین همایش ملی معماری، مرمت، شهرسازی و محیط زیست پایدار
۱۰. کاظمی، مهدی (۱۳۸۵)، «مدیریت گردشگری»، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت
۱۱. کوشش تبار، محسن (۱۳۸۷)، «صنعت گردشگری ابزاری برای توسعه پایدار در مدیریت شهری»، چاپ اول، تهران: موسسه فرهنگی، اطلاع‌رسانی و مطبوعاتی سازمان شهرداری ها و دهیاری های کشور
۱۲. معصومی، مسعود (۱۳۸۴)، «ماهیت گردشگری»، چاپ اول، تهران: انتشارات پیک کوثر
۱۳. هاشمی سعید، محبوب فر محمدرضا، (۱۳۹۲)، «برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری کاشان»، فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ، شماره ۱

