

تحلیل تأثیر سیاست بر گردشگری در منطقه آزاد اروند

هما طاهری

دانشجوی دکترای جغرافیای سیاسی، گروه جغرافیا، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران

حجت مهکویی*

استادیار گروه جغرافیا، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران

امیر گندمکار

دانشیار گروه جغرافیا، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران

احمد خادم‌الحسینی

دانشیار گروه جغرافیا، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۶/۱۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۲۰

چکیده

پژوهش حاضر تحلیل تأثیر سیاست بر گردشگری در منطقه آزاد اروند بود. موقعیت ژئوپولیتیک منطقه آزاد اروند و ضرورت تأمین امنیت منطقه‌ای از طریق تدابیر غیر نظامی در منطقه حساس خلیج فارس از سویی، و توجه ویژه به درآمدهای جایگزین در راستای دستیابی به اهداف اقتصاد مقاومتی و بدون نفت از سوی دیگر، توسعه مناطق آزاد تجاری مثل اروند برپایه فعالیت‌هایی نظیر توسعه گردشگری را براساس قابلیت‌های سرشاری که از نظر عمق ژئوپولیتیکی در این زمینه دارد ضروری ساخته است. روش پژوهش: در این راستا در پژوهش حاضر با استفاده از رهیافت‌های پیمایشی-میدانی، ضمن بهره‌گیری از تکنیک SWOT مهمترین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیداتی که می‌تواند از منظر سیاسی بر توسعه گردشگری منطقه اثرگذار باشد؛ مورد تحلیل و واکاوی قرار گرفته است. بر این اساس جهت شناسایی و تعیین میزان اولویت عوامل موثر بر گردشگری منطقه با استفاده از تدوین پرسشنامه در قالب طیف لیکرتی، تعداد ۴۰ سوال با رویکرد کالبدی، طبیعی، اقتصادی، سیاسی و امنیتی طراحی و با نظرسنجی از کارشناسان و مدیران محلی اصلاح و هدفمند گردید. پرسشنامه‌ها بین ۲۰۰ نفر (۳۰ نفر اساتید و کارشناسان گردشگری، ۸۵ نفر گردشگر، ۴۰ نفر بومی منطقه و ۴۵ نفر از کارکنان گردشگری و آژانس‌های مسافرتی) توزیع و تکمیل گردید. نتایج حاصل نشان داد که رویکرد انتخابی در زمینه تدوین راهبردها و استراتژیهای توسعه گردشگری منطقه آزاد اروند از منظر سیاسی، رویکرد کمینه-بیشینه یا استراتژیهای بازنگری (WO) می‌باشد که هدف آن استفاده از فرصت‌ها و قابلیت‌های بیرونی جهت تقویت و ارتقای ضعف‌هایی است که این ناحیه در برنامه‌ریزی گردشگری با آن روبه‌رو می‌باشد.

کلمات کلیدی: منطقه آزاد اروند-سیاست- گردشگری-توسعه اقتصادی-تکنیک SWOT

مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان یک عامل اقتصادی عمده و بسیار مؤثر در سال‌های اخیر مورد توجه زیادی قرار گرفته است و به این علت سعی می‌شود که حتی الامکان از عوامل مؤثر در کاهش جریان گردشگری جلوگیری به عمل آمده و امکانات لازم جهت رشد و گسترش صنعت گردشگری فراهم گردد (Nastaran and Rezaei Shahabi, 2009: 1). گردشگری در جامعه‌ای، متأثر از عوامل پیچیده و درهم بافته‌ی سیاسی، فرهنگی و اقتصادی و همچنین ویژگی‌های جغرافیایی است که دیگران را مجذوب خود می‌کند و پایه‌های اصلی سیاست گذاری در این عرصه، به ویژگی‌های تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی هرکشوری برمی‌گردد.

یکی از فعالیت‌های اساسی دولت‌ها در فرایند طراحی و تدوین سیاست‌های کلان گردشگری، توجه به این عوامل است. در مورد سیاست گذاری در دایره‌المعارف گردشگری آمده است: "درکسب و کار، راهنما و راهبردهای یک مدیر تصمیم‌گیری‌ها پیش به کار می‌برد، در مطالعات گردشگری، عموماً محققین با در نظر گرفتن دولت (منظور هیئت حاکمه) به این مطلب می‌پردازند و جزئی از سیاست عمومی را شامل می‌شود؛ به علاوه، اگرچه در مورد سیاست گذاری گردشگری، هیچ تعریف جهان شمولی وجود ندارد؛ شاید بتوان گفت آنچه دولت‌ها تصمیم می‌گیرند که انجام دهند یا ندهند" (درقبال گردشگری). (Veisi, 2017: 96).

اما در واقع سیاست گذاری‌ها، محصول محیط سیاسی، ارزش‌ها و ایدئولوژی، قدرت، اصول نهادینه شده و فرایندهای تصمیم‌گیری هستند. علت آن است که نیروها و عوامل تأثیرگذار و تأثیرپذیر بسیاری در فرایند سیاست گذاری دخیل هستند؛ مثلاً افراد؛ مؤثر و مهم، نهادها، قوانین، ادراکات و برداشته‌ها، نظرات، انتخاب‌ها و قدرت (Zargham Borujeni and Bazrafshan, 2016:57).

دستیابی به منافع اقتصادی، محیطی و اجتماعی گردشگری، مستلزم درک ماهیت تکوینی صنعت گردشگری از گذشته تا امروز، اتخاذ بهترین تصمیمات ممکن برای وضعیت کنونی در نظر داشتن روندهای فکری برای آینده‌ی این صنعت است. به هر حال، تدوین برنامه‌ها و رهنمودهای مشخص برای مدیریت و آینده‌نگری صنعت گردشگری ضرورتی غیرقابل اجتناب است؛ مگر اینکه امیدوار باشیم همه چیز به صورت اتفاقی برونق مراد به وقوع بپیوندد (Edgel Sar et al., 2013:26).

به عبارت دیگر برای پایداری صنعت گردشگری در آینده، برنامه‌ریزی و سیاست گذاری کارآمد و اثربخش امروز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. سیاست‌گذاران، متصدیان برنامه‌ریزی و دیگر ذینفع نباید روندهای در حال ظهور صنعت گردشگری را شناسایی کنند و اقداماتی را که منجر به رشد منظم و ارتقای کیفیت محصولات این صنعت و در نهایت بهره‌مند شدن گردشگران و جامعه‌ی محلی می‌شود، در دستور کار خود قرار دهند.

گردشگری هر جامعه‌ای متأثر از عوامل پیچیده و درهم بافته‌ی سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و همچنین ویژگی‌های جغرافیایی است که دیگر آن را مجذوب خود می‌کند. پایه‌های اصلی سیاست‌گذاری در این عرصه به ویژگی‌های تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی هرکشوری برمی‌گردد. (Saedi et al., 2012, p. 34).

بسیاری از کشورها در راستای دستیابی به اهدافی چون توسعه اقتصاد ملی، جذب سرمایه گذارهای خارجی، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و توسعه منطقه ای اقدام به تأسیس مناطق آزاد نموده‌اند. از این رو توسعه فعالیت‌های گردشگری در مناطق آزاد به منظور ایجاد تنوع در کسب درآمدهای ارزی و همچنین رونق اقتصادی در این مناطق، بیش از پیش مورد توجه قرار می‌گیرد. توجه به پیامدهای صنعت گردشگری در حوزه‌های اقتصادی (تاثیر آن بر رشد پایدار اقتصاد کشور، توانمندی آن در ایجاد اشتغال و افزایش درآمدهای دولت و ...)، اجتماعی و فرهنگی (آشناسازی گردشگر با فرهنگ و ارزش‌های ایران در گذشته و حال، افزایش غرور ملی، احیاء هنرها و سنت‌های بومی کشور، حفظ جاذبه‌های فرهنگی و...)، زیست محیطی (کمک به حفظ جاذبه‌های طبیعی، حفظ مناطق تاریخی و باستانی و ...) در سطح جهانی بسیار افزایش یافته است. مناطق آزاد تجاری با داشتن قابلیت‌هایی در جهت افزایش صادرات، اشتغالزایی، جذب سرمایه گذاری خارجی و جذب گردشگران داخلی و خارجی می‌توانند نقش مهمی در اقتصاد کشور ایفا کنند و همچنین ساختار اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و قوانین حاکم بر آنها می‌تواند بستر مناسبی را برای توسعه گردشگری مهیا نماید. از این رو گردشگری در مناطق آزاد نقش مهمی را در نحوه برنامه‌ریزی و اتخاذ تصمیمات متناسب با قابلیت‌های این مناطق ایفا می‌کند. به عبارتی هر چند ماهیت ابتدایی و اصلی پیدایش این مناطق بر اساس مولفه‌های اقتصادی شکل گرفته است اما سرمایه گذاری در زیر ساخت‌ها و استفاده از توانهای بالقوه منطقه ای به منظور توسعه گردشگری از اهمیت خاصی برخوردار است (Zarghami Borujeni and Shalbfafian, 2012, p. 115).

از آنجا که سیاست توسعه گردشگری در منطقه آزاد اروند باید بر اساس مدیریت توأمان و واقع بینانه علمی و عملی، جامع نگری محیطی و اصول توسعه پایدار و آمایش سرزمین باشد؛ در این پژوهش تأثیر سیاست بر توسعه گردشگری به عنوان یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار مورد بررسی قرار می‌گیرد.

تحقیق حاضر، در پی بررسی این مسایل است که آیا الگوی مدیریت گردشگری در منطقه آزاد اروند دارای آسیب‌ها و چالش‌هایی است. آیا بین گسترش رابطه سیاسی در بعد منطقه‌ای (کشورهای همسایه) با توسعه گردشگری در منطقه آزاد اروند رابطه وجود دارد؟ آیا توسعه و گسترش گردشگری در منطقه آزاد اروند متاثر از تصمیمات سیاسی و سیاست گذاران ملی و محلی است؟ آیا بین عوامل بیرونی و دورنی، عوامل بیرونی اعم از فرصت‌ها و تهدیدها تأثیر بیشتری بر صنعت گردشگری دارد؟ آیا عدم توجه مسئولان و مدیران به عنوان مانعی برای توسعه گردشگری می‌باشد؟ آیا بین سیاست گردشگری و رشد اقتصادی منطقه آزاد اروند رابطه معناداری وجود دارد؟ آیا توجه ویژه بخش‌های دولتی و ارگان‌های دخیل در مدیریت اینگونه مناطق از راهبردها و سیاست‌ها در راستای توسعه گردشگری منطقه آزاد اروند می‌باشد؟ این تحقیق، توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی با ماهیت کاربردی و از لحاظ زمانی مقطعی می‌باشد. در این تحقیق روش پیمایشی جهت گردآوری اطلاعات استفاده شده است، لذا آن را می‌توان در زمره تحقیق‌های میدانی قرار داد. روش جمع‌آوری اطلاعات به صورت مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی می‌باشد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه و مصاحبه می‌باشد. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات در دو سطح توصیفی و استنباطی صورت خواهد گرفت و با توجه به سطح اندازه‌گیری داده‌ها و توزیع داده‌ها از آزمون‌های آماری پارامتریک استفاده می‌شود.

چارچوب نظری

گردشگری: گردشگری، سیاحت یا توریسم از کلمه tour به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین tum به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد و رخس دارد که از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در نهایت به انگلیسی راه یافته (Douglas, 2011). گردشگری عبارت است از گذراندن اختیاری مدتی از اقامت فراغت خود در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به قصد بهره برداری از لذت گردشگری

سیاست: فرهنگهای سیاسی تعاریف مختلفی از سیاست ارائه کرده، که تعدادی از آنها بازگو می‌شود:

- سیاست به معنای آنچه مربوط به شهر، اداره آن و متعلقات آن است.

- سیاست، فن حکومت بر جوامع انسانی است. (Sadr Mousavi & Dakhili, 2003: 130)

بنابراین در اصطلاح سیاسی، گاهی منظور از کلمه «سیاست» یک پدیده اجتماعی است که به عنوان موضوع «علم سیاست» مطرح می‌شود و محور اصلی و هسته اساسی تحقیق و بررسی آن علم قرار می‌گیرد. گاهی نیز واژه نامبرده به معنی «علم سیاست» به عنوان یک رشته در کنار دیگر رشته‌های علوم انسانی مورد نظر قرار می‌گیرد.

گروه اول از تعاریف «سیاست» روی نخستین مفهوم اصطلاحی آن تکیه کرده و هدف آنها تعریف سیاست است به عنوان یک پدیده اجتماعی قابل تحقیق و بررسی و به عنوان موضوع یک علم و محور اصلی یک رشته تخصصی.

گروه دوم از تعاریف، علم سیاست را در نظر دارند و منظورشان از «سیاست» یک رشته تخصصی است که در بین سایر رشته‌های تخصصی و در کنار علم اقتصاد، علم حقوق، علم الاجتماع و بقیه علوم انسانی جایگاه خاص خود را دارد؛ چنانکه واژه‌های دیگری نظیر: اقتصاد، حقوق و... نیز کم و بیش دارای چنین کاربردی هستند. (Veisi, 2017)

در بحث گردشگری سیاست‌ها به صورت مجموعه‌ای از معیارها و تدابیر قانونی، فنی، اجرایی، پولی و مالی هستند که اتخاذ آنها موجبات و تسهیلات لازم را جهت تحقق هدف‌های برنامه فراهم می‌کند.

سیاست گردشگری: سیاست گردشگری را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: «مجموعه‌ای از قوانین و مقررات، خطوط راهنما، اهداف ترویجی، دستوری و توسعه‌ای و همچنین استراتژی‌ها که شکل‌دهنده چارچوبی هستند که بر تصمیمات فردی و جمعی توسعه گردشگری به صورت مستقیم تأثیرگذار بوده و فعالیت‌های روزانه در داخل یک مقصد براساس آن انجام می‌شود.

هدف از سیاست گردشگری ایجاد محیطی است که مزایای ذی‌نفعان را به حداکثر رسانده و به طور همزمان تأثیرات منفی را به حداقل برساند. میزبانی از گردشگران توسط یک مقصد در قدم اول به منظور تامین خواسته‌های ذی‌نفعان است که طیف گسترده‌ای از منافع اقتصادی و اجتماعی را برای آنها دربرمی‌گیرد؛ که مرسوم‌ترین منافع آنها اشتغال و درآمد است. این اشتغال و درآمد به ذی‌نفعان اجازه اقامت در مقصد و لذت بردن از کیفیت منطقه را می‌دهد. سیاست گردشگری به دنبال آن است که هزینه‌ها و نتایج مرتبط میزبانی گردشگران حداقل شود؛ به طریقی که منافع ذی‌نفعان نیز حداکثر و موفقیت مقصد تضمین شود. در نتیجه می‌توان گفت که سیاست گردشگری به دنبال ارائه تجربیات با کیفیت به گردشگران است؛ به صورتی که ذی‌نفعان نیز از مزایای آن منتفع شده و مقصد از نظر یکپارچگی محیطی، اجتماعی و فرهنگی نیز

آسیب نبیند. باید از این واقعیت استقبال کرد که ذی‌نفعان یک مقصد متشکل از طیف گسترده‌ای از افراد و سازمان‌ها باشند که برخی از آنها از ساکنان و برخی نیز خارج از مقصد هستند.

Veisi (2017) سیاست‌گذاری صنعت گردشگری در قوانین بالادستی جمهوری اسلامی ایران را بررسی نموده و یافت که صنعت گردشگری یکی از مهمترین بخشهای اقتصاد جهانی است که در بیش از یک دهه اخیر، بیشترین درآمدزایی و اشتغال‌زایی را در میان صنایع مختلف جهان داشته است. علاوه بر مزیت‌های اقتصادی، آثار فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و امنیتی گردشگری باعث شده است تقریباً تمامی حکومتها در جهان به دنبال بهره‌گیری از این صنعت در کشور خود باشند. در این میان، کشور پهناور ایران با جاذبه‌های متنوع فرهنگی و طبیعی، استعداد فوق‌العاده‌ای برای توسعه صنعت گردشگری دارد. ایران در منطقه خاورمیانه و جهان شرق جزء نخستین کشورهایی است که به دنبال بهره‌برداری و توسعه صنعت گردشگری بوده و بدین منظور سیاست‌گذاری، قانون‌گذاری، نهادسازی و برنامه‌ریزی کرده است اما تا به امروز توفیق چندانی نداشته است. صنعت گردشگری در ایران بیش از هر چیز متأثر از نهاد سیاست بوده و متناسب با تحولات سیاسی فراز و نشیب‌های زیادی را پشت سر گذاشته است. این مسئله در دوره پس از انقلاب اسلامی ایران، نمود بیشتری داشته است بررسی اسناد و قوانین زیربنایی و بالادستی ایران نشان می‌دهد که مقوله گردشگری کمتر مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کلان جمهوری اسلامی ایران بوده است و آنان در این راه با نگاه تقلیل‌گرایانه و کنترل شده تنها بعد کوچکی از گردشگری را با نگرش فرهنگی مورد توجه قرار داده‌اند.

Rezaghizadeh (2017) در بررسی تأثیر گردشگری بر مثلث فقر، نابرابری و رشد اقتصادی با استفاده از آزمون تئوریهای موجود در (GMM) با بکارگیری روش گشتاورهای تعمیم یافته در زمینه رابطه موجود بین متغیرهای فوق در ایران طی دوره زمانی ۱۳۵۰ تا ۱۳۹۱ یافت که گردشگری سرانه می‌شود GDP، چشم اندازهای رشد اقتصادی در ایران را بهبود می‌بخشد. بر اساس نتایج به دست آمده همچنین می‌توان گفت که توسعه گردشگری در ایران باعث کاهش نابرابری می‌شود. از سوی دیگر بررسی تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم گردشگری بر فقر نشان می‌دهد که توسعه گردشگری در ایران می‌تواند باعث کاهش فقر شود.

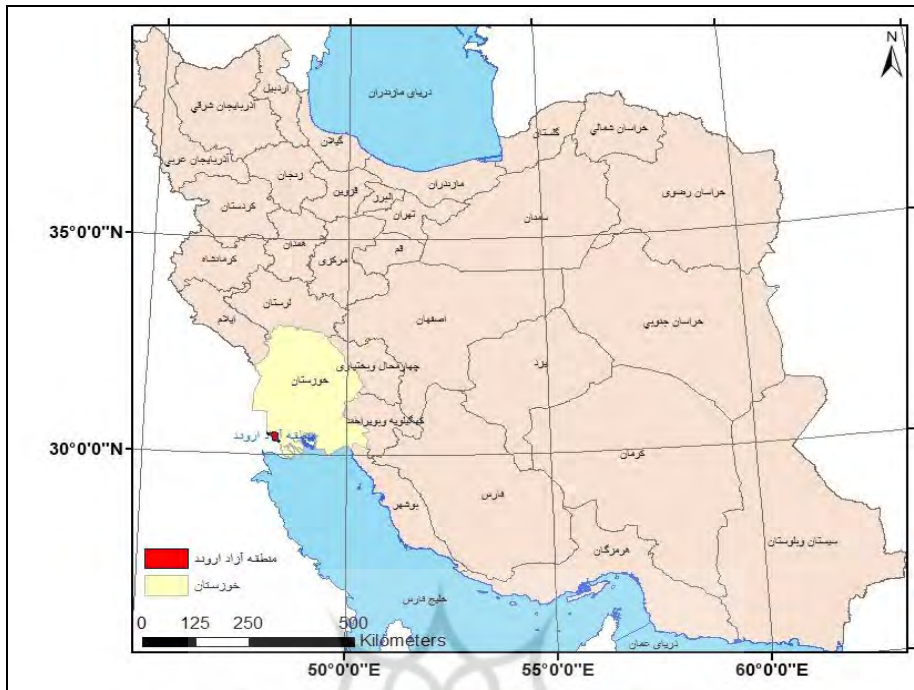
Fatahi(2018) در پژوهش خود با عنوان مسأله‌شناسی پایداری در منطقه آزاد اروند ۲۱ مسأله و چالش اساسی در حوزه‌های گوناگون اقتصادی، سیاسی، محیط زیستی و مدیریتی را شناسایی نمود که در مجموع بر پایداری این منطقه اثرگذار بوده و در صورت عدم توجه به آنها می‌توانند ضمن اثرگذاری مخرب بر پایداری این منطقه استراتژیک کشور، تجربه تاسیس این منطقه را همانند سایر مناطق آزاد کشور با شکست مواجه کنند. برخی از این چالش‌ها پایداری این منطقه آزاد اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهند اما برخی دیگر از چالش‌ها، نه تنها می‌توانند بر پایداری منطقه به منزله یک منطقه آزاد تجاری اثرگذار باشند بلکه می‌توانند پایداری محیط زیستی دو شهرستان خرمشهر و آبادان را به شدت تحت تأثیر قرار داده و پایداری آنها را با مخاطراتی جدی روبرو کنند.

Mahmoudi & Derakhshan (2018) در پژوهشی به‌رنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری در منطقه نمونه گردشگری انشان در استان خوزستان پرداختند. برای شناخت راهبردهای برنامه‌ریزی گردشگری در منطقه نمونه گردشگری انشان از

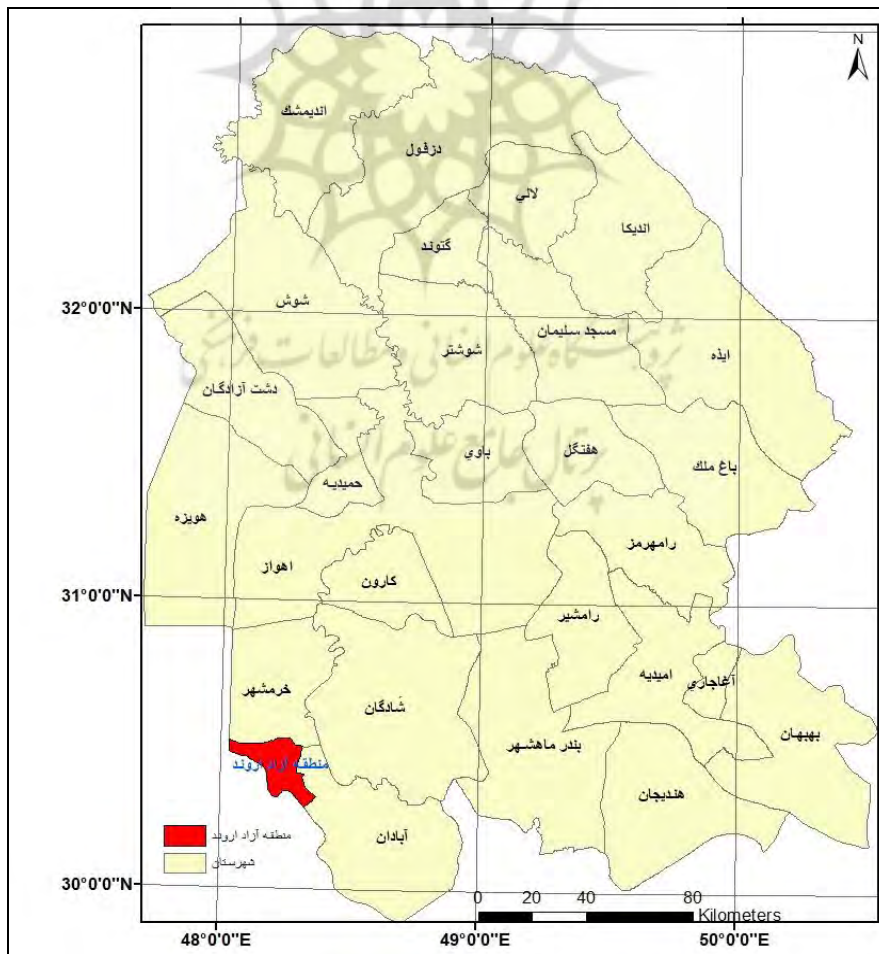
مدل کمی تحلیل SWOT استفاده شده است. شناخت نقاط ضعف، قوت، فرصت و تهدیدها از منظر ۶ معیار جغرافیایی - طبیعی، زیست محیطی، اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، کالبدی- زیرساختی و گردشگری مورد تحلیل قرار گرفته است. نتایج ارزیابی کمی عوامل داخلی و خارجی نشان داد اولویت اول برنامه‌ریزی استراتژیک در منطقه اجرای راهبردهای توسعه ای (SO) است. بعد از آن راهبردهای مدیریت کنترلی (ST)، در مرحله بعد راهبردهای مدیریت کلان نگر (WT) و در نهایت راهبردهای مدیریت زیرساختی (WO) در منطقه مورد توجه باید قرار گیرد. مطابق اولویت تعیین شده برای استراتژی‌ها، مهم ترین راهکارهای اجرایی در منطقه، پتانسیل یابی و توسعه گردشگری جنگل و کوهستان، گردشگری ساحلی- آبی و روستایی است و در اولویت دوم صیانت پویا از منابع طبیعی و کنترل و مدیریت گردشگران است. (Patolia and Stevia (2020 در پژوهشی به بررسی سیاست‌ها و شیوه‌های مرتبط با گردشگری دریایی در اتحادیه اروپا و پرتغال با در نظر گرفتن چارچوب آنها در زمینه گردشگری دریایی و ساحلی و همچنین در زمینه اقتصاد آبی و دریایی پرداختند. شاید به دلیل نقش محوری که در صنعت گردشگری دریایی در کرواسی و صربستان وجود دارد، مانند آنهایی که در دریای آدریاتیک واقع شده‌اند، بیشتر ادبیات در مورد این نوع از جهان گردی تمایل دارد که با بهره‌گیری از عواملی که امکان توسعه آن را فراهم می کند، رویکردی سودمند را اتخاذ کند. نتایج نشان داد باید الزامات فنی و زیرساختی برای شروع گردشگری دریایی در یک مقصد معین، فواید بالقوه اقتصادی آن، ارتباط اقتصادی گردشگری دریایی، یا روش‌های برنامه‌ریزی که هنگام توسعه مقصد گردشگری دریایی باید در نظر گرفته شود.

یافته‌های پژوهش

جامعه آماری این تحقیق، شامل کلیه کارشناسان و خبرگان مدیریت شهری و اساتید جغرافیا و مدیریت شهری دانشگاه و دیگری شهروندان و گردشگران منطقه آزاد اروند می‌باشد. برای کارشناسان و خبرگان پرسشنامه مخصوص بین ۱۰۰ نفر از کارشناسان و مدیران اجرایی در شهرداری و شورای شهر و همچنین اساتید رشته جغرافیا و مدیریت شهری توزیع شد و در نهایت ۵۰ پرسشنامه صحیح برگشت داده شد و مبنای انجام تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. قلمرو مکانی پژوهش حاضر منطقه آزاد اروند می‌باشد. منطقه آزاد تجاری، قلمرو معینی است که غالباً در محدوده داخل یک بندر یا در مجاورت آن قرار گرفته و در آن تجارت آزاد با سایر نقاط جهان مجاز شناخته شده است. چنانچه کالاها را می‌توان بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی از این مناطق صادر کرد یا به این مناطق وارد نمود و آنها را برای مدتی در انبار ذخیره و در صورت لزوم بسته‌بندی و مجدداً صادر کرد. در شبکه مختصاتی به طول جغرافیایی ۳۰ درجه و ۱۸ دقیقه عرض شمالی تا فاصله ۳۰ درجه و ۳۲ دقیقه عرض شمالی ۴۸ درجه و ۱ دقیقه طول شرقی تا ۴۸ درجه و ۱۹ دقیقه طول شرقی قرار گرفته است. این منطقه در مجموع در فاصله ۱۸ طول جغرافیایی و ۱۴ عرض جغرافیایی قرار گرفته است. منطقه آزاد اروند با مساحت ۳۷۴۰۰ هکتار در شمال غربی خلیج فارس شامل شهرهای آبادان، خرمشهر و مینوشهر (جزیره مینو) می‌باشد که در محل تلاقی دو رودخانه اروند رود و کارون واقع است. این منطقه در همجواری با کشورهای عراق و کویت می‌باشد که با داشتن ظرفیتی از قبیل حمل‌ونقل جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (سازمان منطقه آزاد اروند، ۱۳۹۴).



شکل شماره ۱ موقعیت منطقه آزاد اروند در کشور ایران



شکل شماره ۲ موقعیت منطقه آزاد اروند در استان خوزستان منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

این تحقیق جهت بررسی نقش سیاست بر توسعه گردشگری منطقه آزاد اروند، روشهای ارزشیابی مشارکتی را محور اصلی پژوهش خود قرار داده است و ضمن بهره‌گیری از نظرات کارشناسان خبره از تکنیک ارزشیابی مشارکتی SWOT استفاده کرده است. این تکنیک، ارزیابی بسیار مفیدی برای تحلیل موقعیت جاری یک سازمان یا گروه در زمینه کاربرد و توسعه نوآوری، اتخاذ تصمیمات، گزینه‌های انتخابی و پیامدها ارائه می‌دهد و نه تنها چشم‌انداز کنونی بلکه فرصتها و تهدیدات آتی را نیز ملحوظ می‌دارد.

- مهمترین نقاط ضعف و تهدیدات موجود جهت توسعه گردشگری در منطقه آزاد اروند چه می‌باشد؟

- مهمترین نقاط قوت و فرصتهای موجود جهت توسعه گردشگری در منطقه آزاد اروند کدامند؟

جهت پاسخگویی به سوالات در مورد گزینه و نوع استراتژیهای انتخابی جهت توسعه گردشگری در منطقه آزاد اروند، از تکنیک SWOT که یکی از راهبردی‌ترین مدل‌های موجود در مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک می‌باشد استفاده شده است جدول (۱). تکنیک SWOT یکی از موثرترین روشهای استفاده از تشکیل ماتریس نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدات حاصل از برخورد عوامل و اثرات درونی و بیرونی شرایط مختلف در یک منطقه برای برنامه‌ریزی است که نقش تمامی عوامل موثر را با ورن یکپارچه مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد. ترکیب و تلفیق این عوامل مبنایی برای انتخاب سناریوی انتخابی از میان گزینه‌های چهارگانه (تدافعی، تهاجمی، بازنگری و تنوع) می‌باشد.

جدول (۱) ماتریس استخراج راهبردهای ممکن از طریق تکنیک

شرایط درونی	زمینه نقاط قوت (S)	زمینه نقاط ضعف (W)
شرایط بیرونی	۱- حداکثر- حداکثر	۱- حداقل- حداکثر
زمینه فرصتها (O)	۱- حداکثر- حداکثر	۱- حداقل- حداقل
زمینه تهدیدات (T)	۱- حداکثر- حداقل	۱- حداقل- حداقل

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

بر این اساس جهت شناسایی و تعیین میزان اولویت عوامل موثر بر گردشگری منطقه با استفاده از تدوین پرسشنامه در قالب طیف لیکرتی، تعداد ۴۰ سوال با رویکرد کالبدی، طبیعی، اقتصادی، سیاسی و امنیتی طراحی و با نظرسنجی از کارشناسان و مدیران محلی اصلاح و هدفمند گردید. پرسشنامه‌ها بین ۲۰۰ نفر (۳۰ نفر اساتید و کارشناسان گردشگری، ۸۵ نفر گردشگر، ۴۰ نفر بومی منطقه و ۴۵ نفر از کارکنان گردشگری و آژانسهای مسافرتی) توزیع و تکمیل گردید و از نظرات آنها برای تعیین میزان اهمیت هر یک از عوامل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیداتی که منطقه آزاد اروند با آن سروکار دارند؛ استفاده گردید. در ادامه اطلاعات مورد نیاز حاصل از پرسشنامه‌ها بر اساس چهار عنوان اصلی (تهدید، قوت، ضعف و فرصت) جمع‌آوری و میانگین وزنه‌های استخراجی در قالب مدل روی نمودار قرار گرفت تا استراتژی مورد نیاز بدست آید.

جدول ۲) ماتریس داخلی (نقاط قوت) منطقه آزاد اروند

کد	قوت (S)	مجموع وزن	میانگین	وزن نسبی	نقطه قوت
S1	موقعیت جغرافیایی و ژئواستراتژیکی منطقه آزاد اروند در خاورمیانه	۱۸۵	۳/۷	۰/۲۷	۰/۹۹
S2	بزرگترین صادر کننده انواع کالا در میان مناطق آزاد ایران	۱۶۹	۳/۳	۰/۲۰	۰/۶۶
S3	دسترسی و وجود منابع آب شیرین فراوان در منطقه	۱۶۵	۳/۳	۰/۱۵	۰/۴۹
S4	اختصاص بخش وسیعی از سطح محدوده به توسعه فعالیت‌های گردشگری	۱۶۲	۳/۲	۰/۱۱	۰/۳۵
S5	دسترسی به منبع آب شیرین و رودهای دائمی و پرآب منطقه	۱۸۷	۳/۷	۰/۲۷	۰/۳۰
S6	وجود ظرفیت‌های گردشگری صنعتی در منطقه آزاد اروند	۱۷۷	۳/۵	۰/۰۶	۰/۲۱
S7	وجود جزیره زیبای مینو و توسعه گردشگری طبیعی	۱۹۱	۳/۸	۰/۴۳	۰/۱۶
S8	وجود زیرساخت‌های درمانی مناسب برای گردشگران سلامت	۱۷۰	۳/۴	۰/۳۲	۰/۱۰
S9	وجود جاذبه‌های زیبا و دیدنی متناسب با فعالیت‌های اکوتوریسم، گردشگری ساحلی، توریسم ورزشی به ویژه در نیمه دوم سال	۱۸۰	۳/۶	۰/۲۴	۰/۸۶
S10	وجود یادگارهای فراوان از دوران جنگ تحمیلی و ایجاد زیرساخت‌های گردشگری یادمانی	۱۸۹	۳/۷	۰/۱۸	۰/۰۶

جدول ۳) ماتریس داخلی (نقاط ضعف) منطقه آزاد اروند

کد	ضعف (W)	مجموع وزن	میانگین	وزن نسبی	نقطه ضعف
W1	محدودیت توسعه گردشگری در منطقه ناشی از آلودگی فعالیت‌های عظیم نفتی و گازی و آلودگی محیط زیست در منطقه	۱۷۲	۳/۴	۰/۳۰	۱/۰۲
W2	فقدان زیرساخت‌های مناسب در افزایش جذب گردشگران	۱۹۳	۳/۸	۰/۲۱	۰/۷۹
W3	توزیع نامناسب گردشگران در فصول سال	۱۷۹	۳/۵	۰/۱۵	۰/۵۲
W4	کمبود نیروی متخصص و کارآمد در ارائه خدمات و توسعه فعالیت‌های گردشگری	۱۹۱	۳/۸	۰/۱۰	۰/۳۸
W5	نبود پایگاه اطلاعاتی مناسب در خصوص زمینه‌های گردشگری	۱۸۱	۳/۶	۰/۰۷	۰/۲۵
W6	نبود همگرایی در زمینه اتخاذ تصمیمات راهبردی در سطح منطقه	۱۸۲	۳/۶	۰/۰۵۳	۰/۱۹
W7	کمبود یا ضعف حمایت‌های دولتی جهت حمایت و تشویق بخش خصوصی در گردشگری منطقه	۱۸۷	۳/۷	۰/۰۳۶	۰/۱۳
W8	کمبود آژانس‌های گردشگری در منطقه	۱۷۳	۳/۴	۰/۰۲۵	۰/۰۸
W9	آب و هوای گرم و طاقت فرسا در نیمی از سال و به تبع آن کاهش مدت اقامت گردشگران	۱۸۸	۳/۷	۰/۰۱۸	۰/۰۶

جدول ۴) ماتریس خارجی (نقاط فرصت) منطقه آزاد اروند

کد	فرصت (O)	مجموع وزن	میانگین	وزن نسبی	نقطه فرصت
O1	نزدیکی به کشورهای همسایه عراق و کویت و قابلیت جذب گردشگران آن‌ها	۱۹۷	۳/۹	۰/۲۷	۱/۰۵
O2	دسترسی آسان به شبکه ریلی سراسری و فرودگاه بین المللی آبادان	۱۸۸	۳/۷	۰/۲۰	۰/۷۴
O3	فاصله کم و دسترسی کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس و امکان مناسب آن‌ها برای استفاده از قابلیت‌های گردشگری اروند	۱۹۴	۳/۸	۰/۱۵	۰/۵۷
O4	اقلیم مناسب در نیمه دوم سال برای توسعه فعالیت‌های گردشگری با توجه به فصل سرد در سایر مناطق کشور	۱۹۸	۳/۹	۰/۱۱	۰/۴۲
O5	کشاورزی مرغوب و پتانسیل ایجاد گردشگری کشاورزی	۱۸۵	۳/۷	۰/۰۸۲	۰/۳۰
O6	مشابهت‌های قومی و نزدیکی فرهنگی با ساکنین همسایگان خارجی مجاور	۱۹۶	۳/۹	۰/۰۶	۰/۲۳
O7	وجود بازار مرزی شلمچه و امکان راه‌اندازی تورهای گردشگری به منطقه خرید	۱۹۲	۳/۸	۰/۰۴۳	۰/۱۶
O8	ارتقای انگیزه و میل به گردشگری در شهروندان همسایگان خارجی	۱۸۷	۳/۷	۰/۰۳۲	۰/۱۱
O9	بهره‌گیری از امکانات اسکله‌های صیادی منطقه برای توسعه گردشگری دریایی	۱۷۷	۳/۵	۰/۰۲۴	۰/۰۸
O10	وجود ظرفیت‌های فراوان سرمایه‌گذاری با توجه به حذف مالیات در منطقه	۱۸۹	۳/۷	۰/۰۱۸	۰/۰۶

جدول ۵) ماتریس خارجی (نقاط ضعف) منطقه آزاد اروند

کد	تهدید (T)	شدت	احتمال	رتبه	نقطه ضعف
T1	ایجاد زیرساخت‌های مشابه در مناطق مجاور داخلی و خارج از کشور	۱۵۷	۳/۱	۰/۹۳	۰/۳۰
T2	تعارض میان فرهنگ گردشگران خارجی و مردم منطقه	۱۶۳	۳/۲	۰/۶۷	۰/۲۱
T3	ضعف تبلیغات و معرفی منطقه برای جذب گردشگر داخلی و خارجی	۱۸۸	۳/۷	۰/۵۵	۰/۱۵
T4	وجود نهادهای تصمیم گیرنده زیاد در این منطقه و عدم شکل‌گیری مدیریت واحد	۱۹۸	۳/۹	۰/۳۹	۰/۱۰
T5	نبود زیرساخت‌های لازم برای آب و هوای گرم و شرجی در بخش‌های زیادی از سال	۱۹۶	۳/۹	۰/۲۷	۰/۰۷
T6	نبود برنامه‌های اقتصادی کاربردی برای شناسایی و اصلاح ضعف‌ها و رقابت با مناطق گردشگری پیرامونی	۱۹۱	۳/۸	۰/۲۰	۰/۰۵۳
T7	تحریم‌ها و تبلیغات منفی کشورهای غربی نسبت به ایران	۲۱۰	۴/۲	۰/۱۵	۰/۰۳۶
T8	تهدیدهای ناشی از پدیده ی گرد و غبار	۲۰۴	۴	۰/۱	۰/۰۲۵
T9	افزایش قیمت زمین بخاطر بورس بازی و بطبع افزایش بارمالی گردشگری	۱۷۹	۳/۵	۰/۰۶	۰/۰۱۸

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

در نهایت با توجه به نمره‌های به دست آمده از قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها، اولویت بندی نهایی صورت گرفته است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که از میان نقاط قوت شهر اروند موقعیت جغرافیایی و ژئواستراتژیکی منطقه آزاد اروند در خاورمیانه با آماره نهایی ۰/۹۹ برترین نقاط قوت منطقه آزاد اروند و وجود یادگارهای فراوان از دوران جنگ تحمیلی و ایجاد زیرساخت‌های گردشگری یادمانی با نمره نهایی ۰/۰۶ کم اهمیت ترین نقطه قوت منطقه آزاد اروند می‌باشد. از نقاط ضعف مورد مطالعه محدودیت توسعه گردشگری در منطقه ناشی از آلودگی فعالیت‌های عظیم نفتی و گازی و آلودگی محیط زیست در منطقه با آماره نهایی ۱/۰۲ مهم ترین نقطه ضعف و آب و هوای گرم و طاقت فرسا در نیمی از سال و به تبع آن کاهش مدت اقامت گردشگران با آماره نهایی ۰/۰۶ کم اهمیت ترین نقطه ضعف منطقه آزاد اروند می‌باشد. نتایج فرصت‌ها نشان می‌دهد که نزدیکی به کشورهای همسایه عراق و کویت و قابلیت جذب گردشگران آن‌ها با آماره نهایی ۱/۰۵ بهترین فرصت در جهت افزایش کارایی گردشگری منطقه اروند و وجود ظرفیت‌های فراوان سرمایه گذاری با توجه به حذف مالیات در منطقه با آماره نهایی ۰/۰۶ کم اهمیت ترین فرصت در این راستا است از تهدیدها ایجاد زیرساخت‌های مشابه در مناطق مجاور داخلی و خارج از کشور با آماره نهایی ۰/۹۳ مهم ترین عامل تهدید توسعه گردشگری منطقه آزاد اروند و افزایش قیمت زمین بخاطر بورس بازی و بطبع افزایش بارمالی گردشگری با آماره نهایی ۰/۰۶ کم اهمیت ترین تهدید شناسایی گردیده است.

جدول ۶) اولویت بندی قابلیت‌ها و محدودیت‌های درونی توسعه گردشگری منطقه آزاد اروند

رتبه	قوت	رتبه	ضعف	رتبه
۹	موقعیت جغرافیایی و ژئواستراتژیکی منطقه آزاد اروند در خاورمیانه	۴	محدودیت توسعه گردشگری در منطقه ناشی از آلودگی فعالیت‌های عظیم نفتی و گازی و آلودگی محیط زیست در منطقه	۹
۱	بزرگترین صادر کننده انواع کالا در میان مناطق آزاد ایران	۸	فقدان زیرساخت‌های مناسب در افزایش جذب گردشگران	۱
۷	دسترسی و وجود منابع آب شیرین فراوان در منطقه	۹	توزیع نامناسب گردشگران در فصول سال	۷
۲	اختصاص بخش وسیعی از سطح محدوده به توسعه فعالیت‌های گردشگری	۱۰	کمبود نیروی متخصص و کارآمد در ارائه خدمات و توسعه فعالیت‌های گردشگری	۲
۶	دسترسی به منبع آب شیرین و رودهای دائمی پرآب منطقه	۳	نبود پایگاه اطلاعاتی مناسب در خصوص زمینه‌های گردشگری	۶
۵	وجود ظرفیت‌های گردشگری صنعتی در منطقه آزاد اروند	۶	نبود همگرایی در زمینه اتخاذ تصمیمات راهبردی در سطح منطقه	۵
۴	وجود جزیره زیبای مینو و توسعه گردشگری طبیعی	۱	کمبود یا ضعف حمایت‌های دولتی جهت حمایت و تشویق بخش خصوصی در گردشگری منطقه	۴
۸	وجود زیرساخت‌های درمانی مناسب برای گردشگران سلامت	۷	کمبود آژانس‌های گردشگری در منطقه	۸
۳	وجود جاذبه‌های زیبا و دیدنی مناسب با فعالیت‌های اگوتوریسم، گردشگری ساحلی، توریسم ورزشی به ویژه ددر نیمه دوم سال	۵	آب و هوای گرم و طاقت فرسا در نیمی از سال و به تبع آن کاهش مدت اقامت گردشگران	۳
۲	وجود یادگارهای فراوان از دوران جنگ تحمیلی و ایجاد زیرساخت‌های گردشگری یادمانی			

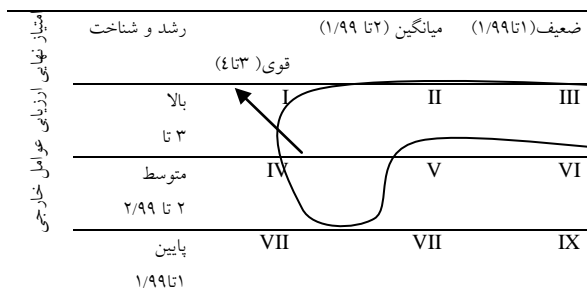
جدول ۷) اولویت بندی قابلیت‌ها و محدودیت‌های بیرونی توسعه گردشگری منطقه آزاد اروند

رتبه	تهدید	رتبه	فرصت
۹	ایجاد زیرساخت‌های مشابه در مناطق مجاور داخلی و خارج از کشور	۲	نزدیکی به کشورهای همسایه عراق و کویت و قابلیت جذب گردشگران آن‌ها
۸	تعارض میان فرهنگ گردشگران خارجی و مردم منطقه	۷	دسترسی آسان به شبکه ریلی سراسری و فرودگاه بین‌المللی آبادان
۶	ضعف تبلیغات و معرفی منطقه برای جذب گردشگر داخلی و خارجی	۴	فاصله کم و دسترسی کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس و امکان مناسب آن‌ها برای استفاده از قابلیت‌های گردشگری اروند
۳	وجود نهادهای تصمیم گیرنده زیاد در این منطقه و عدم شکل‌گیری مدیریت واحد	۱	اقلیم مناسب در نیمه دوم سال برای توسعه فعالیت‌های گردشگری با توجه به فصل سرد در سایر مناطق کشور
۴	نبود زیرساخت‌های لازم برای آب و هوای گرم و شرجی در بخش‌های زیادی از سال	۹	کشاورزی مرغوب و پتانسیل ایجاد گردشگری کشاورزی
۵	نبود برنامه‌های اقتصادی کاربردی برای شناسایی و اصلاح ضعف‌ها و رقابت با مناطق گردشگری پیرامونی	۳	مشابهت‌های قومی و نزدیکی فرهنگی با ساکنین همسایگان خارجی مجاور
۱	تحریم‌ها و تبلیغات منفی کشورهای غربی نسبت به ایران	۵	وجود بازار مرزی شلمچه و امکان راه‌اندازی تورهای گردشگری به منطقه خرید
۲	تهدیدهای ناشی از پدیده ی گرد و غبار	۸	ارتقای انگیزه و میل به گردشگری در شهروندان همسایگان خارجی
۷	افزایش قیمت زمین بخاطر بورس بازی و بطبع افزایش بار مالی گردشگری	۱۰	بهره‌گیری از امکانات اسکله‌های صیادی منطقه برای توسعه گردشگری دریایی
		۶	وجود ظرفیت‌های فراوان سرمایه‌گذاری با توجه به حذف مالیات در منطقه

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

تعیین موقعیت و مطلوبیت گردشگری منطقه آزاد اروند با تاکید بر سیاست در این منطقه به منظور مشخص ساختن موقعیت گردشگری منطقه آزاد اروند با تاکید بر سیاست از ماتریس و شکل ۳ استفاده گردید. بر اساس نتایج این ماتریس چنانچه جمع امتیاز نهایی عوامل داخلی بر روی محور Xها در محدوده ۱ تا ۱/۹۹ قرار گیرد، نشان دهنده ضعف داخلی سیستم و در این پژوهش نشان دهنده عدم مطلوبیت سیاست در منطقه آزاد اروند می‌باشد. چنانچه امتیازها بین ۲ تا ۲/۹۹ قرار گیرد، سیستم در وضع متوسط و در این پژوهش نشان دهنده وضعیت نیمه مطلوب موضوع فوق چنانچه امتیازها بین ۳ تا ۴ قرار گیرند، نشان دهنده قوت سیستم و مطلوبیت موضوع فوق یعنی سیاست در منطقه آزاد اروند می‌باشد. به همین شیوه جمع امتیاز نهایی عوامل خارجی بر روی محور Yها از ۱ تا ۱/۹۹ نشان دهنده ضعف منطقه و عدم مطلوبیت موضوع، امتیازهای ۲ تا ۲/۹۹ نشان دهنده متوسط بوده، وضعیت سیستم و نیمه مطلوب بودن موضوع و نهایتاً امتیازهای ۳ تا ۴ نشان دهنده قرار گرفتن منطقه در وضعیت عالی و مطلوبیت کامل موضوع می‌باشد.

امتیاز نهایی ارزیابی عوامل داخلی (IEE)

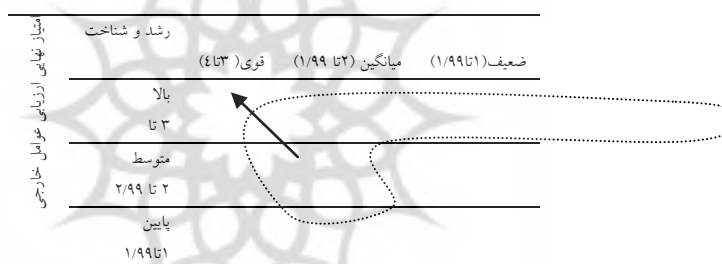


شکل (۳) ماتریس راهبردها و اولویت‌های اجرایی SWOT

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

علاوه بر این ماتریس فوق را می‌توان به سه ناحیه عمده تقسیم کرد و بر اساس آن برای هر یک از نواحی راهبردهای متفاوتی اتخاذ نمود. نخست برای بخش‌هایی که در خانه‌های ۱، ۲ یا ۴ (از بالا و از چپ به راست) قرار می‌گیرند؛ باید راهبردهای را به اجرا درمی‌آورد که موجب رشد و ساخت (توسعه) گردد. دوم، برای واحدهای از سیستم که در خانه‌های ۳، ۵ یا ۷ قرار می‌گیرند، باید راهبردهایی را به اجرا در آورد که هدفشان حفظ و نگهداری وضع موجود باشد و سوم، برای واحدهایی که در خانه‌های ۶، ۸ یا ۹ قرار می‌گیرند، باید راهبردهای برداشت محصول یا رها کردن را به خاطر عدم مطلوبیت در نظر گرفت.

بر اساس نتایج، جمع ماتریس داخلی برابر با ۳/۴۱ و میانگین ماتریس خارجی ۳/۵۲ به دست آمده است که بر اساس قواعد ماتریس راهبردی SWOT مشخص می‌گردد که سیاست‌های منطقه اروند در جذب و توسعه گردشگری این منطقه در وضعیت مطلوبی قرار دارند. همچنین بر اساس قواعد تکنیک راهبردی SWOT و بر اساس نمره‌های نهایی به دست آمده موقعیت گردشگری منطقه اروند با تاکید بر سیاست در این منطقه در ناحیه اول قرار می‌گیرند که این امر نشان می‌دهد با توجه به مطلوبیت سیاست‌های این منطقه باید نظر مسئولین و کارشناسان به سوی راهبردهای رشد و ساخت (توسعه) باشد.



شکل (۴) موقعیت گردشگری منطقه آزاد اروند با تاکید بر سیاست در این منطقه

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

بعد از مشخص شدن جمع امتیازهای وزنی هر یک از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها و درصدهای محاسبه (جدول ۸)، نوع راهبرد مناسب برای بهبود و توسعه گردشگری منطقه آزاد اروند، راهبرد بازنگری می‌باشد. چرا که همانگونه که جدول (۹) نشان می‌دهد منطقه آزاد اروند از نظر قابلیت‌ها دارای بیشترین فرصت و از نظر محدودیت دارای بیشترین ضعف‌ها بوده است. به عبارت دیگر بر اساس درصدهای به دست آمده از قابلیت‌ها (قوت و فرصت) فرصت‌ها با ۲۶/۸۴ درصد و از محدودیت‌ها (ضعف و تهدید) ضعف‌ها با ۲۴/۶۸ درصد در بالاترین سطح قرار داشته‌اند. بنابراین بر طبق تعاریف آورده شده در تکنیک سوات و بر اساس مفروضات آن راهبرد نوع سوم (راهبرد بازنگری WO) انتخاب می‌گردد. این راهبرد منطق خود را بر حداکثر استفاده از فرصت‌های موجود و بهره‌گیری از فرصت‌های موجود در محیط خارجی می‌کوشند نقاط ضعف داخلی را بهبود بخشد. به عبارت دیگر این استراتژی به منظور به حداقل نمودن ضعف‌های داخبل برای بیشترین استفاده از فرصت‌های محیطی طراحی می‌شوند که طی آن از فرصت‌ها جهت کم‌رنگ نمودن نقاط ضعف استفاده می‌شود.

جدول ۸) مجموع امتیاز وزنی متغیرها در تکنیک SWOT در منطقه آزاد اروند

ابعاد	قوت (S)	ضعف (W)	فرصت (O)	تهدید (T)
جمع امتیاز	۳/۴۰	۳/۴۲	۳/۷۲	۳/۳۲

جدول ۹) محاسبه درصد قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها و تعیین راهبرد در منطقه آزاد اروند:

نام شاخص	SWOT				O	T	W	S	درصد
	عوامل داخلی	عوامل خارجی	عوامل مثبت	عوامل منفی					
راهبرد بازنگری									
	۴۹/۲۲	۵۰/۷۹	۵۲/۳۸	۴۴/۶۳					(WO)

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

در این بخش ابتدا ماتریس عوامل مختلف ناشی از قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها که از منظر سیاسی برگردشگری منطقه اروند تأثیرگذار می باشد، تشکیل گردید و از کارشناسان خواسته شد تا در قالب پرسشنامه طراحی شده به آنها امتیاز دهند. برای تعیین میزان اهمیت و ارزش هریک از عوامل بدست آمده در زمینه نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدات که متوجه گردشگری منطقه آزاد اروند می باشد، جداولی طراحی گردید که:

- در ستون اول نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدات ارائه شده است.

- در ستون دوم، براساس نظریات کارشناسی افراد، برحسب میزان اهمیت هریک از عوامل چهارگانه نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدات در آینده و برحسب میزان اهمیت آنها در چگونگی توسعه آینده گردشگری منطقه از ۱ تا ۵ امتیاز تعلق می گیرد. هرچه اهمیت موضوع از نظر فرد کارشناس بیشتر باشد به همان نسبت نیز امتیاز بیشتر تعلق می گیرد.

- درستون سوم که ستون وزن نسبی گفته می شود، وزن نسبی هریک از عوامل که حاصل تقسیم وزن هر یک از عوامل گروه‌های چهارگانه (نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید) بر مجموع امتیازاتی است که به آن دسته اختصاص یافته است. مجموعه این عوامل یک می باشد.

- در ستون چهارم، رتبه یا درجه هریک از عوامل مطرح شده در گروه‌های چهارگانه تعیین شده است. از نظر کارشناس به هریک از این عوامل امتیاز ۱ تا ۴ تعلق می گیرد. بدیهی است که امتیاز ۴ به معنای اهمیت درجه و یا رتبه عامل مطرح شده در توسعه گردشگری در وضع موجود می باشد.

- در ستون بعدی مجموع امتیاز یا امتیاز نهایی که به هریک از موارد مطرح شده در قالب گروه‌های چهارگانه (نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید) محاسبه شده است. این امتیاز حاصل ضرب امتیاز نسبی عوامل بدست آمده در امتیاز رتبه یا درجه عوامل می باشد.

در ادامه جهت بررسی تأثیر سیاست گردشگری و نقش آن در توسعه اقتصادی منطقه آزاد اروند، اطلاعات ورودی را دو بخش ارزیابی محیط داخلی (نقاط ضعف و قوت) و ارزیابی محیط خارجی (تهدیدها و فرصتها) مورد تفکیک و تحلیل قرار دادیم. ارزیابی عوامل تأثیر گذار داخلی بر توسعه اقتصادی منطقه آزاد اروند طی چهار گام مورد ارزیابی قرار گرفت. در گام اول عوامل داخلی تأثیر گذار بر گردشگری منطقه مورد شناسایی قرار گرفت و با پرسشگری از مدیران محلی و افراد مرتبط با مسئله گردشگری عوامل موثر تعیین گردیدند. این عوامل در برگیرنده نقاط قوت و ضعف بخش گردشگری با تقسیم بندی درسه بخش کالبدی، محیطی و اجتماعی و سیاسی بترتیب گروه‌بندی، وزن دهی و رتبه‌بندی شدند. در نهایت امتیاز نهایی این بخش محاسبه گردید جداول (۱) و (۲).

عوامل خارجی اثر گذار در چهار گام مورد ارزیابی قرار گرفتند. در گام اول عوامل خارجی تأثیر گذار بر بخش گردشگری تعیین و عوامل در سه بخش کالبدی، محیطی و اجتماعی - سیاسی استخراج گردیدند. این عوامل شامل مواردی است که

موجب فرصت برای بخش گردشگری می‌شود یا ممکن است بخش گردشگری را مورد تهدید قرار دهد. در گام دوم اهمیت عوامل خارجی مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفت و بر اساس میزان اهمیت به هر کدام وزن داده شد. این وزن‌ها بر اساس پرسشگری از کارشناسان محلی و با استفاده از تکنیک دلفی به دست آمد. در گام سوم به هریک از عوامل خارجی که موجب موفقیت در بخش گردشگری می‌شوند رتبه داده شد. در گام چهارم مجموع امتیاز نهایی هر یک از عوامل خارجی محاسبه و مورد ارزیابی قرار گرفت جداول (۳) و (۴).

با متصل کردن نقاط مربوط به این عوامل بر روی نمودار فوق، مساحت ربعی که دارای وسعت بیشتری بود به عنوان تعیین کننده نوع استراتژیهای انتخابی ملاک عمل قرار گرفت. همانطور که نمودار فوق نشان می‌دهد، استراتژی‌های انتخابی در این پژوهش از نوع استراتژی‌های بازنگری (WO) یعنی رابطه حداقل - حداکثری می‌باشد که هدف از آن این است که با بهره‌گیری از فرصتهایی که متوجه گردشگری در منطقه آزاد اروند می‌باشد، نقاط ضعف و کاستیهای آن پوشش داده می‌شود شکل (۵).

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی پژوهشی

به طور کلی توسعه گردشگری به تقویت شناخت و روابط بین المللی و توسعه مهارت‌های برنامه‌ریزان در جوامع میزبان منجر می‌شود. گردشگری در عین حال می‌تواند منجر به تحریف ماهیت صحیح وقایع به منظور منعکس کردن ارزش‌های نظام سیاسی، ناتوانی در کسب اهداف، استشهادهای اقتصادی مردم محلی به منظور راضی نگه داشتن رجال سیاسی شود. آثار سیاسی توسعه گردشگری: تلاش برای ایجاد ثبات سیاسی در کشور، اعتدالی سطح امنیت در جامعه، کاهش کشمکش‌های سیاسی به علت کاهش نرخ بیکاری در کشور، تلاش برای تقلیل آشوب‌ها و تشنجات سیاسی در کشور، برقراری تماس بین قومیت‌ها و ملیت‌های گوناگون و ارتقای درک متقابل بین آنها، افزایش احترام متقابل بین جوامع مختلف می‌باشد.

در این پژوهش بررسی مهمترین عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری منطقه آزاد اروند از منظر سیاسی با استفاده از مدل SWOT نشان داد که ۱- تأثیر عوامل بیرونی اعم از فرصت‌ها و تهدیدها، بر صنعت گردشگری در منطقه آزاد اروند بیشتر است. ۲- مناسبترین رویکرد انتخابی در زمینه تدوین راهبردها و استراتژیهای توسعه گردشگری در منطقه، رویکرد کمینه- بیشینها استراتژی‌های بازنگری (WO) می‌باشد تا در راستای آن نهایت بهره‌گیری از فرصت‌ها و قابلیت‌های بیرونی جهت تقویت و ارتقای ضعفهای درون منطقه ای جهت برنامه‌ریزی گردشگری فراهم گردد.

بر این اساس منطقه آزاد اروند می‌تواند ضمن استفاده از فرصت‌ها و پتانسیلهای پیرامونی چون جاذبه‌های متعدد گردشگری، قرارگیری در حوزه ژئوپلیتیکی خلیج فارس، نزدیکی به بزرگترین و مهم ترین انبار انرژی جهان، مجاورت با مراکز بزرگ صنعتی و کشاورزی و توأم با مدیریت و برنامه ریزی صحیح به عنوان یکی از محورهای مهم ژئوپلیتیک و گردشگری در سطح ملی و منطقه ای مطرح شود.

بر این اساس مهمترین فرصت‌های بیرونی در راستای پاسخگویی به ضعف‌ها و نارسائی‌های منطقه جهت تأثیر مثبت و پایدار عوامل سیاسی بر گردشگری منطقه آزاد اروند به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- تدوین نقشه راه گردشگری منطقه آزاد اروند به نحوی که منافع همه ذینفعان در آن دیده شده باشد.

- استفاده موثر از ظرفیت وجود خلیج فارس و رونق گردشگری دریایی و جذب آن به منطقه آزاد.
- ارتقای استانداردهای زیست محیطی در راستای احداث هرگونه پروژه وسازه‌ی توسعه‌ای.
- پایش نمونه‌های مشابه در برنامه ریزی نواحی ساحلی و استفاده از تجارب کشورهای دیگر.
- ایجادساز و کارهای رونق گردشگری و اختصاص مشوق‌های مالی برای جلب سرمایه‌گذاران.
- استفاده ویژه از فرهنگ، موسیقی و آداب محلی برای رونق گردشگری در منطقه.
- پایش مداوم فعالیت‌های توسعه گردشگری در کشورها و مناطق همجوار در راستای بروزرسانی فعالیتهای گردشگری
- ایجاد دفاتر، شرکتها و موسسات گردشگری در خارج از مرزها در کشورهای هدف
- ایجاد زمینه‌های همکاری با موسسات خبره گردشگری جهان در راستای تقویت برنامه ریزی و آموزش مدیران و نیز
- کادری گردشگری و نیروی انسانی وابسته به فعالیتهای گردشگری منطقه.
- ایجاد رشته‌های دانشگاهی مربوط به گردشگری در دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی منطقه در راستای تربیت نیروی انسانی دانش‌آموخته در زمینه گردشگری
- استفاده از موقعیت ژئواستراتژیکی استقرار خود و ایجاد زمینه‌های میزبانی در برگزاری جشن‌ها، همایش‌ها و نمایشگاه‌های مختلف در راستای ارتقای گردشگری منطقه.
- بهره‌گیری از نهادهای مدیریتی و سیاسی کشور در راستای اتصال کربدورهای ارتباطی نظیر خطوط ریلی با کشورهای همسایه در جهت افزایش جذب گردشگران وارده به منطقه.
- ایجاد سازوکارهای مناسب تبلیغاتی برای معرفی تنوع فعالیتهای گردشگری که در سطح منطقه و مقابله با کارشکنی‌ها و تبلیغات منفی در زمینه ایران هراسی و نبود امنیت در کشور و در منطقه.
- بهره‌گیری از ویژگیها، فرهنگها و آداب و رسوم محلی و معرفی تولیدات سنتی و صنایع دستی منطقه و برند کردن آنها
- ضمن برگزاری همایشهای گردشگری در کشورهای همسایه برای جذب گردشگران بیشتر.
- شناسایی مناطق حساس اکولوژیکی و برنامه ریزی برای مدیریت بهره‌مندی آینده نگرانه از آنها.
- ارائه خدمات برای گردشگران خارجی در حد استانداردهای جهانی برای جلب رضایتمندیگردشگران.
- ایجاد امنیت و تلاش برای ثبات اقتصادی و سیاسی در مورد جلب رضایت گردشگران خارجی و داخلی.
- ایجاد بوم‌گردهای محلی آموزش دیده برای خدمات دهی به گردشگران داخلی و خارجی.

منابع

- Akbari, A& Vagharkhloo, M. (2015). Ecotourism (a concept of tourism geography), Encyclopedia Foundation of Iran, first edition.(Persion).
- Edgel S , David L.; Maria del M, Allen; Smith, G& Jason R(2013). Policy-making in the tourism industry yesterday, today, tomorrow. Translation: Hamid Zargham Borujeni and Morteza Bazrafshan. Tehran: Cultural Research Office.
- Edgell. D.L; Allen. M.D; Smith. G; & Swanson. G.R (2008). Tourism Policy and Planning: Yesterday. Today and Tomorrow. Elsevier.
- Mahmoudi, B & Derakhshan, S. (2019). Strategic planning of tourism development in Anshan tourism sample area in Khuzestan province, tourism research and sustainable development, No. 1 (4) .: 1-10. (Persion).

- Nastaran, M & Rezaei Shahabi, R (2009). Analysis of multiplication coefficient model in the development of tourism industry in East Azerbaijan province, Armanshahr architecture and urban planning, Volume 2, Number 2: 8-1. .(Persion)
- Patuleia, M Estevão JV (2020). Nautical Tourism: Research Perspectives, Politics, and Practices, Maritime and Coastal Tourism,10(40):17.
- Quang Hung D & Jeng Fung C, (2013) Prioritizing the Factor Weights Affecting, Tourism Performance by FAHP, International Journal of Engineering Business Management Taichung, Taiwan.
- Sadr Mousavi. M& Dakhili,J.(2003). Assessing the status of tourism facilities in East Azerbaijan province from the perspective of tourists, Geographical research, Volume 39, Number 9: 1818.(Persian)
- Saedi, A, Beheshti, S M; Rezvani, R. (2012). Basic Obstacles to Policy Making from the Perspective of Elites, Journal of Tourism Planning and Development, Volume 2, Number 2: 56-33. .(Persion).
- Yamaguchi, Y., (2005), "Sport Tourism, Sport Volunteer and Sport for All", Journal of Asian Sport for all, 1,: 29-36
- Zarghami Borujeni, H & Bazrafshan, M. (2015). Framework for formulating tourism policies of the Islamic Republic of Iran, Bi-Quarterly Journal of Social Studies in Tourism, Fourth Year, No. 8: 77-51. .(Persion).
- Zarghami Borujeni, H& Shalbafian, A. (2013). Tourism policies of countries (comparative study). Second Edition: The Court. .(Persion).
- Veisi, H. (2017). A Study of Tourism Industry Policy in the Upstream Laws of the Islamic Republic of Iran, Quarterly Journal of Strategic Studies of Public Policy, Volume 7, Number 25: 93-112.
- Hashemi Rad, Seyed Ali Akbar (2015).