

ارزیابی عوامل موثر در توسعه صنعت گردشگری منطقه آزاد چابهار با بهره گیری از روش فرایند تحلیل شبکه ای (ANP)*

دکتر زهرا سادات سعیده زرآبادی^۱، بهار عبدالله^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۲/۱۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۲/۰۳

چکیده:

گردشگری صنعتی است که توسعه آن نیازمند شناخت و آگاهی کافی از مسائل و عوامل مؤثر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در هر منطقه است. منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار یکی از مناطق آزاد ایران است که با توسعه کارکردهای گردشگری می تواند سبب توسعه منطقه ای در جنوب شرق کشور شود. این منطقه با وجود جاذبه های متعدد گردشگری، نزدیکی به کشورهای حوزه خلیج فارس و همچنین برخورداری از منطقه آزاد تجاری-صنعتی، می تواند با مدیریت و برنامه ریزی صحیح به قطب مهمی در سطح منطقه تبدیل و به عنوان یکی از محورهای مهم گردشگری کشور مطرح شود. در این راستا هدف از انجام این پژوهش، ارزیابی و اولویت بندی عوامل موثر در توسعه گردشگری منطقه آزاد چابهار و ارائه راهکارهایی به منظور توسعه صنعت گردشگری در این منطقه می باشد.

در پژوهش حاضر، روش تحقیق براساس نوع هدف، کاربردی و براساس نوع روش، توصیفی-تحلیلی است. بنابراین در تبیین ادبیات و سوابق موضوع و ارائه مدل شبکه ای پژوهش، از مطالعات کتابخانه ای و برای جمع آوری اطلاعات با توجه به ماهیت تحقیق از روشهای میدانی استفاده گردیده است. همچنین به منظور ارزیابی و اولویت بندی شاخص های ارائه شده از روش فرایند تحلیل شبکه ای (ANP) استفاده شده است.

نتایج پژوهش تعیین می کند که از میان شاخص های مورد بررسی، «زیرساخت های گردشگری» و «توان اقتصادی» بیشترین سهم را در توسعه منطقه ایفا می کنند. در واقع یافته ها نشان می دهد که این منطقه علی رغم برخورداری از ظرفیت تبدیل شدن به یک منطقه نمونه گردشگری، کمبود زیرساخت ها و ضعف تبلیغات را به عنوان موانع اساسی در راه رسیدن به توسعه گردشگری دارد. همچنین وجود فرصتهای شغلی، جاذبه های ورزشی-تفریحی و برخورداری از جذابیت های طبیعی به عنوان نقاط قوت و جاذب در کنار سرمایه گذاری های زیر بنایی، از مهمترین رهیافتهای به منظور توسعه گردشگری در این ناحیه تلقی می گردند.

واژه های کلیدی:

توسعه گردشگری، منطقه آزاد چابهار، روش فرایند تحلیل شبکه ای (ANP).

۱. استادیار، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران. z.zarabadi@srbiau.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی منطقه ای، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

bahar.abdolah86@yahoo.com

مقدمه

۱. بررسی مفاهیم پایه و مبانی نظری

توسعه اقتصادی در هر کشوری نیازمند سرمایه گذاری در بخش ها و فعالیت های مختلف اقتصادی آن کشور است و بدون سرمایه گذاری در طرح های زیربنایی و روبنایی نمی توان انتظار گسترش اشتغال، تولید و رفاه اقتصادی را داشت. برای تحقق این مهم، امروزه بسیاری از کشورهای جهان، تمایل شدیدی به جذب سرمایه های خارجی پیدا کرده اند (شاگری و سلیمی، ۱۳۸۵: ۹۵). در این راستا بسیاری از کشورها اعم از توسعه یافته و یا در حال توسعه اقدام به تأسیس مناطق آزاد نموده اند. یکی از راهبردهای مهم در جهت تحقق اهداف مذکور، توسعه فعالیت های گردشگری در این مناطق می باشد (ابراهیم زاده و آقاسی زاده، ۱۳۹۰، ۵).

در واقع مناطق آزاد تجاری با داشتن قابلیت هایی در جهت افزایش صادرات، اشتغالزایی، جذب سرمایه گذاری خارجی و جذب گردشگران داخلی و خارجی می توانند نقش مهمی در اقتصاد کشور ایفا کنند و همچنین ساختار اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و قوانین حاکم بر آنها می تواند بستر مناسبی را برای توسعه گردشگری مهیا نماید. از این رو گردشگری در مناطق آزاد نقش مهمی را در نحوه برنامه ریزی و اتخاذ تصمیمات متناسب با قابلیت های این مناطق ایفا می کند. به عبارتی هر چند ماهیت ابتدایی و اصل پیدایش این مناطق بر اساس مولفه های اقتصادی شکل گرفته است اما سرمایه گذاری در زیرساخت ها و استفاده از توانهای بالقوه منطقه ای به منظور توسعه گردشگری از اهمیت خاصی برخوردار است (قادری، فرجی راد و بروجنی، ۱۳۹۰: ۱۰۲).

از این رو می توان گردشگری را یکی از مهمترین فعالیت های انسان معاصر دانست که همراه با بوجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و روش زندگی انسانها را دگرگون می سازد. همچنین این مقوله یکی از عوامل بسیار مهم در راستای تبادل فرهنگی و آشنایی با ملل دیگر از ابعاد متعدد طبیعی، فرهنگی و غیره می باشد (Sharplay, 2008, 67).

در واقع مجموع فعالیت هایی که گردشگر به عنوان بخشی از سفر انجام می دهد و هر گونه فعالیت و فعل و انفعالی را که در جریان سفر یک سیاحتگر اتفاق می افتد را می توان گردشگری تلقی کرد. در این راستا، گردشگری به مجموعه ای از فعالیت ها نظیر برنامه ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و غیره اطلاق می شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می افتد (Mill, 1992 : 29 and Morrison).

گردشگری مانند هر موضوع چند بعدی دیگر، یک سیستم است. به تبع این خصیصه و این که هر سیستم از اجزایی تشکیل می شود، گردشگری نیز عناصر و اجزایی دارد که با ترکیب یکدیگر، یک کلیت را

امروزه گردشگری^۱ در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است و بسیاری از برنامه ریزان از آن به عنوان رکن اصلی توسعه یاد می کنند. در واقع گردشگری در بسیاری از کشورهای جهان، یکی از پیچیده ترین کسب و کارهای بشری می باشد و به عنوان فعالیتی چند وجهی دارای کارکردها و اثرات مثبت گوناگون است که از جمله آنها می توان به اشتغالزایی، کسب درآمد، جذب ارز و تقویت زیرساختها و ... اشاره کرد (قادری، فرجی راد و بروجنی، ۱۳۹۰: ۱۰۲). از سویی دیگر، بسیاری از کشورها در راستای دستیابی به اهدافی چون توسعه اقتصاد ملی، جذب سرمایه گذاری - های خارجی، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و توسعه منطقه ای اقدام به تأسیس مناطق آزاد نموده اند. از این رو توسعه فعالیت های 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 می گیرد.

منطقه آزاد چابهار، از جمله مناطق آزاد ایران است که با گذشت دو دهه از تأسیس آن، عملکرد موفقیت آمیزی نداشته و به اهداف اقتصادی خود دست نیافته است. این منطقه به دلیل برخورداری از موقعیت خاص جغرافیایی و اقلیمی و توان های بالقوه و بکر گردشگری نظیر تپه های گل فشان، تالاب لیپار، کوه های مریخی و ... می تواند نقش مهمی را در توسعه صنعت گردشگری چابهار و تبدیل آن به یک مقصد گردشگری ایفا کند و این امکان را فراهم آورد که علاوه بر تجارت کالا که از ویژگیهای مناطق آزاد است، شکل دیگری از اقتصاد یعنی گردشگری در این منطقه در نظر گرفته شود. بر این اساس هدف از انجام این پژوهش، شناسایی عوامل موثر در توسعه گردشگری منطقه آزاد چابهار و نقش این عوامل در توسعه اقتصادی منطقه می باشد تا از این طریق تنوع در کسب درآمدهای ارزی و در نتیجه رشد و شکوفایی منطقه حاصل گردد. در این راستا، این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سوال است که: «عوامل موثر بر توسعه گردشگری منطقه آزاد چابهار کدامند و کدامیک از این عوامل می تواند بیش ترین نقش را در توسعه منطقه ایفا نماید؟»

بدین منظور، ابتدا مهم ترین مفاهیم مرتبط با گردشگری در مناطق آزاد مطرح می گردد. سپس با توجه به مبانی نظری پژوهش، شاخص های موثر در توسعه گردشگری مناطق آزاد استخراج می شود. در ادامه با استفاده از روش فرایند تحلیل شبکه ای (ANP)، شاخص های ارائه شده مورد ارزیابی و رتبه بندی قرار گرفته و در پایان نیز با توجه به نتایج ارزیابی، راهکارها و پیشنهاداتی جهت توسعه گردشگری در منطقه آزاد چابهار ارائه می گردد.

نقل، واسطه های سفر و واسطه های بازاریابی) و عرضه گردشگری در مقصد (جاذبه ها، خدمات و تسهیلات و زیرساخت ها) را نشان می دهد (Vanhove, 2005 : 75). به طور کلی می توان گفت نظام گردشگری متشکل از عناصری می باشد که این عناصر به عنوان مهم ترین عوامل در توسعه صنعت گردشگری مطرح می شوند (نمودار ۱).

به وجود می آورند. درک درست هر سیستم به شناخت اجزای سیستم و کلیت آن نیازمند است (شماعی و موسی وند، ۱۳۹۰: ۲۹). بر این اساس ونهوف^۲ در سال ۲۰۰۵، نظام گردشگری را به عنوان چارچوبی تعریف می کند که بر هم کنش بین تقاضای گردشگری (عوامل تعیین کننده، انگیزه ها و رفتار خریداران)، عناصر اتصالی (حمل و



نمودار ۱. عناصر نظام گردشگری (Inskoop, 1991: 29)

میزبان باعث افزایش فرصت های تجاری به دلیل آشنایی آنها با کالاها و خدمات کشور میزبان می گردد.

۲. مسافرت های تجاری یکی از مولفه های مهم مسافرت های بین المللی است.

۴. تجارت اغلب باعث تداوم مسافرت به کشور مورد نظر می گردد. بدین ترتیب استنتاج می شود که تجارت علت گردشگری است و گسترش تجارت به دلیل گسترش صنعت گردشگری و افزایش تعداد جهانگردان ورودی به کشور تأثیر مضاعفی در روند توسعه اقتصادی کشور خواهد داشت (نافذی علمداری، ۱۳۹۰: ۳۵).

در واقع رونق تجارت در مناطق آزاد، رونق گردشگری را نیز به دنبال دارد. زیرا اگر امکانات تجارت و بازرگانی مطمئن در منطقه باشد، سرمایه گذاران و بازرگانان به منطقه سوق پیدا می کنند و دفاتر نمایندگی خود را در منطقه آزاد راه اندازی می کنند و منطقه آزاد می تواند با تبلیغات و ارائه خدمات مناسب و مطلوب، جاذبه های

در واقع توسعه گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیانهای اقتصادی جوامع دارد و گردشگری به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیر ساخت های اجتماعی که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می گردد، مطرح می شود (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱).

از این رو گردشگری یکی از مولفه های تجارت بوده و به عنوان صادرات نامرئی تلقی می شود. اما این مولفه متفاوت از سایر کالاها و خدمات تجارت بین الملل می باشد. زیرا گردشگر باید کالا را در کشور صادر کننده مصرف نماید.

در توجیه رابطه دو سویه گردشگری با تجارت می توان گفت:
۱. توسعه صنعت گردشگری در کشور میزبان باعث افزایش درآمدهای صادراتی خواهد شد.

۲. توسعه صنعت گردشگری و ورود جهانگردان خارجی به کشور

و توسعه امکانات و زیرساخت‌ها در مناطق آزاد به منظور تحقق آن. - برنامه‌ریزی به منظور جذب و افزایش گردشگران علمی و فرهنگی از کشورهای توسعه یافته، گردشگران خانوادگی، ایرانیان مقیم سایر کشورها و توسعه گردشگری داخلی در مناطق آزاد. به طور کلی می‌توان گفت منطقه آزاد از جمله ابزارهای توسعه اقتصادی است که در صورت موفقیت می‌تواند دستاوردهای زیادی را نظیر تأمین نیازهای توسعه اقتصاد ملی، برقراری ارتباط منظم بین اقتصاد ملی و اقتصاد جهانی و غیره برای کشورهای در حال توسعه به همراه داشته باشد و گردشگری نیز به مثابه صنعتی تأثیرگذار بر این مناطق، می‌تواند توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان را به خود جلب کند.

گردشگری منطقه را به آنان بشناساند. مسافرانی که به منطقه آزاد سفر می‌کنند علاوه بر تجارت، مقاصد تفریحی را نیز از جمله اهداف خود دارند(لی، ۱۳۷۸: ۶۸).

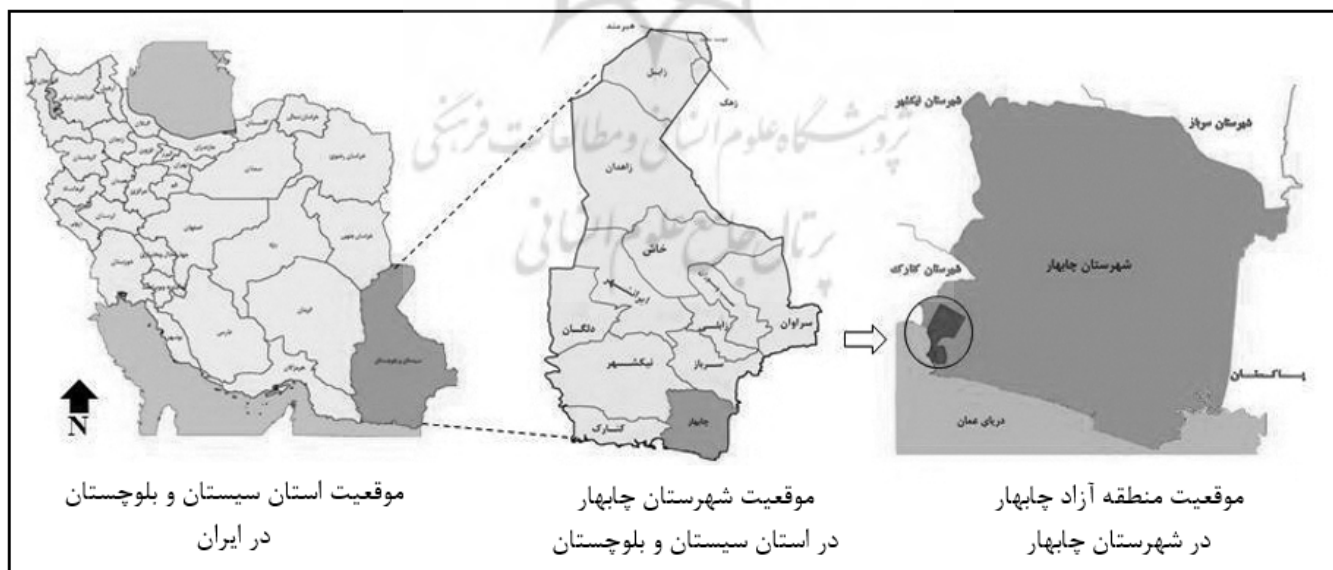
در مجموع، توسعه گردشگری در مناطق آزاد با دو هدف عمده همراه است که عبارتند از (شورای عالی مناطق آزاد تجاری- صنعتی ایران، ۱۳۸۶):

- توسعه گردشگری براساس جلب مشارکت و فعالیت سرمایه و تخصص داخلی و خارجی در زمینه‌های گردشگری ساحلی- دریایی، گردشگری طبیعی، گردشگری تجاری و غیره از طریق ایجاد بسترهای لازم برای طرح‌های گردشگری مناسب، بهسازی و سالم سازی محیط

۲. معرفی منطقه آزاد چابهار و قابلیت های گردشگری آن

شمال به کشورهای آسیای میانه و افغانستان، از شرق به پاکستان و از جنوب به اقیانوس هند اتصال می‌یابد. در شکل شماره ۱، موقعیت منطقه آزاد چابهار نشان داده شده است.

منطقه آزاد چابهار با مساحت ۱۴۰۰۰ هکتار، در منتهی الیه جنوب شرقی ایران، در شرق خلیج چابهار و در شمال آبهای دریای عمان قرار دارد. این منطقه واقع در شهرستان چابهار، استان سیستان و بلوچستان می‌باشد که به وسیله شبکه حمل و نقل زمینی و هوایی از



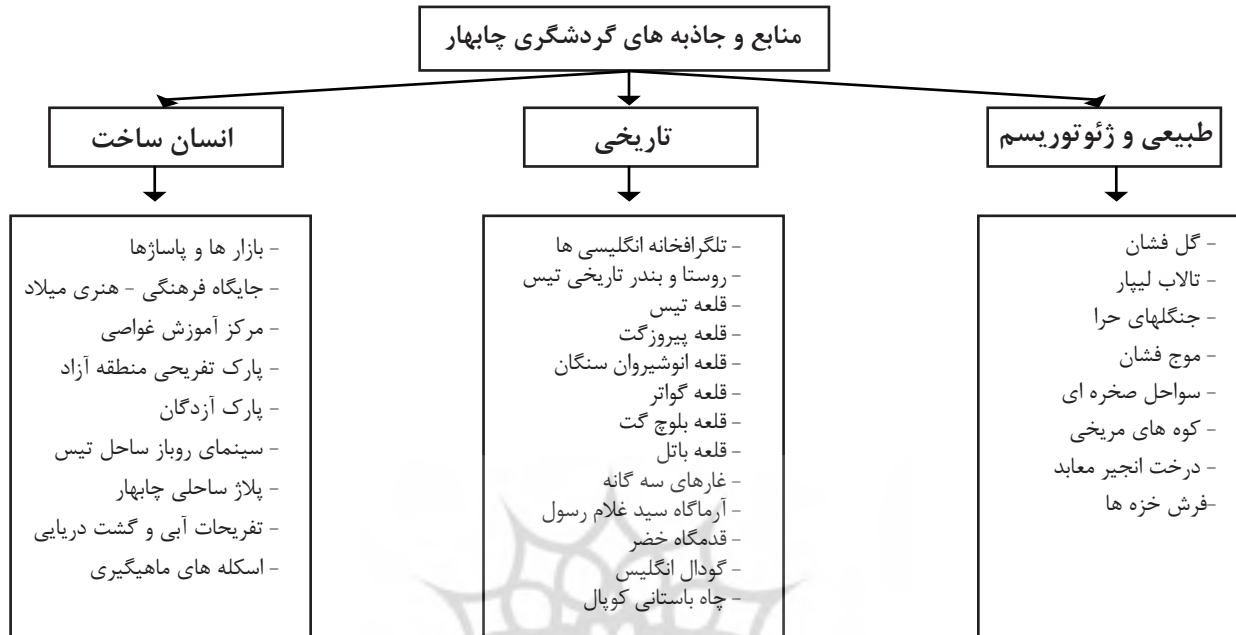
شکل ۱. معرفی محدوده مطالعاتی

میان کشورهای آسیای میانه و دیگر کشورهای جهان، قرار داشتن در خارج از خلیج فارس و همینطور عدم آسیب‌پذیری در مواقع بروز بحران، موقعیت استراتژیکی ویژه‌ای را برای این نقطه از کشور فراهم

از گذشته تاکنون چابهار به عنوان یکی از مراکز مهم تجاری کرانه های دریای عمان مطرح بوده و در تجارت خارجی ایران نقش ویژه ای داشته است. دسترسی مستقیم به آبهای آزاد، پل ارتباطی

هوایی و گونه‌های زیبا و متنوع گردشگری، قابلیت تبدیل شدن به یکی از مهم‌ترین مناطق گردشگری ایران را دارد. در نمودار شماره ۲، به معرفی منابع و جاذبه‌های گردشگری چابهار پرداخته شده است.

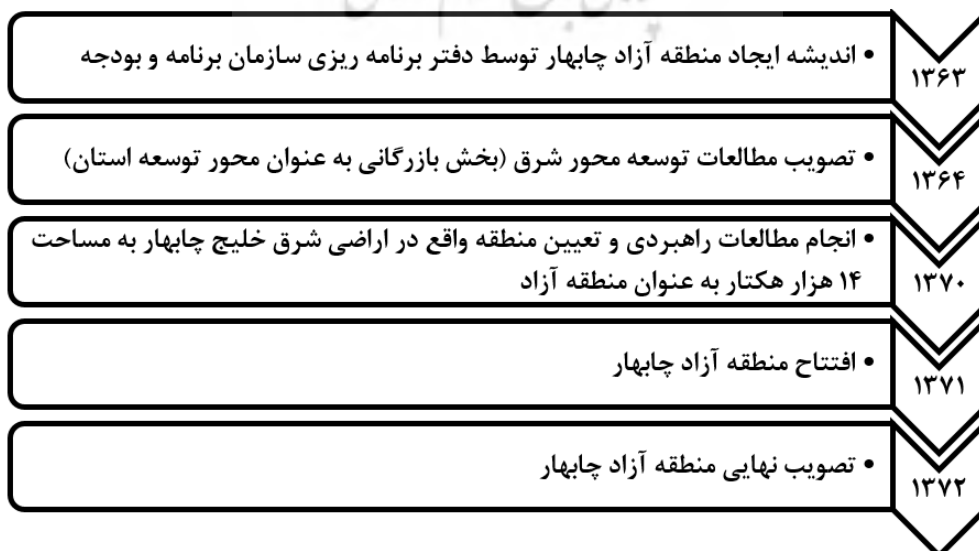
آورده است (سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار، ۱۳۸۶: ۱). این منطقه جزء معدود مناطق کشور است که مملو از جاذبه‌های کم نظیر طبیعی و تاریخی است و با برخورداری از شرایط مناسب آب و



نمودار ۲. منابع و جاذبه های گردشگری چابهار

معماری و شهرسازی، اراضی شمال شرق خلیج چابهار با مساحت ۱۴۰۰۰ هکتار به عنوان محدوده منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار به تصویب رسید و در بهمن ماه سال ۱۳۷۱ توسط رئیس جمهور وقت افتتاح گردید (حسینی، ۱۳۷۸: ۱۲۷). نمودار شماره ۳، نمایانگر پیشینه تاریخی و مراحل تکامل پروژه منطقه آزاد چابهار می‌باشد.

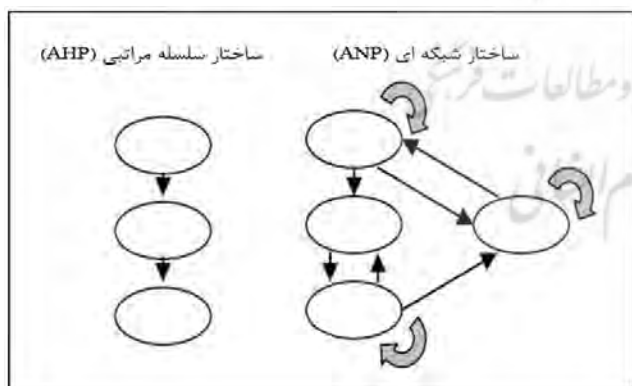
اندیشه‌ی ایجاد منطقه آزاد چابهار نخستین بار به طور رسمی در مطالعات توسعه محور شرق (مصوب سال ۱۳۶۴ هیات دولت)، با اولویت توسعه بخش بازرگانی به عنوان عامل و محور توسعه استان مطرح گردید و به استناد تبصره‌ی ۱۹ قانون برنامه اول توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و بنابر پیشنهاد شورای عالی



نمودار ۳. پیشینه تاریخی منطقه آزاد چابهار

موارد عناصر^۷ نامیده می شوند) در نظر می گیرد که با یکدیگر در خوشه^۸هایی جمع شده اند. تمامی عناصر در یک شبکه می توانند به هر شکل دارای ارتباط با یکدیگر باشند. به عبارتی، در یک شبکه، بازخورد^۹ و ارتباط متقابل میان خوشه ها امکان پذیر می باشد. سادگی و انعطاف پذیری، به کارگیری معیارهای کمی و کیفی به طور همزمان و قابلیت بررسی سازگاری در قضاوت ها از جمله ویژگی های روش ANP می باشد (زبردست، ۱۳۸۹: ۸۰).

در واقع فرایند تحلیل شبکه ای، چارچوبی اجرایی برای تحلیل- های عمومی و همکاری در تصمیم گیری ها ارائه می نماید و همه عوامل و معیارهای ملموس و غیرملموس را که تأثیر معناداری در ساخت بهترین تصمیم دارد، لحاظ و در نهایت اولویت های لازم را به منظور تصمیم گیری ارائه می کند (Tuzkaya, et al, ۲۰۰۷: ۱۴). همچنین برتری و تمایز ANP نسبت به AHP آن است که ANP وابستگی های متقابل بین عناصر را در نظر می گیرد و نگرش دقیقی به مسائل پیچیده ارائه می کند. در حالیکه AHP، وابستگی های متقابل بین عناصر تصمیم، یعنی وابستگی میان معیارها، زیرمعیارها و گزینه ها را در نظر نمی گیرد و ارتباط بین عناصر تصمیم را سلسله مراتبی و یک طرفه فرض می کند. در صورتی که بسیاری از مسائل تصمیم گیری نمی توانند به صورت سلسله مراتبی ساختار یابند (رهنمایی، پوراحمد و اشرفی: ۱۳۹۰). نمودار شماره ۴، تفاوت ساختار سلسله مراتبی (AHP) و ساختار شبکه ای (ANP) را نشان می دهد.



نمودار ۴. تفاوت ساختار سلسله مراتبی (AHP) و ساختار شبکه ای (ANP)، (مؤمنی، ۱۳۸۷: ۶۴)

در این بخش از پژوهش برای سنجش شاخصهای موثر در توسعه گردشگری منطقه آزاد چابهار، از روش فرایند تحلیل شبکه ای استفاده شده است که شامل مراحل زیر می باشد: (نمودار شماره ۵)

به طور کلی منطقه آزاد تجاری- صنعتی چابهار یکی از مناطق آزاد ایران است که با توسعه کارکردهای گردشگری به عنوان یکی از راهبردها و اهداف توسعه ای، می تواند تحقق بخش توسعه منطقه ای در جنوب شرق کشور باشد. متأسفانه این منطقه با وجود پتانسیل های متعدد نتوانسته است به جایگاه واقعی خود در گردشگری دست یابد.

۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر بر حسب نوع روش، توصیفی- تحلیلی و از لحاظ نوع هدف، کاربردی است. روش گردآوری اطلاعات مبتنی بر روشهای اسنادی (کتابخانه ای)، مشاهده (مطالعات میدانی) و مستندسازی می- باشد.

جامعه آماری پژوهش، پتانسیل های گردشگری واقع در محدوده چابهار می باشد که بر اساس وزن جاذبه ها و امکان خدمات رسانی به گردشگران انتخاب شده اند.

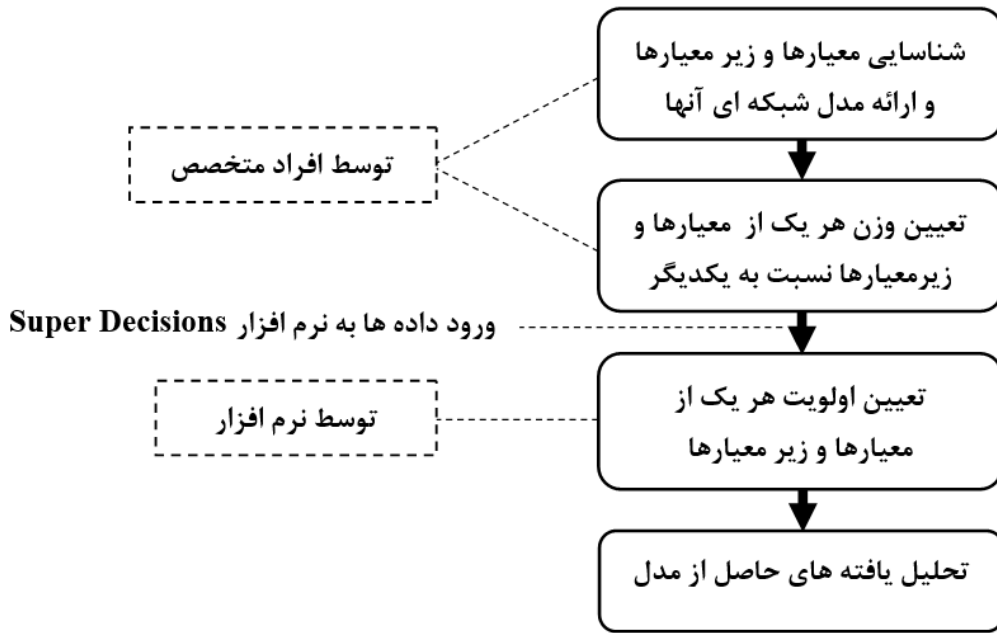
در بخش تحلیل، از روش فرایند تحلیل شبکه ای (ANP) برای ارزیابی استفاده شده است. در این راستا، ابتدا یک مدل سه سطحی از معیارها و زیرمعیارهای موثر در توسعه گردشگری منطقه آزاد چابهار ارائه گردید. لازم به ذکر است جهت تعیین معیارها و زیرمعیارهای موجود در مدل، از مطالعات اسنادی و کتابخانه ای استفاده شده است و این معیارها و زیرمعیارها با توجه به نظریات مختلف در زمینه گردشگری در مناطق آزاد و بررسی تجارب جهان و ایران استخراج شده اند.

سپس به منظور انجام مقایسات زوجی و تعیین وابستگی های بین معیارها و زیرمعیارها، پرسشنامه های طراحی شده میان ۱۵ نفر از متخصصین و خبرگان این حوزه متشکل از اساتید دانشگاهی، شهردار و اعضای شورای شهر چابهار توزیع و تکمیل گردید. در پایان جهت تحلیل داده ها (اطلاعات به دست آمده از پرسش نامه ها) و اولویت بندی معیارها و زیرمعیارها، از نرم افزار Super Decisions استفاده شده است.

۴. تحلیل وضعیت گردشگری در منطقه آزاد چابهار با استفاده از روش ANP

روش فرایند تحلیل شبکه ای (ANP) که نخستین بار توسط توماس ال. ساعتی^۴ مطرح شد از جمله روش های تصمیم گیری چند معیاره (MCDM)^۵ است که فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)^۶ را با جایگزینی "شبکه" به جای "سلسله مراتب" بهبود می بخشد (مؤمنی، ۱۳۸۷).

روش فرایند تحلیل شبکه ای، هر موضوع و مسئله ای را به مثابه "شبکه ای" از معیارها، زیر معیارها و گزینه ها (همه این

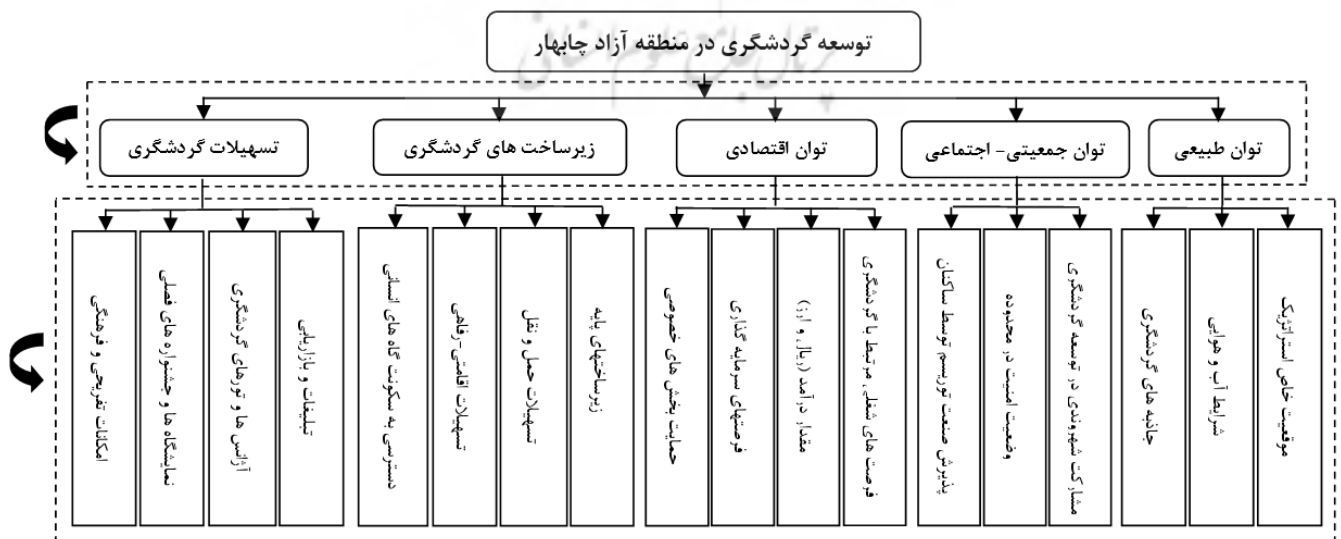


نمودار ۵. مراحل بکارگیری مدل ANP در راستای هدف پژوهش

مرحله ۱. شناسایی معیارها و زیر معیارها و ارائه مدل شبکه ای آنها

در این مرحله معیارها و زیرمعیارهای موثر بر توسعه گردشگری منطقه آزاد چابهار با مطالعه‌ی مبانی نظری و بررسی سوابق موضوع، تعیین و ارتباط (درونی و بیرونی) میان هر یک از این عوامل توسط گروهی از متخصصین مشخص می شود. سپس مدل شبکه ای این پژوهش که یک مدل ۳ سطحی به شرح نمودار شماره ۴ می باشد، ارائه می شود که در سطح اول هدف پژوهش، در سطح دوم ۵ معیار (خوشه) و در سطح سوم ۱۸ زیر معیار (عناصر) قرار دارد (نمودار ۶).

در این مرحله معیارها و زیرمعیارهای موثر بر توسعه گردشگری منطقه آزاد چابهار با مطالعه‌ی مبانی نظری و بررسی سوابق موضوع، تعیین و ارتباط (درونی و بیرونی) میان هر یک از این عوامل توسط



نمودار ۶. مدل شبکه ای شاخص های موثر در توسعه گردشگری منطقه آزاد چابهار

مرحله ۲. تعیین وزن هر یک از معیارها و زیر معیارها نسبت به یکدیگر

با توجه به ارتباط میان شاخص ها، مقایسات زوجی معیارها و زیرمعیارها نسبت به یکدیگر بر اساس مقیاس ۹ کمیتی ساعتی توسط متخصصین انجام می گیرد. پس از تعیین ضریب اهمیت معیارها و زیر معیارها نسبت به یکدیگر، ماتریس های مقایسات زوجی در نرم افزار Super Decisions وارد می شوند.

مرحله ۳. تعیین اولویت هر یک از معیارها و زیر معیارها نسبت به یکدیگر

پس از ورود داده ها به نرم افزار، جدولی به شرح زیر بدست می آید که اولویت بندی هر یک از معیارها و زیرمعیارها را نسبت به یکدیگر نشان می دهد(جدول ۱). لازم به ذکر است که فرایند ورود داده ها و پردازش آنها توسط نرم افزار، حجم عملیاتی گسترده ای دارد. بنابراین تنها خروجی نهایی مدل ارائه می گردد.

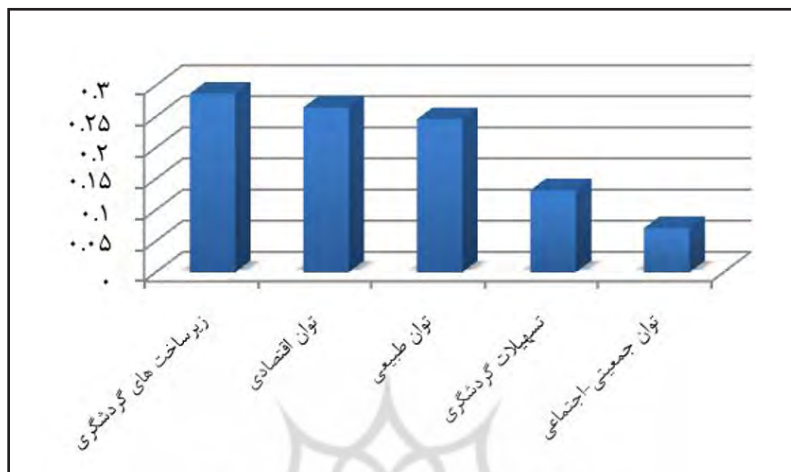
جدول ۱. اولویت بندی معیارها و زیرمعیارها نسبت به یکدیگر(مأخذ: نگارندگان)

معیار	ضریب اهمیت	زیرمعیار	ضریب اهمیت
زیرساخت های گردشگری	۰,۲۸۷	تسهیلات حمل و نقل	۰,۴۲۱
		تسهیلات اقامتی-رفاهی	۰,۲۸۶
		زیرساخت های پایه	۰,۲۳۷
		دسترسی به سکونتگاه های انسانی	۰,۰۵۷
توان اقتصادی	۰,۲۶۵	حمایت بخش های دولتی و خصوصی	۰,۳۹۸
		مقدار درآمد ارزی و ریالی	۰,۲۳۶
		فرصت های سرمایه گذاری	۰,۲۱۱
		فرصت های شغلی مرتبط با گردشگری	۰,۱۵۵
توان طبیعی	۰,۲۴۶	جاذبه های گردشگری	۰,۶۳۲
		شرایط آب و هوایی	۰,۱۸۵
		موقعیت خاص استراتژیک	۰,۱۸۴
تسهیلات گردشگری	۰,۱۳۲	تبلیغات و بازاریابی	۰,۳۶۹
		آژانس ها و تورهای گردشگری	۰,۲۹۷
		امکانات تفریحی و فرهنگی	۰,۲۲۹
		نمایشگاه و جشنواره های فصلی	۰,۱۰۶
توان جمعیتی-اجتماعی	۰,۰۷۱	وضعیت امنیت در محدوده	۰,۵۵۰
		پذیرش صنعت توریسم توسط ساکنان	۰,۲۳۴
		مشارکت شهروندی در توسعه گردشگری	۰,۲۱۶

مرحله ۴. تحلیل یافته های حاصل از مدل

شاخص در توسعه گردشگری منطقه آزاد چابهار می باشد. همچنین معیارهای توان اقتصادی، توان طبیعی، تسهیلات گردشگری و توان جمعیتی-اجتماعی به ترتیب در اولویت های بعدی قرار دارند. نمودار زیر نمایانگر اولویت بندی معیارها می باشد.

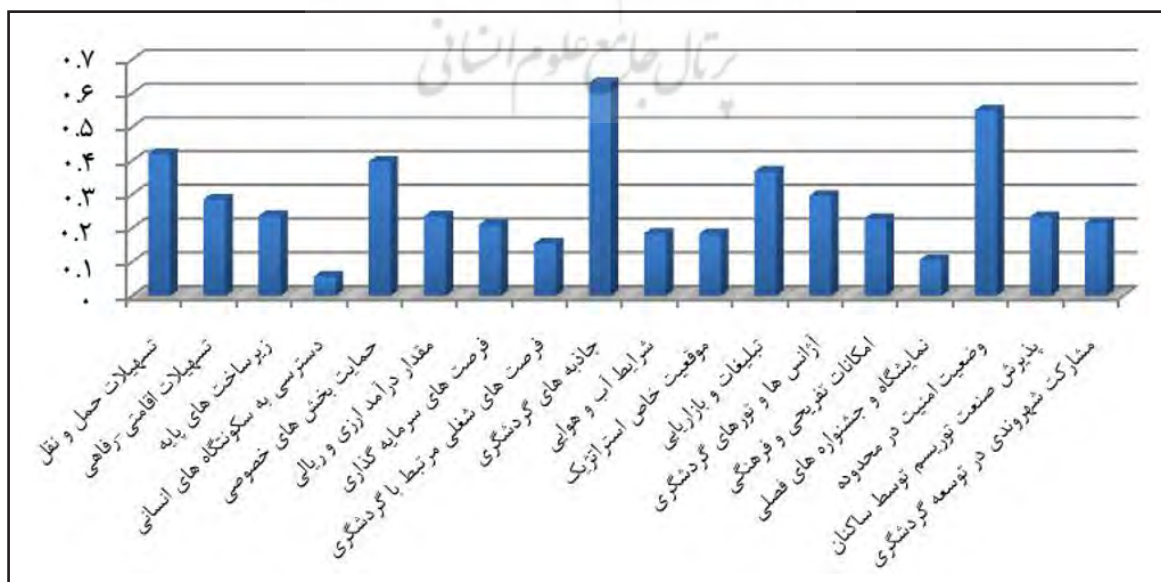
نتایج محاسبات حاصل از بکارگیری نرم افزار Super Decisions نشان می دهد که از میان معیارهای مورد بررسی، زیرساخت های گردشگری با وزن ۰,۲۸۷، در میان دیگر معیارها تاثیرگذارترین



نمودار ۷. ضریب اهمیت معیارها نسبت به یکدیگر

توسعه گردشگری منطقه آزاد چابهار دارند. لازم به ذکر است که از میان زیرمعیارهای بررسی شده، دسترسی به سکونتگاه های انسانی کمترین نقش را در توسعه گردشگری منطقه ایفا می کند. نمودار شماره ۸، اولویت بندی زیرمعیارها را نشان می دهد.

از سوی دیگر در میان زیرمعیارها، جاذبه های گردشگری با وزن ۰,۶۳۲، وضعیت امنیت در محدوده با وزن ۰,۵۵۰، تسهیلات حمل و نقل با وزن ۰,۴۲۱، حمایت بخش های خصوصی با وزن ۰,۳۹۸ و تبلیغات و بازاریابی با وزن ۰,۳۶۹ به ترتیب بیشترین نقش را در



نمودار ۸. ضریب اهمیت زیرمعیارها نسبت به یکدیگر

۶. نتیجه گیری

امروزه به منظور بهره برداری از توان های بالقوه و بالفعل مناطق آزاد کارکردهای جدیدی برای این مناطق تعریف می شود که همین امر موجب توجه انواع گردشگران به مناطق آزاد می گردد. در واقع توسعه گردشگری در مناطق آزاد که خود فرایندی از مجموعه عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی می باشد، می تواند به عنوان عاملی موثر در رونق اقتصادی، کاهش فقر، اشتغالزایی، تحقق توسعه پایدار و شکوفا شدن استعدادهای منطقه ای محسوب گردد.

ایجاد مناطق آزاد تجاری- صنعتی در ایران، از اواخر دهه ۱۳۶۰ با هدف رشد و توسعه کشور و ورود به عرصه تولید و تجارت جهانی مورد توجه قرار گرفت. اما سیر پیشرفت و تحقق اهداف این مناطق در طول سالهای فعالیتشان چندان رضایت بخش نبوده است. متأسفانه منطقه آزاد چابهار نیز از این قاعده مستثنی نیست و با توجه به اینکه دو دهه از تاسیس آن می گذرد، عملاً در دستیابی به اهداف خود موفق نبوده است.

اهداف ایجاد منطقه آزاد چابهار از ابتدا اشتغالزایی، جذب سرمایه گذاری خارجی، کسب درآمد ارزی، صادرات و پردازش کالا بوده است. ولی در طی دوران فعالیت این منطقه، افت و خیز در سرمایه گذاری های صنعتی و درآمدهای ارزی، موجب تمایل به سرمایه گذاری در بخشهای خدماتی و جذب گردشگر در این منطقه شده است. از سوی دیگر، فقدان برنامه مناسب، کمبود تأسیسات و تجهیزات لازم، عدم اطلاع گردشگران از جاذبه های گردشگری و عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری موجب شده تا صنعت گردشگری در این منطقه از رشد و توسعه لازم بهره مند نگردد. این منطقه با برخورداری از توانمندی های طبیعی و امکانات تفریحی و ورزشی، فضاهای اقتصادی و مراکز خرید متعدد و همچنین با برخورداری از موقعیت خاص استراتژیک، تعدد دسترسی های منطقه ای، پتانسیل لازم را برای توسعه و تبدیل به کانون گردشگری در حوزه جنوب شرق کشور دارد و با سرمایه گذاری و تقویت این عوامل می تواند به قطب گردشگری کشور و منطقه تبدیل شود.

در مجموع منطقه آزاد چابهار می تواند با درک صحیح از قابلیت های گردشگری خود همراه با مدیریت صحیح و برنامه ریزی هدفمند در زمینه گردشگری، گام های اساسی جهت جذب گردشگر و توسعه منطقه ای بردارد.

بدین ترتیب به منظور پاسخگویی به سوال پژوهش، عوامل موثر در توسعه صنعت گردشگری منطقه آزاد چابهار با استفاده از روش فرایند تحلیل شبکه ای (ANP) مورد ارزیابی قرار گرفت.

نتایج این پژوهش حاکی از آن است که تقویت زیرساخت های

گردشگری و توسعه توان اقتصادی منطقه از مهم ترین عوامل موثر در توسعه گردشگری منطقه آزاد چابهار می باشند و در این بین می بایست عوامل دیگری چون تجهیز جاذبه های گردشگری، حمایت بخش های خصوصی، آموزش نیروی انسانی متخصص، تقویت تبلیغات و از بین بردن تصویر ذهنی نامناسب گردشگران نسبت به منطقه چابهار نیز مدنظر قرار گیرند. با توجه به این عوامل، گردشگری می تواند به عنوان یکی از راهبردهای برتر برای توسعه چابهار مطرح شود که دستیابی به اهداف منطقه آزاد، رونق اقتصادی، توسعه پایدار، ارتباط فرهنگی، افزایش رفاه اجتماعی و شکوفا شدن استعدادهای منطقه ای را به همراه دارد. در این راستا راهکارهایی به منظور توسعه گردشگری در منطقه آزاد چابهار به شرح زیر ارائه می گردد:

- معرفی جاذبه های گردشگری منطقه از طریق چاپ و انتشار بروشور، تهیه فیلم های مستند و ...

- توسعه ورزش های آبی (اسکی روی آب، موج سواری، قایقرانی و ...)

- تجهیز جاذبه های گردشگری به سطوحی از خدمات بهداشتی، درمانی، حمل و نقل، پشتیبانی، اطلاع رسانی و ...

- تجهیز و تقویت زیرساخت های حمل و نقل اعم از نوسازی ناوگان حمل و نقل جاده ای و دریایی، توسعه خطوط هوایی، احداث خطوط ریلی و اتصال شهرستان چابهار به شبکه ریلی کشور

- ارائه تسهیلات و امکانات مالی و تخصصی برای تجهیز و ساماندهی اقامتگاه های موجود.

- آماده سازی اراضی مستعد جهت احداث خدمات گردشگری توسط بخش های عمومی و دولتی و واگذاری آن ها به بخش خصوصی برای ایجاد و توسعه امکانات.

- ایجاد کمپینگ ها و اقامتگاه های سبک با کلیه تجهیزات مربوطه در سواحل.

- معرفی مزیت های نسبی چابهار در زمینه سرمایه گذاری در بخش گردشگری و تسهیل شرایط سرمایه گذاری در این بخش.

- ارائه تسهیلات مالی و تخصصی و آموزشی برای ارتقاء کمی و کیفی دفاتر مسافرتی و ارتقاء سطح مهارت و تخصص آنها

- ارائه تسهیلات و تخصیص اعتبارات برای اجرای پروژه های پیشنهادی

- اجرای دوره های آموزشی برای منابع انسانی شاغل در بخش های مختلف گردشگری

1. Tourism
2. Analytic Network Process
3. Vanhove
4. Thomas L. Saaty
5. Multi Criteria Decision Making
6. Analytic Hierarchy Process
7. Elements
8. Cluster
9. Feedback

فهرست منابع:

- ابراهیم زاده، عیسی و آقاسی زاده، عبدالله (۱۳۹۰)، تأثیر منطقه آزاد چابهار بر توسعه گردشگری حوزه نفوذ آن با بهره گیری از مدل رگرسیون و آزمون T-test، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۲۱، صص ۲۶-۵.
- حسینی، سید مهدی (۱۳۷۸)، ارزیابی عملکرد اقتصادی مناطق آزاد ایران؛ یک تحلیل هزینه- فایده (مطالعه موردی چابهار)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- رهنمایی، محمد تقی، پوراحمد، احمد و اشرفی، یوسف (۱۳۹۰). ارزیابی قابلیت های توسعه شهری مراغه با استفاده از مدل ترکیبی SWOT-ANP، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۲۴، صص ۱۰۰-۷۷.
- زبردست، اسفندیار (۱۳۸۹)، کاربرد فرایند تحلیل شبکه ای (ANP) در برنامه ریزی شهری و منطقه ای، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۴۱، صص ۹۰-۷۹.
- سازمان منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار (۱۳۸۶)، چابهار نگین شرق ایران، منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار.
- شاکری، عباس و سلیمی، فریدون (۱۳۸۵)، عوامل مؤثر بر جذب سرمایه گذاری در منطقه آزاد چابهار و اولویت بندی آنها با استفاده از تکنیک ریاضی AHP، پژوهشنامه اقتصادی، شماره ۲۰، صص ۱۳۰-۹۵.
- شمعی، علی و موسی وند، جعفر (۱۳۹۰)، سطح بندی شهرستان های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت های گردشگری با استفاده از مدل Topsis و AHP، فصلنامه مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۴۰-۲۳.
- شورای عالی مناطق آزاد تجاری-صنعتی ایران (۱۳۸۶)، گزارش تحقیق و تفحص از مناطق آزاد، تهران.
- قادری، اسماعیل، فرجی راد، عبدالرضا و بروجی، سمیرا (۱۳۹۰)، جایگاه گردشگری در سیاست ها و برنامه های توسعه مناطق آزاد (مطالعه موردی: قشم)، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، سال اول، شماره ۱، صص ۱۱۴-۱۰۱.
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۷)، تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه ی گردشگری چابهار، مجله جغرافیا و توسعه، سال ششم، شماره ۱۲، صص ۱۰۰-۸۱.
- لی، جان (۱۳۷۸)، گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه عبدالرضا رکن الدین افتخاری و معصومه السادات صالحی امین، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، تهران.
- مؤمنی، منصور (۱۳۸۷)، مباحث نوین تحقیق در عملیات، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- نافذی علمداری، محمداصاق (۱۳۹۰)، شناسایی فرصت های کسب و کارهای گردشگری در منطقه آزاد ارس، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

- Inskip, E. (1991), «Tourism planning: an integrated and sustainable development approach», Van Nostrand Reinhold. New York.
- Mill, R.c. and Morrison, A.M.(1992). «The Tourism System: an Introductory Text», 2nd ed, Prentice Hall, New Jersey.
- Sharpley, R.(2008). «Tourism, Tourists and Society», Elm Publications, P. 67.
- Tuzkaya, G., Semih O nut, Umut R. Tuzkaya and Bahadır Gulsun. (2007). An analytic network process approach for locating undesirable facilities: An example from Istanbul, Turkey, Journal of Environmental Management, Elsevier, P 14.
- Vanhove, N.(2005). «The Economics of Tourism Destinations», U.k. Elsevier Publishing.

