

بررسی و تعیین رتبه سواحل چابهار در مقایسه با سواحل کیش و قشم به منظور گردشگری ساحلی با استفاده از روش AHP

دکتر علی خاتمی فیروز آبادی^۱، حسین عسکری پور^۲، قاسم بخشنده^۳

^۱استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی

^۲عضو هیات علمی دانشکده مدیریت و علوم انسانی دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار

^۳دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول)

چکیده

توسعه شهرنشینی و پیشرفت صنعت منجر به دور شدن انسان از بستر طبیعت شده، بدین سبب تقاضا برای تعامل با محیطهای طبیعی بخصوص محیط های دریایی افزایش یافته است. زیبایی و جذابیت عمومی طبیعت، جایگاه محیط های دریایی و تجربیاتی بر پایه اینها که انعکاس آن در محیط های طبیعی غیر اغتشاش یافته ساحلی دیده می شود، تقاضا و ارزش این محیط ها را برای توریسم افزایش داده است. ایران نیز پتانسیلهای زیادی در زمینه های گردشگری بخصوص گردشگری ساحلی دارد. سواحل چابهار به دلیل برخی از ویژگیهای خاص و منحصر به فرد دارای توان ویژه ای برای جذب گردشگر می باشد.

در این مقاله سعی بر مقایسه و تعیین رتبه سواحل چابهار از نظر جذابیتها و امکانات موجود در گردشگری ساحلی در مقایسه با دو منطقه رقیب خود یعنی قشم و کیش می باشد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر جمع آوری اطلاعات پیمایشی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی می باشد. بدین منظور ابتدا زیر معیارهای مقایسه، تعیین و سپس در قالب چهار معیار اصلی (آبهای ساحلی، ساحل، پهنه کرانه ای و پس کرانه) که همان نواحی گردشگری ساحلی می باشند گنجانده شد و در نهایت با مقایسه زوجی زیر معیارها و معیارهای اصلی هر سه شهر با استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) رتبه بندی این مکانها از نظر جذابیت و پتانسیل آنها در جذب گردشگر صورت گرفت.

پس از انجام محاسبات رتبه سواحل چابهار از نظر جذابیت و پتانسیل گردشگری ساحلی در هر یک نواحی چهارگانه ساحلی مشخص شد و در مجموع نیز رتبه سوم را کسب کرد. در پایان نیز برای ارتقا و بهبود رتبه سواحل چابهار در هر یک از نواحی ساحلی و در نتیجه برای افزایش جذب توریست های ساحلی در این منطقه راه حلهایی را پیشنهاد دادیم.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری ساحلی، فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)

۱-مقدمه

از مهمترین تحولات اجتماعی صورت پذیرفته در جوامع معاصر، توجه به اوقات فراغت به عنوان یکی از نیازهای اساسی، در زندگی تحت سیطره فناوری است. در راستای چنین تحولی، گردشگری نیز به عنوان یکی از شیوه های گذران اوقات فراغت مطرح بوده و تأثیر قابل توجهی بر محیط زیست انسانی، اقتصاد و معیشت جوامع برجای می نهد. سال ها است که دامنه گردشگری، از میدان محصور مکان های باستانی به محیط طبیعی رخت کشانده و در این میان نقش سواحل به عنوان یکی از مهمترین مقاصد گردشگری، اهمیتی روزافزون یافته است. به طوریکه بر اساس آمار و ارقام سازمان جهانی گردشگری، بیشترین مسافران جهان مربوط به بخش گردشگری ساحلی است. (Nornha:2002,42) امروزه توسعه ی گردشگری در تمامی عرصه ها چه در سطح ملی و منطقه ای و چه در سطح بین المللی مورد توجه برنامه ریزان دولتی و شرکت های خصوصی قرار گرفته است. بسیاری از کشور ها به طرز فزاینده ای به این حقیقت پی برده اند که برای بهبود وضعیت اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد یافتن راه های تازه ای برآیند. (لطفی:۱۳۸۴،۳۵) آگاهی جوامع از این که گردشگری منبع درآمدی ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه ای در اختیار اقتصاد یک کشور قرار می دهد، باعث شده است که گردشگری مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کند و به عنوان یک صنعت تلقی شود. (طهماسبی پاشا و مجیدی: ۱۳۸۴،۱۴) بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی در آمد اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ی ساختار زیر بنایی می دانند. اگر چه در مناطق مختلف شرایط متفاوت است اما گردشگری همواره عامل مهمی برای توسعه ی اقتصادی به حساب می آید. (ابراهیمی و خسروی: ۱۳۸۶،۸۲)

۲- بیان مساله

در قرن بیست و یکم به دلیل فراهم آمدن زیرساختهای تکنولوژیکی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی پدیده گردشگری به عنوان واقعیت اجتناب ناپذیر تلقی می شود به طوری که یکی از صاحب نظران به نام دوکت گردشگری را گذرنامه توسعه نامیده است. (حیدری: ۱۳۸۹،۶) موسسه آینده نگری و برآورد اقتصادی وارتون برآورد کرده است که در بین شاغلین سراسر جهان از هر ۱۶ نفر یک نفر در بخش جهانگردی شاغل است. گزارش موسسه تاکید می کند که گردشگری از نظر اشتغال بزرگترین صنعت جهان است. (کروبی: ۱۳۸۷،۳۰۹) گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی می تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی در طرح ملی باشد. گردشگری به خصوص وقتی که سود فعالیتهای دیگر در حال کاهش باشد جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است. بر این مبنا دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پایین بودن سطح

درآمد و ارایه فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه است و می‌تواند امیدهایی را برای کاهش فقر بخصوص در نواحی که به نحوی دچار رکود اقتصادی شده‌اند فراهم آورد. (پاپلی و سقایی: ۱۳۸۶، ۲) در واقع گردشگری ساحلی از مهمترین زیر بخش‌های طبیعت گردی به عنوان یک منبع جهت ارزش افزوده و درآمد ویژه برای شهرهای ساحلی مورد توجه قرار گرفته است. (سرابی: ۱۳۸۷، ۷۵) نتایج برخی از مطالعات و بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که چابهار با وجود توانمندی‌های بالقوه فراوان در جذب گردشگران داخلی و خارجی و علی‌رغم اینکه به عنوان یکی از قطب‌های مهم گردشگری استان سیستان و بلوچستان شناخته شده است اما توفیق چندانی حتی در جذب گردشگران استانی به دست نیاورده است. (کاظمی: ۱۳۸۷، ۸۱) بنابراین از آنجا که از طرفی چابهار منطقه‌ای محروم و کمتر توسعه یافته می‌باشد و از طرف دیگر دارای توانمندی‌های بالقوه زیادی در زمینه گردشگری بخصوص گردشگری ساحلی می‌باشد لازم است که برای شناخت این توانمندی‌ها و سرمایه‌گذاری بر روی آنها ابتدا بررسی درباره امکانات موجود در زمینه گردشگری و جذابیت‌های گردشگری ساحلی در مقایسه با سواحل رقیب خود در زمینه گردشگری ساحلی (مانند کیش و قشم) صورت پذیرد.

۳- پیشینه تحقیق

اجنیو- مارتین و همکاران (۲۰۰۴) به بررسی رابطه‌ی گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای آمریکای لاتین طی دوره‌ی ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۸ پرداخته‌اند. آنها از روش داده‌های تابلویی و تخمین زنده آرانو- بوند برای پانلهای پویا استفاده کرده‌اند و برآوردی از روابط بین رشد اقتصادی و رشد سرانه گردشگری را به دست آورده‌اند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان می‌دهد که صنعت گردشگری برای رشد اقتصادی کشورهای با درآمد پایین و متوسط هم چون کشورهای آمریکای لاتین مناسب است. سکیورا و کمپوز (۲۰۰۵) در مقاله‌ای با استفاده از روش داده‌های تابلویی و چهار دوره زمانی پنج ساله بین ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۹، به این نتیجه دست یافتند که به طور متوسط کشور های گردشگر محور نسبت به کشورهای دیگر رشد بیشتری دارند. آنان هم چنین اشاره می‌کنند که گردشگری، به تنهایی نمی‌تواند نرخ‌های رشد بالاتر این کشورها را توضیح دهد. در ایران نیز یوسفی پور (۱۳۷۹) در مطالعه‌ای با عنوان نقش صنعت گردشگری در توسعه‌ی اقتصادی ایران و راه‌های گسترش آن، به مقایسه‌ی آماری بین درآمدهای گردشگری ایران و جهان پرداخته و نشان می‌دهد که سهم ایران از این درآمدها تنها یک درصد است و این امر حاکی از آن است که در برنامه‌های عمرانی و توسعه‌ی کشور به گردشگری توجه بسیار کمی شده است. علاوه بر این، تراز درآمدی گردشگری در ایران نشان می‌دهد که از کسری زیادی برخوردار است و درآمدهای گردشگری حتی نیمی از هزینه‌های آن را پوشش نمی‌دهد. ابراهیم زاده و آقاسی زاده (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با استفاده از مدل SOWT به تحلیل عوامل موثر بر گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار می‌پردازند. تحلیل‌های حاصل از این مدل نشان می‌دهد که این شهر علی‌رغم برخورداری از ظرفیت تبدیل شدن به یک منطقه نمونه گردشگری، تعدد تصمیم گیران و مسایل مدیریتی، کمبود زیر ساختها و ضعف تبلیغات را به عنوان موانع اساسی در راه رسیدن به این هدف در مقابل خود دارد. با این حال وجود زمینه اشتغال زایی، درآمد ارزی و سرمایه‌گذاری زیر بنایی مهمترین فرصت‌ها و وجود آثار تاریخی، جاذبه‌های ورزشی-تفریحی و برخورداری از سواحل شنی و جذابیت‌های طبیعی به عنوان نقاط قوت و جاذب در کنار توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی، تقویت تبلیغات، تعامل و هم‌فکری بین مسئولان منطقه آزاد و سازمانهای مرتبط با گردشگری و مردم و توسعه اکو توریسم از مهمترین رهیافتهای به منظور توسعه گردشگری این منطقه تلقی گردیده‌اند. از آنجا که تحقیق حاضر به رتبه بندی مناطق گردشگری ساحلی در سه ساحل مهم جنوب کشور (کیش، قشم و چابهار) می‌پردازد و تحقیقات مشابهی در این زمینه صورت نگرفته است، با تحقیقات مذکور و سایر تحقیقات در زمینه گردشگری تفاوت دارد.

۴- تعریف گردشگری ساحلی و مولفه‌های آن

گردشگری فعالیتی چند منظوره است که در مکانی خارج از محیط عادی گردشگر انجام می‌گیرد و مسافرت گردشگر بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف تفریح، تجارت و یا فعالیت‌های دیگر است. (W.T.O: 1997). چنانچه برای انجام چنین فعالیتی نواحی ساحلی و محیط دریایی مد نظر قرار گیرد آن را توریسم ساحلی می‌نامند. (سرابی: ۱۳۷۸، ۷۹) گردشگری ساحلی مستلزم مسافرت از یک محل اقامت و تمرکز بر محیط‌های دریایی است. (Ormas:1999,72) مفهوم گردشگری ساحلی طیف کاملی از گردشگری، فراغت و فعالیت‌های تفریحی را که در نواحی ساحلی و آب‌های نزدیک ساحل روی می‌دهد، در بر می‌گیرد. (خانی و همکاران: ۱۳۸۸، ۵۱)

گردشگری و تفرج در سواحل چهار منطقه موازی با ساحل را در بر می‌گیرد که به نواحی گردشگری ساحلی مشهورند:

- ۱- منطقه آبهای ساحل: این منطقه دریایی اکولوژیکی نزدیک ساحل، از فلات قاره شروع می‌شود و تا ساحل ادامه دارد. این منطقه غنی ترین منطقه برای ماهیگیری است و غالباً شامل صخره‌ها و ستونهای سنگی جالب توجه می‌باشد. این قسمت برای سفر به جزایر نزدیک نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد.
- ۲- منطقه ساحل: هم محدوده‌ای از دریا و هم محدوده‌ای از خشکی را در بر می‌گیرد. بخصوص اگر گسترده و شنی باشد، بسیاری از بازی‌ها و ورزشهای آبی گروهی را حمایت می‌کند.

۳- منطقه پهنه کرانه ای: این منطقه به ناحیه پشت منطقه ساحل اطلاق می شود و بسیاری از تفریحات دریایی را حمایت می کند. مانند چادر زدن، پیک نیک و گردش بیرون شهر. در برخی مکانها، این منطقه هتل ها و برخی مشاغل را در بر می گیرد. چشم انداز مهم این منطقه منظره دریاست.

۴- منطقه پس کرانه: اراضی پشت مناطق ساحلی عموماً شامل مناطقی است که خدماتی را برای فعالیتهای تفریحی در بر می گیرد. منظره ساحلی توسط پستی ها و بلندی ها و پوشش گیاهی شکل گرفته است. (پروازی: ۳-۴)

۵- چابهار و گردشگری

شهرستان چابهار در یک محیط بکر و دور از هیاهوی شهرهای پرجمعیت و شلوغ کشور قرار دارد و با توجه به ویژگی های محیطی، جاذبه های فرهنگی و انسانی آن (شهرستان چابهار با ۲۲۸ جاذبه گردشگری شامل: ۷۷ جاذبه طبیعی، ۴۴ مورد جاذبه فرهنگی- تاریخی و ۱۱۰ مورد جاذبه انسان ساخت است) و نزدیکی به کشورهای حوزه خلیج فارس، هند، افغانستان و پاکستان و همین طور برخورداری از منطقه آزاد تجاری- صنعتی، می تواند با مدیریت و برنامه ریزی علمی به قطب توریستی مهمی در سطح منطقه تبدیل گردد و یکی از محورهای مهم گردشگری کشور باشد. (ابراهیم زاده و آقاسی زاده: ۱۳۸۸، ۱۰۷)

در مورد آمار گردشگری چابهار باید گفت که اطلاعات یکسانی در دست نیست. در طرح جامع گردشگری استان سیستان و بلوچستان، آمار گردشگری چابهار را در سال ۱۳۸۵، حدود ۱۸۱۳۲ نفر دانسته اند. (ابراهیم زاده و دیگران: ۱۳۸۶، ۷۸) بر اساس اطلاعات اخذ شده از روابط عمومی منطقه آزاد چابهار از تیر ماه ۱۳۸۵ تا تیر ماه ۱۳۸۶ جمعاً ۲۳۰ هزار گردشگر از منطقه آزاد چابهار دیدن کرده اند، در حالی که در سال ۱۳۸۷ تا ۱۵ خرداد ماه، تعداد آن ۴۱۰ هزار نفر اعلام شده است. همچنین تعداد گردشگران خارجی به منطقه آزاد چابهار ۷۰۰۰ نفر ذکر گردیده که نسبت به سال گذشته دو هزار نفر افزایش داشته است. اکثر مسافران و گردشگران خارجی از کشورهای پاکستان، افغانستان، هند، بنگلادش و چین بوده اند (آمار و گزارشات روابط عمومی سازمان منطقه آزاد چابهار، ۱۳۸۷)

۶- روش تحقیق

جامعه آماری این تحقیق شامل شهروندان تهرانی است که به هر سه شهر کیش، قشم و چابهار سفر کرده و از سواحل این مناطق دیدن نموده اند که در سه گروه لیدر تورها، گردشگران و مسافران تجاری جای می گیرند.

۶-۱- نمونه گیری

از آنجا که در این تحقیق از روش مقایسه زوجی برای سنجش ارزش معیارها و زیر معیارها و گزینه ها استفاده شده و بیشتر افرادی که در جامعه آماری قرار داشتند با این روش آشنایی نداشتند و همچنین از آنجا که پر کردن این پرسشنامه وقت زیادتری نسبت به پرسشنامه های حاضر می برد بنابراین محقق توانست از میان ۷۰ نفر که به هر سه منطقه سفر کرده اند تنها ۴۵ پرسشنامه توزیع نماید و ۳۰ پرسشنامه دریافت نماید اما پس از محاسبه نرخ سازگاری هر یک از این پرسشنامه ها، ۵ پرسشنامه دارای نرخ سازگاری بزرگتر از حد نرمال (۱). بودند بنابراین کنار گذاشته شدند و تنها ۲۵ پرسشنامه مقایسه زوجی سالم باقی ماند. دو مشخصه اعضای نمونه به صورت درصد در زیر آمده است:

جنسیت: ۶۸٪ مردان و ۳۲٪ زنان

گروه: ۲۰٪ لیدر تورها، ۴۴٪ مسافران تجاری و ۳۶٪ گردشگران

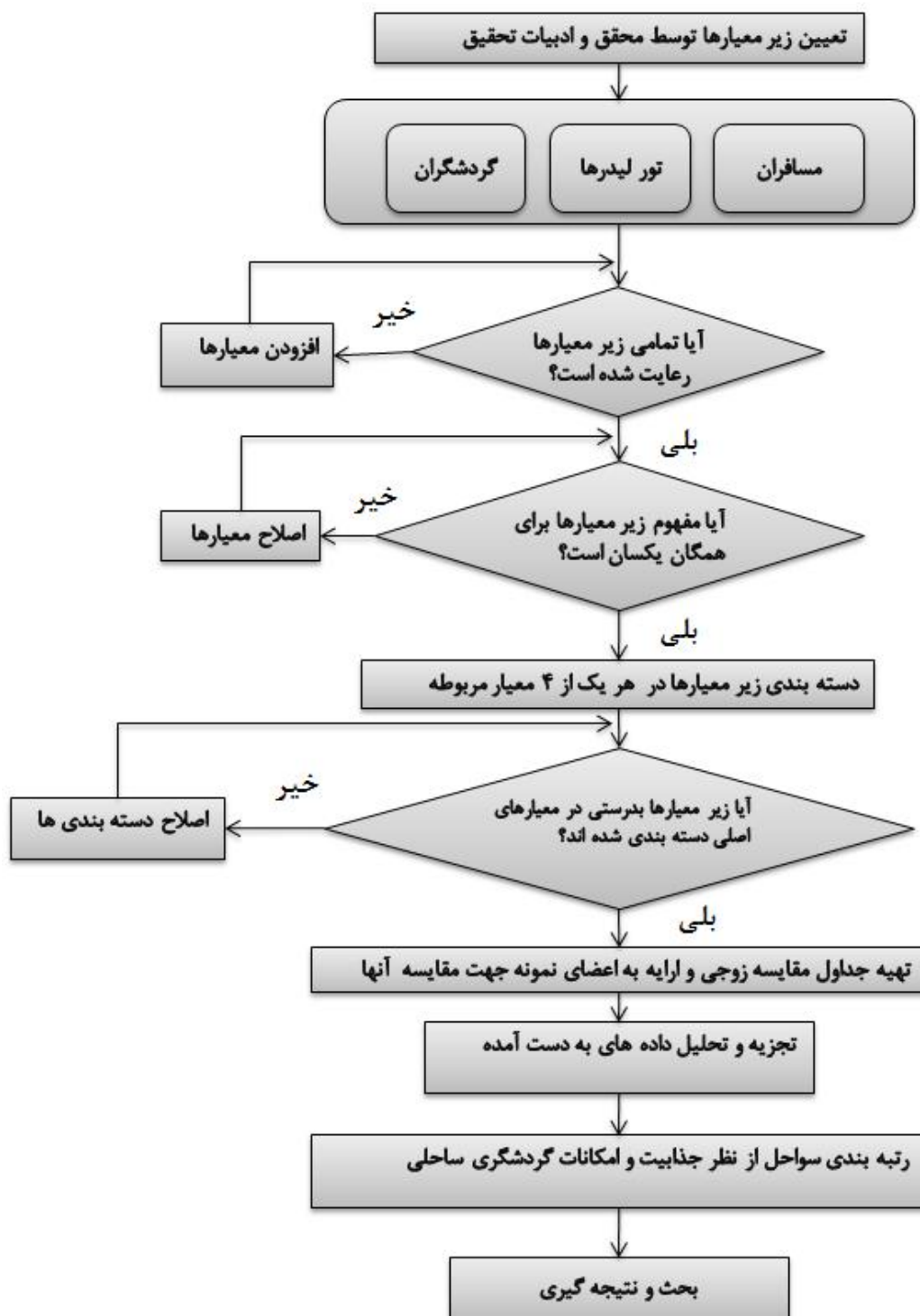
۶-۲- ابزار گردآوری داده ها

ابزار اصلی در این تحقیق شامل یک پرسشنامه مقایسه زوجی که دارای ۲۱ جدول مقایسه زوجی بود، می باشد. البته از کتب، مقالات و منابع اینترنتی نیز برای ادبیات تحقیق استفاده شد و برای تعیین و تکمیل زیر معیارها نیز مصاحبه هایی با افراد جامعه صورت گرفت.

۷- فرایند تحلیل سلسله مراتبی و انتخاب بهترین شهر از نظر توان بالقوه برای جذب گردشگر

بررسی ادبیات گردشگری نشان میدهد که انتخاب مقصد یکی از مسایل مهم گردشگری بوده است. همزمان با افزایش تقاضای گردشگری و رشد این صنعت مطالعه راجع به فرایند انتخاب مقصد افزایش یافته است. (Jiang&others: 2000,964) هر مقصد محصولات و خدمات مختلفی برای جذب گردشگران به آنها عرضه می کند و هر گردشگر فرصت انتخاب از میان یک مجموعه مقاصد را دارد. (Crompton: 1992,430) با افزایش اطلاعات گردشگران در مورد مقاصد گردشگری انتخابهای جدیدی برای آنان میسر می شود و فرصتهای تازه ای برای کسب تجارب منحصر به فرد به دست می آورند. (Mohsin: 2005,72) بنابراین دلایل ترجیحات سفر و انتخاب مقاصد مختلف مسئله مهمی است که باید در فرایند حل مساله در نظر گرفته شود. بدین منظور یکی از راههایی که می توان به آن طریق به حل این گونه مسائل پرداخت استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی است. فرایند تحلیل سلسله مراتبی با شناسایی و اولویت بندی عناصر تصمیم گیری شروع می شود. این عناصر شامل هدفها، معیارها یا مشخصه ها و گزینه های احتمالی می شود. فرایند شناسایی عناصر و ارتباط بین آنها که منجر به ایجاد یک ساختار سلسله مراتبی می شود ساختن سلسله مراتب نامیده می شود. (Bowen: 1993,333) بنابراین اولین قدم در فرایند تحلیل سلسله مراتبی ایجاد یک ساختار سلسله مراتبی از موضوع مورد بررسی

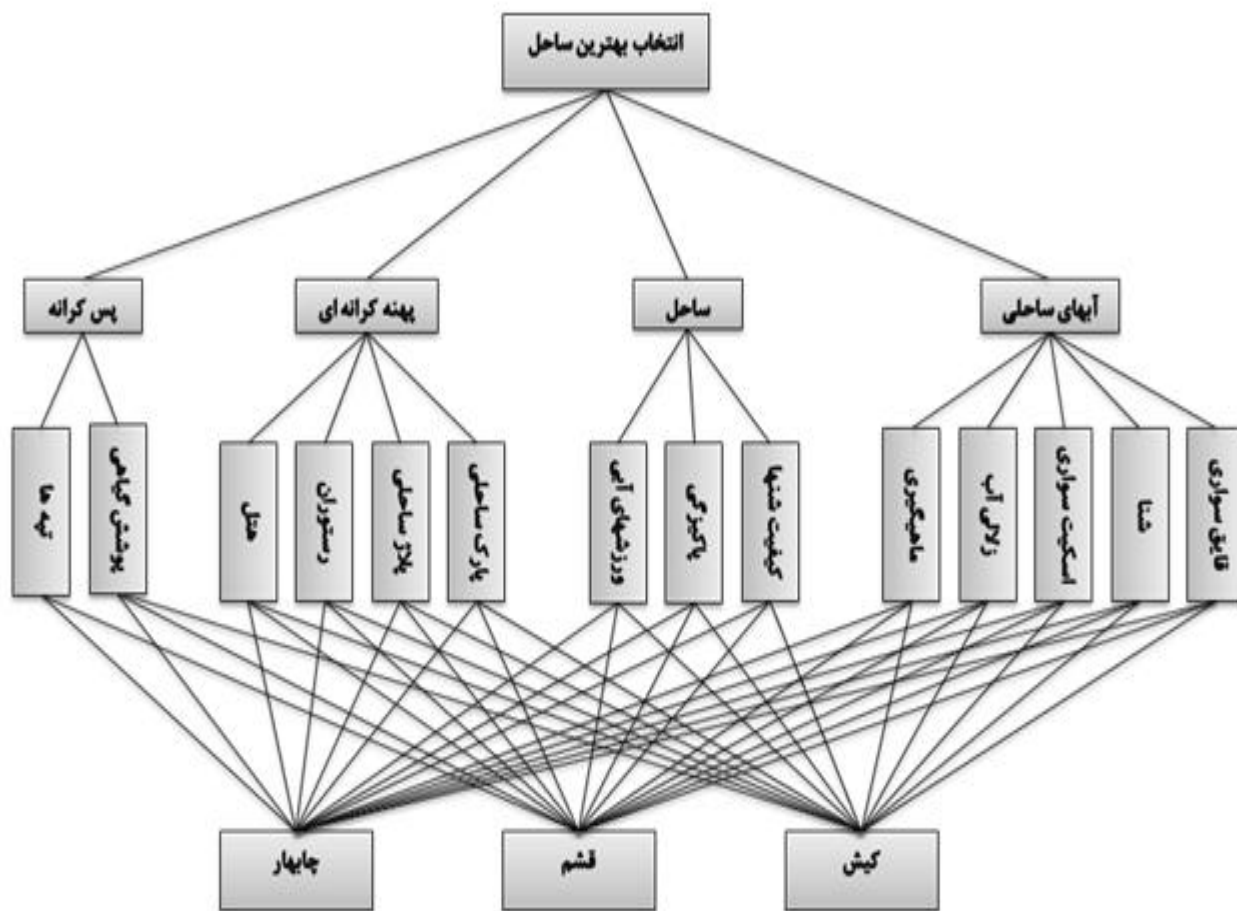
است. چهار گام بعدی در این فرایند عبارتند از: محاسبه وزن (ضریب اهمیت) معیارها و زیر معیارها، محاسبه وزن (ضریب اهمیت) گزینه ها، محاسبه امتیاز نهایی گزینه ها و بررسی سازگاری منطقی قضاوتها را شامل می شود. از آنجا که ما در این پژوهش از روش AHP گروهی استفاده کرده ایم بنابراین چهارمین مرحله را در ابتدا انجام داده ایم زیرا اگر نرخ ناسازگاری (IR) بیشتر از مقدار معینی (1)، باشد داده های گردآوری شده صحت دقیقی ندارند و ادامه محاسبات بر پایه آنان امری اشتباه است. اما سایر مراحل را به ترتیب مذکور پیش می رویم.



شکل ۱: فلوچارت حل مساله

۷-۱- مرحله اول: ساختن سلسله مراتبی

مطابق نمودار ساختار سلسله مراتبی ما دارای چهار سطح هدفها، معیارها، زیر معیارها و گزینه ها می باشد.



نمودار ۱: سلسله مراتب تصمیم برای انتخاب بهترین ساحل

هدف: انتخاب بهترین ساحل- Z

گزینه ها: کیش= A / قشم= B / چابهار= C

معیارها: آبهای ساحلی= D / ساحل= E / پهنه کرانه ای= F / پس کرانه= G

زیر معیارها: قایق سواری= H / شنا= I / اسکیت سواری= J / زلالی آب= K / ماهیگیری= L / کیفیت شنها= M / پاکیزگی= N / ورزشهای ساحلی= O / پارک

ساحلی= P / پلاژ ساحلی= Q / رستوران= R / هتل= S / پوشش گیاهی= T / تپه ها= U

۷-۲- مرحله دوم: تعیین ضریب اهمیت معیارها و زیر معیارها

برای تعیین ضریب اهمیت (وزن) معیارها و زیر معیارها دو به دو آنها را با هم مقایسه می کنیم. به عنوان مثال برای هدف این مساله که مکان یابی است معیار "آبهای ساحلی" دارای اهمیت بیشتری است یا معیار "ساحل"؟ مبنای قضاوت در این امر مقایسه ای جدول ۹ کمیته ساعتی است که بر اساس آن و با توجه به هدف بررسی شدت برتری معیار i نسبت به معیار j که همان a_{ij} می باشد تعیین می گردد. از آنجا که در اینجا ۲۵ نفر برای تعیین ضریب اهمیت هر عنصر جداگانه نظر داده اند بنابراین باید از AHP گروهی استفاده کرد و برای تعیین ضریب اهمیت هر عنصر a_{ij} از میانگین هندسی نظرات پاسخ دهندگان استفاده کنیم.

	D	E	F	G
D	1	1.667	1.194	.828
E	.756	1	1.901	1.047
F	.843	.783	1	1.495
G	1.012	.625	.541	1

$= Z$

ماتریس ۱: ماتریس مقایسه معیارها

هر یک از عناصر این جدول و سایر جدولهای موجود حاصل میانگین هندسی عناصر متناظر در ۲۵ جدول می باشد که از فرمول

$$x'_{ij} = (\prod_{l=1}^k x_{ijl})^{1/k} \quad (۱)$$

به دست آمده است. در این فرمول x'_{ij} : میانگین هندسی عنصر مورد نظر، l : شماره تصمیم گیرنده، k : تعداد تصمیم گیرندگان ۲۵، (i,j) : شاخص ها یا گزینه های مورد مقایسه می باشند.

برای محاسبه ضریب اهمیت معیارها چندین روش وجود دارد و ما از میان آنها روش میانگین هندسی که یک روش تقریبی است را که هم محاسبات ساده تری دارد و هم از دقت بالاتری نسبت به سایر روشهای تقریبی برخوردار می باشد استفاده می کنیم. در این روش برای محاسبه ضریب اهمیت معیارها ابتدا میانگین هندسی ردیفهای ماتریس Z را به دست آورده و آنها را نرمالیزه (تقسیم هر عدد به سر جمع مجموع آنها) می کنیم:

$$D: \sqrt[4]{1 * 1.667 * 1.194 * .828} = 1.132$$

$$E: \sqrt[4]{.756 * 1 * 1.901 * 1.047} = 1.108$$

$$F: \sqrt[4]{.843 * .783 * 1 * 1.495} = .996$$

$$G: \sqrt[4]{1.012 * .625 * .541 * 1} = .764$$

$$\text{SUM} = 4$$

$$W_{ZD} = .283$$

$$W_{ZE} = .277$$

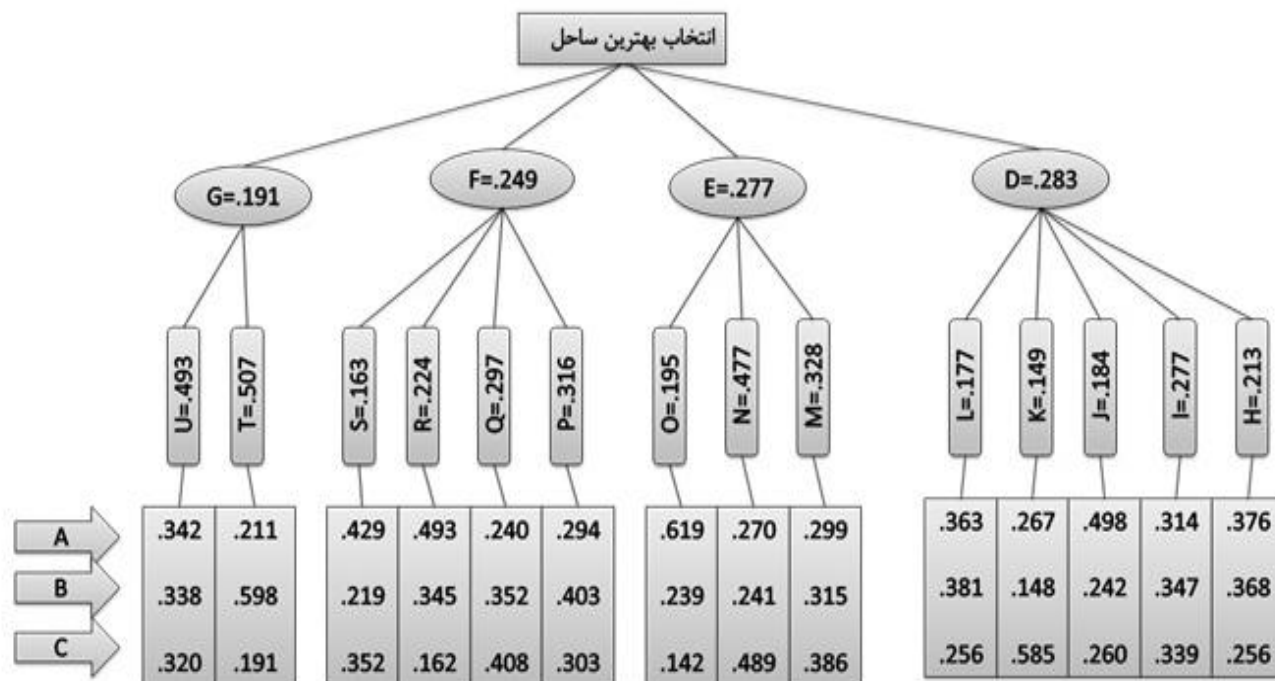
$$W_{ZF} = .249$$

$$W_{ZG} = .191$$

برای به دست آوردن ضرایب اهمیت زیر معیارها همان مراحل که در بالا برای به دست آوردن ضریب اهمیت معیارها طی شده را انجام می دهیم و وزن هر ۱۳ زیر معیار را تعیین می کنیم. نتیجه محاسبه را می توان در سطح زیرمعیارها در نمودار دو مشاهده کرد.

۷-۳- مرحله سوم: تعیین ضریب اهمیت گزینه ها

بعد از تعیین ضرایب اهمیت معیارها و زیر معیارها، ضریب اهمیت گزینه ها را باید تعیین کرد. در این مرحله ارجحیت هر یک از گزینه ها در ارتباط با هریک از زیر معیارها مورد قضاوت و داوری قرار می گیرد. مبنای این قضاوت همان مقیاس ۹ کمیتی ساعتی است با این تفاوت که در مقایسه هر یک از گزینه ها در ارتباط با هر یک از زیر معیارها بحث کدام گزینه مهمتر است؟ مطرح نیست. بلکه کدام گزینه دارای جذابیت و امکانات گردشگری ساحلی بیشتری است؟ و چقدر؟ مطرح است. فرایند به دست آوردن ضریب اهمیت گزینه ها نسبت به هر یک از زیر معیارها شبیه تعیین ضریب اهمیت معیارها نسبت به هدف است. نتیجه محاسبات سطح گزینه ها در نمودار دو آمده است.



نمودار ۲: ضریب اهمیت معیارها، زیر معیارها و گزینه ها در فرایند سلسله مراتبی

۷-۴- مرحله چهارم: تعیین امتیاز نهایی (اولویت گزینه ها)

در این مرحله از تلفیق ضرایب اهمیت مزبور، امتیاز نهایی هر یک از گزینه ها تعیین خواهد شد. امتیازات نهایی گزینه ها را با استفاده از فرمول

$$\sum_{k=1}^n \sum_{i=1}^m W_k W_i (g_{ij}) \quad (2)$$

محاسبه می کنیم البته از آنجا که قصد داریم امتیاز هر یک از گزینه ها

را در هر یک از معیارها را نیز بدانیم به همین دلیل با استفاده از فرمول

$$\sum_{i=1}^m (g_{ij}) \quad (3)$$

امتیازات هر یک از گزینه ها را در هر معیار به دست می آوریم. در فرمول های فوق W_k : ضریب اهمیت معیار k ، W_i : ضریب اهمیت زیر معیار i ، g_{ij} : امتیاز گزینه j در ارتباط با زیر معیار i می باشد. حاصل این محاسبات در جدول زیر آمده است.

امتیاز نهایی	پس کرانه	پهنه کرانه ای	ساحل	آبهای ساحل	
0.338	0.276	0.344	0.348	0.363	کیش
0.336	0.470	0.344	0.265	0.307	قشم
0.326	0.255	0.310	0.388	0.328	چابهار

جدول ۱: تعیین امتیازات نهایی گزینه ها

۸- بحث و نتیجه گیری

همان که در جدول فوق مشاهده می کنید امتیازات و در نتیجه رتبه های سواحل هر یک از مناطق کیش، قشم و چابهار در هر یک از نواحی گردشگری ساحلی مشخص شده است. طبق این جدول در ناحیه آبهای ساحلی، کیش بالاترین امتیاز و در نتیجه رتبه اول را به خود اختصاص داد و چابهار و قشم به ترتیب دوم و سوم شدند. در ناحیه ساحل چابهار رتبه اول و کیش و قشم به ترتیب دوم و سوم شدند. اما در ناحیه پهنه کرانه ای کیش و قشم هر دو دارای بالاترین امتیاز بودند و به طور مشترک اول شدند و چابهار رتبه دوم را در این ناحیه کسب کرد البته می شود به طور دقیقتر مشخص کرد که قشم یا کیش در این ناحیه صاحب رتبه اول شدند زیرا ما در این پژوهش برای سادگی و جلوگیری از پیچیده شدن محاسبات، محاسبات را تا سه رقم اعشار ادامه دادیم و حداکثر خطای محاسبات 0.005 می باشد که نمی تواند بر روی نتیجه کلی تحقیق تاثیر

مشخصی بگذارد. و در ناحیه پس کرانه قشم صاحب رتبه اول و کیش و چابهار به رتبه دوم به ترتیب به رتبه دوم و سوم دست یافتند. در مجموع نیز کیش اول، قشم دوم و چابهار سوم شدند.

چابهار تنها در ناحیه ساحل رتبه اول را به دست آورد و اگر به زیر معیارهای این ناحیه نگاه کنیم ملاحظه می کنیم که سواحل چابهار به دلیل تمیزی ساحل و همچنین کیفیت مطلوب و زیبایی شنهای ساحلی که به عقیده پژوهشگران به سواحل میامی شباهت دارد، از سواحل کیش و قشم وضعیت مطلوبتری دارد البته کمبود یا نبود امکانات برای ورزشهای ساحلی یکی از نقاط ضعف چابهار در این ناحیه می باشد ولی با توجه به ضریب اهمیت کمتری که دارد نتوانست بر دو زیر معیار دیگر غلبه کند و مانع از رتبه اول شدن چابهار در این ناحیه شود.

شاید نکته قابل توجه تحقیق در این باشد که با وجود اینکه چابهار یکی از زیباترین دریای ایران و منطقه را به دلیل متصل بودن به آبهای اقیانوسی و سایر ویژگی های منحصر به فرد داراست اما در این ناحیه کیش دارای امتیاز بیشتری است و این می تواند به مساله امکانات موجود در این ناحیه برگردد زیرا هر چند که شاید جذابیت آبهای ساحلی چابهار بالا باشد اما به دلیل کمبود یا نبود امکانات در آبهای ساحلی چابهار و وجود امکانات لازم در آبهای ساحلی کیش، کیش را دارای امتیاز بالاتری نموده است. لازم است مسئولین برای ارتقای گردشگری ساحلی در چابهار حتماً بر این ناحیه تامل و سرمایه گذاری کنند زیرا کمتر ساحلی پیدا می شود که در یک لحظه در یک نقطه آن (دریا کوچک) تا فاصله ۲۰۰ متری از خط ساحل دریا آرام و به راحتی قابل شنا کردن باشد و در همان لحظه در ۲ یا ۳ کیلومتر آن (دریا بزرگ) موج های گاهاً بالای ۱۰ متر ارتفاع و دریای طوفانی پیاپی به صخره های ساحلی برخورد کند.

در مورد ناحیه پهنه کرانه ای نیز هر چند چابهار دارای پلاژها و پارکهای از قبیل لیپار، تیس و دریا بزرگ می باشد اما در مقایسه با کیش و قشم به این مکانها توجه زیادی از سوی مسئولین معطوف نمی گردد و بجای لیپار در مابقی این مکانها نه تنها رستوران یا هتلی وجود ندارد بلکه به ندرت می توان مواد غذایی ساده ای را برای خرید پیدا کرد.

در ناحیه پس کرانه نیز چابهار در رده سوم قرار دارد و این موضوع کمی غیر منتظره به نظر می رسد زیرا با وجود اینکه چابهار دارای تپه هایی زیبا در اطراف برخی از نقاط سواحل به ویژه در مسیر خروجی منطقه آزاد به سمت کنارک می باشد و در مقایسه با سواحل کیش و قشم دارای پوشش گیاهی مناسب و زیبایی نیز می باشد اما از نظر اعضای نمونه در این ناحیه چابهار امتیاز کمتری دارد البته همانطور که در نمودار دو ملاحظه می کنید این معیار دارای کمترین اهمیت می باشد و این به آن معنی است که هدف مردم از رفتن به گردش ساحلی لذت بردن از سواحل و دریا و مکانی برای تفریح و استراحت می باشد و کمتر به این موضوع که تپه ها و پوشش گیاهی آن طرف ساحل چه باشد توجه می کنند.

لازم به توضیح است که به دلیل اینکه در این تحقیق تنها بر روی امکانات موجود در نواحی چهارگانه ساحلی تمرکز و تاکید شده است و تاثیرات برخی از عوامل دیگر مانند هزینه های استفاده از این امکانات ساحلی در هر سه ساحل مختلف مورد مقایسه قرار نگرفته اند و یا حتی عوامل فرهنگی و مهمانوازی مردم و مسئولین این مناطق در نظر گرفته نشده است بنابراین هنوز هم راه برای انجام تحقیقات بیشتر و کاملتر در این زمینه وجود دارد. با این حال با توجه به نتایج حاصل از تحقیق ما در اینجا به طور خلاصه راهکارهایی را برای اینکه سواحل چابهار بتوانند به برترین سواحل گردشگری در جنوب کشور تبدیل شوند ارائه می گردد:

- ۱- فراهم آوردن امکانات و ملزومات قایق سواری و به ویژه اسکیت سواری و مدیریت هماهنگ و یکپارچه آنها
- ۲- ایجاد مکانهای ویژه شنا در دریا کوچک و سواحل تیس و گماشتن افراد آشنا به فنون نجات غریق و کمک های اولیه
- ۳- توجه به پاکیزگی سواحل و جمع آوری زباله ها از سواحل به طور دوره ای و منظم
- ۴- در نظر گرفتن زمین مناسب برای انجام ورزشهای ساحلی مانند فوتبال و والیبال و فراهم کردن ملزومات آنها
- ۵- ایجاد پارکهای بازی کودکان در پارکها و پلاژهای ساحلی
- ۶- رسیدگی به امور نظافت و بهداشتی پارک و پلاژها و ایجاد و نظافت سرویسهای بهداشتی در این مکانها
- ۷- درختکاری مسیرهایی که به سواحل منتهی می شوند
- ۸- ایجاد رستوران و اغذیه فروشی در پارکها و پلاژها
- ۹- گماشتن افراد راهنما برای راهنمایی به گردشگران در زمینه های مختلف

منابع

- ۱- ابراهیم زاده، عیسی و آقاسی زاده، عبدالله، تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT، فصلنامه مطالعات و پژوهشهای شهری و منطقه ای، سال اول، شماره اول، ص ۱۲۸-۱۰۷، تابستان ۱۳۸۸
- ۲- ابراهیم زاده، عیسی و همکاران، فهرست و نقشه های منابع، پتانسیل ها، تسهیلات و خدمات موجود گردشگری شهرستان چابهار از طرح جامع گردشگری استان سیستان و بلوچستان، زاهدان، ۱۳۸۶

- ۳- ابراهیمی، علیرضا، محمدرضا خسروی، عوامل مؤثر بر رشد توسعه صنعت توریسم در استان مازندران، مجموعه مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران، تهران: انتشارات رسانس، ۱۳۸۴
- ۴- آمار و گزارشات روابط عمومی سازمان منطقه آزاد چابهار، ۱۳۸۷
- ۵- پاپلی یزدی، محمد حسین، سقایی، مهدی، "گردشگری: ماهیت و مفاهیم" تهران، انتشارات سمت، ۱۳۸۶
- ۶- پروازی، مهناز، راهکارهای بهینه زیست محیطی در گردشگری ساحلی خلیج فارس و توسعه پایدار آن، آرشیو مرکز گردشگری علمی- فرهنگی دانشجویان ایران (ISTTA)
- ۷- حیدری، رحیم، مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری، تهران، انتشارات سمت، چاپ دوم، ۱۳۸۹
- ۸- خانی، فضیله، قاسمی وسمه جانی، ابوطالب، قنبری نسب، علی، بررسی اثرات گردشگری ساحلی با تکیه بر نظرسنجی از خانوارهای روستایی (مطالعه ی موردی: روستای چمخاله، شهرستان لنگرود)، فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیای انسانی - سال اول، شماره چهارم، پاییز ۱۳۸۸
- ۹- سرابی، فریبا، پیامد های زیست محیطی توسعه توریسم، محیط زیست، شماره ۲۹، ۱۳۸۷
- ۱۰- طهماسبی، پاشا، جم، علی، مجیدی، روفیا، چشم انداز گردشگری سواحل جنوبی دریای خزر، مجموعه مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران، تهران، انتشارات رسانس، ۱۳۸۴
- ۱۱- فرزین، محمد رضا، نادعلی پور، زهرا، عوامل مؤثر بر مزیت رقابتی مقصدهای گردشگری در ایران (مورد مطالعه: منطقه چابهار)، فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۱۴، ص ۴۱-۶۷، زمستان ۱۳۹۰
- ۱۲- کاظمی، مهدی، تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار، مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۱۲، ص ۸۱-۱۰۰، پاییز و زمستان ۱۳۸۷
- ۱۳- کروی، مهدی، فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری، تهران، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال هفتم، شماره ۲۸، ص ۳۰۹، ۱۳۸۷
- ۱۴- لطفی، صدیقه، نگرش سیستمی لازمه پایداری گردشگری در مازندران، تهران، انتشارات رسانس، ۱۳۸۴
- 15- Bowen , William M. AHP: Multiple Criteria Evaluation . in Klosterman , R. et al (Eds) , Spreadsheet Models for Urban and Regional Analysis , New Brunswick: Center for Urban Policy Research , 1993.
- 16- Crompton, J.L , Structure of vacation destination choice sets . Annals of tourism , vol.19. 1992.
- 17- Jiang , J , Havitz , M. & O Briem , R.M. Validating the international tourist Role Scale , Annals of tourism Research , vol.24 , no.4, 2000.
- 18- Mohsin , A. Tourist Attitudes and Destination Marketing: the case of Australia's Northern territory and Malaysia , Tourism management , vol.26 , 2005.
- 19- Noronha, L. Coastal Tourism, Environment, and Sustainable Local Development , London, TERI , 2002.
- 20- Orams, Mark, Marine Tourism London , 1999.
- 21- www.World tourism organization.com, 1997