

تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی مکران با استفاده از مدل استراتژیک SWOT

زهرا امامی فر^۱، مجید محبی^۲

^۱ کارشناس اشتغال و سرمایه گذاری، دفتر هماهنگی امور اقتصادی استانداری سیستان و بلوچستان

^۲ رئیس گروه امور اقتصادی، دفتر هماهنگی امور اقتصادی استانداری سیستان و بلوچستان

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. سواحل مکران در منتهی الیه جنوب شرقی ایران و 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 سواحل مکران با وجود انواع مزیت های گردشگری شامل: جاذبه های طبیعی، فرهنگی، تاریخی و اجتماعی و نزدیکی به کشورهای حوزه خلیج فارس، هند، افغانستان و پاکستان و همین طور برخورداری از منطقه آزاد تجاری-صنعتی چابهار، میتواند با مدیریت و برنامه ریزی علمی به قطب توریستی مهمی در سطح منطقه تبدیل گردد و یکی از محورهای مهم گردشگری کشور باشد. تحلیل های حاصل از نشان می دهد که این سواحل علی رغم برخورداری از ظرفیت تبدیل شدن به یک منطقه نمونه مدل گردشگری، تعدد تصمیم گیران و مسایل مدیریتی، کمبود زیر ساخت ها 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 سرمایه مهمترین فرصتها و وجود آثار تاریخی، جاذبه های ورزشی-تفریحی و برخورداری از سواحل شنی و جذابیت های طبیعی به عنوان نقاط قوت و جاذب در کنار امکان توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی، تقویت تبلیغات، تعامل و هم فکری بین مسؤولان منطقه آزاد و سازمان های مرتبط با گردشگری و مردم و توسعه اکوتوریسم، از مهمترین رهیافتهای به منظور توسعه گردشگری این ناحیه تلقی میگردند.

واژه های کلیدی: گردشگری و توسعه، ناحیه ساحلی مکران، مدل سوات (SWOT)

۱- مقدمه

۱-۱- طرح مسأله

اصولاً 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، نمیتوان 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). سرمایه گذاری در زیرساخت های گردشگری و استفاده از توان های بالقوه منطقه ای به منظور جذب گردشگر، یکی از راه های مناسب، بدین منظور است. توسعه گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیادهای اقتصادی جوامع دارد و نقش 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 شود، در مطالعات متعدد مورد تأیید قرار گرفته (کاظمی، ۱۳۸۷). امروزه با شروع قرن بیست و یکم صنعت گردشگری به یکی از پر درآمدترین 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 براساس پیش بینی انجام شده ای توسط سازمان جهانگردی 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 ونیم تریلیون دلار خواهد رسید. گردشگری در سال ۲۰۰۴ بر روی هم ۳۷۰۰ میلیارد دلار گردش سرمایه داشت و ۲۲۰ میلیون شغل ایجاد کرد. این که سهم کرانه های دریایی از درآمد هنگفت چقدر می باشد، مبهم مانده است. آشکار است که در مورد کشورها و سرزمین های کوچک با موقعیت اقیانوسی، بیش از ۹۰ درصد گردشگران، ساحل را به عنوان مقصد انتخاب میکنند.

این صنعت به عنوان فعالیتی که در دنیای امروزی توان اثرگذاری بر فرآیند توسعه متوازن و خردورزانه را در تمامی دنیا به نمایش گذاشته، مورد توجه طیف وسیعی از سیاست گذاران و برنامه ریزان نظامهای سیاسی و مدیریت اجرایی در همه کشورهای دنیا قرار گرفته است. جوامع سازمانی بویژه

نظامهای اجرایی دریافته اند که در فرآیند گردشگری، آثار مثبت اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، زیست محیطی، تکنولوژیک و غیره فراوانی مستتر است و در فرآیند گردشگر فرستی نیز توانمند سازی نیروی انسانی، منافع سیاسی، بین المللی و ترویج فرهنگ بومی در سایر نقاط دنیا ضروری است (ابراهیم زاده و همکاران ۱۳۸۶).

تحقق توسعه پایدار گردشگری در گرو لحاظ نمودن سه رویکرد همه جانبه نگر و کل گرا، آینده نگر و مساوات گرا است. نگرش اول بر این باور است که توسعه، هنگامی پایدار است که در بستر سیاسی، اقتصادی و اکولوژیک ملاحظه گردد. در رویکرد دوم، برآورد احتیاجات کنونی گردشگران، جامعه میزبان و به موازات آن محافظت و پاس داشت از محیط زیست و حفظ فرصت های برابر برای آیندگان مطرح است. در رویکرد سوم، مساوات درون نسلی و فرا نسلی در استفاده از امکانات، داد و ستد ها و منابع مورد نظر است. (تولایی، ۱۳۸۶) هدف های گردشگری پایدار، بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان، رعایت برابری یا مساوات بین دو نسل و درون یک نسل، حفظ کیفیت محیط زیست از طریق حفظ سیستم زیست محیطی، حفظ یکپارچگی و انسجام فرهنگی و همبستگی اجتماعی بین جوامع و ایجاد تسهیلات و امکانات است؛ به گونه ای که دیدار کنندگان بتوانند تجربه های ارزشمندی کسب کنند (گی، ۱۳۸۶). کمیسیون جهانی توسعه اقتصادی، توسعه پایدار را توسعه ای می داند که ضمن برآورده ساختن نیازهای کنونی، لطمه ای به منابع مورد نیاز نسلهای آینده وارد نیاورد «برامول و لین» توسعه پایدار گردشگری را در گرو انجام طرح هایی می داند که ضمن اجرای آنها، احیای دراز مدت محیط طبیعی و منابع انسانی در فعالیتهای گردشگری تحقق پیدا کند (الوانی و پیوز بخت ۱۳۸۵).

گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال حاضر، در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. افزون بر این، بسیاری از برنامه ریزان و سیاستگذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می کنند. برای دست یابی به توسعه گردشگری به عواملی، نظیر؛ ساختار مناسب سازمانی، برنامه ریزی و آموزش نیروی انسانی، قوانین و مقررات گردشگری و جذب سرمایه نیاز است. برای ایجاد توسعه پایدار و مناسب در صنعت گردشگری وجود مدیریتی توانا و منسجم و هماهنگی بین بخش دولتی و بخش خصوصی بسیار حایز اهمیت است. یک جنبه مهم که در برنامه ریزی توسعه گردشگری که معمولاً بر آن تاکید نمی گردد، شرکت دادن عامه مردم در فرآیند برنامه ریزی و تصمیم گیری است. واقعیت آن است که برنامه ریزی برای ساکنان یک ناحیه (مالکان اصلی منابع گردشگری آن ناحیه) انجام می شود، بنابراین، باید به آن ها فرصت داده شود تا در فرآیند برنامه ریزی و تعیین آن اشکال، در توسعه آتی گردشگری منطقه شرکت کنند و دیدگاه خود را در مورد نحوه توزیع منافع حاصل و نوع جامعه ای که در آینده می خواهند در آن زندگی کنند، اظهار نمایند. اگرچه درگیر نمودن مردم در فرآیند برنامه ریزی، مستلزم تخصیص زمان بیشتری برای فرآیند برنامه ریزی است، اما از آنجا که چنین صرف وقتی تضمین کننده حضور، حمایت و پشتیبانی ساکنان محلی، از برنامه های تنظیم شده و مشارکت سرمایه آنان در طرح های توسعه است، از هر نظر قابل توجیه خواهد بود.

۲-۱- روش تحقیق

این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی است. برای جمع آوری اطلاعات و داده های مورد نیاز از بررسیهای اسنادی و کتابخانه ای استفاده و با توجه به اطلاعات به دست آمده، به بررسی جاذبه ها، امکانات، خدمات و وضعیت کلی گردشگری در منطقه پرداخته سپس برای تجزیه و تحلیل یافته ها از مدل SWOT استفاده شد. برای این منظور محیط داخلی (نقاط قوت و ضعف) و محیط خارجی (فرصت ها و تهدیدها) منطقه مطالعه گردید و در نهایت به رایه راهبردها و استراتژی های مناسب توسعه گردشگری سواحل دریای عمان پرداخته شد.

۳-۱- قلمرو پژوهش

دریای عرب یا بحر مکران یا دریای پارس پهناور آبی است در شمال شرقی اقیانوس هند، میان شبه جزیره عربستان و هندوستان، در شمال متصل به دریای عمان که به خلیج فارس می پیوندد. شمار جمعیت و تراکم نسبی جمعیت در شهرستان های چابهار، کنارک و جاسک در کرانه دریای عمان، نه تنها دهها برابر کمتر از تراکم های نسبی جلگه خیزی است، بلکه نسبت به تراکم نسبی ملی نیز اندک و حتی ناچیز می باشد. این تراکم بی شباهت به سواحل مناطق شمالی کانادا، روسیه، فنلاند و نروژ نیست. چنان که این تراکم بر ۱ نفر در هر کیلومتر مربع پایه سرشماری ۱۳۸۵، برای دهستان های ساحلی جاسک، کنارک و خاور چابهار کمتر از بود. این تراکم هم چنین در جزیره های خالی از جمعیت ایران مانند فارسی، تنب کوچک، شتور، هندورایی، فرور، بنی فرور و چند جزیره دیگر نزدیک به صفر است.

این سواحل تاریخی از جمله بندر چابهار از موقعیت ویژه استراتژیک، به عنوان دروازه کشور برای ورود به آبهای بین المللی با مبدا مسیرهای ترانزیتی غیر قابل رقابت، برخوردار است. متوسط دمای آن ۲۳ درجه و تغییرات دما بین ۱۰ و ۳۴ درجه متغیر است. توجه به وفور منابع آبی، موقعیت جغرافیایی، آب و هوای منحصر به فرد و برخورداری از جاذبه های فرهنگی و محیطی، نزدیکی به کشورهای حوزه خلیج فارس، هند، افغانستان و پاکستان، این منطقه پتانسیل لازم برای تبدیل شدن به یک منطقه ترانزیتی و توریستی را داراست. این منطقه از آب و هوای مناسبی در تمامی طول سال برخوردار است و همچنین دارای جاذبه های متنوع طبیعی و زیست محیطی است. چابهار یکی از مهمترین شهرهای این سواحل، طبیعت بکر و زیبا از جاذب های خاص و ژئو توریستی نیز برخوردار است که در بعضی موارد، همچون گل فشان ها، کوه های مریخی و غیره، جزو نادرترین های جهان هستند. این جاذبه های طبیعی و ژئو توریستی به همراه فرهنگ غنی و سنتی و قدمت تاریخی آن، مجموعه ای از بهترین جاذبه های گردشگری را در پهنه ای کوچک در دورترین نقطه کشور و در کنار سواحل زیبای دریای عمان به وجود آورده که با برنامه ریزی دقیق و بلند مدت و با مدیریت کارآمد می تواند به یک منطقه ویژه توریستی تبدیل شود. به طور کلی، جاذبه های گردشگری سواحل مکران را به سه قسمت ۱- جاذبه های طبیعی و ژئو توریستی ۲- جاذبه های فرهنگی و تاریخی ۳- جاذبه های انسان ساخت، قابل تفکیک است. تمساح پوزه کوتاه، تالاب لیپار، ساحل تیس، خلیج چابهار، گل فشان ها، بقعه سید غلام رسول، قلعه تاریخی تیس (معروف به قلعه پرتغالی ها)، روستای تاریخی تیس و منطقه آزاد چابهار، از مهم ترین جاذب های گردشگری سواحل مکران است. این جاذبه ها به علاوه فرودگاه، بندر تجاری، هشت هتل و مهمان پذیر و حدود هفتصد تخت اقامتی، دوازده رستوران و غیره نشان دهنده توان بالای منطقه در زمینه گردشگری است.

همچنین در سال های اخیر ایجاد منطقه آزاد تجاری -صنعتی چابهار باب جدیدی را در گردشگری این شهرستان گشوده است، به طوری که همه روزه تعداد زیادی از مسافران برای انجام تجارت و یا خرید از این منطقه بازدید می کنند. 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 (روابط عمومی سازمان منطقه آزاد چابهار). البته، باید به این نکته اشاره کرد که اکثر بازدید کنندگان منطقه آزاد ساکن شهرستان چابهار و شهرستان های اطراف هستند و کمتر از ۲۴ ساعت در منطقه حضور دارند و طبق تعریفی که از ارایه شده، نمی توان همه آنها را جزو گردشگران منطقه محسوب کرد. به طور کلی، در مورد گردشگر ورودی به چابهار، با استفاده از آمار مسافرانی که از سوی سازمان پایانه های مسافربری استان سیستان و بلوچستان ارایه شده است و همین طور درصد اشغال اقامتگاهی و با ملحوظ قرار دادن درصدی از مسافران که در چادرهای شخصی یا در منزل اقوام به سر می برند، گردشگر ورودی سالانه به چابهار را به طور متوسط در حدود ۱۵۰ تا ۲۰۰ هزار نفر می توان تخمین زد.

۲- تکنیک SWOT

SWOT تکنیک یا ماتریس 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 نتیجه مستقیم مدل (SWOT) آن سیستم است. این روش دانشکده تجاری هاروارد است. در واقع، این روش بهترین ستراتیژی برای سازمان هاست به طور اجمالی می توان گفت که این تکنیک ابزاری برای تحلیل وضعیت و تدوین راهبرد است و این امور از طریق:

- بازشناسی و طبقه بندی قوتها و ضعف های درونی سیستم؛
- بازشناسی و طبقه بندی فرصت ها و تهدیدهای موجود در محیط خارج سیستم؛
- تکمیل ماتریس سوات؛ و تدوین راهبردهای گوناگون برای هدایت سیستم در آینده؛ صورت می گیرد. به عبارت دیگر، مدل SWOT یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سیستمی با فرصتها و تهدیدات برون سیستمی است. مدل SWOT تحلیلی سیستماتیک را برای شناسایی این عوامل و انتخاب استراتژی که بهترین تطابق بین آنها را ایجاد می نماید، ارائه می دهد. از دیدگاه این مدل، یک استراتژی مناسب قوتها و فرصتها را به حداکثر و ضعفها و تهدیدها را به حداقل ممکن می رساند. برای این منظور، نقاط قوت و ضعف و فرصت ها و تهدیدها در چهار حالت کلی (WT, ST, WO, SO) پیوند داده می شوند و گزینه های استراتژی از بین آنها انتخاب می شوند. برای ساختن ماتریس تهدیدات، فرصتها، نقاط ضعف، نقاط قوت باید هشت مرحله را طی کرد:
- فهرستی از فرصتهای عمده ای که در محیط خارجی سازمان وجود دارد،
- فهرستی از تهدیدات عمده موجود در محیط خارج سازمان،

- فهرستی از نقاط قوت داخلی و عمده سازمان؛
- فهرستی از نقاط عمده ضعف داخلی سازمان؛
- نقاط قوت داخلی و فرصت های خارجی را با هم مقایسه کنید و نتیجه در خانه مربوط در گروه استراتژی های SO قرار دهید؛
- نقاط ضعف داخلی را با فرصت های موجود در خارج مقایسه کنید و نتیجه را در گروه استراتژی یهای WO قرار دهید؛
- نقاط قوت داخلی را با تهدیدات خارجی مقایسه گردد، نتیجه را در گروه استراتژی های ST قرار دهید؛
- نقاط ضعف داخلی را با تهدیدات خارجی مقایسه نموده، نتیجه را در گروه استراتژی یهای WT قرار دهید.

۱-۲- تدوین راهبردها

ماتریس سوات امکان تدوین چهار انتخاب یا راهبرد متفاوت را فراهم می آورد. البته، در جریان عمل برخی از راهبرد ها با یکدیگر هم پوشانی داشته، یا به طور هم زمان و هماهنگ با یکدیگر به اجرا در می آیند. در واقع، بر حسب وضعیت سیستم، چهار دسته راهبرد را که از نظر درجه کنشگری متفاوت هستند، می توان تدوین کرد:

۱-۲-۲- راهبرد دفاعی: هدف کلی راهبرد دفاعی یا نیز، حداقل-حداقل که می توان آن « راهبرد بقا » نامید. کاهش ضعف های سیستم برای کاستن و خنثی سازی تهدید هاست.

۲-۲-۲- راهبرد انطباقی: راهبر انطباقی یا راهبرد (حداقل -حداکثر) تلاش دارد با کاستن از ضعف ها حداکثر استفاده را از فرصت های موجود ببرد. یک سازمان ممکن است در محیط خارجی خود متوجه وجود فرصت هایی شود، ولی به واسطه ضعف های سازمانی خود قادر به بهره برداری از آن نباشد. در چنین شرایطی، اتخاذ راهبرد انطباقی می تواند امکان استفاده از فرصت را فراهم آورد.

۲-۲-۳- راهبرد اقتضایی (حداکثر-حداقل): این راهبرد برپایه بهره گرفتن از قوت های سیستم برای مقابله با تهدیدات تدوین می شود و هدف آن به حداکثر رساندن نقاط قوت و به حداقل رساندن تهدیدات است. با وجود این، از آنجا که تجارب گذشته نشان داده است که کاربرد نابجای قدرت می تواند نتایج نامطلوبی به بار آورد، هیچ سازمانی نباید به طور نسنجیده از قدرت خود برای رفع تهدیدات استفاده کند.

۲-۲-۳- راهبرد تهاجمی (حداکثر-حداکثر): تمام سیستم ها خواهان وضعیتی هستند که قادر باشند همزمان قوت و فرصت های خود را به حداکثر برسانند. بر خلاف راهبرد دفاعی که یک راه حل واکنشی است راهبرد تهاجمی یک راه حل کنشگر است، در چنین وضعیتی سازمان با استفاده از نقاط قوت خویش برای گسترش بازار تولیدات و خدمات خود گام بر می دارد.

تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر گردشگری سواحل مکران

این مدل، یکی از روش های مورد استفاده برای سازماندهی عوامل خارجی در قالب مقوله های فرصت ها و تهدیدها و عوامل داخلی اعم از قوتها و ضعف هاست. این روش برای تجزیه و تحلیل عوامل تأثیر گذار و فراروی یک سیستم (شهر، منطقه، روستا و غیره به هر یک از عوامل تأثیر گذار است. برای تهیه و ساخت جدولی از این عوامل و چگونگی تأثیر گذاری آن بر کارکردهای گردشگری و تحلیل آن مراحل زیر انجام گرفته است: در جدول ارائه شده (عوامل خارجی و داخلی)، مهم ترین قوت ها، ضعفها، فرصت ها و تهدیدهای فراروی سیستم را نام می بریم.

۲-۲- نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (فرصتها و تهدیدها) مؤثر بر گردشگری سواحل مکران

۳-۲- نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (قوت ها و ضعفها) مؤثر بر گردشگری سواحل مکران

برای سازماندهی عوامل خارجی در قالب مقوله های فرصتها و تهدید های فراروی سیستم، با استفاده از عوامل درجه بندی و با توجه به اهمیت هر یک از فرصتها و تهدیدها و با توجه به میزان تأثیر گذاری هر یک از آنها بر کارکردهای منطقه ای چابهار، محاسبه و به شرح جدول ذیل تعیین گردید:

عوامل زمینه	عوامل داخلی		عوامل خارجی	
	نقاط قوت	نقاط ضعف	فرصت ها	تهدیدها
جاذبه های طبیعی و اکولوژیکی	<ul style="list-style-type: none"> - آثار تاریخی و میراث فرهنگی غنی مانند: قلعه تیس- آرامگاه سیدغلامرسول، قلعه پیروز گت، قلعه بلوچ گت، قلعه انوشیروان، قلعه باتل، محوطه باستانی کنارک، وجود گورستان های تاریخی - آب و هوای مطبوع در فصل سرد سال - تنوع محیط های طبیعی و بکر بودن آنها و چشم اندازهای متنوع جغرافیایی مثل: تپه های گل افشان در کهپر زرآباد، خلیج گواتر و سواحل دریای عمان، سواحل ماسه ای تیس، مراکز اقتصادی و تولیدی و تحقیقاتی، سایت پرورش میگو در منطقه گواتر و پسابندر بخش دشتیاری و مزارع کاشت موز در منطقه باهوکلالت - وجود محیطی آرام و دور از هیاهوی شهرهای بزرگ - وجود قابلیت های ورزشی، آبی و کناری - موقعیت جغرافیایی استراتژیک - فقدان محدودیت زمین جهت استفاده توریستی - مساحت جنگل های طبیعی شهرستان ۱۳۸۲۲۵ هکتار و مساحت جنگل های مصنوعی نیز ۴۶۰۰۰ هکتار می باشد. (آمار جنگل های طبیعی مربوط به چاپهار و کنارک) - وجود آسمان پر ستاره و مناسب جهت مقاصد نجومی 	<ul style="list-style-type: none"> - آب و هوای دافع - توریسم در ۴ الی ۵ ماه سال - از بین رفتن جلوه های طبیعی - دوری از مراکز جمعیتی 	<ul style="list-style-type: none"> - تقاضای اکوتوریسم در داخل و خارج کشور بواسطه منحصر بفرد بودن چاذبه های طبیعی منطقه - عدم وجود منابع و چشم اندازهای طبیعی و فرهنگی در مناطق آزاد رقیب - مبادلات فرهنگی - نزدیکی به کشورهای پاکستان و افغانستان و آبهای آزاد اقیانوسی - توسعه سواحل دریای عمان به عنوان یکی از راهبردهای توسعه - محافظت جاذبه های طبیعی 	<ul style="list-style-type: none"> - رقابت منطقه ای با منطقه آزاد گوادر و مناطق آزاد حاشیه جنوبی خلیج فارس - پراکنش نامناسب فصلی بازدید کنندگان - آب و هوای گرم و شرجی در اکثر ایام سال - تهدیدهای زیست محیطی و ایجاد خسارت به آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی
اقتصادی و اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> - مستعد بودن منطقه جهت سرمایه گذاری و برنامه ریزی گردشگری - نزدیکی به کشورهای همسایه - منطقه آزاد چاپهار در شهرستان چاپهار در مجاورت بنادر شهید بهشتی و کلانتری در زمینی به مساحت ۱۴ هزار هکتار واقع شده که ۴ هزار هکتار به بخش های بازرگانی و توریسم اختصاص یافته است. - امکان استفاده از دو گمرک منطقه آزاد چاپهار و گمرک شهر چاپهار - انتقال گاز به استان سیستان و بلوچستان و منطقه آزاد چاپهار که قرارداد با قرارگاه خاتم الانبیا منعقد گردیده است. - وجود طرح های سرمایه گذاری امکان سنجی شده در بخش گردشگری جهت علاقمندان به این حوزه 	<ul style="list-style-type: none"> - دوری از مراکز جمعیتی و مراکز بزرگ شهری کشور - نبود امکانات رفاهی در سایت های گردشگری - فقدان حیات شبانه در کانون های جمعیتی و مقصد گردشگری - ضعف مدیریتی و فقدان ثبات در مدیریت - ضعف تبلیغات جهت سرمایه گذاری در این منطقه - نبود مکان های اقامتی و پذیرایی مناسب برای همه اقشار - کمبود تسهیلات بهداشتی، درمانی و خدماتی - نامناسب بودن زیر ساخت های محیطی و کالبدی - عدم هماهنگی با سازمان های مرتبط در زمینه گردشگری با مردم 	<ul style="list-style-type: none"> - سرمایه گذاری در تاسیسات زیر بنایی و رونمایی - برنامه ریزی برای ایجاد اشتغال مولد در منطقه چاپهار و جذب نیروی کار و کاهش زمینه های قاچاق و ناهنجاری های اجتماعی و ایجاد درآمد ارزی - قابلیت تبدیل شدن به مرکز پزشکی درمانی کشورهای منطقه (توریسم پزشکی) - ایجاد منطقه نمونه گردشگری بین المللی گواتر - ایجاد منطقه نمونه تالاب لیپار - احداث هتل کنارک - منطقه نمونه گردشگری گل فشان بولوبولوک، تنگ و شور عین - ایجاد تحرک اقتصادی در محور چاپهار - میلک (زابل) با از میان بردن زمینه های قاچاق و ایجاد پیوستگی - طرح های مجتمع رفاهی پارک بهاران چاپهار 	<ul style="list-style-type: none"> - سرمایه گذاری خارجی اندک در بخش گردشگری - پایین بودن سطح بهداشت و کمبود امکانات درمانی تخصصی - تبلیغات منفی در سطح جهانی علیه ایران - بالا رفتن قیمت ارز و مشکلات اقتصادی ایجاد شده ان - مسائل مذهبی و اعتقادی - دگرگونی در ساختار جامعه - محرومیت شدید منطقه و هجوم جمعیت مهاجر

عوامل زمینه	عوامل داخلی		عوامل خارجی	
	نقاط قوت	نقاط ضعف	فرصت ها	تهدیدها
حمل و نقل و دسترسی و امکانات رفاهی	<ul style="list-style-type: none"> - حدود ۳۰۰ کیلومتر مرز آبی در کرانه های شمالی دریای عمان - وجود دریای عمان در جنوب منطقه، دسترسی به آب های بین المللی و شرایط جغرافیایی مناسب برای توسعه بازرگانی - وجود دو اسکله مهم تجاری در چاپهار (شهید بهشتی و شهید کلانتری) - دسترسی به فرودگاه بین المللی چاپهار (کنارک) با ظرفیت پذیرش هواپیماهای پهن پیکر و دور پرواز 	<ul style="list-style-type: none"> - عدم وجود راه آهن - کاهش تعداد پرواز های داخلی - عدم وجود فرودگاه بین المللی در منطقه آزاد چاپهار - بارگیری و تخلیه کالا و تردد مسافر به دلیل نبود اسکله ها ضعیف می باشد. - فاصله زیاد فرودگاه از مناطق گردشگری - کمبود راه های ارتباطی مناسب و 	<ul style="list-style-type: none"> - احداث و راه اندازی شرکت های بزرگ حمل و نقل بین المللی و ترانزیت کالا (دریایی، جاده ای و ریلی) - ایجاد فرودگاه بین المللی در منطقه آزاد چاپهار - ساخت اسکله و افزایش گنجایش بارگیری کشتی های اقیانوس پیما - وجود طرح های ملی و توجه سیاست گذاران به افزایش ظرفیت بندر و توسعه تجهیزات آن 	<ul style="list-style-type: none"> - وجود اسکله های مجهز در دیگر بنادر استان به عنوان رقیب - بالا بودن تصادفات جاده ای - بالا بودن قیمت بنزین منجر به کاهش تعداد مسافر خواهد شد.

<p>- خط آهن چابهار - زاهدان- مشهد توان مندی های منحصر به فردی در زمینه ترانزیت و صادرات و واردات کالا به چابهار خواهد بخشید - ایجاد مجتمع های بین راهی و ایجاد اشتغال</p>	<p>فقدان ارتباط ریلی - کمبود هتل ها، مهماندپذیرها متناسب با وضعیت اقتصادی همه اقشار جامعه</p>	<p>- امتیاز چابهار نسبت به سایر بنادر و جزایر خلیج فارس، تماس مستقیم و بدون واسطه سواحل مکران با آبهای آزاد است. - وجود موقعیت دریایی مناسب به لحاظ قرار گیری در سواحل خلیج طبیعی چابهار ، امکان پهلو گیری کشتی های بزرگ - جاده ترانزیتی در دست احداث چابهار = میلک و پروژه در دست اقدام - نزدیکترین راه دسترسی کشورهای محصور در خشکی آسیای میانه (افغانستان، ترکمنستان، ازبکستان، تاجیکستان، قرقیزستان و قزاقستان) به آبهای آزاد است.</p>	
<p>- عدم اجرای درست قوانین موجود توسط دستگاهها ی ذیربط</p>	<p>- ایجاد تسهیلات و مشوق های قانونی لازم برای جذب و تجهیز سرمایه های داخلی و خارجی - بهینه کردن قوانین موجود جهت حفظ منابع طبیعی و تاریخی موجود</p>	<p>- وجود قوانین بازدارنده اجتماعی جهت ورود گردشگران خارجی</p>	<p>- جود منطقه آزاد تجاری - صنعتی چابهار با امکانات و مزیت های قانونی سرمایه گذاری برای اتباع ایرانی و خارجی شامل: - برخورداری از معافیت بردرآمد و دارایی - عدم اعمال مقررات گمرکی و تجارت خارجی در منطقه آزاد - امکان خروج اصل و سود حاصل از بکارگیری سرمایه - امکان تأسیس شرکتهای خارجی با هر میزان از درصد سهام - امکان ترانزیت و صدور مجدد کالا بدون محدودیت - امکان ورود کالا به منطقه بدون پرداخت عوارض گمرکی - امکان خرید و فروش کالای خارجی - امکان تأسیس بانک ، موسسات اعتباری ، صرافی و شرکتهای داخلی و خارجی - تامین محل انجام پروژه های گردشگری توسط سازمانها و ادارت ذیربط - تامین اعتبارات مورد نیاز تاسیسات زیربنایی تا محل اجرای طرح - تامین تسهیلات مورد نیاز اجرای پروژه های گردشگری (پس از تامین ۲۰٪ سهم آورده متقاضی) - معافیت از عوارض تغییر کاربری - پرداخت یارانه تسهیلات به سرمایه گذار از محل اعتبارات عمرانی</p>

۳- تدوین راهبردها

۳-۱- راهبردهای رقابتی /تهاجمی (SO): در این راهبردها تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت های بیرونی استوار است که عبارتند از:

- توسعه خطوط هوایی برای ترانزیت مسافر و کالا در سطح منطقه و ایجاد زمینه های توسعه حمل و نقل دریایی؛
- استفاده از پتانسیل های منطقه در جهت گسترش ورزش های آبی و تابستانی و جذب گردشگران ورزشی؛
- توسعه تاسیسات ساحلی، مانند ایجاد پلاژهای ساحلی، هتل و رستوران دریایی و استفاده از سواحل زیبا و بکر دریای عمان در راستای جذب گردشگر و ایجاد مشاغل جدید برای مردم بومی منطقه؛
- استفاده از پتانسیل های گردشگری تجاری منطقه آزاد چابهار.

۳-۴- راهبردهای تنوع نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی (ST) در تنوع بخشی متمرکز بوده و شامل موارد زیر است:

- توسعه شبکه اطلاعات گردشگری و خدمات اطلاع رسانی و آموزشی گردشگری؛

- تقویت تبلیغات و فعالیت های آگاه سازی در رسانه ها درباره قابلیت های گردشگری منطقه در سطح داخلی و بین المللی و از بین بردن ذهنیت بد گردشگران درباره وضعیت امنیتی و فرهنگی منطقه؛
- ۳-۳- راهبردهای باز نگری بر نقاط ضعف درونی (WO)، سعی بر بهره گیری از فرصت های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف فرا روی این ناحیه توریستی بوده و در برگیرنده موارد زیر است:
- بهبود و ارتقای محصولات گردشگری (علمی، درمانی، تجاری و تفریحی) و سرمایه گذاری مشترک دولتی - خصوصی در زمینه ایجاد و همچنین تبلیغ زیر ساخت ها و محصولات گردشگری منطقه به گردشگران داخلی و خارجی؛
- توسعه و بهبود راه های ارتباطی، از جمله تسهیل توسعه راه آهن زاهدان - چابهار برای دسترسی آسانتر و کم هزینه تر به منطقه؛
- تعامل و هم فکری بین مسؤولان منطقه آزاد و سازمان ها و ادارات مرتبط با گردشگری در راستای پیش برد طرح های گردشگری؛
- استفاده از توان مشارکتی مردم در تمامی مراحل برنامه ریزی گردشگری.
- ۳-۴- راهبردهای تدافعی (WT) بر رفع آسیب پذیری ناحیه ساحلی چابهار تأکید داشته، عبارتند از:
- تدوین مقررات و ضوابط در زمینه توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش های گردشگری و همچنین ثبات در مدیریت برای اجرای درست طرح های بلند مدت؛
- جلب مشارکت های مردمی در ترویج، حفاظت و بهره مندی پایدار از منابع طبیعی و تاریخی - فرهنگی گردشگری منطقه و جلوگیری از تخریب های زیست محیطی و تاریخی - فرهنگی آن.
- ارتقای سطح بهداشت در منطقه و احداث بیمارستان های تخصصی مدرن و به کارگیری پزشکان متخصص و تجهیز مراکز فعلی با دستگاه ها و تجهیزات مدرن برای جذب مسافرانی که خواهان محصولات گردشگری علمی و پزشکی هستند.

۴- نتیجه گیری

با توجه به یافته های این پژوهش، سواحل مکران از آب و هوای مناسبی در تمامی طول سال برخوردار است و همچنین دارای جاذبه های متنوع طبیعی و زیست محیطی است. در کنار این طبیعت بکر و زیبا از جاذبه های خاص ژئو توریستی نیز برخوردار است که به همراه فرهنگ غنی و سنتی و قدمت تاریخی آن مجموعه ای از بهترین جاذبه های گردشگری را در پهن های کوچک در دورترین نقطه کشور و در کنار سواحل زیبای دریای عمان به وجود آورده و نشان دهنده توانایی بالای این منطقه برای تبدیل شدن به منطقه نمونه گردشگری در سطح کشور و منطقه است. نتایج بررسی و تحلیل ها نشان می دهند که شهرستان چابهار یکی از مهمترین بنادر در این سواحل با ۲۲۸ جاذبه گردشگری، می تواند یکی از محورهای مهم گردشگری کشور باشد. با توجه به بررسی وضعیت موجود و شناسایی نقاط قوت و فرصتهای توسعه توریسم در منطقه و از طرفی، نقاط ضعف و تهدیدهایی که در فرایند توسعه گردشگری این ناحیه وجود دارد، رهیافت های بیانگر آن، مؤثر بر این فرایند با توجه به مدل SWOT است که به ضعف و بی ثباتی در مدیریت، ضعف تبلیغات و نا هماهنگی سازمان های مرتبط در زمینه گردشگری با مردم، از علل اصلی توسعه نیافتگی گردشگری در چابهار هستند. راهبردهای توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش های گردشگری و همچنین ثبات در مدیریت برای اجرای طرح های بلند مدت، تقویت تبلیغات و فعالیت های آگاه سازی در خصوص قابلیت های گردشگری منطقه و از بین بردن ذهنیت بد گردشگران درباره وضعیت امنیتی و فرهنگی منطقه، تعامل و هم فکری بین مسؤولان منطقه آزاد و سازمان های مرتبط با گردشگری و با مردم و استفاده از پتانسیلهای منطقه در جهت گسترش ورزش های آبی و زمستانی و تقویت اکوتوریسم، مهم ترین راهبردهای توسعه گردشگری آن شناخته شده اند. همچنین راهبردهای جانبی، مانند استفاده از پتانسیلهای گردشگری تجاری منطقه آزاد چابهار، توسعه خطوط هوایی برای ترانزیت مسافر و کالا و توسعه گردشگری درمانی نیز در این ارتباط رهگشا خواهد بود.

۵- پیشنهادها

با توجه به نارسایی ها و مشکلات بیان شده در توسعه گردشگری در سواحل مکران بویژه شهرستان چابهار و برای دستیابی به رشد و شکوفایی این صنعت در منطقه و بهبود کارکردهای گردشگری منطقه آزاد در راستای توسعه گردشگری منطقه و کسب درآمدها و منافع بیشتر در بخش گردشگری موارد زیر پیشنهاد می شود:

- ۱-۵- استفاده از مدیران تحصیل کرده و آگاه به مسائل گردشگری در راس امور تصمیم گیری و اجرایی؛
- ۲-۵- هماهنگی بین مدیران منطقه آزاد و دیگر ارگانها و موسسات مرتبط با گردشگری منطقه چابهار؛
- ۳-۵- مشارکت دادن مردم در امر تصمیم سازی و تصمیم گیری و اجرای برنامه های گردشگری،
- ۴-۵- ایجاد تشکیلات سازمانی منسجم در بخش گردشگری و بهسازی تشکیلات اجرایی فعلی،
- ۵-۵- سرمایه گذاری مناسب در بخشهای فرهنگی و آموزش مردم محلی جهت برقراری ارتباط مناسب با گردشگران، با برگزاری دوره های آموزشی؛
- ۶-۵- ایجاد تبلیغات گسترده و مناسب و تهیه و توزیع بوروشورهای تبلیغاتی در داخل کشور و کشورهای همسایه برای آشنایی بیشتر گردشگران از امکانات و جاذبه های گردشگری منطقه؛
- ۷-۵- بهبود زیرساختهای حمل و نقل داخلی و خارجی: ساخت فرودگاه بین المللی در شهرستان چابهار و ایجاد و گسترش پروازهای داخلی و خارجی، تکمیل پروژه راه آهن چابهار و اتصال این شهرستان به شبکه ریلی کشور، ایجاد خطوط کشتیرانی و غیره؛
- ۸-۵- معرفی مزیتهای نسبی چابهار در زمینه سرمایه گذاری های گردشگری از سوی مدیران منطقه برای متقاضیان سرمایه گذاری؛
- ۹-۵- انجام هزینه های لازم در زمینه مطالعات و تحقیقات بازاریابی؛
- ۱۰-۵- زمینه سازی برای رفع موانع و تنگناهای اجرایی و اصلاح مقررات موجود؛
- ۱۱-۵- ایجاد ظرفیت های جدید گردشگری در سطح منطقه؛
- ۱۲-۵- برنامه ریزی مناسب برای کاهش هزینه های تمام شده برای گردشگران از طریق: ایجاد تورهای گردشگری گروهی، ارائه تخفیفات ویژه از طریق شرکت های هواپیمایی و مسافرتی و هتل ها و ارائه تخفیفات استثنایی به گردشگران خارجی برای جذب بیشتر آنها به این منطقه؛
- ۱۳-۵- راه اندازی بانک اطلاعات گردشگری و بهره گیری از راهنماهای گردشگری؛
- ۱۴-۵- حفظ، نگهداری و بازسازی جاذبه های گردشگری در سطح منطقه در راستای توسعه پایدار؛
- ۱۵-۵- ساخت امکانات و تسهیلات لازم در سایت های گردشگری؛
- ۱۶-۵- توسعه و تقویت روابط دیپلماتیک و اقتصادی ایران با دیگر کشورها؛
- ۱۷-۵- ایجاد تمهیداتی برای جذب بیشتر گردشگر خارجی و تخصیص نقاط خاصی از ساحل و محدوده های منطقه به آنان؛
- ۱۸-۵- توسعه و بهبود امکانات رفاهی و تفریحی و ساخت پروژه های ورزشی برای جذب گردشگر ورزشی،
- ۱۹-۵- بهبود زیرساختهای اقامتی و غذاخوری در سطح استانداردهای جهانی و متناسب با سلیقه های متفاوت و طبقه های مختلف اجتماعی؛
- ۲۰-۵- با توجه به اینکه نخستین و مهم ترین عامل در جذب جهانگردان، تامین امنیت منطقه سفر است و هیچ گردشگری را نمی توان مجبور کرد که پا به منطقه ای بگذارد که از نظر او نا امن است، لذا ارگان های مربوطه در زمینه امنیت و گردشگری با هماهنگی و داشتن برنامه های منسجم شرایط امنیت کامل را برقرار کنند و با تبلیغات گسترده ذهنیت گردشگران را در مورد اوضاع امنیتی منطقه تغییر دهند؛
- ۲۱-۵- ایجاد شرکت ها و موسسات گردشگری در چابهار و استقرار دفاتر آنها در شهرهای توریستی کشور و بعضا در خارج از کشور و داشتن فعالیتهای هدفمند در جهت بازاریابی صنعت گردشگری و توسعه تبلیغات؛
- ۲۲-۵- احیای مشاغل سنتی منطبق با فرهنگ بومی منطقه مانند صنایع دستی و عرضه آن به گردشگران؛

۲۳-۵- حضور فعال در نمایشگاه های گردشگری داخلی و خارجی و همین طور برپایی نمایشگاه های مختلف در سطح منطقه؛

۲۴-۵- برپایی جشن ها و جشنواره های مختلف در طول سال به خصوص در فصول گردشگری و تعطیلات؛

۲۵-۵- تاسیس بیمارستان های تخصصی و فوق تخصصی و بهره گیری از پزشکان مجرب در این مراکز برای جذب گردشگران درمانی از کشورهای همسایه؛

منابع

۱. آقاسی زاده، عبدالله، بررسی نقش منطقه آزاد تجاری -صنعتی چابهار در توسعه توریسم منطقه ای، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ۱۳۸۷.
۲. ابراهیم زاده، عیسی و همکاران، فهرست نقشه های منابع، پتانسیلها و خدمات موجود گردشگری شهرستان چابهار، طرح جامع گردشگری استان سیستان و بلوچستان، زاهدان، ۱۳۸۶.
۳. ابراهیم زاده، عیسی و آقاسی زاده عبدالله، تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی سوآت، ۱۳۸۸.
۴. الوانی، سید مهدی و معصومه پیروز بخت، فرآیند مدیریت جهانگردی، انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران، ۱۳۸۵.
۵. تولایی، سیمین، مروری بر صنعت گردشگری، انتشارات دانشگاه تربیت معلم، تهران، ۱۳۸۶.
۶. چابهار نگین شرق ایران، منطقه آزاد تجاری -صنعتی چابهار، ۱۳۸۶.
۷. روابط عمومی سازمان منطقه آزاد چابهار، (www.cfzo.org) ۱۳۸۶.
۸. سلطان زاده، احمد، بانک اطلاعات پایه استان و شهرستان های تابعه در بخش های مختلف (شهرستان چابهار)، معاونت برنامه ریزی استانداری سیستان و بلوچستان، زاهدان، ۱۳۸۶.
۹. علی عسگری، عبدالعلی، سازماندهی و مدیریت بخش جهانگردی کشور، پایان نامه دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران، ۱۳۷۳.
۱۰. فرد آر. دیوید، مدیریت استراتژیک، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران، چاپ دوم، ۱۳۸۰.
۱۱. کاظمی، مهدی و امین رضا کمالیان، بررسی توانمندی ها و موانع توسعه صنعت گردشگری در چابهار، دانشگاه سیستان و بلوچستان، معاونت پژوهش و فناوری، زاهدان، فروردین، ۱۳۸۵.
۱۲. کاظمی، مهدی، مدیریت گردشگری، انتشارات سمت، تهران، ۱۳۸۵.
۱۳. کاظمی، مهدی، تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه ی گردشگری چابهار، مجله جغرافیا و توسعه، سال ششم، شماره ۱۲، پاییز و زمستان، ۱۳۸۷.
۱۴. گلکار، کورش؛ مناسب سازی تکنیک برای کاربرد در طراحی شهری؛ (SOWT) تحلیلی سوآت مجله صفحه، شماره ۴۱، سال پازدهم، پاییز و زمستان، ۱۳۸۴.
۱۵. محمدی ده چشمه، مصطفی و علی زنگی آبادی، امکان سنجی توانمند یهای اکوتوریسم استان مجله محیط، SWOT چهارمجال و بختیاری به روش شناسی، سال ۳۴، شماره ۴۷، پاییز، ۱۳۸۷.
۱۶. مرادی مسیحی، وراز، برنامه ریزی استراتژیک در کلان شهرها، انتشارات پردازش و برنامه ریزی شهری، تهران، چاپ اول، ۱۳۸۱.
۱۷. مرکز آمار ایران، سرشماری عمومی (www.sci.org.ir)، نفوس و مسکن، تهران، ۱۳۸۵ و ۱۳۸۶.

