

رتبه‌بندی سواحل گردشگری جنوب ایران با استفاده از روش AHP

علی خاتمی فیروزآبادی*
حسین عسکری پور**
قاسم بخشنده***

چکیده

تفاوت در جذابیت‌ها و امکانات گردشگری سواحل جنوبی ایران از یک سو و علایق و سلایق مختلف گردشگرانی که قصد مسافرت به این سواحل را دارند از سویی دیگر، دغدغه‌ها و ابهامات گردشگران در فرآیند انتخاب ساحلی که مطلوبیت آنان از سفر را حداکثر نماید افزایش داده‌است. در این راستا پژوهش حاضر با هدف ارائه الگویی برای سفر به سواحل جنوبی، داده‌هایی را از ۷۱ نفر از خبرگان و ۴۰۳ نفر از گردشگران که به شیوه قضایوتی انتخاب شده بودند جمع‌آوری نموده و سپس با استفاده از روش AHP و به کمک نرم‌افزار EC، شش ساحل گردشگری جنوب ایران (چابهار، بندرعباس، کیش، قشم، بوشهر و اهواز) را از نظر جذابیت‌ها و امکانات گردشگری مقایسه و رتبه‌بندی کرده‌است. در الگوی بدست آمده، رتبه هر یک از سواحل گردشگری در معیارهای مختلف تعیین، و کیش بهترین ساحل گردشگری جنوب ایران شناخته شد؛ چابهار، قشم، بندرعباس، بوشهر و اهواز نیز به ترتیب در رتبه‌های بعد قرار گرفتند. در پایان نیز کاربرد نتایج بدست آمده برای گردشگران، آژانس‌های گردشگری و مدیران شهرهای ساحلی تشریح شد. واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری ساحلی، سواحل جنوب ایران، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)

* دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی

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

*** دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (بازاریابی) دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول) G.bakshandeh@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۹۲/۷/۲۲

تاریخ دریافت: ۹۱/۱۲/۱۲

مقدمه

در قرن بیست و یکم به دلیل فراهم آمدن زیر ساخت‌های تکنولوژیکی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی پدیده گردشگری^۱ به‌عنوان واقعیتی اجتناب‌ناپذیر تلقی می‌شود به طوری که یکی از صاحب‌نظران به‌نام دوکت، گردشگری را گذرگاه توسعه نامیده است (حیدری، ۱۳۸۹: ۶). مؤسسه آینده‌نگری و برآورد اقتصادی وارتون نیز برآورد کرده است که در بین شاغلین سراسر جهان از هر ۱۶ نفر یک نفر در بخش جهانگردی شاغل است و همچنین گردشگری را از نظر اشتغال بزرگترین صنعت جهان دانسته (کروبی، ۱۳۸۷: ۳۰۹) که تا سال ۲۰۱۰ بیش از ۴۳ درصد اشتغال جهان مربوط به بخش گردشگری خواهد بود (لیر^۲، ۲۰۰۲: ۳۹). این صنعت با درآمدی بالغ بر ۵۰۰ بیلیون دلار در هر سال (هیلل^۳، ۲۰۰۲)، در حال تبدیل شدن به بزرگ‌ترین تجارت در دنیای اقتصاد است (میلر^۴، ۱۹۹۳). همزمان با افزایش تقاضای گردشگری و رشد این صنعت مطالعه راجع به فرآیند انتخاب مقصد گردشگری نیز افزایش یافته است (جیانگ و همکاران^۵، ۲۰۰۰: ۹۶۴). سال‌هاست که دامنه گردشگری از میدان محصور مکان‌های باستانی به محیط طبیعی رخت کشانده و در این میان نقش سواحل به عنوان یکی از مهمترین مقاصد گردشگری اهمیتی روز افزون یافته است (شیعه و علی‌پور اشلیکی، ۱۳۸۹: ۱۵۶). گردشگری ساحلی^۶ بر ساس ترکیب منافع منحصر به فردی در مرز خشکی و دریا ایجاد شده است (پوروخسوری، ۱۳۸۰: ۴۵) و در حال رشد و تبدیل شدن به یکی از مهمترین صنایع در بسیاری از کشورها است (کوکاسوی^۷، ۱۹۹۵: ۷۵). امروزه گردشگران ساحلی تقاضایی بیش از خورشید، دریا و شن و ماسه دارند (ضرغام‌بروجنی و نیک‌بین، ۱۳۹۱: ۱۴۴) که مجموع این تقاضاها در فرآیند انتخاب مقصد گردشگری ساحلی تأثیر می‌گذارند. در واقع ترکیبی از فعالیت‌ها و جذابیت‌ها مانند آفتاب، شن و ماسه‌های ساحلی و تنوع محیطی باعث انتخاب سواحل توسط گردشگران می‌شود (EC, 2000: 401). به همین دلیل اخیراً محققان بر اهمیت و لزوم توجه به امکانات

1- Tourism

2- Lyer

3- Hillel

4- Miller

5- Jiang et al

6- Coastal tourism

7- Kocasoy

گردشگری و جذابیت‌های سواحل تأکید کرده‌اند. امینی و همکاران (۱۳۹۰:۱۶۲-۱۶۰) در تحقیقی با تأیید افزایش انگیزه مردم برای سفر به سواحل جنوبی کشور، سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری و تسخیر بازارهای گردشگری توسط کشورهای حوزه خلیج فارس را گوشزد کرده و ضمن گلایه از کمیت و کیفیت کم امکانات و تأسیسات خدماتی - گردشگری و مستهلک شدن تأسیسات گردشگری که قبلاً ایجاد شده بودند، از افزایش تمایل سرمایه‌گذاران بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری جزیره قشم خبر داده‌است. بررسی‌های ابراهیم‌زاده و آقاسی‌زاده (۱۳۸۸:۱۲۰-۱۱۸) نیز مستعد بودن منطقه چابهار جهت سرمایه‌گذاری و همچنین فقدان محدودیت زمین برای استفاده توریستی را تأیید نمودند و نتیجه گرفتند که سرمایه‌گذاری خارجی اندکی در این زمینه انجام شده‌است و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و روساخت‌های گردشگری در این منطقه ضرورت دارد. اما باید توجه داشت که به دلیل اینکه اولاً فراهم کردن امکانات به هزینه نسبتاً زیادی نیاز دارد و در یک دوره کوتاه مدت امکان‌پذیر نیست و ثانیاً با سرمایه‌گذاری جهت ارتقای امکانات تنها جنبه‌های فیزیکی که به فعالیت‌های گردشگری ساحلی مربوط می‌شود ارتقاء داده می‌شوند و جذابیت‌ها و جنبه‌های طبیعی را نمی‌توان به راحتی تغییر و ارتقاء داد. بنابراین در حال حاضر و احتمالاً تا یک دوره نسبتاً طولانی (حداقل به علت امکان تغییر اندک در جذابیت‌ها و مناظر طبیعی) باید تفاوت در میزان امکانات و جذابیت‌ها و در نتیجه متنوع بودن مقاصد گردشگری ساحلی در جنوب ایران را پذیرفت به طوری که هر مقصد محصولات و خدمات مختلفی برای جذب گردشگران به آن‌ها عرضه می‌کند و هر گردشگر فرصت انتخاب محصولات و خدمات یک یا تعداد محدودی مقصد گردشگری را دارد (کرومپتون^۱، ۱۹۹۲:۴۳۰).

با وجود اینکه امروزه اطلاعات بیشتری درباره ویژگی‌ها و امکانات مقاصد گردشگری در اختیار گردشگران قرار گرفته‌است (محسین^۲، ۲۰۰۵:۷۲) ولی در اکثر اوقات مشاهده می‌شود که عدم انسجام و عدم یکپارچگی این اطلاعات، گردشگران را با اطلاعات متناقض، جهت‌گیرانه و ناقص درباره میزان امکانات و جذابیت‌های هر یک از مقاصد مواجه می‌سازد و در نتیجه ابهام آن‌ها را در انتخاب مقصد گردشگری

مطلوب افزایش می‌دهد. از سوی دیگر، گردشگران علائق و سلايق مختلفی دارند و ممکن است امکانات و جذابیت‌های خاصی را بر دیگری ترجیح دهند. علاوه بر این، تحقیقات نشان می‌دهد که مناسب‌ترین فصل برای سفر به سواحل جنوب ایران فصل زمستان است (بریمانی و اسمعیل نژاد، ۲۷:۱۳۹۰) اما تعطیلات سالیانه کشوری در این فصل اندک است بنابراین برای اکثر افرادی که قصد سفر به سواحل جنوب را دارند محدودیت زمان پیش آمده و زمان اجازه سفر به همه سواحل را به آن‌ها نمی‌دهد. گاهی نیز ممکن است گردشگران قبلاً به ساحل یا سواحل در جنوب سفر کرده و بخواهند بدانند مطلوب‌ترین ساحل بعدی که می‌توانند به آن سفر کنند کدام است. در نهایت، هزینه سفر نیز می‌تواند باعث شود که گردشگران به دنبال سفر به یک یا تعداد محدودی ساحل گردشگری در جنوب باشند. همه این موارد و محدودیت‌های ذکر شده، موجب تشدید دغدغه‌ها و ابهاماتی می‌شود که گردشگران در فرآیند انتخاب سواحل مطلوب گردشگری با آن مواجه‌اند. بنابراین مسئله اصلی پیش‌روی این تحقیق، دغدغه‌ها و ابهاماتی است که گردشگران در فرآیند انتخاب مطلوب‌ترین ساحل گردشگری جنوب ایران با آن مواجه‌اند. مطلوب‌ترین ساحل گردشگری نیز زمانی مشخص می‌شود که علائق و سلايق گردشگران در مقابل امکانات و جذابیت‌های ساحل خاصی، بیشترین تناسب و هماهنگی را نسبت به امکانات و جذابیت‌های سایر سواحل مورد مقایسه داشته باشد. در این راستا، هدف تحقیق حاضر رتبه‌بندی سواحل گردشگری جنوب با استفاده از مهمترین شاخص‌های شناسایی شده و با توجه به علائق و سلايق گردشگران و در نتیجه ارائه الگویی برای سفر به سواحل جنوبی است که پیروی از این الگو می‌تواند مطلوبیت گردشگران از سفر به سواحل جنوب را حداکثر نماید.

این الگو علاوه بر کمک به گردشگران در فرآیند انتخاب مطلوب‌ترین مقصد گردشگری ساحلی، می‌تواند به وسیله آژانس‌های گردشگری و مدیران شهرهای ساحلی جنوب نیز مورد استفاده قرار گیرد. بهتر است آژانس‌های گردشگری هنگام راهنمایی گردشگران جهت انتخاب مقصد گردشگری، به علائق آن‌ها توجه داشته و در فرآیند انتخاب مقصد تورهای خود نظرات گردشگران را نیز لحاظ نمایند و مقصد گردشگری ساحلی را با توجه به علائق گردشگران تعیین نمایند. زیرا با انجام این کار

ممکن است بر تعداد گردشگران نیز افزوده گردد اما به احتمال زیاد رضایت گردشگران از سفر و در نتیجه رضایت آن‌ها از آژانس گردشگری مورد نظر افزایش خواهد یافت. همچنین با توجه به اینکه وضعیت شهری و اقتصادی شهرهای ساحلی جنوب در مقایسه با بسیاری از شهرهای کشور در سطح پایین‌تری قرار دارد (خضرزاده و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۹)، مدیران شهرهای ساحلی باید برای غلبه بر فقر و ایجاد درآمد به گسترش زیرساخت‌ها و امکانات گردشگری ساحلی بپردازند. دلیل اصلی توسعه گردشگری نیز غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه دانسته شده است (پاپلی و سقایی، ۱۳۸۶: ۲). برای شروع سرمایه‌گذاری آگاهی از کمبود امکانات گردشگری لازم است اما کافی نیست. سرمایه‌گذاری در امکانات و زیرساخت‌ها باید در راستای علایق و سلیقه گردشگران باشد؛ چه بسا سرمایه‌گذاری اندکی در یک طرح کوچک، سودآوری بیشتری از سرمایه‌گذاری زیاد در یک طرح عظیم گردشگری ساحلی داشته باشد و این موضوع به پذیرش و استقبال گردشگران بستگی دارد.

در ادامه با مروری بر مفهوم گردشگری ساحلی و ادبیات نظری تحقیق، و به کمک دست‌اندرکاران مهمترین شاخص‌های مؤثر در انتخاب مقصد گردشگری ساحلی شناسایی خواهند شد. سپس شش ساحل گردشگری از تمامی استان‌های همجوار ساحل در جنوب ایران، شامل سواحل گردشگری چابهار، بندرعباس، بوشهر و اهواز به‌علاوه سواحل گردشگری جزایر کیش و قشم را انتخاب نموده و با استفاده از نظرات خبرگان میزان جذابیت‌ها و امکانات گردشگری موجود در این سواحل، همچنین با استفاده از نظرات گردشگران میزان علاقه گردشگران به این شاخص‌ها محاسبه خواهد شد. در نهایت نیز به رتبه‌بندی این سواحل گردشگری اقدام و الگویی برای کمک به هر سه گروه گردشگران، آژانس‌های گردشگری و مدیران شهرهای ساحلی بدست خواهد آمد. در پایان نیز کاربرد این نتایج برای هر سه گروه گردشگران، آژانس‌های گردشگری و مدیران شهرهای ساحلی تشریح خواهد شد.

مروری بر مفهوم گردشگری ساحلی و ادبیات نظری تحقیق

گردشگری در کشورهای توسعه یافته در سه طبقه اصلی طبیعت‌گردی، گردشگری

تاریخی (فرهنگی) و گردشگری ساحلی جای می‌گیرد (ساسیدهاران و همکاران^۱، ۲۰۰۲:۱۶۶). آرگاردی^۲ (۱۹۹۳) معتقد است که در صنعت گردشگری بیشترین توجه و تمرکز بر روی بخش گردشگری ساحلی قرار دارد. گردشگری ساحلی در قرن نوزدهم میلادی مورد توجه قرار گرفت و همواره به صورت غیرخطی بر تعداد گردشگران ساحلی افزوده شده است (داونپورت و داونپورت^۳، ۲۰۰۶:۲۸۰) به طوری که پس از جنگ جهانی دوم سفر به تفرجگاه‌های ساحلی به شدت افزایش یافت (جینگز^۴، ۲۰۰۴:۹۰۰). آمار و ارقام سازمان جهانی گردشگری بیشترین مسافران جهان را مربوط به بخش گردشگری ساحلی می‌داند (نورنھا^۵، ۲۰۰۲:۴۲). بررسی‌های کمیسیون اروپا نیز نشان می‌دهد که امروزه حدود ۶۳ درصد اروپاییان ترجیح می‌دهند تعطیلات را در سواحل بگذرانند (EC, 1998). کمیته برنامه‌ریزی محیط‌زیست سازمان ملل متحد هم در تحقیقی به این نتیجه رسید که گردشگری ساحلی محبوب‌ترین نوع گردشگری است (UNEP, 1984). گردشگری ساحلی مستلزم مسافرت از یک محل اقامت و تمرکز بر محیط‌های دریایی است (اورماس^۶، ۱۹۹۲:۷۲). 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). علوم مختلف با توجه به نیازها و اهداف خود سواحل را به نواحی مختلفی بخش‌بندی کرده‌اند؛ در مباحث گردشگری ساحلی، سواحل به چهار ناحیه موازی با ساحل بخش‌بندی شده‌اند که آب‌های ساحلی، ساحل، پهنه کرانه‌ای و پس کرانه نامیده می‌شوند. پروازی (۱۳۸۹:۱۷۷-۱۷۶) در تحقیقی درباره بهینه‌سازی زیست محیطی و توسعه پایدار گردشگری در خلیج فارس، تقسیم‌بندی مناطق چهارگانه گردشگری ساحلی و برخی از فعالیت‌هایی مرتبط با گردشگری که در این مناطق انجام می‌شود را به شرح زیر بیان کرده است: منطقه آب‌های ساحل در نزدیک ساحل قرار دارد و از فلات قاره شروع می‌شود و تا ساحل ادامه دارد؛ این منطقه غنی‌ترین منطقه برای ماهیگیری است. منطقه ساحل هم محدوده‌ای از دریا و هم محدوده‌ای از خشکی را در

1- Sasidharan et al

2- argardy

3- Davenport & Davenport

4- Jennings

5- Noronha

6- Orams

بر می‌گیرد به خصوص اگر گسترده و شنی باشد؛ بسیاری از بازی‌ها و ورزش‌های آبی گروهی در این منطقه انجام می‌شود. منطقه پهنه کرانه‌ای در پشت منطقه ساحل قرار دارد و فعالیت‌های تفریحی زیادی را شامل می‌شود از جمله چادر زدن و گردش در شهر و در برخی از مکان‌ها نیز این منطقه شامل هتل‌ها و برخی از مشاغل نیز می‌باشد. منطقه پس کرانه اراضی‌ای که در پشت مناطق ساحلی قرار گرفته‌اند را شامل می‌شود و عموماً خدمات تفریحی گوناگونی را در برمی‌گیرد؛ این مناطق شامل پستی‌ها و بلندی‌ها و پوشش گیاهی می‌باشد.

با توجه به تقسیم‌بندی بالا به نظر می‌رسد که فعالیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری ساحلی زیادی را می‌توان در قالب مناطق چهارگانه ساحلی جای داد. با این حال بیشتر تحقیقات مرتبط، به طور پراکنده و نه در قالب مناطق چهارگانه ساحلی فعالیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری ساحلی متعددی را برشمرده و مورد بررسی قرار داده‌اند ولی این بدین معنی نیست که قابلیت گنجانده شدن در نواحی چهارگانه ساحلی را نداشته باشند. پیلی و روگرسون^۱ (۲۰۱۲) بررسی خود را به مطالعه ۵۰ هتل در مناطق ساحلی کازولا - ناتال^۲ در جنوب آفریقا متمرکز کردند. پوروخسوری (۴۵:۱۳۸۰) نور آفتاب، سواحل، چشم‌اندازهای بدیع و غذاهای دریای را از جمله منابع منحصر به فرد گردشگری ساحلی می‌داند. ضرغام بروجنی (۱۴۴:۱۳۹۱) و کمیسیون اروپا (۴۰۱:۲۰۰۰) نیز آفتاب، دریا و شن و ماسه‌های ساحلی را از ابتدایی‌ترین منابع گردشگری ساحلی قلمداد می‌کنند. شیعه و علی‌پور اشلیکی (۱۶۱:۱۳۸۹) کیفیت لبه ساحل از لحاظ پاکیزگی، کیفیت سرویس‌های بهداشتی کناره سواحل، امکان انجام شنا، امکان انجام ورزش‌های آبی، امکان انجام ماهیگیری، کیفیت خدمات رفاهی ارائه شده در پلاژهای ساحلی، محل مناسب برای شنا و فعالیت‌های آبی بانوان، فضای مناسب برای امکان بازی کودکان را از جمله شاخص‌های کیفی می‌دانند که بر کیفیت محیط‌های گردشگری ساحل تأثیر می‌گذارند. بریمانی و اسمعیل نژاد (۲۷:۱۳۹۰) نیز در تحقیقی که به بررسی شاخص‌های زیست‌محیطی مؤثر بر تعیین فصل گردشگری در نواحی جنوبی ایران پرداختند هفت شاخص از جمله شاخص تعادل دمایی، گرما و رطوبت و درجه شرجی را مورد بررسی قرار دادند. ابراهیم‌زاده و آقاسی‌زاده (۱۱۸-۱۲۰:۱۳۸۸) با استفاده از مدل راهبردی

1- Pillay & Rogerson
2- KwaZulu-Natal

SWOT به تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار پرداختند و نتیجه گرفتند که قابلیت تبدیل شدن به مرکز پزشکی درمانی منطقه یک نقطه فرصت، پایین بودن سطح بهداشت و کمبود امکانات بهداشتی تخصصی یک نقطه تهدید، آب و هوای مطبوع در فصل سرد سال، جاذبه‌های ورزشی و تفریحی، چشم‌اندازهای متنوع جغرافیایی برخی از نقاط قوت، و نبود مکان‌های اقامتی و پذیرایی مناسب برای همه اقشار، کمبود تسهیلات بهداشتی، خدماتی و درمانی و همچنین نامناسب بودن تأسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی از جمله نقاط ضعفی است که بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار مؤثرند. امینی و همکاران (۱۳۹۰:۱۶۲-۱۶۰) نیز در تحقیقی مشابه، امکانات و خدمات گسترده تفریحی در مناطق رقیب را یک نقطه تهدید، برخورداری از وسعت فراوان و ساحل مناسب برای ایجاد خدمات دریایی و گردشگری، وجود جاذبه‌ها و ویژگی‌های بی‌بدیل گردشگری و فراهم بودن امکانات خدماتی و رفاهی را از جمله نقاط قوت، و ناکافی بودن تجهیزات و امکانات رفاهی و اقامتی را یک نقطه ضعف در راهبرد توسعه صنعت گردشگری در منطقه آزاد قشم می‌دانند. ابراهیم‌زاده و آفاسی‌زاده (۱۳۹۰:۱۷) در تحقیق دیگری نیز نتیجه گرفتند که منطقه آزاد تجاری چابهار از طریق ساختارهای زیربنایی مربوط به فاضلاب‌ها، کیفیت اقامتگاه‌ها، تعداد اقامتگاه‌ها، رستوران و غذاخوری‌ها، خدمات جانبی از قبیل عمده فروشی‌ها و خرده فروشی‌ها، دسترسی به خدمات غذایی و نوشیدنی، امکانات گردشگری درمانی، امکانات تفریحی و امکانات ورزشی و سرگرمی می‌تواند بر گسترش گردشگری شهر چابهار مؤثر باشد. قرخلو و همکاران (۸:۱۳۸۸) در بررسی اثرات زیست‌محیطی گردشگری بر سواحل رامسر به این نتیجه رسیدند که توسعه گردشگری موجب انباشت بیشتر زیباله در سواحل، تغییر پوشش گیاهی سواحل و آلودگی آب دریا می‌شود. فرزین و نادعلی‌پور (۱۳۹۰:۶۴) نیز با بررسی عوامل مؤثر بر مزیت رقابتی منطقه آزاد چابهار، نتیجه گرفتند که آب و هوا، مناظر و سواحل جذاب، روساخت‌های گردشگری از قبیل هتل‌ها و رستوران‌ها، مراکز خرید و تنوع فعالیت‌های تجاری مقصد، و مراکز تفریحی و سرگرمی از قبیل پارک‌های تفریحی از جمله عواملی است که در قالب بُعد منابع و جاذبه‌های محوری بر مزیت رقابتی در منطقه آزاد چابهار مؤثرند.

همانطور که در تحقیقات ذکر شده در بالا مشاهده می‌شود، هر یک از محققان در

میان شاخص‌های متعددی که متناسب با موضوع تحقیق خود استفاده نموده‌اند یا فعالیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری که از آن نام برده‌اند تنها به چند فعالیت و جاذبه گردشگری توجه کرده‌اند و در هیچ‌یک از این تحقیقات شاخص‌های جامعی برای مقایسه سواحل گردشگری ارائه نشده‌است. در ادامه سعی می‌شود با استفاده از شاخص‌های ارائه شده در تحقیقات گذشته و همچنین با کمک گرفتن از دست‌اندرکارانی که در این زمینه اطلاعات کافی و خوبی در اختیار دارند (شامل اساتید دانشگاه، گردشگران، مسئولین آژانس‌های گردشگری و دانشجویان کارشناسی ارشد رشته گردشگری)، شاخص‌های جامعی برای بررسی و مقایسه میزان جذابیت‌ها و امکانات گردشگری سواحل ارائه شود؛ البته این شاخص‌ها باید به گونه‌ای باشند که در همه سواحل مورد بررسی موجود بوده و قابل مقایسه و سنجش باشند. به همین دلیل و همچنین به دلایل مختلفی به‌ویژه از لحاظ تفاوت در هدف، مناطق مورد مطالعه و روش تحقیق، پژوهش حاضر با پژوهش‌های مذکور و سایر پژوهش‌های مشابه تفاوت دارد. تاکنون پژوهش‌های مشابهی که در سطح جغرافیایی گسترده‌ای اقدام به مقایسه و رتبه‌بندی سواحل گردشگری نماید، صورت نگرفته‌است.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر جهت‌گیری پژوهشی، کاربردی و از نظر نوع، کمی و روش جمع‌آوری داده‌های آن، پیمایشی است. از آنجا که مسئله رتبه‌بندی سواحل گردشگری جنوب ایران مسئله‌ای با معیارهای مختلف است بنابراین برای رتبه‌بندی این سواحل لازم است از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره استفاده شود که از بین این نوع روش‌ها، در این مطالعه از روش فرآیند تحلیل سلسله مراتبی^۱ (AHP) استفاده شده‌است زیرا در این روش، مقایسه ترجیحات و شدت آن‌ها به خوبی قابل اعمال می‌باشد و این همان چیزی است که در این پژوهش و به منظور سنجش میزان ترجیح و مقایسه شاخص‌های مختلف مقصد گردشگری به‌وسیله گردشگران و خبرگان، به کار گرفته می‌شود. فرآیند تحلیل سلسله مراتبی با شناسایی و اولویت‌بندی عناصر تصمیم‌گیری شروع می‌شود؛ این عناصر شامل اهداف، معیارها یا مشخصه‌ها و

گزینه‌های احتمالی می‌شود (بوون^۱، ۱۹۹۳:۳۳۳). برای تحلیل داده‌ها نیز از نرم‌افزار EC^۲ که در حل مسائل مرتبط با روش AHP کاربرد دارد، استفاده شده‌است.

جامعه آماری و نمونه‌گیری

پژوهش حاضر دارای دو جامعه آماری است. جامعه اول شامل گردشگرانی است که یا حداقل به یک ساحل جنوبی سفر کرده یا اینکه به مسافرت به این سواحل تمایل دارند. جامعه دوم شامل خبرگانی است که هر یک از آنان به همه شش شهر چابهار، بندرعباس، کیش، قشم، بوشهر و اهواز سفر کرده و از سواحل این شهرها دیدن نموده‌اند که معمولاً در سه گروه راهنمایان تورها^۳، گردشگران خبره و مسافران تجاری جای می‌گیرند. ابتدا با در نظر گرفتن فرمول کوکران و همچنین با توجه به تعداد اعضای جامعه گردشگران که نامحدود بود و با در نظر گرفتن سطح خطای پنج درصد (۰/۰۵) مشخص شد که تعداد اعضای نمونه گردشگران باید حداقل ۳۸۴ نفر باشد. سپس از آنجا که چارچوب نمونه‌گیری جامعه گردشگران مشخص نبود یعنی اینکه قبل از شروع به توزیع پرسشنامه‌ها تهیه لیست کاملی از اعضای جامعه گردشگران امکان‌پذیر نبود بنابراین از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی استفاده شده و با در نظر گرفتن نرخی برای بازگشت پرسشنامه‌ها، با مراجعه به بسیاری از آژانس‌های گردشگری در مناطق مختلف شهر تهران، ۴۴۰ پرسشنامه حاوی ۶ جدول مقایسه زوجی مربوط به معیارها و زیر معیارها به شیوه قضاوتی که نوعی نمونه‌گیری هدف‌دار و غیراحتمالی است در میان گردشگران توزیع شد و در نهایت ۴۰۳ پرسشنامه سالم جمع‌آوری شد که ۲۵۸ نفر از پاسخ‌دهندگان را زنان و ۱۴۵ نفر آنها را مردان تشکیل می‌دادند. اما در جامعه خبرگان به دلایل زیر نمونه‌گیری صورت نگرفت: ۱- کم بودن تعداد خبرگان؛ زیرا شرط اولیه خبرگی سفر به همه سواحل مورد بررسی است و تعداد این افراد زیاد نیست. ۲- مشکل بودن امکان دسترسی به خبرگان، زیرا معمولاً خبرگان در محل خاصی اسکان ندارند. ۳- سفر به همه شش شهر و سواحل آنها، شرط لازم برای خبره به شمار آمدن است اما شرط کافی نیست. توجه دقیق و هدفمند به امکانات گردشگری و جذابیت‌های هر یک از سواحل، یکی از شروط دیگر خبرگی است. ۴- افزایش

1- Bowen
2- Expert choice
3- Tour leaders

قابلیت اتکاء به نتایج تحقیق. بدین منظور با مراجعه به اداره‌های گمرک و بسیاری از آژانس‌های گردشگری در مناطق مختلف شهر تهران ۸۳ نفر از خبرگان شناسایی و پرسشنامه حاوی ۱۶ جدول مقایسه زوجی گزینه‌ها به آن‌ها تحویل شد اما تنها ۷۱ پرسشنامه سالم از آن‌ها دریافت شد که از این تعداد ۵۹ نفر مرد و ۱۲ نفر زن بودند. همچنین از این تعداد ۱۳ نفر راهنمای تور، ۳۱ نفر مسافر تجاری و ۲۷ نفر گردشگر خبره بودند. لازم به ذکر است که پرسشنامه‌ها در هر دو گروه گردشگران و خبرگان به صورت حضوری توزیع شد و پس از توضیحات محقق درباره چگونگی تکمیل پرسشنامه‌ها، برخی از پاسخ‌دهندگان از جمله خبرگانی که در گمرک شناسایی شده بودند پرسشنامه‌های مربوطه را تکمیل نموده و تحویل دادند اما برخی نیز به دلیل کمبود وقت پرسشنامه‌ها را جهت تکمیل با خود بردند و به آن‌ها گفته شد که پس از تکمیل، پرسشنامه‌ها را به آژانس گردشگری مربوطه تحویل دهند. همچنین توزیع پرسشنامه‌ها در دو گروه خبرگان و گردشگران در یک بازه زمانی ۱۶ روزه به صورت همزمان صورت گرفت و محقق با مراجعه به آژانس‌های گردشگری مختلف علاوه بر جستجو برای پیدا کردن اعضای جامعه خبرگان، اعضای جامعه گردشگران را نیز شناسایی و پرسشنامه‌های مربوطه را در بین آن‌ها توزیع نموده است. البته همزمانی گردآوری داده‌ها از اعضای هر دو جامعه نمی‌تواند در کار تحقیق ایرادی وارد نماید زیرا هر کدام از اعضای خبرگان و گردشگران پرسشنامه مربوط به خویش که جداول و محتوای متفاوتی با یکدیگر دارد را تکمیل نموده‌اند.

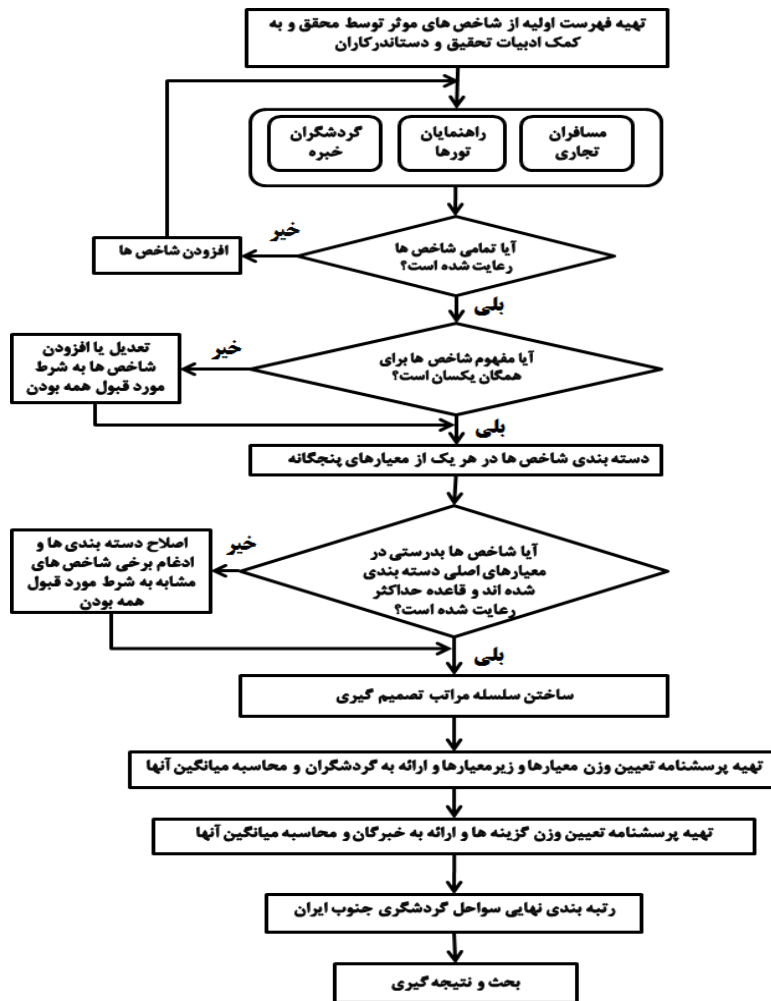
مراحل انجام پژوهش با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی

مراحل انجام این پژوهش در شکل (۱) نشان داده شده‌است. ابتدا فهرستی اولیه از شاخص‌ها با استفاده از ادبیات تحقیق و مصاحبه با افراد دست‌اندرکار (اساتید دانشگاه، گردشگران، مسئولین آژانس‌های گردشگری و دانشجویان کارشناسی ارشد رشته گردشگری) تهیه شد. در گام بعد این شاخص‌ها به برخی از اعضای در دسترس هر سه گروه گردشگران خبره، راهنمایان تورها و مسافران تجاری که بخشی از اعضای جامعه خبرگان را تشکیل می‌دادند داده شد تا آن‌ها نظر خود را در رابطه با شاخص‌ها بیان کنند و احیاناً برخی را حذف و شاخص‌های جدیدی را اضافه کنند و یا حتی نحوه بیان و

نگارش شاخص‌ها را اصلاح نمایند. پس از جمع‌بندی شاخص‌ها از سوی این سه گروه، شاخص‌ها از لحاظ جامعیت مدنظر قرار گرفته و در صورتی که از جامعیت برخوردار نبودند شاخص‌های جدیدی اضافه شد. این مرحله آنقدر تکرار شد تا تمام شاخص‌ها از سوی تمام گروه‌ها لحاظ شود. سپس بررسی شد که آیا گروه‌های در نظر گرفته‌شده، شاخص‌های یکسانی را در نظر گرفته‌اند یا خیر. اگر گروه‌ها دارای شاخص‌های گوناگونی بودند سعی شد تا شاخص‌ها تعدیل شده و یا با افزودن شاخص‌های جدید به مسئله، رضایت گروه‌ها فراهم شود. پس از توافق همه گروه‌ها درباره شاخص‌های انتخاب شده، این شاخص‌ها را زیرمعیار نامیده و در پنج معیار متشکل از نواحی چهارگانه ساحلی شامل آب‌های ساحل، ساحل، پهنه کرانه‌ای و پس کرانه به علاوه آب‌وهوا دسته‌بندی شدند. یکی از دلایل جای دادن شاخص‌ها در معیارهای پنج گانه به روش تحقیق بر می‌گردد زیرا در روش مقایسه زوجی اگر در هر جدول مقایسه زوجی تعداد شاخص‌های مورد مقایسه به بیش از ۵ شاخص برسد علاوه بر اینکه کار مقایسه را برای پاسخ دهندگان مشکل می‌نماید، دقت را نیز به شدت کاهش می‌دهد. بنابراین تبدیل یک جدول مقایسه زوجی دارای بیش از ۵ شاخص به جداول مقایسه زوجی دارای ۵ یا کمتر از ۵ شاخص ضرورت دارد. یکی از بهترین راه‌های ایجاد جداول کوچکتر از ۵ شاخص، دسته‌بندی شاخص‌های مشابه در یک شاخص کل است که آن شاخص‌های مشابه را به‌طور مناسبی دربر گیرد. در این تحقیق، محل وقوع و وجود شاخص‌ها می‌تواند به‌عنوان وجه تشابه مناسبی در نظر گرفته شود زیرا تحقیقات گذشته و تقسیم‌بندی‌های چهارگانه مناطق ساحلی در مباحث مربوط به گردشگری ساحلی نیز فعالیت‌ها و جذابیت‌های گردشگری ساحلی را این‌گونه تقسیم نموده‌اند. البته برخی از شاخص‌های مهم شناسایی شده از جمله دما، رطوبت و آلودگی‌های ناشی از دود وسایل نقلیه شهری، قایق‌ها و کشتی‌ها، و صنایع و کارخانه‌ها که هم دست‌اندرکاران و هم تحقیقات گذشته بر آن‌ها تأکید داشتند قابلیت گنجانده شدن در مناطق چهارگانه ساحلی را نداشتند زیرا این شاخص‌ها در هر یک از مناطق ساحلی مشترک هستند و نمی‌توان آن‌ها را در یک منطقه خاص ساحلی جای داد. بنابراین این شاخص‌ها نیز با توجه به وجه اشتراک آن‌ها در شاخصی جامع‌تر که آب‌وهوا نام داشت گنجانده شدند. دلیل دیگر گنجاندن شاخص‌ها در معیارهای پنج‌گانه به تسهیل استفاده از الگویی که در پایان تحقیق برای سفر

گردشگران به سواحل جنوبی ارائه خواهد شد مربوط می‌شود. هر چند ارائه نتایج حاصل از تک تک شاخص‌ها در الگوی پایانی می‌تواند برای مدیران شهرهای ساحلی کاربرد داشته باشد اما برای گردشگران مشکل است که بخواهند شاخص‌های نسبتاً پراکنده و متعددی را برای سفر به سواحل در نظر گیرند و معمولاً با توجه به اهداف خود شاخص‌های مشابهی را در نظر دارند که به نظر می‌رسد گنجاندن شاخص‌ها در معیارهای پنج‌گانه می‌تواند تا حدودی اهداف گردشگران را برآورده سازد. با دسته‌بندی شاخص‌ها در معیارهای پنج‌گانه، مشاهده شد که بیشتر این دسته‌بندی‌ها دارای بیش از ۵ شاخص هستند و علت آن کثرت شاخص‌هایی بود که در ابتدا با توافق گروهی حاصل شده بودند. سپس دسته‌بندی‌ها به هر سه گروه داده شد و علت دسته‌بندی کردن، وجه تشابه شاخص‌های هر دسته و تعداد حداکثر شاخصی که می‌تواند در یک دسته قرار بگیرد نیز به آنان گفته شد. گروه‌ها نیز دسته‌بندی در معیارهای پنج‌گانه را مورد تأیید قرار دادند و در دسته‌هایی که بیشتر از ۵ شاخص وجود داشت اقدام به ادغام شاخص‌های مشابه نمودند. شاخص‌های امکانات ماهیگیری، مکان‌های مناسبی برای شنا، امکانات قایق‌سواری و امکانات جت اسکیت سواری را در شاخصی کلی‌تر به نام امکانات تفریحات دریایی، شاخص‌های زلال بودن آب دریا و میزان ورود فاضلاب‌ها و پسماند کارخانه‌ها به دریا را در قالب شاخص آلودگی آب دریا، شاخص‌های آلودگی ناشی از دود وسایل نقلیه شهری، قایق‌ها و کشتی‌ها، و کارخانه‌ها و صنایع را در قالب شاخص آلودگی هوا، شاخص‌های وسعت فضای سبز پارک‌های ساحلی، وجود مکان‌هایی برای چادر زدن در پلاژها و پارک‌ها و موجود بودن فضای بازی کودکان و سرویس‌های بهداشتی در پارک‌ها و پلاژها را در قالب شاخص امکانات رفاهی پارک‌ها و پلاژهای ساحلی، شاخص‌های بازارهای خرید محلی و پاساژهای بزرگ خرید و فراوانی آن‌ها را در قالب شاخص تنوع و گستردگی مراکز خرید جای دادند. در سایر شاخص‌ها و دسته‌بندی‌ها نیز اصلاحات و تغییراتی اعمال شد و این فرآیند تا رسیدن به یک توافق گروهی نهایی ادامه یافت. با وجود اینکه در این پژوهش توافق گروهی نهایی در مورد انتخاب شاخص‌های مختلف و دسته‌بندی‌ها صورت پذیرفته است اما به دلیل کثرت شاخص‌های شناسایی شده در مرحله اولیه، برخی از شاخص‌ها به ویژه در منطقه پهنه کرانه‌ای نادیده گرفته شد که می‌توان به شاخص‌هایی همچون امکانات حمل‌ونقل درون

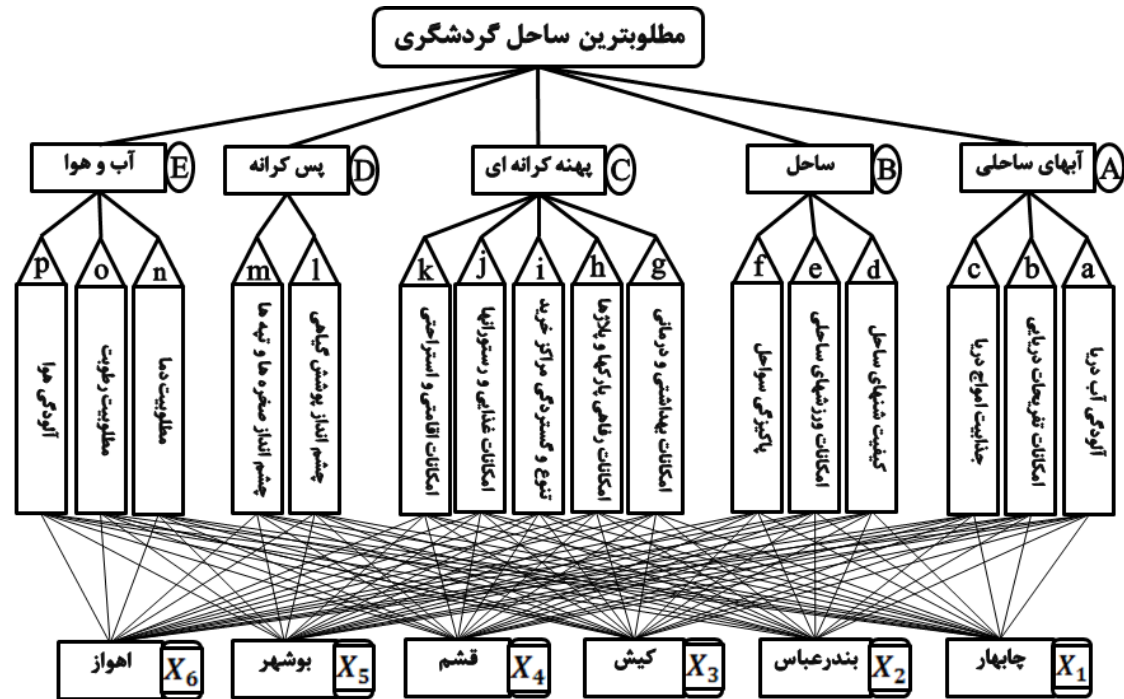
شهری، دفاتر خدمات پستی، اینترنت و کافی‌نت‌ها، فرودگاه‌ها و ترمینال‌ها، برگزاری جشنواره‌ها و غیره اشاره کرد. سایر مراحل موجود در شکل (۱) با جزئیات بیشتری بیان خواهد شد.



شکل ۱. مراحل انجام پژوهش

ساختن سلسله‌مراتب تصمیم‌گیری

مطابق نمودار (۱)، ساختار سلسله‌مراتبی این مسئله دارای چهار سطح هدف، معیارها، زیر معیارها و گزینه‌ها می‌باشد.



نمودار ۱. سلسله مراتب تصمیم گیری برای انتخاب مطلوبترین ساحل گردشگری

تعیین وزن (ضریب اهمیت) معیارها، زیر معیارها و گزینه‌ها

به منظور تعیین ضریب اهمیت معیارها و زیرمعیارها پرسشنامه حاوی ۶ جدول مقایسه زوجی مربوط به معیارها و زیرمعیارها در میان گردشگران توزیع شد. مبنای قضاوت پاسخ‌دهندگان، مقیاس ۹ کمیته ساعتی^۱ بود که براساس آن و با توجه به هدف بررسی، شدت ترجیح معیار i نسبت به معیار j که همان a_{ij} ^۲ است، تعیین شد. پس از آن پرسشنامه حاوی ۱۶ جدول مقایسه زوجی تعیین وزن گزینه‌ها در هر زیرمعیار در بین خبرگان توزیع شد. مبنای این قضاوت نیز همان مقیاس ۹ کمیته ساعتی بود با این تفاوت که در مقایسه هر یک از گزینه‌ها در رابطه با هر یک از زیر معیارها، بحث کدام گزینه ارجحتر است؟ مطرح نبود؛ بلکه کدام گزینه دارای امکانات گردشگری ساحلی یا جذابیت‌های بیشتری است؟ و چقدر؟ مطرح بود. البته در میان ۱۶ جدول مقایسه زوجی مربوط به خبرگان، دو شاخص منفی (آلودگی آب دریا و آلودگی هوا) نیز وجود داشت که به همین دلیل امتیازات طیف ۹ کمیته ساعتی برای این دو جدول، معکوس امتیازات طیف ۹ کمیته ساعتی برای ۱۴ جدول دیگر محاسبه شد. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، میانگین هندسی درایه‌های متناظر در هر یک از ماتریس‌های مقایسه زوجی از فرمول زیر به دست آورده شد: فرمول (۱)

$$X'_{ij} = \left(\prod_{l=1}^k x_{ijl} \right)^{1/k}$$

که در این فرمول:

X'_{ij} : میانگین هندسی عنصر موردنظر، i : شماره تصمیم گیرنده، k : تعداد تصمیم گیرندگان و j, i : شاخص‌ها یا گزینه‌های مورد مقایسه می‌باشند.
بعد از تعیین میانگین هندسی درایه‌های همه ماتریس‌های مقایسه زوجی پاسخ دهندگان، ۲۲ ماتریس مقایسه زوجی گروهی حاصل شد. نرخ (ضریب) ناسازگاری این ۲۲ ماتریس مقایسه زوجی گروهی با استفاده از نرم‌افزار EC محاسبه شد که نتایج محاسبه در جدول زیر آمده است.

1- Saaty

۲- درایه سطر i ام و ستون j ام هر یک از ماتریسهای مقایسه زوجی، a_{ij} نامیده می‌شود.

جدول ۱. نرخ ناسازگاری ماتریس‌های مقایسه زوجی

نرخ ناسازگاری	ماتریس	نرخ ناسازگاری	ماتریس	پرسشنامه
۰/۰۷۲۷	آبهای ساحلی	۰/۰۸۳۹	معیارها	پرسشنامه اول (گردشگران)
۰/۰۸۲۳	پهنه کرانه ای	۰/۰۷۵۹	ساحل	
۰/۰۶۹۷	آب و هوا	۰/۰۹۴۴	پس کرانه	
۰/۰۸۴۸	امکانات تفریحات دریایی	۰/۰۸۲۴	آلودگی آب دریا	پرسشنامه دوم (خبرگان)
۰/۰۸۱۹	کیفیت شنهای ساحل	۰/۰۸۳۹	جذابیت امواج دریا	
۰/۰۷۶۶	پاکیزگی سواحل	۰/۰۸۰۷	امکانات ورزشهای ساحلی	
۰/۰۸۲۲	امکانات رفاهی پارکها و پلاژها	۰/۰۸۶۱	امکانات بهداشتی و درمانی	
۰/۰۸۱۷	امکانات غذایی و رستورانها	۰/۰۹۳۳	تنوع و گستردگی مراکز خرید	
۰/۰۹۱۲	چشم انداز پوشش گیاهی	۰/۰۸۴۵	امکانات اقامتی و استراحتی	
۰/۰۷۶۵	مطلوبیت دما	۰/۰۹۰۴	چشم انداز صخره ها و تپه ها	
۰/۰۷۱۳	آلودگی هوا	۰/۰۶۸۴	مطلوبیت رطوبت	

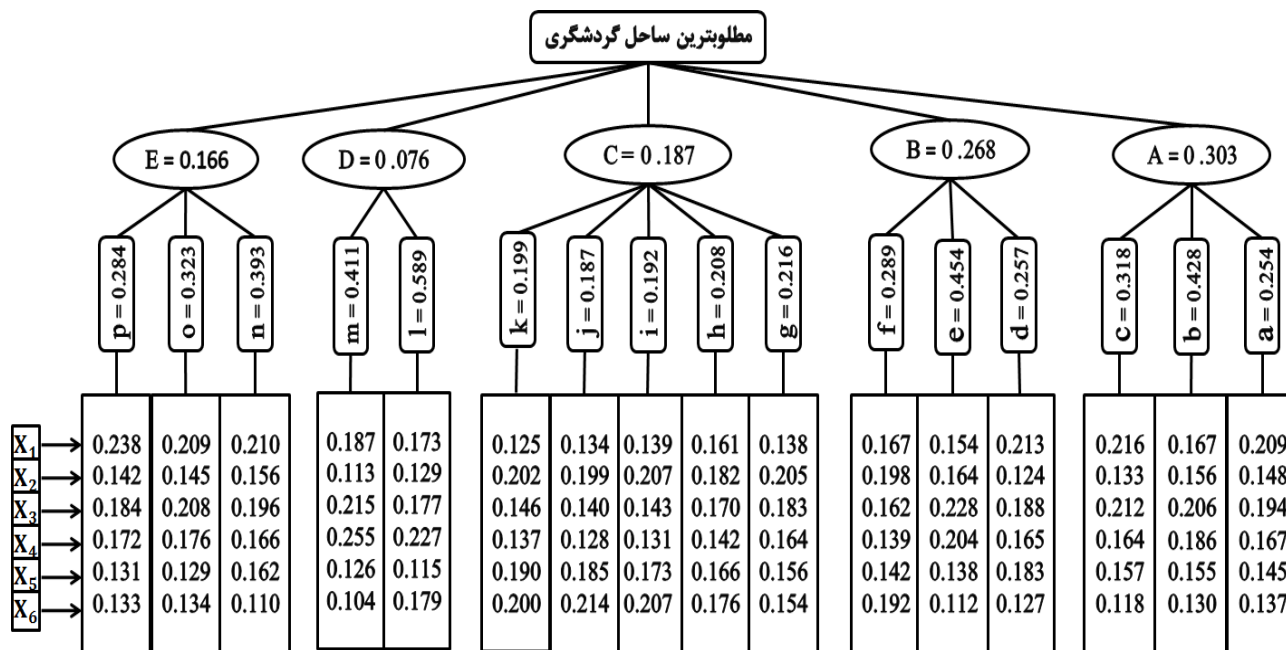
از آنجا که نرخ ناسازگاری ماتریس‌های مقایسه زوجی گروهی هر دو پرسشنامه کمتر از یک‌دهم (۰/۱) است بنابراین سازگاری جداول هر دو پرسشنامه پذیرفته می‌شود و نیاز به تکرار توزیع هیچ کدام از پرسشنامه‌ها نیست.

پس از آن، ضریب اهمیت هر یک از معیارها و زیر معیارها و همچنین وزن گزینه‌ها در هر یک از زیر معیارها، با توجه به ماتریس‌های مقایسه زوجی مربوطه و به کمک نرم‌افزار EC بدست آورده شد. وزن محاسبه شده معیارها را می‌توان در زیر مشاهده کرد.



نمودار ۲. وزن نهایی معیارها

نتایج سایر محاسبات نیز در نمودار (۳) نشان داده شده‌است. سطح دوم و سوم نمودار (۳) به ترتیب نشان‌دهنده ضریب اهمیت معیارها و ضریب اهمیت زیر معیارها است که با استفاده از داده‌های بدست آمده از پرسشنامه‌های گردشگران محاسبه شده‌است. سطح چهارم این نمودار نیز نشان‌دهنده وزن هر یک از گزینه‌ها در هر یک از زیر معیارها می‌باشد که با استفاده از داده‌های بدست آمده از پرسشنامه‌های خبرگان محاسبه شده است.



نمودار ۳. وزن معیارها، زیرمعیارها و گزینه‌های نشان داده شده در نمودار (۱)

تعیین امتیازات نهایی و رتبه‌بندی گزینه‌ها

حاصل محاسبه امتیازات گزینه‌ها در هر یک از معیارهای پنج‌گانه و در نهایت محاسبه امتیازات کلی گزینه‌ها در جدول زیر آمده است.

جدول ۲. امتیاز نهایی گزینه‌ها

معیارها	آب‌های ساحلی (۰/۳۰۳)	ساحل (۰/۲۶۸)	پهنه کرانه‌ای (۰/۱۸۷)	پس کرانه (۰/۰۷۶)	آب و هوا (۰/۱۶۶)	امتیاز نهایی
سواحل						
چابهار	-/۱۹۳	-/۱۷۳	-/۱۴۰	-/۱۷۹	-/۲۱۸	-/۱۸۱
بندرعباس	-/۱۴۷	-/۱۶۳	-/۱۹۹	-/۱۲۲	-/۱۴۸	-/۱۵۹
کیش	-/۳۰۵	-/۱۹۹	-/۱۵۷	-/۱۹۳	-/۱۹۶	-/۱۹۲
قشم	-/۱۷۴	-/۱۷۵	-/۱۴۱	-/۲۳۸	-/۱۷۰	-/۱۷۲
بوشهر	-/۱۵۳	-/۱۵۱	-/۱۷۴	-/۱۱۹	-/۱۴۲	-/۱۵۲
اهواز	-/۱۲۸	-/۱۳۹	-/۱۸۹	-/۱۴۸	-/۱۲۴	-/۱۴۳

جدول زیر که اطلاعات آن از جدول (۲) اقتباس شده است، رتبه هر یک از شش ساحل گردشگری را در هر یک از نواحی چهارگانه ساحلی به علاوه معیار آب و هوا و همچنین رتبه‌بندی نهایی آن‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۳. رتبه‌بندی سواحل گردشگری جنوب ایران

رتبه نهایی	معیارها					رتبه
	آب و هوا	پس کرانه	پهنه کرانه‌ای	ساحل	آب‌های ساحلی	
کیش	چابهار	قشم	بندرعباس	کیش	کیش	۱
چابهار	کیش	کیش	اهواز	قشم	چابهار	۲
قشم	قشم	چابهار	بوشهر	چابهار	قشم	۳
بندرعباس	بندرعباس	اهواز	کیش	بندرعباس	بوشهر	۴
بوشهر	بوشهر	بندرعباس	قشم	بوشهر	بندرعباس	۵
اهواز	اهواز	بوشهر	چابهار	اهواز	اهواز	۶

نتیجه‌گیری، بحث و پیشنهادات

نتایج بدست آمده تقریباً با انتظارات یکسان است و کیش با داشتن جذابیت‌ها و امکانات فراوان به‌ویژه در نواحی ساحل و آب‌های ساحل، بهترین ساحل گردشگری جنوب ایران شناخته شد. اما برخی نتایج و یافته‌ها اندکی با انتظارات متفاوت بودند که عمده‌ترین آن‌ها را مورد بحث قرار می‌دهیم: اول اینکه، چابهار در بین سایر سواحل

جنوبی ایران جایگاه دوم را به دست آورد. هر چند امکانات گردشگری ساحلی چابهار از بیشتر سواحل مورد بررسی کمتر است اما به دلیل برخورداری از جذابیت‌های طبیعی از جمله سواحل صخره‌ای "دریا بزرگ"، همجواری با آب‌های اقیانوسی و معتدل‌ترین آب‌وهوای بندری ایران در طول سال، رسیدن به این نتیجه معقول است. دوم اینکه، بندرعباس، بوشهر و اهواز دارای بیشترین امتیاز در ناحیه پهنه کرانه‌ای هستند که دلیل آن را می‌توان به قرار گرفتن قسمت عمده‌ای از سواحل گردشگری شهرهای مذکور در مناطق شهری نسبت داد زیرا رستوران‌ها، هتل‌ها، بیمارستان‌ها، مراکز خرید و سایر موارد مشابه که در ناحیه پس کرانه جای می‌گیرد و در سطح این سه شهر قرار دارد نیز جزئی از پهنه کرانه‌ای آن‌ها به حساب می‌آیند؛ همچنین به همین دلیل است که این سه شهر دارای کمترین امتیاز در ناحیه پس کرانه هستند. سوم اینکه، امتیاز بندرعباس، بوشهر و اهواز در پاکیزگی ساحل بالاتر از بقیه سواحل مورد بررسی است که علت آن جمع‌آوری منظم و متوالی زباله‌ها به وسیله شهرداری‌ها از سطح سواحل که جزئی از قلمرو شهری به حساب می‌آیند - به‌ویژه سواحل اهواز که بخش عمده‌ای از آن‌ها در حاشیه رود کارون و درون منطقه شهری قرار دارند - می‌باشد.

گردشگران، آژانس‌های گردشگری و مدیران شهرهای ساحلی می‌توانند به منظور حل مشکلات خود، نتایج نشان داده شده در جدول (۳) را مورد استفاده قرار دهند. البته این جدول بیشتر برای گردشگران کاربرد دارد زیرا معمولاً گردشگران علائق و خواسته‌های مشابهی دارند که ممکن است یک معیار از معیارهای پنج‌گانه نیز بتواند خواسته‌های آنان را ارضا نماید. به طور مثال برخی از گردشگران ممکن است به قصد استفاده بیشتر از جذابیت‌ها و تفریحات آب‌های ساحلی بخواهند به سواحل جنوب سفر کنند و برای این منظور می‌توانند در معیار مربوط به آب‌های ساحلی در جدول (۳) ساحلی را که این خواسته را به نحو مطلوبی برآورده می‌سازد را انتخاب کنند. البته این بدین معنا نیست که تنها خواسته و هدف این گردشگران استفاده از تفریحات و جذابیت‌های آب‌های ساحلی بوده‌است بلکه این گردشگران ضمن بهره‌مند شدن از جذابیت‌های سایر نواحی ساحلی و همچنین آب‌وهوا، تمرکز استفاده خود را بر روی تفریحات و جذابیت‌های آب‌های ساحلی معطوف داشته و این موارد برای آن‌ها اهمیت بیشتری داشته‌است. اکنون با توضیحاتی که داده شد نتیجه گرفته می‌شود که اگر

گردشگری بخواهد به قصد استفاده بیشتر از فعالیت‌ها و جذابیت‌های ساحلی به یکی از سواحل جنوب سفر کند، کیش می‌تواند انتخاب مطلوبی برای او باشد و اگر بنا به دلایلی نخواهند به کیش سفر کنند، می‌تواند به چابهار سفر کند زیرا چابهار پس از کیش می‌تواند در مقایسه با سایر سواحل مورد بررسی مطلوبیت بیشتری از سفر را به آن گردشگر بدهد. با این وجود توجه به نتایج نشان داده شده در نمودار (۳) و تفسیر آن‌ها، می‌تواند به‌طور مؤثرتری به هر سه گروه گردشگران، آژانس‌های گردشگری و مدیران شهرهای ساحلی کمک نماید البته این نمودار می‌تواند برای آژانس‌های گردشگری و مدیران شهرهای ساحلی کاربرد بیشتری داشته باشد. سطح دوم و سوم این نمودار چهار سطحی، علایق گردشگران و سطح چهارم آن، نظرات خبرگان درباره امکانات و جذابیت‌های سواحل گردشگری را نشان می‌دهد. گردشگرانی که به دنبال یافتن مطلوب‌ترین ساحل گردشگری هستند، تنها به اطلاعات خبرگان نیازمندند؛ آن‌ها می‌توانند با در نظر گرفتن علایق و همچنین هدف خود از گردشگری، در سطح چهارم به دنبال ساحل یا سواحلی باشند که به نحو بهتری اهداف آنان از سفر را برآورده سازد. آژانس‌های گردشگری در دو مورد می‌توانند از اطلاعات نمودار (۳) استفاده کنند. اول اینکه، اگر یک گردشگر برای کسب اطلاعات در زمینه سفر به سواحل جنوبی به آن‌ها مراجعه کند، می‌تواند با توجه به نظرات خبرگان و در راستای اهداف و علایق آن گردشگر به وی پاسخ دهند. دوم اینکه، هنگام برنامه‌ریزی به منظور تعیین مقصد تورهای گردشگری سواحل جنوبی، با در نظر گرفتن علایق گردشگران که در سطح دوم و سوم نمودار (۳) نشان داده شده است و با توجه به نظر خبرگان، سواحلی را به مقصد تورهای خود برگزینند که با علایق گردشگران تناسب بیشتر و بهتری داشته باشد و در نتیجه احتمال افزایش رضایت گردشگران از سفر را به همراه داشته باشد. مدیران شهرهای ساحلی نیز می‌توانند با استفاده از نظرات خبرگان از کمبود امکانات گردشگری ساحل شهر خود در هر یک از شاخص‌های بررسی شده در تحقیق، در مقایسه با سواحل مورد بررسی آگاه شوند. البته برخی از شاخص‌ها مانند دما و رطوبت، شاخص‌های کنترلی مدیریت ساحلی به شمار نمی‌آیند و مدیران باید تمرکز خود را بر ارتقاء جنبه‌های فیزیکی که به امکانات موجود در زمینه گردشگری ساحلی اشاره دارد معطوف دارند. اگر کمبود در شاخص‌های مختلفی وجود داشته باشد و نشود در یک

مرحله آن‌ها را برطرف نمود، باید به اولویت‌بندی شاخص‌های نیازمند سرمایه‌گذاری اقدام شود و بهتر است اولویت‌بندی سرمایه‌گذاری را با توجه به نتایج نشان داده در سطح دوم و سوم نمودار (۳)، یعنی علایق گردشگران انجام داد. البته هنگام مواجهه با مسئله سرمایه‌گذاری در امکانات با مسائل و محدودیت‌های فراوانی روبرو می‌شوند که باید هنگام اخذ تصمیم به آن‌ها توجه داشته باشند اما توجه به علایق گردشگران موضوعی بسیار مهم در زمینه سرمایه‌گذاری در امکانات گردشگری ساحلی است. مشکل این پژوهش ناآشنایی تعداد زیادی از پاسخ‌دهندگان با پرسشنامه‌های مقایسه زوجی و نبود شناخت از مفاهیمی همچون معیار، زیر معیار، تصمیم‌گیری چند معیاره و غیره بود که محقق تلاش کرد با افزودن صفحه توضیحات به پرسشنامه‌ها و در برخی موارد نیز با توضیحات خود، مشکل چگونگی جواب دادن به پرسشنامه‌های مقایسه زوجی را برطرف نماید.

در این پژوهش فرض قطعیت پدیده‌ها در نظر گرفته شد و از روش AHP برای رتبه‌بندی گزینه‌ها استفاده شد؛ در صورتی که می‌توان همین تحقیق را با فرض عدم قطعیت پدیده‌ها و با استفاده از روش AHP فازی و یا حتی روش‌های تاپسیس^۱، تاپسیس فازی، آریان^۲ یا سایر روشهای تصمیم‌گیری چند معیاره نیز انجام داد. در این تحقیق شاخص‌هایی که در معیار آب‌وهوا قرار داشتند به‌طور مشترکی در هر چهار معیار دیگر یعنی نواحی چهارگانه ساحلی نیز وجود داشتند که این مسئله می‌تواند بحث تأثیرگذاری معیارهای پنج‌گانه بر یکدیگر را مطرح نماید. هر چند در این تحقیق با توجه به نرخ‌های ناسازگاری قابل قبولی که برای ماتریس‌های مقایسه زوجی بدست آمده است می‌توان پی‌برد که تفاوت‌های میان معیارهای پنج‌گانه بسیار بیشتر از اشتراکات آن‌ها بوده است به‌طوری که به راحتی بتوان معیاری را از معیار دیگر تشخیص داد و مجزا دانست. با این حال می‌توان جهت محاسبه تأثیر احتمالی هر یک از معیارهای پنج‌گانه، در تحقیقات آینده با استفاده از روش ANP^۳ به حل این مسئله اقدام نمود زیرا در روش ANP بر خلاف روش AHP، وابستگی بین متغیرها نیز در نظر گرفته می‌شوند و این وابستگی‌های احتمالی در محاسبات دخالت داده می‌شوند. همچنین در

1- TOPSIS

2- Ariane

3- Analysis Network Process

تحقیقات آتی می‌توان با مطالعه عمیق‌تر، شاخص‌ها را انتخاب کرد و مورد سنجش قرار داد. مثلاً می‌توان معیار پهنه کرانه‌ای را حذف کرد زیرا همانطور که نتایج تحقیق نشان می‌دهد این معیار کمترین اهمیت را در رتبه‌بندی و گزینش ساحل مطلوب گردشگری در جنوب ایفاء می‌کند؛ علت آن نیز می‌تواند این باشد که اولاً افرادی که به شاخص‌هایی همچون پوشش گیاهی سواحل علاقمندند، ترجیح می‌دهند که به سواحل شمالی سفر کنند و ثانیاً تقریباً همه سواحل جنوبی دارای پوشش گیاهی فقیری در پس کرانه خود می‌باشند. همچنین می‌توان شاخص‌های دیگری نظیر هزینه سفر، مسافت میان محل زندگی فرد تا مقصد گردشگری، خلق و خوی بومیان، امنیت و غیره را نیز در تحقیقات آینده مدنظر قرار داد. همچنین محققان آینده می‌توانند در رتبه‌بندی خود، فاصله سواحل از یکدیگر را نیز لحاظ کنند. مثلاً اگر یک گردشگر به کیش سفر کند و قصد سفر به دو ساحل دیگر نیز داشته باشد، علاوه بر سفر به قشم که در رتبه سوم قرار دارد، بهتر است به چابهار که در رتبه دوم قرار دارد ولی مسافت نسبتاً زیادی تا قشم و کیش دارد سفر کند یا به بندرعباس و یا حتی بوشهر و اهواز که در رتبه‌های سوم به بعد قرار دارند ولی مسافت نسبتاً کمتری تا قشم و کیش دارند.

منابع

- ابراهیم زاده، عیسی و آقاسی زاده، عبدالله. (۱۳۹۰)، تأثیر منطقه آزاد چابهار بر توسعه گردشگری حوزه نفوذ آن با بهره‌گیری از مدل رگرسیون و آزمون *t-test*، فصلنامه علمی پژوهشی *جغرافیا و توسعه*، شماره ۲۱، بهار ۱۳۹۰، صص ۲۶-۵.
- ابراهیم زاده، عیسی و آقاسی زاده، عبدالله. (۱۳۸۸)، تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری بر ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT، فصلنامه علمی پژوهشی *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، شماره ۱، صص ۱۲۸-۱۹۷.
- امینی، محمدرضا، عباسی، محمدرضا و پیرعلی، علیرضا. (۱۳۹۰)، تدوین راهبرد توسعه صنعت گردشگری منطقه آزاد قشم با استفاده از مدل سوات، مجله فرآیند مدیریت و توسعه، شماره ۷۶، تابستان ۱۳۹۰، صص ۱۶۹-۱۵۵.
- بریمانی، فرامرز و اسمعیل‌نژاد، مرتضی. (۱۳۹۰)، بررسی شاخص‌های زیست‌اقلیمی مؤثر بر تعیین فصل گردشگری (مورد: نواحی جنوب ایران)، فصلنامه علمی پژوهشی *جغرافیا و توسعه*، شماره ۲۳، صص ۴۶-۲۷.
- پاپلی‌یزدی، محمدحسین و سنقایی، مهدی. (۱۳۸۶)، گردشگری: ماهیت و مفاهیم، تهران: انتشارات سمت.
- پروازی، مهناز. (۱۳۸۹)، راهکارهای بهینه زیست‌محیطی در گردشگری ساحلی خلیج فارس و توسعه پایدار آن، مجموعه مقالات ششمین همایش ملی فرهنگی گردشگری خلیج همیشه فارس، تهران: مرکز گردشگری علمی فرهنگی دانشجویان ایران، صص ۱۸۴-۱۷۱.
- پوروخشوری، سیده زهرا. (۱۳۸۰)، راهکارهای توسعه بهینه زیست‌محیطی در گردشگری ساحلی، تهران: انتشارات سازمان محیط‌زیست.
- حیدری، رحیم. (۱۳۸۷)، مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری، چاپ دوم، تهران: انتشارات سمت.
- خانی، فضیله، قاسمی و سمنه جانی، ابوطالب و قنبری نسب، علی. (۱۳۸۸)، بررسی اثرات گردشگری ساحلی با تکیه بر نظرسنجی از خانوارهای روستایی (مطالعه موردی: روستای چمخاله، شهرستان لنگرود)، فصلنامه علمی پژوهشی *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)*، شماره ۴، صص ۶۴-۵۱.

حضرزاده، اسعد، سلیمانی، منصور و رضویان، محمدتقی. (۱۳۸۹)، بررسی قاچاق کالا از مرزهای دریایی جنوب ایران، فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، شماره ۱۸، پاییز ۱۳۸۹، صص ۸۴-۶۷.

شیعه، اسماعیل و علی‌پور اشلیکی، سجاد. (۱۳۸۹)، تحلیل عوامل کیفیت‌بخش محیط گردشگری ساحلی با توجه به معیارهای گردشگری پایدار (مطالعه موردی سواحل شهر رامسر)، دو فصلنامه علمی پژوهشی معماری و شهرسازی آرمانشهر، شماره ۵، صص ۱۶۷-۱۵۵.

فرزین، محمدرضا و نادعلی پور، زهرا. (۱۳۹۰)، عوامل مؤثر بر مزیت رقابتی مقصدهای گردشگری در ایران (مورد مطالعه: منطقه چابهار)، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات گردشگری، شماره ۱۴، تابستان ۱۳۹۰، صص ۶۷-۴۱.

قرخلو، مهدی، رمضان زاده لسبوئی، مهدی و گلین شریف دینی، جواد. (۱۳۸۸)، اثرات زیست‌محیطی گردشگری بر سواحل شهر رامسر، فصلنامه علمی پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)، شماره ۳، تابستان ۱۳۸۸، صص ۱۲-۱.

ضرغام بروجنی، حمید و نیک بین، مهنا. (۱۳۹۱)، سنجش پایداری توسعه گردشگری در جزیره کیش، فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های اقتصادی، شماره ۲، صص ۱۶۸-۱۳۷.

کروی، مهدی. (۱۳۸۷)، فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، شماره ۲۸، صص ۳۲۴-۳۰۹.

Argardy, M.R. (1993). Accommodating ecotourism in multiple uses planning of coastal and marine protected areas. *Ocean and Coastal Management*. pp. 219-239.

Bowen, W.M. (1993). *AHP: Multiple Criteria Evaluation*, In Klosterman, R. et al (Eds). *Spreadsheet Models for Urban and Regional Analysis*. New Brunswick: Center for Urban Policy Research.

Crompton, J. L. (1992). Structure of vacation destination choice sets. *Annals of tourism*. vol.19.

Davenport, J & Davenport, J.L. (2006). The impact of tourism and personal leisure transport on coastal environment: A review. *Estuarine, coastal and shelf science*. Vol.67. pp.280-292.

European Commission (EC). DG XXIII. (1998). Fact and figures on the Europeans on holiday 1997- 98. *Euro barometer*. 48. Brussels.

European Commission (EC). (2000). *towards quality coastal tourism - Integrated quality management (IQM) of coastal tourist and Destinations*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

Hillel, O. (2002). Biological diversity and tourism in biodiversity and sustainable development. Montreal: *CBD news*. pp.18-19.

- Jennings, S. (2004). Coastal tourism and shoreline management. *Annals of tourism research*. Vol.31. no.4. pp.899-922.
- Jiang, J. Havitz, M. & O Briem, R. M. (2000). Validating the international tourist Role Scale. *Annals of tourism Research*. vol.24.no4.
- Kocasoy, G. (1995). Effects of tourist population pressure on pollution of coastal seas. *Environment management*. Vol.19. no.1. pp.75-79.
- Lyer, P. (2002). *Postmodern tourism*. Scatlond.
- Miller, M. L. (1993). The rise of coastal and marine tourism. *Ocean & coastal management*. pp.181-199.
- Mohsin, A. (2005). Tourist Attitudes and Destination Marketing: the case of Australia's Northern territory and Malaysia. *Tourism management*. Vol.26.
- Noronha, L. (2002). *Coastal Tourism, Environment, and Sustainable Local Development*. London. TERI
- Orams, M. (1999). *Marine Tourism*. London.
- Pillay, M. & Rogerson, Ch. (2012). Agriculture-tourism linkage and pro-poor impacts: the accommodation sector of urban coastal KwaZulu-Nata l, South Africa. *Applied geography xxx*. pp.1-10.
- Sasidharan, V. Sirakaya, E. & Kerstetter, D. (2002). Developing countries and tourism Eco labels. *Tourism management*. Vol.23. pp161-174.
- United nation's environment programme (UNEP). (1994). Tourism and the environment. *Journal of industry and environment*. pp.1-3.