

برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری قشم در راستای عدم اتکا به درآمدهای نفتی و اقتصاد مقاومتی

جعفر علون‌آبادی^۱

چکیده

گردشگری یکی از بخش‌های مهم اقتصادی است که توانسته است به عنوان یک صنعت پاک مطرح شود و ضمن افزایش درآمدهای ارزی برای اقتصاد ملی، کمک شایسته‌ای به رونق اشتغال و ایجاد درآمدها نیز نماید. قشم به عنوان یکی از منطقه‌های کمتر استفاده‌کننده بهینه از جذابیت‌های گردشگری در راستای عدم اتکا به درآمد نفت و نیز در راستای اقتصاد مقاومتی، علی‌رغم دارا بودن جذابیت‌های متنوع گردشگری، به لحاظ کسب درآمد هنوز نتوانسته است به طور مطلوب از آن‌ها استفاده نماید و قطعاً برای شناسایی و بهبود وضعیت گردشگری قشم باید کلیه عوامل از نقاط مثبت، منفی، ظرفیت‌ها و پتانسیل‌ها شناسایی گردد و بر اساس آن به تدوین استراتژی مناسب توسعه گردشگری قشم اقدام نمود. در تحقیق حاضر بر اساس روشی تحلیلی-توصیفی و بهره‌گیری از داده‌های حاصل از پرسش‌نامه و استفاده از منابع موجود در این زمینه و در چهارچوب مدل SWOT به تدوین استراتژی توسعه گردشگری قشم اقدام شده است. مهم‌ترین نقطه قوت این منطقه داشتن جذابیت‌های گردشگری آن تشخیص داده شده است و مهم‌ترین راهبرد نیز می‌تواند بهره‌برداری و برنامه‌ریزی بخش خصوصی و دولتی از جذابیت‌های متنوع گردشگری منطقه در راستای ایجاد اشتغال و توسعه هر چه بیشتر در منطقه باشد که می‌تواند زمینه‌ساز توسعه محلی و ملی شود. در پایان پیشنهاداتی ارائه گردیده است.

کلید واژگان: گردشگری، قشم، استراتژی، توسعه، SWOT.

۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه پیام نور تهران، Jkarimi15@yahoo.com

مقدمه

ظهور گردشگری سریع و پایدار در طول ۵۰ سال گذشته یکی از پدیده‌های قابل توجه در زمان ما است. با توجه به گزارش اسکات و لمیوکس (Scott and Lemieux, 2009)، تعداد ورودی گردشگران بین‌المللی از ۲۰۰ میلیون نفر در سال ۱۹۸۰ به ۱ میلیارد و ۱۳۶ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ رسیده است و نیز این سازمان پیش بینی کرده است این رقم به ۱/۶ میلیارد ورودی در سال ۲۰۲۰ برسد. این نشان‌دهنده اهمیت این صنعت در اقتصاد جهانی و ملی است. در شرایطی که قرن بیستم به پایان رسیده است، هنوز توسعه برخی از منطقه‌ها در کشور با مسائل و چالش‌های متعددی مواجه است. لذا به نظر می‌رسد که راهبردهای گذشته در زمینه توسعه نواحی خیلی موفقیت‌آمیز نبوده و نتوانسته‌اند مسائلی هم‌چون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و پایداری محیط زیست را تأمین کنند. این راهبردها در توزیع منافع حاصل از رشد و توسعه نیز چندان موفق نبوده و سبب ایجاد مشکلات متعددی برای برخی نواحی شده‌اند. امروزه یکی از راهبردهایی که اخیراً در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته، توسعه و گسترش گردشگری در نواحی محروم و دارای پتانسیل‌های لازم برای گسترش گردشگری است (قادری، ۱۳۸۳: ۳۶). گردشگری یکی از بخش‌های مهم اقتصادی است که توانسته است به عنوان یک صنعت پاک مطرح شود و ضمن افزایش درآمدهای ارزی برای اقتصاد ملی، کمک شایسته‌ای به رونق اشتغال و ایجاد درآمدها نیز نماید. این صنعت به عنوان یک صنعت جلوبرنده در توسعه مجموعه‌ای از صنایع دیگر به‌ویژه هتل‌داری، رستوران‌داری، حمل‌ونقل داخلی و بین‌المللی و صنایع دستی نقش مهمی داشته و دارد (معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی، ۱۳۸۸: ۲-۳). در دهه‌های اخیر رشد و توسعه صنعت گردشگری و اتخاذ آن به عنوان یکی از فعالیت‌های عمده اقتصادی از طرف کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه و رقابت مقاصد عمده گردشگری در جهت جذب گردشگران، برنامه‌ریزان را بر آن داشته تا جهت افزایش درآمدهای حاصله از فعالیت‌های گردشگری به دو مقوله مهم توجه نمایند: اول افزایش رضایت گردشگران و ارتقای لذت و کیفیت تجربه گردشگری دوم تلاش در جهت حفظ منافع جوامع میزبان (Inskeep 1991:15). متأسفانه کشور ایران با توجه به دارا بودن جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی که در رده دهم کشورهای دنیا قرار دارد.

اگر شکل توسعه فعالیت‌های گردشگری ناپایدار بوده و منطبق با ظرفیت پذیرش محیطی و انسانی این مقاصد نباشد دیر یا زود این مقاصد با افول بازار گردشگری روبرو خواهند شد و گردشگری این مقاصد از رونق خواهد افتاد (طیبیان و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۸). برای ایجاد یک توسعه همه‌جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌ها می‌باشیم. در این راستا توسعه صنعت گردشگری که

اقتصاددانان آن‌را سومین پدیده اقتصادی پویا و روبه رشد پس از صنعت نفت و خودروسازی می‌دانند، به عنوان نیاز اساسی کشور مطرح می‌شود لذا بررسی موانع توسعه این صنعت در مناطق مختلف کشور ضرورت می‌یابد. قشم به عنوان یکی از منطقه‌های کمتر توجه‌کننده به درآمدهای ناشی از گردشگری و توسعه ناخالص ملی هنوز نتوانسته است به طور مطلوب از جاذبه‌های گردشگری خود استفاده نماید و قطعاً برای شناسایی و بهبود وضعیت گردشگری قشم باید کلیه عوامل از نقاط مثبت، منفی، ظرفیت‌ها و پتانسیل‌ها شناسایی گردد و بر اساس آن به تدوین استراتژی مناسب توسعه گردشگری قشم اقدام نمود.

پیشینه تحقیق

رضوانی (۱۳۸۴) در مقاله خود پیامدهای زیست‌محیطی گردشگری را در حوضه آبخیز سد لتیان با استفاده از مدل SWOT مورد بررسی و تحلیل قرار داده است. وفایی (۱۳۸۶) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان با عنوان «تحلیل فرآیند و شکل‌گیری فرم کالبدی بافت قدیم شهر کاشان» به مطالعه بافت شهر کاشان و نحوه شکل‌گیری آن می‌پردازد و نتیجه می‌گیرد که عدم تناسب شبکه دسترسی مناسب، کمبود امکانات، کیفیت بناها و مصالح مورد استفاده در ساخت بناها از جمله عوامل موثر در تغییر فرم و ریخت‌شناسی و تحولات کالبدی بافت قدیم شهر کاشان به شمار می‌روند.

مهدی‌زاده (۱۳۸۶) در مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری در ایران به بررسی صنعت گردشگری پرداخته و راهکارهایی مانند گسترش فعالیت‌های شهرداری و دیگر سازمان‌ها را ارائه کرده است و به این نتیجه رسیده است که تمامی مسایل مرتبط به گردشگری ایران، با همکاری سازمان‌های مربوطه مرتفع می‌شود.

در مقاله دیگری تحت عنوان «تحلیل عوامل موثر بر گسترش گردشگری در ناحیه قشم با استفاده از مدل راهبردی SWOT»، عیسی ابراهیم‌زاده (۱۳۸۸)، امکان توسعه و اصلاح نهادهای مدیریت، تقویت تبلیغات، تعامل و همفکری بین مسوولان منطقه آزاد و سازمان‌های مرتبط با گردشگری و مردم و توسعه اکوتوریسم را از مهم‌ترین رهیافت‌ها به منظور توسعه گردشگری این ناحیه تلقی کرده است.

حمیدی و همکاران (۱۳۸۹) به بررسی تبیین استراتژی گردشگری ورزشی کشور (ایران) مبادرت ورزیده و نتایج تحقیق حاکی از آن است که در نقاط قوت گردشگری ورزشی کشور گوپه وجود تنوع در بازی‌های بومی و محلی کشور بالاترین میزان اهمیت در بخش ضعف گوپه فقدان برنامه‌ریزی و استراتژی صحیح، دقیق و علمی برای توسعه گردشگری ورزشی در کشور به عنوان

بالاترین نقطه ضعف از دیدگاه پاسخ‌دهندگان را در این بخش دارا است و در بخش فرصت‌ها گویه اقلیم یا شرایط آب و هوایی مناسب جهت برگزاری اردوها و مسابقات مختلف از جمله اسکی، قایقرانی و... بالاترین میزان اهمیت و در بخش تهدیدها گویه وجود دیدگاه منفی و تبلیغات سوء کشورهای خارجی در مورد ایران به عنوان بالاترین مورد که صنعت گردشگری ورزشی کشور را مورد تهدید قرار می‌دهد، انتخاب گردید.

ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۰) به ارائه برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر قم) اقدام نموده‌اند و با بهره‌گیری از مدل سوات به این نتیجه دست یافته‌اند که در واقع استراتژی محافظه‌کارانه WO_2 با امتیاز ۶/۴۹ به مثابه بهترین استراتژی توسعه گردشگری مذهبی شهر قم تلقی می‌گردد. به منظور تحقق این امر مهم، استراتژی مذکور می‌تواند با اجرا و تقویت فضاهای سرگرمی و تفریحی (پارک و شهربازی) و فضاهای سبز و همچنین تقویت جاذبه‌های طبیعی به عنوان عنصر مکمل گردشگری مذهبی، در تمام طول سال، برای جلوگیری از فصلی‌شدن گردشگری شهر و افزایش مدت اقامت گردشگران در شهر عملی گردد. در عین حال استراتژی تهاجمی SO_2 با امتیاز ۷/۳۳، موثرترین راهبرد پس از محافظه‌کارانه قلمداد می‌شود. به منظور نیل به اهداف تحقیق و توسعه گردشگری به بهره‌گیری از این استراتژی، توسعه علوم اسلامی از یک سو و افزایش تبلیغات و جذب طلاب و گردشگران مذهبی-فرهنگی خارجی با معرفی جایگاه واقعی کارکردهای مذهبی-فرهنگی شهر قم به سایر کشورها و همچنین ایجاد اشتغال و درآمد پایدار از سوی دیگر پیشنهاد می‌گردد.

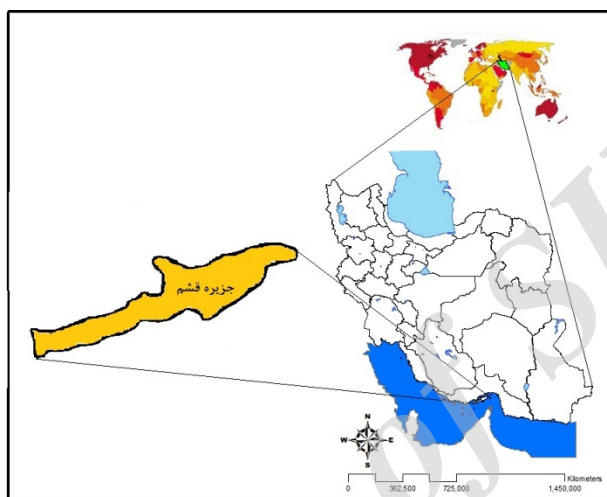
روش تحقیق

تحقیق حاضر بر اساس روشی تحلیلی-توصیفی و بهره‌گیری از داده‌های حاصل از پرسش‌نامه و استفاده از منابع موجود در این زمینه و در چهارچوب مدل SWOT به تدوین استراتژی توسعه گردشگری قشم اقدام شده است. جامعه آماری در بردارنده ۱۰۰۰ نفر از گردشگران بوده که با استفاده از مدل کوکران این تعداد به ۳۸۰ نفر تعدیل و نمونه‌گیری شده است و بر اساس نظر کارشناسان و خبرگان در این زمینه پرسشنامه‌ها و سوالات آن مورد تایید واقع شده‌اند.

موقعیت منطقه مورد مطالعه و جذابیت‌های گردشگری آن

جزیره قشم، بزرگترین جزیره خلیج فارس است که ۱۴۹۱ کیلومتر مربع مساحت دارد. این جزیره که به شکل یک دلفین دیده می‌شود، به موازات سواحل جنوبی ایران در تنگه هرمز در آب‌های نیلگون خلیج فارس قرار گرفته است. این جزیره در ۵۵ درجه و ۲۷ دقیقه تا ۵۶ درجه و ۲۷ دقیقه

طول جغرافیایی و ۲۶ درجه و ۶۸ دقیقه تا ۲۶ درجه و ۹۴ دقیقه عرض جغرافیایی قرار دارد (قنبری و کریمی، ۱۳۹۰). شکل ۱ موقعیت جزیره قشم را نشان می‌دهد.



شکل ۱-موقعیت جزیره قشم در ایران

جذابیت‌های جزیره قشم به طور خلاصه شامل موارد زیر است:

جنگل‌های حرا

جنگل‌های دریایی حرا در قشم یکی از مراکز نادر و شگفت‌انگیز دنیاست که با ورود به آن می‌توان زیبایی‌ها و شگفتی‌های خلقت را به تماشا نشست. به گزارش ایسن، جنگل‌های حرا یکی از هشت اکوسیستم ثبت‌شده جهانی در ایران و دومین اکوسیستم طبیعی هرمزگان در میان آب‌های خلیج فارس بوده و به واسطه زیبایی هر ساله شمار زیادی از ایرانیان و گردشگران بین‌المللی را به دیدن خود فرا می‌خواند. جنگل‌های حرا یکی از انواع اکوسیستم مانگرو در سواحل شمالی جزیره قشم است که تراکم درختان آن در حوالی بندر تاریخی لافت و بندر خمیر و روستای گوران چشم‌انداز طبیعی بسیار زیبا و نادری را پدیدآورده به گونه‌ای که چنین مناظر زیبا و بدیع را در هیچ نقطه‌ای از ایران نمی‌توان دید. درختان حرا که گفته می‌شود ۳۵ میلیون سال پیش روی کره زمین بوجود آمده‌اند به دلیل قرار گرفتن در حد فاصل خشکی و دریا، یکی از غنی‌ترین زیستگاه‌های آبزیان و پرندگان بشمار می‌روند و به دلیل نقش بدیعی که این درختان در بارور کردن آبزیان در مناطق حرا دارند از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند. جنگل‌های دریایی حرا هم‌چنین زیستگاه مناسبی برای

رشد آبیان دوکفه‌ای، انواع خرچنگ‌ها و بارباکدهاست (روزنامه گسترش، ۱۳۸۹: ۱۷).

موزه ژئوپارک

موزه ژئوپارک قشم در ضلع شمالی بازار بین‌المللی ستاره قشم قرار دارد. زیربنای این موزه حدود ۱۰۰۰ متر مربع است و شامل مجموعه تاکسیدرمی پرندگان، خزندگان، پستانداران، ماهی‌ها، حشرات و همچنین سنگواره‌ها شامل فسیل‌های مربوط به دوکفه‌ای‌ها و مرجان‌ها و بخش مردم‌شناسی؛ شامل صنایع دستی بومی مانند لباه‌ها، گلی‌ها، وسایل موسیقی و یک کارگاه تاکسیدرمی است. نمونه‌های جدید جانوری همراه با نقشه‌های متنوع، همچنین عکس‌های ماهواره ای جزیره قشم، تنوع زیستی و پدیده‌های زمین‌شناسی همچنین مجموعه عکس‌های عکاسان در زمینه مراسم فرهنگی مختلف مردم قشم در این موزه قرار دارند. در این موزه اطلاعات علمی بسیار مفیدی گردآوری و به صورت قابل استفاده در کنار نمونه‌های موجود در موزه نصب شد و این اطلاعات به منظور بالابردن نقش آموزشی موزه مفید هستند (شرکت خدمات پژوهش‌های گردشگری سرزمین، ۱۳۸۶).

درخت لور

درختان محلی جزیره قشم، به عنوان گنجینه‌های طبیعی، جذاب و زیبا هستند. درخت لور یا انجیر معابد، معروف‌ترین درخت جزیره است. این نوع درخت در نواحی جنوبی ایران رشد می‌کند. پوست کهنسال درخت لور و برگ‌ها و ریشه‌هایش که از بدنه اصلی آن آویزان هستند، آن را از دیگر انواع درختان متمایز می‌سازد. ریشه‌های این درختان طوری رشد می‌کند که مانند چتری روی زمین سایه می‌افکند و ممکن است تا چند سال عمر کند.

غارهای خربس

در ۱۵ کیلومتری غرب شهر قشم در سمت جاده قشم - درگهان، در دل ارتفاعات این منطقه آثار باشکوهی از معماری صخره‌ای دیده می‌شود که به عقیده برخی، نیایشگاه پیروان آیین میترا بوده است. بر پیشانی کوهی مشرف به ساحل جنوبی جزیره قشم، ۴ دهانه غار، از درون به هم پیوسته، در ارتفاع ۲۰ تا ۳۰ متر به چشم می‌خورد که به غارهای خربس شهرت دارند و گفته می‌شود پیشینه آن‌ها به دوره مادها می‌رسد. این غارها که از پدیده‌های کهن زمین‌شناختی به شمار می‌آیند، همراه با دیگر پدیده‌ها و کوه‌ها و خود جزیره قشم، دنباله چین‌خوردگی‌های رشته کوه‌های زاگرس هستند که در هزاره‌های گذشته از زیر آب سر برآورده‌اند. این غارها از درون با مجموعه دهلیزها، تالارها و اتاق‌های متعدد و چشمه‌ها و روزنه‌های گوناگونی که رو به شمال و جنوب قرار

دارند، مؤید حضور مدمانی کهن از دوران‌های کهن در این جزیره هستند.

غار نمکی

غارهای نمکی جزیره قشم یکی از زیباترین جلوه‌های طبیعت در این جزیره است. تا کنون بیش از ۶ هزار متر از این غارها شناسایی و به عنوان طولی‌ترین غار نمکی جهان شناخته شده است.

تنوع زیستی

تنوع زیستی نیز در دریا و سواحل پیرامون قشم بسیار متنوع است. عمق متفاوت دریا، مسیر حرکت و گردش آب و وارد شدن آب رودخانه‌ها، موجب شده در اطراف قشم زیستگاه‌های گوناگونی به وجود آید. انواع سواحل ماسه‌ای، صخره‌ای، جنگلی، گلی و بین جزر و مدی که هر یک زیستگاه گیاهان و جانوران متفاوت و متنوعی است، تنوع زیستی کم‌نظیری در این حوالی به وجود آورده‌اند. آبسنگ‌های مرجانی اطراف قشم برای غواصان کشور و معدودی از غواصان جهان از جذابیت بالایی برخوردار است. انواع لاک‌پشت‌های گول‌پیکر دریایی که در سراسر جهان از جمعیت آن‌ها کاسته شده است. در آب‌های اطراف قشم به وفور زندگی می‌کنند. سواحل قشم برای تماشای لاک‌پشت‌های دریایی مناسب‌ترین مکان به شمار می‌رود. از فراز سواحل صخره‌ای قشم، در یک زمان کوتاه می‌توان چندین لاک‌پشت دریایی را مشاهده نمود که با آسودگی خیال مشغول تغذیه و غوطه‌وری در آب هستند. مشاهده زیرآب‌های تنگه هرمز با عینک‌های مخصوص ارزان قیمت، از سرگرم‌کننده‌ترین و آموزنده‌ترین ورزش‌ها در این منطقه است. این ورزش که سال‌هاست در جهان به عنوان یکی از مفرح‌ترین و شادی‌بخش‌ترین سرگرمی‌ها متداول شده است در کشور خودمان در آغاز راه است. در صورتی که مردم کشورمان از زیبایی‌های شگفت‌انگیز زیرآب‌های خلیج فارس آگاه شوند و سهولت کار تماشای آن را نیز دریابند بی‌تردید این ورزش گسترده‌تری در کشور پیدا خواهد نمود. در تماشای زیرآب‌های خلیج فارس و مخصوصاً آب‌های پیرامون قشم، به فاصله هر متر، انسان با گونه جدیدی رو به رو می‌شود.

تنگه عالی

این تنگه در بخش غربی جزیره در جنوب روستای چاهوشرقی واقع شده است. ورودی شمالی تنگه از طریق روستای چاهوشرقی، در حدود ۲ کیلومتری ساحل شمالی قرار دارد و دهانه آن در ابتدا فراخ و پعرض است ولی پس از طی چند ده متر به سرعت تنگ و بسیار باریک می‌شود. وجود گیاهان فراوان و درختان نسبتاً سالمند نشان‌دهنده وجود میزان آب کافی در بستر تنگه است.

هم‌چنین لایه کم ضخامت رس و مارن در کف تنگه، که در آن ترک‌های گلی متعدد مشاهده می‌شود و اغلب چسبندگی زیادی از خود نشان می‌دهد، دلیل دیگری بر وجود رطوبت بالا در این تنگه است. حفره‌ها و شیارهای فراوانی در دیواره‌های تنگه مشاهده می‌شوند که شکل نیم کروی، قاشقی و طاقچه‌ای دارند و از عناصر اصلی زیبایی این تنگه محسوب می‌شوند. شیارهای خطی و طاقچه‌ای در بسیاری از نقاط به صورت موازی دیده می‌شوند و دلیل بروز این حالت، انحلال و فرسایش در میان لایه‌های رسی و مارنی است که نسبت به ماسه سنگ آهکی (جنس اصلی دیواره‌ها) فرسایش‌پذیری زیادی دارند.

دره تندیس‌ها

این دره در فاصله ۷۵ کیلومتری و در جنوب غربی روستای طبل قرار دارد. سطح آن غالباً از ترک‌های گلی پوشیده شده است. از لحاظ ساختاری نسبتاً شبیه به دره ستاره‌ها است. با این تفاوت که وسعت بیشتری داشته و تراکم پدیده در آن‌جا کمتر ولی فراوانی بیشتری دارد. در این دره بوسیله فرسایش، تندیس‌هایی تراشیده شده که چشم‌اندازی بسیار زیبا را در منطقه ایجاد کرده است.

غار نمکی و چشمه نمکی

گنبد نمکی قشم یکی از مهم‌ترین جاذبه‌های توریستی قشم به شمار می‌رود. گنبد نمکی نمکدان تنها گنبد نمکی جزیره قشم بوده و بام گنبدی آن دارای توپوگرافی نامنظم و دیواره پرشیب است. وجود چشمه‌های نمک و سفید پوش کردن دره‌ها و زمین‌های اطراف این گنبد، چشم‌اندازی رویایی به منطقه داده است. در بخش جنوبی گنبد، غارهای نمکی وجود دارد که ارتفاع آن‌ها تا ۲۰ متر می‌رسد. با تلاش سازمان منطقه آزاد قشم، دانشمندان دانشگاه چک و دانشگاه شیراز این غار به عنوان بزرگترین غار نمکی جهان با طول بیش از ۶۰۰۰ متر شناخته شد. دیواره ورودی غار تشکیل شده است از نوارهای رنگارنگ نمک و لایه‌های مختلفی از کانی‌های آهن‌دار. هم‌چنین در مدخل غار آبگیری مشاهده می‌شود که میزان آب آن وابسته به میزان نزولات جوی و متغیر است. استالاکتیت‌ها و به ندرت استالاگمیت‌های نمکی از اولین پیچش غار قابل مشاهده هستند و به تدریج تعداد آن‌ها افزایش می‌یابد. از نیمه غار تا انتهای آن زیبایی غار را کف‌پوشی از نم کریستاله دو چندان نموده است و در نزدیکی دیواره‌ها، اتصال استالاکتیت‌ها و استالاگمیت‌ها با یکدیگر، ستون‌ها و ستونک‌های زیبایی را پدید آورده است. چشمه نمکی مجاور غار نمکی، حاصل نفوذ آب‌های سطحی مربوط به بارندگی به داخل مجراها و کانال‌های گنبد نمکی نمکدان است. این آب‌ها پس از نفوذ به داخل گنبد و حل کردن مقادیر زیادی نمک و دیگر مواد قابل انحلال، به شکل چشمه ظاهر

می‌شوند. در این ناحیه شکل‌های بسیار زیبایی از نمک قابل مشاهده است.

کور کوراکوه

کور کوراکوه در مجاورت روستای گیاهدان قرار دارد. البته این سایت خارج از محدوده اصلی ژئوپارک قرار دارد ولی با توجه به زیبایی منطقه به عنوان یکی دیگر از سایت‌های اصلی ژئوپارک مورد قبول یونسکو واقع شد. ساختار عمومی منطقه تپه ماهوری‌هایی است که بیشتر از جنس مارن ماست و به دلیل فرسایش توسط آب‌های جاری دره‌ها و تنگه‌های بین آن‌ها ایجاد شده است.

علاوه بر پدیده‌های زمین‌شناسی، پدیده‌های فرهنگی - تاریخی متعددی نیز در منطقه وجود دارند. تعدادی از این چشم‌اندازها اعم از پدیده‌هایی که در محدوده ژئوپارک هستند یا آن‌هایی که خارج از این محدوده قرار دارند عبارتند از:

- معماری سنتی
- بادگیرهای بندر لافت
- چاه‌های تلا طلا
- قلعه‌های تاریخی قشم، لافت، باسعیدو
- زیارتگاه‌ها

نتایج نهایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

همان‌طوری که در قسمت روش‌شناسی تحقیق ذکر شد، تحلیل SWOT به منظور شناسایی و بررسی عوامل مؤثر درونی (نقاط قوت و نقاط ضعف) و عوامل تأثیرگذار بیرونی ناحیه (فرصت‌ها و تهدیدها) بر گردشگری در ناحیه مورد مطالعه به کار برده می‌شود. در حقیقت از این روش به عنوان ابزاری جهت شناسایی مسائل استراتژیک و ارائه راهبردها و استراتژی‌های مناسب استفاده می‌گردد. در ابتدا با سنجش محیط داخلی و محیط خارجی ناحیه، فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات مورد شنایی قرار گرفت و سپس به وسیله نظرخواهی و صحبت با مردم بومی، مسوولان و گردشگران، این عوامل مشخص و جهت برطرف‌نمودن یا تقلیل نقاط ضعف و تهدیدها و تقویت و بهبود نقاط قوت و فرصت‌های موجود در ارتباط با گسترش گردشگری در نواحی مورد مطالعه، در فصل نتایج و پیشنهادات استراتژی‌های مناسبی ارائه گردید.

عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری در ناحیه مورد مطالعه

در این قسمت سه مقوله استراتژی‌های موجود، عملکردها و منابع مورد توجه و بررسی قرار گرفته و

تحت عنوان نقاط قوت و نقاط ضعف و در چهارچوب ابعاد توسعه اکوتوریسم (اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، زیست محیطی، نهادی و تشکیلاتی، جغرافیایی، زیرساختاری و بازاریابی) به شرح ذیل تقسیم بندی شده است:

نقاط قوت (Strengths)

عوامل	قوت ها
اقتصادی	<ul style="list-style-type: none"> * مستعدبودن و آماده بودن منطقه جهت سرمایه گذاری و برنامه ریزی توریسم در جهت استفاده از منابع طبیعی و انسانی و معرفی آن به عنوان قطب مهم گردشگری * وجود میوه های گرمسیری و محصولات کشاورزی و بازاری مناسب برای فروش این محصولات کشاورزی به گردشگران * نزدیکی به بازارهای جهانی با بهره گیری از مسیر آبی و خاکی و هوایی مناسب * وجود بنادر و اسکله های مختلف جهت بهره برداری از جذابیت های دریا و پتانسیل ماهیگیری در منطقه های مجاور
اجتماعی- فرهنگی	<ul style="list-style-type: none"> * وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی و صنایع دستی متعدد * وجود امامزاده ها و نیز مکان های تاریخی و دیدنی که بعضا از گذشته به جای مانده اند
زیست محیطی	
نهادی و تشکیلاتی	<ul style="list-style-type: none"> * اعتقاد مسوولان به اشتغال زایی به وسیله گسترش توریسم به عنوان یکی از مهم ترین ساز و کارهای مناسب در جهت توسعه و آبادانی منطقه
جغرافیایی	<ul style="list-style-type: none"> * وجود چشم اندازهای زیبای طبیعی همراه با فون گیاهی و جانوری * وجود جنگل های حرا در منطقه * آب و هوای مطبوع در فصل سرد سال * داشتن محیطی آرام و بدون سر و صدا به خصوص برای شهرنشینان جهت استراحت و تمدد اعصاب * وجود آثار تاریخی متعدد به عنوان جذابیت ویژه گردشگری در منطقه
زیرساختاری	<ul style="list-style-type: none"> * وجود زمین های فراوان و مستعد جهت فعالیت های گردشگری در سطح منطقه
بازاریابی	<ul style="list-style-type: none"> * نزدیکی به مسیر دریایی و داشتن سواحل دریایی جهت ورود گردشگران از منطقه های داخلی و کشورهای همسایه

نقاط ضعف (Weaknesses)

عوامل	ضعف‌ها
اقتصادی	<p>*عدم تمایل بخش خصوصی منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری به دلایل مختلف از جمله افزایش سوداگری زمین و خرید و فروش اراضی، عدم آشنایی با صنعت توریسم و... *عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری‌های دولتی در این ناحیه *عدم بهره‌برداری مناسب از مزیت نزدیکی به مسیر دریایی جهت جذب توریسم</p>
اجتماعی- فرهنگی	<p>*توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال (تراکم زیاد در بهار) *تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم بومی *گرایش غالب مردم به استفاده از زمین‌ها در امر کشاورزی، دامپروری و فعالیت‌های غیر رسمی *عدم تمایل مردم بومی جهت برنامه‌ریزی گردشگری و اقبال مناسب جذب توریسم</p>
زیست محیطی	<p>*آلودگی پیرامونی جذابیت‌های گردشگری</p>
نهادی و تشکیلاتی	<p>*عدم آشنایی مردم بومی و عدم آموزش آن‌ها در نحوه برخورد با گردشگران *عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده در ناحیه *ضعف مدیریت و فقدان ثبات در آن *ناهماهنگی بین کارگزاران بخش عمومی با یکدیگر و مستقل عمل کردن آن‌ها و عدم هماهنگی بین بخش خصوصی و عمومی *وجود امنیت ناکافی به خصوص در مناطق دور از مراکز جمعیتی</p>
جغرافیایی	<p>*دوری از مراکز جمعیتی و شهرهای بزرگ *گرمای شدید هوا در فصول تابستان و بهار</p>
زیرساختاری	<p>*نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، خدماتی، تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی *نامناسب بودن راه‌های ارتباطی و امکانات حمل و نقل *نامناسب بودن تجهیزات و امکانات تفریحی، فراغتی و ورزشی</p>
بازاریابی	<p>*ضعف تبلیغات *عدم برنامه‌ریزی در راستای جذب توریسم با استفاده از امتیاز آب‌های آزاد</p>

عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری ناحیه مورد مطالعه

هدف این مرحله کند و کاو آثار محیط خارجی در ناحیه مورد مطالعه جهت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهایی است که ناحیه در ارتباط با گسترش گردشگری با آن مواجه است. در این راستا باید گفت که فرصت‌ها، مجموعه امکانات و قابلیت‌هایی است که خارج از محیط ناحیه بر عملکرد نواحی گردشگری بطور مستقیم یا غیر مستقیم مؤثر واقع می‌شوند و هم‌چنین تهدیدها نیز مجموعه عوامل خارج از ناحیه محسوب می‌شوند که در عدم کارایی این نواحی تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم دارند. بر اساس مطالعات انجام شده و بررسی وضعیت پیرامون ناحیه مورد مطالعه، مجموعه فرصت-ها و تهدیدهای موجود و مؤثر بر این ناحیه از لحاظ گردشگری (اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی،

زیست محیطی، نهادی و تشکیلاتی، جغرافیایی، زیرساختاری و بازاریابی) مورد توجه و بررسی قرار گرفتند که به صورت زیر قابل ترسیم می‌باشند:

فرصت‌ها (Opportunities)

عوامل	فرصت‌ها
اقتصادی	<ul style="list-style-type: none"> *افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری *افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در نواحی توریستی در راستای سیاست‌های دولت *ایجاد اشتغال و فرصت کارآفرینی برای منطقه و کشور *افزایش تمایل به سرمایه‌گذاری گردشگری خارجی به خصوص کشورهای حوزه خلیج فارس در زمینه گردشگری
اجتماعی- فرهنگی	<ul style="list-style-type: none"> *افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری و حومه *مبادلات فرهنگی *افزایش تمایل مردم محلی جهت ارائه و نگهداشت فرهنگ و هنر خود جهت جذب گردشگر *بهبود اقبال مردم و مسوولان نسبت با گردشگران
زیست محیطی	<ul style="list-style-type: none"> *بهبود نگرش مردم، گردشگران و مسوولان جهت محافظت بیشتر محیط زیست و عدم آلودگی
نهادی و تشکیلاتی	<ul style="list-style-type: none"> *وجود نیروهای متخصص و باتجربه در شهرهای اطراف که امکان استفاده از آن‌ها وجود دارد. *زمینه بهره‌برداری از تجربه نیروهای سایر کشورهای مجاور حوزه خلیج فارس
جغرافیایی	<ul style="list-style-type: none"> *عدم وجود منابع و چشم‌اندازهای متنوع طبیعی و فرهنگی در حوزه سواحل خلیج فارس *عدم وجود چشم‌اندازهای طبیعی زیاد در کشورهای مرزی به خصوص در سواحل و کشورهای جنوبی
زیرساختاری	<ul style="list-style-type: none"> *عدم ارائه امکانات، خدمات و تسهیلات مطلوب به گردشگران در مناطق تفریحی رقیب *ایجاد فرودگاه و افزایش مسیرهای ارتباطی به این ناحیه
بازاریابی	<ul style="list-style-type: none"> *نزدیکی به کشورهای حوزه خلیج فارس *استفاده از نیروهای مجرب جهت برنامه‌ریزی و تبلیغات جهت جذب گردشگر

تهدیدها (Threats)

عوامل	تهدیدها
اقتصادی	<ul style="list-style-type: none"> *افزایش توجه بخش خصوصی و دولتی جهت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در مناطق رقیب
اجتماعی- فرهنگی	<ul style="list-style-type: none"> *امکان افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی نزدیک و رقیب *شناخت ناکافی گردشگران از منطقه و عدم اطلاع رسانی کافی *از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی (همانند: زبان، آداب و رسوم محلی و نوع پوشاک، معماری و مسکن و...)

عوامل	تهدیدها
	*سرازیر شدن جمعیت به سوی مناطق شهری و ایجاد محرومیت شدید
زیست محیطی	*از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار تخریبی آن همانند افزایش سیل، تخریب زمینهای کشاورزی و مزارع روستایی و آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این منطقه *تخریب بیشتر جذابیت‌های گردشگری و آلوده نمودن آن‌ها
نهادی و تشکیلاتی	*سرمایه گذاری پراکنده داخلی و اندک خارجی در بخش گردشگری *افزایش امکاناتی هم‌چون فرودگاه و مسیرهای ارتباطی به مناطق رقیب
جغرافیایی	*آب و هوای گرم و نامطبوع در غالب ایام سال و کمبود آب بهداشتی
زیرساختاری	*امکان افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی رقیب در مقایسه با این منطقه در آینده *پایین بودن سطح بهداشت و کمبود خدمات رسانی درمانی
بازاریابی	*تبلیغات منفی موجود در سطح جهان علیه ایران *تبلیغات بیشتر گردشگری در مناطق رقیب

تجزیه و تحلیل نهایی عوامل مؤثر بر گردشگری قشم

برای تجزیه و تحلیل نهایی جدولی تشکیل داده که بر اساس عوامل داخلی (ضعف‌ها و تهدیدها) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) دارای ۴ ستون در بردارنده عوامل، وزن، درجه بندی و امتیاز وزنی است. در ستون یک (عوامل خارجی و داخلی)، مهم ترین قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی سیستم را نام می‌بریم.

در ستون دو (وزن)، به هر یک از این عوامل و بر اساس اثر احتمالی آن‌ها بر موقعیت استراتژیک فعلی سیستم (بر اساس نتایج یافته‌های حاصل از شناخت و تجزیه و تحلیل وضع موجود) وزنی از یک (مهم‌ترین) تا صفر (بی‌اهمیت‌ترین) می‌دهیم. هر چقدر وزن بیشتر باشد، تاثیر بر موقعیت کنونی و آینده آن سیستم بیشتر خواهد بود (جمع ستون ۲ بدون توجه به تعداد عوامل، ۱ است). در ستون سه (درجه‌بندی)، به هر عامل و بر اساس اهمیت و موقعیت کنونی سیستم به آن عامل خاص امتیازی از ۵ (بسیار خوب) تا ۱ (ضعیف)، (بر اساس نتایج یافته‌های حاصل از شناخت و تجزیه و تحلیل وضع موجود) می‌دهیم. این درجه‌بندی نشان می‌دهد که سیستم چگونه به هر یک از عوامل خارجی پاسخ می‌دهد.

در ستون چهار (امتیاز وزنی)، وزن را در درجه هر عامل (ستون ۲ ضرب در ستون ۳) ضرب می‌کنیم تا به این وسیله امتیاز وزنی آن به دست آید. به این ترتیب، برای هر عامل، یک امتیاز وزنی از ۱ تا ۵ به دست می‌آید، که به طور متوسط (میانگین) این امتیاز عدد ۳ است.

سرانجام، امتیازات وزنی تمام عوامل خارجی و داخلی در ستون ۴ را به طور جداگانه با یکدیگر جمع می‌زنیم و امتیاز وزنی را محاسبه می‌کنیم. امتیاز وزنی کل نشان می‌دهد که یک سیستم

چگونه به عوامل و نیروهای موجود و بالقوه در محیط بیرونی‌اش پاسخ می‌دهد. همیشه متوسط امتیاز وزنی کل در یک سیستم در یک زمینه، عدد ۳ است (هانگر و ویلن، ۱۳۸۴: ۹۰-۹۲). چنان‌چه بالاتر از آن باشد، اهمیت آن بیشتر و اگر کمتر از آن باشد، از اهمیت و تأثیرگذاری کمتری برخوردار است.

نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری قشم (IFAS)

برای سازماندهی عوامل خارجی در قالب مقوله قوت‌ها و ضعف‌های فراروی سیستم، با استفاده از عوامل درجه‌بندی و با توجه به اهمیت هر یک از قوت‌ها و ضعف‌ها و با توجه به میزان تأثیرگذاری هر یک از آن‌ها بر کارکردهای توریسم قشم، محاسبه و به شرح جدول ۱ تعیین گردید:

جدول ۱- نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (قوت‌ها)

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	قوت‌ها
0.4	4	0.1	۱. مستعدبودن و آماده بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری
0.21	3	0.07	۲. وجود میوه‌های گرمسیری و محصولات کشاورزی
0.12	2	0.06	۳. وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی و صنایع دستی
0.12	2	0.06	۴. اعتقاد مسوولان به اشتغال زایی
0.56	4	0.14	۵. وجود چشم‌اندازهای زیبای طبیعی
0.05	1	0.05	۶. وجود جنگل‌های حرا در منطقه
0.32	4	0.08	۷. آب و هوای مطبوع در فصل سرد سال
0.14	2	0.07	۸. داشتن محیطی آرام و بدون سر و صدا
0.05	1	0.05	۹. وجود زمین‌های فراوان و مستعد
0.48	4	0.12	۱۰. نزدیکی به بازارهای جهانی با بهره‌گیری از مسیر آبی و خاکی و هوایی مناسب
0.32	4	0.08	۱۱. وجود بنادر و اسکله‌های مختلف جهت بهره‌برداری از جذابیت‌های دریا و پتانسیل ماهیگیری در منطقه‌های مجاور
0.21	3	0.07	۱۲. وجود آثار تاریخی متعدد به عنوان جذابیت ویژه گردشگری در منطقه
0.05	1	0.05	۱۳. وجود آثار تاریخی و خانه‌های قدیمی در سطح منطقه
3.03		1	جمع

از دیدگاه کسانی که مورد سوال قرار گرفتند مهم‌ترین نقاط قوتی که قشم در زمینه گردشگری از آن برخوردار است، عبارتند از: وجود چشم‌اندازهای زیبای طبیعی با بهره‌مندی از جذابیت‌هایی در زمینه‌های مختلفی هم‌چون رود، چشمه، کوه و موارد دیگر با امتیاز وزنی ۰/۵۶ در رده اول، نزدیکی به بازارهای جهانی با بهره‌گیری از مسیر آبی و خاکی و هوایی مناسب که خود می‌تواند زمینه ساز گردشگران داخلی و خارجی بوده و نیز جهت تبلیغات و بازاریابی مناسب باشد با امتیاز وزنی ۰/۴۸ در جایگاه دوم قرار دارد. مستعد بودن و آماده‌بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری که با برخورداری از جذابیت‌هایی از یک طرف و نیز نزدیکی به آب‌های دریایی از طرف دیگر و همچنین بهره‌مندی از تربیت نیروی متخصص در آینده خود زمینه‌ساز این امر گردیده با امتیاز وزنی ۰/۴ در جایگاه سوم قرار گرفته‌اند. در زمینه نقاط ضعف موجود در قشم نیز با توجه به نظر پاسخ‌دهندگان میزان وزن و امتیاز وزنی آن در جدول ۲ مشخص شده است.

جدول ۲- نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (ضعف‌ها)

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	ضعف‌ها
0.28	4	0.07	۱. عدم تمایل بخش خصوصی منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری به دلایل مختلف از جمله افزایش سوداگری زمین و خرید و فروش اراضی، عدم آشنایی با صنعت توریسم و ...
0.32	4	0.08	۲. عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری‌های دولتی در این ناحیه
0.15	3	0.05	۳. عدم بهره‌برداری مناسب از مزیت نزدیکی به مسیر دریایی جهت جذب توریسم
0.08	2	0.04	۴. توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال (تراکم زیاد در بهار)
0.03	1	0.03	۵. تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم بومی
0.02	1	0.02	۶. گرایش غالب مردم به استفاده از زمین‌ها در امر کشاورزی، دامپروری و فعالیت‌های غیر رسمی
0.08	2	0.04	۷. عدم تمایل مردم بومی جهت برنامه‌ریزی گردشگری و اقبال مناسب جذب توریسم
0.08	2	0.04	۸. آلودگی پیرامونی جذابیت‌های گردشگری
0.03	1	0.03	۹. عدم آشنایی مردم بومی و عدم آموزش آن‌ها در نحوه برخورد با گردشگران
0.08	2	0.04	۱۰. عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش‌دیده در ناحیه
0.32	4	0.08	۱۱. ضعف مدیریت و فقدان ثبات در آن
0.28	4	0.07	۱۲. ناهماهنگی بین کارگزاران بخش عمومی با یکدیگر و مستقل عمل کردن آن‌ها و عدم هماهنگی بین بخش خصوصی و عمومی

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	ضعف‌ها
0.03	1	0.03	۱۳. وجود امنیت ناکافی به خصوص در مناطق دور از مراکز جمعیتی
0.03	1	0.03	۱۴. دوری از مراکز جمعیتی و شهرهای بزرگ
0.2	4	0.05	۱۵. گرمای شدید هوا در فصول تابستان و بهار
0.32	4	0.08	۱۶. نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، خدماتی، تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی
0.28	4	0.07	۱۷. نامناسب بودن راه‌های ارتباطی و امکانات حمل و نقل
0.24	4	0.06	۱۸. نامناسب بودن تجهیزات و امکانات تفریحی، فراغتی و ورزشی
0.1	2	0.05	۱۹. ضعف تبلیغات
۳.۰۳		۱	جمع

بر اساس جدول ۲ مشاهده می‌گردد که عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری‌های دولتی در این ناحیه، ضعف مدیریت و فقدان ثبات در آن و نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، خدماتی، تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی با امتیاز وزنی ۰/۳۲ در جایگاه نخست ضعف‌ها قرار دارند که این امر نشانگر ضعف اساسی و زیرساختی و نداشتن برنامه‌ریزی از سوی مسوولان مربوطه جهت برنامه‌ریزی گردشگری است.

عدم تمایل بخش خصوصی منطقه جهت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری به دلایل مختلف از جمله افزایش سودآوری زمین و خرید و فروش اراضی، عدم آشنایی با صنعت توریسم و...، ناهماهنگی بین کارگزاران بخش عمومی با یکدیگر و مستقل عمل کردن آن‌ها و عدم هماهنگی بین بخش خصوصی و عمومی و نامناسب بودن راه‌های ارتباطی و امکانات حمل و نقل با امتیاز ۰/۲۸ و نامناسب بودن تجهیزات و امکانات تفریحی، فراغتی و ورزشی به لحاظ امتیاز وزنی با مقدار ۰/۲۴ به ترتیب در جایگاه دوم و سوم قرار گرفته‌اند که باز بیان‌گر عدم سرمایه‌گذاری مناسب از سوی مسوولان و بخش خصوصی است که تسهیلات مناسب ارائه نگردیده و همچنین زیرساخت‌های لازم ملحوظ نگردیده است.

نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری قشم (EFAS)

برای سازماندهی عوامل خارجی در قالب مقوله‌های فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی سیستم، با استفاده از عوامل درجه بندی و با توجه به اهمیت هر یک از فرصت‌ها و تهدیدها و با توجه به میزان تأثیرگذاری هر یک از آن‌ها بر کارکردهای منطقه ای قشم، محاسبه و به شرح جدول ذیل تعیین گردید:

جدول ۳- نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (فرصت‌ها)

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	فرصت‌ها
0.36	4	0.09	۱. افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
0.32	4	0.08	۲. افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در نواحی توریستی در راستای سیاست‌های دولت
0.44	4	0.11	۳. ایجاد اشتغال و فرصت کارآفرینی برای منطقه و کشور
0.21	3	0.07	۴. افزایش تمایل به سرمایه‌گذاری گردشگری خارجی به خصوص کشورهای حوزه خلیج فارس در زمینه گردشگری قشم جهت بهره‌برداری از امتیاز نزدیکی به آب‌های دریایی
0.1	2	0.05	۵. افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری و حومه
0.21	3	0.07	۶. مبادلات فرهنگی
0.24	4	0.06	۷. افزایش تمایل مردم محلی جهت ارائه و نگهداشت فرهنگ و هنر خود جهت جذب توریسم
0.18	3	0.06	۸. بهبود اقبال مردم و مسوولان نسبت با گردشگران
0.08	2	0.04	۹. بهبود نگرش مردم، گردشگران و مسوولان جهت محافظت بیشتر محیط زیست
0.15	3	0.05	۱۰. وجود نیروهای متخصص و باتجربه در شهرهای اطراف که امکان استفاده از آن‌ها وجود دارد.
0.04	1	0.04	۱۱. زمینه بهره‌برداری از تجربه نیروهای سایر کشورهای مجاور
0.1	2	0.05	۱۲. عدم وجود منابع و چشم‌اندازهای متنوع طبیعی و فرهنگی در حوزه سواحل خلیج فارس و در قسمت جنوب
0.15	3	0.05	۱۳. عدم وجود چشم‌اندازهای طبیعی زیاد در کشورهای مجاور در سواحل خلیج فارس
0.1	2	0.05	۱۴. عدم ارائه امکانات، خدمات و تسهیلات مطلوب به گردشگران در مناطق تفریحی رقیب
0.06	2	0.03	۱۵. ایجاد فرودگاه و افزایش مسیرهای ارتباطی به این ناحیه
0.2	4	0.05	۱۶. نزدیکی به کشورها حوزه خلیج فارس
0.1	2	0.05	۱۷. استفاده از نیروهای مجرب جهت برنامه‌ریزی و تبلیغات جهت جذب توریسم
۳.۰۴		۱	جمع

چنان‌چه مشاهده می‌گردد گزینه ایجاد اشتغال و فرصت کارآفرینی برای منطقه و کشور با امتیاز وزنی ۰/۴۴ بالاترین امتیاز وزنی را داشته و در مرتبه اول فرصت‌های موجود در قشم قرار دارد و این نقش مهم سود حاصل از گردشگری در توسعه منطقه بوده که باید مورد توجه بیشتر قرار گیرد تا بتواند در ایجاد اشتغال و کارآفرینی منطقه و کشور موثر باشد. بالاترین امتیاز بعدی

متعلق به افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری است که با میزان ۰/۳۶ نشان‌دهنده عدم توجه دولت به بخش گردشگری به طور چشمگیر در حال حاضر است که می‌تواند به عنوان فرصتی در آینده مورد توجه قرار گیرد تا بتواند این امر به توسعه گردشگری این منطقه منجر گردد.

سومین فرصت چشمگیر منطقه همانا افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در نواحی توریستی در راستای سیاست‌های دولت است که با داشتن امتیاز وزنی ۰/۳۲ در این جایگاه قرار گرفته است که باز خود نشان‌دهنده جایگاه برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی است که با توجه به بخش گردشگری می‌تواند به امر بهره‌برداری بهینه جذابیت‌های منطقه کمک نموده و زمینه‌ساز توسعه منطقه را سبب گردد. در جایگاه چهارم افزایش تمایل مردم محلی جهت ارائه و نگهداشت فرهنگ و هنر خود جهت جذب توریسم با امتیاز وزنی ۰/۲۴ وجود دارد که می‌توان با توجه به بخش گردشگری و مشارکت بیشتر بخش بومی منطقه در نتایج و سودهای حاصل گردشگری سبب تمایل بیشتر مردم محلی را سبب شده که آن‌ها نیز با چنین وجود داشتی می‌توانند میراث خود را حفظ نموده و از طرفی فرهنگ و هویت خود را به بوته فراموشی نسپارند. جدول ۴ نتایج تجزیه و تحلیل نقاط تهدید را با وزن و نیز امتیاز وزنی آن نشان می‌دهد.

جدول ۴- نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (تهدیدها)

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	تهدیدها
4۴0.	4	1۱0.	۱. افزایش توجه بخش خصوصی و دولتی جهت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در مناطق رقیب
0.18	3	0.06	۲. امکان افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی نزدیک و رقیب
۳۶0.	4	۰۹0.	۳. شناخت ناکافی گردشگران از منطقه و عدم اطلاع رسانی کافی
0.1	2	0.05	۴. از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی (همانند: زبان، آداب و رسوم محلی و نوع پوشاک، معماری و مسکن و...)
0.18	3	0.06	۵. سرازیر شدن جمعیت به سوی مناطق شهری و ایجاد محرومیت شدید
0.04	1	0.04	۶. از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار تخریبی آن همانند افزایش سیل، تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی و آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این منطقه
0.1	2	0.05	۷. تخریب بیشتر مناطق گردشگری آلوده نمودن آن‌ها
0.24	3	0.08	۸. سرمایه‌گذاری پراکنده داخلی و اندک خارجی در بخش گردشگری

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	تهدیدها
0.04	1	0.04	۹. افزایش امکاناتی همچون فرودگاه و مسیرهای ارتباطی به مناطق رقیب
0.27	3	0.09	۱۰. آب و هوای گرم و نامطبوع در غالب ایام سال و کمبود آب بهداشتی در آن‌ها
0.21	3	0.07	۱۱. امکان افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی رقیب در مقایسه با این منطقه در آینده
0.52	4	0.13	۱۲. پایین بودن سطح بهداشت و کمبود خدمات رسانی درمانی
0.18	3	0.06	۱۳. تبلیغات منفی موجود در سطح جهان علیه ایران
۱۰.2	3	۷۰.0	۱۴. تبلیغات بیشتر گردشگری در مناطق رقیب
۳.۰۴		۱	جمع

بر اساس جدول ۴ مشاهده می‌گردد که پایین بودن سطح بهداشت و کمبود خدمات رسانی درمانی با امتیاز وزنی ۰/۵۲ در جایگاه نخست تهدیدها قرار دارد که این امر به دلیل عدم توجه مسوولان به ارائه خدمات مناسب گردشگری است که باید به این امر توجه بیشتری شود تا بتوان این تهدید را به فرصتی مناسب تبدیل کرد. افزایش توجه بخش خصوصی و دولتی جهت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در مناطق رقیب با امتیاز ۰/۴۴ در جایگاه دوم قرار گرفته است که خود نشان‌دهنده جایگاه برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی است که با توجه به بخش گردشگری می‌تواند به امر بهره‌برداری بهینه جذابیت‌های منطقه کمک نموده و زمینه‌ساز توسعه منطقه را سبب گردد. در جایگاه سوم شناخت ناکافی گردشگران از منطقه و عدم اطلاع رسانی کافی که با امتیاز وزنی ۰/۳۶ در این موقعیت قرار گرفته است که نشان‌دهنده نقش بسیار مهم اطلاع رسانی و تبلیغات در امر توسعه گردشگری است که زمینه‌ساز ورود گردشگران به منطقه و رونق گردشگری خواهد شد. در مرتبه بعدی آب و هوای گرم و نامطبوع در غالب ایام سال و کمبود آب بهداشتی در آن‌ها با امتیاز وزنی ۰/۲۷ است که در جایگاه چهارم است که باید با ارائه خدمات و تسهیلات زمینه‌ساز ورود گردشگران تابستانی و نیز ایجاد سایت‌های گردشگری مناسب و ایجاد تسهیلات آب بهداشتی در قشم تأثیرات این گزینه را به حداقل رساند.

تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک

در این مدل، با استفاده از جدول‌های تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی و ترکیب آن‌ها، مهم‌ترین عوامل استراتژیک در گردشگری قشم ارایه گردیده است. در واقع، با تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک، برنامه‌ریزی که تصمیم‌های استراتژیک را اتخاذ می‌کنند، می‌توانند نقاط قوت، نقاط

ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها را به تعداد کمتری از عوامل محدود نمایند. این کار با بررسی دوباره وزن‌های هر یک از عوامل موجود در جدول‌های تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی، انجام گرفته است. در واقع، سنگین‌ترین عوامل موجود در این دو جدول از حیث وزن، باید به جدول تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک منتقل شوند (هانگر و ویلن، ۱۳۸۶: ۱۳۰-۱۲۷). این مهم در خصوص عوامل استراتژیک تأثیر گذار بر گردشگری قشم در جدول زیر خلاصه شده است:

جدول ۵- تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS)

عوامل	وزن	درجه بندی	امتیاز وزنی	برنامه ریزی		
				کوتاه مدت	میان مدت	بلند مدت
S1=وجود چشم‌اندازهای زیبای طبیعی	0.14	4	0.56	*	*	*
S2= نزدیکی به بازارهای جهانی با بهره‌گیری از مسیر آبی و خاکی و هوایی مناسب	0.12	4	0.48	*	*	*
S3= آب و هوای مطبوع در فصل سرد سال	0.08	4	0.32	*	*	*
S4= وجود بنادر و اسکله‌های مختلف جهت بهره‌برداری از جذابیت‌های دریا و پتانسیل ماهیگیری در منطقه‌های مجاور	0.08	4	0.32	*	*	*
W1= عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری‌های دولتی در این ناحیه	0.09	۴	۰/۳۶	*	*	*
W2= ضعف مدیریت و فقدان ثبات در آن	0.08	۴	۰/۳۲	*	*	*
W3= نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، خدماتی، تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی	0.08	۳	۰/۲۴	*	*	*
O1=افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	۰/۱۶	۴	۰/۶۴	*	*	*
O2= افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در نواحی توریستی در راستای سیاست‌های دولت	۰/۱۲	۴	۰/۴۸	*	*	*
O3= ایجاد اشتغال و فرصت کارافرینی برای منطقه و کشور	۰/۱۱	۴	۰/۴۴	*	*	*
O4= افزایش تمایل مردم محلی جهت ارائه و نگهداشت فرهنگ و هنر خود جهت جذب توریسم	۰/۱۱	۳	۰/۳۳	*	*	*
T1= افزایش توجه بخش خصوصی و دولتی جهت	۰/۱۴	۳	۰/۴۲	*	*	*
T2= شناخت ناکافی گردشگران از منطقه و عدم اطلاع-	۰/۰۹	۳	۰/۲۷	*	*	*

رسانی کافی						
*		*	۰/۲۷	۳	۰/۰۹	T3= سرمایه‌گذاری پراکنده داخلی و اندک خارجی در بخش گردشگری
*		*	۰/۶۴	۴	۰/۱۶	T4= آب و هوای گرم و نامطبوع در غالب ایام سال در و کمبود آب بهداشتی در آنها
*		*	۰/۳۳	۳	۰/۱۱	T5= پایین‌بودن سطح بهداشت و کمبود خدمات رسانی درمانی

اینک با تداخل هر یک از عوامل بر یکدیگر، به تدوین راهبردهای مختلف رقابتی/تهاجمی (SO)، تنوع (ST)، بازنگری (WO) و بالاخره راهبردهای تدافعی (WT) می‌پردازیم که در ادامه آمده است:

تدوین راهبردها

راهبردهای رقابتی/تهاجمی (SO)

- در این راهبردها تمرکز بر نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی استوار است که عبارتند از:
- استفاده از پتانسیل‌های صنایع دستی و چشم‌اندازهای طبیعی در ایجاد اشتغال و کارآفرینی و فروش آنها به گردشگران؛
 - بهره‌گیری از جذابیت‌های فرهنگی و تاریخی در کنار اکوتوریسم در راستای توسعه و مبادلات فرهنگی؛
 - توسعه توریسم حداکثری در فصل زمستان با توجه به آب و هوای مطبوع در این فصل در برخی مناطق و ارائه خدمات و تسهیلات متناسب آن.
 - استفاده از امتیاز بازارهای جهانی در توسعه گردشگری قشم؛
 - افزایش پتانسیل‌ها و تسهیلات گردشگری و بالابردن میزان مدیریت و نظارت دولتی در توسعه گردشگری در راستای توسعه منطقه؛

راهبردهای تنوع (ST)

- در تنوع بخشی بر نقاط قوت درونی و تهدیدهای بیرونی متمرکز بوده و شامل موارد زیر است:
- اطلاع رسانی گسترده و بیشتر در زمینه جذابیت‌های توریسمی موجود در منطقه؛
 - افزایش سرمایه‌گذاری‌های بیشتر چه در بخش خصوصی و چه بخش عمومی در فعالیت‌های گردشگری در راستای اشتغال‌زایی؛

- بالابردن خدمات و تسهیلات زیرساختی لازم در مقاصد گردشگری به گردشگران و افزایش انگیزه آنان جهت سفر به منطقه.
- استفاده هر چه بیشتر از پتانسیل بنادر، سواحل و آب‌های دریایی همجوار در راستای جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی؛

راهبردهای بازنگری (wo)

- ضمن تاکید بر نقاط ضعف درونی، سعی بر بهره‌گیری از فرصت‌های بیرونی در جهت رفع نقاط ضعف فراروی این ناحیه توریستی بوده و در برگیرنده موارد زیر است:
- حداکثر نمودن تلاش‌ها و فعالیت‌ها در مدیریت توسعه گردشگری جهت ایجاد اشتغال و توسعه در منطقه؛
- تعامل و همفکری بیشتر بین مسوولان امر به خصوص در بخش عمومی و خصوصی در توسعه گردشگری در راستای استفاده بهینه از جذابیت‌های طبیعی منطقه؛
- ارائه خدمات و تسهیلات بهتر و متناسب تر در سطح منطقه به خصوص در مکان‌های جذاب گردشگری فرهنگی و طبیعی در راستای ایجاد اشتغال‌زایی و ایجاد زمینه تبادلات فکری و فرهنگی.

راهبردهای تدافعی (wt)

- این راهبردها بر رفع آسیب‌پذیری گردشگری ایران شهر تأکید داشته، عبارتند از:
- تدوین مقررات و ضوابط در زمینه توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی و به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش‌های گردشگری و همچنین ثبات در مدیریت برای اجرای درست طرح‌های بلند مدت؛
- جلب مشارکت‌های خصوصی در ترویج، حفاظت و بهره‌مندی پایدار از جذابیت‌های طبیعی و تاریخی - فرهنگی گردشگری منطقه؛
- ارتقای سطح امکانات و خدمات گردشگری و درمانی در سطح منطقه و توسعه زیرساخت‌های گردشگری و جلب گردشگران به منطقه؛

نتیجه‌گیری

قشم بهره‌مند از جذابیت‌های متنوع طبیعی است که نیازمند توجه هر چه بیشتر مسوولان در این زمینه بوده که در واقع نظر گردشگران و مسوولان نیز به این سمت و سو است که قشم یکی از منطقه‌های قابل در زمینه گردشگری بوده اما در زمینه زیرساخت‌های گردشگری و نحوه مدیریت دچار مشکل اساسی است. بنابراین مهم‌ترین نقطه قوت این منطقه نیز داشتن جذابیت‌های

گردشگری آن تشخیص داده شده است و مهم‌ترین راهبرد نیز می‌تواند بهره‌برداری و برنامه‌ریزی بخش خصوصی و دولتی از جذابیت‌های متنوع گردشگری منطقه در راستای ایجاد اشتغال و توسعه هر چه بیشتر در منطقه باشد که می‌تواند زمینه‌ساز توسعه محلی و ملی شود.

اقدامات ذیل می‌تواند نقش مؤثری در مهار تهدیدها و نقاط ضعف و توسعه پایدار گردشگری داشته باشد:

- ظرفیت‌پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در منطقه ی مورد مطالعه.
- بازنگری به نوع و نحوه ی برنامه‌ریزی و هماهنگی بین نهادها و دستگاه‌های اجرایی مسوول از طریق ایجاد یک نهاد مدیریتی یکپارچه.
- برنامه‌ریزی جهت گردشگری پایدار در نواحی روستایی و شهری منطقه با استفاده از معیارهایی مانند رضایت مردم محلی، تأمین حقوق و امنیت گردشگران، اشتغال، فشار اجتماعی، کنترل و نظارت محلی و حفظ محیط زیست.
- تهیه و اجرای طرح راهبردی و توسعه‌ای برای توسعه ی پایدار گردشگری در این منطقه با هماهنگی دستگاه‌ها و نهادهای مربوط و به ویژه مشارکت مردم محلی.
- ایجاد یک سیستم و دستیابی به مدلی که بتواند در حین جذب و بهره‌برداری از منافع ناشی از گسترش گردشگری از پیامدهای منفی آن بکاهد.
- تدوین قوانین ویژه به منظور استفاده بهینه از جاذبه‌های منطقه و جلوگیری از تغییر چشم‌انداز طبیعی منطقه.
- دریافت عوارض از گردشگران در صورت آسیب به منابع و تخریب محیط زیست منطقه.
- تدوین قوانین مالیاتی و دریافت مالیات از گردشگران جهت درآمدزایی برای منطقه.
- ایجاد مؤسسه‌ای جهت مدیریت و ساماندهی گردشگری.
- احداث مجتمع های گردشگری با تلفیق معماری به سبک محلی و مدرن در زمین‌های بایر به منظور جلوگیری از تغییر کاربری اراضی و مهار گسترش نا مطلوب گردشگری.
- جلوگیری از تجاوز به حریم رودخانه و ساحل دریا با تصویب قوانین، ایجاد مانع و دیوار سنگی در اطراف رودخانه.
- بهره‌گیری از مدیران آگاه و با تجربه که بیشترین اشراف را به نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌های گردشگری در منطقه داشته و در جهت رفع موانع و چالش‌های موجود تمهیدات لازم را به عمل آورند.
- اتخاذ راهکارهای مشارکتی به منظور برنامه‌ریزی گردشگری پایدار.
- جلب مشارکت‌های مردمی به منظور سرمایه‌گذاری در تأمین مراکز رفاهی، خدماتی و گردشگری.
- جلوگیری از توسعه فیزیکی زیرساخت‌های گردشگری در اراضی زراعی و باغات و هدایت آن در اراضی کم توان و بایر.

منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی، (۱۳۸۸)، تحلیل عامل موثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی قشم با استفاده از مدل راهبردی SWOT، فصلنامه مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، شماره اول، تابستان.
- ابراهیم‌زاده، عیسی و همکاران، (۱۳۹۰)، برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر قم)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۶، تابستان.
- حمیدی، مهرزاد و همکاران، (۱۳۹۰)، تبیین استراتژی گردشگری ورزشی کشور (ایران)، پژوهشنامه علوم ورزشی، سال ششم، شماره ۱۲، پاییز و زمستان.
- رضوانی، علی اصغر، (۱۳۷۴)، جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات پیام نور، تهران.
- فرزانه، پروین، (۱۳۸۰)، گزارشی از اثرات اقتصادی و جهانگردی برگرفته از نشریات سازمان جهانی جهانگردی، دفتر بازاریابی واحد بین الملل سازمان ایرانگردی و جهانگردی.
- قادری، اسماعیل، (۱۳۸۳)، آشنایی با صنعت جهانگردی (۲)، ماهنامه کجا، ۱.
- طیبیان منوچهر و همکاران، (۱۳۸۶)، جستاری بر مفاهیم و روشهای برآورد کمی ظرفیت برد و ارائه یک نمونه کاربردی بر پایه تجربه برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری دره عباس-آباد گنجانمهمدان، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۹.
- معاونت برنامه‌ریزی و امور اقتصادی، (۱۳۸۸)، بررسی گردشگری در ایران و کشورهای اسلامی.
- مهدیزاده، جواد، (۱۳۸۶)، مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری در ایران، مجله مجلس و پژوهش، شماره ۴۴.
- وفایی، ابودر، (۱۳۸۶)، تحلیل فرایند و شکل‌گیری فرم کالبدی بافت قدیم شهر کاشان، پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا، دانشگاه اصفهان.
- هانگر، جی دیوید و توماس ال، ویلن، (۱۳۸۱)، مبانی مدیریت استراتژیک، ترجمه: سید محمد اعرابی و داود ایزدی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران چاپ اول.
- Inskip, E. (1991), *Tourism Planning: An Integrated Approach To Sustainable Development*, Van Nostrand Reinhold, New York, Usa, 237
- Scott, D., McBoyle, G., Mills, B. (2009). Climate change and the skiing industry in Southern Ontario (Canada): Exploring the importance of snowmaking as a technical adaptation. *Climate Research*, 23, 171-181
- Wearer, D. B. & Lawtona, L. J., 1999, Magnitude of Ecotourism in Costa Rica & Kenya, Vol. 26, No. 4, PP. 792-816.