



جغرافیا و روابط انسانی، زمستان ۱۳۹۷، دوره ۱، شماره ۳

بررسی نقش مجتمع های خدماتی - رفاهی در توسعه گردشگری

(مطالعه موردی: مجتمع های امام رضا و دوراهی مسیر زابل - زاهدان)

مریم رضایی^۱، حمید رضا رخشانی نصب^۲، حسین دوستی مقدم^۳، فریده اربابی^۴، ملیحه دوستی مقدم^۵

۱- دانشجوی دکتری تاریخ پیام نور قسم

۲- استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه سیستان و بلوچستان

۳- کارشناسی ارشد گردشگری دانشگاه سیستان و بلوچستان،

۴- کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری

۵- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه زابل

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۱/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۵/۱۸

چکیده

از عهد باستان ایرانیان به موازات ساختن راه به امکانات و تاسیسات بین راهی توجه داشتند زیرا سفر در این راه ها بدون داشتن امکانات بین راهی امکان نداشت. هر چه این راه ها وسعت می یافت این تاسیسات نیز گسترش پیدا می کرد با وسعت قلمرو ایران خصوصاً در دوره هخامنشی بر اهمیت راه و راهداری در جهت ارتباط نقاط مختلف گستره بزرگ ایران زمین افزوده شد و به موازات آن ساختمان هایی (کاروانسراها) نیز در کنار جاده های طولانی جهت رفاه مسافران، گردشگران، جهانگردان، تجار و توسعه و پیشرفت ایران ایجاد شد. تحقیق حاضر با هدف بررسی و مطالعه و نقش اقامتگاهها و مجتمع های بین راهی در توسعه گردشگری استان سیستان و بلوچستان (مطالعه موردی مجتمع بین راهی امام رضا و دو راهی در مسیر زاهدان) می باشد. مسئله اصلی تحقیق پاسخ به این سؤال بود که آیا این مجتمع بین راهی توانسته پاسخگوی مناسبی جهت خدمات مورد نیاز مسافران باشد و باعث رونق گردشگری در منطقه شود؟ روش تحقیق از نظر هدف آن کاربردی و داده های مورد نیاز با استفاده از داده های کتابخانه ای و میدانی جمع آوری گردیده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که نمی توان تاثیر امکانات خدماتی- رفاهی این مجتمع را بر جذب گردشگران و همچنین بر اقتصاد و توسعه منطقه مثبت قلمداد کرد.

واژگان کلیدی: مجتمع بین راهی، گردشگری، مجتمع بین راهی امام رضا و دو راهی، زاهدان

سفر در سرشت انسان است. آدمی چنان آفریده شده و چنان هستی گرفته است که باید به سفر برود. سفر یک نیاز حیاتی آدم است. نخستین انسانی که به سفر پا گذاشت، شناخت از پیامدهای آن هیچ آگاهی نداشت و راه خود را نمی شناخت. او فقط به اقتضای غریزه خود، به اقتضای انسان بودن، رفتن را آغاز کرد و بی هیچ مقصدی به راه افتاد. (دیباچی، ۱۳۷۱) حال امروزه گردشگری یک تجارت بسیار پیچیده و پیشرفته شده و گردشگران جدید، افرادی نکته سنج و دقیق شده اند. سفر، فقط بازدید از مکان نیست بلکه فراگرفتن مطالبی در خصوص فرهنگ و روشهای زندگی دیگران است. (ال اجل، ۱۳۸۸) با توجه به این که در جهان در حال تحول ما هر زمان گروهی از فعالیت های اقتصادی-اجتماعی طرف توجه بیشتر واقع می شوند و منافع و اهمیت یا محدودیت و موانع پیش روی آنها مورد بحث و بررسی قرار می گیرند شاید از این منظر بتوان دهه پایانی قرن بیستم میلادی و سال های نخست قرن بیست و یکم را عصر توجه به گردشگری خواند. (رنجبریان و همکاران، ۱۳۸۴) آگاهی جوامع از اینکه گردشگری منبع در آمد ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه ای در اختیار اقتصاد یک کشور قرار می دهد، باعث شده است که گردشگری مفهوم بسیار گسترده ای در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کرده و به عنوان یک صنعت تلقی شود (طیبی و همکاران، ۱۳۸۷) یک صنعت منحصر به فرد اقتصادی که طرفداران بسیاری دارد. (حلاجی ثانی، ۱۳۹۰) در دنیای امروز، استراتژی های توسعه اقتصادی بدون در نظر داشتن ابعاد انسانی، اجتماعی و زیست محیطی آن، پویایی هایی را ایجاد می کند که به موجب آن عوامل اصلی توسعه یافتگی به جای آن که به عنوان پیشران برای فرایند توسعه عمل کنند، با تأخیرهای زمانی در مقابل توسعه قرار می گیرند. در این حالت این گونه توسعه ها را ناپایدار تلقی می کنند. (برارپور، ۱۳۸۷) در این باب باید متذکر شد فقدان وجود زیرساخت های مختلف خدماتی، ارتباطی، رفاهی و غیره خود به عامل عنوان منفی در حال نقش آفرینی بوده و حجم ورود و جذب گردشگران و نیز مدت ماندگاری آنان را به گونه ای منفی تحت قرار داده است. (نوری کرمانی، ۱۳۸۸) برنامه ریزی اصولی و به ویژه تهیه و اجرای طرح جامع گردشگری نه تنها می تواند امکان جذب گردشگر بیشتر را فراهم آورد، بلکه می تواند آثار زیان بار توسعه گردشگری را کاهش دهد. (صدرموسوی و همکاران، ۱۳۸۶) گردشگری برای شهرها به لحاظ مزایای خاصی که بدنبال دارد دارای اهمیت است و آن را می توان روشی مطمئن با چشم اندازی روشن برای توسعه پایدار معرفی کرد. در این میان نقش مجتمع های خدماتی-رفاهی به عنوان مکانی برای رفع نیازهای گردشگران مهم جلوه می کند بررسی های تاریخی حاکی از آن است که مجتمع های خدماتی -

رفاهی بین راهی نقش سبابط ها را به منزله مکانی برای رفع خستگی؛ رباط ها را به عنوان توقفگاهی برای سکونت؛ کاربات، کاروانسرا و خان ها را به عنوان اقامتگاه و محلی برای استراحت، اطراق و تامین سایر مایحتاج مسافران و حتی مکانی برای مبادله اجناس و تعاملات اجتماعی و فرهنگی؛ میهمانخانه به منزله مکان استراحت شبانه یا محلی برای تفریح و گذران اوقات فراغت را ایفا می کنند (شیرخانلو و همکاران، ۱۳۹۲، ۱). ارائه خدمات رفاهی در جاده های بین شهری در قالب مجتمع های خدماتی- رفاهی بین راهی، از جمله نیازهایی است که از ابعاد مختلف کالبدی، اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی قابل بررسی است. در این زمینه چند سالی است که طرح جامع مکانیابی مجتمع های خدماتی- رفاهی بین راهی در ایران تدوین شده و براساس آن نزدیک به ۵۰۰ مکان برای تأسیس این مجتمع ها در نظر گرفته شده است. در این مسیرها، مقصود از مجتمع های خدماتی- رفاهی بین راهی، جایگاهی است که در حاشیه جاده ها به منظور ارائه خدمات مورد نیاز رهگذران تعبیه می شود. استان سیستان و بلوچستان بدلیل آب و هوای گرم و خشک و کمبود عوارض طبیعی در کنار جاده آن را به مسیر خشک و کسل کننده تبدیل کرده است اما در طول این مسیر وجود مجتمع های بین راهی می توانند مسافران را در این مسیر به خود جذب نموده و ارائه خدمات نمایند. لذا ما در این تحقیق برآنیم تا نقش چند مجتمع بین راهی را در توسعه گردشگری منطقه بررسی نماییم.

مبانی نظری

در عصر حاضر با توجه به توسعه صنعت حمل و نقل به ویژه حمل و نقل جاده ای و گسترش تکنولوژی ساخت وسایل نقلیه و توسعه و تنوع راههای ارتباطی، موضوع ارائه خدمات در طول راهها به مسافران و رانندگان دچار دگرگونی اساسی شده و همچنین خدمات مورد نیاز آنان از تنوع، کمیات و کیفیات نیاز تغییر نموده است گسترش چشمگیر حمل و نقل جاده ای در ایران و توسعه شبکه جاده ای کشور از یک طرف و پراکندگی غیر اصولی و ناکارآمدی مکانهای خدمات رفاهی موجود در کنار جاده ها، موجب بروز مشکلات عدیده ای برای مسافران و رانندگان شده است. کمبود خدمات بین راهی، مکانیابی نامناسب، عدم تناسب حجم تردد وسایل نقلیه و مسافران با ظرفیت واحدهای خدماتی متفرق بین راهی، عدم رعایت بهداشت و مشکلات نظارتی و کنترلی و سایر نابسامانی ها، ضرورت ساماندهی واحدهای خدماتی رفاهی بین راهی اجتناب ناپذیر ساخت و براساس تکلیف قانونی محول شده، طرح احداث مجتمع های خدماتی رفاهی در دستورکار سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای کشور قرار گرفت. نمی توان مجتمع های خدماتی - رفاهی بین راهی و راه هارابه صورت مستقل ازبستر آنها یعنی ازمنطقه وساکنان موردتوجه قرارمی



دهد. در این زمینه براساس (نظریه نظام ها) مجتمع های خدماتی بین راهی به صورت مستمر با محیط اطراف خود در حال تبادل و تاثیر گذاری هست.

مجتمع های خدماتی - رفاهی نقشهای مختلفی اعم از اقتصادی، بازرگانی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، دفاعی، بصری و زیست محیطی دارند با استفاده از این نقش ها می توان ضمن به حداکثر رسانیدن رفاه رهگذران از ظرفیتهای بالقوه و نهفته این مجتمع ها در جهت اهداف توسعه منطقه ای همچون نیل به توسعه پایدار و توازن منطقه ای بهره گرفت. این نقش ها به قرار زیر است:

نقش اقتصادی

معیار اصلی در بررسی نقش اقتصادی مجتمعهای خدماتی- رفاهی بین راهی، توجه به اصل اقتصادی عرضه و تقاضاست. خدمات رسانی این مجتمع ها به مناطق اطراف باعث افزایش دامنه سودآوری زمینهای منطقه و ایجاد توازن و برابری زمینهای دور افتاده نسبت به زمین های شهری می شود. همچنین ارائه خدمات به مسافران و رهگذران با توجه به لزوم آسان سازی امور مسافرت، به علت مهیا ساختن کالا و خدمات مورد نیاز آنها، کاهش هزینه های جابه جایی و پویایی نیروی کار و تولید در مقیاس بزرگ را در پی می آورد. (ساسان، ۶۰: ۱۳۶۴-۴۸).

نقش اجتماعی

نتایج برنامه ریزی برای ارزشهای اجتماعی در بلند مدت نمایان می شود. نقش ارزشهای اجتماعی مجتمع های خدماتی- رفاهی بین راهی در کوتاه مدت ملموس نیست. ولی مهمترین تأثیرات آن در سطح ملی می تواند شامل ایجاد انگیزه در پیوستگی ساکنان منطقه با یکدیگر، ترغیب به گردشگری توسط گروههای مختلف جمعیت، آشنایی اقوام و فرهنگ های مختلف با یکدیگر، ایجاد روحیه های شاد به خاطر وجود تسهیلات ناشی از سفر، اطمینان خاطر مسافران از نحوه و کیفیت عرضه کالا و خدمات و مواردی مشابه آنها باشد (بانکز، ۱۳۸۱: ۳۶۷)، (ساسان، ۱۳۶۴: ۹۲-۷۷).

نقش سیاسی و اداری

از مهمترین نقشهای سیاسی و اداری مجتمعهای خدماتی- رفاهی بین راهی میتوان به همگرایی اجتماعی، ایجاد پیوند ملی، پیوستگی ساکنان منطقه با یکدیگر، گسترش واحدهای اجتماعی و آمیزش فرهنگها اشاره کرد که این مساله میتواند به گسترش قلمرو سیاسی و افزایش حضور حکومت مرکزی در نقاط مختلف منتهی شود.

نقش زیست محیطی

جمع های خدماتی- رفاهی، زمینه ساز ادغام و همسانی جاده با محیط طبیعی اطراف خود خواهند بود. اختصاص مکان و محدوده مشخصی از زمین و آماده سازی یک مجتمع خدماتی- رفاهی که اصول محیط زیست را رعایت کند، ضمن ارج نهادن به حفظ محیط، خود زمینه ساز تقویت مشارکت در نگهداری از آن است. همچنین تأمین نیازهای تفریحی مسافران، محدود کننده دخالت نامناسب انسان بر طبیعت خواهد بود، (قاضی حسامی ۱۳۷۵: ۱۹-۱۸).

نقش بصری

از مهمترین نقش هایی که از دیدگاه بصری مورد انتظار از مجتمعهای بین راهی، میتوان به ایجاد زمینه برای رهگذران در ایجاد انگیزه توقف و استفاده از مناظر طبیعی و مصنوعی زیبا، افزایش شادابی و رضایت خاطر مسافران، رفع خستگی آنها، تنوع منظر و ایجاد انگیزه برای ادامه مسیر اشاره کرد (شیعه، ۱۳۸۱: ۲۳).

پیشینه تحقیق

کاشانیان و همکاران (۱۳۸۳) با استفاده از روش QFD به شناسایی و تحلیل خواسته های مشتریان در مجتمع های خدماتی رفاهی بین راهی پرداختند. در این پژوهش به ویژگی های متمایز این مجتمع ها از قبیل ارائه و مصرف همزمان، اهمیت تاثیر انسان، غیرملموس بودن خدمات و وجود معیارهای سنجش کیفی که باعث حساس و پیچیده شدن ارزیابی و بهبود خدمات می شود اشاره شده است. شیعه و بدری (۱۳۸۴) جایگاه مجتمع های خدماتی رفاهی بین راهی را از دیدگاه برنامه ریزی شهری و منطقه ای و به شیوه توصیفی کاربردی ابعاد، اقتصادی، اجتماعی، بازرگانی، سیاسی، فرهنگی را مورد بررسی قرار داده و به این نتیجه رسیدند که

مجتمع های خدماتی رفاهی به عنوان عضوی از یک نظام زیستی که با حوزه تحت استقرار خود دارای ارتباط متقابل تاثیرگذاری و تاثیرپذیری اند دارای کارکرد منطقه ای و فراتر از ارائه خدمات به رهگذران هستند.

جمشیدی و شفائی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان "امکان سنجی طراحی مجتمع های تفریحی و رفاهی و خدماتی در استان مازندران و تاثیرات آن بر گردشگری شهر آمل با رویکرد رابطه گردشگری و معماری" به این نتیجه رسیدند که با برنامه ریزی های اصولی و اجرای طرحهای جامع گردشگری میتوان باعث توسعه ی شهر، جذب گردشگر و ایجاد فضایی آرام جهت دوری از تنش های روزمره شد. شیرخانلو و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله ای تحت عنوان "نقش اجتماعی و اقتصادی مجتمع های خدماتی-رفاهی بین شهری بر ارتقاء گردشگری در جهت توسعه پایدار شهری شهر قزوین" دریافتند که میزان استقبال مسافران از مجتمع های خدماتی-رفاهی بین راهی به ابعاد مختلفی چون عملکردی، کالبدی، ادراکی، بصری، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، ترافیکی، زیست محیطی و غیره وابسته است. در این میان ابعاد اجتماعی و اقتصادی مجتمع ها نقش بسزایی در جذب گردشگران و سودآوری مجتمع ها ایفا می کنند. محمدی (۱۳۹۲) در " مکانیابی مجتمع های خدماتی-رفاهی بین راهی با کمک سیستم های اطلاعات جغرافیایی از دیدگاه گردشگری استان کهگلویه و بویر احمد" تعداد ۱۰ مکان را برای احداث مجتمع خدماتی-رفاهی بین راهی در سطح استان تعیین کرد. مهدی پور و مسگری (۱۳۸۵) با استفاده از بکارگیری مدل مکان یابی فازی در GIS نسبت به انتخاب مکان های بهینه برای احداث مجتمع های خدماتی - رفاهی بین راهی در محور ترانزیتی تبریز - بازرگان اقدام نمودند. آنها پس از استخراج و طبقه بندی فاکتورهای موثر در مکان یابی اینگونه تاسیسات، گردآوری و آماده سازی لایه های اطلاعاتی موردنیاز و تعریف توابع عضویت فازی، نقشه فازی مناسب مکان را ارائه نمودند. کوهساری و حبیبی (۱۳۸۶) با تلفیق مدل تحلیل سلسله مراتبی (AHP) و منطق ارزش گذاری لایه ها (Overlay Index) با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) مدلی جهت مکان یابی تجهیزات شهری از جمله آرامستان ها در شهر با مطالعه موردی شهر سنندج ارائه نمودند. خیرخواه و پاینده پیمان (۱۳۹۱) با استفاده از روش تحلیل پوششی داده ها، استان های کشور را برای احداث مجتمع های خدماتی - رفاهی بین راهی اولویت بندی نمودند. در این پژوهش با توجه به چند معیاره بودن مسئله و نیز یکسان نبودن اهمیت معیارها در استان های مختلف، مدل تدوین و اولویت استان ها تعیین گردید. *Farsari* (۲۰۰۱) برای مکان یابی مناطق مناسب برای توسعه گردشگری در جزیره ی لومباک در اندونزی از GIS استفاده کرد. هدف اصلی این تحقیق پیشنهاد یک شیوه نامه برای برنامه

ریزی گردشگری مبتنی بر GIS بود. با استفاده از تلفیق و ارزیابی چند عامله، برخی مکانهای بالقوه برای توسعه گردشگری شناسایی شد.

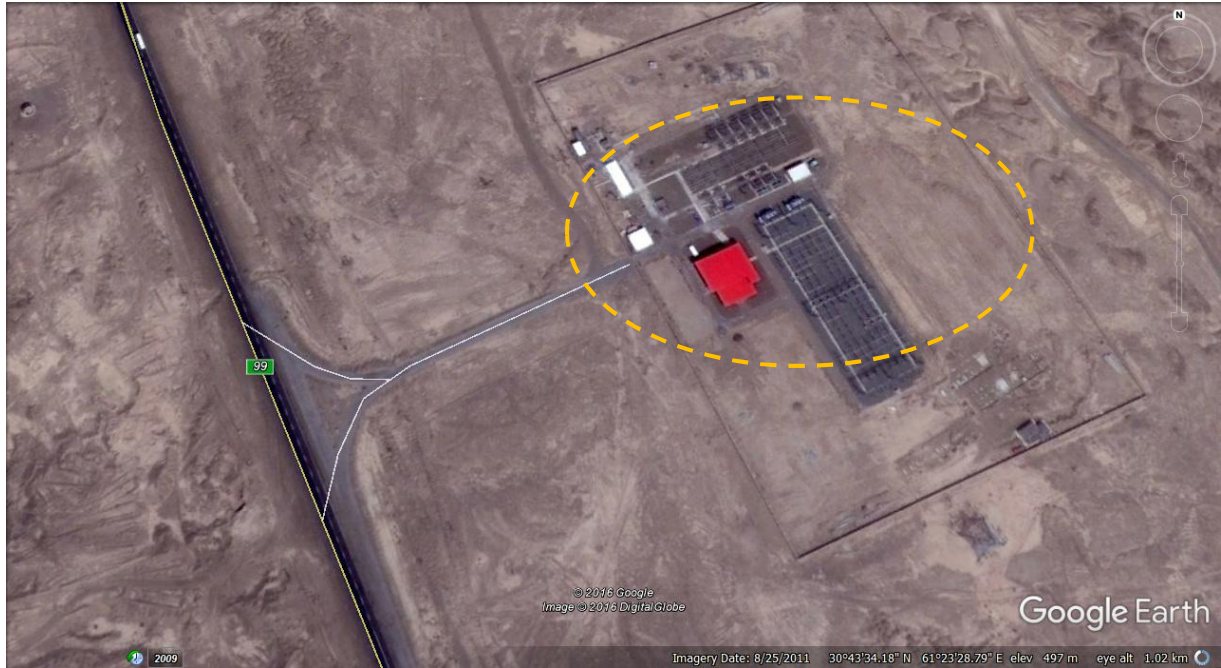
ضرورت و اهداف تحقیق

در حال حاضر در کشور تنها اقداماتی کمی برای جانمایی مجتمع های خدماتی-رفاهی بین راهی سیستان صورت گرفته، در حالیکه به اصول طراحی آنها به گونه ای که علاوه بر ارتقاء کیفیت فضایی، سبب جذب گردشگر و استفاده بیشتر از جاده ها شده که خود از نظر اقتصادی نیز به صرفه است توجهی نشده است. از آنجایی که مقرون به صرفه بودن هر پروژه از اصول مهم اجرایی شدن آن و در نظر گرفتن عناصر اجتماعی و فرهنگی از عناصر مهم در جذب گردشگران است، توجه به ابعاد اجتماعی و اقتصادی و استانداردهای آنها لازم و ضروری است. از آنجا که همواره کالبد یک فضا و عملکردی که در آن اتفاق می افتد معرفی کننده فضا است، و طراحی مناسب مجتمع ها در این ابعاد سبب جلب نظر مسافران خواهد شد توجه به ابعاد کالبدی و عملکردی استانداردهای آنها لازم و ضروری است مجتمع بین راهی تازه ساز امام رضا و نیز دوراهی از این قاعده مستثنی نبوده و عملکردی که انتظار می رود را دارا نیست از این رو لازم است که مطالعات بیشتری در راستای استانداردهای طراحی این ابعاد صورت پذیرد. هدف از ارائه این پژوهش بررسی و تحلیل مسائل و مشکلات کالبدی و عملکردی مجتمع ها سیستان و ارائه پیشنهاداتی در جهت توسعه و خدمات رسانی بهتر آن می باشد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع کاربردی است که به روش توصیفی و تحلیلی انجام گرفته است و روش گرد آوری اطلاعات به دو طریق کتابخانه ای و با استفاده از منابع و اسناد و همچنین روش میدانی انجام گرفته است. مورد مطالعه پژوهش مجتمع بین راهی امام رضا و دو راهی است که در مسیر جاده زابل و زاهدان قرار گرفته است همچنین برای تحلیل یافته های حاصل از پرسشنامه از نرم افزار SPSS استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق ۸۰ نفر از افراد محلی و مسافرینی بودند که در مسیر زابل - زاهدان بیشترین تردد را داشتند که به صورت تصادفی با دادن پرسشنامه به عنوان نمونه مورد پرسشگری مستقیم قرار گرفته اند. در این پژوهش از مجموع ۸۰ نمونه آماری مورد پرسشگری ۵۰ درصد را مردان و ۵۰ درصد را زنان تشکیل داده بودند.

فاصله زابل در استان سیستان و بلوچستان تا زاهدان در استان سیستان و بلوچستان حدود ۲۱۲ کیلومتر است که این مسیر تقریباً ۲ ساعت و ۳۴ دقیقه طول می کشد.



منبع: گوگل مپ، ۱۳۹۵

شکل ۱- مجتمع امام رضا (ع)



شکل ۲-مجتمع دوراهی

جدول ۱-بررسی نقش مجتمع های امام رضا و دوراهی زابل و زاهدان

| خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | خیلی کم | گویه |
|-----------|------|-------|------|---------|--|
| ۸,۴ | ۱۷,۸ | ۱۲,۰ | ۳۷,۳ | ۲۴,۴ | عملکرد اقتصادی |
| ۱۰,۳ | ۱۵,۵ | ۲۱,۳ | ۴۶,۰ | ۶,۹ | امکانات خدماتی و رفاهی |
| ۸,۰ | ۷,۵ | ۱۳,۲ | ۳۷,۹ | ۳۳,۳ | عملکردمجتمع در معرفی جاذبه های طبیعی منطقه |
| ۶,۹ | ۶,۳ | ۲۳,۶ | ۵۱,۱ | ۱۲,۱ | عملکردمدیریت مجتمع |
| ۱۴,۱ | ۹,۰ | ۱۰,۲ | ۶۰,۰ | ۷ | عملکردمجتمع در معرفی جاذبه های فرهنگی و تاریخی |
| ۱۲,۶ | ۱۰,۳ | ۲۸,۷ | ۲۴,۱ | ۲۴,۱ | امنیت و آسایش |
| ۲۳,۰ | ۱۴,۴ | ۵,۷ | ۴۲,۰ | ۱۴,۹ | وضعیت بهداشت |
| ۱,۷ | ۵,۷ | ۱۴,۴ | ۶۲,۱ | ۱۶,۱ | پاسخگوی مناسب |
| ۲۱,۸ | ۱۱,۵ | ۱۱,۵ | ۵۰,۰ | ۵,۲ | میزان رضایت |
| ۲۰,۷ | ۲۴,۱ | ۲۷,۶ | ۲۱,۳ | ۶,۳ | سرمایه گذاری بخش خصوصی |

| | | | | | |
|------|------|------|------|------|--|
| ۱۲,۱ | ۵,۷ | ۳۹,۷ | ۲۰,۱ | ۲۲,۴ | حفظ و سالم سازی مجتمع ها |
| ۳۳,۹ | ۱۴,۹ | ۲۵,۹ | ۱۶,۷ | ۸,۶ | عناصر ویژه خدماتی همچون پمپ بنزین |
| ۲۹,۳ | ۲۹,۹ | ۴,۶ | ۱۳,۸ | ۲۲,۴ | خدمات انتظامی و امدادی |
| ۱۳,۲ | ۱۱,۵ | ۲۲,۴ | ۲۸,۷ | ۲۴,۱ | پارکینگ ها |
| ۱۸,۴ | ۲۳,۶ | ۱۴,۴ | ۲۸,۲ | ۱۵,۵ | محوطه بازی کودکان |
| ۱۴,۴ | ۱۹,۵ | ۲,۹ | ۳۲,۲ | ۳۱,۰ | هتل ها |
| ۲۱,۸ | ۱۷,۲ | ۳۱,۰ | ۱۴,۴ | ۱۵,۵ | تعمیرگاههای ماشین های سبک و سنگین |
| ۸,۰ | ۱۱,۵ | ۱۷,۲ | ۴۳,۱ | ۲۰,۱ | خدمات درمانگاهی |
| ۱۹,۰ | ۲۱,۳ | ۸,۶ | ۳۶,۲ | ۱۴,۹ | محیط زیست و فضای سبز |
| ۱۹,۰ | ۱۸,۴ | ۱۰,۹ | ۳۴,۵ | ۱۷,۲ | مقاومت در برابر تغییرات اقلیمی |
| ۱۲,۶ | ۲۱,۳ | ۴۲,۰ | ۱۳,۸ | ۱۰,۳ | دید مناسب از جاده به مجتمع |
| ۵,۲ | ۱۰,۳ | ۲۰,۱ | ۳۷,۴ | ۲۷,۰ | وجود فضای ورزشی |
| ۲۷,۰ | ۲۰,۱ | ۳۷,۴ | ۱۰,۳ | ۵,۲ | برخورد اقوام و فرهنگ ها در جهت شکوفایی |
| ۲۰,۱ | ۱,۷ | ۲۴,۱ | ۲۸,۲ | ۲۵,۹ | فضای تعامل فرهنگی بین مسافران |
| ۱۵,۵ | ۲۱,۳ | ۳۶,۲ | ۱۳,۸ | ۱۳,۲ | کیفیت کالاها |
| ۱۷,۲ | ۱۰,۰ | ۹,۰ | ۳۸,۵ | ۲۴,۷ | تعبیه صندلی برای نشستن |
| ۵,۲ | ۱۰,۹ | ۲۱,۳ | ۳۴,۵ | ۲۸,۲ | تاثیر مجتمع ها در قیمت زمین |
| ۱۵,۵ | ۱۴,۹ | ۱۹,۵ | ۲۹,۳ | ۲۰,۷ | تطابق خدمات با نیازهای رهگذران |
| ۱۴,۹ | ۱۲,۶ | ۳۸,۵ | ۱۲,۶ | ۲۱,۳ | کارکرد تفرجگاهی |
| ۱۰,۰ | ۹,۲ | ۱۳,۰ | ۴۲,۵ | ۲۴,۷ | نقش استراحت گاهی موقت |

از نتایج حاصل از پرسشنامه چنین یافت می شود که امکانات خدماتی- رفاهی و وضعیت بهداشت، زیباسازی فضای سبز، مقاومت در برابر تغییرات اقلیمی، تاثیر در قیمت زمین، وجود پارکینگ ها، محوطه بازی برای کودکان، وجود فضای ورزشی در این مجتمع ها در سطح پایینی قرار دارد با توجه به پاسخ هایی که داده شده عملکرد اقتصادی مجتمع ها در سطح پایین و عملکرد نسبتاً ضعیفی داشته است، سرمایه گذاری بخش خصوصی در این مجتمع بسیار کم می باشد. امنیت و اسایش و عملکرد مدیریت مجتمع در معرفی جاذبه های تاریخی، فرهنگی و طبیعی منطقه در سطح متوسط و کمی قرار گرفته است، به تعبیه صندلی و در نظر گرفتن فضاهایی

برای استراحت موقت مسافریین توجهی نشده است زیباسازی مجتمع‌ها جذابتی در جهت جذب گردشگر را ندارند، کیفیت کالاهای ارائه شده برای مسافریین در سطح متوسطی قرار دارند خدمات ارائه شده با نیازهای مسافریین تطابق چندانی ندارد.

مدل (SOAR)

این مدل ترکیبی از استراتژی SWOT و دیدگاه مثبت‌شناسی است که ژاکلین ام. استاورس آن را ابداع کرده است (Stavros & Saint, 2010). یکی از ابزارهای بسیار مهم در فرآیند تدوین راهبرد، تکنیک SWOT است که به وسیله آن اطلاعات مقایسه می‌شود. این تکنیک بر پایه نقاط قوت (Strength)، ضعف (Weakness)، فرصت (Opportunity) و تهدید (Threats) می‌باشد (Hom hack, 2001:3). این مدل در همه سطوح مدیریتی استفاده می‌شود، ولی در اکثر موارد در سطوح بالای مدیریت به کار می‌رود. در حالیکه، مدل SOAR، همیشه در سطوح بالای مدیریت استفاده می‌شود و به دنبال این است که ذی‌نفعان را در همه سطوح دربرگیرد. در واقع این مورد تفاوت کلیدی بین این دو مدل است. زیرا مدل SOAR آن بخش از ذی‌نفعان را دربر می‌گیرد که تاکنون بخشی از فرآیند برنامه‌ریزی راهبردی به شمار نمی‌آمده‌اند. از سوی دیگر، مدل SWOT و SOAR دارای بنیاد و اساس مشابه هستند؛ زیرا قوت‌ها و فرصت‌ها که بنیان و اساس SOAR به شمار می‌آیند، از مدل SWOT گرفته شده‌اند. مدل SAOR با یک تحقیق استراتژیک آغاز می‌شود. در این پژوهش نقاط قوت و فرصت‌ها در جامعه مورد مطالعه از طریق افراد مشارکت‌کننده و دارای سهم شناسایی خواهد شد. در نهایت از افراد مشارکت‌کننده در این فرآیند دعوت می‌شود که تا خود آرمان‌ها و آرزوهایی را انتخاب کنند که امکان دستیابی به آنها در آینده وجود دارد و نتایج مطلوب از طریق برنامه‌های مانند تشویقی و بازنگرانه قابل‌اندازه‌گیری خواهد شد (خاوریان‌گرمسیر و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۰).

بر اساس جدول شماره (۲) خود این مدل شامل چهار بخش مهم می‌باشد که دربرگیرنده شناسایی قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمانها و نتایج می‌باشد.

¹ . Strength

² . Opportunities

³ . Aspirations

⁴ . Results

جدول ۲- عوامل کلیدی در استراتژی SOAR

| | | |
|------------------------------|-------------------------------------|-----------------|
| (Strengths) | (Opportunities) | تحقیق استراتژیک |
| بزرگ‌ترین جنبه مثبت ما چیست؟ | بهترین فرصت‌های پیش روی ما چیست؟ | |
| (Aspirations) | (Results) | تصمیم‌های مثبت |
| آینده آرمانی ما چیست؟ | بهترین نتایج قابل اندازه‌گیری چیست؟ | |

منبع: (Stavros Et al., 2010).

ذکر این نکته ضروری است که مشکلات و تهدیدات در نظر گرفته شده‌است که توسط ذره‌بینی از ممکنات دیده خواهد شد و راه‌حل‌ها از طریق پاره‌ای از گفت‌گوها در باره «آنچه می‌توانیم انجام دهیم» کشف خواهد شد. در کل چارچوب مدل سوار (SOAR) در جدول شماره (۲) ترسیم شده‌است که شامل مراحل آغاز و برداشتن قدم اول، شناخت و بررسی، تصور، نوآوری و اجراست (Stavros & Saint, 2010) که این مراحل را در فرآیند تدوین راهبرد توسعه گردشگری پایدار شهری گرگان استفاده خواهند شد. مدل (SOAR) در چهار مرحله اجرایی می‌باشد که در زیر به آن می‌پردازیم.

مرحله اول: این مرحله شامل آغاز و برداشت قدم اول است که در این مرحله، اعضای گروه و برنامه‌ریزی در خصوص چگونگی استفاده از استراتژی SOAR بحث می‌کنند. در این جلسات علاوه بر شناسایی افراد ذیع نفع، نحوه درگیر کردن این افراد ذی‌نفع در فرآیند برنامه‌ریزی می‌باشد، بحث می‌شود. این افراد ذیع نفع شامل؛ ساکنان شهر گرگان، گردشگران، مسئولان سازمان میراث فرهنگی، شهرداریها، هلنداران، استاندارها و غیره می‌باشد. بطوریکه بعد از شناسایی این افراد قرار شد طی جلساتی با آنها مشورت شود.

مرحله دوم: شامل شناخت و بررسی نقاط قوت و مثبت می‌باشد. در این مرحله با شناخت ارزش‌ها، چشم اندازه‌ها و نقاط قوت داخلی که به منظور خلق فرصت‌ها می‌باشد، تا آنها را به آرمان‌ها و نتایج مبدل کنیم. بنابراین در این مرحله زمان جلسات توسط افراد گروه برنامه‌ریز تعیین می‌شود. بعد از تعیین زمان جلسات، هر یک از افراد نقاط قوت گردشگری و فرصت‌های پیش‌روی شهر و در

نهایت آرمان‌های خود را تشریح می‌کنند. شایان ذکر است که این مرحله در کشورهای جهان سومی همچون ایران با مشکل مواجه هستیم. به دلیل عدم همکاری بعضی از مسئولین و افراد در برگزاری نشست‌ها ناچاریم افرادی را به جای همین مسئولین و افراد قرار دهیم و به جای آنها استفاده کنیم.

مرحله سوم: در این مرحله علاوه بر تصور کردن (مرحله سوم)، ابتکار و نوآوری (مرحله چهارم) که مجموعه از قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج می‌باشد، مورد بررسی قرار می‌گیرد. در کل در این مرحله، در نشست‌ها و گفت و گوها از افراد و مسئولین ذی‌نفع خواسته می‌شود که دیدی مثبت از آیند مطلوب گردشگری داشته باشند و در صورت اجرای شدن طرح، به بیان نتایج قابل اندازه‌گیری و مشهود بپردازند.

مرحله چهارم (نوآوری و ابتکار): در این مرحله راهبردها و استراتژی‌های نوآوری و ابتکاری را شناسایی و اولویت‌بندی می‌شوند. البته باید توجه داشت که امکان دارد روندهای جدید و تغییر یافته در سیستم، ساختار و غیره نیاز به پشتیبانی از اهداف جدید باشند. این تغییرات به وسیله شناسایی نقاط قوت‌ها و فرصت‌ها به منظور دستیابی به آرمان‌ها و نتایج به وجود می‌آیند. بنابراین مجموعه قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج بازنگری در این مرحله به چالش کشیده شدند و در نهایت تغییراتی در آنها به وجود آمد.

مرحله پنجم: مرحله اجرا می‌باشد که حرکت به سمت اجرایی کردن برنامه‌هاست. در این مرحله افراد گروه‌های مختلف برنامه‌ریزی در طرح‌های که مربوط به رسیدن به اهداف و نتایج تعیین شده‌است، باهم ارتباط برقرار می‌کنند. مسئولین ذی‌نفع و افراد در هر جای که علاقه و توانایی انجام آن کار را دارند، مشغول می‌شوند. این مرحله که مرحله اجرایی می‌باشد و فراتر از اختیارات یک پژوهش می‌باشد و عملی کردن آن پس از تصویب طرح است.

جدول ۳- نتایج چهار مرحله SOAR

| فرصت‌ها (Opportunities) | قوت‌ها (Strengths) |
|---|--|
| قرارگرفتن مجتمع‌ها در کنار مسیرهای پرتردد جهت استفاده در چهار فصل سال | تنوع محیط بکر طبیعی در مناطق اطراف مجتمع |
| برگزاری تور از مناطق دیگر کشور داخلی، بین‌المللی گردشگری از کشورهای همسایه | توجه مسولین به صنعت گردشگری در منطقه |
| استفاده از شوراهای روستا‌های اطراف جهت مشارکت همکاری جامعه | آداب و رسوم سنتی و لباس‌های زیبا و جذاب و غذاهای محلی |
| تبلیغات، اطلاع‌رسانی در مورد جاذبه‌های بکر طبیعی، اصیل تاریخی زاهدان کهنه | محیط مناسب جهت جذب سرمایه‌گذاران بین‌المللی |
| مستقر کردن کارگاه تبدیلی جهت استفاده از داروهای گیاهی (گردشگری درمانی) | مسیر ترانزیت به افغانستان |
| توجه بیشتر مدیران محلی و کشوری بر بهره‌برداری جهت تبدیل مجتمع‌ها به مراکز تجارت و فروش صنایع دستی | محوریت جاده مشهد زاهدان و زابل پارکینگ ماشین سنگین |
| نتایج (Results) | آرمان‌ها (Aspirations) |
| دادن بودجه اختصاصی برای تبلیغات گردشگری در سطح کشور و بین‌المللی | نزدیکی مجتمع‌ها گردشگری در مرکز و شمال استان |
| افزایش خدمات برای استقبال از گردشگران بومی و غیر بومی | ایجاد تورهایی مختلف توسط ادارات |
| برنامه‌ریزی برای افزایش دادن تعداد گردشگران نسبت به سال‌های گذشته (ایجاد مشوق‌های گوناگون و نو) | مطرح شدن مناطق دو مجتمع منطقه در جذب گردشگران تابستانی |
| تقویت زیرساخت‌های گردشگری و برطرف کردن مشکلات مرتبط با آن (جاده، مراکز اقامتی، بازارهای محلی) | ارتقاء جایگاه غذاهای محلی گیاهان دارویی با حمایت از تولید، فروش و بازاریابی محصولات نظیر دارو، غذاهای محلی (گردشگری غذا) |
| مناسب‌سازی قیمت‌ها جهت جلب گردشگران در خصوص ارائه خدمات | رغبت فراوان بخش‌های مختلف خصوصی برای سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری (منطقه طبیعی اطراف دو مجتمع) |
| ایجاد اشتغال برای جامعه محلی دو مجتمع | ایجاد مجتمع نمونه گردشگری با مناظری زیبا و جذاب با رویکرد توسعه پایدار |

منبع: یافته‌های تحقیق. ۱۳۹۵

نتیجه گیری

افزایش ضریب ایمنی و کاهش تصادفات زابل به زاهدان و بالعکس، فراهم شدن امکانات مناسب تر برای انجام فریضه نماز، افزایش جاذبه های توریستی، گردشگری و فرهنگی از جمله مهمترین اهداف احداث مجتمع های رفاهی بین راهی امام رضا (ع) و دوراهی است. گردشگری یکی از عناصر اصلی توسعه تحرکات مربوط به جابه جایی هاست، کاهش مدت زمان کار، افزایش وقت سرگرمی ناشی از آن و بهبود شرایط جابه جایی فرآیندی شناخته شده از تقسیم حرکت های گردشگری است که با کوتاه شدن مدت اقامت و غالباً مسافت های طی شده همراه است و جزء تفکیک ناپذیر در رشد تحرک و جابه جایی کوتاه مدت گردشگری گردیده است. در این میان مجتمع های خدماتی- رفاهی بین راهی نقش تأثیر گذاری در افزایش حجم سفرها در طول جاده و توسعه صنعت گردشگری دارند و از آنجا که همواره کالبد و عملکرد دو مشخصه اصلی و مهم هرفضا محسوب می شوند، میزان استقبال مسافران از مجتمع های خدماتی- رفاهی بین راهی، به ابعاد مختلفی چون، عملکردی، کالبدی، ادراکی، بصری، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، ترافیکی، زیست محیطی و غیره وابسته است. در این میان ابعاد کالبدی و عملکردی از سهم بیشتری برخوردار هستند که خود به عوامل دیگری نظیر: کاربری های موجود در مجتمع، موقعیت قرارگیری مجتمع، چیدمان فضایی، دسترسی ها، مواد و مصالح بومی و ... وابسته هستند. اعم از ایجاد بازارهای جدید برای توزیع محصولات و تولیدات منطقه ای؛ کمک به رونق اقتصادی و محرومیت زدایی از مراکز زیستی کوچک در حوزه های اطراف راه ها؛ تمرکززدایی از شهرها و توزیع عادلانه خدمات در سطح حوزه های منطقه سیستان؛ کمک در افزایش نرخ اشتغال در منطقه سیستان است. دست آوردهای اجتماعی، تأمین و سیاسی نظیر مهیا کردن زمینه برای ارتقای فرهنگ رانندگی و مسافرت و آشنا ساختن بیشتر مسافران با شرایط بومی منطقه؛ تبادل متقابل فرهنگی بین مسافران و ساکنان منطقه سیستان؛ افزایش ارزش های بصری در جهت کاستن از سوانح؛ دستیابی به پیوستگی و همگرایی ساکنان سایر مناطق سیستان؛ دستیابی به بزرگتر شدن اندازه واحدهای اجتماعی در جهت بسترسازی توسعه؛ افزایش توان پشتیبانی و دفاعی سیستان در بروز اتفاقات غیرمترقبه و حوادث طبیعی؛ بالا بردن امنیت جاده ها از طریق حضور فعال نیروهای تأمین و انتظامی؛ بالا بردن سطح کیفیت و بهداشت خدمات ارائه شده از طریق حضور فعال نهادهای ناظر؛ فراهم ساختن امکانات اداری برای حادثه دیدگان از حوادث طبیعی غیرمترقبه؛ ایجاد امکانات مناسب به منظور گسترش فرهنگ نماز و انجام فرایض دینی است. دست آوردهای زیست محیطی مانند جهت دادن به نحوه برخورد با طبیعتو محدود ساختن آسیب و ضرر و زیان به آن؛ پاسخ به نیازهای تفریحی در جهت

استفاده از مناظر طبیعی؛ جلوگیری از رهاسازی زباله ها و آلاینده ها به ویژه شوینده ها و مشتقات نفتی در طبیعت دشت سیستان است. با توجه به نتایج حاصل از پرسشنامه و مدل این مجتمع نتوانسته است پاسخگوی مناسبی برای مسافران و مورد رضایت آنان باشد بنابراین باید با برنامه ریزی هایی اصولی و توجه به این مجتمع های بین راهی در جهت جلب گردشگرو توسعه گردشگری گامی برداشت زیرا اوضاع نامطلوب مجتمع های بین راهی می تواند تاثیری منفی بر گردشگری داشته باشد

پیشنهادات

ایجاد زیر ساخت های لازم برای اقامت و اسکان چند روزه مسافری در این مجتمع ها می تواند نقش مهمی در توسعه گردشگری این منطقه داشته باشد. ایجاد مبلمان زیبا با استانداردهای لازم ملی و جهانی می تواند تصویر زیبا سازی مناسب در ذهن مترددین برای ماندگاری در این مناطق باشد. برنامه ریزی لازم برای ماندگاری بیشتر مسافران این مسیر در این مناطق می تواند نقش مهمی در توسعه گردشگری داشته باشد.

منابع

- ال اجل، دیوید، (۱۳۸۸)، مدیریت گردشگری پایدار میراثی برای آینده، ترجمه جعفری، حمیدرضا و همکاران، نشر تهران.
- برارپور، کورش (۱۳۷۸)، سنجش وضعیت پایداری توسعه محلی در کالردشت با استفاده از یک الگوی راهبردی، پژوهشهای جغرافیایی-شماره ۷۳، صص ۳۴-۱۹۲
- حاجی ثانی، محمد کاظم، مهرماه (۱۳۹۰)، بررسی زیرساخت های گردشگری ساحلی در ایران با تمرکز بر نقش استانهای شمالی مطالعه موردی استان مازندران-شهرستان رامسر، همایش مدیریت و توسعه گردشگری، چالشها و راهکارها.
- خاوریان، گرمسیر، امیررضا، ژاکلین ام. استاورس و علیان، مهدی. ۱۳۹۲. برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهری با استفاده از مدل استراتژیک SOAR (مورد شهر تفت)، مدرس علوم انسانی، برنامه ریزی و آمایش فضا، دوره ۱۷، شماره ۳.
- خیرخواه، امیرسامان، پاینده پیمان، لیلا (۱۳۹۱)، تعیین اولویت استانهای کشور برای احداث مجتمع های خدماتی- رفاهی با استفاده از روش تحلیل پوششی داده ها. یازدهمین کنفرانس مهندسی حمل و نقل و ترافیک ایران.
- رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد (۱۳۸۴). شناخت گردشگری. نشر اصفهان، چهارباغ، ص ۵
- ساسان، عبدالحسین (۱۳۶۴) اقتصاد جابه جاگری (حمل و نقل) و بررسی راههای اصفهان؛ تهران، جهاد دانشگاهی.

- شیعه، اسماعیل، بدری، علی اصغر (۱۳۸۴) بررسی جایگاه مجتمع های خدماتی - رفاهی بین راهی از دیدگاه برنامه ریزی شهری و منطقه ای. صفحه ۹۰-۶۷.
- صدرموسوی، میرستار و دخیلی کهنمویی، جواد (۱۳۸۶). ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران. پژوهشهای جغرافیایی. شماره ۶۱، صص ۱۲۹-۱۴۳.
- کاشانیان، مهدی، عباس آزادی و ذبیح الله ناصحی (۱۳۸۳)، اجرای روش QFD در مجتمع های خدماتی رفاهی بین راهی ایران، کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
- مهدی پور، فاطمه، مسگری، محمد سعید (۱۳۸۶)، بکارگیری منطق فازی در GIS برای یافتن مکان های بهینه مراکز خدماتی بین راهی وزارت راه و ترابری.
- نوری کرمانی، علی و همکاران (۱۳۸۸)، گردشگری شهری و پیوند عملکردی آن با اکوتوریسم، مطالعه موردی استان کردستان مجله علمی پژوهشی فضای جغرافیایی. سال نهم. شماره ۱۶. صفحات ۱۵۶-۱۳۷.
- Sharpley. A, Richard; Vassh. Adrian (2006). "Tourism, farming and diversification: an attitudinal study", *Tourism management*, Vol. 27, No. 5. p: 1040-1052.
- Stavros, J., & G. Saint, (2010). SOAR: Linking Strategy and OD to Sustainable Performance" in W.J. Rothwell, J.M. Stavros, R. Sullivan & A. Sullivan (Eds.), *Practicing Organization Development: A Guide for Leading*, San Francisco, CA: Jossey-Bass Change, Pp. 377-394