

شناسایی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر

بر اساس پتانسیل جذب گردشگر

یوسف قنبری - استادیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان

حسین کماسی* - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور تهران

داود جمینی - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان

آزاد آریان‌پور - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، دانشگاه اصفهان

پذیرش مقاله: ۱۳۹۰/۱۰/۲۵ تأیید نهایی: ۱۳۹۱/۰۳/۰۱

چکیده

شهرستان روانسر با داشتن جاذبه‌های گردشگری متنوع طبیعی - انسانی، یکی از مقاصد اصلی گردشگران غرب کشور و استان کرمانشاه می‌باشد که سالیانه گردشگران زیادی را جذب می‌کند. با توجه به پتانسیل‌های بالای گردشگری و تنوع جاذبه‌ها، اولویت‌بندی و شناسایی مناطق مستعد گردشگری در این منطقه، جهت شناسایی نقاط ضعف و قوت و جهت توسعه گردشگری منطقه، امری مهم و اجتناب ناپذیر به نظر می‌رسد. این مقاله با توجه به هدف از نوع کاربردی و از نظر روش تحقیق یک مطالعه توصیفی - تحلیلی و پیمایشی است که جهت انجام آن محققان نه پارامتر «ارتفاع قرارگیری از سطح دریا، وضعیت زیرساخت‌ها، تعداد گردشگر، تسهیلات و خدمات، دسترسی، پتانسیل اطراف جاذبه، قابلیت جذب گردشگر در فصول مختلف، اثرات اقتصادی و عدم مخاطرات طبیعی» را در مورد هفت مکان گردشگری مهم شهرستان روانسر انتخاب و با استفاده از روش تاپسیس به اولویت‌بندی مکان‌های جاذب گردشگری این شهرستان پرداخته شده است. جهت تعیین وزن شاخص‌ها نظرات ۳۰ نفر از کارشناسان مربوطه با استفاده از روش ای.اچ.پی. محاسبه گردید. نتایج حاصل از مدل تاپسیس، مکان‌های گردشگری شهرستان روانسر جهت بازدید گردشگران به ترتیب زیر اولویت‌بندی نمود: غار قوری قلعه با امتیاز (۰/۷۶۶) رتبه یک، سراب روانسر با امتیاز (۰/۷۱۶) رتبه دوم، غار کاوات با امتیاز (۰/۵۸۹) رتبه سوم، زیارتگاه اویس قرنی، سراب جاوری، تپه موسایی و تاق فرهاد به ترتیب با امتیاز (۰/۴۶۹)، (۰/۴۶۵)، (۰/۲۴۹) و (۰/۲۲۴) در اولویت‌های بعدی واقع شدند. در نهایت، راهکارهایی جهت ارتقاء نقاط قوت و رفع موانع و مشکلات مکان‌های هفت‌گانه جاذب گردشگری شهرستان روانسر ارائه گردیده است.

کلیدواژه‌ها: توسعه گردشگری، جاذبه‌های گردشگری، اولویت‌بندی، تاپسیس، شهرستان روانسر.

مقدمه

امروزه صنعت عظیم و جهانی گردشگری با خصوصیات منحصر به فرد خود، تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع داشته و به عنوان یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال در کشورهای پیشرفته و رو به پیشرفت به شمار می‌رود (مرادی، ۱۳۹۰: ۱).

تأثیرات گردشگری در توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال باعث شده که این صنعت به بزرگ‌ترین صنعت در جهان تبدیل شود و رشد بسیار چشم‌گیری داشته باشد. به طوری که در سال ۲۰۰۴ طی ۱۰ سال، نرخ رشد این صنعت ۲۵ درصد بوده و سازمان جهانی گردشگری پیش‌بینی می‌کند که تا سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران جهان به ۱/۶ میلیارد نفر برسد (Black & Crabtree, 2007: 1).

طبق گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری صنعت گردشگری در سال ۲۰۰۶ به طور مستقیم و غیر مستقیم ۱۰/۳ درصد تولید ناخالص داخلی، ۲۳۴/۳ میلیون شغل و ۸/۷ درصد کل اشتغال را به خود اختصاص داده است. این شورا هم‌چنین پیش‌بینی کرده که بین سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۶، این صنعت سالانه ۴/۲ درصد رشد خواهد کرد (Holden, 2008: 5).

ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری یکی از ده کشور اول جهان و از لحاظ آثار باستانی یکی از پنج سرزمین نخست جهان، به جهت جاذبه‌های اکوتوریسم و تنوع گونه‌های گیاهی و جانوری است (تاج‌علی، ۱۳۸۵: ۴) و جزو سه کشور اول جهان پس از چین و هندوستان از نظر تنوع صنایع دستی می‌باشد (زنگی آبادی و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۳) و با داشتن پتانسیل‌های طبیعی و انسانی در زمینه گردشگری به عنوان جهانی در یک مرز نامیده می‌شود و جاذبه‌های آن به قدری متنوع است که تقریباً برای هر سلیقه‌ای انگیزه کافی برای سفر بدین کشور را به وجود می‌آورد و می‌تواند به عنوان یکی از مقاصد اصلی گردشگران در جهان قرار گیرد (مرادی، ۱۳۹۰: ۵۳).

توریسم از لحاظ اقتصادی، بدون شک یکی از مهم‌ترین شکل‌های نیرو در جهان است که اهمیت بسیاری برای کشورهای در حال رشد دارد و به عنوان بزرگ‌ترین صادرات سودآور در جهان، شناخته شده و مهم‌ترین تأمین‌کننده ارز خارجی و اشتغال به شمار می‌آید (Higgins, 2006: 1193). در یک مقیاس کلی، گردشگری ۶ درصد تجارت جهانی را تشکیل داده است و سالانه بیش از ۷۰۰ میلیون سفر انجام می‌گیرد. بر اساس ارزیابی‌های انجام شده تا سال ۲۰۱۱ بیش از ۵۵ میلیون گردشگر، سالانه به خاورمیانه سفر کرده‌اند. بر این اساس تا چهار سال آینده، شمار گردشگران خاورمیانه، دو برابر خواهد شد و با رشدی حدود ۶۷ درصد، میزان درآمد صنعت گردشگری به ۵۱ میلیارد دلار می‌رسد (فاضل نیا و هدایت، ۱۳۸۹: ۱۴۶). صنعت توریسم به مثابه پدیده پویای جهانی و اجتماعی دارای پیچیدگی‌های خاص خود است (Elliott, 1997: 4).

در حال حاضر تجربیات نظری و اجرایی متعددی در سطح دنیا برای مطالعه، بررسی، برنامه‌ریزی و

مدیریت مناطق گردشگری وجود دارد که همگام با فناوری پیشرفته‌ای، روند صعودی دارند (Tsai & et al, 2010: 358) و با پیشرفت روش‌های آماری و رایانه‌ای در مطالعات جغرافیایی، استفاده از شاخص‌های مختلف، در زمینه‌های گوناگون، متداول‌ترین معیار سطح‌بندی نواحی گردشگری است. هم‌چنین دستیابی به رفاه و تأمین سعادت شهروندان، دغدغه اکثر دولت‌های جهان است و بسیاری از سیاست‌مداران با همکاری اقتصاددانان، همواره به دنبال روش‌های جدیدتری برای کسب درآمد و رفاه بیشتر بوده و گرایش عمومی دولت‌ها به سوی گردشگری، نشأت گرفته از همین تفکر است. در همین راستا، تعیین و تشکیل سلسله مراتبی از نواحی گردشگری که بتواند چارچوب مؤثری برای توزیع گردشگر و ارائه خدمات مناسب و کارکرد مطلوب داشته باشد، ضروری است و سطح‌بندی نواحی گردشگری، معیاری برای تعیین مرکزی توهم‌چنین تعیین زیرساخت‌های مورد نیاز و تعدیل نابرابری بین نواحی است (شماعی و موسی‌وند، ۱۳۹۰: ۲۴). بنابراین برای توسعه گردشگری شهرستان روانسر، رتبه‌بندی نواحی گردشگری و پی بردن به نابرابری‌های بین نواحی، جهت تقویت زیرساخت‌ها، توجه بیشتر برنامه‌ریزان، استفاده بهینه‌تر زمانی گردشگران و مدیریت بهتر جاذبه‌های گردشگری، ضروری به نظر می‌رسد. هم‌چنین علی‌رغم مزایای بسیار زیاد گردشگری، ورود گردشگر به منطقه بدون توجه به ظرفیت‌ها و کشش موجود، مشکلاتی مانند نابسامانی اجتماعی و اقتصادی، تغییر هویت اجتماعی، برخورد‌های نامناسب اجتماعی، آسیب رساندن به محیط زیست و... را به دنبال خواهد داشت که جهت کاهش و پیش‌گیری از تأثیرات منفی گردشگری باید نسبت به تعیین توزیع فضایی و ساماندهی فضاهای توریستی برنامه‌ریزی کرد و تعیین قطب‌ها و مراکز برتر و رتبه‌بندی آن‌ها در توسعه گردشگری به منظور خدمات رسانی بهتر، عدالت اجتماعی و اقتصادی در سطح نواحی اقدام کرد.

از مهم‌ترین اهداف این پژوهش می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- شناسایی و معرفی مهم‌ترین جاذبه گردشگری شهرستان روانسر جهت استفاده گردشگران.
- تهیه فهرستی از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری شهرستان بر اساس نتایج ترکیبی دو مدل تاپسیس و ای.اچ.پی.^۱ جهت استفاده بهینه گردشگران از سفر به شهرستان روانسر.
- ارائه راهکارهایی جهت تقویت اماکن گردشگری شهرستان، بر اساس نتایج تحقیق و وضع موجود جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر.

با توجه به اهمیتی که صنعت توریسم در توسعه جوامع امروزی ایفا می‌کند، پژوهشگران راجع به این مهم، مطالعات و تحقیقات فراوانی با استفاده از مدل‌های مختلف انجام داده‌اند. از مهم‌ترین تحقیقاتی که در این زمینه انجام گرفته می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: حدادی‌نیا (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان «پهنه‌بندی گردشگری متکی به طبیعت مبتنی بر معیارهای زیست محیطی (شهرستان خاتم، استان قم)»، چهار پهنه

مناسب گردشگری طبیعی در منطقه را شناسایی کردند و در اولویت‌بندی پهنه‌ها با استفاده از روش تاپسیس به این نتیجه رسیدند که پهنه واقع در خوانسار، بالاترین اولویت و پهنه‌ای در غرب هرات کمترین اولویت را به خود اختصاص داده‌اند. سبک‌بار و همکاران (۱۳۹۰)، در مقاله‌ای تحت عنوان «نقش گردشگری جنگ در ارتقای کیفیت زندگی ساکنان شهری مناطق جنگی استان خوزستان با استفاده از مدل تاپسیس» به این نتیجه رسیدند که شهرستان‌های آبادان، خرمشهر و دشت آزادگان از نظر کیفیت زندگی در سطح پایینی از توسعه، نسبت به شهرستان‌های بهبهان، رام هرمز و باغ ملک قرار دارند.

شماعی و موسی‌وند (۱۳۹۰)، در مقاله‌ای با عنوان «سطح بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل تاپسیس و ای.اچ.پی.» به این نتیجه رسیدند که شهرستان اصفهان و کاشان به ترتیب به عنوان نواحی اول و دوم گردشگری بیشترین امتیاز را به زیرساخت‌های گردشگری در بین شهرستان‌های استان اصفهان به خود اختصاص داده‌اند. (Adabowa Aidoo, 2009) در رساله دکتری خود نقش توریسم را به عنوان استراتژی توسعه کشور غنا مورد مطالعه قرار داد و تأثیرات زیست محیطی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی گردشگری را در این کشور مورد بررسی قرار داد و به این نتیجه رسید که گردشگری در کشور غنا تأثیرات مثبت زیادی بر جای گذاشته و باعث افزایش فرصت‌های شغلی برای زنان، توسعه منابع انسانی، توسعه زیرساخت‌ها و حفظ منابع اکولوژیکی گردیده است. (Asadi, 2011) در پژوهشی با عنوان استراتژی‌های توسعه توریسم فرهنگی در ایران با بکارگیری مدل تاپسیس برای توسعه صنعت توریسم در ایران، اولین اولویت را به اداره و حفظ استراتژی‌ها اختصاص داد و هم‌چنین با توجه به نقاط قوت بسیار زیاد این صنعت در ایران، گسترش و توسعه بازار و تولیدات را در میان استراتژی‌های تهاجمی پیشنهاد کرد. تعیین و اولویت‌بندی استراتژی‌های توریسم فرهنگی در ایران از دیگر نتایج علمی این مقاله است. (Asadi and Daryaei, 2011) در پژوهشی تحت عنوان استراتژی‌هایی برای توسعه توریسم درمانی در ایران که در آن از مدل تاپسیس استفاده شده است به نتایجی مشابه اسدی رسیدند، به این صورت که استراتژی‌های تهاجمی را در اولویت قرار دادند و با توجه به نقاط قوت فراوان صنعت توریسم درمانی در ایران، در میان استراتژی‌های تهاجمی، توسعه بازار و تولید را پیشنهاد می‌دهند و با استفاده از مدل تاپسیس استراتژی‌های توریسم درمانی را در ایران اولویت‌بندی می‌کنند.

جهانگردی، جاذبه‌ها و صنعت گردشگری

جهانگردی در دنیای امروز یکی از بهترین ابزارها برای تبادل و تعامل فرهنگی است. هر فرهنگی در برخورد با فرهنگ‌ها، توانائی‌های خود را می‌سنجد و اصلی‌ترین ابزار برای رسیدن به این نتیجه سیاحت، آدمی را با اقلیم‌های تازه انسان‌های دیگر و فرهنگ‌های دیگر آشنا می‌کند. هویت انسان و جامعه در برخورد با سایر

انسان‌ها و جامعه‌ها آشکار می‌شود و این دستاورد بزرگ فقط و فقط در لابه‌لای پدیده‌گران‌قدر سیاحت، هستی می‌گیرد (دیبايي، ۱۳۷۱: ۱۹). تعداد جهانگردان بین‌المللی در سال ۲۰۰۰ به ۶۹۸ میلیون نفر و درآمدهای حاصل از جهانگردی بین‌المللی به ۴۷۶۱۹ میلیارد دلار رسید. از این رو می‌توان پیش‌بینی کرد که صنعت گردشگری، عمده‌ترین صنعت درآمدزا و اصلی، پشتوانه اقتصادی جهان آینده خواهد بود (بیگ محمدی، ۱۳۸۶: ۵۲).

جاذبه‌ها و فعالیت‌های گردشگری یکی از مهم‌ترین عناصر مورد بررسی محققان می‌باشد. این جاذبه‌ها و فعالیت‌ها هستند که گردشگران را به بازدید از کشور یا منطقه ترغیب می‌نمایند. جاذبه گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن، برحسب نوع، طبقه‌بندی می‌شود و با توجه به در دسترس بودن توسعه‌پذیری روندهای بازار و دیگر عوامل، مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. روندهای بازار، شامل مواردی است که گردشگران مایل به دیدار از آن یا انجام آن هستند. هم‌چنین آن‌ها بر اساس اصلی یا فرعی بودن تفکیک می‌شوند. جاذبه‌های اصلی، آن مواردی هستند که فی‌نفسه اهمیت کمتری دارند؛ اما مکمل جاذبه‌های اصلی بوده و گرایش‌های گردشگری و طول اقامت گردشگری را افزایش می‌دهند. امکانات و خدمات گردشگری باید از جهت مناسب بودن، کیفیت و کارایی آن‌ها در ارائه خدمات شایسته به گردشگران مورد ارزیابی قرار گیرند. مطالعه بازار، اغلب از طریق دیدار به منظور مصاحبه با مدیران دفاتر گردشگری در جاهایی که مبدأ بازار محسوب می‌شوند، صورت می‌گیرد. (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۵: ۳۴-۳۵). عوامل متعددی در جاذبه‌های گردشگری مورد توجه می‌باشند که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به جاذبه‌های اقلیمی، آثار باستانی بناهای تاریخی، موزه‌ها، پلاژهای کنار دریا، منابع آب معدنی، مکان‌های تفریحی و بازی‌های سرگرم‌کننده، زیارتگاه‌ها، همایش‌های هنری، مکان‌های ورزشی زمستانی و غیره اشاره نمود (حیدری چپانه، ۱۳۸۷: ۴۸).

عناصر و صنعت گردشگری

عناصر سازنده محیط‌های گردشگری، شامل دو گروه فرهنگی و طبیعی بوده که ساختارها و الگوهای متنوعی در منظر ایجاد می‌نمایند. روابط درونی این عناصر نسبت به هر یک از آن‌ها دارای اهمیت بیشتری است؛ زیرا در محیطی مرتبط و پیوسته با یکدیگر واقع شده‌اند و پایداری سیستم را موجب می‌شوند، در واقع، ارتباط متناسب، پویا و پیوسته میان دو گروه عناصر و بستری که بر روی آن شکل گرفته‌اند، پایداری و بقای ساختار گردشگری را تعیین می‌نمایند (صبری، ۱۳۸۶: ۵۴).

به سه دلیل اصلی گردشگری را یک صنعت می‌دانند:

- این نوع فعالیت، باعث رونق بخشیدن به سایر فعالیت‌ها در سطح جامعه می‌شود.
- ضریب تکاثر در این نوع فعالیت ۱ به ۷ است؛ یعنی با یک واحد سرمایه‌گذاری، می‌توانیم هفت واحد برداشت کنیم (جواهری، ۱۳۸۲: ۳۲۹).

- با ورود هر توریست ۸ فرصت شغلی ایجاد می‌شود (محمود زاده، ۱۳۸۲: ۳۸۴).

مفاهیم و فواید گردشگری

کلمه "Tour" از واژه لاتین "Tornus" گرفته شده که به معنای دایره می‌باشد. کلمه "Tour" به معنای حرکتی دایره‌وار است که در آن فرد از یک نقطه حرکت می‌کند و بعد از طی مسافتی دوباره به مکان اولیه خود برمی‌گردد. کلمه Tourist برای نخستین بار در سال ۱۸۰۰ میلادی در «فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد» چاپ گردید و به معنای کسی بود که برای تفریح یا آموختن و یا برای رسیدن به اهداف شخصی خود از چندین مکان دیدن می‌کند (Tribe, 2009: 31- 44). ماتیسون و وال^۱ در اوایل دهه ۱۹۸۰ گردشگری را چنین تعریف کردند: «گردشگری علم مطالعه گردشگران (مردمی که از مکان معمولی خود خارج می‌شوند)، تشکیلات، پاسخگوی نیازهای آن‌ها و نیز تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی آن‌ها بر روی جامعه میزبان است» (Holden, 2008: 4).

به عقیده بسیاری از صاحب نظران، گردشگری صنعتی، کاربر و اشتغال‌زاست که برای افراد دارای مهارت‌های گوناگون، شغل ایجاد می‌کند و یکی از راه‌های مؤثر برای غلبه بر مشکل بیکاری است (میرزایی، ۱۳۸۸: ۶۰). گسترش صنعت گردشگری به عنوان صنعتی که با حوزه‌های مختلفی نظیر اقتصاد، کشاورزی، فرهنگ، محیط زیست و خدمات در تعامل است، دارای اهمیت فراوان است و تجربیات سایر مناطق جهان نشان داده که توسعه آن در هر منطقه، باعث رشد و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی آن ناحیه شده است (تقوایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۳). گردشگری و مسافرت به جز دوره قرون وسطی، همواره به رشد خود ادامه داده و در سراسر تاریخ ثبت شده بشر، نقش مهمی در توسعه تمدن‌ها داشته است (Theobald, 2005: 5). توسعه این صنعت به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، عامل مؤثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود (کاظمی، ۱۳۸۶: ۶).

گسترش این صنعت در هر نقطه از جهان، نیازمند شرایط و امکانات ویژه‌ای از قبیل آب و هوا، آثار تاریخی و فرهنگی، جاذبه‌های طبیعی، آداب و سنن، زیرساخت‌ها، امکانات و تجهیزات است. امروزه، تأثیر عوامل طبیعی در توسعه صنعت گردشگری در بسیاری از کشورهای توریست‌پذیر، به خوبی روشن شده و حدود تأثیرات آن برای گردشگری شناخته شده است و این کشورها با درک این مهم، شروع به فراهم نمودن امکانات و تجهیزات مناسب به منظور جذب گردشگری نموده‌اند (سبحانی، ۱۳۸۷: ۳). اولویت، معیار و ملاکی است که توسط آن، هدف‌ها، خط مشی‌ها، اجرای برنامه‌ها و پروژه‌ها را می‌سنجند و تقدم و تأخر هر یک از

مقولات یاد شده را نسبت به موارد مشابه، اولویت‌بندی گویند (زیاری، ۱۳۸۸: ۱۴).

اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری از لحاظ پتانسیل جذب گردشگر در یک استان یا شهرستان، زمینه را برای برنامه‌ریزی اصولی در ایجاد زیرساخت‌های گردشگری آماده می‌کند، به گونه‌ای نقاط ضعف مکان‌هایی که در اولویت‌بندی جایگاه ضعیفی دارند، مشخص شده و در جهت رفع این نقاط ضعف، گام برداشته می‌شود. همچنین باعث می‌شود مکان‌های مناسب برای گذراندن اوقات فراغت به گردشگران معرفی و شناسایی شود و گردشگران یک آشنایی اولیه نسبت به مکان‌های گردشگری پیدا کنند (رنجبر، ۱۳۹: ۴۶).

مواد و روش‌ها

این پژوهش به منظور اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر انجام گرفته است، از این رو به لحاظ هدف، از نوع کاربردی و از نظر ماهیت و روش، از نوع تحقیقات کیفی و از لحاظ جمع‌آوری اطلاعات یک مطالعه اسنادی - میدانی است. محققان جهت تعیین وزن شاخص‌های تحقیق با تهیه پرسشنامه ویژه کارشناسان، نظرات ۳۰ نفر از کارشناسان مرتبط با گردشگری شهرستان را جویا شده و با استفاده از مدل ای.اچ.پی. وزن نهایی ۹ پارامتر تحقیق محاسبه گردید و اوزان محاسبه شده در مدل تاپسیس، جهت اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان، به کار گرفته شد.

جهت تعیین وزن شاخص‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها به ترتیب از نرم افزارهای Expert Choice 2011 و Excel استفاده شده است و به منظور تفسیر و تبیین وضعیت هر یک از مکان‌های هفت‌گانه گردشگری شهرستان روانسر، امتیازهای هفت شاخص مورد بررسی در سه دسته تقسیم‌بندی شده است به این صورت که: امتیازهای (۱ و ۲) بیانگر وضعیت نامطلوب، امتیازهای (۳ و ۴ و ۵) بیانگر وضعیت متوسط و امتیازهای (۶ و ۷) بیانگر وضعیت مطلوب در شاخص‌های مورد بررسی می‌باشند. لازم به ذکر است محققان در این پژوهش، جهت جلوگیری از اطالاه مطالب، مراحل هشت‌گانه مدل تاپسیس را فقط در قسمت یافته‌های تحقیق به صورت کامل و مرحله به مرحله توضیح داده‌اند.

معرفی شاخص‌ها

با توجه به اینکه اغلب گردشگران، جهت گذران اوقات فراغتشان تمام زوایا و جوانب مکان مورد نظر (طبیعی، انسانی و طبیعی - انسانی) را در نظر می‌گیرند، در این تحقیق به منظور اولویت‌بندی مراکز جاذب گردشگری شهرستان روانسر از ۹ شاخص مؤثر در زمینه گردشگری استفاده شده است. در جدول شماره (۱) شاخص‌های مورد بررسی در تحقیق و نحوه محاسبه آن‌ها شرح داده شده است. لازم به ذکر است در محاسبات آتی به جای شاخص‌های ۹ گانه از کدهای x_1 تا x_9 استفاده گردیده است، به این صورت که کد x_1 نماینده ارتفاع

قرارگیری از سطح دریا و x5 نماینده شاخص دسترسی است.

جدول ۱. شاخص‌های مورد استفاده در تحقیق و توضیحات مربوطه

| معرفی شاخص‌ها | شاخص | |
|---|------|------------------------------------|
| در این شاخص با توجه به کوهستانی بودن منطقه، هر چه ارتفاع محل قرارگیری جاذبه از سطح دریا بیشتر باشد، امتیاز کمتر و هر چه ارتفاع محل قرارگیری جاذبه، کمتر باشد، امتیاز بیشتر تخصیص می‌یابد. | X 1 | ۱- ارتفاع قرارگیری از سطح دریا |
| هر اندازه آمار بازدید کنندگان از یک جاذبه گردشگری، زیادتر باشد، می‌تواند دلیلی بر اهمیت بیشتر آن جاذبه باشد؛ لذا در این پژوهش به جاذبه‌هایی که بیشترین بازدیدکننده را داشته‌اند، امتیاز ۷ و به جاذبه‌هایی که کمترین بازدیدکننده را داشته‌اند، امتیاز ۱ اختصاص داده شده است. | X 2 | ۲- تعداد گردشگران |
| در این پژوهش هر اندازه جاذبه مورد نظر به لحاظ امکانات و تأسیسات زیرساختی (برق، آب آشامیدنی، تلفن، پارکینگ و...) وضعیت بهتری داشته باشد، امتیاز بیشتری کسب کرده و بالعکس. | X 3 | ۳- زیرساخت‌ها و تأسیسات |
| یکی از پارامترهای مهم برای گردشگران، میزان دسترسی به تسهیلات و خدمات رفاهی در محل جاذبه گردشگری می‌باشد. در این پژوهش، همانند شاخص‌های قبلی هر اندازه جاذبه به لحاظ تسهیلات و خدمات رفاهی (مراکز بهداشتی- درمانی، هتل، مهمانسرا، فروشگاه‌ها و...) مطلوب‌تر باشد، امتیاز بیشتر و هر چه دسترسی به تسهیلات و خدمات رفاهی کمتر باشد، امتیاز کمتری تعلق می‌گیرد. | X 4 | ۴- تسهیلات و خدمات رفاهی |
| سهولت دسترسی به مکان‌های گردشگری نیز یکی دیگر از پارامترهای مورد نظر گردشگران است که در این پژوهش، هر اندازه میزان دسترسی (به لحاظ معیارهای کیفیت جاده، فاصله از مرکز شهرستان و موقعیت نسبت به دیگر جاذبه‌ها و...) بهتر باشد، مکان مورد نظر امتیاز بیشتر و با دسترسی دشوارتر، امتیاز کمتری برای جاذبه در نظر گرفته شده است. | X 5 | ۵- دسترسی |
| پتانسیل‌های اطراف جاذبه مورد نظر (اعم از پوشش گیاهی و کوهستانی بودن و...) و چشم-اندازی که در اطراف جاذبه واقع شده از دیگر شاخص‌های مورد استفاده می‌باشد که همانند شاخص‌های قبل، مکان دارای پتانسیل بیشتر، امتیاز بیشتر و مکان دارای پتانسیل کمتر، امتیاز کمتری به خود اختصاص می‌دهد. | X 6 | ۶- پتانسیل اطراف جاذبه |
| در این پژوهش، هر اندازه، مکان جاذب گردشگر قابلیت جذب گردشگران را در ایام بیشتری از سال (طی فصول مختلف) داشته باشد نشان دهنده اهمیت بیشتر مکان و فصلی نبودن مزایای گردشگری مکان مورد نظر می‌باشد و امتیاز بیشتری کسب می‌کند و برعکس. | X 7 | ۷- قابلیت جذب گردشگر در فصول مختلف |
| در این شاخص نیز با افزایش اثرات اقتصادی (اعم از اشتغال مستقیم و غیرمستقیم، فروش صنایع دستی و فرآورده‌های بومی و...) امتیاز مکان مورد نظر، بیشتر و با کاهش اثرات اقتصادی، مکان گردشگری، امتیاز کمتری به جاذبه گردشگری اختصاص می‌یابد. | X 8 | ۸- اثرات اقتصادی |
| به‌طور طبیعی هر اندازه مخاطرات طبیعی (سیل، زلزله، رانش زمین و...) یک مکان جاذب گردشگری، کمتر باشد، امتیاز بیشتر و با افزایش میزان مخاطرات طبیعی، امتیاز مکان جاذب گردشگری، کاهش می‌یابد. | X 9 | ۹- عدم مخاطرات طبیعی |

مأخذ: مطالعات کتابخانه‌ای نگارندگان، ۱۳۹۱.

منطقه مورد مطالعه

شهرستان روانسر در ۴۶ درجه و ۲۰ دقیقه تا ۴۶ درجه و ۵۳ دقیقه طول شرقی و ۳۴ درجه و ۳۲ دقیقه تا ۳۵ درجه عرض شمالی، واقع شده است. این شهرستان در ارتفاع متوسط ۱۳۸۰ متر از سطح دریا قرار گرفته و در فاصله ۶۰ کیلومتری غرب شهر کرمانشاه واقع شده است. این شهرستان تا سال ۱۳۸۳ از توابع شهرستان جوانرود بوده و در تقسیمات جدید کشوری در سال ۱۳۸۳ از شهرستان جوانرود جدا شد. این شهرستان از شرق و جنوب شرقی به کرمانشاه، از شمال شرقی به شهرستان کامیاران، از شمال به ارتفاعات شاهو، از غرب به شهرستان‌های پاوه و جوانرود و از جنوب بهشهر به استان دالاهو محدود می‌گردد. شهرستان روانسر در منطقه‌ای کوهپایه‌ای و دشتی قرار گرفته و دارای دو بخش (مرکزی و شاهو)، دو شهر (روانسر و شاهو) و شش دهستان (بدر، حسن‌آباد، دولت‌آباد، زالوآب، قوری‌قلعه و منصورآقایی) می‌باشد و طبق سرشماری ۱۳۸۵ در مجموع ۴۵۳۲۴ نفر جمعیت و ۱۲۰۲ کیلومتر مربع وسعت دارد (سالنامه آماری استان کرمانشاه، ۱۳۸۸).

جدول ۲. جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر

| جاذبه‌های طبیعی | جاذبه‌های تاریخی | جاذبه‌های فرهنگی |
|---|---|---|
| سراب روانسر غارقوری قلعه (بزرگ‌ترین غار آبی آسیا) غار کاوات (از بزرگ‌ترین غارهای آبی جهان) سراب جاوری غار مرکولیان غار مردالان کوه مرتفع شاهو | طاق فرهاد یا دخمه روانسر تپه موسایی تپه پیروزه قلعه فرج الله بیگ | زیارتگاه اویس قرن آداب و رسوم مردم منطقه |

مأخذ: مطالعات کتابخانه‌ای نگارندگان، ۱۳۹۱

شهرستان روانسر، مجموعه‌ای از جاذبه‌های گردشگری طبیعی، تاریخی و فرهنگی را دارا می‌باشد (جدول شماره ۲)؛ ولی با توجه به نظر کارشناسان محلی و همچنین مشاهده نگارندگان، فقط تعدادی از این جاذبه‌ها پتانسیل مناسبی برای جذب گردشگر را دارا می‌باشند که در ادامه به معرفی این جاذبه‌ها پرداخته شده است.

معرفی مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر

سراب روانسر

با ورود به شهر روانسر (دروازه منطقه اورامانات)، سراب روانسر با حجم آب فراوان، چشم هر بیننده‌ای را به خود، جلب می‌کند. این سراب از منتهی‌الیه ضلع شرقی کوه شاهو، بیرون زده و بخش عمده و مهمی از آب رودخانه قره‌سو را تشکیل می‌دهد (ولدبیگی، ۱۳۸۸: ۱۹). آب قابل شرب ساکنین شهر روانسر و بخش مهمی از آب کشاورزی دشت روانسر از این سراب، تأمین می‌گردد. نمای زیبا و محل آن (مرکز شهر)، آن را به یکی از

جاذبه‌های اکوتوریستی قابل توجه گردشگران تبدیل نموده است. اخیراً اطراف این چشمه اصلی بهسازی گردیده و تأسیسات مناسبی برای رفاه حال مسافران و گردشگران احداث شده است. این سراب، منشأ رودخانه قره‌سو را که در حدود ۹۰ کیلومتر در خاک استان کرمانشاه جاری است، تشکیل می‌دهد (افشارسیستانی، ۱۳۷۱: ۱۴۰). همچنین پتانسیل آبی سراب روانسر، امکان قایق سواری را برای گردشگران فراهم آورده است و احداث جاده گردشگری روی دامنه کوه مجاور سراب، زیبایی آن را دوچندان کرده است.

غار قوری قلعه (بزرگ‌ترین غار آبی آسیا)

غارها یکی از مهم‌ترین منابع ژئوتوریسمی به شمار می‌روند. غار نوردی، مورد توجه کسانی است که به دیدن مناظر زیبای طبیعی از جمله غارها و محیط طبیعی اطراف آن و حفاظت از مناظر زمین‌شناسی و کسب اطلاعات جدید درباره زمین و مردمی که بر روی آن زندگی می‌کنند، علاقمند هستند. غارها، منبع الهام گردشگران در ابعاد مختلف علمی، زیباشناسی، تفریح و فرهنگی می‌باشند که هر کدام طیف وسیعی از ارزش‌ها و زیبایی‌ها را در خود دارد (Kim & etl, 2008: 301). اثر طبیعی - ملی غار قوری قلعه در ارتفاع ۱۶۴۰ متری بر دامنه کوه شاهو واقع گردیده است.

این غار یکی از زیباترین غارهای کشور است که دوست‌داران طبیعت را به خود جلب نموده است. وجود استالاکمیت‌ها و استالاکتیت‌ها در آن، زیبایی‌اش را دوچندان کرده است. همچنین بزرگ‌ترین غار آبی خاورمیانه حساب می‌آید که در ۲۵ کیلومتری غرب شهرستان روانسر و در کنار محور ارتباطی روانسر - پاوه در شمال روستای «قوری قلعه» واقع شده است. دمای درون آن ۷ تا ۱۱ درجه است که در تمام فصول سال، ثابت است. رطوبت نسبی آن را ۸۹ درصد، اندازه‌گیری کرده‌اند و از زیباترین جاذبه‌های دیدنی شهرستان روانسر به حساب می‌آید. غار زیبا و اعجاب‌آور قوری قلعه، هفتمین اثر طبیعی - ملی ایران است که هر سال به ویژه در ایام نوروز، گردشگران بی‌شماری را از سراسر جهان به خود جذب می‌کند. در یک هزار متری آن، تالار بلور و در داخل تالار نیز حوضچه‌ای فوق‌العاده زیبا وجود دارد. تا حال کسی انتهای غار را کشف نکرده است، غارنوردان، طول تقریبی آن را ۱۳ کیلومتر تخمین زده‌اند. اثر طبیعی - ملی قوری قلعه، طی مصوبه شماره ۲۰۲ مورخ ۸۰/۷/۲۵ شورای عالی محیط زیست به مجموعه مناطق تحت مدیریت سازمان پیوست (کههریزی، ۱۳۸۸: ۳۱-۳۵).

غار کاوات (از بزرگ‌ترین غارهای آبی جهان)

غار کاوات از غارهای دیدنی و معروف استان کرمانشاه و شهرستان روانسر می‌باشد که در دامنه سلسله کوه‌های شاهو در نزدیکی روستای شبانکاره و در ۲ کیلومتری غار قوری قلعه واقع شده است. دهانه غار در ارتفاع ۱۵۵۰ متری از سطح دریا قرار دارد و فعلاً تأمین‌کننده بخش مهمی از آب شهرستان جوانرود می‌باشد

و به دلیل جلوگیری از آلودگی آب شرب شهر جوانرود در حال حاضر دیدن فضای داخلی غار برای گردشگران امکان‌پذیر نمی‌باشد؛ اما دیدن مدخل غار و حوالی آن، برای گردشگران خالی از لطف نیست. در اطراف غار نیز باغات مثمر ثمری قد علم کرده‌اند و سراب‌ها و چشمه‌های گوارایی، خروشان هستند که تفرجگاه بسیار جالبی برای گردشگران می‌باشد (باباخانزاده، ۱۳۸۹: ۸۰).

سراب جاوری

سراب جاوری در دامنه کوه ماه زرد و در ۳ کیلومتری ورودی شرقی شهر روانسر قرار دارد. این سراب با دبی ۳۵۸، نقش مهمی را در کشاورزی روستاهای مجاورش دارد و از نقاط مهم هدف گردشگران در سطح شهرستان است (مهندسیین مشاور تدبیر شهر، ۱۳۸۴: ۶۰۵). چشم‌انداز شگفت‌انگیز آن، داشتن پتانسیل ماهیگیری، ایفای نقش زیستگاه پرندگان مهاجر به ویژه در فصل زمستان، واقع شدن در مجاورت محور ارتباطی روانسر - کرمانشاه و تأسیس چند سالن پذیرایی در مجاورت آن از دلایل اصلی استقبال گردشگران از این جاذبه است و در اکوسیستم منطقه، نقش به‌سزایی را ایفا می‌نماید.

تاق فرهاد یا دخمه روانسر (گور صخره‌ای)

از دیگر جاذبه‌های مهم شهرستان روانسر، تاق فرهاد می‌باشد که در حدود ۲ کیلومتری شمال شرق شهر روانسر واقع شده است. این گور دخمه در جوار گورستان محل، به طرف شرق و ارتفاع ۳۵ متری از سطح قبرستان در سینی کوه، کنده شده است و شامل یک اتاقک کوچک که ورودی آن به سمت شرق و مشرف به رودخانه وشکه‌رو (خشک‌رود) و دشت‌های باشوکی است. نقش اهورامزدا، یک شخص روحانی و توده‌ای هیزم در سمت راست ورودی این دخمه دیده می‌شود. باستان‌شناسان این اثر را به دوره هخامنشی نسبت داده‌اند (ولدبیگی، ۱۳۸۸: ۲۷).

زیارتگاه اویس قرن

گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین گردشگری‌های گذشته و در حال حاضر در سراسر جهان است (مؤمنی و همکاران، ۱۳۷۸: ۱۴). جاذبه‌های اماکن مذهبی ایران که گره خوردگی تعالیم مذهبی با اندیشه و هنر و زندگی ایرانی را به نمایش می‌گذارد، هنوز جزو اولین اولویت‌های گردشگران خارجی برای سفر به ایران است. در کشورمان بیش از ۸۹۱۹ مکان مذهبی مقدس وجود دارد که از این تعداد، دست کم ۴۳۱۹ اثر در زمینه آثار ثبت شده و در فهرست میراث ملی قرار دارند که علاوه بر داشتن جاذبه زیارتی، دارای جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی هم هستند (تقوایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۱).

آرامگاه حضرت اویس قرنی که از صحابه بزرگ پیامبر (ص) است و بسیار مورد احترام پیامبر اکرم (ص)

بوده در مسیر جاده کرمانشاه - روانسر در فاصله ۳۵ کیلومتری شرق شهر روانسر واقع شده است و هر سال زائران بسیاری را از شهرهای دور و نزدیک به سوی خویش جذب می‌نماید که در بارگاه اویس به ذکر و مراسم عبادی خاص خویش می‌پردازند. بارگاه ویس به شکل بناهای دوره سلجوقی و بر ارتفاعات کوهی به نام (بیشه کوه) قرار گرفته است. در مورد احداث بنای مقبره ویس، اطلاع دقیقی در دست نیست. گویا عمر بنای آرامگاه از آغاز حکومت سلجوقیان است (طاهری، ۱۳۸۰: ۱۳۵) و با قدمت چندین صدساله از جاذبه‌های زیارتی - فرهنگی شهرستان روانسر است که در فهرست میراث ملی قرار دارد (مهندسین مشاور شهرسازان آذراندیش، ۱۳۸۷: ۱۴۳).

تپه موسایی

از آثار مهم دیگر شهرستان روانسر، تپه موسایی است که از او ایل دوره مس و سنگ (حدود ۷ هزار سال پیش) تا زمان‌های اخیر، محل سکونت انسان‌ها بوده است. این تپه باستانی در ۱ کیلومتری مرکز شهر روانسر و در ساحل شرقی سراب روانسر واقع شده است و به گفته اهالی، این تپه، محل ساختمان (عمارت) مالکین قدیمی و همچنین محل دفن اموات یهودیان شهرستان روانسر بوده است. تپه موسایی علاوه بر داشتن جاذبه باستانی - زمین‌شناسی، چشم‌انداز شگفت‌انگیزی به شهر روانسر بخشیده است. به طوری که گردشگران زیادی از این تپه دیدن می‌کنند (طاهری، ۱۳۸۰: ۱۳۸).

یافته‌های پژوهش

در این تحقیق جهت چگونگی کاربرد مدل و به منظور نمایش چگونگی مراحل انجام ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر، ۹ شاخص مؤثر در اولویت‌بندی مراکز جاذب گردشگری مورد استفاده قرار گرفته است و جهت تعیین وزن شاخص‌ها، محققان با تهیه پرسشنامه ویژه کارشناسان، نظرات ۳۰ نفر از کارشناسان مرتبط با گردشگری شهرستان را جویا شده و با استفاده از مدل ای.اچ.پی. وزن نهایی ۹ پارامتر تحقیق و محاسبه گردید و اوزان محاسبه شده در مدل تاپسیس جهت اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان به کار گرفته شد. جدول شماره (۲) اهمیت هر یک از شاخص‌ها را به تفکیک مکان‌های جذب گردشگر در مقیاس طیف لیکرت (۱-۷) نشان می‌دهد و وزن هر یک از شاخص‌ها نیز در جدول شماره (۴) و شکل شماره (۱) قابل مشاهده می‌باشد.

در جدول فوق، مکان‌های گردشگری و شاخص‌های ۹ گانه مورد بررسی، ارائه شده است. تفسیر این جدول بدین صورت است که ارتفاع هر یک از مکان‌های گردشگری نسبت به سطح دریا نیز ذکر شده است و در مورد دیگر شاخص‌ها از مشاهدات میدانی و پرسشگری از مسئولین مربوطه استفاده شده است.

جدول ۳. اهمیت هر یک از شاخص‌ها به تفکیک مکان‌های جذب گردشگر

| شاخص | X 1 | X 2 | X 3 | X 4 | X 5 | X 6 | X 7 | X 8 | X 9 |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| تپه موسایی | ۷ | ۱ | ۲ | ۱ | ۵ | ۲ | ۱ | ۲ | ۴ |
| زیارتگاه اویس قرن | ۱ | ۳ | ۴ | ۵ | ۱ | ۵ | ۵ | ۵ | ۵ |
| غار قوری قلعه | ۲ | ۷ | ۶ | ۶ | ۳ | ۷ | ۷ | ۷ | ۷ |
| غار کاوات | ۳ | ۵ | ۵ | ۳ | ۲ | ۶ | ۶ | ۴ | ۶ |
| سراب روانسر | ۶ | ۶ | ۷ | ۷ | ۷ | ۴ | ۴ | ۶ | ۳ |
| سراب جاوری | ۵ | ۴ | ۳ | ۴ | ۶ | ۳ | ۳ | ۳ | ۱ |
| تاق فرهاد | ۴ | ۲ | ۱ | ۲ | ۴ | ۱ | ۲ | ۱ | ۲ |

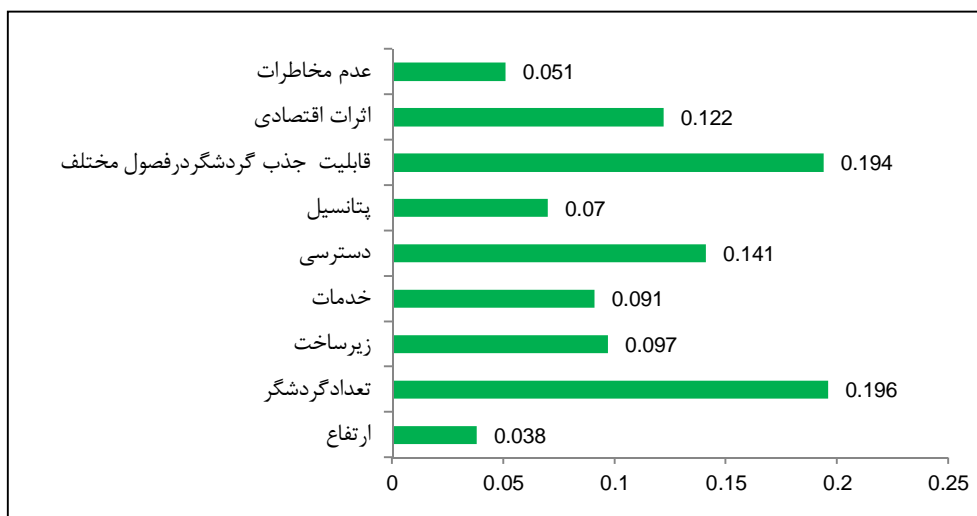
مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

در جدول شماره (۳)، هر یک از مکان‌های گردشگری و شاخص‌های آن‌ها بر اساس امتیاز تعلق گرفته (۱-۷)، نشان داده شده‌اند. به عنوان نمونه در شاخص تسهیلات و خدمات سراب روانسر، بیشترین امتیاز (۷) و تپه موسایی کمترین امتیاز (۱) را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول شماره ۴. وزن نهایی هر یک از شاخص‌های تحقیق با استفاده از مدل ای.اچ.پی.

| شاخص | X 1 | X 2 | X 3 | X 4 | X 5 | X 6 | X 7 | X 8 | X 9 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|
| وزن | ۰/۰۳۸ | ۰/۱۹۶ | ۰/۰۹۷ | ۰/۰۹۱ | ۰/۱۴۱ | ۰/۰۷ | ۰/۱۹۴ | ۰/۱۲۲ | ۰/۰۵۱ |

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱



شکل ۱. وزن نهایی شاخص‌های پژوهش با استفاده از مدل ای.اچ.پی.

در جدول و شکل فوق، وزن نهایی هر یک از شاخص‌های تحقیق با استفاده از مدل ای.اچ.پی.، محاسبه گردید. طبق جدول و نمودار فوق، شاخص تعداد گردشگران بیشترین وزن (۰/۱۹۶) و شاخص ارتفاع قرارگیری از سطح دریا (۰/۰۳۸) کمترین وزن را دارا می‌باشند. بنا بر داده‌های فوق در مراحل هشت‌گانه مدل تاپسیس خواهیم داشت:

مرحله اول: تشکیل ماتریس (A_{ij}) - در این مرحله جهت استفاده از تکنیک تاپسیس، باید ماتریس داده‌ها (داده‌های جدول شماره ۲) را بر اساس n آلترناتیو و k شاخص تشکیل دهیم:

$$A_{ij} = \begin{matrix} & ۷ & ۱ & ۲ & ۱ & ۵ & ۲ & ۱ & ۲ & ۴ \\ ۱ & ۱ & ۳ & ۴ & ۵ & ۱ & ۵ & ۵ & ۵ & ۵ \\ ۲ & ۲ & ۷ & ۶ & ۶ & ۳ & ۷ & ۷ & ۷ & ۷ \\ ۳ & ۳ & ۵ & ۵ & ۳ & ۲ & ۶ & ۶ & ۴ & ۶ \\ ۴ & ۶ & ۶ & ۷ & ۷ & ۷ & ۴ & ۴ & ۶ & ۳ \\ ۵ & ۵ & ۴ & ۳ & ۴ & ۶ & ۳ & ۳ & ۳ & ۱ \\ ۶ & ۴ & ۲ & ۱ & ۲ & ۴ & ۱ & ۲ & ۱ & ۲ \end{matrix}$$

مرحله دوم: استاندارد نمودن داده‌ها و تشکیل ماتریس استاندارد - در این مرحله، جدول شماره (۳) پس از تکمیل به صورت ماتریس ۷×۹ (A_{ij}) ، از طریق رابطه شماره ۱ استاندارد شده و ماتریس (R) را تشکیل می‌دهد (به عبارتی ماتریس R ، استاندارد شده ماتریس (A_{ij}) از طریق فرمول r_{ij} است).

$$r_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sqrt{\sum_{k=1}^m a_{kj}^2}}$$

رابطه (۱)

$$R_1 = \frac{۷}{\sqrt{۷^2 + ۱^2 + ۲^2 + ۳^2 + ۶^2 + ۵^2 + ۴^2}} = ۰.۵۹۲$$

$$R_{ij} = \begin{matrix} & ۰/۵۹۲ & ۰/۰۸۵ & ۰/۱۶۹ & ۰/۰۸۵ & ۰/۴۲۳ & ۰/۱۶۹ & ۰/۰۸۵ & ۰/۱۶۹ & ۰/۳۳۸ \\ & ۰/۰۸۵ & ۰/۲۵۴ & ۰/۳۳۸ & ۰/۴۲۳ & ۰/۰۸۵ & ۰/۴۲۳ & ۰/۴۲۳ & ۰/۴۲۳ & ۰/۴۲۳ \\ ۰/۱۶۹ & ۰/۵۹۲ & ۰/۵۰۷ & ۰/۵۰۷ & ۰/۲۵۴ & ۰/۵۹۲ & ۰/۵۹۲ & ۰/۵۹۲ & ۰/۵۹۲ & ۰/۵۹۲ \\ ۰/۲۵۴ & ۰/۴۲۳ & ۰/۴۲۳ & ۰/۲۵۴ & ۰/۱۶۹ & ۰/۵۰۷ & ۰/۵۰۷ & ۰/۳۳۸ & ۰/۵۰۷ & ۰/۵۰۷ \\ ۰/۵۰۷ & ۰/۵۰۷ & ۰/۵۹۲ & ۰/۵۹۲ & ۰/۵۹۲ & ۰/۳۳۸ & ۰/۳۳۸ & ۰/۵۰۷ & ۰/۲۵۴ & ۰/۲۵۴ \\ ۰/۴۲۳ & ۰/۳۳۸ & ۰/۲۵۴ & ۰/۳۳۸ & ۰/۵۰۷ & ۰/۲۵۴ & ۰/۲۵۴ & ۰/۲۵۴ & ۰/۰۸۵ & ۰/۰۸۵ \\ ۰/۳۳۸ & ۰/۱۶۹ & ۰/۰۸۵ & ۰/۱۶۹ & ۰/۳۳۸ & ۰/۰۸۵ & ۰/۱۶۹ & ۰/۰۸۵ & ۰/۱۶۹ & ۰/۱۶۹ \end{matrix}$$

مرحله سوم: تعیین وزن هر یک از شاخص‌های (w_i) بر اساس رابطه ۲

$$\sum_{i=1}^n w_i = 1 \quad \text{رابطه ۲}$$

در این مرحله، اقدام به تشکیل ماتریس (V) می‌شود. در واقع ماتریس (V) حاصل ضرب مقادیر استاندارد هر شاخص در وزن مربوط به خود می‌باشد (یعنی ماتریس R ضربدر جدول شماره (۳) یا شکل شماره (۱) (وزن هر کدام از شاخص‌ها) در این راستا شاخص‌های دارای اهمیت بیشتر از وزن بالاتری نیز برخوردارند.

| | | | | | | | | | |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| $Min =$ | ۰/۰۲۲ | ۰/۰۱۷ | ۰/۰۱۶ | ۰/۰۰۸ | ۰/۰۶۰ | ۰/۰۱۲ | ۰/۰۱۶ | ۰/۰۲۱ | ۰/۰۱۷ |
| | ۰/۰۰۳ | ۰/۰۵۰ | ۰/۰۳۳ | ۰/۰۳۸ | ۰/۰۱۲ | ۰/۰۳۰ | ۰/۰۵۲ | ۰/۰۵۲ | ۰/۰۲۲ |
| | ۰/۰۰۶ | ۰/۱۱۶ | ۰/۰۴۹ | ۰/۰۴۶ | ۰/۰۳۶ | ۰/۰۴۱ | ۰/۱۱۵ | ۰/۰۷۲ | ۰/۰۳۰ |
| | ۰/۰۱۰ | ۰/۰۸۳ | ۰/۰۴۱ | ۰/۰۲۳ | ۰/۰۲۴ | ۰/۰۳۵ | ۰/۰۹۸ | ۰/۰۴۱ | ۰/۰۲۶ |
| $V =$ | ۰/۰۱۹ | ۰/۰۹۹ | ۰/۰۵۷ | ۰/۰۵۴ | ۰/۰۸۳ | ۰/۰۲۴ | ۰/۰۶۶ | ۰/۰۶۲ | ۰/۰۱۳ |
| | ۰/۰۱۶ | ۰/۰۶۶ | ۰/۰۲۵ | ۰/۰۳۱ | ۰/۰۷۲ | ۰/۰۱۸ | ۰/۰۴۹ | ۰/۰۳۱ | ۰/۰۰۴ |
| | ۰/۰۱۳ | ۰/۰۳۳ | ۰/۰۰۸ | ۰/۰۱۵ | ۰/۰۴۸ | ۰/۰۰۶ | ۰/۰۳۳ | ۰/۰۱۰ | ۰/۰۰۹ |
| | ۰/۰۰۳ | ۰/۰۱۷ | ۰/۰۰۸ | ۰/۰۰۸ | ۰/۰۱۲ | ۰/۰۰۶ | ۰/۰۱۶ | ۰/۰۱۰ | ۰/۰۰۴ |
| $Min =$ | ۰/۰۲۲ | ۰/۱۱۶ | ۰/۰۵۷ | ۰/۰۵۴ | ۰/۰۸۳ | ۰/۰۴۱ | ۰/۱۱۵ | ۰/۰۷۲ | ۰/۰۳۰ |

مرحله چهارم - تعیین فاصله i مین آلترناتیو از آلترناتیو ایده‌آل (بالاترین عملکرد هر شاخص) که در ماتریس فوق در هر ستون با در برابر گزینه MAX مشخص شده‌اند و همچنین در فرمول (A^*) نشان داده شده است.

$$A^* = \{(\max_i v_{ij} | j \in J_1), (\min v_{ij} | j \in J)\} \quad \text{رابطه ۳}$$

$$A^* = ۰/۰۲۲, ۰/۱۱۶, ۰/۰۵۴, ۰/۰۸۳, ۰/۰۴۱, ۰/۱۱۵, ۰/۰۷۲, ۰/۰۳۰$$

مرحله پنجم - تعیین فاصله i مین آلترناتیو حداقل (پایین‌ترین عملکرد هر شاخص) که هم در ماتریس V در برابر گزینه MIN و هم در فرمول (A^-) نشان داده شده است.

$$A^- = \{(\min_i v_{ij} | j \in J_1), (\max v_{ij} | j \in J)\} \quad \text{رابطه ۴}$$

$$A^- = ۰/۰۰۳, ۰/۰۱۷, ۰/۰۰۸, ۰/۰۰۸, ۰/۰۱۲, ۰/۰۰۶, ۰/۰۱۶, ۰/۰۱۰, ۰/۰۰۴$$

مرحله ششم: تعیین معیار فاصله‌ای برای آلترناتیو ایده‌آل (S_i^*) و آلترناتیو حداقل (S_i^-).

در این مرحله از طریق روابط روبه‌رو معیار فاصله‌ای برای آلترناتیو ایده‌آل (S_i^*) و آلترناتیو حداقل (S_i^-) می‌سازیم. حاصل این روابط در جدول شماره (۵) نشان داده شده است.

$$S_i^* = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^*)^2}$$

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2}$$

رابطه ۵)

جدول ۵. آلترناتیو ایده آل (S_i^*) و آلترناتیو حداقل (S_i^-) به تفکیک جاذبه‌ها

| | | | | | | |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| $S_1^* = 0/166$ | $S_2^* = 0/111$ | $S_3^* = 0/052$ | $S_4^* = 0/085$ | $S_5^* = 0/059$ | $S_6^* = 0/107$ | $S_7^* = 0/156$ |
| $S_1^- = 0/055$ | $S_2^- = 0/098$ | $S_3^- = 0/170$ | $S_4^- = 0/122$ | $S_5^- = 0/149$ | $S_6^- = 0/093$ | $S_7^- = 0/045$ |

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۱.

مرحله هفتم: در این مرحله از طریق رابطه $C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^*}$ ضریب (C_i^*) را برای هر کدام از جاذبه‌های گردشگری محاسبه کنیم که نتایج آن در جدول شماره (۵) مشهود می‌باشد.

مرحله هشتم: رتبه‌بندی آلترناتیوها بر اساس میزان C_i^* . این میزان بین صفر و یک، در نوسان است (جدول ۶). در این راستا $C_i^* = 1$ نشان دهنده بالاترین رتبه و $C_i^* = 0$ نیز نشان دهنده کمترین رتبه است.

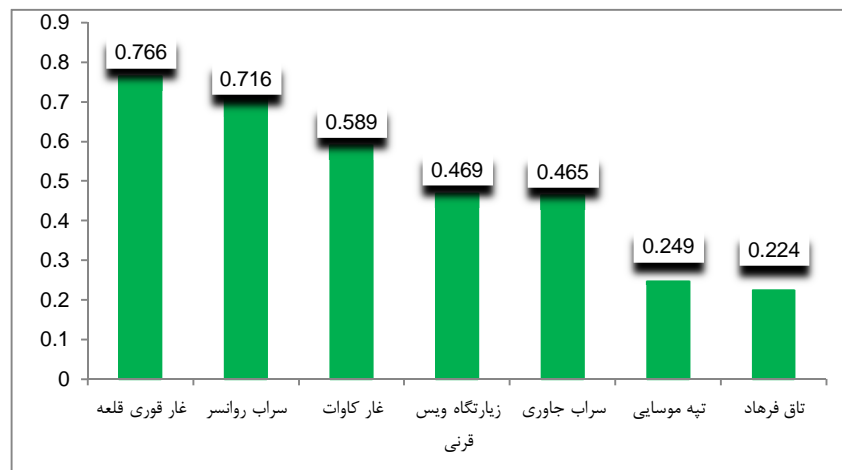
جدول ۶. امتیاز و رتبه نهایی جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر

| رتبه | امتیاز (C_i^*) | نام جاذبه گردشگری |
|------|--------------------|-------------------|
| ۶ | ۰/۲۴۹ | تپه موسایی |
| ۴ | ۰/۴۶۹ | زیارتگاه اویس قرن |
| ۱ | ۰/۷۶۶ | غار قوری قلعه |
| ۳ | ۰/۵۸۹ | غار کاوات |
| ۲ | ۰/۷۱۶ | سراب روانسر |
| ۵ | ۰/۴۶۵ | سراب جاوری |
| ۷ | ۰/۲۲۴ | طاق فرهاد |

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۱.

با توجه به نتایج نهایی تکنیک تاپسیس که در جدول فوق نمایش داده شده است، غار قوری قلعه با توجه به شاخص‌های ۹ گانه مورد استفاده، با کسب امتیاز ۰/۷۶۶، بالاترین رتبه را کسب نموده و اولویت اول گردشگری شهرستان روانسر را به خود اختصاص داده و سراب روانسر و غار کاوات به ترتیب با امتیازهای ۰/۷۱۶ و ۰/۵۸۹ اولویت‌های دوم و سوم را به خود اختصاص داده‌اند. زیارتگاه اویس قرنی، سراب جاوری، تپه موسایی و تاق فرهاد به ترتیب با امتیازهای ۰/۴۶۹، ۰/۴۶۵، ۰/۲۴۹ و ۰/۲۲۴ رتبه‌های چهارم تا هفتم را به

خود اختصاص داده‌اند. امتیازات هر یک از جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر با استفاده از نتایج نهایی مدل تاپسیس را می‌توان در شکل شماره (۲) ملاحظه کرد که در آن بزرگ‌ترین ستون، متعلق به غارقوری قلعه (اولویت اول) و کوچک‌ترین ستون، به تاق فرهاد (اولویت آخر) تعلق گرفته است.



شکل ۲. امتیاز نهایی جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱)

بحث و نتیجه‌گیری

ویژگی‌های جغرافیایی و انسانی شهرستان روانسر سبب شده که جاذبه‌های گردشگری این شهرستان از لحاظ محل قرارگیری، دسترسی، امکانات رفاهی و سایر شاخص‌های دیگر در یک سطح نباشند. محققان در این تحقیق با استفاده از الگوریتم تاپسیس به اولویت‌بندی مکان‌هایی با اهمیت بالای گردشگری شهرستان روانسر اقدام کردند. در این راستا ابتدا با توجه به نظر کارشناسان محلی و همچنین مشاهده نگارندگان، مکان‌هایی که در شهرستان روانسر، پتانسیل لازم برای جذب گردشگر را داشته، انتخاب شده‌اند و سپس با توجه به شاخص‌های مورد تأیید کارشناسان، جهت اولویت‌بندی این مکان‌های منتخب، اقدام شده است که وزن هر یک از این شاخص‌ها در قالب مدل ای.اچ.پی. توسط ۳۰ نفر از کارشناسان شهرستان روانسر تعیین گردیده است.

در نهایت مطابق جدول شماره (۵) و همچنین شکل شماره (۲)، غار قوری قلعه با کسب امتیاز ۰/۷۶۶ و سراب روانسر با امتیاز ۰/۷۱۶ در میان مکان‌های هفت‌گانه شهرستان روانسر، به ترتیب جایگاه اول و دوم را کسب کرده‌اند و مکان‌های گردشگری تپه موسایی با کسب امتیاز ۰/۲۴۹ و گور دخمه فرهاد با کسب امتیاز ۰/۲۲۴ به ترتیب در اولویت ششم و هفتم قرار گرفته‌اند؛ لذا با توجه به نتایج این پژوهش، اگر نقاط ضعف مکان‌هایی که در اولویت‌بندی جایگاه ضعیفی دارند، رفع شود و همچنین تقویت پتانسیل‌های مکان‌های هفت‌گانه صورت گیرد، گردشگرانی که این شهرستان را برای سفر انتخاب می‌کنند، علاوه بر رضایت‌مندی

بیشتر از جاذبه‌های شهرستان، مدت بیشتری را برای اقامت در این شهرستان در نظر می‌گیرند، تا از کل جاذبه‌های گردشگری دیدار کنند که این امر توسعه گردشگری و به دنبال آن توسعه اقتصادی منطقه را به دنبال دارد.

پیشنهادها

جهت توسعه گردشگری شهرستان با توجه به یافته‌های تحقیق و مشخص شدن اولویت هر یک از جاذبه‌ها برای گردشگران، پیشنهادات زیر، ابتدا به صورت کلی و سپس به تفکیک برای هر یک از جاذبه‌ها توسط محققان ارائه می‌گردد:

پیشنهادهای کلی برای تمامی جاذبه‌ها

- از لحاظ وضعیت دسترسی، تمام جاذبه‌ها نیاز مبرم به نوسازی و ارتقای کیفیت از لحاظ نوع جاده، کیفیت آسفالت، روشنایی و عرض جاده می‌باشند.
- تمامی جاذبه‌ها از لحاظ کیفیت پارکینگ یا فاقد پارکینگ می‌باشند و یا در صورت وجود، بی کیفیت و ناکافی بوده و مکان‌یابی اصولی، صورت نگرفته است.
- با توجه به اینکه تمامی جاذبه‌ها حداکثر فاصله‌ای که با شهر روانسر دارند، از لحاظ زمانی کمتر از یک ساعت می‌باشد؛ لذا پیشنهاد می‌گردد جهت صرفه‌جویی در هزینه‌ها، مسافرخانه‌هایی جهت اقامت گردشگران در خود شهر روانسر احداث گردد.

پیشنهادهای جزئی به تفکیک هر یک از جاذبه‌های منتخب

قوری قلعه

- با توجه به طول ۱۳ کیلومتری غار، حدود ۱۰ درصد آن، در معرض دید گردشگران قرار گرفته، می‌توان با اقدامات کوتاه مدت و میان مدت، بقیه غار را جهت بازدید گردشگران آماده ساخت.
- استفاده از ویژگی‌های توپوگرافی و ژئومورفولوژیکی اطراف غار، جهت راه‌اندازی تورهای ورزشی، مانند کوهنوردی و صخره‌نوردی.
- برگرداندن آثار کشف شده در غار و احداث مکانی به عنوان موزه در مجاورت غار.

سراب روانسر

- تجهیز و توسعه پارک سراب.
- استفاده‌های متنوع از پتانسیل آبی سراب، جهت فعالیت‌های ورزشی، ماهیگیری، قایقرانی و...
- ساماندهی و اسکان مناسب فروشندگان دوره‌گرد اطراف سراب.

- عرضه محصولات و فرآورده‌های محلی از جمله روغن حیوانی، غلات و فرآورده‌های لبنی.
- نوسازی سنگفرش‌ها و آلاچیق‌ها و سکوه‌های مجاور سراب.

غار کاوات

- بهسازی فضای اطراف غار.
- استفاده از ویژگی‌های توپوگرافی و ژئومورفولوژیکی اطراف غار، جهت راه‌اندازی تورهای ورزشی، مانند کوهنوردی و صخره‌نوردی.

زیارتگاه اویس قرن

- احداث تله کابین با توجه به وضعیت توپوگرافی بیشه کوه.
- بهسازی و نوسازی فضای مجاور مقبره.
- افزایش خدمات و امکانات رفاهی از جمله مهمانسراها و مسافرخانه‌ها.

سراب جاوری

- افزایش امکانات رفاهی در مجاورت سراب از جمله احداث مسافرخانه، هتل و...
- استفاده از پتانسیل آبی سراب از جمله قایقرانی، ماهیگیری و...
- بهسازی و نوسازی بافت قدیمی اطراف سراب.

تپه موسایی

- زهکشی آب‌های مجاور تپه.
- احداث سایه‌بان و سکوهایی با استفاده از مصالح بومی در مجاورت تپه.
- تبلیغات بیشتر در جهت معرفی قدمت و پیشینه تپه.

گوردخمه فرهاد

- تبلیغات بیشتر جهت شناساندن و معرفی قدمت و پیشینه گوردخمه به گردشگران.
- نظافت و پاک کردن گوردخمه و فضای مجاور آن از هرگونه موردی که عامل دافعه‌ای برای گردشگران است.

منابع

- افشار سیستانی، ایرج. ۱۳۷۱، **کرمانشاه و تمدن دیرینه آن**، چاپ اول، انتشارات زرین، تهران.
- باباخانزاده، ادریس. ۱۳۸۹، **بررسی جاذبه‌های گردشگری منطقه اورامانات و نقش آن در تحولات منطقه**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: اصغر ضرابی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه اصفهان.

- بیگ محمدی، حسن. ۱۳۸۶، **اصفهان و گردشگری**، انتشارات سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری اصفهان، اصفهان.
- تاج علی، معصومه (۱۳۸۵)، **بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در جمهوری اسلامی ایران**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: فاطمه بزازان، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهرا.
- تقوایی، مسعود و موسوی، سیدعلی و غلامی بيمرغ، یونس. ۱۳۸۹، **تحلیلی بر توسعه گردشگری مذهبی (مطالعه موردی شهرستان نورآباد ممسنی)**، فضای جغرافیایی، سال دهم، شماره ۳۱، صص ۳۹-۶۴.
- جواهری، حمید. ۱۳۸۲، **محدودیت‌های استفاده از ضریب تکاثری جهانگردی توسط تصمیم‌گیران**، سمینار بررسی سیاست‌ها و برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، چاپ اول، سازمان ایرانگردی و جهانگردی، تهران.
- حدادی‌نیا، سمیه. ۱۳۸۷، **پهنه‌بندی گردشگری متکی به طبیعت، مبتنی بر معیارهای زیست محیطی (شهرستان خاتم، استان قم)**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: افشین دانه‌کار، گروه شیلات و محیط زیست، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه تهران.
- حیدری‌چیان، رحیم. ۱۳۸۷، **مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری**، انتشارات سمت، تهران.
- دیبايي، پرویز (۱۳۷۱)، **شناخت جهانگردی**، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- رنجبر، محمود. ۱۳۹۰، **ارزیابی و اولویت‌بندی مناطق نمونه گردشگری (مطالعه موردی استان چهارمحال و بختیاری)**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: داریوش رحیمی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه اصفهان.
- رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد. ۱۳۸۵، **شناخت گردشگری**، چاپ دوم، انتشارات چهارباغ، اصفهان.
- زنگی‌آبادی، علی، محمدی، جمال، زیرکباش، دیبا. ۱۳۸۵، **تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان**، جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۸، صص ۱۵۸-۱۳۱.
- زیاری، کرامت‌الله. ۱۳۸۸، **اصول و روش‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای**، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- سالنامه آماری استان کرمانشاه (۱۳۸۸).
- سبحانی، بهروز. ۱۳۸۷، **امکان‌سنجی نواحی اکوتوریسم در محیط GIS مطالعه موردی: استان اردبیل**، طرح تحقیقاتی، دانشگاه محقق اردبیل، اردبیل.
- سبکبار، حسنعلی، باغیانی، حمیدرضا و نورانی، حمیده. ۱۳۹۰، **نقش گردشگری جنگ در ارتقای کیفیت زندگی ساکنان شهری مناطق جنگی استان خوزستان با استفاده از مدل تاپسیس**، مجله علمی تخصصی برنامه‌ریزی فضایی، سال اول، شماره دوم، صص ۸۳-۹۴.

شماعی، علی و موسی‌وند، جعفر. ۱۳۹۰، سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل تاپسیس و ای.اچ.پی.، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، شماره ۵۸-۴۶، صص ۲۳-۴۰.

صبری، سیروس و فلاح، مهرزاد. ۱۳۸۶، طراحی نوین ساختار گردشگری در روستا - شهر، نمونه موردی روستا شهر فرخزاد، فصلنامه تخصصی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، شماره ۱۲۰، صص ۵۸-۴۶.

طاهری، کمال. ۱۳۸۰، روانسر، باستان‌شناسی، زمین‌شناسی، جغرافیا و فرهنگ، انتشارات طاق بستان، کرمانشاه. فاضل‌نیا، غریب و صلاح هدایت. ۱۳۸۹، راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زریبار، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۱۹، صص ۱۷۰-۱۴۵.

کاظمی، مهدی. ۱۳۸۶، مدیریت گردشگری، چاپ دوم، انتشارات سمت، تهران.

کهزیزی، شمس. ۱۳۸۸، قوری قلعه تلالوی زیبایی در آفرینش، مجله رشد آموزش زمین‌شناسی، شماره ۵۷، صص ۳۱-۳۵.

محمود زاده، احمد. ۱۳۸۸، نقش عوامل اقتصادی در صنعت جهانگردی، سمینار بررسی سیاست‌ها و برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، چاپ اول، سازمان ایران گردی و جهانگردی، تهران.

مرادی، نصرت. ۱۳۹۰، بررسی و تحلیل جاذبه‌ها و پتانسیل‌های اکوتوریستی شهرستان ارومیه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: سید اسکندر صیدایی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان.

مومنی، مصطفی و صرافی، مظفر و قاسمی خوزانی، محمد. ۱۳۷۸، ساختار گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان شهر مشهد، مجله جغرافیا و توسعه، سال ششم، شماره پیاپی ۱۱، صص ۱-۲۵.

مهندسین مشاور تدبیر شهر. ۱۳۸۴، طرح جامع توسعه گردشگری استان کرمانشاه، مرحله اول (وضع موجود) جلد اول، کرمانشاه.

مهندسین مشاور شهرسازان آذراندیش. ۱۳۸۷، طرح توسعه و عمران (جامع) شهر روانسر، مرحله اول (وضع موجود) جلد اول، روانسر.

میرزایی، رحمت. ۱۳۸۸، تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه، فصلنامه روستا و توسعه، شماره ۴، صص ۴۹-۷۶.

ولدبیگی، برهان‌الدین. ۱۳۸۸، نگاهی به جاذبه‌های گردشگری اورامان، چاپ دوم، نشر احسان، تهران.

Adabowa Aidoo, A., 2009, **A Critical Assessment Of Tourism As a Development Strategy In Ghana:With Particular Emphasis On The Opportunities And Dilemmas Of**

Ecotourism And Cultural Tourism. A dissertation submitted to the Faculty of the University of Delaware in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Urban Affairs and Public Policy.

- Asadi, R. and Daryaei, M., 2011, **Strategies for Development of Iran Health Tourism**, European Journal of Social Sciences, Volume 23, Number 3.pp:329-344.
- Asadi, R., 2011,**Strategies for Development of Iran Cultural Tourism**, Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 5(8) : 1021-1034.
- Black, R., Crabtree, A., 2007, **Quality assurance and certification in ecotourism**.CAB International.
- Elliott, Jams., 1997, **Tourism: Politics and Public sector management**, London: Routledge.
- F.Theobald,W., 2005,**Global Tourism**.Elsevier ButterworthHeinemann.
- Higgins, F., 2006, More **than an "industry": The forgotten power of tourism as a social force**. Tourism Management 27, 1192–1208.
- Holden, A., 2008, **Environment and Tourism**. New York: Routledge.
- Kim, S., etl. (2008). **Cave Tourism: Tourists' Characteristics , Motivations to Visit and the Segmentation of Their Behavior**, Asia Pacific Journal of Tourism Research, Vol.
- Tribe, J, 2009, **Philosophical Issues in Tourism**, Channel View Publications, Great Britain.
- Tsai,Wen-Hsien, M Marques, C Monteiro., 2010, **Anintegrated approach for selecting corporate social. responsibility programs and costs evaluation in the international tourist hotel**, International Journal of Hospitality Management, 29 PP. 385-398.