

## اولویت‌بندی قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه بر اساس پتانسیل مناطق نمونه‌ی

### گردشگری با استفاده از روش تصمیم‌گیری چند معیاره‌ی تاپسیس

غلامرضا نوری - استادیار دانشکده‌ی جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه سیستان و بلوچستان  
صمد فتوحی - استادیار دانشکده‌ی جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه سیستان و بلوچستان  
زهرا تقی‌زاده\* - دانشجوی کارشناس ارشد، جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، دانشگاه سیستان و بلوچستان

پذیرش مقاله: ۱۳۹۱/۰۱/۲۹ تأیید نهایی: ۱۳۹۱/۰۴/۰۸

#### چکیده

مناطق نمونه‌ی گردشگری، زیرمجموعه‌ی قطب‌های گردشگری و یکی از مهم‌ترین مباحث مهم مطرح شده در صنعت گردشگری هستند. توسعه‌ی مناطق نمونه‌ی گردشگری، توسعه‌ی قطب‌های گردشگری را به دنبال دارد و سبب رونق گردشگری یک قطب گردشگری می‌شوند. پژوهش پیش رو، از دسته پژوهش‌های کاربردی - توسعه‌ای است که با هدف رتبه‌بندی قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه انجام پذیرفته است. روش پژوهش توصیفی - تحلیلی و پیمایشی و ابزار پژوهش، پرسش‌نامه است که با استفاده از روش دلفی، ۱۰ شاخص برای مناطق نمونه ارزیابی و سپس با پیمایش داده‌های حاصل از پرسش‌نامه در روش تاپسیس، قطب‌های گردشگری اولویت‌بندی شده‌اند. بر این اساس، مناطق نمونه‌ی گردشگری تحت پوشش قطب کرمانشاه با میزان  $SL_1^+ = 0/9448$  نسبت به دیگر مناطق در سطح بسیار خوب، مناطق نمونه‌ی قطب اورامانات با امتیاز  $0/42981$  در رتبه‌ی دوم و در سطح متوسط و سایر مناطق در سطوح بعدی ارزیابی شده‌اند. نتایج پژوهش از یک سو سهم مهمی در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی دارد و از سوی دیگر، به سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری و به گردشگران در انتخاب مقاصد گردشگری کمک خواهد کرد.

کلیدواژه‌ها: قطب گردشگری، مناطق نمونه‌ی گردشگری، روش تصمیم‌گیری چند معیاره، استان کرمانشاه.

## مقدمه

صنعت گردشگری یکی از پدیده‌های قرن حاضر است که بعد از صنعت نفت و خودروسازی، سومین صنعت مهم جهان شمرده می‌شود و علاوه بر فقرزدایی، عدالت‌گستری و اشتغال‌زایی، درآمد بالایی را ایجاد کرده است (یاوری و همکاران، ۱۳۸۹)، به‌گونه‌ای که سازمان گردشگری در بیانیه‌ی مانیل، گردشگری را نیاز اساسی در هزاره‌ی سوم معرفی کرده است (تقوایی و صفراآبادی، ۱۳۹۰) و پیش‌بینی می‌شود که در سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران به ۱/۵ میلیارد برسد (Shaw & Williams, 2004). این امر نیازمند وجود مدیریت تخصصی برای درک همه ظرفیت‌های آن است (Weaver, 2006). به‌گفته‌ای این فعالیت در چند دهه‌ی اخیر، سهم عمده‌ای در توسعه‌ی منطقه‌ای و ناحیه‌ای کشورها داشته است (شماعی و موسی‌وند، ۱۳۹۰). اغلب کشورهایی که از این مزیت به‌لحاظ موقعیت مکانی و داشته‌های طبیعی و فرهنگی برخوردارند، آن را در برنامه‌های توسعه‌ی ملی خود گنجانده‌اند تا از این طریق بتوانند فرآیند توسعه‌ی ملی خود را تکامل بخشند (ضرغام و حاجی محمد امینی، ۱۳۹۰). بر این اساس برای تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، توسعه‌ی صنعت گردشگری در کشور اهمیت شایانی دارد؛ چرا که ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری، جزء ده کشور برتر جهان و از حیث تمدنی، در دسته‌ی پنج کشور تمدنی جهان قرار دارد. این امر نشان‌دهنده‌ی جاذبه‌های متنوع و منحصر به فرد تاریخی، مذهبی، فرهنگی و طبیعی کشور است (طیبی و همکاران، ۱۳۸۶). بر اساس آخرین آماری که سازمان میراث فرهنگی و گردشگری ایران در سال ۱۳۸۹ اعلام کرده است، تنها تعداد ۳ میلیون و ۱۲۱ هزار و ۲۸۱ گردشگر وارد کشور شده است و در بین ۱۸۵ کشور، رتبه‌ی ۱۳۳ را به‌دست آورده است (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۹۰). این در حالی است که براساس سند چشم‌انداز در افق ۱۴۰۴، جذب گردشگر در ایران باید ۱/۵ درصد و درآمد آن، ۲ درصد رشد داشته و پذیرای ۲۰ میلیون گردشگر با درآمدی حدود ۲۵ میلیارد دلار باشد (قلی‌زاده، ۱۳۸۹). بنابراین باید توجه کرد که توسعه و بالندگی این صنعت در کشور، سبب ترکیب و به‌کارگیری همزمان منابع داخلی و خارجی، منابع اجتماعی، اقتصادی، اثرات زیست‌محیطی و فرهنگی می‌شود و با فراهم آوردن فرصتی راهبردی، به اقتصاد محلی تنوع بخشیده، موجب اشتغال‌زایی، ایجاد درآمد و افزایش ارزش منابع وارد شونده به محیط محلی می‌شود (صفاخواه، ۱۳۸۹). با این دیدگاه یکی از مباحث مهم و اساسی در برنامه‌ریزی گردشگری، تعیین جایگاه و وضعیت موجود این صنعت در یک منطقه است (Jamrozy, 2007). این امر با ارزیابی مناطق گردشگری و شناسایی مناطق مستعد امکان‌پذیر است؛ چرا که این مرحله می‌تواند خط‌مشی توسعه و برنامه‌های آینده‌ی گردشگری را ترسیم کند (Nelson et al., 2002). از این رو با توجه به مسائل

مطرح شده در زمینه‌ی گردشگری، یکی از طرح‌های ایجاد شده در کشور، تلاش برای شناسایی مناطق مستعد گردشگری و برنامه‌ریزی و ایجاد مناطق نمونه‌ی گردشگری بوده است که بر اساس امکان‌سنجی‌های انجام گرفته در کشور، بیش از ۱۰۰۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری شناسایی شده است که سهم استان کرمانشاه ۵۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری است که با توسعه‌ی این مناطق، می‌توان شاهد توسعه‌ی گردشگری در استان باشیم. بنابراین پژوهش حاضر بر آن است تا بر اساس توان ۵۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری در استان با توجه به شاخص‌های تعیین شده و روش تصمیم‌گیری چند معیاره تاپسیس قطب‌های گردشگری آن را اولویت‌بندی و توان گردشگری این قطب‌ها را ارزیابی کند. این رتبه‌بندی می‌تواند از یک سو به گردشگران برای انتخاب مقاصد گردشگری و از سوی دیگر، به برنامه‌ریزان گردشگری و مدیریت‌های مرتبط در این زمینه و سرمایه‌گذاران گردشگری کمک شایانی کند.

### پیشینه‌ی پژوهش

نگاهی به پژوهش‌های انجام شده در زمینه‌ی گردشگری، نشان می‌دهد بحث مناطق نمونه‌ی گردشگری و تأثیر این مناطق از ابعاد تازه‌ی گردشگری است. در ادامه به برخی از مطالعات خارجی در این زمینه اشاره می‌شود:

بوکلی (۱۹۹۹) در پژوهشی برای هر منطقه‌ی جغرافیایی، ظرفیت بُرد گردشگری تعریف کرده و به رتبه‌بندی مناطق بر اساس ظرفیت برد می‌پردازد (Papageorgiou & Brotherton, 1999). سنچز و همکاران (۲۰۰۰) برای تعیین ویژگی‌های گردشگری در مقاصد گردشگری کوبای ترکیه، شاخص‌های ترکیبی اقتصادی و اجتماعی را به کار گرفته و در خصوص مسائل بنیادی عدالت اجتماعی و توسعه‌ی اجتماعی در موضوع‌های گردشگری، به اهداف دولت‌ها در تعیین راهبردها اشاره کرده‌اند (توکلی و همکاران، ۱۳۸۹).

گیل مور<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) در پژوهشی به این نتایج دست یافت که حفظ، نگهداری، مرمت، توجه بیشتر به جاذبه‌های گردشگری، تأکید بر معماری سنتی در ساخت اماکن گردشگری و ایجاد زیرساخت‌های مناسب، می‌تواند منجر به افزایش ورود گردشگران و توسعه‌ی مناطق گردشگری شود.

کاستلانی و سال<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) در پژوهشی به ارائه‌ی راهبردهای توسعه‌ی گردشگری در مناطق ویژه‌ی گردشگری پرداخته‌اند.

در زمینه مناطق نمونه‌ی گردشگری در کشور مطالعات داخلی نیز انجام گرفته که به‌طور خلاصه در جدول شماره‌ی ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. پژوهش‌های ارائه شده در خصوص مناطق نمونه‌ی گردشگری در کشور

ردیف	عنوان	نویسنده
۱	انتخاب مناطق نمونه‌ی گردشگری با استفاده از روش AHP (نمونه‌ی موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد)	بدری و یاری حصار (۱۳۸۸)
۲	سطح‌بندی مقصدهای گردشگری: واکاوی مفهومی نو در برنامه‌ریزی فضایی گردشگری	ضیایی و شجاعی (۱۳۸۹)
۳	برنامه‌ریزی راهبردی توسعه‌ی گردشگری منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری دیمه	رعنائی (۱۳۸۹)
۴	بررسی و اولویت‌بندی مناطق نمونه‌ی گردشگری به‌منظور سرمایه‌گذاری در استان سمنان،	صفا خواه (۱۳۸۹)
۵	تأثیر مناطق نمونه‌ی گردشگری در محرومیت‌زدایی از دیدگاه اجتماعات محلی (مطالعه‌ی موردی: منطقه اورامان تخت کردستان)	توکلی و همکاران (۱۳۸۹)
۶	اولویت‌بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستایی شهرستان نیر	افتخاری و همکاران (۱۳۹۰)
۷	رتبه‌بندی مناطق نمونه‌ی گردشگری استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از تکنیک AHP	رنجبر دستنانی (۱۳۹۰)
۸	ارزیابی توانمندی‌های ژئومورفوتوریسمی لندفرم‌ها براساس روش پرالونگ (مورد مطالعه: منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری بیستون)	فتوحی و همکاران (۱۳۹۱)
۹	ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های اکوتوریسم روستاهای هدف گردشگری استان چهارمحال و بختیاری	رحیمی و رنجبردستانی (۱۳۹۱)

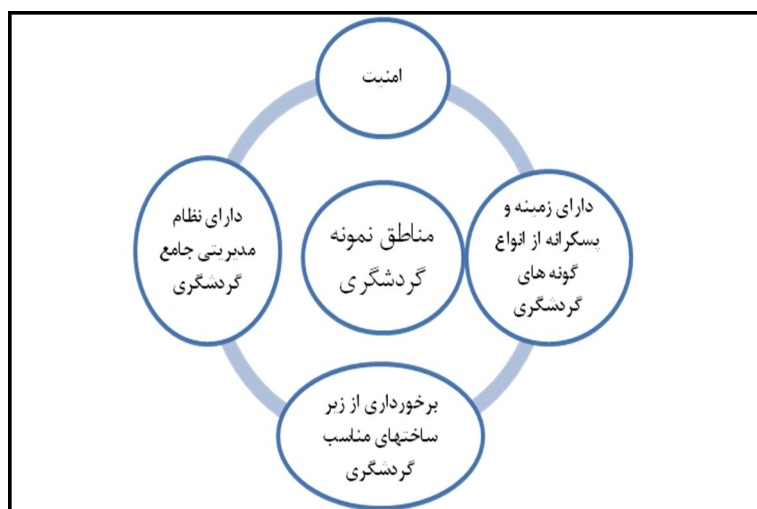
وجه تمایز پژوهش حاضر با پژوهش‌های صورت گرفته ارزیابی قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه با توجه به توان مناطق نمونه‌ی گردشگری است که بر این اساس، قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه اولویت‌بندی و توان گردشگری هر کدام از قطب‌های گردشگری سطح‌بندی شده است.

### مفاهیم و مبانی نظری

- **گردشگر و گردشگری:** گردشگر به کسی گفته می‌شود که به مکانی غیر از محل سکونت سفر کرده و هدفش مقاصد کاری یا استفاده از اوقات فراغت باشد و مخارج او در مقصد، از درآمدی که در محل سکونت به دست آورده پرداخت شود. تعریف فوق تعریف کمابیش جامعی است که شامل همه‌ی انواع گردشگری می‌شود (موسایی، ۱۳۹۰: ۱۶). همچنین براساس تعریفی که سازمان جهانی گردشگری<sup>۱</sup> ارائه کرده است، گردشگری مجموعه فعالیت‌هایی است که فرد در مسافرت و در مکانی خارج از محیط عادی خود انجام می‌دهد. این مسافرت بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف تفریح، تجارت یا فعالیت‌های دیگر است (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۸: ۱۱-۱۲).
- **توسعه‌ی گردشگری:** عبارتست از گسترش این صنعت و جذب گردشگران به یک منطقه با استفاده از منابع موجود، به طوری که هم‌افزایی کامل میان عناصر گردشگری به وجود آید و مزیت‌های بالقوه توسعه

گردشگری از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی تحقق یابد (الوانی و پیروز بخت، ۱۳۸۵: ۱۱۶). عوامل بی‌شماری در توسعه گردشگری نقش دارند و ارتباط و تعامل بین آنها توسعه را شکل می‌دهد. اما سه عامل عمده و اصلی در توسعه گردشگری عبارتند از: گردشگران، مردم منطقه و ویژگی مقصد. میزان انطباق و همپوشی این سه عامل، منطقه‌ای را به وجود می‌آورد که در آن، توسعه هم‌بافته تحقق می‌یابد (بیگی فیروزی، ۱۳۹۰).

- **مناطق نمونه گردشگری:** مناطق نمونه گردشگری به محدوده‌ی جغرافیایی اطلاق می‌شود که در آن، یک یا چند یا مجموعه‌ای از جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی وجود دارد و وجود آنها، انگیزه‌ای برای سفر و اقامت گردشگران خواهد بود. به گفته‌ای، مناطق نمونه گردشگری منطقه یا مناطقی هستند که در جوار جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی، طبیعی و گردشگری قرار دارند که به منظور ارائه‌ی خدمات به گردشگران توسط بخش غیردولتی تأسیس و اداره می‌شوند (محمودی نژاد و بمانیان، ۱۳۸۸: ۳۶۷). بر اساس نتایج مطالعات پایه، مناطق نمونه گردشگری، فرصت سرمایه‌گذاری قابل عرضه‌ای برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی خواهند بود. در مناطق نمونه گردشگری با حفظ قوانین و مقررات محیط زیست و مناطق طبیعی و سازگار با محیط، می‌توان انواع موضوعات و تأسیسات گردشگری و خدمات وابسته را ایجاد کرد (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان، ۱۳۹۰). علاوه بر موارد مذکور، برخی از ویژگی‌های مناطق نمونه گردشگری در شکل شماره ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. ویژگی مناطق نمونه گردشگری

(تقی زاده، ۱۳۹۱)

- **تقسیم‌بندی مناطق نمونه گردشگری:** بر اساس نتایج مطالعات پایه، مناطق نمونه گردشگری در چهار سطح زیر تقسیم می‌شوند:

الف) مناطق نمونه‌ی گردشگری بین‌المللی: منطقه‌ای است که با هدف جذب گردشگران خارجی طراحی و تجهیز می‌شود و حداقل مساحت آن ۳۰۰ هکتار است.

ب) مناطق نمونه‌ی گردشگری ملی: منطقه‌ای است که با هدف جذب گردشگران ایرانی از سراسر کشور طراحی و تجهیز می‌شود و حداقل مساحت آن ۱۰۰ هکتار است.

ج) مناطق نمونه‌ی گردشگری استانی: منطقه‌ای است که با هدف جذب گردشگران استانی طراحی و تجهیز می‌شود و حداقل مساحت آن ۵۰ هکتار است.

د) مناطق نمونه‌ی گردشگری محلی: منطقه‌ای است که با هدف جذب گردشگران یک یا چند شهرستان طراحی و تجهیز می‌شود و حداقل مساحت آن ۳۰ هکتار است (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰).

• **روش دلفی:** یکی از روش‌های کسب دانش گروهی مورد استفاده، روش دلفی است که فرآیندی دارای ساختاری برای پیش‌بینی و کمک به تصمیم‌گیری طی مراحل پیمایشی، جمع‌آوری اطلاعات و درنهایت، اجماع گروهی است (احمدی و همکاران، ۱۳۸۷). این روش را داکلی و هلمر<sup>۱</sup> در سال ۱۹۶۴ معرفی کردند. در روش دلفی، افراد هیچ‌گاه به‌صورت گروهی در یک جلسه و دور یک میز جمع نمی‌شوند. رئیس گروه تمام ایده‌های پیشنهادی را برای تک‌تک اعضا ارسال می‌کند و از آنها می‌خواهد که نسبت به ایده‌های پیشنهادی دیگران فکر کنند و اگر ایده‌ی جدیدی به نظرشان می‌رسد به آن بیفزایند. این عمل چندین بار تکرار می‌شود تا درنهایت اتفاق آرا به‌دست آید (خدابخش علیایی، ۱۳۹۰). بنا بر نظر برکهوف در شرایط آرمانی، حتی گروه‌های چهار نفره هم می‌توانند عملکرد مناسبی داشته باشند (سرور و همکاران، ۱۳۸۹). هدف از روش دلفی، جمع‌آوری اطلاعات و نظرات از حضار و کارشناسان برای تسهیل فرایند حل مشکل تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی است. بر این اساس مهم‌ترین اجزا و عناصر اصلی این روش عبارتند از: پرسش‌نامه، سؤال‌های پرسش‌نامه و کارشناسان (حکمت نیا و موسوی، ۱۳۹۰: ۳۲۵-۳۳۳).

• **اولویت‌بندی و روش تصمیم‌گیری چند معیاره‌ی تاپسیس:** اولویت‌بندی به معنای برتری، رجحان، تفوق، افضلیت، سبقت و تقدم آمده است. اولویت، معیار و ملاکی است که با آن هدف‌ها، خط‌مشی‌ها، اجرای برنامه‌ها و پروژه‌ها سنجیده می‌شود و تقدم و تأخر هر یک از مقوله‌های یاد شده را نسبت به موارد مشابه بیان می‌کند (رحیمی و رنجبر دستنانی، ۱۳۹۱). یکی از روش‌های مدیریتی برای اولویت‌بندی، روش تاپسیس است. این روش از جمله روش‌های جبرانی در MADM شمرده می‌شود. روش تاپسیس نیازمند استفاده از داده‌های کمی است و برای شاخص‌های کیفی نیز باید با استفاده از مقیاس‌های مناسب، آن را به مقادیر کمی تبدیل کنیم (مهرگان و دهقان نیری، ۱۳۸۸). این روش توسط هوانگ و یون<sup>۲</sup> در سال ۱۹۸۱

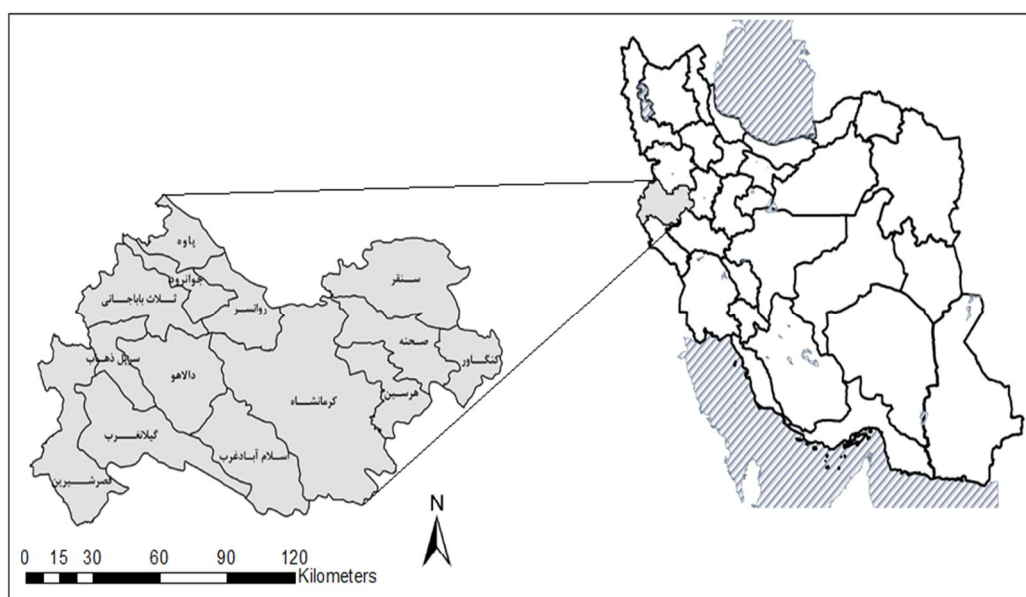
1. Dalkey & Helmer

2. Hoyang & Yon

مطرح شده است. به سخن دیگر، مفهوم این مدل با توجه به تعریف اولویت‌بندی، انتخاب کوتاه‌ترین فاصله از راه‌حل ایده‌آل مثبت و دورترین فاصله از راه‌حل ایده‌آل منفی برای حل مسائلی است که با ضوابط تصمیم‌گیری متعددی روبه‌روست (زنگی آبادی و همکاران: ۱۳۹۰) که ایده‌آل‌های مثبت (بهترین حالت) و ایده‌آل‌های منفی (بدترین حالت) را برای هر یک از شاخص‌ها محاسبه می‌کند (حکمت‌نیا و موسوی، ۱۳۹۰: ۳۶۲).

### معرفی منطقه‌ی مورد مطالعه

استان کرمانشاه با وسعتی در حدود ۲۴۴۳۴ کیلومتر مربع، در میانه‌ی ضلع غربی کشور قرار دارد. بر اساس آخرین تقسیم‌بندی کشوری، استان کرمانشاه دارای ۱۴ شهرستان، ۲۸ شهر، ۲۹ بخش و ۸۵ دهستان است (نوری و تقی‌زاده، ۱۳۹۰). امروزه کرمانشاه از استان‌های تاریخی و فرهنگی ایران به‌شمار می‌رود و به‌دلیل قرار گرفتن در تقاطع دو محور شمال به جنوب و شرق به غرب و نیز همجواری با کشور عراق و واقع شدن بر سر راه شهرهای زیارتی کربلا و بغداد، از اهمیت بسیاری برخوردار است (شکل شماره ۲).



شکل ۲. موقعیت جغرافیایی استان کرمانشاه در کشور

(ترسیم نگارندگان)

با توجه به تقسیم‌بندی‌های صورت گرفته در طرح جامع گردشگری، استان کرمانشاه به پنج قطب گردشگری کرمانشاه، اورامانات، قصرشیرین، اسلام‌آباد غرب و کنگاور تقسیم شده است که هر کدام از این قطب‌های گردشگری، شهرستان‌ها و مناطق نمونه‌ی گردشگری را به خود اختصاص داده است. بر این اساس قطب گردشگری اورامانات با ۱۵ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری، بیشترین منطقه‌ی نمونه و قطب گردشگری

اسلام آباد غرب با ۵ منطقه‌ی نمونه، کمترین تعداد مناطق نمونه در استان را دارد (جدول شماره‌ی ۲).

جدول ۲. مشخصه‌های کلی مناطق نمونه‌ی گردشگری استان کرمانشاه

نام قطب	شهرستان‌های تحت پوشش	مناطق نمونه‌ی تحت پوشش
کرمانشاه	کرمانشاه، بیستون، هرسین	نوژیوران، طاقبستان، بیستون، تالاب هشیلان، سراب نیلوفر، سراب هرسین، رودخانه‌ی قره‌سو، رودخانه‌ی گاماسیاب، سراب قنبر، چشمه‌ی سهراب
قصرشیرین	قصرشیرین، گیلانغرب، سرپل ذهاب	پیران، چم امام حسن، سراب گلین، چارقای، تنگ حمام، سدگیلانغرب، سراب گرم، نخلستان‌های قصرشیرین، بازی دراز، سراب مورت، منطقه دیره
اسلام آبادغرب	اسلام آبادغرب، کرد غرب، دالاهو	سراب کرد، آتشکده شیان، پارک جنگلی مرصاد، سراب شرف آباد، ریجاب
کنگاور	صحنه، سنقر، کنگاور	دربندصحنه، چرمه‌علیا، سراب‌فش - آبشارگروس، معبد اناهیتا، گزنه‌له، سراب ماران، سیرجان، بدر و پریشان
اورامانات	روانسر، جوانرود، پاوه، نلات باباجانی	دالانی، قوری قلعه، نودشه، سراب روانسر، شروینه، هجیج، شمشیر، چشمه ریزه، ازگله بمو، ویس القرن، مامیشان، سفید برگ، بید میری، نوسود، بوزین مرخیل

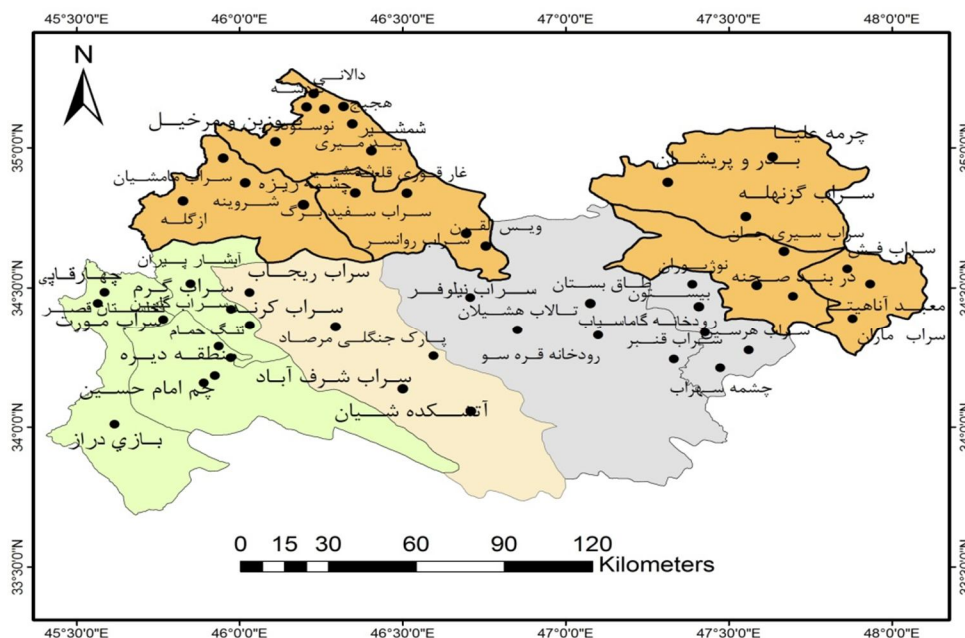
منبع: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کرمانشاه، ۱۳۹۱

۵۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری استان دارای قابلیت انواع گردشگری همچون زمین گردشگری، طبیعت

گردی، گردشگری کشاورزی، تاریخی، مذهبی، جنگ، فولکلور، بازرگانی - تجاری، تفریحی، ورزشی و انواع

گردشگری روستایی هستند که این ۵۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری در ۵ قطب گردشگری استان پراکنده‌اند

(شکل شماره‌ی ۳).



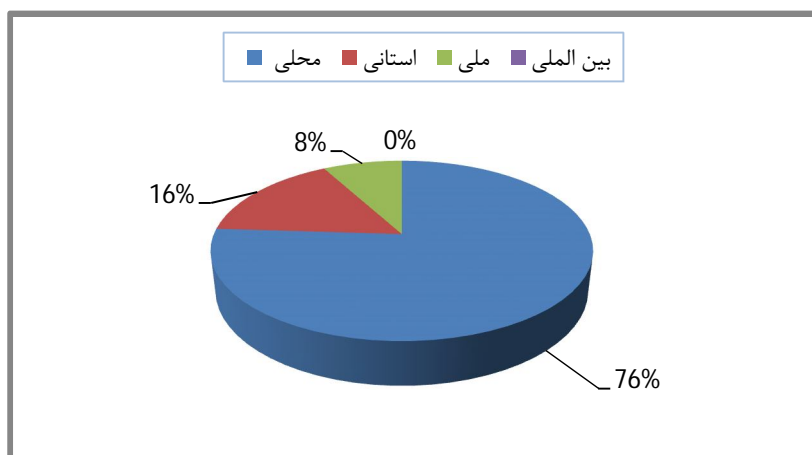
شکل ۳. موقعیت مناطق نمونه‌ی گردشگری استان کرمانشاه

همچنین بر اساس مطالعات صورت گرفته در این زمینه، وسعت این مناطق متفاوت و از ۱۵ هکتار تا

۱۵۰ هکتار متغیر است. با توجه به تقسیم‌بندی انجام شده در دستور کار تأسیس مناطق نمونه‌ی گردشگری،



مناطق بر اساس وسعت در سه سطح (ملی، استانی، محلی) دسته‌بندی شده‌اند. بنابراین در پژوهش حاضر با توجه به وسعت مناطق، به‌ارزیابی وضعیت بُرد ۵۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری استان کرمانشاه پرداخته شده است. بر این اساس در استان کرمانشاه ۳۸ منطقه‌ی نمونه‌ی محلی، ۸ منطقه‌ی نمونه‌ی استانی و ۴ منطقه‌ی نمونه‌ی ملی وجود دارد. در این استان منطقه‌ی نمونه‌ی بین‌المللی وجود ندارد. به‌گفته‌ای در استان کرمانشاه ۸ درصد مناطق نمونه‌ی گردشگری در سطح ملی، ۱۶ درصد در سطح استانی و ۷۶ درصد در سطح محلی هستند و منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری بین‌المللی وجود ندارد (شکل شماره ۴)؛ اما می‌توان با بالا بردن کیفیت خدمات در مناطق نمونه‌ی استان در سطح بین‌المللی شاهد گردشگران بین‌المللی در استان بود (تقی‌زاده، ۱۳۹۱).



شکل ۴. درصد ظرفیت بُرد مناطق نمونه‌ی گردشگری استان کرمانشاه

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

## مواد و روش‌ها

پژوهش پیش رو به لحاظ هدف، کاربردی - توسعه‌ای و روش پژوهش در آن، توصیفی تحلیلی است. برای جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی‌های میدانی، مانند پرسش‌نامه، مصاحبه و مشاهده استفاده شده است. جامعه‌ی آماری پژوهش کارشناسان، صاحب‌نظران، برنامه‌ریزان گردشگری و کارشناسان اداره‌ی میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کرمانشاه هستند. شاخص‌های به‌کار گرفته شده در پژوهش با استفاده از روش دلفی و از طریق پرسش‌نامه‌ی باز ارزیابی شده که از نظرات ۱۱ نفر از افراد صاحب‌نظر در این زمینه استفاده شده است (جدول شماره ۳) و در نهایت ۱۰ شاخص اصلی برای ادامه‌ی پژوهش انتخاب و پرسش‌نامه‌های بعدی نیز بر اساس این شاخص‌ها تدوین شدند.

جدول ۳. ویژگی‌های پاسخ‌گویان در روش دلفی

دکترا (صاحب‌نظر)	کارشناس ارشد برنامه‌ریزی گردشگر	کارشناس (گردشگری)	دیپلم
۵	۵	۱	۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

بعد از پیمایش داده‌های حاصل از پرسش‌نامه‌های پژوهش از روش تصمیم‌گیری چند معیاره‌ی تاپسیس برای تجزیه و تحلیل عناصر موضوع استفاده شد که فرآیند آن در ادامه شرح داده شده است.

### یافته‌های پژوهش

#### ارزیابی شاخص‌ها با استفاده از روش دلفی

بر اساس روش دلفی، ۱۰ شاخص مهم که در ایجاد مناطق نمونه‌ی گردشگری تأثیر بیشتری دارند، ارزیابی شد. سپس میزان اثرگذاری این شاخص‌ها در ایجاد مناطق نمونه در استان کرمانشاه با کمک داده‌های حاصل از پرسش‌نامه بعدی امتیازبندی شده است (جدول شماره ۴).

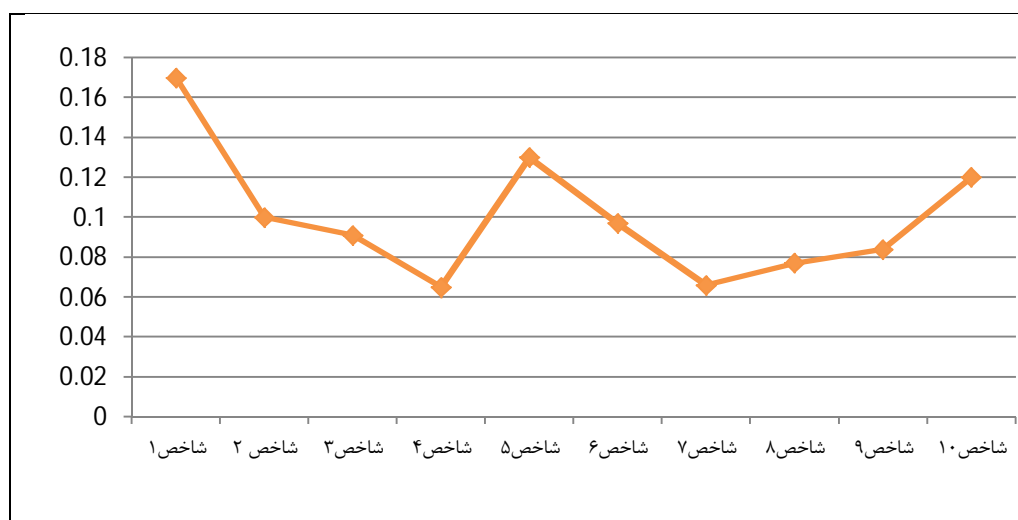
جدول ۴. شاخص‌های ارزیابی شده برای انتخاب مناطق نمونه‌ی گردشگری

ردیف	نام شاخص
۱	واقع شدن در یک ویژگی یا ویژگی‌های جاذب گردشگری یا مجاور آن
۲	دارا بودن شرایط آب‌وهوایی خاص ناحیه‌ای (اقلیم گردشگری مناسب)
۳	وضعیت بصری مناطق
۴	مساحت کافی
۵	وضعیت دسترسی و تسهیلات و خدمات
۶	در دسترس بودن یا عملی بودن توسعه‌ی زیرساخت‌های مناطق
۷	تجانس جاذبه‌ی منطقه با محیط اطراف
۸	اثرات زیست محیطی
۹	تأثیرات اقتصادی
۱۰	کیفیت شاخص‌های امنیتی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

بر این اساس در ایجاد مناطق نمونه‌ی گردشگری، شاخص واقع شدن در یک ویژگی یا ویژگی‌های جاذب گردشگری یا مجاور آن با امتیاز ۰/۱۷ در رتبه‌ی اول، شاخص وضعیت دسترسی و تسهیلات و خدمات با امتیاز

۰/۱۳ در رتبه‌ی دوم، کیفیت شاخص‌های امنیتی با امتیاز ۰/۱۲ در رتبه‌ی سوم و سپس به‌ترتیب، دارا بودن شرایط آب‌وهوایی خاص ناحیه‌ای (اقلیم گردشگری مناسب) با امتیاز وزنی ۰/۱، در دسترس بودن یا عملی بودن توسعه‌ی زیرساخت‌های مناطق با امتیاز ۰/۰۹۷، وضعیت بصری مناطق با امتیاز ۰/۰۹۱، اثرات اقتصادی با امتیاز ۰/۰۸۴، اثرات زیست محیطی با امتیاز ۰/۰۷۷، تجانس جاذبه‌ی منطقه با محیط اطراف با امتیاز ۰/۰۶۶ و شاخص مساحت کافی با امتیاز ۰/۰۶۵ در رتبه‌های بعدی گرفته‌اند (شکل شماره ۵).



شکل ۵. نمودار شاخص‌های مؤثر در انتخاب مناطق نمونه‌ی گردشگری (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱)

رتبه‌بندی قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه بر اساس توان مناطق نمونه‌ی گردشگری با

استفاده از روش تصمیم‌گیری چند معیاره تاپسیس

همان‌طور که گفته شد قطب‌های گردشگری استان شامل ۵ قطب اصلی است که هر کدام از این قطب‌ها چندین منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری و چندین شهرستان را شامل می‌شود. بنابراین برای ارزیابی وضعیت گردشگری قطب‌ها، از ظرفیت مناطق نمونه‌ی تحت پوشش در هر قطب استفاده شده است بنابراین اولویت‌بندی بر اساس ظرفیت گردشگری ۵۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری استان انجام شده تا با توجه به این ارزیابی، دیدی همه‌جانبه نسبت به وضعیت گردشگری در قطب‌های گردشگری استان حاصل شود. بنابراین ابتدا به پیمایش داده‌های حاصل از پرسش‌نامه در ۵۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری پرداخته شده و پس از آن، به ارزیابی میانگین مجموعه امتیازهای کسب‌شده‌ی هر شاخص در هر منطقه‌ی نمونه و دسته‌بندی امتیازهای هر قطب گردشگری پرداخته شده است. سپس برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تاپسیس استفاده شده است. بر این اساس مراحل ذیل صورت پذیرفته است.

مرحله‌ی اول: تشکیل ماتریس داده‌ها بر اساس  $n$  گزینه و  $m$  شاخص.

در واقع ماتریس پایه، در اینجا همان امتیاز هر شاخص گردشگری برای هر قطب گردشگری است که با توجه

به میانگین امتیاز کسب شده توسط مناطق تحت پوشش به دست آمده و به عنوان شاخص خام قلمداد شده است (جدول شماره ۵).

جدول ۵. ماتریس اولیه‌ی شاخص‌های گردشگری قطب‌های گردشگری استان

X10	X9	X8	X7	X6	X5	X4	X3	X2	X1	شاخص نام قطب
۰/۱۹	۰/۶۶	۰/۶۵	۰/۷۷	۰/۷۵	۰/۶۵	۰/۸۲	۰/۸۲	۰/۸۶	۰/۸۷	کرمانشاه
۰/۸۳	۰/۵۹	۰/۶۱	۰/۷	۰/۶۶	۰/۴۸	۰/۷۵	۰/۷۵	۰/۸۱	۰/۸۳	کنگاور
۰/۸۵	۰/۶۴	۰/۶۴	۰/۷۸	۰/۶۴	۰/۴۸	۰/۷۶	۰/۷۶	۰/۸	۰/۸۷	اورامانات
۰/۸۶	۰/۵۹	۰/۶۴	۰/۷۵	۰/۶۱	۰/۴۹	۰/۷۴	۰/۷۸	۰/۸	۰/۸۲	اسلام‌آباد غرب
۰/۸۴	۰/۵۸	۰/۵۸	۰/۷۵	۰/۶۲	۰/۴۶	۰/۷۶	۰/۷۹	۰/۸	۰/۸۴	قصرشیرین

مرحله‌ی دوم: استاندارد کردن داده‌ها و تشکیل ماتریس استاندارد (بی‌مقیاس) از طریق رابطه‌ی شماره‌ی ۱. در این مرحله، داده‌های خام جدول شماره‌ی ۵ استاندارد و یک‌دست شده‌اند که نتایج آن در جدول شماره‌ی ۶ آمده است.

$$R_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m a_{ij}^2}} \quad \text{رابطه‌ی (۱)}$$

جدول ۶. استاندارد کردن داده‌های خام قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه

X10	X9	X8	X7	X6	X5	X4	X3	X2	X1	شاخص نام قطب
۰/۴۷	۰/۴۸	۰/۵۲	۰/۴۲	۰/۵۱	۰/۴۳	۰/۴۷	۰/۴۷	۰/۴۷	۰/۴۶	کرمانشاه
۰/۴۴	۰/۴۳	۰/۴۹	۰/۴۲	۰/۴۵	۰/۳۲	۰/۴۳	۰/۴۳	۰/۴۴	۰/۴۴	کنگاور
۰/۴۵	۰/۴۷	۰/۵۲	۰/۴۶	۰/۴۳	۰/۳۲	۰/۴۴	۰/۴۴	۰/۴۴	۰/۴۶	اورامانات
۰/۴۵	۰/۴۳	۰/۵۲	۰/۴۵	۰/۴۱	۰/۳۳	۰/۴۴	۰/۴۵	۰/۴۴	۰/۴۳	اسلام‌آباد غرب
۰/۴۴	۰/۴۲	۰/۴۷	۰/۴۵	۰/۴۲	۰/۳۱	۰/۴۷	۰/۴۵	۰/۴۴	۰/۴۴	قصرشیرین

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

مرحله‌ی سوم: تعیین وزن هر یک از شاخص‌ها و ایجاد ماتریس بی‌مقیاس وزین (V) الف) تعیین وزن شاخص‌ها: از آنجایی که اهمیت شاخص‌ها در قطب‌های گردشگری یکسان نیستند، همان‌طور که گفته شد بر اساس داده‌های حاصل از پرسش‌نامه به شاخص‌های پژوهش وزن داده شده است (جدول شماره‌ی ۷).

جدول ۷. اوزان شاخص‌ها ارزیابی شده

X10	X9	X8	X7	X6	X5	X4	X3	X2	X1	شاخص
۰/۱۲	۰/۰۸۴	۰/۰۷۷	۰/۰۶۶	۰/۰۹۷	۰/۱۳	۰/۰۶۵	۰/۰۹۱	۰/۱	۰/۱۷	امتیاز

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

(ب) با اعمال این اوزان در جدول شماره ۶، نتایج استاندارد موزون به‌دست آمده است (جدول شماره ۸).

جدول ۸. جدول استاندارد موزون مناطق نمونه‌ی گردشگری قطب کرمانشاه

X10	X9	X8	X7	X6	X5	X4	X3	X2	X1	شاخص قطب‌ها
۰/۰۵۶۴	۰/۰۴۰۳	۰/۰۴	۰/۰۳۰۳	۰/۰۴۹۴	۰/۰۵۵۹	۰/۰۳۰۵	۰/۰۴۲۷	۰/۰۴۷	۰/۰۷۸۲	کرمانشاه
۰/۰۵۲۸	۰/۰۳۶۱	۰/۰۳۷۷	۰/۰۲۷۷	۰/۰۴۳۶	۰/۰۴۱۶	۰/۰۲۷۹	۰/۰۳۹۱	۰/۰۴۴	۰/۰۷۴۸	کنگاور
۰/۰۵۴	۰/۰۳۹۴	۰/۰۴	۰/۰۳۰۳	۰/۰۴۱۷	۰/۰۴۱۶	۰/۰۲۸۶	۰/۰۴	۰/۰۴۴	۰/۰۷۸۲	اورامانات
۰/۰۵۴	۰/۰۳۶۱	۰/۰۴	۰/۰۲۹۷	۰/۰۳۹۷	۰/۴۲۹	۰/۰۲۸۶	۰/۰۴۰۹	۰/۰۴۴	۰/۰۷۳۱	اسلام‌آباد غرب
۰/۰۵۲۸	۰/۰۳۵۲	۰/۰۲۹۷	۰/۰۲۹۷	۰/۰۴۰۷	۰/۰۴۰۳	۰/۰۳۰۵	۰/۰۴۰۹	۰/۰۴۴	۰/۷۴۸	قصرشیرین

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

مرحله‌ی چهارم و پنجم: مشخص کردن حالت‌های ایده‌آل مثبت و ایده‌آل منفی (بالاترین و پایین‌ترین حالت هر شاخص)

$$A^+ = \{(\max V_{ij} | j \in J), (\min V_{ij} | j \in J') | i = 1, 2, \dots, m\} = \{v_1^+, v_2^+, \dots, v_j^+, \dots, v_n^+\} \quad \text{رابطه‌ی (۲)}$$

$$A^- = \{(\min V_{ij} | j \in J), (\max V_{ij} | j \in J') | i = 1, 2, \dots, m\} = \{v_1^-, v_2^-, \dots, v_j^-, \dots, v_n^-\} \quad \text{رابطه‌ی (۳)}$$

جدول ۹. جدول حالت‌های ایده‌آل مثبت و منفی هر شاخص در قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه

X10	X9	X8	X7	X6	X5	X4	X3	X2	X1	شاخص
۰/۰۵۶۴	۰/۰۴۰۳	۰/۰۴	۰/۰۳۰۳	۰/۰۴۹۴	۰/۰۵۵۹	۰/۰۳۰۵	۰/۰۴۲۷	۰/۰۴۷	۰/۰۷۸۲	$A^+$
۰/۰۵۲۸	۰/۰۳۵۲	۰/۰۲۹۷	۰/۰۲۷۷	۰/۰۳۹۷	۰/۰۴۰۳	۰/۰۲۷۹	۰/۰۳۹۱	۰/۰۴۴	۰/۰۷۳۱	$A^-$

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

مرحله‌ی ششم: تعیین معیار فاصله‌ای برای گزینه ایده‌آل ( $S_i^+$ ) و گزینه حداقل ( $S_i^-$ ):

$$S_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_{ij} - V_j^+)^2} ; \quad i = 1, 2, \dots, m \quad \text{رابطه‌ی (۴)}$$

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_{ij} - V_j^-)^2} ; \quad i = 1, 2, \dots, m \quad \text{رابطه‌ی (۵)}$$

جدول ۱۰. فاصله‌ی هر قطب گردشگری از حالت‌های ایده‌آل مثبت و منفی

$S_i^-$	$S_i^+$	مناطق نمونه‌ی قطب گردشگری
۰/۰۲۵۷۰۲۹	۰/۰۰۱۴۳	کرمانشاه
۰/۰۰۹۱۹۷	۰/۰۱۸۶۳	کنگاور
۰/۰۱۲۸۴۲	۰/۰۱۷۰۳	اورامانات
۰/۰۱۱۰۸	۰/۰۱۸۱۳	اسلام آباد غرب
۰/۰۰۴۲۲	۰/۰۲۲۰۹	قصرشیرین

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

مرحله‌ی هفتم: محاسبه‌ی نزدیکی نسبی گزینه‌ی  $i$  ( $A_i$ ) به وضعیت ایده‌آل (جدول ۱۱).

$$SL_i^+ = \frac{S_i^-}{S_i^+ + S_i^-}; \quad 0 \leq SL_i^+ \leq 1; \quad i = 1, 2, \dots, m \quad \text{رابطه‌ی (۶)}$$

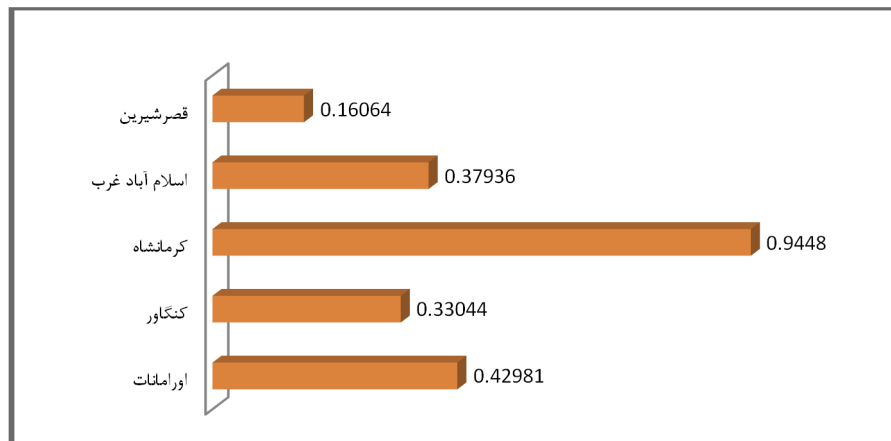
جدول ۱۱. نزدیکی نسبی هر قطب گردشگری به وضعیت ایده‌آل (امتیاز نهایی)

سطح	$S_i^+$	رتبه	مناطق نمونه‌ی قطب گردشگری
بسیار خوب	۰/۹۴۴۸	۱	کرمانشاه
ضعیف	۰/۳۳۰۴۴	۴	کنگاور
متوسط	۰/۴۲۹۸۱	۲	اورامانات
ضعیف	۰/۳۷۹۳۶	۳	اسلام آباد غرب
بسیار ضعیف	۰/۱۶۰۶۴	۵	قصرشیرین

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

در مرحله‌ی هشتم اولویت‌بندی گزینه‌ها بر اساس میزان  $SL_i^+$  انجام شده است و بر اساس طیف لیکرت، نزدیکی نسبی به وضعیت ایده‌آل در پنج طبقه‌ی (بسیار ضعیف صفر تا ۰/۲، ضعیف ۰/۲ تا ۰/۴، متوسط ۰/۴ تا ۰/۶، خوب ۰/۶ تا ۰/۸، بسیار خوب ۰/۸ تا ۱) سطح بندی شده‌اند. نتایج به‌دست آمده در جدول شماره‌ی ۱۱ آمده است. بر این اساس همان‌طور که مشخص شده است، ۱۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری تحت پوشش قطب گردشگری کرمانشاه با  $SL_i^+ = ۰/۹۴۴۸$ ، نسبت به دیگر قطب‌ها دارای ظرفیت بیشتری هستند و در سطح بسیار خوب قرار گرفته‌اند و ۱۵ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری تحت پوشش قطب گردشگری اورامانات با امتیاز ۰/۴۲۹۸۱ در رتبه‌ی دوم و سطح متوسط ارزیابی شده‌اند. مناطق نمونه‌ی قطب گردشگری اسلام‌آباد

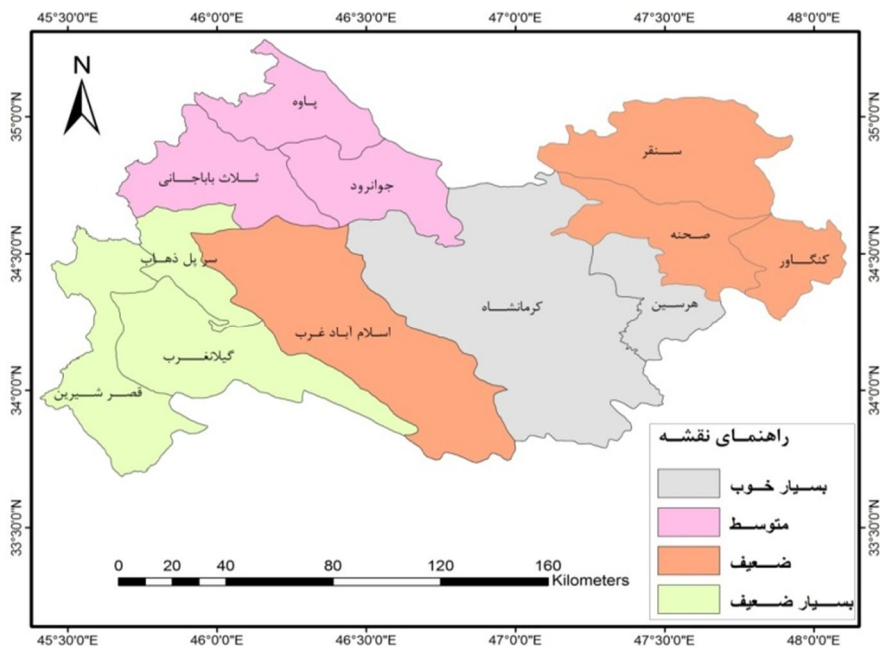
غرب با  $SL_i^+ = 0/37936$  ضعیف ارزیابی شده است و مناطق نمونه‌ی گردشگری قطب گردشگری قصرشیرین که شامل ۱۱ منطقه‌ی نمونه است با توجه به ارزیابی صورت گرفته برابر رقم  $0/16064$  است و در سطح بسیار ضعیف قرار دارند ( شکل‌های شماره‌ی ۶ و ۷).



شکل ۶. رتبه‌بندی نهایی قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

بر این اساس، تعداد بالای مناطق نمونه‌ی گردشگری در یک قطب نمی‌تواند به‌تنهایی ملاک توان گردشگری آن منطقه باشد، بلکه وجود دیگر شاخص‌های گردشگری همچون، کیفیت خدمات و تسهیلات و توسعه‌ی زیرساخت‌ها، وضعیت امنیت، اقلیم گردشگری مناسب و مانند آن، همگی در وضعیت گردشگری یک منطقه سهیم هستند.

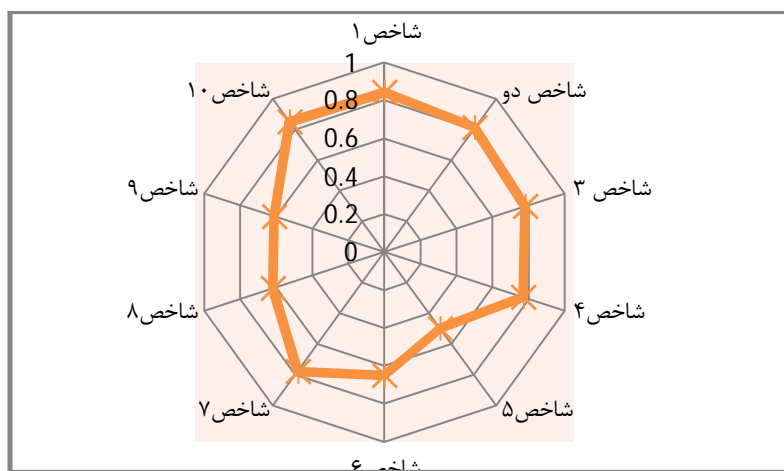


شکل ۷. سطح‌بندی نهایی قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه

ترسیم: نگارندگان بر اساس یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

## ارزیابی وضعیت شاخص‌های گردشگری در مناطق نمونه‌ی گردشگری قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه

با ارزیابی میانگین داده‌های ۵۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری در استان کرمانشاه و در ارتباط با شاخص‌های مورد بررسی پژوهش، در مناطق نمونه‌ی گردشگری استان، به ترتیب قرارگیری در کنار ویژگی‌های جاذب گردشگری و کیفیت شاخص‌های امنیتی (با امتیاز ۰/۸۵) در سطح بسیار خوب، وجود شرایط آب‌وهوایی مناسب برای فعالیت‌های گردشگری (۰/۸۱) مناسب، مساحت و وضعیت بصری مناطق (۰/۷۷) در سطح مناسب قرار دارند و دیگر شاخص‌ها، همچون آثار زیست‌محیطی و اقتصادی و تجانس با محیط، از ویژگی‌های بارز این مناطق هستند، اما کمبود تسهیلات و خدمات و وضعیت دسترسی به این مناطق با امتیاز ۰/۵۱ دارای کمترین امتیاز و ضعیف ارزیابی شده است. بنابراین با توجه به وجود جاذبه‌های گردشگری و شرایط امنیتی و آب‌وهوایی مناسب و وضعیت بصری این مناطق، باید کیفیت خدمات و تسهیلات و توسعه زیرساخت‌های اساسی در این مناطق را توسعه داد (شکل شماره ۸).



شکل ۸. ارزیابی شاخص‌های گردشگری در مناطق نمونه‌ی گردشگری استان کرمانشاه

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۱

با توجه به ارزیابی صورت گرفته در قطب‌های گردشگری استان، مناطق نمونه‌ی گردشگری قطب کرمانشاه، در سنجش با قطب‌های دیگر گردشگری، از وضعیت مناسب‌تری برخوردار است و واگذاری مناطق نمونه‌ی گردشگری قطب کرمانشاه به سرمایه‌گذاران، توجیه اقتصادی داشته و باعث اتلاف سرمایه‌گذاری نخواهد بود. بنابراین برنامه‌ریزان گردشگری باید مناطق نمونه را به وضعیت ایده‌آل رسانده و با ایجاد تسهیلات و امکانات ویژه، شرایط سرمایه‌گذاری را در مناطق نمونه‌ی استان فراهم آورند.



### بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر در راستای یافته‌های پژوهش‌های گیل مور، کارو و سیتانا است. بر این اساس ظرفیت گردشگری قطب‌های گردشگری استان، براساس توان ۵۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری در استان کرمانشاه ارزیابی شد و قطب‌هایی که از نزدیکی نسبی به وضعیت ایده‌آل برخوردارند، برای سرمایه‌گذاری و جذب گردشگر در اولویت هستند. براساس نتایج این پژوهش، برنامه‌ریزان گردشگری استان باید توجه داشته باشند برای توسعه‌ی گردشگری در قطب‌های گردشگری استان، باید در مناطق نمونه‌ی گردشگری محصول جذاب و متنوع ایجاد کرد. این درحالی است که بر اساس ارزیابی شاخص‌های گردشگری در مناطق نمونه‌ی گردشگری استان، تسهیلات و خدمات و وضعیت دسترسی به این مناطق دارای کمترین امتیاز (۰/۵۱) و ضعیف ارزیابی شده است. بنابراین برای توسعه‌ی این مناطق، باید محصول گردشگری در مناطق نمونه ایجاد شود (شکل شماره ۸).

همچنین براساس ارزیابی صورت گرفته، نزدیکی نسبی هر قطب گردشگری به وضعیت ایده‌آل ارزیابی شد و بر اساس این ارزیابی، در بین قطب‌های گردشگری استان، قطب گردشگری کرمانشاه با ۱۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری با میزان  $SL_i^+ = ۰/۹۴۴۸$  نسبت به دیگر قطب‌ها از شرایط گردشگری بهتری برخوردار است (شکل شماره ۶ و جدول شماره ۱۱) و نشان می‌دهد که فقط داشتن تعداد بالای مناطق نمونه‌ی گردشگری، نمی‌تواند نشان از توسعه‌ی گردشگری یک منطقه باشد، بلکه وجود دیگر شاخص‌های گردشگر نیز در توسعه‌ی این قطب‌ها سهم عمده‌ای دارند؛ به طوری که قطب گردشگری اورامانات با ۱۵ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری در رتبه‌ی دوم و سایر قطب‌های گردشگری در رتبه‌های بعدی قرار دارند. رتبه‌بندی صورت گرفته نشان می‌دهد که مناطق نمونه‌ی گردشگری قطب کرمانشاه برای واگذاری به سرمایه‌گذاران، در سطح بسیار خوب ارزیابی شده و سرمایه‌گذاران در این مناطق توجیه اقتصادی داشته و از میزان ریسک‌پذیری کمتری برخوردارند. همچنین وضعیت مناطق نمونه‌ی قطب گردشگری اورامانات در سطح متوسط ارزیابی شده‌اند و سایر قطب‌ها در سطوح بعدی قرار دارند (شکل شماره ۷). بر این اساس در حال حاضر در استان کرمانشاه باید مناطقی که از نزدیکی نسبی کمتری به وضعیت ایده‌آل برخوردارند را تقویت و مناطقی که رتبه‌ی بالاتری دارند را برای واگذاری به سرمایه‌گذاران آماده کرد؛ چون واگذاری مناطق با رتبه‌ی پایین به سرمایه‌گذار و سرمایه‌گذاری توسط سرمایه‌گذاران در داخل این مناطق، توجیه اقتصادی نداشته و باعث اتلاف منابع و عدم تحقق اهداف خواهد شد. از سوی دیگر برنامه‌ریزان گردشگری استان با به‌کارگیری روش‌های کمی، همچون روش‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی، می‌توانند قابلیت اطمینان تصمیم‌گیری را افزایش دهند.

## منابع

- احمدی، فضل‌اله؛ نصیریانی، خدیجه و ابادری، پروانه. (۱۳۸۷). تکنیک دلفی: ابزاری در تحقیق، مجله‌ی ایرانی آموزش در علوم پزشکی، دوره‌ی نوزدهم، شماره‌ی ۱، صص. ۱۷۵-۱۸۵.
- افتخاری، عبدالرضا؛ پورطاهر، مهدی و مهدویان، فاطمه. (۱۳۹۰). اولویت‌بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستایی شهرستان نیر، جغرافیا و توسعه، شماره‌ی ۲۴، صص. ۳۸-۲۳.
- بدری، سید علی و یاری حصار، ارسطو (۱۳۸۸). انتخاب مناطق نمونه گردشگری با استفاده از روش AHP نمونه‌ی موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد، فصلنامه‌ی تحقیقات جغرافیایی، دوره‌ی ۲۳ شماره‌ی ۹۵، صص. ۸۴-۵۵.
- بیگی فیروزی، اله یار. (۱۳۹۰). تدوین استراتژی توسعه صنعت گردشگری استان لرستان بر اساس تحلیل SWOT و فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP)، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی مدیریت بازرگانی - مدیریت تحول، به راهنمایی دکتر مهدی کاظمی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- تقوایی، مسعود و صفراآبادی، اعظم. (۱۳۹۰). نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه‌ی پایدار گردشگری شهری (مطالعه‌ی موردی: شهر کرمانشاه)، فصلنامه‌ی مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، شماره‌ی ۴، صص. ۵۲-۳۵.
- تقی زاده، زهرا. (۱۳۹۱). رتبه‌بندی مناطق نمونه گردشگری ایران (مورد مطالعه: استان کرمانشاه). پایان‌نامه‌ی کارشناس ارشد رشته‌ی جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، به راهنمایی دکتر غلامرضا نوری، زاهدان، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- توکلی، مرتضی؛ کیانی، اکبر و هدایتی، صلاح. (۱۳۸۹). تأثیر مناطق نمونه‌ی گردشگری در محرومیت‌زدایی از دیدگاه اجتماعات محلی (مطالعه‌ی موردی: منطقه‌ی اورامان تخت کردستان)، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، شماره‌ی ۶، صص. ۹۴-۷۳.
- حکمت‌نیا، حسن و موسوی، میرنجف. (۱۳۹۰). کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و ناحیه‌ای، چاپ دوم، یزد: انتشارات علم نوین.
- خدابخش علیایی، محمد. (۱۳۹۰). پهنه‌بندی عرصه‌های اکوتوریسمی شهرستان تنکابن با استفاده از AHP و GIS. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی جغرافیا گرایش برنامه‌ریزی توریسم، به راهنمایی دکتر علی حاجی نژاد، زاهدان: دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- رحیمی، داریوش و رنجبر دستنانی، محمود. (۱۳۹۱). ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های اکوتوریسم روستاهای هدف گردشگری استان چهارمحال و بختیاری، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال چهارم، شماره‌ی ۱۴، صص. ۱۵۰-۱۳۱.
- رعنایی، احد. (۱۳۸۹). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه‌ی گردشگری منطقه‌ی نمونه گردشگری دیمه، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، به راهنمایی دکتر مهین نسترن، اصفهان: دانشگاه اصفهان، دانشکده‌ی معماری و شهرسازی.

رنجبردستانی، محمود. (۱۳۹۰). رتبه‌بندی مناطق نمونه‌ی گردشگری استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از تکنیک AHP، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، رشته‌ی جغرافیا، گرایش برنامه‌ریزی توریسم، به راهنمایی دکتر داریوش رحیمی، اصفهان: دانشگاه اصفهان.

رنجبریان، بهرام؛ زاهدی، محمد. (۱۳۸۸). شناخت گردشگری، چاپ هفتم، اصفهان: انتشارات چهار باغ.

زنگی آبادی، علی؛ علیزاده، جابر و احمدیان، مهدی. (۱۳۹۰). تحلیلی بر درجه‌ی توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان آذربایجان شرقی با استفاده از تکنیک TOPSIS و AHP، فصلنامه‌ی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال چهارم، شماره‌ی ۱، صص. ۶۹-۸۴.

سازمان میراث فرهنگی. (۱۳۹۰). صنایع دستی و گردشگری استان گیلان.

سازمان میراث فرهنگی. (۱۳۹۱). صنایع دستی و گردشگری استان کرمانشاه.

سرور، رحیم؛ پریزادی، طاهر و حسینی امینی، حسن. (۱۳۸۹). جایگاه تکنیک دلفی در مدیریت و برنامه‌ریزی شهری، فصلنامه‌ی مدیریت شهری، دوره دو، شماره‌ی ۴، صص. ۱۶۵-۱۸۵.

شماعی، علی و موسی‌وند، جعفر. (۱۳۹۰). سطح بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS و AHP، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، شماره‌ی ۱۰، صص. ۲۳-۴۰.

صفاخواه، یوسف. (۱۳۸۹). بررسی و اولویت‌بندی مناطق نمونه‌ی گردشگری به‌منظور سرمایه‌گذاری در استان سمنان، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی مدیریت، سمنان: دانشگاه آزاد اسلامی.

ضیایی، محمود و شجاعی، مسلم. (۱۳۸۹). سطح بندی مقصدهای گردشگری: واکاوی مفهومی نو در برنامه‌ریزی فضایی گردشگری، فصلنامه مدیریت مطالعات گردشگری، شماره‌ی ۱۳، صص. ۲۵-۴۶.

ضرغام، حمید و حاجی محمد امینی، صمد. (۱۳۹۰). امکان‌سنجی خوشه‌ی گردشگری در شهرستان بندر انزلی، فصلنامه‌ی مدیریت مطالعات گردشگری، شماره‌ی ۱۴، صص. ۹۴-۱۲۳.

طیبه، کمیل؛ بابکی، روح‌ا. و جباری، امیر. (۱۳۸۶). بررسی رابطه‌ی توسعه‌ی گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۳۸-۱۳۸۳)، پژوهش‌نامه‌ی علوم انسانی و اجتماعی "ویژه‌ی اقتصاد"، سال نهم، شماره ۳۶، صص. ۸۳-۱۱۰.

فتوحی، صمد؛ تقی‌زاده، زهرا و رحیمی، دانا. (۱۳۹۱). ارزیابی توانمندی‌های ژئومورفوتوریسمی لندفرم‌ها براساس روش پراونگ مورد مطالعه: منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری بیستون، نشریه‌ی تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، شماره‌ی ۲۶، صص. ۲۳-۴۵.

قلی‌زاده، محمدرضا. (۱۳۸۹). ارائه‌ی یک الگوی تلفیقی به‌منظور بخش‌بندی بازار هدف صنعت گردشگری با استفاده از رویکرد A'WOT (مطالعه‌ی موردی؛ استان گیلان)، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، رشته‌ی مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد رشت.

محمودی نژاد، هادی و بمانیان، محمدرضا. (۱۳۸۸). مبانی برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری روستایی، چاپ اول، تهران: انتشارات هله/طحان.

- موسایی، میثم. (۱۳۹۰). **مبانی اقتصادی توریسم**، چاپ اول، تهران: انتشارات مهکامه.
- مهرگان، محمدرضا و دهقان نیری، محمود. (۱۳۸۸). **رویکرد منسجم BSC-TOPSIS جهت ارزیابی دانشکده‌های مدیریت برتر دانشگاه‌های استان تهران**، فصلنامه‌ی مدیریت صنعتی، شماره‌ی ۲، صص. ۱۶۸-۱۵۳.
- نوری، غلامرضا و تقی زاده، زهرا. (۱۳۹۰). **امکان سنجی پتانسیل سراب‌های استان کرمانشاه از دیدگاه اکوتوریسم و طبیعت‌گردی**، مجموعه مقالات اولین همایش ملی گردشگری و توسعه پایدار دانشگاه آزاد واحد همدان.
- الوانی، سید مهدی و پیروز بخت، معصومه. (۱۳۸۵). **فرآیند مدیریت جهانگردی**، چاپ اول، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- یاوری، کاظم؛ رضا قلی‌زاده، مهدیه، آقایی، مجید و مصطفوی، محمدحسن. (۱۳۸۹). **تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC)**، فصلنامه‌ی تحقیقات اقتصادی، شماره‌ی ۹۹، صص. ۲۴۲-۲۱۹.
- Castellani, V. Sala, S. (2009), **Sustainable performance index for tourism policy development**, University of Milano Bicocca, Department of Environmental Science, Piazza della Scienza 2026Milano, Italy, TourismManagement, Pp 1.10.
- Gilmore, J. H. (2002), **Differencing Hospitality Cooperation's via Experiences**, Cornell. Hotel and Restaurant, Quarterly, Vol. 43, No. 3, Pp. 87-92.
- Jamrozy, U. (2007), **Marketing of Tourism: A Paradigm Shift Toward sustainability**, International journal of culture, tourism and hospitality research, Vol.1. No.2, PP. 117-130.
- Nelson, C. and Botterill, D. (2002), **Evaluating the Contribution of Beach Quality Awards to the Local Tourism Industry in Wales – the Green Coast Award**, Cardiff: University of Wales Institute.
- Paoageorgiou, K. and Brother T. (1999), **A Management Planning Framework Based on Ecological, Perceptual and Economic Carrying Capacity: the Case Study of Vicos-Aoos National Park, Greece**, Journal of Environmental Management, Vol. 3, No. 56, Pp. 271- 289.
- Shaw, G. &Williams, M. A. (2004), **Tourism and Tourism Space**, London: SAGE Publications.
- Weaver, D., Lawton, L. (2006), **Tourism Management**, Rid Edition, Wiley Publication, Australia, 490 Pp.