



تحلیل و سطح‌بندی پتانسیل‌های توسعه یافتگی گردشگری و تأثیر آن در توسعه پایدار با استفاده از مدل چند متغیره TOPSIS (مطالعه موردی: استان مازندران)

دکتر محمدرضا زندهمقدم

استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد سمنان

سپیده حبیبی کوتنائی

کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم دانشگاه آزاد سمنان

چکیده

امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین و متنوع‌ترین صنایع در دنیا محسوب گردیده به نوعی که در بسیاری از کشورهای جهان این صنعت را به عنوان منبع اصلی درآمد ارزی، اشتغال‌زایی، ایجاد عدالت اجتماعی، رشد فرهنگی، افزایش سطح رفاه و میدانی برای رشد بخش خصوصی و وسیله‌ای برای توسعه ساختار زیربنایی خود می‌دانند. مقاله حاضر با هدف یافتن پاسخ به این سؤال که چه عامل یا عواملی باعث شده است تا این سرزمین از مزایای متعدد گردشگری بی‌بهره بماند تهیه شده است. روش تحقیق در این پژوهش، براساس هدف کاربردی و بر اساس ماهیت، توصیفی و موردی می‌باشد. ضمن جمع‌آوری اطلاعات توسعه یافتگی گردشگری استان و دسته‌بندی آن، در ابتدا توسط مدل TOPSIS به سطح‌بندی توانمندی‌های استان پرداخته شده است. نتایج حاصله در این پژوهش بیانگر آن است که در اکثر موارد، استان از لحاظ شاخص‌های توسعه‌یافتگی با توجه به توان‌های آنان در وضعیت خوبی قرار نگرفته است. **واژه‌های کلیدی:** برنامه‌ریزی، توسعه یافتگی گردشگری، تحلیل و سطح‌بندی، مازندران، TOPSIS.

مقدمه

دوگانگی‌های اقتصادی بین مناطق برای دوره‌های زمانی طولانی آثار مخربی بر کارایی اقتصاد ملی به جای می‌گذارد. به علاوه چنین تفاوت‌هایی ممکن است به لحاظ سیاسی و اجتماعی نیز نتایج نامطلوبی به دنبال داشته باشد. از اینرو، شناسایی میزان توسعه یافتگی و مطالعات جامع توسعه استان‌های مختلف کشور جهت تعدیل نابرابری‌های منطقه‌ای در سطح کشور و هر استان یک امر ضروری به شمار می‌آید. استان مازندران نیز با وجود برخورداری از منابع طبیعی فراوان، تنوع آب و هوایی، اقلیم مناسب و پتانسیل‌های سرشار، در بخش‌های کشاورزی، صنعت، معدن، گردشگری در جایگاه شایسته خود قرار ندارد. بنابراین لزوم بررسی توسعه یافتگی گردشگری در این استان بیشتر نمایان می‌شود. برای اینکه شهرستان‌ها بتوانند محیط مناسبی برای زندگی بوده و توسعه یافته تلقی گردند باید امکانات رفاهی ساکنین و شهروندان خود را بهبود بخشیده و ضروری است برنامه‌ریزی و طرح توسعه در استان با دیدی واقع‌بینانه علت وجود دوگانگی‌ها را برای رهایی از این معضل مورد توجه قرار دهند. در این راستا شناسایی وضعیت

موجود شهرستان‌ها از لحاظ ملاک‌های توسعه و موقعیت هر یک در مقایسه با دیگری می‌تواند اولین مرحله در برنامه‌ریزی برای رفع نابرابری‌ها و عدم تعادل‌ها محسوب شود، تا با چنین شناختی اهداف توسعه، متناسب با امکانات و محدودیت‌ها تعیین گردیده و بهره‌برداری از امکانات و قابلیت‌های متنوع و گسترده هر شهرستان با توجه به ویژگی خاص همان نقطه و اقدامات توسعه‌ای مطابق با توان‌های اکولوژیکی، اقتصادی و اجتماعی به گونه‌ای بهینه و کارا صورت پذیرد. متأسفانه با توجه به قابلیت‌های فراوان طبیعی، فرهنگی، مذهبی و صنعت گردشگری، در استان یک برنامه مدرن و دید مناسبی برای متولیان این صنعت وجود ندارد و حال این سؤال مطرح می‌شود که آیا با تحلیل سطح‌بندی استان مازندران از نظر توان، می‌توان راهکارهای مناسب برای رسیدن به توسعه پایدار ارائه نمود و در ضمن آیا با تحلیل و سطح‌بندی استان از نظر توان‌های گردشگری می‌توان با توجه به پتانسیل‌های موجود منطقه طرح‌هایی جامع برای رشد مناطق ارائه نمود؟

اهداف تحقیق

- ۱- شناخت بیشتر ظرفیت‌های صنعت گردشگری استان و ارائه راهکار جهت جذب گردشگر به استان
- ۲- تحلیل و سطح‌بندی توان‌های توسعه یافتگی گردشگری استان مازندران
- ۳- بررسی جایگاه شهرهای مختلف در توسعه یافتگی بخش گردشگری

روش و نوع تحقیق

این تحقیق براساس روش توصیفی تحلیلی و پیمایشی، به بررسی توان‌های گردشگری استان می‌پردازد. ابزار گردآوری اطلاعات این تحقیق به صورت کتابخانه‌ای، اسنادی، مصاحبه، مشاهده، جدول و بانک‌های اطلاعاتی می‌باشد.

موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

استان مازندران با مساحت ۲۳۷۵۶/۴ کیلومتر مربع ۱/۴۶ درصد مساحت کل کشور را تشکیل می‌دهد. این استان بین ۳۵ درجه و ۴۷ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۳۵ دقیقه عرض شمالی و ۵۰ درجه و ۳۴ دقیقه تا ۵۴ درجه و ۱۰ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ قرار گرفته است. مرز شمالی آن دریای خزر، مرز جنوبی آن استان‌های تهران، قزوین و سمنان، مرز غربی آن استان گیلان و مرز شرقی آن استان گلستان می‌باشد.



جدول ۱: ماتریس حاصل از پرسشنامه نظرخواهی از کارشناسان گردشگری راجع به وضعیت توسعه یافتگی شاخص‌های گردشگری

شهرستان‌ها	بابل	قائم‌شهر	تنکابن	بابلسر	رامسر	چالوس	نوشهر	آمل	ساری	نور	سوادکوه	چوپار	بهبه‌شهر	نکا	جمع
وضعیت شاخص‌های امنیتی جهت جذب گردشگر در شهرستان	۵۱	۴۹	۸۱	۷۲	۵۵	۵۸	۵۷	۷۰	۴۵	۴۳	۳۵	۳۱	۴۲	۲۸	۷۱۷
جاذبه‌های تاریخی شهرستان از لحاظ جذب گردشگری	۳۹	۴۲	۲۰	۳۹	۲۰	۱۹	۱۷	۶۰	۳۲	۴۲	۴۰	۳۲	۳۵	۲۳	۴۶۰
استقبال از بازارها و صنایع دستی شهرستان از طرف گردشگر	۲۰	۲۰	۴۰	۳۲	۴۰	۳۸	۳۸	۳۰	۲۱	۳۵	۲۲	۲۰	۲۱	۱۴	۳۹۱
استقبال از دیدنی‌ها و مناظر طبیعی شهرستان از طرف گردشگر	۳۲	۱۰	۷۹	۵۰	۷۸	۷۶	۷۵	۷۳	۵۴	۷۰	۹۴	۳۵	۳۸	۲۵	۷۸۹
وضعیت جاذبه‌های گردشگری شهرستان از نظر جذب گردشگر خارجی	۲۸	۲۵	۸۲	۷۱	۸۲	۸۰	۷۹	۵۱	۵۶	۷۳	۳۰	۱۹	۲۳	۱۲	۷۱۱
وضعیت توسعه تسهیلات و امکانات اقامتی و رفاهی مربوط به گردشگری (هتل، رستوران...)	۲۹	۲۷	۹۳	۸۲	۹۰	۸۹	۸۷	۷۵	۳۲	۸۷	۳۲	۲۷	۲۹	۲۲	۸۰۱
وضعیت توسعه تسهیلات دسترسی - ارتباطی و حمل و نقل مربوط به گردشگری (جاده، ترمینال...)	۴۰	۳۷	۷۵	۶۳	۷۵	۷۳	۷۵	۶۲	۴۲	۷۰	۴۲	۳۸	۴۰	۲۱	۷۵۳
نقش گردشگری در شهرستان از نظر ایجاد درآمد و اشتغال	۳۹	۳۶	۸۲	۷۰	۸۴	۷۹	۷۷	۶۹	۴۵	۷۲	۴۶	۳۷	۴۰	۳۰	۸۰۶
امکانات تبلیغ جاذبه‌های گردشگری شهرستان	۳۹	۳۴	۴۵	۴۱	۴۲	۴۳	۴۴	۳۸	۳۹	۴۳	۴۸	۳۴	۳۹	۲۶	۵۵۵
وضعیت گردشگری مذهبی منطقه جهت جذب توریست	۳۰	۲۰	۲۰	۱۷	۳۲	۱۹	۲۱	۱۷	۳۸	۱۹	۳۲	۲۹	۳۰	۱۴	۳۳۸
وضعیت گردشگری ورزشی منطقه جهت جذب توریست	۱۹	۱۰	۳۰	۲۰	۵۲	۲۷	۲۰	۱۹	۴۲	۱۹	۲۰	۱۱	۱۶	۱۵	۳۲۰
وضعیت گردشگری علمی منطقه جهت جذب توریست	۲۸	۲۶	۲۳	۱۷	۳۲	۲۱	۱۷	۱۸	۱۲	۱۸	۲۲	۱۳	۱۶	۱۷	۲۸۰
وضعیت آداب و سنت‌های بومی منطقه جهت جذب توریست	۱۵	۱۵	۴۲	۲۴	۴۰	۴۰	۳۴	۲۱	۱۰	۳۲	۱۸	۱۵	۱۳	۱۰	۳۲۹
وضعیت توریسم صنعت منطقه جهت جذب گردشگر	۲۶	۲۰	۳۰	۲۸	۲۹	۲۸	۲۷	۲۳	۱۰	۲۸	۲۸	۱۰	۱۳	۱۷	۳۱۷
تأثیر توسعه گردشگری در ایجاد اشتغال در بخش گردشگری و بخش‌های پشتیبانی کننده شهرستان مانند مدیریت منابع	۳۸	۳۳	۶۰	۴۷	۶۳	۵۷	۵۱	۴۳	۲۴	۴۹	۴۲	۳۲	۳۸	۲۱	۵۹۸
نقش گردشگری در تنوع ایجاد فعالیت‌های اقتصادی شهرستان	۴۰	۳۷	۸۴	۶۸	۸۲	۸۱	۷۴	۵۹	۲۶	۷۰	۴۳	۳۸	۴۰	۳۲	۷۷۴

منبع: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان مازندران

مرحله اول: تشکیل ماتریس داده‌ها بر اساس n آلت‌رانیو و m شاخص

$$A_j = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ a_{m1} & a_{m2} & \dots & a_{mn} \end{bmatrix}$$

در واقع، ماتریس پایه ما در اینجا همان تعداد شاخص‌های توسعه یافتگی گردشگری برای هر شهرستان (جدول ۱) بوده که به عنوان شاخص خام قلمداد شده و جهت سطح‌بندی با استفاده از مدل TOPSIS مورد استفاده قرار می‌گیرد. مرحله دوم: استاندارد نمودن داده‌ها و تشکیل ماتریس استاندارد (بی‌مقیاس)

$$R_j = \frac{a_j}{\sqrt{\sum_{i=1}^m a_j^2}}$$

$$R_j = \begin{bmatrix} r_{11} & r_{12} & \dots & r_{1n} \\ r_{21} & r_{22} & \dots & r_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ r_{m1} & r_{m2} & \dots & r_{mn} \end{bmatrix}$$

در این مرحله یک پرسشنامه متشکل از ۱۶ گویه جهت سنجش وضعیت کنونی توسعه یافتگی گردشگری از منظر شاخص‌هایی همچون امنیت، مدیریت، وضعیت تسهیلات و امکانات اقامتی و رفاهی، وضعیت تسهیلات دسترسی، ارتباطی و حمل و نقل مربوط به گردشگری و... در اختیار کارشناسان امر گردشگری قرار گرفت و از آنها خواسته شد که برای هر شهرستان به هر شاخص امتیازی را به درصد (بین صفر و صد) اختصاص دهند. سپس از هر شاخص برای هر شهرستان میانگین گرفته شد و از مجموع آنها یک ماتریس اولیه تشکیل گردید. تکنیک اولویت‌بندی به وسیله شباهت به وضعیت ایده-آل (TOPSIS) یکی از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره است که در سال ۱۹۸۱ به وسیله هوانگ و یون ارایه گردید. در این روش m گزینه به وسیله n شاخص مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (طواری و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۱). اصل اساسی TOPSIS این است که گزینه انتخابی باید دارای کمترین فاصله از وضعیت ایده‌آل (بهترین حالت) و دورترین فاصله از وضعیت ایده‌آل منفی (بدترین حالت) داشته باشد. به عبارت دیگر در این روش، میزان فاصله یک عامل با عامل ایده‌آل مثبت و منفی سنجیده می‌شود و این خود معیار درجه‌بندی و اولویت‌بندی عوامل است (شفیعی رودپشتی و میرغفوری، ۱۳۸۷: ۴۲). جهت بهره‌گیری از این تکنیک مراحل زیر به اجرا گذاشته می‌شود.



جدول ۲: ماتریس استاندارد شده شاخص ها

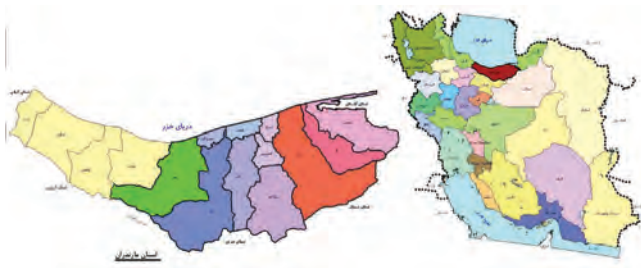
وضعیت شاخص های امنیتی جهت جذب گردشگر در شهرستان	جاذبه های تاریخی شهرستان از لحاظ جذب گردشگر	استقبال از بازارها و صنایع دستی شهرستان از طرف گردشگر	استقبال از دیدنی ها و مناظر طبیعی شهرستان از طرف گردشگر	وضعیت جاذبه های گردشگری شهرستان از نظر جذب گردشگر خارجی	وضعیت توسعه تسهیلات و امکانات اقامتی و رفاهی مربوط به گردشگری (هتل، رستوران...)	وضعیت توسعه تسهیلات - دسترسی - ارتباطی و حمل و نقل مربوط به گردشگری (جاده، ترمینال...)	نقش گردشگری در شهرستان از نظر ایجاد درآمد اشتغال	امکانات تبلیغ جاذبه های گردشگری شهرستان	وضعیت گردشگری مذهبی منطقه جهت جذب توریست	وضعیت گردشگری ورزشی منطقه جهت جذب توریست	وضعیت گردشگری علمی منطقه جهت جذب توریست	وضعیت آداب و سنت های بومی منطقه جهت جذب توریست	وضعیت توریسم صنعت منطقه جهت جذب گردشگر	تأثیر توسعه گردشگری در ایجاد اشتغال در بخش گردشگری و بخش های پشتیبانی کننده شهرستان مانند مدیریت منابع	نقش گردشگری در تنوع ایجاد فعالیت های اقتصادی شهرستان	
بلیل	۰/۲۵۵۳	۰/۲۹۸۹	۰/۱۸۲۶	۰/۱۳۹۵	۰/۱۳۱۲	۰/۱۲۰۶	۰/۱۸۸۸	۰/۱۷۱۷	۰/۲۶۰۶	۰/۳۱۸۵	۰/۱۹۹۴	۰/۳۶۰۸	۰/۱۶۳۷	۰/۲۹۳۱	۰/۲۲۸۵	۰/۱۸۹۰
قلمشهر	۰/۲۴۵۳	۰/۳۲۱۹	۰/۱۸۲۶	۰/۰۴۳۶	۰/۱۱۷۲	۰/۱۱۲۳	۰/۱۷۴۶	۰/۱۵۸۵	۰/۲۲۷۲	۰/۲۱۴۶	۰/۱۰۴۹	۰/۳۳۵۰	۰/۱۵۳۷	۰/۲۲۵۵	۰/۱۹۸۴	۰/۱۶۸۲
تنکلی	۰/۴۰۵۶	۰/۱۵۳۳	۰/۳۶۵۲	۰/۳۴۴۴	۰/۳۸۶۳	۰/۳۸۶۷	۰/۳۵۴۰	۰/۳۶۰۹	۰/۳۰۰۶	۰/۲۱۲۴	۰/۳۱۴۸	۰/۲۹۶۴	۰/۴۳۰۳	۰/۳۳۸۲	۰/۳۶۰۸	۰/۳۸۱۹
بیلسر	۰/۳۶۰۵	۰/۲۹۸۹	۰/۲۹۲۱	۰/۲۱۸۰	۰/۳۳۲۷	۰/۳۴۱۰	۰/۲۹۷۳	۰/۳۰۸۱	۰/۲۷۳۹	۰/۱۸۰۵	۰/۲۰۹۹	۰/۲۱۹۱	۰/۲۴۵۹	۰/۳۱۵۶	۰/۲۸۲۶	۰/۳۰۹۲
رامسر	۰/۲۷۵۴	۰/۱۵۳۳	۰/۳۶۵۲	۰/۳۴۰۰	۰/۳۸۴۳	۰/۳۷۴۳	۰/۳۵۴۰	۰/۳۶۹۷	۰/۲۸۰۶	۰/۳۳۹۸	۰/۵۴۵۷	۰/۴۱۲۴	۰/۴۰۹۸	۰/۳۲۶۹	۰/۳۷۸۸	۰/۳۷۲۸
چالوس	۰/۲۹۰۴	۰/۱۴۵۶	۰/۳۴۶۹	۰/۳۳۱۳	۰/۳۷۴۹	۰/۳۷۰۱	۰/۳۴۴۵	۰/۳۴۷۷	۰/۲۸۷۳	۰/۲۰۱۷	۰/۲۸۳۳	۰/۲۷۰۶	۰/۴۰۹۸	۰/۳۱۵۶	۰/۳۴۲۷	۰/۳۶۸۳
نوشهر	۰/۲۸۵۴	۰/۱۳۰۳	۰/۳۴۶۹	۰/۳۲۶۹	۰/۳۷۰۲	۰/۳۶۱۸	۰/۳۵۴۰	۰/۳۳۸۹	۰/۲۹۴۰	۰/۲۲۳۰	۰/۲۰۹۹	۰/۲۱۹۱	۰/۳۴۸۳	۰/۳۰۴۴	۰/۳۰۶۷	۰/۳۳۶۴
آمل	۰/۳۵۰۵	۰/۴۵۹۹	۰/۲۷۳۹	۰/۳۱۸۲	۰/۲۳۹۰	۰/۳۱۱۹	۰/۲۹۲۶	۰/۳۰۳۷	۰/۲۵۳۹	۰/۱۸۰۵	۰/۱۹۹۴	۰/۲۳۲۰	۰/۲۱۵۱	۰/۲۵۹۳	۰/۲۵۸۶	۰/۲۶۸۲
ساری	۰/۲۲۵۳	۰/۲۴۵۳	۰/۱۹۱۷	۰/۲۳۵۴	۰/۲۶۲۴	۰/۱۳۳۱	۰/۱۹۸۲	۰/۱۹۸۱	۰/۲۶۵۱	۰/۴۰۳۵	۰/۴۴۰۷	۰/۱۵۴۶	۰/۱۰۲۴	۰/۱۱۲۷	۰/۱۴۴۳	۰/۱۱۸۲
نور	۰/۲۱۵۳	۰/۳۲۱۹	۰/۳۱۹۵	۰/۳۰۵۱	۰/۳۴۲۱	۰/۳۶۱۸	۰/۳۳۰۴	۰/۳۱۶۹	۰/۲۸۷۳	۰/۲۰۱۷	۰/۱۹۹۴	۰/۲۳۲۰	۰/۳۲۷۸	۰/۳۱۵۶	۰/۲۹۴۶	۰/۳۱۸۲
سوادکوه	۰/۱۷۵۲	۰/۳۰۶۶	۰/۲۰۰۸	۰/۴۰۹۸	۰/۱۴۰۶	۰/۱۳۳۱	۰/۱۹۸۲	۰/۲۰۲۵	۰/۳۲۰۷	۰/۳۳۹۸	۰/۲۰۹۹	۰/۲۸۵۳	۰/۱۸۴۴	۰/۳۱۵۶	۰/۲۵۲۵	۰/۱۹۵۵
جویبار	۰/۱۵۵۲	۰/۲۴۵۳	۰/۱۸۲۶	۰/۱۵۲۶	۰/۰۸۹۰	۰/۱۱۲۳	۰/۱۷۹۳	۰/۱۶۲۹	۰/۲۲۷۲	۰/۳۰۷۹	۰/۱۱۵۴	۰/۱۶۷۵	۰/۱۵۳۷	۰/۱۱۲۷	۰/۱۹۲۴	۰/۱۷۲۸
بهشهر	۰/۲۱۰۳	۰/۲۶۸۳	۰/۱۹۱۷	۰/۱۶۵۷	۰/۱۰۷۸	۰/۱۲۰۶	۰/۱۸۸۸	۰/۱۷۶۱	۰/۲۶۰۶	۰/۳۱۸۵	۰/۱۶۷۹	۰/۲۰۶۲	۰/۱۳۳۲	۰/۱۴۶۵	۰/۲۲۸۵	۰/۱۸۱۹
نکا	۰/۱۴۰۲	۰/۱۷۶۳	۰/۱۲۷۸	۰/۱۰۰۹	۰/۰۵۶۲	۰/۰۹۱۵	۰/۰۹۹۱	۰/۱۳۲۰	۰/۱۷۳۷	۰/۱۴۸۷	۰/۱۵۷۴	۰/۲۱۹۱	۰/۱۰۲۴	۰/۱۹۱۶	۰/۱۲۶۳	۰/۱۴۵۵

منبع: محاسبات نگارنده

جدول ۳: وزندی

شاخص ها	وزن دهی
وضعیت شاخص های امنیتی جهت جذب گردشگر در شهرستان	۰/۰۸
جاذبه های تاریخی شهرستان از لحاظ جذب گردشگر	۰/۰۵
استقبال از بازارها و صنایع دستی شهرستان از طرف گردشگر	۰/۰۴
استقبال از دیدنی ها و مناظر طبیعی شهرستان از طرف گردشگر	۰/۰۹
وضعیت جاذبه های گردشگری شهرستان از نظر جذب گردشگر خارجی	۰/۰۸
وضعیت توسعه تسهیلات و امکانات اقامتی و رفاهی مربوط به گردشگری (هتل، رستوران...)	۰/۰۹
وضعیت توسعه تسهیلات - دسترسی - ارتباطی و حمل و نقل مربوط به گردشگری (جاده، ترمینال...)	۰/۰۸
نقش گردشگری در شهرستان از نظر ایجاد درآمد اشتغال	۰/۰۹
امکانات تبلیغ جاذبه های گردشگری شهرستان	۰/۰۶
وضعیت گردشگری مذهبی منطقه جهت جذب توریست	۰/۰۴
وضعیت گردشگری ورزشی منطقه جهت جذب توریست	۰/۰۴
وضعیت گردشگری علمی منطقه جهت جذب توریست	۰/۰۳
وضعیت آداب و سنت های بومی منطقه جهت جذب توریست	۰/۰۴
وضعیت توریسم صنعت منطقه جهت جذب گردشگر	۰/۰۴
تأثیر توسعه گردشگری در ایجاد اشتغال در بخش گردشگری و بخش های پشتیبانی کننده شهرستان مانند مدیریت منابع	۰/۰۷
نقش گردشگری در تنوع ایجاد فعالیت های اقتصادی شهرستان	۰/۰۸

منبع: محاسبات نگارنده



نقشه ۱: رتبه‌بندی و سطح‌بندی وضعیت توسعه یافتگی گردشگری شهرستان‌های استان مازندران بر اساس نظر کارشناسان با استفاده از تکنیک TOPSIS

مرحله ششم: تعیین معیار فاصله‌ای برای آترناتیو ایده‌آل (s_i^+) و آترناتیو حداقل (s_i^-):

$$= S_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^+)^2}; i=1,2,\dots,m$$

فاصله گزینه نام از ایده‌آل مثبت

$$= S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2}; i=1,2,\dots,m$$

فاصله گزینه نام از ایده‌آل منفی

در این مرحله، اقدام به استاندارد کردن و یکدست کردن داده‌های خام جدول ۱ شده که نتایج در جدول ۲ آمده است.

مرحله سوم: تعیین وزن هر یک از شاخص‌ها و ایجاد ماتریس بی‌مقیاس وزین (V):

$$V_j = R_j \times W_{n \times n} = \begin{bmatrix} v_{11} & \dots & v_{1j} & \dots & v_{1n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ v_{m1} & \dots & v_{mj} & \dots & v_{mn} \end{bmatrix}$$

از آنجایی که اهمیت شاخص‌ها (در اینجا انواع توسعه یافتگی گردشگری) یکسان نیست بنابراین بسته به اهمیت هر شاخص به شاخص‌های دیگر در توسعه یافتگی گردشگری استان به صورت کارشناسی شده وزنی به هر شاخص اختصاص داده شده که با اعمال این وزن در جدول ۲، نتایج جدول ۳ حاصل آمده است.

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

$$\begin{aligned} \text{گزینه ایده‌آل مثبت} &= A^+ = \{(\max v_j | j \in J), (\min v_j | j \in J') | i=1,2,\dots,m\} = \{v_1^+, v_2^+, \dots, v_j^+, \dots, v_n^+\} \\ \text{گزینه ایده‌آل منفی} &= A^- = \{(\min v_j | j \in J), (\max v_j | j \in J') | i=1,2,\dots,m\} = \{v_1^-, v_2^-, \dots, v_j^-, \dots, v_n^-\} \end{aligned}$$

جدول ۴: جدول استاندارد موزون

وضعیت شاخص‌های امنیتی جهت جذب گردشگر در شهرستان	جاذبه‌های تاریخی شهرستان از لحاظ جذب گردشگر	استقبال از بازارها و صنایع دستی شهرستان از طرف گردشگر	استقبال از دیدنی‌ها و مناظر طبیعی شهرستان از طرف گردشگر	وضعیت جاذبه‌های گردشگری شهرستان از نظر جذب گردشگر خارجی	وضعیت توسعه تسهیلات و امکانات اقامتی و رفاهی مربوط به گردشگری (هتل، رستوران، ...)	وضعیت توسعه تسهیلات دسترسی - ارتباطی و حمل و نقل مربوط به گردشگری (جاده، ترمینال، ...)	نقش گردشگری در شهرستان از نظر ایجاد درآمد اشتغال	امکانات تبلیغ جاذبه‌های گردشگری شهرستان	وضعیت گردشگری مذهبی منطقه جهت جذب توریست	وضعیت گردشگری ورزشی منطقه جهت جذب توریست	وضعیت گردشگری علمی منطقه جهت جذب توریست	وضعیت آداب و سنت‌های بومی منطقه جهت جذب توریست	وضعیت توریسم صنعت منطقه جهت جذب گردشگر	تأثیر توسعه گردشگری در ایجاد اشتغال در بخش گردشگری و بخش‌های پشتیبانی کننده شهرستان مانند مدیریت منابع	نقش گردشگری در تنوع ایجاد فعالیت‌های اقتصادی شهرستان	
بابل	/۰.۲۰۴	/۰.۱۵۰	/۰.۰۷۳	/۰.۱۲۶	/۰.۱۰۵	/۰.۱۰۹	/۰.۱۵۱	/۰.۱۵۵	/۰.۱۵۶	/۰.۱۲۷	/۰.۰۸۰	/۰.۱۰۸	/۰.۰۶۲	/۰.۱۱۷	/۰.۱۶۰	/۰.۱۴۶
قائم‌شهر	/۰.۱۹۶	/۰.۱۶۱	/۰.۰۷۳	/۰.۰۳۹	/۰.۰۹۴	/۰.۱۰۱	/۰.۱۴۰	/۰.۱۴۳	/۰.۱۳۶	/۰.۰۸۵	/۰.۰۴۲	/۰.۱۰۱	/۰.۰۶۲	/۰.۰۹۰	/۰.۱۳۹	/۰.۱۳۵
تنکمن	/۰.۲۲۴	/۰.۰۷۷	/۰.۱۴۶	/۰.۰۳۰	/۰.۰۳۷	/۰.۰۳۴	/۰.۰۲۸۳	/۰.۰۲۲۵	/۰.۱۸۰	/۰.۰۸۵	/۰.۱۲۶	/۰.۰۸۹	/۰.۱۷۲	/۰.۱۳۵	/۰.۰۲۵۳	/۰.۰۳۰۶
بابلسر	/۰.۲۸۸	/۰.۱۵۰	/۰.۱۱۷	/۰.۱۹۶	/۰.۲۶۶	/۰.۰۳۷	/۰.۰۲۳۸	/۰.۰۲۷۷	/۰.۱۶۴	/۰.۰۷۲	/۰.۰۸۴	/۰.۰۶۶	/۰.۰۹۸	/۰.۱۲۶	/۰.۱۹۸	/۰.۰۴۷
رامسر	/۰.۲۲۰	/۰.۰۷۷	/۰.۱۴۶	/۰.۰۳۰۶	/۰.۰۳۷	/۰.۰۳۳۷	/۰.۰۲۸۳	/۰.۰۲۳۳	/۰.۱۶۸	/۰.۱۳۶	/۰.۰۲۱۸	/۰.۱۲۴	/۰.۱۶۴	/۰.۱۳۱	/۰.۰۲۶۵	/۰.۰۲۹۸
چالوس	/۰.۲۳۲	/۰.۰۷۳	/۰.۱۳۹	/۰.۰۲۹۸	/۰.۰۳۰	/۰.۰۳۳۳	/۰.۰۲۷۶	/۰.۰۳۱۳	/۰.۱۷۲	/۰.۰۸۱	/۰.۱۱۳	/۰.۰۸۱	/۰.۱۶۴	/۰.۱۲۶	/۰.۰۲۴۰	/۰.۰۲۹۵
نوشهر	/۰.۲۲۸	/۰.۰۶۵	/۰.۱۳۹	/۰.۰۲۹۴	/۰.۰۲۹۶	/۰.۰۳۲۶	/۰.۰۲۸۳	/۰.۰۳۰۵	/۰.۱۷۶	/۰.۰۸۹	/۰.۰۸۴	/۰.۰۶۶	/۰.۱۳۶	/۰.۱۲۲	/۰.۰۲۱۵	/۰.۰۲۶۹
آمل	/۰.۲۸۰	/۰.۰۲۰	/۰.۱۱۰	/۰.۰۲۸۶	/۰.۱۹۱	/۰.۰۲۸۱	/۰.۰۲۳۴	/۰.۰۲۷۳	/۰.۱۵۲	/۰.۰۷۲	/۰.۰۸۰	/۰.۰۷۰	/۰.۰۸۶	/۰.۱۰۴	/۰.۰۱۸۱	/۰.۰۲۱۵
ساری	/۰.۱۸۰	/۰.۱۲۳	/۰.۰۷۷	/۰.۰۲۱۲	/۰.۰۲۱۰	/۰.۰۱۲۰	/۰.۰۱۵۹	/۰.۰۱۷۸	/۰.۱۵۶	/۰.۰۲۸	/۰.۰۴۶	/۰.۰۴۶	/۰.۰۴۱	/۰.۰۴۵	/۰.۰۱۰۱	/۰.۰۰۹۵
نور	/۰.۱۷۲	/۰.۱۶۱	/۰.۱۲۸	/۰.۰۲۷۵	/۰.۰۲۷۴	/۰.۰۳۲۶	/۰.۰۲۶۴	/۰.۰۲۸۵	/۰.۱۷۲	/۰.۰۸۱	/۰.۰۸۰	/۰.۰۷۰	/۰.۱۳۱	/۰.۱۲۶	/۰.۰۲۰۶	/۰.۰۲۵۵
سوادکوه	/۰.۱۴۰	/۰.۱۵۳	/۰.۰۸۰	/۰.۰۳۶۹	/۰.۱۱۳	/۰.۱۲۰	/۰.۱۵۹	/۰.۱۸۲	/۰.۱۹۲	/۰.۱۳۶	/۰.۰۸۴	/۰.۰۸۵	/۰.۰۷۴	/۰.۱۲۶	/۰.۱۷۷	/۰.۱۵۶
جویبار	/۰.۱۲۴	/۰.۱۲۳	/۰.۰۷۳	/۰.۱۲۷	/۰.۰۷۱	/۰.۱۰۱	/۰.۱۴۴	/۰.۱۴۷	/۰.۱۳۶	/۰.۱۳۶	/۰.۰۴۶	/۰.۰۵۰	/۰.۰۶۲	/۰.۰۴۵	/۰.۰۱۳۵	/۰.۰۱۳۸
بهبشهر	/۰.۱۶۸	/۰.۱۳۴	/۰.۰۷۷	/۰.۱۴۹	/۰.۰۸۶	/۰.۱۰۹	/۰.۱۵۱	/۰.۱۵۹	/۰.۱۵۲	/۰.۱۲۷	/۰.۰۶۷	/۰.۰۶۲	/۰.۰۵۳	/۰.۰۵۹	/۰.۰۱۶۰	/۰.۰۱۴۶
نکا	/۰.۱۱۲	/۰.۰۸۸	/۰.۰۵۱	/۰.۰۹۸	/۰.۰۴۵	/۰.۰۸۲	/۰.۰۷۹	/۰.۱۱۹	/۰.۱۰۴	/۰.۰۶۰	/۰.۰۶۳	/۰.۰۶۶	/۰.۰۴۱	/۰.۰۷۷	/۰.۰۰۸۸	/۰.۰۱۱۶

منبع: محاسبات نگارنده



جدول ۵: حالت‌های ایده‌آل مثبت و منفی (بالاترین و پایین‌ترین میزان برای هر شاخص)

	وضعیت شاخص‌های امنیتی-جذب گردشگر در شهرستان	جاذبه‌های تاریخی شهرستان از لحاظ جذب گردشگر	استقبال از بازارها و صنایع دستی شهرستان از طرف گردشگر	استقبال از دیدنی‌ها و مناظر طبیعی شهرستان از طرف گردشگر	وضعیت جاذبه‌های گردشگری شهرستان از نظر جذب گردشگر خارجی	وضعیت توسعه تسهیلات امکانات اقامتی و رفاهی مربوط به گردشگری (هتل، رستوران، ...)	وضعیت توسعه تسهیلات دسترسی - ارتباطی و حمل و نقل مربوط به گردشگری (جاده، ترنیمال، ...)	نقش گردشگری در شهرستان از نظر ایجاد درآمد اشتغال	امکانات تبلیغ جاذبه‌های گردشگری شهرستان	وضعیت گردشگری مذهبی منطقه جهت جذب توریست	وضعیت گردشگری ورزشی منطقه جهت جذب توریست	وضعیت گردشگری علمی منطقه جهت جذب توریست	وضعیت آداب و سنت‌های بومی منطقه جهت جذب توریست	وضعیت توریسم صنعت منطقه جهت جذب گردشگر	تأثیر توسعه گردشگری در ایجاد اشتغال در بخش گردشگری و بخش‌های پشتیبانی کننده شهرستان مانند مدیریت منابع	نقش گردشگری در تنوع ایجاد فعالیت‌های اقتصادی شهرستان
A+	۰/۰۲۲۴	۰/۰۲۳۰	۰/۰۱۴۶	۰/۰۲۶۹	۰/۰۳۰۷	۰/۰۳۴۸	۰/۰۲۸۳	۰/۰۳۳۳	۰/۰۱۹۲	۰/۰۱۶۱	۰/۰۲۱۸	۰/۰۱۲۴	۰/۰۱۷۲	۰/۰۱۳۵	۰/۰۲۶۵۰	۰/۰۳۰۶
A-	۰/۰۱۱۲	۰/۰۰۶۵	۰/۰۰۵۱	۰/۰۰۳۹	۰/۰۰۴۵	۰/۰۰۸۲	۰/۰۰۷۹	۰/۰۱۱۹	۰/۰۱۰۴	۰/۰۰۶۰	۰/۰۰۴۲	۰/۰۰۴۶	۰/۰۰۴۱	۰/۰۰۴۵	۰/۰۰۸۸	۰/۰۰۹۵

منبع: محاسبات نگارنده

جدول ۶: فاصله هر شهرستان از حالت‌های ایده‌آل مثبت و منفی (بهترین و بدترین وضعیت)

	بابل	قائم‌شهر	تنکابن	بایلسر	رامسر	چالوس	نوشهر	آمل	ساری	نور	سوادکوه	جویبار	بهشهر	نکا
S_i^+	۰/۰۵۵۱	۰/۰۶۴۶	۰/۰۲۰۵	۰/۰۳۰۲	۰/۰۱۹۰	۰/۰۲۴۳	۰/۰۲۷۴	۰/۰۲۹۸	۰/۰۵۱۹	۰/۰۲۷۹	۰/۰۴۸۲	۰/۰۶۲۶	۰/۰۵۷۲	۰/۰۷۱۲
S_i^-	۰/۰۲۴۵	۰/۰۱۸۷	۰/۰۶۸۰	۰/۰۵۱۸	۰/۰۶۶۳	۰/۰۶۲۴	۰/۰۵۹۶	۰/۰۵۱۲	۰/۰۳۳۰	۰/۰۵۵۶	۰/۰۴۱۲	۰/۰۱۷۹	۰/۰۲۱۷	۰/۰۰۷۸

منبع: محاسبات نگارنده

جدول ۷: نزدیکی نسبی هر شهرستان به وضعیت ایده‌آل (امتیاز نهایی)

	بابل	قائم‌شهر	تنکابن	بایلسر	رامسر	چالوس	نوشهر	آمل	ساری	نور	سوادکوه	جویبار	بهشهر	نکا
SL_i^+	۰/۳۰۷۹	۰/۲۲۴۶	۰/۷۶۸۶	۰/۶۳۱۸	۰/۷۷۷۶	۰/۷۱۹۷	۰/۶۸۵۱	۰/۶۳۱۸	۰/۳۸۹۰	۰/۶۶۵۶	۰/۴۶۱۲	۰/۲۲۲۲	۰/۲۷۴۹	۰/۰۹۸۲

منبع: محاسبات نگارنده



این راستا $S_i^+ = 1$ نشان دهنده بالاترین رتبه و $S_i^+ = 0$ نیز نشان دهنده کمترین رتبه است.

در نهایت، با توجه به میزان $S_i^+ = 1$ ، شهرستان‌ها به طبقه (ضعیف) تا $0/۲$ ، متوسط $0/۲$ تا $0/۴$ ، خوب $0/۴$ تا $0/۶$ ، بسیار خوب $0/۶$ تا $0/۸$ ، عالی $0/۸$ تا 1 سطح بندی گردیده‌اند که نتایج حاصله در جدول ۸ و نقشه ۲ آمده است.

مرحله هفتم: محاسبه نزدیکی نسبی گزینه (A_i) به وضعیت ایده‌آل:

$$SL_i^+ = \frac{S_i^-}{S_i^+ + S_i^-}; 0 \leq SL_i^+ \leq 1; i = 1, 2, \dots, m$$

مرحله هشتم: رتبه‌بندی آترناتیوها بر اساس میزان S_i^+ به ترتیب نزولی، در



جدول ۸: رتبه‌بندی نهایی و سطح‌بندی شهرستان‌های استان از لحاظ توسعه یافتگی گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS

رتبه	سطح	نام شهرستان	SL ⁺ _i
۱	بسیار خوب	رامسر	۰/۷۷۷۶۱
۲	بسیار خوب	تنکابن	۰/۷۶۸۵۵
۳	بسیار خوب	چالوس	۰/۷۱۹۷۱
۴	بسیار خوب	نوشهر	۰/۶۸۵۰۶
۵	بسیار خوب	نور	۰/۶۶۵۵۹
۶	بسیار خوب	بابلسر	۰/۶۳۱۸۲
۷	بسیار خوب	آمل	۰/۶۳۱۸۰
۸	خوب	سوادکوه	۰/۴۶۱۱۹
۹	متوسط	ساری	۰/۳۸۸۹۷
۱۰	متوسط	بابل	۰/۳۰۷۹۰
۱۱	متوسط	بهشهر	۰/۲۷۴۹۲
۱۲	متوسط	قائم‌شهر	۰/۲۲۴۶۴
۱۳	متوسط	جویبار	۰/۲۲۲۲۴
۱۴	ضعیف	نکا	۰/۰۹۸۱۶

منبع: محاسبات نگارنده

جدول ۹: اولویت‌بندی شهرستان‌های استان جهت برنامه‌ریزی و توسعه یافتگی گردشگری براساس استعداد آنها

شهرستان‌های مستعدتر	پتانسیل‌های توسعه یافتگی گردشگری
تنکابن، آمل، چالوس، نوشهر، رامسر	وضعیت شاخص‌های امنیتی جهت جذب گردشگر در شهرستان
آمل، نور، قائمشهر، سوادکوه، بابلسر	جاذبه‌های تاریخی شهرستان لحاظ جذب گردشگری
رامسر، تنکابن، نوشهر، چالوس، نور	استقبال از بازارها و صنایع دستی شهرستان از طرف گردشگر
سوادکوه، تنکابن، رامسر، چالوس، آمل	استقبال از دیدنی‌ها و مناظر طبیعی شهرستان از طرف گردشگر
رامسر، تنکابن، چالوس، نوشهر، نور	وضعیت جاذبه‌های گردشگری شهرستان از نظر جذب گردشگر خارجی
تنکابن، رامسر، چالوس، نوشهر، نور	وضعیت توسعه تسهیلات و امکانات اقامتی و رفاهی مربوط به گردشگری (هتل، رستوران...)
رامسر، تنکابن، نوشهر، چالوس، بابلسر	وضعیت توسعه تسهیلات - دسترسی - ارتباطی و حمل و نقل مربوط به گردشگری (جاده، ترمینال...)
رامسر، تنکابن، چالوس، نوشهر، آمل	نقش گردشگری در شهرستان از نظر ایجاد درآمد و اشتغال
سوادکوه، تنکابن، نوشهر، چالوس، رامسر	امکانات تبلیغ جاذبه‌های گردشگری شهرستان
ساری، رامسر، سوادکوه، بابل، جویبار	وضعیت گردشگری مذهبی منطقه جهت جذب توریست
رامسر، بهشهر، تنکابن، چالوس، نوشهر	وضعیت گردشگری ورزشی منطقه جهت جذب توریست
رامسر، بابل، قائمشهر، تنکابن، سوادکوه	وضعیت گردشگری علمی منطقه جهت جذب توریست
تنکابن، رامسر، چالوس، نوشهر، نور	وضعیت آداب و سنت‌های بومی منطقه جهت جذب توریست
تنکابن، رامسر، چالوس، بابلسر، نوشهر	وضعیت توریسم صنعت منطقه جهت جذب گردشگر
رامسر، تنکابن، چالوس، نوشهر، سوادکوه	تأثیر توسعه گردشگری در ایجاد اشتغال در بخش گردشگری و بخش‌های پشتیبانی کننده شهرستان مانند مدیریت منابع
تنکابن، رامسر، چالوس، نوشهر، نور	نقش گردشگری در تنوع ایجاد فعالیت‌های اقتصادی شهرستان

منبع: محاسبات نگارنده

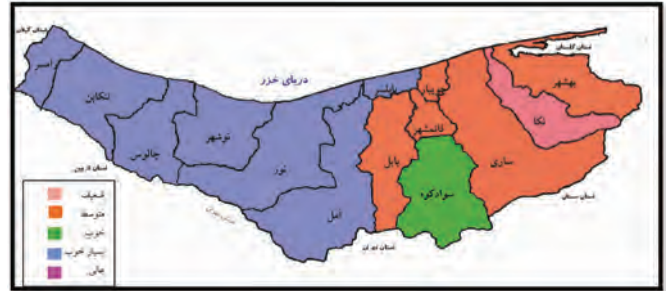


مکان‌های گردشگری و استفاده از تسهیلات رفاهی در محل جاذبه‌ها، باید امکانات زیربنایی ایجاد شود. از اینرو یکی از عواملی که می‌تواند با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری مازندران مرتبط باشد ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری در این منطقه می‌باشد. از طرفی صنعت گردشگری با بخش‌های مختلف مرتبط بوده و لازم است که در زمینه‌های گوناگون از افراد آموزش دیده استفاده شود و یک فضای فرهنگی مثبت نسبت به توسعه این صنعت در هر منطقه وجود داشته باشد. اما متأسفانه در منطقه، افرادی که برای بخش‌های مختلف این صنعت آموزش دیده باشند وجود نداشته و نسبت به مزایای این صنعت ناآگاهی عمومی وجود دارد. لذا به نظر می‌رسد بین فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر و کمبود افراد آموزش دیده و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در منطقه رابطه وجود دارد.

منابع و مآخذ

- ۱- آسایش، حسین، اصول و روش‌های برنامه‌ریزی ناحیه‌ای، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ اول، ۱۳۷۵.
- ۲- اعرابی، محمد، پارسائیان، علی، جهانگردی در چشم‌اندازی جامع، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۷۷.
- ۳- پدریان، م، اثرات اقتصادی فرهنگی توریسم، مجموعه مقالات سمینار اصفهان، جاذبه‌های ایرانگردی و جهانگردی ۱۳۷۴.
- ۴- پور احمد، ا، دیدگاه‌های توسعه جهانگردی در نظام جمهوری اسلامی ایران، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۳۷ و ۳۸، تهران ۱۳۸۷.
- ۵- پورمحمدی، م، برنامه‌ریزی کاربری اراضی شهری، چاپ دوم، انتشارات سمت، تهران ۱۳۸۵.
- ۶- تولایی، س، مروری بر صنعت گردشگری، چاپ اول، نشر دانشگاه تربیت معلم، تهران ۱۳۸۶.
- ۷- زند مقدم، محمدرضا، نقش صنعت گردشگری در رشد و توسعه پایدار شهر کاشان، فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیای انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار شماره اول سال اول، اسفند ۳۸۷، ص ۱۲۳-۱۳۳.
- ۸- زند مقدم، محمدرضا، بررسی نقش توانمندی‌های گردشگری طبیعی در رشد و توسعه پایدار شهرستان مهدی شهر، همایش ملی پیشرفت پایدار مهدی شهر، مهر ماه ۱۳۹۰.
- ۹- زنگی آبادی، علی و دیگران، شناخت پتانسیل‌های گردشگری بخش باغ بهادران و برنامه ریزی توسعه آن، شهرداری‌ها، شماره ۷۸، ۱۳۸۶.
- ۱۰- زارعی، صمد «تعیین درجه توسعه نیافتگی مناطق استان فارس»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید چمران اهواز، ۱۳۸۷.
- ۱۱- سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان مازندران
- ۱۲- مرسلی، ادریس «تعیین درجه توسعه یافتگی مناطق روستایی استان زنجان» پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۴.
- ۱۳- منصوری ثالث، «محاسبه درجه توسعه یافتگی شهرستان‌های استان تهران»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ۱۳۷۵.

طبق جدول شماره ۸ و براساس امتیاز نهایی TOPSIS از لحاظ توان‌های توسعه یافتگی گردشگری شهرستان‌های (رامسر، تنکابن، چالوس، نوشهر، نور، بابلسر، آمل) در سطح بسیارخوب و شهرستان نکا در سطحی ضعیف قرار گرفته‌اند.



نقشه ۲: سطح‌بندی نهایی شهرستان‌های استان مازندران بر اساس شاخص‌های توسعه یافتگی گردشگری با استفاده از تکنیک TOPSIS

نتیجه‌گیری

در این پژوهش، ابتدا شهرستان‌های استان مازندران از لحاظ توان‌های توسعه یافتگی گردشگری با استفاده از شاخص‌های هر شهرستان، به کمک مدل موریس سطح‌بندی گردید و شهرستان‌های مستعد برای توسعه توریسم شناسایی و معرفی شد. در جدول زیر شهرستان‌های برتر از لحاظ توان‌های توسعه یافتگی گردشگری آمده است.

بر اساس نتایج مدل موریس، در مجموع شهرستان رامسر مستعدترین شهرستان استان مازندران از لحاظ توسعه یافتگی گردشگری می‌باشد و پس از آن شهرستان‌های (تنکابن، چالوس، نوشهر، نور، بابلسر) در اولویت‌های بعدی می‌باشند. سایر شهرستان‌ها استعداد پایین‌تری در این زمینه دارا می‌باشند.

همچنین نتایج تکنیک TOPSIS نیز با اندکی بالا و پایین، بر نتایج حاصله از مدل موریس صحت می‌گذارد چرا که براساس نتایج این تکنیک شهرستان‌های (رامسر، تنکابن، چالوس، نوشهر، نور، بابلسر) به عنوان مستعدترین شهرستان‌ها در زمینه توسعه یافتگی گردشگری در استان معرفی گردیدند.

مطالعات نشان داده است که یکی از عوامل مؤثر بر توسعه نیافتگی صنعت گردشگری تعدد مراکز تصمیم‌گیری می‌باشد. یعنی با وجود مراکز مختلف تصمیم‌گیرنده در مورد این صنعت و تداخل وظایف و عدم هماهنگی بین زمان‌ها، این صنعت توسعه نمی‌یابد. از طرفی تحقیقات سازمان جهانی گردشگری و دیگر مطالعات نشان می‌دهند که بازاریابی برای توسعه این صنعت در هر کشور یا منطقه ضروری می‌باشد. یعنی برای جلب گردشگران به یک منطقه باید قابلیت‌های گردشگری آن منطقه به افراد شناسانده شود. اما متأسفانه اکثر جاذبه‌های گردشگری مازندران برای اغلب افراد بومی نیز شناخته شده نیستند. لذا به نظر می‌رسد که ضعف بازاریابی و عدم تبلیغات مناسب از عواملی است که می‌تواند با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در این منطقه مرتبط باشد. اما مطالعات نشان می‌دهد که تنها بازاریابی برای جاذبه‌های بدون وجود امکانات زیربنایی و خدماتی منطقه، نمی‌تواند باعث توسعه پایدار صنعت گردشگری شود. یعنی برای دسترسی گردشگران به