

ارزیابی و اولویت‌بندی اثرات گردشگری در سطح ملی با استفاده از تکنیک Topsis

اله‌ام امیرحاجلو^۱: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

سیمین تولایی: استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

احمد زنگانه: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

ابوالفضل زنگانه: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

چکیده

در دهه‌های اخیر توسعه صنعت گردشگری در سطح کلان و خرد، باعث تغییر در اقتصاد، اجتماع و نگرش سیاسی جوامع شده است. گردشگری، محیط، فرهنگ، هنر، سبک زندگی، ارتباطات، اعتقادات، سیاست، اقتصاد و نوع توسعه را در یک جامعه تحت تأثیر قرار می‌دهد و از این رو قابل مطالعه است. در این پژوهش از طیفی از اثرات گردشگری برای شناسایی عوامل عمده اثرات گردشگری در مقیاس ملی استفاده خواهیم کرد. در این راستا تحقیق حاضر بر آن است تا با روش توصیفی-تحلیلی و بهره‌گیری از پرسشنامه و با استفاده از تکنیک رتبه‌بندی بر اساس تشابه به راه حل ایده‌آل به ارزیابی و اولویت‌بندی اثرات منفی و مثبت گردشگری در ابعاد اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی، محیطی و سیاسی در مقیاس ملی بپردازد. نتایج تحقیق بیانگر آن است که در بین پیامدهای گردشگری بیشترین آثار مثبت مربوط به بعد اقتصادی و در مرحله بعد اجتماعی بوده است. بالاترین اولویت اثرات اقتصادی و اجتماعی گردشگری شامل اشتغال‌زایی و کمک به توسعه منطقه‌ای و تغییر در الگوهای فرهنگی و ارتقاء سطح آگاهی بود. همچنین عمده‌ترین پیامدهای منفی مربوط به آثار محیطی بود. در بین عوامل مؤثر بر آثار و تبعات سیاسی گردشگری تقلیل کشمکش‌های سیاسی و در مرحله بعد فعال شدن دیپلماسی نظام با اهمیت‌ترین شاخص‌ها در ارزیابی عوامل مؤثر بر این تبعات بودند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، گردشگری ملی، اثرات گردشگری، تکنیک رتبه‌بندی تاپسیس.

^۱. نویسنده مسئول: amirhajlou.tmu@gmail.com، ۰۹۱۳۹۲۸۰۷۳۹

بیان مسأله:

گردشگری در بستری جغرافیایی صورت می‌گیرد که متشکل از محیط طبیعی و فرهنگی-اجتماعی است. هر یک از این دو محیط متشکل از عواملی هستند که به نوعی بر گردشگری تأثیرگذار است و از آن تأثیر می‌پذیرد. گردشگری می‌تواند اثرات متفاوت و قابل توجهی در منطقه گردشگرپذیر بر جای بگذارد. این اثرات می‌توانند اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و زیست‌محیطی باشند. با توجه به پیچیدگی و گستردگی فعالیت‌های گردشگری اثرات ناشی از آن نیز ابعاد به هم پیوسته بسیاری دارند که باید در مطالعه اثرات گردشگری به آنها توجه شود (Mason, 2003: 42). گردشگری احیا و نگهداری از مناطق مهم طبیعی، آثار باستانی و گنجینه‌های باستان‌شناسی گردشگری را فراهم می‌کند و دلیلی برای حفظ مناظر طبیعی و مکان‌های تاریخی انسان‌ساخت، شهرها و محله‌های سنتی، روستاها، بنادر می‌باشد (Cohen, 1987). سیستم گردشگری به بخش‌های مختلف درگیر در تسهیل سفر، مقصد گردشگری، و روابط بین این دو بخش اشاره دارد. سیستم گردشگری از نقطه نظر جغرافیایی شامل چهار عنصر می‌باشد: منطقه مبدأ گردشگران، منطقه حمل و نقل و یا مسیر، منطقه مقصد یعنی منطقه-ای که توریست برای دیدار و بازدید انتخاب می‌کند که بارزترین تأثیر گردشگری رخ می‌دهد و محیط (شامل جریان کلی سفر و تعاملات توریستی) (Hall, 2008: 105). میسکوفسکی بطور خاص، بر تأثیر گردشگری در منطقه مقصد تمرکز دارد و به ویژه بیشتر به اثراتی که توسط جوامع میزبان تجربه شده، تمرکز می‌کند.

نوع تأثیری که در این مطالعه بررسی می‌شود ترکیبی از اثرات اقتصادی و اجتماعی، محیطی و سیاسی در منطقه مقصد است. هر یک از این دسته‌بندی‌ها بسیاری از اجزاء و جنبه‌های گردشگری را پوشش می‌دهد زیرا توریسم ماهیتاً کل‌نگر است، و بسیاری از اجزای سازنده در این دسته‌بندی‌ها با هم همپوشانی دارند و همزمان به شکل یکپارچه، پویا و جامع هستند (Mieczkowski: 1995: 3). تعریف هر یک از مقوله‌ها به ما در فهم نقش و تأثیر آنها در یک مکان کمک خواهد کرد.

جهانگرد با ورود خود به یک ناحیه و بازدید از آثار تاریخی یا محیط طبیعی، درآمد ایجاد می‌کند و این درآمد بودجه‌ی لازم را جهت نگهداری و مرمت آن محیط یا مکان تاریخی فراهم می‌آورد. می‌توان نتیجه گرفت گردشگری نوعی عدالت اجتماعی را در اقتصاد جهانی ایجاد می‌کند و موجب توزیع امکانات و رفاه در مناطق حاشیه‌ای کره زمین می‌گردد (پاپلی‌یزدی و همکاران، ۱۳۸۵: ۴۱). گردشگری اثرات مثبت بسیاری را به وجود آورده است. با این حال، دارای برخی اثرات منفی نیز هست. در مطالعه‌ای از اولویت‌بندی و سنجش پایداری اثرات گردشگری در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیطی، اثرات منفی گردشگری فراتر از سطح مورد پذیرش از دید اعضای جامعه است. همچنین این اثرات منفی می‌تواند بسیار زیان‌آور باشد تا آنجا که بتواند بسیاری از منابع میزبان را دچار نقصان کند. مشکل این است که بسیاری از مقاصد توریستی تمایل به چشم‌پوشی از اثرات منفی گردشگری دارند و به جای آن بیشتر بر روی منافع اقتصادی که گردشگری بیشتر برای آنها تولید شده، تمرکز دارد.^۱ کشور ایران نمونه بارزی بر این روند است. پوشش تأثیر گردشگری در تمام نهادهای درگیر فراتر از محدوده محلی است. پژوهش حاضر با هدف بررسی اثرات اقتصادی، اجتماعی، محیطی و سیاسی مثبت و منفی گردشگری در مقیاس ملی، با توجه به تعیین معیارها و زیرمعیارها به اولویت‌بندی اثرات با استفاده از مدل TOPSIS پرداخته است. در مقاله حاضر سعی شده است تا به سؤال‌های اساسی زیر پاسخ داده شود:

- مهم‌ترین مؤلفه‌ها و شاخص‌های مؤثر برای ارزیابی اثرات گردشگری جهت رتبه‌بندی و تعیین برترین آنها چه مؤلفه‌هایی هستند؟
- اولویت، اهمیت و حساسیت هر یک از شاخص‌های مورد بررسی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، محیطی و سیاسی در مقیاس ملی کدام هستند؟

^۱ . نگاه کنید به: رضوانی و صفائی، ۱۳۸۴؛ خانی، قاسمی و سمه‌جانی و قنبری‌نسب، ۱۳۸۸؛ ضیایی و ترابیان، ۱۳۸۹؛ سلیمانی هارونی و همکاران، ۱۳۸۹، حجازی، زارعی و گودرزی، ۱۳۹۰.

پیشینه تحقیق و مبانی نظری:

با توجه به نظر ریچی و گلندر (۱۹۹۴) و مسون (۲۰۰۳)، اثرات گردشگری شامل اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی است. در گردشگری، تأثیر گردشگری در تمام عناصر "سیستم گردشگری" تجربه شده است. از مهم‌ترین اثرات مثبت گردشگری بر جامعه میزبان می‌توان به اشتغال‌زایی؛ تجدید حیات مناطق توسعه‌نیافته یا غیرصنعتی؛ نوزایی هنرها و فنون محلی و فعالیت‌های فرهنگی سنتی؛ بهبود زندگی اجتماعی و فرهنگی جامعه محلی؛ نوسازی سنت‌های معماری محلی و افزایش توجه به حفاظت از مناطق فوق‌العاده زیبایی که دارای ارزش‌های زیبایی شناختی و فرهنگی هستند اشاره کرد (ضیایی و همکاران، ۱۳۸۹؛ به نقل از Meison, 1995: 9).

بر اساس نظر فرچلینگ^۱ (۱۹۹۴)، مطالعه تأثیر اقتصادی گردشگری به معنای تجزیه و تحلیل تأثیر فعل سفر در رفاه یا درآمد ساکنان در یک منطقه معین است (Stynes, 1997: 80). از سوی دیگر، در مورد تجزیه و تحلیل اثرات اقتصادی گردشگری معتقد است: که این آثار جریان هزینه‌های مرتبط با فعالیت‌های گردشگری در منطقه را برای شناسایی تغییرات در فروش، مالیات، عواید، درآمد و اشتغال با توجه به فعالیت‌های گردشگری ردیابی می‌کند. تأثیر اقتصادی گردشگری شامل اثرات مستقیم و غیرمستقیم می‌شود (Frechthling, 1994). تأثیر مستقیم به عنوان نتیجه مستقیم فعالیت‌های سفر در منطقه رخ می‌دهد که شامل دستمزد، حقوق، مالیات و واردات کسب و کار می‌شود، در حالی که تأثیر غیرمستقیم شامل تغییرات تولید ناشی از راندهای مختلف هزینه‌های مجدد واردات کسب و کار گردشگری در سایر صنایع وابسته به حاشیه، به عنوان مثال صنایع عرضه محصولات و خدمات به هتل است (Stynes, 1997: 83). گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی جایگزین در یک اقتصاد تک محصولی می‌تواند روند توسعه را با تنوع بخشی به اقتصاد ملی تسریع نماید. کشورهای در حال رشد که وابستگی زیادی به اقتصاد تک محصولی دارند و از تغییر قیمت کالاها به شدت آسیب می‌بینند می‌توانند گردشگری را برای تنوع بخشی به اقتصاد به عنوان شکل مطلوب از دگرگون سازی برگزینند. هر جا که بیکاری شدید نیروی کار نسبتاً غیر ماهر و منابع جانشین شونده بسیار محدود برای اشتغال وجود دارد، شکل‌گیری فعالیت‌های گردشگری می‌تواند مناسب‌ترین اقدام باشد (لی، ۱۳۷۸: ۷۰).

در مقابل اثرات اقتصادی، که بسیاری از اثرات را می‌توان از لحاظ مادی اندازه‌گیری کرد، اثرات اجتماعی شامل اثرات گردشگری در بافت اجتماعی جامعه و رفاه افراد و خانواده‌ها قرار می‌گیرد (برقی و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۲). آثار مثبت (فرهنگی - اجتماعی) این صنعت می‌تواند با شناسایی فرهنگ‌های خاص و ترویج آنها موجب افزایش آگاهی‌های مردم نسبت به سنت‌های بومی و محلی شود. در ضمن در سایه این صنعت با ایجاد مراکز ویژه کمک شایانی در جهت حفظ هنر و صنایع دستی جامعه میزبان می‌شود (چاک وای، ۱۳۸۵: ۳۸). حال معتقد است حضور گردشگران در برخی مناطق موجب افزایش تولید محصولات بومی و رونق صنایع دستی و محلی شده است. البته نباید افزایش گردشگران خارجی توأم با حراج بسیاری از ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی کشور باشد (Hall & et al, 2001: 132). از نقطه نظر ریچارد معمولاً ساکنان محلی به دو گونه از منافع فرهنگی توسعه گردشگری بهره‌مند می‌شوند. اول اینکه گردشگر فرهنگ جامعه میزبان را به سایر جوامع و فرهنگ‌ها معرفی می‌کند. دوم اینکه صنعت گردشگری فرصتی برای ساکنان ایجاد می‌کند تا فرهنگ خود را مستقیم و بدون واسطه و به شکل واقعی به علاقمندان عرضه کند. این عمل به ویژه باعث تقویت غرور و همبستگی جامعه میزبان و افزایش حد تحمل آنان در برابر فرهنگ‌های دیگر می‌شود (Richard, 2000: 18-20).

با این حال، گردشگری می‌تواند عامل عمده تغییر سیستم اجتماعی، سیاسی و فرهنگی در منطقه مقصد باشد که گاهی منجر به تغییر اجتماعی و یا حتی مسائل اجتماعی می‌شود (Crandall, 1994: 26). بنابراین، درک مسائل اجتماعی تأثیر گردشگری بسیار مهم است و می‌تواند در فرایند سیاستگذاری مرتبط با گردشگری ترکیب شود (Lindberg & et al, 1997). کراندل (۱۹۹۴) اظهار داشت که برخی از تأثیرهای اجتماعی و اقتصادی گردشگری شامل تغییر در اشکال اشتغال،

¹ D. C. Frechthling

تغییر در ارزش زمین و مالکیت، و بهبود استاندارد زندگی است. تأثیر اجتماعی و اقتصادی پس از آن می‌تواند به عنوان تغییر در بافت اجتماعی که تحت تأثیر اثرات اقتصادی تعریف شده، مطرح شود.

گردشگری داخلی می‌تواند موجب گسترش یکپارچگی و همگرایی اجتماعی- فرهنگی در سطح کشور و تقویت وحدت و وفاق ملی گردد. به ویژه در کشورهای در حال توسعه‌ای که در آنها گروه‌های قومی متعدد و مذاهب مختلف در کنار هم حضور دارند تحرک اتباع، که نتیجه آن درک و تفاهم بیشتر گروه‌های مذهبی و قومی و گروه‌های دیگر اجتماعی است، می‌تواند وحدت ملی را قوام بخشد (پاپلی‌یزدی و همکاران، ۱۳۸۵: ۹۳). ثبات و روابط سیاسی، تصویر مقاصد مناطق جاذب توریست را تحت تأثیر قرار می‌دهد، از جمله نمونه‌های عدم ثبات سیاسی که منجر به ایجاد مشکلاتی در جذب گردشگران می‌شوند عبارتند از: جنگ و کودتا، اعتصاب یا تظاهرات سیاسی (Hall and et al, 1996). هرگونه مدارک و شواهد ناشی از آشفتگی داخلی به احتمال زیاد منجر به تصمیم به عدم بازدید از کشور میزبان خواهد شد (Ankomah & et al, 1990: 19). اگل (۱۹۹۰) معتقد است جنبه‌های سیاسی گردشگری با عواقب اقتصادی آن آمیخته است گردشگری نه تنها ادامه سیاست بلکه بخشی جدایی ناپذیر از اقتصاد سیاسی در جهان است. به طور خلاصه، گردشگری نه تنها به عنوان یک ابزار اقتصادی هست و یا می‌تواند باشد، بلکه یک ابزار سیاسی است" (Edgell, 1990).

گردشگری اغلب به بهبود محیط زیست در چهار سطح کمک می‌کند. اول، گردشگری دلیلی برای بهبود، حفظ و نگهداری چشم‌انداز طبیعی و حیات وحش است. دوم، انگیزه پاکیزگی مداوم سواحل و مکان‌های طبیعی که جاذب گردشگران است را ایجاد می‌کند. سوم، حفظ بقا و ارتقا محیط زیست و خدمات زیست محیطی را ترغیب و پشتیبانی می‌کند و چهارم، گردشگری می‌تواند برای بالا بردن سطح آگاهی مردم از محیط زیست با استفاده از رسانه‌ها و یا از طریق مدافعان و سازمان‌های غیردولتی، و یا با قرار دادن فشار بر قانونگذاران، حفاظت کند (Mieczkowski, 1995: 11). کوهن اشاره می‌کند گردشگری که می‌تواند انگیزه‌ای برای پاکیزگی محیط زیست باشد، کیفیت محیط زیست گردشگری را از طریق کنترل آلودگی صوتی و هوا و دیگر مشکلات زیست محیطی به همراه حفظ زیبایی‌شناسی از طریق برنامه‌های محوطه‌سازی، طراحی مناسب ساختمان، کنترل ورود به سیستم ساختمان و تعمیر و نگهداری، بهبود می‌بخشد (Inskeep, 1991: 339). اغلب، حضور گردشگری در یک منطقه است که منجر به فعالیت‌های پاکسازی توسط مسئولان می‌شود.

به نظر لیندبرگ و جانسون^۱ (۱۹۹۷) در حالی که اثرات اقتصادی به طور کلی به عنوان اثرات مثبت دریافت می‌شوند، اثرات اجتماعی و زیست محیطی گردشگری به طور کلی منفی تلقی شده است. منافع اقتصادی نیز تمایل به غلبه بر تصمیمات مرتبط با برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری دارند (Lindberg & et al, 1997). گردشگری نه تنها موجب کسب درآمد مستقیم و چند برابر چرخه پولی غیرمستقیم می‌شود، بلکه موجب رشد تولیدات صنایع دستی و صنعتی نیز می‌شود. پول‌هایی که جهانگرد خرج می‌کند بر سیستم اقتصادی کشور میزبان اثرات مثبتی می‌گذارد.

با مروری بر ادبیات نظری مشخص می‌شود که در اکثر این تحقیقات بیشترین تأثیر مثبت در بعد اقتصادی ارزیابی شده است. می‌توان گفت برخلاف مقاله حاضر در این تحقیقات، پوشش تأثیر این اثرات بیشتر بر جوامع محلی و کمتر در مقیاس ملی متمرکز شده است. از طرف دیگر علیرغم مجموعه قابل توجهی از شواهد در مورد اثرات بی‌ثباتی سیاسی هم بر درآمد گردشگری و هم بر پتانسیل پیامدهای منفی اجتماعی و فرهنگی، اکثر این مطالعات به بررسی ابعاد اجتماعی، اقتصادی و یا زیست محیطی گردشگری پرداخته‌اند و در موارد کمی از جمله تحقیق میسکوفسکی (۱۹۹۵) همانند تحقیق حاضر به آثار سیاسی توجه شده است. هر یک از این دسته‌بندی‌ها بسیاری از اجزاء و جنبه‌های گردشگری را پوشش می‌دهد و بعضاً در مواردی هم با هم همپوشانی داشته و به صورتی جامع مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. با توجه به ماهیت کل‌نگر گردشگری موضوعات باید با دید ترکیبی مورد مطالعه قرار گیرد لذا در اکثر این مطالعات به هر دو بعد اثرات منفی و مثبت گردشگری کمتر پرداخته شده است. همچنین در یافته‌های بعضی از این تحقیقات بر خلاف نتایج این تحقیق اثرات منفی گردشگری بیشتر از اثرات مثبت آن ارزیابی شده است.

^۱ K. Lindberg & R.L. Johnson

روش تحقیق:

روش تحقیق حاضر توصیفی-تحلیلی است. به منظور تعیین معیارهای مؤثر در ارزیابی پیامدهای گردشگری محدوده مورد مطالعه در چهار محیط اقتصادی، اجتماعی، محیطی و سیاسی از روش دلفی استفاده شده است. در این پژوهش، برای رتبه‌بندی معیارهای مؤثر بر ارزیابی اثرات گردشگری، با در نظر گرفتن شرایط مسئله و مطالعات مشابه، روش TOPSIS انتخاب شد. از آنجا که در این پژوهش در ابتدا باید وزن معیارهای اصلی مؤثر بر اثرات را داشته باشیم، نخست روش فرایند تعیین درجه اهمیت هر کدام از معیارهای اصلی به کار گرفته شد و سپس با به کارگیری وزنه‌های به دست آمده از این روش، همه معیارهای فرعی با شیوه TOPSIS رتبه‌بندی گردید.

تکنیک TOPSIS بر این مفهوم بنا شده است که گزینه انتخابی، کمترین فاصله را با راه‌حل ایده‌آل (بهترین حالت ممکن) و در عین حال دورترین فاصله را از راه حل ضد ایده‌آل (بدترین حالت ممکن) داشته باشد (اصغرپور، ۱۳۸۸؛ Torfi et al, 2010). بر اساس این تکنیک، بهترین گزینه آن گزینه‌ای خواهد بود که کوتاه‌ترین فاصله را با راه‌حل ایده‌آل مثبت (PIS) و بیشترین فاصله را با راه‌حل ایده‌آل منفی (NIS) دارد. راه‌حل ایده‌آل مثبت راه‌حلی است که منفعت شاخص‌ها را به حداکثر و هزینه آنها را به حداقل می‌رساند، در حالی که راه‌حل ایده‌آل منفی هزینه شاخص‌ها را حداکثر و منفعت آنها را به حداقل می‌رساند. به عبارت دیگر، راه‌حل ایده‌آل مثبت مرکب از کل بهترین ارزش‌های شاخص‌های در دسترس است، در حالی که راه-حل ایده‌آل منفی متشکل از همه بدترین ارزش‌های شاخص‌های در دسترس است (and Korukoglu, 2009: 124-125). وزن شاخص‌های پیشنهادی نیز به دست ۲۰ نفر از کارشناسان توسعه گردشگری که جامعه آماری تحقیق را تشکیل می‌دادند به شکل پرسشنامه بر اساس مؤلفه‌ها، معیارها و شاخص‌های تبیین کننده در قالب ۵ طیف «تأثیر بسیار جدی، زیاد، متوسط، جزئی و یا بدون تأثیر» ارزیابی شد که به ترتیب مقادیر کمی آنها برابر با (۱، ۲، ۳، ۴، ۵) و مقادیر وزنی آن برابر با (۹، ۷، ۵، ۳، ۱) تعیین شده است. گویه‌های مرتبط با هر شاخص از طریق طیف لیکرت اندازه‌گیری شده است. همان طوری که می‌دانیم معیارها و شاخص‌ها نسبت به یکدیگر دارای ارجحیت و اهمیت یکسانی نیستند که در این الگوریتم، این نقصه به کمک جدول اوزان شاخص‌ها حل شده است. (جدول شماره ۱).

جدول ۱ - تبدیل معیارهای کیفی به پارامترهای کمی

معیار کیفی	تأثیر ناچیز	تأثیر کم	تأثیر متوسط	تأثیر جدی	تأثیر بسیار جدی
معادل کمی	۱	۲	۳	۴	۵
معادل وزنی	۱	۳	۵	۷	۹

شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق به طور سیستماتیک، شناسایی چهار حوزه عمده اثرات اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، محیطی و سیاسی در گردشگری را پوشش می‌دهد. عوامل اصلی این حوزه‌های فوق‌الذکر به شناسایی تأثیر تحولات گردشگری و اثرات آن در سطح ملی طی سال‌های اخیر یعنی ۱۳۹۰ و ۱۳۸۵ می‌پردازد. داده‌های جمع‌آوری شده با توجه به عوامل شناخته شده برای دو هدف ارزیابی شدند: هدف اول، کمک به درک میزان تأثیر گردشگری در سطح ملی؛ دوم، ایجاد چارچوبی سیستماتیک برای ارزیابی عوامل تأثیر گردشگری در ایران است.

یافته‌های تحقیق:

برای رتبه‌بندی اثرات گردشگری بر مبنای شاخص‌های به کار گرفته شده، از روش تاپسیس استفاده شده است. که فرایند و الگوریتم این روش در هشت مرحله به شرح زیر خلاصه می‌گردد:

۱- تشکیل ماتریس داده‌ها بر اساس n آلترناتیو و m گزینه. که در پژوهش حاضر آلترناتیو شامل ...

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

$$n_{ij} = \frac{r_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m r_{ij}^2}}$$

Xها همان مکان‌ها یا آلترناتیوها و a ها نیز، اعداد و ارقام هر مکان در رابطه با شاخص در نظر گرفته می‌باشند. نکاتی که در این مرحله باید به آنها توجه کرد، عبارتند از:

- معیارهای کمی و کیفی به طور همزمان می‌توانند در این مدل مورد استفاده قرار گیرند، به شرطی که معیارهای کیفی قابلیت تبدیل به معیارهای کمی را داشته باشند. بر این اساس، معیارهای کیفی باید امتیازدهی شده و برای انجام تحلیل در ماتریس داده‌ها قرار گیرند.

۲- تهیه ماتریس نرمالیزه شده (ماتریس R)

به دلیل آنکه احتمال قوی وجود دارد که مقادیر کمی تعلق گرفته به معیارها و شاخص‌های دارای یک واحد نباشند، باید دیمانسیون واحد آنها از بین برده شود و این مقادیر کمی را به ارقام بدون بعد تبدیل نمود، به همین علت همه مقادیر تعلق گرفته به درایه‌های ماتریس تصمیم‌گیری، باید بر اساس رابطه زیر به مقادیر بدون بعد تبدیل شود.

$$R_{ij} = \begin{bmatrix} F_{11} & F_{12} & \dots & F_{1n} \\ F_{21} & F_{22} & \dots & F_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ F_{m1} & F_{m2} & \dots & F_{mn} \end{bmatrix}$$

۳- مسائل انتخابی و ارزیابی گزینه‌ها در حالتی که تصمیم‌گیرنده با چند گزینه و چند معیار روبرو است، از جمله مسائل کلیدی و استراتژیکی است. در این مرحله وزن هر یک شاخص‌ها براساس روش آنتروپی محاسبه می‌شود. باید در نظر داشت که مجموع وزن معیارها برابر ۱ باشد. سپس مقدار هر معیار را در وزن همان معیار ضرب کرده و ماتریس استاندارد موزون پس از وزندهی مشخص می‌شود. (جدول شماره ۲ و ۳).

جدول ۲- ماتریس مقادیر نرمال شده

شاخص	تأثیر ناچیز	تأثیر کم	تأثیر متوسط	تأثیر زیاد	تأثیر بسیار زیاد
فرصتهای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	۰,۰۸۶	۰,۴۶۸	۰,۰۷۴	۰,۱۲۶	۰,۱۴۷
افزایش کاذب قیمت زمین	۰,۳۴۳	۰,۱۷۶	۰,۱۴۷	۰,۱۲۶	۰,۱۴۷
افزایش درآمدهای مالیاتی	۰,۳۴۳	۰,۲۹۳	۰,۰۷۴	۰,۰۰۰	۰,۱۴۷
تولید ناخالص داخلی	۰,۰۰۰	۰,۱۱۷	۰,۲۲۱	۰,۶۳۰	۰,۱۴۷
ذخائر ارزی	۰,۲۵۷	۰,۲۹۳	۰,۱۴۷	۰,۱۲۶	۰,۱۴۷
اشتغالزایی	۰,۲۵۷	۰,۱۱۷	۰,۲۹۴	۰,۱۲۶	۰,۰۰۰
کمک به توسعه منطقه‌ای	۰,۰۸۶	۰,۰۵۶	۰,۲۹۴	۰,۳۷۸	۰,۱۴۷
احیای سنت‌ها و آداب و رسوم	۰,۳۴۳	۰,۲۹۳	۰,۰۷۴	۰,۱۲۶	۰,۱۴۷
ارتقاء سطح آگاهی	۰,۰۸۶	۰,۱۷۶	۰,۲۹۴	۰,۲۵۲	۰,۱۴۷
تغییر در الگوهای فرهنگی	۰,۴۲۹	۰,۱۷۶	۰,۱۴۷	۰,۱۲۶	۰,۱۴۷
حفاظت و مرمت آثار تاریخی	۰,۲۵۷	۰,۱۱۷	۰,۱۴۷	۰,۲۵۲	۰,۱۴۷
توسعه زیرساخت‌ها (راه و فرودگاه و...)	۰,۰۸۶	۰,۰۵۶	۰,۱۴۷	۰,۱۲۶	۰,۷۳۷
آلودگی (صوتی، هوا)	۰,۰۸۶	۰,۲۳۴	۰,۲۲۱	۰,۱۲۶	۰,۲۵۹
آگاهی از چشم اندازهای طبیعی و تاریخی	۰,۰۸۶	۰,۰۵۹	۰,۴۴۱	۰,۲۵۲	۰,۱۴۷
دسترسی به تسهیلات اقامتی و پذیرایی	۰,۳۴۳	۰,۲۳۴	۰,۱۴۷	۰,۱۲۶	۰,۱۴۷
دفع مواد زائد	۰,۰۸۶	۰,۱۱۷	۰,۳۶۸	۰,۱۲۶	۰,۱۴۷
فعال شدن دیپلماسی نظام	۰,۱۷۱	۰,۲۳۴	۰,۲۲۱	۰,۱۲۶	۰,۱۴۷
تقلیل کشمکش‌های سیاسی	۰,۱۷۱	۰,۱۷۶	۰,۲۲۱	۰,۲۵۲	۰,۱۴۷
درک متقابل قومیت‌ها	۰,۰۸۶	۰,۲۹۳	۰,۲۲۱	۰,۱۲۶	۰,۱۴۷
ایجاد فضای رقابتی سیاسی	۰,۱۷۱	۰,۲۹۳	۰,۱۴۷	۰,۱۲۶	۰,۱۴۷

منبع: یافته‌های تحقیق؛ ۱۳۹۱.

جدول ۳- تعیین وزن شاخص‌ها بر اساس روش آنتروپی

شاخص‌ها	تأثیر ناچیز	تأثیر کم	تأثیر متوسط	تأثیر زیاد	تأثیر بسیار زیاد	
اقتصادی	فرصتهای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	۰,۰۳۱	۰,۰۲۶	۰,۰۱۴	۰,۰۶۹	۰,۰۲۱
	افزایش کاذب قیمت زمین	۰,۰۳۱	۰,۰۲۶	۰,۰۲۷	۰,۰۲۶	۰,۰۸۵
	افزایش درآمدهای مالیاتی	۰,۰۳۱	۰,۰۰۰	۰,۰۱۴	۰,۰۴۳	۰,۰۸۵
	تولید ناخالص داخلی	۰,۰۳۱	۰,۱۲۸	۰,۰۴۱	۰,۰۱۷	۰,۰۰۰
	ذخائر ارزی	۰,۰۳۱	۰,۰۲۶	۰,۰۲۷	۰,۰۴۳	۰,۰۶۴
	اشتغالزایی	۰,۰۰۰	۰,۰۲۶	۰,۰۵۵	۰,۰۱۷	۰,۰۶۴
	کمک به توسعه منطقه‌ای	۰,۰۳۱	۰,۰۷۷	۰,۰۵۵	۰,۰۰۹	۰,۰۲۱
فرهنگی	احیای سنت‌ها و آداب و رسوم	۰,۰۳۱	۰,۰۲۶	۰,۰۱۴	۰,۰۴۳	۰,۰۸۵
	ارتقاء سطح آگاهی	۰,۰۳۱	۰,۰۵۱	۰,۰۵۵	۰,۰۲۶	۰,۰۲۱
	تغییر در الگوهای فرهنگی	۰,۰۳۱	۰,۰۲۶	۰,۰۲۷	۰,۰۲۶	۰,۱۰۶
	حفاظت و مرمت آثار تاریخی	۰,۰۳۱	۰,۰۵۱	۰,۰۲۷	۰,۰۱۷	۰,۰۶۴
زیست‌محیطی	توسعه زیرساخت‌ها (راه و فرودگاه و...)	۰,۱۵۷	۰,۰۲۶	۰,۰۲۷	۰,۰۰۹	۰,۰۲۱
	آلودگی (صوتی، هوا)	۰,۰۶۳	۰,۰۲۶	۰,۰۴۱	۰,۰۳۵	۰,۰۲۱
	آگاهی از چشم اندازه‌های طبیعی و تاریخی	۰,۰۳۱	۰,۰۵۱	۰,۰۸۲	۰,۰۰۹	۰,۰۲۱
	دسترسی به تسهیلات اقامتی و پذیرایی	۰,۰۳۱	۰,۰۲۶	۰,۰۲۷	۰,۰۳۵	۰,۰۸۵
	دفع مواد زائد	۰,۰۳۱	۰,۰۲۶	۰,۰۸۶	۰,۰۱۷	۰,۰۲۱
سیاسی	فعال شدن دیپلماسی نظام	۰,۰۳۱	۰,۰۲۶	۰,۰۴۱	۰,۰۳۵	۰,۰۴۳
	تقلیل کشمکش‌های سیاسی	۰,۰۳۱	۰,۰۵۱	۰,۰۴۱	۰,۰۲۶	۰,۰۴۳
	درک متقابل قومیت‌ها	۰,۰۳۱	۰,۰۲۶	۰,۰۴۱	۰,۰۴۳	۰,۰۲۱
	ایجاد فضای رقابتی سیاسی	۰,۰۳۱	۰,۰۲۶	۰,۰۲۷	۰,۰۴۳	۰,۰۴۳

منبع: یافته‌های تحلیلی تحقیق، ۱۳۹۱

۴- تعیین فاصله آمین گزینه از گزینه ایده‌آل (بالاترین عملکرد هر شاخص) که آن را با (A^+) نشان می‌دهند.۵- تعیین فاصله i آمین آلترناتیو حداقل (پایین‌ترین عملکرد هر شاخص) که آن را با (A^-) نشان می‌دهند.

$$A^- = \{(\min_i v_{ij} | j \in J), (\max_j v_{ij} | j \in J)\}$$

$$A^- = \{V_1^-, V_2^-, \dots, V_n^-\}$$

۶- تعیین معیار فاصله‌ای برای گزینه ایده‌آل (S^+) و گزینه حداقل (S^-) .

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

۷- تعیین ضریبی که برابر است با فاصله گزینه حداقل (S_i^-) تقسیم بر مجموع فاصله گزینه حداقل (S_i^-) و فاصله آلترناتیو ایده‌آل (S_i^+) که آن را با (C_i^+) نشان داده و از رابطه زیر محاسبه می‌شود.

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^+}$$

۸- رتبه‌بندی گزینه بر اساس میزان (C_i^+) ، میزان فوق بین صفر و یک در نوسان است. (C_i^+) برابر ۱ نشان‌دهنده بالاترین رتبه و (C_i^+) برابر صفر نیز نشان‌دهنده کمترین رتبه است (طاهرخانی، ۱۳۸۳: ۶۴-۶۶). (جدول شماره ۴).

جدول ۴- رتبه‌بندی گزینه بر اساس میزان نزدیکی به راه حل ایده آل مثبت

اولویت	Ci	S-	S+	شاخص‌ها	معیار
۷	۰,۲۸	۰,۰۸	۰,۰۵	فرصت‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	اقتصادی
۴	۰,۳۵	۰,۱۰	۰,۱۰	افزایش کاذب قیمت زمین	
۵	۰,۳۳	۰,۱۰	۰,۰۸	افزایش درآمدهای مالیاتی	
۳	۰,۴۳	۰,۱۳	۰,۱۸	تولید ناخالص داخلی	
۶	۰,۳۲	۰,۰۸	۰,۰۶	ذخائر ارزی	
۱	۰,۶۰	۰,۰۶	۰,۲۰	اشتغال‌زایی	
۲	۰,۵۷	۰,۰۷	۰,۱۹	کمک به توسعه منطقه‌ای	
۳	۰,۳۶	۰,۰۸	۰,۰۹	احیای سنت‌ها و آداب و رسوم	اجتماعی
۲	۰,۶۳	۰,۰۷	۰,۱۷	ارتقاء سطح آگاهی	
۱	۰,۶۴	۰,۰۵	۰,۱۸	تغییر در الگوهای فرهنگی	
۴	۰,۳۴	۰,۱۷	۰,۰۸	حفاظت و مرمت آثار تاریخی	
۲	۰,۵۱	۰,۰۸	۰,۱۸	توسعه زیرساخت‌ها (راه و فرودگاه و...)	محیطی
۴	۰,۳۲	۰,۱۰	۰,۱۷	آلودگی (صوتی، هوا)	
۳	۰,۳۴	۰,۰۹	۰,۱۷	آگاهی از چشم‌اندازهای طبیعی و تاریخی	
۱	۰,۶۹	۰,۰۷	۰,۱۹	دسترسی به تسهیلات اقامتی و پذیرایی	
۵	۰,۲۷	۰,۱۷	۰,۱۵	دفع مواد زائد	
۲	۰,۲۸	۰,۰۷	۰,۱۵	فعال شدن دیپلماسی نظام	سیاسی
۱	۰,۳۲	۰,۰۶	۰,۱۹	تقلیل کشمکش‌های سیاسی	
۴	۰,۲۵	۰,۰۸	۰,۱۱	درک متقابل قومیت‌ها	
۳	۰,۲۷	۰,۱۸	۰,۰۷	ایجاد فضای رقابتی سیاسی	

منبع: یافته‌های تحلیلی تحقیق، ۱۳۹۱.

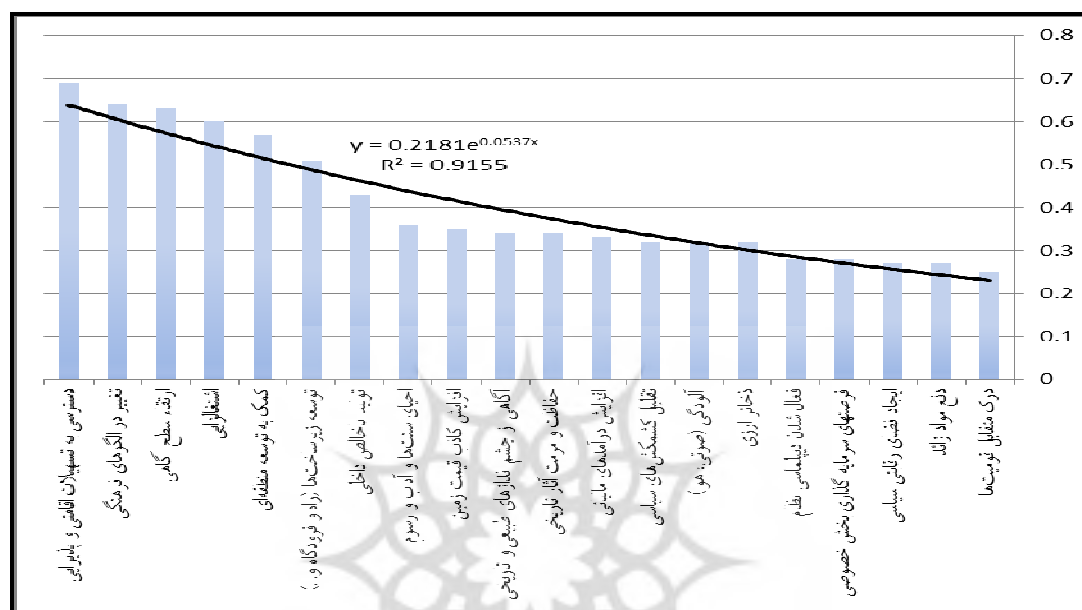
با توجه به موارد فوق در ادامه وزن دهی شاخص‌ها با توجه به کسب نظرات افراد صاحب نظر در نهایت میزان شباهت به راه حل ایده‌آل مثبت (نزدیکی نسبی) هریک از شاخص‌ها محاسبه شد (جدول شماره ۵ و نمودار شماره ۱). انحراف معیار مقادیر نزدیکی نسبی، نشان‌دهنده اختلاف میزان و شدت اثرات است. معیارهای سیاسی در کشور اثر و عملکرد ضعیف‌تری نشان دادند چرا که علیرغم اینکه کشور ایران برخوردار از شرایط متنوع آب و هوایی، تاریخ و تمدن کهن، آثار باستانی، مناظر بدیع و چشم‌اندازها و سایر امتیازات فرهنگی و اجتماعی است و همچنین با موقعیت خاص جغرافیایی در قاره آسیا دارای جایگاه ویژه‌ای است که می‌تواند آن را به قطب بزرگی از صنعت جهانگردی بین‌المللی مبدل سازد اما در ایران، گردشگری هنوز در اندازه‌ای که بتواند اثرات فراوان بر افراد و کل جامعه بگذارد، رونق نگرفته است. این موضوع منوط به فضای سیاسی حاکم (به عنوان مثال، کاهش گردشگری به دلایل مدیریت ناکارآمد، ضعف اطلاع رسانی و تبلیغات سوء علیه ایران از سوی برخی کشورهای غربی)، رقابت با دیگر مکان‌های توریستی ارزان و ترجیحاً دارای امنیت و ثبات سیاسی بیشتر است. در مقابل معیارهای محیطی اثرات منفی عمده‌تری داشتند. در این راستا امکانات ارتباطی، رفاهی، خدمات گردشگری و وجود نیروی انسانی متخصص از جمله زیرساخت‌ها مورد نیاز برای توسعه صنعت گردشگری است که متأسفانه پایین بودن خدمات گردشگری به خصوص خدمات هتلی و رستوران و عدم تدوین استاندارد ملی یا کاربرد استانداردهای بین‌المللی در این زمینه

باعث شده است که از این نظر وضعیت کشور جمهوری اسلامی ایران در مقایسه با سایر کشورهای منطقه چندان مطلوب نباشد. مطابق با یافته‌های جدول بالا، شاخص «عدم دسترسی به تسهیلات و خدمات اقامتی و پذیرایی» و شاخص «کمبود زیرساخت‌ها» بالاترین امتیازات را کسب کرده‌اند.

جدول ۵- محاسبات آماری نزدیکی نسبی شاخص‌ها

نزدیکی نسبی (Ci)	میانگین	انحراف معیار	واریانس
	۰,۴۰۵	۰,۱۴۴	۰,۰۲۱

منبع: یافته‌های تحلیلی تحقیق، ۱۳۹۱.



نمودار ۱- نزدیکی نسبی برای شاخص‌ها - منبع: نگارندگان، ۱۳۹۱.

همچنین اثرات برخی شاخص‌ها در معیارهای اقتصادی در حد بالا و در برخی دیگر نسبتاً ناچیز ارزیابی شد. چرا که اقتصاد ایران تک محصولی و متکی به صادرات نفت بوده لذا از آنجا که رشد و توسعه صنعت توریسم در ایران می‌تواند به عنوان یکی از راهکارهای رهایی از اقتصاد تک محصولی باشد و به متنوع سازی منابع درآمد کشور کمک کند، باید بیش از پیش مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران کشور قرار گیرد. با وجود اینکه در تمامی برنامه‌های توسعه سالیانه اخیر، به رهایی از اقتصاد تک محصولی متکی بر صادرات نفت تأکید شده، ولی در مقام عمل موفقیتی در این زمینه بدست نیامده است. نتایج به دست آمده از روش تحلیل تاپسیس در ارزیابی عوامل مؤثر بر گردشگری در بعد اقتصادی نشان داد که شاخص‌های «اشتغال‌زایی» و «کمک به توسعه منطقه‌ای» بالاترین اولویت را کسب کرده‌اند که در آن نزدیکی نسبی به راه حل ایده آل مثبت به ترتیب برابر با ۰,۶۰ و ۰,۵۷ است. فرصت‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و ذخائر ارزی حائز کمترین اهمیت بودند (۰,۳۲ و ۰,۲۸ Ci). سه شاخص تولید ناخالص داخلی با رتبه ۳ و شاخص افزایش کاذب قیمت زمین با رتبه ۴ و افزایش درآمدهای مالیاتی با رتبه ۵ دارای حساسیت و اولویت بینابین بودند و نزدیکی نسبی به راه حل ایده آل مثبت داشتند.

در زمینه معیارهای اجتماعی فرهنگی می‌توان گفت که کشور نسبت به اثرات فرهنگی، اجتماعی توسعه جهانگردی بسیار حساس است. هنوز جهانگردان از کشورهای صنعتی توسعه یافته که دارای فرهنگ و شیوه زندگی کاملاً متفاوت با فرهنگ کشور ما هستند، موجب اصطکاک و تنش بین مردم و جهانگردان خواهد شد. این برخوردها که به طرق مختلف و اشکال ظریف آشکار می‌شود، در پاره‌ای مناطق باعث رنجش خارجیان و یا احساس عقب ماندگی اتباع کشور شده، در هر صورت به دفع جهانگرد خارجی از سوی مردم منجر می‌شود (کروبی، ۱۳۸۴) و یا اینکه منجر به تغییر الگو و سبک زندگی جامعه میزبان خواهد شد. در تحلیل بعد اجتماعی شاخص «تغییر در الگوهای فرهنگی» با بیشترین نزدیکی نسبی به ایده‌آل مثبت (۰,۶۴)

حائز بالاترین اولویت بوده و کمترین نزدیکی نسبی به ایده‌آل مثبت شاخص «حفاظت و مرمت آثار تاریخی» (۰,۳۴) است. شاخص‌های «ارتقاء سطح آگاهی» «احیای سنت‌ها و آداب و رسوم» دارای ارزش بینابین بوده و میزان نزدیکی آنها به ایده‌آل مثبت (به ترتیب ۰,۶۳ و ۰,۳۶) است. در بعد سیاسی، شاخص‌های «تقلیل کشمکش‌های سیاسی» و «فعال شدن دیپلماسی نظام» حائز اهمیت بیشتری بودند.

چنانچه از نمودار شماره ۱ مشخص است شیب منحنی نزدیکی نسبی به ترتیب نزولی یک تابع نمایی با درجه توضیحی ۰,۹۱۵۵ است که نشان دهنده یک تفاوت آشکار بین معیارهای اجتماعی اقتصادی و محیطی و سیاسی است که بررسی بیشتر علت این تغییرات نیازمند به تحقیق گسترده جداگانه است. برای در نظر گرفتن اثرات به لحاظ (زیاد، متوسط، کم) شاخص‌های بالای میانگین نسبی دارای اثرات زیاد و دیگر شاخص‌ها دارای اثرات متوسط و ضعیف بودند. با توجه به نمودار شاخص دسترسی به تسهیلات اقامتی و پذیرایی در رتبه اول و شاخص‌های تغییر در الگوهای فرهنگی، ارتقا سطح آگاهی، اشتغال‌زایی، کمک به توسعه منطقه‌ای در مراتب بعدی قرار می‌گیرند. همچنین با توجه به نمودار درمی‌یابیم که شیب منحنی برای شاخص‌های درک متقابل قومیت‌ها، دفع مواد زائد، ایجاد فضای رقابتی سیاسی و فرصت‌های سرمایه‌گذاری خصوصی کاهش داشته است و عملکرد ضعیفی در اثرات گردشگری ایران داشتند.

نتیجه گیری:

این پژوهش کوشیده است تا با نگرشی سیستماتیک به مقوله شاخص‌های مربوط به اثرات گردشگری، توجه را معطوف به انتخاب شاخص‌هایی کند که بالاترین نقش را در شناسایی عوامل مؤثر بر اثرات گردشگری دارد. این چارچوب ارزیابی جامعی از اثرات توسعه صنعت گردشگری در یک روش سیستماتیک را فراهم می‌آورد و با بررسی زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی به شناسایی موانع و فرصت‌ها کمک می‌کند. با توجه به یافته‌های تحقیق اینگونه به نظر می‌رسد که شناسایی تأثیرات اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی و سیاسی در مقایسه با تأثیرات اقتصادی نسبتاً صریح و آسان نیست چرا که اندازه‌گیری و سنجش اثرات اجتماعی- فرهنگی و سیاسی می‌تواند دشوار باشد و از طرف دیگر ارزیابی اثرات زیست محیطی بسیار پیچیده است زیرا این آثار نه تنها توسط گردشگران ایجاد می‌شود، بلکه بسیاری از امکانات و تسهیلات گردشگری، توسط هر دو جامعه توریستی و میزبان استفاده می‌شود.

مطابق با یافته‌های تحقیق، در بعد اقتصادی، گردشگری دارای یک پتانسیل تأثیر اقتصادی مثبت در سطح ملی است. این تولید درآمد از طریق هزینه‌های مستقیم و مالیات گردشگری است. همچنین محرک فعال برای فرصت‌های اشتغال‌زایی و واسطه‌ای برای توسعه منطقه‌ای است. با مقایسه اثرات مثبت و منفی گردشگری، واضح است که تأثیر مثبت اولیه سهم گردشگری در اقتصاد در اشتغال‌زایی و تولید درآمد در سطح ملی است. با این حال، این نوع درآمدزایی نه ثابت است و نه تضمین شده. در سطح اجتماعی و فرهنگی، از مهمترین مزیت‌های گردشگری در کشور تغییر در الگوهای فرهنگی و همچنین ارتقاء سطح آگاهی مردم از طریق تعامل گردشگران و شهروندان است.

عمده‌ترین تأثیر منفی گردشگری در ایران در محیط مصنوع و طبیعی است. تأثیر گردشگری در ایران تهدیدی برای محیط زیست است. فاضلاب، جاده‌ها و چشم‌اندازهای طبیعی و مکان‌های تاریخی مورد استفاده گردشگران بعضاً مورد بدرفتاری قرار گرفته‌اند. اگر توسعه گردشگری همچنان ادامه یابد نمی‌تواند مکانی جذاب برای بازدیدکنندگان باقی بماند. بنابراین، نیاز به توجه فوری و همکاری نهادهای خصوصی و دولتی با یکدیگر و اجرای سیاست‌هایی برای به روز رسانی و محافظت از زیرساخت‌ها و منابع طبیعی و تاریخی است. در سطح محیطی، مزیت اصلی در ارتباط با گردشگری، ایجاد انگیزه و تدارک جهت دسترسی به تسهیلات اقامتی و پذیرایی است. سر و صدا، آلودگی هوا و تراکم نه تنها بر محیط زیست، بلکه بر زندگی اجتماعی ساکنان هم تأثیر می‌گذارد. زیرساخت‌ها و ظرفیت کافی برای حمل بار گردشگری در فصل اوج وجود ندارد. کنترل‌های فعلی کاربری زمین برای حفاظت از مناطق تاریخی- فرهنگی حساس کافی نیست.

در مجموع می‌توان گفت تصمیم‌گیری در مورد توسعه صنعت گردشگری باید آگاهانه و روشمند، و با برنامه و به عنوان بخشی از اقدامات توسعه ملی و به دقت برنامه‌ریزی شده باشد. با برنامه‌ریزی برای گردشگری، مکان میزبان و یک کشور می‌تواند در منافع و به حداقل رساندن اثرات منفی سرمایه‌گذاری کند، در حالی که از منابع محلی هم حفاظت می‌کند.

منابع و مأخذ:

۱. اصغرپور، محمدجواد (۱۳۸۸): تصمیم‌گیری‌های چند معیاره، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول، تهران.
۲. برقی، حمید، کاظمی، زینب و فرشاد سوری (۱۳۹۱): «ارزیابی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های مؤثر در بازاریابی توریسم روستایی با آمیخته بازاریابی (VP) (نمونه موردی: شهرستان‌های آمل، بابل، بابلسر و ساری)»، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال دوم، شماره ۶، مردودشت، صص ۴۱-۳۱.
۳. پاپلی‌یزدی، محمد حسین و مهدی سقایی (۱۳۸۵): گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، چاپ اول، تهران.
۴. حجازی، سید جعفر، زارعی، رضا و مجید گودرزی (۱۳۹۰): «بررسی و ارزیابی اثرات جغرافیایی و زیست محیطی گردشگری با استفاده از مدل AHP (نمونه موردی: تالاب بین‌المللی شادگان)»، فصلنامه تالاب، سال سوم، شماره ۹، اهواز، صص ۷۰-۵۹.
۵. رضوانی، محمدرضا و جواد صفایی (۱۳۸۴): «گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر نواحی روستایی: فرصت یا تهدید (مورد: نواحی روستایی شمال تهران)»، مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۵۴، تهران، صص ۱۲۱-۱۰۹.
۶. سلیمانی هارونی، خدیجه، خسروی، بهمن، برادران، مسعود و منصور غنیان (۱۳۸۹): «نگرش ساکنان مناطق روستایی نسبت پیامدهای گردشگری»، مجله تحقیقات اقتصادی و توسعه کشاورزی، دوره ۲، شماره ۴۱، تهران، صص ۲۱۸-۲۱۳.
۷. ضیایی، محمود و پونه ترابیان (۱۳۸۹): «سنجش سطح قابل قبول اثرات منفی اجتماعی گردشگران بر جوامع محلی در ایران: مورد مطالعه سکونتگاه‌های روستایی حوزه تالاب پیریشان»، فصلنامه جغرافیا (فصلنامه انجمن جغرافیای ایران)، دوره جدید، سال هشتم، شماره ۲۷، تهران، صص ۲۲۵-۲۰۵.
۸. طاهرخانی، مهدی (پاییز ۱۳۸۶): «کاربرد تکنیک TOPSIS در اولویت بندی مکانی استقرار صنایع تبدیلی کشاورزی در مناطق روستایی»، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، سال هفتم، شماره ۳، تهران، صص
۹. خانی، فضیله، قاسمی و سمه‌جانی، ابوطالب و علی قنبری‌نسب (۱۳۸۸): «بررسی اثرات گردشگری ساحلی با تکیه بر نظرسنجی از خانوارهای روستایی (مطالعه موردی: روستای چمخاله، شهرستان لنگرود)»، فصلنامه جغرافیای انسانی، سال اول، شماره چهارم، گرمسار، صص ۶۴-۵۱.
۱۰. کروی، مهدی (۱۳۸۴): «بررسی نقش فولکلور (فرهنگ عامه در توسعه گردشگری ایران)»، فصلنامه مطالعات گردشگری، سال سوم، شماره ۱۰، تهران، صص
۱۱. گی، چاک. وای (۱۳۸۵): جهانگردی در چشم‌اندازی جامع، ترجمه: علی پارسایان و محمد اعرابی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ سوم، تهران.
۱۲. لی، جان (۱۳۷۸): گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه: علیرضا رکن‌الدین افتخاری و معصومه صالحی امین، نشر شرکت چاپ و نشر بازرگانی، چاپ اول، تهران.
۱۳. لولاچی، مسعود (۱۳۸۴): استفاده از الگوریتم تاپسیس جهت انتخاب مراکز تعمیرات دپویی برتر، پایان نامه‌ی دوره کارشناسی ارشد نگهداری و تعمیرات، دانشگاه علم و صنعت، تهران.
14. Ankomah, P. & J. Crompton, (1990): Unrealised Tourism Potential the Case of Sub-Saharan Africa. *Tourism Management* 11(1), 11-28.
15. Chen, C.-T., (2000): "Extensions of the TOPSIS for group decision-making under fuzzy environment". *Fuzzy Sets and Systems*, 114, pp. 1-9.
16. Cohen, E., (1978): The impact of tourism on the physical environment. *Annals of Tourism Research*, 5, 215-237.

17. Cook, Jr., W. J., (1990): The Effect of Terrorism on Executives' Willingness to Travel Internationally. Unpublished doctoral dissertation, The City University of New York.
18. Crandall, L., (1994): The social impact of tourism on developing regions and its measurement. In J. R. B. Ritchie & C.
19. : International tourism policy, Van Nostrand Reinhold, New York.
20. Frechtling, D. C., (1994). Assessing the Impacts of Travel and Tourism – Introduction to Travel Economic Impact Estimation.
21. Gartner, W. C., (1996): Tourism Development, Principles, Processes & Policies, New York, John Wiley & Sons, Inc.
22. Hall, C. M. & S. J. Page, (2001). The Geography of tourism and recreation, Routledge.
23. Hall, C. M., and V. O'Sullivan, (1996): Tourism, political instability and violence. In Tourism, crime and international security issues, edited by Abraham Pizam and Yoel Mansfeld, 105-21. New York: John Wiley.
24. Hall, C. M. & A. A. Lew, (2009): Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach. Oxon: Routledge.
25. Holden, A., (2000): environment and tourism, Rutledge.
26. Inskip, E., (1991), Tourism Planning An Integrated and Sustainable Development Approach. New York: Van Nostrand Reinhold.
27. Loo, R. 2002. The Delphi Method: a powerful tool for strategic management. Policy Strategies & Management, 25: 762- 769
28. Lindberg, K. & R.L. Johnson, (1997): The Economic Values of Tourism Social Impacts.
29. Mason, P., (1995): Tourism: Environment and Development Perspectives. Godalming, UK, World Wide Fund for Nature.
30. Mason, P., (2003). Tourism Impacts, Planning and Management, Butterworth Heinman.
31. Naumann, F., (1998): "Data fusion and data quality", Institute fur informatics, Humboldt 37- Universitat zu Berlin.
32. Richard, G., (2000): tourism and the world of culture and heritage "tourism Recreation research, Vol, 25(1).
33. Ritchie, J.R.B. & C. R. Goeldner, (1994): Assessing the Impacts of Tourism. In Ritchie, J.R.B. & C. R. Goeldner, (eds) Travel, Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers 2nd ed. Toronto: John Wiley and Sons, Inc.
34. Richard, G., (2000): tourism and the world of culture and heritage "tourism Recreation research, Vol, 25(1).
35. World Tourism Organization (WTO).