

سطح‌بندی فضایی محورهای گردشگری استان فارس بر مبنای خدمات و تسهیلات گردشگری

حسنعلی فرجی سبکبار* - دانشیار، قطب برنامه‌ریزی روستایی ایران، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، ایران
محمدرضا رضوانی - استاد، قطب برنامه‌ریزی روستایی ایران، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، ایران
حسن بهنام مرشدی - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، ایران
حسین روستا - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه هرمزگان، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۰۵/۰۲ تأیید نهایی: ۱۳۹۲/۱۲/۲۱

چکیده

خدمات و زیرساخت‌های گردشگری، به دلیل رابطه مستقیم بین افزایش کمیت و کیفیت زیرساخت‌ها و تعداد گردشگران اهمیت دارد. از مهم‌ترین ارکان توسعه مقاصد گردشگری، وجود سیستمی کارآمد از تسهیلات، خدمات و تأسیسات گردشگری است. کیفیت بالای خدمات گردشگری اثر مستقیمی بر افزایش درآمد منطقه گردشگری دارد، به افزایش مدت اقامت گردشگران و در نهایت افزایش رضایت آنان منجر می‌شود و بر انگیزه بازدید مجدد گردشگران از مقصد مد نظر می‌افزاید. گردشگری رابط میان گردشگر و جاذبه است و بازدید هر گردشگر از جاذبه‌ها، بسته به گذر از این محورهاست. بنابراین در پژوهش پیش رو به سطح‌بندی این محورها از لحاظ خدمات لازم برای گردشگران پرداخته شده است تا متناسب با ظرفیت هر محور گردشگری و مدیریت مناسب آن، سیستم خدمات‌رسانی بهتری برای گردشگران فراهم شود و پاسخگوی نیازهای آنان باشد. از سوی دیگر، پس از شناسایی محورهای دارای موانع و محدودیت‌های خدماتی، در رفع مشکلات این محورها تلاش خواهد کرد. روش پژوهش کاربردی است. ابتدا معیارهای پژوهش به کمک روش دلفی به دست آمدند و سپس با تحلیل سلسله‌مراتبی وزن‌دهی شدند. در مرحله بعد با مدل COPRAS که یکی از مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاری است، محورهای گردشگری استان فارس رتبه‌بندی شدند و در چهار سطح قرار گرفتند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که محورهای شمالی و جنوبی با توجه به اینکه درگاه بیشترین ورود گردشگران به این استان هستند، از خدمات کمتری برخوردارند و باید در اولویت توسعه خدمات و زیرساخت‌های گردشگری قرار گیرند.

کلیدواژه: استان فارس، خدمات گردشگری، سطح‌بندی فضایی، محورهای گردشگری، مدل کوپراس.

مقدمه

فعالیتی چون گردشگری، بدون جاذبه گردشگری شکل نخواهد گرفت (گان، ۱۹۷۲: ۲۴)، به همین دلیل اکثر محققان بر این گفته اتفاق نظر دارند که عنصر پایه‌ای توسعه گردشگری، جاذبه‌های گردشگری است (گان، ۱۹۷۹: ۷۳-۴۸، ۱۹۸۰-الف؛ لاندبرگ، ۱۹۸۰: ۴۰-۳۳؛ پیرس، ۱۹۸۱: ۳۰-۲؛ آلن، ۱۹۸۷: ۵۵۷-۵۵۳). توسعه فعالیت‌های گردشگری بدون خدمات گردشگری مناسب، امکان‌پذیر نخواهد شد؛ چرا که خدمات گردشگری زیربنای توسعه گردشگری است و بی‌توجهی به آن، مانع رونق گردشگری می‌شود و به نارضایتی گردشگران می‌انجامد (بهنام مرشدی، ۱۳۹۱) و علاوه بر آن، هزینه‌های مالی، روانی و حسی مانند خستگی، ناراحتی و نگرانی را به گردشگران تحمیل خواهد کرد (طالقانی و فتاحی، ۱۳۸۴: ۶۳-۵۶). گردشگری با محیط، انسان و فعالیت‌های او در گستره مکان، تبلور می‌یابد، گردشگری پدیده‌ای مکانی - فضایی است که زمینه پیوندهای فضایی میان نقاط مبدأ و مقصد را فراهم می‌آورد (بویرس و کاتلر، ۲۰۰۵: ۱۵۲؛ دیامنتس، ۲۰۰۷: ۵۰؛ فرانکلین، ۲۰۰۷: ۱۳۳؛ پرنکی، ۲۰۱۰: ۳؛ جانسن، ۱۹۹۱: ۳۸۳). لذا پردازش گردشگری برای هر مکان جغرافیایی، در الگویی از تطبیق‌پذیری جاذبه‌ها، سکونتگاه‌ها و تسهیلات لازمه آن انجام می‌گیرد و شکل‌دهنده روندی از پذیرش گردشگر است که در یک سوی آن شناخت گردشگری قرار دارد و در سوی دیگر، درک و سنجش ژرف‌نگرانه‌ای پیرامون فضای مربوطه جای می‌گیرد. از این رو برای توسعه گردشگری، بهره‌برداری بهینه از زیرساخت‌ها، پی‌بردن به نابرابری‌ها و سطح‌بندی نواحی گردشگری ضروری است؛ چرا که با شناخت زیرساخت‌ها و رتبه‌بندی آنها در سطح نواحی، می‌توان به مدیریت بهتری برای گردشگران دست یافت. بنابراین ایجاد هماهنگی میان تعداد گردشگران و ظرفیت فضاهای گردشگری، به‌خصوص زیرساخت‌ها، بسیار ضروری است (شماعی و موسی‌وند، ۱۳۹۰: ۴۰-۲۳) و از آنجاکه محور گردشگری نیز جزئی از این فضاهاست، یا به بیان دیگر رابط بین فضاهای گردشگری با گردشگران محور گردشگری است، باید برای دسترسی مناسب گردشگران به خدمات در این مکان‌ها و کسب رضایتمندی آنها، امکان گردشگری از لحاظ کمیت و کیفیت خدمات که به نوعی زیربنای توسعه گردشگری است، شناسایی و سازماندهی شوند. از این رو شناسایی، ساماندهی و برنامه‌ریزی توسعه محورهای گردشگری استان ضروری است و باید از لحاظ خدمات گردشگری رتبه‌بندی و سطح‌بندی شوند؛ چرا که سطح‌بندی محورهای گردشگری همچون ابزار مدیریتی، به برنامه‌ریزان کمک می‌کند تا بر اساس قابلیت‌ها و توانمندی‌های هریک از محورهای گردشگری، نقش و جایگاه آن تعیین شود و متناسب با ویژگی‌های هریک از محورهای گردشگری، میزان بارگذاری عناصر فیزیکی و حجم سرمایه‌گذاری‌ها در مناطق گردشگری مشخص شود. از این رو می‌توان متناسب با ظرفیت هر محور گردشگری، برای گردشگران مدیریتی بهتری اعمال کرد و با خدمات‌رسانی مناسب، پاسخگوی حداکثر نیاز این قشر بود. از سویی می‌توان محورهایی که از نظر خدمات‌رسانی دارای موانع و محدودیت‌هایی هستند، شناسایی کرد و درصد رفع یا کاهش آن برآمد.

در دهه‌های اخیر مطالعات بسیاری به‌منظور سطح‌بندی فضاهای گردشگری (جاد و فانستین، ۱۹۹۹ و لاو کریستوفر، ۲۰۰۰: ۱۲۰) و همچنین برنامه‌ریزی محورهای گردشگری (مری و گراهام، ۱۹۹۷؛ انجمن اروپا، ۱۹۹۴؛

اولسن، ۲۰۰۳؛ بریدن هام و ویکنسون، ۲۰۰۴؛ مایر، ۲۰۰۴؛ روجرسون، ۲۰۰۷) در مقیاس ناحیه‌ای، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی صورت گرفته است که در ادامه به مهم‌ترین این پژوهش‌ها اشاره می‌شود.

زنگی‌آبادی و ابوالحسنی (۱۳۸۷) در پژوهشی با هدف بررسی میزان توسعه مراکز اقامتی شهر اصفهان، این مراکز را در چهار سطح رتبه‌بندی کردند. غفاری (۱۳۸۸) در طرح مطالعاتی - پژوهشی خود در کانون‌های گردشگری استان چهارمحال و بختیاری، با اجرای مدل استانداردسازی به سطح‌بندی این کانون‌ها پرداخت و براساس آن، میزان سرمایه‌گذاری و خدمات‌رسانی متناسب با وزن و عملکرد هر یک را بیان کرد.

تقوایی و رنجبردستتایی (۱۳۸۹) در پژوهشی امکانات و خدمات گردشگری را در مسیر گردشگری شمال شرق استان چهارمحال و بختیاری بررسی کردند. در پژوهش دیگری غفاری، مرادی و نیک‌بخت (۱۳۹۰) به سطح‌بندی و برنامه‌ریزی فضاهای گردشگری روستایی بخش مرکزی شهرستان بویراحمد پرداختند.

موسی‌وند و ساسان‌پور (۱۳۹۰) با استفاده از معیارهای مربوطه و استفاده از مدل TOPSIS و AHP، شهرستان‌های استان مازندران را با هدف شناسایی قطب گردشگری سطح‌بندی کردند. شمعی و موسی‌وند (۱۳۹۰) در پژوهشی با هدف سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان بر اساس برخی از عوامل مؤثر در جذب گردشگری شهری، به این نتیجه رسیدند که شهرستان‌های اصفهان، شاهین‌شهر و کاشان، به‌لحاظ برخورداری از زیرساخت‌های گردشگری، به‌ترتیب در سطح یک تا سه قرار دارند.

بهنام مرشدی (۱۳۹۱) در پایان‌نامه خود ابتدا جاذبه‌های گردشگری استان فارس را به سه سطح محلی، منطقه‌ای و ملی - بین‌المللی تقسیم‌بندی کرد و در پایان با توجه به سطح هر جاذبه، خدمات گردشگری متناسب با آن را پیشنهاد داد. در زمینه محورهای گردشگری، می‌توان به تعیین مسیرهای عمومی گردشگری کشور توسط ستاد تسهیلات سازمان میراث فرهنگی اشاره کرد. در این مجموعه حدود ۲۰۰ مسیر عمومی مهم گردشگری برای استان‌های کشور تعیین شده است. همچنین به‌صورت تفصیلی، مسیرهای عمومی مهم گردشگری هر استان همراه با جاذبه‌ها و خدماتی که در طول هر محور وجود دارند، به مسیرهای جزئی‌تری تقسیم‌بندی شده‌اند. برای مثال، تعداد مسیرهای عمومی گردشگری تعریف‌شده استان فارس پنج محور است که به‌صورت تفصیلی به ۴۳ محور گردشگری تقسیم شده است.

شهماری اردجانی (۱۳۹۱) در پژوهشی با هدف معرفی و امکان‌سنجی نقاط مستعد مسیر جاده‌اسالم به خلخال و با ایجاد زیرساخت‌های رفاهی - اقامتی، به توسعه فعالیت‌های گردشگری در نقاط مستعد مسیر اسالم به خلخال پرداخته است.

از برجسته‌ترین مطالعاتی که در خارج از کشور در این زمینه صورت گرفته، می‌توان به مطالعه مه‌یر (۲۰۰۴) اشاره کرد که مسائل کلیدی توسعه محورهای گردشگری را بیان کرده است. بریدن هان و ویکنز (۲۰۰۴) نیز، محورهای گردشگری را ابزاری برای توسعه اقتصادی مناطق روستایی دانسته‌اند. همچنین مارلین (۲۰۰۷) در پایان‌نامه خود با موضوع محورهای گردشگری جنوب آفریقا، ابتدا به آزمون معیارهای اساسی موفقیت محورهای گردشگری پرداخت و سپس این محورها را با سه محور گردشگری مهم دنیا مقایسه کرد.

مبانی نظری

خدمات گردشگری تمام امکانات و تسهیلاتی است که برای برآوردن نیازها و خواسته‌های مورد انتظار گردشگران از سوی مسئولان (سازمان‌ها، اداره‌ها، ارگان‌ها، جامعه میزبان و...) به گردشگران ارائه می‌شود تا رضایت گردشگران جلب شود (بهنام مرشدی، ۱۳۹۱). در فعالیتهای مربوط به گردشگری، بحث مربوط به خدمات جایگاه مهمی دارد (طالقانی و فتاحی، ۱۳۸۴: ۶۳-۵۶)؛ چراکه در میان فعالیتهای خدماتی، گردشگری یکی از بخش‌های پیشتاز و رو به رشد در سطح بین‌المللی است (فویری، ۲۰۱۱: ۷-۱). از آنجاکه خدمات و زیرساخت‌های گردشگری با افزایش کمیت و کیفیت زیرساخت‌ها و تعداد گردشگران رابطه مستقیمی دارد، حائز اهمیت است. گسترش ارتباطات و وسایل مدرن حمل و نقل، توسعه خدمات هواپیمایی و فرودگاهی و بهره‌برداری از راه‌های مناسب ارتباطی و مواصلاتی، بر اقبال گردشگران به مقصد می‌افزاید. از این رو یکی از مهم‌ترین ارکان توسعه مقاصد گردشگری، در اختیار داشتن سیستمی کارآمد از تسهیلات، خدمات و تأسیسات گردشگری است. درواقع، کیفیت بالای خدماتی که در این بخش از فعالیتهای گردشگری ارائه می‌شود، به‌طور مستقیم موجب افزایش درآمد ساکنان منطقه، میانگین مدت اقامت گردشگران و درنهایت افزایش سطح مطلوبیت گردشگران می‌شود و انگیزه بازدید مجدد آنان را در پی خواهد داشت. گردشگرانی که با رضایتمندی از مقصدی به موطن خود بازمی‌گردند، درصدد تشویق و ترغیب نزدیکان برای بازدید از مقصد مذکور برمی‌آیند. رضایت گردشگر به نوعی بازاریابی بدون هزینه برای اماکن گردشگری است (بهنام مرشدی، ۱۳۹۱). بنابراین تسهیلات و خدمات گردشگری که بنیادی‌ترین اصل در این فعالیت است، بیشترین حجم درآمدزایی را برای جوامع میزبان پس از صنعت حمل و نقل و جابه‌جایی گردشگران در محورهای بین‌المللی ایجاد می‌کند. بررسی تجارب مقاصد توسعه‌یافته گردشگری داخلی و خارجی، نشان می‌دهد مقاصدی در این عرصه درخشیده‌اند که در نظام عرضه محصولات گردشگری خود مجهز به سیستمی سامان‌یافته و توانا در بعد تسهیلات و خدمات گردشگری هستند (طرح جامع توسعه گردشگری استان تهران، ۱۳۸۴).

در برنامه‌ریزی محورهای گردشگری، ابتدا باید توانمندی‌ها و قابلیت‌های محورهای گردشگری شناسایی شود و هریک از محورها در فرایند توسعه منطقه جایگاه خود را بیابد، اینجاست که لزوم سطح‌بندی اهمیت می‌یابد. سطح‌بندی گردشگری مفهومی است که بیشتر واجد ارزش اجرایی است و می‌تواند در عینیت‌بخشیدن به اندیشه‌های برنامه‌ریزان در پهنه‌های گردشگری کارگشا باشد (ضیایی و شجاعی، ۱۳۸۹: ۴۶-۲۵). از آنجا که یکی از مشکلات مهم در توسعه فضایی، به‌ویژه توسعه ناحیه‌ای گردشگری، ضعف در سلسله‌مراتب نواحی گردشگری مبتنی بر رابطه تعاملی میان نواحی گردشگری است، لذا سطح‌بندی بر اساس زیرساخت‌های گردشگری و خدمات موجود در نواحی، برای شناخت تفاوت‌ها، تعیین خدمات مورد نیاز و تعدیل نابرابری بین آنهاست. به همین دلیل، بهره‌برداری مناسب از زیرساخت‌ها به شناخت دقیق و سطح‌بندی امکانات، تأسیسات، خدمات و ظرفیتهای موجود در هر منطقه و ناحیه وابسته است (شماعی و موسی‌وند، ۱۳۹۰: ۴۰-۲۳). از این رو ضرورت دارد که در ساماندهی فضایی و برنامه‌ریزی توسعه مناطق گردشگری، سطح‌بندی مقصدهای گردشگری را به‌مثابه ابزاری برای تنظیم، هدایت و کنترل تصمیم‌گیری‌ها و خط‌مشی‌ها، کانون توجه قرار داد. این ابزار مدیریتی کمک می‌کند تا براساس قابلیت‌ها و توانمندی‌های هر یک از مناطق گردشگری، نقش و جایگاه آنها

تعیین شود و مناسب با هریک از مناطق، میزان بارگذاری عناصر فیزیکی و حجم سرمایه‌گذاری‌ها در مناطق گردشگری مشخص شود. در واقع سطح‌بندی مقصدهای گردشگری، نشان می‌دهد که جایگاه ترسیم‌شده برای توسعه‌آنی مقصد گردشگری، متوازن با پتانسیل‌های گردشگری آن منطقه است و به شکل مطلوبی منابع و جاذبه‌های آن به کار گرفته خواهد شد (ضیایی و شجاعی، ۱۳۸۹: ۴۶-۲۵). علاوه بر این، یکی از مباحث مهم دیگر در زمینه توسعه گردشگری، بحث عدالت فضایی است. عدالت فضایی یا «کاهش نابرابری‌های فضایی از سطوح زندگی»، یکی از اهداف اصلی سیاست‌های شهری و منطقه‌ای در اغلب کشورهاست. در برخی از کشورها عدالت فضایی با عنوان کلی‌تر «توسعه تعادلی در میان مناطق»، «کاهش نابرابری‌ها» یا «پیشگیری از عدم تعادل‌های منطقه‌ای» به کار برده می‌شود (استوری، ۱۹۷۷: ۳۴).

تا چند سال گذشته بررسی و پژوهش‌چندانی در زمینه اصطلاح عدالت فضایی انجام نمی‌گرفت و حتی جغرافی‌دانان و برنامه‌ریزان در پژوهش‌هایی که برای عدالت در جوامع معاصر انجام می‌دادند، برای به‌کارگیری صفت «فضایی» تمایلی نداشتند، یا به‌کارگیری آن با مفاهیم مرتبطی چون عدالت ارضی، عدالت محیطی، ناعدالتی‌های شهرنشینی و کاهش ناعدالتی‌های منطقه‌ای، ترکیب می‌شد. در مطالعات کلی که برای رسیدن به شهر عادل یا جامعه عادل صورت می‌گیرد نیز، از حالت فضایی عدالت غفلت می‌شود (سوجا، ۲۰۰۶: ۱).

عدالت فضایی می‌تواند توزیع برابر منابع و خدمات تعریف شود که به مبحث برقراری تعادل بر مبنای چه کسی، چه چیزی را چگونه به دست می‌آورد، اشاره دارد (تالن، ۲۰۰۲: ۱۶۸). عدالت فضایی بر اساس ایده‌ای برگرفته از عدالت اجتماعی است؛ به این معنا که باید با ساکنان در هر مکانی که زندگی می‌کنند، به‌طور برابر رفتار شود. از دید جغرافیایی، عدالت اجتماعی شهر مترادف با توزیع عادلانه امکانات و منابع بین مناطق مختلف شهری و دستیابی برابر شهروندان به آنهاست (رستمی، ۱۳۸۹: ۱۴). عدالت فضایی نشان می‌دهد که نوعی از توزیع خدمات وجود دارد که در ارتباط با نیازها، ترجیحات و استانداردهای خدمات به تک‌تک شهروندان است (تسو، ۲۰۰۵: ۴۲۵).

از سویی، مفهوم عدالت فضایی چندین دیدگاه را در حوزه علوم اجتماعی به وجود آورده است. دو دیدگاه متقابل عدالت، بحث‌های مربوط به این موضوع را دو قطبی کرده‌اند؛ یکی بر موضوع توزیع مجدد تمرکز دارد و دیگری فرایندهای تصمیم‌گیری را کانون توجه قرار می‌دهد. دیدگاه اول پرسش‌هایی را درباره توزیع فضایی و فضایی - اجتماعی در برمی‌گیرد و برای رسیدن به یک توزیع جغرافیایی متناسب با خواسته‌ها و نیازهای جامعه (مانند فرصت‌های شغلی، دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی، و...) تلاش می‌کند. این موضوع در مناطقی که حرکت به سمت عدالت فضایی با مشکلات زیادی از جمله فقر، تبعیض یا محدودیت‌های سیاسی همراه می‌شود، اهمیت ویژه‌ای می‌یابد. در دیدگاه عدالت توزیعی، تأکید بر دسترسی عادلانه یا در دسترس نبودن کالاها، خدمات مادی و غیرمادی و موقعیت‌های اجتماعی است. یکی دیگر از راه‌های به‌کارگیری مفهوم عدالت بر فرایندهای تصمیم‌گیری متمرکز می‌شود. این دیدگاه، موضوعاتی چون نمایش فضا، اراضی یا دیگر هویت‌ها و عادات اجتماعی را ترقی خواهد داد (برای مثال، متمرکز شدن بر اقلیت‌ها (زنان) و کاهش فعالیت‌های فضایی آنها)، همچنین به عوامل گوناگون که موجب تجربه و مدیریت آنها می‌شود نیز رسیدگی می‌کند. در مجموع، عدالت فضایی مفهومی یکپارچه از علوم اجتماعی را وضع می‌کند و آن برقراری ارتباط بین چگونگی تصمیم‌گیری‌های سیاسی و بازتاب آن بر سیاست‌هایی است که به‌منظور بهبود و توسعه توزیع‌های فضایی اجرا می‌شود

(دوفاکس، ۲۰۰۸: ۲). برخی مطالعات هم عدالت فضایی را توزیع یکسان خدمات بر اساس نیازها، سلاقی، اولویت ساکنان و استانداردهای خدمات‌رسانی تعریف کرده‌اند. از نظر سوچا (۲۰۰۸) عدالت / بی‌عدالتی فضایی مفاهیم زیر را دربرمی‌گیرد:

- منابع با ارزش اجتماعی به‌طور عادلانه و منصفانه توزیع شده است و فرصت‌های استفاده از آنها در فضا وجود دارد؛

- پرسش از «عدالت» همیشه به آن بعد فضایی می‌دهد؛

- بی‌عدالتی / عدالت فضایی به دو صورت فرایند یا نتیجه، مشاهده می‌شود. بنابراین تبعیض محلی (مکانی) اساس تولید بی‌عدالتی‌های فضایی و ایجاد فضایی از امتیاز و مزیت‌های پایدار و بادوام است؛

- طبقه، نژاد و جنسیت، سه شکل آشنای محور تبعیض محلی (مکانی) و فضایی هستند؛

- فعالیت‌ها و عملکردهای روزمره شهری منبع اصلی نابرابری و بی‌عدالتی است که در آن تجمعی از تصمیم‌گیری‌های محلی در یک اقتصاد سرمایه‌داری، به توزیع مجدد درآمدهای واقعی به نفع ثروتمندان بیش از فقرا تمایل دارد؛

- توسعه نابرابر و عدم توسعه جغرافیایی، چارچوب دیگری برای تفسیر فرایندهایی که به بی‌عدالتی منجر می‌شود، فراهم می‌کند (سوچا، ۲۰۰۸).

همچنین در خصوص عادلانه‌بودن برنامه‌ریزی خدمات، کراپتون و ویک سه اصل بنیادی را پیشنهادی می‌کنند (چو، ۲۰۰۳: ۲۹):

۱. قبل از هرکاری در توزیع خدمات، باید برابری فرصت‌ها برای همه افراد به رسمیت شناخته شود؛

۲. هرگونه انحراف در صورتی حمایت می‌شود که محروم‌ترین افراد از این انحراف سود ببرند؛

۳. همواره باید یک سطح حداقل از لحاظ کمی و کیفی برای توزیع خدمات و دستیابی افراد وجود داشته باشد؛ به‌طوری که افراد و خدمات بالاتر از آن قرار گیرند.

با توجه به نکات ذکر شده، می‌توان دریافت که ضرورت توزیع عادلانه خدمات در هر یک از سطوح محورهای گردشگری، از مهم‌ترین مفاهیم توسعه است؛ چراکه این محورها در حال ایجاد ارتباط با یک‌سری از جاذبه‌های گردشگری هستند تا گردشگری محلی را از راه تشویق بازدیدکنندگان برای سفر از یک محل به محل دیگر، ارتقا دهند. از این رو برخی از کارشناسان، مفهوم «توسعه محور گردشگری» را بهترین امید جهان برای تضمین پایداری در سفر و گردشگری توصیف می‌کنند (ای. سی. آی. آفریقا، ۲۰۰۶). این مفهوم به‌ابتکار عمل در گردهم‌آوردن انواع فعالیت‌ها و جاذبه‌ها تحت یک موضوع واحد اشاره دارد که در نتیجه، بستر فرصت‌های کارآفرینی را از طریق توسعه خدمات و محصولات جانبی، فراهم می‌آورد (گریف، ۱۹۹۴). بنابراین محور گردشگری، رویکردی بازارمحور برای توسعه مقاصد گردشگری است. به باور مهیر، محورهای گردشگری فرصت مناسب ویژه برای مناطقی است که از لحاظ گردشگری به حد کافی رشد نکرده‌اند، ولی در عین حال دارای منابع فرهنگی و گردشگری غنی هستند و ضمن آنکه مدت اقامت گردشگران را بیشتر می‌کند، موجب می‌شود گردشگران وقت بیشتری را برای دنبال کردن علاقه‌مندی‌هایشان صرف کنند (مهیر، ۲۰۰۴).

بر اساس نظر مه‌یر (۲۰۰۴)، به‌طور کلی محورهای گردشگری با یک یا تعداد بیشتری از موارد زیر در ذهن آغاز می‌شود: توزیع بازدیدکنندگان و درآمد ناشی از گردشگری؛ وارد ساختن جذابیت‌ها و وجوه کمتر شناخته‌شده به حرفه یا محصولات گردشگری؛ افزایش حق درخواست تجدیدنظر کلی از مقصد؛ افزایش طول مدت اقامت و گذراندن وقت توسط گردشگران؛ جذب گردشگران جدید و جذب بازدیدکنندگان مکرر؛ افزایش قابلیت پایداری محصول گردشگری.

همچنین وی معتقد است که جذابیت هر محور گردشگری برابر است با ۱. مسافت طی‌شده‌ای از فاصله جغرافیایی بین منطقه مبدأ و مقصد گردشگری (یعنی مسافت سفر واقعی)؛ ۲. زمان حرکت برای طی کردن مسافت جغرافیایی؛ ۳. میزان پول گردشگر برای هزینه کردن در طول مسیر و ۴. مسافت‌شناختی بین منطقه مبدأ و مقصد (مارلین، ۲۰۰۷).

روش پژوهش

روش پژوهش بر اساس هدف، از نوع کاربردی است و بر اساس روش و ماهیت، توصیفی - تحلیلی به‌شمار می‌رود. با توجه به اهداف پژوهش، ابتدا معیارهای مؤثر در خدمات گردشگری با استفاده از روش دلفی و مطالعات کتابخانه‌ای شناسایی شد و با اعمال نظر کارشناسان فهرست کاملی از این معیارها به‌دست آمد و متناسب با معیارها، داده‌های مکانی سطح منطقه جمع‌آوری شدند. سپس وزن هریک از معیارها پس از تکمیل پرسشنامه، توسط کارشناسان از طریق فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP)^۱، مشخص شد. در مرحله بعد وزن دقیق معیارهای پژوهش به‌کمک نرم‌افزار Expert Choice 2000 محاسبه شد. در ادامه با استفاده از پایگاه داده سیستم اطلاعات جغرافیایی و قابلیت بازیابی، طبقه‌بندی و تحلیل اطلاعات و روش کوپراس (COPRAS)^۲، محورهای گردشگری رتبه‌بندی شدند تا در نهایت نقشه سطح‌بندی محورهای گردشگری استان فارس به‌دست آمد.

گفتنی است در این پژوهش راه‌های استان فارس به دو بخش راه‌های اصلی (آزادراه، بزرگراه، راه آسفالتی) و راه‌های فرعی (راه‌های خاکی) تقسیم شدند و فقط راه‌های اصلی تعریف‌شده سازمان میراث فرهنگی، منطبق بر مسیرهای عمومی گردشگری استان فارس انتخاب شده است. لذا این پژوهش نمونه آماری ندارد و جامعه آماری آن، راه‌های اصلی استان فارس است.

معرفی متغیرها و شاخص‌ها

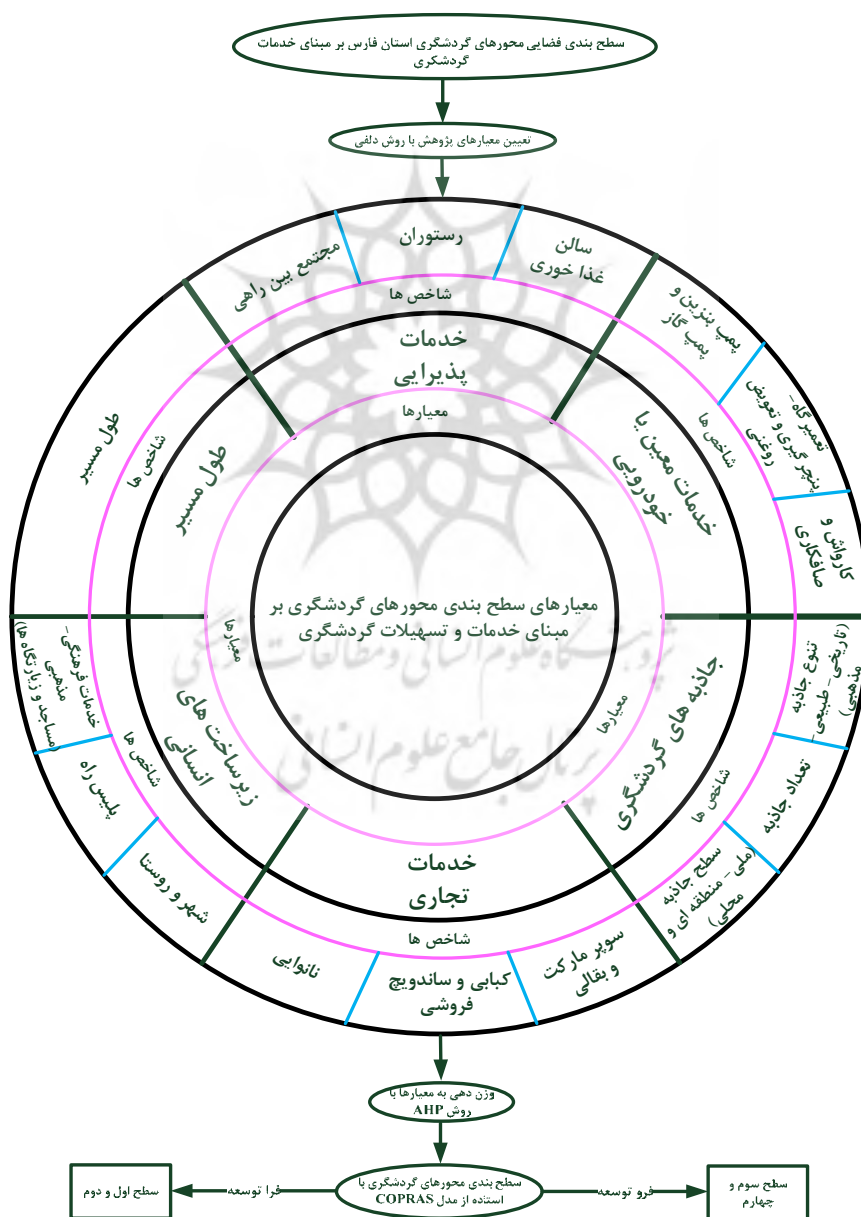
شاخص‌ها و متغیرهای پژوهش از مهم‌ترین پارامترهای تأثیرگذار در تصمیم‌گیری‌های چندمعیاری است. معیارهای به‌کاررفته در این پژوهش، شامل جاذبه‌های گردشگری، خدمات معین یا خدمات خودرویی، خدمات پذیرایی، خدمات تجاری، طول مسیر و زیرساخت‌های انسانی است، اما هریک از این معیارها نیز شاخص‌هایی دارند که در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱. معیارها و شاخص‌های سطح‌بندی محورهای گردشگری

خدمات پذیرایی	خدمات تجاری	خدمات معین	جاذبه‌ها	زیرساخت انسانی
مجموع بین راهی رستوران سالن غذاخوری	کیابی و ساندویچی سوپر مارکت نانوایی	نوع ۱ نوع ۲ پمپ بنزین پمپ گاز	سطح جاذبه تنوع جاذبه تعداد جاذبه	شهر روستا پلیس راه خدمات فرهنگی
طول مسیر				

با مشخص شدن معیارها و شاخص‌های محورهای گردشگری، می‌توان روش پژوهش را به تصویر کشید که در

شکل ۱ مشاهده می‌شود.



شکل ۱. چارچوب روش پژوهش، همراه با معیارها و شاخص‌های سطح‌بندی محورهای گردشگری

روش دلفی

روش دلفی فرایندی قوی بر پایه ساختار ارتباط گروهی است و در مواردی به کار می‌رود که دانشی ناکامل و نامطمئنی وجود دارد و قضاوت به متخصصان آن امر سپرده می‌شود (هدر، ۱۹۹۵: ۳۷). همچنین روش دلفی یک نظرخواهی تخصصی برای پیش‌بینی آینده است که بر اساس آن می‌توان نتایج گوناگونی استخراج کرد (فتحی، ۱۳۸۱: ۱۲۴). روش دلفی در مواقعی استفاده می‌شود که محدودیت‌هایی از نظر کاربری قوانین و روابط مدل‌های ریاضی مشاهده می‌شود (مظفری و دوستی، ۱۳۹۱: ۷۸-۶۵). این روش را نخستین بار دارکلی و هلمرد در سال ۱۹۵۰، برای مؤسسه راند تدوین کردند (فتحی، ۱۳۸۱: ۱۲۸). این روش برای بررسی نگرش‌ها و قضاوت‌های افراد و گروه‌های متخصص، به حضور افراد در محل معین نیاز ندارد و با استفاده از پرسشنامه، طی چندین مرحله به جمع‌آوری ایده‌های این افراد می‌پردازد و بین دیدگاه‌ها هماهنگی ایجاد می‌کند. در پایان جمع‌بندی، ارزش‌گذاری و تحلیل مجموعه دیدگاه‌ها و ایده‌های افراد، مبنای هدف‌گذاری و تدوین برنامه یا تصمیم‌گیری قرار می‌گیرد (احمدی و دایی، ۱۳۷۶: ۲۳). در این روش پرسشگری در دو دوره یا بیشتر انجام می‌گیرد و در هر دوره از نتایج به‌دست‌آمده دوره‌های پیش استفاده می‌شود. بنابراین از دور دوم، متخصصان و کارشناسان تحت تأثیر نظرها و عقاید هم‌ترازان خود و نتایج به‌دست‌آمده از دوره پیش، به پرسش‌ها پاسخ می‌دهند (کوهلس، ۲۰۰۱: ۵۱).

روش وزن‌دهی AHP

فرایند سلسله‌مراتبی روشی جامع برای حل مشکلات تصمیم‌گیری چندمعیاری است (تولگا، ۲۰۰۴: ۹۰) و تا کنون به دو صورت تجربی و نظری، در حل مشکلات تصمیم‌گیری‌های استراتژیک به کار گرفته شده است (اوسادنیک، ۱۹۹۹: ۵۷۸). سال ۱۹۸۰ ال. ساعتی این روش را در کتابی با همین عنوان و پس از آن در کتاب تصمیم‌گیری برای رهبران معرفی کرد (فورمان، ۱۹۵۸: ۱۴-۴). تحلیل سلسله‌مراتبی AHP یک روش تصمیم‌گیری چندمعیاره است و فرایند آن براساس تجزیه یک مسئله به یک‌سری معیارها و زیرمعیارها (تشکیل سلسله‌مراتبی) در سطح بالا و گزینه‌های تصمیم‌گیری در سطح انجام می‌گیرد. در این روش برای ارزیابی عناصر هر سطح، از مقایسه زوجی استفاده می‌شود (مشرقی، نهایوندی و نصیری، ۱۳۹۰: ۱۴۳-۱۲۸).

ماتریس $[a_{ij} = A]$ از مقایسه زوجی عنصر i نسبت به j به‌دست می‌آید. در مقایسات زوجی، به پیروی از مقیاس ساعتی، قضاوت تصمیم‌گیرندگان اعداد ۱ تا ۹ می‌گیرند (کولاک، ۲۰۰۵: ۱۹۴). بنابراین ویژگی $a_{ij} = 1/a_{ji}$ همواره برقرار است و برای ساخت ماتریس، تعداد $n(n-1)/2$ قضاوت کافی است. بردار وزنی به‌دست‌آمده در ضریب وزنی عنصر سطح بالاتر ضرب می‌شود. این رویه تا بالاترین سطح تکرار می‌شود و ضریب وزنی کل برای هر گزینه (میزان اولویت) به‌دست می‌آید (پویکار و رام‌چندران، ۲۰۰۴: ۳۸۱-۳۶۵).

روش رتبه‌بندی کوپراس

روش کوپراس یکی از روش‌های تصمیم‌گیری است و برای اولویت‌بندی یا رتبه‌بندی گزینه‌های گوناگون به کار می‌رود و برای این کار از وزن معیارها استفاده می‌کند (کاکلوسکا و همکاران، ۲۰۰۶؛ زاودسکا، کاکلوسکا، پلدسچوس و تورسکیس، ۲۰۰۸؛ کاناپکین، کاکلوسکا، زاوادسکا و سونجیت، ۲۰۱۰؛ چاترج، آساوال و چاکرابوری، ۲۰۱۱؛ چاترجی و چاکرابورتی، ۲۰۱۲). زاواداسکاس و کاکلاسکاس اولین بار این روش را برای تعیین اولویت و درجه مؤثر بودن گزینه‌ها توسعه دادند (داس، سرکار و رای، ۲۰۱۲). این روش برای ارزیابی ارزش هر دو معیار کمینه و بیشینه به کار می‌رود و تأثیر معیارهای کمینه و بیشینه روی ارزیابی نتایج به صورت جداگانه در نظر گرفته می‌شود (والنتیناس، ۲۰۱۱). همچنین این روش در عین سادگی، بسیار کاربردی و قدرتمند است و برای محاسبه آن نیازی به عملیات پیچیده ریاضی نیست (چاندرا و همکاران، ۲۰۱۲: ۲۳۱).

مراحل انجام روش کوپراس به ترتیب زیر انجام می‌گیرد:

۱. تعیین وزن معیارها با یکی از روش‌های معمول مانند آنتروپی، فرایند سلسله‌مراتبی، فولر و غیره.
۲. تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری.
۳. تشکیل ماتریس وزن‌دار که مانند رابطه ۱، مقادیر هر گزینه بر وزن آنها ضرب شده و بر مجموع مقادیر تقسیم می‌شود:

$$d_{ij} = \frac{q_i}{\sum_{j=1}^n x_{ij}} x_{ij} \quad \text{رابطه ۱}$$

که در آن؛ q_i : وزن هر معیار و x_{ij} : مقدار هر گزینه به‌ازای هر معیار است (چاترج، مانیکرا آساوال و چاکرابوری، ۲۰۱۱: ۸۵۲).

۴. سپس معیارهای مثبت و منفی، مشخص و تفکیک می‌شوند. منظور از معیار مثبت یا سازگار، معیاری است که با افزایش مقدار آن، میزان مطلوبیت آن نیز افزایش می‌یابد. برای مثال، معیار «خدمات پذیرایی» برای محورهای گردشگری، یک معیار مثبت به‌شمار می‌رود؛ زیرا هرچه تعداد آن بیشتر باشد، برای محورهای گردشگری مطلوبیت بیشتری دارد. در مقابل، معیار «طول مسیر» معیاری منفی و ناسازگار تلقی می‌شود؛ زیرا هرچه مسافت بیشتر باشد، مطلوبیت کمتری در حوزه گردشگری محورهای گردشگری خواهد داشت.
۵. پس از مشخص کردن معیارهای مثبت و منفی، باید ارزش نهایی معیارهای مثبت و منفی را مشخص کرد. برای این کار شاخص S_j^+ و S_j^- را از رابطه ۲ محاسبه می‌کنیم.

$$s_j^+ = \sum_{z_i=+} d_{ij} \quad \text{رابطه ۲}$$

$$s_j^- = \sum_{z_i=-} d_{ij}$$

براساس رابطه ۲، جمع جبری ارزش‌های مثبت و منفی به تفکیک محاسبه می‌شود (پاتلیت‌زباناس، پاپا و پاساراس،

۶. در مرحله پایانی برای محاسبه ارزش نهایی هر گزینه (Q)، از رابطه ۳ استفاده می‌شود.

$$Q_j = s_j^+ + \frac{s_{min}^- \sum_j^n = 1 s_j^-}{s_{min}^- \sum_j^n = 1 \frac{s_{min}^-}{s_j}} = s_j^+ + \frac{\sum_j^n = 1 s_j^-}{s_j^- \sum_j^n = 1 \frac{1}{s_j}} \quad \text{رابطه ۳}$$

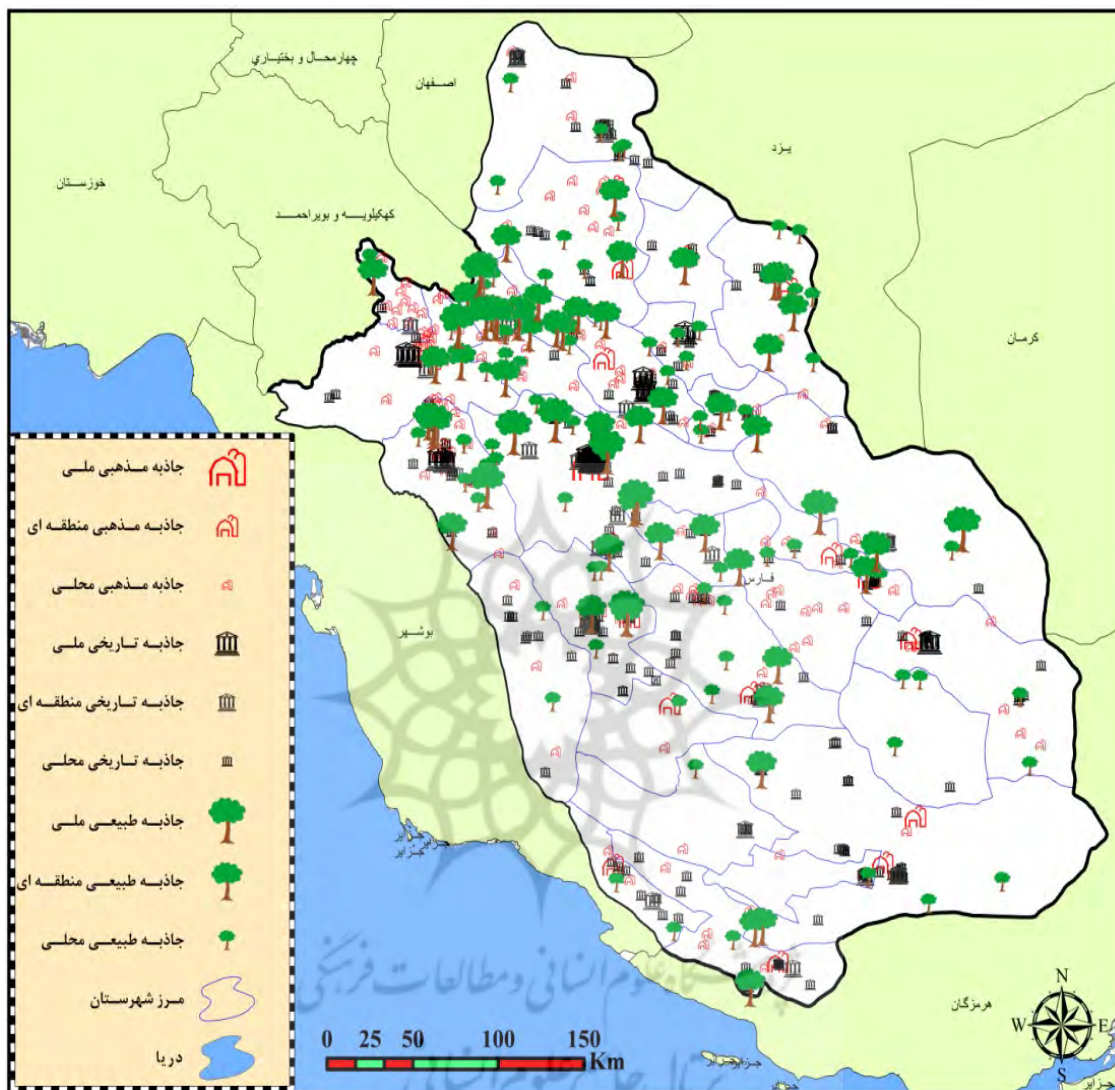
که در آن؛ $s_j^+ S_j$ برابر با مقدار جمع جبری معیارهای مثبت برای هر گزینه و $s_j^- S_j$ مقدار جمع جبری معیارهای منفی برای هر گزینه است

در این بخش ابتدا ۱ بر s_j^- تقسیم می‌شود و سپس بر اساس رابطه ۳، مقدار Q برای هر گزینه به دست می‌آید. مقدار Q نشان‌دهنده میزان ارزش و اهمیت هریک از گزینه‌ها بر حسب معیارهاست. مقدار ارزش بالا، نشانگر اهمیت و مطلوبیت بیشتر گزینه‌ها خواهد بود.

یافته‌های پژوهش

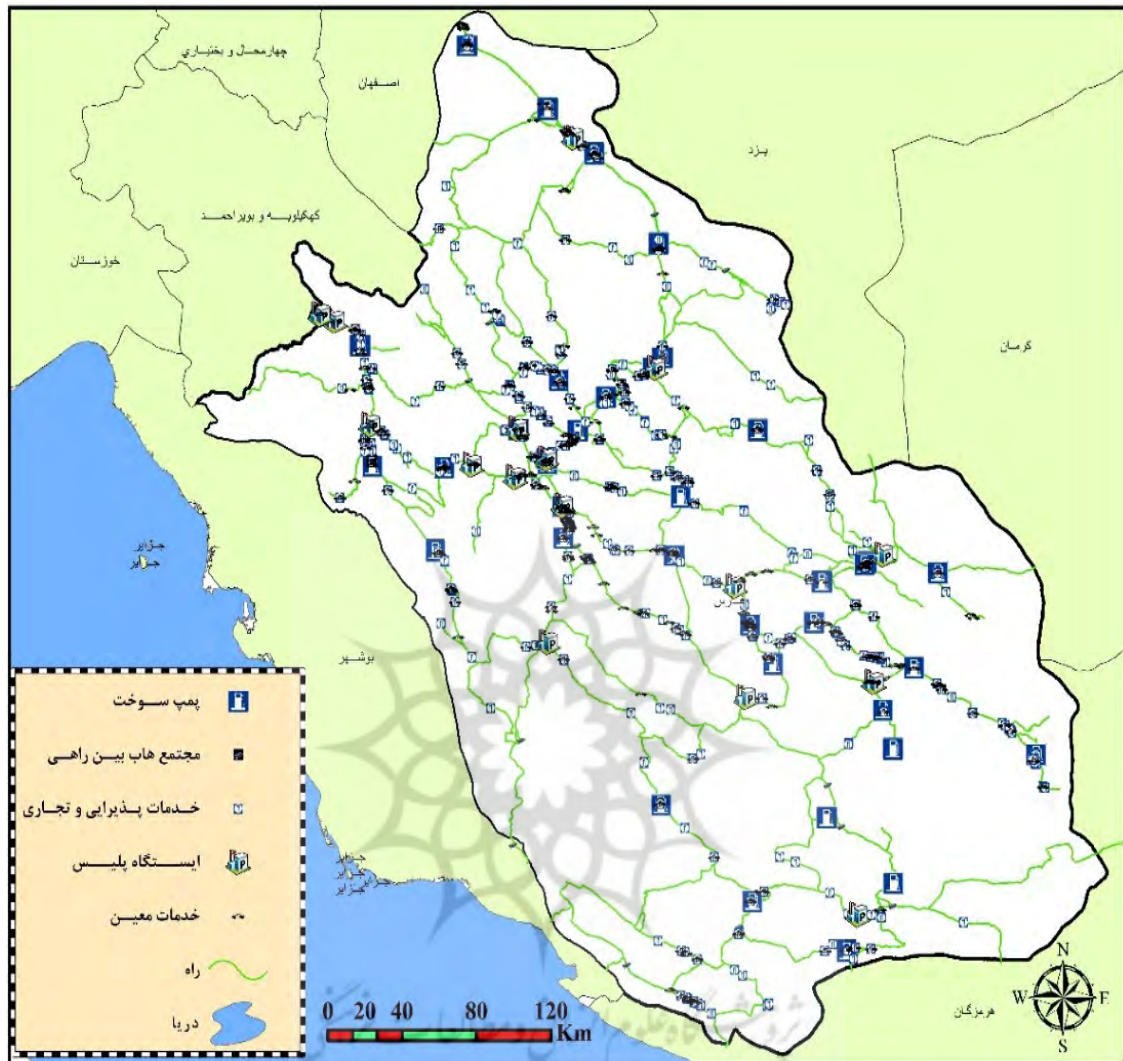
پژوهش حاضر با هدف سطح‌بندی فضایی محورهای گردشگری استان فارس بر مبنای خدمات و تسهیلات، انجام گرفته است. به همین دلیل در مرحله اول، معیارها و شاخص‌های پژوهش که مهم‌ترین و ابتدایی‌ترین فرایند پژوهش است، با استفاده از روش دلفی، طی سه مرحله به کمک پرسشنامه و کارشناسان استخراج شدند (شکل ۱). شایان ذکر است که در این پژوهش تعداد خدمات و تسهیلاتی مد نظر است که در نزدیکی هریک از محورهای گردشگری قرار دارند و به همین دلیل برای هریک از محورها حریمی^۱ به شعاع یک کیلومتر در نظر گرفته شده است و به دلیل دسترسی راحت‌تر و نیاز گردشگران به این نوع از خدمات، تعداد خدمات موجود در این محدوده شناسایی شدند. همچنین برای شهرها، روستا و جاذبه‌های گردشگری، حریمی به شعاع ۳ کیلومتر در نظر گرفته شده است؛ چرا که شهرها و روستاها و همچنین جاذبه‌های گردشگری، به صورت بالفعل از حداقل خدمات برخوردارند. پس از جمع‌آوری داده‌ها، ماتریسی تشکیل شد که اجزای آن مشخص‌کننده مقادیر هریک از شاخص‌هاست.

در مرحله بعد (شکل ۲)، پراکندگی جاذبه‌های گردشگری و سطوح هریک از این جاذبه‌ها ترسیم شده است تا پراکنش و تجمع این جاذبه در استان مشخص شود. همچنین پراکندگی خدمات گردشگری حوالی محورهای گردشگری استان نیز در قالب نقشه جداگانه‌ای ترسیم شد تا تجمع خدمات نیز در محورهای ارتباطی استان مشخص شود (شکل ۳). محورهای گردشگری پژوهش، برگرفته از مسیرهای عمومی گردشگری استان فارس، تعریف‌شده سازمان میراث فرهنگی است که پس از اعمال تغییرات اساسی از آن استفاده شده است. این سازمان برای استان فارس ۴۳ مسیر عمومی گردشگری تعیین کرده است که برای عملیاتی و کاربردی شدن پژوهش، تعداد ۳۱ مسیر پُر جاذبه، همراه با خدمات هریک از این مسیرها شناسایی شد. گفتنی است که تعدادی از مسیرهای مشخص‌شده سازمان میراث فرهنگی، مسیرهایی هستند که در محدوده شهری شیراز قرار دارند و در این پژوهش از آنها صرف نظر شده است.



شکل ۲. نقشه پراکنش جاذبه‌های گردشگری استان فارس در سطوح محلی، منطقه‌ای و ملی
ترسیم: نگارندگان

نکته شایان توجه اینکه مسیرهای عمومی گردشگری که توسط سازمان میراث فرهنگی استان تعیین شده است با محورهایی که در این پژوهش مشخص شده‌اند، دارای مسیرهای مشترکی هستند؛ به این معنا که بعضی از محورهای مد نظر به دلیل مسافت زیاد و همچنین به این دلیل که از شهرها و جاذبه‌های گوناگونی عبور می‌کنند، دارای نقاط مشترکی هستند که با توجه به اهمیت جاذبه‌های موجود در طول مسیر، این محورها به چند مسیر کوتاه‌تر تقسیم شدند تا با توجه به مسافت، اطلاعات لازم را در زمینه اهمیت محور از نظر جاذبه‌های گردشگری در مقایسه با چگونگی خدمات محورها به‌دست آورد و بتوان برنامه‌ریزی مناسب‌تر و کاربردی‌تری با توجه به پتانسیل‌های محور انجام داد.



شکل ۳. نقشه پراکنش خدمات و تسهیلات در طول محورهای استان فارس

ترسیم: نگارندگان

پس از تشکیل ماتریس خدمات گردشگری و جمع‌آوری داده‌ها، با بهره‌گیری از نظر کارشناسان و استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی، وزن معیارها به‌دست آمد.

سطح جاذبه‌ها با توجه به اهمیت هر جاذبه از نظر جذب گردشگران داخلی و خارجی و تعداد گردشگران در طول فصول سال (از طریق منابع و امتیازهایی که کارشناسان در پرسشنامه به هر جاذبه از سطح محلی با نمره ۱ تا سطح ملی و بین‌المللی با نمره ۵) به‌دست آمد که در نهایت سطوح جاذبه‌های هر محور با هم جمع شدند.

جدول ۲ محورهای گردشگری استان فارس، معیارها و شاخص‌های پژوهش و مقادیر هریک از این معیارها و شاخص‌ها و همچنین وزن به‌دست‌آمده از روش AHP برای هر یک شاخص‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۳. محورهای گردشگری استان همراه با مقادیر وزن هر یک از شاخص‌ها

مجموع گردشگری	طول مسیر (ک.م)	خدمات پذیرایی			خدمات تجاری		خدمات معین		جاذبه‌ها			زیرساخت انسانی			خدمات فرهنگی	
		مجموع بین راهی	رستوران	سالن غذاخوری	کبابی و ساندویچی	سوپرمارکت و بقالی	ناتوایی	بمب گاز و بنزین	نوع ۱	نوع ۲	سطح جاذبه	تنوع جاذبه	تعداد جاذبه	شهر		روستا
۵۶/۸۰		۰	۳	۴	۲	۷	۱	۴	۱۰	۳۷	۳۳	۷	۲	۲۶	۱	۲
۱۳۳/۴۶		۳	۱	۵	۷	۲۹	۱	۶	۱۱	۳۷	۵۷	۳۳	۲	۴۱	۲	۲
۳۳۷/۹۰		۳	۱	۷	۵	۳۳	۵	۶	۱۳	۳۷	۶۸	۲۵	۲	۶۲	۲	۲
۲۱۸/۶۳		۴	۲	۷	۶	۳۱	۶	۷	۱۳	۵۰	۶۱	۲۵	۲	۵۲	۲	۲
۲۶۲/۳۳		۵	۲	۱۱	۸	۳۷	۸	۸	۱۳	۵۸	۶۷	۳۷	۲	۵۹	۲	۲
۲۶۰/۸۸		۶	۲	۱۳	۱۰	۵۰	۱۰	۸	۱۵	۷۵	۸۱	۲۸	۲	۵۵	۲	۲
۳۳۳/۴۹		۶	۲	۱۵	۱۰	۶۸	۱۰	۱۰	۱۶	۱۰۷	۹۳	۸۵	۲	۵۹	۲	۲
۱۲۱/۴۹		۰	۰	۴	۳	۲۰	۳	۳	۱۳	۴۱	۲۰	۳	۲	۵۴	۱	۱
۷۸۸/۳۲		۰	۰	۴	۳	۲۸	۳	۳	۱۱	۴۳	۱۸	۲	۲	۸۱	۱	۱
۹۱۹/۵۳		۱	۲	۱	۰	۹	۰	۱	۱۰	۱۶	۲۵	۲۰	۲	۴۴	۱	۱
۱۲۰/۱۶		۰	۰	۱۳	۲	۵۰	۲	۱	۳	۲۹	۳۴	۱۴	۲	۳۷	۲	۲
۱۵۰/۴۰		۰	۰	۱۴	۴	۷۵	۴	۱	۴	۴۰	۳۳	۲۱	۲	۴۴	۳	۲
۱۹۱/۰۵		۰	۰	۱۵	۴	۱۱۷	۴	۲	۵	۵۵	۴۳	۲۱	۲	۹۷	۴	۴
۸۸۰/۱۱		۰	۰	۱۰	۲	۴۷	۲	۲	۳	۲۹	۵۳	۳۳	۲	۶۴	۲	۲
۱۰۳/۱۶		۰	۰	۰	۳	۴۷	۳	۲	۷	۲۹	۳۳	۳۳	۲	۲۵	۲	۲
۱۹۱/۰۳		۰	۰	۰	۳	۵۷	۳	۲	۷	۲۰	۵۰	۲۵	۲	۵۴	۲	۲
۲۷۸/۴۰		۰	۰	۰	۰	۱۸	۰	۳	۷	۲۵	۸۲	۵۷	۲	۹۰	۲	۱

منبع: داده‌های پژوهش

ادامه جدول ۲.

محمور گردشگری	طول مسیر (ک.م)	خدمات پذیرایی		خدمات تجاری	خدمات معین		جاذبه‌ها			زیرساخت‌های انسانی										
		مجموع بین راهی	رستوران		سالن غذاخوری	کبابی و ساندویچی	سوپرمارکت و بقالی	ناتوایی	بمب‌گاز و بنزین	نوع ۱	نوع ۲	تعداد جاذبه	تنوع جاذبه	جاذبه‌ها	تعداد جاذبه	شهر	روستا	پلیسی راه	خدمات فرهنگی	
شیراز - فیروزآباد - قیر	۱۷۸/۰۴	۰	۰	۲	۲	۵۰	۲	۲	۳۰	۷	۲۵	۲	۲	۲	۲۴	۲	۲	۲	۲	
شیراز - فیروزآباد - قیر - خنج	۲۶۱/۵۴	۰	۰	۴	۵	۵۴	۲	۳۴	۷	۳۹	۳۹	۲	۲	۵۹	۲	۵	۲	۲	۲	
شیراز - فیروزآباد - قیر - خنج - علامرودشت - مهر - بوشهر	۴۴۶/۳۳	۱	۰	۲	۵	۵۴	۲	۳۳	۷	۶۲	۶۲	۲	۲	۹۵	۷	۲	۲	۲	۲	
شیراز - فیروزآباد - قیر - خنج - بیرم - لامرد - بندرعباس	۳۸۷/۶۶	۲	۰	۰	۹	۶۸	۲	۵۴	۷	۵۶	۵۶	۲	۲	۱۰۴	۶	۳	۲	۲	۲	
شیراز - فیروزآباد - قیر - خنج - گراش - لار - بستک	۴۳۴/۶۹	۱	۰	۵	۱۰	۶۰	۲	۳۸	۸	۷۳	۷۳	۲	۲	۶۳	۷	۳	۲	۲	۲	
شیراز - سروستان - استهبان	۱۸۱/۷۸	۱	۰	۱	۱	۱۴	۰	۱۱	۱	۱۹	۱۹	۲	۲	۲۷	۲	۰	۲	۲	۲	
شیراز - سروستان - استهبان - رونیز - نیریز - قطرویه - کرمان	۲۹۵/۰۴	۲	۱	۹	۷	۳۳	۱	۵۲	۶	۱۵	۳۰	۲	۲	۳۳	۲	۳	۲	۲	۲	
شیراز - سروستان - فسا - قطب‌آباد - جهرم	۲۴۰/۱۷	۲	۰	۹	۲	۶۲	۲	۴۰	۲	۱۰	۲۵	۲	۲	۵۹	۵	۲	۲	۲	۲	
شیراز - سروستان - فسا - داراب - رستاق - حاجی‌آباد بندرعباس	۴۶۶/۵۴	۲	۵	۱۰	۶	۸۶	۵	۹۵	۶	۳۱	۳۸	۲	۲	۱۲۵	۷	۲	۲	۲	۲	
شیراز - زرکان - بند امیر - ارستانجان	۱۴۰/۶۴	۰	۰	۵	۳	۱۵	۱	۳۶	۲	۱۰	۱۴	۲	۲	۶۹	۲	۱	۲	۲	۲	
شیراز - زرکان - کوشک - امامزاده اسماعیل - آسپاس - اقلید	۲۰۱/۳۳	۰	۰	۳	۲	۲۵	۳	۳۴	۴	۱۴	۲۶	۲	۲	۵۶	۲	۱	۲	۲	۲	
شیراز - اکبرآباد - خاوران - قطب‌آباد - جهرم	۱۸۷/۳۲	۳	۰	۲	۵	۶۲	۵	۳۹	۲	۱۰	۳۳	۲	۲	۶۵	۲	۲	۲	۲	۲	
شیراز - اکبرآباد - جهرم - جویم - بناوریه - دهکویه - لار - هرمود - بندرعباس	۴۰۹/۹۰	۶	۰	۲	۵	۶۲	۵	۴۰	۴	۱۱	۵۶	۲	۲	۸۷	۷	۳	۲	۲	۲	
شیراز - میمند - سیمکان - جهرم	۲۰۹/۲۰	۰	۰	۲	۲	۲۸	۲	۳۹	۲	۷	۴۰	۲	۲	۶۰	۲	۱	۲	۲	۲	
وزن‌های بدست آمده معیارها با مدل AHP	۰/۸۲	۰/۸۴	۰/۲۱	۰/۰۵	۰/۳۳	۰/۰۱	۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۰۲۶	۰/۰۶	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳

منبع: داده‌های پژوهش

پس از تشکیل ماتریس داده‌ها و وزندهی به هر شاخص بر اساس رابطه ۱، معیارهای مثبت و منفی شناسایی می‌شوند. پس از شناسایی معیارهای مثبت و منفی، مشخص شد از تعداد ۱۶ شاخص مد نظر در این پژوهش، ۱۵ شاخص مثبت و سازگار است و فقط شاخص طول مسیر منفی و سازگار نیست؛ زیرا هرچه طول مسیر کمتر باشد، برای محورهای گردشگری مناسب‌تر و مطلوب‌تر خواهد بود، ولی در شاخص‌های دیگر پژوهش، افزایش تعداد شاخص، مطلوبیت بیشتری به همراه خواهد داشت.

در مرحله بعد شاخص‌های S_j^+ و S_j^- بر اساس رابطه ۲ محاسبه می‌شود. S_j^+ جمع جبری شاخص‌های مثبت برای هریک از محورهای گردشگری است و S_j^- جمع جبری شاخص‌های منفی خدمات گردشگری محورهاست. در نهایت عدد ۱ بر شاخص S_j^- تقسیم می‌شود. جدول ۳، مقادیر S_j^+ ، S_j^- و $1-S_j^-$ را برای هر یک از شاخص‌ها نشان می‌دهد.

جدل ۳. مقادیر S_j^+ ، S_j^- و $1-S_j^-$ هر یک از شاخص‌ها

S_j^+	۰/۰۱۷	۰/۰۳۱	۰/۰۳۴	۰/۰۳۶	۰/۰۴۱	۰/۰۴۷	۰/۰۵۷	۰/۰۱۷	۰/۰۱۶	۰/۰۱۷	۰/۰۱۳
S_j^-	۰/۰۰۱	۰/۰۰۳	۰/۰۰۶	۰/۰۰۶	۰/۰۰۷	۰/۰۰۷	۰/۰۰۹	۰/۰۰۳	۰/۰۰۵	۰/۰۰۳	۰/۰۰۳
$1-S_j^-$	۶۸۲/۰۰	۲۹۰/۲۷	۱۶۹/۹۸	۱۷۷/۲۰	۱۴۷/۱۷	۱۴۸/۴۹	۱۱۵/۸۱	۳۱۸/۸۷	۲۰۵/۰۵	۳۲۴/۱۰	۳۲۲/۴۰
S_j^+	۰/۰۱۶	۰/۰۲۲	۰/۰۲۱	۰/۰۱۷	۰/۰۱۹	۰/۰۲۸	۰/۰۲۰	۰/۰۲۴	۰/۰۲۴	۰/۰۳۶	
S_j^-	۰/۰۰۴	۰/۰۰۵	۰/۰۰۵	۰/۰۰۳	۰/۰۰۵	۰/۰۰۷	۰/۰۰۵	۰/۰۰۷	۰/۰۱۱	۰/۰۱۰	
$1-S_j^-$	۲۵۷/۲۳	۲۰۲/۷۷	۲۱۵/۰۸	۳۷۵/۵۱	۲۰۲/۸۰	۱۳۹/۰۵	۲۱۷/۵۹	۱۴۸/۱۲	۸۸/۷۸	۹۹/۹۳	
S_j^+	۰/۰۴۱	۰/۰۱۵	۰/۰۳۰	۰/۰۲۷	۰/۰۳۹	۰/۰۱۴	۰/۰۲۰	۰/۰۲۴	۰/۰۳۷	۰/۰۲۲	
S_j^-	۰/۰۱۱	۰/۰۰۵	۰/۰۰۸	۰/۰۰۶	۰/۰۰۹	۰/۰۰۳	۰/۰۰۵	۰/۰۰۵	۰/۰۱۱	۰/۰۰۵	
$1-S_j^-$	۹۱/۲۲	۲۱۳/۱۱	۱۳۱/۳۰	۱۶۱/۳۰	۱۰۵/۶۹	۲۹۵/۹۰	۱۹۲/۵۱	۲۰۶/۹۱	۹۴/۵۱	۱۸۵/۰۰	

در مرحله پایانی با توجه به رابطه ۳، ارزش نهایی هر گزینه که برابر با مقادیر (Q) است، برای هر محور مشخص می‌شود. مقدار Q نشانگر ارزش و وزن نهایی ۳۱ محور گردشگری مطالعه شده در پژوهش است. در اینجا برای نمونه مقدار Q برای محور گردشگری «شیراز - مرودشت - تخت جمشید» محاسبه شده است:

$$Q = \frac{۰/۰۱۶۸۴۶ + ۰/۱۸۲۰۰۰}{۰/۰۰۱۴۶۶ \times ۶۵۲۵/۶۵} = ۰/۰۳۵۹$$

این محاسبات برای همه محورهای گردشگری استان انجام گرفت. نتایج نهایی رتبه‌بندی محورهای گردشگری از لحاظ خدمات و تسهیلات گردشگری در جدول ۴ آورده شده است. همچنین جدول ۴ مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری هر محور را نشان می‌دهد.

جدول ۴. رتبه‌بندی محورها با روش کوپراس، همراه با مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری هر محور

محور گردشگری	نمره کوپراس	رتبه	طول مسیر	مهم‌ترین جاذبه‌های محور گردشگری
شیراز - سروستان - استهبان	۰/۰۲۱۰۲	۱	۱۸۱/۷۸	کوه بمو، چشمه سلمانی، تپه گبری، رونیز، دریاچه بختگان، مسجد جامع استهبان، انجیرستان استهبان، امامزاده سید محمد.
شیراز - دشمن زیاری - خانمین - تنگ براق - سده	۰/۰۲۱۴۲	۲	۱۸۸/۹۲	باغ وحش شیراز، گردشگاه چشمه فیلی، چشمه قدمگاه سده، چشمه بالنگان، دشت بکون، تنگ براق، اسپاس، روستای مارگون، آبشار چیکان.
شیراز - قائمیه	۰/۰۲۱۶۹	۳	۱۲۰/۱۶	خانه زنیان، منطقه ارژن، دریاچه ارژن، چشمه رچی، دشت نودان، دشت برم، شهر بیشاپور، تفرجگاه اردشیر بابکان، غار شاپور.
شیراز - زرقان - بند امیر - ارسنجان	۰/۰۲۲۰۷	۴	۱۳۰/۹۲	باغ وحش شیراز، کوه بمو، گردشگاه چشمه فیلی، روستای بند امیر، چاشت خوار، ولی‌آباد، جنگل تنگستان، جنگل بناب، مدرسه سعیدیه ارسنجان، سرخ‌آباد، دریاچه طشک.
شیراز - قائمیه - نورآباد	۰/۰۲۳۳۶	۵	۱۵۰/۶۰	خانه زنیان، منطقه ارژن، دریاچه ارژن، چشمه رچی، دشت نودان، دشت برم، شهر بیشاپور، تفرجگاه اردشیر بابکان، غار شاپور، دشت بوان، آبشار بوان، امامزاده درب آهنی، دیمه میل.
شیراز - فیروزآباد - فراشبند	۰/۰۲۴۹۶	۶	۱۹۱/۰۲	چهار طاقی، کاروانسرای بید زرد، شاهزاده ابوالقاسم، چشمه بهرامی، منطقه موک، چشمه خفقیان، چشمه تنگاب، روستای آتشکده، قلعه دختر، شهر گور، چشمه فرهاد، آتشکده فراشبند، امامزاده آقام شهید.
شیراز - زرقان - کوشک - امامزاده اسماعیل - اسپاس - اقلید	۰/۰۲۵۳۹	۷	۲۰۱/۲۳	باغ وحش شیراز، کوه بمو، گردشگاه چشمه فیلی، پل خان، معدن سنگ مجدآباد، حضرت ایوب نبی، تیر باغ، گردنه امامزاده اسماعیل، گردنه چرچر، روستای کندازی، شهر آشوب، اسپاس، چشمه محمد رسول‌الله (ع)، امامزاده عبدالرحمن.
شیراز - کوشک - سد درودزن - خانمین	۰/۰۲۵۷۱	۸	۱۲۱/۴۹	باغ وحش شیراز، پل خان، روستای بند امیر، گردشگاه چشمه فیلی، آرامگاه حضرت ایوب نبی، دره مارو، تیر باغ، گردنه امامزاده اسماعیل، سد درود زن، روستای دشتک، امامزاده اسحاق، چشمه بالنگان.
شیراز - سپیدان - یاسوج	۰/۰۲۵۷۷	۹	۱۱۹/۵۳	قصر قمشه، نقش برجسته بهرام دوم، روستای قلات، چهل چشمه، دالین، گردشگاه امامزاده سلطان شهباز، برم شش پیر، پیست اسکی پولادکف، تنگ تیزاب، روستای ده کهنه.
شیراز - فیروزآباد - قیر	۰/۰۲۶۴۰	۱۰	۱۷۸/۰۴	چهار طاقی، کاروانسرای بید زرد، شاهزاده ابوالقاسم، چشمه بهرامی، منطقه موک، چشمه خفقیان، چشمه تنگاب، روستای آتشکده، قلعه دختر، شهر گور، تنگاب، سر آسیاب، قیر، امامزاده سید تاج‌الدین.

ادامه جدول ۴.

محور گردشگری	نمره کوپراس	رتبه	طول مسیر	مهم‌ترین جاذبه‌های محور گردشگری
شیراز - فیروزآباد - قیر - خنج - علامرودشت - مهر - بوشهر	۰/۰۲۶۴۴	۱۱	۴۳۶/۳۳	چهار طاقی، کاروانسرای بید زرد، شاهزاده ابوالقاسم، چشمه بهرامی، منطقه موک، چشمه خفقیان، چشمه تنگاب، روستای آتشکده، قلعه دختر، شهر گور، تنگاب، سر آسیاب، قیر، امامزاده سید تاج‌الدین، سیف‌آباد، بفعه شیخ ابونج و شیخ شعیب، کلات خستی، گورستان دهنو، قلعه شلدون، گله‌دار، هفت‌برکه، گورستان مهر، تخت پرس.
شیراز - دریاچه پریشان - کنار تخته - بوشهر	۰/۰۲۶۷۱	۱۲	۱۸۰/۱۱	خانه زنیان، منطقه ارژن، دریاچه ارژن، چشمه رچی، دشت نودان، دشت برم، ارژن و پریشان، قلعه دختر، مقبره شیخ ابواسحاق، چشمه بوشگان دلمی، کاروانسرای ده کهنه.
شیراز - فیروزآباد	۰/۰۲۷۰۲	۱۳	۱۰۳/۱۶	چهار طاقی، کاروانسرای بید زرد، شاهزاده ابوالقاسم، چشمه بهرامی، منطقه موک، چشمه خفقیان، چشمه تنگاب، روستای آتشکده، قلعه دختر، شهر گور.
شیراز - میمند - سیمکان - جهرم	۰/۰۲۷۴۹	۱۴	۲۰۹/۴۰	شاهزاده ابوالقاسم، چشمه بهرامی، بند بهمن، منطقه موک، چشمه خفقیان، چشمه تنگاب، باغ‌های میمند، میمند، سد سلمان فارسی، گردشگاه بونیز.
شیراز - قائمیه - نورآباد - اهواز	۰/۰۲۷۹۹	۱۵	۱۹۱/۰۵	خانه زنیان، منطقه ارژن، دریاچه ارژن، چشمه رچی، دشت نودان، دشت برم، شهر بیشاپور، تفرجگاه اردشیر بابکان، غار شاپور، دشت بوان، آبشار بوان، امامزاده درب آهنی، دیمه میل، حمام فهلیان، گورانکون، تل سورنا.
شیراز - فیروزآباد - قیر - خنج	۰/۰۲۸۰۷	۱۶	۲۶۱/۵۴	چهار طاقی، کاروانسرای بید زرد، شاهزاده ابوالقاسم، چشمه بهرامی، منطقه موک، چشمه خفقیان، چشمه تنگاب، روستای آتشکده، قلعه دختر، شهر گور، تنگاب، سر آسیاب، قیر، امامزاده سید تاج‌الدین، سیف‌آباد، بفعه شیخ ابونج و شیخ شعیب.
شیراز - اکبرآباد - خاوران - قطب‌آباد - جهرم	۰/۰۲۹۷۵	۱۷	۱۸۷/۲۲	کاروانسرای آبگرم کوار، آبشار خفر، مقبره جاماست حکیم، خاوران، گوه گرم، قطب‌آباد، بازار جهرم، گردشگاه بونیز، غار سنگ شکنان.
شیراز - سروستان - فسا - قطب‌آباد - جهرم	۰/۰۳۱۴۴	۱۸	۲۴۰/۱۷	دریاچه مهارلو، روستای مهارلو، روستای کوهنجان، باغ رباط چشمه ترنگ، جنگل سروستان، امامزاده اسماعیل فسا، منطقه میان جنگل، قمپ آتشکده، قطب‌آباد، گردشگاه بونیز، غار سنگ شکنان، بازار جهرم، کاروانسرای ضحاک.
شیراز - فیروزآباد - فراشبند - کازرون	۰/۰۳۲۳۳	۱۹	۲۷۸/۶۰	چهار طاقی، کاروانسرای بید زرد، شاهزاده ابوالقاسم، چشمه بهرامی، منطقه موک، چشمه خفقیان، چشمه تنگاب، روستای آتشکده، قلعه دختر، شهر گور، چشمه فرهاد، آتشکده فراشبند، امامزاده آقام شهید، نرگس زار فامور، سر مشهد، کاروانسرای شاه عباسی، دریاچه پریشان، آتشکده جره.

ادامه جدول ۴.

محور گردشگری	نمره کوپراس	رتبه	طول مسیر	مهم‌ترین جاذبه‌های محور گردشگری
شیراز - سروستان - استهبان - رونیز - نیریز - قطرویه - کرمان	۰/۰۳۳۷۷	۲۰	۲۹۵/۰۴	دریاچه مهارلو، روستای مهارلو، روستای کوهنجان، باغ رباط چشمه ترنگ، جنگل سروستان، منطقه میان جنگل، قمپ آتشکده، رونیز، انجیرستان استهبان، تنگ ایج، چشمه بندره، چشمه پلنگان، دشت پلنگان، قلعه اس. پی. آر، قطرویه، منطقه حفاظت‌شده بهرام گور.
شیراز - مرودشت - تخت جمشید	۰/۰۳۵۸۷	۲۱	۵۶/۸۰	باغ وحش شیراز، پل خان، سلطان ولایت، تخت جمشید، نقش رستم، نقش رجب.
شیراز - فیروزآباد - قیر - خنج - بیرم - لامرد - بندرعباس	۰/۰۳۸۶۱	۲۲	۳۸۷/۶۶	چهار طاقی، کاروانسرای بید زرد، شاهزاده ابوالقاسم، چشمه بهرامی، منطقه موک، چشمه خفقیان، چشمه تنگاب، روستای آتشکده، قلعه دختر، شهر گور، تنگاب، سر آسیاب، قیر، امامزاده سید تاج‌الدین، سیف‌آباد، بقعه شیخ ابونج و شیخ شعیب، سد گمیو، بیرم، روستای کریشکی، آبگرم اوباد، تنگ خور.
شیراز - مرودشت - قادرآباد - بوانات - یزد	۰/۰۳۸۹۳	۲۳	۲۲۷/۹۰	باغ وحش شیراز، پل خان، تخت جمشید، نقش رستم، نقش رجب، باغ بدره، تنگ خشک، تنگ الله اکبر، تنگه بلاغی، پاسارگاد، تل تاریخی سوریان، منطقه توت سیاه، بزم بوانات، پیرکدویه، منج، امامزاده شاه میر حمزه.
شیراز - مرودشت - پاسارگاد	۰/۰۳۹۵۸	۲۴	۱۳۳/۴۶	باغ وحش شیراز، پل خان، تخت جمشید، نقش رستم، نقش رجب، باغ بدره، تنگ خشک، تنگ الله اکبر، تنگه بلاغی، پاسارگاد.
شیراز - اکبرآباد - جهرم - جویم - بناویه - دهکویه - لار - هرمود - بندرعباس	۰/۰۴۰۰۱	۲۵	۴۰۹/۹۰	کاروانسرای آبگرم کوار، آبشار خفر، مقبره جاماست حکیم، خاوران، گوه گرم، قطب‌آباد، بازار جهرم، گردشگاه بونیز، غارسنگ شکنان، مسجد جامع جویم، کاروانسرای بناویه، امامزاده زاهد رستم، کاروانسرای گراش، هفت‌برکه، هرمود، منطقه نمونه کرموسج.
شیراز - مرودشت - صفاشهر - دریاچه کافتی	۰/۰۴۱۱۴	۲۶	۲۱۸/۶۲	باغ وحش شیراز، پل خان، تخت جمشید، نقش رستم، نقش رجب، باغ بدره، تنگ خشک، تنگ الله اکبر، تنگه بلاغی، پاسارگاد، روستای قصر یعقوب، امامزاده شهید، دریاچه کافتی، امامزاده سید محمد.
شیراز - سروستان - فسا - داراب - رستاق - حاجی‌آباد - بندرعباس	۰/۰۴۱۸۲	۲۷	۳۶۶/۵۲	دریاچه مهارلو، روستای مهارلو، روستای کوهنجان، باغ رباط چشمه ترنگ، جنگل سروستان، امامزاده اسماعیل فسا، منطقه میان جنگل، قمپ آتشکده، تنگ ایج، سازند ساچون، سد خسویه، دارابگرد، امامزاده سید علاالدین حسین داراب، رستاق، آبشار قدامی.
شیراز - فیروزآباد - قیر - خنج - گراش - لار - بستک	۰/۰۴۳۲۰	۲۸	۴۲۴/۶۹	چهار طاقی، کاروانسرای بید زرد، شاهزاده ابوالقاسم، چشمه بهرامی، منطقه موک، چشمه خفقیان، چشمه تنگاب، روستای آتشکده، قلعه دختر، شهر گور، تنگاب، سر آسیاب، قیر، امامزاده سید تاج‌الدین، سیف‌آباد، بقعه شیخ ابونج و شیخ شعیب، آب‌انبار اوز، پیر پدر، حسینیه سنگ آوی، مسجد جامع گراش، حسینیه اعظم، کاروانسرای گراش، منطقه نمونه کرموسج.

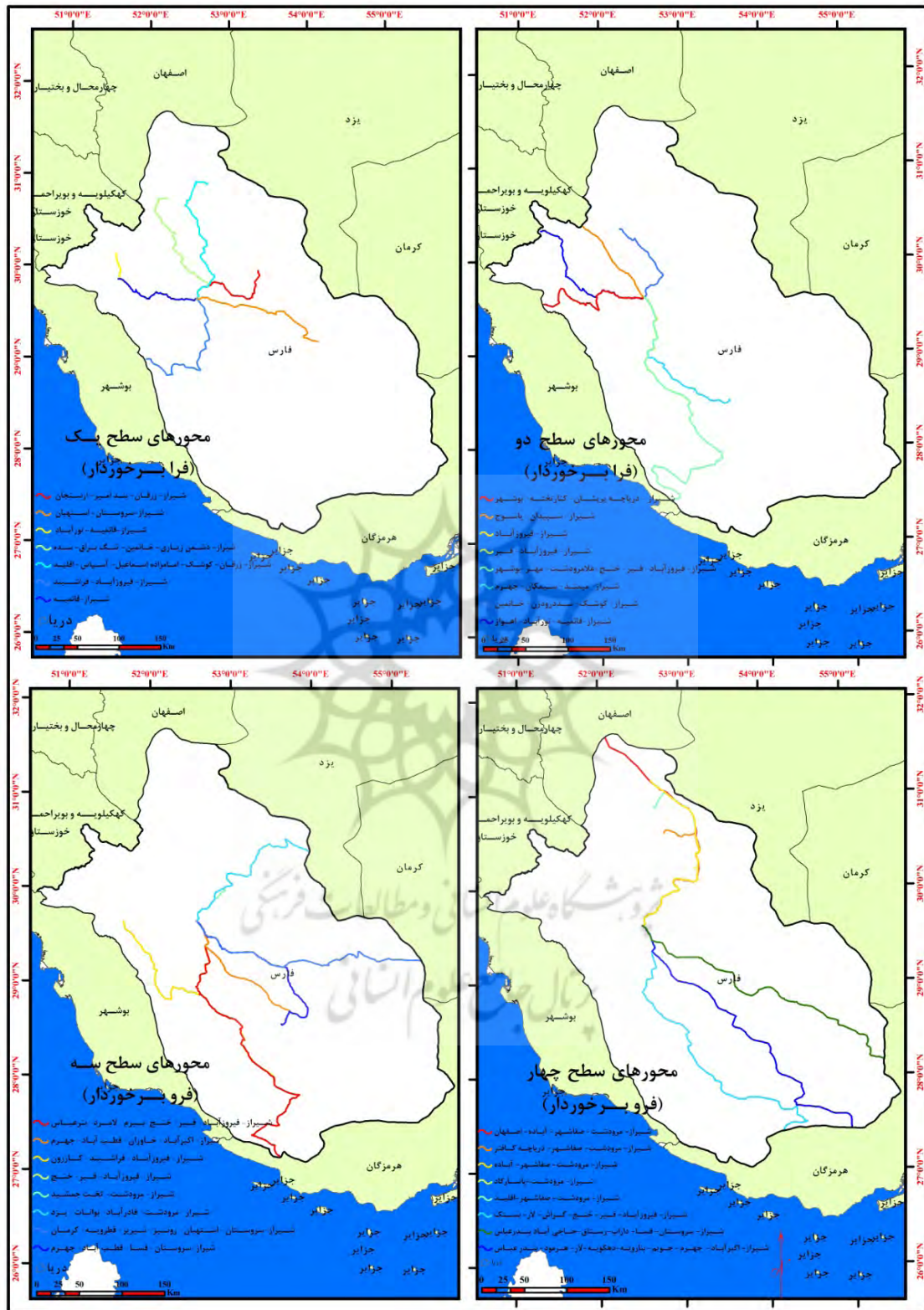
ادامه جدول ۴.

محور گردشگری	نمره کوپراس	رتبه	طول مسیر	مهم‌ترین جاذبه‌های محور گردشگری
شیراز - مرودشت - صفاشهر - اقلید	۰/۰۴۴۹۵	۲۹	۲۶۳/۲۳	باغ وحش شیراز، پل خان، تخت جمشید، نقش رستم، نقش رجب، باغ بدره، تنگ خشک، تنگ الله اکبر، تنگه بلاغی، پاسارگاد، کوه بل، چشمه محمد رسول الله.
شیراز - مرودشت - صفاشهر - آباده	۰/۰۵۰۹۳	۳۰	۲۶۰/۸۸	باغ وحش شیراز، پل خان، تخت جمشید، نقش رستم، نقش رجب، باغ بدره، تنگ خشک، تنگ الله اکبر، تنگه بلاغی، پاسارگاد، بیدک، فیروزی، کلاه فرنگی.
شیراز - مرودشت - صفاشهر - آباده - اصفهان	۰/۰۶۰۲۷	۳۱	۳۳۴/۴۹	باغ وحش شیراز، پل خان، تخت جمشید، نقش رستم، نقش رجب، باغ بدره، تنگ خشک، تنگ الله اکبر، تنگه بلاغی، پاسارگاد، بیدک، فیروزی، کلاه فرنگی، دره ایزدخواست.

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج پژوهش حاکی از آن است که محورهای گردشگری «شیراز - مرودشت - صفاشهر - آباده - اصفهان»، «شیراز - مرودشت - صفاشهر - آباده»، «شیراز - مرودشت - صفاشهر - اقلید» که درگاه ورودی اصلی گردشگران از مناطق مرکزی و شمال کشور به این استان هستند، از حداقل خدمات لازم برای رفاه گردشگران بهره‌مندند. از سوی دیگر، این محورها بیشترین ترافیک حمل و نقل را دارند و مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری همچون مرقد کوروش کبیر، تخت‌جمشید و نقش‌رستم در این مسیرها واقع شده است که نیاز به توجه برنامه‌ریزان و کارشناسان مربوطه را دوچندان می‌کند. نکته دیگری که باید به آن توجه شود، مسافت طولانی این مسیر است و با طولانی‌شدن مسیر، مسافران و گردشگران نیاز به استراحت و خدمات بیشتری دارند. همچنین محورهای گردشگری جنوب کشور همچون «شیراز - فیروزآباد - قیر - خنج - گراش - لار - بستک»، «شیراز - سروستان - فسا - داراب - رستاق - حاجی‌آباد» و «شیراز - اکبرآباد - جهرم - جویم - بنارویه - دهکویه - لار - هرمود - بندرعباس» نیز از محورهای اصلی و گردشگری استان به‌شمار می‌روند، اما از حداقل خدمات گردشگری برخوردارند. این محورها نیز مانند محورهای شمالی، مسافتی طولانی دارند که باید به این مهم و نیازهای گردشگران در این محورها نیز توجه ویژه‌ای شود. از سوی دیگر، محورهایی همچون «شیراز - سروستان - استهبان»، «شیراز - دشمن‌زیاری - خانمین - تنگ براق - سده»، «شیراز - قائمیه» و «شیراز - زرقان - بند امیر - ارسنجان» در مقایسه با محورهای گردشگری دیگر استان خدمات بهتری و چشمگیری دارند.

پس از رتبه‌بندی ۳۱ محور گردشگری استان، در مرحله بعد محورهای گردشگری استان به چهار سطح، شامل دو سطح فرا برخوردار یا فرا توسعه (سطح یک و دو) و فرو برخوردار یا فرو توسعه (سطح سه و چهار)، تقسیم شدند (شکل ۴) تا با توجه به توانمندی‌ها و قابلیت‌های هر سطح و جایگاه هر محور در فرایند توسعه، به انتظارات معقول و برخورد منطقی با محورهای گردشگری کمک نماید و متناسب با ظرفیت‌های آنها برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری صورت پذیرد.



شکل ۴. سطح‌بندی فضایی محورهای گردشگری استان فارس بر مبنای خدمات گردشگری

منبع: نگارندگان

نتیجه‌گیری

در برنامه‌ریزی محورهای گردشگری، باید ابتدا توانمندی‌ها و قابلیت‌های محورهای گردشگری شناسایی شوند تا جایگاه هریک از محورها در فرایند توسعه منطقه مشخص شود. شناسایی این جایگاه می‌تواند به انتظارات معقول و برخورد منطقی با محورهای گردشگری کمک کند، ضمن آنکه متناسب با داشته‌ها و ظرفیت‌های آنها سرمایه‌گذاری صورت پذیرد. از این طریق می‌توان به برنامه‌ریزی مطلوب برای ارتقای کمی و کیفی محورهای گردشگری استان دست یافت و از سویی الگوی فضایی خدمات گردشگری بین راهی را برای توسعه متوازن ارائه داد. لذا برای دستیابی به این سطح از برنامه‌ریزی، محورهای گردشگری استان به ۳۱ محور گردشگری تفکیک شد. سپس با توجه به جاذبه‌ها و همچنین خدمات گردشگری بین راهی استان، وزن شاخص‌های پژوهش با روش تحلیل سلسله‌مراتبی و بهره‌جویی از کارشناسان به‌دست آمد. در مرحله بعد با روش رتبه‌بندی CPORAS محورهای گردشگری استان رتبه‌بندی شدند و در چهار سطح از سطح فرا توسعه به فرو توسعه قرار گرفتند تا با توجه به پتانسیل‌ها و کمبودهای هر محور، برنامه‌ریزی مناسبی صورت گیرد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که با فاصله‌گرفتن از مرکز استان به سمت شهرستان‌های اطراف، از امکانات و تسهیلات گردشگری محورهای گردشگری نیز به همان نسبت کاسته می‌شود. در این میان، محورهایی که درگاه ورود اصلی بیشترین تعداد گردشگر از شمال و جنوب کشور به استان فارس هستند، از خدمات گردشگری بسیار ناچیزی برخوردارند که به توجه همه‌جانبه برنامه‌ریزان نیاز دارند و باید در اولویت توسعه خدمات و تسهیلات گردشگری قرار گیرند.

برای دستیابی به ارتقای کمی و کیفی محورهای گردشگری استان رهیافت‌های زیر بیان می‌شود:

- گسترش امکانات و تأسیسات گردشگری محورها با توجه به پتانسیل‌های گردشگری هر محور؛
- لزوم توجه به امکانات و خدمات محورهای شمالی و جنوبی استان؛
- احداث واحدهای پذیرایی مناسب با توجه به محورهای گردشگری؛
- لزوم بیشتر به خدمات معین (خدمات خودرویی) در این محورها؛
- افزایش تسهیلات و خدمات گردشگری مانند رستوران‌ها، مغازه‌ها و مجتمع‌های بین راهی در امتداد محورهای گردشگری که سبب تشویق گردشگران برای گذراندن وقت و استراحت شود؛
- توسعه بازارهای گردشگری و افزایش مدت اقامت گردشگران با تأمین انواع جذابیت‌ها و فعالیت‌ها در طول محورها.

منابع

1. Ahmadi, A., Dai, B., 1997, **Applying the Delphi Method in Determine the Priority of Strategic Organization Objectives**, the Fifth Conference of Industrial Engineering Student, University of Science and Technology, No 1, PP. 24-42. (in Persian)
2. Behnam Morshedi, H., 2013, **Spatial Planning of Tourism Services Case Study: the Main Paths of Fars Province**, A Thesis Submitted to the Graduate Studies Office in Partial Fulfillment of the Requirements for the

- Degree of Master of Science in Geography and Tourism Planning, University of Tehran Faculty of Geography, Tehran. (*in Persian*)
3. Boers, B., Cottrell, S., 2005, **Sustainable Tourism Infrastructure Planning: A GIS Based Approach**, Proceedings of the 2005 Northern Recreation Research Symposium. Bolton Landing, Forest Service, Northeastern Research Station, 2005 April 10-12, PP. 151-160.
 4. Brans, J.P., Mareschal, B., 1990, **The PROMETHEE Methods for MCDM, the Promcalc Gaia and Bandadviser Software**, in: Readings in Multiple Criteria Decision Aid (Edited By C.A. Bana E Costa), Chapter 2. Berlin: Springer Verlag, 216–252.
 5. Briedenhann, J. and Wickens, E., 2004: **Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Areas – vibrant Hope or Impossible Dream?** Tourism Management, Vol. 25, PP. 71-79.
 6. Chatterjee, P, Athawale V.M., Chakraborty, S., 2011, **Material's Selection Using Complex Proportional Assessment and Evaluation of Mixed Data Methods**, Materials & Design, Vol. 32, No. 2, PP. 851-860.
 7. Chatterjee, P., Chakraborty, Sh., 2012, **Material Selection Using Preferential Ranking Methods**, Materials and Design, Vol. 35, PP. 384–393.
 8. Chun Man, Ch., 2003, **Study on Effects of resident-perceived Neighborhood Boundaries on Public Services: Accessibility & Its Relation to Utilization: Using Geographic Information System Focusing on the Case of Public Parks in Austin, Texas**, Texas A&M University, Available electronically from <http://hdl.handle.net/1969.1/59>.
 9. Council of Europe, 1994, **Cultural Routes of the Council of Europe: Revitalization of the Santiago de Compostela Pilgrim Ways**, ICCE Resolution, Vol. 94, No. 9, Council of Europe, Strasbourg.
 10. Cuhls, K., 2001, **Delphi Method**, Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research, Germany.
 11. Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts, 2005, **Comprehensive Plan of Tourism Development in Tehran**. (*in Persian*)
 12. Das, M.C., Sarkar, B., Ray, S., 2012, **A Framework to Measure Relative Performance of Indian Technical Institutions Using Integrated Fuzzy AHP and COPRAS Methodology**, Socio-Economic Planning Sciences Vol. 46, No. 3, PP. 230–241.
 13. Diamantis, D. 2007. **Ecotourism: Management and Assessment**. London: Thomson Learning.
 14. Dreage, D., 1999, **Destination Place Planning and Design**. Annals of Tourism Research, Vol. 26, No. 4, PP.772-791.
 15. Dufaux, F., 2008, **Birth Announcement, Justice Spatial/Spatial Justice**, Available in: www.jssj.org.
 16. ECI Africa, 2006, **Community-based Tourism**, Unpublished Report for FRIDGE, Johannesburg.
 17. Fathi, A. and Ajaregah, C., 2002, **Assessment of Educational Needs, Patterns and Techniques**, Aezh, Tehran. (*in Persian*)
 18. Forman, E.H., 1985. **Decision Support for Executive Decision Makers**. Information Strategy: The Executive.s Journal, Vol. 1, No. 4, PP. 4-14.
 19. Fourie, J. & Santana-Gallego, M., 2011, **The Impact of Mega-sport Events on Tourist Arrivals**, Tourism Management, Vol. 32, No. 6, PP. 1364–1370.
 20. Franklin, A., 2007, **The Problem with Tourism Theory**, in A. Morgan, & A. Pritchard, the Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methodologies. PP. 131-148.
 21. Ghafari, R., Moradi, M., Nikbakht, D., 2011, **Spatial Planning of Villages Tourism the Central Zone of Boyerahmad Town**, Urban and Regional Studies, No. 11, PP. 97-118. (*in Persian*)

22. Ghaffari, S. R. 2009, **Study- Research Plan of investment and tourism facilities located in tourist centers of Bakhtiari Province**, Administration of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism of Shahre Kord. (in Persian)
23. Ginevičius, R., Podvezko, V., 2008, **Multi-criteria Graphical-analytical Evaluation of the Financial State of Construction Enterprises**, Baltic Journal on Sustainability, Vol. 14, No. 4, PP. 452-461.
24. Gunn Glare, A., 1979, **Tourism Planning**, Crane Russak, New York.
25. Gunn Glare, A., 1980a, **Ammendment to Leiper. The Framework of Tourism**, Annals of Tourism Research. Vol.7, No. 2, PP. 253-255.
26. Gunn, Glare A., 1972, **Vacationscape: Designing Tourist Regions**, Bureau of Business Research, University of Texas, Austin, Texas.
27. Hadar, M. and Hader, S., 1995, **Delphi und Kognitions Psychologie: Ein Zugang Zur Theoretischen Fundierung Der Delphi-Methode**, in: ZUMA-Nachrichten, Vol. 37, No.19, PP. 28-36
28. Jansson, B., 1991, **Tourism Travel Patterns in Sweden**, in D. Pumain, Spatial Analysis and Population Dynamics, John Libbey & Co. PP. 383-396.
29. Judd, R. S and Fainstein, S.S, 1999, **the Tourist City**, Yale University Press.
30. Kaklauskas, A., Zavadskas, E. K., Raslanas, S., Ginevicius, R., Komka, A., Malinauskas, P., 2006, **Selection of Low-e Windows in Retrofit of Public Buildings by Applying Multiple Criteria Method COPRAS: A Lithuanian Case**, Energy and Buildings, Vol. 38, No. 5, PP. 454-462.
31. Kanapeckiene, L., Kaklauskas, A., Zavadskas, E.K., Seniut, M, 2010, **Integrated Knowledge Management Model and System for Construction Projects**, Engineering Applications of Artificial Intelligence, Vol. 23, No. 7, PP. 1200-1215.
32. Kulak, O., Kahraman, C., 2005, **Fuzzy Multi-attribute Selection among Transportation Companies Using Axiomatic Design and Analytic Hierarchy Process**, Information Sciences, Vol. 170, No. 2-4, PP.191-210.
33. Law Christopher, M., 2000, **the Tourist City Review**, Urban Studies, Vol 37, No 7.
34. Lew, A.A., 1987, **A Framework of Tourist Attraction Research**, Annals of Tourism Research, Vol. 14, No.4, PP. 553-575.
35. Lourens, M., 2007, **The Underpinnings for Successful Route Tourism Development in South Africa**. Dissertation Submitted to the University of the Witwatersrand, School of Geography, Archaeology and Environmental Studies in Fulfilment of the Requirements for the Degree of Masters of Tourism, Johannesburg.
36. Lundberg, D. E., 1980, **the Tourist Business**, (4th Ed.), CBI, Boston.
37. Mashreghi, H., Nahavandi, N., Amin Nasser, M.R., 2011, **prioritizing of Subdivision of Machinery Industry Manufacturing Using TOPSIS and AHP to Prepare Action Plan of Joining Iran to the World Trade Organization(WTO)**, International Journal of Industrial Engineering and Management, Vol. 22, No. 2, PP. 143-128. (in Persian)
38. Meyer, D., 2004: **Tourism Routes and Gateways: Key Issues for the Development of Tourism Routes and Gateways and Their Potential for Pro-Poor Tourism**, London: Overseas Development Institute.
39. Mozaffari, A. and Dusti, M., 2012, **Evaluation and Locating of City Park of Yazd Region 1 Using Boolean and the Delphi Method in GIS**, Journal of Research in Human Geography, Vol. 44, No. 4, PP. 78-65. (in Persian)
40. Murray, M. and Graham, B., 1997, **Exploring the Dialectics of Route-based Tourism: the Camino de Santiago**, Tourism Management, Vol. 18, No. 8, PP. 513-524.
41. Musavand, J., Sasanpur, J., 2011, **Assessment of Urban Infrastructure Role for the Tourism Center by Using TOPSIS and AHP (Case Study: State Mazandarn)**, Journal of Tourism Space, Vol. 1, No. 1, PP. 82-63. (in Persian)

42. Olsen, M., 2003, **Tourism Themed Routes: a Queensland Perspective**, Journal of Vacation Marketing, Vol.9, No. 4, PP. 331-341.
43. Ossadnik, W., Lange, O., 1999, **Theory and Methodology AHP-based Evaluation of AHP-Software**, European Journal of Operational Research, Vol. 118, No. 3, PP. 578-588.
44. Patlitzianas, P., Pappa, A., Psarras, J., 2008, **An Information Decision Support System towards the Formulation of a Modern Energy Companies' Environment**; Renewable and Sustainable Energy Reviews Vol. 12, No. 3, PP. 790-806.
45. Pearce, D., 1981, **Tourism Development**, Longman, New York.
46. Pernecky, T., 2002, **The Being of Tourism**, The Journal of Tourism and Peace Research, Vol. 1, PP. 1-15.
47. Pohekar, S.D., Ramachandran, M., **.Application of Multi-Criteria Decision Making to Sustainable Energy Planning-A Review.**, Renewable and Sustainable Energy Reviews Vol. 8, No. 4, PP. 365-381.
48. Rogerson, C.M., 2007: **Tourism Routes as Vehicles for Local Economic Development in South Africa**, The Example of the Magaliesberg Meander, Urban Forum, Vol. 18, No. 2, PP. 49-68.
49. Rostami, F., 2010, **The Analyses of How Distribution of City Public Services from Spatial Justice Attributes**, A Thesis Submitted for the Degree of Master of Science in City Planning, University of Tarbiyat Modares. (in Persian)
50. Roy, B. & Bouyssou, D., 1993, **Aide Multicrit`Erè A La D'Ecision: Methods ET CAS**, Economica, Paris.
51. Shahmehry Ardejany, R., 2012, **Feasibility Study of Asalem Rout to Khalkhal, Step for the Development of Tourism (Case Study: Catchment Area Navroud)**, Journal of Physical Geography, Vol. 5, No. 17, PP. 74-63. (in Persian)
52. Shamaei, A., Mosivand, J., 2011, **Classification of Cities of Isfahan Province in View Point of Tourism Infrastructure by Using TOPSIS and AHP Models**, Urban - Regional Studies and Research Journal, Vol. 3, No. 10, PP. 23-40. (in Persian)
53. Soja, E., 2006, **The City and Spatial Justice, Justice Spatial/Spatial Justice**, Available in: <http://www.jssj.org>.
54. Soja, E.W., 2008, **The City and Spatial Justice**, Paper Presented at the Conference Spatial Justice, March 12-14, 2008, in Nanterre, France. Published on-line in Espace et Justice/ SpaceandJustice, No.1. March 12-14, 2008.
55. Stohr, W., Todtling, F., 1977, **Spatial Equity Some Anti-theses to Current Regional Development Doctrine**, Regional Science Association, Vol. 38, PP. 33-53.
56. Taghvai, M. and Ranjbrdastanayi, M., 2010, **Analysis of Facilities and Services Distribution of Route Tourism of North East of Charmahal and Bakhtiari Province**, Journal of Urban Planning, Vol. 1, No. 1, PP. 21-48. (in Persian)
57. Taleghani, M. & Fatahi, S., 2005, **the Quality of Tourism Services and Its Importance in Attracting the Tourists' Satisfaction**, Management Magazine, No. 99- 100, PP. 56-63. (in Persian)
58. Talen, E., 2002, **The Social Goals of New Urbanism**, Housing Policy Debate, Vol. 13, No. 1, PP. 165-188.
59. Tolga, E., Demircan, M. L., Kahraman, C., 2005, **Operating System Selection Using Fuzzy Replacement Analysis and Analytic Hierarchy Process**, Production Economics, Vol. 97, No. 1, PP. 89-117.
60. Tsou, K. W., Hung, T. T., Chang, Y. L., 2005, **An Accessibility-based Integrated Measure of Relative Spatial Equity in Urban Public Facilities**, Cities, Vol. 22, No. 6, PP. 424-435.
61. Valentinas, P., 2011, **the Comparative Analysis of MCDA Methods SAW and COPRAS**, Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics, Vol. 22, No.2, PP. 134-146.

62. Zangiabadi, A., Abolhassani, F., 2009, **Spatial Analysis, Classifying and Planning of Residential Centers Using Tourism Development Index (TDI) (Case Study: Isfahan)**, Journal of Tourism Studies, No. 8, PP. 42-25. *(in Persian)*
63. Zavadskas, E.K., Kaklauskas, A., Peldschus, F., Turskis, Z., 2008, **Multi-attribute Assessment of Road Design Solutions by Using the COPRAS Method**. Baltic Journal of Road Bridge Engineering. Vol. 2, No. 4, PP.195-203.
64. Ziai, M., Shojayi, M., 2010. **Classification of Tourism Destination: Analysis of a New Concept in Tourism Spatial Planning**, Journal of Tourism Studies, No. 13, PP. 46-25. *(in Persian)*

