

اولویت‌بندی روستاهای دارای قابلیت گردشگری استان آذربایجان شرقی

جهت برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری با استفاده از مدل تاپسیس

هوشنگ غفوری^۱

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

علی پناهی

استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

فاطمه کاظمیه

استادیار گروه ترویج و توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۹/۲۸ تاریخ صدور پذیرش: ۱۳۹۷/۰۹/۰۶

چکیده

توسعه گردشگری روستایی برای روستاهایی مطلوب است که دارای منابع و پتانسیل‌های کافی جهت گردشگری، بازارهای بالقوه برای جذب گردشگران و سرمایه‌گذاری کافی برای حمایت بخش گردشگری باشد. با توجه به این که قابلیت‌ها و مزیت‌های نسبی محلی و منطقه‌ای به دلیل تأثیرپذیری از عوامل متعدد اقتصادی، اجتماعی و محیطی متفاوت است و این امر باعث برتری برخی نواحی می‌شود، بنابراین نخستین و مهم‌ترین گام برای ارتقای گردشگری، شناخت جاذبه‌ها و قابلیت‌های مناطق است. شناخت مزیت‌ها و توان‌های محلی و منطقه‌ای از اصول بنیادین برنامه‌ریزی‌های توسعه محسوب می‌گردد. این مسئله و مسائل دیگر مانند ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، کاهش مهاجرت و ... موجب شده که توسعه و گسترش گردشگری در نواحی روستایی که دارای پتانسیل‌های لازم برای توسعه گردشگری است مورد توجه قرار گیرد. پژوهش حاضر، از دسته پژوهش‌های کاربردی است که با هدف ارزیابی و سطح‌بندی روستاهای دارای جاذبه گردشگری استان آذربایجان شرقی انجام پذیرفته است. روش پژوهش، توصیفی - پیمایشی و ابزار پژوهش، پرسشنامه است که با استفاده از روش دلفی، ۲۶ شاخص برای روستاها شناسایی شده و سپس با پیمایش داده‌های حاصل از پرسشنامه با استفاده از روش تاپسیس، روستاهای دارای قابلیت گردشگری اولویت‌بندی شدند. جامعه آماری تحقیق، متخصصانی بودند که در زمینه گردشگری روستایی دانش و تجربه کافی داشتند. بر اساس نتایج مطالعه، روستاهای نوجه مهر با امتیاز ۰/۸۴۳۳، کردشت با امتیاز ۰/۶۹۳۸ و دوزال با امتیاز ۰/۶۱۱۶ به ترتیب در رتبه‌های اول تا سوم قرار گرفتند. روستاهای مورد مطالعه از لحاظ اولویت توسعه در پنج سطح قرار گرفتند که این سطوح می‌توانند مبنایی برای برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری مدیران بخش گردشگری استان آذربایجان شرقی باشند.

کلمات کلیدی: آذربایجان شرقی، تاپسیس، روستا، گردشگری.

مقدمه

در عرصه نوین جهانی، تنوع بخشیدن به اقتصاد، رفع مشکلات ناشی از صنعتی‌شدن و آلودگی بیش از حد استاندارد شهرها، افزایش بهره‌وری نیروی انسانی، اشتغال‌زایی، تعامل فرهنگ‌ها و حفظ محیط‌زیست و در مجموع، توسعه پایدار از دغدغه‌هایی است که جهان امروز با آن روبه‌روست و هر یک از کشورها در هر سطحی از توسعه در تلاش هستند تا پاسخ لازم به این مسائل را بیابند. در این میان کشورهایایی که به تنوع بخشی اقتصادی روی آورده‌اند و می‌خواهند خود را از اقتصاد تک پایه‌ای برهانند و در جستجوی شناخت ظرفیت‌ها یا خلق مزیت‌های نوین توسعه هستند، بسیار موفق‌تر از دیگر جوامع بوده‌اند. یکی از این مؤلفه‌ها گسترش صنعت گردشگری است که اغلب کشورهایی که به لحاظ موقعیت مکانی از این مزیت‌ها بهره‌مند هستند، آن را در برنامه توسعه ملی خود گنجانیده‌اند تا از این طریق بتوانند فرایند توسعه ملی خود را تسریع و تکامل ببخشند (شمس‌الدینی، ۱۳۸۹: ۹۶).

امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. بسیاری از کشورها به طرز فزاینده‌ای به این حقیقت پی برده‌اند که برای بهبود وضعیت اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برای برآیند (لطفی، ۱۳۸۴: ۶۰).

یکی از انواع گردشگری با قدمتی بیشتر از یک قرن، گردشگری روستایی است. گردشگری روستایی با ارائه جذابیت و ایجاد تمایل در استفاده از فضا و ویژگی‌های محیط روستایی برای گردشگران و همچنین کارکردی جهت بهبود و ارتقاء شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی منطقه میزبان مورد توجه بسیاری واقع شده است (Sharpley, 2002: 234).

افزایش نرخ بیکاری و در نتیجه خروج نسل جوان و افراد دارای تحصیلات بالاتر از اجتماعات روستایی، بافت و ساخت نواحی روستایی را به مخاطره انداخته است. بنابراین گردشگری نه تنها به عنوان یک ابزار بالقوه برای تغییر این وضعیت بلکه به یکی از عناصر جدائی‌ناپذیر راهبرد توسعه روستایی مطرح شده است (نصرتی قلعه‌بین، ۱۳۸۷). از این رو برنامه‌ریزان تلاش دارند تا با شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌ها، هم موجبات توفیق گردشگری روستایی را در پاسخگویی به نیازهای گردشگران فراهم آورده و هم اصلاح مناطق روستایی را موجب شوند (Royo-Vela, 2009).

اگرچه واژه گردشگری روستایی مدت زیادی نیست که در دنیا مرسوم شده، اما با توجه به این‌که باعث رشد اقتصادی و ایجاد تنوع فعالیتی، اشتغال‌زایی و افزایش درآمد برای ساکنان روستایی می‌شود، از سوی جامعه بین‌المللی در سیاست‌های توسعه محلی و منطقه‌ای بر این امر بسیار تأکید شده است. دیدگاه‌ها و نظریات مختلفی در مورد توسعه گردشگری در نواحی روستایی وجود دارد، از نظر موافقان و مخالفان توسعه، گردشگری روستایی به طور فزاینده‌ای به صورت یک نوشدارو افزایش‌دهنده توان اقتصادی، بالابرنده قابلیت زیستی در نواحی دور افتاده، محرک تجدید حیات سکونتگاه‌ها و نیز بهبود دهنده شرایط زندگی جوامع روستایی محسوب می‌گردد.

(Briedenhann and Wickens, 2004: 71). از طرف دیگر باید توجه داشت که گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی، در مناطق روستایی اکسیری برای تمام مشکلات نیست؛ بلکه در صورت وجود موقعیت یا پتانسیل مناسب، تنها یک راهبرد رشد است. اگر توسعه گردشگری با دقت همراه نباشد پیامدهای زیانباری را بدنبال خواهد داشت. کشور ایران سرزمین پهناوری است که به سبب وسعت خاک، موقعیت جغرافیایی، راه‌های ارتباطی و جاذبه‌های گردشگری، برای گردشگران خارجی اهمیت ویژه‌ای دارد. طبیعت جذاب، تنوع آب و هوا و فرهنگ و تمدن درخشان چند هزار ساله ایران، این کشور باستانی را سرشار از جاذبه‌های گوناگون کرده است. از طرف دیگر با توجه به این‌که در بسیاری از مناطق روستایی کشور ایران فعالیت‌های کشاورزی و دامداری پاسخگوی افزایش اشتغال و درآمد نیستند ضرورت تنوع بخشیدن به اقتصاد روستاها مهم تلقی می‌شود و گردشگری روستایی با ایجاد اشتغال و درآمد به پویایی اقتصاد روستایی کمک کرده و از حجم مهاجرت به شهرها می‌کاهد. توسعه گردشگری روستایی^۱ برای روستاهایی مطلوب است که دارای منابع و پتانسیل‌های کافی جهت گردشگری، بازارهای بالقوه برای جذب گردشگران و سرمایه‌گذاری کافی برای حمایت بخش گردشگری باشد. با توجه به این‌که قابلیت‌ها و مزیت‌های نسبی محلی و منطقه‌ای به دلیل تأثیرپذیری از عوامل متعدد اقتصادی، اجتماعی و محیطی متفاوت است و این امر باعث برتری برخی نواحی می‌شود، بنابراین نخستین و مهم‌ترین گام برای ارتقای گردشگری، شناخت جاذبه‌ها و قابلیت‌های مناطق است. شناخت مزیت‌ها و توان‌های محلی و منطقه‌ای از اصول بنیادین برنامه‌ریزی‌های توسعه محسوب می‌گردد. این مسئله و مسائل دیگر مانند ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، کاهش مهاجرت و ... موجب شده که توسعه و گسترش گردشگری در نواحی روستایی که دارای پتانسیل‌های لازم برای توسعه گردشگری است مورد توجه قرارگیرد.

نواحی روستایی استان آذربایجان شرقی با توجه به ویژگی‌های جغرافیایی و توپوگرافی، اقلیمی، مناطق سرسبز دارای جاذبه‌های گردشگری متنوعی می‌باشد. با وجود پتانسیل بالا، نواحی روستایی این استان با مشکلاتی مواجه است که با برنامه‌ریزی اصولی می‌توان موجبات پیشرفت استان را از نظر گردشگری فراهم ساخت و به کاهش مشکلات روستائیان منطقه نیز کمک کرد. بنابراین در این مطالعه سعی بر شناسایی مناطق روستایی دارای مزیت بر اساس اولویت‌های گردشگری است. نظر به اهمیت موضوع مطالعات متعددی انجام گرفته است که در زیر به برخی از آن‌ها اشاره می‌گردد.

هیانگ و پینگ^۲ (۲۰۱۲) در مطالعه‌ای به ارزیابی رقابت در صنایع گردشگری در ۹ کشور جنوب شرق آسیا با استفاده از مدل فازی و تاپسیس پرداختند. این مطالعه با استفاده از ۶ معیار (در دسترس بودن جاذبه‌ها، حمل و نقل مناسب، قیمت مناسب، امنیت، بازار عرضه محصولات، مناظر طبیعی) و ۱۵ زیر شاخص که از سوی کارشناسان در بخش‌های مختلف وزن‌بندی و در نهایت ارزیابی شده، انجام گرفته است. نتایج نشان داد که در رتبه‌بندی از بین ۹ کشور، بر اساس معیارهای یادشده، به ترتیب چین، ژاپن، هنگ کنگ، مالزی، تایلند، سنگاپور، تایوان، کره، و فیلیپین

^۱- Rural Tourism

^۲- Huang and Peng

بهترین عملکرد را به خود اختصاص داده‌اند. محمد و موحد جمیل^۱ (۲۰۱۲) نیز در پژوهشی به بررسی و تحلیل اولویت‌بندی مقصد گردشگری بر اساس انگیزه گردشگران در مالزی با استفاده از مدل تاپسیس و فازی پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که بازدید دوستان و بستگان و تمدد اعصاب و استراحت دو عامل تاثیرگذار در انتخاب مقصد است. در میان مقاصد گردشگری مالزی، براساس اولویت‌بندی به ترتیب لنکاوی^۲، منطقه آلور^۳ و بوجانگ^۴ قرار گرفتند.

موجیا الخوا^۵ و همکاران (۲۰۱۶) به ارزیابی گردشگری پایدار روستایی با استفاده از رویکردهای AHP و TOPSIS در محیط فازی پرداختند. هدف از این مطالعه ارزیابی گردشگری روستایی با استفاده از شاخص‌های پایدار، یعنی کیفیت خدمات، امکانات، سیستم مدیریت و پیامدهای آن بود. با توجه به نتایج، کیفیت خدمات به عنوان مهم‌ترین ویژگی با وزن ۲۸/۶ درصد در نظر گرفته شد.

اوغوزان ایلبان و ییلدیریم^۶ (۲۰۱۷) به تعیین فعالیت‌های گردشگری جهان از بهترین مقاصد گردشگری با استفاده از روش تصمیم‌گیری چند منظوره پرداختند. در این مطالعه از روش TOPSIS استفاده گردید. به این ترتیب، ارزیابی فعالیت‌های گردشگری در ۱۵ کشور برای ۶ سال بین سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۴ تعیین انجام گرفت و نتایج با نتایج سازمان‌های بین‌المللی گردشگری مقایسه شد.

افتخاری و همکاران (۱۳۹۰) به اولویت‌بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستایی شهرستان نیر پرداختند محققین در این مطالعه از روش تاپسیس^۷ استفاده نمودند. نتایج نشان داد از میان ۳۰ روستای مورد مطالعه، روستاهایی که دارای جاذبه‌های محیطی بیشتری بودند (سقزچی، شیران، ویند کلخوران، برجلو، گلستان و گوگرچین) از ارجحیت بیشتری برخوردار بودند. در مطالعه دیگری، شماعی و موسی‌وند (۱۳۹۰) به سطح بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل تاپسیس و تحلیل سلسله مراتبی پرداختند. نتایج نشان داد که با توجه به معیارهای در نظر گرفته شده برای سطح بندی شهرستان‌ها، شهرستان‌های اصفهان، شاهین‌شهر و کاشان از طریق مدل تاپسیس به ترتیب در سطح یک تا سه از نظر دارا بودن زیرساخت‌های گردشگری قرار داشتند و با ترکیب دو مدل فوق‌الذکر، شهرستان اصفهان و کاشان به ترتیب به عنوان نواحی اول و دوم گردشگری بیشترین امتیاز را به خود اختصاص دادند.

زنگی‌آبادی و همکاران (۱۳۹۱) نیز در پژوهشی با عنوان تحلیل فضایی شاخص‌های توسعه گردشگری با استفاده از مدل تاپسیس، مطالعه موردی: شهرستان‌های استان اصفهان، با رویکرد توصیفی تحلیلی، شهرستان‌های استان اصفهان را بر اساس ۸ شاخص توسعه گردشگری در ۴ سطح و رابرخوردار، فرابرخوردار، میان‌برخوردار و فروبرخوردار

^۱- Mohamad and Mohd Jamil

^۲- Langkawi

^۳- Alor

^۴- Bujang

^۵- Mujiya Ulkhaq

^۶- Oğuzhan Ilban and Yıldırım

^۷- TOPSIS

اولویت‌بندی کردند. نتایج این تحقیق نشان داد که از بین شهرستان‌های استان اصفهان، شهرستان اصفهان در سطح فرابرخوردار و شهرهای خمینی‌شهر، خوانسار، دهاقان، تیران و کرون، فالورجان، گلپایگان، چادگان، و نطنز در سطح فروبرخوردار یا محروم قرار گرفتند.

در مطالعه دیگر، امان‌پور و همکاران (۱۳۹۲) به رتبه‌بندی شهرستان‌های استان خوزستان از لحاظ شاخص‌های گردشگری با استفاده از مدل تاپسیس پرداختند. نتایج به دست آمده نشان داد که استان خوزستان با داشتن صدها جاذبه تاریخی، طبیعی، فرهنگی و مذهبی و وجود مناطق جنگلی، قابلیت توسعه و سرمایه‌گذاری کلان در این صنعت را دارا می‌باشد. رتبه‌بندی شهرستان‌ها نشان از برتری چند شهرستان نسبت به سایر شهرستان‌های استان داشت که در این راستا، بین شهرستان‌های اهواز، دزفول و شوشتر به عنوان گروه اول توسعه یافته و سایر شهرستان‌های استان خوزستان شکاف عمیقی وجود داشت. گروه آخر نیز متشکل از ۷ شهرستان بود که نسبت به سایر شهرستان‌های استان، کم‌تر توسعه یافته بودند. به غیر از شهرستان همدان بقیه شهرستان‌ها جاذبه و آثار خیلی کمی داشتند.

قاسمی و همکاران (۱۳۹۶) نیز در مطالعه خود به اولویت‌بندی مقاصد گردشگری پیرامونی کلان شهرها مورد: حومه‌های بیلاقی شمال تهران پرداختند. محققین جهت تحلیل داده‌ها از الگوی تحلیل فرایند شبکه‌ای و سلسله مراتبی استفاده نمودند. با توجه به نتایج مطالعه، نخست مقصد گردشگری لواسانات با ۴۳ درصد به عنوان مهم‌ترین مقصد گردشگری و سپس محورهای توجال با ۳۱ درصد، دربند با ۲۱ درصد و کن-سولقان با ۱۷ درصد در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند.

غلامی برنجستانکی و شریفی نیا (۱۳۹۷) به اولویت‌بندی سرمایه‌گذاری در مناطق نمونه گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان سوادکوه) پرداختند. در این پژوهش از تکنیک دلفی برای شناسایی شاخص‌ها و از تکنیک سلسله مراتبی جهت اولویت‌بندی سرمایه‌گذاری در مناطق نمونه گردشگری شهرستان سوادکوه استفاده شد. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که شاخص قرار داشتن در محور گردشگری و همجواری با دیگر جاذبه‌های گردشگری با وزن نسبی ۰/۲۵ بیش‌ترین وزن و شاخص وضعیت دسترسی (۰/۳۰۲) کمترین وزن را در بین شاخص‌های مورد نظر در این پژوهش به خود اختصاص دادند، همچنین بر اساس امتیاز نهایی گزینه‌ها، منطقه نمونه گردشگری جوارم دارای بیش‌ترین امتیاز (۰/۱۶۶) و منطقه نمونه گردشگری گردنه سر (۰/۰۲۶) دارای کمترین امتیاز جهت سرمایه‌گذاری بودند.

مواد و روش‌ها

در این مطالعه از مدل تاپسیس برای اولویت‌بندی نواحی روستایی از بعد گردشگری استفاده شده است. تاپسیس یک تکنیک تصمیم‌گیری چند شاخصه جبرانی بسیار قوی برای اولویت‌بندی گزینه‌ها از طریق شبیه‌سازی به جواب ایده-آل است. تکنیک تاپسیس به عنوان یک روش تصمیم‌گیری چند شاخصه، روشی ساده ولی کارآمد در اولویت‌بندی محسوب می‌گردد. این روش در سال ۱۹۹۲ توسط چن و هوانگ مطرح شده است (Chen and Hwang, 1992). این تکنیک بر این مفهوم استوار است که گزینه انتخابی، باید کمترین فاصله را با راه حل ایده‌آل مثبت (بهترین حالت

ممکن) و بیشترین فاصله را با راه حل ایده‌آل منفی (بدترین حالت ممکن) داشته باشد. از محاسن روش تاپسیس نسبت به سایر تکنیک‌های اولویت‌بندی مکانی، می‌توان به موارد زیر اشاره نمود (Taghizadeh, 2012: 79):

- معیارهای کمی و کیفی را تواما در مبحث مکانیابی دخالت می‌دهد.
- خروجی آن می‌تواند ترتیب اولویت گزینه‌ها را مشخص و این اولویت را به صورت کمی بیان کند.
- تضاد و تطابق بین شاخص‌ها را در نظر می‌گیرد.
- روش کار، ساده و سرعت آن مناسب است.
- ضرایب وزنی اولیه را پذیراست.
- نتایج حاصل از این مدل کاملاً منطبق با روش‌های تجربی است.

به طور اجمال در روش تاپسیس، ماتریس $m \times n$ که دارای m گزینه و n معیار می‌باشد مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. در این الگوریتم، فرض می‌شود هر شاخص و معیار در ماتریس تصمیم‌گیری، دارای مطلوبیت افزایشی و یا کاهش‌یکنوخت است و به بیان دیگر مقادیر زیادتری که معیارها در این ماتریس کسب می‌کنند، اگر از نوع سود بود، هرچه مقدار آن بیشتر باشد، دارای مطلوبیت بالاتر و اگر از نوع هزینه بود، دارای مطلوبیت پایین‌تری می‌باشد. از امتیازات مهم این روش آن است که به طور همزمان می‌توان از شاخص‌ها و معیارهای عینی و ذهنی استفاده نمود (Affisco, 1998: 2).

در این مطالعه مناطق روستایی استان آذربایجان شرقی به عنوان نمونه موردی مورد پیمایش قرار گرفت. برای دستیابی به مهم‌ترین شاخص‌های ارزیابی جاذبه‌ها، ابتدا شاخص‌های برنامه‌ریزی جامع که اساس آن را در دیدگاه‌های ادوارد اینسکیپ^۱ می‌توان جستجو نمود، شاخص‌های برنامه‌ریزی استراتژیک که برگرفته از دیدگاه‌های برایسون^۲ هستند و دیدگاه‌های صاحب‌نظرانی نظیر کاسپر^۳ و اسواربروک^۴ بررسی شده و سپس شاخص‌های نهایی ارزیابی روستاها از منظر جاذبه‌های گردشگری با استفاده از دیدگاه خبرگان گزینش شدند (جدول ۱). سپس جهت رتبه‌بندی از روش تاپسیس استفاده گردید.

جدول ۱. شاخص‌های نهایی ارزیابی روستاها از منظر جاذبه‌های گردشگری

شاخص‌های اصلی		شاخص‌های فرعی
	اقتصادی	اشتغال‌زایی
		درآمدزایی
		میزان بازگشت سرمایه
		میزان جذب سرمایه
ادامه جدول ۱		
شاخص‌های اصلی		شاخص‌های فرعی
	زیست‌محیطی	تخریب محدوده پیرامون جاذبه‌ها در روستا
		میزان آلودگی هوا

¹ - Inskeep

² - Berayson

³ - Casper

⁴ - Swarbrooke

اجتماعی- فرهنگی	میزان آلودگی صوتی ایجاد نابرابری‌های اجتماعی مهمان‌نوازی جامعه میزبان امکان بهره‌برداری از جاذبه‌های روستا در طول سال اهمیت روستا و جاذبه‌ها (محلی، استانی، منطقه‌ای، ملی یا بین‌المللی) مهیا بودن روستا
تسهیلات و خدمات گردشگری	وجود و فراوانی مراکز پذیرایی وجود و فراوانی اقامتگاه‌های گردشگری وجود مراکز خرید (صنایع دستی، محلی و...) دسترسی به خدمات بهداشتی و پزشکی
زیرساخت‌ها	دسترسی به آب لوله‌کشی بهداشتی برخورداری از شبکه برق سراسری برخورداری از گاز شبکه ارتباطات (مخابرات، پست)
بازار و عوامل رقابتی	میزان تقاضا میزان رضایت گردشگرها میزان هزینه‌کرد گردشگرها میزان جذابیت جاذبه روستای همجوار
منابع انسانی	میزان تحصیلات و تخصص نیروی انسانی فعال در بخش گردشگری میزان پاسخگویی به نیازهای گردشگران

منبع: یافته‌های پژوهش

فرآیند رتبه‌بندی و اولویت‌بندی گزینه در روش تاپسیس در برگیرنده مراحل است که می‌توان آن‌ها را در گام‌های زیر طبقه‌بندی کرد (Olson, 2004):

- تشکیل ماتریس داده‌ها بر اساس m گزینه و n شاخص:

$$A_{ij} = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ a_{m1} & a_{m2} & \dots & a_{mn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

- استاندارد نمودن داده‌ها و تشکیل ماتریس استاندارد از طریق رابطه ۲:

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

- تعیین وزن هر یک از شاخص (۱۱۸)

$$\sum_{i=1}^n w_i = 1 \quad (۳)$$

در این راستا شاخص‌های دارای اهمیت بیشتر از وزن بالاتری برخوردارند. در واقع ماتریس (۷) حاصلضرب مقادیر استاندارد هر شاخص در اوزان مربوط به خود می‌باشد.

$$V_{ij} = \begin{bmatrix} w_1 r_{11} & w_2 r_{12} & \dots & w_n r_{1n} \\ w_1 r_{21} & w_2 r_{22} & \dots & w_n r_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ w_1 r_{m1} & w_2 r_{m2} & \dots & w_n r_{mn} \end{bmatrix} \quad (۴)$$

- مشخص کردن حالت‌های ایده‌آل مثبت و منفی (بالاترین و پایین‌ترین حالت هر شاخص)

- تعیین معیار فاصله‌ای برای آترناتیو ایده‌آل و آترناتیو حداقل :

$$S_i^* = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^*)^2} \quad (۵)$$

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2} \quad (۶)$$

- C_i^* ضریب که برابر است با فاصله آترناتیو حداقل، تقسیم بر مجموع فاصله آترناتیو حداقل و فاصله آترناتیو ایده‌آل که از رابطه ۷ محاسبه می‌شود.

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^*} \quad (۷)$$

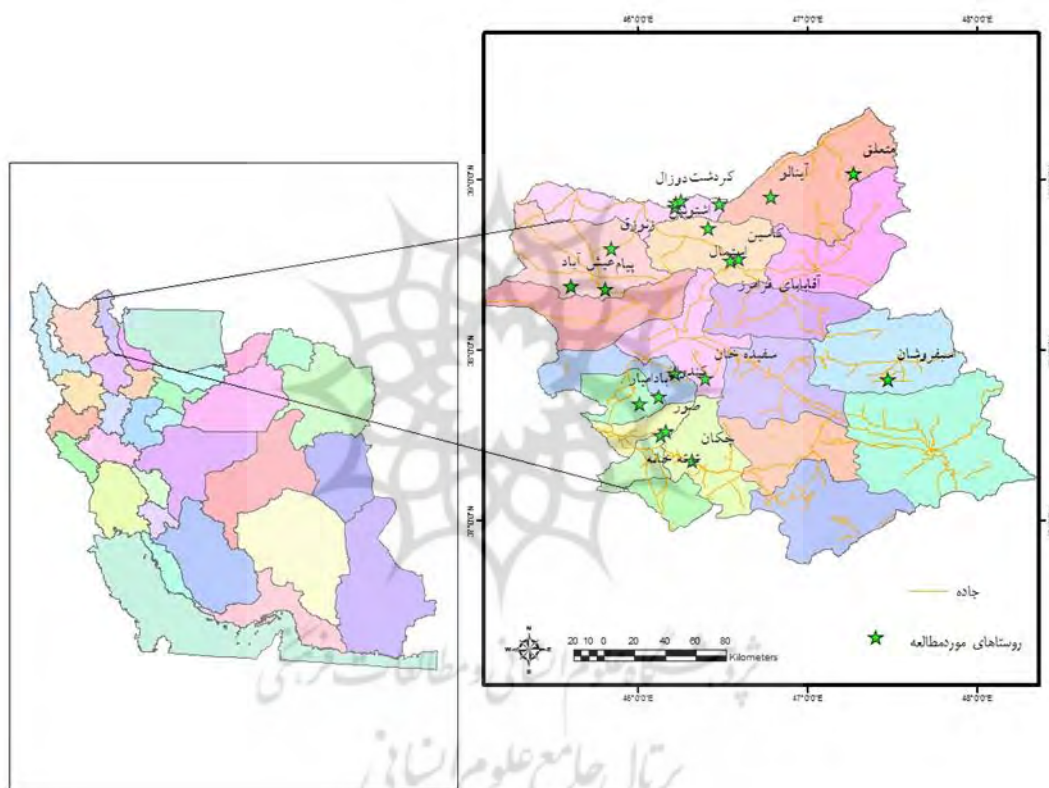
- رتبه‌بندی آترناتیوها بر اساس میزان (C_i)

از آنجایی که هدف اصلی این مطالعه رتبه‌بندی روستاهای استان آذربایجان شرقی از بعد گردشگری می‌باشد، لذا جامعه آماری این مطالعه عبارتند از: مسئولان، کارشناسان و متخصصان گردشگری روستایی در سطح استان آذربایجان شرقی. در این مطالعه از نمونه‌گیری غیراحتمالی و هدفمند استفاده گردید. جهت انتخاب هدفمند نمونه‌ها نیز از نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد. به طوری که کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان شرقی، بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان آذربایجان شرقی، سازمان جهاد کشاورزی استان آذربایجان- شرقی (بخش ترویج و توسعه روستایی) به‌عنوان جامعه مورد مطالعه، در نظر گرفته شدند. تعداد کل این گروه ۲۵ نفر می‌باشد که سعی شد از همگی آن‌ها نظرسنجی به عمل آید.

نتایج و بحث

در این مطالعه ابتدا به انتخاب روستاهای مورد مطالعه از مناطق روستایی استان آذربایجان شرقی با در نظر گرفتن

یکسری از ویژگی‌ها و شاخص‌های تعیین‌کننده از جمله دارا بودن آثار ثبت شده ملی و جهانی، دارا بودن بافت سنتی و یا سبک معماری خاص یا مراسم فرهنگی تعریف شده در زمان خاص و ... پرداخته شد. تعداد ۲۰ روستا به‌عنوان روستاهای نمونه انتخاب شدند. روستاهای مورد مطالعه، در مناطق مختلفی از استان آذربایجان شرقی پراکنده شده‌اند. این روستاها شامل ۲۰ روستا می‌باشد که عبارتند از چراغیل و بادامیار (قدمگاه) در آذرشهر، کندوان در اسکو، توتخانه و صور در بناب، سفیده‌خوان در تبریز، اشتبین، کردشت، نوجه مهر و دوزال در جلفا، آینالو در خداآفرین، اسب‌فروشان در سراب، متعلق در کلیبر، چکان در مراغه، زنوزق، عیش‌آباد و پیام در مرند، آستمال، آقابابا فرامری و کاسین در ورزقان (شکل ۱).



شکل ۱: نقشه موقعیت روستاهای مورد مطالعه در استان آذربایجان شرقی (نویسندگان، ۱۳۹۶)

جهت رتبه‌بندی روستاهای استان آذربایجان شرقی از بعد گردشگری، از تلفیق ضرایب اهمیت طبق جدول ۲، در داده‌های ماتریس ارزیابی گردشگری روستاها، ضریب هر یک از گویه‌ها مطابق جدول (۲) تعیین شده است.

جدول ۲. وزن شاخص‌های ارزیابی روستاها از منظر جاذبه‌های گردشگری

شاخص‌ها	وزن
اشتغال‌زایی	۰/۱۹۵
درآمدزایی	۰/۴۰۵
میزان بازگشت سرمایه	۰/۰۸
میزان جذب سرمایه	۰/۳
تخریب محدوده پیرامون جاذبه‌ها در روستا	۰/۷۰۵
میزان آلودگی هوا	۰/۲۱۱
میزان آلودگی صوتی	۰/۰۸۴

ادامه جدول ۲.

شاخص‌ها	وزن
ایجاد نابرابری‌های اجتماعی	۰/۲
مهمان‌نوازی جامعه میزبان	۰/۸
امکان بهره‌برداری از جاذبه‌های روستا در طول سال	۰/۵۵۹
اهمیت روستا و جاذبه‌ها (محلی، استانی، منطقه‌ای، ملی یا بین‌المللی)	۰/۳۵۲
مهیا بودن روستا	۰/۰۸۹
وجود و فراوانی مراکز پذیرایی	۰/۴۰۹
وجود و فراوانی اقامتگاه‌های گردشگری	۰/۲۰۵
وجود مراکز خرید (صنایع دستی، محلی و...)	۰/۲۸۹
دسترسی به خدمات بهداشتی و پزشکی	۰/۰۹۶
دسترسی به آب لوله‌کشی بهداشتی	۰/۵۸
برخورداری از شبکه برق سراسری	۰/۲۷۹
برخورداری از گاز	۰/۰۵۳
شبکه ارتباطات (مخابرات، پست)	۰/۰۸۸
میزان تقاضا	۰/۲۸۴
میزان رضایت گردشگرها	۰/۱۷
میزان هزینه‌کرد گردشگرها	۰/۴۷۳
میزان جذابیت جاذبه روستای همجوار	۰/۰۷۳
میزان تحصیلات و تخصص نیروی انسانی فعال در بخش گردشگری	۰/۲
میزان پاسخگویی به نیازهای گردشگران	۰/۸

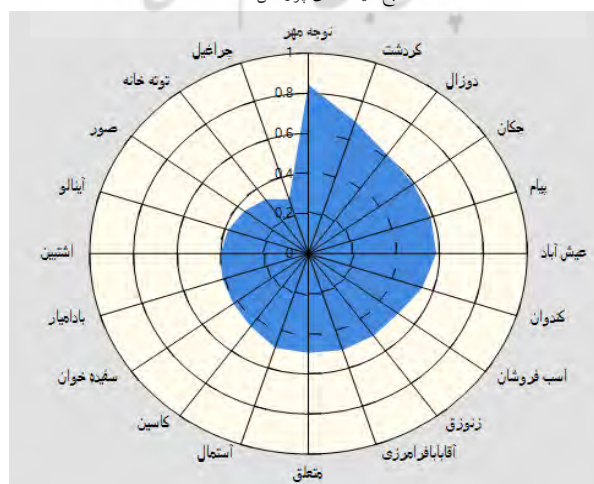
منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶

رتبه‌بندی روستاهای استان آذربایجان شرقی از بعد گردشگری روستایی طبق جدول ۳ و شکل ۲ می‌باشد.

دول ۳. رتبه‌بندی روستاهای استان آذربایجان شرقی از بعد گردشگری روستایی

رتبه	ضریب محاسبه شده (C_i^*)	روستا	رتبه	ضریب محاسبه شده (C_i^*)	روستا
۱۱	۰/۴۹۴۷	متعلق	۱	۰/۸۴۳۳	نوجه مهر
۱۲	۰/۴۹۳۸	آستمال	۲	۰/۶۹۳۸	کردشت
۱۳	۰/۴۴۸۶	کاسین	۳	۰/۶۱۱۶	دوزال
۱۴	۰/۴۲۴	سفیده‌خوان	۴	۰/۵۹۲۵	چکان
۱۵	۰/۴۱۳۳	بادامبار	۵	۰/۵۸۸۴	پیام
۱۶	۰/۴۰۲۹	اشتبین	۶	۰/۵۸۴۹	عیش‌آباد
۱۷	۰/۳۸۶	آینالو	۷	۰/۵۴۷۸	کندوان
۱۸	۰/۳۶۲۷	صور	۸	۰/۵۰۷۵	اسب‌فروشان
۱۹	۰/۳۳۵۳	توته‌خانه	۹	۰/۵۰۶۴	زنوزق
۲۰	۰/۲۸۶۹	چراغیل	۱۰	۰/۵۰۵۳	آقابابا فرامری

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶



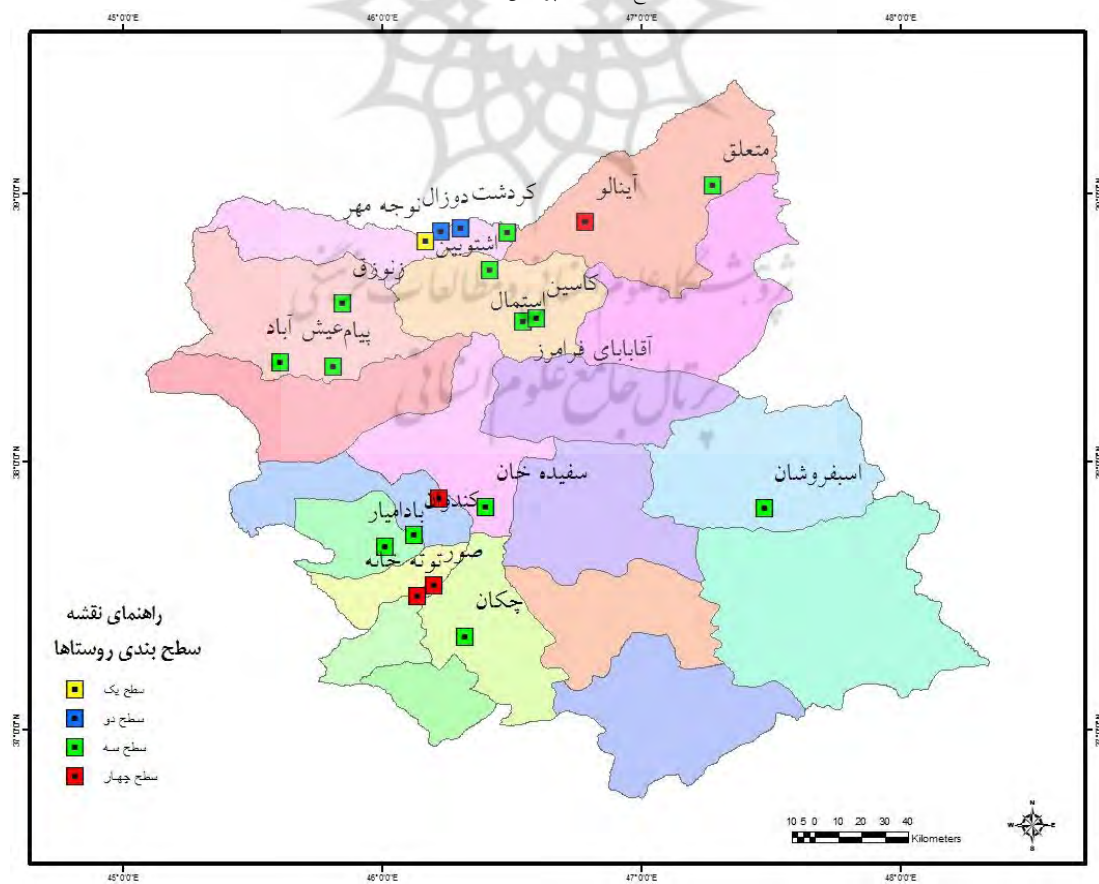
شکل ۲. ضریب محاسبه شده روستاها از منظر گردشگری (نویسندگان، ۱۳۹۶)

در مرحله بعد روستاهای استان آذربایجان شرقی از بعد گردشگری در پنج طبقه (بسیار ضعیف صفر تا ۰/۲، ضعیف ۰/۲ تا ۰/۴، متوسط ۰/۴ تا ۰/۶، خوب ۰/۶ تا ۰/۸، بسیار خوب ۰/۸ تا ۱) سطح بندی شدند. جدول ۴ و شکل ۳ سطح بندی روستاها از منظر گردشگری را نشان می دهد.

دول ۴. سطح بندی روستاها بر اساس معیارهای کلی و زیرمعیارهای آن از منظر گردشگری

سطح اول (بسیار خوب)	سطح دوم (خوب)	سطح سوم (متوسط)	سطح چهارم (ضعیف)	سطح پنجم (بسیار ضعیف)
نوجه مهر	کردشت	چکان	آینالو	-
	دوزال	پیام	صور	
		عیش آباد	توته خانه	
		کندوان	چراغیل	
		اسب فروشان		
		زنوزق		
		آقابابا فرامرز		
		متعلق		
		آستمال		
		کاسین		
		سفیده خوان		
		بادامیار		
		اشتبین		

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۶



شکل ۳: نقشه سطح بندی روستاهای مورد مطالعه در استان آذربایجان شرقی (نویسندگان، ۱۳۹۶)

با توجه به اطلاعات جدول ۴ روستای نوجه مهر از لحاظ معیارهای کلی و زیر معیارها در وضعیت بسیار خوب و دو روستای کردشت و دوزال در وضعیت خوب قرار دارند. سیزده روستایی که در سطح سوم قرار گرفته‌اند (چکان، پیام، عیش‌آباد، کندوان، اسب‌فروشان، زنوزق، آقابابافرمرزی، متعلق و آستمال، کاسین، سفیده‌خوان، بادامیار و اشتین) نسبت به چهار روستایی که در سطح چهارم قرار گرفته‌اند وضعیت مناسب‌تری دارند ولی نسبت به سه روستای نوجه مهر، کردشت و دوزال از لحاظ معیارهای کلی و زیر معیارها در سطح متوسط قرار دارند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری روستایی با توجه به ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی موجود در روستاها می‌تواند نقش مهمی در تجدید حیات روستاها، ایجاد اشتغال و درآمد برای روستاییان داشته باشد. از این رو با توجه به اهمیت صنعت گردشگری به صورت اعم و گردشگری روستایی به طور اخص در توسعه روستایی، پژوهش حاضر به ارزیابی و سطح‌بندی روستاهای دارای جاذبه گردشگری استان آذربایجان شرقی پرداخته است. چراکه سطح‌بندی و اولویت‌بندی مناطق گردشگری با توجه به پایین بودن منابع یکی از مهم‌ترین گام‌های اساسی برنامه‌ریزی جهت توسعه گردشگری می‌باشد. در این مطالعه ۲۶ شاخص برای روستاها شناسایی و سپس با پیمایش داده‌های حاصل از پرسشنامه با استفاده از روش تاپسیس، روستاهای دارای قابلیت گردشگری (چراغیل، بادامیار، کندوان، توت‌خانه، صور، سفیده‌خوان، اشتین، کردشت، نوجه‌مهر، دوزال، آینالو، اسب‌فروشان، متعلق، چکان، زنوزق، عیش‌آباد، پیام، آستمال، آقابابافرمرزی و کاسین) اولویت‌بندی و در نهایت در پنج طبقه سطح‌بندی شدند. در رتبه‌بندی روستاها از بعد گردشگری، روستای نوجه‌مهر در رتبه ۱ و روستای چراغیل در رتبه ۲۰ قرار گرفت. در سطح‌بندی روستاها نیز روستای نوجه‌مهر در سطح اول و روستاهای آینالو، صور، توت‌خانه و چراغیل در سطح چهارم قرار گرفتند. سطح سوم بیشترین تعداد روستا (۱۳ روستا) را به خود اختصاص داد.

با توجه به نتایج مطالعه حاضر، جهت توسعه گردشگری بایستی نقاط ضعف روستاهایی که در اولویت‌بندی و سطح‌بندی جایگاه ضعیفی دارند، رفع شود و همچنین به تقویت پتانسیل‌های روستاهایی که در سطح اول و دوم قرار دارند پرداخته شود. برای گسترش خدمات گردشگری در روستاهای مورد مطالعه ضرورت دارد که ابتدا سیاست‌های توسعه گردشگری مشخص و بر اساس آن‌ها راهکارها ارائه شوند. در این راستا دو سیاست می‌توان اتخاذ کرد: اول این‌که بدون هرگونه دخالت در کمیت و کیفیت زیرساخت‌ها و جاذبه‌ها درصدد گسترش و فعال‌سازی خدمات گردشگری بود تا گردشگران فعلی از این خدمات استفاده کرده و در نهایت تا حدی موجب افزایش گردشگران شود و دوم اینکه این روستاها در دستگاه‌ها و نهادهای ذیربط به‌عنوان روستای هدف گردشگری تعریف و بر اساس آن مطالعات جامع گردشگری صورت گیرد که در این صورت، روستاها می‌توانند به‌عنوان روستاهای هدف گردشگری در کانون توجه برنامه‌های توسعه گردشگری باشند. در حالت اول صرفاً از طریق اقدامات مدیران محلی و ناحیه‌ای و ارائه تسهیلات و برخی مجوزها می‌توان بخش خصوصی را برای گسترش خدمات گردشگری ترغیب کرد که در این حالت ممکن است برخی خدمات در روستاها مستقر شوند که معمولاً در چنین شرایطی مطالعه مناسبی برای

نیازسنجی و همچنین برای تعیین کمیت و کیفیت خدمات صورت نمی‌گیرد و به همین دلیل نیز احتمال دارد نتیجه مناسبی حاصل نشود. در حالت دوم، مطالعات ویژه برای امکان‌سنجی و سطح مورد انتظار رونق گردشگری و همچنین تعیین نوع، کمیت و کیفیت خدمات مورد نیاز صورت می‌گیرد که در این صورت، حمایت‌های صورت گرفته بیشتر هدفمند بوده و احتمال به نتیجه رسیدن سرمایه‌گذاری‌ها بیشتر است. در راستای توسعه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- تقویت امکانات ارتباطی و سهولت دسترسی به روستاها؛
- تقویت تسهیلات زیربنایی، خدماتی و تفریحی در روستاهای مورد مطالعه؛
- تقویت نهادها و ارگان‌های دولتی و خصوصی متولی در امر گردشگری و خدمات‌رسانی مناسب به آن‌ها در جهت ارائه هر چه بهتر خدمات گردشگری؛
- استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه به منظور ایجاد تشکل‌های تعاونی مردمی و همچنین ترویج و آموزش گردشگری از طریق نشست‌ها و جلسات مختلف با مردم روستاهای منطقه مورد مطالعه؛
- توجه بیشتر به فراهم نمودن زمینه‌های توسعه گردشگری جهت کاهش فاصله میان روستاهای مختلف و ارائه برنامه زمانبندی توسعه در سطح روستاها؛
- تبلیغات و اطلاع‌رسانی مطلوب (توسعه برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های طبیعی و انسانی، خصوصیات بارز فرهنگی و محلی و آداب و رسوم روستایی هر روستا با توجه به ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی و محیطی آن روستا و برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، سمینارها بطور فعالانه)؛
- آموزش نیروهای انسانی متخصص در خصوص گردشگری در روستاهای مورد مطالعه؛
- توجه بیشتر به نظر گردشگران در توسعه زیرساخت‌های گردشگری به عنوان مصرف‌کنندگان نهایی؛
- تلاش در جهت خارج کردن گردشگری از ماهیت فصلی بودن این صنعت و فعال کردن توریسم زمستانی (به ویژه در روستای پیام) که این مسئله می‌تواند از طریق تجهیز و تبلیغ پیست اسکی و جاذبه‌های اکوتوریسم صورت گیرد.
- اجرا و ساماندهی کمپ گردشگری در روستاهای مورد مطالعه (به ویژه آینالو)
- معرفی روستاهای هدف توسط آژانس‌های گردشگری و توسعه سفرهای یک روزه به این روستاها.

منابع

- افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، مهدی و مهدویان، فاطمه (۱۳۹۰). اولویت‌بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستایی شهرستان نیر. جغرافیا و توسعه. ۲۴: ۳۸-۲۳.
- امان‌پور، سعید، محمدی، اصغر و ناصر، مریم (۱۳۹۲). رتبه‌بندی شهرستان‌های استان خوزستان از لحاظ شاخص‌های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS. نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی. ۵ (۲): ۲۰۱-۲۲۱.
- زنگی آبادی، علی، پورعیدی‌وند، لاله، حیدری‌پور، اسفندیار و مصلحی، محسن (۱۳۹۱). تحلیل فضایی شاخص‌های توسعه گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS (مطالعه موردی: شهرستان‌های استان اصفهان). مجله جغرافیا و توسعه شهری، ۱: ۷۳-۵۱.

- شماعی، علی و موسی‌وند، جعفر (۱۳۹۰). سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS و AHP. مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۳ (۱۰): ۲۳-۴۰.
- شمس‌الدینی، علی (۱۳۸۹). گردشگری روستایی، راهکاری سازنده برای توسعه روستایی نمونه موردی: روستای فهلیان. مجله مسکن و محیط روستا، ۱۳۱: ۱۰۷-۹۵.
- غلامی برنجستانکی، مطهره و شریفی‌نیا، زهرا (۱۳۹۷). اولویت‌بندی سرمایه‌گذاری در مناطق نمونه گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان سوادکوه). فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای). ۳۱ (۲): ۷۲-۵۵.
- قاسمی، علی، نوابخش، مهرداد و کردوانی، پرویز (۱۳۹۶). اولویت‌بندی مقاصد گردشگری پیرامونی کلان شهرها مورد: حومه‌های بیلاقی شمال تهران. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. ۶ (۲): ۱۸۷-۱۷۳.
- لطفی، صدیقه (۱۳۸۴). نگرش سیستمی لازمه پایداری گردشگری در مازندران، تهران: انتشارات رسانش.
- نصرتی قلعه‌بین، ماهره. (۱۳۸۷). امکان‌سنجی توسعه گردشگری در نواحی روستایی، مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش کرگان‌رود شهرستان تالش استان گیلان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده جغرافیا.
- Affisco, J. F. (1988). An empirical investigation of integrated spatial-proximity MCDM-behavioral problem solving technology group decision models, *Developments in business simulation & experiential exercises*, Vol 15, Hofstra University.
- Briedenhann, J. & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream? *Tourism management*. 25: 71-79.
- Chen, S, & Hwang, C. (1992). *Fuzzy multiple attribute decision making: methods and applications*, Springer Verlag Inc, 536 pp.
- Huang, J. H. & Peng, K. H. (2012). Fuzzy rasch model in TOPSIS: A new approach for generating fuzzy numbers to assess the competitiveness of the tourism industries in Asian countries, *Tourism management* 33: 456-465.
- Mohamad, D. & Mohd Jamil, R. (2012). A preference analysis model for selecting tourist destinations based on motivational factors: a case study in Kedah, Malaysia, *International congress on interdisciplinary business and social science (ICIBSoS)*, Procedia - social and behavioral: 20-25.
- Mujiya Ulkhaq, M., Pradita Y. A., Rizal L. N. & Susatyo Nugroho W. P. (2016). Assessing Sustainable Rural Community Tourism Using the AHP and TOPSIS Approaches under Fuzzy Environment. *International Conference on Industrial Engineering and Applications*, At Hong Kong.
- Oğuzhan Ilban, M. & Yıldırım H. H. (2017). Determination of tourism activities of the world's best tourism destinations using the multi-criteria decision-making method. *Cogent Social Sciences*. 3:1-16.
- Olson. D. L. (2004). Comparison of weights in TOPSIS models, *Journal of mathematical and computer modeling*, Elsevier science Ltd.
- Royo-Vela, M. (2009). Rural-Cultural Excursion Conceptualization: A Local Tourism Marketing Management Model Based on Tourist Destination Image Measurement. *Tourism Management*, 30 (3): 419-428.
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Journal of tourism management*, 23: 233-244.
- Taghizade, Z. (2012). The Ranking of Iran tourism unique regions casestudy: Kermanshah province, of M.Sc. in geography and tourism planning of university Sistan & Baluchestan.