

اولویت بندی سرمایه گذاری در مناطق نمونه گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان سوادکوه)^۱

مطهره غلامی برنجستانی

گروه جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

زهرا شریفی نیا^۲

گروه جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۴/۰۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۲/۰۱

چکیده

توسعه مناطق نمونه گردشگری یکی از مهم‌ترین مباحث مطرح شده در صنعت گردشگری است. بنابراین یکی از شروط لازم برای برنامه ریزی و توسعه گردشگری، شناسایی جایگاه مناطق از نظر بهره مندی از توانمندی‌های گردشگری و اولویت بندی آن‌ها بر اساس معیارهای مختلف سرمایه گذاری و توسعه آن‌ها است. هدف تحقیق حاضر اولویت بندی سرمایه گذاری در مناطق نمونه گردشگری شهرستان سوادکوه است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و گردآوری اطلاعات میدانی بوده است. در این پژوهش از تکنیک دلفی برای شناسایی شاخص‌ها و از تکنیک AHP جهت اولویت بندی سرمایه گذاری در مناطق نمونه گردشگری شهرستان سوادکوه استفاده شده است. 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 داده است، 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 سرمایه گذاری می‌باشد.

واژگان کلیدی: مناطق نمونه گردشگری، سرمایه گذاری، تحلیل سلسله مراتبی، شهرستان سوادکوه

۱- این مقاله مستخرج از پایان نامه کارشناسی ارشد مطهره غلامی برنجستانی در رشته جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری به راهنمایی دکتر زهرا شریفی نیا با عنوان اولویت بندی سرمایه گذاری در مناطق نمونه گردشگری شهرستان سوادکوه با استفاده از تکنیک AHP می‌باشد.

۲- (نویسنده مسئول) Sharifinia63@yahoo.com

مقدمه

گردشگری به عنوان بزرگ‌ترین صنعت خدماتی دنیا، نقش و جایگاه ویژه‌ای در توسعه مناطق جغرافیایی دارد. ابعاد و پیچیدگی‌های صنعت گردشگری متناسب با مناطق جغرافیایی، زمینه‌های ویژه‌ای برای برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری می‌طلبد، بنابراین استفاده از تمامی ظرفیت‌های برنامه‌ریزی گردشگری برای توسعه این صنعت ضرورتی انکارناپذیر است (توکلی و همکاران، ۱۳۸۹، ۷۴)، و شناسایی نواحی مناسب برای توسعه فعالیت‌های گردشگری، از مهم‌ترین موضوع‌ها برای برنامه‌ریزی گردشگری است (فرج زاده اصل، ۱۳۹۴، ۱۱). یکی از شکل‌های رایج برنامه‌ریزی گردشگری در کشور گزینش مناطقی با کارکردهای متنوع گردشگری از جمله کارکرد اقتصاد گردشگری، کارکردهای کالبدی، فرهنگی، اجتماعی و زیبا شناختی است که در سطوح منطقه‌ای و ملی سبب توسعه اشتغال و درآمد شود (محمودی و همکاران، ۱۳۹۲، ۴۲۴). حداکثر بازدهی سرمایه‌گذاری‌ها در بخش گردشگری، در راستای دستیابی به توسعه محلی و منطقه‌ای بدون انجام دادن مطالعات دقیق امکان‌سنجی، سنجش امکانات محیط، بازار، مقدار ظرفیت‌های لازم و موجود، مقدار توسعه تسهیلات و مانند آن در راستای تعیین مناطق دارای توان توسعه امکان‌پذیر نیست. امروزه تجربیات نظری و اجرایی متعددی در سطح دنیا برای مطالعه، برنامه‌ریزی و مدیریت مناطق گردشگری وجود دارد که همگام با پیشرفت‌های فناوری روند صعودی دارند (محمودی و همکاران، ۱۳۹۲، ۴۲۴). این روند صعودی و مسائل جهانی مرتبط با پیچیدگی‌های صنعت گردشگری سبب شده که در سال‌های اخیر به تکنیک‌ها و مدل‌های ترکیبی و جامع توجه شود (Jerry Ho et al., 2010, 17). روش تحلیل سلسله‌مراتبی یکی از تکنیک‌های قدرتمند تصمیم‌گیری چند معیاره است که در سال ۱۹۸۰ سوی محقق به نام توماس ساعتی ارائه شد. فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی یکی از فرایندهای جامع طراحی شده برای تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه است، زیرا با این روش فرموله کردن مسئله به صورت سلسله‌مراتبی فراهم می‌شود. همچنین، امکان در نظر گرفتن معیارهای مختلف کمی و کیفی در مسئله وجود دارد. در این فرایند، گزینه‌های مختلفی در برنامه‌ریزی دخالت می‌کنند و امکان تحلیل حساسیت روی معیارها و زیرمعیارها وجود دارد. فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی با تجزیه مسائل مشکل و پیچیده آن‌ها را به شکلی ساده تبدیل می‌کند و به حل آن‌ها می‌پردازد. در این روش، مسئله تصمیم‌گیری به سطوح مختلف هدف، معیارها، زیرمعیارها، و گزینه‌ها تقسیم می‌شود تا تصمیم‌گیرنده بتواند به راحتی در کوچک‌ترین تصمیم دقت کند (طاهری بیگان و همکاران، ۱۳۹۳، ۱۱۴). در گزینش مناطق مناسب برای اجرای فعالیت‌های گردشگری، استفاده از معیار شیوه‌ای تجربه‌شده و کاربردی است. برای انتخاب مناطق مناسب گردشگری در سطح دنیا از معیارهای گوناگونی استفاده می‌شود که بدیهی است معیارهای ارائه شده از سوی سازمان‌های ذی‌ربط جهانی تنها در سطح رهنمود کلی نمی‌تواند بر تمام شرایط خاص و متنوع کشور قابل تعمیم باشد. کشورها باید با توجه به تمام ویژگی‌های طبیعی و انسانی خود بتوانند این معیارها را از شکل عام خارج کرده و به شرایط خاص خود تطبیق دهند (دانه کار و مجنونیان، ۱۳۸۳، ۱۳). با توجه به نقش و اهمیت مناطق نمونه گردشگری در رونق گردشگری استان مازندران و به ویژه جذب مشارکت‌های خصوصی و غیر دولتی در این فرایند، از سال ۱۳۸۵ تا کنون ۶۱ منطقه نمونه در استان تصویب رسیده است، که تعداد ۱۲ منطقه نمونه گردشگری در سطح شهرستان سوادکوه قرار دارد، که با توسعه این مناطق، می‌توان شاهد توسعه گردشگری در سطح استان و شهرستان

باشیم. بنابراین پژوهش حاضر بر آن است تا بر اساس توان ۱۲ منطقه نمونه گردشگری در شهرستان سوادکوه از نظر سرمایه گذاری با توجه به شاخص‌های تعیین شده و روش تحلیل سلسله مراتبی این مناطق نمونه گردشگری را اولویت بندی کند. این رتبه بندی می‌تواند از یک سو به گردشگران برای انتخاب مقاصد گردشگری و از سوی دیگر، به برنامه ریزان گردشگری، مدیریت‌های مرتبط در این زمینه و سرمایه گذاران گردشگری کمک شایانی کند.

مبانی نظری

الگوهای نوین توسعه بر مدار توسعه محلی و بهره‌گیری از تنوع‌های مکانی - فضایی استوار هستند؛ بنابراین، شناسایی ظرفیت‌ها و توانمندی‌های مختلف در سطوح خرد فضاهای جغرافیایی در کانون توجه برنامه ریزان توسعه قرار دارد (بدری و یارحصار، ۱۳۸۸، ۵). فارغ از کم و کیف منابع و داشته‌های یک منطقه گردشگری، به کارگیری آن منابع با توجه به محدودیت‌های مختلف اعم از زمان، طبیعت، نیروی انسانی و سرمایه، همیشه و در همه حال امکان پذیر نخواهد بود. بر این اساس قبل از هرگونه اقدام و تصمیم، برنامه ریزی مهم‌ترین گام بشمار می‌رود (Hall & Page, 2014, 321). چرا که اصولاً برنامه ریزی توریسم در کلیه سطوح برای دستیابی به توسعه و مدیریت موفق آن امری اساسی است، و شناسایی نواحی مناسب برای توسعه فعالیت‌های توریستی، از مهم‌ترین موضوع‌ها برای برنامه ریزی توریسم است (فرج زاده اصل، ۱۳۹۴، ۴۲). امروزه اقتصاددانان بر اساس نظریه رشد متوازن در مناطق مختلف، ضرورت برنامه ریزی منطقه‌ای صحیح را برای رسیدن به توسعه متوازن مطرح می‌کنند و معتقدند توسعه متعادل منطقه‌ای بر آن است که بهترین شرایط و امکانات را برای توسعه جامع همه مناطق فراهم آورد تا تفاوت‌های کیفی زندگی بین منطقه‌ای و درون منطقه‌ای را به حداقل برساند و نهایتاً از بین ببرد (فلاحتی و احمدیان، ۱۳۹۰، ۱۰۳). یکی از راه‌های توسعه منطقه‌ای سرمایه گذاری در مناطق مستعد گردشگری می‌باشد به عبارتی سرمایه گذار هر شخص حقیقی یا حقوقی غیردولتی است که مسئولیت تهیه طرح‌های اجرایی و تأمین سرمایه لازم را برای ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز از قبیل آب، برق، راه، گاز و مخابرات در داخل منطقه را پذیرفته و کلیه حقوق ناشی از سرمایه گذاری را در اختیار دارد (دفتر مناطق نمونه گردشگری، ۱۳۸۹، ۳). بنابراین هر کشور متناسب با شرایط و نیازهایش باید شرایط سرمایه گذاری (خصوصی - دولتی) را در مناطق مستعد برای توسعه منطقه‌ای فراهم آورد. در این میان گردشگری به عنوان یک صنعت پویا که دارای نوعی ساختار شکنی است که این ساختار شکنی‌های جدید به شکل امواج سریع درآمده‌اند و اینجاست که زمان و دقایق برای فضاهای توانمند گردشگری هر روز ارزشمندتر می‌شود (بدری و یاری حصار، ۱۳۸۸، ۶۱). یکی از این طرح‌ها تلاش جهت برنامه ریزی و ایجاد مناطق نمونه گردشگری در مناطق مستعد می‌باشد. امروزه تجربیات نظری و اجرایی متعددی در سطح دنیا برای مطالعه، بررسی، برنامه ریزی و مدیریت مناطق گردشگری وجود دارد که همگام با پیشرفت‌های فناوری روند صعودی دارند (Tsai et al., 2010, 386). بر اساس ماده ۸ قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری جهت جلب سرمایه گذاران داخلی و خارجی مصوب ۱۳۸۰/۱۲/۱۹ ایجاد تأسیسات زیر بنایی و ایرانگردی و جهانگردی و ارائه خدمات مناسب به جهانگردان، دولت می‌تواند در مناطق مستعد کشور و قطب‌های گردشگری با تاکید بر مناطق کمتر توسعه یافته به متقاضی بخش غیردولتی اجازه تأسیس مناطق نمونه گردشگری را بدهد (دفتر مناطق نمونه گردشگری، ۱۳۸۹، ۲). منطقه ویژه گردشگری به محدوده‌ای اطلاق می‌شود که ضمن دارا بودن گستره مناسبی از جاذبه‌های

فرهنگی و طبیعی، در حال حاضر پذیرای گردشگران بوده و در آینده با توجه به سرمایه‌گذاری‌های مناسبی که در آن‌ها انجام خواهد شد انتظار می‌رود تعداد بسیار بیشتری از گردشگران داخلی و خارجی را به خود جذب کنند (رضوانی، ۱۳۹۴، ۳۳۱). این مناطق بر اساس ظرفیت در چهار سطح بین‌المللی، ملی، استانی و محلی تعیین می‌شوند (شماعی و همکاران، ۱۳۹۰، ۲۸). هر منطقه نمونه گردشگری دارای مراکز خدماتی، رفاهی، فرهنگی از جمله: واحدهای اقامتی، پذیرایی، خرید، تولید و عرضه صنایع دستی و فرهنگی، هنری، تفریحی، ورزشی، پارک‌ها و سایر خدمات گردشگری خواهد بود (توکلی و همکاران، ۱۳۸۹، ۸۱). اجزای مناطق نمونه گردشگری عملکردهای متنوع و مکمل دارند و میان این اجزا تعامل کارکردی متقابل برقرار است. محدوده منطقه نمونه غیر محصور است و اجزای آن با توسعه هماهنگ و به هم پیوسته، طیف وسیعی از خدمات مختلف را به گردشگران ارائه می‌کنند. منظور از سطح منطقه نمونه، دامنه اثرگذاری منطقه نمونه از نظر ترکیب و تنوع جاذبه‌ها، خدمات و میزان جذابیت آن برای طیف‌های مختلف بازار گردشگری است و منظور از درجه منطقه نمونه، رتبه یا پایه‌ای است که به مناطق نمونه گردشگری سطوح مختلف در چهار درجه اعطا می‌شود (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۳، ۸۵). سطح بندی مقصدهای گردشگری را می‌توان به نوعی، بخشی از فرایند برنامه‌ریزی فضایی در یک منطقه دانست چرا که هدف برنامه‌ریزی فضایی، شناخت منابع سرزمین و چگونگی بهره‌برداری از این منابع همراه با پیش‌بینی وضعیت آینده استقرار مطلوب انسان و عملکرد وی در طبیعت به منظور تأمین رشد معقول، متوازن و مطلوب اقتصادی بر پهنه سرزمین و جلوگیری از بروز عدم تعادل و بازتاب‌های تخریبی و منفی در فضای سرزمین است (معصومی اشکوری، ۱۳۹۱، ۴۷). باید در نظر داشت که سطح بندی گردشگری مفهوم متفاوتی از منطقه بندی گردشگری است، به طوری که در یک سطح، چندین منطقه / مقصد با نقش‌ها و گونه‌های متفاوت گردشگری (تاریخی، فرهنگی، طبیعت‌گرا، تجاری، مذهبی و ...) می‌تواند وجود داشته باشد. علاوه بر این در مفهوم سطح بندی، همگرایی‌ها، تجانس‌ها و متغیرهای مختلف مناطق، خیلی اثرگذار نیستند بلکه این توان توسعه گردشگری است که مقصدهای مختلف یک منطقه را در یک سطح قرار می‌دهد. در سطح بندی گردشگری؛ مقصدهایی با قابلیت‌ها و توان‌های گردشگری هم‌ارزش و هم‌تراز در یک سطح قرار می‌گیرند نه آن‌که در ساختار عمودی رتبه بندی شوند (کاظمی، ۱۳۹۲، ۸۵). گردشگری برخلاف سایر زیربخش‌های فعالیتی از خصلت ساختار شکنی برخوردار است؛ به این مفهوم که پول و گردشگر از مرکز به پیرامون حرکت می‌کند؛ یعنی یک جریان مداوم سرمایه و انسان از مرکز به پیرامون وجود دارد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۳، ۱۰). امروزه ارتباط مثبت بین رشد اقتصادی و گردشگری مشوق سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری شده است. به عبارتی سرمایه‌گذاری در اجزاء مختلف زنجیره گردشگری در گام اول مستلزم شناسایی مکان‌های مناسب سرمایه‌گذاری در گردشگری می‌باشد به عبارتی مکان ایده آل دارای ارزش خالص بیش‌تر، نرخ بازدهی داخلی بیش‌تر و اولویت بالا در معیارهای غربال‌گری خواهد بود (نوری و تقی‌زاده، ۱۳۹۲، ۷۸). سرمایه‌گذاری در گردشگری ابزاری برای توسعه منطقه‌ای و کاهش فقر است. این امر در کشورهایی که دارای آثار تاریخی - فرهنگی، و مکان‌های تفریحی و گردشگری متنوع هستند موجب گسترش روابط بین بخش گردشگری و سایر فعالیت‌های اقتصادی می‌شود (Ashe, 2005, 1). در عرصه بین‌المللی سرمایه‌گذاری در زنجیره فعالیت‌های گردشگری نیازمند شناسایی مکان‌های مناسب

سرمایه گذاری و بازاریابی است و مزیت مکانی برای سرمایه گذاری بستگی به شرایط اقتصادی کشور میزبان دارد (Kantarci, 2007, 821).

پیشینه

بدری و یاری حصارى (۱۳۸۸) در تحقیقی با بهره گیری از تکنیک AHP و معیارهایی چون ارزش بصری، تعداد جاذبه گردشگری، دسترسی آسان، فضای قابل توسعه، نزدیکی به کانون‌های گردشگر فرست، نزدیکی به مراکز خدماتی پشتیبان و حجم تقاضا به این نتیجه رسیدند که مناطق گردشگری چشمه بلقیس، کوهگل و منطقه دریاچه سد کوثر به عنوان مناسب‌ترین گزینه‌ها برای انتخاب به عنوان مناطق نمونه گردشگری و تهیه طرح جامع گردشگری در استان کهگیلویه و بویر احمد هستند. نوری و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با بهره گیری از تکنیک تاپسیس و معیارهایی چون واقع شدن در یک ویژگی یا ویژگی‌های جاذب گردشگری یا مجاور آن، دارا بودن شرایط آب و هوایی خاص ناحیه‌ای، وضعیت بصری مناطق، مساحت کافی، وضعیت دسترسی و تسهیلات و خدمات، در دسترس بودن یا عملی بودن توسعه زیرساخت‌های مناطق، تجانس جاذبه منطقه با محیط اطراف، اثرات زیست محیطی، تأثیرات اقتصادی و کیفیت شاخص‌های امنیتی به این نتیجه رسیدند که مناطق نمونه گردشگری تحت پوشش قطب کرمانشاه نسبت به دیگر مناطق در سطح بسیار خوب، مناطق نمونه اورامانات در رتبه دوم و در سطح متوسط و سایر مناطق در سطوح بعدی استان کرمانشاه ارزیابی شده‌اند. نوری و تقی زاده (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای با استفاده از تکنیک تاپسیس به اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری قطب گردشگری قصر شیرین پرداختند، که بر این اساس آبشار پیران با امتیاز ۰/۸۲۶۵، سراب گلین با امتیاز ۰/۶۹۹۵ و چهارقابی با امتیاز ۰/۶۴۸۹ مناطق نمونه برتر قطب گردشگری قصر شیرین معرفی شدند. خوش نظر و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با بهره گیری از تکنیک AHP و معیارهایی چون مستعد بودن منطقه، چشم انداز زیبا، توجه مسئولان به اشتغال زایی، دسترسی آسان، محیطی آرام، امنیت اجتماعی، آگاهی بالای مردم منطقه، مهمان نوازی و ایجاد نمایشگاه اظهار داشتند که در مناطق نمونه گردشگری شهرستان سمیرم به ترتیب آبشار سمیرم، زیدین علی و ونک با اولویت‌های ۱ تا ۳ شرایط بهتری برای سرمایه گذاری دارند. جلالی و خادم الحسینی (۱۳۹۴) در تحقیقی مناطق نمونه گردشگری استان کرمان را با استفاده از تکنیک تحیل عاملی و ۴۹ شاخص سطح بندی نمودند، و به این نتایج دست یافتند که از میان عامل‌های در نظر گرفته شده عامل زیرساخت اقامتی - فرهنگی با مقدار ۱۷/۴۷ موثرترین عامل و تأمین سوخت با مقدار ۱/۴۱ کم اثرترین بوده‌اند، و مناطق نمونه قلعه دختر، جوپار و طوبی به ترتیب در سطح یک تا سه از نظر دارا بودن زیرساخت‌های گردشگری و بهترین شرایط جهت سرمایه گذاری و عملیات عمرانی می‌باشند. رنجبر دستنانی (۱۳۹۰) در پایان نامه خود با استفاده از تکنیک سلسله مراتبی AHP اقدام به اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری استان چهار محال و بختیاری نموده است. نتایج نشان داد که منطقه نمونه گردشگری سامان با ضریب اولویت ۰/۰۹۴۵ بین ۱۵ منطقه نمونه گردشگری استان بیش‌ترین امتیاز را بدست آورده، در نتیجه بهترین شرایط را جهت سرمایه گذاری‌ها و عملیات عمرانی دارا می‌باشد. همچنین دو منطقه نمونه گردشگری پیرغار و سیاسرد ظرفیت تبدیل شدن به مناطق گردشگری در سطح ملی را داشته و سازمان می‌بایست در این مورد تجدید نظر نماید. دانگ و همکاران (۲۰۰۲) در ارزیابی جاذبه‌های طبیعی برای گردشگری بیان داشتند که سیستم ارزیابی و اولویت بندی

ممکن است به گردشگران در انتخاب مکان‌ها، افزایش رضایتمندی و تشویق آنان به عمل مسئولانه کمک کند. همچنین مدیران درک بهتری از نحوه عملکرد در این سایت‌ها به دست آورند. در این مقاله یک ساختار سلسله مراتبی برای ارزیابی مناطق حفاظت شده از طریق تخصیص اولویت به عناصر مختلف ساختار پیشنهاد و با استفاده از روش انحراف استاندارد، پارک‌های ویکتوریا در استرالیا به چهار سطح دسته بندی شد.

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-تحلیلی است. روش گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای و میدانی و ابزار گردآوری فیش برداری و پرسشنامه است. جامعه آماری شامل کارشناسان سازمان‌های فعال در گردشگری بود که تعداد ۲۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. با توجه به آن که هیچ گونه معیار و شاخص مشخصی از سوی سازمان برای اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری جهت سرمایه گذاری ارائه نشده است، لذا با تبیین مبانی نظری و پیشینه تحقیق و با بهره گیری از تکنیک دلفی شاخص‌های مؤثر در سرمایه گذاری مناطق نمونه گردشگری انتخاب و با استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی (AHP) به اولویت بندی مناطق پرداخته شد.

تکنیک دلفی: دلفی، از نیمه دهه ۱۹۶۰ به عنوان یک روش مهم علمی شناخته شد و اکنون برای طیف گسترده‌ای از سؤالات آینده محور و پیچیده، و در طیف گسترده‌ای از زمینه‌ها و دیسپلین‌ها استفاده می‌شود. دلفی رویکرد یا روشی سیستماتیک در تحقیق برای استخراج نظرات از یک گروه متخصصان در مورد یک موضوع یا یک سؤال است. و یا رسیدن به اجماع گروهی از طریق یک سری از راندهای پرسشنامه‌ای با حفظ گمنامی پاسخ دهندگان، و فیدبک نظرات به اعضای پانل است. منظور از اجماع، رسیدن به اتفاق نظر در مورد یک ایده و گاه تلاش برای مشخص ساختن تفاوت‌ها است. اجماع به معنی یافتن پاسخ صحیح نیست، بلکه صرفاً توافق شرکت کنندگان در یک سطح خاص در موضوع است. آمارهای اصلی استفاده شده در مطالعات دلفی اندازه‌های مرکزی (میانگین، میانه و نما) است و شاخص‌های پراکندگی (انحراف معیار و محدوده میان چارکی) است (احمدی و همکاران، ۱۳۸۷، ۱۷۹-۱۷۵). در این پژوهش تعداد ۲۰ نفر از کارشناسان سازمان‌های مرتبط با بخش گردشگری شهرستان سوادکوه اعضای پانل را تشکیل داده‌اند و جهت آنالیز پاسخ‌ها از آمارهای میانگین و انحراف معیار استفاده گردید.

تکنیک AHP: یکی از کارآمدترین تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره فرایند تحلیل سلسله مراتبی است که برای اولین بار توسط توماس آل ساعتی در سال ۱۹۸۰ مطرح شد. این تکنیک بر اساس مقایسه‌های زوجی بنا نهاده شده است و امکان بررسی سناریوهای مختلف را به مدیران می‌دهد. این روش بر اصول زیر پایه گذاری شده است: ایجاد ساختار سلسله مراتبی (در سطر اول هدف نهایی مساله، در سطر دوم معیارهای چندگانه‌ای که گزینه‌ها را تعریف می‌کند (اگر معیارهای فرعی نیز وجود داشته باشد در این سطر قرار می‌گیرد) و گزینه‌های تصمیم‌گیری در سطر آخر قرار می‌گیرد)

تبیین وزن معیارها و زیرمعیارها (برای تبیین ضریب اهمیت (وزن) معیارها و زیرمعیارها آن‌ها را دو به دو با هم مقایسه می‌کنیم. مبنای مقایسه در این امر مقیاس نه کمیته ساعتی است (جدول ۱)

جدول (۱) مقیاس نه کمیته ساعتی برای مقایسه دودویی معیارها

امتیاز (شدت اهمیت)	تعریف	توضیح
۱	اهمیت مساوی	دو معیار اهمیت مساوی دارند.
۳	اهمیت اندکی بیشتر	اهمیت i اندکی بیشتر از j است
۵	اهمیت بیشتر	اهمیت i بیشتر از j است
۷	اهمیت خیلی بیشتر	اهمیت i اندکی خیلی بیشتر از j است
۹	اهمیت مطلق	اهمیت خیلی بیشتر i نسبت به j به طور قطعی به اثبات رسیده است.
۲، ۴، ۶، ۸	ترجیحات بینابین	هنگامی که حالت‌های میانه وجود دارد.

تعیین ضریب اهمیت گزینه‌ها (فرایند به دست آوردن وزن گزینه‌ها نسبت به هر یک از معیارها و زیرمعیارها شبیه تعیین ضریب اهمیت معیارها نسبت به هدف است.

تعیین امتیاز نهایی (اولویت) گزینه‌ها (در این مرحله، از تلفیق ضرایب اهمیت معیارها و گزینه‌ها، امتیاز نهایی هر یک از گزینه‌ها تعیین می‌شود)

$$g_{ij} = \sum_{k=1}^n W_k W_i(g_{ij}) = \text{امتیاز نهایی گزینه } j$$

$$W_k = \text{ضریب اهمیت معیار } k$$

$$W_i = \text{ضریب اهمیت زیرمعیار } i$$

$$g_{ij} = \text{امتیاز گزینه } j \text{ در ارتباط با زیرمعیار } i$$

بررسی سازگاری در قضاوت‌ها (یکی از مزیت‌های فرایند تحلیل سلسله مراتبی امکان بررسی سازگاری در قضاوت‌های انجام شده برای تعیین ضریب اهمیت معیارها و زیرمعیارهاست. بنابراین ضریب ناسازگاری از طریق رابطه ذیل محاسبه می‌شود:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

که در آن CI شاخص سازگاری ماتریس مقایسه زوجی بوده و با استفاده از رابطه زیر برآورد می‌گردد.

$$CI = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}$$

پارامتر RI تحت عنوان شاخص تصادفی نیز از جدول ۲ استخراج می‌گردد.

جدول (۲) مقادیر متناظر برای شاخص RI بر اساس بعد ماتریس

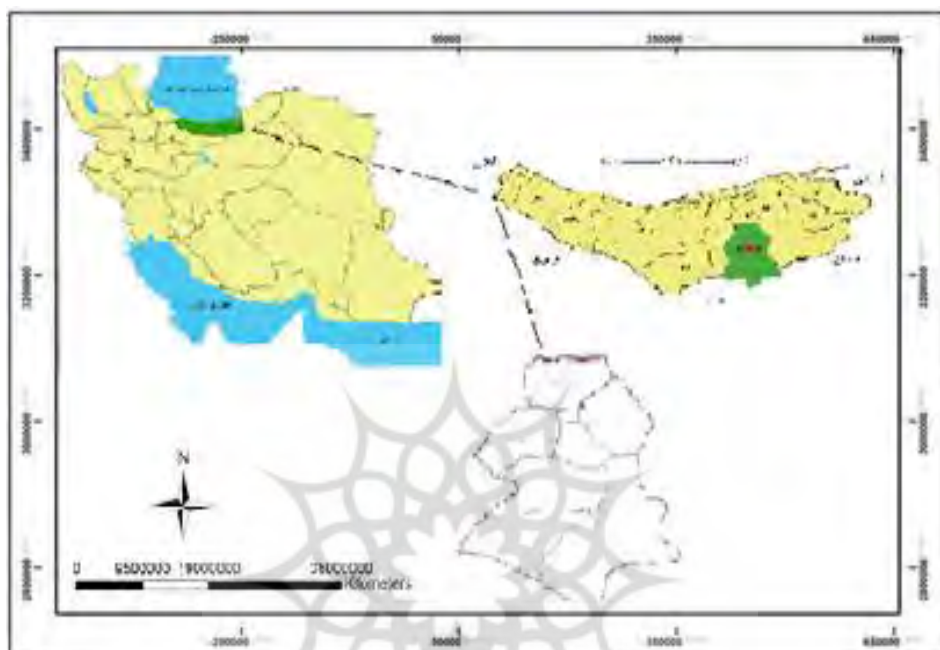
N	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
R.I	۰	۰/۵۸	۰/۹	۱/۱۲	۱/۲۴	۱/۳۵	۱/۴۱	۱/۴۵	۱/۴۹	۱/۵۱	۱/۴۸	۱/۵۶	۱/۵۷	۱/۵۹

ضریب ناسازگاری (I.R) از تقسیم شاخص ناسازگاری (I.I) به شاخص تصادفی بودن (R.I) به دست می‌آید. چنانچه این ضریب کوچک‌تر یا مساوی ۰/۱ باشد سازگاری در قضاوت‌ها مورد قبول است و گرنه باید در قضاوت‌ها تجدید نظر شود (ابراهیم زاده و موسوی، ۱۳۹۵، ۲۸۵-۲۷۳).

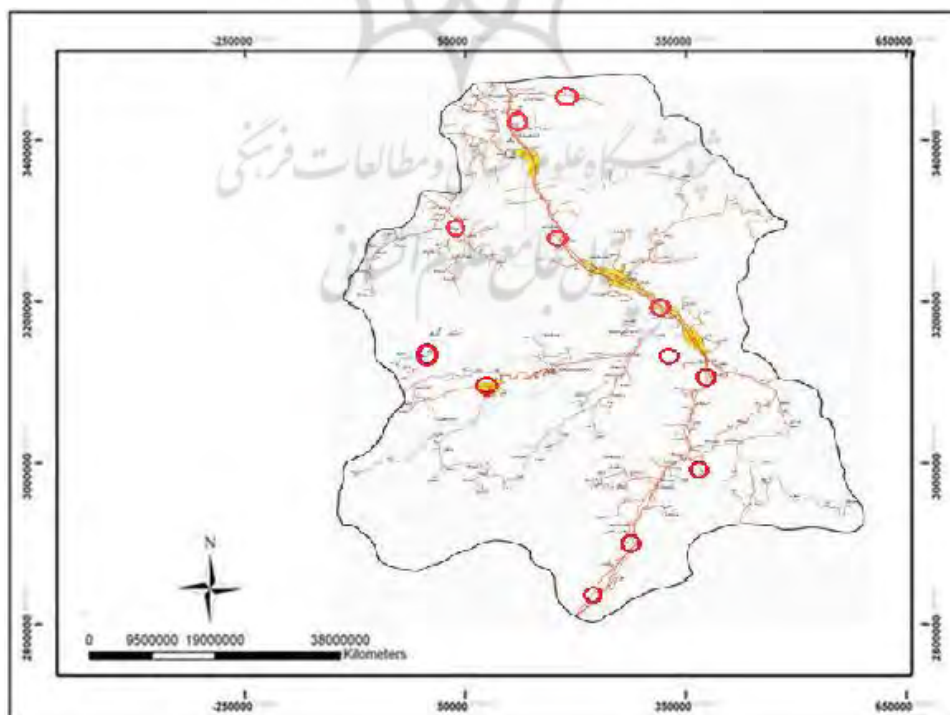
محدوده مورد مطالعه

شهرستان سوادکوه با مساحتی حدود ۲۰۷۸ کیلو متر مربع برابر ۸/۷۴ درصد مساحت استان، را در بر می‌گیرد. این شهرستان در بخش مرکزی استان مازندران در دامنه شمالی کوه‌های البرز مرکزی در بین عرض جغرافیایی ۴۹ دقیقه ۳۵ درجه تا ۲۳ دقیقه و ۳۶ درجه نیمکره شمالی و در بین طول جغرافیایی ۳۹ دقیقه و ۵۲ درجه تا ۱۴ دقیقه و ۵۳

درجه نیمکره شرقی و در ارتفاع ۸۰۰ الی ۹۰۰ متری از سطح دریا واقع شده است. شهرستان سوادکوه از شمال به شهرستان قائم شهر، از جنوب به شهرستان فیروزکوه، از غرب به شهرستان بابل و از شرق به شهرستان ساری محدود می‌شود. جدول شماره ۳ خصوصیات مناطق نمونه گردشگری شهرستان سوادکوه، نقشه شماره ۱ موقعیت شهرستان سوادکوه در استان مازندران نقشه شماره ۲ موقعیت مناطق نمونه گردشگری را در شهرستان سوادکوه نشان می‌دهد.



نقشه (۱) موقعیت شهرستان سوادکوه در استان مازندران منبع: نگارندگان، ۱۳۹۶



نقشه (۲) موقعیت مناطق نمونه گردشگری در شهرستان سوادکوه منبع: نگارندگان، ۱۳۹۶

جدول (۳) خصوصیات مناطق نمونه گردشگری شهرستان سوادکوه

منطقه نمونه گردشگری	مساحت (هکتار)	ظرفیت برد	فاصله تا مرکز استان (کیلومتر)
جوالم	۳۶۵	ملی	۵۶/۴
آلاشت	۵۰	محلی	۱۰۵
ورسک	۳۰	استانی	۱۰۲
گردنه سر	۵۰۰	محلی	۱۵۱
اندرکلی	۱۱۰	استانی	۴۲
البرز	۱۵۰	بین المللی	۶۴/۷
کمرپشت	۵۰	ملی	۹۵/۱
شورم است	۵۰	ملی	۸۱/۳
گدوک	۵۰	ملی	۱۱۵
برنجستانک	۱۰۰	ملی	۴۴
ازادمهر	۱۰	استانی	۷۰/۱
چم چم	۱۰	استانی	۸۰/۶

منبع: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان مازندران، ۱۳۹۶

یافته‌ها

شناسایی شاخص‌های مؤثر در انتخاب مناطق نمونه گردشگری جهت توسعه سرمایه گذاری با استفاده از تکنیک

دلفی

قبل از شروع به کار مراحل دلفی، به بررسی پیشینه تحقیق پرداخته شد. بر اساس سوابق تحقیق شاخص‌های مؤثر در انتخاب مناطق نمونه گردشگری جهت توسعه سرمایه گذاری در جدول ۴ آمده است.

جدول (۴) شاخص‌های مؤثر در انتخاب مناطق نمونه گردشگری جهت توسعه سرمایه گذاری بر اساس پیشینه تحقیق

دسترسی آسان، امنیت اجتماعی	خوش نظر، رحیمی و تقدیسی (۱۳۹۲)
دسترسی آسان، فضای قابل توسعه، نزدیکی به کانون‌های گردشگر فرست، نزدیکی به مراکز خدماتی پشتیبان	بدری و یاری حصار (۱۳۸۸)
مساحت کافی، وضعیت دسترسی و تسهیلات و خدمات، در دسترس بودن یا عملی بودن توسعه زیرساخت‌های مناطق، کیفیت شاخص‌های امنیتی	نوری و تقی زاده (۱۳۹۳)

منبع: مطالعات نگارندگان، ۱۳۹۶

در مرحله اول تعداد ۲۰ پرسشنامه باز در اختیار اعضای پانل قرار داده شد، که شامل یک سؤال باز به این شرح بود: به نظر شما شاخص‌های مؤثر در انتخاب مناطق نمونه گردشگری جهت توسعه سرمایه گذاری در شهرستان سوادکوه کدام است؟ در این مرحله ۱۵ نفر از ۲۰ نفر پاسخگو به پرسش‌ها جواب دادند، و گویه‌های مشابه به صورت یک گویه خلاصه شد. در مرحله دوم گویه‌های حاصل از پیشینه تحقیق بعلاوه گویه‌های حاصل از پرسشنامه اول در قالب طیف لیکرت پنج گزینه ای (۱= خیلی کم، ۲= کم، ۳= متوسط، ۴= زیاد، ۵= خیلی زیاد) به منظور تعیین میزان اهمیت آن‌ها، در اختیار کارشناسانی قرار گرفت که در مرحله اول مشارکت داشته‌اند، که در ۹ گویه، اجماع قوی ($SD < 1$) بین اعضای پانل به وجود آمد. در مرحله سوم شاخص‌های با $SD > 1$ به تعداد ۵ گویه حذف گردیدند. و مجدداً نظر اعضای پانل درباره میزان اهمیت گویه‌هایی با $SD < 1$ دریافت گردید (جدول ۵). انحراف معیار پاسخ‌های اعضا درباره شاخص‌های مؤثر در انتخاب مناطق نمونه گردشگری جهت توسعه سرمایه گذاری از ۰/۸۵ در مرحله دوم به ۰/۷۴ در مرحله سوم کاهش یافته است، بنابراین می‌توان گفت که اتفاق نظر بین اعضای پانل به دست آمده است.

جدول (۵) میانگین، انحراف معیار نظرات کارشناسان درباره میزان اهمیت شاخص‌های مؤثر در انتخاب

مناطق نمونه گردشگری جهت توسعه سرمایه گذاری

ردیف	شاخص	میانگین	انحراف معیار
۱	افزایش انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در مناطق نمونه گردشگری (X1)	۴/۴۰	۰/۶۳
۲	وجود قطب‌های بزرگ جمعیتی در نزدیکی مناطق نمونه گردشگری به عنوان کانون‌های گردشگر فرست (X2)	۴/۵۳	۰/۶۴
۳	دارا بودن مساحت و فضای کافی برای ایجاد و گسترش تاسیسات مرتبط با گردشگری (X3)	۴/۷۳	۰/۵۹
۴	نزدیکی به مراکز خدماتی پشتیبان برای تأمین نیازهای خدماتی گردشگران (X4)	۴/۵۳	۰/۶۴
۵	وضعیت دسترسی (فاصله تا مرکز استان، شهرستان و نزدیک‌ترین شهر، نوع و کیفیت جاده و ...) (X5)	۴/۶۷	۰/۷۲
۶	وجود امنیت و ثبات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در مناطق نمونه گردشگری (X6)	۴/۴۷	۰/۷۴
۷	تجلیغات و بازار یابی جهت معرفی ظرفیت‌ها و فرصت‌های موجود در مناطق نمونه گردشگری (X7)	۴/۴۷	۰/۹۲
۸	در دسترس بودن و عملی بودن توسعه زیرساخت‌ها (آب، برق، تلفن و ...) در مناطق نمونه گردشگری (X8)	۴/۲۷	۰/۸۰
۹	قرار داشتن در محور گردشگری و همجواری با دیگر مقاصد و جاذبه‌های گردشگری (جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی و ...) (X9)	۴/۳۳	۰/۹۸

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

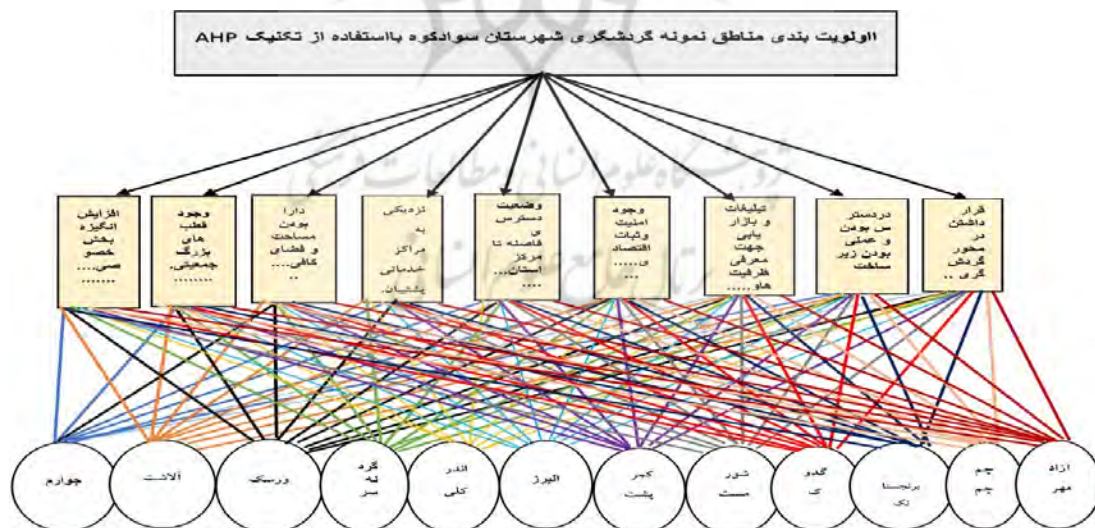
اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری شهرستان سوادکوه بر اساس تکنیک AHP

پس از تعیین شاخص‌های مؤثر در انتخاب مناطق نمونه گردشگری جهت توسعه سرمایه گذاری، به منظور اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری شهرستان سوادکوه از فرایند تحلیل سلسله مراتبی بهره گرفته شد.

پیاده سازی مدل AHP

تشکیل ساختار سلسله مراتبی از مساله تحقیق

اولین گام در فرایند تحلیل سلسله مراتبی AHP تشکیل ساختار سلسله مراتبی از مساله تحقیق است. این ساختار از سه سطح تشکیل شده است در نخستین سطح، هدف مطالعه (انتخاب مناطق نمونه گردشگری جهت توسعه سرمایه گذاری)، در سطح دو معیارهای مورد نظر (جدول ۵) و در آخرین سطح سلسله مراتبی مناطق نمونه گردشگری به عنوان گزینه‌های مورد ارزیابی جای گرفته‌اند (شکل ۱).



شکل (۱) ساختار سلسله مراتبی اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری شهرستان سوادکوه

منبع: مطالعات نگارندگان، ۱۳۹۶

محاسبه درصد سازگاری معیارها

انجام دقیق مکان یابی با استفاده از معیارهای منتخب در روش AHP، منوط به وجود سازگاری در ارزش دهی به آن‌ها وابسته است. میزان سازگاری محاسبه شده در این پژوهش برابر با ۰/۰۵۴، کمتر از ۱ و مورد قبول می‌باشد.

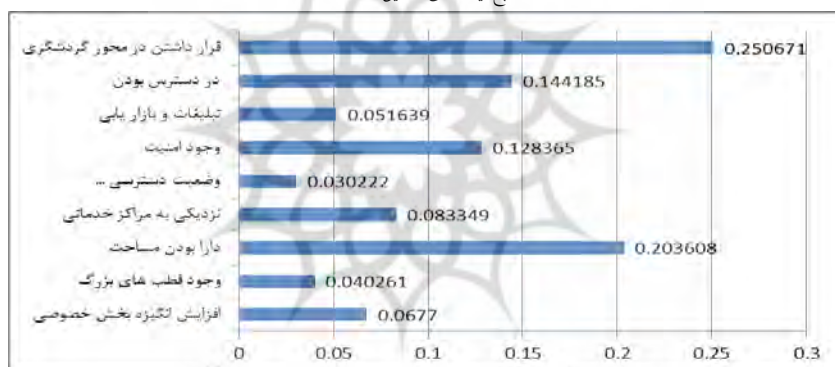
تعیین وزن و ضریب اهمیت معیارهای پژوهش

پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، جهت آماده سازی اطلاعات، دیدگاه‌های کارشناسان گردشگری را با هم ترکیب و اقدام به محاسبه میانگین هندسی، تعیین وزن و ضریب اهمیت معیارهای پژوهش نمودیم. در این مرحله پرسشنامه معیارها دو به دو با هم مقایسه شدند (مقایسه به صورت کمی و اهمیت یک معیار بر دیگری با اعداد ۱-۹ تعیین گردید) این مقایسه برای تمامی معیارها به صورت دو به دو انجام شد (جدول ۶ و نمودار ۱).

جدول (۶) ضریب اهمیت معیارهای پژوهش

معیارها	ضریب اهمیت	اولویت
افزایش انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در مناطق نمونه گردشگری	۰/۰۶۷	۶
و قطب‌های بزرگ جمعیتی در نزدیکی مناطق گردشگری به عنوان کانون‌های گردشگر فرست	۰/۰۴۰	۸
دارا بودن مساحت و فضای کافی برای ایجاد و گسترش تاسیسات مرتبط با گردشگری	۰/۲۰۳	۲
نزدیکی به مراکز خدماتی پشتیبان برای تأمین نیازهای خدماتی گردشگران	۰/۰۸۳	۵
وضعیت دسترسی (فاصله تا مرکز استان، شهرستان و نزدیک‌ترین شهر، نوع و کیفیت جاده و ...)	۰/۰۳۰	۹
وجود امنیت و ثبات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در مناطق نمونه گردشگری	۰/۱۲۸	۴
تبلیغات و بازار یابی جهت معرفی ظرفیت‌ها و فرصت‌های موجود در مناطق نمونه گردشگری	۰/۰۵۱	۷
در دسترس بودن و عملی بودن توسعه زیرساخت‌ها در مناطق نمونه گردشگری	۰/۱۴۴	۳
قرار داشتن در محور گردشگری و همجواری با دیگر مقاصد و جاذبه‌های گردشگری	۰/۲۵۰	۱

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶



نمودار (۱) وزن دهی به معیارهای پژوهش

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

بر اساس جدول ۶ شاخص قرار داشتن در محور گردشگری و همجواری با دیگر مقاصد و جاذبه‌های گردشگری با وزن نسبی ۰/۲۵ بیش‌ترین وزن و شاخص وضعیت دسترسی (۰/۰۳۰۲) کمترین وزن را در بین شاخص‌های مورد نظر در این پژوهش به خود اختصاص داده است.

تبیین ضریب اهمیت گزینه‌ها

۱۲ منطقه نمونه گردشگری شهرستان سوادکوه بر اساس هر یک از شاخص‌ها طبق نظر کارشناسان با هم مقایسه گردیدند. مطابق جدول ۷ جوارم در شاخص‌های x1 با وزن مکانی ۰/۲۲۰، x2 با وزن مکانی ۰/۱۷۷، x3 با وزن مکانی ۰/۲۵۵، x4 با وزن مکانی ۰/۲۱۵، x5 با وزن مکانی ۰/۲۲۸، x6 با وزن مکانی ۰/۱۸۹، x7 با وزن مکانی ۰/۲۲۴، x8 با وزن مکانی ۰/۲۱۰ و آلاشت در شاخص x9 با وزن مکانی ۰/۱۵۸ در رتبه اول و گدوک در شاخص‌های x1، x3 و x7 به ترتیب با وزن مکانی ۰/۰۱۷، ۰/۰۱۸ و ۰/۰۱۵، گردنه سر در شاخص‌های x2، x4، x6 و x9 به ترتیب با وزن مکانی ۰/۰۲۰، ۰/۰۱۸، ۰/۰۱۷ و ۰/۰۳۵، آلاشت در شاخص x5 با وزن مکانی ۰/۰۱۶ و کمر

پشت در شاخص X8 با وزن مکانی ۰/۰۲۶ در رتبه آخر از نظر اهمیت قرار گرفته‌اند (نمودارهای ۲ تا ۱۰).

تعیین امتیاز نهایی (اولویت) گزینه‌ها

در نهایت با ترکیب و تلفیق امتیازهای به دست آمده هر یک از مناطق نمونه گردشگری میزان امتیاز نهایی مناطق به دست آمد. نتایج منتج از امتیاز نهایی گزینه‌ها در جدول ۸ آمده است. بر اساس این جدول منطقه نمونه گردشگری جوارم دارای بیشترین امتیاز (۰/۱۶۶) و منطقه نمونه گردشگری گردنه سر (۰/۰۲۶) دارای کمترین امتیاز می‌باشد.

جدول (۷) ضریب اهمیت هر یک از مناطق نمونه گردشگری بر اساس شاخص‌های مورد مطالعه

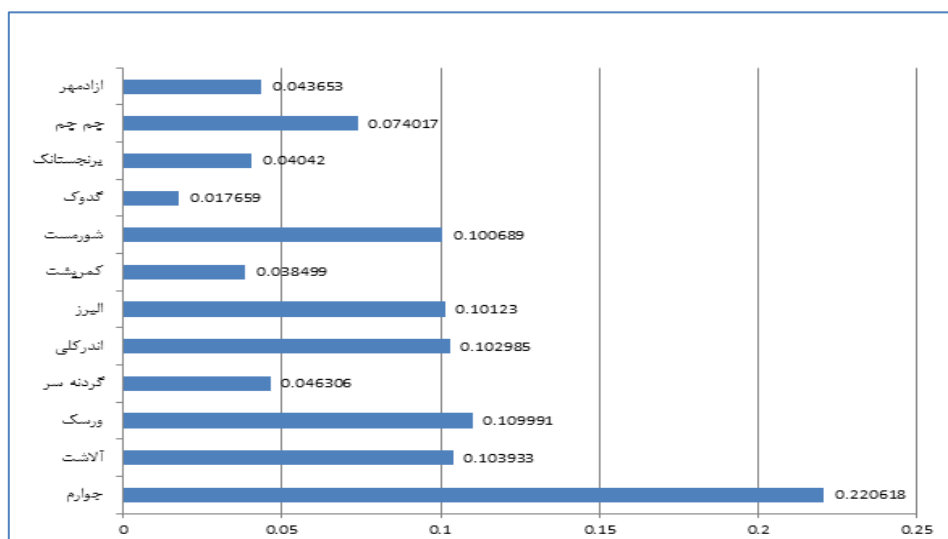
شاخص	X1		X2		X3		X4		X5	
	وزن	اولویت	وزن	اولویت	وزن	اولویت	وزن	اولویت	وزن	اولویت
جوارم	۰/۲۲۰	۱	۰/۱۷۷	۱	۰/۲۵۵	۱	۰/۲۱۵	۱	۰/۲۲۸	۱
آلاشت	۰/۱۰۳	۳	۰/۰۳۴	۱۰	۰/۱۰۷	۳	۰/۱۰۸	۴	۰/۰۱۶	۱۲
ورسک	۰/۱۰۹	۲	۰/۰۴۲	۹	۰/۰۸۲	۵	۰/۰۷۱	۷	۰/۰۲۳	۱۱
گردنه سر	۰/۰۴۶	۸	۰/۰۲۰	۱۲	۰/۰۲۳	۱۱	۰/۰۱۸	۱۲	۰/۰۲۵	۱۰
اندرکلی	۰/۱۰۲	۴	۰/۱۳۶	۲	۰/۱۰۱	۴	۰/۰۹۴	۶	۰/۱۰۵	۴
البرز	۰/۱۰۱	۵	۰/۱۱۱	۵	۰/۱۴۸	۲	۰/۱۲۲	۲	۰/۰۷۸	۵
کمربشت	۰/۰۳۸	۱۱	۰/۰۲۹	۱۱	۰/۰۲۷	۱۰	۰/۰۲۵	۱۰	۰/۰۳۴	۹
شورم است	۰/۱۰۰	۶	۰/۱۱۱	۴	۰/۰۳۸	۹	۰/۰۵۰	۹	۰/۰۴۲	۸
گدوک	۰/۰۱۷	۱۲	۰/۰۴۴	۸	۰/۰۱۸	۱۲	۰/۰۲۰	۱۱	۰/۰۶۹	۶
برنجستانک	۰/۰۴۰	۱۰	۰/۰۶۴	۷	۰/۰۶۴	۸	۰/۰۶۲	۸	۰/۰۵۴	۷
چم چم	۰/۰۷۴	۷	۰/۱۱۱	۶	۰/۰۶۴	۷	۰/۰۹۷	۵	۰/۱۳۳	۳
ازادمهر	۰/۰۴۳	۹	۰/۱۱۵	۳	۰/۰۶۷	۶	۰/۱۱۱	۳	۰/۱۵۰	۲

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

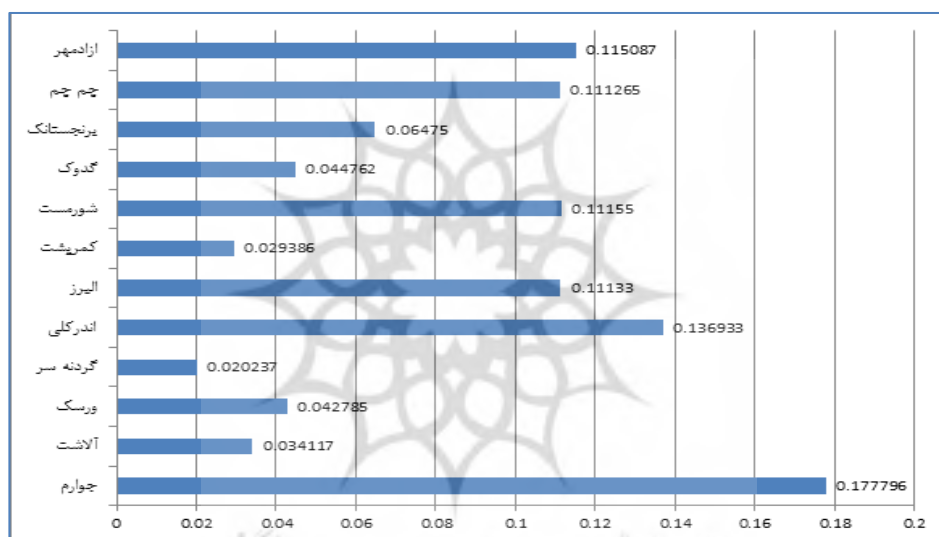
ادامه جدول (۷) ضریب اهمیت هر یک از مناطق نمونه گردشگری بر اساس شاخص‌های مورد مطالعه

شاخص	X6		X7		X8		X9	
	وزن	اولویت	وزن	اولویت	وزن	اولویت	وزن	اولویت
جوارم	۰/۱۸۹	۱	۰/۲۲۴	۱	۰/۲۱۰	۱	۰/۱۰۱	۳
آلاشت	۰/۱۴۷	۲	۰/۱۴۱	۳	۰/۱۰۷	۴	۰/۱۵۸	۱
ورسک	۰/۰۸۹	۵	۰/۰۸۰	۶	۰/۱۳۱	۲	۰/۱۵۷	۲
گردنه سر	۰/۰۱۷	۱۲	۰/۰۴۴	۷	۰/۰۲۲	۱۰	۰/۰۳۵	۱۲
اندرکلی	۰/۰۷۵	۷	۰/۰۴۴	۸	۰/۰۶۹	۷	۰/۰۵۵	۱۰
البرز	۰/۰۷۷	۶	۰/۰۸۱	۵	۰/۰۸۹	۵	۰/۰۹۴	۴
کمربشت	۰/۰۲۰	۱۱	۰/۰۴۱	۹	۰/۰۲۶	۱۲	۰/۰۷۲	۶
شورم است	۰/۱۰۵	۴	۰/۱۸۲	۲	۰/۰۵۵	۸	۰/۰۹۲	۵
گدوک	۰/۰۵۴	۹	۰/۰۱۵	۱۲	۰/۰۲۹	۱۱	۰/۰۶۰	۹
برنجستانک	۰/۰۴۱	۱۰	۰/۰۹۶	۴	۰/۰۳۳	۹	۰/۰۴۹	۱۱
چم چم	۰/۰۶۷	۸	۰/۰۲۱	۱۱	۰/۰۸۴	۶	۰/۰۶۲	۷
ازادمهر	۰/۱۱۳	۳	۰/۰۲۴	۱۰	۰/۱۲۸	۳	۰/۰۶۰	۸

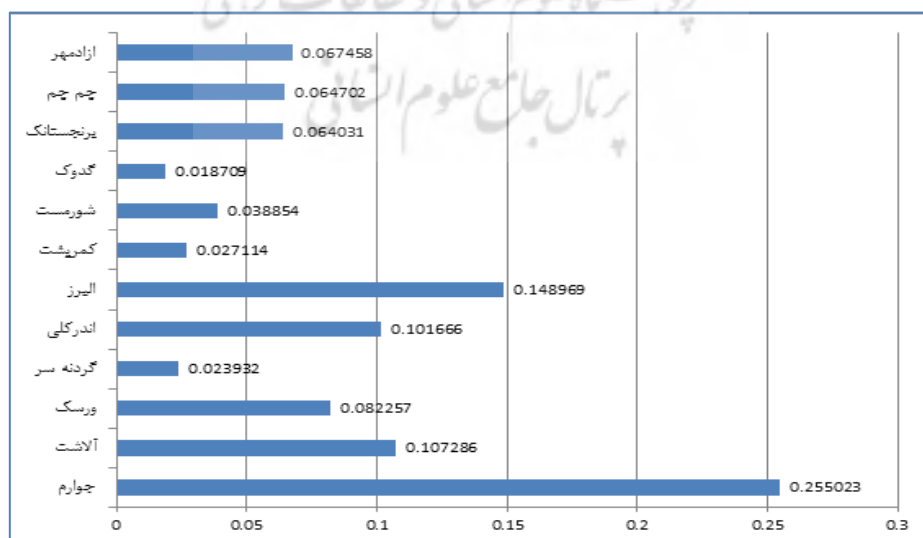
منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶



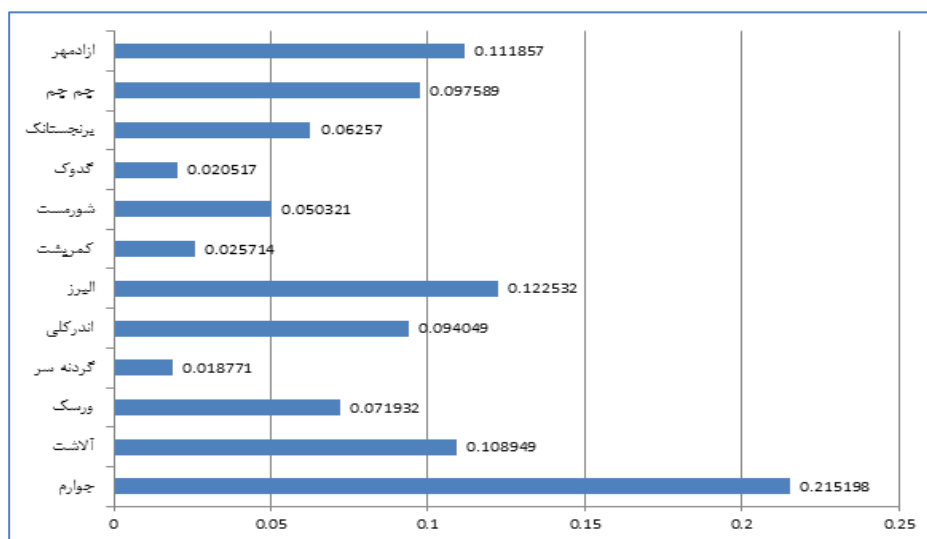
نمودار (۲) وزن مناطق نمونه گردشگری بر اساس شاخص (X1)



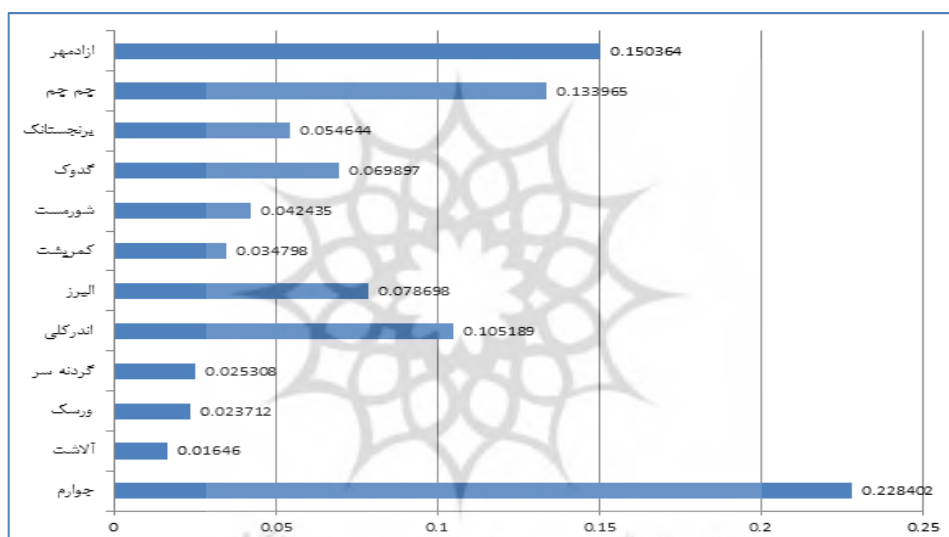
نمودار (۳) وزن مناطق نمونه گردشگری بر اساس شاخص (X2)



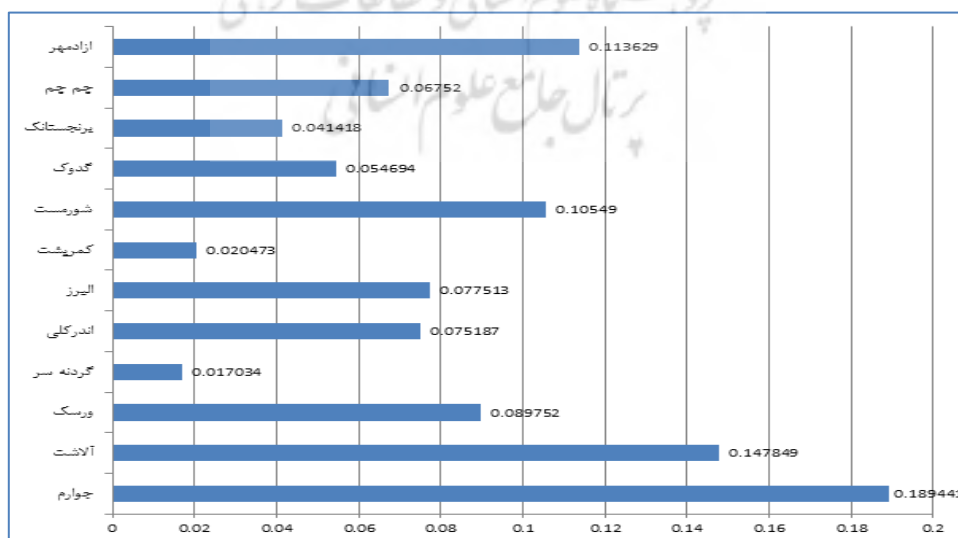
نمودار (۴) وزن مناطق نمونه گردشگری بر اساس شاخص (X3)



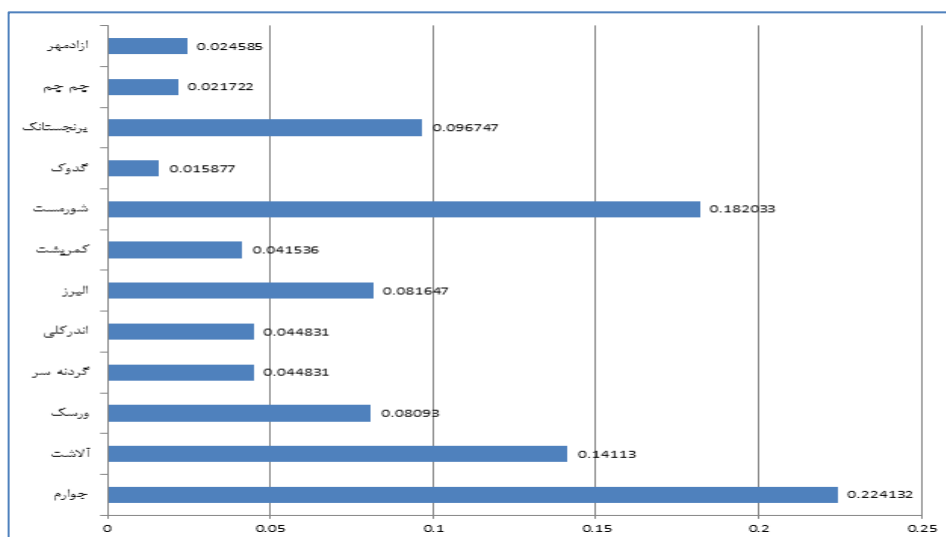
نمودار (۵) وزن مناطق نمونه گردشگری بر اساس شاخص (X4)



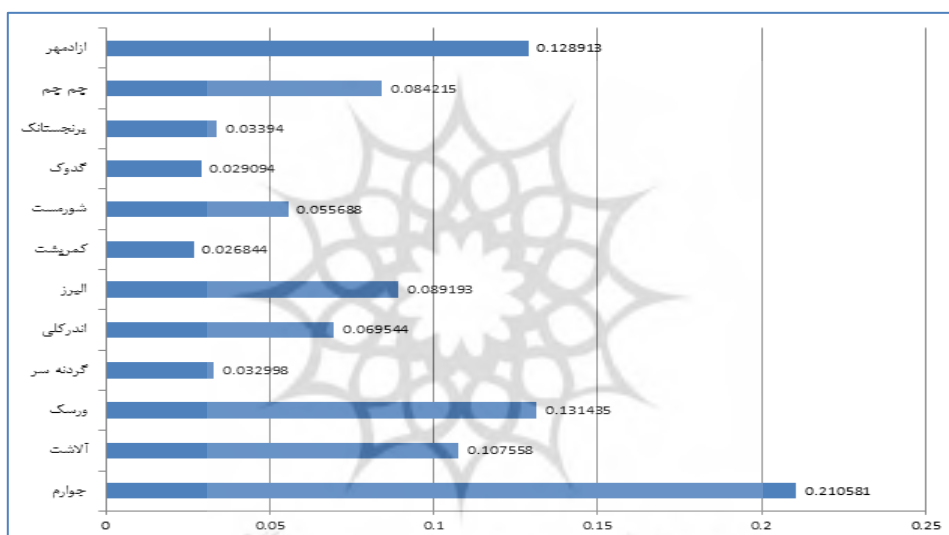
نمودار (۶) وزن مناطق نمونه گردشگری بر اساس شاخص (X5)



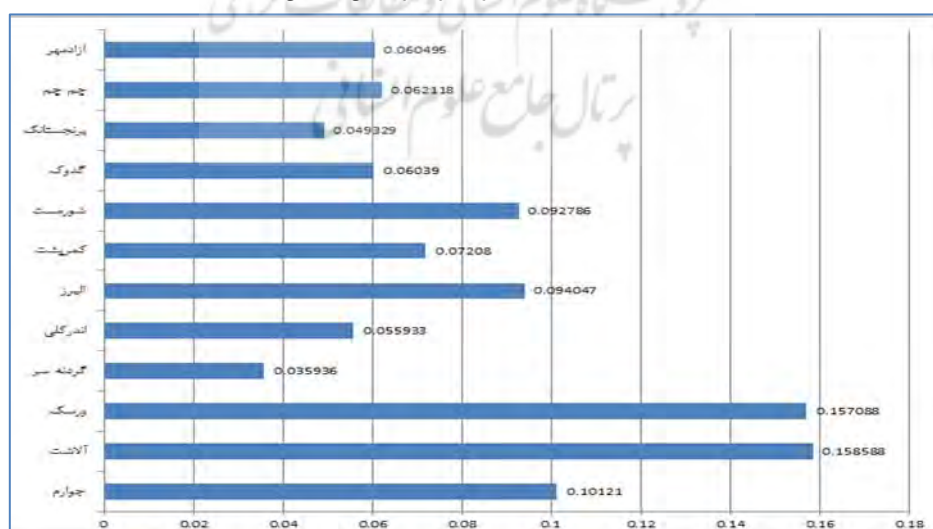
نمودار (۷) وزن مناطق نمونه گردشگری بر اساس شاخص (X6)



نمودار (۸) وزن مناطق نمونه گردشگری بر اساس شاخص (X7)



نمودار (۹) وزن مناطق نمونه گردشگری بر اساس شاخص (X8)

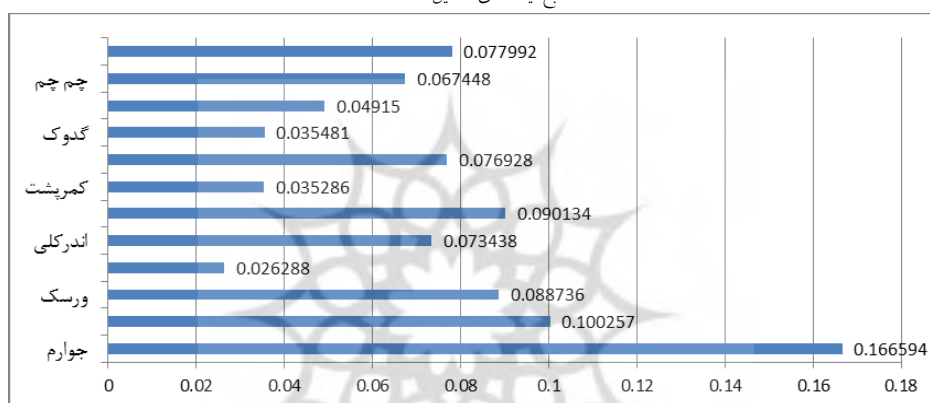


نمودار (۱۰) وزن مناطق نمونه گردشگری بر اساس شاخص (X9)

جدول (۸) امتیاز نهایی و اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری شهرستان سوادکوه

مناطق نمونه گردشگری	امتیاز نهایی	اولویت
جوآرم	۰/۱۶۶	۱
آلاشت	۰/۱۰۰	۲
ورسک	۰/۰۸۸	۴
گردنه سر	۰/۰۲۶	۱۲
اندرکلی	۰/۰۷۳	۷
البرز	۰/۰۹۰	۳
کمپشت	۰/۰۳۵	۱۱
شورم است	۰/۰۷۶	۶
گدوک	۰/۰۳۵	۱۰
برنجستانک	۰/۰۴۹	۹
چم چم	۰/۰۶۷	۸
ازادمهر	۰/۰۷۷	۵

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶



نمودار (۱۱) امتیاز نهایی و اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری شهرستان سوادکوه

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

نتیجه گیری

یکی از عوامل رشد اقتصادی در صنعت گردشگری ایجاد زیرساخت در مناطق نمونه گردشگری جهت جذب سرمایه گذار، ایجاد جاذبه گردشگری در این مناطق و به تبع آن جذب گردشگر و ارز آوری می‌باشد. لذا در این زمینه می‌شود تحقیقات گسترده‌ای بر روی مناطق نمونه گردشگری و اماکن تاریخی انجام داد و مکان‌هایی که دارای پتانسیل بیشتری در زمینه گردشگری هستند را شناسایی نموده و در قالب بسته‌های سرمایه گذاری تمام جوانب منطقه را بررسی کرده و طرح‌های پیشنهادی با میزان مشخص سرمایه گذاری، اشتغال، نقطه سر به سر، نرخ بازده و غیره را تهیه و به صورت جامع در اختیار سرمایه گذار قرار داد. سطح بندی مناطق نمونه گردشگری به عنوان یک ابزار مدیریتی در برنامه ریزی گردشگری مطرح است و می‌تواند مناطق نمونه گردشگری را در حصول به توسعه پایدار گردشگری کمک نماید. در این پژوهش ابتدا با استفاده از تکنیک دلفی اقدام به شناسایی ۹ شاخص (افزایش انگیزه بخش خصوصی برای سرمایه گذاری، وجود قطب‌های بزرگ جمعیتی در نزدیکی مناطق نمونه گردشگری، دارا بودن مساحت و فضای کافی برای توسعه تاسیسات گردشگری، نزدیکی به مراکز خدماتی پشتیبان، وضعیت دسترسی، وجود امنیت، تبلیغات و بازار یابی، در دسترس بودن و عملی بودن توسعه زیرساخت‌ها و قرار داشتن در محور گردشگری) گردید. سپس با بهره گیری از فرایند تحلیل سلسله مراتبی اقدام به تدوین پرسشنامه مقایسه دودویی

شاخص‌ها شده است. پس از محاسبه ضریب سازگاری قضاوت‌ها (۰/۵۴)، جهت پیاده سازی پاسخ‌ها در مدل AHP اقدام به محاسبه میانگین هندسی شاخص‌ها گردید. با تعیین ضریب اهمیت معیارها مشخص گردید که شاخص قرار داشتن در محور گردشگری با امتیاز ۰/۲۵ در رتبه اول و شاخص وضعیت دسترسی با امتیاز ۰/۳۰ در رتبه آخر قرار گرفته است. پس از تبیین ضریب اهمیت گزینه‌ها برای هر یک از ۱۲ منطقه نمونه گردشگری و تلفیق و ترکیب امتیاز آن‌ها، اقدام به اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری شده است. نتایج نهایی نشان داد که در سطح شهرستان سوادکوه، منطقه نمونه گردشگری جوارم اولویت اول و منطقه نمونه گردشگری گردنه سر اولویت آخر را در جذب سرمایه گذاری به خود اختصاص داده است.

منابع

- ابراهیم زاده، عیسی؛ و موسوی، میرنجف (۱۳۹۵). روش‌ها و تکنیکهای آمایش سرزمین. انتشارات سمت.
- احمدی، فضل‌اله؛ نصیریانی، خدیجه؛ و ابادزی، پروانه (۱۳۸۷). تکنیک دلفی: ابزاری در تحقیق. مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی، دوره ۸، شماره ۱. صص ۱۷۵-۱۸۵.
- بدری، سیدعلی؛ و یاری حصار، ارسطو (۱۳۸۸). انتخاب مناطق نمونه گردشگری با استفاده از روش AHP نمونه موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۹۵، صص ۸۴-۵۵.
- پاپلی یزدی، محمد حسین؛ و سقایی، مهدی (۱۳۹۳). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). انتشارات سمت.
- توکلی، مرتضی؛ کیانی، اکبر؛ و هدایتی، صلاح (۱۳۸۹). تأثیر مناطق نمونه گردشگری در محرومیت زدایی از دیدگاه اجتماعات محلی (مطالعه موردی: منطقه اورامان تخت کردستان)، مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری منطقه‌ای، دوره ۲، شماره ۶، صص ۹۴-۷۳.
- جلالی، محبوبه؛ و خادم‌الحسینی، احمد (۱۳۹۴). سطح بندی مناطق نمونه گردشگری در استان کرمان، فصلنامه برنامه ریزی منطقه‌ای، سال ۵، شماره ۱۷، صص ۱۶۲-۱۵۱.
- خوش نظر، مامند؛ رحیمی، راضیه؛ و تقدیسی، احمد (۱۳۹۲). ارزیابی اولویت‌های سرمایه گذاری در مناطق نمونه گردشگری شهرستان سمیرم، دو فصلنامه مطالعات گردشگری، دوره ۲، شماره ۳، صص ۴۵-۲۴.
- دانه کار، افشین؛ و مجنونیان، هنریک (۱۳۸۳). معیارهای پیشنهادی برای ارزیابی مناطق ساحلی - دریایی به منظور تعیین مناطق تحت حفاظت ساحلی - دریایی ایران؛ مطالعه موردی: ارزیابی مناطق تحت حفاظت سواحل دریای خزر، مجله محیط شناسی، دوره ۳۰، شماره ۳۵، صص ۳۲-۹.
- دفتر مناطق نمونه گردشگری (۱۳۸۹). مجموعه دستورالعملها، قوانین و مقررات مناطق نمونه گردشگری. معاونت سرمایه گذاری و طرح‌ها دفتر مناطق نمونه گردشگری.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۹۴). توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار. انتشارات دانشگاه تهران.
- رنجبر دستنایی، محمود (۱۳۹۰). ارزیابی و اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری؛ مطالعه موردی: استان چهار محال و بختیاری. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه ریزی توریسم. دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه ریزی. دانشگاه اصفهان.
- شماعی، علی؛ و موسیوند، علی جعفر (۱۳۹۰). سطح بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS و AHP، نشریه مطالعات و پژوهش‌های شهری منطقه‌ای، دوره ۳، شماره ۱۰، صص ۴۰-۲۳.
- ضیایی، محمود؛ جاودان، مجتبی؛ و کاظمی ازغدی، سیمین (۱۳۹۳). ساماندهی فضایی مقصدهای گردشگری (شهری و روستایی) در مقیاس ناحیه‌ای؛ مورد: شهرستان طرنبه شاندریز، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۳، شماره ۹، صص ۱۱۰-۸۳.
- طاهری بجگان، سیما؛ هادی اصل، فاطمه؛ و صیقلانی، پانته آ (۱۳۹۳). مکان یابی سایت‌های گردشگری شهر بندرعباس جهت ایجاد فضای توریستی، مجله گردشگری شهری، دوره ۱، شماره ۱، صص ۱۲۶-۱۱۳.

- فرج زاده اصل، منوچهر (۱۳۹۴). سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه ریزی توریسم. انتشارات سمت.
- فلاحی، علی؛ و احمدیان، تحسین (۱۳۹۰). بررسی اقتصادی و تعیین اولویت‌های سرمایه گذاری صنعتی در استان کرمانشاه. مجله اقتصاد و توسعه منطقه‌ای، سال ۱۸، شماره ۲، صص ۱۲۵-۱۰۰.
- کاظمی، مهدی (۱۳۹۲). مدیریت گردشگری. انتشارات سمت.
- محمودی، بیت‌الله؛ احمدیان، رضا؛ و حق‌ستان، امین (۱۳۹۲). برنامه ریزی کلان مناطق نمونه گردشگری از طریق گزینش معیارهای مؤثر بر فرایند توسعه گردشگری در استان خراسان رضوی، نشریه محیط زیست طبیعی، مجله منابع طبیعی ایران، دوره ۶۶، شماره ۴، صص ۴۳۴-۴۲۳.
- معصومی اشکوری، سیدحسین (۱۳۹۱). اصول و مبانی برنامه ریزی منطقه‌ای. انتشارات پیام.
- نوری، غلامرضا؛ فتوحی، صمد؛ و تقی زاده، زهرا (۱۳۹۱). اولویت بندی قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه بر اساس پتانسیل مناطق نمونه گردشگری با استفاده از روش تصمیم‌گیری چند معیاره تاپسیس، مجله جغرافیا و پایداری محیط، سال ۲، شماره ۴، صص ۹۴-۷۵.
- نوری، غلامرضا؛ و تقی زاده، زهرا (۱۳۹۲). اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری جهت سرمایه گذاری و توسعه منطقه‌ای در شمال غربی استان کرمانشاه، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۸، شماره ۲۲، صص ۱۰۰-۷۳.
- نوری، غلامرضا؛ و تقی زاده، زهرا (۱۳۹۳). اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری استان کرمانشاه جهت سرمایه گذاری مورد پژوهشی، قطب گردشگری قصر شیرین، مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال ۴، شماره ۱۱، صص ۱۰۳-۸۵.
- Ashe, J. (2005). Tourism investment as a tool for development and poverty reduction: The experience in Small Island Developing States (SIDS). The Commonwealth Finance Ministers Meeting 2005, Barbados, 18-20 September 2005.
- Deng, J., King, B. & Bauer, T. (2002). Evaluating natural attractions for tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 422-438.
- Hall, C. & Page, S. (2014). *The Geography of Tourism and Recreation*. 4th Edition. Rutledge.
- Jerry Ho, W.R., Tsai, Ch.L. Tzeng, G.H. & Fang, Sh.K. (2002). Combined DEMATEL technique with a novel MCDM model for exploring portfolio selection based on CAPM. *Expert Systems with Applications*, 38, 16-25.
- Kantarci, K. (2007). Perceptions of foreign investors on the tourism market in central Asia including Kyrgyzstan, Kazakhstan, Uzbekistan, Turkmenistan. *Tourism Management*, 28(3), 820-829.
- Tsai, W.H., Hsu, J., Chen, Ch. & Chen, Sh. (2010). An integrated approach for selecting corporate social responsibility programs and costs evaluation in the international tourist hotel. *International Journal of Hospitality Management*, 29(3), 385-396.