

فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۲۹، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۳، شماره پیاپی ۱۱۵

A. Taghdisi, Ph.D
M. Taghvayi, Ph.D
S. Piri

احمد تقدیسی، استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان

مسعود تقوایی، استاد گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه اصفهان

سیامک پیری، دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان

شماره مقاله: ۹۹۳

صص: ۲۱۴-۱۹۷

وصول: ۹۲/۱۱/۱۵

پذیرش: ۹۳/۶/۲

E-mail: a.taghdisi@geo.ui.ac.ir

ارزیابی و سطح بندی دهستان های شهرستان دالاهو بر اساس توان منابع گردشگری در جذب گردشگر

چکیده

توسعه فعالیت توریستی با انگیزه گردشگری غالباً منوط به جاذبه های متنوع طبیعی، فرهنگی و تاریخی است. کشورهای پیشتاز در بخش گردشگری یا به لحاظ چشم اندازهای طبیعی، مانند: دریاچه ها، سواحل آفتابی و کوهستان های پربرف، به لحاظ قدمت تاریخی خود و یا به لحاظ عناصر دیگر و ایجاد برخی جاذبه های مصنوعی و همچنین، ایجاد ساختاری سازمانی و فراهم آوردن بستر سرمایه گذاری های گسترده توانسته اند به تقاضای وسیعی از نیازهای گردشگران پاسخ داده، از تأثیرات و دستاوردهای آن نیز به همان اندازه بهره مند شوند. پژوهش حاضر با هدف ارزیابی و سطح بندی توان منابع گردشگری و عوامل مؤثر در جذب گردشگر در دهستان های شهرستان دالاهو در استان کرمانشاه انجام شده است. با شناخت توانمندی ها و جاذبه های متعدد طبیعی و محیطی منطقه برنامه ریزی صحیح در زمینه توسعه پایدار گردشگری در منطقه امری ضروری است. با توجه به مؤلفه های مورد بررسی، رویکرد حاکم بر این پژوهش توصیفی-تحلیلی، پیمایشی و از نوع کاربردی-توسعه ای است. محققان با به کار بردن روش تاپسیس، یکی از مدل های تصمیم گیری چندشاخصه (MADM) به بررسی نحوه توزیع فضایی جاذبه ها و سطح بندی دهستان های شهرستان در جذب گردشگری پرداخته است. نتایج پژوهش بر اساس ارزیابی عوامل مؤثر و توان منابع گردشگری دهستان ها نشان از آن دارد که دهستان بان زرده در منطقه ریجاب، بالاترین شاخص ایده آل برابر با $0.71 \text{ cli}+$ را در جذب گردشگر در میان دیگر دهستان ها داشته است.

واژه های کلیدی: گردشگری، جاذبه ها، مدل تاپسیس، شهرستان دالاهو

مقدمه

گام اساسی در زمینه تدوین برنامه های کارآمد و منطبق بر واقعیت ها و دستیابی به هدف برتر و عدالت اجتماعی، شناخت و آگاهی لازم و کافی از توان ها و امکانات هر منطقه جغرافیایی است. بر همین اساس، قبل از تدوین راهکارهای فرایند توسعه، شناخت وضع موجود به عنوان نخستین گام در برنامه ریزی توسعه ضرورتی اجتناب ناپذیر است. تقاضا و تمایل برای گردشگری با انگیزه های مختلف به منظور تفریح، زیارت و تجارت در تمام جهان با سرعتی باور نکردنی در

حال افزایش است. تحلیل رفتارهای انسان‌ها در قرن جدید نشان می‌دهد که سفر؛ یعنی دوری از مأمن معمول و گریز از قید و بندهای زندگی روزمره، ملاقات با دیگر فرهنگ‌ها و درک ناشناخته‌ها، پرطرفدارترین راه گذران اوقات فراغت بوده و گردشگری به یک واقعیت مهم اجتماعی و فعالیت عظیم اقتصادی تبدیل شده است. این صنعت، علاوه بر برخورداری از امکانات درآمدزایی، اشتغالزاست و اشاعه فرهنگ و حفظ و احیای آن را نیز به دنبال خواهد داشت (هولجوا، ۲۰۰۳: ۱۳۲). گردشگری در یک کلیت دربرگیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و کنش متقابل میان آنهاست که در فضاهای جغرافیایی آثار مختلفی بر جای می‌نهد (بریدنهان، ۲۰۰۴: ۷). از این جهت و به منظور تنظیم برنامه‌های متناسب با شرایط و امکانات مناطق گردشگری با هدف کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای، شناخت و درک تفاوت‌های موجود میان مناطق و نواحی مختلف امری ضروری است. در غیر این صورت، هر اقدامی که در زمینه برنامه ریزی و توسعه اقتصادی-اجتماعی تدوین گردد، با شکست مواجه شده و هدررفت منابع را به دنبال خواهد داشت. با این حال امروزه، در بین کشورها نیاز به تحلیل مسایل مربوط به فعالیت گردشگری از طریق به کارگیری روش‌های دقیق کمی کاربردی و منطقی، برای مدیریت بهینه نواحی و مکان‌های گردشگری بیش از پیش احساس شده است (پرتو^۳، ۲۰۰۱: ۳۲۱)؛ به عبارت دیگر، تصمیمات مدیران نواحی تفرجگاهی غالباً بر پایه نتایج حاصل از روش‌های کمی صورت می‌گیرد. از این رو، انتخاب یک روش کمی مناسب و منطبق بر واقعیت به منظور دستیابی به تحلیلی درست، از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است (باکس. جی^۴ و همکاران، ۱۹۸۲: ۴۹۴). از جمله روش‌های مطرح شده که می‌تواند پارامتری برای سطح‌بندی و ارزیابی توان منابع گردشگری استفاده شود، روش به کارگیری روش‌های متعارف تصمیم‌گیری‌های چندمعیاره با بهره‌گیری از روش تاپسیس^۵ است. گردشگری اغلب به عنوان منبع اصلی برای رشد اقتصادی به شمار می‌آید و دولت‌ها همواره می‌کوشند در زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری سرمایه‌گذاری کنند. گردشگری همچنین به عنوان مکانیسمی برای افزایش درآمد و اشتغال در هر دو بخش رسمی و غیررسمی به شمار می‌آید (لنزا^۶، ۲۰۰۵: ۸۷). کشور ایران جزو ده کشور اول جهان از لحاظ جاذبه‌های گردشگری، پنج کشور اول جهان از نظر تنوع گردشگری، سه کشور اول جهان از نظر تنوع صنایع دستی و دومین کشور جهان از لحاظ تنوع اقلیمی است که این موضوع بیانگر کم‌نظیر بودن قابلیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری کشور است. غنای جاذبه‌های گردشگری در کشور موجب گردیده، ایران را جهانی در یک مرز بنامند (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۰). گردشگری برای ایران که وابستگی شدیدی به درآمدهای نفتی دارد، می‌تواند به عنوان راهی برای رهایی از وابستگی به درآمدهای نفتی و خروج از اقتصاد تک‌محصولی باشد؛ ولی متأسفانه با وجود رونق بخش گردشگری کشور در سال‌های اخیر، هنوز جایگاه شایسته خود را در فعالیت‌های بین‌المللی گردشگری در سطح دنیا پیدا نکرده و در حاشیه بازارهای بین‌المللی قرار گرفته است. چنین مشکلی نه تنها در سطح ملی، بلکه در سطح مناطق و نواحی نیز به چشم می‌خورد؛ تا جایی که شناسایی و رفع آنها توجه بیشتری را می‌طلبد. از طرفی، برای انجام برنامه‌های مختلف اقتصادی-اجتماعی، تدوین راهکارهای توسعه گردشگری،

1-Holjeva

2-Briedenhann

3-Prato

4-Backus, G.J

5-TOPSIS

6-Lanza

موفقیت در برنامه‌ریزی و طرح‌های اجرایی، بررسی و شناخت توان‌های محیطی در جذب گردشگر، کمبودها و تعیین سطح توسعه‌یافتگی نواحی و سکونتگاه‌ها بر اساس یک سری از شاخص‌های برتر، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. در واقع، شناخت توان‌ها و امکانات موجود در هر منطقه در جذب گردشگر، به برنامه‌ریز، این امکان را می‌دهد تا بر اساس نیازها و شرایط خاص منطقه، جهت و راهکارهای توسعه منطقه را مشخص نماید و برنامه‌ای هماهنگ و متناسب با شرایط منطقه ارائه دهد. شهرستان دالاهو نمونه‌ای از مناطق پرتوان کشور در زمینه گردشگری است که دارای توانمندی‌ها و قابلیت‌های گردشگری فراوانی است. موقعیت ممتاز شهرستان در استان و قرار گرفتن در مسیر راه ارتباطی کربلا و همچنین، به دلیل دارا بودن جاذبه‌های تاریخی، باستانی، فرهنگی، مذهبی، چشم‌اندازها، جاذبه‌های طبیعی و قابلیت‌های متفاوتی که در جذب گردشگر دارد، انواع و اشکال متنوعی از گردشگری را به نمایش می‌گذارد. این در حالی است که با وجود جاذبه‌های متنوع گردشگری در سطح شهرستان، هنوز به طور بهینه از طبیعت بکر و استعدادهای بی‌نظیر آن بهره گرفته نشده است. با عنایت به موارد فوق و منافع کلانی که این صنعت در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و... برای منطقه به دنبال دارد، لزوم توجه بیشتر به آن مشخص و انجام چنین پژوهشی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. در این راستا، پژوهش حاضر با توجه به چنین کمبودی درصدد است با شناسایی قابلیت‌های گردشگری شهرستان و با بهره‌گیری از مدل تاپسیس، به تحلیل فضایی و سطح‌بندی دهستان‌های آن به لحاظ توان‌ها و جاذبه‌های گردشگری مبادرت ورزد.

اهمیت پژوهش

مهمترین دلایلی که اهمیت موضوع این پژوهش را نشان می‌دهد، عبارتند از:

- معرفی جاذبه‌ها و ارزیابی کلی از پتانسیل‌ها و امکانات گردشگری منطقه؛
- ارزیابی و بررسی توان منابع دهستان‌های شهرستان در جذب گردشگر؛
- کمک به رشد و توسعه منطقه به واسطه شناسایی توانمندی‌ها و جاذبه‌ها که می‌تواند به جذب بیشتر توریست و درآمد منجر شود. در رابطه با گردشگری مطالعات زیادی انجام یافته است؛ اما پیرامون تحلیل فضایی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری در کشور مطالعات چندانی صورت نگرفته و به خصوص در سطح دهستان تاکنون در این زمینه مطالعه نشده است. پژوهش حاضر از این حیث به عنوان اولین تحقیق در این سطح به شمار می‌آید. از مهم‌ترین پژوهش‌های خارجی و داخلی مطالعه شده در زمینه گردشگری می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: ولی زاده، (۱۳۸۵) با انجام تحقیق درباره «چالش‌های فراروی صنعت توریسم در شهر تبریز» ابتدا به بررسی پتانسیل‌ها و قابلیت‌های گردشگری این شهر پرداخته، سپس به موانع و مشکلات موجود در توسعه صنعت گردشگری در این شهر اشاره کرده و در پایان هم برای گسترش توریسم شهری، بر همکاری سازمان‌های مرتبط با این صنعت تأکید کرده است. مدهوشی و ناصرپور، (۱۳۸۷) در پژوهشی نشان دادند که بین تعداد مراکز تصمیم‌گیری و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری، ضعف بازاریابی و توسعه نیافتگی، ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری و توسعه نیافتگی، و سرانجام فقدان

فرهنگ پذیرش گردشگر و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد. ویلا^۷ (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان «ایجاد و استفاده از مزیت‌های برنامه‌ریزی توریسم در اسپانیا»، مدیریت توریسم پایدار و برنامه‌ریزی راهبردی و بلندمدت را برای توریسم به منزله امتیاز به حساب آورده‌است و اثرهای آن را بر جامعه میزبان مهم تلقی کرده و بر توسعه پایدار گردشگری تأکید کرده‌است. فضیله خانی (۱۳۸۹) در تحقیقی با به کارگیری مدل ریاضی در سنجش میزان موفقیت گردشگری در مناطق شهر بوشهر پرداخته‌است. نتایج پژوهش نشان داده‌است که به ترتیب چشم انداز طبیعی، چشم انداز فرهنگی، جنگ و درگیری، شبکه ارتباطی و تبلیغات و بازاریابی بیشترین تأثیر را در جذب گردشگر در منطقه داشته‌است. زنگی آبادی (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیلی بر وضعیت امکانات و تسهیلات گردشگری استان کردستان» نشان می‌دهد مکان‌های گردشگری استان در اغلب زمینه‌ها فاقد امکانات و تسهیلات لازم برای جذب گردشگران است. برنامه‌ریزی اصولی و به‌ویژه تهیه و اجرای طرح جامع گردشگری در سطح استان، نه تنها می‌تواند امکان جذب گردشگر بیشتر را فراهم آورد، بلکه می‌تواند آثار زیانبار گردشگری بر محیط زیست و فرهنگ جامعه را نیز کاهش دهد.

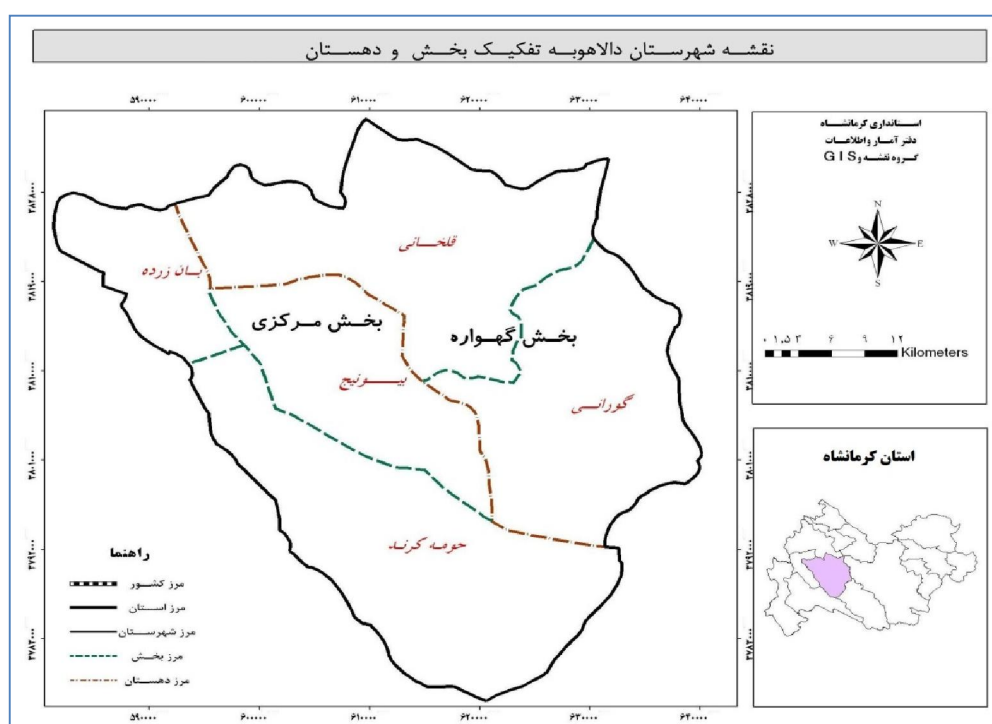
داده‌ها و روش پژوهش

با توجه به مؤلفه‌های مورد بررسی، رویکرد حاکم بر این پژوهش، توصیفی - تحلیلی - پیمایشی است. جامعه آماری متشکل از پنج دهستان شهرستان دالاهو و شاخص مورد بررسی دوازده شاخص انتخابی برای بررسی توان منابع گردشگری است. محققان پژوهش با ارزیابی توان محیطی به بررسی نحوه توزیع فضایی جاذبه‌ها، خدمات و امکانات، در جذب گردشگر در شهرستان از یافته‌های اسنادی و کارشناسی و همچنین، تهیه، تنظیم و تکمیل پرسشنامه‌ها به روش تصادفی ساده از گردشگران در مناطق مختلف شهرستان و افراد مسؤول و صاحب‌نظر پرداخته‌اند. حجم نمونه با توجه به رعایت حداقل نمونه در تحقیق توصیفی زمینه‌یاب پیمایشی تعداد ۱۸۰ پرسشنامه از گردشگران و تعداد ۵۰ پرسشنامه، از مسؤولان مرتبط با زمینه پژوهش که نقش مستقیم و غیرمستقیم در زمینه گردشگری در سطح شهرستان دارند، تعیین شده‌است. روش مورد استفاده برای تحلیل داده‌ها، تکنیک تاپسیس است که یکی از پرکاربردترین فنون آنالیز عددی برای تجزیه و تحلیل و رتبه‌بندی گزینه‌هاست. در این تکنیک، یک گزینه فرضی به عنوان گزینه ایده‌آل مثبت و یک گزینه فرضی دیگر به عنوان گزینه ایده‌آل منفی، در نظر گرفته می‌شود و سپس فواصل تمامی گزینه‌ها از این دو گزینه محاسبه می‌گردد. استفاده از متدولوژی و روش تاپسیس این امکان را به مدیران و برنامه‌ریزان می‌دهد که نتیجه تصمیم‌گیری آنها علمی‌تر شده، فرایند تصمیم‌گیری آنها در بستری از داده‌ها و خروجی‌های منطقی قرار گیرد.

محدوده مورد مطالعه

شهرستان دالاهو در میانه ضلع غربی کشور، بین مدار جغرافیایی ۳۴ درجه و ۴۰ دقیقه تا ۷ درجه و ۳۴ دقیقه عرض شمالی از خط استوا و ۴۶ درجه و ۳۱ دقیقه تا ۴۵ درجه و ۳۸ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ قرار گرفته و ارتفاع آن از سطح دریا ۱۵۰۰ متر است. گستردگی این شهرستان در طول و عرض تقریباً مساوی بوده و اختلاف عرض

جغرافیایی از نظر تأثیر در میزان تابش خورشید در شمال و جنوب آن چندان محسوس نیست. مساحت این شهرستان ۱۸۹۲ کیلومتر مربع است که ۱۲/۹ درصد از کل مساحت استان را شامل می‌شود. مهمترین ارتفاعات منطقه و شهرستان، کوه‌های دالاهوست که آب و هوای معتدل و سرد کوهستانی را برای این منطقه به ارمغان آورده است. شهرستان دالاهو در مرکز استان کرمانشاه قرار گرفته است. از سمت شمال به شهرستان ثلاث باباجانی، از سمت غرب به شهرستان سرپل ذهاب و از سمت جنوب به شهرستان گیلان‌غرب و از شرق به شهرستان‌های اسلام‌آباد و کرمانشاه محدود است. مرکز این شهرستان شهر کرد در پای کوه نثار در میان یکی از تنگه‌های این رشته کوه بنا گردیده و به وسیله دیواره کوهستان از دشت بیونچ جدا شده است. این شهرستان به علت واقع شدن بر سر گردنه گرا(پاتاق) در گذشته اهمیت شایان داشته است.



شکل ۱) نقشه موقعیت جغرافیایی شهرستان دالاهو در استان کرمانشاه

جاذبه‌های گردشگری

جاذبه عبارت است از وجود استعداد و ظرفیت مذهبی، تاریخی، فرهنگی، طبیعی، بازاری که برای گردشگر ایجاد انگیزه سفر نماید. جاذبه‌های گردشگری در بعضی موارد به صورت انفرادی بسیار قوی هستند و یک مورد آنها به تنهایی ممکن است انگیزه لازم را برای سفر به وجود آورد؛ اما همواره وجود چندین جاذبه ارزشمند در کنار یکدیگر و یا قرار گرفتن آنها در یک مسیر گردشگری می‌تواند انگیزه سفر را تقویت نماید. به موازات جاذبه‌های موجود، بسیاری از تسهیلات و عناصر مکمل وجود دارند که در انتخاب مقصد گردشگری مؤثرند. اماکن اقامتی، هتل، رستوران، جاده دسترسی و خدمات بین راهی همه به نوعی بر موفقیت یک منطقه در جذب گردشگران مؤثرند. در سال‌های اخیر،

جاذبه‌های گردشگری توجه فراوانی را از جوامع حرفه‌ای و علمی به سوی خود جلب کرده است. اخیراً آبلسن^۱ و مهمتکلو^۲ تحقیقی را به صورت پیمایشی درباره جاذبه‌های گردشگری آغاز کرده و راه‌های مختلف را برای طبقه‌بندی جاذبه‌ها توصیف کرده‌اند. در هر سرزمین و هر فرهنگی، جلوه‌ها و عناصر منحصر به فردی به چشم می‌خورد که برای مردم سرزمین‌ها و فرهنگ‌های دیگر تازگی دارد. به طور کلی، جاذبه‌ها به دو دسته تقسیم شده‌اند: الف- جاذبه‌های اولیه، که بر پایه طبیعت ذاتی جاذبه‌هاست و به وسیله بخش‌های عمومی و خصوصی مدیریت شده‌اند؛ ب- جاذبه‌های ثانویه، که در واقع دخالت انسان در آن دیده می‌شود و به علت تنوع میان فرهنگ‌های انسانی از گوناگونی بیشتری نیز برخوردارند (بوتی، ۲۰۰۸: ۵۹۵). جاذبه‌ها دو کارکرد مهم بر عهده دارند:

۱- برای مسافران نقش انگیزشی ایفا می‌کنند؛ به گونه‌ای که افراد در محل سکونت خود در صورت وجود اطلاعاتی مبسوط و جامع در رابطه با جاذبه‌های یک مقصد تصمیم به سفر و بازدید از مقصد می‌گیرند. در سفرهای تجاری کمیت و کیفیت مراکز خرید، مؤسسات عقد قراردادهای تجاری یا مؤسسات و نهادهای صنعتی در مقصد، نیروی محرک سفرند (کاظمی، ۱۳۸۶: ۵۶).

۲- جاذبه‌ها باعث ایجاد رضایت خاطر بازدیدکنندگان می‌گردد و در واقع پاداش سفر آنها تلقی می‌شود. در این قسمت به معرفی مختصری از دوازده شاخص (جاذبه‌ها و تسهیلات) انتخاب شده بر پایه توان منابع گردشگری که بیشترین نقش و اهمیت را در جذب گردشگر در دهستان‌های شهرستان دالاهو دارند (نه بر پایه تقسیم بندی انواع گردشگر) پرداخته می‌شود.

جاذبه‌های طبیعی (طبیعت گردی)

در بحث گردشگری، جاذبه‌های طبیعی از اهمیت فراوانی برخوردارند؛ زیرا یکی از مهمترین انگیزه‌های سفر برای انسان تغییر آب و هوا و استفاده از مناظر طبیعی برای رفع خستگی ناشی از کار و رهایی از مشکلات زندگی شهری است (زاهدی، ۱۳۸۵: ۲۷). این نوع توریسم با محیط‌های طبیعی و بکر و دست نخورده و همچنین، نواحی حفاظت شده مرتبط می‌شود. این نوع گردشگری عمدتاً در تعامل با جاذبه‌های اکولوژیک قرار دارد. مسافرت به قصد بازدید از منظره‌های طبیعی باعث شده است که مسافران خواستار نقاط دست نخورده و محیط‌های کاملاً طبیعی و بکر شوند. منطقه مورد مطالعه نیز از لحاظ جاذبه‌های طبیعی، چون: جنگل و پوشش گیاهی، کوه‌ها، دره‌ها، رودخانه‌های خروشان (زمکان و شالان) و حیات وحش یکی از بکرترین نقاط طبیعی زاگرس مرکزی است.

جاذبه‌های تاریخی

این جاذبه‌ها شامل: یادمان‌های ملی، تاریخی و باستانی هر سرزمین و تمدن است. فرهنگ ایرانی به علت قدمت بسیار زیاد خود موارد بسیاری از این گونه‌ها را داراست. انواع معابد زردتشتی، مساجد اسلامی، کاخ‌ها و ساختمان‌های تاریخی، آرامگاه‌ها و مقبره‌ها، تپه‌ها و سایت‌های باستانی از این جمله هستند. جذابیت این نوع از منابع گردشگری، به

علت قدمت تاریخی یا ارزش مذهبی و ملی آن است؛ به طوری که گاهی معرفت یک ملت، یک قوم یا یک تمدن هستند. برای مثال، در شهرستان دالاهو می‌توان به قلعه یزدگرد سوم، کمینگاه باستانی شهربانو و قلعه سرخه دیزه (دوره ساسانی)، طاق گرا (دوره اشکانیان) و... به عنوان آثار باستانی در جذب گردشگر اشاره کرد.

جاذبه‌های روستایی (گردشگری روستایی)^(۱)

گردشگری روستایی یکی از انواع مختلف گردشگری است و شامل فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های روستایی و پیرامون آنها می‌شود و نیز در بردارنده ارزش‌ها و آثار متفاوتی برای محیط زیست روستا اعم از طبیعی و انسانی است (سوتریادس^{۱۲}، ۲۰۰۲: ۶۱۷). همچنین، گردشگری روستایی را می‌توان نوعی مسافرت دور از خانه به مکان‌هایی خارج از شهرک‌های اصلی و کنار ساحلی تعریف کرد (اگلند رسارچ^{۱۳}، ۲۰۰۵: ۱). برخی نیز گردشگری روستایی را نوعی فعالیت در مناطق تفریحی - تجاری در روستا می‌دانند که خدماتی را برای گردشگران عرضه می‌کند. در یک مفهوم کلی، می‌توان گردشگری روستایی را فعالیت گردشگری در محیط روستا دانست؛ یا در یک حوزه کاربردی وسیع‌تر، آن را «فعالیت گردشگری در حوزه غیرشهری تلقی کرد که فعالیت‌های انسانی در آن (اقتصاد وابسته به زمین) غالباً در بخش کشاورزی است» (اپریمن، ۱۹۹۶: ۸۸). از مهمترین فعالیت‌های تابع گردشگری روستایی در شهرستان دالاهو تولید صنایع دستی است. در این خصوص می‌توان به ساخت تنبور و چاقو این شهرستان اشاره کرد که در تمامی استان و حتی فراتر از آن زبانزد خاص و عام است؛ به طوری که بسیاری از مسافران برای خرید این گونه صنایع دستی گام به این شهرستان می‌گذارند.

جاذبه‌های فرهنگی و آموزشی (کاوشگر)

این نوع گردشگری برای آشنایی با موارث فرهنگی و هنری، آداب و رسوم مردم شهرستان، با هدف‌های آموزشی، تحقیقاتی و پژوهشی صورت می‌گیرد. غنای فرهنگی این دیار در زمینه هنر و موسیقی و ساز تنبور، نشان‌دهنده تمدنی اصیل است. فرهنگ و آیین مردم می‌تواند مکمل جذب گردشگران برای دیدار از این منطقه بسیار مؤثر باشد.

جاذبه‌های عشایری (گردشگری عشایری)

در عصر پسامدرنیسم، گردشگران ماجراجو و جستجوگر و برخوردار از حس دل‌تنگی تاریخی و باستانی، رو به گروه‌های ایلی و عشایر آوردند و بدین ترتیب، یکی دیگر از گونه‌های گردشگری عصر پسامدرنیسم شکل گرفته است. مناطق عشایر به عنوان میراثی مطرح است که نقش اصالت تاریخ بیشتر بر تارک آن می‌درخشد. میراث فرهنگی در این میان بیان‌کننده وضعیت تاریخی، تمدن و فرهنگ مناطق عشایر است که در طی سالیان متمادی شکل گرفته است. آثار مادی و معنوی به جا مانده از پیشینیان ماحصل تلاش‌های مستمر، فنون، مهارت‌ها، ابتکارات، خلاقیت‌ها و برخوردهای اجتماعی - فرهنگی آنان بوده که از شرایط طبیعی حاکم در محل سکونتشان تأثیر پذیرفته است.

11-Rural tourism

12 -Soteriades

13 - England Research

جاذبه‌های ژئوتوریسم

ژئوتوریسم یا توریسم جغرافیایی، یکی از رشته‌های تخصصی اکوتوریسم است که به معرفی پدیده‌های زمین‌شناسی به گردشگران با حفظ هویت مکانی آنها می‌پردازد. مخاطبان ژئوتوریسم نه تنها متخصصان و کارشناسان زمین‌شناسی، بلکه گردشگران عادی و علاقه‌مندان طبیعت هستند. در جریان فعالیت‌های ژئوتوریسمی، بازدیدکنندگان ضمن بازدید از پدیده‌های زیبا و ویژه زمین‌شناسی، با مبانی پیدایش آنها آشنا شده، اهمیت وجودی آنها را درمی‌یابند. حفظ محیط زیست و چشم‌اندازهای آن، عدم تغییر و خودداری از دخالت انسان در برهم‌زدن چهره زمین، از اهداف اصلی ژئوتوریسم است (www.parsgeotourism.com). از مهمترین منابع و پدیده‌های ژئوتوریسم در شهرستان دالاهو می‌توان به: غارها، دره‌ها، شکستگی‌ها، آبشارها، چشمه‌ها، رودخانه‌ها، ناودیس‌ها و طاقدیس‌ها جهت چین‌خوردگی‌ها، رسوبات دوره‌های مختلف زمین‌شناسی، استلاگیت‌ها و استلاگمیت‌های درون غارها و حفره‌ها، ایوان‌ها و تخته سنگ‌ها و قطعه سنگ‌های بزرگ تعادلی و اشکال و احجام متعدد اشاره کرد که می‌تواند به عنوان پدیده‌های ژئوتوریسم منطقه، برای بازدید گردشگران مؤثر واقع شود.

جاذبه‌های مذهبی

بدون تردید، یکی از مهمترین و کهن‌ترین عوامل و انگیزه‌های مسافرت انسان، باورهای مذهبی و احساسات دینی بوده است (جمشیدی، ۱۳۸۱: ۳۱). توریسم مذهبی با خصوصیات و شاخصه‌های مهم خود، یکی از مهمترین شاخه‌های توریسم به حساب آمده، و می‌توان با برنامه‌ریزی و ایجاد زیرساخت‌ها از آن بهره کافی را برد. حرکت در جهت جذب جهانگرد مذهبی، نخست نیازمند درک مفاهیم و اصول مذاهب و احترام به آنها و سپس تلاش در جهت تسهیل ارائه خدمات به زائران این اماکن مقدسه است. این امر هم از نظر جنبه‌های اقتصادی جذب جهانگرد و هم از لحاظ اثرهای تبلیغی و بازتاب گسترده می‌تواند نتایج بسیار مثبتی برای منطقه میزبان دربرداشته باشد (مؤمنی، ۱۳۷۸: ۱۹). جاذبه‌های مذهبی، از جمله: زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس، هر ساله تعداد زیادی از جهانگردان را به دالاهو می‌کشاند. در شهرستان دالاهو، علاوه بر زیارتگاه‌های اسلامی، تعدادی هم زیارتگاه و اماکن مذهبی متعلق به اقلیت‌های مذهبی وجود دارد که یکی از مهمترین عوامل و انگیزه‌های مسافرت گردشگری به این منطقه است.

جاذبه‌های کشاورزی (گردشگری کشاورزی)

گردشگری کشاورزی، به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که طی آن گردشگران به مزارع، کشتزارها و باغستان‌های کشاورزی و یا مناطق روستایی می‌روند و در فرایند کاشت، داشت و برداشت محصولات کشاورزی در مزارع و کشتزارها مشارکت می‌نمایند. این فعالیت‌ها ممکن است به قصد کسب تجربه و آموزش فعالیت‌های کشاورزی و تفریح و گذران اوقات فراغت نیز باشد (خدابنده، ۱۳۸۸: ۱۸). در شهرستان دالاهو کشاورزان در باغ‌ها و زمین‌های کشاورزی به همراهی خانواده‌های خود به گردشگران علاقه‌مند خدمات و محصولات متنوع ارائه می‌دهند.

جاذبه‌های درمانی (گردشگری درمانی)

مقصود از این گردشگری، مسافرت برای درمان به مکان‌هایی است که فرد بتواند از خدمات پزشکی استفاده کند. بنابراین چنین گردش یا سفری مستلزم فعالیت‌های گوناگون می‌شود که در هر یک مسأله بهداشت و سلامت فرد مدنظر است (مهدوی، ۱۳۸۳: ۲۲). به عبارت دیگر، این نوع توریسم، افراد یا گروه‌هایی را دربرمی‌گیرد که برای استفاده از تغییرات آب و هوا (با هدف پزشکی و درمانی)، استفاده از آب‌های معدنی، گذراندن دوران نقاهت، معالجه و نظایر آن، اقدام به مسافرت می‌کنند. در شهرستان دالاهو چشمه‌های آب معدنی و شفابخش، سالیانه گردشگران زیادی را جذب این منطقه می‌کند.

جاذبه‌های جنگی (گردشگری جنگی)

مناطق جنگی نیز از جمله عمومی‌ترین جاذبه‌های توریستی هستند که نشان دهنده آثار مثبت بلندمدت جنگ روی توریسم است؛ چرا که می‌تواند تعداد زیادی توریست را برای مشاهده این مناطق جذب کند. گردشگری جنگی به عنوان یکی از پتانسیل‌های توسعه در استان کرمانشاه دارای جایگاه ویژه‌ای است که شهرستان دالاهو با توجه به وجود عملیات‌ها و یادمان‌های دفاع مقدس در آن، می‌تواند به عنوان یکی از مراکز بسیار پر رونق گردشگری جنگ در کشور مطرح شود.

شبکه ارتباطی و دسترسی‌ها

یکی از عوامل زیربنایی گردشگری، وجود شبکه‌های حمل و نقل و راه‌های ارتباطی است که متأسفانه در کشور ما آن طور که انتظار می‌رود، بدان توجه چندانی نشده است (ناجی، ۱۳۸۴: ۲۳). از جمله جاذبه‌های مؤثر در جذب و جلب گردشگر مسیرهای ارتباطی با قابلیت تفریحی است. قابلیت‌های گردشگری در صورتی رشد و توسعه می‌یابند که با امکانات راه بتوان به آنها دسترسی پیدا کرد. پاره‌ای از قابلیت‌ها و امکانات گردشگری در شهرستان دالاهو؛ اعم از قابلیت‌های طبیعی، تاریخی با توجه به وضعیت توپوگرافی خاص منطقه در نقاطی قرار دارند که امکان دسترسی به آنها مشکل است. ارتقا و توسعه راه‌های منطقه در ارتباط با توسعه و رشد گردشگری، یکی از ضرورت‌ها و اولویت‌های موجود محسوب می‌گردد.

امکانات اقامتگاهی، پذیرایی، تفریحی

امروزه صنعت میهمانداری نیز از بخش‌های بسیار پویای صنعت گردشگری محسوب می‌شود؛ زیرا مسافر به هر کجا برود به محلی برای خواب و استراحت نیاز دارد. اقامتگاه‌ها شامل مجموعه‌ای از تشکیلات خوابگاهی می‌شوند که امکان دارد به صورت استراحتگاه‌های بسیار مجلل بوده؛ یا حتی تنها به یک تختخواب معمولی محدود شوند. متناسب با رشد تعداد گردشگر در سطوح مختلف بین‌المللی، ملی و محلی تعداد اتاقها بیشتر شده است. اقامتگاه‌ها به انواع مختلفی مانند هتل‌های محل پارک کاروان‌ها، زمین‌هایی که در آن چادر زده‌اند و مزارع گذران اوقات فراغت تقسیم می‌شوند (فرج‌زاده اصل، ۱۳۸۴: ۵۵). برای موفق شدن در امر گردشگری، تسهیلات اقامتی باید پاسخگوی

تقاضای مسافرانی باشد که به محل می‌رسند. در شهرستان دالاهو، بحث امکانات اقامتگاهی بعضاً با کمبودها و ضعف‌هایی چون: پایین بودن کیفیت اماکن پذیرایی و رفاهی و مشکلات و تنگناهای تشکیلاتی و تبلیغاتی روبه‌روست که می‌توان با تشویق مؤسسات خصوصی جهت سرمایه‌گذاری برای ایجاد مکان‌های پذیرایی و تفریح و مکانی برای اقامت گردشگران برنامه‌ریزی نمود که اخیراً در دهستان‌های بان زرده و گوران، کمپ‌های تفریحی-اقامتگاهی با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی ایجاد شده است.

یافته‌های پژوهش

الگوریتم تاپسیس یک روش تصمیم‌سازی بسیار تکنیکی و قوی برای اولویت‌بندی گزینه‌ها از طریق شبیه‌نمودن به جواب ایده‌آل است. این روش در سال ۱۹۸۱ به وسیله هوانگ و یون^{۱۴} ارائه شد. سابقه استفاده از مدل تاپسیس در ایران با طیف‌های کاربردی در زمینه‌های امکان‌سنجی، اولویت‌بندی و ارزیابی عملکرد، از دهه ۱۳۷۰ به شکل محدود آغاز شده است. الگوریتم تاپسیس یک تکنیک تصمیم‌گیری چندشاخصه جبرانی بسیار قوی برای اولویت‌بندی گزینه‌ها از طریق شبیه‌نمودن به جواب ایده‌آل است که به تکنیک وزن‌دهی، حساسیت بسیار کمی داشته، پاسخ‌های حاصل از آن، تغییر عمیقی نمی‌کند. به طور اجمال، در روش تاپسیس، ماتریس $n \times m$ که دارای m گزینه و n معیار است، ارزیابی می‌شود. در این الگوریتم، فرض می‌شود هر شاخص و معیار در ماتریس تصمیم‌گیری دارای مطلوبیت افزایشی و یا کاهش‌ی‌یکنواخت است؛ به عبارت دیگر، تابع مطلوبیت تصمیم‌گیرنده این تکنیک غیرخطی است؛ لذا اساس این تکنیک بر مقایسه گزینه‌ها (آلترناتیوها) با دو راه حل مثبت و راه حل منفی است (طاهر خانی، ۱۳۸۶: ۶۴).

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

در این مرحله ماتریس داده‌ها به صورت زیر تشکیل شد:

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

سپس داده‌های مربوط به شاخص‌های مختلف گردآوری شده از پرسشنامه‌ها و کارشناسی سنجش جاذبه‌های گردشگری در منطقه، براساس طیف لیکرت در سطح دهستان امتیازدهی شد. بر اساس جدول (۲) در این تحقیق از دوازده معیار و شاخص اصلی برای ارزیابی سنجش و توان گردشگری شهرستان دالاهو استفاده شد. در این مدل برای محاسبات ریاضی تمامی مقادیر نسبت داده شده به معیارها، می‌بایست از نوع کمی می‌بود. جدول (۱) تبدیل معیارهای کیفی به کمی را نمایش می‌دهد.

جدول (۱) تبدیل معیارهای کیفی به پارامترهای کمی

معیارهای کیفی	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
معادل کمی	۱	۲	۳	۴	۵

جدول (۲) تشکیل ماتریس شاخص‌های گردشگری و امتیازبندی دهستان‌ها بر اساس طیف لیکرت

شاخص	دهستان	جاذبه‌های طبیعی	جاذبه‌های تاریخی	جاذبه‌های روستایی	جاذبه‌های فرهنگی	جاذبه‌های عشایری	ژئوتوریسم	ارتباطات	دسترسی و	تفریحی	امکانات رفاهی و	جاذبه‌های مذهبی	کشاورزی	جاذبه‌های	اکوتوریسم درمانی	جاذبه‌های جنگلی
بان زرده	۵	۵	۵	۵	۴	۴	۵	۴	۴	۴	۴	۵	۴	۴	۴	۴
بیونج	۲	۲	۲	۳	۲	۴	۲	۲	۳	۲	۲	۱	۲	۲	۲	۲
قلخانی	۵	۲	۴	۴	۳	۵	۵	۱	۱	۲	۲	۳	۴	۵	۵	۳
گوران	۴	۳	۵	۵	۴	۳	۴	۲	۲	۳	۳	۵	۵	۴	۴	۲
مرکزی	۴	۵	۴	۴	۵	۲	۵	۵	۵	۵	۵	۳	۴	۵	۵	۵

چنانکه ملاحظه می‌شود، معیارها و شاخص‌ها از ارجحیت و اهمیت یکسانی برخوردار نیستند. در این الگوریتم، این نقیصه به کمک جدول اوزان شاخص‌ها برطرف شده است. این شاخص‌ها به منزله معیار اندازه‌گیری توانمندی‌های دهستان‌های شهرستان دالاهو در جذب گردشگر تلقی می‌شود. همچنین، وزن هر شاخص با توجه به اهمیت هر کدام از پدیده‌ها در جذب گردشگر، کارشناسی و محاسبه و در ستون مربوطه از طریق ماتریس جدول (۲) نوشته شده است.

مرحله دوم: بی‌مقیاس کردن داده‌ها و تشکیل ماتریس استاندارد

به علت متفاوت بودن واحد اندازه‌گیری مقادیر کمی معیارها و شاخص‌ها، لزوم نادیده گرفتن دیمانسیون آنها و تبدیل مقادیر کمی به ارقامی بدون بُعد ضروری می‌نمود. به همین جهت، تمامی مقادیر تعلق گرفته به درآیه‌های ماتریس تصمیم‌گیری، براساس فرمول زیر به مقادیر بدون بُعد تبدیل شد:

$$R_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m a_{ij}^2}}$$

در ادامه، ماتریس استاندارد شده حاصل از این فرایند با حرف R نشان‌داده و ماتریس (r) را تشکیل شده است:

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

جدول ۳) ماتریس استاندارد شده شاخص‌های گردشگری

شاخص / دهستان	جاذبه‌های طبیعی	جاذبه‌های تاریخی	جاذبه‌های روستایی	جاذبه‌های فرهنگی	جاذبه‌های عشائری	ژئوتوریسم	دسترسی و ارتباطات	امکانات رفاهی و تفریحی	جاذبه‌های مذهبی	جاذبه‌های کشاورزی	اکوتوریسم درمانی	جاذبه‌های جنگلی
بان زرده	۶	۰	۶	۸	۹	۵	۱	۱	۰	۷	۰	۰
	۲/۹	۳/۵	۲/۲	۱/۴	۱/۱	۲/۶	۲/۵	۲/۰	۳/۰	۱/۶	۱/۱	۲/۱
بیونج	۴	۴	۹	۰	۹	۴	۲	۵	۱	۹	۴	۱
	۰/۳	۰/۸	۰/۴	۱/۳	۱/۱	۰/۱	۱/۱	۰/۲	۰/۲	۰/۹	۰/۵	۱/۳
قلخانی	۶	۴	۶	۰	۹	۵	۱	۵	۰	۷	۸	۱
	۲/۹	۰/۸	۱/۷	۱/۳	۲/۸	۲/۶	۰/۳	۰/۲	۱/۸	۱/۶	۲/۱	۱/۳
گوران	۷	۰	۶	۸	۰	۶	۵	۱	۰	۷	۸	۵
	۱/۲	۱/۹	۲/۲	۱/۴	۱/۷	۱/۴	۰/۳	۱/۸	۳/۰	۲/۶	۱/۰	۰/۰
مرکزی	۷	۰	۶	۸	۴	۵	۳	۲	۰	۷	۸	۱
	۱/۲	۳/۵	۱/۷	۲/۸	۰/۷	۲/۶	۳/۷	۳/۸	۱/۸	۱/۶	۲/۱	۳/۴

مرحله سوم: تهیه ماتریس نرمالیزه و وزن‌دهی شده (ماتریس V)

در این مرحله به تشکیل ماتریس (V) اقدام می‌کنیم. در واقع، ماتریس (V) حاصل ضرب مقادیر استاندارد هر شاخص در اوزان مربوط به خود است. به عبارت دیگر، برای هم ارزش کردن مقادیر درآیه‌های ماتریس R، مجموعه اوزان پارامترهای Wj به صورت نظیر به نظیر در ستون‌های این ماتریس ضرب شد. این عمل با استفاده از ماتریس بی‌مقیاس وزن (V) با بردار W به عنوان ورودی‌های این الگوریتم محقق گردید.

$$V_{ij} = R_{ij} \times W_{n \times n} = \begin{bmatrix} v_{11} & \dots & v_{1j} & \dots & v_{1n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ v_{m1} & \dots & v_{mi} & \dots & v_{mn} \end{bmatrix}$$

ماتریس به دست آمده از این فرایند، ماتریس نرمالیزه و وزن‌دهی شده است که آن را با حرف V نشان می‌دهند. این ماتریس از رابطه تعیین Wj بر اساس $\sum_{j=1}^n W_j = 1$ (مجموع اوزان برابر با یک) و تعدیل Wj محاسبه شده از طریق آنروپی شانون با قضاوت کارشناسی DM از اهمیت شاخص هاست:

$$W'_j = \text{وزن تعدیل شده} = \frac{\lambda_j \cdot W_j}{\sum_{j=1}^n \lambda_j \cdot W_j}$$

جدول (۴) ماتریس نرمالیزه و وزن‌دهی شاخص‌ها از طریق آنتروپی شانون

شاخص / دهستان	جاذبه های طبیعی	جاذبه های تاریخی	جاذبه های روستایی	جاذبه های عشائری	ژئوتوریسم	دسترسی و ارتباطات	امکانات رفاهی	جاذبه های مذهبی	جاذبه های کشاورزی	اکوتوریسم درمانی	جاذبه های جنگلی
بان	۳	۳	۱	۱	۱	۲	۱	۴	۱	۰	۱
بیونج	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰
قلخانی	۰/۲	۰/۴	۰/۱	۰/۸	۰/۷	۰/۱	۰/۴	۰/۱	۰/۲	۰/۴	۰/۶
گوران	۰/۰	۰/۰	۰/۸	۰/۴	۰/۱	۰/۷	۰/۰	۰/۳	۰/۹	۰/۹	۰/۳
مرکزی	۰/۰	۰/۰	۰/۱	۰/۳	۰/۷	۰/۳	۰/۹	۰/۱	۰/۲	۰/۴	۰/۸
وزن	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱

جدول (۵) مشخص نمودن راه‌حل ایده‌آل مثبت (بالاترین عملکرد شاخص‌ها)

شاخص / دهستان	جاذبه های طبیعی	جاذبه های تاریخی	جاذبه های روستایی	جاذبه های عشائری	ژئوتوریسم	دسترسی و ارتباطات	امکانات رفاهی و تفریحی	جاذبه های مذهبی	جاذبه های کشاورزی	اکوتوریسم درمانی	جاذبه های جنگلی
بان زرده	۰/۷۳	۰/۶۵	۰/۳	۰/۰۴	۰/۰۵	۰/۶۹	۰/۲۰	۰/۰۱	۰/۰۲	۰	۰/۰۸
بیونج	۰	۰	۰	۰	۰/۰۵	۰/۱۹	۰	۰	۰	۰	۰/۰۱
قلخانی	۰/۷۳	۰	۰/۲	۰	۰/۱۵	۰/۲۲	۰	۰/۱۱	۰/۰۲	۰/۱۳	۰/۰۱
گوران	۰/۲۴	۰/۰۳	۰/۳	۰/۰۴	۰/۰۷	۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۰۱	۰/۱۵	۰/۰۴	۰
مرکزی	۰/۲۴	۰/۶۵	۰/۲	۰/۲۱	۰/۲۲	۰/۷۶	۰/۶۱	۰/۱۱	۰/۰۲	۰/۱۳	۰/۲۵
Min	۰/۵	۰/۴	۰/	۰/۸	۰/۲	۰/۴	۰/۴	۰/۱	۰/۶	۰/۲	۰/۳

مرحله چهارم: مشخص نمودن راه حل ایده آل مثبت و ایده آل منفی

این مرحله مشتمل بر مشخص نمودن راه حل ایده آل مثبت و ایده آل منفی (بالا ترین و پایین ترین عملکرد هر شاخص) است. در این مرحله برای مشخص کردن برترین عامل ها و همچنین، کم اولویت ترین شاخص های گردشگری در دهستان ها به ترتیب از دو پارامتر A^- و A^+ استفاده شده است. نحوه به دست آوردن این پارامتر به شرح زیر است:

$$A^+ = \left\{ \left(\max V_{ij} | j \in J \right), \left(\min V_{ij} | j \in J' \right) | i = 1, 2, \dots, m \right\} = \{v_1^+, v_2^+, \dots, v_j^+, \dots, v_n^+\}$$

$$A^- = \left\{ \left(\min V_{ij} | j \in J \right), \left(\max V_{ij} | j \in J' \right) | i = 1, 2, \dots, m \right\} = \{v_1^-, v_2^-, \dots, v_j^-, \dots, v_n^-\}$$

جدول ۶) مشخص نمودن راه حل ایده آل منفی (پایین ترین عملکرد شاخص ها)

شاخص دهستان	جاذبه های طبیعی	جاذبه های تاریخی	جاذبه های روستایی	فرهنگی	جاذبه های عشایری	ژئوتوریسم	ارتباطات دسترسی و	امکانات رفاهی	جاذبه های مذهبی	کشاورزی	جاذبه های	اکوتوریسم درهانی	جاذبه های جنگلی
بان زرده	۰	۰	۰	۰/۶	۰/۰۲	۰	۰/۲۴	۰/۱۱	۰	۰/۰۴	۰/۰۸	۰/۰۴	
یونینج	۰/۷۳	۰/۶۵	۰/۱۳	۰/۱	۰/۰۲	۰	۰/۷۸	۰/۶۱	۱	۰/۱۵	۰/۱۳	۰/۱۴	
قلخانی	۰	۰/۶۵	۰/۰۴	۰/۱	۰	۰	۰/۷۶	۰/۶۱	۰	۰/۰۴	۰	۰/۱۴	
گوران	۰/۱۳	۰/۳۸	۰	۰/۶	۰/۰۹	۰	۰/۳۵	۰/۳۵	۱	۰	۰/۰۲	۰/۲۵	
مرکزی	۰/۱۳	۰	۰/۰۴	۰	۰/۱۵	۰	۰	۰	۰	۰/۰۴	۰	۰	
Max	۰/۲	۰/۰	۰/۸	۰	۰/۴	۰/۷	۰/۳	۰/۹	۳	۰/۲	۰/۴	۰/۸	

مرحله پنجم: محاسبه اندازه جدایی (فاصله گزینه A_m با ایده آل ها با استفاده از روش اقلیدسی)

در این مرحله، فاصله هر گزینه با توجه به نوع آن با جواب برتر (ایده آل ترین S_i^+ و یا بدترین S_i^-) با استفاده از روش فاصله اقلیدس (n بعدی) به شکل رابطه زیر محاسبه شد:

$$\text{فاصله گزینه } A_m \text{ از ایده آل مثبت} = S_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_{ij} - V_j^+)^2}; i = 1, 2, \dots, m$$

$$\text{فاصله گزینه } A_m \text{ از ایده آل منفی} = S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_{ij} - V_j^-)^2}; i = 1, 2, \dots, m$$

جدول ۷) محاسبه فاصله اقلیدسی تا بهترین و بدترین اندازه جدایی شاخص ها (فاصله گزینه A_i با ایده آل ها)

امتیازات ایده آل منفی d_{i-}	امتیازات ایده آل مثبت d_{i+}	دهستان
۰/۶۲	۰/۲۵	بان زرده
۰/۱۶	۰/۶۹	بیونج
۰/۳۸	۰/۶۲	قلخانی
۰/۴۲	۰/۵۲	گوران
۰/۶۵	۰/۲۸	مرکزی

مرحله ششم: محاسبه نزدیکی نسبی به راه حل ایده آل

در این مرحله با استفاده از پارامتر CL_i میزان نزدیکی نسبی گزینه ها با جواب ایده آل محاسبه می شود:

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

ملاحظه می کنیم چنانچه $S_i = A^+$ گردد، آنگاه $d_{i+} = 0$ بوده و $CL_i = 1$ در صورتی که $S_i = A^-$ شود، آنگاه $S_i^- = 0$ بوده و $CL_i = 0$ خواهد شد. بنابراین، هر اندازه گزینه A_i به راه حل ایده آل نزدیکتر باشد، ارزش CL_i به واحد نزدیکتر خواهد بود.

جدول ۸) محاسبه نزدیکی نسبی به راه حل ایده آل (CL_{i+}) دهستان ها

مرکزی	گوران	قلخانی	بیونج	بان زرده	دهستان شاخص
۶۹۴	۱۴۴۹	۳۷۶	۰/۱۸۸	۱۷۱	CL_{i+}

مرحله هفتم: رتبه بندی گزینه ها بر اساس ترتیب نزولی (CL_i)

برای مرتب کردن و اولویت بندی گزینه ها (دهستان ها)، مقادیر به دست آمده CL_i را به ترتیب بزرگی اعداد مرتب می کنیم، اهمیت و اولویت گزینه ها به بزرگی اعداد آنها بستگی داشته؛ به نحوی که هر چه بزرگتر باشد، دارای اولویت و اهمیت بیشتری برای انتخاب است. این میزان بین صفر و یک در نوسان است. در این راستا $CL_i = 1$ نشان دهنده بالاترین رتبه و $CL_i = 0$ نیز نشان دهنده کمترین رتبه است.

جدول ۹) رتبه بندی و اولویت بندی دهستان ها بر اساس ترتیب نزولی (CL_i)

اولویت	رتبه بندی نهایی	دهستان های شهرستان دالاهو
۱	۰/۷۱	بان زرده
۲	۰/۶۹	مرکزی
۳	۰/۴۴	گوران
۴	۰/۳۷	قلخانی
۵	۰/۱۸	بیونج

نتیجه گیری

امروزه گردشگری یکی از امیدبخش‌ترین فعالیت‌هایی است که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد می‌کنند. این نگاه از گردشگری در دنیا باعث شده کشورهای مختلف با اتکا به همه ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل، از این صنعت پُررونق غافل نمانند، در راستای شکل دهی و ساختارمند ساختن آن همت بیشتری از خود نشان دهند؛ به گونه‌ای که سازمان جهانی گردشگری پیش‌بینی می‌کند که در سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران به یک میلیارد نفر خواهد رسید. کشور ایران با داشتن پتانسیل‌های گردشگری، جزو ده کشور اول جهان از لحاظ جاذبه‌های گردشگری و جزو پنج کشور اول جهان از نظر تنوع گردشگری است. نمونه‌ای از این مناطق که جاذبه‌ها و توانمندی‌های بسیار بالایی در جذب گردشگر دارد، شهرستان دالاهو در قلب کوه‌های زاگرس است، که با برنامه‌ریزی و مدیریت درست و شناسایی و سرمایه‌گذاری مناسب می‌تواند جایگاه مورد قبولی از لحاظ جذب گردشگر کسب نماید. در این پژوهش، با بهره‌گیری از روش تشابه به گزینه ایده آل فازی (مدل تاپسیس) با استفاده از دوازده شاخص جاذبه و توان گردشگری به رتبه‌بندی دهستان‌های شهرستان دالاهو مبادرت گردیده است. از مباحث مطرح شده و تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌توان استنباط کرد که دهستان بان زرده از بسیاری جهات، با $Cl_i = 0/71$ دارای بالاترین توان‌ها و استعدادها برای جذب گردشگر، و دهستان یونوج با $Cl_i = 0/18$ کمترین پتانسیل را در جذب گردشگر در شهرستان به خود اختصاص داده است. پس از بان زرده به ترتیب دهستان‌های مرکزی با $0/69$ ، گوران با $0/44$ و قلخانی با $0/37$ در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند. پژوهش نشان داد وجود جاذبه‌ها شرط لازم برای مسافرت گردشگران به یک مقصد گردشگری است. توجه بیشتر به جاذبه‌ها و توانمندی‌های گردشگری می‌تواند در توسعه صنعت گردشگری شهرستان دالاهو مؤثر باشد؛ اما امکان دسترسی آسان به این جاذبه‌ها از عوامل بسیار مهم جذب گردشگران به یک مقصد گردشگری است. وجود جاذبه‌های غنی گردشگری بدون وجود ساختارهای زیربنایی مناسب نمی‌تواند موجب جذب گردشگران و ایجاد رضایت در آنها شود. به عبارت دیگر، داشتن ساختارهای زیربنایی مناسب که در واقع جزئی از محصول گردشگری است، می‌تواند گردشگران بیشتری را برای بازدید از اماکن و جاذبه‌های گردشگری جذب کند. لذا با توسعه آنها در مقاصد گردشگری می‌توان در جذب بیشتر گردشگران موفق بود. مطالعه و بررسی جاذبه‌ها برای ارزش‌گذاری و توان منابع محیطی نشان می‌دهد در ناحیه کوهستانی دالاهو به دلیل برخورداری از موقعیت ممتاز گردشگری، وجود جاذبه‌های طبیعی؛ اعم از آب و هوای معتدل کوهستانی، مناظر و چشم‌اندازهای زیبا و دیدنی، عوامل مذهبی و تاریخی و کوهنوردی، گردشگری می‌تواند گزینه مناسبی برای رسیدن به توسعه منطقه باشد. از مجموع آنچه بیان شد، می‌توان به این نتیجه رسید که برنامه‌ریزی اصولی و به ویژه تهیه و اجرای طرح جامع گردشگری استان نه تنها می‌تواند امکان جذب گردشگر بیشتر را فراهم آورد؛ بلکه با اختصاص اعتبارات گردشگری، تبلیغات، احیا، مرمت آثار تاریخی و باستانی و معرفی جاذبه‌های دهستان‌ها، می‌توان از توان‌های گردشگری این شهرستان استفاده بهینه کرد.

منابع

- ۱- پاپلی یزدی، محمد حسین و مهدی سقایی. (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

- ۲- جمشیدی، نوید. (۱۳۸۱). *بررسی و امکان‌سنجی اقامتگاه مناسب گردشگری شهر اصفهان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اقتصادی، استاد راهنما: نعمت‌الله اکبری، استاد مشاور: حسن کلباسی، دانشگاه اصفهان.
- ۳- دفتر ترویج و توسعه مشارکت‌های مردمی وزارت تعاون. (۱۳۸۳). *بررسی وضعیت گردشگری و تعاونی‌های توریستی در ایران، مجله تعاون*، ش ۱۶۲، ص ۵۶.
- ۴- رضوانی، علی اصغر. (۱۳۸۵). *جغرافیا و صنعت توریسم*، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- ۵- زاهدی، شمس‌السادات. (۱۳۸۵). *مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تکیه بر محیط زیست)*، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- ۶- زنگی‌آبادی، علی و همکاران. (۱۳۸۵). *تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان، مجله جغرافیا و توسعه*، انتشارات دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان.
- ۷- طاهرخانی، مهدی. (۱۳۸۶). *کاربرد تکنیک TOPSIS در اولویت‌بندی مکانی استقرار صنایع تبدیلی کشاورزی در مناطق روستایی، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی*، سال ششم، شماره سوم، ص ۴۴.
- ۸- غفاری، هادی. (۱۳۸۱). *صنعت توریسم در ایران، چالش‌ها و راهکارها، مجله اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، شماره ۱۸۶-۱۸۵.
- ۹- فرج‌زاده اصل، منوچهر. (۱۳۸۴). *سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه ریزی گردشگری*، تهران: سمت.
- ۱۱- قره‌نژاد، حسن. (۱۳۷۴). *مقدمه‌ای بر اقتصاد و سیاست‌گذاری توریسم*، اصفهان: انتشارات مانی.
- ۱۲- کاظمی، مهدی. (۱۳۸۶). *مدیریت گردشگری*، تهران: سمت، چاپ دوم.
- ۱۳- مرکز آمار ایران. (۱۳۸۵). *سرشماری عمومی نفوس و مسکن*، استان کرمانشاه، شهرستان دالاهو.
- ۱۴- موحد، علی. (۱۳۸۶). *گردشگری شهری*، اهواز: انتشارات دانشگاه شهید چمران.
- ۱۵- مهدوی، مسعود و همکاران. (۱۳۸۷). *اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظر سنجی از روستایان دره کن و سولقان، فصلنامه روستا و توسعه*، سال ۱۱ ش ۲.
- ۱۶- مهدوی، داوود. (۱۳۸۳). *راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT*، دهستان لواسان کوچک، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی، ص ۸۷.
- ۱۷- مؤمنی، مصطفی و دیگران. (۱۳۷۸). *ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه و کلان شهر مشهد، مجله جغرافیا و توسعه*، سال ششم، شماره پیاپی ۱۱، زاهدان.
- ۱۸- ناجی، رضا. (۱۳۷۴). *راهیابی به توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی*، تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات سیاحتی، ص ۹۶.
- ۱۹- نصیری‌زاده، حمیدرضا و جلیل‌توتونچی. (۱۳۸۲). *جهانگردی و اشتغال*، سمینار بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه جهانگردی در ایران، تهران: سازمان ایرانگردی و جهانگردی.
- 20- Backus, G. J, Stillwell, W. G, Latter, S. M, Wallerstein, M, C (1982). Decision making with applications for environmental management. *Environ. Manage.* 493-504.
- 21- Botti, Laurent, Nicolas Peypoch, Bernardin Solonandrasana (2008), *Time & Tourism Attraction*, *Tourism Management* 29, pp 594- 596

- 22- Briedenhann, Jenny and Eugenia Wickens, 2004, Tourism Routes as a tool for the Economic Development of Rural Areas-vibrant Hope or Impossible Dream? *Tourism Management*, vol.25.
- 23- Campbell .L.m(1999). *Ecotourism in Rural Developing Communities*. Canada: University of Western on tarino.
- 24- economics, www.elsevier.com/locate/ecocon
- 25- England Research(2005), "Rural and farm tourism". Available on: www.anobanini.ir.
- 26- Holjeva, Ivanka, 2003. *A Vision of Tourism and the Hotel Industry in the 21 Century*, *Hospitality managemwnt*. vol.22
- 27- Lanza, Alessandro, Anil Markandya, Francesco Pigliaru(2005), *The Economics of Tourism & Sustainable Development*, Edward Elgar Publishing, Massachusetts U.S.A.
- 28- Oppermann, Martin(1996), "Rural tourism in Southern Germany". *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, No. 1.
- 29- Prato, Tony(2001). *Modeling carrying capacity for national parks, ecological*
- 30- Soteriades, Morios(2002), "Tourism and environment in rural areas." Available on: www.fund.acbe/prelude
- 31- www.parsgeotourism.com.