



**Geographic Notion**  
Vol.3. Spring 2008  
Zanjan University  
No.22

**اندیشه جغرافیایی**  
سال دوم، شماره سوم، بهار ۱۳۸۷  
دانشگاه زنجان  
مقاله شماره ۲۲

## اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری استان زنجان در راستای توسعه منطقه‌ای

جمشید عینالی<sup>۱</sup>، احمد رومیانی<sup>۲</sup>، محمد کاظم جمشیدی<sup>۳</sup>

### چکیده

توسعه گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردهای برنامه‌ریزی توسعه پایدار است که امروزه از آن به عنوان یکی از پیشروترین فعالیت‌های اقتصادی و صنعت در حال رشد و ابزاری تأثیرگذار برای افزایش درآمد در سطوح مختلف کشورها یاد می‌شود. در همین راستا، در کشور ما در یک دهه اخیر توجه به مناطق و جاذبه‌های گردشگری در سطح استان‌ها با هدف توسعه منطقه‌ای مورد توجه قرار گرفته است. هدف از این مطالعه اولویت‌بندی مناطق و جاذبه‌های گردشگری مصوب در سطح استان زنجان با توجه به معیارهای اعلام شده از طرف سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری است تا بتواند راهکار مناسبی برای توسعه گردشگری و برنامه‌ریزی بهتر برای ایجاد تأسیسات و ایفای نقش مناسب در توسعه منطقه‌ای ارائه کند. روش مورد استفاده در این تحقیق از نوع تحلیلی- توصیفی و با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی است، لذا بعد از مطالعه مبانی تئوریک داده‌های مورد نیاز با استفاده از روش‌های میدانی گردآوری و در نهایت از تکنیک VIKOR اقدام به رتبه‌بندی و تعیین اولویت مناطق نمونه گردشگری استفاده شده است. نتایج تحلیل نشان می‌دهد

۱. استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه زنجان [ainalia@gmail.com](mailto:ainalia@gmail.com)

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی - دانشگاه زنجان

۳. دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی - اقتصادی و اجتماعی - آکادمی علوم جمهوری آذربایجان



که مناطق نمونه گردشگری گنبد سلطانیه، غار کتله خور، سد کینه ورس، پنجه علی و سد تهم به ترتیب دارای بالاترین سطوح برخوردار از معیارهای مورد نظر بوده‌اند.

**واژگان کلیدی:** گردشگری - توسعه منطقه‌ای - رتبه‌بندی - استان زنجان.

## مقدمه

در شرایطی دهه اولیه قرن بیست و یکم به پایان رسیده است، که هنوز توسعه منطقه‌ای در کشورهای در حال توسعه با چالش‌های متعددی مواجه است. چرا که، راهبردهای گذشته در زمینه توسعه منطقه‌ای موفقیت آمیز نبوده و نتوانسته‌اند مسائلی همچون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و پایداری محیط زیست را تأمین کنند. این راهبردها در توزیع منافع حاصل از رشد و توسعه نیز موفق نبوده و سبب ایجاد مشکلات متعددی در این کشورها شده است، این مسئله باعث شده است که در سال‌های اخیر توسعه گردشگری به عنوان یکی از راهبردهای توسعه منطقه‌ای مورد توجه قرار گرفته و نظریه پردازان، برنامه ریزان و مجریان دولتی در صدد برآیند تا با ارائه راهکارها و روش‌های جدید، از معضلات و مسائلی که این نواحی گریبان گیر آن هستند، بکاهند (می‌هالیچ ۲۰۰۲: ۸۴-۸۱). یکی از این راهبردهایی که اخیراً در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته و حتی در برخی از این کشورها به اجرا درآمده و نتایج مثبتی به همراه داشته، توسعه و گسترش گردشگری است که دارای پتانسیل‌های لازم برای توسعه پایدار منطقه‌ای می‌باشد. بنابراین، صنعت جهانگردی به عنوان یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان به طور متوسط ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی و ۱۰ درصد از اشتغال جهان را به خود اختصاص داده است و برای برخی از کشورهای به عنوان مهم‌ترین فعالیت اقتصادی ارزیابی می‌شود (قادری، ۱۳۸۸: ۱) این صنعت امروزه به قدری در توسعه اقتصادی، اجتماعی، کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان از آن تحت عنوان «صادرات نامرئی» یاد می‌کنند (رضوانی، ۱۳۸۲: ۶۴).

ایران به واسطه موقعیت جغرافیایی- ژئوپلتیکی، دارا بودن جاذبه‌های تاریخی و طبیعی متعدد، اقلیم چهار فصل در مقیاس‌های محلی و منطقه‌ای، داشتن جاذبه‌های طبیعت گردی متنوع در فواصل نزدیک به هم، تنوع قومی و شیوه‌های زندگی و... و از طرفی هم‌جواری با بازار مصرف ثروتمند در حاشیه خلیج فارس و... قابلیت بسیار زیادی برای تبدیل شدن به قطب صنعت توریسم منطقه را دارد (عینالی و همکاران، ۱۳۸۴) و می‌تواند به عنوان راهی برای رهایی از درآمدهای تک محصولی در کشور (که وابستگی شدیدی به درآمدهای نفتی دارد) مطرح باشد (طیسی، ۱۳۸۶: ۲). بنابراین، توسعه گردشگری به عنوان یک راهبرد جدید در زمینه توسعه منطقه‌ای در ایران می‌تواند نقش به‌سزائی در تنوع بخشی اقتصادی و کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای ایفا نماید که می‌تواند در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش‌های اقتصادی و با برنامه‌ریزی اصولی تحولی عظیم در اقتصاد مناطق مختلف کشور به همراه داشته باشد.

#### ۱- مبانی نظری

در طی نیم قرن اخیر صنعت جهانگردی روند رشد شتابان و پایداری را پشت سر گذاشته و با ارایه خدمات و فعالیت‌های گوناگون به یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌الرشدترین بخش‌های اقتصادی جهان مبدل شده است. در حال حاضر این فعالیت مهم اقتصادی یکی از بخش‌های مهم بازرگانی جهان محسوب می‌شود و درآمد ناشی از آن رتبه چهارم بعد از درآمد فرآورده‌های نفتی، پتروشیمی و خودروسازی را دارد (قادری، ۱۳۸۸: ۱). با توجه به اهمیت گردشگری در توسعه پایدار در سطوح مختلف، سعی شده تا به طور اختصار به بیان نقش آن در توسعه پایدار اجتماعی- اقتصادی و توسعه منطقه‌ای پرداخته شود.

#### ۱-۲- گردشگری و توسعه پایدار اقتصادی- اجتماعی

۱ . طبق اعلام سازمان جهانی جهانگردی (WTO) ایران از نظر جاذبه‌های تاریخی و طبیعی جزء ده کشور برتر جهان به شمار می‌آید. ولی از نظر میزان ورودی گردشگر بین‌المللی سهم ایران حدود ۰/۲۴ درصد است که رتبه هشتم دنیا را دارد (قادری، ۱۳۸۸).



پایداری یک مفهوم یکپارچه است که دربرگیرنده ابعاد متعددی از قبیل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و محیطی است که با بهره‌گیری انسان از محیط جغرافیایی و تجارب مدیریت منابع و حداقل سازی آشفتگی اکوسیستم‌ها و اجتناب از بی‌نظمی (پیگرم و وهب، ۲۰۰۴) و کیفیت توسعه و توزیع متعادل اثرات آن (میوآل، ۱۹۹۹، ۴)، تأمین امنیت نسل‌های فعلی و آتی، دسترسی برابر به منابع، آموزش و آگاه‌سازی، توجه به برنامه‌ریزی خانواده، سازمان اجتماعی و نهادهای محلی، حقوق دارایی‌ها، حکمرانی خوب و... (پراساد، ۲۰۰۳، ۷۵۶) تعریف می‌شود. بنابراین توجه به گردشگری پایدار ریشه در مفاهیم توسعه پایدار دارد (پیگرم و وهب، ۲۰۰۴). از دیدگاه شارپلی و تلفر (۲۰۰۲: ۱۱۲)، مطالعات گردشگری و توسعه پایدار همپوشانی زیادی داشته و در این فرآیند گردشگری به عنوان یک مشارکت‌کننده بالقوه در توسعه اجتماعی-اقتصادی جامعه میزبان مطرح است. با توجه به این که هر نوع فعالیت توسعه‌ای الزاماً با ایجاد تغییرات و دگرگونی‌هایی در جامعه به همراه خواهد بود، گردشگری نیز به عنوان یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های توسعه‌ای، سرچشمه دگرگونی و تغییرات متعددی در ارکان جامعه می‌باشد که دارای تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم، مثبت و منفی، ملموس و ناملموس، بلند مدت و کوتاه مدت، و کمی و کیفی خواهد بود. با توجه به اثرات جنبی گردشگری در اقتصاد، مسأله اشتغال‌زایی دارای اهمیت فراوانی است که می‌تواند علاوه بر ایجاد درآمد و رونق اقتصادی از اثرات زیان‌بار فرهنگی-اجتماعی بیکاری جلوگیری نماید (الوانی، ۱۳۷۳: ۱۹۷). به نظر می‌هالیچ، گردشگری می‌تواند به طور بالقوه در توسعه اقتصادی جامعه میزبان مشارکت کرده و به حذف شکاف در حال گسترش بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه کمک کند. به نظر وی توسعه گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن در کشورهای در حال توسعه به کاهش نابرابری بین مناطق

---

1 Pigram & wahab

2. Meale

1. Prasad

2. Sharpley & Telfer



داخلی کشورها از طریق تسهیل فرآیند توسعه اقتصادی و اجتماعی منجر خواهد شد (میهایچ، ۲۰۰۲، ۸۱). به طوری که، این امر از طریق ایجاد تغییر و پیشرفت در زمینه‌های اقتصادی- اجتماعی صورت می‌گیرد که با شاخص‌هایی از قبیل درآمد سرانه، کاهش سطح فقر، عدالت اجتماعی بیشتر، نوسازی متناسب با تغییرات اجتماعی، سطوح بالاتر اشتغال و آموزش، بهبود و دستیابی به خدمات بهداشتی- سلامت، و ... بیان می‌شود و در نهایت به یک زندگی بهتر با فرصت‌های بیشتر برای توانمندسازی افراد و جوامع محلی می‌انجامد (میهایچ، ۲۰۰۲، ۸۳).

از دیدگاه توسعه پایدار، صنعت گردشگری، به عنوان بزرگ‌ترین و متنوع صنعت دنیا، نقش عمده‌ای در فرآیند توانمندسازی و توسعه ظرفیت‌های محلی از طریق تنوع بخشی به رشد اقتصادی و فعالیت‌های مرتبط، انتقال تکنولوژی و تفکرات جدید، تأمین بازار برای تولیدات محلی، بهبود زیرساخت‌ها (بیک محمدی، ۱۳۷۷: ۲۱؛ شریف‌زاده، ۱۳۸۷: ۵۲؛ پاپلی یزدی، ۱۳۸۵: ۴۱؛ الوانی، ۱۳۸۵: ۱۲۳؛ چاگک، ۱۳۸۵)، حرکت سرمایه و انتقال پول و ارز (تولایی، ۱۳۸۵: ۱۵)، ایجاد ارتباط سازنده بین بخش‌های اقتصادی (گزارش گردهمایی، ۱۳۷۷)، ایجاد اشتغال مولد و تنوع بخشی به آن (لطفی و یوسفی باصری، ۱۳۹۰؛ اژدری، ۱۳۸۳؛ گزارش گردهمایی، ۱۳۷۷؛ چاگک؛ ۱۳۸۵؛ و لاس و بچری ۱۹۹۶، ۲۱۸)، گسترش یکپارچگی و همگرایی اجتماعی- فرهنگی در سطح منطقه‌ای و تقویت وحدت و وفاق ملی (پاپلی یزدی، ۱۳۸۵: ۳۸ و توکلی، ۱۳۷۹)، ارتقای سطح فرهنگ، نوگرایی و پا گرفتن اقشار جدید و حفظ میراث فرهنگی و آداب و سنن بومی (رضوانی، ۱۳۸۴؛ کاظمی ۱۳۸۲: ۴۵؛ فرخی، ۱۳۸۷) و ... ایفا می‌کند.

## ۲-۲- گردشگری و توسعه پایدار منطقه‌ای

اگر منطقه به عنوان محدوده جغرافیایی و اجتماعی- اقتصادی که به عنوان واحد سیاسی- اداری یا ترکیبی از آن‌ها با هویت مشخص تعریف شود (کلانتری، ۱۳۸۰: ۲۷).



آرمان برنامه‌ریزی منطقه‌ای پیشبرد توسعه از «برای مردم» به سوی «با مردم» و در نهایت «توسط مردم» خواهد بود (صرافی، ۱۳۷۶: ۱۷۷) که در این راستا گردشگری می‌تواند با توجه به سریع‌الرشد بودن خود نقش سازنده‌ای را ایفا کند. توجه به نقش گردشگری در فرآیند توسعه منطقه‌ای بحث جدیدی در مجامع علمی نیست. به طوری که، بررسی ادبیات توسعه نشان می‌دهد که گردشگری می‌تواند به طور بالقوه در توسعه و رشد منطقه‌ای تأثیرگذار باشد، اما گاهی اوقات به افزایش نابرابری‌هایی نیز در سطح مناطق و یا بین مناطق مختلف یک کشور منجر می‌شود (شارپلی و تلفر، ۲۰۰۲، ۱۲۰). گردشگری امروزه در چهارچوب طرح‌های آمایشی در سطوح مختلف ملی، منطقه‌ای و محلی به عنوان یکی از ابزارها و مؤلفه‌های مهم توسعه و کاهش محرومیت به شمار می‌رود. از این منظر گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه منطقه‌ای، فعالیتی ارزش‌آور و متعادل‌کننده مطرح می‌شود که موجب توسعه اقتصادی و اجتماعی شده و توزیع عادلانه درآمد و فرصت‌های اشتغال را به دنبال دارد (شکوئی، ۱۳۵۴: ۱۲؛ تولایی، ۱۳۸۵: ۶۱). مهم‌ترین هدف توسعه گردشگری داخلی و خارجی، توسعه اقتصادی-اجتماعی نواحی مقصد است (شارپلی و ریچارد، ۱۹۹۷، ۴۰) به طوری که گردشگری، پول و جمعیت را از مراکز تمرکز و ثقل صنعتی به سوی نواحی پیرامونی، روستاها و جاذبه‌های طبیعی می‌کشاند (دیباپی، ۱۳۷۱: ۴۴).

از دیدگاه کریستالر (۱۹۶۳) گردشگری می‌تواند به عنوان ابزاری برای نیل به توسعه اقتصادی در مناطق پیرامونی از طریق مسافرت گردشگران ثروتمند از مراکز شهری به پیرامونی، مبادله ارزش خارجی و ایجاد شغل باشد. به نظر پروتر (۱۹۹۸) ایجاد یک طبقه گردشگر می‌تواند در فرایند توسعه اقتصادی به یک قدرت مثبت در بهبود زیرساختی و فعالیت اقتصادی پراکنده در مناطق دورافتاده منجر شود. بنابراین گردشگری می‌تواند به عنوان یک استراتژی موفق در بهبود و ارتقای توسعه منطقه‌ای هم در مناطق شهری و هم



در مناطق روستایی مورد استفاده قرار گیرد (شارپلی و شارپلی، ۱۹۹۷). ویلیام و شاو (۱۹۹۱) نقش بالقوه گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن برای نیل به توسعه منطقه‌ای اتوماتیک‌وار در کشورهای اروپایی را تشریح کردند. (پیلین بوش و تیمپلمن، ۱۹۷۳) در بیان اهمیت گردشگری در توسعه منطقه‌ای به نقش آن در تأمین نیازمندی‌های زیرساختی برای گردشگری به عنوان ابزار توسعه منطقه‌ای توجه کرده‌اند. به طوری که از دیدگاه صاحب نظران، توسعه فعالیت‌های گردشگری به عنوان «قطب‌های رشد» می‌تواند به توسعه منطقه‌ای یکنواخت کمک کند (کمبر، ۱۹۷۹). به عنوان مثال، برنامه‌ریزان دولتی مکزیک، از تئوری قطب‌های رشد برای توسعه مراکز گردشگری، به ویژه در مناطقی مانند لوریتو، لس کابس، هاتولکو و کانکون نهایت استفاده را برده‌اند (ویور و اپرمن، ۲۰۰۴).

به نظر شارپلی و تلفر (۲۰۰۲) در انتخاب گردشگری به عنوان قطب‌های رشد، دولت‌ها، معمولاً سایت‌ها و مکان‌هایی را شناسایی می‌کنند که در مناطق حاشیه‌ای اقتصادی قرار دارند و برنامه‌ریزان آن‌ها را برای توسعه پایدار اقتصادی از طریق توسعه گردشگری به عنوان گزینه‌های مناسب پیشنهاد داده‌اند. در این نگرش سرمایه‌گذاری‌های اولیه دولت در شکل تسهیلات بودجه‌ای و تأمین زیرساخت‌های توسعه در مناطق نمونه انتخابی به همراه معافیت مالیاتی و ارایه مشوق‌های مختلف از طرف دولت، زمینه را برای جذب سرمایه بخش‌های خصوصی و عمومی هموار می‌کند شارپلی و تلفر (۲۰۰۲، ۱۲۱) و در نهایت می‌تواند به توسعه درون‌زا و مستقل گردشگری در سال‌های بعد کمک کند و با توسعه منطقه نمونه اثرات آن به صورت تراوش به بیرون به توسعه منطقه‌ای منجر شود. کالدرز معتقد است که برنامه‌ریزی توسعه منطقه‌ای بایستی بر روی ایجاد جذابیت برای استقرار صنایع خارج از منطقه فعالیت کند که

- 
- 2. Sharpley & Sharpley
  - 3. Peppelenbosch & Tempelman
  - 1. Kemper
  - 2. Weaver & Oppermann



توانمندی ایجاد قطب‌های رشد و به خدمت گرفتن عوامل پیش برنده برای فعالیت‌های اقتصادی دیگر را دارند (کالدرز، ۲۰۰۰، ۱۸۷)

علاوه بر این اهمیت همگرایی اقتصادی در گردشگری در سطوح افقی و عمودی بین تولید کنندگان محلی به عنوان شیوه‌ای از رقابت مطرح است (سینکلایر و استبلر، ۱۹۹۷). به نظر مالکی، گردشگری می‌تواند در ایجاد جاذبه‌های سرمایه‌گذاری در سطح محلی به عنوان ابزاری برای توسعه منطقه‌ای باشد (مالکی، ۱۹۹۷) در این دیدگاه گردشگری یک نگرش جدید به سیاست‌های توسعه اقتصادی در مناطقی که ایجاد اشتغال از طریق سرمایه‌گذاری مشکل است، می‌باشد که در طی این فرآیند کارآفرینی از طریق بکارگیری ابزارهای کاربر تسهیل می‌شود. این سیاست در مناطق نمونه گردشگری که دارای جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی جاذب گردشگر است؛ اهمیت پیدا می‌کند و گردشگری از طریق سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، خدمات و تولید نقش مهمی در کارآفرینی در سطح منطقه ایفا می‌کند شارپلی و تلفر (۲۰۰۲، ۱۲۲). در بیان رابطه گردشگری و توسعه (ویلیامز، ۱۹۵) سه جنبه از گردشگری را بیان می‌کنند: ۱- گردشگری به عنوان یک محصول که بایستی در نقطه تولید مصرف شود. ۲- موقتی بودن بیشتر شکل‌های گردشگری ۳- گردشگری به عنوان یک صنعت در حال باز ساخت.

مناطق نمونه گردشگری، از طرح‌های استراتژیک پیشنهادی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری است که به منظور اجرایی شدن مفاد برنامه پنج ساله چهارم توسعه کشور از طرف دولت در قطب‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی کشور ایجاد می‌شود و بر اساس پتانسیل بالقوه و بالفعل در زمینه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی، میزان استقبال گردشگران، راه‌های دسترسی به آن مناطق و همچنین زیرساخت‌ها



انتخاب می‌شوند. هدف از ایجاد این مناطق، توسعه گردشگری عمومی با تکیه بر ایجاد واحدهای اقامتی ارزان قیمت برای استفاده اقشار مختلف جامعه است. انجام مطالعات و کمک به ایجاد زیرساخت‌ها برای راه‌اندازی این مناطق با استفاده از اعتبارات دولتی بوده و بهره‌برداری، مدیریت و نگهداری بر عهده بخش خصوصی می‌باشد.

## ۲- روش شناسی

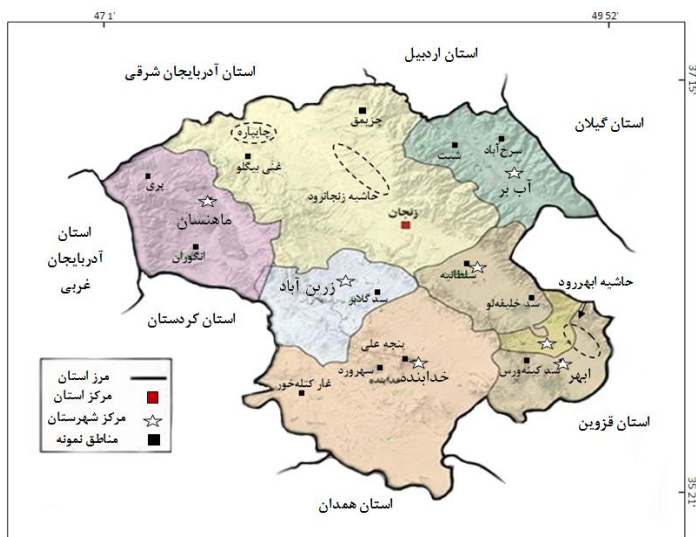
مدل‌های بهینه‌سازی از دوران نهضت صنعتی در جهان و به خصوص از زمان جنگ جهانی دوم همواره مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گرفته است. تاکید اصلی مدل‌های کلاسیک بهینه‌سازی بر وجود یک معیار سنجش (یا یک تابع هدف) بوده است. در دهه‌های اخیر محققین توسعه و برنامه‌ریزی به مدل‌های تصمیم‌گیری چند معیاره برای تصمیم‌گیری روی آوردند (طاهرخانی، ۱۳۸۶). ادبیات گسترده‌ای درباره مسائل انتخاب پروژه و اولویت‌بندی آن‌ها وجود دارد که دربرگیرنده رویکردهای متعددی در این زمینه است، که جنبه‌های گوناگون مسئله یا مشکل در نظر گرفته می‌شود (مردیت و مانتل؛ ۲۰۰۰) تصمیم‌گیری چند معیاره به طور گسترده در رتبه‌بندی یا انتخاب یک یا چند گزینه از بین مجموعه‌ای از گزینه‌های موجود با رعایت معیارهای متعدد که معمولاً با هم مغایر هستند، بکار می‌رود و با توجه به اهمیت این تحلیل‌ها، روش‌های زیادی برای حل مسائل چند معیاره توسعه یافته‌اند (وانینگ و یون؛ ۱۹۸۱؛ اولسون؛ ۱۹۹۶).

در این راستا تکنیک ویکور به عنوان یک روش تصمیم‌گیری چند شاخصه، روشی ساده ولی کارآمد در اولویت‌بندی قلمداد می‌شود که توسط آپریکوویچ و زنگ بر مبنای روش ال پی متریک<sup>۴</sup> توسعه یافته است (وی لین؛ ۲۰۰۸). دنگ و همکاران در

- 
1. Meredith and Mantle
  2. Meredith and Mantle
  3. Olson
  - 4.4- LP-metric
  5. Wei, Lin

بیان قابلیت‌های این تکنیک به عنوان یک رویکرد حل و گزینش چند معیاره موارد زیر را مورد توجه قرار داده‌اند (دنگ و همکاران، ۲۰۰۰)

- داشتن مفهوم منطقی و قابل درک،
- ساده بودن محاسبات،
- توانایی بالا در نشان دادن مراحل انجام کار برای اجرای بهتر کارکردهای مجموعه برای هر یک از معیارهای ارزیابی در یک رابطه ساده ریاضی.
- وارد کردن وزن‌های انتخابی به صورت مقایسه‌ای برای هر یک از پدیده‌ها یا اهداف در فرآیند مقایسه.



نقشه ۱: محدوده مورد مطالعه و موقعیت مناطق نمونه گردشگری پیشنهادی

منطقه مورد مطالعه دربرگیرنده محدوده سیاسی استان زنجان در منطقه شمال غرب کشور است که از  $47^{\circ}11'$  تا  $49^{\circ}52'$  طول شرقی و  $35^{\circ}25'$  تا  $37^{\circ}15'$  عرض جغرافیایی شمالی گسترده شده و از شمال شرق به استان گیلان، از شمال به استان اردبیل، از شمال غرب استان آذربایجان شرقی، از شرق به استان قزوین، از جنوب به استان همدان و از

غرب به استان آذربایجان غرب و از جنوب غرب به استان کردستان محدود می‌شود (نقشه ۱).

همان‌طور که اشاره شد تکنیک ویکور به عنوان یکی از روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه توافقی است که بر مبنای روش ال پی متریک توسعه یافته است. لذا با توجه به اهمیت موضوع، سعی شده است تا مراحل کاربرد این تکنیک به اختصار مورد بررسی قرار گیرد.

$$L_{pi} = \left\{ \sum_{j=1}^n [w_j (f_j^* - f_{ij}) / (f_j^* - f_j^-)]^p \right\}^{1/p} \quad (\text{رابطه ۱})$$

$$1 \leq p \leq +\infty; i = 1, 2, \dots, I.$$

این روش می‌تواند یک مقدار بیشینه مطلوبیت گروهی برای اکثریت و یک کمینه تأثیر انفرادی برای مخالفت را فراهم نماید. مراحل این روش شامل گام‌های ذیل است (وای و لین، ۲۰۰۸):

۱- اولین مرحله در این مدل ارائه شاخص‌های بکار رفته در تحقیق مورد نظر می‌باشد. جدول شماره ۱ نشانگر شاخص‌های بکار رفته و تعداد آن‌ها در زنجان می‌باشد.

۲- محاسبه مقادیر نرمال شده

فرض می‌کنیم  $m$  گزینه و  $n$  معیار داریم. گزینه‌های مختلف  $i$  به عنوان  $x_i$  مشخص شده‌اند. برای گزینه  $x_j$  رتبه جنبه  $\lambda_m$  به عنوان  $x_{ij}$  مشخص شده است و برای سایر گزینه‌ها نیز همین‌طور.  $x_{ij}$  ارزش و مقدار معیار  $\lambda_m$  است. برای فرایند نرمال سازی مقادیر، جایی که  $x_{ij}$  ارزش اصلی گزینه  $\lambda_m$  و بعد  $\lambda_m$  است:

$$f_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{j=1}^n x_{ij}^2}}, i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n \quad (\text{رابطه ۲})$$

۳- تعیین بهترین و بدترین مقدار

بهترین و بدترین هر یک از مقادیر در هر معیار را شناسایی می‌کنیم و به ترتیب  $f_j^*$

$$f_j^* = \text{Max } f_{ij}, i = 1, 2, \dots, m \quad \text{و } f_j^- \text{ را محاسبه می‌کنیم.}$$

$$f_j^- = \text{Min } f_{ij}, j = 1, 2, \dots, n$$

(رابطه ۳)

جایی که  $f_j^*$  بهترین راه حل ایده آل مثبت برای معیار  $f_j$  و  $f_j^-$  بدترین راه حل ایده آل منفی برای معیار  $f_j$  است.

اگر تمامی  $f_j^*$  را به هم پیوند بزنیم یک ترکیب بهینه خواهیم داشت که بیشترین امتیاز را خواهد داد که در مورد  $f_j^-$  نیز همین طور است.

۴- تعیین وزن معیارها

مهم‌ترین مسئله در رابطه با کاربرد تکنیک‌های چند منظوره برای اولویت‌بندی گزینه‌های پیشنهادی، توجه به ترجیح موضوعی است که معمولاً به وسیله تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر تجربیات شخصی، دانش و درک مسئله از طریق تکنیک استنباط ترجیحی مانند فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) تعیین می‌شود (ساتی<sup>۱</sup>، ۱۹۹۵) که تحت عنوان وزن‌دهی معیارها از آن یاد می‌شود. در این مطالعه، وزن‌دهی به معیارها با استفاده از نظرات افراد صاحب‌نظر در گردشگری از قبیل اعضای هیأت علمی و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با استفاده از تکنیک AHP صورت گرفته است.

۵- محاسبه فاصله گزینه‌ها از راه حل ایده آل

این مرحله محاسبه فاصله هر گزینه از راه حل ایده آل و سپس حاصل جمع آن‌ها برای ارزش نهایی بر اساس روابط ذیل است:

$$S_i = \sum_{j=1}^n w_j (f_j^* - f_{ij}) / (f_j^* - f_j^-) \quad (\text{رابطه ۴})$$

$$R_i = \text{Max}_j [w_j (f_j^* - f_{ij}) / (f_j^* - f_j^-)]$$

در اینجا  $S_i$  بیانگر نسبت فاصله گزینه  $i$ ام از راه حل ایده آل مثبت (بهترین ترکیب) و  $R_i$  بیانگر نسبت فاصله گزینه  $i$ ام از راه حل ایده آل منفی (بدترین ترکیب) می‌باشد.

برترین رتبه بر اساس ارزش  $S_i$  و بدترین رتبه بر اساس ارزش  $R_i$  بدست می آید. به عبارت دیگر  $S_i$  و  $R_i$  به ترتیب همان  $L_{1i}$  و  $L_{2i}$  در روش ال پی متریک هستند.

۶- محاسبه عملی با استفاده از تکنیک ویکور  $Q_i$

این مقدار برای هر یک از آنها به صورت زیر تعریف می شود:

$$Q_i = \nu \left[ \frac{S_i - S^*}{S^- - S^*} \right] + (1 - \nu) \left[ \frac{R_i - R^*}{R^- - R^*} \right] \quad (\text{رابطه ۵})$$

در اینجا:  $S^- = \text{Max } S_i$ ،  $S^* = \text{Min } S_i$ ،  $R^- = \text{Max } R_i$  و  $R^* = \text{Min } R_i$  و  $\nu$  وزن

استراتژی اکثریت موافق معیار یا حداکثر مطلوبیت گروهی است.

بیانگر نسبت فاصله از راه حل ایده آل منفی گزینه  $\bar{A}$ م و به عبارت دیگر

موافقت اکثریت برای نسبت  $\bar{A}$ م است.

بیانگر نسبت فاصله از راه حل ایده آل گزینه  $\bar{A}$ م و به معنی مخالفت با

نسبت گزینه  $\bar{A}$ م است. بنابراین هنگامی که مقدار  $\nu$  بزرگ تر از ۰/۵ باشد شاخص  $Q_i$

منجر به اکثریت موافق می شود. و هنگامی که مقدار آن کمتر از ۰/۵ می شود

شاخص  $Q_i$  بیانگر نگرش منفی اکثریت است. به طور کلی وقتی مقدار  $\nu$  برابر ۰/۵

است بیانگر نگرش توافقی متخصصان ارزیابی است.

۷- رتبه بندی گزینه ها بر اساس مقادیر  $Q_i$

در این مرحله بر اساس مقادیر  $Q_i$  محاسبه شده در گام قبل، گزینه ها را رتبه بندی

کرده و تصمیم گیری می نمایم.

### یافته های تحقیق

تحلیل فضایی گزینه های مناطق نمونه گردشگری استان زنجان با در نظر گرفتن

معیارهای مورد نظر به منظور تعیین ضریب جایگاه هر یک از ۲۰ منطقه نمونه

گردشگری استان زنجان که با استفاده از تکنیک ویکور محاسبه شده است، نشان

می دهد که تفاوت معناداری میان گزینه های پیشنهادی وجود دارد. به طوری که مناطق

نمونه گردشگری گنبد سلطانیه در شهرستان ابهر، غار کتله خور در شهرستان خداآبنده با توجه به منحصر به فرد بودن جاذبه‌ها، معروفیت بین‌المللی و استقرار واحدهای خدماتی، پذیرایی - اقامتی، خدمات زیرساختی در خود سایت و ... وضعیت بهتری در بین مناطق گردشگری استان دارند. علاوه بر مناطق نمونه گردشگری فوق، منطقه سد کینه‌ورس در شهرستان ابهر به دلیل فاصله ۳ کیلومتری از مجموعه شهری ابهر - خرمدره به عنوان دومین قطب جمعیتی استان زنجان، دسترسی به خدمات شهری و تأسیسات اقامتی - پذیرایی، امکان توسعه ورزش‌های آبی، قرارگیری در محور ترانزیتی و ارتباطی ابهر - خداآبنده و استان‌های غربی کشور و ... و منطقه پنجه‌علی با توجه به نزدیکی به شهر قیدار، قرارگیری در جوار مرقد مطهر حضرت قیدار نبی (ع)، دسترسی به تسهیلات و تأسیسات اقامتی - پذیرایی و ... دارای وضعیت مناسبی برای سرمایه‌گذاری و توسعه گردشگری هستند.

منطقه گردشگری سد تهم در شهرستان زنجان به دلیل فاصله ۱۰ کیلومتری از مرکز استان، قرارگیری در مسیر ارتباطی جدید طارم و استان گیلان، دسترسی و برخورداری از امکانات خدماتی و تسهیلات اقامتی شهر زنجان، استقرار در حد فاصل مناطق کوهستانی - دشتی و سرمایه‌گذاری در توسعه تفریحات و ورزش‌های آبی و ... زمینه‌های مناسبی را برای سرمایه‌گذاری در توسعه گردشگری می‌توانند داشته باشند. با توجه به موارد مطرح در فوق، مناطق نمونه گردشگری گنبد سلطانیه، غار کتله خور، سد کینه‌ورس، پنجه‌علی و سد تهم به ترتیب دارای بالاترین سطوح برخورداری از معیارهای مورد نظر بوده‌اند. از طرفی دیگر مناطق نمونه گردشگری پیشنهادی جزیمق و چاپیاره پایین در شهرستان زنجان، سرخ‌آباد در شهرستان طارم و غنی بیگلو در شهرستان زنجان نیز به ترتیب کم برخورداری‌ترین گزینه‌ها در بین مناطق نمونه گردشگری استان زنجان بوده‌اند.

## نتیجه‌گیری

گردشگری به عنوان یک صنعت پیشرو می تواند نقش مهمی در توسعه اجتماعی-اقتصادی مناطق نمونه گردشگری که عمدتاً دورتر از مراکز شهری هستند، ایفا کند. در این فرایند انتقال دانش، اطلاعات، پول و ... در کنار سرمایه گذاری های دولت در قالب ارایه خدمات زیرساختی و نیز سرمایه گذاری های بخش عمومی و خصوصی در شکل تسهیلات اقامتی- پذیرایی، خدمات گردشگری و ... منجر به شکوفایی اقتصادی مناطق پیرامونی شده و در نهایت منجر به بهبود شرایط اقتصادی- اجتماعی آن ها می شود و زمینه را برای نیل به توسعه پایدار منطقه ای فراهم می سازد. لذا به منظور تعیین اولویت سرمایه گذاری در مناطق نمونه گردشگری در استان زنجان با توجه به معیارهایی که از سوی سازمان متولی این مناطق اعلام شده بود، مطالعه حاضر انجام شد و در نهایت مشخص گردید که مناطق نمونه گردشگری گنبد سلطانیه در شهرستان ابهر، غار کتله خور در شهرستان خدابنده و منطقه سد کینه ورس در شهرستان ابهر و منطقه پنجه علی و سد تهم به ترتیب در شهرستان های خدابنده و زنجان دارای بالاترین سطح برخورداری از معیارهای مورد نظر و مناطق نمونه گردشگری جزیمق، چایپاره پایین و سرخ آباد نیز به عنوان کم برخورداری ترین گزینه ها در بین مناطق نمونه گردشگری استان زنجان بوده اند.

جدول ۱- شاخص های بکار رفته در اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری استان زنجان

تنوع جاذبه ها	+
ماه های گردشگری	-
بازارهای اصلی هدف	-
مهم ترین جاذبه گردشگری نزدیک منطقه	+
تجهیزات ورزشی - تفریحی در منطقه	I
تسهیلات خدماتی در نزدیک ترین شهر	-
تسهیلات اقامتی - پذیرایی در خود منطقه	I
تأسیسات اقامتی - پذیرایی در نزدیک ترین شهر	+
زیر بناهای اولیه منطقه	-
تنوع منابع تأمین آب و کیفیت آن	-
تنوع پوشش گیاهی منطقه	-
وضعیت توپوگرافی منطقه	-
موقعیت آبی منطقه	-
کیفیت راه	+
وضعیت دسترسی	+
منطقه نمونه گردشگری	قلعه به هستان





تیم		حاشیه زنجانرود	
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■
	■	■	■

ادامه جدول ۱- شاخص های بکار رفته در اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری استان زنجان

نوع جاذبه‌ها	■	■	■	■	■
ماه های گردشگری	■	■	■	■	■
بازارهای اصلی هدف	■	■	■	■	■
مهم ترین جاذبه گردشگری نزدیک منطقه	■	■	■	■	■
تجهیزات ورزشی - تفریحی در منطقه	■	■	■	■	■
تسهیلات خدماتی در نزدیک ترین شهر	■	■	■	■	■
تسهیلات اقامتی - پذیرایی در خود منطقه	■	■	■	■	■
تأسیسات اقامتی - پذیرایی در نزدیک ترین	■	■	■	■	■
زیربنای اولیه منطقه	■	■	■	■	■
تنوع منابع تامین آب و کیفیت آن	■	■	■	■	■
تنوع پوشش گیاهی منطقه	■	■	■	■	■
وضعیت توپوگرافی منطقه	■	■	■	■	■
موقعیت اقلیمی منطقه	■	■	■	■	■
کیفیت راه	■	■	■	■	■
وضعیت دسترسی	■	■	■	■	■
منطقه نمونه گردشگری	■	■	■	■	■
قلعه شیب	■	■	■	■	■
ایچرود پایین	■	■	■	■	■
چاپاره پایین	■	■	■	■	■
سرخ آباد	■	■	■	■	■
گلچین	■	■	■	■	■



-	▲	♣	-	♣	♣	♣	-	-	♣	♣	-	♣	♣	♣	دریاچه پری
♣	.	♣	♣	♣	.	♣	-	♣	-	♣	-	-	-	♣	انگوران
♣	.	♣	♣	♣	♣	♣	♣	♣	-	-	-	-	♣	♣	غنی بیگلر

جدول ۲- ضریب وزن شاخص‌ها

تنوع جاذبه‌ها	۰,۰۵
ماه‌های گردشگری	۰,۰۸
بازارهای اصلی هدف	۰,۰۱
مهم‌ترین جاذبه گردشگری نزدیک	۰,۰۶
تجهیزات ورزشی - تفریحی در	۰,۰۳
تسهیلات خدماتی در نزدیک‌ترین	۰,۰۷
تسهیلات اقامتی در منطقه	۰,۰۱
تأسیسات اقامتی در نزدیک‌ترین شهر	۰,۰۷
زیربنای اولیه منطقه	۰,۰۱
تنوع منابع آب	۰,۰۴
تنوع پوشش گیاهی	۰,۰۴
وضعیت توپوگرافی	۰,۰۳
موقعیت اقلیمی منطقه	۰,۰۶
کیفیت راه	۰,۰۸
وضعیت دسترسی	۰,۰۹
شاخص‌ها	وزن

جدول ۳- رتبه‌های نهایی

رتبه	$Q_i$	شهرستان	منطقه نمونه گردشگری
۲	I. II. III	ماهنشان	قلعه به هستان
۳	I	ابهر	گنبد سلطانیه
۴	I. II. III	خداننده	غار کتله خور
۵	I. II. III. IV	ابهر	سد کینه ورس
۶	I. II. III	ایجرود	سد گلابر
۷	I. II. III. IV	ابهر	سد خلیفه لو
۸	I. II. III. IV	ابهر	حاشیه ابهرود
۹	I. II. III. IV	خداننده	پنجه علی
۱۰	I. II. III. IV	خداننده	سهرورد
۱۱	I. II. III. IV	زنجان	تهم
۱۲	I. II. III. IV	زنجان	حاشیه زنجانرود
۱۳	I. II. III	زنجان	جزیمق
۱۴	I. II. III. IV	ماهنشان	گلچین
۱۵	I. II. III. IV	طارم	سرخ آباد
۱۶	I. II. III. IV	زنجان	چاپاره پایین
۱۷	I. II. III. IV	ایجرود	ایجرود پایین
۱۸	I. II. III. IV	ماهنشان	قلعه شیت
۱۹	I. II. III. IV	ماهنشان	دریاچه پری
۲۰	I. II. III. IV	ماهنشان	انگوران
۲۱	I. II. III. IV	زنجان	غنی بیگلو

## منابع و مآخذ

- ۱- طاهرخانی، مهدی (۱۳۸۶)، کاربرد تکنیک TOPSIS در اولویت بندی مکانی استقرار صنایع تبدیلی کشاورزی در مناطق روستایی، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، سال ششم، شماره ۳.
- ۲- صرافی، مظفر، (۱۳۷۹)، مبانی برنامه‌ریزی توسعه منطقه‌ای، دفتر آمایش سرزمین و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.
- ۳- کلانتری، خلیل، (۱۳۸۰)، برنامه‌ریزی و توسعه منطقه‌ای: تئوری‌ها و تکنیک‌ها، انتشارات خوشبین و انوار دانش.
- ۴- قادری، اسماعیل (۱۳۸۸)، بررسی اجمالی وضعیت صنعت جهانگردی کشور، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات فرهنگی، شماره مسلسل: ۱۰۰۰۲، کد موضوعی: ۲۷۰.
- ۵- عینالی، جمشید و همکاران (۱۳۸۴)، کاربرد فناوری‌های اطلاعات جغرافیایی در گردشگری مبتنی بر آثار باستانی، چالش و فرصتی نو در اقتصاد جهانی ایران، نخستین همایش اقتصاد ایران و اقتصاد جهانی: چالش‌ها و فرصت‌ها، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، شیراز.
- 6- Deng. Hepu, Chung-Hsing Yeh and Robert J. Willis (2000), "Inter-company comparison using modified TOPSIS with objective weights", *Computers & Operations Research* 27, Pp 963-973.
- 7- Hwang CL, Yoon KS (1981), "Multiple attribute decision making: methods and applications", New York, Springer.
- 8- Kemper, Robert V. (1979), Tourism in Taos and Patzcuaro: A Comparison of two Approaches to Regional Development, *Annals of Tourism Research* 6(1): 91-110.
- 9- Malecki, E. (1997). Technology and economic development: The dynamics of local, regional and national competitiveness (2nd Ed.). Essex, England: Addison Wesley Longman.
- 10- Meale, A. (1999), Sustainable development: the view from government, *Earthwise*, No.13, January, pp.4-5.
- 11- Meredith J., S. Mantle (2000), " Project Management: A Managerial Approach", *fourth ed. Wiley, New York*, 2000.
- 12- Mihalič, Tanja (2002), Tourism and development: Concept and Issues. Chapter 3: Tourism and Economic Development Issues, Edited by: Richard Sharpley and David J. Telfer, (2002), 81-111.
- 13- Olson DL (1996), "Decision aids for selection problems", New York, Springer.

- 14- Oppermann, Martín & Weaver, David Bruce (2000), *Tourism management*, John Wiley & Sons Australia, 2000 - 468 pages
- 15- Peppelenbosch P. G. N. & Tempelman G. J. (1973), *Tourism and the Developing Countries*, Article first published online: 27 MAR 2008, *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, Volume 64, Issue 1, pages 52–58.
- 16- Pigram J. J. and S. Wahab (2004), *Tourism, Development and Growth: The challenge of sustainability*, Edited by Wahab. Salah and John J. Pigram Routledge. Digital Printing, 2004. Routledge, Business & Economics - 302 pages.
- 17- Prasad, I. P., 2003, "The Great Earthquake", the Life and Times of Maharaja Juddha Shamsheer Jung Bahadur Rana of Nepal. Delhi: Ashish Publishing House.
- 18- Saaty TL, (1995), "Decision making for leaders", 3rd ed. New York, RWS Publications.
- 19- Sharpley R. and Sharpley J. (1997), *RURAL TOURISM- AN INTRODUCTION*, International Thomson Business Press, London, 1997. Xviii, 165 pp. ISBN 0-415-14010-2.
- 20- Sharpley Richard and Telfer David J. (2002), *Tourism and development: concepts and issues*, Channel View Publications, 2002 - Business & Economics - 397 pages.
- 21- Sinclair M. Thea and Stabler, Mike (1997), *Technology and Economic Development: The Dynamics of Local, Regional and National Competitiveness*, 2nd edition (London and Boston: Addison Wesley Longman, 1997). *The economics of tourism* Routledge, 1997 - Business & Economics - 264 pages
- 22- Telfer David J. P (2002), Chapter: 4, *Tourism and Regional Development Issues*, (Pp:112- 149), *Tourism and development: Concepts and issues*. Buffalo, Edited By Sharpley R., & Telfer, D. NY, Channel View Publications.