

بررسی عوامل فرهنگی و اقتصادی موثر بر توسعه اقتصاد گردشگری در راستای رتبه‌بندی شهرستان‌های استان یزد با تاکید بر جغرافیای منطقه فاطمه دوزنده ضیایی^۱

کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

تیمور آمار

دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۲/۰۴ تاریخ صدور پذیرش: ۱۳۹۸/۰۴/۲۴

چکیده

برنامه‌ریزی توسعه گردشگری هدفمند می‌تواند باعث افزایش جذب گردشگران شده و منافع مستقیم و غیرمستقیم فراوانی اعم از اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیطی را در فرآیند چند جانبه توسعه علی‌الخصوص توسعه اقتصادی برای کشورهای متکی به اقتصاد تک محصولی نفت به همراه داشته باشد. در همین راستا، پژوهش حاضر با ماهیت توسعه‌ای-کاربردی، و روش تحقیق ترکیبی، به رتبه‌بندی شهرستان‌های استان یزد از لحاظ عوامل فرهنگی و اقتصادی گردشگری می‌پردازد. برای جمع‌آوری داده‌ها و آمار به سالنامه آماری سال ۱۳۹۵ استان مراجعه شده است. بدین منظور مولفه‌های فرهنگی و اقتصادی که بیشترین تاثیر را در گسترش گردشگری فرهنگی داشتند انتخاب شده‌اند. برای اولویت‌بندی از تکنیک تصمیم‌گیری چند معیاره VIKOR استفاده شده است. مطابق تحلیل صورت گرفته با تکنیک تصمیم‌گیری چند معیاره ویکور شهرستان یزد با ضریب توسعه ۰,۰۵۴ دارای بیشترین زیر ساخت‌ها و خدمات گردشگری منطقه‌ای است، شهرستان اردکان با ضریب توسعه ۰,۲۸۰ در مرتبه دوم قرار گرفته است، شهرستان مهریز با ضریب توسعه ۰,۵۲۱ در مرتبه سوم از لحاظ شاخص‌های توسعه جغرافیای گردشگری منطقه قرار دارد، شهرستان تفت با ضریب توسعه ۰,۵۵۹ در مرتبه چهارم قرار دارد، شهرستان میبد با ضریب توسعه ۰,۶۳۳/۰ در مرتبه پنجم، شهرستان خاتم با ضریب ۰,۷۷۸ در مرتبه ششم از لحاظ شاخص‌های گردشگری میراث تاریخی قرار گرفته، شهرستان اشکذر با ضریب توسعه ۰,۸۲۱ در مرتبه هفتم، شهرستان ابرکوه با ضریب ۰,۸۴۸ در مرتبه هشتم، شهرستان بافق با ضریب ۰,۹۰۸ در مرتبه نهم و در نهایت شهرستان بهاباد با ضریب توسعه ۱ دارای کمترین مولفه‌های توسعه منطقه‌ای گردشگری را دارا می‌باشد.

واژگان کلیدی: توسعه گردشگری، گردشگری سنتی و فرهنگی، استان یزد مدل VIKOR.

مقدمه

گردشگری یک بخش خدمات در حال رشد سریع در کشورهای در حال توسعه است (Faber & Gaubert, 2019: 45). استراتژی توسعه گردشگری بلند مدت، موفقیت یک کشور در بازار رقابت خدمات گردشگری جهانی را تعیین می‌کند، حفظ زیرساخت‌های گردشگری امری مهم برای این رقابت در بین کشورها است (Petrova & et al, 2018: 259). براساس تجربه کشورهای برتر منطقه در زمینه توسعه پایدار در صنعت گردشگری، پیش‌نیازهای توسعه پایدار در صنعت گردشگری شامل توسعه زیرساخت‌های گردشگری، توسعه جاذبه‌های گردشگری با کیفیت بالا، نقش دولت‌ها، امنیت آرامش، و احترام به اخلاق و فرهنگ گردشگران می‌باشد (Remi & Rajenda, 2016: 18). بدین منظور برای توسعه موفق گردشگری، وجود زیرساخت‌های مناسب ضروری است، و به‌ویژه برای کشورها و مناطق کمترتوسعه‌یافته که اغلب زیرساخت‌های محدودی دارند، وجود و گسترش آن عاملی حیاتی به‌شمار می‌رود (Inskeep, 1991: 119). تعیین قطب‌ها و مراکز برتر و رتبه‌بندی آنها در توسعه گردشگری به‌منظور خدمات‌رسانی بهتر، عدالت اجتماعی و اقتصادی در سطح نواحی ضروری است (شماعی و موسی‌وند، ۱۳۹۰: ۲۶). صنعت گردشگری در بازارهای مقاصد گردشگری هر روز رنگ و شکل تازه‌ای به خود می‌گیرد و مطابق با خواسته و سلیقه گردشگران از شکلی به شکل دیگر در می‌آید و در نتیجه با استفاده از ایجاد زیرساخت‌های بهتر و استراتژی‌های بازاریابی هدفمند کشورها می‌توانند برای جذب بیشتر گردشگران با یکدیگر رقابت کنند (Diker, 2018: 10). همچنین برنامه‌ریزی برای شناسایی ویژگی‌های مقصد گردشگری باعث تنوع منطقه و رشد گردشگری و عامل محرک‌های حیاتی اقتصادی در هر منطقه می‌شود (Liu et al, 2012: 413). همچنین بسیاری از مزایای اقتصادی گردشگری، کیفیت زندگی ساکنان را در زمینه‌های اشتغال، درآمد، افزایش درک از محل، به‌منزله‌ی پارامترهای مهم در توسعه افزایش می‌دهد (Kava & et al, 2015: 45). در برنامه‌ریزی گردشگری، لازم است که برخوردی متفاوت و متناسب با قابلیت‌های مقصدهای گردشگری صورت گیرد و برای تعیین این امر لازم است مقصدهای گردشگری یک منطقه سطح‌بندی شوند (ضیایی و شجاعی، ۱۳۸۹: ۳۷). از این رو سطح‌بندی مقصدهای گردشگری به‌عنوان یک راهبرد و استراتژی به‌منظور کاستن از عدم توازن‌های منطقه‌ای و سرزمینی مورد استفاده قرار می‌گیرد. سطح‌بندی، در واقع تعیین لایه‌های لازم یک سازمان است که بر حسب تفکیک مقیاس‌های کمی، واحدها را در سطوح مشابه سازماندهی می‌نماید. دامنه‌های کمی به‌گونه‌ای انتخاب می‌شوند که اختلاف سطوح، اختلاف کمی وظایف و عملکردها را بیان می‌کند (خضری و همکاران، ۱۳۹۲: ۴۲). از این جهت و به‌منظور 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 برنامه‌ریزی و توسعه اقتصادی-اجتماعی تدوین گردد، با شکست مواجه شده و هدر رفت منابع را به دنبال خواهد داشت. با این حال امروزه، در بین کشورها نیاز به تحلیل مسایل مربوط به فعالیت گردشگری از طریق به‌کارگیری روش‌های دقیق کمی کاربردی و منطقی، برای مدیریت بهینه نواحی و مکانهای گردشگری بیش از پیش احساس شده است (تقدیسی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۹۸). بنابراین سطح‌بندی جاذبه‌ها و مقصدهای گردشگری به‌عنوان بخشی از برنامه‌ریزی فضایی و

منطقه‌ای گردشگری بسیار اهمیت دارد و نیاز است تا توزیع فضایی جاذبه‌ها در این مناطق با زیرساخت‌های خدماتی پشتیبان مورد تحلیل قرار گیرد (کلانتری و ملک، ۱۳۹۳: ۵۶).

با تأثیر جهانی شدن در عرصه بین‌المللی، اقتصاد گردشگری نیز به سرعت در حال توسعه است (Yu & et al, 1: 2017)، باید در نظر داشت که سطح‌بندی گردشگری مفهوم متفاوتی از منطقه‌بندی گردشگری است، به طوری که در یک سطح، چندین منطقه با نقش‌ها و گونه‌های متفاوت گردشگری (تاریخی، فرهنگی، طبیعت‌گرا، تجاری، مذهبی و ...) می‌تواند وجود داشته باشد. علاوه بر این در مفهوم سطح‌بندی، 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 سطح‌بندی گردشگری؛ مقصدهایی با قابلیت‌ها و توان‌های گردشگری هم‌ارزش و هم‌تراز در یک سطح قرار می‌گیرند نه آنکه در ساختار عمودی رتبه‌بندی شوند (جلالی و خادم‌الحسینی، ۱۳۹۴: ۱۵۴). سطح‌بندی نواحی گردشگری معیاری برای تعیین مرکزیت و همچنین تعیین زیرساخت‌های مورد نیاز و تعدیل نابرابری بین نواحی است. در پژوهش‌های گردشگری تا دهه ۱۹۹۰ مطالب اندکی در مورد سطح‌بندی نواحی گردشگری انتشار یافته است، اما طی چند دهه اخیر محققان به سطح‌بندی گردشگری در مقیاس منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی و ناحیه‌ای پرداخته‌اند (Law Christopher, 2000: 120). در این زمینه، پژوهش‌ها و مطالعات فراوانی در کشور و مختلف جهان صورت پذیرفته است؛ از جمله: شمعی و موسی‌وند (۱۳۹۰)، در پژوهشی با عنوان سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS و AHP نشان دادند که در سطح‌بندی شهرستانها، شهرستان اصفهان و کاشان به ترتیب به‌عنوان نواحی اول و دوم گردشگری بیشترین امتیاز را دارند. همچنین همبستگی بین متغیر زیرساخت‌ها و تعداد گردشگران مثبت و ضریب همبستگی بیش از ۹۸ درصد بوده است. خضری و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان سطح‌بندی شهرستانهای استان فارس بر اساس شاخص‌های گردشگری با استفاده از روش امتیازات‌عاملی به این نتیجه رسیدند که توزیع امکانات و زیرساخت‌های گردشگری در میان شهرستانهای استان فارس هم‌آهنگ نمی‌باشد به‌شکلی که از مجموع ۲۹ شهرستان موردبررسی در استان فارس، شهرستانهای شیراز، کازرون، و سپیدان به ترتیب در سطح یک تا سه از نظر دارا بودن جاذبه‌های گردشگری قرار دارند و شهرستان مهر در آخرین سطح جاذبه‌های گردشگری قرار گرفته است. خاتمی فیروزآبادی و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی به رتبه‌بندی سواحل گردشگری جنوب ایران با استفاده از روش AHP پرداختند و نتایج حاکی از آن بود که کیش بهترین ساحل گردشگری جنوب ایران شناخته شد؛ چابهار، قشم، بندرعباس، بوشهر و اهواز نیز به ترتیب در رتبه‌های بعد قرار گرفتند.

قنبری و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان رتبه‌بندی شهرستان‌های استان آذربایجان شرقی بر اساس زیرساخت‌های گردشگری شهری با روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره (SAW، TOPSIS) و ضریب‌چولگی پیرسونی به این نتیجه رسیدند که اولاً شهرستان‌های تبریز، مراغه و شبستر، سه شهرستان اول و شهرستان‌های ورزقان، چاراویماق و خداآفرین، سه شهرستان آخر در رتبه‌بندی شهرستان‌های استان آذربایجان شرقی بر اساس برخورداری از زیرساخت‌های گردشگری شهری می‌باشند. ثانیاً به کارگیری ضریب‌چولگی پیرسونی نیز نشان داد که توزیع زیرساخت‌های گردشگری شهری در سطح استان آذربایجان شرقی نامتقارن با چولگی مثبت است. پوراحمد و

همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی با بهره‌گیری از مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره (VIKOR, TOPSIS, ELECTRA)، به ارزیابی قابلیت‌های گردشگری استان‌سمنان پرداخته‌اند و نتایج حاکی از عدم توزیع نامتعادل و نابرابر زیرساخت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری در سطح استان بوده است. موسوی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی با استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره (Vikor, Topsis) به بررسی و اولویت‌بندی توان‌ها و زیرساخت‌های توسعه گردشگری شهرستان‌های استان کردستان پرداختند و نتایج نشان داد که شهرستان سنندج در سطح فرابرخوردار و شهرستان‌های دهگلان و دیواندره در سطح فرو برخوردار (محروم) به لحاظ شاخص‌های زیرساختی گردشگری قرار گرفته‌اند. چقاجردی و مختاری‌ملک‌آبادی (۱۳۹۵)، در پژوهشی به سطح‌بندی شهرستان‌های اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری ورزشی با استفاده از مدل HDI پرداخته و به این نتیجه رسیدند که استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری ورزشی در سطح محروم می‌باشند.

دانگ ۱، کینگ ۲ و بائر ۳ (۲۰۰۲)، در ارزیابی جاذبه‌های طبیعی پارک ملی ویکتوریا در استرالیا به طبقه‌بندی این پارک به چهار سطح از نظر توان‌های گردشگری پرداخته و به این نتیجه رسیدند که تحلیل سلسله‌مراتبی می‌تواند در انتخاب محل مناسب به گردشگران و الویت‌بندی سرمایه‌گذاری به مدیران یاری رساند. اسدی ۴ و همکاران (۲۰۱۱)، در پژوهشی تحت‌عنوان استراتژی‌هایی برای توسعه توریسم‌درمانی در ایران که در آن از مدل تاپسیس استفاده کرده بودند به این نتیجه رسیدند که استراتژی‌های تهاجمی را در اولویت قرار دادند و با توجه به نقاط قوت فراوان صنعت توریسم‌درمانی در ایران، در میان استراتژی‌های تهاجمی، توسعه بازار و تولید را پیشنهاد دادند و با استفاده از مدل تاپسیس استراتژی‌های توریسم‌درمانی را در ایران اولویت‌بندی کردند. هیانگ و پینگ (۲۰۱۲)، در تحقیق خود با مدل فازی و TOPSIS به ارزیابی رقابت در صنایع گردشگری در ۹ کشور جنوب‌شرق آسیا پرداختند. این مطالعه در سال ۲۰۰۹ با استفاده از شش معیار (در دسترس بودن جاذبه‌ها، حمل و نقل مناسب، قیمت مناسب، امنیت، بازار عرضه محصولات، مناظر طبیعی) و ۱۵ زیر شاخص که از سوی کارشناسان در بخش‌های مختلف وزن‌بندی شده‌اند و در نهایت ارزیابی انجام گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که در رتبه‌بندی از بین ۹ کشور، بر اساس معیارهای یادشده، به ترتیب چین، ژاپن، هنگ‌کنگ، مالزی، تایلند، سنگاپور، تایوان، کره، و فیلیپین بهترین عملکرد را به خود اختصاص داده‌اند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۰).

ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری یکی از ده کشور اول جهان و از لحاظ آثار باستانی یکی از پنج سرزمین نخست جهان به جهت جاذبه‌های اکوتوریسم و تنوع گونه‌های گیاهی و جانوری است (تاج‌علی، ۱۳۸۵: ۴). ارزیابی شهرستان‌ها به لحاظ برخورداری از شاخص‌های گردشگری به برنامه‌ریزی توسعه اجتماعی و اقتصادی مخصوص هر یک از مناطق نیاز دارد (موسوی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۹). با توجه به اهمیت صنعت گردشگری از یک طرف و وجود پتانسیل‌های گردشگری در استان یزد از طرف دیگر، رتبه‌بندی مناطق مختلف این استان جهت برنامه‌ریزی‌های مناسب و کارا به منظور خدمات‌رسانی بهتر و عدالت اجتماعی و اقتصادی در سطوح مناطق مختلف ضروری است.

1. Deng
2. King
3. Bauer
4. Asadi

پژوهش حاضر با ماهیت توسعه‌ای-کاربردی، و روش تحقیق ترکیبی، به رتبه‌بندی شهرستان‌های استان یزد از لحاظ عوامل فرهنگی و اقتصادی گردشگری می‌پردازد. برای جمه آوری داده‌ها و آمار به سالنامه آماری سال ۱۳۹۵ استان مراجعه شده است. بدین منظور مولفه‌های فرهنگی و اقتصادی که بیشترین تاثیر را در گسترش گردشگری فرهنگی داشتند انتخاب شده اند. برای اولویت‌بندی از تکنیک تصمیم‌گیری چند معیاره VIKOR استفاده شده است.

مبانی نظری

گردشگری به عنوان یکی از بهترین گزینه برای توجه به فقر، اشتغال و طرحهای اقتصادی متنوع در کشورهای در حال توسعه در نظر گرفته شده است (Honeck, 2012:1). صنعت گردشگری را صنعت چتری می‌خوانند، زیرا طیف گسترده‌ای از فعالیتهای مختلف که با یکدیگر ارتباطی مشخص در حوزه مشتری دارند، در این صنعت گرد هم آمده‌اند. هتل‌داران، تورگردانان، راهنمایان تور، دفاتر خدمات مسافرتی، تولیدکنندگان صنایع دستی و غیره، همه و همه در یک چیز اشتراک دارند و آن تأمین رضایت مشتری است (رنجریان و زاهدی، ۱۳۸۸: ۸۲). گردشگری یک فرایند دینامیک و مشتمل بر عناصر متعددی است که چالش‌های قابل ملاحظه و نیز فرصتهای جدیدی را در کشورهای مقصد ایجاد می‌کند و در بسیاری از مقاصد به عنوان یک کنشگر برای تحول اقتصادی و اجتماعی عمل می‌کند (Abby liu, Geoffery wall, 2006: 159). بنابر سازمان جهانی گردشگری، پیش بینی بلند مدت و ارزیابی توسعه گردشگری تا ۲۰ سال اول هزاره جدید، چشم انداز گردشگری ۲۰۲۰ است (UNWTO, 2013). گردشگری بعد از صنعت رشد سریع در جهان و یک محرک پیشرو در رشد اقتصادی و عامل پیشرفت اجتماعی و اقتصادی را به وجود می‌آورد و این پیشرفت نه تنها شامل بسیاری از کشورهای در حال توسعه می‌شود بلکه شامل برخی از کشورهای توسعه یافته نیز است، افزایش مداوم در جریان گردشگری بین‌المللی در طول چند دهه گذشته نشانه صریح از شناور و انعطاف‌پذیر بودن بخش گردشگری در سراسر جهان است؛ سازمان جهانی جهانگردی ملل متحد پیش‌بینی می‌کند که درآمد حاصل از گردشگری با ۳/۳ درصد رشد در هر سال به ۱/۸ بلیون دلار در سال ۲۰۳۰ برسد (Shahzad & et al, 2017: 228). گردشگری به‌عنوان بزرگ‌ترین محرک اجتماعی با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و فضای متعدد همراه است (رهنمایی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۵۴-۱۷۴). به‌علاوه گردشگری از طریق افزایش تولید، اشتغال و درآمد حاصل از مالیات بر اقتصاد دنیا تأثیر می‌گذارد و محرکی است برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، سرمایه انسانی و فن‌آوری که نتیجه آن افزایش بهره‌وری شرکت‌های محلی با افزایش رقابت، بین آن‌ها می‌شود. گردشگری با توجه به ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی موجود در شهرها، می‌تواند نقش مهمی در تجدید حیات شهرها، حفاظت از میراث طبیعی، تاریخی و فرهنگی و در نهایت توسعه پایدار روستایی داشته باشد (رضوانی، ۱۳۸۷: ۱). در واقع توسعه و گردشگری دو عامل مرتبط به هم بوده که توسعه هر کدام بر دیگری اثری مثبت دارد (انوری و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۸). یکی از منابع مهم طبیعی کشور که می‌تواند کمک زیادی به توسعه اقتصادی و اجتماعی در سطح محلی، ملی و حتی جهانی کند، منابع و پتانسیل‌های موجود گردشگری می‌باشد که در ایران به نحو مطلوبی بهره‌برداری و تجزیه و تحلیل نشده‌اند. زیرا وابستگی شدید درآمد ارزی به صادرات فرآورده‌های نفت و گاز، موجب کم توجهی به این فعالیت شده است (میرکتولی و مصدق، ۱۳۸۹: ۱۳۸). جهت گذار از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب نیاز به یک نقشه راه‌نما می‌باشد. در برنامه‌ریزی توسعه شهری یک الگوی

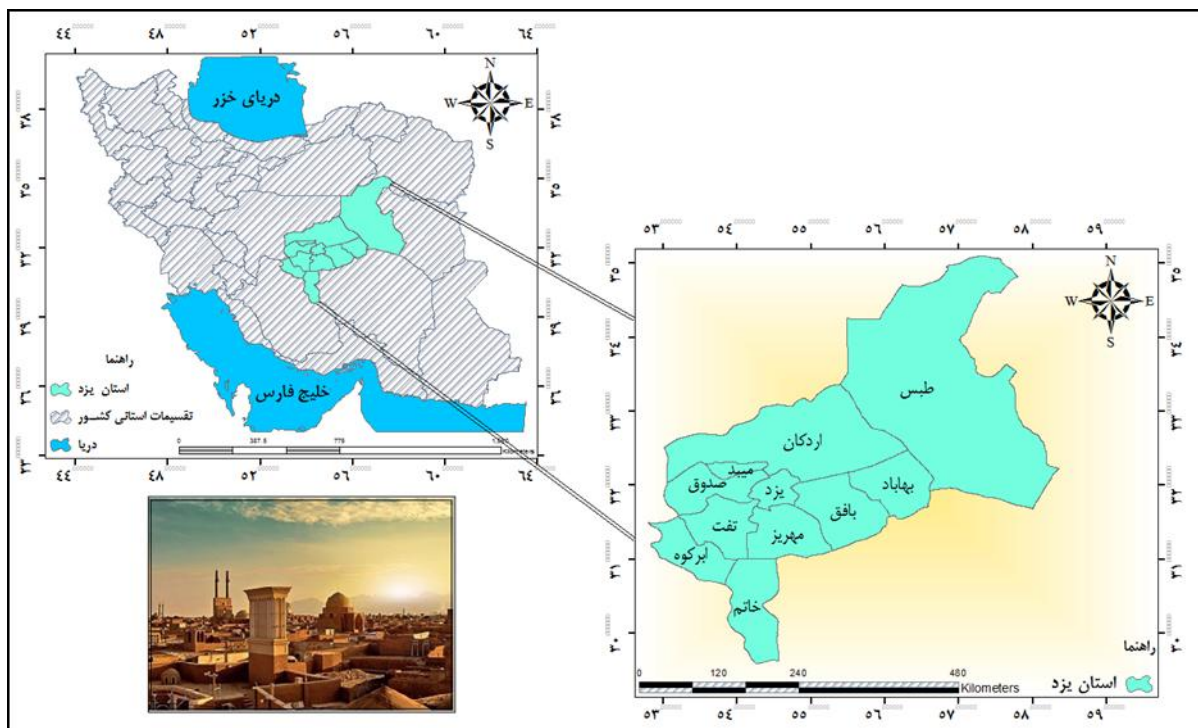
بومی و درون‌زا می‌تواند نقشه راه‌نمایی جهت توسعه و پیشرفت باشد، توجه به شرایط بومی و محلی (اقتصادی، اجتماعی، نهادی و محیطی) در الگوهای بومی و در نظر گرفتن شرایط متفاوت مکانی از کلیدهای موفقیت الگوهای بومی می‌باشد (توکلی و بادی وند، ۱۳۹۵: ۹۷). نظام جمهوری اسلامی ایران در سیاست‌های کلان توسعه نظام اجتماعی ایران تصمیم به تعریف پارادایمی خاص با عنوان الگوی ایرانی - اسلامی پیشرفت دارد که اصول پایه‌ای و جهت‌گیری‌های آن با توجه به اسناد فرادستی اعم از قانون اساسی، سند چشم‌انداز توسعه بیست‌ساله و سیاست‌های رهبری نظام، توسط مرکزی به همین نام مشخص شده‌اند. از طرف دیگر ساماندهی، رشد و توسعه هر یک از مؤلفه‌ها و ابعاد گردشگری بخصوص در بخش فرهنگی و سنتی موجبات فعالیت و تحرک جوامع محلی و اثرگذاری معنادار بر اقتصاد ملی کشور را دارد و با مشارکت بخش خصوصی، کارآفرینان و گروه‌های مختلف مردم در این صنعت زمینه‌های رونق در داخل و افزایش تولید ناخالص داخلی و ملی کشور فراهم می‌شود (ابراهیم بای سلامی، ۱۳۹۳: ۱۰۰۸). رویکرد پایداری نسبت به گردشگری شهری توسط بسیاری از محققان که بیشتر نگران حفظ اقتصاد و محیط‌زیست هستند پذیرفته شده است. اجتماعات روستایی به‌ندرت می‌توانند بدون ساختار اقتصادی متنوع به لحاظ اقتصادی پایدار باشند. در حالی که گردشگری شهری با ایجاد اشتغال و متنوع سازی فعالیت‌های اقتصادی به توسعه روستایی در اطراف شهرهای منطقه نیز کمک می‌کند. به این ترتیب توسعه شهری پایدار باید گردشگری را به‌عنوان حلقه‌ای از زنجیره سیاست‌گذاری در نظر بگیرد (رضوانی، ۱۳۸۷: ۱۴۹).

محدوده مورد مطالعه

استان یزد در مرکز ایران بین عرضی‌های جغرافیایی ۲۹ درجه و ۴۸ دقیقه تا ۳۳ درجه و ۳۰ دقیقه شمالی و طول جغرافیایی ۵۲ درجه و ۴۵ دقیقه تا ۵۶ درجه و ۳۰ دقیقه شرقی از نصف النهار مبدأ قرار گرفته است این استان از شمال و غرب به استان اصفهان، از شمال شرقی به استان خراسان، از جنوب غربی به استان فارس و از جنوب شرقی به استان کرمان محدود می‌شود استان یزد با ۱۲۰۰۰۰ کیلومتر مربع وسعت در مرکز ایران قرار دارد. استان یزد در قلمرو سلسله جبال مرکزی ایران واقع شده و از پستی و بلندی و چاله‌ها و کفه‌های کویری متعددی تشکیل شده است این ناهمواری‌ها مشتمل بر تپه‌های پای کوهی، دشت‌ها، بیابان‌ها، نواحی کویری و تپه‌های ماسه‌ای است جمعیت استان یزد در حال حاضر بالغ بر ۸۹۰۰۰۰ نفر است که ۴/۱ درصد از جمعیت کل کشور را به خود اختصاص می‌دهد از کل جمعیت استان ۷۸ درصد را جمعیت شهری و ۲۲ درصد را جمعیت روستائی تشکیل می‌دهد به دلیل وجود بیابان‌ها و کویرهای وسیع تراکم جمعیت در سطح استان کم است.

بخش بزرگی از مساحت محدوده استان را قسمت‌هایی از کویرهای مختلف پوشانده است. در حال حاضر استان یزد دارای طبق آخرین تقسیمات سیاسی و کشوری ده شهرستان ابرکوه - اردکان - بافق - بهاباد - تفت - خاتم - اشکذر - مهریز - میبد - یزد شامل بیست و سه شهر، بیست بخش، پنجاه و یک دهستان و حدود پنج هزار روستا است. شهرستان یزد با وسعت ۲۴۹۱ کیلومتر مربع بعنوان مرکز استان می‌باشد. در استان دو رشته کوه متمایز از هم وجود دارد. مورد اول بخشی از کوه‌هایی است که در جهت شمال غربی - جنوب شرقی از مرکز ایران عبور می‌کنند و به کوه‌های مرکزی ایران معروف هستند. دومی شامل رشته کوه‌هایی است که در مناطق مرکزی، شمالی و شرقی استان قرار دارند. رشته شیرکوه که مانند دیواری قسمت های مرکزی استان را از بخش غربی آن (چاله ابرقو) جدا می‌کند،

همواره از برف و یخ پوشیده شده و در تامین آب شهرهای یزد، تفت و مهریز نقش مهم و اساسی دارد. سرزمین یزد جلوه‌هایی از باشکوه‌ترین و درخشانترین میراث فرهنگی و تمدن کهن ادوار مختلف تاریخی ایران را در خود جای داده است. تاریخ سکونت انسان در این خطه از هزاره سوم پیش از میلاد فراتر رفته است، به طوری که در عهد پیشدادیان طوایف در حال کوچ از بلخ به پارس، این سرزمین را یزدان، نامیدند و از آن زمان به بعد یزد محل عبادت شد. از مهم‌ترین مراکز اسکان اولیه این سرزمین به مهرپادین (مهریز) فهرشان، پهره (فهرج)، خورمیش، ادر (اردکان)، شواز، قلاع موبدان (میبدا)، طرنج، عقدا و اشکذر می‌توان اشاره کرد. شهر یزد به عنوان محلی پاک و مقدس در رأس تمام آبادی‌های مزبور قرار داشته است. دره‌های سرسبز و مناطق بیلاقی، چشمه سارها، ارتفاعات و قله‌ها، غارها، حیات وحش و شکارگاه‌ها و به‌ویژه جاذبه‌های کویری از خصوصیات جالب توجه طبیعت یزد است که برخی از آنها جزء تفرجگاه‌های مهم مردم استان به شمار می‌آید. استان یزد از لحاظ کنش‌های فرهنگی نیز جالب توجه است. این منطقه از لحاظ رفتارهای فرهنگی مردم کانون گوناگونی‌هاست و در این بین خصوصیات فرهنگی زرتشتیان از پیشینه تاریخی درخشان‌ی برخوردار است.

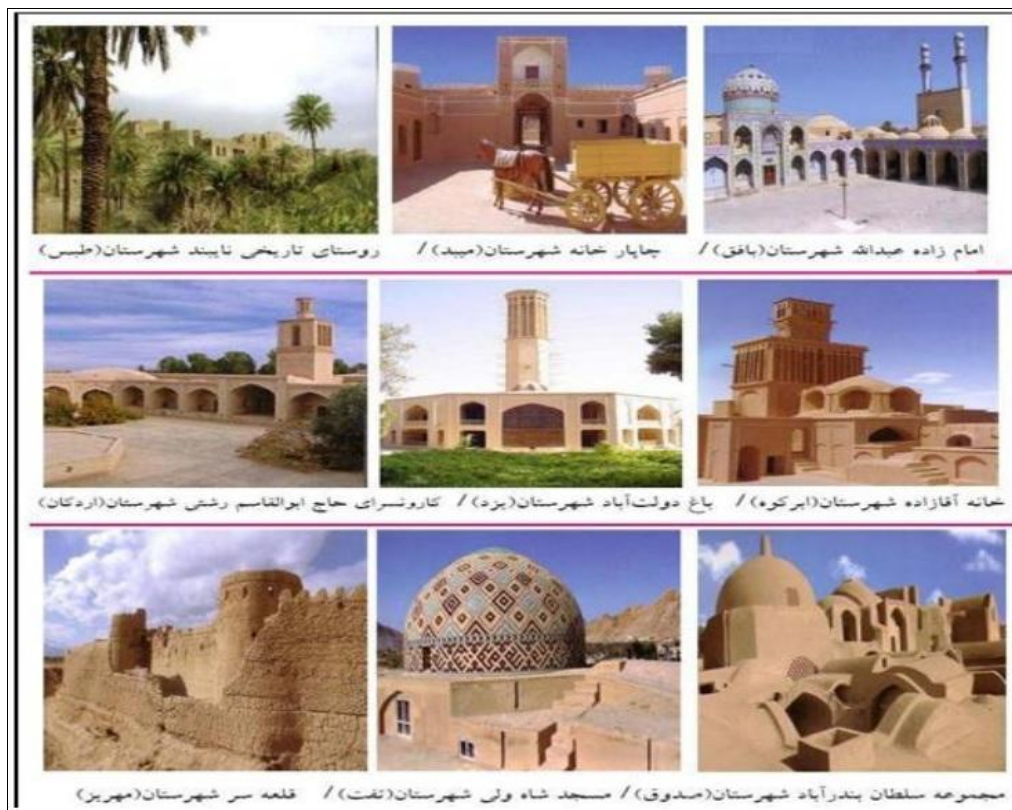


شکل ۱ شماره ۱: نقشه محدوده مورد مطالعه

منبع: نگارنده

زرتشتیان طبق آئین زرتشت مراسم ویژه‌ای را در روزهای معینی از سال برگزار می‌کنند که از دیدگاه جهانگردی برای افراد مسلمان و پیروان سایر ادیان جالب توجه و دیدنی است. ترمه، زیلو، سفال و سرامیک، شیرینی‌های سنتی چون باقلوا، پشمک و قطاب نمونه‌هایی از سوغات استان یزد می‌باشد که مورد استقبال مسافران و گردشگران قرار می‌گیرد. یزد از جمله استان‌های تاریخی و منحصر به فرد و یکی از زیباترین شهرهای خشتی دنیا است که با داشتن جاذبه‌های زیبا و کم نظیر، همه ساله گردشگران و مسافران زیادی را به سوی خود جلب می‌کند. مجموعه امیرچخماق، مسجد جامع کبیر یزد، باغ جهانی دولت‌آباد، زندان اسکندر، ساباط‌های شهر، آب انبار شش بادگیری،

آسیاب آبی اشکذر، باغ جهانی پهلوان‌پور و ... از جمله بناهای تاریخی استان یزد به شمار می‌آید. استان یزد با پیشینه دیرین فرهنگی، دارای هنرهای دستی اصیل چندین هزار ساله است. عمده ترین صنایع دستی این استان زیلو بافی، دارایی بافی، ساخت سفال، سرامیک و کاشی است (سازمان گردشگری و میراث فرهنگی استان یزد، ۱۳۹۷).



شکل شماره ۲: نمونه‌هایی از مقاصد گردشگری سنتی و فرهنگی استان یزد

منبع: مودت و ملکی، ۱۳۹۷

روش تحقیق

پژوهش حاضر با ماهیت توسعه‌ای-کاربردی، و روش تحقیق ترکیبی، به رتبه‌بندی شهرستان‌های استان یزد از لحاظ عوامل فرهنگی و اقتصادی گردشگری می‌پردازد. برای جمع‌آوری داده‌ها و آمار به سالنامه آماری سال ۱۳۹۵ استان مراجعه شده است. بدین منظور مولفه‌های فرهنگی و اقتصادی که بیشترین تاثیر را در گسترش گردشگری فرهنگی داشتند انتخاب شده اند. برای اولویت‌بندی از تکنیک تصمیم‌گیری چند معیاره VIKOR استفاده شده است. ویکور، یکی از روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره برای حل یک مسئله‌ی تصمیم‌گیری گسسته با معیارهای نامتناسب واحدهای اندازه‌گیری مختلف و متعارض که در سال ۱۹۸۸ میلادی توسط اپریکوویک^۱ و تزنگ ارائه گردید. کلمه-ی ویکور، برگرفته نام صربستانی^۲ به معنای بهینه‌سازی چندمعیاره و حل سازشی^۳ است. این روش، یک مجموعه‌ی رتبه‌بندی شده از گزینه‌های موجود را با توجه به شاخص‌های متضاد تعیین می‌کند. به طوری‌که رتبه‌بندی گزینه‌ها بر اساس این هدف صورت می‌گیرد. این جواب سازشی یک شاخص رتبه‌بندی چندمعیاره بر اساس نزدیکی به جواب

- 1 . Opricovic
- 2 . VlseKriterijumska Optimizacija I Kompromisno Resenje
- 3 . Multi-criteria optimization & compromise solution

ایده آل را مطرح می‌سازد (Opricovic, 1998: 16). این روش که مبتنی بر برنامه‌ریزی توافقی مسائل تصمیم‌گیری چندمعیاره است، مسائلی با معیارهای نامتناسب و ناسازگار را مورد ارزیابی قرار می‌دهد (عطائی، ۱۳۸۹: ۸۷). هدف اصلی روش ویکور، نزدیکی بیشتر به جواب ایده آل هر شاخص است (پوراحمد و خلیجی، ۱۳۹۳: ۱۲). مراحل این روش به صورت ذیل است:

تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & \dots & x_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{m1} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix} \quad (i=1,2,\dots,m) \quad (j=1,2,\dots,n)$$

بی‌مقیاس کردن ماتریس تصمیم‌گیری

$$F = \begin{bmatrix} f_{11} & \dots & f_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ f_{m1} & \dots & f_{mn} \end{bmatrix} \quad f_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}}$$

تعیین بهترین و بدترین مقدار هر معیار به ترتیب برای معیارهای مثبت و منفی

$$f_j^* = \max_i f_{ij} \quad f_j^- = \min_i f_{ij}$$

$$f_i^* = \min_j f_{ij} \quad f_i^- = \max_j f_{ij}$$

محاسبه مقدار سودمندی (S) و مقدار تاسف (R)

$$S_i = \sum_{j=1}^n w_j \frac{f_j^* - f_{ij}}{f_j^* - f_j^-} \quad R_i = \max \left\{ w_j \frac{f_j^* - f_{ij}}{f_j^* - f_j^-} \right\}$$

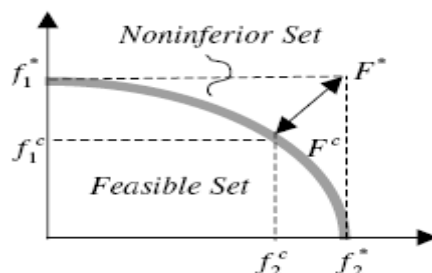
محاسبه شاخص ویکور (Q)

$$Q_i = v \left[\frac{S_i - S^-}{S^* - S^-} \right] + (1-v) \left[\frac{R_i - R^-}{R^* - R^-} \right]$$

$$S^- = \min S_i \quad S^* = \max S_i \quad R^- = \min R_i \quad R^* = \max R_i \quad v=0.5$$

رتبه‌بندی گزینه‌ها

به منظور رتبه‌بندی گزینه‌های مقادیر R، S و Q در سه گروه از کوچکتر به بزرگتر مرتب می‌شوند و در نهایت گزینه‌ای به عنوان گزینه برتر انتخاب می‌شود که در هر سه گروه به عنوان گزینه برتر شناخته شود.



شکل شماره ۳: راه حل توافقی و ایده آل منبع: (Opricovic & Tzeng, 2004: 447)

یافته‌های پژوهش

برای تحلیل میزان برخورداری شهرستان‌های استان یزد در پژوهش حاضر از مدل VIKOR در محیط اکسل استفاده شده است. ابتدا ماتریس داده‌ها به تعداد ۱۱ شاخص فرهنگی و اقتصادی (جدول ۱) برای ۱۰ شهرستان استان یزد تشکیل گردید (در جدول ۲). ماتریس داده‌ها نشان داده شده است). سپس با استفاده از مدل آنتروپی وزن‌دهی شد و وزن هر یک از شاخص‌ها محاسبه شد.

جدول شماره ۱: مولفه‌های مورد سنجش در پژوهش

مکان های مطالعه و اماکن فرهنگی	عوامل فرهنگی
تعداد سینما	
جشنواره‌ها و گالری ها (گنجایش صندلی ها)	
اقامتگاه‌های سنتی	
تعداد هتل ها	
تعداد پارک های شهری	عوامل اقتصادی
تعداد اتوبوس و مینی بوس	
شرکت های تعاونی فعال	
راه‌های روستایی	
شرکت های حمل و نقل	
شریان ها و راه‌های درون و برون شهری	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

جدول شماره ۲: ماتریس داده‌ها

شهرستان	تعداد شرکت تعاونی فعال	هتل ۱ و ۲ ستاره	جمع درون و شهری	کل راه‌ها و برون	تعداد سینما	جشنواره‌ها و گالری ها (گنجایش صندلی ها)	مکان های مطالعه و فرهنگی	جمع اقامتگاه‌های سنتی	راه‌های روستایی	تعداد شرکت تعاونی فعال حمل و نقل	تعداد سفر اتوبوس و مینی بوس شهری	تعداد پارک
ابرکوه	1	0	304.1	1	155	7	0	112.7	5	1411	10	
اردکان	8	4	1011.7	2	426	15	5	349.7	7	1717	52	
اشکذر	1	1	347.4	0	0	7	2	250.7	4	0	7	
یافق	7	2	481.8	1	220	4	3	296.6	7	3133	3	
بهباد	1	0	405.3	0	0	4	0	181.2	2	1526	9	
تفت	5	2	706.9	1	150	10	2	428	6	0	14	
خاتم	2	0	630.3	0	0	7	0	349.5	0	2438	26	
مهریز	4	2	491.4	1	180	12	2	273.1	7	47	19	
میبد	8	1	356.6	2	754	9	3	234.4	10	13	29	
یزد	67	21	287.6	2	1774	36	53	147.9	45	26611	260	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

مرحله دوم:

نرمال کردن ماتریس تصمیم‌گیری

ابتدا همه مقادیر ماتریس به توان دو رسانده و مجموع هر ستون جمع می‌گردد و سپس جذر مجموع هر ستون گرفته شده و در نهایت هر یک مقادیر بر جذر به دست آمده تقسیم می‌گردد.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}}$$

جدول شماره ۳: توان دو هر ستون

شهرستان	تعداد شرکت تعاونی فعال	هتل ۱ و ۲ ستاره	جمع درون و شهری	کل راه‌ها و برون	تعداد سینما	جشنواره‌ها و گالری ها (گنجایش صندلی ها)	مکان های مطالعه و فرهنگی	جمع اقامتگاه‌های سنتی	راه‌های روستایی	تعداد شرکت تعاونی فعال حمل و نقل	تعداد سفر اتوبوس و مینی بوس شهری	تعداد پارک
ابرکوه	1	0	92476.81	1	24025	49	0	12701.29	25	1990921	100	
اردکان	64	16	1023537	4	181476	225	25	122290.1	49	2948089	2704	
اشکذر	1	1	120686.8	0	0	49	4	62850.49	16	0	49	
یافق	49	4	232131.2	1	48400	16	9	87971.56	49	9815689	9	
بهباد	1	0	164268.1	0	0	16	0	32833.44	4	2328676	81	
تفت	25	4	499707.6	1	22500	100	4	183184	36	0	196	
خاتم	4	0	397278.1	0	0	49	0	122150.3	0	5943844	676	
مهریز	16	4	241474	1	32400	144	4	74583.61	49	2209	361	
میبد	64	1	127163.6	4	568516	81	9	54943.36	100	169	841	
یزد	4489	441	82713.76	4	3147076	1296	2809	21874.41	2025	7.08E+08	67600	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

جدول شماره ۴: جذر مجموع هر ستون و تقسیم هر یک از مقادیر توان شده بر جذر مجموع

شهرستان	تعداد شرکت تعاونی فعال	هتل ۱ و ۲ ستاره	جمع کل راهها و برون شهری	تعداد جشنوارهها و گالری ها (گنجایش صندلی ها)	مکان ها و مطالعه فرهنگی	جمع اقامتگاههای سنتی	راههای روستایی	تعداد شرکت تعاونی فعال حمل و نقل	تعداد سفر اتوبوس و پارک مینی بوس شهری	تعداد
ابركوه	0.0145648 23	0	0.176118	0.077265	0.155556	0	0.1279 87	0.103076	0.052181	0.03710 9
اردكان	0.1165185 84	0.1843 1	0.585921	0.212353	0.333333	0.093429	0.3971 35	0.144307	0.063498	0.19296 8
اشكذر	0.0145648 23	0.0460 78	0.201195	0	0.155556	0.037372	0.2847 06	0.082461	0	0.02597 6
بافق	0.1019537 61	0.0921 55	0.279032	0.109666	0.088889	0.056058	0.3368 32	0.144307	0.115864	0.01113 3
بهباد	0.0145648 23	0	0.234727	0	0.088889	0	0.2057 79	0.041231	0.056434	0.03339 8
تفت	0.0728241 15	0.0921 55	0.409397	0.074772	0.222222	0.037372	0.4860 55	0.123692	0	0.05195 3
خاتم	0.0291296 46	0	0.365035	0	0.155556	0	0.3969 07	0	0.090162	0.09648 4
مهریز	0.0582592 92	0.0921 55	0.284592	0.089727	0.266667	0.037372	0.3101 44	0.144307	0.001738	0.07050 7
میبد	0.1165185 84	0.0460 78	0.206523	0.375856	0.2	0.056058	0.2661 95	0.206153	0.000481	0.10761 6
یزد	0.9758431 4	0.9676 29	0.166562	0.884308	0.8	0.990351	0.1679 62	0.927687	0.984126	0.96483 8

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

مرحله سوم:

وزن دار کردن ماتریس نرمال؛

جهت وزن دار کردن، مقادیر ماتریس نرمال هر یک از گزینه‌ها بر وزن معیارها (که از روش آنتروپی به دست آمده)

ضرب می‌گردد.

جدول شماره ۵: ماتریس وزنی

شهرستان	تعداد شرکت تعاونی فعال	هتل ۱ و ۲ ستاره	جمع کل راهها و برون شهری	تعداد سینما	مکان ها و مطالعه فرهنگی	جمع اقامتگاههای سنتی	راههای روستایی	تعداد شرکت تعاونی فعال حمل و نقل	تعداد سفر اتوبوس و پارک مینی بوس شهری	تعداد
ابركوه	0.000329602	0	0.007464	0.009475	0.01238	0	0.021224	0.015392	0.002669	0.001742
اردكان	0.002636816	0.006491	0.024831	0.01895	0.034025	0.070767	0.065857	0.021549	0.003247	0.009056
اشكذر	0.000329602	0.001623	0.008527	0	0.033024	0.001002	0.047213	0.012314	0	0.001219
بافق	0.002307214	0.003246	0.011825	0.009475	0.017572	0.018871	0.055857	0.021549	0.005925	0.000522
بهباد	0.000329602	0	0.009948	0	0.018871	0	0.034124	0.006157	0.002886	0.001567
تفت	0.00164801	0.003246	0.01735	0.009475	0.011981	0.047178	0.080603	0.018471	0	0.002438
خاتم	0.000659204	0	0.01547	0	0.033024	0	0.065819	0	0.004611	0.004528
مهریز	0.001318408	0.003246	0.012061	0.009475	0.014377	0.056613	0.051431	0.021549	8.89E-05	0.003309
میبد	0.002636816	0.001623	0.008752	0.01895	0.060223	0.04246	0.044143	0.030785	2.46E-05	0.00505
یزد	0.02208333	0.03408	0.007059	0.01895	0.141693	0.16984	0.027853	0.138532	0.050328	0.04528

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

مرحله چهارم:

تعیین مقادیر بالاترین و پایین ترین ارزش ماتریس نرمال وزنی

بزرگترین و کوچکترین عدد هر ستون تعیین می‌گردد. در اینجا منظور از بزرگترین عدد، یعنی عددی بیشترین ارزش مثبت را داراست و کوچکترین یعنی بیشترین ارزش منفی. پس اگر معیار ما از نوع منفی باشد، بزرگترین عدد برعکس می‌شود یعنی می‌شود کمترین مقدار و کوچکترین می‌شود بیشترین مقدار و بالعکس.

جدول شماره ۶: بالاترین و پایین ترین ارزش ماتریس و تفاضل آن

0.04528	0.050328	0.138532	0.080603	0.026561	0.16984	0.141693	0.01895	0.024831	0.03408	0.02208333	ماکسیمم
0.000522	0	0	0.021224	0	0.018871	0	0	0.007059	0	0.000329602	مینیمم
0.044757	0.050328	0.138532	0.059378	0.026561	0.150969	0.141693	0.01895	0.017772	0.03408	0.021753728	تفاضل

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

مرحله پنجم:

تعیین شاخص مطلوبیت (S) و شاخص نارضایتی (R)

$$S_j = \sum_{i=1}^n w_i \cdot \frac{f_i^* - f_{ij}}{f_i^* - f_i^-}; \quad R_j = \max_i \left[w_i \cdot \frac{f_i^* - f_{ij}}{f_i^* - f_i^-} \right]$$

f^* = بزرگترین عدد ماتریس نرمال وزنی برای هر ستون،

f_{ij} = عدد گزینه مورد نظر برای هر معیار در ماتریس نرمال وزنی،

f^- = کوچکترین عدد ماتریس نرمال وزنی برای هر ستون،

طبیعتاً برای گزینه به ازای هر معیار یک شاخص مطلوبیت به دست می‌آید که مجموع آنها شاخص نهایی S_j گزینه را مشخص می‌کند. بزرگترین S_j هر گزینه به ازای هر معیار، شاخص نارضایتی (R) آن گزینه می‌باشد.

جدول شماره ۷: شاخص مطلوبیت و نارضایتی

شهرستان	تعداد شرکت تعاونی فعال	۱ هتل و ستاره	۲ درون و بیرون شهری	تعداد جمع کل راه‌ها	تعداد سینما	جشنواره‌ها و گالری‌ها (گنجایش صندلی‌ها)	مکان‌های مطالعه و فرهنگی	جمع اقامتگاه‌های سنتی	راه‌های روستایی	تعداد شرکت تعاونی فعال حمل و نقل مینی بوس	تعداد سفر اتوبوس و مینی بوس	تعداد پارک شهری	R	s
ابركوه	0.02263	0.03522	0.04144	0.01895	0.14623	0.19297	0.02682	0.16583	0.132738	0.045652	0.048428	0.876309	0.192397	0.192397
اردكان	0.020229 848	0.028511	0	0	0.121753	0.139322	0.02429	0.041181	0.126101	0.037982	0.04784	0.587211	0.139322	0.139322
اشكدر	0.02263	0.033543	0.03888	0.0379	0.16023	0.192397	0.025808	0.09325	0.136056	0.0462	0.05114	0.838033	0.192397	0.192397
بافق	0.02057272 7	0.031866	0.031014	0.01895	0.140359	0.2123	0.025302	0.069109	0.126101	0.04693	0.045119	0.767623	0.2123	0.2123
بهباد	0.02263	0.03522	0.035491	0.0379	0.16023	0.2123	0.02682	0.129803	0.142693	0.045834	0.048207	0.897129	0.2123	0.2123
تفت	0.02125848 5	0.031866	0.017839	0.01895	0.146682	0.172494	0.025808	0	0.129419	0.044921	0.05114	0.660378	0.172494	0.172494
خانم	0.022287 121	0.03522	0.022323	0.0379	0.16023	0.192397	0.02682	0.041287	0.14933	0.04273	0.046455	0.776978	0.192397	0.192397
مهریز	0.02160136 4	0.031866	0.030452	0.01895	0.143972	0.159225	0.025808	0.081469	0.126101	0.044008	0.05105	0.734502	0.159225	0.159225
ميباد	0.020229 848	0.033543	0.038342	0	0.092128	0.179128	0.025302	0.101823	0.116146	0.042182	0.05115	0.699937	0.179128	0.179128
يزد	0	0	0.04238	0	0	0	0	0.147317	0	0	0	0.189697	0.147317	0.147317

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

مرحله ششم:

محاسبه مقدار Q و رتبه‌بندی نهایی گزینه‌ها

از طریق فرمول زیر:

$$Q_j = v \cdot \frac{S_j - S^-}{S^* - S^-} + (1 - v) \cdot \frac{R_j - R^-}{R^* - R^-}$$

V = عدد ثابت 0.5

Sj = مجموع مقدار S برای هر گزینه

S- = بزرگترین عدد شاخص S برای هر گزینه

S* = کوچکترین عدد شاخص S برای هر گزینه

Rj = مجموع مقدار R برای هر گزینه

R- = بزرگترین عدد شاخص R برای هر گزینه

R* = کوچکترین عدد شاخص R برای هر گزینه

در نهایت بیشترین مقدار Q به‌عنوان بهترین گزینه انتخاب می‌شود.

جدول شماره ۸: رتبه‌بندی نهایی زیر ساخت‌های گردشگری استان یزد

رتبه	ضریب توسعه	شهرستان
1	0.054776	یزد
2	0.280956	اردکان
3	0.521422	مهریز
4	0.559941	تفت
5	0.633356	میبد
6	0.778716	خاتم
7	0.821869	اشکذر
8	0.848921	ابركوه
9	0.908467	بافق
10	1	بهباد

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸

مطابق تحلیل صورت گرفته با تکنیک تصمیم‌گیری چند معیاره ویکور شهرستان یزد با ضریب توسعه ۰,۰۵۴ دارای بیشترین زیر ساخت های و خدمات گردشگری منطقه‌ای است، شهرستان اردکان با ضریب توسعه ۰,۲۸۰ در مرتبه دوم قرار گرفته است، شهرستان مهریز با ضریب توسعه ۰,۵۲۱ در مرتبه سوم از لحاظ شاخص‌های توسعه جغرافیای گردشگری قرار دارد، شهرستان تفت با ضریب توسعه ۰,۵۵۹ در مرتبه چهارم قرار دارد، شهرستان میبد با ضریب ۰,۶۳۳ در مرتبه پنجم قرار گرفته است، شهرستان خاتم با ضریب ۰,۷۷۸ در مرتبه ششم از لحاظ شاخص های گردشگری میراث تاریخی قرار گرفته، شهرستان اشکذر با ضریب توسعه ۰,۸۲۱ در مرتبه هفتم، شهرستان ابرکوه با ضریب ۰,۸۴۸ در مرتبه هشتم قرار دارد، شهرستان بافق با ضریب ۰,۹۰۸ در مرتبه نهم قرار گرفته و در نهایت شهرستان بهاباد با ضریب توسعه ۱ دارای کمترین مولفه‌های توسعه منطقه‌های گردشگری را دارا می‌باشد که این امر ضرورت نگاه ویژه مسئولان و مدیران استانی را می‌طلبد. به گونه‌ای که در طرح‌های بالادستی خصوصاً طرح آمایش

سرزمین استان و طرح جامع گردشگری باید به مناطق محروم جهت توسعه امکانات و زیر ساخت های جهت توسعه جغرافیای گردشگری برای میراث تاریخی و انسان ساخت.

نتایج این پژوهش در زمینه‌ی ارزیابی و اولویت یابی شاخص های توسعه اقتصادی گردشگری در سطح شهرستان- های استان یزد با نتایج سایر محققین که در بخش پیشینه‌ی پژوهش به آنها اشاره گردید، همخوانی دارد (شماعی و موسی‌وند (۱۳۹۰) سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری، خاتمی فیروزآبادی و همکاران (۱۳۹۲) رتبه‌بندی سواحل گردشگری جنوب ایران، قنبری و همکاران (۱۳۹۳) رتبه‌بندی شهرستان‌های استان آذربایجان شرقی بر اساس زیرساخت های گردشگری شهری، پوراحمد و همکاران (۱۳۹۴) پژوهشی با بهره- گیری از مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره گردشگری استان سمنان، موسوی و همکاران (۱۳۹۵) اولویت‌بندی توان‌ها و زیرساخت‌های توسعه گردشگری شهرستان‌های استان کردستان) و تمامی پژوهش‌های یاد شده این مسئله را تایید میکنند که نتایج حاصل از پیشینه و ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که شهرستان‌های مورد پژوهش با هدف تجهیز زیرساخت‌های گردشگری برای ارتقای توسعه پایدار گردشگری برای همه و تشویق گردشگران هم در سطح داخلی و هم بیرونی در مقایسه با کشورهای دیگر برای کمک به گردشگری پایدار مادام العمر است.

برای سوق استان یزد و مسئولان و سیاستگذاران به سمت گردشگری اقتصادی پایدار راهکارها و پیشنهادهای در این زمینه ارائه می‌شود که به این شرح می‌باشد: برگزاری سمینارهای آموزش محور برای خانوارها با هدف شناسایی ارزش اقتصادی گردشگری و ایجاد تعامل بین سازمان‌ها، جمع آوری نیازهای آموزشی شهرها و برنامه ریزی برای برآورد زیرساختها، فراهم سازی زیرساخت های الکترونیک برای ایجاد شبکه گردشگری، برگزاری کارگاه‌های یادگیری مادام العمر، تشویق مراکز مختلف شهری (دانشگاهها، مدارس، کانون بازنشستگان، سالمندان و کودکان ها و ...) در جهت حرکت در مسیر گردشگری اقتصادی پایدار، مدیریت یکپارچه ی گردشگری در امر آموزش برای دستیابی به حکمروایی خوب شهری.

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی و پژوهشی

نابرابری‌های منطقه‌ای یا عدم تعادل در ساختار فضایی مناطق یکی از مسائل کشورهای در حال توسعه است. از این رو دستیابی به توسعه‌عادلانه از آرمان‌های اساسی همه کشورها و از جمله ایران بوده و در اسناد فرادستی بر ضرورت کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای تأکید شده است (زیردست و حقوق‌روستا، ۱۳۹۴: ۱۱۳). برنامه‌ریزی، هدایت و توسعه زیرساخت صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال که دارای تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی فوق‌العاده‌ای نیز می‌باشد به‌عنوان یک نیاز مطرح می‌شود، اما هدایت این فرآیند تنها با شناخت علمی قابلیت‌ها و تنگناهای موجود در هر منطقه از کشور میسر است (ملکی و مودت، ۱۳۹۳: ۴۹). اخیراً نیز سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) در گزارشی با عنوان گردشگری برای توسعه بر این موضوع تمرکز ویژه‌ای کرده و از اهمیت گردشگری و ظرفیت‌های موجود در آن برای توسعه اقتصادی سخن به‌میان آورده است. رشد پایدار اقتصادی در جهان یکی از مهم‌ترین اهداف هفده‌گانه توسعه پایدار است که سازمان ملل متحد و سازمان جهانی گردشگری بارها تأکید کرده‌اند حوزه گردشگری یکی از جدی‌ترین بسترهایی است که از طریق آن می‌توان به این مهم دست یافت. براساس گزارش UNWTO، برای آنکه گردشگری بتواند زمینه‌ساز رشد اقتصادی پایدار

شود، باید مقدمات و زمینه‌هایی برای توسعه آن در کشورهای جهان مهیا شود. به‌باور این نهاد عالی بین‌المللی در زمینه گردشگری علاوه بر جذاب بودن مقاصد سفر و بهره‌مندی از موارث طبیعی، فرهنگی و تاریخی، عواملی که زمینه‌ساز رشد اقتصادی پایدار از طریق گردشگری می‌شوند، «شبکه‌ای از زنجیره‌های تامین پویا»، «محیط کسب‌وکار مطلوب»، «تعاملات گسترده»، «توجه به فناوری و نوآوری»، «سامانه‌های دقیق آمارگیری و اندازه‌گیری شاخص‌های گردشگری» و «جلب مشارکت جمعی در جامعه» هستند. این مساله برای ایران نیز که به‌صورت قابل ملاحظه‌ای به صادرات نفتی تکیه دارد قابل توجه است؛ جایی که مناسبات و مناقشات بین‌المللی و تحریم‌ها ممکن است به‌ناگهان حجم صادرات و ارزآوری کشور را تحت‌الشعاع قرار دهد، تمرکز بر حوزه‌های مطمئن همچون گردشگری که از بین حوزه‌های اقتصادی، به نسبت کمترین ترکش را از تحریم‌ها دریافت می‌کند، ضروری به‌نظر می‌رسد.

به‌گفته بسیاری از صاحب‌نظران داخلی و خارجی، توان بالقوه گردشگری در ایران بسیار بالاست و حتی می‌تواند با درآمد حاصل از صادرات نفت برابری کند. با در نظر گرفتن جایگاه فعلی ایران در جامعه جهانی، می‌توان گفت که این کشور از ظرفیت‌هایی بسیار زیاد و آینده‌ای روشن در صنعت گردشگری برخوردار است، به‌طوری‌که در آینده‌ای نزدیک می‌تواند دستاوردهای چشمگیری در صنعت توریسم داشته باشد. ایران با توجه به توان توسعه، بهبود زیرساخت‌های خود و مواجهه با تغییرات پیشرو، به‌زودی به‌مقصدی جذاب برای گردشگرانی که قصد سفر به منطقه شمال آفریقا و خاورمیانه را دارند، بدل خواهد شد. سازمان جهانی گردشگری و یونسکو نیز، ایران را به‌دلیل برخورداری از جاذبه‌های متعدد گردشگری، بالقوه جزء ۱۰ کشور اول دنیا به‌لحاظ ورود گردشگر حساب می‌کنند. این صنعت در بعضی از استانهای ایران از جمله استان یزد فعالیت در خصوص زیرساخت این صنعت صورت نگرفته و یا به‌صورت نامتوازن این فعالیت انجام پذیرفته است. این عدم توازن در زیرساخت، باعث عدم جذب گردشگری و بی‌توجهی به عناصر جذاب گردشگری استان شده است. یکی از اقدامات اساسی توسعه گردشگری ایران رتبه‌بندی زیرساخت‌ها و تعدیل نابرابری در مناطق مختلف کشور است. از طرفی گردشگری صنعتی است که توسعه آن نیازمند شناخت و آگاهی کافی از مسائل و عوامل موثر اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی در هر منطقه است. آن چیزی که در انسان حسن سفر و گردشگری رازنده می‌کند و انسان را به سفر وامی‌دارد وجود جاذبه است از این نظر استان یزد یکی از قطب‌های اصلی گردشگری ایران می‌باشد و یکی از بزرگ‌ترین مراکز فرهنگی - توریستی ایران و جهان است که به دلیل وجود آثار ارزشمند تاریخی «فرهنگی» جاذبه‌های طبیعی و کالبدی و موقعیت اقتصادی - خدماتی به ویژه از حیث معماری سنتی و همیشه مورد توجه گردشگران ایران و جهان بوده است، اما گردشگری در این استان همانطور که اشاره شد، توسعه زیادی نداشته است که می‌توان علل آن را کمبود امکانات و تاسیسات زیربنایی، ضعف برنامه‌ریزی جهت جذب سرمایه‌گذاری در گردشگری، و عدم آموزش سیستماتیک پرسنل شاغل در بخش گردشگری دانست. بنابراین با ارائه راهبردهایی می‌توان ارزش‌های محیطی را بیشتر و با افزایش اعطای تسهیلات قانونی و بانکی و تشویق سرمایه‌گذاری خصوصی و افزایش تبلیغات می‌توان به توسعه گردشگری در استان یزد کمک کرد و زمینه توسعه اقتصادی و اجتماعی این استان را فراهم نمود. همچنین می‌توان بیان کرد که شرایط مبنایی برای توسعه گردشگری به دو دسته تقسیم می‌شود: اولاً مشخصات درونی مانند سرمایه‌های تاریخی، زیرساخت‌های مناسب شهری و دسترسی آسان به امکانات بستگی دارد؛ ثانیاً به ویژگی‌های

بیرونی مانند تصویر ذهنی و ادراک از طرف دنیای بیرون بستگی دارد. ولی محققان ایرانی نظری متفاوت در این باره دارند، آنها معتقدند نخستین شرط موفقیت هر شهر در توسعه گردشگری شهری، وجود زیرساخت های مناسب شهری و مدیریت عاقلانه و مدبرانه در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و غیره است و دومین شرط، تنسيق و آمایش جاذبه‌های شهر و ایجاد تسهیلات و امکاناتی است که دسترسی به جاذبه‌ها را بیش از پیش آسان سازد. در همین راستا، پژوهش حاضر با ماهیت توسعه‌ای-کاربردی، و روش تحقیق ترکیبی (توصیفی، اسنادی و تحلیلی)، به رتبه‌بندی شهرستان‌های استان یزد از لحاظ توسعه گردشگری با استفاده از تکنیک راه‌حل توافقی و بهینه‌سازی چندمعیاره (VIKOR) پرداخته است. بدین منظور و با توجه به اهمیت نقش زیرساخت های در توسعه گردشگری مهم ترین زیرساخت ها در دو بعد فرهنگی و اقتصادی در استان یزد مورد بررسی قرار گرفتند. در بعد فرهنگی مولفه‌های مکان های مطالعه و اماکن فرهنگی تعداد سینما جشنواره‌ها و گالری ها (گنجایش صندلی ها) اقامتگاه‌های سنتی تعداد هتل ها تعداد پارک های شهری، مورد بررسی قرار گرفته اند و همچنین در بعد اقتصادی نیز مولفه‌های تعداد اتوبوس و مینی بوس شرکت های تعاونی فعال راه‌های روستایی شرکت های حمل و نقل شریان ها و راه‌های درون و برون شهری، مورد ارزیابی قرار گرفتند. نتایج نشان داده است شهرستان های استان یزد گرچه دارای جاذبه‌های گردشگری فراوان و متنوعی می‌باشد. اما به علت فراهم نبودن امکانات و تسهیلات لازم و عدم توزان و تعادل در توزیع زیرساخت گردشگری تفاوت فاحشی به لحاظ زیرساخت گردشگری در استان وجود دارد. مطابق تحلیل صورت گرفته با تکنیک تصمیم‌گیری چند معیاره ویکور شهرستان یزد با ضریب توسعه ۰,۰۵۴ دارای بیشترین زیر ساخت های و خدمات گردشگری منطقه‌ای است، شهرستان اردکان با ضریب توسعه ۰,۲۸۰ در مرتبه دوم قرار گرفته است، شهرستان مهریز با ضریب توسعه ۰,۵۲۱ در مرتبه سوم از لحاظ شاخص‌های توسعه جغرافیای گردشگری قرار دارد، شهرستان تفت با ضریب توسعه ۰,۵۵۹ در مرتبه چهارم قرار دارد، شهرستان میبد با ضریب 0.633 در مرتبه پنجم قرار گرفته است، شهرستان خاتم با ضریب ۰,۷۷۸ در مرتبه ششم از لحاظ شاخص های گردشگری میراث تاریخی قرار گرفته، شهرستان اشکذر با ضریب توسعه ۰,۸۲۱ در مرتبه هفتم، شهرستان ابرکوه با ضریب ۰,۸۴۸ در مرتبه هشتم قرار دارد، شهرستان بافق با ضریب ۰,۹۰۸ در مرتبه نهم قرار گرفته و در نهایت شهرستان بهاباد با ضریب توسعه ۱ دارای کمترین مولفه‌های توسعه منطقه‌های گردشگری را دارا می‌باشد. در پایان با توجه به یافته‌های پژوهش به طور کلی، می‌توان عنوان کرد که با وجود جاذبه‌های گردشگری شهری درخور توجه در استان یزد، تعداد گردشگرانی که برای بازدید از این جاذبه‌ها وارد این استان می‌شوند چشم‌گیر نبوده و از طرف دیگر در اکثر مواقع نیز گردشگران وارد شهر یزد می‌شوند و با وجود جاذبه‌های موجود در شهرهای دیگر، ورود گردشگران به این شهرها بسیار کم است. اگر دلایل تأثیرگذار این روند را بررسی کنیم بی‌شک به کمبود امکانات، تسهیلات و به طور کلی زیرساخت های گردشگری شهری خواهیم رسید.

با توجه به به اهمیت پژوهش و نتایج و دستاورد علمی و پژوهشی پژوهش حاضر، پیشنهاداتی به این شرح بیان می‌شود:

- شناساندن پتانسیل‌ها و ارزش‌های منطقه به جامعه بومی محلی و آموزش بیشتر برخوردار مناسب با گردشگران به مردم.

- مقابله با محدودیت‌های فصلی بودن با به کار گیری ظرفیت‌های بالای منطقه و به واسطه وجود جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی مکمل در استان یزد علی‌خصوص گردشگری بیابان.
- توجه به ویژه امر احداث رستورانهای ویژه توریست‌ها و ارائه دادن خدمات با کیفیت مناسب به مسافران و گردشگران منطقه و نظارت مناسب و مستمر بر بهداشت مراکز ارائه خدمات بین‌راهی و رستوران‌های موجود جهت ارائه دادن خدمات مناسب و کافی متناسب با گردشگران و مردم.
- استفاده از ظرفیت سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی و خارجی و دولتی جهت ایجاد، بازسازی، توسعه خدمات و امکانات و زیرساخت‌ها به گونه‌ای که باعث شکوفایی منطقه گردد
- توسعه عدالت فضایی و رفاه اجتماعی در شهرستان‌هایی که زیرساخت‌های گردشگری پایین‌تری دارند تا باعث جذب گردشگران شود.
- وام‌های با بهره کم جهت احداث و ترمیم بافت‌های باارزش برای رانت اجتماعی و اقتصادی و توسعه پایدار.

منابع

- ابراهیم بای سلامی، غلامحیدر (۱۳۹۳)، توسعه گردشگری بر مبنای الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت، اولین همایش بین‌المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش‌ها و چشم‌اندازها.
- انوری، محمودرضا؛ بلوچی، عثمان؛ هاشم‌زهی، ابراهیم (۱۳۹۱)، نقش محوری گردشگری روستایی در توسعه نواحی روستایی مطالعه موردی: روستاهای ناحیه تفتان، شهرستان خاش، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال سوم، شماره ۹ و ۱۰، ۶۷-۸۶.
- پوراحمد، احمد، شهبازپور، احمد و خلیجی، محمدعلی (۱۳۹۴)، بهره‌گیری از مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره در ارزیابی قابلیت‌های گردشگری نمونه‌ی موردی استان سمنان، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال ششم، شماره بیستم و یکم، پاییز، صص ۶۶-۵۰.
- پوراحمد، احمد، و خلیجی، محمدعلی (۱۳۹۳)، قابلیت‌سنجی تحلیل خدمات شهری با استفاده از تکنیک VIKOR (مطالعه‌موردی: شهر بناب)، مجله برنامه‌ریزی فضایی، دوره‌ی چهارم، شماره دو، صص ۱۶-۱.
- تاج‌علی، معصومه، (۱۳۸۵)، بررسی اثرات اقتصادی گردشگران در جمهوری اسلامی ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم اقتصادی، استاد راهنما فاطمه بزازان، دانشگاه الزهراء، تهران.
- تقدیسی، احمد، تقوایی، مسعود و پیری، سیامک (۱۳۹۳)، ارزیابی و سطح‌بندی دهستانهای شهرستان دالاهو بر اساس توان منابع گردشگری در جذب گردشگر، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۲۹، شماره چهارم، زمستان، صص ۲۱۴-۱۹۷.
- توکلی، مرتضی و بادی‌وند، سعید (۱۳۹۵)، سنجش تطبیقی الگوی توسعه روستایی کشور با توجه به الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت، مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی و ایرانی، شماره ۷، سال پنجم، ۸۳-۱۰۰.
- جلالی، محبوبه و خادم‌الحسینی، احمد (۱۳۹۴)، سطح‌بندی مناطق نمونه گردشگری در استان کرمان، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال پنجم، شماره ۱۷، بهار، صص ۱۶۲-۱۵۱.
- چقاجردی، ایمان و مختاری‌ملک‌آبادی، رضا (۱۳۹۵)، سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری ورزشی با استفاده از مدل HDI، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال هشتم، شماره چهارم.
- خاتمی فیروزآبادی، علی، عسکری‌پور، حسین و بخشنده، قاسم (۱۳۹۲)، رتبه‌بندی سواحل گردشگری جنوب ایران با استفاده از روش AHP، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال هشتم، شماره ۲۳، صص ۹۶-۷۱.
- خضری، حسین، خادم‌الحسینی، احمد و قائدرحمتی، صفر (۱۳۹۲)، سطح‌بندی شهرستانهای استان فارس بر اساس شاخص‌های گردشگری، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، سال دوم، شماره ششم، تابستان، صص ۵۴-۴۲.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷)، توسعه گردشگری روستایی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

- رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد. (۱۳۸۸). خدمات صنعت گردشگری، چاپ سوم، اصفهان، انتشارات چهارباغ.
- رهنمایی، محمد تقی؛ علی اکبری، اسماعیل؛ صفرعلی زاده، اسماعیل (۱۳۹۳) بررسی وضعیت عوامل مؤثر بر توانمندسازی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: استان آذربایجان غربی)، مجله جغرافیا و برنامه ریزی، سال ۲۱، شماره ۵۹، صفحات ۱۷۴-۱۵۴.
- زبردست، اسفندیار و حقروستا، سمیه (۱۳۹۴)، تحلیل تطبیقی نابرابری‌های منطقه‌ای بین استان‌های هم‌جوار بررسی موردی: استانهای همدان و مرکزی، نامه معماری و شهرسازی، شماره ۱۵، پاییز و زمستان، ص ۱۱۳.
- شماعی، علی و موسی‌وند، جعفر (۱۳۹۰)، سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS و AHP، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال سوم، شماره دهم، پاییز، صص ۴۰-۲۳.
- ضیایی، محمود و شجاعی، مسلم (۱۳۸۹)، سطح‌بندی مقصدهای گردشگری: واکاوی مفهومی نو در برنامه‌ریزی فضایی گردشگری فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۱۳، تهران. صص ۴۶-۲۵.
- عطائی، محمد، (۱۳۸۹)، تصمیم‌گیری چند معیاره، انتشارات دانشگاه صنعتی شاهرود، چاپ اول.
- قنبری، ابوالفضل، شجاعی‌وند، بهمن و زینلی، بهرام (۱۳۹۳)، رتبه‌بندی شهرستان‌های استان آذربایجان شرقی بر اساس زیرساخت‌های گردشگری شهری با روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، شماره ۱۲، پاییز، صص ۱۱۲-۸۹.
- کلانتری، محسن و ملک، مرضیه (۱۳۹۳)، تحلیل فضایی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری و زیرساخت ارتباطی و شبکه‌ی راه در مناطق کویری ایران (مطالعه‌موردی: شهرستان خور و بیابانک)، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال پنجم، شماره هفدهم، پاییز، صص ۷۰-۵۳.
- مرکز آمار ایران، نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن (استان یزد سال ۱۳۹۵).
- ملکی، سعید و مودت، الیاس (۱۳۹۳)، تحلیلی بر توزیع و اولویت‌بندی زیرساخت گردشگری استان یزد با استفاده از تکنیک‌های برنامه‌ریزی، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال چهاردهم، شماره ۳۴، پاییز، صص ۶۸-۴۷.
- موسوی، میرنصف، ویسیان، وحید، محمدی‌حمیدی، سمیه و اکبری، مهناز (۱۳۹۴)، بررسی و اولویت‌بندی توان‌ها و زیرساخت‌های توسعه گردشگری با روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره (مورد مطالعه: شهرستان‌های استان کردستان)، مجله گردشگری شهری، دوره دو، شماره یک، بهار، صص ۳۱-۱۷.
- میرکتولی، جعفر و مصدق، راضیه (۱۳۸۹)، بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع‌دستی مورد دهستان استرآباد جنوبی، شهرستان گرگان، مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال دوم، شماره ۷، ۱۳۷-۱۵۴.
- نوری، غلامرضا و تقی‌زاده، زهرا (۱۳۹۰)، امکان‌سنجی پتانسیل سرباهای استان کرمانشاه از دیدگاه اکوتوریسم و طبیعت‌گردی، مجموعه مقالات اولین همایش ملی گردشگری و توسعه پایدار دانشگاه آزاد واحد همدان.
- نوری، غلامرضا، فتوحی، صمد و تقی‌زاده، زهرا (۱۳۹۱)، اولویت‌بندی قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه براساس پتانسیل مناطق نمونه-ی گردشگری با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره‌ی تاپسیس، جغرافیا و پایداری محیط، شماره چهار، پاییز، صص ۹۴-۷۵.
- Abby liu, Geoffery Wall, (2006), planning tourism employment: a developing country perspective, tourism management , No.3, 159-170.
- Asadi, R. and Daryaei, M., (2011), Strategies for Development of Iran Health Tourism, European Journal of Social Sciences, Volume 23, Number 3.pp:329-344.
- Günnur, D (2018), Effective Governance and Policy Instruments: A Short Look to the Turkish Case, unwtwo, Budva, Montenegro 23-24.June.2015.
- Deng,J, King.B and Bauer.T (2002), Evaluation natural attractions for tourism, Annals of Tourism Research, Vol. 29, No. 2, pp. 422-438.
- Faber, Benjamin, and Cecile Gaubert, (2019), Tourism and Economic Development: Evidence from Mexico's Coastline, American Economic Review, 109 (6): 2245-93.
- Honeck,D. (2012). LDC Export Diversification, Employment Generation and tht green economy: what roles for tourism linkages? World trade organization economic research and statistics division. Staff working paper ERS-2012-24,December 2012.

- Inskip, E, (1991), *Tourism Planning: an Integrated and Sustainable Approach*, New York, John Wiley & Sons.
- Kave, A., Miri, Gh.R., Saghaii, M (2014), Assessment and analysis of spatial patterns and tourism species in Mashhad metropolis, *American Journal of Engineering Research*, Volume-03, Issue-04, pp-45-53.
- Law Christopher m., (2000), the tourist city review, *urban studies*, vol 37, no 7.
- Liu, Chui-Hua & Tzeng, Gwo-Hshung & Lee, Ming-Huei (2012), Improving tourism policy implementation e The use of hybrid MCDM models, *Tourism Management* 33, pp 413-426.
- Opricovic, S., (1998), *Multi-criteria Optimization of Civil Engineering Systems*. Faculty of Civil Engineering, Belgrade.
- Opricovic, S, Tzeng G.H (2004), Decision Aiding Compromise solution by MCDM methods: A comparative analysis of VIKOR and TOPSIS, *European Journal of Operational Research* 156.
- Petrova, M., Dekhtyar, N., Klok, O., Loseva, O (2018), Regional tourism infrastructure development in the state strategies, *Problems and Perspectives in Management*, No: 4, 259-274.
- Remi G., Rajendra k (2016), “Reducing Inequalities a Sustainable Development Challenge”; Published by the energy and resources institute, India.
- Shahzad, S. J. H., Shahbaz, M., Ferrer, R., & Kumar, R. R. (2017). Tourism-led growth hypothesis in the top ten tourist destinations: New evidence using the quantile-on-quantile approach. *Tourism Management*, 60, 223-232.
- UNWTO(2013b),UNWTO'sTourism2020Vision.<http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>.
- Yu,Y., Wang, Y., Gao, Sh., Tang, Z (2017), Statistical Modeling and Prediction for Tourism Economy Using Dendritic Neural Network, *Computational Intelligence and Neuroscience* Volume 2017, Article ID 7436948, 9 pages.