

## اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری جهت سرمایه گذاری و توسعه منطقه ای در شمال غربی استان کرمانشاه

غلامرضا نوری\*

زهرا تقی زاده\*\*

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری جهت سرمایه گذاری در قطب گردشگری اورامانات در شمال غربی استان کرمانشاه تهیه گردیده است. پژوهش حاضر از نظر هدف، از جمله تحقیقات کاربردی، و از نظر جمع آوری داده ها، از نوع پیمایشی می باشد که داده های حاصل از مطالعات میدانی و پرسشنامه ها وارد تکنیک تصمیم گیری چند معیاره TOPSIS شده و میزان  $SL_i^+$  در هر منطقه به دست آمده است. براساس اولویت بندی صورت گرفته در این پژوهش سراب روانسر با  $0/813$   $SL_i^+$  دارای نزدیکی نسبی بیشتری به وضعیت ایده آل می باشد، مناطق نمونه گردشگری شمشیر، قوری قلعه، نودشه، هجیج، ویس القرن با میزان  $(0/6 - 0/4)$   $SL_i^+$  در سطح خوب، منطقه نمونه گردشگری بوزین مرخیل با  $0/48$   $SL_i^+$  در سطح متوسط، مناطق نمونه نوسود، سراب مامیشان، شروینه، سراب سفید برگ، از گله بمو، بیدمیری، دالانی با میزان  $SL_i^+$  بین  $(0/2 - 0/4)$  در سطح ضعیف ارزیابی گردیده اند همچنین چشمه ریزه با میزان  $0/2$   $SL_i^+$  در سطح بسیار ضعیف ارزیابی شده است. بنابر یافته های این پژوهش واگذاری مناطق نمونه گردشگری با رتبه پایین به سرمایه گذاران و سرمایه گذاری توسط سرمایه گذاران در داخل این مناطق، توجیه اقتصادی نداشته و باعث اتلاف منابع و عدم تحقق اهداف توسعه خواهد شد. بنابراین برنامه ریزان گردشگری کشور با بالابردن توان مناطق نمونه گردشگری و نزدیک کردن مناطق به وضعیت ایده آل باید شرایط سرمایه گذاری در این مناطق را آماده و سپس مناطق نمونه گردشگری را به سرمایه گذاران واگذار نمایند که این امر باعث رشد و توسعه منطقه ای خواهد شد.

واژگان کلیدی: سرمایه گذاری، مناطق نمونه گردشگری، توسعه منطقه ای، شمال غرب استان کرمانشاه

\* استادیار دانشکده جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، رئیس پژوهشکده علوم زمین، دانشگاه سیستان و بلوچستان

\*\* دانشجوی کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی توریسم، دانشکده جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، دانشگاه سیستان و بلوچستان (نویسنده مسئول) ztaghizade95@yahoo.com

## مقدمه

امروزه در اکثر کشورهای جهان، صنعت جهانگردی نقش مهمی در درآمد دولت، ایجاد اشتغال و تأمین ارز خارجی ایفا نموده و به عنوان صنعتی که تأثیرات چندبعدی دارد مطرح است (خاتمی فیروزآبادی، ۱۳۹۰: ۱۴۴). به طوری که این فعالیت در چند دهه اخیر سهم عمده‌ای در توسعه منطقه‌ای و ناحیه‌ای کشورها داشته است (شماعی و موسی‌وند، ۱۳۹۰: ۲۴) و هدایت و توسعه صنعت گردشگری یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد می‌باشد که به عنوان یک نیاز مطرح است (Dwyer et al, 2004:307). این صنعت بیش از هر صنعت دیگری حرکت سرمایه و انتقال پول و ارز را در مقیاس محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی سبب گردیده است (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۵). به طوری که امروزه از گردشگری به عنوان کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه اجتماعی نواحی یاد می‌کنند (sharply, 2002: 233). فراتر از این گردشگری می‌تواند در چارچوب گفتمان‌های اشتغال‌زایی و سرمایه گذاری نیز ابزار مهمی برای توسعه ثروت باشد لذا نیازمند وجود مدیریت تخصصی برای درک همه ظرفیت‌های آن است (Weaver, 2006: 3). با توجه به اینکه کشور ایران به لحاظ جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی در رده ۱۰ کشور اول دنیا قرار گرفته است (بیگی فیروزی، ۱۳۹۰: ۳)؛ همین غنای جاذبه‌ها موجب شده که ایران را جهانی در یک مرز بنامند (نصیری زاده و توتونچی، ۱۳۸۲: ۲۱۴). اما با وجود پتانسیل‌های بی‌شمار، بر طبق آخرین آماري که سازمان میراث فرهنگی و گردشگری ایران در سال ۱۳۸۹ رسماً اعلام نموده است ایران رتبه ۱۳۳ را در بین ۱۸۵ کشور بدست آورده است (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۹۰) و به جایگاه خود در زمینه گردشگری دست نیافته است. چنانچه با این تفکر منطقی پیش برویم که صنعت گردشگری شاخه‌ای از فعالیت‌های نظام سرمایه‌داری است و راهکاری مناسب جهت استفاده بهتر از امکانات و ثروت‌های خدادادی است (چالز، ۱۳۸۷) مطمئناً به آنچه که بایسته و شایسته در صنعت گردشگری ایران می‌باشد دست خواهیم یافت. همچنین باید به این نکته توجه نمود که تنوع ابعاد و پیچیدگی‌های صنعت گردشگری متناسب با مناطق جغرافیایی، زمینه‌های ویژه‌ای برای برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری می‌طلبد (توکلی و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۳). یکی از

راهبردهای که برای تقویت نواحی محروم و دارای قابلیت توسعه مطرح شده‌است، توسعه و گسترش گردشگری در مناطقی است که دارای پتانسیل‌های لازم برای توسعه گردشگری هستند، در این راستا یکی از راهکارهای مهم بسط و توسعه گردشگری، سرمایه‌گذاری در مناطق دارای پتانسیل‌های گردشگری است که گسترش صنعت گردشگری در مکان‌هایی که پتانسیل بالقوه جذب گردشگر را دارند می‌تواند به‌عنوان ابزاری کارآمد در جهت رشد و توسعه همه‌جانبه جوامع میزبان به کارگرفته شود (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۹)؛ مطالعه موردی بر روی الگوی فضایی پراکندگی زیرساخت‌ها و فضاهای گردشگری، فرآیندهای شکل‌گیری و توسعه فضاهای گردشگری نسبت به این که چگونه گردشگری در فضا نظم می‌یابد به طور متمرکز از جمله عواملی است که می‌تواند صنعت گردشگری را در کشور ما توسعه و بهبود بخشد (عبداللهی، ۱۳۸۸: ۲). براین اساس سرمایه‌گذاری جهت توسعه این مناطق مستعد می‌تواند تأثیرات مهمی در ابعاد مختلف گردشگری در کشور داشته باشد. در ایران بیش از ۱۰۰۰ منطقه نمونه گردشگری شناسایی شده‌است که قطب گردشگری اورامانات در شمال غربی استان کرمانشاه دارای ۱۵ منطقه نمونه گردشگری می‌باشد و از مناطق نیازمند سرمایه‌گذاری جهت توسعه اقتصادی می‌باشد براین اساس با توجه به تعداد بالای مناطق نمونه گردشگری در این منطقه می‌توان با سرمایه‌گذاری زمینه توسعه گردشگری در این قطب را فراهم نمود. هدف این پژوهش براین اساس استوار است که مناطق نمونه گردشگری را با عنایت به شاخص‌های تعیین‌شده جهت سرمایه‌گذاری اولویت‌بندی نماید که اولویت‌بندی وضعیت سرمایه‌گذاری در مناطق نمونه گردشگری اثراتی هم چون گسترش امنیت، رفاه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را برای مردم منطقه در پی خواهد داشت که در نهایت باعث توسعه این منطقه از استان کرمانشاه خواهد شد.

با توجه به اینکه تفکر ایجاد مناطق نمونه گردشگری در کشور به چند سال اخیر برمی‌گردد بنابراین مطالعه راجع به ابعاد مختلف مناطق نمونه گردشگری بسیار محدود بوده که از جمله این مطالعات می‌توان به مطالعات ذیل اشاره نمود.

بدری و یاری حصار (۱۳۸۸) به انتخاب مناطق نمونه گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد با استفاده از معیارهایی همچون ارزیابی ارزش بصری، تعداد جاذبه‌ها،

دسترسی آسان، فضای قابل توسعه نزدیکی به کانون‌های گردشگر فرصت و نزدیکی به مراکز خدماتی پرداخته که در نهایت ۳ منطقه نمونه گردشگری را مکان‌یابی نموده‌اند. صفاه‌خواه (۱۳۸۹) در پژوهش خود به اولویت‌بندی مناطق نمونه گردشگری جهت جذب سرمایه‌گذار پرداخته‌است که برای رسیدن به اهداف پژوهش از روش‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه (MADM) استفاده نموده‌است. توکلی و همکاران (۱۳۸۹) به مطالعه تأثیر مناطق نمونه گردشگری در محرومیت‌زدایی منطقه اورامانات تخت با استفاده از شیوه ارزیابی مشارکتی در ایجاد اشتغال و به تبع آن محرومیت‌زدایی پرداخته، افتخاری و همکاران (۱۳۹۰) به اولویت‌بندی ظرفیت‌های گردشگری در مناطق نمونه روستایی شهرستان نیر با استفاده از مدل تاپسیس پرداخته. رنجبردستانی (۱۳۹۰) در پژوهش خود به رتبه‌بندی مناطق نمونه گردشگری در استان چهارمحال بختیاری با استفاده از تکنیک AHP پرداخته‌است. همانطور که مشاهده شد در هیچ‌کدام از پژوهش‌های صورت‌گرفته در زمینه مناطق نمونه گردشگری به مقوله مهم سرمایه‌گذاری در این مناطق پرداخته نشده‌است و مطالعات صورت‌گرفته در این زمینه عمدتاً به صورت کلی مطرح شده‌است. لذا با توجه به بحث مهم سرمایه‌گذاری و مقوله مناطق نمونه گردشگری و تأثیرات اقتصادی توسعه این مناطق به ابعاد تازه‌ای از این مهم در این پژوهش پرداخته می‌شود.

### مبانی نظری

امروزه اقتصاددانان براساس نظریه رشد متوازن<sup>۱</sup> در مناطق مختلف، ضرورت برنامه‌ریزی منطقه‌ای صحیح را برای رسیدن به توسعه متوازن مطرح می‌کنند و معتقدند توسعه متعادل منطقه‌ای بر آن است که بهترین شرایط و امکانات را برای توسعه جامع همه مناطق فراهم آورد تا تفاوت‌های کیفی زندگی بین منطقه‌ای و درون منطقه‌ای را به حداقل برساند و نهایتاً از بین ببرد (فلاحی و احمدیان، ۱۳۹۰: ۱۰۳-۱۰۵). یکی از راه‌های توسعه منطقه‌ای سرمایه‌گذاری در مناطق مستعد گردشگری می‌باشد به عبارتی سرمایه‌گذار هر شخص حقیقی یا حقوقی غیردولتی است که مسئولیت تهیه طرح‌های اجرایی و تأمین سرمایه لازم را برای ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز از قبیل آب، برق،

1- Balanced growth theory

راه، گاز و مخابرات در داخل منطقه را پذیرفته و کلیه حقوق ناشی از سرمایه‌گذاری را در اختیار دارد (احمدی، ۱۳۸۹: ۵). در یک عبارت ساده می‌توان گفت که سرمایه‌گذاران می‌خواهند از پول خود سودی را کسب نمایند. معمولاً در اقتصاد و به خصوص در سرمایه‌گذاری فرض بر این است که سرمایه‌گذاران منطقی عمل می‌کنند بنابراین سرمایه‌گذاران منطق اطمینان را به عدم اطمینان ترجیح می‌دهند و طبیعی است که در این حالت می‌توان گفت سرمایه‌گذاران به ریسک علاقه‌ای ندارند به عبارت دقیق‌تر باید گفت که سرمایه‌گذاران ریسک‌گریزند، یک سرمایه‌گذار ریسک‌گریز کسی است که در ازای قبول ریسک، انتظار دریافت بازده بیشتری را دارد (صفاه‌خواه، ۱۳۸۹: ۴۷). بنابراین هر کشور متناسب با شرایط و نیازهایش باید شرایط سرمایه‌گذاری (خصوصی - دولتی) را در مناطق مستعد برای توسعه منطقه‌ای فراهم آورد. در این میان گردشگری به‌عنوان یک صنعت پویا که دارای نوعی ساختار شکنی است که این ساختار شکنی‌های جدید به شکل امواج سریع در آمده‌اند و اینجاست که زمان و دقایق برای فضاهای توانمند گردشگری هر روز ارزشمندتر می‌شود (بدری و یاری حصار، ۱۳۸۸: ۶۱). یکی از این طرح‌ها تلاش جهت برنامه‌ریزی و ایجاد مناطق نمونه گردشگری در مناطق مستعد می‌باشد مناطق نمونه گردشگری محدوده‌هایی هستند که به دلیل وجود جاذبه‌های مهم گردشگری و پتانسیل‌های توسعه، قابلیت احداث مجموعه‌ای از تأسیسات گردشگری به‌منظور ارائه کلیه خدمات و کالاهای مورد نیاز گردشگران در یک مکان واحد را دارند. محل ایجاد منطقه نمونه گردشگری می‌تواند در جوار جاذبه‌ها یا در تعامل متناسب با آن باشد. امروزه، تجربیات نظری و اجرایی متعددی در سطح دنیا برای مطالعه، بررسی، برنامه‌ریزی و مدیریت مناطق گردشگری وجود دارد، که همگام با پیشرفت‌های فناوری روند صعودی دارند (Tsai & et al, 2010: 118) و (محمودی نژاد و بمانیان، ۱۳۸۸: ۳۶۷). براساس نتایج مطالعات پایه، مناطق نمونه گردشگری به‌عنوان یک فرصت سرمایه‌گذاری قابل عرضه برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی خواهند بود که این مناطق نمونه به چهار سطح زیر تقسیم می‌شوند

الف - مناطق نمونه گردشگری بین‌المللی: منطقه‌ای است که با هدف جذب گردشگران خارجی طراحی و تجهیز می‌شود حداقل مساحت ۳۰۰ هکتار خواهد بود.

ب - مناطق نمونه گردشگری ملی: منطقه‌ای است که با هدف جذب گردشگران ایرانی از سراسر کشور طراحی و تجهیز می‌شود و حداقل مساحت آن ۱۰۰ هکتار خواهد بود.

ج - مناطق نمونه گردشگری استانی: منطقه‌ای است که با هدف جذب گردشگران استانی طراحی و تجهیز می‌شود و حداقل مساحت آن ۵۰ هکتار خواهد بود.

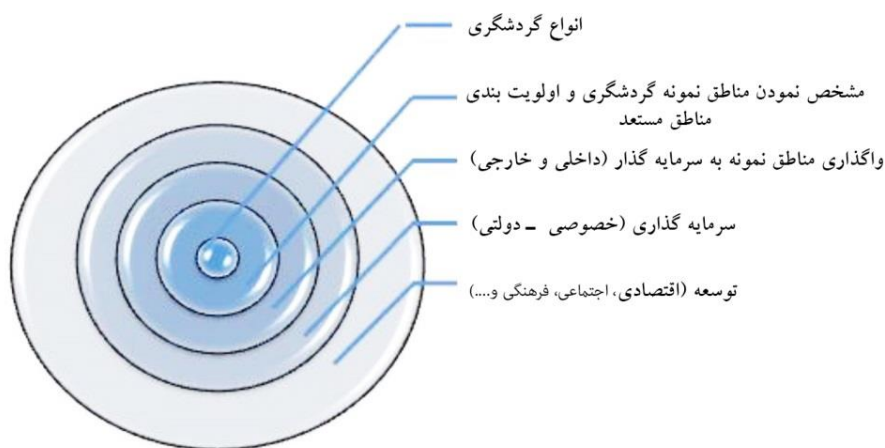
د- مناطق نمونه گردشگری محلی: منطقه‌ای که با هدف جذب گردشگران یک یا چند شهرستان طراحی و تجهیز می‌شود و حداقل مساحت آن ۳۰ هکتار خواهد بود (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۸).

با توجه به موارد گفته شده سرمایه‌گذاری در گردشگری، ابزاری برای توسعه منطقه‌ای و کاهش فقر است. این امر در کشورهایی که دارای آثار تاریخی - فرهنگی، و مکان‌های تفریحی و گردشگری متنوع هستند موجب گسترش روابط بین بخش گردشگری و سایر فعالیت‌های اقتصادی می‌شود (Ash, 2005). در عرصه بین‌المللی، سرمایه‌گذاری در زنجیره فعالیت‌های گردشگری، نیازمند شناسایی مکان‌های مناسب سرمایه‌گذاری و بازاریابی است و مزیت‌های مکانی برای سرمایه‌گذاری، بستگی به شرایط اقتصادی کشور میزبان دارد (Kantaric, 2007). همچنین میزان سرمایه‌گذاری در مناطق گردشگری، به اندازه بازار محلی، نرخ رشد بازار، کیفیت نهادهای غیرقابل ورود، کیفیت زیرساخت‌ها و خدمات کارکنان وابسته است و سرمایه‌گذاری در اجزاء مختلف گردشگری از جمله ساخت اقامتگاه‌ها، هتل‌ها، خدمات هتل‌داری، خدمات حمل‌ونقل و تورگردانی علاوه بر سود عملیاتی و ایجاد اشتغال در جوامع میزبان و ایجاد اقتصاد پویا در جامعه با ریسک‌های ویژه همچون نرخ پایین اشتغال در هتل‌ها، بی‌ثباتی سیاسی و اقتصادی در کشورهای میزبان مواجه است بنابراین سرمایه‌گذاری در گردشگری از ماهیت عدم‌اطمینان برخوردار است لذا باید از روش‌های مختلف پوشش ریسک از جمله بیمه‌ها، تضمین بانکی و موارد مشابه استفاده کرد (عاقلی کهنه شهری، ۱۳۸۷: ۱).

### مدل مفهومی پژوهش حاضر

در این پژوهش جهت ارائه چارچوب نظری و درک بهتر به ارائه مدل مفهومی پرداخته شده است به طوری که ارائه این مدل می‌تواند گامی مهم برای انجام

پژوهش‌های آتی و روشن نمودن مفهوم توسعه اقتصادی، گردشگری و سرمایه‌گذاری در مناطق نمونه گردشگری باشد. براساس این مدل و با توجه به اینکه هر منطقه دارای جاذبه‌های گردشگری بی‌شماری است و این جاذبه‌ها می‌تواند به‌عنوان یک فرصت جهت توسعه آن ناحیه محسوب گردد. لذا با مشخص نمودن مناطق ویژه گردشگری و اینکه کدام مناطق دارای اولویت بالاتر جهت سرمایه‌گذاری هستند از اتلاف سرمایه جلوگیری خواهد شد.

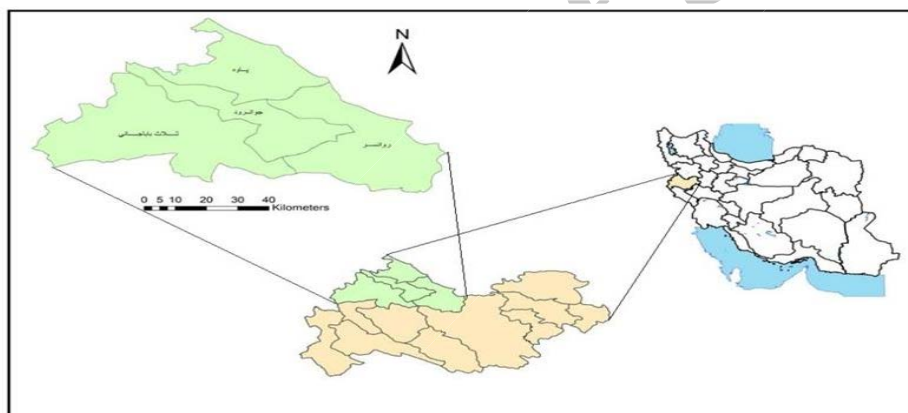


شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

بنابراین ابتدا باید مناطق مستعد گردشگری شناسایی و تسهیلات لازم جهت واگذاری این مناطق به سرمایه‌گذاران فراهم شود. چنانکه این دیدگاه را در نظر داشته‌باشیم مناطق نمونه گردشگری دارای شرایط بهتر، از ریسک‌پذیری کمتری برای سرمایه‌گذاری برخوردارند که این وضعیت کمک زیادی به سرمایه‌گذاران می‌نماید و انگیزه سرمایه‌گذاران را جهت سرمایه‌گذاری بالا می‌برد. براین اساس سرمایه‌گذاری در مناطق نمونه گردشگری با ریسک کمتر باعث جلوگیری از اتلاف سرمایه‌گذاری می‌شود به طوری که سرمایه‌گذاری در این شرایط دارای توجیه اقتصادی می‌باشد. با این رویکرد سرمایه‌گذاری باعث توسعه همه‌جانبه در مناطق گردشگری خواهد شد که مهم‌ترین اثر آن توسعه اقتصادی و منطقه‌ای می‌باشد.

## معرفی منطقه مورد مطالعه پژوهش

منطقه اورامانات با وسعت ۴۳۲۶ کیلومترمربع در شمال غربی استان کرمانشاه به مرکزیت شهرستان پاوه قرار گرفته است. در پی تقسیمات سیاسی شهرستان‌های جوانرود (۱۳۶۸)، شهرستان ثلاث باباجانی (۱۳۸۰)، شهرستان روانسر (۱۳۸۱) از این منطقه جدا شدند و عملاً اورامانات به چهار شهرستان با مرزهای سیاسی مختص خود تقسیم گشته است (میری، ۱۳۹۰: ۳) (شکل: ۲). بر اساس سرشماری ۱۳۸۵، منطقه اورامانات با چهار شهرستان (پاوه، جوانرود، روانسر، و ثلاث باباجانی) دارای ۱۹۹۵۷۴ نفر جمعیت بوده که جوانرود با ۳۲ درصد بیشترین و ثلاث باباجانی با ۲۰ درصد کمترین جمعیت را داشته است (میرزایی، ۱۳۸۸: ۶۴).



شکل ۲. موقعیت منطقه مورد مطالعه

مناطق نمونه گردشگری تحت پوشش قطب گردشگری اورامانات شامل ۱۵ منطقه نمونه گردشگری می‌باشد که در سطح شهرستان‌های پاوه، روانسر، ثلاث باباجانی و جوانرود قرار دارند. جاذبه این مناطق شامل جاذبه‌های طبیعی، تاریخی - فرهنگی و تجاری می‌باشد (جدول: ۱).

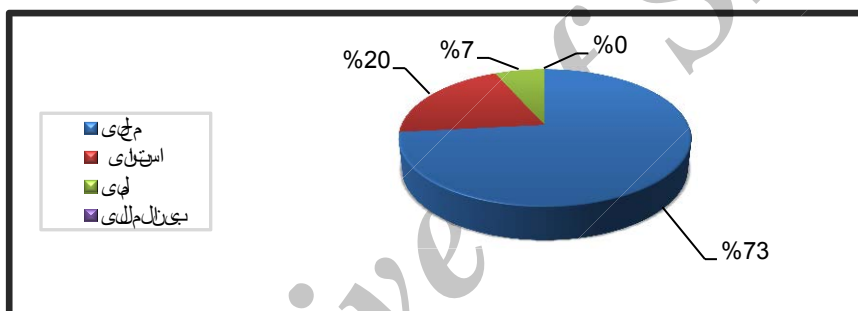


جدول ۱. خصوصیات مناطق نمونه گردشگری قطب گردشگری اورامانات در شمال غربی استان کرمانشاه

نام منطقه نمونه	شهرستان	قابلیت های گردشگری	وسعت(هکتار)	ظرفیت برد
دالانی	پاوه	اکوتوریسم، ژئوتوریسم، تاریخی، علمی، ورزش های آبی	۴۰	محلی
قوری قلعه	روانسر	ژئوتوریسم، اکوتوریسم، آگروتوریسم، روستایی	۱۰۰	ملی
نودشه	پاوه	اکوتوریسم - گردشگری عشایر - تجاری	۳۰	محلی
سراب روانسر	روانسر	اکوتوریسم	۷۵	استانی
شروینه	جوانرود	اکوتوریسم - ژئوتوریسم - روستایی	۳۵	محلی
هچیح	پاوه	اکوتوریسم - روستایی - آگروتوریسم - تاریخی	۲۵	محلی
شمشیر	پاوه	اکوتوریسم - فرهنگی	۲۵	محلی
چشمه ریزه	ثلاث باباجانی	ژئوتوریسم، اکوتوریسم، آگروتوریسم	۳۰	محلی
ازگله بمو	ثلاث باباجانی	اکوتوریسم، ژئوتوریسم	۴۰	محلی
ویس القرن	روانسر	اکوتوریسم - ژئوتوریسم	۲۰	محلی
مامیشان	ثلاث باباجانی	اکوتوریسم	۲۵	محلی
سفید برگ	ثلاث باباجانی	اکوتوریسم - فرهنگی	۲۰	محلی
بید میری	پاوه	اکوتوریسم - ژئوتوریسم	۴۰	محلی
نوسود	پاوه	اکوتوریسم - ژئوتوریسم - جنگ - تجاری	۶۰	استانی
بوزین مرخیل	پاوه	اکوتوریسم	۵۰	استانی

(سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کرمانشاه: ۱۳۹۱)

از ۱۵ منطقه تعیین شده توسط سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در قطب گردشگری اورامانات، ۷ منطقه نمونه گردشگری در شهرستان پاوه، ۳ منطقه نمونه در شهرستان روانسر، ۴ منطقه نمونه در شهرستان ثلاث باباجانی و تنها یک منطقه نمونه در شهرستان جوانرود واقع شده (جدول ۱). در بین مناطق منطقه نمونه گردشگری قوری قلعه دارای برد ملی و سایر مناطق تحت پوشش دارای برد استانی و محلی هستند. به طور کلی ۷ درصد مناطق ملی، ۲۰ درصد استانی، ۷۳ درصد محلی و مناطق بین‌المللی در منطقه وجود ندارد که با سرمایه‌گذاری در این مناطق می‌توان برد و ظرفیت مناطق نمونه گردشگری را بالا برد (شکل ۳).



شکل ۳. ظرفیت برد مناطق نمونه گردشگری قطب گردشگری اورامانات

### روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، از جمله تحقیقات کاربردی، از نظر جمع‌آوری داده‌ها، از نوع پیمایشی و به لحاظ اطلاعات کمی و کیفی می‌باشد. برای جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای، بررسی‌های میدانی از قبیل پرسشنامه، مصاحبه استفاده شده‌است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارشناسان، صاحب‌نظران برنامه‌ریزی توریسم، مسئولان و کارشناسان سرمایه‌گذاری در مناطق نمونه گردشگری استان کرمانشاه تشکیل می‌دهند که برای تعیین حجم نمونه ۱۰۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده‌اند که سه دسته پرسشنامه برای رسیدن به اهداف پژوهش طراحی گردیده‌است که جمعاً ۶۶ پرسشنامه جمع‌آوری گردید. از سوی دیگر برای دست‌یابی به شاخص‌های پژوهش یک پرسشنامه باز براساس

تکنیک دلفی<sup>۱</sup> طراحی گردیده است به عبارتی هدف از تکنیک دلفی، جمع آوری اطلاعات و کسب نظرات از کارشناسان به منظور تسهیل فرایند حل معضل تصمیم گیری و برنامه ریزی می باشد براین اساس مهم ترین اجزا و عناصر اصلی این تکنیک عبارتند از پرسشنامه، سؤالات پرسشنامه و متخصصین می باشد (حکمت نیا و موسوی، ۱۳۹۰: ۳۲۵-۳۳۳). در این پژوهش از نظرات ۱۱ نفر از کارشناسان و صاحب نظران گردشگری استفاده گردیده است (جدول ۲) که در نهایت بر مبنای یک سؤال باز تعداد ۱۰ شاخص مهم برای ادامه پژوهش ارزیابی گردید.

جدول ۲. مشخصات پاسخگویان در تکنیک دلفی

دکتری (صاحب نظر)	کارشناس ارشد برنامه ریزی توریسم	کارشناس (گردشگری)	دیپلم
۵	۵	۱	۰

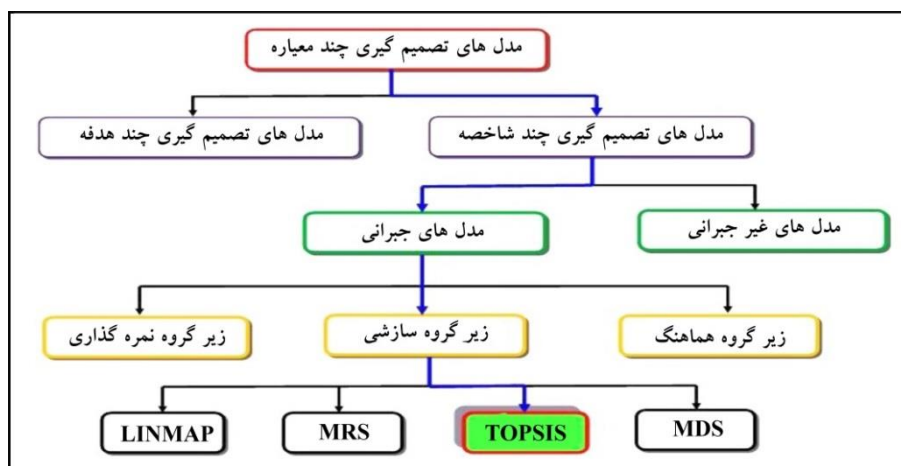
سپس با استفاده از شاخص های به دست آمده پرسشنامه ی دیگر جهت امتیازدهی به شاخص ها در منطقه و در زمینه احداث مناطق نمونه گردشگری طراحی گردیده است که برای راحتی امتیازدهی، مبنای وزن دهی به این شاخص ها بر مبنای ۰ تا ۱۰۰ تعیین گردیده است به طوری که مجموع امتیاز شاخص ها ۱۰۰ شود که در هنگام پیمایش نتایج پرسشنامه به ۰ تا ۱ تبدیل گردیده است. سپس پرسشنامه ای مجزا و بی نام جهت اولویت بندی مناطق نمونه گردشگری در منطقه مورد مطالعه در اختیار مدیران، صاحب نظران و کارشناسان حوزه سرمایه گذاری و گردشگری با تحصیلات دانشگاهی قرار گرفت تا براساس شناختی که از مناطق گردشگری دارند هر منطقه با توجه به ۱۰ شاخص از ۰ تا ۱۰۰ امتیازدهی شود. ضمناً باید متذکر شد روایی پرسشنامه رتبه بندی با ضریب رتبه ای اسپیرمن ۰/۷۹ ارزیابی شده است که قابل قبول می باشد. بعد از پیمایش داده های حاصل از پرسشنامه های پژوهش از تکنیک تصمیم گیری چند معیاره TOPSIS برای تجزیه و تحلیل عناصر تشکیل دهنده موضوع استفاده گردید به طوری که نتایج پرسشنامه دلفی در تعیین شاخص ها استفاده شده است و مبنای استفاده در تکنیک تصمیم گیری چند معیاره شده است و سپس نتایج پرسشنامه دوم که در جدول (۳ و ۶) آمده است در مرحله سوم برای تعیین وزن هر یک از شاخص ها و ایجاد ماتریس

بی‌مقیاس وزین وارد تکنیک TOPSIS گردید. همچنین با پیمایش داده‌های حاصل از پرسشنامه سوم نمرات خام ماتریس داده‌ها براساس  $n$  آلترناتیو و  $m$  شاخص وارد شده‌است (جدول ۴).

### تکنیک تصمیم‌گیری چند معیاره TOPSIS

تصمیم‌گیری چندمعیاره (MCDM)<sup>۱</sup> یکی از حوزه‌های تحقیق در عملیات و علوم مدیریت است (ساعتی و همکاران، ۱۳۸۶: ۲۱). در این تصمیم‌گیری‌ها به جای استفاده از یک معیار سنجش از چندین معیار سنجش استفاده به عمل می‌آید (بیورانی و غفران، ۱۳۸۸: ۱۳۹) و به دو دسته مدل‌های تصمیم‌گیری چندهدفه (MODM)<sup>۲</sup> و مدل‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه<sup>۳</sup> (MADM) قابل تقسیم می‌باشد. به‌طور کلی مدل‌های چندهدفه به منظور طراحی و مدل‌های چند شاخصه به‌منظور انتخاب گزینه برتر استفاده می‌شوند. یکی از تکنیک‌هایی که برای اولویت‌بندی عوامل از آن‌ها استفاده می‌شود مدل TOPSIS می‌باشد (زیاری و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۷). این تکنیک از جمله روش‌های جبرانی در (MADM) است. تکنیک TOPSIS مجموعه‌ای از وزن‌ها را از تصمیم‌گیرنده دریافت می‌نماید (مهرگان و دهقان نیری: ۱۳۸۸، ۱۵۷). این روش در سال ۱۹۹۲ توسط هوانگ و یون<sup>۴</sup> مطرح شده است. مفهوم این مدل، انتخاب کوتاه‌ترین فاصله از راه حل ایده‌آل مثبت و دورترین فاصله از راه حل ایده‌آل منفی به منظور حل مسائلی است که با ضوابط تصمیم‌گیری متعددی روبروست (زنگی آبادی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۷). این شیوه مفیدترین روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره در بررسی مسایل جهان واقعی است (شکل ۴).

1- Multi Criteria Decision Making  
2- Multiple Objective Decision Making  
3- Mutiple Attribute Decision Making  
4- Hoyang & Yon



شکل ۴: جایگاه تکنیک Topsis در تصمیم‌گیری‌های چند معیاره

همانطور که گفته شد در این پژوهش داده‌های حاصل از پرسشنامه‌های پژوهش وارد تکنیک TOPSIS شده و بعد از طی ۸ مرحله مناطق نمونه گردشگری جهت سرمایه‌گذاری اولویت‌بندی شده‌اند و نزدیکی نسبی به وضعیت ایده‌آل برای سرمایه‌گذاری در هر منطقه نمونه به دست آمده‌است.

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

#### ارزیابی شاخص‌های پژوهش

همانطور که در روش پژوهش مشخص گردیده‌است براساس پرسشنامه دلفی ۱۰ شاخص توسط صاحب‌نظران و برنامه‌ریزان گردشگری برای ادامه پژوهش تأیید گردیده‌است اما از آنجا که اهمیت شاخص‌ها یکسان نمی‌باشد براساس پیمایش داده‌ها شاخص‌های پژوهش وزندهی شده‌اند. در اینجا باید متذکر شد مبنای اصلی برای مجموع وزندهی شاخص‌ها ۰ تا ۱۰۰ می‌باشد که این امر به دلیل راحتی در امتیازدهی اولیه پرسشنامه لحاظ شده است و هنگام پیمایش داده‌ها به مبنای اولیه ۰ تا ۱ تبدیل گردیده‌است که اساس پژوهش حاضر براساس آن شکل گرفته‌است (جدول ۳) به عبارتی انتخاب شاخص‌ها در این پژوهش پایه پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهد به عبارتی نتایج جدول (۳) که امتیاز شاخص‌های پژوهش حاضر است در مرحله سوم تکنیک TOPSIS وارد ماتریس بی‌مقیاس وزین (V) می‌شود که نتایج حاصل شده

باعث ایجاد جدول استاندارد موزون (جدول ۷) در مناطق نمونه گردشگری می‌شود. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد شاخص واقع شدن در یک ویژگی یا ویژگی‌های جاذب گردشگری یا مجاور آن با امتیاز ۰/۱۷ در رتبه اول، شاخص وضعیت دسترسی و تسهیلات و خدمات با امتیاز ۰/۱۳ در رتبه دوم، شاخص کیفیت شاخص‌های امنیتی با امتیاز ۰/۱۲ در رتبه سوم و سپس به ترتیب سایر شاخص‌ها قرار گرفته‌اند (جدول ۳)، (شکل ۵).

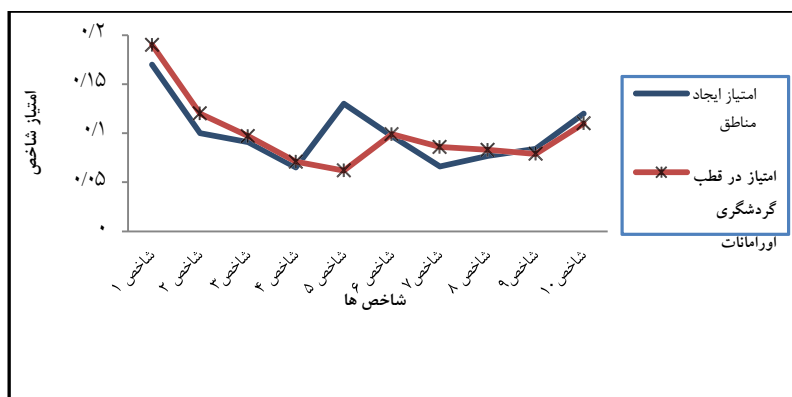
### جدول ۳. ارزیابی شاخص‌های پژوهش

ردیف	نام شاخص	امتیاز شاخص‌ها در احداث مناطق نمونه	امتیاز شاخص‌ها در قطب اورامانات
۱	واقع شدن در یک ویژگی یا ویژگی‌های جاذب گردشگری یا مجاور آن	۰/۱۷	۰/۱۹
۲	دارا بودن شرایط آب و هوایی خاص ناحیه‌ای (اقلیم گردشگری مناسب)	۰/۱	۰/۱۲
۳	وضعیت بصری مناطق	۰/۰۹۱	۰/۰۹۷
۴	مساحت کافی	۰/۰۶۵	۰/۰۷۲
۵	وضعیت دسترسی و تسهیلات و خدمات	۰/۱۳	۰/۰۶۲
۶	در دسترس بودن یا عملی بودن توسعه زیرساخت‌های مناطق	۰/۰۹۷	۰/۰۹۹
۷	تجانس جاذبه منطقه با محیط اطراف	۰/۰۶۶	۰/۰۸۶
۸	اثرات زیست محیطی	۰/۰۷۷	۰/۰۸۳
۹	تأثیرات اقتصادی	۰/۰۸۴	۰/۰۷۹
۱۰	کیفیت شاخص‌های امنیتی	۰/۱۲	۰/۱۱

همچنین پیمایش داده‌ها در ارتباط با مناطق نمونه گردشگری منطقه اورامانات نشان داد که امتیاز شاخص‌ها در مناطق نمونه گردشگری اورامانات با امتیاز شاخص‌ها در انتخاب مناطق نمونه گردشگری تقریباً برابر می‌باشند. تنها اختلاف معنی‌دار در زمینه وضعیت خدمات و تسهیلات (شاخص ۵) است که مناطق نمونه گردشگری تحت پوشش قطب گردشگری اورامانات در این زمینه ضعیف ارزیابی شده و نیازمند سرمایه‌گذاری‌های جهت احداث امور زیربنایی و تسهیلات می‌باشد (شکل ۵).

در واقع با وجود قرارگیری مناطق نمونه گردشگری اورامانات در کنار جاذبه‌های گردشگری می‌توان بستر مناسب را برای گسترش فعالیت‌های گردشگری در ۱۵ منطقه نمونه گردشگری معرفی شده توسط سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان ایجاد نمود و با سرمایه‌گذاری در خدمات زیرساختی، نهادی و احیای سرمایه‌های طبیعی،

تاریخی - فرهنگی بسترهای مناسب را با توجه به اصول توسعه پایدار و گردشگری پایدار مدیریت نمود و با این رویکرد توسعه منطقه‌ای را در این قسمت از استان کرمانشاه مشاهده نمود.



شکل ۵. مقایسه امتیاز شاخص‌ها در احداث مناطق با امتیاز شاخص مناطق نمونه گردشگری اورامانات

### اولویت‌بندی سرمایه‌گذاری در مناطق نمونه گردشگری شمال غربی استان کرمانشاه با استفاده از تکنیک TOPSIS

در ادامه پژوهش جهت رسیدن به نتایج مطلوب از تکنیک تصمیم‌گیری TOPSIS برای اولویت‌بندی وضعیت مناطق نمونه گردشگری منطقه اورامانات استفاده گردیده است که براساس آن مناطق جهت سرمایه‌گذاری اولویت‌بندی می‌گردد. به عبارتی مراحل ذیل جهت رسیدن به اهداف پژوهش صورت گرفته است. مرحله اول: اولویت‌بندی به وسیله شباهت به وضعیت ایده‌آل می‌باشد که در این روش  $m$  مکان به وسیله  $n$  شاخص مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. به عبارتی اصل اساسی TOPSIS این است که گزینه انتخابی باید دارای کمترین فاصله از وضعیت ایده‌آل (بهترین حالت) و دورترین فاصله از وضعیت ایده‌آل منفی (بدترین حالت) باشد و این خود معیار درجه‌بندی و اولویت‌بندی عوامل است (نسترن و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۴) و (نسترن و همکاران، ۱۳۸۹: ۹۲).

تشکیل ماتریس داده‌ها براساس  $n$  آلترناتیو و  $m$  شاخص (رابطه ۱)

رابطه (۱)

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

در واقع ماتریس پایه ما در اینجا امتیاز هر شاخص گردشگری است که در هر منطقه نمونه گردشگری به دست آمده است. به عبارتی با پیمایش یافته‌های حاصل از پرسشنامه‌ی پژوهش که توسط مدیران، صاحب نظران و کارشناسان حوزه سرمایه گذاری گردشگری استان جمع آوری شده است ماتریس اولیه پژوهش در قالب جدول (۴) به دست آمده است که اولین مرحله از تکنیک TOPSIS بر مبنای آن ارزیابی شده است.

جدول ۴. ماتریس اولیه شاخص‌های گردشگری مناطق نمونه گردشگری قطب اورامانات

شاخص \ نام مناطق نمونه گردشگری	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
دالانی	۰/۸۸	۰/۷۸	۰/۸۲	۰/۷	۰/۳۲	۰/۵۲	۰/۶۹	۰/۶۱	۰/۵۲	۰/۶۸
سراب روانسر	۰/۸۸	۰/۸۷	۰/۸۵	۰/۷۹	۰/۷۵	۰/۸	۰/۶۵	۰/۶۹	۰/۷۶	۰/۹
قوری قلعه	۰/۹۳	۰/۷۸	۰/۹۱	۰/۸۴	۰/۶۱	۰/۷	۰/۸۹	۰/۶۹	۰/۸۱	۰/۸۹
چشمه ریزه	۰/۸۱	۰/۷۷	۰/۶۷	۰/۶۹	۰/۳۷	۰/۵	۰/۶۷	۰/۶۴	۰/۶۳	۰/۷۹
شروینه	۰/۷۵	۰/۷۷	۰/۷۱	۰/۷۳	۰/۴۶	۰/۵۸	۰/۷۷	۰/۶۷	۰/۶۶	۰/۸۷
ازگله بمو	۰/۷۸	۰/۷۴	۰/۶۷	۰/۶۵	۰/۳۸	۰/۵۲	۰/۷۸	۰/۶۴	۰/۶۵	۰/۵۸
هجیج	۰/۹۶	۰/۸	۰/۹۷	۰/۸۱	۰/۵۴	۰/۶۸	۰/۹۲	۰/۶۹	۰/۷۹	۰/۹۷
نودشه	۰/۹۵	۰/۸۳	۰/۱	۰/۸۲	۰/۵۶	۰/۷۶	۰/۹	۰/۷۱	۰/۷۲	۰/۹۶
ویس القرن	۰/۸۸	۰/۸۶	۰/۹	۰/۸۶	۰/۵۴	۰/۶۵	۰/۸۱	۰/۶۳	۰/۶۹	۰/۹
بوزین مرخیل	۰/۸۶	۰/۸۱	۰/۸۴	۰/۷۴	۰/۴۲	۰/۶۲	۰/۸۱	۰/۶۱	۰/۵۴	۰/۸۵
بیدمیری	۰/۸۳	۰/۸۴	۰/۷۳	۰/۶۹	۰/۳۹	۰/۶۵	۰/۷۱	۰/۵۴	۰/۵۳	۰/۷۹
نوسود	۰/۸۹	۰/۸۳	۰/۸۵	۰/۸۲	۰/۴۴	۰/۶۳	۰/۸	۰/۶۶	۰/۶۹	۰/۹۳
شمشیر	۰/۹۴	۰/۸۲	۰/۹۵	۰/۸	۰/۵۷	۰/۷۲	۰/۸۹	۰/۶۷	۰/۶۶	۰/۹۵
سراب مامیشان	۰/۸۷	۰/۸	۰/۷۶	۰/۷۴	۰/۴۳	۰/۶۴	۰/۶۶	۰/۵۶	۰/۴۹	۰/۸۲
سراب سفید برگ	۰/۸۵	۰/۷۸	۰/۷۱	۰/۷۶	۰/۴۱	۰/۶۳	۰/۷۸	۰/۵۸	۰/۵۲	۰/۸۸

مرحله دوم: استاندارد نمودن داده‌ها و تشکیل ماتریس استاندارد (بی‌مقیاس) از طریق رابطه (۲)

در این مرحله، اقدام به استاندارد و یکدست نمودن داده‌های خام (جدول ۴) شده که



نتایج در جدول (۵) آمده‌است.

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

رابطه (۲)

جدول ۵. استاندارد کردن داده‌های خام مناطق نمونه گردشگری اورامانات

شاخص نام مناطق نمونه	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
دالانی	۰/۲۶	۰/۲۵	۰/۲۷	۰/۲۴	۰/۱۶	۰/۲	۰/۲۳	۰/۲۳	۰/۲	۰/۲
سراب روانسر	۰/۲۶	۰/۲۸	۰/۲۸	۰/۲۷	۰/۳۹	۰/۳۲	۰/۲۲	۰/۲۶	۰/۳	۰/۲۷
قوری قلعه	۰/۲۷	۰/۲۵	۰/۳	۰/۲۸	۰/۳۲	۰/۲۸	۰/۲۹	۰/۲۶	۰/۳۲	۰/۲۷
چشمه ریزه	۰/۲۴	۰/۲۴	۰/۲۲	۰/۲۳	۰/۱۹	۰/۲	۰/۲۲	۰/۲۵	۰/۲۵	۰/۲۴
شروینه	۰/۲۲	۰/۲۴	۰/۲۴	۰/۲۷	۰/۲۴	۰/۲۳	۰/۲۵	۰/۲۶	۰/۲۶	۰/۲۶
ازگله بمو	۰/۲۳	۰/۲۳	۰/۲۲	۰/۲۵	۰/۲	۰/۲	۰/۲۶	۰/۲۵	۰/۲۶	۰/۱۷
هجیج	۰/۲۸	۰/۲۶	۰/۳۳	۰/۲۲	۰/۲۸	۰/۲۷	۰/۳	۰/۲۶	۰/۳۱	۰/۲۹
نودشه	۰/۲۸	۰/۲۷	۰/۳۳	۰/۲۷	۰/۲۹	۰/۳	۰/۳	۰/۲۷	۰/۲۸	۰/۲۹
ویس القرن	۰/۲۶	۰/۲۸	۰/۳	۰/۲۹	۰/۲۸	۰/۲۶	۰/۲۷	۰/۲۴	۰/۲۷	۰/۲۷
بوزین مرخیل	۰/۲۵	۰/۲۶	۰/۲۸	۰/۲۵	۰/۲۲	۰/۲۵	۰/۲۷	۰/۲۳	۰/۲۱	۰/۲۶
بیدمیری	۰/۲۴	۰/۲۷	۰/۲۴	۰/۲۳	۰/۲	۰/۲۶	۰/۲۳	۰/۲	۰/۲۱	۰/۲۴
نوسود	۰/۲۶	۰/۲۷	۰/۲۸	۰/۲۷	۰/۲۳	۰/۲۵	۰/۲۶	۰/۲۵	۰/۲۷	۰/۲۸
شمشیر	۰/۲۸	۰/۲۶	۰/۳	۰/۲۷	۰/۳	۰/۲۹	۰/۲۹	۰/۲۶	۰/۲۶	۰/۲۸
سراب مامیشان	۰/۲۶	۰/۲۶	۰/۲۵	۰/۲۵	۰/۲۲	۰/۲۵	۰/۲۲	۰/۲۱	۰/۱۹	۰/۲۵
سراب سفید برگ	۰/۲۵	۰/۲۵	۰/۲۴	۰/۲۶	۰/۲۱	۰/۲۵	۰/۲۶	۰/۲۲	۰/۲	۰/۲۶

مرحله سوم: تعیین وزن هر یک از شاخص‌ها و ایجاد ماتریس بی‌مقیاس وزین (V)

الف) تعیین وزن شاخص‌ها

از آنجایی که اهمیت شاخص‌ها در مناطق نمونه گردشگری یکسان نیست براساس امتیاز، شاخص‌های موثر در ایجاد مناطق نمونه گردشگری وزن داده می‌شوند که بر اساس وزن این شاخص‌ها کلیه مناطق نمونه گردشگری وزن‌دهی می‌شود. همانطور که قبلاً توضیح داده شده‌است یافته‌های جدول (۶) براساس پیمایش پرسشنامه‌های پژوهش

به دست آمده است که امتیاز این شاخص ها اساس پژوهش حاضر را تشکیل می دهد.

جدول ۶. اوزان شاخص ها

شاخص	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
امتیاز شاخص ها	۰/۱۷	۰/۱	۰/۰۹۱	۰/۰۶۵	۰/۱۳	۰/۰۹۷	۰/۰۶۶	۰/۰۷۷	۰/۰۸۴	۰/۱۲

ب) با اعمال این اوزان در جدول (۵) نتایج در جدول (۷) به صورت استاندارد موزون آمده است.

جدول ۷. جدول استاندارد موزون مناطق نمونه گردشگری قطب اورامانات

شاخص نام مناطق نمونه	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
دالانی	۰/۰۴۴۲	۰/۰۲۵	۰/۰۲۴۵	۰/۰۱۵۶	۰/۰۲۰۸	۰/۰۱۹۴	۰/۰۱۵۱	۰/۰۱۷۷	۰/۰۱۶۸	۰/۰۲۴
سراب روانسر	۰/۰۴۴۲	۰/۰۲۸	۰/۰۲۵۴	۰/۰۱۷۵	۰/۰۵۰۷	۰/۰۳۱	۰/۰۱۴۵	۰/۰۲	۰/۰۲۵۲	۰/۰۳۲۴
قوری قلعه	۰/۰۴۵۹	۰/۰۲۵	۰/۰۲۷۳	۰/۰۱۸۲	۰/۰۴۱۶	۰/۰۲۷۱	۰/۰۱۹۱	۰/۰۲	۰/۰۲۶۸	۰/۰۳۲۴
چشمه ریزه	۰/۴۰۸	۰/۰۲۴	۰/۰۲۰۲	۰/۰۱۴۹	۰/۰۲۴۷	۰/۰۱۹۴	۰/۰۱۴۵	۰/۰۱۹۱	۰/۰۲۱	۰/۰۲۸۸
شروینه	۰/۰۳۷۴	۰/۰۲۴	۰/۰۲۱۸	۰/۰۱۷۵	۰/۰۳۱۲	۰/۰۲۲۳	۰/۰۱۶۵	۰/۰۲	۰/۰۲۱۸	۰/۰۳۱۲
ازگله بمو	۰/۰۳۹۱	۰/۰۲۳	۰/۰۲۰۲	۰/۰۱۶۲	۰/۰۲۶	۰/۰۱۹۴	۰/۰۱۷۱	۰/۰۱۹۲	۰/۰۲۱۸	۰/۰۲۰۴
هجیج	۰/۰۴۷۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۹۱	۰/۰۱۴۳	۰/۰۳۶۴	۰/۰۲۶۱	۰/۰۱۹۸	۰/۰۲	۰/۰۲۶	۰/۰۳۴۸
نودشه	۰/۰۴۷۶	۰/۰۲۷	۰/۰۳۰۳	۰/۰۱۷۵	۰/۰۳۷۷	۰/۰۲۹۱	۰/۰۱۹۸	۰/۰۲۰۷	۰/۰۲۳۵	۰/۰۳۴۸
ویس القرن	۰/۰۴۴۲	۰/۰۲۸	۰/۰۲۷۳	۰/۰۱۸۸	۰/۰۳۶۴	۰/۰۲۵۲	۰/۰۱۷۸	۰/۰۱۸۴	۰/۰۲۲۶	۰/۰۳۲۴
بوزین مرخیل	۰/۰۴۲۵	۰/۰۲۶	۰/۰۲۵۴	۰/۰۱۷۵	۰/۰۲۸۶	۰/۰۲۴۲	۰/۰۱۷۸	۰/۰۱۷۷	۰/۰۱۷۶	۰/۰۳۱۲
بیدمیری	۰/۰۴۰۸	۰/۰۲۷	۰/۰۲۱۸	۰/۰۱۴۹	۰/۰۲۶	۰/۰۲۵۲	۰/۰۱۵۱	۰/۰۱۵۴	۰/۰۱۷۶	۰/۰۲۸۸
نوسود	۰/۰۴۴۲	۰/۰۲۷	۰/۰۲۵۴	۰/۰۱۷۵	۰/۰۲۹۹	۰/۰۲۴۲	۰/۰۱۷۱	۰/۰۱۹۲	۰/۰۲۲۶	۰/۰۳۳۶
شمشیر	۰/۰۴۷۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۷۳	۰/۰۱۷۵	۰/۰۳۹	۰/۰۲۸۱	۰/۰۱۹۱	۰/۰۲	۰/۰۲۱۸	۰/۰۳۳۶
سراب مامیشان	۰/۰۴۴۲	۰/۰۲۶	۰/۰۲۲۷	۰/۰۱۷۵	۰/۰۲۸۶	۰/۰۲۴۲	۰/۰۱۴۵	۰/۰۱۵۴	۰/۰۱۵۹	۰/۰۳
سراب سفید برگ	۰/۰۴۲۵	۰/۰۲۵	۰/۰۲۱۸	۰/۰۱۶۹	۰/۰۲۷۳	۰/۰۲۴۲	۰/۰۱۷۱	۰/۰۱۶۹	۰/۰۱۶۸	۰/۰۳۱۲

مرحله چهارم و پنجم: مشخص نمودن حالت های ایده آل مثبت و ایده آل منفی (بالاترین و پایین ترین حالت هر شاخص (جدول ۸).

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

رابطه (۳)

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

رابطه (۴)

جدول ۸. حالت های ایده آل مثبت و منفی هر شاخص در مناطق نمونه گردشگری قطب اورامانات

شاخص	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
$A^+$	۰/۰۴۷۶	۰/۰۲۸	۰/۰۳	۰/۰۱۸۸	۰/۰۵۰۷	۰/۰۳۱	۰/۰۱۹۱	۰/۰۲	۰/۰۲۶۸	۰/۰۳۴۸
$A^-$	۰/۰۴۰۸	۰/۰۲۳	۰/۰۲	۰/۰۱۴۳	۰/۰۲۰۸	۰/۰۱۹۴	۰/۰۱۴۵	۰/۰۱۵۴	۰/۰۱۶۸	۰/۰۲۸۸

مرحله ششم: تعیین معیار فاصله ای برای آلترناتیو ایده آل ( $SL_i^+$ ) و آلترناتیو حداقل ( $SL_i^-$ ) با استفاده از رابطه (۵ و ۶) که نتایج در جدول (۹) آمده است.

$$SL_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_{ij} - V_j^+)^2}; i = 1, 2, \dots, m \quad \text{رابطه (۵)}$$

$$SL_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_{ij} - V_j^-)^2}; i = 1, 2, \dots, m \quad \text{رابطه (۶)}$$

جدول ۹. فاصله مناطق نمونه گردشگری از حالت های ایده آل مثبت و منفی

(بهترین و بدترین وضعیت)

مناطق نمونه قطب گردشگری اورامانات	$SL_i^+$	$SL_i^-$
دالانی	۰/۰۳۷۵۳	۰/۰۱۰۱۰۸
سراب روانسر	۰/۰۰۷۹۹۳	۰/۰۳۴۷۷۳
قوری قلعه	۰/۰۱۴۲۹۴	۰/۰۲۷۸۲۳
چشمه ریزه	۰/۰۳۲۸۵۷	۰/۰۰۸۲۲۴
شروینه	۰/۰۲۶۲۶	۰/۰۱۵۶۰۵
ازگله بمو	۰/۰۳۴۹۵۱	۰/۰۱۲۲۵۹
هچچ	۰/۰۱۷۰۴۹	۰/۰۲۹۴۴۱
نودشه	۰/۰۱۳۶۸۱	۰/۰۲۵۶۵۵
ویس القرن	۰/۰۱۹۵۷۲	۰/۰۳۱۸۴۵
بوزین مرخیل	۰/۰۲۶۸۹۴	۰/۰۱۳۵۶۴
بیدمیری	۰/۰۳۰۵۱۵	۰/۰۰۹۰۱۵
نوسود	۰/۰۲۳۹۵۸	۰/۰۱۶۵۷۳
شمشیر	۰/۰۱۴۸۵۶	۰/۰۳۳۹۷۳
سراب مامیشان	۰/۰۲۸۷۲۹	۰/۰۱۸۹۳۶
سراب سفید برگ	۰/۰۳۰۷۱	۰/۰۱۱۵۳

مرحله هفتم: محاسبه نزدیکی نسبی گزینه  $i$  ( $A_i$ ) به وضعیت ایده آل (رابطه ۷) که نتایج در جدول (۱۰) آمده است.

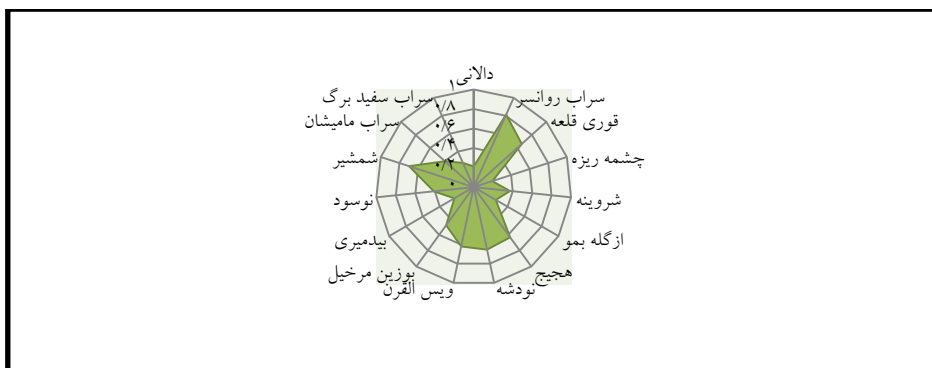
$$SL_i^+ = \frac{S_i^-}{S_i^+ + S_i^-}; 0 \leq SL_i^+ \leq 1; i = 1, 2, \dots, m \quad \text{رابطه (۷)}$$

جدول ۱۰. ارزیابی وضعیت سرمایه گذاری در مناطق نمونه گردشگری شمالغربی استان کرمانشاه

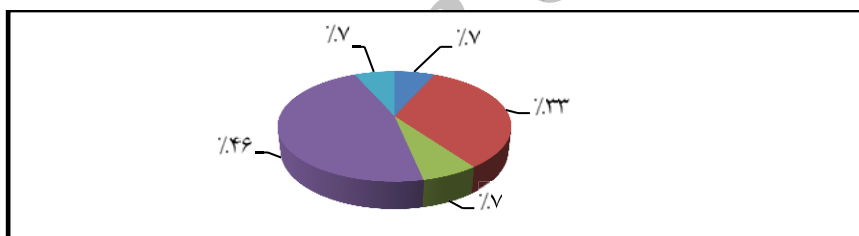
مناطق نمونه قطب گردشگری اورامانات	$SL_i^+$	رتبه بندی	سطح بندی سرمایه گذاری
سراب روانسر	۰/۸۱۳	۱	بسیار خوب
شمشیر	۰/۶۹۵۷	۲	خوب
قوری قلعه	۰/۶۶۰۶	۳	خوب
نودشه	۰/۶۵۲۲	۴	خوب
هجیج	۰/۶۳۳۲	۵	خوب
ویس القرن	۰/۶۱۹۳	۶	خوب
بوزین مرخیل	۰/۴۸۰۱	۷	متوسط
نوسود	۰/۴۰۸۸	۸	ضعیف
سراب مامیشان	۰/۳۹۷۲	۹	ضعیف
شروینه	۰/۳۷۲۷	۱۰	ضعیف
سراب سفید برگ	۰/۲۷۲۹	۱۱	ضعیف
ازگله بمو	۰/۲۵۹۶	۱۲	ضعیف
بیدمیری	۰/۲۲۸	۱۳	ضعیف
دالانی	۰/۲۱۲۱	۱۴	ضعیف
چشمه ریزه	۰/۲۰۰۱	۱۵	بسیار ضعیف

مرحله هشتم، رتبه بندی آلترناتیوها بر اساس میزان  $SL_i^+$ : در این راستا  $sl_i^+ = 1$  نشان دهنده بالاترین رتبه و  $sl_i^+ = 0$  نیز نشان دهنده کمترین رتبه است. در نهایت، با توجه به میزان  $sl_i^+$ ، مناطق نمونه گردشگری بر اساس طیف لیکرت به طبقه (بسیار ضعیف ۰ تا ۰/۲، ضعیف ۰/۲ تا ۰/۴، متوسط ۰/۴ تا ۰/۶، خوب ۰/۶ تا ۰/۸، بسیار خوب ۰/۸ تا ۱) سطح بندی گردیده که نتایج حاصله در جدول (۱۰) آمده است.

بر این اساس نتایج نشان می دهد منطقه نمونه گردشگری سراب روانسر با ۰/۸۱۳ نسبت به دیگر مناطق دارای ظرفیت بیشتر و در سطح بسیار خوب جهت سرمایه گذاری ارزیابی شده است و مناطق نمونه گردشگری شمشیر (۰/۶۹۵۷)، قوری قلعه (۰/۶۶۰۶)، نودشه (۰/۶۵۲۲)، هجیج (۰/۶۳۳۲)، ویس القرن (۰/۶۱۹۳) در اولویت های بعدی و در سطح خوب ارزیابی شده اند. بوزین مرخیل با امتیاز (۰/۴۸۰۱) در سطح متوسط برای سرمایه گذاری ارزیابی شده است و مناطق نمونه نوسود، سراب مامیشان، شروینه، سراب سفید برگ، ازگله بمو، بیدمیری، دالانی در سطح ضعیف ارزیابی شده اند و منطقه نمونه گردشگری چشمه ریزه در سطح بسیار ضعیف ارزیابی شده است (جدول ۱۰) و (شکل ۶).



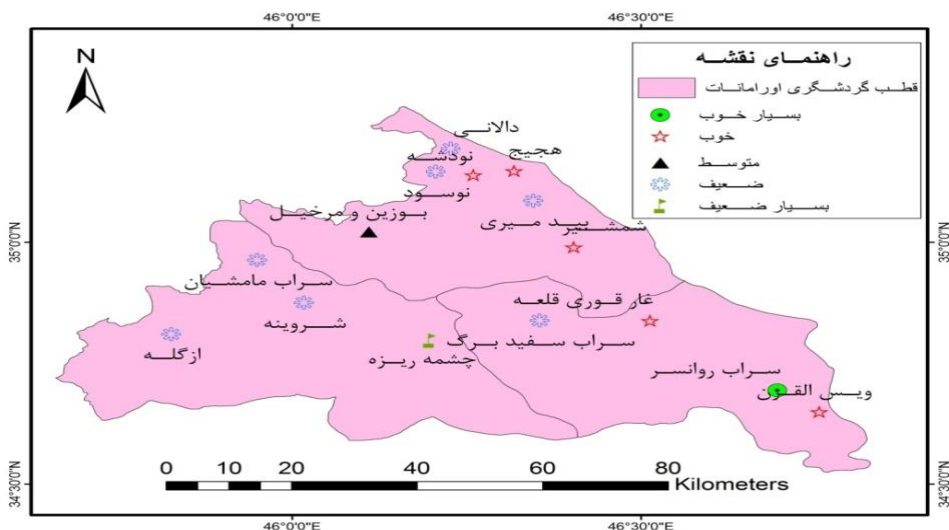
شکل ۶. ارزیابی وضعیت سرمایه گذاری در مناطق نمونه گردشگری شمال غربی استان کرمانشاه همچنین بر اساس ارزیابی صورت گرفته در مناطق نمونه گردشگری اورامانات از مجموعه ۱۵ منطقه نمونه گردشگری ۷ درصد آنان در سطح بسیارخوب، ۳۳ درصد خوب، ۷ درصد متوسط، ۴۶ درصد ضعیف و ۷ درصد در سطح بسیار ضعیف برای سرمایه گذاری ارزیابی شده اند (شکل ۷).



شکل ۷. سطح بندی درصد سرمایه گذاری در مناطق نمونه گردشگری شمال غرب استان کرمانشاه

بر اساس نتایج پژوهش حاضر مناطق نمونه گردشگری که از نزدیکی نسبی به وضعیت ایده آل برخوردار می باشد برای سرمایه گذاری و واگذاری به سرمایه گذاران مناسب می باشند و مناطقی که از نزدیکی نسبی کمتری به وضعیت ایده آل برخوردار هستند برای سرمایه گذاری نامناسب می باشند و سرمایه گذاری در این مناطق ریسک بالایی دارد بر اساس این تحلیل ۴۷ درصد مناطق نمونه گردشگری اورامانات برای سرمایه گذاری مناسب ارزیابی شده اند و ۵۳ درصد مناطق نمونه در این قطب گردشگری برای سرمایه گذاری نامناسب ارزیابی شده اند (شکل ۷). چنانچه مناطق نمونه گردشگری با رتبه پایین به سرمایه گذاران واگذار شود، توجیه اقتصادی نداشته و

باعث اتلاف منابع و عدم تحقق اهداف توسعه خواهد گردید. لذا مناطق نمونه گردشگری سراب روانسر، شمشیر، قوری قلعه، نودشه، هجیج و ویس القرن در اولویت نخست برای سرمایه گذاری و توسعه گردشگری می باشند و سایر مناطق بر حسب اولویت بندی صورت گرفته شده در رتبه های بعدی قرار گرفته اند (شکل ۸).



شکل ۸. اولویت بندی نهایی وضعیت سرمایه گذاری در مناطق نمونه گردشگری شمال غرب استان کرمانشاه

به عبارتی با اولویت بندی صورت گرفته می توان نتیجه گرفت که برنامه ریزان و مدیران گردشگری کشور و استان باید به این مهم توجه داشته باشند که ابتدا در مقاصد گردشگری باید محصول گردشگری جذاب و متنوع فراهم شود چون شاخص هایی همچون جاذبه های گردشگری، ساختارهای زیربنایی، امکان دسترسی آسان، شاخص های امنیتی، وضعیت اقتصادی و زیست محیطی برای گردشگران در انتخاب مقاصد و نیز برای سرمایه گذاران انگیزه سرمایه گذاری ایجاد خواهد نمود. بنابراین باید برخی از امکانات از جمله زیرساخت ها و امکانات زیر بنایی را در این مناطق ایجاد نماید تا قابلیت جذب سرمایه گذار و جذب گردشگر و در نهایت ایجاد درآمد و تحقق اهداف برنامه ریزی شده در افق های بلند مدت حاصل گردد.

## نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

ارتباط مثبت بین رشد اقتصادی و گردشگری می‌تواند مشوق سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری باشد. در حال حاضر سرمایه‌گذاری در گردشگری شیوه‌های مختلفی دارد که یکی از این سرمایه‌گذاری‌ها در مناطق نمونه گردشگری می‌باشد که سرمایه‌گذاری در کنار جاذبه‌های گردشگری هنگامی اصولی و علمی محسوب می‌گردد که بر اساس روش‌های علمی صورت پذیرد بر این اساس یکی از روش‌های مدیریتی، تکنیک تصمیم‌گیری چند شاخصه در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی می‌باشد که قابلیت اطمینان تصمیم‌گیری را افزایش داده است در این راستا پژوهش حاضر از سری پژوهش‌های کاربردی محسوب می‌گردد که نتایج آن می‌تواند کمک زیادی به تصمیم‌گیری‌های مدیریتی و اقتصادی نماید لذا بر اساس همین هدف قطب گردشگری اورامانات به عنوان یکی از قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه که دارای بالاترین تعداد مناطق نمونه گردشگری می‌باشد انتخاب گردیده است یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که توان بالای مناطق نمونه گردشگری اورامانات و واقع شدن این مناطق در کنار جاذبه‌های بکر می‌تواند به عنوان یک نیروی محرک اقتصادی در منطقه باشند. همچنین مناطق نمونه تحت پوشش قطب گردشگری اورامانات از نظر شاخص-های ارزیابی شده برای احداث مناطق نمونه گردشگری دارای پتانسیل لازم می‌باشد، تنها شاخصی که قطب گردشگری اورامانات در آن دارای کمترین امتیاز می‌باشد تسهیلات و خدمات زیر بنایی است که با سرمایه‌گذاری در این زمینه می‌توان به توسعه این مناطق کمک نمود (شکل ۵). همچنین با رتبه‌بندی صورت گرفته می‌توان نتیجه گرفت که برنامه ریزان گردشگری کشور و استان باید به این مهم توجه داشته باشند که ابتدا در مقاصد گردشگری باید محصول گردشگری جذاب و متنوع فراهم شود چون محصول جذاب در کنار جاذبه‌های گردشگری برای گردشگران در انتخاب مقاصد و نیز برای سرمایه‌گذاران انگیزه سرمایه‌گذاری ایجاد خواهد نمود. رتبه‌بندی صورت گرفته در مناطق نمونه گردشگری اورامانات نشان می‌دهد که منطقه نمونه گردشگری سراب روانسر نسبت به بقیه مناطق نمونه دارای نزدیکی نسبی بالاتری به وضعیت ایده آل برای سرمایه‌گذاری می‌باشد که  $SL_i^+$  آن ۰/۸۱۳ می‌باشد و مناطق نمونه گردشگری شمشیر، قوری قلعه، نودشه، هجیج، ویس‌القرن به ترتیب دارای

بالاترین میزان  $SL_i^+$  (۰/۶۹۵۷، ۰/۶۶۰۶، ۰/۶۵۲۲، ۰/۶۳۳۲، ۰/۶۱۹۳) و در اولویت‌های بعدی و در سطح خوب، بوزین مرخیل با  $SL_i^+$  (۰/۴۸۰۱) در سطح متوسط، مناطق نمونه نوسود، سراب مامیشان، شروینه، سراب سفید برگ، ازگله بمو، بید میری، دالانی با میزان  $SL_i^+$  (۰/۴۰۸۸، ۰/۳۹۷۲، ۰/۳۷۲۷، ۰/۲۷۲۹، ۰/۲۵۹۶، ۰/۲۲۸، ۰/۲۱۲۱) در سطح ضعیف برای سرمایه گذاری ارزیابی شده‌اند و منطقه نمونه گردشگری چشمه ریزه با میزان  $SL_i^+$  (۰/۲۰۰۱) در سطح بسیار ضعیف ارزیابی شده است (جدول ۱۰ و شکل ۶ و ۸). براساس یافته‌های این پژوهش ۴۷ درصد مناطق نمونه دارای شرایط مناسب تر برای سرمایه گذاری می‌باشند و می‌توان این مناطق را به سرمایه گذار تحویل داد. و ۵۳ درصد مناطق دارای وضعیت نامناسب برای سرمایه گذاری می‌باشد و سرمایه گذاری در این مناطق با ریسک بالا همراه است و باعث اتلاف منابع و عدم تحقق اهداف خواهد شد بنابراین برنامه‌ریزان گردشگری با بالا بردن توان مناطق و نزدیک کردن مناطق نمونه به وضعیت ایده آل باید شرایط سرمایه گذاری را آماده و سپس مناطق نمونه گردشگری را به سرمایه گذار واگذار کنند. در ادامه به ارائه پیشنهاداتی استراتژیک جهت توسعه این مناطق و واگذاری این مناطق به سرمایه گذاران می‌پردازیم.

۱) برنامه‌ریزان و مدیران گردشگری کشور باید مناطق نمونه‌ای که دارای نزدیکی کمتر به وضعیت ایده آل می‌باشند را تقویت و مناطق مستعد را به سرمایه گذاران بخش خصوصی و دولتی واگذار نمایند.

۲) با توجه به یافته‌های پژوهش امتیاز تسهیلات و خدمات زیربنایی در منطقه اورامانات در پایین‌ترین حد ارزیابی شده است بنابراین باید جهت توسعه امکانات زیربنایی و وضعیت خدمات گردشگری در این مناطق برنامه ریزی اساسی صورت پذیرد.

۳) بازنگری به نحوه سرمایه گذاری و توزیع امکانات، خدمات گردشگری در مناطق نمونه گردشگری اورامانات

۴) با توجه به اینکه در پژوهش حاضر ۵۳ درصد مناطق نمونه گردشگری در سطوح ضعیف و بسیار ضعیف ارزیابی شده‌اند لذا در شرایط فعلی واگذاری این مناطق به سرمایه گذاران باعث اتلاف در سرمایه گذاری می‌شود با این تفکر دولت باید ابتدا



- سرمایه‌گذاری پایه را در این مناطق انجام دهد و سپس این مناطق را به سرمایه‌گذاران خصوصی واگذار نماید. بنابراین توصیه می‌گردد قبل از واگذاری این مناطق زیرساخت‌های اساسی نظیر آب، برق، گاز، تلفن، پارکینگ، سرویس‌های بهداشتی و... توسط دولت در این مناطق ایجاد گردد.
- (۵) با توجه به اینکه در دستورالعمل احداث مناطق نمونه گردشگری قید گردیده است دولت وظیفه ایجاد زیرساخت‌ها تا ابتدای منطقه نمونه را بر عهده دارد تا تحقق این هدف از معرفی مناطق جدید در منطقه اورامانات خودداری شود.
- (۶) با توجه به اینکه ۷ درصد مناطق نمونه گردشگری در قطب اورامانات در سطح بسیار خوب ارزیابی شده‌اند باید جهت تحکیم سازی و جلوگیری از نزول این مناطق برنامه ریزی‌های استراتژیکی طراحی گردد.
- (۷) براساس یافته‌های پژوهش به ترتیب ۳۳ و ۷ درصد مناطق در سطح خوب و متوسط ارزیابی شده‌اند لذا جهت توسعه پایدار این مناطق باید برنامه‌ریزی‌هایی اساسی صورت گیرد.
- (۸) مسئولین گردشگری استان باید جهت توسعه مناطق نمونه گردشگری بسته‌های کامل، تدوین نمایند این امر می‌تواند با کمک رتبه‌بندی و سطح بندی صورت گرفته در زمینه مناطق نمونه گردشگری محقق گردد.

## منابع

- احمدی، رحمت... (۱۳۸۸)، معاونت سرمایه گذاری و طرح‌ها، "مجموعه دستورالعمل قوانین و مقررات ۱۳۸۸".
- افتخاری، عبدالرضا، پور طاهری، مهدی، مهدویان، فاطمه (۱۳۹۰)، اولویت بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستایی شهرستان نیر، جغرافیا و توسعه، شماره ۲۴، صص ۲۳-۳۸
- بدری، سیدعلی، یاری حصار، ارسطو، (۱۳۸۸)، انتخاب مناطق نمونه گردشگری با استفاده از روش AHP نمونه موردی: استان کهگیلویه و بویراحمد، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، دوره ۲۳ شماره (۹۵)، صص ۵۵-۸۴.
- بیگی فیروزی، اله یار (۱۳۹۰)، تدوین استراتژی توسعه صنعت گردشگری استان لرستان بر اساس تحلیل SWOT و فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP)، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی - مدیریت تحول، به راهنمایی دکتر مهدی کاظمی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، صص ۱۶۱.
- بیورانی، حسین، غفران، علی (۱۳۸۸)، تبیین و به کارگیری مدل تصمیم گیری چند معیاره TOPSIS برای رتبه بندی مناطق مختلف شهری از منظر جرم و بزهکاری، فصلنامه کارآگاه دوره دوم سال دوم، شماره ۸، صص ۱۳۱-۱۵۰.
- تقوایی، مسعود، تقی زاده، محمد مهدی، کیومرثی، حسین (۱۳۹۰)، مکان یابی دهکده‌های گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی و مدل SWOT (نمونه موردی: ساحل دریاچه کافترا)، مجله جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال ۲۲، شماره پیاپی ۴۲، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۰، صص ۹۹-۱۲۰.
- توکلی، مرتضی، کیانی، اکبر، هدایتی، صلاح (۱۳۸۹)، تأثیر مناطق نمونه گردشگری در محرومیت زدایی از دیدگاه اجتماعات محلی (مطالعه موردی: منطقه اورامان تخت کردستان)، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای سال دوم، شماره ششم، پاییز ۱۳۸۹ صص ۷۳-۹۴.
- تولایی، سیمین (۱۳۸۶)، مروری بر صنعت گردشگری، انتشارات دانشگاه تربیت معلم، تهران.
- چالز، جونز (۱۳۸۷)، مدیریت سرمایه گذاری، ترجمه رضا تهرانی، عسگر نوربخش، چاپ چهارم، نگاه دانش، تهران.
- حکمت نیا، حسن، موسوی، میرنجف (۱۳۹۰)، کاربرد مدل در جغرافیا با تاکید بر برنامه ریزی شهری و ناحیه‌ای، انتشارات علم نوین، چاپ دوم، یزد.
- خاتمی فیروز آبادی، علی (۱۳۹۰)، رتبه‌بندی اماکن تاریخی شهر اصفهان از دیدگاه جهانگردان اروپای شرقی با استفاده از روش آریان، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات جهانگردی سال هفتم شماره ۱۶ پائیز و زمستان ۹۰، صفحات ۱۴۱ تا ۱۶۳.
- رنجبردستانی، محمود (۱۳۹۰)، رتبه‌بندی مناطق نمونه گردشگری استان چهارمحال

- وبختیاری با استفاده از تکنیک AHP، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جغرافیا، گرایش برنامه ریزی توریسم، به راهنمایی دکتر داریوش رحیمی، دانشگاه اصفهان.
- زنگی آبادی، علی، علیزاده، جابر، احمدیان، مهدی (۱۳۹۰)، تحلیلی بر درجه توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان آذربایجان شرقی با استفاده از تکنیک TOPSIS و AHP، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال چهارم، شماره ۳۰.
- زیاری، کرامت‌الله، زنجیرچی، سیدمحمود، سرخ‌کمال، کبری (۱۳۸۹)، بررسی و رتبه‌بندی درجه توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان خراسان رضوی با استفاده از تکنیک تاپسیس، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۴۲، صص ۱۷-۳۰.
- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان سیستان و بلوچستان (۱۳۹۱).
- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کرمانشاه (۱۳۹۱).
- ساعتی، صابر، حاتمی‌ماربینی، عادل، ماکوئی، احمد (۱۳۸۶)، تصمیم‌گیری گروهی به کمک TOPSIS فازی، مجله ریاضیات کاربردی واحد لاهیجان، سال ۴ شماره ۱۳، صص ۲۱-۳۴.
- شماعی، علی، جعفر، موسی‌وند (۱۳۹۰)، سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS و AHP، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، شماره دهم، صص ۲۳-۴۰.
- صفاه‌خواه، یوسف (۱۳۸۹)، بررسی و اولویت‌بندی مناطق نمونه گردشگری به منظور سرمایه‌گذاری در استان سمنان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان.
- عاقلی‌کهنه‌شهری، لطفعلی (۱۳۸۷)، چالش‌های سرمایه‌گذاری در گردشگری، مجموعه مقالات همایش سرمایه‌گذاری در گردشگری.
- عبدالهی، علمدار (۱۳۸۸)، تبدیل نقش کارکرد بافت قدیم شیراز به جاذبه‌های گردشگری؛ گذشته، اکنون، آینده، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جغرافیا - گرایش برنامه ریزی شهری، به راهنمایی دکتر زهره هادیانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- فلاحتی، علی، احمدیان، تحسین (۱۳۹۰)، بررسی اقتصادی و تعیین اولویت‌های سرمایه‌گذاری صنعتی در استان کرمانشاه، دوفصلنامه اقتصاد و توسعه منطقه‌ای، دوره جدید سال هیجدهم شماره ۲، صص ۱۰۰-۱۲۵.
- محمودی‌نژاد، هادی، بمانیان، محمد رضا (۱۳۸۸)، مبانی برنامه ریزی و توسعه گردشگری روستایی، انتشارات هله/طحان، چاپ اول.
- مهرگان، محمدرضا، دهقان‌نیری، محمود (۱۳۸۸)، رویکرد منسجم BSC-TOPSIS جهت ارزیابی دانشکده‌های مدیریت برتر دانشگاه‌های استان تهران. مدیریت صنعتی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۱۵۳ تا ۱۶۸.
- موسوی، سیدحجت، پورخسروانی، محسن، محمودی محمدآبادی، طیبیه (۱۳۸۹) گروه بندی مقایسه‌ای نیکاهای شمال شرقی کویر سیرجان با استفاده از الگوریتم TOPSIS. مطالعات

- جغرافیایی مناطق خشک، شماره ۱، صص ۸۷-۱۰۵.
- میرزایی، رحمت (۱۳۸۸)، تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه، *فصلنامه روستا و توسعه*، شماره ۴، صص ۴۹-۷۶.
- میری، سیده سمیره (۱۳۹۰)، تحلیلی بر گردشگری منطقه اورامانات (با تاکید بر امکان سنجی مناطق گردشگری) با استفاده از تاپسیس نمونه موردی پاوه، *پایان نامه کارشناسی ارشد*، جغرافیا گرایش برنامه ریزی روستایی، به راهنمایی دکتر جواد بذرافشان، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- نسترن، مهین، ابوالحسنی، فرحناز، ایزدی، ملیحه (۱۳۸۹)، کاربرد تکنیک تاپسیس در تحلیل و اولویت بندی توسعه پایدار مناطق شهری (مطالعه موردی: مناطق شهری اصفهان)، *فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی محیطی*، شماره ۲، صص ۸۳-۱۰۰.
- نسترن، مهین، حسن زاده، محمد مهدی، کهزادی، اسفندیاری (۱۳۹۰)، تحلیل و سطح بندی پتانسیل‌های گردشگری در استان کهگیلویه و بویر احمد با استفاده از مدل چند متغیره TOPSIS، اولین همایش ملی گردشگری و توسعه پایدار دانشگاه آزاد واحد همدان.
- نصیری زاده، حمید رضا، توتونچی، جهانگیر (۱۳۸۲)، جهانگردی و اشتغال، مجموعه مقالات سمینار بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، دانشگاه علامه طباطبائی و سازمان ایرانگردی و جهانگردی، تهران.
- Dwyer, L. and Forsyth, P. and Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches, *Journal of Tourism Management*, Vol.25, No.3, PP: 307-317.
- harply R, 2002, Rural Tourism and Challenge of Tourism Diversication, The Case of Cyprus, *Tourism Management*, pp 242-251
- weaver, David and lawton, laura(2006), *Tourism management*, trid edition, wiley publication
- Tsai, wen-Hsien, et al, (2010) in integrated approach for selecting corporrate social responsibility program and costs evelution in the international tourism hotel, *internattional jornal of Hospitality management* 29pp, 385
- Ashe, John W. (2005) Tourism investment as a tool for development and poverty reduction: The experience in Small Island Developing States (SIDS). *Trade and Investment*, Barbados, 18-20 September, 2005
- Kantaric, Kemal (2007) Perceptions of foreign investors on the tourism market in Cntral Asia including Kyrgyzstan, Kazakhstan, Uzbekistan, and Turkmenistan. *Tourism Management*, Volume 28, Issue 3, June, Pages 820-829.