

جغرافیا و توسعه شماره ۲۴ پاییز ۱۳۹۰

وصول مقاله : ۱۳۸۹/۷/۱۲

تأیید نهایی : ۱۳۸۹/۱۲/۱۸

صفحات : ۲۳ - ۳۸

## اولویت‌بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستایی شهرستان نیر

دکتر مهدی پورطاهری

دکتر عبدالرضا افتخاری

دانشیار برنامه‌ریزی توسعه روستایی دانشگاه تربیت مدرس    استادیار برنامه‌ریزی توسعه روستایی دانشگاه تربیت مدرس

فاطمه مهدویان

کارشناس ارشد برنامه‌ریزی توسعه روستایی دانشگاه تربیت مدرس

### چکیده

طی دهه‌های اخیر افزایش نرخ بیکاری و در نتیجه خروج نسل جوان و افراد دارای تحصیلات بالاتر از اجتماعات روستایی، بافت و ساختار نواحی روستایی را به مخاطره انداخته است. در این میان گردشگری نه تنها به عنوان یک ابزار بالقوه برای تغییر این وضعیت بلکه یکی از عناصر جدایی‌ناپذیر راهبرد توسعه‌ی روستایی مطرح است و به عنوان یک راهبرد توانمند و دارای مزیت نسبی و پاک می‌تواند جریانات اقتصادی از جمله کارآفرینی و اشتغال، سرمایه‌گذاری و جمعیت را به سوی روستاها و نقاط طبیعی بکشاند، مطرح می‌باشد. با این رویکرد بارزترین نقش گردشگری در مناطقی چون محور مورد مطالعه می‌تواند حرکت به سوی توازن و تعادل منطقه‌ای باشد. اما آنچه در این فرآیند تحرک اقتصادی و اجتماعی مهم است سرمایه‌گذاری در مکان‌های دارای مزیت گردشگری می‌باشد و این امر میسر نمی‌شود مگر این که انتخاب درستی از بین مناطق گردشگری صورت گیرد تا زمینه‌ی پیشرفت کل منطقه را فراهم آورد. لازمه‌ی این امر استفاده از تکنیک‌ها و مدل‌های اولویت‌بندی می‌باشد. در مقاله‌ی حاضر با طرح این پرسش که کدامیک از مناطق روستایی مورد مطالعه دارای مزیت براساس اولویت‌های ظرفیتی گردشگری هستند، تلاش شده است با روش توصیفی و تحلیلی و با استفاده از مدل TOPSIS پاسخ علمی لازم را پیدا کند. یافته‌ها نشان می‌دهد که از میان ۳۰ روستای مورد مطالعه، روستاهایی که دارای جاذبه‌های محیطی بیشتری هستند (سقزچی، شیران، ویند کلخوران، برج‌لو، گلستان، گوگرچین) از ارجحیت بیشتری برخوردارند.

کلیدواژه‌ها: اولویت‌بندی، ظرفیت گردشگری، مناطق روستایی، تکنیک TOPSIS، شهرستان نیر.

### مقدمه

طی نیم قرن گذشته فعالیت‌های گردشگری ابعاد گسترده‌ای به خود گرفته است و هر سال بر تعداد مسافرانی که با انگیزه‌های مختلف سفر می‌کنند افزوده می‌شود (رهنمایی، ۱۳۷۸: ۱). در این میان گردشگری روستایی نیز به عنوان عاملی مهم در تحول و توسعه‌ی نواحی روستایی مورد توجه قرار گرفته است. به ویژه اینکه طی دهه‌های اخیر بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی روستایی دچار افول شده و سطح درآمد و اشتغال در فعالیت‌های کشاورزی سنتی، بالاخص درآمد

سرانه‌ی روستاییان تا کمتر از میزان متوسطه درآمد سرانه‌ی کشور کاهش یافته است. از سوی دیگر افزایش نرخ بیکاری و در نتیجه خروج نسل جوان و افراد دارای تحصیلات بالاتر از اجتماعات روستایی، بافت و ساختار نواحی روستایی را به مخاطره انداخته است. بنابراین گردشگری نه تنها به عنوان یک ابزار بالقوه برای تغییر این وضعیت بلکه یکی از عناصر جدایی‌ناپذیر راهبرد توسعه‌ی روستایی شده است (Sharpley, 2002:234). در واقع از گردشگری به عنوان ابزاری برای تحریک اقتصادهای بحرانی و تقویت فعالیت‌های توسعه‌ای از طریق ایجاد مشاغل و درآمد استفاده می‌شود (Geffrey, Abby, 2006:160) و توسعه‌ی گردشگری روستایی روندی است که در اکثر کشورها در اروپا به عنوان فعالیت مکمل بالقوه برای جوامع محلی بویژه برای خانواده‌های کشاورز متداول است (Gemma & Montserrat, 2004:1). در واقع توسعه‌ی مناطق روستایی به همراه شناخت قابلیت‌ها و تنگناهای آنها با توجه به تجربه تاریخی فرآیند توسعه در کشورهای توسعه‌یافته، یکی از محورهای اصلی برنامه‌های توسعه‌ی محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی این کشورها بوده است. در نتیجه توسعه‌ی مناطق روستایی یک ضرورت بنیادی برای توسعه‌ی محلی، منطقه‌ای و ملی است و در هر سرزمینی به برنامه‌ریزی منسجم و هماهنگ نیازمند است که می‌تواند مهمترین هدف‌های توسعه را تحقق بخشد (افتخاری و قادری، ۱۳۷۸:۲۳).

سرزمین ایران از حیث جاذبه‌های فرهنگی، هنری و محیطی و دارا بودن روستاهای متنوع و جذاب در زمره‌ی شگفت‌انگیزترین ممالک جهان به شمار می‌آید (مه‌دوی، ۱۳۸۲:۲). با توجه به تک‌محصولی بودن اقتصاد کشور و مشکلات بیکاری جوانان روستایی و ناسازگاری ساختارهای اقتصادی کنونی روستاها با ساختارهای آموزشی و دانش فارغ‌التحصیل روستایی دانشگاهی و تأکید برنامه‌ریزان بر درآمدهای حاصل از سایر منابع به جای اتکای محض به صادرات نفت، ضرورت گسترش فعالیت‌های اقتصادی در زمینه‌های مختلف نظیر صنعت گردشگری با هدف دستیابی به منابع جدید پایدار ارزی و اشتغال و سلامتی امری اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد (WTO, 2002).

این مسأله و مسایل عمده دیگر همچون ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، کاهش مهاجرت و... موجب شده که توسعه و گسترش گردشگری در نواحی روستایی که دارای پتانسیل‌های لازم برای گسترش گردشگری است مورد توجه قرار گیرد. استان اردبیل به عنوان سرزمینی سرشار از منابع طبیعی، تاریخی و فرهنگی از یک سو و دارا بودن آب و هوای متنوع، دلپذیر و چهارفصل، آب‌های معدنی گرم و سرد و... و استقرار بیشتر این جاذبه‌ها در مناطق روستایی از سوی دیگر منطقه‌ای شگفت‌انگیز برای گردشگران داخلی و خارجی است. مناطق روستایی شهرستان نیر در این استان از جمله نواحی روستایی است که توانمندی‌ها و پتانسیل‌های

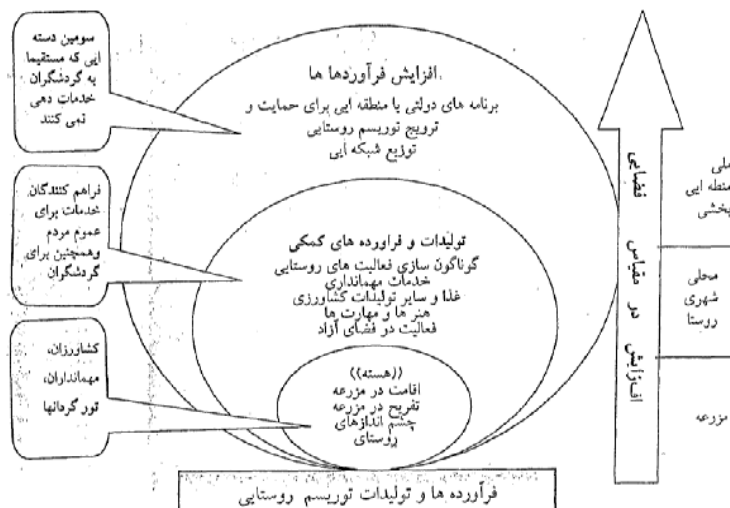
فراوانی همچون آب‌درمانی‌ها، غارها، تپه‌ها و قلعه‌های باستانی و... را دارا می‌باشد. بر این اساس پرسش کلیدی این است که کدامیک از مناطق روستایی مورد مطالعه دارای مزیت براساس اولویت‌های ظرفیتی گردشگری هستند؟ برای پاسخ به این سؤال، تلاش شد از میان مناطق روستایی بعد از غربال‌گیری اولیه تعدادی انتخاب گردد. بر این اساس در این مقاله سعی بر آن است تا با ارایه‌ی تعاریف گردشگری روستایی و مناطق نمونه‌ی گردشگری روستاهایی که در شهرستان نیر دارای جاذبه‌های گردشگری هستند شناسایی و معرفی نمود و اولویت این مناطق مشخص گردد.

### مبانی نظری

گردشگری شامل مجموعه فعالیت‌هایی است که گردشگر در طول مدتی به دلایل شخصی و کاری خارج از مکان زندگی و کاری خود انجام می‌دهد (smid.s.and.zwart:2002:23). سازمان جهانی جهانگردی گردشگری را مجموعه کارهایی می‌داند که یک فرد در سفر و در مکانی خارج از زندگی خود انجام می‌دهد و بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف آن سرگرمی، تفریح، استراحت، ورزش و فعالیت‌هایی از این قبیل است (WTO,2008). با پذیرش این تعریف در سال‌های اخیر به دلایل مختلف توسعه‌ای (اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی) گردشگری به عنوان ابزاری برای افزایش توسعه، نواحی روستایی که از لحاظ اقتصادی و اجتماعی در تنگنا و انزوا هستند مورد توجه بوده (Pilar,Teresa,2005:951) و در سطح بین‌المللی نیز از لحاظ تعداد گردشگران و درآمد ارزی همواره و به‌طور بی‌سابقه‌ای در حال افزایش بوده است (Pigozzi B.and Sambrook R,2005:45).

طبق آمار سازمان جهانی جهانگردی هر گردشگری که وارد منطقه‌ای می‌شود برای چهار نفر شغل ایجاد می‌کند (WTO,1999) و هر روزه به تعداد آنها در دنیا افزوده می‌شود. تاکنون تعداد گردشگران بین‌المللی به ۶۴۲ میلیون نفر رسیده است و پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد نفر برسد و گردش مالی ناشی از آن بیش از ۲ تریلیون دلار در سراسر دنیا باشد. در شروع سال ۲۰۰۸ (ژانویه- آوریل) میانگین کلی گردشگران بین‌المللی ۵/۷ درصد بود و در ژوئن و ژولای و آگوست به دلیل افزایش قیمت نفت و بالا رفتن تورم و ترس از رکود اقتصادی تعداد گردشگران به کمتر از ۲ درصد رسید. هشت ماه اول سال ۲۰۰۸ در مقایسه با همین دوره در سال ۲۰۰۷ میانگین رشدی حدود ۳/۷ درصد داشته درحالی‌که برای کل سال رشدی حدود ۲ درصد پیش‌بینی شده بود. در هشت ماه اول سال ۲۰۰۸ گردشگری در اروپا بیش از ۲ درصد، آسیا و اقیانوس آرام بیش از ۴ درصد، امریکا بیش از ۶ درصد رشد داشته است ولی در افریقا نسبت به سال ۲۰۰۷ رشد نداشته است (WTO,2008). با این توصیف است که سازمان جهانی جهانگردی نیز به عنوان یک نهاد بین‌المللی گردشگری به اهمیت

گردشگری روستایی پی برده و اخیراً چندین سمینار در اروپا برای تحلیل موقعیت کنونی و آینده‌ی آن تشکیل داده است. در واقع امروزه گردشگری روستایی شامل انواع گوناگونی همچون گردشگری سبز، گردشگری کشاورزی، گردشگری ماجراجویی، گردشگری ورزشی و گردشگری فرهنگی است. این تیپولوژی متفاوت ارایه‌ی تعریف مشخصی از گردشگری روستایی را مشکل ساخته است (Rosa, Pablo, Libia, 2007: 951) (شکل ۱). با این حال با پذیرش تعریف WTO از گردشگری و تقسیم آن به قلمرو روستایی می‌توان گفت که گردشگری روستایی در کنار فعالیت‌های روستایی مانند کشاورزی (به عنوان مثال مزارع) تأثیر مطلوبی داشته و باعث اکتساب درآمدهای ثانویه‌ی مهمی برای خانوارهای کشاورز می‌شود (Wilson et al, 2001: 132). اما این درآمد تنها شامل گردشگری کشاورزی نمی‌باشد بلکه همه‌ی فعالیت‌هایی را که گردشگران در مناطق روستایی انجام می‌دهند، در برمی‌گیرد (جدول شماره ۱).



شکل ۱: تعریف صنعت توريسم روستایی

مأخذ: مهدوی، ۱۳۸۲: ۱۸

بدین صورت همانطوری که پیشتر بیان شد، کاهش فعالیت‌های اقتصادی، کم‌توجهی به بازسازی بخش کشاورزی، کاهش روستاهای صنعتی و مهاجرت جوانان تحصیل کرده باعث شده بسیاری از دولت‌های غربی گردشگری را به عنوان استراتژی برای بازسازی اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی قلمداد کنند (Briedenhann and Wickens, 2004: 71). هر چند که همانند هر پدیده‌ی دیگر دارای آثار مثبت و منفی است ولی با مدیریت اصولی و راهبردی و با رویکرد پایداری می‌توان کاستی‌ها و نقاط منفی را به به طرف ضعف تمایل داد و بر قوت‌ها و جنبه‌های مثبت آن افزود.

جدول ۱: انواع گردشگری روستایی

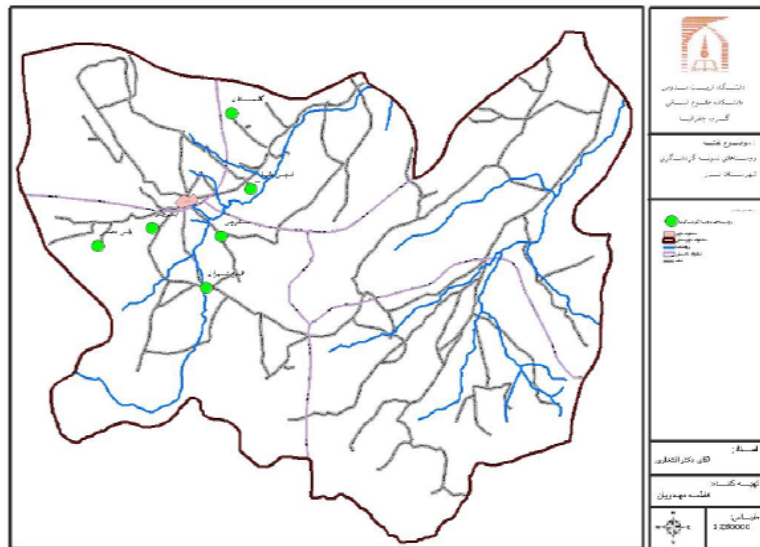
گردشگران بدون ایجاد پیامدهای منفی بر روی اکوسیستم با فعالیت‌های سنتی کشاورزی در تعامل یا مشارکت هستند.	گردشگری کشاورزی
برای توصیف اشکالی از گردشگری به کار می‌رود که بیشتر به انگیزه‌های دوستاری از محیط زیست است تا گردشگری و منافع اقتصادی انبوه.	گردشگری سبز
برگزاری جشنواره‌ها و فستیوال‌های غذایی و برگزاری تورهای غذا	گردشگری غذایی
در این نوع گردشگری افراد به صورت شخصی یا گروهی خود را درگیر فعالیت‌های خطرناک و پردردسر می‌کنند مانند شکار حیوانات، صخره‌نوردی، گاو‌بازی.	گردشگری ماجراجویانه
مرتبط با فرهنگ، تاریخ و میراث فرهنگی و باستانی مردم روستایی است.	گردشگری فرهنگی
علاوه بر تعامل با جاذبه‌های طبیعی (رودخانه، آبشار، کوهستان و...) با زندگی و هنجارهای اجتماعی مردم محلی که خود نیز در تعامل با جاذبه‌های طبیعی هستند در ارتباط می‌باشد.	اکوتوریسم
در این نوع گردشگران در خانوارهای روستا زندگی می‌کنند و در فعالیت‌های اقتصادی-اجتماعی مشارکت دارند.	گردشگری روستا

مأخذ: محمدخان خیرآبادی، ۱۳۸۶: ۴۲؛ داود مهدوی، ۱۳۸۲: ۲۴

در ایران نیز هر چند حرکت مردم شهرها به روستاهای دارای ظرفیت گردشگری از قدمت بالایی برخوردار است، اما از بعد حقوقی موضوع مناطق نمونه‌ی گردشگری اولین بار در ماده ۸ قانون تشکیل میراث فرهنگی و گردشگری مصوب ۱۳۸۲ و با انگیزه‌ی ایجاد یک فضای مناسب برای گردشگران به منظور فراهم کردن زمینه‌ی توسعه‌ی پایدار میراث فرهنگی و گردشگری و جلب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در ایجاد تأسیسات زیربنایی به منظور معرفی بهتر بناها و محوطه‌های تاریخی، تأسیسات ایرانگردی و جهانگردی و آرایه‌ی خدمات مناسب به جهانگردان مطرح گردید. بر اساس این ماده سازمان میراث فرهنگی و گردشگری موظف است تا با کمک بخش‌های غیردولتی، در مناطق مستعد و جاذب توریست، مناطق نمونه‌ی گردشگری تأسیس کند (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اردبیل، شرکت توسعه‌ی ایرانگردی و جهانگردی استان اردبیل). بر اساس مفاد این آیین‌نامه، سرمایه‌گذاران می‌توانند بدون نیاز به دریافت مجوز از سوی سازمان‌های دولتی، در این مناطق، امکانات گردشگری ایجاد کنند. در واقع مناطق نمونه به‌مکان‌هایی گفته می‌شود که دارای جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی و تاریخی و... است و حجم قابل توجهی از گردشگران محلی، استانی و ملی را به خود جلب می‌کند. سازمان میراث فرهنگی هر استان برای جذب گردشگر بیشتر و کامل کردن ظرفیت‌های

این مناطق اقدام به ایجاد زیرساخت‌ها و جذب سرمایه‌گذار می‌کند. سرمایه‌گذاران بخش خصوصی نیز با ارایه تسهیلات سازمان میراث فرهنگی، بانک‌ها و شهرداری‌ها و غیره در مناطق نمونه هتل، کمپ گردشگری، تله‌کابین و دیگر امکانات تفریحی و اقامتی احداث می‌کنند (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اردبیل). مناطق نمونه‌ی گردشگری به دلیل تسهیلاتی که برای سرمایه‌گذاران ایجاد می‌کنند و فضای متنوع و کاملی که از جهت امکانات در اختیار گردشگران قرار می‌دهند، می‌توانند عامل مهمی در پیشرفت گردشگری ایران و افزایش گردشگران ورودی باشند و عموماً به چهار سطح بین‌المللی (۳۰۰ هکتار)، ملی (۱۰۰ هکتار)، استانی (۵۰ هکتار)، محلی (۳۰ هکتار) تقسیم می‌شوند که مناطق نمونه‌ی گردشگری بین‌المللی، باهدف جذب گردشگران خارجی طراحی و تجهیز می‌شوند در سطح ملی نیز مناطق می‌بایست به گونه‌ای طراحی و ساخته شوند که باسلیقه‌ی گردشگران ایرانی از همه جای کشور هم‌خوانی داشته باشد. بنا به گفته‌ی معاون گردشگری سازمان میراث فرهنگی تاکنون هزار منطقه‌ی نمونه گردشگری در سراسر ایران شناسایی شده‌است و این مناطق در طول سفرهای استانی دولت شناسایی و به تصویب می‌رسند و مطالعات جامع بر روی آنها انجام می‌شود (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اردبیل، شرکت توسعه ایرانگردی و جهانگردی استان اردبیل). در این راستا انتخاب صحیح مناطق نمونه‌ی گردشگری از اهمیت زیادی برخوردار است و توجه دقیق به ظرفیت‌های هر منطقه‌ی گردشگری لازم و ضروری است. منطقه‌ی مورد مطالعه (شهرستان نیر) از شهرستان‌های استان اردبیل در مسیر جاده‌ی اردبیل به تبریز و در ۳۵ کیلومتری مرکز استان و در دامنه ارتفاعات سبلان در طول جغرافیایی ۴۰ درجه و عرض جغرافیایی ۳۸/۲ درجه واقع شده است این شهرستان دارای ۲ بخش، ۵ دهستان و ۸۸ روستا می‌باشد. طبق سرشماری سال ۱۳۸۵ حدود ۲۲۳۲۰ نفر جمعیت که ۱۷۲۱۷ نفر جمعیت روستایی و ۵۱۱۳ نفر جمعیت شهری در برمی‌گیرد. این منطقه دارای زمستان‌های سرد و تابستان‌های بسیار معتدل می‌باشد به همین دلیل در فصل تابستان پذیرای گردشگران زیادی می‌باشد به طوری که در سال ۱۳۸۶ حدود ۴۰ درصد گردشگران استان اردبیل را به خود اختصاص داده است. مناطق روستایی این شهرستان از نظر طبیعی و تاریخی - فرهنگی دارای پتانسیل‌های بالقوه‌ی زیادی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی است که می‌توان به عنوان نمونه به آب‌درمانی‌های برجلو، قینرجه، سقرچی سو، دیبسیز گول، ایلانجیق سو و رودخانه‌های بالیغلو، آغلاغان، کمال‌آباد و نیز به غار گلستان، دهکده‌ی صخره‌ای ابادر و دژ بوینی یوغون و صدها جاذبه‌ی دیگر اشاره نمود. شهرستان نیر طبق تصمیم‌گیری سازمان میراث فرهنگی،

صنایع دستی و گردشگری دارای ۷ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری است که ۶ منطقه‌ی آن در روستاها واقع شده است. اما موفقیت و پایداری گردشگری منوط به انتخاب صحیح مناطق گردشگری با توجه به ظرفیت‌ها و توان‌های موجود از طریق تهیه‌ی شاخص‌های مؤثر در اولویت‌بندی می‌باشد. در این راستا مقاله‌ی حاضر بر آن است تا با به‌کارگیری روش TOPSIS به اولویت‌بندی مناطق گردشگری روستایی جهت انتخاب صحیح مناطق نمونه گردشگری و نیز سرمایه‌گذاری بهینه و صحیح و تحقق اهداف توسعه‌ی روستایی منطقه‌ی مورد مطالعه بپردازد (نقشه ۱).



نقشه ۱: روستاهای نمونه‌ی گردشگری شهرستان نیر  
مأخذ: مهدویان

## مواد و روش‌ها

### جامعه‌ی نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه‌ی آماری در برگیرنده‌ی سه دهستان با ۵۰ روستا با جمعیتی معادل ۱۱۶۷۱ نفر بود. روش کار بدین ترتیب بود که در ابتدا شاخص‌هایی (جاذبه‌ها) توسط صاحب‌نظران و متخصصان گردشگری تهیه شده و در مرحله‌ی بعد در قالب پرسشنامه‌ای مبنی بر اینکه چه جاذبه‌هایی در روستاها وجود دارد، در دو بعد محیطی و تاریخی- فرهنگی توسط شوراهای اسلامی، ریش‌سفیدان، دهیاران و مسئولان آشنا به جاذبه‌های روستاها تکمیل شده است که در نتیجه‌ی آن ۳۰ روستا انتخاب گردیده و ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری این ۳۰ روستا به دست

آورده شد. در نهایت شاخص‌هایی (جاذبه‌ها) که در روستاها وجود داشت توسط کارشناسان و متخصصان وزن‌دهی گردید (جدول ۲).

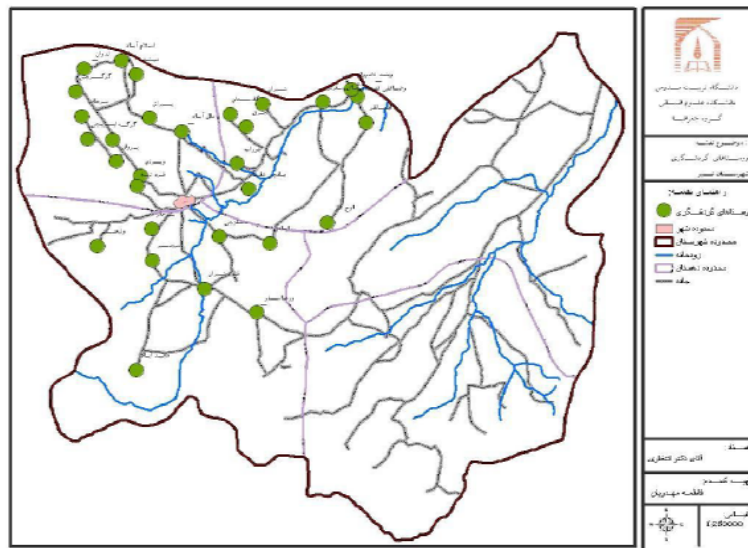
جدول ۲: شاخص‌های مورد استفاده در پرسشنامه

محیطی	چشمه‌های گرم و سرد، آبشار، رودخانه، سد و جاذبه‌های اطراف آن، ارتفاعات و قله، دره‌های زیبا، باغات، جنگل، اسکی روی آب، گیاهان دارویی.
تاریخی- فرهنگی	غار، تپه باستانی، کاروان‌سرا، سنگ‌نبشته، بقعه، دژ، گورهای باستانی، امام‌زاده، آداب و رسوم سنتی، قالی‌بافی، چوراب‌بافی، فرآورده‌های دامی.

مأخذ: نگارندگان

### روش و ابزار گردآوری داده‌ها

جهت دستیابی به اهداف و پاسخ به پرسش کلیدی مقاله از روش توصیفی- تحلیلی استفاده شده است که جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز با دو شیوهی کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی انجام شده است. مطالعات کتابخانه‌ای به تعاریف گردشگری روستایی و تعاریف و اهداف ایجاد مناطق نمونه‌ی گردشگری در ایران پرداخته و سپس در مطالعات میدانی همان‌طور که ذکر شد بعد از غربال‌گیری اولیه از بین روستاهای شهرستان ۳۰ روستا انتخاب شد (نقشه‌ی ۲) و با وزن‌دهی متغیرها توسط کارشناسان و با استفاده از تکنیک TOPSIS مناطق گردشگری منطقه‌ی مورد مطالعه اولویت‌بندی شد.



نقشه ۲: روستاهای گردشگری مورد مطالعه

مأخذ: مهدویان



تکنیک TOPSIS به‌عنوان یک روش تصمیم‌گیری چندشاخصه، روشی ساده ولی کارآمد در اولویت‌بندی محسوب می‌گردد. این روش در سال ۱۹۹۲ توسط چن و هوانگ با ارجاع به کتاب هوانگ ریون در سال ۱۹۸۱ مطرح شده است الگوریتم TOPSIS یک تکنیک چندشاخصه‌ی جبرانی بسیار قوی برای اولویت‌بندی گزینه‌ها از طریق شبیه نمودن به جواب ایده‌آل می‌باشد که به نوع تکنیک وزن‌دهی حساسیت بسیار کمی داشته و پاسخ‌های حاصل از آن تغییر عمیق نمی‌کند. در این روش، گزینه‌ی انتخاب شده می‌باید کوتاهترین فاصله را از جواب ایده‌آل و دورترین فاصله را از ناکارآمدترین جواب داشته باشد (پورطاهری، ۱۳۸۶: ۶۳). از محاسن این روش نسبت به سایر اولویت‌بندی‌های مکانی، می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

معیارهای کم و کیفی را توأمأ در مبحث مکان‌یابی دخالت می‌دهد.  
- خروجی آن می‌تواند ترتیب اولویت گزینه‌ها را مشخص و این اولویت را به صورت کمی بیان کند.

- تضاد و تطابق بین شاخص‌ها را در نظر می‌گیرد.

- روش کار ساده و سرعت آن مناسب است.

- ضرایب وزنی اولیه را پذیراست.

- نتایج این مدل کاملاً منطبق با روش‌های تجربی است.

سابقه‌ی استفاده از مدل تاپسیس در ایران با طیف‌های کاربردی در زمینه‌های امکان‌سنجی، اولویت‌بندی و ارزیابی عملکرد، از آغاز دهه‌ی ۱۳۷۰ به شکل محدود آغاز شده که البته در مورد مکان‌یابی مناطق روستایی گردشگری سوابقی به دست نیامد.

به طور اجمال در روش تاپسیس، ماتریس  $n \times m$  که دارای  $m$  گزینه و  $n$  معیار می‌باشد مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. در این الگوریتم فرض می‌شود هر شاخص و معیار در ماتریس تصمیم‌گیری دارای مطلوبیت افزایشی و یا کاهش‌ی‌کنناخت است و به بیان دیگر مقادیر زیادتری که معیارها در این ماتریس کسب می‌کنند اگر از نوع سود بود هر چه مقدارش بیشتر باشد، دارای مطلوبیت بالاتر و اگر از نوع هزینه بود دارای مطلوبیت پایین‌تری می‌باشد. از امتیازات مهم این روش آن است که به‌طور همزمان می‌توان از شاخص‌ها و معیارهای عینی و ذهنی استفاده نمود (John F. Affisco, 1998:2). با این حال لازم است در این مدل جهت محاسبات ریاضی تمامی مقادیر نسبت داده شده به معیارها بایستی از نوع کمی بوده و در صورت کیفی بودن نسبت داده شده به معیارها، بایستی آنها را به مقادیر کمی تبدیل نمود. با

این وجود پیشنهاد می‌شود که روش تاپسیس در هنگامی که تعداد شاخص‌ها و اطلاعات در دسترس محدود است مورد استفاده قرار گیرد (Naumann.Felix, 2003:8). جهت بهره‌گیری از این تکنیک مراحل زیر به اجرا گذاشته می‌شود (Olson.D.L,2003:2).

مرحله‌ی اول: تشکیل ماتریس داده‌ها بر اساس n آلترناتیو و k شاخص:

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

مرحله‌ی دوم: استاندارد نمودن داده‌ها و تشکیل ماتریس استاندارد از طریق رابطه‌ی زیر:

$$r_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sqrt{\sum_{k=1}^m a_{kj}^2}}$$

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

مرحله‌ی سوم: تعیین وزن هر یک از شاخص‌ها ( $w_i$ ) بر اساس  $\sum_{i=1}^n w_i = 1$ . در این راستا شاخص‌های دارای اهمیت بیشتر از وزن بالاتری نیز برخوردارند. در واقع ماتریس ( $V$ ) حاصل ضرب مقادیر استاندارد هر شاخص در اوزان مربوط به خود می‌باشد:  $0.14 \times 11 = 1.59$

$$V_{ij} = \begin{bmatrix} w_1 r_{11} & w_2 r_{12} & \dots & w_n r_{1n} \\ w_1 r_{21} & w_2 r_{22} & \dots & w_n r_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ w_1 r_{m1} & w_2 r_{m2} & \dots & w_n r_{mn} \end{bmatrix}$$

مرحله‌ی چهارم: تعیین فاصله  $i$  امین آترناتیو از آترناتیو ایده‌آل (بالترین عملکرد هر شاخص) که آن را با  $(A^*)$  نشان می‌دهند:

$$A^* = \left\{ (\max_i v_{ij} | j \in J), (\min_i v_{ij} | j \in J') \right\}$$

$$A^* = \{v_1^*, v_2^*, \dots, v_n^*\}$$

$$A^* = \{6/35, 3/81, 2/52, 2/04, \dots, 0/41\}$$

مرحله‌ی پنجم: تعیین فاصله  $i$  امین آترناتیو حداقل (پایین‌ترین عملکرد هر شاخص) که آن را با  $(A^-)$  نشان می‌دهند:

$$A^- = \left\{ (\min_i v_{ij} | j \in J), (\max_i v_{ij} | j \in J') \right\}$$

$$A^- = \{v_1^-, v_2^-, \dots, v_n^-\}$$

$$A^- = \{1/15, 0/95, 0/63, 0/51, \dots, 0/1\}$$

مرحله‌ی ششم: تعیین معیار فاصله ای برای آترناتیو ایده‌آل  $(S_i^*)$  و آترناتیو حداقل  $(S_i^-)$ :

$$S_i^* = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^*)^2}$$

$$S_i^* = \{s_1^* = 7/26, s_2^* = 7/78, s_3^* = 7/76, \dots, s_4^* = 8/20\}$$

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2}$$

$$S_i^- = \{s_1^- = 2/72, s_2^- = 2/43, s_3^- = 3/01, \dots, s_4^- = 4/16\}$$

مرحله‌ی هفتم: تعیین ضریبی که برابر است با فاصله‌ی آلترناتیو حداقل  $S_i^-$ ، تقسیم بر مجموع فاصله‌ی آلترناتیو حداقل  $S_i^-$  و فاصله‌ی آلترناتیو ایده‌آل  $S_i^*$  که آن را با  $(C_i^*)$  نشان داده و از رابطه‌ی زیر محاسبه می‌شود:

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^*}$$

$$C_i^* = \frac{۲/۷۲}{۲/۷۲ + ۷/۲۶} = ۰/۲۷۲۹۱۹$$

مرحله‌ی هشتم: رتبه‌بندی آلترناتیوها بر اساس میزان  $C_i^*$ . میزان فوق بین  $0 \leq C_i^* \leq 1$  در نوسان است. در این راستا  $C_i^* = 1$  نشان‌دهنده‌ی بالاترین رتبه (روستای سقزچی) و  $C_i^* = 0$  (روستای میجمیر) نیز نشان‌دهنده‌ی کمترین رتبه است (جدول ۳).

جدول ۳: اولویت‌بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستایی شهرستان نیر

اولویت‌ها	ضریب محاسبه شده ( $C_i$ )	روستاها	اولویت‌ها	ضریب محاسبه شده ( $C_i$ )	روستاها
۱۶	۰/۲۰۵۳۱۱	جوراب	۱	۰/۶۳۹۵۸	سقزچی
۱۷	۰/۱۹۹۶۳۱	ویرتق	۲	۰/۵۴۷۰۳۲	شیران
۱۸	۰/۱۸۰۳۱	اینالو	۳	۰/۳۹۰۲۶۳	ویند
۱۹	۰/۱۷۵۳۸۲	کورعباسلو	۴	۰/۳۳۶۷۸۳	برجلو
۲۰	۰/۱۵۶۱۶۷	اسلام‌آباد	۵	۰/۲۷۶۹۰۴	گلستان
۲۱	۰/۱۵۵۱۷۴	رضاقلی قشلاق	۶	۰/۲۷۲۹۱۹	گوگرچین
۲۲	۰/۱۵۱۲۶۷	ابوذر	۷	۰/۲۷۲۱۳۴	مجیدآباد
۲۳	۰/۱۳۲۲۹۷	قره تپه	۸	۰/۲۶۳۱۵۵	کندوان
۲۴	۰/۱۲۶۳۸۴	کمال‌آباد	۹	۰/۲۵۸۲۷۶	قره‌شیران
۲۵	۰/۱۱۷۰۶۹	میمند	۱۰	۰/۲۵۸۲۵۵	یامچی‌علیا
۲۶	۰/۱۱۳۳۹۹	بوران	۱۱	۰/۲۴۳۲۸	ولی‌عصر
۲۹	۰/۰۸۶۶۹۷	چای سقرلو	۱۴	۰/۲۱۷۲۴۲	ایرنجی
۳۰	۰/۰۷۸۹۵۵	میجمیر	۱۵	۰/۲۱۱۳۴۷	گوگه

مأخذ: نگارندگان

### یافته‌های تحلیلی

همانطور که پیشتر ذکر شد در انتخاب صحیح مناطق نمونه جهت سرمایه‌گذاری صحیح و بهینه و تحقق اهداف توسعه‌ی روستایی نیاز به شناسایی دقیق توان‌ها و ظرفیت‌های منطقه و اولویت‌بندی آنها می‌باشد بدین منظور ۳۰ روستای دارای جاذبه‌ی گردشگری شهرستان نیر انتخاب و روش اولویت‌بندی تاپسیس در آن به مرحله‌ی اجرا درآمده است. بر اساس سؤال مطرح شده و روش‌شناسی انتخاب شده برای شناسایی جاذبه‌ها و برنامه‌ریزی دقیق برای توسعه‌ی گردشگری در این مناطق شاخص‌های ذکر شده (جدول ۲) به عنوان معیار اصلی اندازه‌گیری اولویت‌بندی ظرفیت‌های گردشگری روستایی در شهرستان نیر استفاده شد.

این شاخص‌ها به دو دسته‌ی محیطی و تاریخی- فرهنگی تقسیم‌بندی گردید و تلاش شد شاخص‌هایی مورد توجه قرار گیرد که در جذب گردشگر به مناطق بسیار مؤثر و از نوع برخورداری باشند. از جمله جاذبه‌های محیطی برجسته منطقه‌ی مورد مطالعه به آب‌درمانی‌ها می‌توان اشاره کرد که هر ساله تعداد زیادی از مردم برای تمدد اعصاب و درمان بیماری‌ها و استفاده از آب و هوای مطبوع که می‌توان آن را نیز جزیی از طبیعت محسوب کرد وارد این منطقه می‌شوند. از جمله جاذبه‌های تاریخی مشهور منطقه‌ی مورد مطالعه که به نظر می‌رسد از کشش زیادی برای جذب گردشگری دارند وجود غارها و دژهای تاریخی است. با این توصیف بر اساس روش تاپسیس اولویت ۳۰ روستا مشخص گردیده و روستاهای سقزچی، شیران، ویند کلخوران، برجلو، گلستان و گوگرچین در رتبه‌های اول تا ششم قرار گرفته‌اند (جدول ۳) اما شش روستای نمونه‌ی انتخاب شده توسط سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی (سقزچی، برجلو، گلستان، قره‌شیران، یامچی، ولیعصر) با روش تاپسیس این مقاله به ترتیب در رتبه‌های اول، چهارم، پنجم، نهم، دهم و یازدهم قرار گرفته‌اند (جدول ۴). به نظر می‌رسد که این اختلاف ناشی از عدم استفاده از تکنیک‌ها و روش‌های اولویت‌بندی می‌باشد، لذا لازم است این سازمان بازنگری مجددی در انتخاب روستاهای گردشگری داشته باشد تا سرمایه‌گذاری‌ها به صورت بهینه باشد.

جدول ۴: مقایسه‌ی اولویت‌بندی سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی با یافته‌های تحقیق

روستا	اولویت‌بندی سازمان میراث فرهنگی	اولویت‌بندی یافته‌های تحقیق
سقزچی	۴	۱
شیران	-	۲
ویند	-	۳
برجلو	۱	۴
گلستان	۶	۵
گوگرچین	-	۶
مجیدآباد	-	۷
کندوان	-	۸
قره شیران	۵	۹
یامچی علیا	۲	۱۰
ولی عصر	۳	۱۱

مأخذ: نگارندگان

## نتیجه

گردشگری به عنوان یک پدیده‌ی توانمند و گردشگری طبیعی و روستا به عنوان امکان خدادادی می‌تواند منابع فیزیکی و جمعیتی را به سوی روستاها و نقاط طبیعی بکشانند. بررسی‌های انجام شده در این مقاله نشان می‌دهد که مناطق روستایی شهرستان نیر از پتانسیل‌ها و جاذبه‌های گردشگری فراوانی برخوردار است. این مورد در تعداد مناطق نمونه گردشگری شهرستان نیر نسبت به دیگر شهرستان‌های استان بسیار واضح است. بدین ترتیب که این شهرستان در بین شهرستان‌های استان با دارا بودن ۷ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری (۶ منطقه در روستا و یک منطقه در شهر) در رتبه‌ی دوم بعد از مرکز استان قرار دارد (جدول ۵). لذا اگر به ارزیابی توان‌های گردشگری مناطق روستایی، تدوین برنامه و تعیین راهبردها برای مدیریت گردشگری روستایی پرداخته شود، مسلماً مناطق نمونه‌ی گردشگری مناسبی انتخاب می‌گردد و باعث افزایش آثار و پیامدهای مثبت و کاهش اثرات و پیامدهای منفی می‌شود. با توجه به عدم تطابق روستاهای نمونه‌ی انتخاب شده توسط دولت با روستاهای اولویت‌بندی شده با تکنیک تاپسیس در این مقاله لازم است مسؤولان تجدیدنظری راجع به این موضوع داشته باشند.

جدول ۵: مناطق نمونه‌ی گردشگری استان اردبیل

شهرستان	مناطق نمونه
اردبیل	۱. دریاچه شورابیل ۲. سرعین ۳. آوارس ۴. طبیعت سبز پارس ۵. دریاچه نئور ۶. سردابه ۷. ویله درق ۸. کنرق ۹. کلخوران ویند ۱۰. دربند هیر
نیر	۱. بولاغلاز ۲. دهکده توریستی سبلان ۳. سد یامچی ۴. ایلانجیق ۵. سقزچی ۶. قره شیران ۷. گلستان
خلخال	۱. امامزاده عبدالله کلور ۲. گردنه الماس ۳. ازناو خلخال
پارس‌آباد	۱. ساحل رود ارس ۲. دریاچه کشت و صنعت ۳. تالاب تپراق کندی
مشکین شهر	۱. گردولی تا خیابوچای ۲. فوتورسوئی ۳. شابیل ۴. قینرجه ۵. ایلاندو ۶. شیروان درسی
نمین	۱. فندوقلو ۲. جنگل‌های آلاذیزگه
گرمی	۱. گیلارلو ۲. جنگل‌های انی ۳. سفلی داش دیبی
کوثر	۱. داش حمام ۲. ابگرم گیوی ۳. غاریخگان

مأخذ: نگارندگان

واضح است که سرمایه‌گذاری در یک منطقه‌ی گردشگری به لحاظ شاخص‌های توسعه‌ای (اقتصادی، اجتماعی، اکولوژیکی) و ظرفیت‌سنجی زمانی نتیجه‌ی مطلوبی می‌دهد و زمینه‌ی توسعه‌ی کل شهرستان را فراهم می‌کند که در مکان بهینه سرمایه‌گذاری شود و این امر میسر نمی‌شود مگر این که از تکنیک‌های علمی برای اولویت‌بندی استفاده شود تا انتخاب درستی از بین مناطق گردشگری صورت گیرد. با توجه به اینکه نواحی روستایی شهرستان نیر نیاز به باز زنده شدن دارند همچون قدرت بخشیدن به اقتصاد روستا و بالا بردن کیفیت و امکانات زندگی به نظر می‌رسد توسعه‌ی گردشگری یکی از مناسب‌ترین استراتژی برای باز زنده شدن این نواحی است. در واقع گردشگری با خود عناصر مختلفی از توسعه بویژه توسعه‌ی اقتصادی و منافع بالقوه‌ی زیادی را برای این نواحی روستایی به همراه دارد. گردشگری روستایی نسبت به دیگر استراتژی‌های توسعه‌ی اقتصادی روستا همچون صنعتی کردن کم‌هزینه‌تر و آسان‌تر است و می‌تواند با اعتبار سرمایه‌گذاری و آموزش و سرمایه نسبتاً کم، توسعه یابد. بومی شدن این صنعت هم نسبت به فعالیت‌های دیگر اقتصادی با توجه به ظرفیت‌های درون مناطق روستایی امکان‌پذیرتر است. در واقع در شرایط موجود عدم تعادل‌های اقتصادی و اجتماعی ناشی از توسعه‌ی غیرراهبردی، می‌تواند با اتخاذ راهبردها و برنامه‌های راهبردی مناسب از طریق گردشگری و بومی‌سازی زمینه‌ی سرمایه‌گذاری را در این مناطق بیش از پیش فراهم کند.

### منابع

- ۱- افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین و اسماعیل قادری (۱۳۸۲). نقش گردشگری روستایی در توسعه‌ی روستایی، فصلنامه مدرس. دوره ششم. دانشگاه تربیت مدرس. شماره ۲.
- ۲- پورطاهری، مهدی (۱۳۸۶). کاربرد تکنیک TOPSIS در اولویت‌بندی مکانی استقرار صنایع تبدیلی کشاورزی در مناطق روستایی، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی. سال ششم. شماره سوم.
- ۳- رهنمایی، محمدتقی (۱۳۷۸). طرح جامع گردشگری استان اردبیل، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان اردبیل.
- ۴- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اردبیل.
- ۵- شرکت توسعه ایرانگردی و جهانگردی استان اردبیل.
- ۶- محمدخان خیرآبادی، مینا (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری روستایی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران.
- ۷- مهدوی، داود (۱۳۸۲). نقش توریسم در توسعه‌ی نواحی روستایی پیرامون شهرها و آرایه‌ی مدل استراتژیک، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس.
- 8- Abby Liu, Geoffrey Wall (2006). Planning tourism employment: a developing country perspective, *Tourism Management*, Vol 40, No 27.
- 9- Gemma canoves, Montserrat villarino, Gerda k. Priestley, Asuncion, Blanco (2004). Rural Tourism in Spain: an analysis of recent evaluation, *Geoforum*, No 35.
- 10- Isabel Pilar Albaladejo Pina, Mari'a Teresa Di'az Delfa (2005). rural tourism demand by type of accommodation, *Tourism Management*, Vol 35, No 26.
- 11- Jenny Briedenhann, Eugenia Wickens (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas vibrant hope or impossible dream, *Tourism Management*, Vol 32, No 25.
- 12- John F. Affisco (1988). An empirical investigation of integrated spatial-proximity MCDM-Behavioral problem solving technology group decision models, *Developments in Business Simulation & Experiential Exercises*, Vol 15, Hofstra University.
- 13- Naumann Flex (1998). Data fusion and data quality" Institut fur informatik, Humboldt - Universitat zu Berlin.
- 14- Olson. D. L (2004). Comparison of weights in TOPSIS models" *Journal of Mathematical and computer modeling*, Elsevier science Ltd.
- 15- Rosa M. Herna'ndez Maestro, Pablo A. Mun'oz Gallego, Libia Santos Requejo (2007). The moderating role of familiarity in rural tourism in Spain, *Tourism Management*, Vol 42, No 28.
- 16- Sharply Richard (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus, *Tourism management*, Vol 27, No. 23.
- 17- Thomas R, Pigozzi B, Sambrook R (2005). Tourist Carrying Capacity Measures: Crowding Syndrome in the Caribean, *The Professional Geographer*, Vol, 57, No, 1.
- 18- Wilson Suzanne, Pesenmaier R Daniel, Pesenmaier Julie, Van Es.C. John (2001): Factor for success in rural tourism development, *Journal of Travel Research*, Vol. 40, No20.
- 19- World Tourist Organization (1999). Tourism highlights 1999. WTO Publications Unit, World Tourism Organization, Madrid, Spain.
- 20- World Tourist Organization (2008). Tourism 2020 vision. WTO Publications Unit, World Tourism, Organization, Madrid, Spain.