

ارائه مدل برنامه ریزی گردشگری بر مبنای الگوی سلسله مراتب فضایی (نمونه‌ی موردی: استان فارس)



شهرداری شیراز

سجاد احمدی*
دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه خوارزمی تهران،
کارشناس طرح تفصیلی معاونت شهرسازی و معماری شهرداری شیراز،
امین نجاتی فرد
دانش آموخته‌ی کارشناسی مهندسی نقشه برداری، دانشگاه کرمان، کارشناس
معاونت فنی و عمرانی شهرداری شیراز
مصطفی دهقان
دانش آموخته‌ی کارشناسی ارشد اکوتوریسم، دانشگاه هرمزگان

چکیده

بهره برداری بهینه از فرصت‌های موجود در گردشگری، مانند هر فعالیت دیگری، مستلزم برنامه ریزی است و انجام این مهم نیز به شناخت کامل و دقیق موضوع برنامه ریزی، یعنی جاذبه‌های گردشگری و خدمات وابسته است که این خود بر تکنیک‌های تحلیل علمی متکی است. از این رو، در این پژوهش برآنیم تا الگوی برنامه ریزی گردشگری مبتنی بر سلسله مراتب فضایی را که شامل سطوح فضایی (استان‌های کشور و شهرستان‌های استان فارس و بخش‌های استان فارس) است، ارائه کنیم. برای دستیابی به این هدف، در ابتدا معیارهای برنامه ریزی گردشگری از طریق روش کتابخانه‌ای به دست آمده است. سپس، معیارهای مربوطه با مدل سلسله مراتبی فولر وزن دهی شده است. در مرحله‌ی بعد، با مدل تاپسیس، مقادیر ضریب شباهت (C_i^*) برای هر یک از سطوح محاسبه به دست آمده و پس از نرمال سازی نتایج، نتایج سطوح بالاتر، به ترتیب در سطوح پایین تر ضرب شده است و در نهایت، نتیجه‌ی نهایی که شامل مقادیر بخش‌های استان فارس است، پس از نرمال سازی، رتبه بندی شده است. یافته‌های پژوهش بیانگر این مطلب است که بخش شیراز و نواحی نزدیک مرکز استان، باتوجه به وجود جاذبه‌ها و پتانسیل‌های موجود، از نظر توسعه برنامه ریزی گردشگری، رتبه‌های نخست را دارند و بخش‌های جنوبی استان فارس، از نظر توسعه در رتبه‌های آخر قرار گرفته‌اند.

واژه‌های کلیدی: برنامه ریزی گردشگری، سلسله مراتب فضایی، خدمات گردشگری، مثلث فولر، استان فارس.



۱. مقدمه

کشور ایران از لحاظ جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی و طبیعی، در میان ده کشور اول جهان قرار دارد (خاکساری، ۱۳۹۱: ۱-۳۳) و این جاذبه‌های گردشگری، آن قدر گسترده و متنوع است که تقریباً می‌توان ادعا کرد همه‌ی سلیقه‌های گردشگری مردم جهان را می‌تواند پوشش دهد (نصیری زاده و توتونچی، ۱۳۸۲: ۳۲). این واقعیت، از یک طرف، جایگاه راهبردی ایران را در بازار جهانی گردشگری مشخص می‌کند و از طرف دیگر، مسئولیت حساس برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران این فعالیت را نشان می‌دهد (خاکساری، ۱۳۹۱: ۱-۳۳).

همچنین، بیشتر کارشناسان بر این نکته اتفاق نظر دارند که عنصر پایه‌ای توسعه‌ی گردشگری، جاذبه‌های گردشگری است. (Gunn, 1979: 48; Gunn, 1979: 253; Lundberg, 1980: 33; Pearce, 1981: 8; Alan A. Lew, 1987: 553) و بدون جاذبه‌های گردشگری، فعالیتی همچون گردشگری شکل نخواهد گرفت (Gunn, 1972: 24). از جهتی، توسعه‌ی فعالیت‌های گردشگری بدون خدمات گردشگری مناسب، امکان‌پذیر نخواهد شد؛ چراکه خدمات گردشگری زیربنای توسعه‌ی گردشگری است و توجه نکردن به این مهم، به توسعه‌نیافتن گردشگری منطقه منجر خواهد شد (بهنام مرشدی، ۱۳۹۰: ۳۷). به‌همین جهت، پردازش گردشگری درباره‌ی هر فضای جغرافیایی، در روندی از تطبیق‌پذیری جاذبه‌ها و سکونتگاه‌ها و تسهیلات ضروری انجام می‌شود. این خود، شکل‌دهنده‌ی روندی از پذیرش گردشگر است که در یک سوی آن، شناخت گردشگری و در سوی دیگر، درک و سنجشی ژرفانگر درباره‌ی فضای مربوطه قرار دارد (غفاری، ۱۳۸۷: ۲). با این وصف، دستیابی به توسعه در هر سطحی و با هر هدفی که باشد، نیازمند برنامه‌ریزی اصولی و کارآمد و اجرای دقیق آن است. لذا، برای انجام برنامه‌های مختلف اقتصادی-اجتماعی، تدوین راهکارهای توسعه، موفقیت در برنامه‌ریزی و طرح‌های اجرایی، بررسی شناخت توان‌ها و کمبودها و تعیین سطح توسعه‌یافتگی نواحی و سکونتگاه‌ها براساس مجموعه‌ای از شاخص‌های برتر، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است (ضرابی، ۱۳۹۰: ۱ تا ۱۸). در واقع، شناخت توان‌ها و امکانات موجود در هر منطقه، به برنامه‌ریز این امکان را می‌دهد تا

بر اساس نیازها و شرایط خاص منطقه، جهت و راهکارهای توسعه‌ی منطقه را مشخص کند و برنامه‌ای هماهنگ و متناسب با شرایط منطقه ارائه دهد. از این جهت و به منظور تنظیم برنامه‌های متناسب با شرایط و امکانات نواحی، با هدف کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای، شناخت و درک تفاوت‌های موجود میان مناطق و نواحی مختلف، موضوعی ضروری است (تقوایی و نوروزی آورگانی، ۱۳۸۶: ۶۰-۶۱). لذا برای توسعه‌ی گردشگری، بهره‌برداری بهینه از زیرساخت‌ها و پی‌بردن به نابرابری‌ها و سطح‌بندی نواحی گردشگری اهمیت می‌یابد. با شناخت زیرساخت‌ها و رتبه‌بندی آن‌ها در سطح نواحی، می‌توان مدیریت بهتری بر گردشگران داشت؛ بنابراین، هماهنگی بین تعداد گردشگران و ظرفیت فضاهای گردشگری، به خصوص زیرساخت‌ها بسیار ضروری است (شماعی، ۱۳۹۰: ۲۳-۴۰). لذا، به منظور کاهش و پیشگیری از تأثیرات منفی گردشگری، باید برای تعیین الگوی فضایی و ساماندهی فضاهای توریستی و تعیین قطب‌ها و مراکز برتر گردشگری اقدام شود و برای تأمین امکانات و خدمات گردشگری مانند هتل‌ها و اقامتگاه‌ها، وسایل دسترسی و حمل و نقل، افزایش جذابیت‌های فرهنگی و هنری و عرضه‌ی خدمات گردشگری، الگوهایی تدوین شود تا علاوه بر گردشگران محلی و منطقه‌ای، گردشگران ملی و بین‌المللی نیز از آن بهره‌مند شوند (دهستانی، ۱۳۸۳: ۱۳۷). به همین جهت، یکی از مشکلات مهم در توسعه‌ی فضایی به ویژه توسعه‌ی ناحیه‌ای گردشگری، ضعف در سلسله‌مراتب نواحی گردشگری مبتنی بر رابطه‌ی تعاملی میان نواحی گردشگری است. سطح‌بندی بر اساس زیرساخت‌های گردشگری و خدمات موجود در نواحی، برای شناخت تفاوت‌ها و تعیین خدمات ضروری و تعدیل نابرابری بین آن‌هاست. بهره‌برداری مناسب از زیرساخت‌ها، به شناخت دقیق و سطح‌بندی امکانات، تأسیسات، خدمات و ظرفیت‌های موجود در هر منطقه و ناحیه بستگی دارد (شماعی، ۱۳۹۰: ۲۳ تا ۴۰).

بی‌شک، سرزمین فارس خاستگاه تمدن ایران زمین و مهد فرهنگ آن است. سرزمین فارس برای بسیاری از محققان و تاریخ‌نویسان، همان ایران بزرگ را تداعی می‌کند و هر گردشگری که وارد سرزمین ایران می‌شود، در برنامه‌ریزی خود زمانی را



برای بازدید از فارس و دیدنی‌های آن اختصاص می‌دهد و مردم ایران زمین نیز عمدتاً برای گردش و بازدید و تفریح و تفریح خود، خطه‌ی فارس را برمی‌گزینند (مستوفی‌الممالکی و فرمانی، ۱۳۸۸: ۳۵-۴۴). همچنین، طبیعت جذاب و غنی استان فارس، به‌همراه منحصربه‌فردترین آثار تاریخی و باستانی این منطقه، جلوه‌های اعجاب‌انگیزی از زیبایی‌های طبیعی و تاریخی را به نمایش گذاشته و استان فارس را از هر لحاظ، در ردیف ممتازترین مناطق گردشگری کشور قرار داده است که سالیانه جمعیت انبوهی از گردشگران را برای دیدن این آثار به خود جلب می‌کند. باتوجه‌به این مهم، پژوهش حاضر تأکید خود را بر این استان قرار داده است و لذا هدف از این پژوهش، ارائه‌ی مدل برنامه‌ریزی گردشگری بر مبنای الگوی سلسله‌مراتب فضایی جاذبه‌های گردشگری بر مبنای خدمات گردشگری است تا بتوان باتوجه‌به پتانسیل‌های موجود در هر منطقه، برنامه‌ریزی مناسبی برای نیل به اهداف توسعه‌ی پایدار و متوازن استان فارس انجام داد.

۲. پیشینه‌ی پژوهش

در زمینه مدل‌های برنامه‌ریزی در گردشگری، شاید بتوان به مقاله آقای گتز^۱ (۱۹۸۶)، به‌مثابه مهم‌ترین و ابتدایی‌ترین پژوهش اشاره کرد که مهم‌ترین مدل‌های به‌کاررفته در برنامه‌ریزی گردشگری را شرح داده و توصیف کرده است. همچنین، در دهه‌های اخیر، مطالعات بسیاری به‌منظور سطح‌بندی فضاهای گردشگری در مقیاس ناحیه‌ای، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی صورت گرفته است (Dennis, 1999: 266; Law. C, 2000: 120)، که در ادامه، به چند نمونه از مهم‌ترین پژوهش‌های انجام شده اشاره می‌شود:

بهزادفرد و زمانیان (۱۳۸۶)، هدف پژوهش خود را تعیین نحوه‌ی استفاده از تکنیک تصمیم‌سازی چند معیاره در برنامه‌ریزی گردشگری منطقه‌ای دانسته و تعیین اولویت مکان‌های گردشگری را از نتایج کاربردی پژوهش خود ذکر کرده‌اند.

1. Getz

زنگی‌آبادی و ابوالحسنی (۱۳۸۷) در پژوهش خود، با هدف بررسی میزان توسعه‌ی مراکز اقامتی در شهر اصفهان، شاخص‌ها و متغیرهای گوناگون در توسعه‌ی گردشگری را تعیین کرده‌اند. راجر داس ویل (۱۳۸۷) در کتاب *مدیریت جهانگردی (مبانی، راهبردها و آثار)*، برنامه‌ریزی و معرفی و تقسیم‌بندی جاذبه‌های گردشگری را بررسی کرده است. تقوایی و غفاری (۱۳۸۹)، در پژوهش خود، از دیدگاه ساختاری-کارکردی کمک گرفتند و با استفاده از روش‌های اسنادی و پرسشنامه‌ای و مشاهدات میدانی در گردآوری اطلاعات و نیز به‌کارگیری مدل استاندارد (Z Score) و نرم‌افزارهای (SPSS & ARCGIS) در پردازش، تحلیل، طبقه‌بندی و ترسیم گرافیکی یافته‌های پژوهش، پس از تعریف و تعیین سطوح یا لایه‌های فضایی همگن، کانون‌های گردشگری برتر و تنظیم تعاملات کارکردی بین هریک را انتخاب کردند و سرانجام، راهبردهایی اجرایی در توسعه و تجهیز ساختار و سازمان فضایی حاکم بر هر کانون و حوزه فرادست آن را ارائه دادند. ضیایی و داغستانی (۱۳۸۹) در پژوهش خود، با هدف ارزیابی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری، با استفاده از تکنیک تصمیم‌سازی چندمعیاره، جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان نیشابور را تجزیه و تحلیل کرده و این جاذبه‌ها را اولویت‌بندی و سطح‌بندی کرده‌اند. همچنین غفاری و همکاران (۱۳۹۰) نیز در پژوهش خود، توانایی‌های طبیعی و تاریخی و فرهنگی و نیز چگونگی توزیع و پراکنش مکانی- فضایی خدمات گردشگری در نقاط و حوزه‌های روستایی واقع در قلمرو تحقیق را متناسب با جایگاه و عملکرد هریک بررسی کرده‌اند. بهنام مرشدی (۱۳۹۱) نیز در پایان‌نامه‌ی خود، با توجه به حجم و عملکرد جاذبه‌ها و نیز خدمات گردشگری استان فارس، با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی، برای توسعه‌ی گردشگری منطقه، برنامه‌ریزی مناسبی انجام داده است.

۳. دیدگاه‌ها و مبانی نظری برنامه‌ریزی گردشگری^۱

گردشگری بی‌برنامه همچون توسعه‌ی شهری لجام‌گسیخته، به احتمال زیاد،



دورنمای شهر را خراب می‌کند و آنچه را که درحقیقت، موجب جذب گردشگر می‌شود، نابود می‌سازد (بایستی، ۱۳۷۷: ۱۶۰). بر همین اساس، توسعه و رونق‌بخشی فعالیت‌های گردشگری در هرمنطقه، برآمده از برنامه‌ریزی و خط‌مشی‌هایی است که برای آن منطقه تدوین می‌شود. به‌طورکلی، برنامه‌ریزی به‌مثابه‌ی رویکردی حیاتی برای هدایت آتی توسعه، نزد همگان مقبول و پذیرفتنی است. بدون برنامه‌ریزی، فرایند توسعه به‌احتمال زیاد با شکست همراه خواهد بود (Inskip, 1991: 18-26). ازسوی‌دیگر، برنامه‌ریزی به‌مثابه‌ی ابزاری علمی به دست‌اندرکاران گردشگری کمک می‌کند تا در یک فرایند پیوسته و علمی، بهترین مسیر راهکار توسعه‌ی گردشگری در یک منطقه را مشخص کنند و این توسعه را در مسیر توسعه‌ی سایر بخش‌های اقتصادی قرار دهند. نکته‌ی شایان توجه در برنامه‌ریزی گردشگری، پویا بودن این فرایند است؛ بدین مفهوم که برنامه‌ریزی هیچ‌گاه متوقف نشده و با تغییر شرایط و حصول اطلاعات جدید، نیازمند بازنگری و اصلاح مستمر است (Stynes, 2004: 2). براین اساس، برنامه‌ریزی گردشگری، فرایند مبتنی بر ارزیابی، پیشبرد و بهینه‌کردن نقش گردشگری در رفاه و ارتقای کیفیت جامعه میزبان القا می‌شود (Getz, 1993: 602) و در صورت اعمال رویکردی مکانی-فضایی، می‌تواند عاملی مؤثر و سرعت‌بخش در نیل به اهداف توسعه‌ی پایدار و متوازن کشورمان باشد (گی و فایوسولا، ۱۳۸۲: ۳۹۶).

باتوجه‌به اهمیت برنامه‌ریزی گردشگری برای مناطق جاذب گردشگر، لازم است در ابتدا، به این نکته توجه شود که مقصدهای گردشگری از نظر توان و قابلیت جذب گردشگر با هم متفاوت‌اند؛ برخی از این مقصدها، قابلیت‌های لازم برای جذب گردشگر در سطح ملی و بین‌المللی را دارند و می‌توانند عامل محرک توسعه‌ی گردشگر در منطقه به شمار آیند و برخی هم قابلیت و برد محلی دارند. ازاین‌رو، در فرایند برنامه‌ریزی نمی‌توان برنامه‌ی مشابهی را برای همه این مناطق تدوین کرد. محدودیت‌های مالی و زمانی ایجاب می‌کند که در یک منطقه، برخی مقصدهای گردشگری درمقایسه‌با برخی دیگر سریع‌تر توسعه یابند و خدمات و تسهیلات بیشتری دریافت کنند و نهادهای سرمایه‌ای بیشتری به آن‌ها تخصیص یابد (ضیایی، ۱۳۸۹:

۲۵-۴۶). به همین جهت، در ابتدا باید به این نکته توجه کرد که توسعه‌ی گردشگری در مناطقی که واجد کانون‌های جمعیتی پایدارند، از نظر اقتصادی به مراتب توجیه‌پذیرتر است تا مناطقی که دور از مراکز انسانی قرار دارند و فاقد خدمات و زیرساخت‌های عمومی‌اند. در واقع، گردشگری و کانون‌های جمعیتی تأثیر و تأثر متقابل دارند و تعاملات میان آن‌ها در سرعت‌بخشیدن به روند توسعه، نقش بسزایی دارد. به همین دلیل، توسعه‌ی گردشگری را از راهکارهای توسعه‌ی مناطق دورافتاده و محروم می‌دانند. و متقابلاً وجود کانون‌های جمعیتی و خدمات و زیرساخت‌های عمومی نیز در سرعت‌بخشیدن به روند توسعه‌ی گردشگری نقشی محوری دارد (مهندس مشاور فرهاد، ۱۳۸۹: ۲۴). با این نگاه، در برنامه‌ریزی گردشگری، لازم است که برخوردی متفاوت و متناسب با مقصدهای گردشگری صورت پذیرد و برای تعیین این موضوع، ضرورت دارد مقصدهای گردشگری یک منطقه، سطح‌بندی شوند تا تصمیم‌گیری علمی و نظام‌مند و منطقی در ارتباط با توان توسعه‌ی گردشگری هر یک انجام پذیرد و تعیین گردد که هر منطقه در فرایند توسعه، در چه جایگاهی قرار دارد و متناسب با آن جایگاه، چه امکانات و تسهیلاتی نیاز دارد (ضیایی، ۱۳۸۹: ۲۵-۴۶).

۴. سطح‌بندی^۱ مقصدهای گردشگری

سطح‌بندی، عبارت است از تعیین لایه‌های لازم یک سازمان که برحسب تفکیک مقیاس‌های کمی، واحدها را در سطوح مشابه سازمان‌دهی می‌کند. دامنه‌های کمی به‌گونه‌ای انتخاب می‌شوند که اختلاف سطوح، اختلاف کیفی وظایف و عملکردها را بیان کند. سطح‌بندی می‌تواند به صورت روابط منسجم از کوچک به بزرگ و نظم سلسله‌مراتبی باشد (معصومی اشکوری، ۱۳۹۰: ۲۴). برای نمونه آر.پی. میسرا بنابر وسعت جمعیت و حجم فعالیت‌ها، در هر کشور سطح‌بندی کانون‌های رشد و توسعه را از سطح بالا تا سطح پایین به ترتیب، قطب رشد، مرکز رشد، نقطه‌ی رشد، مرکز خدماتی، روستای مرکزی و روستا بیان می‌دارد (معصومی اشکوری، ۱۳۹۰: ۲۵). وقوف



به این موضوع اهمیت دارد که برای تحقق هر برنامه‌ای به‌گونه‌ای همخوان و مناسب با شرایط جغرافیایی، باید با مناطق برخوردی درخور داشت و از مطلق‌انگاری برنامه‌ها و ارائه خطوط کلی برای همگی اجتناب ورزید. به‌عبارتی، هر مکان و منطقه‌ای برنامه و راهبرد ویژه و مختص خود را طلب می‌کند (وثوقی، ۱۳۷۷: ۱۸). همچنین، به‌کارگیری معیارها و روش‌های کمی برای سطح‌بندی سکونتگاه‌ها در سیستم فضایی مناطق، نه‌تنها موجب شناخت تفاوت میان سکونتگاه‌ها می‌شود، بلکه این سطح‌بندی معیاری برای تعیین مرکزیت، همچنین انواع خدمات ضروری و تعدیل نابرابری بین سکونتگاه‌ها است (حکمت‌نیا و موسوی، ۱۳۸۵: ۲۰۷). از سویی، سطح‌بندی مقصدهای گردشگری را می‌توان به‌نوعی، بخشی از فرایند برنامه‌ریزی فضایی در یک منطقه دانست (ضیایی، ۱۳۸۹: ۲۵-۴۶)؛ چراکه هدف برنامه‌ریزی فضایی، شناخت منابع سرزمین و چگونگی بهره‌برداری از این منابع، همراه با پیش‌بینی وضعیت آینده‌ی استقرار مطلوب انسان و عملکرد وی در طبیعت به‌منظور تأمین رشد معقول و متوازن و مطلوب اقتصادی بر پهنه‌ی سرزمین و جلوگیری از بروز بی‌تعادلی و بازتاب‌های تخریبی و منفی در فضای سرزمین است (معصومی اشکوری، ۱۳۹۰: ۱۸). علاوه‌براین، فضا، ظرف مشترک طبیعت و انسان و فعالیت‌های اوست و برنامه‌ریزی فضایی سعی دارد تا با تجزیه و تحلیل و ارزیابی کارایی فضاها در ارتباط با یکدیگر، به کشف پیوستگی‌ها و وابستگی‌های فضایی پردازد و از آن میان، ساختار فضایی آینده را متناسب با نیازهای اقتصاد ملی و منطقه‌ای برای رسیدن به اهداف توسعه مشخص سازد (معصومی اشکوری، ۱۳۹۰: ۳۹). از این‌رو، در صورت توجه‌نکردن و نداشتن برنامه‌ریزی برای پراکنش مطلوب و نوع عملکرد آن‌ها در سطح منطقه، اثرات منفی کوچک و بزرگی را به‌دنبال خواهد داشت. به‌عبارتی، سطح‌بندی گردشگری مفهوم و روشی است که می‌تواند تاحدممکن، از بروز بی‌تعادلی منطقه‌ای و بازتاب‌های تخریبی در مقصدهای گردشگری جلوگیری کند و همچنین، نشان می‌دهد که جایگاه ترسیم‌شده برای توسعه‌ی آتی مقصد گردشگری، با پتانسیل‌های گردشگری آن منطقه متوازن است و به شکل درخور، منابع و جاذبه‌های آن به‌کار گرفته خواهد شد (ضیایی، ۱۳۸۹: ۲۵-۴۶).

۵. سلسله‌مراتب فضایی گردشگری

سلسله‌مراتب که در برابر واژه لاتین "Hierarchy" به کار می‌رود، در لغت‌نامه‌ی آکسفورد بدین‌گونه تعریف شده است: «سلسله‌مراتب عبارت است از سیستمی که در آن افراد، عقاید، باورها و ... بر حسب اهمیت از بالا به پایین طبقه‌بندی می‌شوند» (Hornby, 2005: 610). در لغت‌نامه‌ی جغرافیا^۱ نیز آمده است که «سلسله مراتب عبارت است از هرگونه نظم‌ی از عوارض و پدیده‌ها که به صورت یک طبقه‌بندی یا رتبه‌بندی ذکر شود» (Mayhew, 2003: 247).

غالب تئوری‌های سازمان فضایی از دو فرض اساسی پیروی می‌کنند؛ اول اینکه، سکونتگاه‌ها بخشی از یک الگوی سلسله‌مراتبی محسوب می‌شوند و دوم اینکه، عملکرد این سلسله‌مراتب باید به‌وسیله‌ی تعدادی از نقاط گره‌ای در داخل نظام تقویت شود (Pualj, 1983: 398). این نقاط گره‌ای همان مکان‌های مرکزی‌اند. یکی از مفاهیم اساسی که در بیشتر تئوری‌های مرتبط با سازمان فضایی مطرح شده و به آن توجه می‌شود، مفهوم مرکزیت و مکان‌های مرکزی است. مرکزیت، مفهومی است که با اهمیت اقتصادی و زیرساخت‌های مرتبط به آن‌ها در یک ناحیه، در ارتباط است و درباره‌ی اندازه‌های مختلف سکونتگاه‌ها، پراکندگی آن‌ها و عملکردی که برعهده دارند، جواب‌هایی منطقی فراهم می‌کند. یکی از فرضیات عملیاتی تئوری‌های مکان مرکزی این است که در صورت وجود مجموعه‌ی واحدی از مشتریان و فراگیری سیستم حمل‌ونقل، نواحی بازاری^۲ وجود خواهند داشت که به‌صورتی کارا، کالاها و خدمات اساسی جامعه‌ی هدف را فراهم کنند؛ بنابراین حداقل میزانی از مصرف (تقاضا) برای تضمین ارائه‌ی کالا یا خدمتی خاص ضروری است. این حد پایین یا آستانه^۳، میزانی است که باید وجود داشته باشد تا کالا یا خدمت عرضه شود و در نتیجه، در بازار باقی بماند. حد بالا یا دامنه^۴، حداکثر فاصله‌ای است که مشتری مایل و حاضر است برای دریافت کالا یا خدمتی خاص بپیماید. این دامنه، با منحصربه‌فردی و میزان جذابیت کالا

1. Dictionary of Geography

2. Market Area

3. Threshold

4. Rang



یا خدمت و نیز نیروهای اقتصادی همچون نداشتن صرفه‌جویی‌های مقیاس در ارتباط است. آستانه و دامنه مفاهیمی هستند که نشان می‌دهد چرا کسب‌وکارهای مرتبه‌ی پایین‌تری همچون پمپ گاز یا بنزین، در مکان‌هایی با اندازه‌های مختلف یاد می‌شوند؛ درحالی‌که کسب‌وکارهای مرتبه‌ی بالا همچون خرده‌فروشی‌های مقیاس بالا^۱ و هتل‌های برجسته عموماً در سکونتگاه‌هایی با اندازه‌ی بزرگ و اغلب شهرها یافت می‌شوند. افزایش اندازه‌ی سکونتگاه‌ها به اثرات تقویتی^۲ منجر می‌شود؛ چراکه وجود کالاها و خدمات تخصصی، نیروهای کار تحصیل‌کرده را به خود جذب کرده و به توسعه‌ی کارا تر زیرساخت‌ها می‌انجامد. تعداد بسیاری از سکونتگاه‌های کوچک‌تر، برای دسترسی به کالاها و خدمات مرتبه‌ی بالا، اطراف سکونتگاه‌های بزرگ‌تر را فرامی‌گیرند. بدین ترتیب، توزیع فضایی سکونتگاه‌ها بر قاعده‌ی رتبه-اندازه و ساختار سلسله‌مراتبی شکلی از بهینه‌سازی سازمان فضایی مبتنی است که مهم‌ترین پایه‌ی مفهومی مشترک در میان تئوری‌های سازمان فضایی است (Daniels, 2007: 332). از این رو، انطباق سازمان فضایی بر محیط فیزیکی، ساختاری فضایی را شامل می‌شود که روابط عمودی سطوح سازمانی‌اش را به صورت ارتباطات و روابط افقی واحدها را از طریق حوزهای نفوذ و قلمروها منعکس می‌کند (معصومی اشکوری، ۱۳۹۰: ۲۴)؛ لذا در الگوی فضایی گردشگری، هر مقصد (مکان) گردشگری به‌مثابه‌ی یک زیربخش در نظام برنامه‌ریزی منطقه‌ای به حساب می‌آید، تا از این طریق، بتواند تخصیص‌های عمودی را در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری به فعالیت‌های افقی تبدیل کند (زیاری، ۱۳۸۸: ۱۰۴).

۶. روش تحقیق

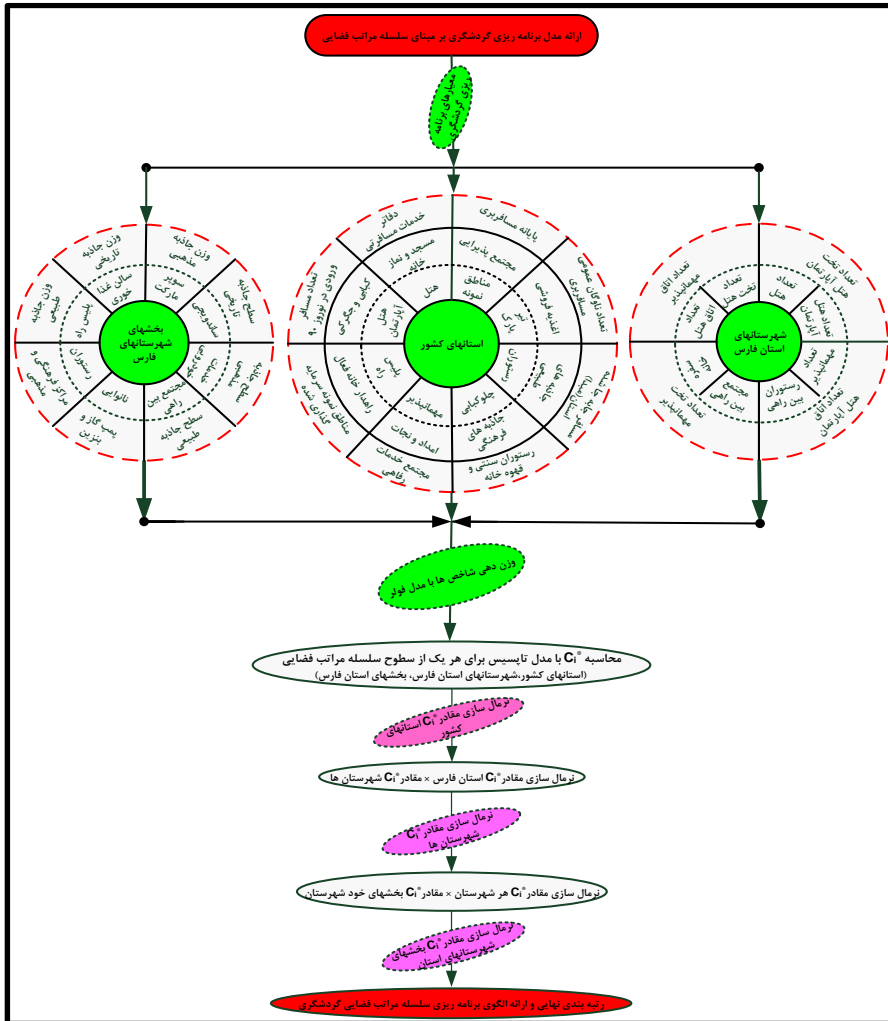
روش تحقیق براساس هدف، از نوع کاربردی و براساس روش و ماهیت، توصیفی-تحلیلی است. با توجه به اهداف تحقیق، در ابتدا معیارهای مؤثر در برنامه‌ریزی گردشگری شامل جاذبه‌ها و خدمات گردشگری، در سطوح فضایی استان‌های کشور، شهرستان‌های استان فارس و بخش‌های شهرستان‌های استان فارس، از طریق مطالعات

1. Upscale Retail
2. Reinforcing Effects



ارائه‌ی مدل برنامه‌ریزی گردشگری بر مبنای الگوی سلسله مراتب فضایی ...

میدانی و کتابخانه‌ای و آمارنامه‌ها جمع‌آوری شده و سپس با استفاده از مدل سلسله‌مراتبی فولر معیارهای مدنظر وزن‌دهی شدند. پس از وزن‌دهی معیارها، در ابتدا با استفاده از مدل تاپسیس^۱ ضریب شباهت که با علامت C_i^* نشان داده می‌شود، برای هر یک از سطوح جداگانه محاسبه شده و سپس به ترتیب مقادیر ضریب شباهت سطوح بالاتر پس از نرمال‌سازی، در سطوح پایین‌تر ضرب شده و در مرحله‌ی آخر، بخش‌های شهرستان‌های استان باتوجه به مراحل سلسله‌مراتبی رتبه‌بندی شده‌اند. شکل (۱) فرایند پژوهش را به همراه معیارهای سطوح سلسله‌مراتبی فضایی برنامه‌ریزی گردشگری استان‌های کشور و شهرستان‌ها و بخش‌های استان فارس را به صورت شماتیک نشان می‌دهد:



شکل ۱: فرایند پژوهش به همراه معیارهای برنامه ریزی گردشگری سطوح سلسله مراتب

فضایی

۷. مثلث سلسله‌مراتبی فولر^۱

مثلث فولر یکی از مدل‌های وزن‌دهی به شاخص‌ها است (Bat'a, 2009: 149; Jablonský, 2009: 35; Kravka, 2012, 2; Porhinčák, 2012, 249; Perzina, 2012, 697). این روش بر جدول فولر که برای مقایسات دو به دو به کار می‌رود، استوار است (قدرت نما، ۱۳۷۲؛ سمیعی و رئیسی، ۱۳۷۹). بعد از تشکیل این جدول، معیارها دو به دو با هم مقایسه شده و هر معیاری که برتری داشته باشد (برتری معیارها و شاخص‌ها نسبت به هم، با توجه به نظر کارشناسان تعیین می‌شود) با علامتی خاص آن را مشخص کرده و سپس تعداد برتری‌های هر معیار (عامل) شمارش شده و در ستون دیگری یادداشت می‌شود. در مرحله‌ی سوم، به هریک از معیارها و شاخص‌ها براساس تعداد برتری‌ها، امتیاز تعلق می‌گیرد و در ستون دیگری از جدول مزبور ثبت می‌شود. در مرحله‌ی چهارم، براساس امتیاز به‌دست آمده از هر معیار، آن را نرمال می‌کنیم تا وزن هریک از معیارها به‌دست آید (بهنام مرشدی، ۱۳۹۱).

۸. مدل تاپسیس

مدل تاپسیس از روش‌های تصمیم‌گیری‌های چند معیاری است که m گزینه را با توجه به n معیار رتبه‌بندی می‌کند. این روش اولین بار توسط هوانگ و یون در سال ۱۹۸۱ ارائه گردید (Hui & et al, 2008: 57). مفهوم این مدل انتخاب کوتاه‌ترین فاصله از راه‌حل ایدئال مثبت و دورترین فاصله از راه‌حل ایدئال منفی، به‌منظور حل مسائلی است که با ضوابط تصمیم‌گیری متعدد روبه‌روست (Jadidi, 2008: 763). از امتیازات مهم تکنیک تاپسیس آن است که به‌صورت همزمان، می‌توان از شاخص‌های عینی و ذهنی استفاده کرد (پورطاهری، ۱۳۸۹: ۱۱۴). مراحل انجام این تکنیک به‌صورت کلی، به قرار زیر است:

- تبدیل ماتریس تصمیم‌گیری موجود به ماتریسی استاندارد؛
- ایجاد ماتریس استاندارد موزون با مفروض بودن بردار وزن شاخص‌ها به‌مثابه‌ی ورودی الگوریتم؛

1.Fuller triangular



- مشخص کردن راه‌حل ایدئال مثبت و منفی؛
- محاسبه‌ی اندازه‌ی فاصله از ایدئال‌های مثبت و منفی؛
- محاسبه‌ی نزدیکی نسبی گزینه‌ها به راه‌حل ایدئال یا ضریب شباهت (C_i^*)؛
- رتبه‌بندی گزینه‌ها براساس نزدیکی نسبی آن‌ها به راه‌حل‌های ایده‌ال (زیاری،

۱۳۹۱: ۱۶۱ تا ۱۶۲).

۹. یافته‌های تحقیق

پژوهش حاضر با هدف ارائه‌ی الگوی برنامه‌ریزی گردشگری برمبنای سلسله‌مراتب فضایی صورت گرفته است. به‌همین دلیل، در ابتدا سطوح فضایی برنامه‌ریزی گردشگری که شامل استان‌های کشور و شهرستان‌های استان فارس و بخش‌های شهرستان‌های استان فارس است، به‌صورت سلسله‌مراتبی از بالا به پایین مشخص شد و سپس معیارهای برنامه‌ریزی گردشگری که شامل خدمات و جاذبه‌های گردشگری است، برای سطوح مدنظر جمع‌آوری شد. پس از جمع‌آوری مقادیر هریک از معیارها در سطوح مدنظر، لازم بود معیارهای سطوح فضایی وزن‌دهی شوند. پس از وزن‌دهی معیارها با مدل فولر، برای هریک از سطوح، ماتریسی تشکیل شد و سپس با مدل تاپسیس بخش‌های شهرستان‌های استان فارس برمبنای سلسله‌مراتب فضایی رتبه‌بندی شدند.

۱۰. وزن‌دهی به معیارها با استفاده از مدل سلسله‌مراتبی فولر

در بیشتر روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره، تصمیم‌گیران به تعیین اهمیت نسبی بین معیارهای انتخاب یا وزن هریک از معیارها نیاز دارند و در صورتی که، تصمیم‌گیرنده اطلاعات کافی درباره‌ی تعیین اهمیت نسبی بین معیارها نداشته باشد، طرح چیدمان نامناسبی را انتخاب می‌کند. به‌همین دلیل، در این پژوهش پس از تعیین معیارها، لازم است ابتدا برای اولویت‌بندی هریک از معیارها، برتری هر معیار نسبت به دیگر معیارها مشخص شود. برهمین اساس، معیارها و شاخص‌های مدنظر را به ۱۵ نفر از کارشناسان

گردشگری داده تا براساس نظر کارشناسی خود، آن‌ها را اولویت‌بندی کنند. پس از اولویت‌گذاری معیارهای خدمات گردشگری، مثلث فولر را ترسیم کرده و به ترتیب بین معیارها مقایسات زوجی انجام می‌دهیم و در مرحله‌ی دوم، باتوجه‌به برتری هر معیار، باید یکی انتخاب شود. در مرحله‌ی سوم، براساس تعداد برتری‌های هر معیار، به آن‌ها امتیازی داده شد. در مرحله‌ی چهارم، براساس امتیاز به‌دست آمده هر معیار، آن را نرمال می‌کنیم تا وزن هر یک از معیارها به دست آید. شکل (۲)، مراحل وزندهی معیارهای برنامه‌ریزی گردشگری شهرستان‌های استان فارس را برای نمونه نشان می‌دهد.

چنانچه ملاحظه می‌شود، از نظر کارشناسان، بیشترین وزن به تعداد هتل‌های شهرستان و کمترین وزن به سفره‌خانه‌های شهرستان اختصاص داده شده است.



همچنین وزن معیارهای برنامه‌ریزی گردشگری استان‌های کشور (جدول ۱)، و بخش‌های استان فارس (جدول ۲)، نیز از طریق مدل سلسله‌مراتبی فولر محاسبه شده و در ادامه آورده شده است.

جدول ۱: وزن معیارهای برنامه‌ریزی گردشگری استان‌های کشور با مدل فولر

۰.۰۰۳	راهدار خانه فعال
۰.۰۱۶	پلیس راه
۰.۰۰۹	پایانه های مسافربری عمومی فعال
۰.۰۱۳	امداد نجات
۰.۰۰۶	تعداد ناوگان عمومی مسافربری
۰.۰۱۹	مسافر جابه جا شده استان مبدأ
۰.۰۲۲	کبابی و جگرکی
۰.۰۲۶	چلوکبابی
۰.۰۲۹	اغذیه فروشی
۰.۰۳۲	مناطق نمونه
۰.۰۳۵	دفتر خدمات مسافربری
۰.۰۳۹	رستوران سنتی قهوه خانه
۰.۰۴۲	مسجد و نمازخانه
۰.۰۴۵	رستوران
۰.۰۴۹	تعداد مسافران ورودی به هر استان سال ۹۰
۰.۰۵۲	تیرپارک
۰.۰۵۵	مجتمع پذیرایی غذا خوری
۰.۰۵۸	مجتمع خدماتی
۰.۰۶۲	مهمانپذیر
۰.۰۶۵	هتل آپارتمان
۰.۰۶۸	هتل



۰.۰۷۱	مناطق سرمایه
۰.۰۷۵	جاذبه‌های طبیعی
۰.۰۷۸	جاذبه‌های فرهنگی

منبع: تحقیق حاضر

جدول ۲: وزن معیارهای برنامه‌ریزی گردشگری بخش‌های استان فارس با مدل فولر

۰.۱۱۱	وزن جاذبه تاریخی
۰.۱۰۴	وزن جاذبه طبیعی
۰.۰۹۸	وزن جاذبه مذهبی
۰.۰۹۱	سطح جاذبه تاریخی
۰.۰۸۴	سطح جاذبه طبیعی
۰.۰۷۸	سطح جاذبه تاریخی
۰.۰۷۱	مجتمع بین‌راهی
۰.۰۶۵	ایستگاه گاز
۰.۰۰۶	خدمات خودروبی (تعمیرگاه و پنچرگیری)
۰.۰۵۸	خدمات خودروبی ۲(کارواش. صافکاری)
۰.۰۵۲	خدمات فرهنگی - مذهبی
۰.۰۴۵	رستوران
۰.۰۳۹	سالن غذا خوری
۰.۰۳۱	پلیس
۰.۰۲۶	مغازه
۰.۰۱۹	ساندویچی
۰.۰۱۳	نانوایی

منبع: تحقیق حاضر

پس از وزن‌دهی معیارها، با توجه به مراحل مدل تاپسیس، در ابتدا ماتریس استاندارد را تشکیل می‌دهیم و سپس وزن معیارها را در آن ضرب می‌کنیم. در مرحله‌ی بعد،

راه‌حل ایدئال مثبت و منفی را مشخص می‌کنیم و سپس اندازه‌ی فاصله از ایدئال‌های مثبت و منفی محاسبه شده و در نهایت ضریب شباهت (Ci^*) که با محاسبه‌ی نزدیکی نسبی گزینه‌ها به راه‌حل ایدئال به دست می‌آید، محاسبه می‌شود. این مراحل، به صورت جداگانه برای هریک از سطوح انجام شده و مقدار Ci^* به دست آمده است. جدول (۳) و ۴ و ۵، به ترتیب مقادیر Ci^* را برای هر یک از سطوح به صورت جداگانه نشان می‌دهد.

جدول (۳). مقادیر Ci^* استان‌های کشور

۰.۲۹۷۰	فارس	۰.۲۰۱۴	اردبیل
۰.۱۳۳۴	قزوین	۰.۲۶۵۲	اصفهان
۰.۱۷۴۰	قم	۰.۱۲۰۲	ایلام
۰.۰۹۷۹	کردستان	۰.۲۲۵۰	آ. شرقی
۰.۱۶۵۴	کرمان	۰.۱۸۲۹	آ. غربی
۰.۱۸۳۴	کرمانشاه	۰.۰۸۸۸	بوشهر
۰.۱۰۵۳	کهگیلویه	۰.۳۳۴۱	تهران
۰.۲۰۸۴	گیلان	۰.۱۴۵۰	چهارمحال
۰.۱۳۰۸	گلستان	۰.۴۷۶۷	خ. رضوی
۰.۱۴۸۴	لرستان	۰.۱۶۴۲	خ. جنوبی
۰.۴۱۷۰	مازندران	۰.۰۵۱۷	خ. شمالی
۰.۱۱۷۳	مرکزی	۰.۱۳۲۳	خوزستان
۰.۱۵۶۵	هرمزگان	۰.۱۵۱۴	زنجان
۰.۱۸۷۵	همدان	۰.۱۶۰۴	سمنان
۰.۲۶۶۶	یزد	۰.۲۸۲۱	سیستان

منبع: تحقیق حاضر



جدول (۴). مقادیر CI^* شهرستان‌های استان فارس

۰.۰۳۳۵	لارستان	۰.۹۱۵۱	شیراز
۰.۰۵۴۷	لامرد	۰.۰۴۸۹	آباده
۰.۰۳۹۱	مرودشت	۰.۰۱۴۸	استهبان
۰.۰۰۳۷	نی ریز	۰.۰۱۷۶	ارسنجان
۰.۰۵۶۷	نورآباد	۰.۰۵۲۳	اقلید
۰.۰۱۶۵	رستم	۰.۰۰۸۶	بوانات
۰.۰۱۵۲	پاسارگاد	۰.۰۱۱۳	جهرم
۰.۰۱۱۳	سپیدان	۰.۰۱۴۸	خنج
۰.۰۲۲۶	خرم بید	۰.۰۴۸۴	داراب
۰.۰۲۹۹	سروستان	۰.۰۲۷۱	فسا
۰.۰۱۵۲	کوار	۰.۰۲۱۲	فیروزآباد
		۰.۰۸۵۱	کازرون

منبع: تحقیق حاضر

جدول ۵: مقادیر C_i^* بخش‌های شهرستان‌های استان فارس

۰.۱۱۱۳	زرین دشت	۰.۰۲۵۴	سیمکان	۰.۱۲۸۸	آباده. طشک
۰.۱۴۲۰	سروستان	۰.۰۷۶۵	ششده	۰.۰۸۹۶	ارد
۰.۳۲۸۸	سپیدان	۰.۰۶۹۱	شیبکوه	۰.۱۹۸۷	ارژن
۰.۷۹۷۳	شیراز	۰.۰۹۵۸	صحرای	۰.۰۶۲۵	اسیر
۰.۰۵۳۷	فراشبند	۰.۰۲۹۹	علامرودشت	۰.۱۰۱۱	اشکنان
۰.۲۱۷۹	م. فسا	۰.۱۱۷۰	فورگ	۰.۰۲۹۳	افزر
۰.۰۷۱۱	قیبر	۰.۱۱۶۲	قطرویه	۰.۰۴۱۰	اوز
۰.۲۶۳۰	کازرون	۰.۱۲۳۹	کامفیروز	۰.۰۲۷۵	ایزدخواست
۰.۱۷۶۳	لارستان	۰.۱۰۴۰	کر	۰.۰۹۵۸	بنارویه
۰.۱۱۷۶	لامرد	۰.۰۷۶۶	کربال	۰.۰۷۴۶	بیرم
۰.۲۴۱۳	مرودشت	۰.۱۰۳۰	کردیان	۰.۱۵۶۷	بیضا
۰.۳۲۱۱	ممسنی	۰.۰۲۷۵	کنارتخته	۰.۱۳۵۴	جره
۰.۰۲۵۲	مهر	۰.۱۴۳۱	کوار	۰.۰۳۲۹	جنت
۰.۱۷۳۰	نی ریز	۰.۰۹۴۴	کوهمره	۰.۱۰۱۷	جویم
۰.۰۹۰۸	پاسارگاد	۰.۱۵۰۳	کوهنجان	۰.۰۷۳۹	حسن آباد
۰.۰۸۰۸	گراش	۰.۰۳۲۹	ماهور م.	۰.۰۰۰۰	خشت
۰.۱۲۸۷	مزایجان	۰.۰۱۵۷	محمه	۰.۱۴۲۱	خفر
۰.۰۸۰۸	مرغاب	۰.۳۳۹۶	آباده	۰.۱۴۹۶	دروذن
۰.۱۷۰۹	میمند	۰.۱۵۹۱	ارسنجان	۰.۰۷۲۰	زیاری
۰.۰۷۷۵	نوبندگان	۰.۱۳۷۲	استهبان	۰.۰۹۱۰	دهرم
۰.۱۱۷۴	همایجان	۰.۲۰۲۳	اقلید	۰.۱۵۹۲	رستاق
۰.۰۸۱۷	وراوی	۰.۱۳۰۰	بوانات	۰.۱۳۱۸	رونیز
۰.۱۸۸۸	پاسارگاد	۰.۱۴۶۳	جهرم	۰.۱۳۸۷	زرقان
۰.۰۰۰۰	پشتکوه	۰.۱۳۱۶	خرم بید	۰.۰۸۱۹	سده
۰.۰۹۲۸	چنارشی	۰.۰۸۹۸	خنج	۰.۰۷۳۰	سرجهان
۰.۰۳۱۷	گله دار	۰.۲۲۶۸	داراب	۰.۱۳۶۶	سورنا
		۰.۱۵۳۹	رستم	۰.۱۲۲۶	سیدان

منبع: تحقیق حاضر



پس از محاسبه‌ی مقدار C_i^* ، در ابتدا مقادیر C_i^* استان‌های کشور از طریق رابطه (۱) نرمال

$$n_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sum_{i=1}^m x_{ij}} \quad (1)$$

شده و سپس مقادیر نرمال‌شده را در مقادیر C_i^* سطح پایین‌تر که شامل شهرستان‌های استان فارس است، ضرب کرده و نتیجه را دوباره نرمال می‌کنیم. پس از این مرحله، مقادیر نرمال شده شهرستان‌های استان را نیز در مقادیر C_i^* سطوح پایین‌تر سلسله‌مراتب فضایی که برابر با بخش‌های خود هر شهرستان است، ضرب شده و درانتها، نتایج به‌دست‌آمده نیز دوباره نرمال می‌شود. پس از نرمال‌سازی نتایج به‌دست‌آمده در این سطح، لازم است نتایج حاصل از رتبه‌بندی بخش‌های سیاسی استان که پایین‌ترین سطح از نظر سلسله‌مراتب فضایی برنامه‌ریزی گردشگری است، مشخص شود تا با توجه به جاذبه‌ها و پتانسیل‌های هر بخش بتوان برنامه‌ریزی مناسبی برای نیل به اهداف توسعه‌ی پایدار انجام داد. جدول (۶)، رتبه‌بندی بخش‌های استان فارس را از نظر برنامه‌ریزی گردشگری بر مبنای الگوی سلسله‌مراتب فضایی نشان می‌دهد.

جدول ۶: رتبه‌بندی بخش‌های استان فارس بر مبنای الگوی برنامه‌ریزی گردشگری

سلسله‌مراتب فضایی

۵۵	میلانی	۲۸	کوهنجان	۱	شیراز
۵۶	مرغاب	۲۹	وراوی	۲	ارژن
۵۷	بیضا	۳۰	سده	۳	کوار
۵۸	گله دار	۳۱	سروستان	۴	زرقان
۵۹	جهرم	۳۲	زیاری	۵	دهرم
۶۰	علامرودشت	۳۳	حسن آباد	۶	کربال
۶۱	خفر	۳۴	فیروزآباد	۷	فراشید
۶۲	جنت	۳۵	سپیدان	۸	کازرون
۶۳	قیروکارزین	۳۶	میمند	۹	ممسنی
۶۴	مهر	۳۷	اسیر	۱۰	آباده
۶۵	م. پاسارگاد	۳۸	جویم	۱۱	مرودشت
۶۶	اوز	۳۹	بنارویه	۱۲	جره و بالاده
۶۷	ایزدخواست	۴۰	صحرای	۱۳	داراب
۶۸	همايجان	۴۱	ارد	۱۴	اقلید
۶۹	خنج	۴۲	خرم بید	۱۵	درودزن
۷۰	کردیان	۴۳	پاسارگاد	۱۶	کوهمره
۷۱	بوانات	۴۴	ارسنجان	۱۷	چنارشاهیجان
۷۲	مزایجان	۴۵	گراش	۱۸	رستاق
۷۳	نی ریز	۴۶	رستم	۱۹	کامفیروز
۷۴	سرچهان	۴۷	بیرم	۲۰	سیدان
۷۵	افزر	۴۸	کنارتخته	۲۱	لامرد
۷۶	آباده. طشک	۴۹	سورنا	۲۲	فسا
۷۷	قطرویه	۵۰	نوبندگان	۲۳	لار
۷۸	سیمکان	۵۱	ششده	۲۴	کر
۷۹	محملة	۵۲	استهبان	۲۵	فورگ
۸۰	خشت	۵۳	رونیز	۲۶	اشکنان
۸۱	پشتکوه	۵۴	شیبکوه	۲۷	زرین دشت

منبع: تحقیق حاضر

چنانچه ملاحظه می‌شود بخش‌های مرکزی استان فارس به دلیل نزدیکی به مرکز



استان و شهر شیراز، باتوجه به وجود جاذبه‌ها و پتانسیل‌های موجود، رتبه‌های نخست را به خود اختصاص داده‌اند و نشان می‌دهند که این مناطق، از نظر برنامه‌ریزی در اولویت قرار دارند؛ ولی مناطق جنوب استان همچون پشتکوه، خشت، محمله و سیمکان از لحاظ برنامه‌ریزی گردشگری در مراحل آخر قرار گرفته‌اند.

۱۱. نتیجه‌گیری

برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری در صورت اعمال رویکردی مکانی- فضایی، می‌تواند عاملی مؤثر و سرعت‌بخش در نیل به اهداف توسعه‌ی پایدار و متوازن کشورمان باشد. بر همین اساس، در این پژوهش برآنیم که باتوجه به اهمیت برنامه‌ریزی در توسعه‌ی گردشگری، به ارائه‌ی یک مدل برنامه‌ریزی گردشگری سلسله‌مراتب فضایی از بالا به پایین در این زمینه دست یابیم تا باتوجه به آن، بتوان به صورت سیستماتیک و جامع، وزن و جایگاه هر منطقه را از نظر برنامه‌ریزی گردشگری، باتوجه به سطوح بالاتر شناسایی کرده و براساس ظرفیت هر منطقه، برنامه‌ی جامع و کاملی برای توسعه‌ی آن منطقه ارائه دهیم. برای دستیابی به این هدف، در ابتدا معیارهای برنامه‌ریزی گردشگری استان‌های کشور که در سطح اول از سلسله‌مراتب فضایی قرار دارند، به دست آمد و سپس معیارهای برنامه‌ریزی گردشگری سطوح دوم و سوم را که شامل شهرستان‌های استان فارس و بخش‌های هریک از این شهرستان‌هاست، جمع‌آوری شد. در مرحله‌ی بعد، با استفاده از مدل فولر معیارهای مدنظر وزن‌دهی شد و پس از وزن‌دهی، با مدل تاپسیس در ابتدا ضریب شباهت (C_i^*) هریک از سطوح، محاسبه شده و سپس نتایج سطح اول نرمال شده و آن‌ها را در سطح پایین‌تر خود ضرب کردیم و دوباره نتایج را نرمال کرده و در سطح سوم ضرب کردیم و همچون مرحله‌ی قبل، نتایج را دوباره نرمال کرده و در نهایت آن‌ها را رتبه‌بندی کردیم. نتایج تحقیق بیانگر این مطلب است که بخش شیراز، ارژن و مناطق نزدیک به بخش‌های مرکزی استان، از لحاظ برنامه‌ریزی گردشگری دارای رتبه‌های نخست و مناطق جنوب استان همچون پشتکوه، خشت، محمله و سیمکان در رتبه‌های آخر واقع شده‌اند و این اولویت‌بندی، از این جهت که

محدودیت‌های مالی و زمانی ایجاب می‌کند که در یک منطقه، برخی از مقصدهای گردشگری (مناطق مرکزی و نزدیک شیراز که از جاذبه‌های بیشتری برخوردارند) در مقایسه با برخی دیگر (مناطق جنوبی که از جاذبه‌های کمتری برخوردارند) سریع‌تر توسعه یابند و خدمات و تسهیلات بیشتری دریافت کنند و نهادهای سرمایه‌ای بیشتری به آن‌ها تخصیص یابد، لزوم توجه هرچه بیشتر کارشناسان و برنامه‌ریزان مربوطه را طلب می‌کند.

منابع

الف. فارسی

۱. باستیه، ژان و برنارد دزر. (۱۳۷۷). شهر، مترجم علی اشرفی، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه هنر.
۲. بهزادفرد، مصطفی و زمانیان، روزبه. (۱۳۸۶). کاربرد تصمیم‌سازی چندمعیاره فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی در برنامه‌ریزی گردشگری (نمونه‌ی موردی: شهرستان نیشابور). نشریه‌ی بین‌المللی علوم مهندسی دانشگاه علم و صنعت ایران، ۵ (۱۸)، ۱۱-۱.
۳. بهنام مرشدی، حسن. (۱۳۹۱). برنامه‌ریزی فضایی خدمات گردشگری استان فارس (نمونه‌ی موردی: محورهای اصلی استان فارس)، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم با راهنمایی دکتر حسنعلی فرجی سبکبار، دانشگاه تهران: دانشکده جغرافیا.
۴. پورطاهری، مهدی. (۱۳۸۹). کاربرد روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه در جغرافیا، چاپ اول، تهران: سمت.
۵. تقوایی، مسعود و غفاری، رامین. (۱۳۸۹). برنامه‌ریزی فضایی در توسعه‌ی صنعت گردشگری، مطالعه موردی: استان چهارمحال بختیاری، محور بازفت، فصلنامه‌ی تحقیقات جغرافیایی، س ۲۵، ۱ (پیاپی ۹۶)، ۷۹-۱۰۰.
۶. تقوایی، مسعود و نوروزی آورگانی، اصغر. (۱۳۸۶). تحلیلی بر نحوه‌ی توزیع



- فضایی امکانات و خدمات روستایی و سطح‌بندی دهستان‌های استان چهارمحال و بختیاری. *مجله‌ی پژوهشی دانشگاه اصفهان*، ۲۴ (۳)، ۶۰-۶۱.
۷. حکمت نیا، حسن و موسوی، میرنجنف. (۱۳۸۵). کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و ناحیه‌ای تهران، یزد: علم نوین.
۸. خاکساری، علی. (۱۳۹۱). برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری در ایران: ویژگی‌ها و نقش برنامه‌ریزان توسعه‌ی گردشگری در کشورهای اسلامی. *فصلنامه‌ی علوم اجتماعی*، ۵۸، ۱-۳۳.
۹. داس ویل، راجر. (۱۳۸۷). مدیریت جهانگردی، مبانی راهبردها و آثار، ترجمه‌ی سیدمحمد اعرابی و داود یزدی، چاپ چهارم، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۰. دهستانی، بهبود. (۱۳۸۳). برنامه‌ریزی کالبدی گردشگری (مطالعه‌ی موردی: شهرستان آستارا)، پایان‌نامه‌ی کارشناسی‌ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری به راهنمایی آقای دکتر حسین شکویی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.
۱۱. زندگی‌آبادی، علی و ابوالحسنی، فرحناز. (۱۳۸۷). تحلیل فضایی، سطح‌بندی و برنامه‌ریزی مراکز اقامتی با استفاده از شاخص توسعه گردشگری (TDI) (مطالعه موردی شهر اصفهان). *فصلنامه‌ی مطالعات جهانگردی*، ۸، ۲۵-۴۲.
۱۲. زیاری، کرامت‌الله. (۱۳۸۸). اصول و روش‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای، چاپ دوم. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۳. زیاری، کرامت‌الله و دیگران. (۱۳۹۱). بررسی درجه توسعه‌یافتگی شهرستان‌های کشور و رابطه‌ی آن با نرخ شهرنشینی. *مجله‌ی برنامه‌ریزی فضایی*، ۱(۳)، ۱-۱۶.
۱۴. سمیعی، علی و رئیسی، ابراهیم. (۱۳۷۹). ارزیابی چند معیاره پروژه‌های منابع آب از دیدگاه توسعه پایدار در ایران، چهارمین کنفرانس سد سازی.
۱۵. شمعی، 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*، ۳ (۱۰)، ۲۳-۴۰.

۱۶. ضرابی، اصغر و دیگران. (۱۳۹۰). تعیین سطح‌بندی توسعه و اولویت برنامه‌ریزی فضایی دهستان‌های استان اصفهان. *فصلنامه‌ی تحقیقات جغرافیایی*، ۲۶ (۲)، ۱-۱۸.
۱۷. ضیایی، محمود و داغستانی، سعید. (۱۳۸۹). تحلیل سلسله‌مراتبی جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی شهرستان نیشابور. *مجله‌ی جغرافیا و توسعه*، ۱۷، ۱۳-۱۳۸.
۱۸. ضیایی، محمود و شجاعی، مسلم. (۱۳۸۹). سطح‌بندی مقصدهای گردشگری: واکاوی مفهومی نو در برنامه‌ریزی فضایی گردشگری. *فصلنامه‌ی مطالعات گردشگری*، ۱۳، ۲۵-۴۶.
۱۹. غفاری، سیدرامین و دیگران. (۱۳۹۰). سطح‌بندی و برنامه‌ریزی فضاها‌ی گردشگری روستایی بخش مرکزی شهرستان بویراحمد، *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، ۳ (۱۱)، ۹۷-۱۱۸.
۲۰. غفاری، سید رامین. (۱۳۸۷). *مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی کالبدی سکونتگاه‌های روستایی*، چاپ اول، شهرکرد.
۲۱. قدرت نما، قهرمان. (۱۳۷۲). ارزیابی‌های چند معیاری در طرح‌های توسعه‌ی منابع آب. *آب و توسعه*، ۲، ۱۱-۲۳.
۲۲. گی، چاک وای و ادواردو فایوسولا. (۱۳۸۲). *درآمدی بر جهانگردی در چشم‌انداز جامع*، مترجم علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، ج ۲، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۲۳. مستوفی‌الممالکی، رضا و فرمانی، سکینه. (۱۳۸۸). ارزیابی کیفیت خدمات جهانگردی در واحدهای اقامتی و هتل‌های شهر شیراز. *فصلنامه‌ی جغرافیا و مطالعات محیطی*، ۱ (۲)، ۳۵-۴۴.
۲۴. معصومی‌اشکوری، سیدحسن. (۱۳۸۵). *اصول و مبانی برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، تهران: پیام.
۲۵. مهندس مشاور فرهاد. (۱۳۸۹). *طرح منطقه نمونه ابرده علیا*. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی.



۲۶. نصیری‌زاده، حمیدرضا و توتونچی، جهانگیر. (۱۳۸۲). جهانگردی و اشتغال. مجموعه مقالات سمینار بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه‌ی جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی و سازمان ایرانگردی و جهانگردی.

۲۷. وثوقی، فاطمه. (۱۳۷۷). منطقه بندی در ایران. فصلنامه‌ی تحقیقات جغرافیایی، مقاله شماره ۴۹ و ۵۰، ۴۹-۲۴.

ب. انگلیسی

28. Alan A. Lew. (1987). *A framework of tourist attraction research*. Annals of tourism research, 14, 553-575.
29. Baťa, Robert. Obršalová, Ilona. (2009). *Sustainable Environment Indicators and Possibilities of Their Aggregation by Means Of Petri Nets*. Recent Advances in Environment, Ecosystems and Development. 147-152.
30. Daniels, M. J. (2007). *Central Place Theory and Sport Tourism Impact*. Annals of Tourism Research, 34 (2), 332-347.
31. Dennis R. Judd and Susan S. Fainstein, Eds. (1999). *The Tourist City*. Yale University Press, 266-267.
32. Getz d. (1993). *Plannings for tourism business district*, annals of tourism research, 20, 583-600.
33. Getz, Donald. (1986). *Models in tourism planning, towards integration of theory and practice*. Butterworth & Co (Publishers), Ltd. 21-32.
- Gunn, Glare A (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. Annals of Tourism Research, 7:253-255.
34. Gunn, Glare A. (1972). *Vacation scape: Designing Tourist Regions*. Austin, Texas: Bureau of Business Research, University of Texas.
35. Gunn, Glare A. (1979). *Tourism Planning*. New York: Crane Russak.
36. Hornby, A S. (2005). *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, Oxford University Press.
37. Hui, Y. T, Bao, H. H. & Siou, W. (2008). *Combining ANP and TOPSIS Concepts For Evaluation The Performance Of Property-*

- Liability Insurance Companies*, Science Publications, Journal Of Social Sciences 4 (1), Yuanpei University, Taiwan, 56-61.
38. Inskip, Edward. (1991). *tourism planning: an integrated and sustainable development approach*, van nostrand Reinhold, New York.
39. Jablonský, J. (2009). *Software support for multiple criteria decision making problems*. Management information systems, 4 (2), 029-034.
40. Kravka, Miroslav. (2012). *Colloquium on Landscape Management*. Brno, Czech Republic. Mendel University. Brno, 3th February.
41. Law C. M. (2000). *The Tourist City Review*, Urban Studies, 37 (7).
42. Lundberg. Donald E. (1980). *The Tourist Business*, 4th Ed, Boston: CBI.
43. Mayhew, S. (2003). *Dictionary of Geography*, Oxford University Press.
44. O. Jadidi, T.S. Hong, F. Firouzi, R.M .Yusuff, N. Zulkifli. (2008). *TOPSIS and fuzzy multi-objective model integration for supplier selection problem, department of mechanical and manufacturing engineering, university putra Malaysia* , 31(2), 762-769.
45. Pearce, Douglas. (1981). *Tourism Development*. New York: Longman.
46. Perzina, R. Ramik, J. (2012). *Dame- Microsoft excels add-in for solving multicriteria decision problems with scenarios, proceedings of 30th international conference mathematical methods in economics*. 697-702.
47. Porhinčák, Milan. Eštoková, Adriana. (2012). *Process of Selection of Building Materials towards Sustainable Development*. Chemical Engineering Transactions. 547-552.
48. Pualj, C. (1983). *An Introduction to Rural Settlement Planning*, London & New York, 398.
49. Stynes, Daniel Jand O., Halloran, Cynthia. (2004). *Tourism Planning*, Michigan state university extensions bulletin.