



جغرافیا و روابط انسانی، زمستان ۱۴۰۴، دوره ۸، شماره ۴، صص ۲۳۵-۲۲۳

اولویت بندی مولفه های گردشگری در کتاب های درسی مطالعات اجتماعی در مقاطع ابتدایی و راهنمایی در ایران

همت رضانی

کارشناسی ارشد مدیریت و برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی چالوس و مربی معلم آموزگار ابتدایی

شهرستان نوشهر vhjjhvjvvg@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۰۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۵/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۱۱

چکیده

برای سنجش و اولویت بندی جاذبه ها معمولا معیارهای مختلفی از قبیل: اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیر ساختی، زیست محیطی، نهادی، و... مورد توجه قرار می گیرد تا بر اساس آن ها بتوان نسبت مولفه های گوناگون گردشگری تصمیم گیری کرد. قصد دارد تا خلاء مطالعاتی موجود را پر کند و تصویری از مفاهیم آموزش گردشگری را در محتوای کتابهای درسی ارائه دهد و همچنین مولفه های درسی گردشگری درمقطع های ابتدایی و راهنمایی را رتبه بندی کند. لذا

جامعه آماری تحقیق کارشناسان مسئول برنامه ریزی درسی در حوزه گردشگری می باشد. روایی آن توسط اساتید دانشگاهی تایید شده است و پایایی آن طبق آفای کرونباخ $0/78$ درصد بوده است نتایج حاکی از آن است نتایج حاصل از آن شد که، عامل دسترسی در جایگاه اول، گردشگری چیست در جایگاه دوم، هویت گردشگری، در رتبه سوم، نقش جامعه محلی در توسعه توریسم در رتبه چهارم ارزش اقتصادی توریسم را کسب کردند.

واژگان کلیدی: گردشگری؛ اولویت بندی، برنامه ریزی درسی، مطالعات اجتماعی، مقاطع ابتدایی و راهنمایی.

گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین و پردرآمدترین صنایع در حال رشد دنیاست (WTO, 2006; Davenport, 2006). به طوری که ۱۰ درصد تولید ناخالص و ۱۰ درصد از اشتغال جهان را به خود اختصاص داده است (UNWTO, 2008). صنعتی با چنین ویژگی هایی نقش مهمی در ایجاد اشتغال و کمک به تولید ناخالص داخلی ملی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه دارد (WTTC, 2013). در حال حاضر، سفر و گردشگری سهم ۹ درصدی از تولید ناخالص داخلی جهانی دارد و بیش از ۲۶۰ میلیون شغل را به خود اختصاص داده است (WTTC, 2013). علاوه بر این، امروزه تعداد گردشگران از مرز یک میلیارد نفر گذشته و درآمد ناشی از این فعالیت به بیش از ۸۶۵ میلیارد دلار افزایش یافته است و پیش بینی می شود تا ۲۰۲۰ این تعداد به ۱/۶ میلیارد نفر برسد (Moreno et al, 2009: 1550; WTTC, 2013). لذا، توسعه این صنعت فرایند پیچیده‌ای است که عوامل توسعه بین‌المللی و ملی گروه‌های درگیر با سیاست دولت، برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری را در بر می‌گیرد (Telfer et al, 2008: 80). گردشگری برای کودکان و نوجوانان، موضوعی غافلگیرکننده در پژوهش‌های گردشگری است. اگر صدای کودکان در پژوهش‌های گردشگری شنیده شود و خواسته‌ها و انتظارات آنان برآورده گردد، توسعه اجتماعی و مدنی را در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه امکان پذیر می‌سازد (دلاری و ماریونسی، ۲۰۱۶). در واقع، نصوص صریح اسلام پذیرای گردشگری است. ۱۶ آیه در قرآن وجود دارد که مستقیماً سفر و مسافرت را ترغیب می‌کند. مسلمانان شیفته‌ی مسافرت هستند. در حقیقت، تعالیم اسلامی، سفر کردن را تشویق می‌کند. مسلمانان بر این باورند که در سفر، به خدا نزدیک تر می‌شوند و امکان استجاب دعا‌ی آنان نیز بیشتر می‌گردد (نوری ۱۳۹۸: ۱۴).

در این بین، آموزش و پرورش به عنوان مؤثرترین ابزار جوامع برای ورود به چالش‌های آینده مورد توافق قرار گرفته است به همین دلیل؛ وارد کردن مفاهیم مرتبط با توریسم در متون درسی در مقاطع مختلف تحصیلی موجب می‌شود که دانش‌آموزان با جاذبه‌های تاریخی و باستانی، طبیعی، اماکن مذهبی، صنایع دستی و فرهنگ، اقوام کشورهای مختلف و مسائلی از این قبیل آشنا شوند. با توجه به اهمیت گردشگری به عنوان محور توسعه پایدار در سال‌های اخیر و تأثیرات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مهمی که برای

یک کشور و جامعه به همراه دارد و از آنجایی که نظام آموزش و پرورش نهادی است که پس از نهاد خانواده، سهم عظیمی در پرورش و تعلیم و تربیت کودکان دارد و از طریق محتوای برنامه درسی بسیاری از نگرش‌ها، دانش‌ها و اطلاعات را عرضه می‌کند؛ از سوی دیگر آموزش ابتدایی و راهنمایی دوره مهمی است که رشد عقلی و شخصیت و نگرش کودکان در این دوره شکل می‌گیرد (مثل آموزش نریختن زباله، نشکستن شاخه درختان، احترام به میراث فرهنگی، میهمان نوازی و از این دست مسائل)، لذا از این حیث وارد کردن مفاهیم مرتبط با گردشگری و عنصر آموزش در گردشگری موجب شناخت گردشگری شده و چگونگی گردشگری در فضای سرزمینی و حفاظت از محیط زیست و منابع طبیعی را می‌آموزد (صالحی عمران ۱۴۰۰: ۳۰). از این رو برای سنجش و اولویت بندی گردشگری معمولاً معیارهای مختلفی از قبیل: اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیر ساختی، زیست محیطی، نهادی، قانونی و جغرافیایی و... مورد توجه قرار می‌گیرد تا بر اساس آن‌ها بتوان نسبت مولفه‌های گردشگری درسی تصمیم‌گیری کرد. در نهایت با توجه به نقش و اهمیت محتوای درسی در آموزش مفاهیم گردشگری، این ضرورت احساس می‌شود که کتاب‌های درسی به این مهم پردازند. ضمن آنکه پژوهش مستقلی که هدف خود را بر تحلیل کتاب‌های درسی این مفهوم در ابعاد وسیعی مانند یک دوره تحصیلی نهاده باشد، بافت نگردید. به همین دلیل مطالعه حاضر قصد دارد تا خلاء مطالعاتی موجود را پر کند و تصویری از مفاهیم آموزش گردشگری را در محتوای کتاب‌های درسی ارائه دهد و همچنین مولفه‌های درسی گردشگری در مقطع‌هایی ابتدایی و راهنمایی را رتبه بندی کند.

مبانی نظری

واژه گردشگری به فعالیتی اطلاق می‌شود که زمان سفر گردشگر به وقوع می‌پیوندد. این واژه در برگیرنده فعالیت‌هایی از قبیل برنامه ریزی، سفر، اقامت، بازگشت، یادآوری خاطرات و تبلیغ پس از سفر است. همچنین شامل فعالیت‌هایی است که مسافران به عنوان بخشی از سفر انجام می‌دهند. به طور خلاصه می‌توان گفت گردشگری در بردارنده تمامی فعالیت‌ها و تعاملاتی است که در طول سفر برای بازدیدکنندگان به وقوع می‌پیوندد (میل و مورسین، ۱۹۹۲). اسمیت (۲۰۰۰) نیز گردشگری را شبکه‌ای مرتبط و متشکل

از گردشگرها و خدمات مربوط به آن تعریف می کند. همچنین بر اساس مصوبات سازمان جهانی جهانگردی گردشگر فردی است که به منظور گذران اوقاتی خوش برای مدت حداقل یک شب به سفر برود. این میزان در ارتباط با گردشگران بین المللی نباید بیش از یک سال و برای گردشگران داخلی بیش از شش ماه باشد. علاوه بر این در بسیاری از تعاریف بر این نکته تاکید شده است که گردشگری که در این مفهوم و مقوله می گنجد نباید برای اهداف اقتصادی دست به سفر بزند و هدف وی از سفر باید بازدید از اماکن دیدنی و جذابیت ها باشد (راجی ۱۴۰۰: ۲).

امروزه با توجه به ماشینی شدن زندگی اجتماعی و صنعتی شدن جوامع و ابزار تولید از یک سو و از سوی دیگر، به علت بروز زمینه های بزهکاری، انحرافات اجتماعی و اخلاقی، نداشتن برنامه ریزی اوقات فراغت، موجب بحران های روانی و اجتماعی در بین جوامع مختلف شده است. از مهم ترین مباحثی که در دهه های اخیر نقش مهمی در اوقات فراغت مردم داشته، جاذبه های گردشگری است. امروزه صنعت گردشگری در جهان توسعه فراوانی یافته است و بسیاری از کشورها از این رهیافت توانسته اند وضعیت خویش را تا حد در خور توجهی بهبود بخشیده و بسیاری از مشکلات خود از قبیل بیکاری، پایین بودن سطح درآمد، سرانه و کمبود درآمد ارزی را پوشش دهند. به دلیل اثرات چشمگیری که فعالیت های گردشگری در اقتصاد مناطق پذیرنده گردشگران برجای می گذارد توجه فراوانی به این زمینه از فعالیت معطوف می گردد. پیچیدگی و تراکم موجود در زندگی شهری عده زیادی از مردم را متوجه طبیعت می کند و در این میان، مناطقی که دارای توانهای طبیعی با ارزش تری باشند بیشتر مورد توجه قرار می گیرد. به این ترتیب جریانات گردشگری به منظور بهره برداری از آرامش و زیبایی طبیعت بدان سمت شکل می گیرد. با توجه به این که توسعه پایدار به عنوان جریانی پایدار در تغییرات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی برای افزایش و ترقی رفاه و خوشبختی طولانی مدت کل اجتماع تعریف می شود و پوششی چند بعدی است که به گونه ای پایدار در صدد وحدت اهداف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی است (یار احمدی و زلفی ۱۴۰۰: ۱۴۴). گردشگری یکی از صنایع مهم در هر جامعه ای است که با شتاب زیاد در حال حرکت می باشد و اقتصاد تمامی کشورهای دنیا را تحت نفوذ خود قرار داده است

در گردشگری (توریسم)، جاذبه های طبیعی و انسانی و وضعیت گردشگران، از عوامل اصلی و با ارزش جهت جذب گردشگری در هر منطقه ای محسوب می شوند. جاذبه های طبیعی نظیر آب و هوای مطلوب کوهستانی، چشم اندازهای زیبا، تنوع ناهمواریها و... جاذبه های انسانی شامل: آثار باستانی و تاریخی، پلها، کاخ ها، جاذبه های باستانی، (ابریشم) آتشکده قلعه ها، سنگ نوشته ها، مساجد قدیمی، اماکن مقدس و غیره باعث جذب گردشگر در هر نقطه ای می شوند. محیط های شهری از دو نقطه نظر در صنعت گردشگری اهمیت دارند. کانون های شهری به لحاظ تمرکز جمعیت در آنها هم به عنوان مبدأ مسافرتها توریستی و هم وجود امکانات معیشتی و رفاهی بعنوان مقصد مسافرت های جهانگردی نیز به شمار می آیند. بنابر این می توان گفت که شهر و توریسم دارای تأثیر متقابل می باشند. در واقع شهرها از ابتدا تا کنون از جذابترین فضاها برای گردشگران بوده اند و به عنوان نماد اصلی درجه ای از تکامل اجتماعی انسانها در بر دارنده مراکز مهم اقتصادی، علمی، تفریحی، پزشکی بوده و افزون بر این، از جاذبه های طبیعی و میراث فرهنگی نیز بهره مند بوده اند (کمالی ۱۴۰۰: ۵۰۹).

پیشینه تحقیق

همدانی و مزروقی در سال ۱۳۹۸ در تحقیقی تحت عنوان ارزشیابی اثربخشی برنامه درسی راهنمایان گردشگری از بعد روش تدریس از دیدگاه فراگیران: مطالعه موردی شهر تهران به این نتیجه رسیده اند که یافته های پژوهش نشان داد که میزان اثر بخش میزان اثر بخشی بعد روش تدریس در راهنمایان ایرانگردی جهانگردی پایین تر از حد کفایت مطلوب می باشد، اما از سطح حداقل کفایت قابل قبول بالاتر است.

حاجی تبار و همکاران ۱۳۹۸ در تحقیقی تحت عنوان ارزیابی کیفیت برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد گردشگری گرایش برنامه ریزی توسعه از دیدگاه ذی نفعان به این نتیجه رسیده اند که نتایج نشان داد که از نظر دانشجویان میزان مطلوبیت عنصر منطق و مواد در سطح پایین، عنصر فعالیتهای یادگیری و زمان در سطح بالا و مطلوبیت سایر عناصر در سطح متوسط می باشد.

صالحی عمران در سال ۱۳۹۸ در تحقیقی تحت عنوان تحلیل محتوای کتاب‌های درسی پایه ششم ابتدایی بر مبنای مؤلفه‌های آموزش گردشگری به این نتیجه رسیده است که تایج تجزیه و تحلیل حاکی از آن بوده که از ۸۲۹ صفحه کتاب درسی پایه ششم ۷۵ مورد فراوانی در رابطه با مؤلفه‌های آموزش گردشگری یافت شد که بیشترین میزان توجه مربوط به مؤلفه گردشگری چیست و کمترین میزان توجه مربوط به مؤلفه گردشگر چیست بوده است؛ از طرفی مؤلفه‌ها از توزیع و پراکندگی مناسبی در کتاب‌های درسی برخوردار نبودند.

ایزدی و همکاران در سال ۱۳۹۹ در تحقیقی تحت عنوان تعیین کیفیت درونی و بیرونی برنامه درسی آموزش هتلداری براساس عناصر نه گانه فرانسیس کلاین به این نتیجه رسیده اند که نتایج حاصل از پژوهش نشان داد در تمام مؤلفه‌های مورد بررسی (اهداف برنامه‌درسی؛ محتوای آموزشی؛ فعالیت‌های یادگیری؛ راهبردهای یاددهی-یادگیری؛ مواد آموزشی؛ گروه‌بندی؛ زمان؛ مکان؛ ارزشیابی؛ مطلوبیت رضایت مشتری ، اشتغال به کار فارغ‌التحصیلان و ارتباط با نیازهای بازارکار)، میانگین مورد نظر بالاتر از حد متوسط (۳)، بوده که نشان از وضعیت مطلوب متغیرهای مورد مطالعه است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است. در این پژوهش که از نوع میدانی است، ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه می باشد. نعدا ۱۵ نفر از کارشناسان در حوزه گردشگری انتخاب شده اند روایی گویه‌های پرسشنامه با نظر تعدادی از محققان دانشگاهی تایید شده و پایایی آن نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ به میزان ۰/۷۸ محاسبه شده است. لذا روش تحقیق در این پژوهش شامل دو مرحله می باشد بدین منظور پرسشنامه ای در قالب طیف پنج تایی لیکرت طراحی در بین کارشناسان توزیع گردید. پس از جمع آوری پرسشنامه‌ها به تجزیه و تحلیل منطقه از تاپسیس پرداخته شد

تاپسیس فازی

در این باره ابتدا تکنیک تشابه به گزینه ایده‌آل فازی را شرح داده، سپس به تحلیل داده‌ها اراده خواهد شد: در روش شباهت به گزینه ایده‌آل به صورت هم‌زمان از شاخص‌ها و معیارهای عینی و ذهنی می‌توان استفاده کرد. و به علاوه ذاتاً از آنجاکه مدل تاپسیس بهترین نتیجه را در ارتباط با رتبه‌بندی به دست می‌دهد (فرجی سبک‌بار، رضا علی، ۱۳۸۸: ۸۱). این روش برای سطح‌بندی عامل‌های رضایت‌مندی گردشگران شناخته شده است. تشابه به گزینه ایده‌آل فازی روشی است که در آن عناصر ماتریس یا وزن‌های متعلق به هر شاخص به صورت فازی بیان می‌شوند که خود برهانی است بر علت به‌کارگیری روش دلفی فازی در ارزش‌گذاری شاخص‌ها (زیرا روش دلفی فازی نتایج را به صورت فازی به دست می‌دهد). برای انجام عملیات تاپسیس به شیوه فازی، می‌توان از روش‌های متفاوتی بهره گرفت که از متداول‌ترین آن‌ها روش وضع شده به وسیله «چن و هوانگ» است (Sun and Lin, 2008, 3). مراحل انجام روش مذکور بدین صورت می‌باشد مرحله اول - تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری: تشکیل ماتریس داده‌ها بر اساس n گزینه و k شاخص.

$$A = \begin{bmatrix} \tilde{x}_{11} & \cdots & \tilde{x}_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ \tilde{x}_{m1} & \cdots & \tilde{x}_{mn} \end{bmatrix}$$

در این ماتریس $\tilde{x}_{ij} = (a_{ij}, b_{ij}, c_{ij})$ عملکرد گزینه i ($i = 1, 2, \dots, m$) در رابطه با معیار j ($j = 1, 2, \dots, n$) می‌باشد.

مرحله دوم - بدین منظور لازم است ابتدا حداکثر میزان هر ستون X_j^+ و حداقل X_j^- مشخص گردد و با بهره‌گیری از روابط ذیل، به استانداردسازی ماتریس اقدام شود اگر اعداد فازی به صورت مثلثی باشند، به طوری که $X_j^+ = (a_j^+, b_j^+, c_j^+)$ بیشترین و $X_j^- = (a_j^-, b_j^-, c_j^-)$ کمترین امتیازات را به خود اختصاص داده باشند می‌توان از طریق توابع ذیل اقدام به استانداردسازی ماتریس تصمیم نمود.

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_{ij}}{c_j}, \frac{b_{ij}}{c_j}, \frac{c_{ij}}{c_j} \right) = c_j^* = \max c_{ij}$$

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_j^-}{a_{ij}}, \frac{a_j^-}{b_{ij}}, \frac{a_j^-}{c_{ij}} \right) = a_j^- = \min a_{ij}$$

$$\tilde{R} = [\tilde{r}_{ij}]_{m \times n} \rightarrow i = 1, 2, \dots, n \quad j = 1, 2, \dots, n$$

$$\tilde{R} = \begin{bmatrix} \tilde{r}_{11} & \dots & \tilde{r}_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ \tilde{r}_{m1} & \dots & \tilde{r}_{mn} \end{bmatrix}$$

مرحله سوم- تعیین ماتریس وزن: که از طریق روش تحلیل سلسله مراتبی دلفی فازی به دست آمده است.

$$\tilde{W} = [\tilde{w}_1, \tilde{w}_2, \dots, \tilde{w}_n]$$

مرحله چهارم- پس از تشکیل ماتریس استاندارد، می توان ماتریس استاندارد وزن دار را از طریق تابع ذیل محاسبه کرد (نوری و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۴۵). تشکیل ماتریس وزنی:

$$\tilde{V} = \tilde{r}_{ij} \cdot \tilde{w}_{ij}$$

بنابراین ماتریس تصمیم فازی وزن دار به صورت زیر خواهد بود:

$$\tilde{V} = [\tilde{v}_{ij}]_{m \times n} \rightarrow i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n$$

$$\tilde{V} = \begin{bmatrix} \tilde{v}_{11} & \dots & \tilde{v}_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ \tilde{v}_{m1} & \dots & \tilde{v}_{mn} \end{bmatrix}$$

مرحله پنجم- یافتن حل ایده آل فازی (FPIS, A*) و حل ضد ایده آل فازی (FPIS, A-):

$$A^* = \{\tilde{v}_1^*, \tilde{v}_2^*, \dots, \tilde{v}_n^*\} \rightarrow \tilde{V}^* = \max\{\tilde{v}_{ij3}\}$$

$$A^- = \{\tilde{v}_1^-, \tilde{v}_2^-, \dots, \tilde{v}_n^-\} \rightarrow \tilde{V}^- = \min\{\tilde{v}_{ij1}\}$$

که \tilde{v}_i^* بهترین مقدار معیار i از بین تمام گزینه‌ها و \tilde{v}_i^- بدترین مقدار معیار i از بین تمام گزینه‌ها می باشد.

مرحله ششم- محاسبه فواصل مثبت و منفی گزینه‌ها:

برای محاسبه فاصله بین دو عدد فازی در نوع اعداد فازی مثلثی، از رابطه زیر بهره می‌بریم در صورتی که A

و B را دو عدد فازی به صورت مقادیر فرضی زیر در نظر بگیریم:

$$\tilde{A} = (a_1, b_1, c_1)$$

$$\tilde{B} = (a_2, b_2, c_2)$$

فاصله بین آن‌ها چنین به دست خواهد آمد:

$$D(A, B) = \sqrt{\frac{1}{3}[(a_2 - a_1)^2 + (b_2 - b_1)^2 + (c_2 - c_1)^2]}$$

ضمن آنکه در این مرحله از روابط زیر به ترتیب برای حل ایده‌آل و ضد ایده‌آل منفی استفاده خواهد شد:

$$S^* = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij}, \tilde{v}^*) \rightarrow i = 1, 2, \dots, m$$

$$S^- = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij}, \tilde{v}^-) \rightarrow i = 1, 2, \dots, m$$

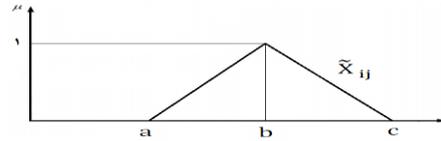
مرحله هفتم - در مرحله نهایی می‌توان نزدیکی نسبی هر گزینه به ایده‌آل را که از طریق تابع ذیل برآورد میشود محاسبه کرد (Hwang, 1992: 104; Ching-liang, 1996: 305). محاسبه شاخص شباهت:

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

مرحله هشتم - رتبه بندی گزینه‌ها: گزینه‌ها با شاخص شباهت بیشتر شرایط بهتری را دارند.

برای انجام عملیات به شیوه تاپسیس می‌توان از روش‌های متفاوتی بهره گرفت که از متداول‌ترین آنان روش بسط داده‌شده به وسیله «چن و هوانگ» است. براین اساس در مقاله حاضر برای عملیاتی کردن روش شناسی از طریق معیارهای به‌دست‌آمده، پرسش‌نامه‌ای طراحی و بین ۲۵ نفر از کارشناسان حوزه گردشگری توزیع و تکمیل شد. روش‌های مختلفی برای سنجش پایایی پرسش‌نامه وجود دارد که معروف‌ترین و رایج‌ترین آن‌ها روش آلفای کرون باخ با تأکید بر همسانی درونی است. در تحقیق انجام‌شده با استفاده از این روش و با کمک نرم‌افزار SPSS محاسبه صورت گرفت که در آن ضریب کل آلفا ۰/۸۳ به‌دست‌آمده است. وزن

شاخص‌های پیشنهادی نیز به وسیله کارشناسان تعیین و به هر شاخص تخصیص داده شد و از طریق روش تحلیل سلسله مراتبی AHP شاخص‌ها وزن دهی شدند.



نمایش گرافیکی شاخص‌های گردشگری در حالت فازی مثلی

$$\tilde{X}_{ij} = (a, b, c)$$

$$a = \text{Min}\{x_1, x_2, \dots, x_n\}$$

$$b = \frac{\sum_{i=1}^n x_{ij}}{N}$$

$$c = \text{Max}\{x_1, x_2, \dots, x_n\}$$

. بحث و یافته‌ها

در ادامه تحقیق همان‌گونه که بیان آن نیز گذشت، به منظور مقایسه گزینه‌ها (مناطق گردشگری)، در ارتباط با شاخص‌ها از داده‌های گردآمده مربوط به هر منطقه استفاده شده است که درجه عضویت هر کدام در نمودار فوق نشان داده شده است. به عبارت ساده‌تر در ارتباط با معیارهای مختلف در مناطق گردشگری به صورت منفک برای هر منطقه کمترین میزان رضایت را a ، بیشترین میزان رضایت را c و میانگین نظرات را b در نظر گرفته شده است. اینک به منظور پرهیز از اطاله سخن، از آوردن محاسبات و جداول مربوط به هر مرحله خودداری و سعی می‌شود خروجی نتایج حاصل از تحلیل داده‌های گردآوری شده با استفاده از روش شباهت به گزینه ایده‌آل فازی در ارتباط با ابعاد مختلف سنجیده شود

جدول ۶- نتایج محاسبات مربوط به روش F.TOPSIS

شبهات	\sum	S^-	S^*	نهایی
۰/۴۶۰	۱۱/۴۲	۵/۱۸۴	۶/۱۱۵	هویت گردشگری
۰/۵۲۶	۱۱/۲۹	۵/۹۳۴	۵/۶۵۰	گردشگری چیت
۰/۵۳۶	۱۱/۳۴	۶/۰۵۸	۵/۴۲۱	ارزش اقتصادی گردشگری
۰/۴۳۵	۱۰/۶۲	۴/۶۰۵	۶/۱۱۰	نقش جامعه محلی در توسعه توریسم

منبع: یافته‌های تحقیق ۱۴۰۰

و همچنین در ادامه تحقیق نتایج حاصل از آن شد که، عامل دسترسی در جایگاه اول، گردشگری چیست در جایگاه دوم، هویت گردشگری، در رتبه سوم، نقش جامعه محلی در توسعه توریسم در رتبه چهارم ارزش اقتصادی توریسم را کسب کردند.

جدول ۷- رتبه بندی عامل های رضایت مندی گردشگران

رتبه	شبهات	مولفه های گردشگری
۲	۰/۵۲۹	هویت گردشگری
۱	۰/۵۳۹	گردشگری چیست
۴	۰/۴۳۲	ارزش اقتصادی گردشگری
۳	۰/۴۵۹	نقش جامعه محلی و شهروندان در توسعه توریسم

منبع: یافته‌های تحقیق ۱۴۰۰

نتیجه گیری

یک نظام آموزشی زمانی با کیفیت شناخته می شود که فاقد هر گونه کژی و کاستی باشد، چرا که این کژی و کاستی ها در یک نظام به منزله نواقص و عیوب آن بوده و در نتیجه، نتایج مطلوب از آن حاصل نخواهد شد، جهت برطرف کردن هرگونه نارسایی در یک نظام، قدم اول تشخیص نارسایی و علل آن است، ارزیابی ساز و کاری را بدست می دهد که به وسیله آن می توان به کاستی ها و رفع نواقص نظام پی برد، بنابراین جهت سنجش این امر که وضعیت یک نظام آموزشی به طور کلی و برنامه درسی به طور خاص چگونه است و این که چه نقاط قوت و ضعفی وجود دارد، تنها به کمک ارزشیابی است که می توان وضعیت عوامل تشکیل دهنده نظام و عملکرد آن را مورد قضاوت قرار داد اطلاعات به دست آمده از ارزشیابی برنامه درسی را می توان برای اطلاع از تغییرهای برنامه درسی در چند قلمرو از جمله طراحی دوره برنامه درسی، ارائه دوره برنامه درسی، ارزیابی، محیط یادگیری و غیره مورد استفاده قرارداد(حاجی تبار ۱۳۹۸: ۱۸۵). . به همین دلیل مطالعه حاضر قصد دارد تا خلاء مطالعاتی موجود را پر کند و تصویری از مفاهیم آموزش گردشگری را در محتوای کتابهای درسی ارائه دهد و همچنین مولفه های درسی گردشگری درمقطع هایی ابتدایی و راهنمایی را رتبه بندی کند. و همچنین در ادامه تحقیق نتایج حاصل از آن شد که،

عامل دسترسی در جایگاه اول، گردشگری چیست در جایگاه دوم، هویت گردشگری، در رتبه سوم، نقش جامعه محلی در توسعه توریسم در رتبه چهارم ارزش اقتصادی توریسم را کسب کردند.

منابع و مآخذ

حاجی تبار فیروزجایی، محسن، میرعرب رضی، رضا، رنجبر، حمید رضا، زال، محمد حسن. (۱۳۹۸). ارزیابی کیفیت برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد گردشگری گرایش برنامه‌ریزی توسعه از دیدگاه ذی‌نفعان. *دوفصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی*. 10(20), 161-185.

حاجی تبار فیروزجایی، محسن و میرعرب رضی، رضا و رنجبر، حمید رضا و زال، محمد حسن، ۱۳۹۸، ارزیابی کیفیت برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد گردشگری گرایش برنامه‌ریزی توسعه از دیدگاه ذی‌نفعان، <https://civilica.com/doc/1015128>

راجی، زهرا. (۱۴۰۰). مروری بر پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه گردشگری مجازی در ایران. *جغرافیا و روابط انسانی*. 4(2), 1-10.

زدی، صمد، میرعرب رضی، رضا، احمدی جویباری، مریم. (۱۳۹۹). تعیین کیفیت درونی و بیرونی برنامه درسی آموزش هتلداری براساس عناصر نه گانه فرانسیس کلاین. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*, 9(34), 67-81.

ساعی همدانی، صدف و مرزوقی، رحمت‌الله، ۱۳۹۵، ارزشیابی اثربخشی برنامه درسی راهنمایان گردشگری از بعد روش تدریس از دیدگاه فراگیران: مطالعه موردی شهر تهران، کنفرانس جهانی روانشناسی و علوم تربیتی، حقوق و علوم اجتماعی در آغاز هزاره سوم، شیراز، <https://civilica.com/doc/592242>

صالحی عمران، ابراهیم، مهدی پور میر، سیده راضیه، صالحی، صادق، عابدینی بلترک، میمنت. (۱۳۹۸). تحلیل محتوای کتاب‌های درسی پایه ششم ابتدایی بر مبنای مؤلفه‌های آموزش گردشگری. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*. 8(29), 1-19.

- صالحی عمران، ابراهیم، مهدی پور میر، سیده راضیه، صالحی، صادق، عابدینی بلترک، میمنت. (۱۳۹۸). جایگاه گردشگری در کتابهای درسی. *مطالعات اجتماعی گردشگری*, 8(5), 19-35.
- غلامی، یونس، شفیع، زهرا. (۱۴۰۰). بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر روستای هدف گردشگری (مطالعه موردی: روستای فش؛ شهرستان کنگاور). *جغرافیا و روابط انسانی*, 4(2), 371-398.
- کمالی مشهود، ناصر، صدیقی، علی. (۱۴۰۰). کسب درآمد پایدار شهرداریها ضرورت ارتقاء کیفیت زندگی با تأکید بر توان سنجی گردشگری. *جغرافیا و روابط انسانی*, 4(2), 508-526.
- نوری، یوسف، ضرغام بروجنی، حمید، کروب، مهدی، محمودزاده، سید مجتبی. (۱۳۹۸). نقش گردشگری بر پرورش کودک در ساحت های تربیتی از دیدگاه قرآن و حدیث. *آموزه های تربیتی در قرآن و حدیث*, 5(2), 93-114.
- الهی چورن، محمد علی، سنایی مقدم، سروش. (۱۳۹۷). اولویت بندی جاذبه های گردشگری شهرستان نوشهر بر اساس پتانسیل جذب گردشگر. *جغرافیا و روابط انسانی*, 1(2), 925-939.
- یار احمدی، حسین، زلفی، مهدی. (۱۴۰۰). استراتژی توسعه گردشگری شهرستان نهاوند با استفاده از مدل SWOT. *جغرافیا و روابط انسانی*, 4(2), 143-154.
- Davenport, J., & Davenport, J. L. (2006). The impact of tourism and personal leisure transport on coastal environments: a review. *Estuarine, Coastal and Shelf Science*, 67(1), 280-292.
- .UNWTO, U. (2008). *Climate change and tourism. Responding to global challenges*. Madrid, UNWTO.
16. Jucan, C. N., & Jucan, M. S. (2013). Travel and tourism as a driver of economic recovery. *Procedia Economics and Finance*, 6, 81-88.
- .Andernach, I. E., Hübschen, J. M., & Muller, C. P. (2009). Hepatitis B virus: the genotype E puzzle. *Reviews in medical virology*, 19(4), 231-240.
- .Poor, S.; Sa'adatar, F. and Zargari, M (2012): Investigation of consequences and Results of tourists satisfaction in coastal areas of the Caspian Sea, The first national conference on tourism and nature tourism in Iran, Hamedan, Islamic Azad University, Hamedan