



جغرافیا و روابط انسانی، پاییز ۱۳۹۷، دوره ۱، شماره ۲

اولویت‌بندی روستاهای هدف گردشگری استان خراسان جنوبی با استفاده از تکنیک تصمیم‌گیری چند معیاره *AHP* و *Topsis*

مفید شاطری^۱، ساغر کاسب^{۲*}، مهدی خداداد^۳

۱- استادیار گروه جغرافیا و عضو هیات علمی، دانشگاه بیرجند.

۲- کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه بیرجند

۳- کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه گلستان.

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۹/۰۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۸/۲۸

چکیده

گردشگری روستایی یکی از اشکال گردشگری است که توانسته است گردشگران بسیار زیادی را از طریق جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی جذب نماید و اهمیت زیادی در بهبود شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نواحی روستایی دارا می‌باشد. باید اذعان نمود که همه روستاهای کشور قابلیت توسعه صنعت گردشگری را ندارند به همین علت سازمان میراث فرهنگی-گردشگری و صنایع‌دستی گروهی از روستاها را که دارای قابلیت گردشگری اند به‌عنوان روستاهای هدف گردشگری انتخاب نموده است که این دسته از روستاها دارای پتانسیل‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی برای جذب گردشگر و همچنین سرمایه‌گذاری مناسب می‌باشند. در پژوهش حاضر از روش تحقیق توصیفی - تحلیلی استفاده شده است در این پژوهش که پس از تعریف معیارها اصلی (جاذبه طبیعی، جاذبه انسانی، دسترسی، زیرساخت و خدمات و زمین) و همچنین مشخص نمودن زیر معیارها وزن‌دهی به آنها با استفاده از نظرات کارشناسان و متخصصان وزن هرکدام از معیارها با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی (*AHP*) مشخص و سپس به اولویت‌بندی شش روستای هدف گردشگری استان خراسان جنوبی با استفاده از روش تصمیم‌گیری چند معیاره *TOPSIS* پرداخته شد. بر این اساس نتایج تحقیق نشان داد که روستای چنشت در اولویت اول روستاهای هدف گردشگری استان به‌علت دارا بودن جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوان قرار می‌گیرد و به‌علت دارا بودن پتانسیل‌های طبیعی و تاریخی در حوزه گردشگری نیازمند توجه بیشتر به امر سرمایه‌گذاری در حوزه زیرساخت‌ها می‌باشد و همچنین در این اولویت‌بندی صورت گرفته شده روستای افین در اولویت آخر (ششم) قرار گرفت. و در نهایت به‌منظور فعال‌سازی خدمات گردشگری در روستاهای هدف، راهکار ارائه شده است.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، روستاهای هدف گردشگری، تکنیک تصمیم‌گیری چند معیاره *AHP* و *TOPSIS*، استان خراسان جنوبی.

مقدمه و طرح مسئله

گردشگری یکی از بخش‌های مهم و در حال شکوفایی جهان است و به‌عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی، سود قابل توجهی از ارز خارجی و فرصت‌های شغلی ایجاد کرده است (خسروجردی و نوری‌پور، ۱۳۹۵: ۳۰۴). گردشگری روستایی در روستاهایی موفقیت و پیشرفت حاصل می‌کند که جامعه‌ی میزبان فرهنگ‌ها، روابط و سنت‌های خود را حفظ نماید و کاربری اراضی کشاورزی همچنان به لحاظ کمیت و کیفیت به قوت خود باقی باشد، در عین حال می‌بینیم که گردشگری در هر جامعه‌ای که اتفاق افتاده اغلب بدون توجه به مسائل فوق به منافع اقتصادی و جلب رضایت گردشگران پرداخته است (فالک و همکاران^۱، ۲۰۱۴: ۴۱۴). گردشگری روستایی را می‌توان به‌طور ساده، گردشگری در نواحی روستایی و مناطق پیرامون شهرها تعریف کرد ولی این تعریف نمی‌تواند شامل مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و اشکال متنوع مدیریتی و نهادهای توسعه‌یافته فعال در کشورهای مختلف در ارتباط با صنعت گردشگری باشد. از این‌رو کنفرانس جهانی گردشگری روستایی، گردشگری روستایی را شامل انواع گردشگری با برخورداری از تسهیلات و خدمات رفاهی در نواحی روستایی می‌داند که امکان بهره‌مندی از منابع طبیعی و جاذبه‌های طبیعت را همراه با شرکت در زندگی روستایی کار در مزرعه و کشاورزی فراهم می‌آورد (رضوانی، ۱۳۸۷: ۲۷). گردشگری روستایی به‌طور مشخص از دهه ۱۹۵۰ به بعد گسترش یافت. در ابتدا یعنی در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ گردشگری روستایی از جنبه اقتصادی برای جوامع محلی مورد توجه قرار گرفت. بعد از آن توسعه گردشگری روستایی به‌عنوان ابزاری برای توسعه جوامع روستایی مطرح گردید. امروزه ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی گردشگری روستایی مطرح و مورد توجه است (افتخاری و قادری-، ۱۳۸۱: ۳۰). در رابطه با اولویت‌بندی روستاهای هدف گردشگری به‌منظور بهره‌وری از منابع و امکانات موجود تحقیقات فراوانی در داخل و خارج از کشور صورت گرفته است که در ادامه به معرفی برخی از این تحقیقات پرداخته می‌شود:

دانگ و کینگ^۲ (۲۰۰۲)، در ارزیابی جاذبه‌های طبیعی برای گردشگری (نمونه‌موردی پارک ملی ویکتوریا در استرالیا) با استفاده از تکنیک سلسله مراتبی (AHP) ضمن طبقه‌بندی پارک به چهار سطح از نظر توان‌های گردشگری به این نتیجه رسیدند که تحلیل سلسله مراتبی می‌تواند در انتخاب محل مناسب به گردشگران و در اولویت‌بندی سرمایه‌گذاری و حفاظت از محیط‌زیست به مدیران یاری رساند. لیو^۳ (۲۰۰۶)، گردشگری در مناطق روستایی را به‌صورت مطالعه موردی در منطقه کداه مالزی مورد بحث و بررسی قرار داده است و نشان داد که گردشگری برای بسیاری از تشکیلات مرتبط با این صنعت ایجاد درآمد تجاری نموده ولی باین‌حال این صنعت محدودیت‌هایی را برای محیط‌زیست روستا پدید آورده است. هریسون^۴ (۲۰۰۷)، به توصیف و ارزیابی عملیات توریستی انجام شده در دهکده‌ای در نزدیکی رودخانه گراند در کاربین شمالی پرداخته است. طی این عملیات با تأکید بر حفاظت از منابع و حیات طبیعی رودخانه و ساخت‌وسازهای انجام‌شده از سال ۲۰۰۴ به بعد به جذب توریست فراوان و بالا بردن توان اقتصادی منطقه منجر شده است. نوری و تقی‌زاده (۱۳۹۳)، در پژوهشی تحت

1. Falak et al.
2. Deng & King
3. Liu
4. Harrison

عنوان اولویت‌بندی مناطق نمونه گردشگری استان کرمانشاه با استفاده از تکنیک تصمیم‌گیری چند معیاره *Topsis* به این نتیجه رسیدند که منطقه نمونه گردشگری آبشار پیران با امتیاز ۰/۸۲۶۵، سراب گلین با امتیاز ۰/۶۹۹۵، چهار قاپی با امتیاز ۰/۶۴۸۹ مناطق نمونه برتر قطب گردشگری قصرشیرین می‌باشند. بمانیان و همکاران (۱۳۸۸)، به بررسی مدل پیشنهادی برای پیاده‌سازی گردشگری الکترونیک در طرح‌های هادی توسعه گردشگری روستایی پرداختند. بستانی و جوانی (۱۳۹۵) به ارزیابی پتانسیل‌های گردشگری بخش رستاق با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که مناطق گردشگری روستاهای رستاق و لایزنگان، مناسب‌ترین گزینه‌ها برای انتخاب به‌عنوان مناطق نمونه گردشگری و سرمایه‌گذاری بیشتر جهت توسعه می‌باشند. نعمت‌الهی و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی به اولویت‌بندی روستاهای هدف گردشگری در استان مازندران با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی (*AHP*) پرداختند و نتایج حاکی از آن بود که از نظر گردشگران، معیار مربوط به زیرساخت‌ها بیشترین اولویت را داشته است. شایان و بذرافشان (۱۳۹۷)، در پژوهشی به شناسایی روستاهای هدف گردشگری در شهرستان زرین دشت با استفاده از *FAHP* پرداختند و نتایج حاکی از آن بود که در معیار جاذبه‌های گردشگری روستای مزایجان، در معیار اقلیم گردشگری روستای حاجی طاهره، در معیار تسهیلات و خدمات روستای دره شور، در معیار زیرساخت‌ها روستای حاجی طاهره، در معیار زیست‌محیطی روستای بن دشت بیشترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین یافته‌ها نشان داد که از مجموع تمام معیارها، روستای حاجی طاهره بیشترین وزن و روستای شاه علمدار کمترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند.

هر منطقه دارای ویژگی‌ها و پتانسیل‌های منحصر به فردی به‌منظور جذب گردشگر می‌باشد که در ایران به لحاظ موقعیت جغرافیایی کشور و داشتن اقلیم‌های متفاوت در هر منطقه روستاهایی با ویژگی‌های منحصر به فرد در هر منطقه به‌منظور جذب گردشگران را دارا می‌باشد که نیازمند سرمایه‌گذاری به‌منظور توسعه هر چه بیشتر این نواحی می‌باشد. سرمایه‌گذاری جهت توسعه مناطق مستعد گردشگری نقش مؤثری در ابعاد مختلف گردشگری دارد به همین دلیل برنامه‌ریزان بایستی به‌صورت دقیق و منطقی در سرمایه‌گذاری هر منطقه عمل نمایند. به‌همین منظور در پژوهش حاضر به بررسی روستاهای هدف گردشگری در استان خراسان جنوبی و اولویت‌دهی آن‌ها به‌منظور سرمایه‌گذاری مطلوب‌تر و مناسب‌تر در این روستاها می‌پردازیم.

سؤالات و فرضیات

سؤالات

۱. آیا روستاهایی که جاذبه‌های طبیعی و تاریخی - فرهنگی را دارا می‌باشند از اولویت بالای گردشگری برخوردار هستند؟

فرضیه

۱. به‌نظر می‌رسد روستاهایی که جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی به‌صورت تلفیقی دارند از اولویت بالای گردشگری برخوردار هستند.

مبانی نظری

گردشگری

لغت توریسم^۱ از کلمه تور^۲ به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین *Tourns* به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد و چرخش دارد که از یونانی به اسپانیا، فرانسه و در نهایت به انگلیس راه یافته است (آکسفورد^۳، ۱۹۷۰: ۱۸۹). در فرهنگ لغات مختلف در برابر توریسم معنایی با مضامین مختلف به کار رفته است. به گونه‌ای که در فرهنگ و بستر، توریسم به سفری که در آن مسافرتی به مقصدی انجام گرفته و سپس بازگشتی به محل سکونت را در بر دارد، اطلاق می‌گردد (وبستر^۴، ۱۹۷۳: ۱۲۱۸). سازمان جهانی گردشگری در سال ۱۹۹۳، گردشگری را مجموعه‌ای از فعالیت‌های افرادی که به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود به قصد تفریح و استراحت و انجام امور دیگر مسافرت می‌کنند و بیش از یک سال متوالی و پیاپی در آن مکان نمی‌مانند، اطلاق می‌کند؛ معمولاً اهداف این گردشگران عبارت‌اند از: گذران اوقات فراغت، تفریح، سرگرمی، فراغت خاطر، دیدار با دوستان و آشنایان، فعالیت‌های شغلی و حرفه‌ای، معالجه پزشکی، انگیزه‌ای مذهبی / زیارت، فرهنگی و نظیر این‌ها را شامل می‌شود. همچنین این سازمان، گردشگری را به سه دسته تقسیم کرده است:

- گردشگری داخلی^۵: ساکنان یک کشور که فقط داخل آن کشور مسافرت می‌کنند.

- گردشگری خارجی^۶: افرادی که ساکن یک کشور نیستند و به آن مسافرت می‌کنند.

- گردشگری خروجی^۷: افراد ساکن یک کشور که به خارج از کشور مسافرت می‌کنند.

به همه مسافرانی که به فعالیت گردشگری می‌پردازند، عنوان دیدارکننده^۸ اطلاق می‌شود با توجه به دلایل آماری، از دیدارکنندگان بین‌الملل موضوع بحث را شروع می‌کنیم، دیدارکنندگان بین‌المللی به افرادی اطلاق می‌شود که به خارج از کشور محل سکونت خود، حداکثر ۱۲ ماه مسافرت نمایند و هدف اصلی آن‌ها دیدار از آن کشورها باشد.

¹ Tourism

² Tour

³ Oxford

⁴ Webster

⁵ Domestic Tourism

⁶ Inbound Tourism

⁷ Outbound Tourism

⁸ Visitor



نمودار ۱. عناصر نظام گردشگری (اینسکیپ، ۱۳۹۱)

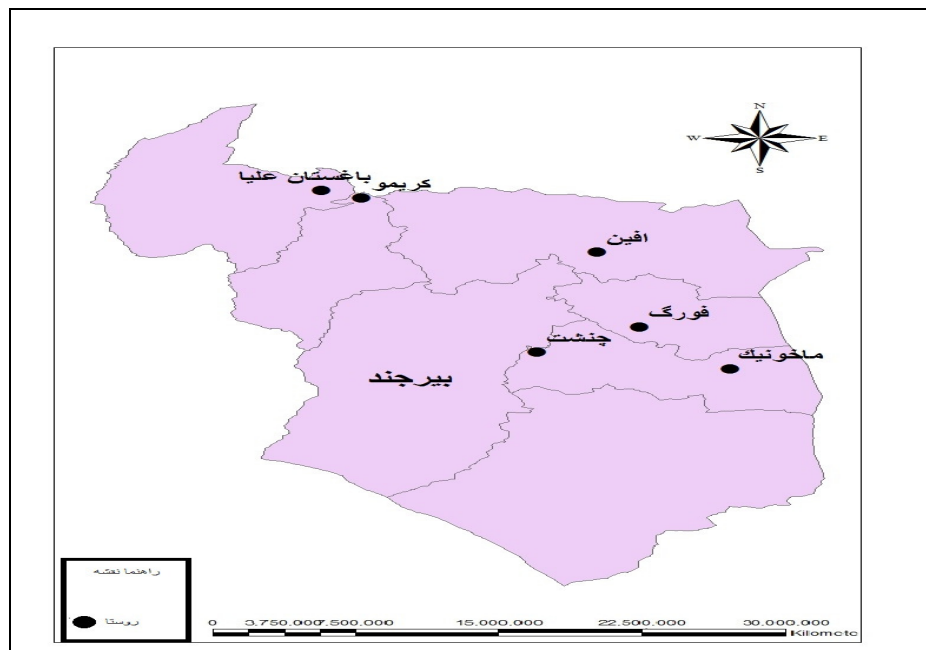
توسعه گردشگری روستایی

توسعه فرآیندی است که طی آن جوامع از شرایط اولیه و توسعه نیافتگی با عبور از مراحل تکاملی و تحمل و دگرگونی های کمی و کیفی به جوامع توسعه یافته تبدیل خواهند شد (مؤمنی و صابر، ۱۳۹۱: ۱۸۵). توسعه و رونق بخشی فعالیت های گردشگری در هر منطقه ای، برآمده از برنامه ریزی و خط مشی هایی است که برای آن منطقه تدوین می شود. به عبارتی برنامه ریزی مدون توسعه صنعت گردشگری دارای مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بی شماری است (طیبی و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۴). به منظور توسعه امکانات گردشگری باید در هر یک از نقاط و محل هایی که مجتمع های گردشگری وجود دارند، سازمان گردشگری محلی تشکیل شود. وجود این سازمان که زیربنای تشکیلات سازمان های گردشگری در سطح ملی و منطقه ای است، موجب می شود که مدیران و برنامه ریزان بتوانند مسائل و مشکلات گردشگران را با افراد بومی محل با تصمیم گیری های منطقی و سازگار حل نمایند (رستمی و زارعی، ۱۳۹۰). همچنین عوامل مهم در توسعه صنعت گردشگری شامل گردشگران، مردم منطقه و ویژگی های مقصد می باشد که میزان انطباق و همپوشی این سه عامل، منطقه ای را به وجود می آورد که در آن، توسعه هم بافته تحقق پیدا می کند (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۹). در واقع توسعه گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیان های اقتصادی جوامع دارد و گردشگری به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت های اجتماعی که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می گردد، مطرح می شود (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱). گردشگری روستایی از فعالیت ها و گونه های مختلف گردشگری در محیط های روستایی و پیرامون آنها که در بردارنده آثار مثبت یا منفی برای محیط زیست انسانی و طبیعی است (Papoly and Saghaei, 2007: 301). گردشگری روستایی موجب توسعه اقتصادی جامعه محلی و بهبود کیفیت زندگی در مناطق روستایی بر می گردد (Djekic, 2007: 129). از گردشگری به عنوان ابزاری برای تحریک

اقتصادهای بحرانی و تقویت فعالیت‌های توسعه‌ای از طریق ایجاد مشاغل و درآمد استفاده می‌شود (Geffrey, 2006: 160).

محدوده و قلمرو پژوهش

وسعت استان خراسان جنوبی ۱۵۱,۱۹۳ کیلومترمربع و مرکز آن شهر بیرجند می‌باشد که در ۵۹ درجه و ۱۳ دقیقه طول جغرافیایی و ۳۲ درجه و ۵۳ دقیقه عرض جغرافیایی و در ارتفاع ۱۴۷۰ متری از سطح دریا قرار گرفته است. بیرجند، شهرستانی کوهستانی است و در آن کوه‌ها و دره‌های عمیق و حاصلخیزی وجود دارد. آب‌وهوای این شهرستان بیابانی و نیمه بیابانی است. این شهرستان دارای جاذبه‌های طبیعی و تاریخی فراوانی است جود جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی از قبیل: مسجد جامع قاین، آرامگاه بوذرجمهر قاینی و ابوالمفاخر، مسجد جامع افین، قلعه آفریز، قلعه‌کوه، موزه‌های مردم‌شناسی، آب و مشاهیر، منطقه کویرنوردی همت‌آباد، مزارع زرشک و زعفران مجموعه‌ای از جاذبه‌های گردشگری را در خود جای داده است. این منطقه دارای ۶ روستای هدف گردشگری است که عبارت‌اند از: افین، چنشت، ماخونیک، فورگ، کریمو و باغستان علیا.



نقشه ۱: موقعیت جغرافیایی روستاهای هدف گردشگری استان خراسان جنوبی

(منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷)

معرفی روستاهای هدف گردشگری استان خراسان جنوبی:

مشخصات روستاهای هدف گردشگری خراسان جنوبی به شرح جدول ۱ است

جدول ۱: ویژگی‌های محیطی و اجتماعی روستاهای هدف گردشگری

ردیف	نام روستا	موقعیت ارتفاعی	ارتفاع	آب‌وهوا	فاصله از شهر بیرجند	ویژگی‌های اجتماعی	
						تعداد خانوار	تعداد جمعیت
۱	ماخونیک	پایکوهی	۱۵۸۳	گرم و خشک	۱۴۲	۱۶۴	۷۳۹
۲	چنشت	کوهستانی	۲۱۵۰	معتدل کوهستانی	۶۰	۳۵۵	۱۲۰۰
۳	باغستان علیا	کوهستانی	۱۵۰۰	معتدل کوهستانی	۱۹۵	۷۳۹	۲۴۶۷
۴	کریمو	دره‌ای	۲۰۰۰	معتدل و نیمه‌خشک	۱۹۲	۲۸۹	۷۴۲
۵	فورگ	کوهستانی	۱۸۰۰	سرد کوهستانی	۱۱۰	۲۱۳	۶۹۸
۶	افین		۱۴۱۰	سرد و خشک	۱۱۵	۴۱۸	۱۳۱۵

جدول ۲: زیرساخت‌های روستاهای هدف گردشگری

ردیف	روستا	راه آسفالته	منابع آب	برق	گاز	تلفن	مراکز اقامتی	تأسیسات پذیرایی	بازارچه محلی
۱	ماخونیک	✓	لوله‌کشی	✓	-	✓	-	-	-
۲	چنشت	✓	دارد	✓	-	✓	-	-	-
۳	باغستان علیا	✓	قنات	✓		✓	✓	✓	✓
۴	کریمو	✓	چشمه و قنات	✓	✓	✓	✓	✓	✓
۵	فورگ	✓	قنات، چاه	✓	-	✓	-	-	-
۶	افین	✓	رودخانه	✓	-	✓	-	-	-

جدول ۳: مشخصات روستاهای هدف گردشگری استان خراسان جنوبی

ردیف	روستا	جاذبه طبیعی	جاذبه انسانی
۱	ماخونیک	-	بافت مسکونی، غذای محلی، لباس محلی،
۲	چنشت	غار چهل چاه، غار چنشت، آب‌وهوا، رودخانه	بقعه سید حامد علوی، بقعه بی‌بی زینب خاتون، باغات مرکبات، لباس محلی، بافت تاریخی روستا، آداب رسوم، عروسی، تزئینات داخلی خانه‌ها
۳	باغستان علیا	آب‌وهوا، رودخانه فصلی چهل، ارتفاعات کلات، قنات بلده، آب گرم معدنی	آسیاب آبی حاجی خان، بافت مسکونی، باغات انار، قنات بلده
۴	کریمو	چشمه، آب‌وهوا، مزرعه،	بافت مسکونی، محصولات زراعی، امامزاده، صنایع دستی، عرضه محصولات روستا، غذای محلی
۵	فورگ	آب‌وهوا	قلعه، عرضه محصولات روستا، باغات زرشک، خانه‌های تاریخی، حمام و حوض

میرزا، بافت تاریخی			
مسجد جامع، مزار چهارگنبد، قلعه افین، آسیاب، قلعه کوه، باغات زرشک، عرضه محصولات روستا	آب‌وهوا، رودخانه، مزارع وسیع زرشک،	افین	۶

روش تحقیق

در این مقاله از روش تحقیق توصیفی - تحلیلی استفاده شده است که ابتدا وضع موجود روستاهای هدف از جنبه‌های مختلف و مرتبط به موضوع گردشگری بیان شده و سپس با توجه به اهداف تحقیق و بر اساس اطلاعات کسب شده، موقعیت روستاها با در نظر گرفتن عواملی چون شرایط مناسب برای یک کانون گردشگری روستایی و با در نظر گرفتن دیدگاه متخصصان، مسئولین و گردشگران مورد تحلیل قرار گرفته و در نهایت به منظور فعال‌سازی خدمات گردشگری در روستاهای هدف، راهکار ارائه شده است.

- روش کار فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)

فرآیند تحلیل سلسله مراتبی چارچوبی را ایجاد می‌کند که به کمک آن تصمیمات مناسب برای موضوعات پیچیده، با ساده نمودن و هدایت مراحل تصمیم‌گیری اتخاذ می‌شود. در این روش یک وضعیت پیچیده به بخش‌های کوچک‌تر آن تجزیه شده، سپس این اجزا در یک ساختار سلسله مراتبی قرار می‌گیرد (دامباتا^۱ و دیگران، ۲۰۰۹). این فرآیند جهت مقایسه گزینه‌ها و معیارهای مختلف بسیار مناسب و به‌عنوان یک ابزار در تحلیل‌های اجرایی شناخته شده است. روش کار به این ترتیب است که به هر مقایسه دودویی، یک عدد از ۱ تا ۹ نسبت داده می‌شود. معنی هر عدد در جدول مشخص شده است.

جدول ۴: مقایسه ۹ کمیته ساعتی برای مقایسه دودویی معیارها

امتیاز (شدت اهمیت)	تعریف	توضیح
۱	اهمیت مساوی	در تحقیق، هدف دو معیار اهمیت مساوی دارند.
۲	اهمیت اندکی بیشتر	تجربه نشان می‌دهد که برای تحقق اهمیت <i>i</i> بیشتر از <i>j</i> است.
۵	اهمیت بیشتر	تجربه نشان می‌دهد که اهمیت <i>i</i> خیلی بیشتر از <i>j</i> است.
۷	اهمیت خیلی بیشتر	تجربه نشان می‌دهد که اهمیت <i>i</i> خیلی بیشتر از <i>j</i> است.
۹	اهمیت مطلق	اهمیت خیلی بیشتر <i>i</i> نسبت به <i>j</i> به‌طور قطعی به اثبات رسیده است.
۱/۲ و ۱/۵ و ۱/۷	-	هنگامی که حالت‌های میانه وجود دارد.

منبع (برتولونی^۲ و براگلیا^۳، ۲۰۰۶)

¹ Dambatta

² Bertolini

³ Braglia

البته مقادیر مربوط به مقایسه دوه‌دو می‌باید کاملاً به صورت کارشناسی شده تعیین شوند و مقادیری اختیاری در نظر گرفته نشوند؛ اما اولویت‌ها و سلاقی افراد مختلف، متناقض و ناجور بوده و وابستگی این روش به آرای تحلیل‌گران ممکن است باعث آشفتگی و انحراف در محاسبات بشود. به همین دلیل، ساعتی یک اندکس عددی منحصر به فردی برای بررسی استحکام ماتریس مقایسه دوه‌دو مهیا کرد و نسبت CR (*Consistency Ratio*) تعریف شد. در حقیقت یکی از مزایای فرآیند تحلیل سلسله مراتبی، کنترل سازگاری تصمیم با نسبت توافق است به عبارتی دیگر می‌توان در وزن‌دهی، خوب و بد بودن و یا قابل قبول و یا مردود بودن را مشخص کرد و درصد رفع آن برآمد (ساعتی^۱، ۱۹۸۰) این مقدار باید کمتر از ۰/۱ باشد.

جدول ۵: معیارها و زیر معیارهای انتخاب شده به منظور اولویت‌بندی روستاها

معیار اصلی	زیر معیار
دسترسی	نوع و کیفیت راه، فاصله از راه اصلی و شهر بیرجند
زیرساخت‌ها و خدمات	آب، برق، گاز، ارتباطات (تلفن ثابت و همراه و راه) و خدمات بهداشتی
جاذبه‌های طبیعی	رودخانه، جنگل، کوه، چشمه، چشمه آب گرم، آبشار، آب‌وهوا
جاذبه‌های انسانی	معماری، مذهبی، صنایع دستی، فرهنگی، قهوه‌خانه سنتی، لباس محلی، باغ مرکبات و چای
زمین	وجود زمین با شیب و مساحت مناسب برای کاربری گردشگری

فن انتخاب برترین پیشنهاد از راه‌حل ایده‌آل (*TOPSIS*)

تکنیک *TOPSIS* یک روش تصمیم‌گیری برای اولویت‌بندی گزینه‌ها از طریق شبیه نمودن به جواب ایدئال می‌باشد. در این روش، گزینه انتخاب شده بایستی کوتاه‌ترین فاصله را از راه‌حل ایده‌آل و دورترین فاصله را از راه‌حل عکس ایده‌آل داشته باشد (فتحعلی^۲ و میرجلیلی^۳، ۲۰۰۹). روش *TOPSIS* به عنوان یک تکنیک تصمیم‌گیری چند شاخصه جبرانی بسیار قوی، برای اولویت‌بندی گزینه‌ها از طریق شبیه نمودن به جواب ایده‌آل است که به تکنیک وزن دهی، حساسیت بسیار کمی داشته، پاسخ‌های حاصل از آن، تغییر عمیقی نمی‌کند. در این روش، گزینه انتخاب شده باید کوتاه‌ترین فاصله را از جواب ایده‌آل و دورترین فاصله را از ناکارآمدترین جواب داشته باشد (نسترن^۴ و همکاران، ۲۰۱۰)

مراحل انجام روش *TOPSIS* به شرح زیر است:

- ۱- تشکیل ماتریس داده‌ها بر اساس n شاخص و m گزینه.
- ۲- استاندارد نمودن داده‌ها و تشکیل ماتریس استاندارد.
- ۳- تعیین وزن هریک از شاخص‌ها.
- ۴- تعیین فاصله i امین گزینه از گزینه ایده‌آل (بالاترین عملکرد هر شاخص).
- ۵- تعیین فاصله i امین آلترناتیو حداقل (پایین‌ترین عملکرد هر شاخص).
- ۶- تعیین معیار فاصله‌ای برای گزینه ایده‌آل (Si^*) و گزینه حداقل (Si^-).

¹ Saaty

² Fathali

³ Mirjalali

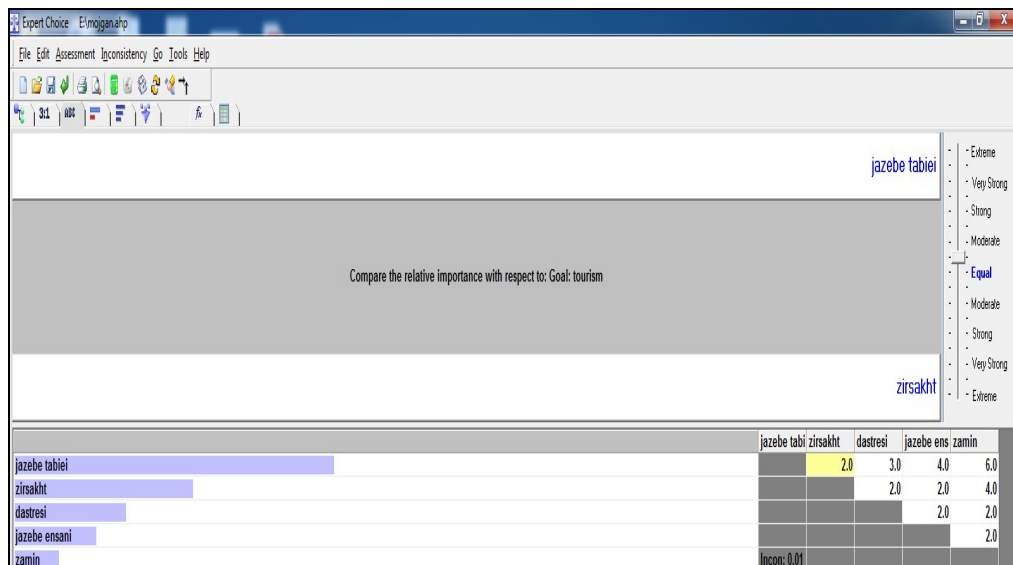
⁴ Nastaran

۷- تعیین ضریبی که برابر است با فاصله گزینه حداقل (Si^-) تقسیم بر مجموع فاصله حداقل (Si^-) و فاصله گزینه ایده آل (Si^*) که آن را با (Ci^+) نشان می‌دهند.

۸- رتبه‌بندی گزینه بر اساس میزان (Ci^+): این میزان بین صفر و یک در نوسان است. برابر با ۱ نشان‌دهنده بالاترین رتبه و (Ci^+) برابر با صفر نیز نشان‌دهنده کمترین رتبه است (طاهرخانی^۱، ۲۰۰۷).
در این پژوهش با استفاده از روش *AHP* و نظر کارشناسی به شاخص‌های مؤثر در اولویت‌بندی روستاها وزن اختصاص داده شد و با به‌کارگیری روش *TOPSIS* اقدام به اولویت‌بندی روستاها شد.

یافته‌های تحقیق

در این پژوهش با استفاده از روش *AHP* و نظر کارشناسی به شاخص‌های مؤثر در اولویت‌بندی روستاها وزن اختصاص داده شد و با به‌کارگیری روش *TOPSIS* اقدام به اولویت‌بندی روستاها شد. نتایج با استفاده از پنج شاخص دسترسی، زیرساخت‌ها، جاذبه‌های طبیعی، جاذبه‌های انسانی و زمین قابل استفاده برای تأسیسات گردشگری، روستاهای هدف با مدل *AHP* وزن دهی شدند.



ضریب *Consistency* در این پژوهش مطابق شکل بالا ۰,۰۱ به دست آمد که قابل قبول است. پس از مقایسه دوبه‌دویی، نرم‌افزار، وزن‌های اختصاص یافته به هر شاخص را محاسبه می‌کند که در جدول ۲ بیان شده است:

جدول ۶: وزن شاخص‌ها و نسبت سازگاری

شاخص	جاذبه‌های طبیعی	زیرساخت‌ها	دسترسی	جاذبه انسانی	زمین	نسبت سازگاری
------	-----------------	------------	--------	--------------	------	--------------

¹. Taherkhani

وزن شاخص	۰/۴۳۳	۰/۰,۲۴۴	۰/۱۵۱	۰/۱۰۷	۰/۶۵	۰/۰۱
----------	-------	---------	-------	-------	------	------

ماخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

تعیین اولویت روستاهای هدف گردشگری استان خراسان جنوبی با استفاده از تکنیک تصمیم‌گیری چندمعیاره *topsis*

مرحله اول: تشکیل ماتریس داده‌ها بر اساس n آلترناتیو و m شاخص.

اهمیت هر یک از شاخص‌ها را به تفکیک مکان‌های جذب گردشگر در مقیاس طیف لیکرت (۷-۱) در جدول ۳ قابل مشاهده است:

جدول ۷- اهمیت هر یک از شاخص‌ها به تفکیک مکان‌های جذب گردشگر

شاخص مکان	جاذبه‌های طبیعی	زیرساخت‌ها	دسترسی	جاذبه انسانی	زمین
ماخونیک	۲	۷	۳	۱	۴
چنشت	۶	۲	۶	۶	۱
باغستان علیا	۷	۲	۱	۳	۵
کریمو	۵	۲	۲	۵	۲
فورگ	۳	۶	۵	۲	۳
افین	۴	۲	۴	۴	۶

ماخذ: نگارندگان، ۱۳۹۷

در این بررسی در مورد هر شاخص در روستا، عدد ۷ نشان‌دهنده بالاترین امتیاز و عدد ۱ نشان‌دهنده پایین‌ترین امتیاز است. درواقع، ماتریس پایه ما در اینجا همان امتیاز هر شاخص گردشگری برای هر منطقه است که همان جدول ۳ می‌باشد.

مرحله دوم: استاندارد نمودن داده‌ها و تشکیل ماتریس استاندارد که از طریق رابطه زیر حاصل می‌شود:

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

مرحله سوم: تعیین وزن هر یک از شاخص‌ها

جدول ۸- تعیین وزن هر یک از شاخص‌ها

شاخص مکان	جاذبه‌های طبیعی	زیرساخت‌ها	دسترسی	جاذبه انسانی	زمین
ماخونیک	۰/۱۶	۰/۶۹	۰/۳۱	۰/۱۰	۰/۴۱

۰/۱۰	۰/۶۲	۰/۶۲	۰/۱۹	۰/۵۰	چنشت
۰/۵۲	۰/۳۱	۰/۱۰	۰/۱۹	۰/۵۹	باغستان علیا
۰/۲۰	۰/۵۲	۰/۲۰	۰/۱۹	۰/۴۲	کریمو
۰/۳۱	۰/۲۰	۰/۵۲	۰/۵۹	۰/۲۵	فورگ
۰/۶۲	۰/۴۱	۰/۴۱	۰/۱۹	۰/۳۳	افین

در این مرحله، اقدام به تشکیل ماتریس V می‌شود، در واقع این ماتریس حاصل ضرب مقادیر استاندارد هر شاخص در وزن مربوط به خود می‌باشد.

وزن	۰,۰۶۵	۰,۱۰۷	۰,۱۵۱	۰,۲۴۴	۰,۴۳۳	
زمین	جاذبه انسانی	دسترسی	زیرساخت‌ها	جاذبه‌های طبیعی	شاخص مکان	
۰/۰۲۶۶۵	۰/۰۱۰۷	۰/۰۴۶۸۱	۰/۱۶۸۳۶	۰/۰۶۹۲۸	ماخونیک	
۰/۰۰۶۵	۰/۰۶۶۳۴	۰/۰۹۳۶۲	۰/۰۴۶۳۶	۰/۲۱۶۵	چنشت	
۰/۰۳۳۸	۰/۰۳۳۱۷	۰/۰۱۵۱	۰/۰۴۶۳۶	۰/۲۵۵۴۷	باغستان علیا	
۰/۰۱۳	۰,۰۵۵۶۴	۰/۰۳۰۲	۰/۰۴۶۳۶	۰/۱۸۱۸۶	کریمو	
۰/۰۲۰۱۵	۰/۰۲۱۴	۰/۰۷۸۵۲	۰/۱۴۳۹۶	۰/۱۰۸۲۵	فورگ	
۰/۰۴۰۳	۰/۰۴۳۸۷	۰,۰۶۱۹۱	۰/۰۴۶۳۶	۰/۱۴۲۸۹	افین	

مرحله چهارم و پنجم: مشخص نمودن حالت‌های ایده آل مثبت و ایده آل منفی (بالاترین و پایین‌ترین حالت هر شاخص) حالت‌های ایده آل مثبت و ایده آل منفی توسط رابطه‌های زیر حاصل می‌شود:

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

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

شاخص مکان	جاذبه‌های طبیعی	زیرساخت‌ها	دسترسی	جاذبه انسانی	زمین
ماخونیک	۰/۰۶۹۲۸	۰/۱۶۸۳۶	۰/۰۴۶۸۱	۰/۰۱۰۷	۰/۰۲۶۶۵
چنشت	۰/۲۱۶۵	۰/۰۴۶۳۶	۰/۰۹۳۶۲	۰/۰۶۶۳۴	۰/۰۰۶۵
باغستان علیا	۰/۲۵۵۴۷	۰/۰۴۶۳۶	۰/۰۱۵۱	۰/۰۳۳۱۷	۰/۰۳۳۸
کریمو	۰/۱۸۱۸۶	۰/۰۴۶۳۶	۰/۰۳۰۲	۰/۰۵۵۶۴	۰/۰۱۳
فورگ	۰/۱۰۸۲۵	۰/۱۴۳۹۶	۰/۰۷۸۵۲	۰/۰۲۱۴	۰/۰۲۰۱۵
افین	۰/۱۴۲۸۹	۰/۰۴۶۳۶	۰/۰۶۱۹۱	۰/۰۴۳۸۷	۰/۰۴۰۳

$$A^+ = (0.0403, 0.06634, 0.09362, 0.16836, 0.25547)$$

$$A^- = (0.0065, 0.0107, 0.0151, 0.04636, 0.06928)$$

مرحله ششم: تعیین معیار فاصله‌ای برای آترناتیو ایده آل (Si^+) و آترناتیو حداقل (Si^-)

تعیین معیار فاصله‌ای از روابط زیر حاصل می‌شود:

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

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

Si^+	زمین	جاذبه انسانی	دسترسی	زیرساخت‌ها	جاذبه‌های طبیعی	شاخص مکان
۰/۲	۰/۰۰۰۱۸۶	۰/۰۰۳۰۹	۰/۰۰۲۱	۰	۰/۰۳۴۶۶	ماخونیک
۰/۱۳۲	۰/۰۰۱۱۴	۰	۰	۰/۰۱۴۸	۰/۰۰۱۵۱	چنشت
۰/۱۴۸	۰/۰۰۰۰۴۲	۰/۰۰۱۱	۰/۰۰۶۱	۰/۰۱۴۸	۰	باغستان علیا

۰/۱۵۸	۰/۰۰۰۷۴	۰/۰۰۰۱۱	۰/۰۰۰۴۰	۰/۰۱۴۸	۰/۰۰۵۴۱	کریمو
۰/۱۵۷	۰/۰۰۰۴۰	۰/۰۰۰۲۰	۰/۰۰۰۲۲	۰/۰۰۰۵۹	۰/۰۲۱۶۷	فورگ
۰/۱۷۰	۰	۰/۰۰۰۰۵	۰/۰۰۰۱	۰/۰۱۴۸	۰/۰۱۲۶۷	افین

فاصله از راه حل ایده آل

S_i^-	زمین	جاذبه انسانی	دسترسی	زیرساخت‌ها	جاذبه‌های طبیعی	شاخص مکان
۰/۱۲۷۵	۰/۰۰۰۰۴	۰	۰/۰۰۱	۰/۰۱۴۸۸	۰	ماخونیک
۰/۱۷۵۴	۰	۰/۰۰۳۰۹	۰/۰۰۶۱	۰	۰/۰۲۱۶	چنشت
۰/۱۸۹۳	۰/۰۰۰۷۴	۰/۰۰۰۰۵	۰	۰	۰/۰۳۴۶	باغستان علیا
۰/۱۲۱۹	۰/۰۰۰۰۴۲	۰/۰۰۰۲	۰/۰۰۰۲۲	۰	۰/۰۱۲۶	کریمو
۰/۱۲۳۷	۰/۰۰۰۱۸۶	۰/۰۰۰۱۱	۰/۰۰۰۴	۰/۰۰۹۵	۰/۰۰۱۵۱	فورگ
۰/۰۹۸۷	۰/۰۰۱۱۴	۰/۰۰۰۱۱	۰/۰۰۲۱	۰	۰/۰۰۵۴۱	افین

فاصله از راه حل عکس ایده آل

مرحله هفتم: محاسبه نزدیکی نسبی گزینه‌ها به وضعیت ایده آل

محاسبه نزدیکی گزینه‌ها به وضعیت ایده آل از رابطه زیر مشخص می‌شود:

$$SL_i^+ = \frac{S_i^-}{S_i^+ + S_i^-}; 0 \leq SL_i^+ \leq 1; i = 1, 2, \dots, m$$

SL_i^+	مکان
۰/۳۸۹	ماخونیک
۰/۵۷	چنشت
۰/۵۶۱	باغستان علیا
۰/۴۳۵	کریمو
۰/۴۴	فورگ
۰/۳۶۷	افین

مرحله هشتم: رتبه‌بندی آترناتیوها

بر اساس میزان، SL_i^+ این میزان بین صفر و یک، در نوسان است. در این راستا $SL_i^+ = 1$ نشان‌دهنده بالاترین

رتبه و $SL_i^+ = 0$ نیز نشان‌دهنده کمترین رتبه است.

رتبه‌بندی	مکان
۵	ماخونیک
۱	چنشت
۲	باغستان علیا
۴	کریمو
۳	فورگ
۶	افین

بر اساس محاسبات صورت گرفته بر پایه تکنیک تصمیم‌گیری چند معیاره *topsis* اولویت روستاهای هدف گردشگری خراسان جنوبی به‌منظور توسعه گردشگری روستایی عبارت‌انداز: چنشت، باغستان علیا، فورگ، کریمو، ماخونیک و افین است که روستای چنشت به علت دارا بودن جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی به‌صورت توأمان که می‌توان به جاذبه‌هایی چون: غار چنشت، غار چهل چشمه، مزار سید حامد علوی، وجود باغات و مزارع فراوان و همچنین آب‌وهوای معتدل کوهستانی و فرهنگ محلی (لباس‌های محلی) این منطقه در اولویت اول به علت داشتن پتانسیل بالا برای توسعه گردشگری قرار بگیرد. نیازمند توجه برنامه‌ریزان امر گردشگری در حوزه‌های مختلف به‌منظور حفظ شرایط موجود گردشگری روستا و تقویت آن می‌باشد.

نتیجه‌گیری

گردشگری روستایی یکی از ارکان مهم در توسعه روستایی است که اگر با شناخت دقیق از مناطق و امکان‌سنجی درست و همچنین برنامه‌ریزی برای توسعه این صنعت در نواحی روستایی صورت بگیرد زمینه‌های پایداری را در محیط روستا فراهم می‌آورد. امروزه به علت گسترش شهرها و مسائل ناشی از زندگی شهرنشینی، انسان‌ها تمایل به گذاران اوقات فراغت خود به محیط‌های طبیعی بکر و زیبا و به‌دوراز دغدغه‌های زندگی ماشینی شهری دارند. استان خراسان جنوبی یکی از استان‌هایی است که دارای جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری طبیعی و تاریخی فراوانی است که به علت موقعیت جغرافیایی مورد بی‌توجهی مسئولان و برنامه‌ریزان در امر گردشگری قرار گرفته است که نیازمند توسعه زیرساخت‌های ارتباطی و حمل‌ونقل است. بر اساس مطالعه صورت گرفته در خصوص شش روستای هدف گردشگری استان اولویت‌های توسعه گردشگری بر مبنای ۵ معیار مورد بررسی قرار گرفت که جاذبه‌های طبیعی روستا با کسب امتیاز (۰٫۴۳۳) بیشترین تأثیر را بر اولویت‌بندی روستاها داشته است همچنین روستای چنشت با دارا بودن پتانسیل‌های طبیعی فراوان از جمله: غارها، چشمه‌های فراوان، رودخانه‌های فصلی و آب‌وهوای معتدل کوهستانی بیشترین پتانسیل را در بین روستاهای هدف گردشگری به‌منظور جذب گردشگر و سرمایه‌گذاری دارا می‌باشد که با توجه به پتانسیل‌های طبیعی و تاریخی و فرهنگی موجود در روستا و همچنین نتایج به‌دست‌آمده از تکنیک تصمیم‌گیری چندمعیاره *Topsis* حاکی از این موضوع است که در توسعه و پیشرفت گردشگری یک منطقه گردشگری روستایی جاذبه‌های طبیعی و تاریخی و فرهنگی به‌صورت توأمان می‌توانند گردشگران زیادتری را به

منطقه جذب نمایند که البته ورود گردشگران زیاد به یک منطقه نیازمند فراهم ساختن زیرساخت‌ها و سرمایه‌گذاری دقیق‌تر و منسجم‌تر می‌باشد.

منابع

۱. اینسکیپ، ادوارد (۱۳۹۱)، برنامه ریزی گردشگری، ترجمه محمود حسنیپور و سعید داغستانی، تهران: مهکامه.
۲. بستانی، علیرضا و جوانی، خدیجه (۱۳۹۵)، ارزیابی پتانسیل‌های گردشگری بخش رستاق با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی، فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه، دوره ۲، شماره ۱، پیاپی ۷، صص ۲۵۰-۲۲۷.
۳. بمانیان، محمدرضا، پورجعفر، محمدرضا و محمودی‌نژاد، هادی (۱۳۸۸)، ارائه مدل پیشنهادی جهت پیاده‌سازی گردشگری الکترونیک در طرح‌های توسعه گردشگری روستایی (بررسی تطبیقی و ارایه مدل پیشنهادی با توجه به شرایط معاصر ایران)، مجله مدیریت شهری، بهار ۱۳۸۸.
۴. رستمی، فرحناز و زارعی، کبری (۱۳۹۰)، گردشگری روستایی حلقه گمشده توسعه روستایی، همایش ملی صنایع فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار.
۵. رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷)، توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول، صص ۴۲۰.
۶. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و قادری، اسماعیل (۱۳۸۱)، نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی، مجله مدرس، شماره ۲، صص ۴۰-۲۳.
۷. شاریلی، ریچارد جولیا (۱۳۸۰)، گردشگری روستایی، ترجمه رحمت‌الله منشی‌زاده و فاطمه نصیری، نشر منشی.
۸. شایان، محسن و بذرافشان، جواد (۱۳۹۷)، شناسایی روستاهای هدف گردشگری در شهرستان زرین دشت با استفاده از *FAHP*، نشریه مهندسی جغرافیایی سرزمین، دوره سوم، شماره چهارم، بهار و تابستان، صص ۵۰-۳۶.
۹. طیبی، سیدکامیل، بابکی، روح‌اله و جباری، امیر (۱۳۸۶)، بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران ۱۳۳۸-۱۳۸۳، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، شماره ۲۶، صص ۸۳-۱۱۰.
۱۰. کاظمی، مهدی، اسماعیلی، محمدرضا و بیگی فیروزآبادی، الله‌یار (۱۳۹۰)، تدوین و انتخاب استراتژی توسعه گردشگری استان لرستان بر اساس تحلیل *SWOT* و ماتریس برنامه‌ریزی کمی، شماره ۲۲، صص ۶۰-۴۷.
۱۱. کاظمی، مهدی (۱۳۸۷)، تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار، مجله جغرافیا و توسعه، سال ششم، شماره ۱۲، صص ۱۰۰-۸۱.
۱۲. مداح، مجید (۱۳۸۶)، صنعت گردشگری و تولید منطقه‌ای با تأکید بر محدودیت‌های استان سمنان، مجموعه مقالات همایش ملی توانمندی‌ها، موانع و راهکارهای توسعه گردشگری استان سمنان، صص ۶۲-۴۹.
۱۳. منشی‌زاده، رحمت‌الله (۱۳۸۴)، اندر مقوله گردشگری، انتشارات منشی، چاپ اول، صص ۲۴۰.
۱۴. مؤمنی، مهدی و صابر، الهه (۱۳۹۱)، تعیین توسعه‌یافتگی شهر نائین در استان اصفهان، جغرافیا و برنامه‌ریزی - محیطی، شماره ۱(۴۵)، صص ۲۰۰-۱۸۵.
۱۵. نوری، غلامرضا، زهرا، تقی‌زاده (۱۳۹۳)، اولویت‌بندی مناطق نمونه گردشگری استان کرمانشاه جهت سرمایه‌گذاری نمونه‌موردی: قطب گردشگری قصرشیرین، فصلنامه علمی - پژوهشی دانشگاه گلستان، سال چهارم، شماره ۱۱، صص ۸۵-۱۰۴.

۱۶. خسروجردی، مدینه و نوری پور، مهدی، (۱۳۹۵)، تحلیل سازه‌های موثر بر نگرش روستائیان در خصوص گردشگری روستایی در بخش درودزن شهرستان مرودشت، فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی، جلد ۳، شماره ۳، صص ۳۱۶-۳۰۳.
۱۷. نعمت الهی، زهرا؛ مجاوریان، سیدمجتبی و حسین زاده، مسعود، (۱۳۹۵)، اولویت‌بندی روستاهای هدف گردشگری در استان مازندران، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی، جلد ۳۰، شماره ۳، صص ۲۲۶-۲۱۸.
۱۸. *Abby Liu, Geoffrey Wall. (2006). Planning tourism employment: a developing country perspective, Tourism Management, Vol 40, No 27.*
۱۹. *Bertolini, M., M., Braglia, (2006), Application of the AHP methodology in making a proposal for a public work contract, 17 January.*
۲۰. *Dambatta, A.B. Farmani, R. Javadi, A. Evans, B.M. (2009), The Analytical Hierarchy Process for Contaminated Land Management. Advanced Engineering Information 23, 433-441.*
۲۱. *Deng, Jinyang, King, Brian and Thomas, Bauer, (2002), Evaluation natural attractions for tourism, Annals of Tourism Research, Vol. 29, No. 2, pp. 422-438.*
۲۲. *Djekic, S. (2007), Some Structures and Principles of Sustainable Rural Tourism; Available on ceol. com/ aspx/ getdocument. aspx? Logid = 5 & id288 - 9627.*
۲۳. *jalak, Sh and Ch, Lomay and Y, Alvin. (2014): A repositioning strategy for rural tourism in Malaysia, Procardia _ social and behavior sciences, V:144, p:412-415.*
۲۴. *Fathali, J. Mirjalali, F. (2009), Site selection of airport in Semnan province using TOPSIS. Bulletin of transportation 4, 1-10.*
۲۵. *Harrison, D. & Schipani, S. (2007), Lao Tourism and Poverty Alleviation: community – Based Tourism and the private sector, Current Issues in Tourism, 10(213), 194 -230.*
۲۶. *Inskeep, E. (1991), Tourism planning: an integrated and sustainable development approach, Van Nostrand Reinhold, New York.*
۲۷. *Liu, A. (2006), Tourism in rural areas: Kedah, Malaysia, Tourism Manage. Vol. 27, pp. 878-889.*
۲۸. *Nastaran, M. Abolhasani, F. Izadi, M. (2010), Application of TOPSIS Technique in determination of preference of sustainable development in urban regions. Journal of Geography and environment planning 21, 83-100.*
۲۹. *Papoly Yazdy, M.H. and Saghaei, M., (2007), Tourism (Nature and Concepts), SAMT Publications. planning 13.*
۳۰. *Reinholde TK. Diara A. (2000), The role of the tourism in development planning, Department of Business Management.*
۳۱. *Saaty, TL. (1980), The Analytic Hierarchy Process, Mcgraw-Hill, NEW York.*
۳۲. *Taherkhani, M. (2007), Application of TOPSIS Technique in determination of preference for establishment of agriculture industries in rural regions. Journal of economic research 6, 28-37.*
۳۳. www.Tourismanalysis.blogspot.com.