



Presenting an Optimal Spatial Development Pattern of Tourism Areas in Tehran Province Using TOPSIS

ARTICLE INFO

Article Type

Descriptive Study

Authors

Asta Y.¹ MSc

How to cite this article

Asta Y. Presenting an Optimal Spatial Development Pattern of Tourism Areas in Tehran Province Using TOPSIS. Political Spatial Planning. 2019;1(2):77-82.

ABSTRACT

Aims Nowadays, referred to as clean industry, tourism is one of the important issues that cannot be ignored due to its huge impact on economy of societies. In order to develop tourism areas, such areas should first be identified. The aim of this study was to present an optimal spatial development pattern of tourism areas in Tehran province, using TOPSIS (Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution) method.

Instruments & Methods The present study is applied developmental in terms of aim and descriptive-analytical in terms of research method. The research population consisted of 30 scholars, experts, tourism planners, and experts of Cultural Heritage, Handicrafts, and Tourism Organization. The data were collected from library and organizational studies and field surveys, such as questionnaires, interviews, and observations. In 2016, the TOPSIS method was utilized and 10 indices in Tehran province were used in order to group the areas. ArcGIS10.2 was used for clustering.

Findings For the spatial development of tourism industry, Tehran province was divided into 3 clusters, in which the eastern and northern parts of the province were assigned to cluster 1, the western, central, and southeastern parts of the province were assigned to cluster 2, and southwestern parts of the province were assigned to cluster 3.

Conclusion In order to present an optimal spatial development pattern of tourism areas in Tehran province using the TOPSIS method, 3 clusters of Tehran province are divided into cluster 1 (Eastern and northern parts), cluster 2 (western, central, and southeastern parts), and cluster 3 (southwestern parts).

Keywords Best Tourism Areas; Spatial Development; Optimum Pattern; Tehran Province; TOPSIS

¹Geography Department, Human Sciences Faculty, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

*Correspondence

Address: Tarbiat Modares University, Nasr Bridge, Jalal-Al-Ahmad Highway, Tehran, Iran

Phone: -

Fax: -

astahatam@yahoo.com

Article History

Received: March 16, 2018

Accepted: April 23, 2018

ePublished: June 21, 2019

CITATION LINKS

[1] The effect of tourism on economic growth: The case of OIC member countries [2] The effectiveness of regional marketing alliances: A case study of the Atlantic Canada tourism partnership 2000-2006 [3] Rural tourism and the challenge of tourism diversification: The case of Cyprus [4] Marketing of tourism: A paradigm shift toward sustainability [5] Convert role (function) of the old texture of Shiraz to tourist attractions, past, present [6] The Prioritization of Kermanshah tourism poles based on the potential of tourism sample regions using TOPSIS multi-criteria decision-making techniques [7] Basics of rural tourism planning and development [8] Optimal location of sample tourism destinations (Case study of Sistan and Baluchestan province) [9] The role of tourism sample areas in development of nomadic lands (Case study: Alvand tourism sample area in Hamadan) [10] Tourism planning: Basics, concepts, cases [11] UNWTO annual report, A year of recovery [12] Regional competitiveness of a tourism cluster: A conceptual model proposal [13] Cluster development projects (programs and achievements) [14] Searching for clusters in tourism, A quantitative methodological proposal [15] Basic information of Tehran province [16] Typical tourism areas in government regulations [17] The role of informing touring and tourism services offices of Tehran city in the developments of tourism in Tehran province

ارایه الگوی بهینه توسعه فضایی مناطق نمونه گردشگری در استان تهران با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره TOPSIS

یعقوب آستا* MSc

گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

چکیده

اهداف: گردشگری که امروزه از آن به عنوان صنعت پاک یاد می‌شود یکی از مسایل مهمی است که به دلیل تأثیرات زیادی که بر اقتصاد جوامع می‌گذارد نمی‌توان آن را نادیده گرفت. به منظور توسعه مناطق گردشگری، ابتدا بایستی این مناطق مستعد شناسایی شوند. هدف این پژوهش ارایه الگوی بهینه توسعه فضایی مناطق نمونه گردشگری در استان تهران با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره TOPSIS بود.

ابزار و روش‌ها: پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی - توسعه‌ای و به لحاظ روش، توصیفی - تحلیلی است که در سال ۱۳۹۵ انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل کارشناسان، صاحب‌نظران، برنامه‌ریزان گردشگری و کارشناسان اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به تعداد ۳۰ نفر بود. برای جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و سازمانی و بررسی‌های میدانی، مانند پرسش‌نامه، مصاحبه و مشاهده استفاده شد. به منظور گروه‌بندی مناطق، تکنیک تصمیم‌گیری چندمعیاره TOPSIS به کار گرفته و از ۱۰ شاخص در استان استفاده شد. برای خوشه‌بندی از نرم‌افزار ArcGIS10.2 استفاده شد.

یافته‌ها: استان تهران در راستای توسعه فضایی بهینه صنعت گردشگری به ۳ خوشه تقسیم شد که در آن، نواحی شرقی و شمالی استان در خوشه ۱، نواحی غربی، مرکزی و جنوب شرقی استان در خوشه ۲ و نواحی جنوب غربی استان در خوشه ۳ قرار گرفتند.

نتیجه‌گیری: به منظور ارایه الگوی بهینه توسعه فضایی مناطق نمونه گردشگری در استان تهران با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره TOPSIS، ۳ خوشه استان تهران از یکدیگر تفکیک می‌شوند که شامل خوشه ۱ (مناطق شرقی و شمالی)، خوشه ۲ (مناطق غربی، مرکزی و جنوب شرقی) و خوشه ۳ (مناطق جنوب غربی) هستند.

کلیدواژه‌ها: مناطق نمونه گردشگری، توسعه فضایی، الگوی بهینه، استان تهران، TOPSIS

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۲/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۲/۰۳

* نویسنده مسئول: astahatam@yahoo.com

مقدمه

صنعت گردشگری یکی از پدیده‌های قرن حاضر است که بعد از صنعت نفت و خودروسازی، سومین صنعت مهم جهان به حساب می‌آید و علاوه بر فقرزدایی، عدالت‌گستری و اشتغال‌زایی، درآمد بالایی را ایجاد کرده است^[1]. در سال‌های اخیر بسیاری از کشورها، به نقش و اهمیت گردشگری به عنوان منبعی مهم برای ایجاد درآمد و اشتغال پی برده‌اند؛ درنتیجه، بسیاری از آنان مناسباتشان را برای بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی این صنعت توسعه داده‌اند.

در حال حاضر، توسعه مناسبات دو یا چندجانبه در سطوح بین استانی، کشوری یا در سطح دولت‌های منطقه‌ای براساس توافقات در قالب همکاری‌های راهبردی برای توسعه گردشگری اهمیت یافته که هدف آن بهره‌گیری از مزایای بازار گردشگری است^[2]. سازمان جهانی گردشگری در بیانیه مانیل، از گردشگری به عنوان کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه اجتماعی نواحی یاد کرده است^[3].

یکی از مباحث مهم و اساسی در برنامه‌ریزی گردشگری، تعیین جایگاه و وضعیت موجود این صنعت در یک منطقه است^[4]. مطالعه موردی روی الگوی فضایی پراکندگی زیرساخت‌ها و فضاهای گردشگری، فرآیندهای شکل‌گیری و توسعه فضاهای گردشگری نسبت به این که چگونه گردشگری در فضا نظم می‌یابد

از جمله عواملی است که می‌تواند صنعت گردشگری را در کشور ما توسعه و بهبود بخشد^[5].

در این زمینه یکی از طرح‌های ایجادشده در کشور، تلاش برای شناسایی مناطق مستعد گردشگری و برنامه‌ریزی و ایجاد مناطق نمونه گردشگری بوده است که براساس امکان‌سنجی‌های انجام‌گرفته در کشور، بیش از ۱۰۰۰ منطقه نمونه گردشگری شناسایی شده است^[6]. مناطق نمونه گردشگری منطقه یا مناطقی هستند که در جوار جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی، طبیعی و گردشگری قرار دارند که به‌منظور ارایه خدمات به گردشگران توسط بخش غیردولتی تأسیس و اداره می‌شوند^[7]. دلیل اصلی این کار این مساله بوده است که با توجه به محدودیت‌های مختلف اعم از محدودیت‌های فنی، مالی، زمانی و مانند آن امکان بهره‌گیری و توسعه تمام ظرفیت‌ها در سطوح محلی در مدت‌زمان کوتاه وجود ندارد؛ بنابراین استفاده از روش‌های مناسب برای تعیین بهترین مکان از میان تعداد زیادی مکان، با بهره‌گیری از تعداد زیادی معیارها و شاخص‌ها، ضروری است^[8].

براساس تعریفی دیگر، مناطق نمونه گردشگری محدوده‌ای است که به دلیل وجود جاذبه‌های مهم گردشگری و پتانسیل‌های توسعه، قابلیت احداث مجموعه‌ای از تأسیسات گردشگری را به‌منظور ارایه کلیه خدمات و کالاهای مورد نیاز گردشگران مانند خدمات اقامتی، پذیرایی، تفریحی، فرهنگی، ورزشی و غیره در یک مکان واحد دارد^[9]. اگر ابعاد و زمینه‌های مرتبط با گردشگری به‌خوبی شناخته شود، به‌طور یقین در راستای توسعه واقعی مناطق جغرافیایی گام‌های عملی و اجرایی مطلوب‌تری برداشته خواهد شد. این وضعیت زمانی نمود بیشتر و عینی‌تری پیدا خواهد کرد که منطقه‌ای دارای پتانسیل‌های گردشگری متنوع و منحصربه‌فرد باشد.

یکی از گام‌های اساسی که در این زمینه می‌تواند برداشته شود، انجام طرح آمایشی برای این مناطق است. در آمایش سرزمین، گردشگری به عنوان یک بخش ارزشمند و رشدیابنده در زمینه رهیافت‌های اقتصادی مطرح بوده و با توجه به در دسترس بودن منابع و پایین بودن قیمت‌ها در مقایسه با سایر پروژه‌ها دارای خطرات و هزینه‌های کمتری در زمینه سرمایه‌گذاری است. آمایش سرزمین برای توسعه گردشگری بومی، شامل دسترسی به منطقه با ایجاد شبکه حمل‌ونقل مناسب، افزایش کیفیت و کمیت خدمات گردشگری، آموزش و تعلیم ساکنان محل در رابطه با گردشگری در منطقه، بازاریابی و برنامه‌های تشویقی برای جذب گردشگر و مدیریت و اجرای بهینه طرح توسعه گردشگری است^[10]. بنابراین در راستای اجرایی‌کردن طرح‌های آمایشی در این زمینه با توجه به محدودیت‌های موجود مانند محدودیت‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی بهترین راهکار قرار دادن این مناطق در قالب خوشه‌های گردشگری به‌منظور توسعه آتی آنها است. به عبارت دیگر این مناطق در قالب خوشه‌های گردشگری قرار می‌گیرند تا الگوی توسعه فضایی و جغرافیایی هر یک از آنها مشخص شود.

خوشه گردشگری به مجموعه‌ای از واحدهای کسب‌وکار گردشگری اطلاق می‌شود که در یک منطقه جغرافیایی متمرکز شده، دارای روابط همکاری تخصصی بوده‌اند و از چالش‌ها و فرصت‌های مشترک برخوردارند^[11].

در چند دهه گذشته علاقه به خوشه‌های منطقه‌ای، هر دو قشر دانشگاهیان و سیاست‌گزاران را مجذوب خود کرده است. این رویکرد منطقه‌ای به‌طور فزاینده به عنوان یک ابزار ارزشمند برای ترویج و توسعه اقتصادی شناخته شده است^[12]. عموماً خوشه‌ها تعداد زیادی از واحدهای گردشگری خرد، متوسط و حتی بزرگ را

نوری و همکاران در مقاله‌ای تحت عنوان "اولویت‌بندی مناطق نمونه گردشگری جهت سرمایه‌گذاری و توسعه منطقه‌ای در شمال غربی استان کرمانشاه" که با استفاده از تکنیک تصمیم‌گیری چندمعیاره TOPSIS انجام شده است ضمن سطح‌بندی این مناطق از نظر پتانسیل توسعه گردشگری در سه گروه خوب، متوسط و ضعیف به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه‌گذاری توسط سرمایه‌گذاران در مناطق با توان پایین توجیه اقتصادی نداشته و باعث اتلاف منابع و عدم تحقق اهداف توسعه خواهد شد. بنابراین برنامه‌ریزان گردشگری باید پس از بالابردن سطح این مناطق و رساندن آنها به حد ایده‌آل، آنها را به سرمایه‌گذاران واگذار کنند تا این امر در نهایت باعث رشد و توسعه منطقه‌ای شود [6].

هدف مطالعه حاضر ارایه الگوی بهینه توسعه فضایی مناطق نمونه گردشگری در استان تهران با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره TOPSIS بود.

ابزار و روش‌ها

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی- توسعه‌ای و به لحاظ روش، توصیفی- تحلیلی است که در سال ۱۳۹۵ انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل کارشناسان، صاحب‌نظران، برنامه‌ریزان گردشگری و کارشناسان اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به تعداد ۳۰ نفر بود. برای جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و سازمانی و بررسی‌های میدانی، مانند پرسش‌نامه، مصاحبه و مشاهده استفاده شد. به منظور گروه‌بندی مناطق، تکنیک تصمیم‌گیری چندمعیاره TOPSIS به‌کار گرفته شد که از تعداد ۱۰ شاخص در استان مانند سامان‌دهی شهر تهران، توسعه گردشگری، ملاحظات زیست‌محیطی، اشتغال‌زایی بومی و غیره استفاده شد.

معرفی منطقه مورد مطالعه: استان تهران با مساحت حدود ۱۳۶۹۲ کیلومتر مربع در عرض جغرافیایی بین ۳۴ تا ۳۶ درجه و ۵۰ دقیقه شمالی و طول جغرافیایی بین ۵۰ تا ۵۳ درجه شرقی در نیمه شمالی ایران واقع شده است. طبق تقسیمات کشوری سال ۱۳۹۱ این استان دارای ۱۶ شهرستان، ۳۳ بخش، ۷۱ دهستان، ۴۴ شهر و ۷۵۷ آبادی دارای سکنه است [Statistical Center of Iran, 2013]. در خصوص گردشگری، فضاهای غیرشهری منطقه تهران از توانمندی و جاذبه بسیار بالای طبیعی، تاریخی و فرهنگی برای جذب گردشگر برخوردار هستند، به‌گونه‌ای که قلمروهای گوناگون کوهستانی، میان‌کوهی، دشتی، بیابانی و کویری آن متناسب با فصل‌های مختلف سال و ویژگی جغرافیایی آن برای انواع توره‌ای گردشگری مناسب است.

براساس داده‌های مرکز آمار ایران در سال ۱۳۸۵ بخش هتل‌داری و رستوران که از عمده‌ترین بخش‌های فعالیت در زمینه گردشگری است، ۳۳۱۳۷ نفر را در منطقه تهران مشغول به کار کرده، که حدود ۲/۱٪ شاغلان بخش خدمات شهر تهران و ۱/۶٪ شاغلان بخش خدمات منطقه تهران را دربر می‌گیرد [Harati Fard, 2009]. این استان دارای ۲۳ منطقه نمونه گردشگری است که در سطح استان پراکنده شده‌اند. این مناطق عبارت از اوشان فشم، پارک ملی کویر، تخت رستم، تنگه واشی، چشمه اعلا، دارآباد، درکه، دریاچه تار، دشت اخترآباد، منطقه نمونه گردشگری دماوند، سد فشافویه، سد ماملو، سنگان، شقایق، شمشک، شهر آفتاب، منطقه نمونه گردشگری شهرری، غار رودافشان، فرحزاد، قلعه ایرج، کنارک رودهن، کیلان و میگون هستند.

موقعیت استان تهران در کشور و پراکندگی مناطق نمونه گردشگری

دربرمی‌گیرند که از نظر جغرافیایی می‌توانند در سطح روستا، شهر یا شهرستان پراکنده باشند [13]. مشخصه‌های اصلی خوشه گردشگری عبارت از تمرکز جغرافیایی و بخشی، همکاری در ارایه خدمات مکمل به گردشگر و چالش‌ها و فرصت‌های مشترک هستند [14]. گردشگری به‌عنوان یک موتور رشد اقتصادی در سطح منطقه مطرح است ولی تاثیر قابل توجه آن را نیز می‌توان در سطح ملی دید. در سطح منطقه‌ای این بخش به‌عنوان یک ابزار ضروری در توسعه منطقه‌ای و رشد اقتصادی و باور به آن به‌عنوان یکی از سلاح‌ها برای جلوگیری از بیابان‌زایی و رکود اقتصادی در داخل نواحی آن ارایه شده است [12]. اثرات ویژه راه‌اندازی خوشه‌های گردشگری در سطوح ملی و منطقه‌ای عبارت از ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، ایجاد منابع درآمدی جدید برای جامعه محلی، ارتقای کیفیت زندگی، ایجاد شتاب در تامین زیرساخت‌های منطقه، شتاب در توسعه اقتصادی منطقه، شهرستان و استان، ایجاد تعاملات فرهنگی و قومی در سطح منطقه‌ای و ملی، افزایش درآمدهای ارزی و میراث فرهنگی و غیره هستند.

مورد مطالعاتی ما در این تحقیق مناطق نمونه گردشگری استان تهران است. این استان با کمتر از یک درصد مساحت کشور بیش از ۱۵٪ جمعیت را در خود جای داده است که بیش از ۹۲٪ این جمعیت در نقاط شهری آن ساکن هستند. همچنین کلان‌شهر تهران به‌عنوان مرکز این استان با جمعیتی بیش از ۸ میلیون نفر [15] دارای مشکلات بسیاری مانند ترافیک، آلودگی هوا، کمبود آب و غیره است که این عوامل مشکلات جسمی و روحی- روانی بسیاری را برای ساکنین آن رقم زده است. بنابراین به‌کارگیری برنامه‌های آمایش سرزمین و توجه به امر آمایش گردشگری در این استان می‌تواند یکی از راهکارهای اساسی برای این مشکلات باشد، زیرا علاوه بر تامین نیازهای گفته‌شده می‌تواند اقتصاد مناطق حاشیه‌ای را شکوفا کرده و از وابستگی آنها به نواحی شهری جلوگیری نماید. به‌طور کلی این استان شامل ۲۳ منطقه نمونه گردشگری (شامل انواع مختلف مانند مذهبی، طبیعی و فرهنگی- تاریخی) است [16] که برای رتبه‌بندی آنها از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره TOPSIS استفاده شد.

در یک مطالعه نشان داده شد که با اتخاذ تصمیم‌های راهبردی و حمایت از توسعه پایدار و ارزیابی سیاست‌های قبلی می‌توان در دنیای واقعی از نتایج سودمند فرآیند برنامه‌ریزی گردشگری بهره جست. فریر و همکاران در مقاله‌ای با عنوان "رقابت خوشه‌های گردشگری در سطح منطقه: پیشنهاد یک مدل مفهومی" گردشگری را به‌عنوان بخشی که بیشترین پتانسیل در راستای توسعه در مقیاس جهانی دارد مورد بررسی قرار داده و به بحث درباره این موضوع می‌پردازند که رقابتی که در این زمینه وجود دارد یکی از نگرانی‌های اصلی شرکت‌های درگیر در آن است. بنابراین به ارایه مدل مفهومی برای تحلیل اینکه چگونه ایجاد خوشه‌های گردشگری می‌تواند رقابت‌های منطقه‌ای را در آنها تشویق کند، پرداخته‌اند [12].

در یک تحقیق با تجزیه و تحلیل ۳۰ مقصد گردشگری در کوپینز (استرالیا) با استفاده از اصول پایداری و برنامه‌ریزی و فرآیند مشارکت و ارزیابی به ارایه برنامه راهبردی و راهکارهای توسعه گردشگری مناطق پرداخته شد.

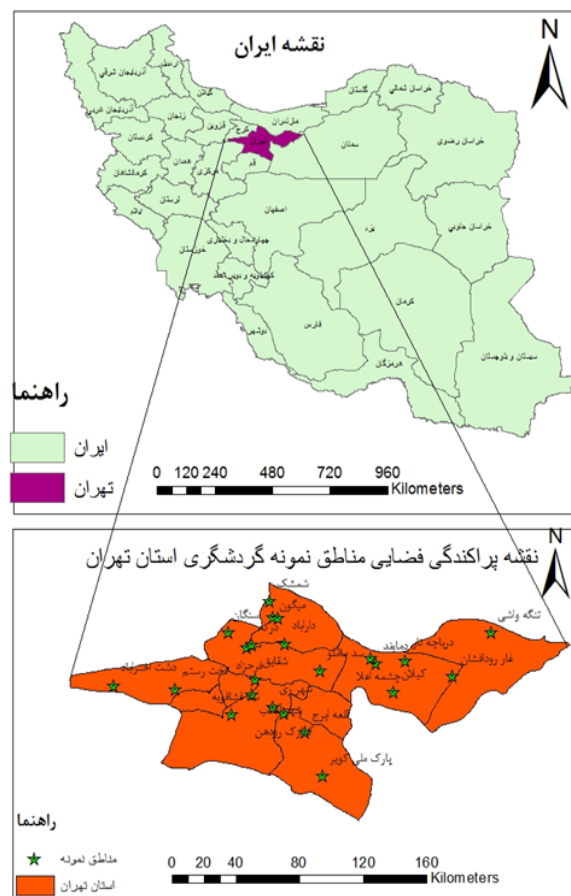
مومنی و همکاران در مقاله‌ای تحت عنوان "مکان‌یابی بهینه مناطق نمونه گردشگری (مطالعه موردی: استان سیستان و بلوچستان)" با بهره‌گیری از تعداد زیادی از معیارها و شاخص‌ها از میان تعداد زیادی مکان به تعیین بهترین مکان‌ها پرداخته‌اند تا بتوانند آنها را به‌منظور طراحی طرح جامع به‌عنوان مناطق نمونه گردشگری

رتبه‌بندی قطب‌های گردشگری استان تهران با استفاده از روش TOPSIS: هر کدام از مناطق ۲۲ گانه تهران چندین جاذبه گردشگری را شامل می‌شوند. بنابراین برای ارایه الگوی بهینه توسعه مناطق نمونه گردشگری از شاخص‌های مختلفی استفاده شده است. این شاخص‌ها شامل ۱۰ مورد هستند که عبارت‌اند از: وضعیت موجود جذب گردشگران، تاثیر بر کاهش آلودگی هوای تهران، تاثیرات مثبت اقتصادی مانند اشتغال‌زایی بومی، عملی‌بودن توسعه در منطقه، اقلیم مناسب، واقع‌شدن در یک ویژگی خاص، وضعیت بصری مناسب، تجانس جاذبه منطقه با محیط اطراف، اثرات مثبت زیست‌محیطی و وضعیت دسترسی به جاذبه‌ها که از میان آنها تعداد گردشگران جذب‌شده به نفر و سایر شاخص‌ها از ۱ تا ۱۰۰ براساس اطلاعات جمع‌آوری‌شده امتیازبندی شده است. بنابراین به‌منظور پیاده‌سازی آن در TOPSIS قدم اول تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری است که باید به شکل استاندارد درآید تا داده‌های آنها با همدیگر قابلیت مقایسه پیدا کنند. ماتریس استاندارد داده‌های موجود و وزن هر یک از شاخص‌ها نشان داده شده است (جدول ۱).

در ادامه براساس محاسبات انجام‌شده مقدار ایده‌آل مثبت و ایده‌آل منفی به دست آمد (جدول ۲).

در نهایت مقدار نزدیکی هر یک از مناطق به مقدار ایده‌آل براساس ضریب C_i مورد محاسبه قرار گرفت و رتبه هر یک از مناطق نمونه گردشگری به دست آمد (جدول ۳).

منطقه نمونه گردشگری شهری در مقام اول این رده‌بندی قرار گرفته است که دلیل این امر تعداد زیاد گردشگران ورودی به آن است؛ در رتبه‌های بعدی نیز تنگه واشی، درکه، میگون و اوشان فشم قرار دارند. در رده‌های انتهایی این تقسیم‌بندی نیز به ترتیب از آخر دشت شقایق، سد ماملو، سد فشافویه و منطقه نمونه گردشگری شهر آفتاب قرار دارند.



شکل ۱) معرفی منطقه مورد مطالعه؛ منبع: نگارنده

جدول ۱) ماتریس استاندارد داده‌های موجود

منطقه نمونه گردشگری	وضعیت موجود جذب گردشگران	تاثیر بر کاهش آلودگی هوای تهران	تاثیرات اقتصادی مانند اشتغال‌زایی بومی	عملی‌بودن توسعه	اقلیم مناسب	واقع‌شدن در یک ویژگی خاص	وضعیت بصری مناسب	تجانس منطقه با محیط اطراف	اثرات مثبت زیست‌محیطی	وضعیت دسترسی (جاده‌های ارتباطی)
شهر ری	۰/۹۰۵	۰/۱۶۴	۰/۲۳۴	۰/۱۹۹	۰/۱۷۷	۰/۱۷۲	۰/۱۹۱	۰/۱۶۳	۰/۱۹۶	۰/۲۵۶
سد ماملو	۰/۰۰۲	۰/۱۴۹	۰/۱۵۶	۰/۲۱۵	۰/۱۹۳	۰/۱۴	۰/۱۴۷	۰/۱۴۸	۰/۱۲۱	۰/۱۵۱
دماوند	۰/۰۰۹	۰/۲۳۸	۰/۲۳۴	۰/۲۱۵	۰/۲۴۱	۰/۲۵	۰/۲۳۵	۰/۲۲۳	۰/۲۲۷	۰/۲۱۱
کیلان	۰/۰۰۲	۰/۲۲۳	۰/۲۱۵	۰/۲۲۲	۰/۲۲۵	۰/۲۳۴	۰/۲۳۵	۰/۲۲۳	۰/۲۴۲	۰/۱۸۱
فرحزاد	۰/۰۶۸	۰/۱۳۴	۰/۱۹۵	۰/۱۶۶	۰/۲۲۵	۰/۲۰۳	۰/۱۹۱	۰/۱۶۳	۰/۱۵۱	۰/۲۲۶
دارایاد	۰/۰۰۵	۰/۱۳۴	۰/۱۹۵	۰/۱۹۹	۰/۱۷۷	۰/۱۷۲	۰/۱۷۶	۰/۱۷۸	۰/۱۹۶	۰/۲۴۱
چشمه اعلا	۰/۰۰۱	۰/۲۰۸	۰/۲۳۴	۰/۲۱۵	۰/۲۲۵	۰/۲۳۴	۰/۲۳۵	۰/۲۵۲	۰/۲۲۷	۰/۱۸۱
سد فشافویه	۰/۰۰۱	۰/۱۴۹	۰/۱۵۶	۰/۱۸۲	۰/۱۹۳	۰/۲۰۳	۰/۱۶۱	۰/۱۴۸	۰/۱۲۱	۰/۱۸۱
کنارک رودهن	۰/۰۰۴	۰/۱۹۴	۰/۲۱۵	۰/۱۸۲	۰/۲۰۹	۰/۲۰۳	۰/۱۹۱	۰/۱۷۸	۰/۱۶۶	۰/۲۴۱
تنگه واشی	۰/۴	۰/۲۵۳	۰/۲۱۵	۰/۱۶۶	۰/۱۹۳	۰/۲۳۴	۰/۲۴۹	۰/۲۵۲	۰/۲۴۲	۰/۱۹۶
میگون	۰/۰۵۲	۰/۲۵۳	۰/۲۵۴	۰/۲۸۲	۰/۲۹	۰/۲۳۴	۰/۲۴۹	۰/۲۲۳	۰/۲۲۷	۰/۲۴۱
دشت اخترآباد	۰/۰۰۴	۰/۱۷۹	۰/۱۹۵	۰/۲۳۲	۰/۱۲۹	۰/۱۵۶	۰/۱۳۲	۰/۱۷۸	۰/۲۱۱	۰/۲۱۱
درکه	۰/۰۲۶	۰/۲۶۸	۰/۲۱۵	۰/۲۶۵	۰/۳۰۶	۰/۲۶۵	۰/۲۳۵	۰/۲۶۷	۰/۲۵۷	۰/۲۱۱
دریاچه تار	۰/۰۰۵	۰/۲۵۳	۰/۲۱۵	۰/۱۹۹	۰/۲۰۹	۰/۲۱۸	۰/۲۲	۰/۲۲۳	۰/۲۴۲	۰/۱۸۱
قلعه ایرج	۰/۰۵۴	۰/۲۰۸	۰/۱۹۵	۰/۱۸۲	۰/۱۹۳	۰/۱۸۷	۰/۱۹۱	۰/۱۹۳	۰/۲۱۱	۰/۱۳۶
غار رودافشان	۰/۰۰۳	۰/۲۶۸	۰/۱۷۶	۰/۲۴۸	۰/۲۵۸	۰/۲۶۵	۰/۲۳۵	۰/۲۸۲	۰/۲۵۷	۰/۱۹۶
پارک ملی کویر	۰/۰۵۴	۰/۱۹۴	۰/۱۹۵	۰/۲۱۵	۰/۱۲۹	۰/۱۷۲	۰/۱۹۱	۰/۲۲۳	۰/۲۴۲	۰/۱۳۶
سنگان	۰/۰۰۵	۰/۲۲۳	۰/۲۱۵	۰/۲۱۵	۰/۱۹۳	۰/۲۱۸	۰/۲۳۵	۰/۲۲۳	۰/۲۱۱	۰/۱۹۶
شقایق	۰/۰۲۶	۰/۱۶۴	۰/۱۹۵	۰/۰۶۶	۰/۱۶۱	۰/۰۹۴	۰/۱۹۱	۰/۰۳	۰/۰۳	۰/۳۰۱
شهر آفتاب	۰/۰۰۵	۰/۱۴۹	۰/۱۹۵	۰/۱۴۹	۰/۱۲۹	۰/۱۵۶	۰/۱۳۲	۰/۱۴۸	۰/۱۶۶	۰/۲۱۱
شمشک	۰/۰۵۹	۰/۲۲۳	۰/۲۳۴	۰/۲۱۵	۰/۱۹۳	۰/۲۵	۰/۲۴۹	۰/۲۶۷	۰/۲۴۲	۰/۱۹۶
تخت رستم	۰/۰۰۴	۰/۲۰۸	۰/۱۹۵	۰/۱۸۲	۰/۱۴۵	۰/۲۰۳	۰/۲۰۵	۰/۲۰۸	۰/۲۲۷	۰/۱۹۶
اوشان فشم	۰/۰۵۴	۰/۲۵۳	۰/۲۳۴	۰/۲۶۵	۰/۲۷۴	۰/۲۳۴	۰/۲۴۹	۰/۲۳۸	۰/۲۲۷	۰/۲۴۱
وزن شاخص‌ها	۰/۱	۰/۱۷	۰/۱۳	۰/۰۶۶	۰/۰۹۷	۰/۰۷۷	۰/۰۶۵	۰/۰۸۴	۰/۱۲	۰/۰۹۱

ارایه الگوی بهینه توسعه فضایی مناطق نمونه گردشگری در استان تهران با استفاده از روش... ۸۱
داده شود. در نهایت به منظور خوشه‌بندی مناطق از نتایج به دست آمده از تکنیک TOPSIS در نرم‌افزار ArcGIS10.2 استفاده شد.

یافته‌ها

استان تهران در راستای توسعه فضایی بهینه صنعت گردشگری به ۳ خوشه تقسیم شد که در آن برای توسعه، نواحی شرقی و شمالی استان (مناطق نمونه واقع در شهرستان‌های فیروزکوه، دماوند و شمیرانات) در خوشه ۱، نواحی غربی، مرکزی و جنوب شرقی استان (مناطق نمونه واقع در شهرستان‌های ورامین، پاکدشت، تهران و شهریار) در خوشه ۲ و در نهایت نواحی جنوب غربی (مناطق نمونه واقع در شهرستان‌های اسلام‌شهر، رباط‌کریم و شهرری) به منظور توسعه فضایی در آینده در خوشه ۳ قرار گرفتند.

بحث

امروزه گردشگری که از آن به عنوان صنعت پاک تعبیر می‌شود به صورت ابزاری توانمند، نقش غیرقابل‌انکاری را در تغییر و شکل‌دهی به محیط بازی می‌کند و می‌تواند جریان کار و فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی را هدایت نموده و در این زمینه با برنامه‌ریزی و مدیریت عقلایی، سود قابل ملاحظه‌ای را عاید مناطق اعم از شهرها و روستاها و دولت نماید. استان تهران نیز که در این زمینه دارای توانمندی‌های زیادی است (در زمینه‌های مختلف گردشگری تفریحی، گردشگری تاریخی و گردشگری مذهبی) می‌تواند در سطوح مختلف محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی ایفای نقش نموده و در برنامه‌های توسعه استان نقش قابل ملاحظه‌ای را در اقتصاد بر عهده بگیرد. همچنین در استان نیز نقش همه مناطق با توجه به اهداف و شاخص‌های تاثیرگذار در آنها یکسان نبوده و تفاوت چشمگیری را با یکدیگر نشان می‌دهند.

با توجه به اهداف مطرح‌شده در این پژوهش و با در نظر گرفتن همه جوانب وضعیت موجود در استان مشخص می‌شود که نمی‌توان سرمایه‌گذاری‌هایی که باید در این بخش انجام بگیرد را به صورت مساوی بین همه مناطق تقسیم‌بندی نمود زیرا دادن این امکان به بعضی از مناطق توجیه اقتصادی نداشته و برخی دیگر از مناطق نیز با کمبود منابع مواجه شده و در حد ظرفیت آنها نخواهد بود؛ بنابراین ابتدا به سطح‌بندی مناطق براساس شاخص‌های تعریف‌شده پرداخته شد که نتایج حاصل نشان می‌دهد، منطقه نمونه گردشگری شهرری در رتبه اول این تقسیم‌بندی قرار گرفته است؛ دلیل این مهم آن است که در این شهر گردشگری مذهبی (به دلیل وجود حرم حضرت عبدالعظیم) بسیار بیشتر از سایر انواع آن برجسته است (به طور میانگین سالانه حدود ۱۰ میلیون نفر). در رده‌های بعدی نیز عموماً مناطقی قرار گرفته‌اند که در نواحی شرقی و شمالی استان تهران قرار گرفته‌اند. این امر نیز می‌تواند به دلیل شرایط مستعد آب و هوایی در فصول مختلف سال و تناسب آن با نوع گردشگری موجود در این مناطق باشد. همچنین نواحی جنوب غربی استان در رده‌های پایینی قرار گرفته‌اند که نشان‌دهنده اهمیت کمتر آنها برای گردشگران با توجه به وضعیت موجود آنها است. با مدیریت مناسب می‌توان با در نظرگیری این خوشه‌ها توسعه گردشگری را در استان به شکل پایدار درآورد.

از محدودیت‌های پژوهش می‌توان به دو مورد اشاره نمود. ۱. کمبود اطلاعات برای نتیجه‌گیری بهتر؛ ۲. انجام پژوهش در یک بازه زمانی خاص که شاید قابل تعمیم برای مدت طولانی نباشد. پیشنهادت پژوهش در سه بخش ارایه می‌شوند:

جدول ۲) ایده‌آل مثبت و منفی

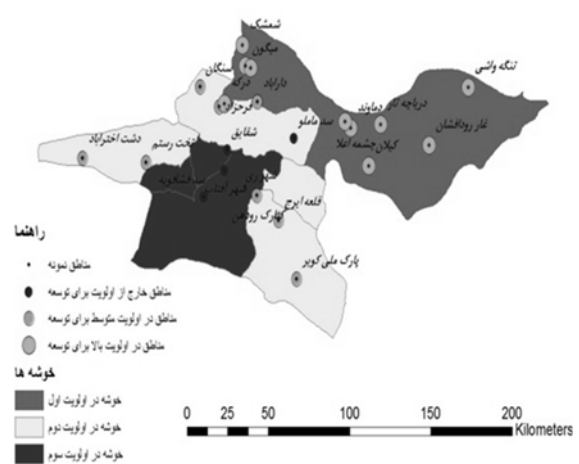
شاخص	ایده‌آل مثبت	ایده‌آل منفی
وضعیت موجود جذب گردشگران	۰/۰۹۰۵	۰/۰۰۰۱
تاثیر بر کاهش آلودگی هوای تهران	۰/۰۴۵۶	۰/۰۲۲۸
تاثیرات اقتصادی مانند اشتغال‌زایی بومی	۰/۰۳۳۳	۰/۰۲۰۳
عملی‌بودن توسعه	۰/۰۱۸۶	۰/۰۰۴۴
اقلیم مناسب	۰/۰۲۹۷	۰/۰۱۲۵
واقع شدن در یک ویژگی خاص	۰/۰۲۰۴	۰/۰۰۷۲
وضعیت بصری مناسب	۰/۰۱۶۲	۰/۰۰۸۶
تجانس جاذبه منطقه با محیط اطراف	۰/۰۲۳۷	۰/۰۰۲۵
اثرات مثبت زیست‌محیطی	۰/۰۳۰۸	۰/۰۰۳۶
وضعیت دسترسی (جاده‌های ارتباطی)	۰/۰۲۷۴	۰/۰۱۲۳

منبع: نگارنده

جدول ۳) رتبه‌بندی مناطق نمونه گردشگری بر اساس ضریب Ci

مناطق نمونه	رتبه	ضریب Ci	مجموع ایده‌آل‌ها	ایده‌آل منفی	ایده‌آل مثبت
شهرری	۱	۰/۷۷۷	۰/۱۲۳	۰/۰۹۵	۰/۰۲۷
سد ماملو	۲۲	۰/۱۶۵	۰/۱۱۷	۰/۰۱۹	۰/۰۹۸
دماوند	۸	۰/۳۱۲	۰/۱۳۲	۰/۰۴۱	۰/۰۹۱
کیلان	۱۰	۰/۳۰۲	۰/۱۳۲	۰/۰۴	۰/۰۹۲
فرحزاد	۱۹	۰/۲۲۷	۰/۱۱۶	۰/۰۲۶	۰/۰۹
داراباد	۱۸	۰/۲۳	۰/۱۲۴	۰/۰۲۹	۰/۰۹۵
چشمه اعلا	۱۱	۰/۲۹۸	۰/۱۳۱	۰/۰۳۹	۰/۰۹۲
سد فشافویه	۲۱	۰/۱۷۳	۰/۱۱۸	۰/۰۲	۰/۰۹۷
کنارک رودهن	۱۶	۰/۲۴۱	۰/۱۲۳	۰/۰۳	۰/۰۹۳
تنگه واهی	۲	۰/۵۱۹	۰/۱۱۱	۰/۰۵۸	۰/۰۵۴
میگون	۴	۰/۳۵	۰/۱۳۲	۰/۰۴۶	۰/۰۸۶
دشت اخترآباد	۱۷	۰/۲۴	۰/۱۲۵	۰/۰۳	۰/۰۹۵
درکه	۳	۰/۳۵۹	۰/۱۳۸	۰/۰۵	۰/۰۸۸
دریاچه تار	۹	۰/۳۰۷	۰/۱۳۲	۰/۰۴۱	۰/۰۹۲
قلعه ایرج	۱۵	۰/۲۶۶	۰/۱۲۱	۰/۰۳۲	۰/۰۸۹
غار رودافشان	۶	۰/۳۴۲	۰/۱۳۹	۰/۰۴۸	۰/۰۹۱
پارک ملی کویر	۱۳	۰/۲۷۹	۰/۱۲۵	۰/۰۳۵	۰/۰۹
سنگان	۱۲	۰/۲۸۴	۰/۱۲۹	۰/۰۳۶	۰/۰۹۲
شقایق	۲۳	۰/۱۵۱	۰/۱۱۷	۰/۰۱۸	۰/۰۹۹
شهر آفتاب	۲۰	۰/۱۸۷	۰/۱۱۹	۰/۰۲۲	۰/۰۹۷
شمشک	۷	۰/۳۲۸	۰/۱۲۹	۰/۰۴۲	۰/۰۸۶
تخت رسم	۱۴	۰/۲۶۶	۰/۱۲۷	۰/۰۳۴	۰/۰۹۴
اوشان فشم	۵	۰/۳۴۵	۰/۱۳۱	۰/۰۴۵	۰/۰۸۶

منبع: نگارنده



شکل ۲) نقشه خوشه‌بندی مناطق نمونه گردشگری؛ منبع: نگارنده

برای خوشه‌بندی این مناطق در محیط GIS، از نتایج به دست آمده از تکنیک تاپسیس (ضریب Ci) استفاده شد که با استفاده از ابزار Count Rendering اقدام به خوشه‌بندی آنها شد (شکل ۲). برای وزن‌دهی به شاخص‌ها با توجه به شاخص‌های پژوهش از ۳۰ نفر خواسته شد که بین صفر تا ۱ با توجه به اهمیت هر کدام پاسخ

- decision-making techniques. Geogr Sustain Environ. 2012;2(4):75-94. [Persian]
- 7- Mahmudinezhad H, Bemaniyan M. Basics of rural tourism planning and development. Tehran: Hele; 2009. [Persian]
- 8- Momeni M, Taghipour Javi M, Mostaghassi Sh. Optimal location of sample tourism destinations (Case study of Sistan and Baluchestan province). Geogr J Tour Space. 2013;2(8):113-42. [Persian]
- 9- Roknodin Eftekhari A, Pourtaheri M, Aghamohamadi M. The role of tourism sample areas in development of nomadic lands (Case study: Alvand tourism sample area in Hamadan). Tour Dev. 2012;1(1):59-75. [Persian]
- 10- Gunn CA, Var T. Tourism planning: Basics, concepts, cases. Hove: Psychology Press; 2002.
- 11- World Tourism Organization. UNWTO annual report, A year of recovery [Internet]. Madrid: World Tourism Organization; 2011 [cited 2017 Dec 16]. Available from: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/final_annual_report_pdf_3.pdf.
- 12- Ferreira, João M, Estevão CMS. Regional competitiveness of a tourism cluster: A conceptual model proposal. Encontros Cient-Tour Manag Stud. 2009;(5):37-51.
- 13- Mansouri E. Cluster development projects (programs and achievements) [Internet]. Tehran: Iran Small Industries and Industrial Parks Organization; 2008 [cited 2016 Nov 08]. Available from: Not Found. [Persian]
- 14- Santos C, Almeida A, Teixeira AAC. Searching for clusters in tourism, A quantitative methodological proposal [Internet]. Porto: Universidade do Porto, Faculdade de Economia do Porto; 2008 [cited 2017 Jul 13]. Available from: <https://ideas.repec.org/p/por/fepwps/293.html>.
- 15- Statistical Center of Iran. Basic information of Tehran province [Internet]. Tehran: Statistical Center of Iran; 2013 [cited 2015 Apr 3]. Available from: Not Found. [Persian]
- 16- Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization of Iran. Typical tourism areas in government regulations [Internet]. Tehran: Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization of Iran; 2015 [cited 2016 Jul 25]. Available from: Not Found. [Persian]
- 17- Harati Fard S. The role of informing touring and tourism services offices of Tehran city in the developments of tourism in Tehran province. [Dissertation]. Tehran: Islamic Azad University, Central Tehran Branch; 2009. [Persian]

۱. تلاش در راستای افزایش شاخص‌ها و مطالعه موردی و دقیق در ارتباط با عوامل توسعه و سنجش گردشگری
۲. انجام پژوهش‌ها به صورت متوال در زمینه توسعه گردشگری به منظور برنامه ریزی بهتر
۳. استفاده از روش‌های مختلف علمی برای شناسایی عوامل موثر بر توسعه گردشگری

نتیجه‌گیری

به منظور آرایه الگوی بهینه توسعه فضایی مناطق نمونه گردشگری در استان تهران با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره TOPSIS، خوشه از یکدیگر تفکیک می‌شوند که مناطق واقع در نواحی شرقی و شمالی استان در خوشه ۱، مناطق واقع در نواحی غربی، مرکزی و جنوب شرقی در خوشه ۲ و مناطق واقع در نواحی جنوب غربی در خوشه ۳ قرار می‌گیرند.

تشکر و قدردانی: تشکر و قدردانی از خانم دکتر زهرا احمدی پور که برای پژوهش حاضر زحمات فراوانی را متقبل شدند.

تاییدیه اخلاقی: موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

تضاد منافع: موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

منابع مالی: موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

منابع

- 1- Yavari K, Rezagholizadeh M, Aghaei M, Mostafavi SMH. The effect of tourism on economic growth: The case of OIC member countries. J Econ Res. 2010;45(2):219-42. [Persian]
- 2- Reid LJ, Smith SLJ, McCloskey R. The effectiveness of regional marketing alliances: A case study of the Atlantic Canada tourism partnership 2000-2006. Tour Manag. 2008;29(3):581-93.
- 3- Sharpley R. Rural tourism and the challenge of tourism diversification: The case of Cyprus. Tour manag. 2002;23(3):233-44.
- 4- Jamrozy U. Marketing of tourism: A paradigm shift toward sustainability. Int J Cult, Tour Hosp Res. 2007;1(2):117-30.
- 5- Abdolahi A. Convert role (function) of the old texture of Shiraz to tourist attractions, past, present, future [Dissertation]. Zahedan: University of Sistan and Baluchestan; 2009. [Persian]
- 6- Noori Gh, Fotohi S, Taghizadeh Z. The Prioritization of Kermanshah tourism poles based on the potential of tourism sample regions using TOPSIS multi-criteria