

ارزیابی توسعه خدمات و زیرساخت های گردشگری جنگ در مناطق غرب ایران (نمونه موردی: شهرستان های استان کرمانشاه)

حیدر لطفی^۱

چکیده

گردشگری جنگ از جمله فعالیتهای خدماتی است که در سالهای اخیر با سرعت زیادی در حال توسعه است. انسان محور بودن گردشگری موجب شده تا عوامل انسانی در توسعه آن نقش بسیار چشمگیری داشته باشند. احترام به قربانیان جنگها به ویژه ارج نهادن به فداکاری فرماندهان، سربازان و حتی غیرنظامیان که جان خود را در جنگ از دست دادهاند تقریباً وجه مشترک تمامی ملل و فرهنگها است. هدف تحقیق حاضر تحلیل دادهها و اطلاعات خدمات و زیرساختهای گردشگری جنگ در شهرستانهای استان کرمانشاه است. آمار و دادهها از سالنامهی آماری سال ۱۳۹۵ استخراج گردیده. برای رتبهبندی از تکنیکهای تصمیمگیری چند معیاره (COPRAS) در محیط نرمافزار SPSS استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد با توجه به معیارهای در نظر گرفته شده برای اولویتبندی شهرستانهای استان کرمانشاه از لحاظ خدمات و زیرساختهای گردشگری جنگ، کرمانشاه با امتیاز ۱ در رتبه اول از لحاظ شاخصهای خدمات و امکانات گردشگری جنگ قرار دارد، اسلام آباد غرب با امتیاز ۰,۲۳۴ در رتبه دوم، قصر شیرین با امتیاز ۰,۱۱۵ در رتبه سوم، هرسین با امتیاز ۰,۰۸۱ در رتبه دهم قرار دارد، گیلانغرب با امتیاز ۰,۰۷۱ با امتیاز، دالاهو با امتیاز ۰,۰۵۴ در رتبه دوازدهم، روانسر با امتیاز ۰,۰۴۶ در رتبه سیزدهم قرار دارد و ثلاث باباجانی با امتیاز ۰,۰۲۸ در رتبه چهاردهم قرار دارد.

واژگان کلیدی: نوسازی فرهنگی، ارزش های مادی، ارزش های غیرمادی، خانواده.

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۰۸/۱۸

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۲/۲۰

مقدمه

به وجود آمدن تفاوت های مکانی و شکاف عمیق شاخص های توسعه میان نواحی به ویژه فضاها، موجب طرح راهبرد هایی شد که موجب شکل گیری روند بودجه ریزی و سرمایه گذاری دولت به سمت کاستن از تفاوت ها و کمبودها در سکونتگاه های جغرافیایی گردید (Bazzi & Moammeri, 2017: 98). نابرابری های توسعه، می تواند شکاف های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را عمیق تر نماید. این موضوع در ایران به دلیل تنوع مذهبی و فرهنگی اهمیت بیشتری دارد. مناطق مرزی در هر کشوری دارای ویژگی های خاصی بوده و به طور اساسی با مناطق داخلی کشور تفاوت هایی دارند. از نظر ساختار فضایی، مناطق مرزی علاوه بر ویژگی دوری از مرکز، دارای ویژگی های کالبدی خاص مناطق مرزی هستند که باعث تشدید گسستگی فضایی و توسعه نیافتگی آنها می شود (Nami, 2012: 175).

در برنامه ریزی گردشگری، لازم است که برخوردی متفاوت و متناسب با قابلیت های مقصدهای گردشگری صورت گیرد و برای تعیین این امر لازم است مقصدهای گردشگری یک منطقه سطح بندی شوند (Ziaei & Shojaei, 2010: 37). از این رو سطح بندی مقصدهای گردشگری به عنوان یک راهبرد و استراتژی به منظور کاستن از عدم توازن های منطقه ای و سرزمینی مورد استفاده قرار می گیرد. سطح بندی، در واقع تعیین لایه های لازم یک سازمان است که بر حسب تفکیک مقیاس های کمی، واحدها را در سطوح مشابه سازماندهی می نماید. دامنه های کمی به گونه ای انتخاب می شوند که اختلاف سطوح، اختلاف کمی وظایف و عملکردها را بیان می کند (Khezri & et al, 2013: 42). از این جهت و به منظور تنظیم برنامه های متناسب با شرایط و امکانات مناطق گردشگری با هدف کاهش نابرابری های منطقه ای، شناخت و درک تفاوت های موجود میان مناطق و نواحی مختلف امری ضروری است. در غیر این صورت، هر اقدامی که در زمینه برنامه ریزی و توسعه اقتصادی- اجتماعی تدوین گردد، با شکست مواجه شده و هدر رفت منابع را به دنبال خواهد داشت. با این حال امروزه، در بین کشورها نیاز به تحلیل مسایل مربوط به فعالیت گردشگری از طریق به کارگیری روش های دقیق کمی کاربردی و منطقی، برای مدیریت بهینه نواحی و مکانهای گردشگری بیش از پیش احساس شده است (تقدیسی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۹۸). برای توسعه موفق گردشگری، وجود زیرساخت های مناسب ضروری است، و به ویژه برای کشورها و مناطق کمتر توسعه یافته که اغلب زیرساخت های محدودی دارند، وجود و گسترش آن عاملی حیاتی به شمار می رود (Inskip, 1991: 119). تعیین قطب ها و مراکز برتر و رتبه بندی آنها در توسعه گردشگری به منظور خدمات رسانی بهتر، عدالت اجتماعی و اقتصادی در سطح نواحی ضروری است (Shamaei & Mousivand, 2011: 26). سطح بندی نواحی گردشگری معیاری برای تعیین مرکزیت و همچنین تعیین زیرساخت های مورد نیاز و تعدیل نابرابری بین نواحی است. در پژوهش های گردشگری تا دهه ۱۹۹۰ مطالب اندکی در مورد سطح بندی نواحی گردشگری انتشار یافته است، اما طی چند دهه اخیر محققان به سطح بندی گردشگری در مقیاس منطقه ای، ملی و بین المللی و ناحیه ای پرداخته اند (Law Christofher, 2000: 120).

میلیون ها گردشگر سالانه از مکان های تاریخی مربوط به جنگ در سراسر دنیا بازدید می کنند و پیش بینی شده گردشگری جنگ در قرن ۲۱ نه تنها یک زیرمجموعه مهم در گردشگری تلخ خواه بود، بلکه خود تبدیل به یکی از انواع پرطرفدار گردشگری در جهان خواهد شد (Smith, 1998: 205). پیوند مابین گردشگری و جنگ از دیرباز وجود داشته است و این دو در تضاد با هم نیستند. چرا که برری نشان داده مناطق جنگی به خصوص جنگ های تاریخی که برای خود نامی در تاریخ دست و پا کرده اند، به عنوان جاذبه های گردشگری مطرح بوده است (Saghaei, 2017: 157).

مبانی نظری

گردشگری جنگ آن گونه که در جهان شکل گرفته و مقاصدی که در زمینه جذب این گونه از گردشگری فعال هستند چیزی فراتر از تنوع و سرگرمی را در انگیزش سفر گردشگری در دل دارد و این خود شناخت این گونه از گردشگری را که زیرشاخه گردشگری

تلخ است، با توجه به قابلیت های موجود دو چندان ضرورت بخشیده و لازم می دارد تمامی ابعاد این گونه از گردشگری به خصوص بنیان های معرفتی آن به دقت مطالعه و بررسی شود (Saghaei, 2017: 157). اساسا بسیاری از حوادث، رویدادها و پدیده ها در جهان معاصر، امکان تبدیل شدن به محصول و مقصد گردشگری را دارند (Wight, 2005: 120) که در قالب یک زنجیره گردشگری در ابعاد منطقه ای، ملی و بین المللی به جذب گردشگر می پردازند. در این زنجیره گردشگری، به سان یک شاخه اصلی، انواع مختلفی از انگیزه ها، مقاصد و جریان ها پیرامون گونه های مرتبط با هم گردشگری شکل می گیرد، از جمله زنجیره گردشگری جنگ که قابلیت تلفیقی دارد و زیرمجموعه ای از گردشگری تلخ محسوب می شود.

گردشگری جنگ از جمله فعالیت های خدماتی است که در سال های اخیر با سرعت زیادی در حال توسعه است. انسان محور بودن گردشگری موجب شده تا عوامل انسانی در توسعه آن نقش بسیار چشمگیری داشته باشند. احترام به قربانیان جنگ ها به ویژه ارج نهادن به فداکاری فرماندهان، سربازان و حتی غیرنظامیان که جان خود را در جنگ از دست داده اند تقریبا وجه مشترک تمامی ملل و فرهنگ ها است (Nasrabadi, 2005: 79).

ارتباط بین جنگ و گردشگری از دو جنبه قابل بررسی است؛ یکی از منظر نقش و اهمیتی که گردشگری، در برقراری صلح و آرامش، خصوصا بین کشورهای همسایه و در خطوط مرزی دارد و دیگر ارتباط بین جنگ و مکان های یادبودی جنگ، سنگرهای نظامی، سلاح های جنگ و مانند آن، در زمان حاضر از منابع گردشگری محسوب می گردند و این قابلیت را دارند که بعد از جنگ تبدیل به جاذبه گردشگر شوند (Mahmoodzadeh & et al, 2014: 115).

سطح بندی: سطح بندی، عبارت از تعیین لایه های لازم یک سازمان است که برحسب تفکیک مقیاس های کمی، واحدها را در سطوح مشابه سازمان دهی می کند. دامنه های کمی به گونه ای انتخاب می شوند که اختلاف سطوح، اختلاف کیفی وظایف و عملکردها را بیان کند (Ziaei & Shojaei, 2010: 35). سطح بندی مقاصد گردشگری، بخشی از فرایند برنامه ریزی فضایی در یک منطقه است؛ زیرا هدف برنامه ریزی فضایی، شناخت منابع سرزمین و چگونگی بهره برداری از این منابع همراه با پیش بینی وضعیت آینده استقرار مطلوب انسان و عملکرد وی در طبیعت به منظور تأمین رشد معقول، متوازن و مطلوب اقتصادی بر پهنه سرزمین و جلوگیری از بروز نامتعادلی و بازتاییده های تخریبی در فضای سرزمین است (Masoomi Ashkoori, 2008: 18).

تعیین قطب ها و مراکز برتر و رتبه بندی آنها در توسعه گردشگری به منظور خدمات رسانی بهتر، عدالت اجتماعی و اقتصادی در سطح نواحی ضروری است سطح بندی ممکن است به صورت روابط منسجم از کوچک به بزرگ و نظم سلسله مراتبی باشد. باید در نظر داشت سطح بندی گردشگری، مفهوم متفاوتی از منطقه بندی گردشگری است؛ به طوری که ممکن است در یک سطح، چندین منطقه و مقصد با نقش ها و گونه های متفاوت گردشگری (تاریخی، فرهنگی، طبیعت گرا، تجاری، مذهبی و ...) وجود داشته باشد؛ علاوه بر این در مفهوم سطح بندی، همگرایی ها، تجانس ها و متغیرهای مختلف مناطق، چندان اثرگذار نیستند؛ بلکه این توان توسعه گردشگری است که مقاصد مختلف یک منطقه را در یک سطح قرار می دهد. در سطح بندی گردشگری، مقاصد با قابلیت ها و توان های گردشگری هم ارزش و هم تراز در یک سطح قرار می گیرند؛ نه آنکه در ساختار عمودی رتبه بندی شوند (Kazemi, 2008: 85).

زیرساخت گردشگری: یکی از عوامل مهم در جذب گردشگر، وجود تجهیزات و تسهیلات گردشگری است. این تأسیسات واحدهایی هستند که به قصد ارائه خدمات برای پذیرایی، اقامت و خدمات مسافرتی به مسافران یا میهمانان براساس ضوابط و مقررات آیین نامه مربوط به تأسیسات گردشگری کشور ایجاد می شوند (Dinari, 2005: 82). تأسیسات گردشگری در مجموع به سه گروه عمده تأسیسات اقامتی، پذیرایی و حمل و نقل و ارتباطات طبقه بندی می شود (Rezvani, 2008: 140).

براساس مطالب بالا یکی از اقدامات مهم در نظم بخشیدن به روند توسعه گردشگری، شناسایی توان ها و جاذبه های گردشگری و اولویت بندی آنهاست. این فرایند مستلزم استفاده از روش های علمی و دقیق و مرتبط است که براساس یافته های پژوهش زمینه اجرای دستاوردها فراهم شود.

در ارتباط با موضوع پژوهش، مطالعاتی صورت گرفته است که با توجه به اهمیت هر کدام در زیر به آن‌ها اشاره می‌شود: صحنه و معماری (۱۳۹۶)، در پژوهشی به الویت بندی امکانات توسعه گردشگری و توزیع فضایی آن در سطح استان گلستان با استفاده از تکنیک های تصمیم گیری چندمعیاره (SAW-TOPSIS VIKOR) پرداخته اند و نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که شهرستان های گرگان به عنوان مرکز سیاسی- اداری با ضریب امتیاز (۱۳) و گنبد کاووس با ضریب امتیاز (۱۱) با کسب رتبه اول از نظر برخورداری از شاخص های گردشگری از وضعیت مطلوبی برخوردارند و شهرستان های گمیشان با ضریب امتیاز (۱۱-) و مراوه تپه با ضریب امتیاز (۱۳-) در وضعیت محروم و ۱۰ شهرستان دیگر استان در وضعیت نیمه برخوردار قرار دارند.

قنبری و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان رتبه بندی شهرستان های استان آذربایجان شرقی بر اساس زیرساخت های گردشگری شهری با روش های تصمیم گیری چند معیاره (SAW TOPSIS) و ضریب چولگلی پیرسونی به این نتیجه رسیدند که اولاً شهرستان های تبریز، مراغه و شبستر، سه شهرستان اول و شهرستان های ورزقان، چاراویماق و خداآفرین، سه شهرستان آخر در رتبه بندی شهرستان های استان آذربایجان شرقی بر اساس برخورداری از زیرساخت های گردشگری شهری می باشند.

پوراحمد و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی با بهره گیری از مدل های تصمیم گیری چندمعیاره (VIKOR, TOPSIS, ELECTR) به ارزیابی قابلیت های گردشگری استان سمنان پرداخته اند و نتایج حاکی از عدم توزیع نامتعادل و نابرابر زیرساخت ها و ظرفیت های گردشگری در سطح استان بوده است.

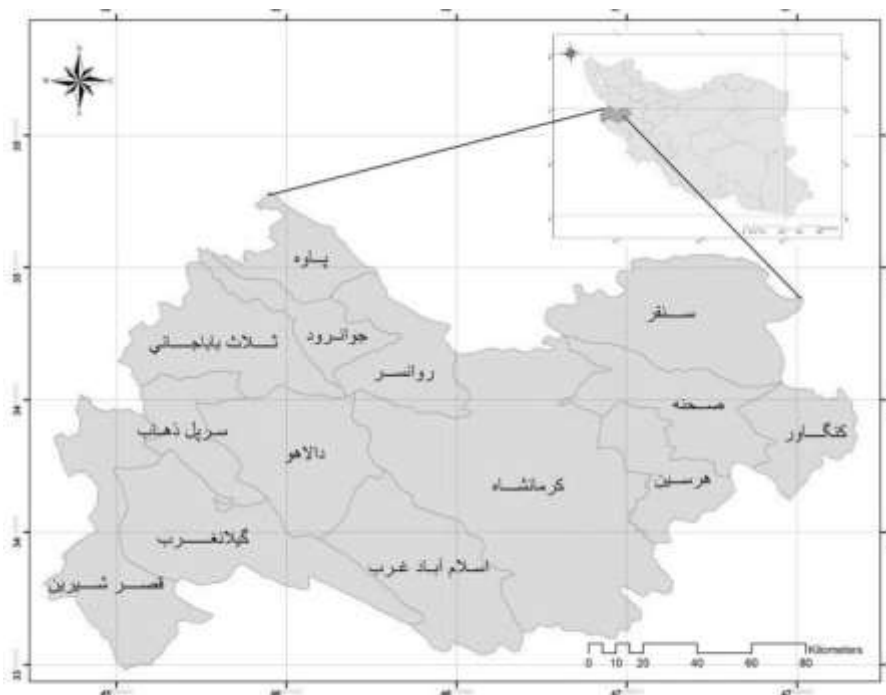
خادم‌الحسینی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش «سطح بندی مناطق نمونه گردشگری استان خوزستان» از تکنیک تحلیل عاملی به منظور سطح بندی مناطق نمونه گردشگری استفاده کرده اند. بر اساس نتایج تکنیک تحلیل عاملی، منطقه نمونه گردشگری فتح‌المبین با شاخص ترکیبی ۷,۶ در بالاترین رتبه و منطقه نمونه گردشگری انشان با شاخص ترکیبی ۷,۲۴- در پایین ترین رتبه از سطح بندی قرار گرفته است.

تقوایی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش «سطح بندی شهرستان های استان یزد از لحاظ زیرساخت های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS و AHP بیان داشته اند با توجه به معیارهای در نظر گرفته شده برای سطح بندی شهرستان ها، شهرستان های یزد، اردکان و تفت از طریق مدل TOPSIS به ترتیب در سطح یک تا سه از نظر داشتن زیرساخت های گردشگری قرار دارند.

هیانگ و پینگ (۲۰۱۲)، در تحقیق خود با مدل فازی و TOPSIS به ارزیابی رقابت در صنایع گردشگری در نه کشور جنوب شرق آسیا پرداختند. این مطالعه در سال ۲۰۰۹ با استفاده از شش معیار (در دسترس بودن جاذبه ها، حمل و نقل مناسب، قیمت مناسب، امنیت، بازار عرضه محصولات، مناظر طبیعی) و ۱۵ زیر شاخص که از سوی کارشناسان در بخش های مختلف وزن بندی شده اند و در نهایت ارزیابی انجام گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که در رتبه بندی از بین نه کشور، بر اساس معیارهای یادشده، به ترتیب چین، ژاپن، هنگ کنگ، مالزی، تابلند، سنگاپور، تایوان، کره، و فیلیپین بهترین عملکرد را به خود اختصاص داده اند.

محدوده مورد مطالعه

استان کرمانشاه با مساحتی معادل ۲۴۴۳۴/۲۵ کیلومتر مربع از شمال به استان کردستان، از جنوب به استان های لرستان و ایلام، از شرق به استان همدان و از غرب به کشور عراق محدود است. بر اساس سرشماری ۱۳۹۰ جمعیت استان کرمانشاه ۱۹۴۵۲۲۷ نفر بوده است (Population and Housing Census, 2011). بر اساس آخرین تقسیم بندی کشوری، استان کرمانشاه دارای ۱۴ شهرستان، ۲۸ شهر، ۲۹ بخش و ۸۵ دهستان است.



شکل (۱): موقعیت استان کرمانشاه (منبع: نگارندگان، ۱۳۹۸)

روش تحقیق

تحقیق حاضر با ماهیت توسعه ای- کاربردی، و روش توصیفی - تحلیلی، به ارزیابی پراکنش مکانی- فضایی زیرساخت های گردشگری دفاع جنگ در استان کرمانشاه پرداخته است. برای تحلیل داده های مربوط به زیرساخت-های گردشگری استان کرمانشاه از داده ها و ارقام سالنامه آماری سال ۱۳۹۵ دریافت شده از سازمان برنامه و بودجه واحد آمار و اطلاعات استخراج گردیده، از تکنیک تصمیم گیری چند معیاره COPRAS در محیط نرم افزار SPSS استفاده شده است.

یافته های پژوهش

در این پژوهش برای اولویت بندی شهرستان های چهارده گانه استان کرمانشاه از ۱۰ شاخص خدمات زیرساخت های گردشگری جنگ استفاده شده است. ابتدا متغیر های مورد نیاز با استفاده از روش نورم برای تکنیک کوپراس بی مقیاس شده است. پس از بی مقیاس سازی داده ها از روش آنترویی شانون برای وزن دهی شاخص ها استفاده شده است. پس از وزن دهی به هر یک از متغیرها به وسیله تکنیک کوپراس به رتبه بندی هر یک از شهرستان های استان کرمانشاه پرداخته شد. جدول شماره (۱) ماتریس ارزیابی اولیه را نشان می دهد:

جدول (۱): تشکیل ماتریس تصمیم گیری

۰/۰۰۲	۰/۰۱۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۶	۰/۰۰۳	۰/۰۰۸	۰/۰۰۶	۱/۰۷۷	۰/۰۰۳	۰/۱۳۸
۰/۰۰۷	۰/۰۰۱	۰/۰۰۳	۰/۰۰۵	۰/۰۰۳	۰/۰۰۶	۰/۰۰۸	۰/۱۳۱	۰	۰/۰۸۲
۰/۰۰۳	۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۳	۰	۰/۰۰۳	۰	۰	۰	۰
۰/۰۰۲	۰/۰۰۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۴	۰/۰۰۲	۰/۰۰۲	۰/۰۰۲	۰/۲۱۹	۰/۰۰۲	۰/۰۹۲
۰/۰۰۲	۰	۰/۰۰۲	۰/۰۰۳	۰/۰۰۲	۰/۰۰۲	۰	۰/۱۱۹	۰	۰
۰/۰۰۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۴	۰	۰/۱۴۵	۰	۰
۰/۰۰۴	۰/۰۰۲	۰/۰۰۲	۰/۰۰۶	۰/۰۰۱	۰/۰۰۳	۰/۰۰۱	۰/۴۲	۰/۰۰۱	۰/۰۵۱
۰/۰۰۳	۰/۰۰۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۴	۰/۰۱۱	۰/۰۰۴	۰/۰۰۴	۰/۲۱	۰/۰۰۱	۰/۰۷۵
۰/۰۰۳	۰	۰/۰۰۲	۰/۰۰۵	۰/۰۰۷	۰/۰۰۷	۰/۰۰۱	۰/۰۸۷	۰/۰۰۱	۰/۰۴۶
۰/۰۰۳	۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۵	۰/۰۰۲	۰/۰۰۳	۰/۰۲۱	۰/۴۵۶	۰/۰۰۱	۰/۰۴

۰/۰۰۶	۰/۰۱۳	۰/۰۰۵	۰/۰۲۱	۰/۰۰۹	۰/۰۴۷	۰/۰۶۳	۲/۹۲۱	۰/۰۳۶	۰/۹۳۹
۰/۰۰۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۵	۰/۰۰۳	۰/۰۰۸	۰	۰/۰۸۷	۰/۰۰۲	۰/۰۹۴
۰/۰۰۴	۰/۰۰۲	۰/۰۰۲	۰/۰۰۵	۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	۰/۲۴۴	۰	۰/۰۳۷
۰/۰۰۵	۰	۰/۰۰۲	۰/۰۰۴	۰/۰۰۲	۰/۰۰۵	۰	۰/۲۸	۰/۰۰۲	۰/۰۴۱
۰/۰۰۵	۰/۰۳۷	۰/۰۲۵	۰/۰۷۹	۰/۰۴۷	۰/۱۰۴	۰/۱۰۷	۶/۰۹۶	۰/۰۴۹	۱/۶۳۵

در جدول شماره (۲) وزن شاخص های خدمات زیرساخت های گردشگری جنگ آمده است.

جدول (۲): محاسبه وزن هر یک از معیارها بر اساس روش وزن دهی آنروپی شانون.

کارگاه های صرف غذا و نوشیدنی	۸۱۸۵۰/۰
دفاتر خدمات مسافرتی	۶۰۸۷۵۱/۰
تعداد مسافر جایگاه شده	۶۸۶۵۷۱/۰
اقامگاه های عمومی	۸۱۱۸۸۱/۰
تعداد جایگاه سوخت	۶۵۸۶۷۰/۰
تعداد اماکن متبرکه اسلامی	۸۵۸۰۹۰/۰
تعداد نمایشگاه	۶۱۸۰۹۰/۰
سالن نمایش	۷۵۶۵۱۱/۰
شرکت های تعاونی حمل و نقل	۱۵۸۱۷۰/۰
مناطق نمونه گردشگری	۶۶۷۸۶۰/۰
Wj	

گام سوم: نرمالیزه کردن ماتریس تصمیم گیری با استفاده از تابع ۱:

$$d_{ij} = \frac{q_i}{\sum_{j=1}^n x_{ij}} x_{ij}$$

نتایج نرمالیزه شده در جدول (۳) آمده است.

جدول (۳): ماتریس نرمالیزه شده شاخص ها

اسلام آباد غرب	۰/۰۲۰۱۸۴	۰/۰۲۴۱۹۷	۰/۰۶۰۰۲۶	۰/۰۱۵۰۰۰	۰/۰۲۵۷۸	۰/۰۶۰۰۰۴	۰/۰۰۷۶۹	۰/۰۳۳۸۸۷	۰/۰۹۸۰۰۰	۰/۰۷۸۷۰۰
پاوه	۰/۰۰۹۵۰۱	۰/۰۰۲۱	۰/۰۱۳۸۷	۰/۰۰۷۲۷	۰/۰۲۵۷۲	۰/۰۰۵۱۷	۰/۰۰۱۰۲۵۳	۰/۰۰۳۰۰۰	۰	۰/۰۰۷۲۷
ثلث باباجانی	۰/۰۰۴۰۷۲	۰	۰/۰۰۴۰۶۲۶	۰/۰۰۰۰۰۷۸	۰	۰/۰۰۲۵۸۹	۰	۰	۰	۰
چراغ رود	۰/۰۰۲۷۱۴	۰/۰۰۶۵۹۹	۰/۰۰۴۶۲۶	۰/۰۰۱۰۲۹	۰/۰۰۱۷۱۵	۰/۰۰۱۷۲۶	۰/۰۰۲۵۶۳	۰/۰۰۶۶۶۹	۰/۰۰۶۴۷	۰/۰۰۵۹۲۶

هرسین	گیلانغرب	کنگاور	کرمانشاه	قصرشیرین	صحنه	سنقر	سربل ذهاب	روانسر	دالاهو
۰/۰۰۶۷۸۶	۰/۰۰۵۴۲۹	۰/۰۰۴۰۷۲	۰/۰۰۸۱۴۳	۰/۰۰۴۰۷۲	۰/۰۰۴۰۷۲	۰/۰۰۴۰۷۲	۰/۰۰۵۴۲۹	۰/۰۰۴۰۷۲	۰/۰۰۲۷۱
۰	۰/۰۰۰۴۴	۰/۰۰۰۲۲	۰/۰۰۲۸۵۹۷	۰	۰	۰/۰۰۶۵۹۹	۰/۰۰۰۴۴	۰/۰۰۰۲۲	۰
۰/۰۰۹۲۵۳	۰/۰۰۹۲۵۳	۰/۰۰۴۶۶۶	۰/۰۰۳۳۱۳۲	۰/۰۰۴۶۶۶	۰/۰۰۹۲۵۳	۰/۰۰۴۶۶۶	۰/۰۰۹۲۵۳	۰/۰۰۴۶۶۶	۰/۰۰۹۲۵۳
۰/۰۰۱۰۲۹	۰/۰۰۱۲۸۶	۰/۰۰۱۲۸۶	۰/۰۰۰۵۴	۰/۰۰۱۲۸۶	۰/۰۰۱۲۸۶	۰/۰۰۱۰۲۹	۰/۰۰۱۵۴۳	۰/۰۰۰۷۷۱	۰/۰۰۰۷۷۱
۰/۰۰۱۷۱۵	۰/۰۰۰۸۵۷	۰/۰۰۲۵۷۲	۰/۰۰۰۷۷۱۷	۰/۰۰۱۷۱۵	۰/۰۰۶۰۰۲	۰/۰۰۹۳۳۱	۰/۰۰۰۸۵۷	۰/۰۰۰۸۵۷	۰/۰۰۱۷۱۵
۰/۰۰۴۳۱۵	۰/۰۰۱۷۲۶	۰/۰۰۶۹۰۴	۰/۰۰۴۰۵۶۳	۰/۰۰۲۵۸۹	۰/۰۰۶۰۴۱	۰/۰۰۳۳۵۲	۰/۰۰۲۵۸۹	۰/۰۰۳۳۵۲	۰/۰۰۱۷۲۶
۰	۰/۰۰۱۲۸۲	۰	۰/۰۰۸۰۷۴۲	۰/۰۰۲۶۹۱۴	۰/۰۰۱۲۸۲	۰/۰۰۵۱۲۶	۰/۰۰۱۲۸۲	۰	۰
۰/۰۰۸۵۲۷	۰/۰۰۰۷۴۳	۰/۰۰۲۶۴۹	۰/۰۰۸۸۹۵	۰۰۴۷۵۱	۰/۰۰۲۶۴۹	۰/۰۰۶۳۹۵	۰/۰۰۱۲۷۹	۰/۰۰۴۴۱۶	۰/۰۰۳۶۲۴
۰/۰۰۶۴۷۸	۰	۰/۰۰۶۴۷۸	۰/۱۱۶۶	۰/۰۰۳۳۳۹	۰/۰۰۳۳۳۹	۰/۰۰۳۳۳۹	۰/۰۰۳۳۳۹	۰	۰
۰/۰۰۲۶۴۱	۰/۰۰۳۳۸۳	۰/۰۰۶۰۵۵	۰/۰۰۶۰۴۸۵	۰/۰۰۲۵۷۷	۰/۰۰۲۶۶۳	۰/۰۰۴۸۳۱	۰/۰۰۳۳۸۵	۰	۰

در گام چهارم، بعد از نرمالیزه کردن معیارها محاسبه سیگمای SJ^+ و سیگمای SJ^- انجام می شود. به این منظور، برای هر گزینه شاخص های مثبت و منفی جداگانه محاسبه می شوند:

$$Sj^+ = \sum_{zi} =^+ dij$$

$$Sj^- = \sum_{zi} =^- dij$$

در گام پنجم محاسبه QJ بر اساس معیار مثبت و منفی از طریق رابطه زیر انجام می شود.

$$Q_j = S_j^+ + \frac{S_{\min} \sum_j^n = 1 S_j^- x}{S_j^- \sum_j^n = 1 \frac{S_{\min}}{S_j^-}} = S_j^+ + \frac{\sum_j^n = 1 S_j^-}{S_j^- \sum_j^n = 1 \frac{1}{S_j^-}} + \dots$$

مرحله نهایی، مشخص کردن آلترناتیوی است که بهترین وضعیت را در بین معیارها دارد. هر چقدر میزان QJ یک گزینه بالاتر باشد، مقدار NJ آن نیز بالاتر است. این مقدار به صورت درصد بیان می شود. نتایج تحلیل کوپراس در جدول (۴) آمده است.

جدول (۴): رتبه بندی نهایی شهرهای استان با تکنیک COPRAS

sj+	sj-	Q مرحله اول	Q مرحله آخر	Nj
۰/۰۹۸۹۳۶	۰/۰۰۲۷۱۴	۳۶۸/۳۹۳۹۷۷۸	۰/۱۰۶۴۶	۰/۲۳۴۱۳۵
۰/۰۴۴۶۳۹	۰/۰۰۹۵۰۱	۱۰۵/۲۵۵۴۲۲۲	۰/۰۴۶۷۸۹	۰/۱۰۲۹۰۲
۰/۰۰۷۹۸۷	۰/۰۰۴۰۷۲	۲۴۵/۵۹۵۹۸۵۲	۰/۰۱۳۰۰۳	۰/۰۲۸۵۹۸
۰/۰۳۷۳۳۱	۰/۰۰۲۷۱۴	۳۶۸/۳۹۳۹۷۷۸	۰/۰۴۴۸۵۶	۰/۰۹۸۶۵
۰/۰۱۷۰۸۹	۰/۰۰۲۷۱۴	۳۶۸/۳۹۳۹۷۷۸	۰/۰۲۴۶۱۳	۰/۰۵۴۱۳۱
۰/۰۱۶۳۲۳	۰/۰۰۴۰۷۲	۲۴۵/۵۹۵۹۸۵۲	۰/۰۲۱۳۳۹	۰/۰۴۶۹۳
۰/۰۳۹۲۳۷	۰/۰۰۵۴۲۹	۱۸۴/۱۹۶۹۸۸۹	۰/۰۴۲۹۹۹	۰/۰۹۴۵۶۸
۰/۰۴۴۷۲۹	۰/۰۰۴۰۷۲	۲۴۵/۵۹۵۹۸۵۲	۰/۰۴۹۷۴۵	۰/۱۰۹۴۰۴
۰/۰۳۲۷۱۴	۰/۰۰۴۰۷۲	۲۴۵/۵۹۵۹۸۵۲	۰/۰۳۷۷۳۱	۰/۰۸۲۹۸
۰/۰۴۷۶۹۶	۰/۰۰۴۰۷۲	۱۲۲/۷۹۷۹۹۲۶	۰/۰۵۲۷۱۲	۰/۱۱۵۹۲۹
۰/۴۵۲۱۸۵	۰/۰۰۸۱۴۳	۲۴۵/۵۹۵۹۸۵۲	۰/۴۵۴۶۹۳	۱
۰/۰۳۲۷۷	۰/۰۰۴۰۷۲	۲۴۵/۵۹۵۹۸۵۲	۰/۰۳۷۷۸۷	۰/۰۸۳۱۰۳
۰/۰۲۸۶۱۷	۰/۰۰۵۴۲۹	۱۸۴/۱۹۶۹۸۸۹	۰/۰۳۲۳۷۹	۰/۰۷۱۲۱
۰/۰۳۳۹۵۷	۰/۰۰۶۷۸۶	۱۴۷/۳۵۷۵۹۱۱	۰/۰۳۶۹۶۶	۰/۰۸۱۲۹۹

جمع بندی و نتیجه گیری

نتایج رتبه بندی در جدول (۵) آمد است. کرمانشاه با امتیاز ۱ در رتبه اول از لحاظ شاخص های خدمات و امکانات گردشگری جنگ قرار دارد، اسلام آباد غرب با امتیاز ۰,۲۳۴ در رتبه دوم، قصر شیرین با امتیاز ۰,۱۱۵ در رتبه سوم، سنقر با امتیاز ۰,۱۰۴ در رتبه چهارم قرار دارد، پاره با امتیاز ۰,۱۰۲ در رتبه پنجم قرار دارد، جوانرود با امتیاز ۰,۰۹۸ در رتبه ششم قرار دارد، سرپل ذهاب با امتیاز ۰,۰۹۴ در رتبه هفتم قرار دارد، کنگاور با امتیاز ۰,۰۸۳ در رتبه هشتم قرار دارد، صحنه با امتیاز ۰,۰۸۲ در رتبه نهم قرار دارد، هرسین با امتیاز ۰,۰۸۱ در رتبه دهم قرار دارد، گیلانغرب با امتیاز ۰,۰۷۱ با امتیاز، دالاهو با امتیاز ۰,۰۵۴ در رتبه دوازدهم، روانسر با امتیاز ۰,۰۴۶ در رتبه سیزدهم قرار دارد و ثلاث باباجانی با امتیاز ۰,۰۲۸ در رتبه چهاردهم قرار دارد.

جدول (۵): رتبه بندی شاخص های گردشگری جنگ

شهرستان	امتیاز	رتبه
کرمانشاه	۱	۱
اسلام آباد غرب	۰/۲۳۴۱۳۵	۲
قصر شیرین	۰/۱۱۵۹۲۹	۳
سنقر	۰/۱۰۹۴۰۴	۴
پاره	۰/۱۰۲۹۰۲	۵

جوانرود	۰/۰۹۸۶۵	۶
سرپل ذهاب	۰/۰۹۴۵۶۸	۷
کنگاور	۰/۰۸۳۱۰۳	۸
صحنه	۰/۰۸۲۹۸	۹
هرسین	۰/۰۸۱۲۹۹	۱۰
گیلانغرب	۰/۰۷۱۲۱	۱۱
دالاهو	۰/۰۵۴۱۳۱	۱۲
روانسر	۰/۰۴۶۹۳	۱۳
ثلاث باباجانی	۰/۰۲۸۵۹۸	۱۴

منابع

- Bazzi, Khodroharam, Moammeri, Ibrahim (2017), Explaining and Analyzing Inequalities of Health Services Development Services Using Multi-Criteria Decision Making (Case Study: Golestan Province), Geography and Development, No. 49, Pages 97-116. [Persian]
- Dinari, Ahmad (2005), Urban Tourism in Iran and the World, Publishing Wisdom, First Edition, Tehran, 288. [Persian]
- Inskip, E, (1991), Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Approach, New York, John Wiley & Sons.
- Kazemi, Mehdi, (2008), Analysis of Perceptions of Citizens of Zahedani in the Development of Tourism in Chabahar, Geography and Development Magazine, Period 12, No 6, Mashhad, 100-81. [Persian]
- Khezri, Hossein, Khademolahsini, Ahmad and Ghadegharmati, Zer (2013), Leveling the cities of Fars province based on tourism indicators, Geography Quarterly and Environmental Studies, Second Year, No 6, Summer, Pages 54-42. [Persian]
- Law Christopher m., (2000), the tourist city review, urban studies, vol 37, no 7.
- Mahmoudzadeh, Ibrahim, Rahmdel, Naser (2014), Strategic Knowledge Management - The Relationship between Innovation and Performance, Interdisciplinary Quarterly of Strategic Knowledge, Vol. 5, No. 17, pp. 76-53. [Persian]
- Masoumi Ashkoori, Seyyed Hasan (2008), Principles and Principles of Regional Planning, Press Publishing, Fourth Edition. [Persian]
- Nami, Mohammad Hassan (2012), Aims of the Boundary Areas, Emphasizing Iran, A New Attitudes Quarterly in Human Geography, Vol. 5, No. 1, winter 1391, pp. 191-173. [Persian]
- Nasrabadi, Mohammad (2005) War and Identity (Imposing a Sociology on Iraq's Imposed War against Iran), National Journal of National Studies, Sixth Year, No. II, pp. 86-71. [Persian]
- Poor Ahmad, Ahmad, Shahbazpour, Ahmad and Khaliji, Mohammad Ali (2015), Utilization of Multivariate Decision-Making Models in Assessing Tourism Capacity Case Study of the Province of Iran, Geographical Studies in Arid Areas, 6th Year, Number 20 and Autumn, pp. 66-50. [Persian]
- Population and Housing Census report, 2011, Tehran.
- Rezvani, Mohammad Reza (2008), Rural Tourism Development with a Sustainable Tourism Approach, Tehran University Press, First Edition, Tehran. [Persian]
- Saghaei, Mehdi (2017) Strategic Assessment of War Tourism in Iran, Holy Defense Quarterly, Volume 3, Number 4, pp. 184-150. [Persian]
- Sahneh, Bahman, Moammeri, Abraham (2017), Prioritization of Tourism Development Facilities and its Spatial Distribution (Sample: Golestan Province), Regional Planning Quarterly, Volume 7, No 26, summer, Pages 24-15. [Persian]
- Shamaei, Ali and Mosesand, Jafar (2011), Levels of Isfahan Provincial Cities in terms of Tourism Infrastructure Using TOPSIS and AHP Model, Urban and Regional Studies and Research, Year Third issue, autumn, pp. 40-23. [Persian]
- Smith Valene, (1998), "War and Tourism, an American Ethnography", Annals of Tourism, Vol. 25, No. 1, pp. 202 - 227.

18. Taghdisi, Ahmad, Daghabi, Masoud and Piri, Siamak (2014), Evaluation and Leveling of Villages in the City of Dalahu based on the Capacity of Tourist Resources in attracting tourists, *Geographical Survey Quarterly*, 29th, No. 4, Winter, Pages 214- 197. [Persian]
19. Wight, cariag, (2005). Philsophical & methological paraxes in dark tourism, *Journal of vacation marketing*.
20. Ziaei, Mahmoud and Shojaee, Muslim (2010), Leveling Tourism Destinations: New Conceptual Analysis in Spatial Planning *Tourism Journal of Tourism Studies*, No. 13, Tehran. Pages 46-25. [Persian]