

اولویت‌بندی مناطق نمونه گردشگری شرق استان گیلان جهت برنامه‌ریزی توسعه گردشگری

سیمین تولایی^۱ رضا ویسی^۲ مریم محمدی^۳ فاطمه عاشوری^{۴*}

- ۱- استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه خوارزمی تهران، ایران
- ۲- کارشناس شهرسازی شهرداری رشت و دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری - دانشگاه خوارزمی تهران، ایران
- ۳- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، رشت، ایران
- ۴- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری - دانشگاه ملایر، ایران

چکیده

اولویت‌بندی مناطق نمونه گردشگری بر اساس اصول علمی و تکنیک‌های تصمیم‌گیری چند معیاره، جهت تعیین استعداد مناطق برای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، سرمایه‌گذاری و اجرای پروژه‌های عمرانی، از جمله رویکردهای ضروری در فرایند نیل به توسعه پایدار و متوازن و جلوگیری از هدر رفت وقت و سرمایه است. این پژوهش با رویکرد توصیفی - تحلیلی انجام گرفته است. یافته‌های حاصل از مدل تحلیل سلسله مراتبی (AHP^۱) نشان داد که منطقه نمونه گردشگری دیلمان در رتبه اول جهت برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری قرار گرفت. شهر لاهیجان در رتبه دوم و منطقه نمونه گردشگری زیاز و سجیران از توابع شهرستان رودسر در رتبه سوم جهت برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری قرار گرفته است. همچنین یافته‌های حاصل از روش تحلیل خوشه‌ای حاکی از آن است که مکان‌های نمونه گردشگری دیلمان، شهر لاهیجان، زیاز و سجیران، تی تی، شوئیل و ابی نام در اولویت اول برنامه‌ریزی و به عنوان قطب توریستی مشخص شدند، هلودشت، له له رود، خرما، خصیل دشت، کلاچای، چاف و چمخاله، علیسرود، سفید آب، چابکسر و امیرکلاویه در اولویت دوم برنامه‌ریزی و به عنوان مرکز توریستی و در نهایت، مناطق نمونه گردشگری جواهر دشت، کیا کلاویه، میان لنگه و سرولات در اولویت سوم برنامه‌ریزی و به عنوان نقطه توریستی شناسایی شدند.

واژه‌های کلیدی: اولویت‌بندی، مناطق نمونه گردشگری، مدل AHP، شرق گیلان

*نویسنده رابط: Ashouri2015@gmail.com

^۱. Analytical hierarchy process

مقدمه و بیان مسئله

توسعه گردشگری به عنوان مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد. نقش گردشگری به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی، شناخته شده است، به طوری که امروزه توسعه و ارتقای گردشگری به طور وسیعی به خصوص در کشورهای در حال توسعه پذیرفته شده و در دستور کار دولت‌ها قرار گرفته است (Ko & Stewart, 2002: 521). گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال حاضر، در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. افزون بر این، بسیاری از برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند. برای دستیابی به توسعه گردشگری به عواملی، نظیر؛ ساختار مناسب سازمانی، برنامه‌ریزی و آموزش نیروی انسانی، قوانین و مقررات گردشگری و جذب سرمایه نیاز است. برای ایجاد توسعه پایدار و مناسب در صنعت گردشگری وجود مدیریتی توانا و منسجم و هماهنگی بین بخش دولتی و بخش خصوصی بسیار حایز اهمیت است (مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۲: ۷). با توجه به اینکه ساختار اقتصادی ایران بعد از اکتشاف و بهره برداری از منابع نفتی به شدت متکی به صادرات نفت و درآمد ارزی حاصل از آن بوده است و تلاش‌های صورت گرفته برای خروج از این وضعیت و اتخاذ سیاست‌های اقتصادی غیرنفتی نتیجه چندانی در بر نداشته است، اینک برای ایجاد توسعه‌ای همه جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی در کشور، نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌ها هستیم. این در حالی است که ایران یکی از دیدنی‌ترین کشورهای جهان است. به طوری که کشور ایران جزو ده کشور اول جهان از لحاظ جاذبه‌های (فرهنگی و تمدنی) گردشگری و جزو پنج کشور اول جهان از نظر تنوع (محیط طبیعی) گردشگری و جزو سه کشور اول جهان از نظر تنوع صنایع دستی است (زنگی آبادی و دیگران، ۱۳۸۵: ۱). از طرفی دیگر، اصولاً توسعه اقتصادی در هر کشوری نیازمند سرمایه گذاری در بخش‌ها و فعالیت‌های مختلف اقتصادی آن کشور است و بدون سرمایه‌گذاری در طرح‌های زیربنایی و روینایی، نمیتوان انتظار گسترش اشتغال، تولید و رفاه اقتصادی را داشت. برای تحقق این مهم، امروزه بسیاری از کشورهای جهان، تمایل شدیدی به جذب سرمایه‌های خارجی پیدا کرده‌اند (شاکری و سلیمی، ۱۳۸۵: ۲). سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری و استفاده از توان‌های بالقوه منطقه‌ای به منظور جذب گردشگر، یکی از راه‌های مناسب، بدین منظور است. توسعه گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیانهای اقتصادی جوامع دارد (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱). یکی از بحث‌های مهم در زمینه سرمایه‌گذاری و تخصیص منابع، مدیریت صحیح است. کار اصلی مدیریت، اختصاص منابع نایاب (افراد، زمان و پول) به فرصت‌هایی است که بالاترین بازده را به دنبال دارند، اگر سرمایه به درستی اختصاص نیابد یا در اختیار پروژه‌هایی قرار گیرد که به درستی تعریف نشده‌اند، تمام سرمایه از بین می‌رود (مقصود، ۱۳۸۸: ۳۳).

منابع و جاذبه‌های گردشگری در تمامی بخش‌های برنامه‌ریزی و مدیریتی این صنعت از اهمیت بالایی برخوردار است (Dondo et al., 2009: 27). ویژگی‌های منابع و جاذبه‌ها در یک کشور یا منطقه اساس توسعه گردشگری را مهیا می‌سازد (Efenel, 2006: 123). بنابراین برای فراهم کردن بستر مناسب جهت توسعه امر گردشگری، شناسایی این جاذبه‌ها در مرحله اول و برنامه‌ریزی برای توسعه آنها در مراحل بعدی امری ضروری به نظر می‌رسد.

استان گیلان با توجه به دارا بودن جاذبه‌های طبیعی از جمله وجود دریا، ساحل، جلگه، کوهپایه، کوه، رودخانه‌های آب سرد و جنگل‌های مترکم، همچنین جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی به عنوان یکی از محورهای اصلی گردشگری در ایران شناخته شده است که قابلیت بسیاری در زمینه جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد. وجود جاذبه‌های مذکور در بسیاری از مناطق استان باعث شده است که مکان‌های هدف گردشگری زیادی در منطقه وجود داشته باشد که یکی از مهمترین مسائلی که در زمینه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری پیش روی مدیران بخش گردشگری قرار می‌دهد، بحث سطح بندی این مکان‌های توریستی جهت اولویت‌بندی اختصاص سرمایه‌گذاری و نیز میزان و سطح خدمات مورد نیاز در هر مکان است. به طوری که در سال‌های اخیر موارد زیادی اتفاق افتاده که پروژه‌های سرمایه‌گذاری دولتی و خصوصی در مناطقی انجام شده است که توان کافی جهت جذب گردشگر متناسب با زیرساخت‌های فراهم شده را ندارند و یا این سرمایه‌گذاری‌ها می‌توانست در مکان‌های دیگری که هم از لحاظ جاذبه و هم از لحاظ اهمیت مناسب‌تر هستند انجام می‌شد. بنابراین تحقیق در زمینه درجه‌بندی و سطح بندی مکان‌های گردشگری در استان گیلان، جهت جلوگیری از هدر رفتن سرمایه و از دست دادن زمان ضرورت دارد.

این پژوهش جهت رسیدن به هدف مذکور به دنبال پاسخ دادن به این سؤال است که، در بین ۲۰ مکان نمونه گردشگری مصوب شرق استان گیلان، اولویت برنامه‌ریزی با کدام مکان‌هاست؟

اهداف تحقیق

الف) شناسایی، وزن دهی و اولویت‌بندی کانون‌های گردشگری بر اساس معیارهای مختلف؛
ب) تبیین و تعریف عناصر سازمانی و ساختاری هر کانون با توجه به وزن و سطح عملکرد هر مکان.

پیشینه تحقیق

- تقوایی و غفاری (۱۳۸۹)، در پژوهشی به برنامه‌ریزی فضایی توسعه صنعت گردشگری در محور بازفت از توابع استان چهارمحال و بختیاری پرداختند. در این تحقیق با استفاده از وزن‌های حاصل از معیارهای مختلف و بهره‌گیری از مدل استاندارد سازی، مبادرت به انتخاب کانون‌های گردشگری برتر و تنظیم تعاملات کارکردی بین هر یک و سرانجام، ارائه راهبردهایی اجرایی در توسعه و تجهیز ساختار و سازمان فضایی حاکم بر هر کانون و حوزه فرادست آن شده است.

- عبداللهی و همکاران (۱۳۹۱)، با استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی به تعیین اولویت‌های گردشگری در منطقه گاوخونی پرداختند، نتایج تحقیق مذکور نشان داد وجود مناظر زیبای طبیعی به عنوان مهم‌ترین عامل برای گردشگران مطرح است و با توجه به وضعیت فعلی منطقه، تپه‌های شنی به عنوان اولین اولویت گردشگری در منطقه تعیین شد. همچنین فعالیت‌های گردشگری نیز بر اساس علایق گردشگران رتبه‌بندی شدند و پیشنهادهایی برای بهبود وضعیت گردشگری در منطقه ارائه گردید.

- ابراهیم‌زاده و آقاسی‌زاده (۱۳۸۸)، به تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار پرداختند، یافته‌ها نشان داد که این شهر علی‌رغم برخورداری از ظرفیت تبدیل شدن به یک منطقه نمونه گردشگری، تعدد تصمیم‌گیران و مسایل مدیریتی، کمبود زیرساخت‌ها و ضعف تبلیغات را به عنوان موانع اساسی در راه رسیدن به این هدف در مقابل خود دارد. با این حال، وجود زمینه اشتغال‌زایی، درآمد ارزی

و سرمایه‌گذاری زیربنایی، به ترتیب با امتیازهای وزنی ۰/۴۰، ۰/۲۸ و ۰/۱۸ مهمترین فرصت‌ها و وجود آثار تاریخی، جاذبه‌های ورزشی - تفریحی و برخورداری از سواحل شنی و جذابیت‌های طبیعی به عنوان نقاط قوت و جاذب در کنار امکان توسعه و اصلاح نهادهای مدیریتی، تقویت تبلیغات، تعامل و هم‌فکری بین مسئولان منطقه آزاد و سازمان‌های مرتبط با گردشگری و مردم و توسعه اکوتوریسم، از مهمترین رهیافت‌ها به منظور توسعه گردشگری این ناحیه تلقی می‌گردند.

- احمد حشمتی (۱۳۸۸)، در مقاله‌ای تحت عنوان نقش مدیریت شهری در توسعه توریسم پایدار، معتقد است در شهرهای نهادهای متعددی برای توسعه گردشگری و گسترش آن فعالیت دارند. ولی با تمام این وجود تمام این نهادها بصورت جداگانه و موازی حرکت می‌کنند. بنابراین پیشنهاد می‌شود که مدیران شهرها در زمینه تأسیس نهاد جداگانه در سطح شهرها که فقط به امور مربوط به گردشگری رسیدگی نمایند به اتفاق نظر دست یابند.

- علی مومن‌لو (۱۳۸۷)، در تحقیق خود با عنوان مدیریت شهری در توسعه پایدار میراث فرهنگی و گردشگری شهری، چنین نتیجه گرفت، نقش مدیریت در توسعه گردشگری تاریخی و تأثیر آن بر اقتصاد و فرهنگ شهری مؤثر بوده و مهمترین عامل در توسعه گردشگری شهری را مدیریت یکپارچه می‌داند.

- بهاره رضایی (۱۳۸۸)، در تحقیق خود با عنوان راهکارهای توسعه پایدار گردشگری ساحلی (مطالعه موردی: شهر بابلسر) چنین نتیجه گرفت، جهت دستیابی به توسعه پایدار گردشگری ساحلی که هدف نهایی آن عدالت است، نیازمند ایجاد امکانات، تسهیلات و انجام تبلیغات، برای شناساندن چگونگی دستیابی و استفاده سالم و بهینه از دریا، با مدیریت و کنترل صحیح توسط نیروهای متخصص می‌باشد.

بررسی نتایج تحقیقات پیشین گویای این مطلب است که این تحقیقات از زوایای مختلفی به برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در سطح مناطق، شهرها و سواحل پرداخته‌اند، اما تحقیق پیش رو از نظر نگاه به مقوله توسعه صنعت گردشگری و نیز روش کار، با تحقیقات پیشین متمایز می‌باشد. اول اینکه، در زمینه نگاه به مبحث توسعه گردشگری، هدف تحقیق مذکور، نوعی تصمیم‌سازی و ایجاد یک بستر مناسب جهت تصمیم‌گیری متولیان بخش گردشگری استان گیلان می‌باشد. دومین تمایزی که در این پژوهش نسبت به تحقیقات پیشین وجود دارد، روش‌شناسی تحقیق است، جهت رسیدن به اهداف مدنظر و تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های ترکیبی نظیر: مدل تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، وزن دهی بر اساس مقایسه زوجی با نرم افزار (Expert Choise) و نیز روش تحلیل خوشه‌ای با نرم افزار (SPSS) استفاده شده است.

روش پژوهش

در این پژوهش روش تحقیق، توصیفی - تحلیلی است. جهت گردآوری اطلاعات از روش‌های اسنادی، کتابخانه‌ای، پرسشنامه و مشاهدات میدانی استفاده شده است. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از فرایند تحلیل سلسله مراتبی استفاده شده است. بدین صورت که ابتدا اقدام به مشخص نمودن معیارها و زیرمعیارهای اصلی جهت اولویت‌بندی مکان‌های نمونه گردشگری شده، سپس جهت وزن‌دهی به معیارها تعداد ۵۰ پرسشنامه در رابطه با اهمیت هر معیار در فرایند تصمیم‌گیری توسط کارشناسان و گردشگران تکمیل و با استفاده از میانگین فراوانی پاسخ‌ها و روش استاندارد سازی اهمیت هر معیار در مقایسه با سایر معیارها مشخص شده و سپس با استفاده از روش مقایسه زوجی در محیط نرم‌افزار (Expert Choise) وزن

نهایی معیارهای اصلی به دست خواهد آمد، و در نهایت پس از مشخص شدن وزن نهایی مکان‌های مورد بررسی، با استفاده از روش تحلیل خوشه‌ای در محیط نرم افزار (SPSS) اقدام به خوشه بندی مناطق در سه سطح قطب گردشگری، مکان گردشگری و نقطه گردشگری شد.

معرفی فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)

روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره (MCDM¹) شامل کلیه روش‌های دارای ساختار است که به افراد کمک می‌کند، بر اساس تمایل‌های خود و بر اساس بیش از یک معیار، تصمیم‌گیری کنند (kuo : 269 et Linkov et al., 2006) به عبارت دیگر آنالیزهای چند معیاره معمولاً شرایطی را فراهم می‌کند که تصمیم‌گیران برای تعیین عملکرد هر گزینه با توجه به هر معیار و همچنین مشخص کردن اهمیت نسبی معیارها با توجه به هدف اصلی، به ارزیابی‌های کیفی بپردازند (Deng, 1999: 217). روش فرایند تحلیل سلسله مراتبی که از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره است (Yu, 2002: 1971)، امکان کمی‌سازی فاکتورهای غیرعینی را برای تصمیم‌گیران فراهم می‌آورد (Taleai et al., 2009: 294). مراحل روش فرایند تحلیل سلسله مراتبی شامل موارد زیر می‌باشد:

- تشکیل گروه‌های تصمیم‌ساز؛

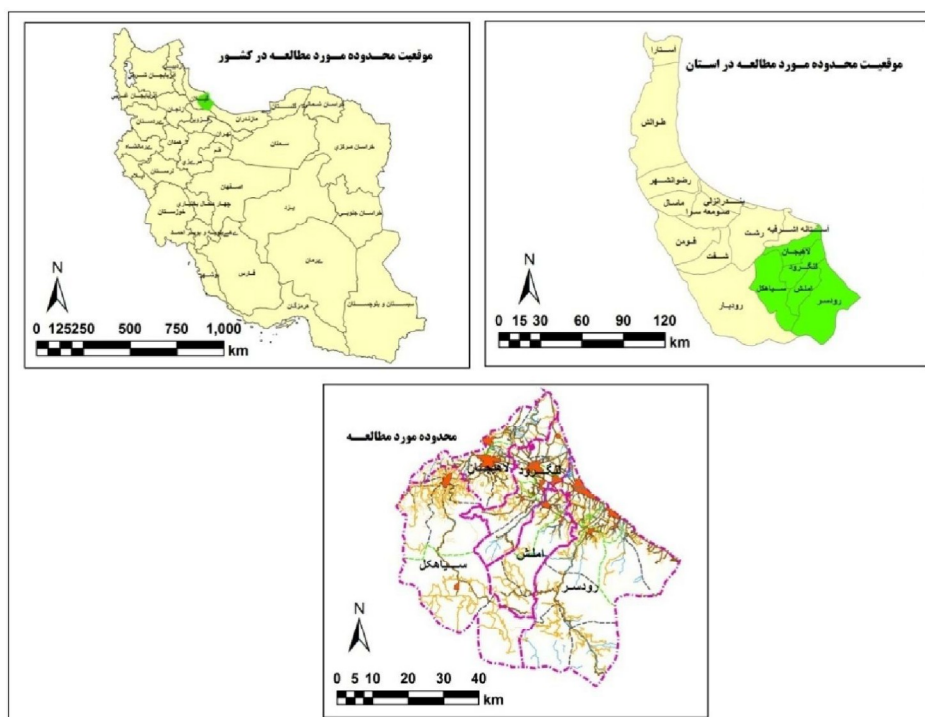
- تشکیل ساختار سلسله مراتبی.

ساختار سلسله مراتبی دارای سه سطح اصلی هدف، معیارها و گزینه‌هاست (Hansen, 2005:29). هدف، بالاترین سطح درخت سلسله مراتبی است و بالاترین سطح تصمیم‌گیری می‌باشد (Holgen et al., 2000: 171). معیارها دومین سطح پس از هدف هستند که قابل تقسیم به زیر معیارها در سطوح مختلف می‌باشند. معیار در واقع وسیله اندازه‌گیری هدف می‌باشد (Beynon, 2005: 405). گزینه‌ها، آخرین سطح ساختار سلسله مراتبی می‌باشند و پاسخ هدف از میان گزینه‌های ترسیم شده به دست می‌آید. انجام مقایسات زوجی: در این روش پس از ایجاد ساختار سلسله مراتبی از عناصر تصمیم‌گیری (هدف، معیارها و گزینه‌ها)، مقایسه دو به دو هر سطح از عناصر صورت می‌گیرد و وزن هر عنصر در هر سطح تعیین می‌شود (Kiker et al., 2005: 102). بدین ترتیب که در هر سطح ساختار سلسله مراتبی، ماتریس مقایسات زوجی تشکیل می‌شود که در این ماتریس عناصر هر سطح نسبت به عناصر سطح بالاتر خود در ساختار سلسله مراتبی مورد مقایسه زوجی قرار می‌گیرند (Figueira et al., 2005: 547). برای مقایسه اهمیت نسبی معیارها از مقادیر مطلق ۱-۹ استفاده می‌شود و جهت حصول اطمینان از ثبات وزن‌های تعیین شده، اقدام به محاسبه نرخ سازگاری آن‌ها می‌گردد (Chulmin, 2007: 103) (Fuller & Carlsson, 2006: 139). اگر نرخ سازگاری (C.R.²) ۰/۱ یا کمتر باشد، می‌توان وزن‌ها را قابل اعتماد دانست، در غیر این صورت باید مقایسه‌های زوجی بار دیگر انجام شوند تا ناسازگاری مقایسات رفع گردد.

¹ : Multi Criteria Decision Making

² : Consistency Ratio

محدوده مورد مطالعه



شکل ۱- نقشه موقعیت محدوده مورد مطالعه

گیلان سرزمین رودها، جنگل‌ها، کوه‌های شگفت‌انگیز، چشم‌اندازهای رویایی، سواحل زیبا، کشت-زارهای با برکت و مردمانی مهربان، آرام و صبور در کنار دریای نیلگون مازندران است که همواره پذیرای مسافران و گردشگران داخلی و خارجی است (پایگاه ملی داده‌های علوم زمین کشور، ۱۳۸۵: ۷). وجود این ویژگی‌های متعدد و زیبا در استان گیلان باعث خلق مکان‌های گردشگری بیشماری در منطقه شده است که بررسی و برنامه‌ریزی جهت تمامی آنها نیاز به وقت، هزینه و اطلاعات زیادی دارد که از حوصله این پژوهش خارج است، بنابراین جهت اشراف بر منطقه و بالا رفتن دقت کار، در این پژوهش، ۵ شهرستان شرقی استان گیلان (لاهیجان، لنگرود، سیاهکل، املش و رودسر) که به منطقه شرق گیلان معروف هست به عنوان محدوده مورد مطالعه انتخاب شده است. همچنین منطقه شرق گیلان به علت همجواری به استان مازندران به عنوان قطب مهم گردشگری کشور از اهمیت زیادی جهت برنامه‌ریزی توسعه صنعت گردشگری برخوردار می‌باشد. بر اساس اطلاعات سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان گیلان و به استناد گزارش سفرهای ریاست جمهوری به استان گیلان، هیأت وزیران ۷۱ مکان نمونه گردشگری در استان گیلان مشخص نموده‌اند که قابلیت توسعه گردشگری را دارا هستند، از این مکان‌های مذکور ۲۰ مورد آن در شهرستان‌های مورد بررسی در این پژوهش قرار دارند که جامعه آماری تحقیق فوق را شامل می‌شوند.

جدول ۱- مکان‌های نمونه گردشگری مورد مطالعه در این پژوهش

ردیف	شهرستان	نقاط نمونه گردشگری ^۱
۱	لاهیجان	امیر کلایه
۲		علیسرود
۳		شهر لاهیجان
۴	لنگرود	چاف و چمخاله
۵		خرما
۶		کیا کلایه
۷	سیاهکل	ابی نام
۸		تی تی
۹		دیلمان
۱۰	املش	هلودشت
۱۱		خصیل دشت
۱۲	رودسر	زیاز و سجیران
۱۳		جواهر دشت
۱۴		چابکسر
۱۵		کلاچای
۱۶		سرولات
۱۷		سفیدآب
۱۸		شوئیل
۱۹		میان لنگه
۲۰		له له رود

منبع: میراث فرهنگی و گردشگری استان گیلان، ۱۳۸۹: ۲۴-۲۵

یافته‌های تحقیق

معیارها و زیر معیارهای اولویت‌بندی مناطق نمونه گردشگری

معیارهای ارزیابی به تبع یک مسئله خاص تعیین می‌شوند و تعداد معیارهای ارزیابی به خصوصیات مسئله تصمیم‌گیری بستگی دارد. همچنین مجموعه‌ای از معیارهای ارزیابی برای یک مسئله تصمیم‌گیری خاص، ممکن است از طریق بررسی پیشینه مربوطه، مطالعات تحلیلی و پیمایش عقاید و آرای افراد حاصل شده باشد (مالچفسکی، ۱۳۸۵: ۱۹۵). در این پژوهش جهت اولویت‌بندی مناطق نمونه گردشگری منطقه مورد مطالعه از ۶ معیار و ۲۹ زیر معیار استفاده شده است. انتخاب معیارها و زیرمعیارها بر اساس پیشینه مشابه (تقوایی، ۱۳۸۹: ۸۹-۹۰ و عشوری، ۱۳۸۹: ۶ و عبدالهی، ۱۳۹۱: ۹۹) و نظرسنجی از کارشناسان حوزه گردشگری صورت گرفته است.

^۱ : نقاط مذکور مصوب جلسه هیأت وزیران در استان گیلان می‌باشد که به عنوان نقاط نمونه گردشگری شناسایی شده‌اند.

جدول ۲- معیارها و زیرمعیارهای تحقیق و کاربرد هر یک در هدف

معیارهای اصلی	زیر معیارها	هدف از استفاده در امر ارزیابی
تنوع جاذبه‌های طبیعی	ساحل	اهمیت در فراهم نمودن نیاز گردشگرانی با سلیق گوناگون و امکان بسط گردشگری متمرکز و متفرق
	تالاب و دریاچه	
	آبشار	
	رودخانه	
	جنگل‌های قابل نفوذ	
	داشتن هوای خنک و بیلابلی	
تنوع جاذبه‌های انسانی	آثار تاریخی	اهمیت در فراهم نمودن نیاز گردشگرانی با سلیق گوناگون و امکان بسط گردشگری متمرکز و متفرق
	جاذبه‌های مصنوعی	
	جاذبه‌های فرهنگی اجتماعی	
	جاذبه مذهبی	
متوسط شعاع جذب گردشگر	محلی	اهمیت در برنامه ریزی توسعه صنعت توریسم و تعیین نوع و سطح خدمات مورد نیاز
	استانی	
	منطقه ای	
	ملی	
نوع راه ارتباطی	اصلی درجه یک	تسهیل در دسترسی، تردد و تسریع در توسعه زیر ساخت‌ها
	اصلی درجه دو	
	فرعی	
	شوسه	
	خاکی و جیب رو	
فاصله تا نزدیکترین سکونتگاه روستایی	کمتر از ۵ کیلومتر	اهمیت در تأمین امنیت، تأمین برخی از خدمات اجتماعی و یا سهولت در انتقال خدمات زیربنایی چون آب، برق، گاز، تلفن و ...
	۵ تا ۱۰ کیلومتر	
	۱۰ تا ۱۵ کیلومتر	
	بیشتر از ۱۵	
مساحت منطقه	کمتر از ۵۰ هکتار	اهمیت در فضا سازی و استقرار عناصر توریستی
	۵۰ تا ۱۰۰ هکتار	
	۱۰۰ تا ۲۰۰ هکتار	
	بیش از ۲۰۰ هکتار	

طبقه‌بندی و ارزش‌گذاری متغیرها و لایه‌های اطلاعاتی

در این مرحله که یکی از مراحل اصلی مکان‌یابی با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی است، مجموعه داده‌ها به صورت مجدد طبقه‌بندی و ارزش‌گذاری می‌شوند (علی‌نژاد طیبی، ۱۳۸۹: ۱۵۱). در این تحقیق برای ارزش‌گذاری لایه‌های اطلاعاتی از مدل (AHP) استفاده شده است. روش مبتنی بر تحلیل

سلسله مراتبی (AHP) بر پایه سه اصل قرار دارد: تجزیه، قضاوت مقایسه‌ای و ترکیب اولویت‌ها (مالچفسکی، ۱۳۸۵:۳۶۴). برای انجام روش مقایسه دوتایی مراحل زیر انجام می‌گیرد:

۱. ایجاد ماتریس مقایسه دوتایی:

در این روش، وزن‌دهی به معیارها در نرم‌افزار Expert Choise صورت می‌گیرد. در ابتدا یک سلسله مراتب از مسأله مورد نظر ایجاد می‌شود که در این سلسله مراتب هدف، معیارها و زیر معیارها مشخص می‌شود. سپس عناصر موجود در هر سطح از سلسله مراتب به ترتیب از پایین به بالا نسبت به کلیه عناصر مرتبط در سطح بالاتر ارزیابی می‌شوند. در نهایت ماتریس مقایسه زوجی تشکیل می‌شود که نسبت به اهمیت عوامل از شماره ۱ تا ۹ می‌باشد.

۲. محاسبه وزن معیارها:

پس از تشکیل ماتریس مقایسه، به ترتیبی که در زیر می‌آید، وزن نسبی معیارها بدست می‌آید: گام اول: محاسبه مجموع مقادیر هر ستون در ماتریس مقایسه زوجی.

جدول ۳- ماتریس مقایسه زوجی معیارهای اصلی

شرح	تنوع جاذبه‌های طبیعی	تنوع جاذبه‌های انسانی	متوسط شعاع جذب گردشگر	نوع راه ارتباطی	فاصله تا نزدیکترین سکونتگاه روستایی	مساحت منطقه
تنوع جاذبه‌های طبیعی	۱	۲	۳	۵	۷	۹
تنوع جاذبه‌های انسانی	۰/۵	۱	۲	۳	۵	۷
متوسط شعاع جذب گردشگر	۰/۳۳۳	۰/۵۰۰	۱	۲	۳	۵
نوع راه ارتباطی	۰/۲۰۰	۰/۳۳۳	۰/۵۰۰	۱	۲	۳
فاصله تا نزدیکترین سکونتگاه روستایی	۰/۱۴۳	۰/۲۰۰	۰/۳۳۳	۰/۵۰۰	۱	۲
مساحت منطقه	۰/۱۱۱	۰/۱۴۳	۰/۲۰۰	۰/۳۳۳	۰/۵۰۰	۱
جمع	۰/۲۸۷	۴/۱۷۶	۷/۰۳۳	۰/۸۳۳	۱۸/۵۰۰	۲۷

گام دوم: استانداردسازی اعداد ماتریس، به این صورت که هر مؤلفه ماتریس حاصل از مقایسه زوجی، به مجموع ستونش تقسیم شده و ماتریس مقایسه زوجی نرمال شده به دست می‌آید. عدد نرمالیزه شده برای i و j از رابطه زیر بدست می‌آید، که در این فرمول V_i و V_j عناصر ماتریس مقایسه زوجی، اندیس N_{ij} عناصر نرمال شده و n تعداد عناصر مورد مقایسه است.

$$N_{ij} = \frac{v_j}{\sum_{i=1}^n v_i}$$

گام سوم: محاسبه میانگین مؤلفه‌ها در هر ردیف از ماتریس استاندارد شده است. این کار با استفاده از

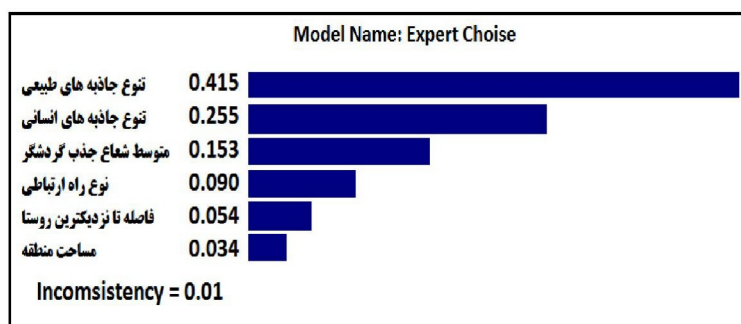
رابطه زیر صورت می‌گیرد (فرمول): که در این رابطه اندیس W_i وزن نسبی و n تعداد معیارها است. که

$$W_i = \frac{\sum_{j=1}^n n_{ij}}{v_i}$$

نهایتاً وزن نهایی بدست می‌آید.

جدول ۴- ماتریس نرمال شده مقایسه زوجی و تعیین وزن نهایی معیارهای اصلی

شرح	تنوع جاذبه‌های طبیعی	تنوع جاذبه‌های انسانی	متوسط شعاع جذب گردشگر	نوع راه ارتباطی	فاصله تا نزدیکترین سکونتگاه روستایی	مساحت منطقه	وزن شاخص‌ها
تنوع جاذبه‌های طبیعی	۰/۴۳۷	۰/۴۷۹	۰/۴۲۷	۰/۴۲۳	۰/۳۷۸	۰/۳۳۳	۰/۴۱۵
تنوع جاذبه‌های انسانی	۰/۲۱۹	۰/۲۳۹	۰/۲۸۴	۰/۲۵۴	۰/۲۷۰	۰/۲۵۹	۰/۲۵۵
متوسط شعاع جذب گردشگر	۰/۱۴۶	۰/۱۲۰	۰/۱۴۲	۰/۱۶۹	۰/۱۶۲	۰/۱۸۵	۰/۱۵۳
نوع راه ارتباطی	۰/۰۸۷	۰/۰۸۰	۰/۰۷۱	۰/۰۸۵	۰/۱۰۸	۰/۱۱۱	۰/۰۹۰
فاصله تا نزدیکترین سکونتگاه روستایی	۰/۰۶۲	۰/۰۴۸	۰/۰۴۷	۰/۰۴۲	۰/۰۵۴	۰/۰۷۴	۰/۰۵۴
مساحت منطقه	۰/۰۴۹	۰/۰۳۴	۰/۰۲۸	۰/۰۲۸	۰/۰۲۷	۰/۰۳۷	۰/۰۳۴
جمع							۱



شکل ۲- نمودار وزن نهایی شاخص‌ها با استفاده از نرم افزار Expert Choise

با توجه به ماهیت روش تحلیل سلسله مراتبی، جهت تعیین وزن زیر معیارها نیز باید ماتریس مقایسه زوجی تشکیل شود و پس از طی مراحل فوق وزن نهایی زیر معیارها مشخص شود. پس از مشخص شدن وزن معیارها و زیر معیارها، اقدام به محاسبه وزن نهایی هر زیر معیار در فرایند تصمیم‌گیری خواهد شد، فرایند کار بدین صورت است که عدد نهایی وزن معیارها را در وزن هر یک از زیر معیارها ضرب خواهد شد، عدد حاصل شده وزن نهایی زیر معیارها می‌باشد.

جدول ۵- تعیین وزن معیارها و زیر معیارها

وزن معیار اصلی	وزن معیار اصلی	زیر معیار	وزن زیر معیار	ضریب وزن زیر معیار
۰/۴۱۵	تنوع جاذبه‌های طبیعی	ساحل	۰/۳۲۶	۰/۱۳۵
		تالاب و دریاچه	۰/۲۱۲	۰/۰۸۸
		آبشار	۰/۱۶۹	۰/۰۷۰
		رودخانه	۰/۱۲۰	۰/۰۴۹
		داشتن هوای خنک و بی‌لای	۰/۰۷۵	۰/۰۳۱
		جنگل‌های قابل نفوذ	۰/۰۵۲	۰/۰۲۲
		غار	۰/۰۴۳	۰/۰۱۸
۰/۲۲۵	تنوع جاذبه‌های انسانی	آثار تاریخی	۰/۴۵۰	۰/۰۶۶
		جاذبه‌های مصنوعی	۰/۲۶۰	۰/۰۶۶
		جاذبه‌های فرهنگی اجتماعی	۰/۱۷۱	۰/۰۴۳
		جاذبه مذهبی	۰/۱۲۰	۰/۰۳۱
۰/۱۵۳	متوسط شعاع جذب گردشگر	محلی	۰/۰۵۳	۰/۰۰۸
		استانی	۰/۰۸۹	۰/۰۱۴
		منطقه ای	۰/۱۵۳	۰/۰۲۴
		ملی	۰/۲۶۲	۰/۰۴۰
		بین‌المللی	۰/۴۴۴	۰/۰۶۸
۰/۰۹۰	نوع راه ارتباطی	اصلی درجه یک	۰/۵۰۳	۰/۰۴۵
		اصلی درجه دو	۰/۲۶۰	۰/۰۲۴
		فرعی	۰/۱۳۴	۰/۰۱۲
		شوسه	۰/۰۶۸	۰/۰۰۶
		خاکی و جیب رو	۰/۰۳۵	۰/۰۰۳
۰/۰۵۴	فاصله تا نزدیکترین سکونتگاه روستایی	کمتر از ۵ کیلومتر	۰/۴۸۲	۰/۰۲۶
		۵ تا ۱۰ کیلومتر	۰/۲۷۲	۰/۰۱۵
		۱۰ تا ۱۵ کیلومتر	۰/۱۵۸	۰/۰۰۹
		بیشتر از ۱۵	۰/۰۸۸	۰/۰۰۵
۰/۰۳۴	مساحت منطقه	کمتر از ۵۰ هکتار	۰/۰۵۷	۰/۰۰۲
		۵۰ تا ۱۰۰ هکتار	۰/۱۲۲	۰/۰۰۴
		۱۰۰ تا ۲۰۰ هکتار	۰/۲۶۳	۰/۰۰۹
		بیش از ۲۰۰ هکتار	۰/۵۵۸	۰/۰۱۹

پس از مشخص شدن وزن نهایی زیر معیارهای مورد بررسی در پژوهش، جدول برخورداری مکان‌های نمونه گردشگری از این زیر معیارها تشکیل خواهد شد و به صرف دارا بودن هر مکان گردشگری از زیر معیار

مورد نظر، وزن مربوط به زیر معیار مربوطه در جدول مذکور وارد خواهد شد، در نهایت با جمع زدن تمام اوزانی که به هر مکان تعلق گرفته جمع امتیاز مکان‌های نمونه گردشگری محاسبه خواهد شد.

جدول ۶- بر خورداری مکان‌های نمونه گردشگری از اوزان زیر معیارها

هلو دشت	دیلمان	تی تی	انی نام	کیا کلابه	خرما	چاف و چمخاله	شهر لاهیجان	علیسرود	امیر کلابه	زیر معیار
-	-	-	-	-	-	۰/۱۳۵	-	-	۰/۱۳۵	ساحل
-	-	۰/۰۸۸	-	-	-	-	۰/۰۸۸	۰/۰۸۸	-	تالاب و دریاچه
-	۰/۰۷۰	-	۰/۰۷۰	-	-	-	۰/۰۷۰	-	-	آبشار
۰/۰۴۹	۰/۰۴۹	۰/۰۴۹	۰/۰۴۹	۰/۰۴۹	-	-	-	-	-	رودخانه
۰/۰۳۱	۰/۰۳۱	۰/۰۳۱	۰/۰۳۱	-	۰/۰۳۱	-	-	۰/۰۳۱	-	داشتن هوای خنک و بیلاقی
۰/۰۲۲	۰/۰۲۲	۰/۰۲۲	۰/۰۲۲	-	۰/۰۲۲	-	-	۰/۰۲۲	-	جنگل‌های قابل نفوذ
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	غار
۰/۱۱۴	۰/۱۱۴	۰/۱۱۴	۰/۱۱۴	-	۰/۱۱۴	-	۰/۱۱۴	-	-	آثار تاریخی
-	۰/۰۶۶	۰/۰۶۶	-	-	۰/۰۶۶	۰/۰۶۶	۰/۰۶۶	-	۰/۰۶۶	جاذبه‌های مصنوعی
۰/۰۴۳	۰/۰۴۳	۰/۰۴۳	۰/۰۴۳	۰/۰۴۳	۰/۰۴۳	-	۰/۰۴۳	۰/۰۴۳	-	جاذبه‌های فرهنگی اجتماعی
-	۰/۰۳۱	-	-	۰/۰۳۱	-	-	۰/۰۳۱	-	-	جاذبه مذهبی
۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	محلی
۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	-	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	استانی
۰/۰۲۴	۰/۰۲۴	۰/۰۲۴	۰/۰۲۴	-	-	۰/۰۲۴	۰/۰۲۴	۰/۰۲۴	-	منطقه ای
-	۰/۰۴۰	-	-	-	-	۰/۰۴۰	۰/۰۴۰	۰/۰۴۰	-	ملی
-	۰/۰۶۸	-	-	-	-	-	۰/۰۶۸	-	-	بین المللی
۰/۰۴۵	۰/۰۴۵	۰/۰۴۵	۰/۰۴۵	۰/۰۴۵	۰/۰۴۵	۰/۰۴۵	۰/۰۴۵	۰/۰۴۵	۰/۰۴۵	اصلی درجه یک
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	اصلی درجه دو
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	فرعی
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	شوسه
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	خاکی و جیب رو
۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	کمتر از ۵ کیلومتر
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۵ تا ۱۰ کیلومتر
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۱۰ تا ۱۵ کیلومتر
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	بیشتر از ۱۵
۰/۰۰۲	-	۰/۰۰۲	۰/۰۰۲	-	-	-	-	-	۰/۰۰۲	کمتر از ۵۰ هکتار
-	۰/۰۰۴	-	-	-	۰/۰۰۴	-	-	-	-	۵۰ تا ۱۰۰ هکتار
-	-	-	-	-	-	۰/۰۰۹	-	-	-	۱۰۰ تا ۲۰۰ هکتار
-	-	-	-	۰/۰۱۹	-	-	۰/۰۱۹	۰/۰۱۹	-	بیش از ۲۰۰ هکتار

جدول ۷- برخورداری مکان‌های نمونه گردشگری از اوزان زیر معیارها

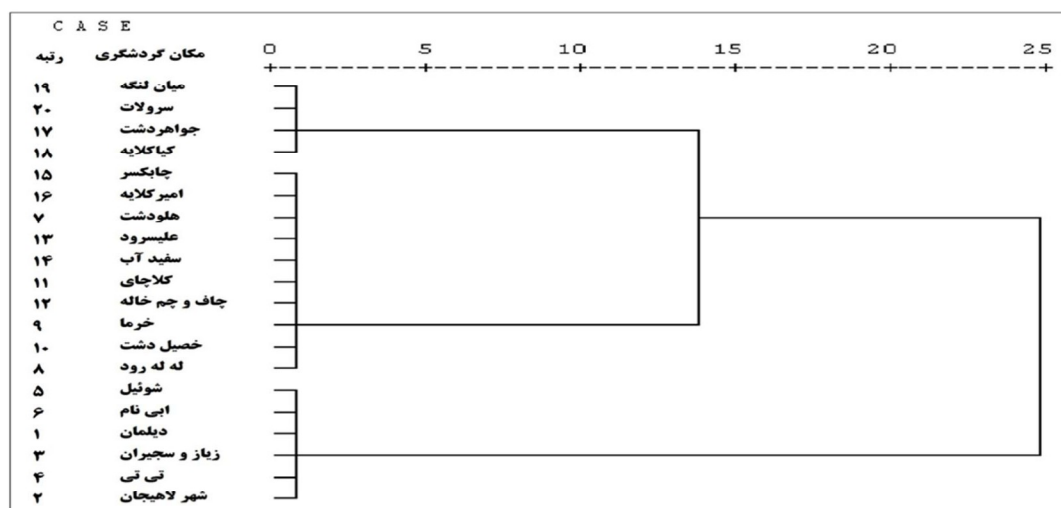
زیر معیار	خصیل دشت	زیاز و سجیران	جواهر دشت	چابکسر	کلاچای	سرولات	سفیدآب	شوئیل	میان لنگه	له له رود
ساحل	-	-	-	۰/۱۳۵	۰/۱۳۵	-	-	-	-	۰/۱۳۵
تالاب و دریاچه	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
آبشار	-	۰/۰۷۰	-	-	-	-	۰/۰۷۰	-	-	-
رودخانه	۰/۰۴۹	۰/۰۴۹	-	-	۰/۰۴۹	-	۰/۰۴۹	۰/۰۴۹	-	۰/۰۴۹
داشتن هوای خنک و بیلاقی	۰/۰۳۱	۰/۰۳۱	۰/۰۳۱	-	-	-	۰/۰۳۱	۰/۰۳۱	۰/۰۳۱	-
جنگل‌های قابل نفوذ	۰/۰۲۲	۰/۰۲۲	۰/۰۲۲	-	-	-	۰/۰۲۲	۰/۰۲۲	۰/۰۲۲	-
غار	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
آثار تاریخی	۰/۱۱۴	۰/۱۱۴	-	-	-	-	-	۰/۱۱۴	-	-
جاذبه‌های مصنوعی	-	۰/۰۶۶	-	-	۰/۰۶۶	-	-	۰/۰۶۶	-	۰/۰۶۶
جاذبه‌های فرهنگی اجتماعی	۰/۰۴۳	۰/۰۴۳	۰/۰۴۳	-	-	-	-	۰/۰۴۳	-	-
جاذبه مذهبی	-	-	-	-	-	-	-	۰/۰۳۱	-	-
محلی	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸
استانی	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴	۰/۰۱۴
منطقه ای	۰/۰۲۴	۰/۰۲۴	۰/۰۲۴	-	۰/۰۲۴	۰/۰۲۴	۰/۰۲۴	۰/۰۲۴	-	۰/۰۲۴
ملی	-	۰/۰۴۰	۰/۰۴۰	-	-	۰/۰۴۰	۰/۰۴۰	۰/۰۴۰	-	-
بین‌المللی	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
اصلی درجه یک	-	۰/۰۴۵	-	-	۰/۰۴۵	۰/۰۴۵	۰/۰۴۵	-	۰/۰۴۵	۰/۰۴۵
اصلی درجه دو	۰/۰۲۴	-	۰/۰۲۴	-	-	-	-	۰/۰۲۴	-	-
فرعی	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
شوسه	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
خاکی و جیب رو	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
کمتر از ۵ کیلومتر	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶	۰/۰۲۶
۵ تا ۱۰ کیلومتر	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۰ تا ۱۵ کیلومتر	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
بیشتر از ۱۵	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
کمتر از ۵۰ هکتار	-	-	-	-	-	-	-	۰/۰۰۲	-	-
۵۰ تا ۱۰۰ هکتار	-	۰/۰۰۴	-	۰/۰۰۴	۰/۰۰۴	۰/۰۰۴	۰/۰۰۴	۰/۰۰۴	۰/۰۰۴	-
۱۰۰ تا ۲۰۰ هکتار	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۰/۰۰۹
بیش از ۲۰۰ هکتار	۰/۰۱۹	-	-	-	-	-	-	-	-	-

در ادامه امتیاز نهایی مناطق نمونه گردشگری در کلیه شاخص‌ها، با استفاده از تحلیل خوشه‌ای، در سه دسته خوشه‌بندی گردید، و جایگاه هر یک از مناطق در نظام سلسله مراتب عملکرد فضایی مشخص شد، که برای اساس مکان‌های نمونه گردشگری دیلمان، شهر لاهیجان، زیاز و سجیران، تی تی، شوئیل و ابی نام

در اولویت اول برنامه‌ریزی و به عنوان قطب توریستی مشخص شدند، هلودشت، له له رود، خرما، خصیل دشت، کلاچای، چاف و چمخاله، علیسرود، سفید آب، چابکسر و امیرکلایه در اولویت دوم برنامه‌ریزی و به عنوان مرکز توریستی و در نهایت، مناطق نمونه گردشگری جواهر دشت، کیا کلایه، میان لنگه و سرولات در اولویت سوم برنامه‌ریزی و به عنوان نقطه توریستی شناسایی شدند.

جدول ۸- رتبه‌بندی و اولویت برنامه‌ریزی مکان‌های نمونه گردشگری

مکان نمونه گردشگری	جمع امتیاز	رتبه	جایگاه عملکرد فضایی	اولویت برنامه ریزی	خدمات گردشگری پیشنهادی بر اساس عملکرد فضایی
دیلمان	۰/۶۵۷	۱	قطب توریستی	اولویت اول	تأمین و توزیع خدمات زیر بنایی ضروری، ایجاد پارکینگ، مسجد، سرویس بهداشتی، اقامتگاه، کمپینگ، رستوران، تأسیسات ورزشی، امکانات تفریحی و آموزشی، پمپ بنزین، بازار عرضه خدمات و محصولات و مصنوعات محلی، ایجاد شهرک توریستی، اطلاع رسانی از قابلیت‌های گردشگری منطقه از طریق رادیو تلویزیون، تابلوهای جاده ای، تورهای گردشگری و همایش‌های ملی و منطقه ای.
شهر لاهیجان	۰/۶۵۷	۲			
زیاز و سجیران	۰/۵۵۸	۳			
تی تی	۰/۵۳۳	۴			
شوئیل	۰/۴۹۴	۵			
ابی نام	۰/۴۴۹	۶			
هلودشت	۰/۳۷۹	۷	مرکز توریستی	اولویت دوم	تأمین و توزیع خدمات زیر بنایی ضروری، ایجاد پارکینگ، مسجد، سرویس بهداشتی، اقامتگاه، کمپینگ، رستوران، اطلاع رسانی در سطح منطقه.
له له رود	۰/۳۷۶	۸			
خرما	۰/۳۷۵	۹			
خصیل دشت	۰/۳۷۵	۱۰			
کلاچای	۰/۳۷۲	۱۱			
چاف و چمخاله	۰/۳۶۷	۱۲			
علیسرود	۰/۳۶۱	۱۳			
سفید آب	۰/۳۳۴	۱۴			
چابکسر	۰/۳۱۷	۱۵			
امیر کلایه	۰/۲۹۶	۱۶			
جواهر دشت	۰/۲۳۶	۱۷	نقطه توریستی	اولویت سوم	تأمین و توزیع خدمات زیر بنایی ضروری، سرویس بهداشتی، اقامتگاه، کمپینگ، تأسیسات مربوط به اقامت و پذیرایی موقت.
کیا کلایه	۰/۲۲۲	۱۸			
میان لنگه	۰/۱۵۱	۱۹			
سرولات	۰/۰۹۸	۲۰			



شکل ۳- خوشه‌بندی مکان‌های نمونه گردشگری بر اساس امتیاز حاصل از مدل AHP

نتیجه‌گیری

در این پژوهش به منظور بررسی و اولویت‌بندی مکان‌های نمونه گردشگری شهرستان‌های لاهیجان، لنگرود، املش، سیاهکل و رودسر به ارزیابی معیارهایی همچون تنوع جاذبه‌های طبیعی گردشگری، تنوع جاذبه‌های انسانی، متوسط شعاع جذب گردشگر، نوع راه ارتباطی، فاصله تا سکونت‌گاه‌های روستایی و مساحت منطقه نمونه گردشگری در قالب تجزیه و تحلیل چند معیاره پرداخته شد. یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل چند معیاره، نشان داد که منطقه نمونه گردشگری دیلمان در رتبه اول جهت برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری قرار گرفت که این امر به دلیل وجود جاذبه‌های مانند عبور رودخانه از این مسیر، داشتن هوای خنک در گرمترین ماه‌های سال، وجود جنگل‌های زیبا و قابل نفوذ، بهره‌مندی از آثار تاریخی، وجود جاذبه‌های مصنوعی و فرهنگی و اجتماعی و مذهبی و برخورداری از مسیر گردشگری و چشم‌انداز زیبا است. شهر لاهیجان با برخورداری از جاذبه‌های زیبای طبیعی و انسانی مثل استخر داخل شهر، بام سبز لاهیجان، تله‌کابین، آثار تاریخی و مذهبی و جاذبه‌های فرهنگی اجتماعی در رتبه دوم جهت برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری قرار گرفته است. منطقه نمونه گردشگری زیاز و سجیران از توابع شهرستان رودسر در رتبه سوم جهت برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری قرار گرفته است.

همچنین یافته‌های حاصل از روش تحلیل خوشه‌ای حاکی از آن است که مکان‌های نمونه گردشگری دیلمان، شهر لاهیجان، زیاز و سجیران، تی تی، شوئیل و ابی نام در اولویت اول برنامه‌ریزی و به عنوان قطب توریستی مشخص شدند، هلودشت، له له رود، خرما، خصیل دشت، کلاچای، چاف و چم‌خاله، علیسرود، سفید آب، چابکسر و امیرکلايه در اولویت دوم برنامه‌ریزی و به عنوان مرکز توریستی و در نهایت، مناطق نمونه گردشگری جواهر دشت، کیا کلايه، میان لنگه و سرولات در اولویت سوم برنامه‌ریزی و به عنوان نقطه توریستی شناسایی شدند.

صرف نظر از تعیین و تمایز وزن، نوع و قدرت عملکرد هر کانون گردشگری، به منظور پوشش کامل فضا و نیز تأمین نیازهای متنوع گردشگر هر یک از کانون‌ها در تعاملی پایدار با یکدیگر قرار می‌گیرند. نوع، نحوه تأمین و توزیع خدمات مورد نیاز نیز مبتنی بر وزن و عملکرد هر کانون در فضا است. با این حال، تأمین

منابع و مآخذ:

۱. ابراهیم‌زاده، ع.، آقاسی‌زاده، ع. ۱۳۸۸. تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی (SWOT). مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۱ (۱): ۱۲۸-۱۰۷.
۲. اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان، ۱۳۸۹، سرمایه‌گذاری در استان گیلان.
۳. پایگاه ملی داده‌های علوم زمین کشور، ۱۳۸۵، اطلس ژئوتوریسم استان گیلان، گروه زمین‌شناسی، مرداد.
۴. تقوایی، م.، غفاری، س. ۱۳۸۹. برنامه‌ریزی فضایی در توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: استان چهارمحال و بختیاری، محور بازفت). فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، ۹۶(۲۵): ۱۶۲۵۰-۱۶۲۲۹.
۵. حشمتی، ا.، منصوری، ه. ۱۳۸۸. نقش مدیریت شهری در توسعه توریسم پایدار. دومین همایش ملی علوم جغرافیایی، دانشگاه پیام نور استان آذربایجان غربی - مرکز ارومیه، ۱۶-۱۵ مهر.
۶. رضایی، ب. ۱۳۸۸. راهکارهای توسعه پایدار گردشگری ساحلی. مطالعه موردی: بابلسر، سایت آفتاب.
۷. زنگی آبادی، ع.، محمدی، ج.، زیرک باش، د. ۱۳۸۵. تحلیل گردشگری داخلی شهر اصفهان. مجله جغرافیا و توسعه، ۸ (۴): ۱۵۸-۱۳۱.
۸. شاکری، ع.، سلیمی، ف. ۱۳۸۵. عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری در منطقه آزاد چابهار و اولویت‌بندی آنها با استفاده از تکنیک ریاضی AHP. پژوهشنامه اقتصادی، ۲۰ (۶): ۱۳۰-۹۵.
۹. عبداللهی، ه.، متین‌خواه، سید ج.، بشری، ح.، حسینی، س. ۱۳۹۱. تعیین اولویت‌های گردشگری در منطقه گاوخونی با استفاده از فرایند تحلیل سلسه مراتبی (AHP). نشریه محیط زیست طبیعی، مجله منابع طبیعی ایران، ۱۱ (۶۵): ۱۱۰-۹۵.
۱۰. عشوری، پ.، فریادی، ش. ۱۳۸۹. ارزیابی توانایی مناطق طبیعت‌گردی با استفاده از روشهای تجزیه و تحلیل چند معیاره (مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک). نشریه محیط‌شناسی، سال سی و ششم، شماره ۳۶ (۵۵): ۱-۱۲.
۱۱. علی‌نژاد طیبی، ک. ۱۳۸۹. تحلیلی بر روند توسعه کالبدی - فیزیکی شهر فیروزآباد، اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشگاه اصفهان. ۱۵۴ صفحه.
۱۲. کاظمی، م. ۱۳۸۷. تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار، مجله جغرافیا و توسعه، ۱۲ (۶): ۱۰۰-۸۱.
۱۳. مالچفسکی، ی. ۱۳۸۵. سامانه اطلاعات جغرافیایی و تحلیل تصمیم چند معیاری. ترجمه اکبر پرهیزکار و عطا غفاری گیلانده. انتشارات سمت، چاپ اول، ۶۰۶ صفحه.
۱۴. مدهوشی، م.، ناصرپور، ن. ۱۳۸۲. ارزیابی موانع توسعه گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۲۸ (۷): ۵۸-۲۵.
۱۵. مقصود، ح. ۱۳۸۸. تخصیص بهینه سرمایه شرکت، مجله اقتصادی بورس. ۹۱: ۴۹-۴۰.

16. Beynon, M. 2005. Understanding local ignorance and non-specificity within the DS/AHP method of multicriteria decision making. *European Journal of Operational Research*, 163: 403-417.
17. Chulmin, J. 2007. Design of intelligent Geographic Information System for Multi-criteria Site Analysis. *URISA journal*, 3: 103.
18. Deng, H. 1999. Multicriteria analysis with fuzzy pairwise comparison. *International journal of Approximate Reasoning*, 21: 215-231.
19. Development, *Tourism Management*, 23: 521-530.
20. Dondo, C., Bhunu, S. T., Rivertt, U. 2009. GIS in tourism-A Zimbabwean perspective. *The international Archives of Photogrammetry, remote sensing and spatial information sciences*, 13: 1325.
21. Efenel, D. 2006. Introduction of Ecotourism. Mazandaran University, 123.
22. Figueira, J., Greco, S., Ehrgott, M. 2005. Multiple Criteria Decision analysis: State of the Art Surveys. New York. *URISA journal*, 34: 547.
23. Fuller, R., Carlsson, C. 2006. Fuzzy multiple criteria decision making: Recent developments, Fuzzy sets and systems. *URISA journal*, 78: 139-140.
24. Hansen, H. 2005. Analytic Hierarchy Process: An overview of applications. *Operational Research*, 123: 29.
25. Holgen, P., Mattsson, L., Li, C.Z., 2000. Recreation values of boreal forest stand types and landscapes resulting from different silvicultural systems: An economic analysis, *Environmental Management* 60, 173.
26. Kiker, G., Bridges, T., Varghese, A., Seager, T., Linkov, I. 2005. Application of Multicriteria Decision Analysis in Environmental Decision Making. *Integrated Environmental Assessment and management*, 1: 95- 109.
27. Ko, D.W., Stewart, W.F. 2002. A Structural equation model of Residents Attitudes for Tourism.
28. Kuo, M., Liang, G., Huang, W. 2006. Extension of the Multicriteria analysis with pairwise comparison under a fuzzy environment. *International journal of Approximate Reasoning*, 43: 285-268.
29. Taleai, M., Mansourian, A., Sharifi, A. 2009. Surveying general prospects and challenges of GIS implementation in developing countries: a SWOT- AHP approach, *Springer*, 11: 291-310.
30. Yu, C. S. 2002. A GP- AHP method for solving group decision-making fuzzy AHP problems, *Computers & Operations Research*, 29: 1969-2001.