



رجحان بندی فراسنجه های توسعه ی گردشگری چابهار با مدل AHP و طیف لیکرت

رستم بلیده^۱، دکتر فریده نقدی^۲، پروفیسور اکبر نیک خواه^۳

- ۱- دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین
 - ۲- متخصص محیط زیست و مشاور عالی آموزشی- پژوهشی منطقه آزاد تجاری-صنعتی ارس، آذربایجان شرقی؛ دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین
 - ۳- استاد فرامتناز دانشکده کشاورزی، دانشگاه زنجان؛ استاد فرابرجسته نخبه پرور، بنیاد ملی نخبگان
- ایمیل: anikka@yahoo.com, naghdi.farideh@gmail.com

چکیده

در دهه های اخیر توسعه ی صنعت گردشگری در سطح کلان و خرد باعث تغییر در اقتصاد و نگرش سیاسی جوامع شده است. گردشگری محیط، فرهنگ، هنر، سبک زندگی، ارتباطات، اعتقادات، سیاست، اقتصاد، و نوع توسعه در یک جامعه را تغییر می دهد. تحقیق در عملیات به عنوان یک روش علمی ریاضی تبدیل به یک ابزار مناسب جهت استفاده در بسیاری حوزه های تصمیم گیری و مدیریتی شده است. مدل های ارائه شده در شاخه های مختلف تحقیق در عملیات می توانند به صورت عملی مدیران را جهت شناسایی وضعیت جاری و ارائه ی راه کارهای لازم به منظور ارتقاء و پیشرفت رهنمون باشند. تحقیق حاضر قصد دارد که با تنظیم پرسشنامه از گردشگران و شهروندان بر اساس طیف لیکرت، فراسنجه های موثر بر توسعه ی صنعت گردشگری شهر چابهار را بررسی کند و با جمع آوری آمار و اطلاعات گروه های مختلف، ساکنان و گردشگران شهر چابهار، به اولویت بندی فراسنجه ها در محیط نرم افزار Expert choice بپردازد. با توجه به اولویت بندی فراسنجه ها انتظار می رود با ارتقای شاخص های موثر شاهد توسعه ی گردشگری این شهر باشیم.

واژه های کلیدی: چابهار، توسعه ی گردشگری، طیف لیکرت، مدل AHP

۱. مقدمه

در چند دهه ی گذشته صنعت توریسم به توسعه و تنوع مستمر خود ادامه داده است تا به یکی از بخش های اقتصادی در حال رشد دنیا تبدیل شود. با افزایش استانداردهای زندگی و درآمد افراد و کاهش محدودیت های مسافرت و آسان تر شدن و ارزان تر شدن حمل و نقل انتظار می رود صنعت توریسم همچنان به رشد خود ادامه داده و تعداد گردشگران بیشتر شده و نقش گردشگری در اقتصاد دنیا بیش از پیش شود. در عین حال توسعه ی گردشگری بعنوان مجموعه فعالیت های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیان های اقتصادی جوامع دارد. نقش گردشگری به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیر ساخت های اجتماعی که موجب رشد و توسعه ی سایر صنایع می شود در مطالعات متعدد مورد تأیید قرار گرفته است. (۱) در ایران نیز با توجه به منابع بالقوه فراوان برای جذب گردشگر تلاش هایی برای توسعه ی این صنعت صورت گرفته است. از جمله می توان به طرح جامع ملی توسعه ی گردشگری و طرح های جامع استانی اشاره کرد که با توجه به نقاط قوت و ضعف و مزیت موجود در هر منطقه سیاست های کلی و استراتژی های منطقه ایی توسعه ی گردشگری کشور را تدوین و چارچوب و مبنایی برای سایر طرح های



کلان مرهون تدوین برنامه هایی جهت اجرائی و عملیاتی شدن سیاست های پیش بینی شده و استراتژی های در این طرح ها می باشد. در طرح جامع گردشگری استان سیستان و بلوچستان، چابهار که از لحاظ موقعیت جغرافیایی خاص و توانمندی های بالقوه برای جذب گردشگران مختلف اعم از تفریحی، ورزشی، تجاری، علمی و فرهنگی یکی از قطب های استان سیستان و بلوچستان معرفی شده است. (۲) بررسی های انجام شده حاکی از آن است که شهرستان چابهار با دارا بودن جاذبه های کم نظیر طبیعی مانند سواحل امن و آرام، دریا، تپه های دیدنی گل فشان، سواحل صخره ای، جنگل های مانگرو و حرا، جاذبه های فرهنگی بکر مانند آئین های سنتی و رقص های محلی و صنایع دستی با شهرت جهانی، بازارهای مستقیم عرضه ی کالا در منطقه ی آزاد تجاری و همچنین مسیرهای ویژه ی دسترسی مناسب میتواند مقصد مناسبی برای گردشگران داخلی و خارجی باشد (۳) استان سیستان و بلوچستان بعنوان پهناورترین استان کشور که از هامون تا عمان گسترده شده است. دارای جاذبه های موروفولوژیکی متعددی میباشد. که در ایران و جهان نادر و کمیابند اما به دلایلی ناشناخته و تعریف نشده غریب مانده اند. گل فشان ها مهم ترین و جذابترین اشکال ژئومورفولوژیکی هستند که بیشترین تعداد (حدود ۶۰٪ کل کشور) در این استان قرار دارند. توازن اقتصادی مناطق مختلف، حفاظت از میراث های طبیعی و ارتقای ارزش فرهنگی معنوی جامعه ی میزبان از جمله ره آوردهای مثبت این نوع گردشگری است (۴). اهداف اصلی تحقیق پیش رو شناسایی فراسنجه های مناسب در بندر چابهار میباشد. در این راستا رجحان های مربوط به فراسنجه ها مشخص و در هر شاخص مشخص می شوند.

۲. پیشینه ی تحقیق

سابقه ی پژوهش در زمینه ی گردشگری به صورت یک رشته ی علمی به حدود ۲۰۰ سال قبل بر میگردد. اولین کتاب در زمینه ی گردشگری توسط توماس نوگ نت تحت عنوان راهنمای گردشگری حدود ۲ قرن از انتشار آن میگذرد. از آن زمان تا کنون مطالعاتی که در زمینه ی گردشگری صورت گرفته در سه بخش عمده بوده است ۱- مطالعات شناخت و معرفی مکان های دیدنی ۲- مطالعاتی که گردشگری و تأثیرات آن را بررسی میکند ۳- مطالعاتی که به صورت تخصصی در رشته های فرعی گردشگری بحث میکند. ویلیامز و زیلنسکی در پژوهشی اعلام کردند که عملاً همه ی تحقیقات در زمینه ی گردشگری به توصیف و تحلیل درون منطقه ایی محدود میشوند. ایشان معتقدند که با واردات کالا و روابط اقتصادی زمینه ی رشد گردشگری فراهم میشود. و همچنین برای تغییر الگوی مهاجرت، تعادل، پول، و استفاده ی بهینه از زمین میتوان از طریق توسعه ی گردشگری اقدام کرد. در گردشگری، تاثیر گردشگری در تمام عناصر سیستم گردشگری تجربه شده است. از مهم ترین اثرات مثبت گردشگری در جامعه ی میزبان می توان به اشتغال زایی، تجدید حیات مناطق توسعه نیافته یا غیر صنعتی، نوزایی هنرها و فنون محلی، نوسازی سنت های معماری و محلی و فعالیت های فرهنگی بهبود زندگی اجتماعی و فرهنگی جامعه ی محلی و افزایش توجه به حفاظت از مناطق فوق العاده زیبایی که دارای ارزش های تاریخی زیبایی شناختی و فرهنگی هستند اشاره کرد. بررسی ادبیات گردشگری نشان میدهد که همیشه انتخاب مقصد یکی از مسائل مهم گردشگری بوده است. بنابراین دلایل ترجیحات سفر و انتخاب مقاصد مختلف می بایست در متغیرهای تاثیر گذار بر این فرایند جستجو کرد. (۱) بر اساس نظریه ی فرچلینگ (۱۹۹۴) مطالعه ی تاثیر اقتصادی گردشگری به معنای تجزیه و تحلیل تأثیر فعل سفر در رفاه یا درآمد ساکنان در یک منطقه ی معین است. از سوی دیگر در مورد تجزیه و تحلیل اثرات اقتصادی گردشگری معتقد است که تأثیر اقتصاد گردشگری شامل اثرات مستقیم و غیر مستقیم میشود. تأثیر مستقیم بعنوان نتیجه ی مستقیم فعالیت های سفر در منطقه رخ میدهد که شامل دستمزد، حقوق، مالیات و واردات کسب و کار میشود. (۴) عبدالملکی پژوهشی در باره ی «بررسی عوامل و جاذبه های گردشگری شهر همدان» و نقش آن در تحولات این شهر با هدف شناخت جاذبه های شهر همدان انجام داده است. و در نهایت به این نتیجه رسیده است که به دلایلی از جمله عدم شناسایی و معرفی جاذبه ها و رکود بخش گردشگری، گردشگری نتوانسته است تأثیر چندانی بر توسعه ی شهر همدان بگذارد (۵). رهنمایی و دیگران در پژوهشی با عنوان بررسی ظرفیت تحمل مقصد گردشگری با تاکید بر



جامعه ی میزبان با روش زمینه یابی به بررسی و تعیین ظرفیت تحمل حوزه ی گردشگری با تاکید بر بعد جامعه ی میزبان پرداختند به نظر ایشان بعد جامعه ی میزبان حوزه ی کلاردشت در رابطه با گردشگران خود ظرفیت تحمل متفاوتی دارد(۵).

۳. روش تحقیق

روش تحقیق در این مقاله توصیفی تحلیلی است. جهت جمع آوری اطلاعات و داده های مورد نیاز از بررسی های اسنادی و کتابخانه ای و مطالعات میدانی استفاده شده است. در ابتدا با مطالعات میدانی اقدام به جمع آوری اطلاعات و تهیه ی پرسشنامه نموده و در مرحله ی بعد به منظور تکمیل اطلاعات با استفاده از مقالات، گزارشات و اسناد مرتبط با موضوع داده های مورد نظر فراهم گردید. در مرحله ی اول حدود ۲۷۰ عدد پرسشنامه در میان گردشگران و ساکنین بصورت تصادفی تقسیم شد که عوامل اجتماعی مانند معضلات کالبدی و فرسودگی، تکدی گری وضعیت نامناسب معابر مورد نظرسنجی قرار گرفت. با توجه به اینکه ساختار و خصوصیات اجتماعی-فرهنگی ساکنین شهر برای توسعه ی گردشگری هر شهری در نوع نیازهای ساکنین و نیز برنامه ریزی و مداخله در بافت تاثیر بسزایی دارد. هرگونه توسعه ی گردشگری بدون مطالعات اجتماعی محدوده نمی تواند مشکلات ساکنین را حل نماید، همچنین می تواند باعث بروز مشکلات دیگری در بافت و تسری آن به دیگر نقاط شهر را باعث شود. لذا با تکیه بر نتایج حاصل از نظر سنجی انجام شده از ساکنین به منظور شناخت بهتر خصوصیات اجتماعی-فرهنگی شهروندان شاخصه های مورد نظر در غالب موضوعات زیر داده های پرسشنامه که بر اساس طیف لیکرت تنظیم شده بودند با نرم افزار SPSS تحلیل و در نهایت فراسنجه های موثر در توسعه ی گردشگری شهر چابهار رجان بندی شدند.

۱- به این مکان احساس وابستگی میکنم.

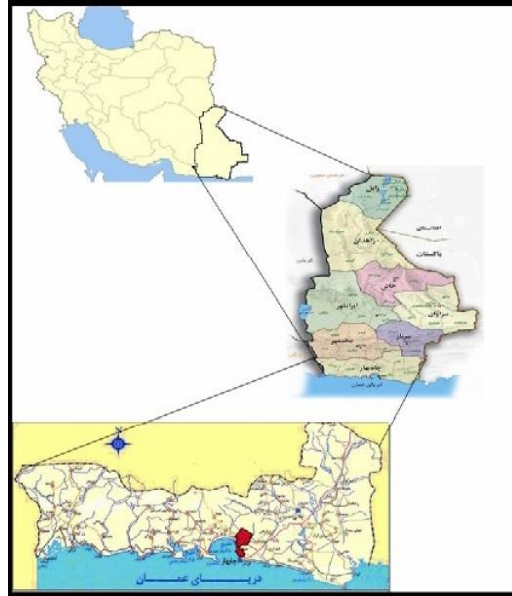
۲- میخواهم بقیه ی عمرم در همین مکان باشم.

۳- آینده ی این مکان و بهبود شرایط آن برای من مهم است.

۴- این مکان بیش از هر مکان دیگری رضایت مرا جلب می کند.

۴. معرفی محدوده ی مورد مطالعه

شهرستان چابهار با مساحتی در حدود ۱۳۱۶۲ کیلومتر مربع و جمعیتی ان ۲۶۴۰۵۱ نفر که ۹۰۲۴۵ نفر از این جمعیت ساکن شهر چابهار هستند در منتهی الیه جنوب شرقی ایران در کنار آبهای گرم دریای مکران و اقیانوس هند قرار گرفته است. این شهرستان از شمال به شهرستان های سرباز و نیک شهر، از شرق به پاکستان، از جنوب به دریای عمان و از غرب به شهرستان کنارک محدود میگردد. شاید بتوان چابهار را از نظر گردشگری محل تجمع تضادها دانست و یا بهشت گردشگران نامید. وجود دریای مکران و سواحل زیبایی که در کنار آن بوجود آمده از یک سو وجود مناطق کوهستانی با کوه های مریخی و جنگلهای مانگرو حرا و بازارهای سنتی در کنار بازارهای بزرگ امروزی و صنایع دستی با شهرت جهانی همراه با محصولات تجاری و صنعتی منطقه ی آزاد و پدیده های منحصر بفرد زمین شناختی مانند گل فشان ها، گرم ترین نقطه ی ایران در زمستان و خنک ترین نقطه ی جنوب ایران در تابستان، همراه با باران های موسمی وغیره... (۶) بندر چابهار تنها بندر اقیانوسی کشور و نزدیک ترین بندر به ابراهه های بین المللی است که دارای بیش از ۲۰۰ اثر تاریخی و طبیعی میباشد. این منطقه نه تنها جزء ۱۰ منطقه ی استراتژیکی جهان میباشد. بلکه یکی از قطب های ژئوتوریسم (بهره گیری از اشکال ناشی از فرایندهای بیرونی زمین ساختی، در جهت توسعه ی گردشگری است) جهان نیز می باشد(۷).



عکس ۱: موقعیت شهر چابهار

پتانسیل‌های گردشگری چابهار:

به طور کلی جاذبه‌های گردشگری چابهار را به ۳ قسمت میتوان تقسیم کرد:

- ۱- جاذبه‌های طبیعی و ژئوتوریستی (ساحل چابهار، تیس، گلفشان‌ها، خلیج چابهار....)
 - ۲- جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی (قلعه پرتغالی‌ها، بقعه‌ی سید غلامرسول، ساختمان تلگرافخانه، منزل دریانورد
 - ۳- جاذبه‌های انسان‌ساخت (منطقه‌ی آزاد چابهار، مجتمع‌های تجاری،....)
- این جاذبه‌ها به همراه ۸ هتل و مهمانسرا و حدود ۷۰۰ تخت اقامتی حدود ۲۰ رستوران و غیره نشان دهنده‌ی توان بالای منطقه در گردشگری است (۸).

۵. داده‌های تحقیق

با توجه به نظرسنجی صورت گرفته به منظور آشنایی با مهم‌ترین مشکلات و مسائل موجود برای ریحان بندی فراسنجه‌های مناسب توسعه‌ی گردشگری شهر چابهار معضلات کالبدی از قبیل تخریبی بودن بناها، وضعیت نامناسب معابر، و نحوه نامناسب دفع زباله‌ها و فاضلاب و معضلاتی از قبیل تکدی‌گری، غیر بهداشتی بودن محیط و کمبود خدمات شهری از دیگر مشکلات موجود در محل می‌باشد که گردشگران به آنها اشاره نموده‌اند. بررسی این موضوع حاکی از آن است که معضلات موجود در شهر از نظر گردشگران به ترتیب زیر می‌باشد:

- ۱- غیربهداشتی بودن محیط
- ۲- معضلات کالبدی (مخروبه بودن معابر، ساختمان‌ها، نمای ناموزون....)
- ۳- معضلات اجتماعی (سرقت، اعتیاد، عدم امنیت....)
- ۴- کمبود خدمات شهری



اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار

The 1st National Conference on Geography, tourism, natural resources and sustainable development

درصد	تعداد	شاخص	
۷۸.۸۱	۲۱۳	بله	معضلات کالبدی (مخروبه بودن ساختمان ها و معابر)
۲۱.۰۹	۵۷	خیر	
۱۰۰	۲۷۰	جمع	
۸۶.۵۸	۲۳۴	بله	غیر بهداشتی بودن محیط
۱۷.۰۲	۴۶	خیر	
۱۰۰	۲۷۰	جمع	
۷۲.۵۲	۱۹۶	بله	معضلات اجتماعی (سرقت، اعتیاد، فحشا و...)
۲۷.۳۸	۷۴	خیر	
۱۰۰	۲۷۰	جمع	
۲۲.۵۷	۶۱	بله	کمبود خدمات شهری
۷۷.۳۳	۲۰۹	خیر	
۱۰۰	۲۷۰	جمع	

جدول شماره ۱: نتیجه ی نظر سنجی از گردشگران شهر چابهار

درصد	تعداد	شاخص
۱۱.۰۸	۳۲	بله
۸۸.۰۶	۲۳۸	خیر
۱۰۰.۰	۲۷۰	جمع

جدول شماره ۲: نتایج نظر سنجی معضلات ترافیکی

اما در مرحله دوم که پرسشنامه در میان شهروندان تقسیم شده بود سوالات نظر سنجی که بر اساس طیف لیکرت تنظیم شده بود. تعلق خاطر و تمایل به ادامه ی سکونت در مکان از دیدگاه ساکنین که از مؤلفه های اجتماعی بسیار مهم محسوب می شود. که بهبود شرایط محیطی را از لحاظ کیفی می تواند به همراه داشته باشد و در فرایند جلب مشارکت ساکنین و استفاده از پتانسیل های موجود جهت توسعه ی گردشگری شهر چابهار می تواند تأثیر گذار باشد. به منظور بررسی تعلق خاطر شهروندان به محل به بررسی و تحلیل پاسخ های ساکنین در خصوص سوالات مطرح شده تحت عناوین ذیل می پردازیم.

۱- احساس وابستگی به محل سکونت

۲- قصد نقل مکان از محل سکونت

۳- اهمیت آینده ی محل و بهبود شرایط آن

۴- میزان رضایتمندی از محل سکونت

۵- قبول مسئولیت برای بهبود شرایط سکونت

نتایج حاصل از بررسی امار کمی مربوط به مؤلفه های مذکور بیانگر تعلق خاطر ساکنین به محل سکونت و نیز تمایل آنها به ادامه ی سکونت در محل می باشد. ۵۹/۸٪ از ساکنین احساس وابستگی به مکان سکونت خود می کنند و اظهار کرده اند این مکان بیش از هر مکانی رضایت آنها را جلب میکند. این در حالیست که تنها حدود ۵۲/۴٪ مایل به سکونت در این محدوده می باشند. با این وجود بیش از نیمی از ساکنین محدوده نسبت به آینده ی مکان و ارتقاء شرایط آن حساس بوده



اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار

The 1st National Conference on Geography, tourism, natural resources and sustainable development

و ۶۳/۱٪ از ساکنین خود را نسبت به بهبود شرایط مکان مسئول می دانند. در اکثر نواحی شهر شرایط مشابهی مشاهده می شود و اکثر ساکنین نواحی شهر نسبت به مکان زندگی و ارتقاء شرایط آن احساس مسئولیت می کنند.

۶. چارچوب مفهومی طیف لیکرت

یک مقیاس فاصله ای است که از تعدادی عبارت و گزینه های جوابیه تشکیل شده است. لذا مقیاس لیکرت یک مقیاس مرکب است. گزینه های جوابیه در این مقیاس معمولاً نشانگر میزان موافقت یا مخالفت پاسخگو نسبت به یک موضوع یا مفهوم معین اعم از مثبت یا منفی است. به سخن دیگر با این طیف می توان حساسیت نگرش تعلق یا باور یا احساسات پاسخگو را تعیین کرد. نحوه ی ارزش گذاری در این طیف به این صورت است که در مورد عبارت های مثبت محقق ارزش های عددی مقیاسی را طوری تعیین می کند که بیشترین یا بالاترین ارزش عددی یا امتیاز به موافق ترین افراد تعلق گیرد و بر عکس در مورد عبارات منفی محقق ارزش ها یا امتیازات عددی را طوری جابه جا می کند که به طور مشابه بیشترین امتیاز به مخالف ترین و کم ترین به موافق ترین آنها اختصاص پیدا کند.

ارزش گذاری معمولاً به دو روش زیر انجام می پذیرد: ۱- جابجایی ارزش عددی ۲- جابجایی گزینه ها ی جوابیه (۹)

گزینه های جوابیه	ارزش عددی مقیاس
کاملاً مخالفم	۵
مخالفم	۴
بی نظرم	۳
موافقم	۲
کاملاً موافقم	۱

جدول شماره ی ۳: ارزش گذاری شاخص های بر اساس طیف لیکرت (۹)

مزایا	معایب
۱- هماهنگی سنجه ها ۲- اندازه گیری محتوای هر سنجه ۳- شناخت و سنجش نظرات از دیدگاههای مختلف ۴- رده بندی عقاید بر حسب شدت ۵- توجه به توان درونی سنجه و در نظر گرفتن ضریب توافق	۱- توصیف واقعیت بدون شناخت علل و عوامل ۲- عدم امکان شناخت صلاحیت پاسخگویان با ان ۳- عدم امکان سنجش زمان باور و عقیده از نظر موقتی و دائمی بودن ۴- عم کنترل موقعیت تحقیق ۵- عدم توجه به مطالعات پیشین و تعیین حوزه ها یا ملاک های قضاوت

جدول شماره ی ۴: مزایا و معایب طیف لیکرت (۹)



اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار

The 1st National Conference on Geography, tourism, natural resources and sustainable development

درصد	تعداد	شاخص	
۱۰.۱	۴۵	کاملا موافق	به این مکان احساس وابستگی می کنم
۴۹.۷	۲۲۴	موافق	
۱۰.۸	۴۹	نظری ندارم	
۱۸.۳	۸۲	مخالف	
۱۱.۱	۵۰	کاملا مخالف	
۱۰۰	۴۵۰	جمع	
۱۸.۸	۸۵	کاملا موافق	می خواهم بقیه عمرم در همین محل باشم
۳۳.۶	۱۵۱	موافق	
۱۲.۷	۵۷	نظری ندارم	
۲۸.۴	۱۲۸	مخالف	
۶.۵	۲۹	کاملا مخالف	
۱۰۰	۴۵۰	جمع	
۱۰.۸	۴۹	کاملا موافق	آینده این مکان و بهبود شرایط آن برای من مهم است
۳۲.۴	۱۴۶	موافق	
۱۴.۱	۶۳	نظری ندارم	
۳۸.۴	۱۷۳	مخالف	
۴.۳	۱۹	کاملا مخالف	
۱۰۰	۴۵۰	جمع	
۴.۱	۱۸	کاملا موافق	این مکان بیش از هر مکان دیگری رضایت مرا جلب میکند
۴۷.۴	۲۱۳	موافق	
۲۵.۷	۱۱۶	نظری ندارم	
۱۷.۴	۷۸	مخالف	
۵.۴	۲۴	کاملا مخالف	
۱۰۰	۴۵۰	جمع	
۱۴.۷	۶۶	کاملا موافق	خود را در قبال بهبود محله مسئول میدانم
۴۸.۵	۲۱۸	موافق	
۷.۳	۳۳	نظری ندارم	
۲۵.۴	۱۱۴	مخالف	
۴.۱	۱۸	کاملا مخالف	
۱۰۰	۴۵۰	جمع	

جدول شماره ۵: نتایج نظر سنجی براساس طیف لیکرت از شهروندان

۷. چارچوب مفهومی فرایند تحلیل سلسله مراتبی AHP

فرایند سلسله مراتبی با شناسایی و رجحان بندی عناصر تصمیم گیری شده شروع می شود. این عناصر شامل هدف ها، معیارها یا مشخصه ها و گزینه های احتمالی می شود. که در رجحان بندی به کار گرفته می شوند. فرایند شناسایی عناصر و ارتباط بین آنها به ایجاد یک ساختار سلسله مراتبی منجر می شود. ساختن سلسله مراتب به این دلیل است که عناصر تصمیم گیری را در سطوح مختلف خلاصه کرد. فرایند سلسله مراتبی یکی از چارچوب های تصمیم گیری چند



اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار

The 1st National Conference on Geography, tourism, natural resources and sustainable development

شاخه ایی است که اولین بار توسط توماس ال ساعتی در سال ۱۹۷۰ ابداع گردید. اساس این روش مقایسات زوجی است و هنگامی که تصمیم گیرنده با چندین شاخص روبروست روش مناسبی است. فرایند تصمیم گیری گروهی به کمک AHP و به طور کل بر مبنای نمودار زیر قرار دارد که در این فرایند پس از بررسی عرضه در سیستم گردشگری به بررسی مبنای نظری در مورد محصول گردشگری، مقاصد گردشگری و مطالعه ی گردشگری پرداخته می شود. که البته در ادبیات گردشگری دنیا هنگامی از محصول گردشگری استفاده می شود که در آن برنامه ریزی صورت گرفته باشد. در گام بعد جاذبه مورد توجه بوده که از قسمت های اصلی در برنامه ریزی مقاصد گردشگری مناسب استفاده کرد. در این تحقیق شهر چابهار بعنوان نمونه موردی مورد پیمایش قرار میگیرد.

۸. تعیین ضریب اهمیت فراسنجه‌ها

امتیاز (شدت اهمیت)	تعریف	توضیح
۱	اهمیت مساوی	در تحقق هدف دو معیار اهمیت مساوی دارند.
۳	اهمیت اندکی بیشتر	تجربه نشان می‌دهد که برای تحقق هدف اهمیت I بیشتر از I است.
۵	اهمیت بیشتر	تجربه نشان می‌دهد که اهمیت I خیلی بیشتر از I است.
۷	اهمیت خیلی بیشتر	تجربه نشان می‌دهد که اهمیت I خیلی بیشتر از I است.
۹	اهمیت مطلق	اهمیت خیلی بیشتر I نسبت به I به طور قطعی به اثبات رسیده است.
۲ و ۴ و ۶ و ۸		هنگامی که حالت‌های میانه وجود دارد.

جدول شماره ۵: ۶: مقایسه ۹ کمیته ساعتی برای مقایسه دودویی معیارها (مآخذ: (زبردست، ۱۳۸۰)

در این مرحله ضریب امتیاز هر یک از فراسنجه‌ها ارجعیت آن در طیف لیکرت است. مبنای این قضاوت همان مقیاس ۹ کمیته ال ساعتی است. با این تفاوت که در مقایسه ی فراسنجه‌ها در ارتباط با هدف بحث اینکه کدام گزینه مهم تر است نیست. بلکه کدام گزینه ارجح است. و چقدر مطرح است مهم میباشد. بنابراین مقیاس ۹ کمیته ال ساعتی به شرح جدول زیر مبنای مقایسه ی فراسنجه‌ها قرار خواهد گرفت.

۹. ساختار سلسله مراتبی

در اولین قدم ساختار سلسله مراتب مرتبط به این موضوع را مشخص میکنیم. در این نمودار ما یک سلسله مراتب چهار سطحی شامل: هدف، معیارها، زیر معیارها و گزینه‌ها مواجه هستیم تبدیل موضوع یا مسئله مورد بررسی به یک ساختار سلسله مراتبی مهمترین قسمت فرایند سلسله مراتبی محسوب میشود. زیرا در این قسمت تجزیه ی مسائل مشکل و پیچیده ی فرایند سلسله مراتبی، آن‌ها را به شکل ساده که با ذهن و طبیعت انسان مطابقت داشته باشد تبدیل میکند. به عبارت دیگر فرایند سلسله مراتبی AHP مسائل پیچیده را از طریق تجزیه و تحلیل آنها به عناصر جزئی که به وسیله ی سلسله مراتب به هم مرتبط بوده و ارتباط با هدف اصلی مساله با پایین ترین سطح سلسله مراتبی مشخص است. به شکل ساده تری در می آورد. پارامترها که ارجعیت آنها در نظر سنجی از گردشگران و شهروندان مشخص شده بود به ترتیب زیر هستند:



اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار

The 1st National Conference on Geography, tourism, natural resources and sustainable development

مخروبه بودن ساختمانها	۸
نمای ناموزون ساختمانها	۷
چشم انداز بومی منطقه	۹
فرهنگ اصیل شهر	۹
تکدی گری	۶
سطح بهداشت	۴
الودگی صوتی	۴
الودگی هوا	۵
ترافیک	
	۳
تعلق خاطر به محیط	۹
کمبود خدمات شهری	۲

جدول شماره ۷ ی : امتیاز دهی به فراسنجه‌های موثر در محیط نرم افزار Expert Choice

جهت انجام محاسبات از نرم افزار Expert choice با درصد خطای کم تر از ۰.۲٪ استفاده شده است. اعداد مربوط به هر فراسنجه نشان دهنده ی وزن نهایی آن فراسنجه است. بر این اساس با ضریب وزن این فراسنجه نتایج نهایی که همان رجحان بندی است ارائه میشود.

مقایسه ی زوجی فراسنجه‌ها:

وقتی گروه بر روی سلسله مراتبی به توافق رسید، باید ماتریس های مقایسه زوجی در هر سطح ایجاد شو ند. برای تعیین ضریب اهمیت معیارها و زیر معیارها باید دو به دو آنها با هم مقایسه شوند. برای مثال، در مورد این که برای هدف اولویت بندی جاذبه های گردشگری برای توسعه برنامه ریزی، معیار اقتصادی دارای اهمیت بیشتری است یا زیست- محیطی، مبنای قضاوت در این امر مقایسه ای جدول ۹ کمی [نسبت به معیار I است که بر اساس آن و با توجه به هدف بررسی، شدت برتری معیارها دو به دو با هم مقایسه می شوند.

دو راه برای ایجاد ماتریس های مقایسه زوجی وجود دارد که عبارتند از:

- قضاوت به اتفاق آرا
- قضاوت های شخصی

در روش اول باید گروه در هر عضو ماتریس به اتفاق آراء برسند، گروه باید ابتدا هفت معیار اصلی تصمیم گیری را به طور زوجی مقایسه نموده، برای هر عضو ماتریس به توافق برسند و هنگامی که اختلاف اساسی بین اعضا در مورد یک عضو ماتریس وجود داشته باشد.

در روش دوم، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی اجازه می دهد که هر یک از تصمیم سازان مقدار دلخواه خود را برای این عضو وارد ماتریس نموده، سپس قضاوت های فردی را با استفاده از میانگین هندسی آنها به قضاوت گروهی (برای هر مقایسه زوجی) تبدیل کند. در مرحله ی اول ماتریس دستی تهیه نموده سپس داده ها را به محیط نرم افزار منتقل می کنیم.



اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار

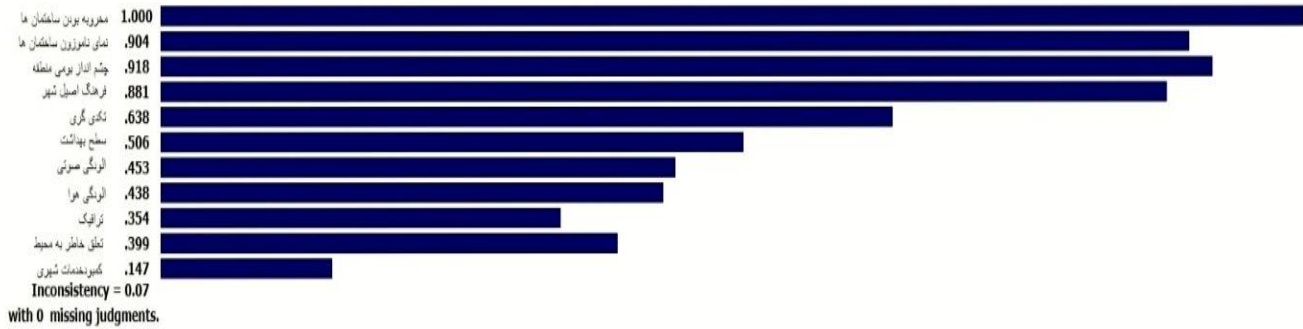
The 1st National Conference on Geography, tourism, natural resources and sustainable development

موضوع	مخروید-ه هون	همای نلهوزون	چشم انداز ب	فرهنگ	تکدی گری	س-ط هداشت	الوگی ص	الوگی هوا	ترافیک	تعلق خ	کمد-ود خ
مخروید-ه هون	1	1/46	1/44	1/44	1/71	2/57	/57 2	/05 2	3/42	/44 1	5/78
همای نلهوزون		1	1/65	1/65	1/5	2/25	/25 2	1/8	3	/65 1	4/5
چشم انداز ب			1	1/28	1/92	2/89	/89 2	/31 2	3/85	/88 1	5/78
فرهنگ				1	1/92	2/89	/89 2	/31 2	3/85	/29 1	5/78
تکدی گری					1	1/92	/92 1	/54 1	2/57	2/3	3/85
س-ط هداشت						1	/28 1	/53 2	1/71	/89 2	2/57
الوگی ص							1	/60 1	1/71	/89 2	2/57
الوگی هوا								1	2/14	/31 2	3/21
ترافیک									1	/85 3	1/92
تعلق خ										1	5/78

جدول شماره ی ۸: ماتریس دستی فرایند سلسله مراتبی

۱۰. محاسبه اعتبار داده ها (نرخ ناسازگاری)

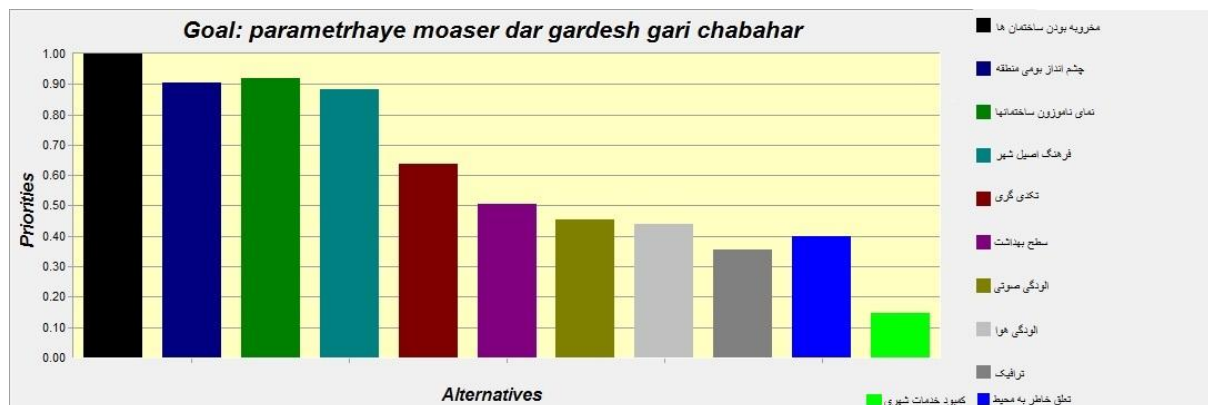
همانگونه که قبلاً ذکر شد، مکانیزی است که به وسیله آن اعتبار پاسخ (I.R.) نرخ ناسازگاری بر اساس قضاوت AHP



نمودار شماره ۱: ضریب داده ها در محیط نرم افزار

پرسش شوندگان به مقایسات زوجی مورد سنجش قرار میگیرند. تقریباً تمامی محاسبات اولیه تصمیم گیرنده که در قالب ماتریس مقایسات زوجی ظاهر میشود، صورت میپذیرد و هرگونه خطا و ناسازگاری در مقایسه و تعیین اهمیت بین گزینه ها و شاخص ها نتیجه نهایی بدست آمده از محاسبات را مخدوش میسازد.

در فرایند تحلیل سلسله مراتبی برای مقایسه ی دو به دو یی فراسنجهها نسبت به هدف پژوهش برای رجحان بندی فراسنجههای موثر در توسعه ی گردشگری شهر چابهار نرخ ناسازگاری برای ماتریس را محاسبه کرده. در صورتی که بیش از ۱٪ بوده ماتریس دوباره ارزیابی را تشکیل داده و داده ها امتیاز دهی میشود. در محاسبات به ی نرخ ناسازگاری نهایی فرایند تحلیل سلسله مراتبی AHP معادل ۰/۰۷٪ است. که نشان دهنده ی صحت و سقم اطلاعات و یافته های فکری و تصمیم سازی برای رجحان بندی فراسنجههای مناسب توسعه ی گردشگری شهرستان چابهار میباشد.



نمودار شماره ۲: رجحان بندی فراسنجهها بر اساس مدل AHP

۱۱. فراسنجههای موثر در توسعه ی گردشگری شهر چابهار

۱- مخروبه بودن ساختمان ها که با وزن ۱۵۱٪ که نشان دهنده ی بافت فرسوده ی چابهار می باشد که ضرورت بهسازی و نوسازی در چابهار را نشان می دهد.



اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار

The 1st National Conference on Geography, tourism, natural resources and sustainable development

- ۲- چشم انداز بومی منطقه با وزن ۱۳۸٪. بعنوان یکی از جاذبه های توریستی می تواند نقش موثری در صنعت گردشگری شهر چابهار داشته باشد. که ضرورت تقویت را می طلبد.
- ۳- نمای ناموزون بناها با وزن ۱۳۶٪ که عدم نظارت سازمان های ذیربط یکی از عواملی است که باعث بوجود آمدن کریدورهای نامناسب بصری شده است که ضرورت وضع قوانین نما سازی شهری را می طلبد.
- ۴- فرهنگ اصیل شهر نیز با وزن ۱۳۳٪ بعنوان یکی از نقاط قوت در کنار سایر جاذبه های توریستی می تواند نقش پررنگی در توسعه ی گردشگری شهر چابهار داشته باشد.
- ۵- تکدی گری نیز با وزن ۹۶٪ بعنوان یکی از معضلات اجتماعی که بیشتر شهرهای کشور ما از آن رنج می برند که لزوم وضع قوانین مناسب جهت برطرف کردن این معضل اجتماعی را می طلبد.
- ۶- سطح بهداشت با وزن ۷۶٪ که هرچه سطح بهداشت شهرهای ما بیشتر باشد. توانایی جذب گردشگران مختلف را داشته که لزوم قوانین مناسب جهت دفع ابهای سطحی و فاضلاب های خانگی در بعضی از نقاط شهر را می طلبد.
- ۷- آلودگی صوتی نیز با وزن ۶۸٪ بعنوان یکی از عواملی که باعث عدم آرامش شهروندان و گردشگران میشود. که کاهش آن می تواند فضایی رضایت بخش برای گردشگران ایجاد کند.
- ۸- آلودگی هوا نیز با وزن ۶۶٪ یکی از عوامل مهم در توسعه ی شهرهای توریستی است که می تواند در کنار دیگر عوامل یکی از جاذبه های توریستی شهر چابهار باشد.
- ۹- ترافیک با وزن ۶۰٪ یکی از عواملی است که باعث هدر رفت وقت و انرژی گردشگران و ساکنین می شود که وضع قوانین مناسب حمل و نقل را می طلبد.
- ۱۰- تعلق خاطر به محیط با وزن ۶۰٪ یکی از مهمترین عوامل برای توسعه ی گردشگری شهرها میباشد که مشارکت مردمی را در پی دارد.
- ۱۱- کمبود خدمات شهری با وزن ۲۲٪ نشان دهنده ی وجود مناسب خدمات در شهر چابهار می باشد که یکی از مهم ترین عواملی است که باعث بالا رفتن کیفیت شهر های توریستی می شود و رضایت گردشگران را در پی دارد.

۱۲. نتیجه گیری

چابهار مجموعه ای از فرصت های گردشگری است. این موضوع نه تنها جاذبه های طبیعی آن بلکه در هنجارهای اجتماعی آن نیز نهفته است. فرصت و امکاناتی که اگر آن را در کنار آداب و سنن مردم بلوچ و مهمان نوازی آنها از گردشگران قرار دهیم، باید گفت چابهار یکی از گنجینه ها و از عالی ترین ذخایر گردشگری در ایران و جهان است. در نتیجه باید از این امکانات مناسب در بندر چابهار با برنامه ریزی مناسب و در دراز مدت با رفع محدودیت ها همراه با نوین شدن فن آوری در این زمینه استفاده کرد. در نتیجه، صنعت گردشگری و متعاقباً توسعه ی آن در سطح کشور و منطقه اعتلا می یابد. در این زمینه استفاده از مدیران و متخصصان این رشته می تواند باعث رشد و شکوفایی این صنعت شود.



۱۳. قدردانی

از وزارت علوم تحقیقات و فن آوری، بنیاد ملی نخبگان، دانشگاه آزاد اسلامی و دانشگاه زنجان قدردانی می‌گردد.

۱۴. منابع

- ۱- کاظمی، مهدی (۱۳۸۷) تحلیل ادراکی شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار، جغرافیا و توسعه شماره ۱۰، پاییز و زمستان ۱۳۸۷.
- ۲- ابراهیم زاده، عیسی، و همکاران (۱۳۸۶) فهرست نقشه های منابع پتانسیل ها و خدمات موجود گردشگری شهرستان چابهار، طرح جامع گردشگری استان سیستان بلوچستان.
- ۳- کاظمی مهدی و امیررضا کمالییان، (۱۳۸۵) بررسی توانمندیهای و موانع توسعه گردشگری چابهار، دانشگاه سیستان و بلوچستان معاونت پژوهش و فناوری زاهدان.
- ۴- تولایی، سیمین، (۱۳۸۵) بوم گردی با تاکید بر جاذبه های گردشگری استان گلستان، فصلنامه علمی پژوهش های جغرافیایی، سال سی و هشتم، شماره ۵۸، صص ۱۱۳-۱۱۵.
- ۵- شمعی، علی و جعفر موسی وند، سطح بندی شهرستان های استان اصفهان از لحاظ زیر ساخت های گردشگری با استفاده از مدل مجله مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، ۱۳۹۰، سال سوم شماره ۱۰ و Topsis و Ahp.
- ۶- ابراهیم زاده، عیسی و صادق کریمی (۱۳۸۸) مدیریت ساحلی و توسعه گردشگری ناحیه چابهار، مجله علمی جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال ۲۰، شماره ۳۶، شماره ۴.
- ۷- ثروتی، محمد رضا و الهام کزازی، (۱۳۸۵)، ژئوتوریسم و فرصت های برنامه ریزی در استان همدان، فصلنامه علمی - پژوهشی فضای جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی اهرسال هشتم.
- ۸- ابراهیم زاده، عیسی، عبدالله افاقی زاده (۱۳۹۰) تأثیر منطقه ای ازاد چابهار بر توسعه گردشگری حوزه نفوذ آن با بهره گیری از مدل رگرسیون و آزمون T-test، فصلنامه جغرافیا و توسعه، بهار، ۱۳۹۰.
- ۹- براتی، ناصر و دیگران (۱۳۹۲) روش تحقیق در مطالعات محیطی، انتشارات ساکو، تهران، ۱۳۹۲.
- ۱۰- زبردست، اسفندیار (۱۳۸۰) کاربرد فرایند تحلیل سلسله مراتبی AHP در برنامه ریزی شهری و منطقه ای، پژوهش های هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، ش ۱۰.