

دومین همایش ملی افق های نوین در توانمندسازی و توسعه پایدار معماری عمران گردشگری و محیط زیست شهری و روستایی

۳۱ اردیبهشت ۱۳۹۴



تحلیل فضایی شاخص های توسعه ی گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS

مطالعه موردی (استان فارس)

علی اصغر عبدالهی^۱، امین کاکادزفولی^۲، انیس کاکادزفولی^۳

^۱استادیار، جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید باهنر کرمان. Aalfa20032003@yahoo.com

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید باهنر کرمان. Amindezfuli2014@gmail.com

^۳دانشجوی کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه شهید چمران اهواز. Dezfuli2014@gmail.com

چکیده

گردشگری و اقتصاد مربوط به آن اکنون دچار تغییر و تحول شده و به عنوان یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری نقش حیاتی در اقتصاد جهانی دارد. همچنین، بسیاری از برنامه ریزان و سیاست گذاران توسعه ی اقتصادی نیز، از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه یاد می کنند. فعالیت های مربوط به گردشگری و ارائه ی خدمات متناسب با آن در یک منطقه، همانند بسیاری از بخش های اقتصادی نیازمند زمینه های لازم در مورد منشأ آن است. بنابراین اهمیت صنعت گردشگری از یک طرف و وجود پتانسیل های گردشگری استان فارس از طرف دیگر، استفاده از یک رویه ی مناسب را برای اولویت بندی مناطق مختلف این استان، جهت برنامه ریزی های مناسب و کارا و اولویت بندی سرمایه گذاری های مختلف در این مناطق را ضروری می نماید. در این پژوهش با استفاده از مدل TOPSIS به ارزشیابی و اولویت بندی شهرستان های این استان بر اساس شاخص های توسعه ی گردشگری در سه سطح ورا برخوردار، میان برخوردار (متوسط) و فرو برخوردار (محروم) پرداخته ایم. روش پژوهش توصیفی - تحلیلی بوده و روش گردآوری اطلاعات کتابخانه ای-اسنادی است. نتایج پژوهش نشان می دهد که در بین شهرستان های استان، شهرستان شیراز در رتبه اول و شهرستان خرامه در رتبه آخر قرار دارد.

دومین همایش ملی افق های نوین در توانمندسازی و توسعه پایدار

معماری عمران گردشگری و محیط زیست شهری و روستایی

۳۱ اردیبهشت ۱۳۹۴



کلمات کلیدی: توسعه، گردشگری، شاخص های توسعه، TOPSIS، استان فارس.

۱- مقدمه

گردشگری، پدیده‌ی مهم قرن بیستم است (Kuban, 1978: 84) و نقش حیاتی در اقتصاد جهانی ایفا می‌کند (گتی و مزلو، ۱۳۷۵: ۸). تئوری گردشگری در واقع ناشی از تفاوت ساختارهای اجتماعی است (MacCannel, 1976: 179) و بیشترین تبادلات اقتصادی، فرهنگی و حتی سیاسی و اجتماعی را نسبت به هر موضوع دیگر دارد (شفقی، ۱۳۷۶: ۲۴۳) و به عنوان یک فعالیت صنعتی و بازرگانی که تولیدکننده‌ی کالا و خدمات برای مشتریان (گردشگر) می‌باشد، تعریف می‌شود (الوانی و پیروزبخت، ۱۳۸۵: ۱۰۲). باید این واقعیت را پذیرفت که امروزه گردشگری در همه جا نهادینه شده است. این صنعت حقیقتاً گستره‌ای جهانی یافته است، به گونه‌ای که همه‌ی کشورهای شمال و جنوب در آن نقش دارند (حیدری، ۱۳۸۹: ۱). و از آن به عنوان امید بخش‌ترین صنعت کشورهای جهان سوم یاد می‌شود (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۷: ۳۳). لزوم توجه جدی به مقوله‌ی گردشگری، به عنوان پدیده‌ای جدید در زندگی ماشینی قرن بیست و یکم، بسیار احساس می‌شود و اهمیت آن روز به روز در دنیا افزایش می‌یابد (Butler, 2002: 256) اهمیت گردشگری در عصر حاضر بیش از همه وابسته به چرخه‌ی اقتصادی آن است، که قابلیت بالایی در زمینه‌ی پویایی اقتصاد محلی و بین المللی داراست (Chiang, 1980: 180) از همین روست که سیاست دولت‌ها در دهه‌های اخیر به توسعه‌ی گردشگری به عنوان یکی از شیوه‌های مبارزه با بیکاری و ایجاد درآمد تأکید می‌نمایند که در فراسوی مناقشات حاصل از تخصصی شدن فزاینده و نگرش تولیدی به گردشگری، اهمیت انعطاف پذیری جانشینی بین گردشگری و دیگر کالاهای مورد توجه قرار می‌دهند (Lanza, 2003: 320) شاید به همین دلیل است که لوئیس ترنر گردشگری را امید بخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که جهان سوم با آن روبروست و معتقد است گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد (کاظمی، ۱۳۸۷: ۷). زیرا گردشگری نه تنها به اقتصاد محلی کمک می‌کند، بلکه بهبود وضعیت جوامع محلی را نیز سبب می‌شود (Fleischer, 1997: 368) البته اهمیت و نقش اقتصادی گردشگری نباید باعث غفلت از سایر ابعاد آن، به ویژه بعد فرهنگی، شود. گرایش مردم جهان به یافتن آسان‌ترین و مؤثرترین راه برای گفتگوی فرهنگ‌ها سبب شده است تا نقش گردشگری در این تعاملات هر روز حیاتی‌تر شود (کاظمی، ۱۳۸۷: ۷). کشور ایران سرزمین پهناوری است که به سبب وسعت خاک، موقعیت جغرافیایی، راه‌های ارتباطی و جاذبه‌های گردشگری، برای گردشگران خارجی اهمیت ویژه‌ای دارد. طبیعت جذاب، تنوع آب و هوا و فرهنگ و تمدن درخشان چند هزار ساله‌ی ایران، این کشور باستانی را سرشار از جاذبه‌های گوناگون کرده است. استان فارس غنی‌ترین استان کشور در زمینه‌ی گردشگری است، اما به لحاظ شاخص‌های توسعه‌ی گردشگری تفاوت زیادی بین