

تحلیل سلسله مراتب توسعه اقتصاد و صنعت گردشگری در ایران

محمدعلی فیروزی^۱، مرتضی عبیاتی^{۲*}، مصطفی عبیاتی^۳

۱- دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید چمران اهواز، M.alifiroozi@scu.ac.ir

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه شهید چمران اهواز، Morteza.abiyat@yahoo.com

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه شهید چمران اهواز، Mostefa.abiyat@gmail.com

چکیده

صنعت گردشگری به عنوان یکی از فعالیت‌های پویای اقتصادی عصر حاضر، نقش مهمی در توسعه اقتصادی جوامع انسانی ایفاء می‌کند. گسترش گردشگری بر درآمد ملی، منابع ارزی، اشتغال و دیگر شاخص‌های کلان اقتصادی تأثیرگذار است. نظر به اهمیت این موضوع و نقش گردشگری در توسعه اقتصادی، مسئله‌ای که شاکله اصلی این پژوهش را تشکیل می‌دهد، تحلیل سلسله مراتب توسعه اقتصاد و صنعت گردشگری در ایران است. جهت دستیابی به اهداف پژوهش ابتدا شاخص‌های توسعه گردشگری در ۳ شاخص کلی با ۲۰ متغیر دسته‌بندی شده و اطلاعات مربوط به آنها از مرکز آمار ایران گردآوری شده است و بعد با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی فازی به تعیین وزن قطعی معیارها و نیز با بهره‌گیری از فنون تصمیم‌گیری چندشاخصه جبرانی نظیر: اسمارت، کوپراس، واسپاس و مولتی‌مورا به سطح‌بندی استان‌های ایران، براساس میزان برخورداری از شاخص‌های توسعه گردشگری پرداخته شد؛ سپس جهت دستیابی به نتیجه‌ای واحد از مجموعه ادغامی مانند: میانگین رتبه‌ها، بردا، کاپلند و پست استفاده به عمل آمد. در نهایت نتایج سطح‌بندی استان به تفکیک کلیه شاخص‌ها با بهره‌گیری از نرم‌افزار ArcGIS10.4.1، به شکل نقشه ارائه شد. در پژوهش حاضر، توزیع جغرافیایی سطوح توسعه گردشگری، وجود ناهماهنگی فضایی میان مناطق روستایی کشور را اثبات می‌کند. این ناهماهنگی، در سطح استان‌های کشور از نظر نماگرهای مورد بررسی در موضوعات مختلف قابل ملاحظه است. بیشتر شاخص‌های توسعه در بخش‌های شمالی و مرکزی متمرکز شده است؛ به گونه‌ای که سه منطقه در مرتبه اول و در وضعیت بسیار مناسب، پنج استان در مرتبه دوم و مناسب، شش منطقه در مرتبه سوم و نسبتاً مناسب، هشت استان در مرتبه چهارم و نامناسب و نه منطقه در مرتبه پنجم و در وضعیت بسیار نامناسب قرار گرفته‌اند.

واژه‌های کلیدی: تحلیل سلسله مراتب، توسعه اقتصاد، صنعت گردشگری، ایران.

۱- مقدمه

تمایل به سفر همچون میل به دور از یکنواختی زندگی روزمره، برای شکست عادت‌های روزانه برای متوقف کردن زمان، به تجربه و تنوع اخبار، چیزی است که در وجود ما تابید. به جایی دیگر همراه با مردم دیگر در یک آب و هوا و محیط زیست، به معنی بخشی از داستان و تجربه دیگری است، برآورده شدن این آرزوها شخصی و منحصر به خود فرد می‌باشد (گورگیفسکی و ترپکوا، ۲۰۱۲: ۹۷). گردشگری فعالیت اقتصادی پیچیده‌ای است که به همه منافذ زندگی بشر نفوذ کرده است (میلنکوزکا، ۲۰۱۱: ۴۷). اگر توسعه صنعت گردشگری مناسب با اهداف اجتماعی گسترش یابد، می‌تواند منجر به رفاه کلی جامعه شود (میلو و ماروداس، ۲۰۰۹: ۱۲۴). گردشگری پدیده‌ای است که می‌تواند به موفقیت اقتصادی یک کشور و یا حتی در پویایی اجتماعی آن نقش داشته باشد، به طوری که در سال‌های اخیر روند روبه رشد و ارتقاء صنعت گردشگری فعال در بسیاری از کشورهای دنیا وجود دارد (بادیتا، ۲۰۱۳: ۳۴). از نیمه قرن بیستم به