فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۶، پیاپی ۲۰
صفحات ۱۸۷-۱۷۳

اولویت‌بندی مقاصد گردشگری پیرامونی کلان‌شهرها
مورد: حومه‌های ییلاقی شمال تهران

علی قاسمی؛ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران
مهرداد نوابخش*؛ استاد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران
پرویز کردوانی؛ استاد گروه جغرافیای دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۸/۹ پذیرش نهایی: ۱۳۹۵/۱۲/۲۲

چکیده

شناخت جاذبه‌ها و توزیع زیرساخت‌ها بر اساس رتبه جذب گردشگر در هر منطقه، یکی از مسائل اساسی در صنعت گردشگری است که موجب می‌شود با در نظر گرفتن جاذبه‌ها و موقعیت آن‌ها نسبت به ایجاد تأسیسات و زیرساخت‌های گردشگری اقدام گردد. در همین راستا تشکیل سلسله مراتبی از نواحی گردشگری که بتواند چارچوب مؤثری برای توزیع گردشگر و ارائه خدمات مناسب و کارکرد مطلوب داشته باشد، ضروری است. هدف پژوهش، تحلیل شاخص‌های جاذبه‌های گردشگری مقاصد پیرامون کلان‌شهر تهران و اولویت‌بندی این نواحی و عوامل اثرگذار بر انتخاب مقاصد گردشگری است. ازاین‌رو پژوهش حاضر بر آن است با توجه به نیازهای گردشگری روزانه سطح شهر تهران، به رتبه‌بندی مقاصد گردشگری در محور شمالی تهران بپردازد. روش تحقیق ازنظر ماهیت مبتنی توصیفی- تحلیلی و ازنظر هدف کاربردی است. تحلیل داده‌ها با استفاده از الگوی تحلیل فرایند شبکه‌ای و سلسله مراتبی صورت گرفته است. جامعهٔ آماری تحقیق شامل؛ محورهای گردشگری شمال تهران؛ لواسانات، دارآباد، کن و سولقان، توچال، دربند و درکه است که برخی از این محورها دارای روستاهایی باقابلیت گردشگری است. نمونهٔ آماری مبتنی بر روش کوکران، تکمیل پرسشنامه و تحلیل فرایند شبکه‌ای در برنامه‌ریزی گردشگری نواحی پیرا شهری کلان‌شهر تهران است. شاخص‌های تاریخی، اکو توریستی، زیرساخت‌ها، اماکن مذهبی و منابع آبی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری برای پژوهش انتخاب شدند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد نخست مقصد گردشگری لواسانات با ۴۳٪ به‌عنوان مهم‌ترین مقصد گردشگری و سپس محورهای توچال با ۳۱٪، دربند با ۲۱٪ و کن – سولقان با ۱۷٪ در رتبه‌های بعدی قرار دارند، درنهایت، محور دارآباد با ۱۴٪ پایین‌ترین رتبهٔ مقصد گردشگری حومه‌های شمال تهران را داشته است.

واژگان کلیدی: توسعه گردشگری، رتبه‌بندی مقاصد، پیرا شهری، کلان‌شهر تهران.

* mehrdad_navabakhsh@yahoo.com

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

۱) مقدمه

در دهه‌های اخیر توسعهٔ صنعت گردشگری در سطح کلان و خرد باعث تغییر در اقتصاد، اجتماع و نگرش سیاسی جوامع شده است. مقاصد و جاذبه‌های گردشگری یکی از مهم‌ترین دلایل مسافرت مردم به یک مقصد خاص است که به‌عنوان عامل کششی یا عامل جذب، با توجه به ویژگی‌های خاص و جذابیت‌های خود می‌توانند گردشگران را از نقاط و سرزمین‌های دور به سمت خود جذب کنند (گی،۱۳۸۲:۴۵).

جاذبه‌ها در سیستم گردشگری از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردارند، به‌گونه‌ای که می‌توان از جاذبه‌های گردشگری به‌عنوان یکی از عناصر مهم بخش عرضهٔ توریسم نام برد. تأمین رفاه و آسایش در برنامه‌ریزی توسعهٔ گردشگری اصلی مهم قلمداد می‌شود، ازاین‌رو، برقراری تعادل بین ساکنان، گردشگران و محیط نیز ضرورت دارد. واکاوی محیط به‌منظور توسعهٔ محیط و استفاده بهینه از آن اهمیت دارد. صنعت گردشگری می‌تواند، از مهم‌ترین منابع توسعهٔ اقتصادی شناخته شود(UNWTO,2011).

باوجود اهمیت بالای جاذبه‌ها و نقش آن‌ها در موفقیت و توسعهٔ مقاصد گردشگری، به دلیل عدم شناخت علمی شاخص‌های ارزیابی جاذبه‌های توریستی و معیارهای رتبه‌بندی در برنامه‌ریزی توسعهٔ مقاصد گردشگری انحرافات زیادی وجود دارد.(Guo, Xiao, Gan, 2001). در تحقیق موردنظر سعی بر آن است که با محوریت قرار دادن جاذبه‌های گردشگری پیرامونی نواحی ییلاقی شمال، چارچوبی مناسب و کارآمد جهت برنامه‌ریزی و توسعهٔ جاذبه‌های توریستی فراهم شود. پژوهش حاضر بر آن است تا مهم‌ترین مقصد گردشگری نواحی پیرامونی کلان‌شهر تهران و شاخص‌ها و معیارهای انتخاب و رتبه‌بندی این مقاصد گردشگری را بیان کند.

۲) مبانی نظری

شناخت جاذبه‌ها و توزیع زیرساخت‌ها بر اساس رتبهٔ جذب گردشگر در هر منطقه یکی از مسائل اساسی در صنعت گردشگری است که باعث می‌شود با در نظر گرفتن جاذبه‌ها و موقعیت آن‌ها نسبت به ایجاد تأسیسات و زیرساخت‌های گردشگری اقدام گردد.

جاذبه‌های توریستی از مهم‌ترین دلایل مسافرت مردم به یک مقصد خاص هستند. جاذبه‌ها و مقاصد در سیستم توریسم از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردارند، به‌گونه‌ای که " گان" یکی از صاحب‌نظران توریسم، از جاذبه‌های گردشگری به‌عنوان یکی از عناصر مهم بخش عرضه توریسم نام می‌برد(Gunn,2002). از سوی دیگر توجه به ترکیبی بودن محصول توریسم و این‌که در بین چهار جزء تشکیل‌دهنده این محصول (محصول اصلی، تسهیلاتی، حمایتی و اضافه‌شده) جاذبه‌های توریستی به‌عنوان محصول اصلی و مهم‌ترین

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

هدف توریست‌ها از بازدید یک مقصد گردشگری به شمار می‌آیند، این نکته را به ذهن متبادر می‌سازد که کارکرد مؤثر، موفقیت و حیات مقاصد توریستی درگرو برنامه‌ریزی و مدیریت است(Kotler,2006).

بدون شک بهره‌مندی از منابع و جاذبه‌های توریستی موجود در پیدایش و توسعهٔ توریسم نقش اساسی را ایفاء می‌کند. به‌کارگیری مؤثر و کارآمد منابع گردشگری نیز مستلزم نگاهی همه‌جانبه و علمی به این مقوله هست. مقاصد گردشگری نیازمند مدیریت و برنامه‌ریزی هستند، چراکه منابع محدودند و خواسته‌ها برای بهره‌مندی از آن‌ها نامحدود است. درصورتی‌که برنامه‌ریزی و مدیریت مؤثری درزمینه استفاده از منابع و جاذبه‌های توریستی وجود نداشته باشد، امکان استفاده از این منافع کاهش می‌یابد و در برخی موارد موجب اتلاف منابع می‌شود. به همین دلیل ضروری است که شناختی عمیق و مبتنی بر واقعیت در رابطه با جاذبه‌ها، شاخص‌ها و معیارهای رتبه‌بندی آن‌ها حاصل گردد تا اولویت توسعهٔ آن‌ها بر مبنای یافته‌هایی متقن تعیین‌شده و بهینه‌سازی اقدامات توسعه‌ای در این زمینه تضمین شود. پژوهش حاضر به ارزیابی شاخص‌های انتخاب و کیفیت جاذبه‌های و مقاصد گردشگری و سطح‌بندی نواحی گردشگری پیراشهری کلان‌شهر تهران می‌پردازد.

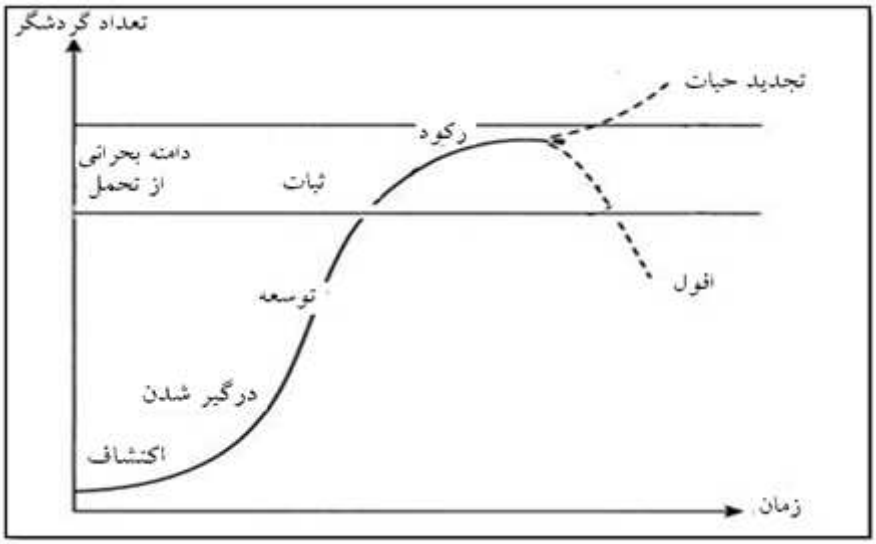
سطح‌بندی و رتبه‌بندی و ارزیابی مقاصد و جاذبه‌های گردشگری مهم‌ترین بخش از فرایند تبیین استراتژی توسعه گردشگری را شامل می‌شود که بر مبنای اهداف از پیش تعیین‌شده شکل می‌گیرد و می‌تواند پویایی گردشگری را تضمین کند. ازآنجایی‌که تحولات و تغییرات اجتماعی – فرهنگی پیچیدگی‌های خاصی دارند، تأثیرات مثبت و منفی گردشگران بر این مقولات، بسیار مهم و دشوار است(Williams,1998). ارزیابی رتبه‌بندی و ارزیابی مقاصد و جاذبه‌های گردشگری فرایند دشواری است، زیرا در این مرحله ممکن است میان اهداف گوناگون و مسئولیت‌ها تناقضاتی پیش آید. منابع و جاذبه‌ها، محوریت اصلی مباحث گردشگری را تشکیل می‌دهند. مطالعات مربوط به این دو موضوع، به‌عنوان پایه و اساس گردشگری محسوب می‌شود می‌توان گفت ارزیابی جاذبه‌های گردشگری و سطح‌بندی مقاصد گردشگری در یک ناحیه از مهم‌ترین عناصر و ارکان تشکیل‌دهنده گردشگری است (Elliott,1997). گردشگری عنصر بزرگ دنیای مدرن است. گردشگری به‌عنوان یک صنعت جهانی، در معرض نیروهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی است. (نوابخش و صفی،۱۳۹۲: ۲).

یکی از اهداف مهم توسعه روستایی، کاهش بیکاری، ایجاد و افزایش فرصت‌های شغلی است. بیکاری و کمبود فرصت‌های شغلی که نتیجه عدم تعادل بین عرضه و تقاضای نیروی کار در روستاهاست، ازجمله مشکلات اصلی نواحی روستایی کشور به شمار می‌آید. از سوی دیگر، کاهش اشتغال در بخش کشاورزی این واقعیت را نشان می‌دهد که در آینده، افزایش اشتغال در نواحی روستایی بیشتر درگرو توسعه بخش‌های صنعت و خدمات خواهد بود.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

دیکراپ در سال ۲۰۰۰، ترجیحات را نوع خاصی از گرایش دانست که در آن گزینه‌های مختلف مقایسه می‌شوند و یک گزینه از میان دیگر گزینه‌ها انتخاب می‌گردد. درواقع گردشگر باید انتخاب کند که کدام‌یک از مقصدها را ببیند و از کدام دوری کند (رضوانی،۱۳۹۱:۱).مدل چرخهٔ حیات باتلر[1] معروف‌ترین مدل توسعهٔ گردشگری است. وی مدل خود را اولین بار در دههٔ ۱۹۸۰ درزمینه توسعهٔ گردشگری با عنوان "چرخه حیات مقصد" ارائه داد. او در قالب این مدل برای توسعهٔ گردشگری قابل به مراحل مختلفی است. مرحلهٔ اول، شناسایی مقصد است، که کانون‌های گردشگری کشف می‌شوند. مرحلهٔ دوم، مرحلهٔ درگیری و آغاز مشارکت جامعه محلی است به مفهوم ایجاد امکانات و تسهیلات برای پذیرایی از گردشگران است. مرحلهٔ سوم، مرحلهٔ رشد – توسعه است، تسهیلات و امکانات ایجادشده مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد و مکان گردشگری تبدیل به مقصد معروف گردشگری می‌گردد. مرحله چهارم، مرحلهٔ استحکام و یکپارچگی است. در این مرحله در صورت رشد مقصد و افزایش گردشگران، تأسیسات گردشگری در جامعه مزبور توسعهٔ می‌یابد و بین کانون‌های گردشگری تعامل برقرار می‌شود. مرحله رکود یا ایستایی، مرحله بعدی است که به آن مرحله اشباع نیز گفته می‌شود و نهایتاً مرحلهٔ ششم، مرحلهٔ احیاء یا زوال است که گزینه‌های متنوعی را در برمی‌گیرد که شامل زوال، کاهش و یا توسعهٔ گردشگری می‌شود درواقع مقصد بایستی به ایستایی پاسخ دهد؛ که می‌توان به تداوم توسعهٔ و پایداری آن امیدوار بود(Butler,200:115).



شکل شماره(۱): چرخه زندگی مقصد باتلر

[1] Area life cycle Model

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

جدول شماره(۱): برخی پژوهش های انجام شده در رابطه با موضوع

محقق	عنوان پژوهش	محتوا و نتایج پژوهش
Y.Kim (2006)	ارزیابی توریسم از بعد ساختار فضایی و تأثیرات آن بر مدل سفرهای توریستی	از ساختار سلسله مراتبی برای ارزیابی مناطق طبیعی توریستی و هم-چنین از مدلهایی برای ارزیابی توریسم استفاده شده است.
Gia and Hong (2010)	ارزیابی مناطق و جوامع توریستی (مطالعه موردی استان‌های جنوب غربی چین) با استفاده از تکنیک (AHP)	به بررسی و عامل تولید، بازار، صنعت و مشارکت مردمی در بخش گردشگری پرداختند و به این نتیجه رسیدند که استان‌های سیچوان و یونیان دارای بهترین شرایط، استان‌های چونگ کین و گوانگ ژی وضعیت متوسط و استان‌های گویی ژو و تبت از وضعیت ضعیفی برخوردارند.
افراخته و خدایی (۱۳۹۰)	ساماندهی گردشگری در تفرجگاه های پیراشهری هماهنگ با ظرفیت تحمل محیطی	نتایج پژوهش بیانگر این است که در ساماندهی گردشگری ناحیه، محیط طبیعی هم از توان گردشگری برخوردار است و هم دارای ظرفیت تحمل هست. ولی گردشگری ناحیه تنها بر بنیان خواست ساکنان شهرهای مجاور شکل‌گرفته و دولت نقشی در آن نداشته است.
موحد وهمکاران (۱۳۹۰)	ارزیابی تفرجگا ههای گردشگری پیرامون کلان شهرها با استفاده از تلفیق مدل مطالعه موردی تفرجگاه گردشگری مال آقا ؛ SWOTوAHP	نتایج پژوهش نشان دهنده آن است که مدلهای (الگوی حد نهایی حوزه گردشگاهی کلان شهرها، الگوی رابرت و الگوی مسافت استاندارد)به دلیل طولانی بودن مسیر اهواز تا مال آقا، کاربردی برای بررسی تعیین حوزه گردشگاه شهر اهواز ندارند؛ استفاده از متغیر اقلیم در تعدیل مدل پیشنهاد شده است.
کردوانی و شریفی (۱۳۹۱)	چالشها و فرصت های توسعه گردشگری درشهرستان مریوان	هدف شناخت موانع مؤثر در جذب گردشگر برای توسعهٔ گردشگری است. یافته‌ها نشان می‌دهد ازنظر تعداد گردشگران آثار تاریخی و طبیعی، شهرستان مریوان در رتبه اول را در استان کردستان کسب کرده است. درحالی‌که درآمد ناچیزی از سهم گردشگری نصیب مردم می‌شود.
تولایی و ریاحی و شعبانی (۱۳۹۲)	بررسی توانمندی ها و راهکارهای توسعه گردشگری روستایی در بخش کهک استان قم	پژوهش با در نظر گرفتن دیدگاه سه گروه مشارکت کننده (گردشگران، مسئولان و خانوار ساکن)،راهبردهایی را برای توسعه گردشگری روستاهای هدف ارائه کرده است. بررسی نتایج و تحلیل ها از افزایش آسیب زیست محیطی، به دلیل نامناسب بودن عوامل زیرساختی و ضعف سرمایه گذاری در این بخش برای استفاده از اثرات آثار مثبت گردشگری روستایی در پیشبرد توسعه روستایی حکایت دارد.
مطیعی لنگرودی و مریم آزادی (۱۳۹۲)	ارزیابی اثرات اقتصاد گردشگری از دیدگاه جامعه میزبان در تفرجگاه بند ارومیه	پژوهش به دنبال بررسی اثرات گردشگری از دیدگاه ساکنین محلی می-باشد. روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش توصیفی- تحلیلی است. نتایج نشان می‌دهد، که گردشگری اثرات مثبتی همچون ایجاد اشتغال برای جوانان و افزایش درآمد برای ساکنین محلی و اثرات منفی مانند افزایش قیمت زمین برای ساکنین محلی به دنبال داشته است.
واراز مرادی و قاسمی (۱۳۹۳)	نقش گردشگری در توسعهٔ اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی پیرامونی شهرستان بهشهر	نتایج نشان می‌دهد که نخست آستانهٔ آسیب‌پذیری سکونتگاه روستای التپه، به لحاظ وجود منطقه گردشگری عباس‌آباد بالاست. سپس گردشگری روستایی پیرامونی بهشهر نیازمند بازنگری در جهت رفع محدودیت‌ها و استفاده از مزیت‌های نسبی موجود هست.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

۳) روش تحقیق

این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و ازلحاظ ماهیت توصیفی - پیمایشی است. در پژوهش فوق هدف این است که مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر انتخاب مقاصد گردشگری مشخص و جاذبه‌های مقاصد گردشگری رتبه‌بندی گردد. در این پژوهش از روش توصیفی- تحلیلی، از نوع پیمایشی مبتنی بر روش تجزیه‌وتحلیل بر اساس مدل فرایند تحلیل شبکه‌ای استفاده شده است.

روش فرایند تحلیل شبکه‌ای که نخستین بار توسط توماس ال. ساعتی مطرح شد، ازجمله روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره است که فرایند تحلیل سلسله مراتبی را با جایگزینی" شبکه "به‌جای "سلسله‌مراتب "بهبود می‌بخشد (مؤمنی،۱۳۸۷: ۲۲). در فرایند تحلیل شبکه‌ای برای تحلیل مسائل پیچیده، سلسله‌مراتب یا شبکه‌ای از معیارها در نظر گرفته می‌شود که با موضوع تحقیق نسبت داشته و هریک ارزش و اعتبار ویژه‌ای در فرایند انتخاب داشته باشند. سپس بر اساس الگوهای ریاضی مبتنی بر عملیات ماتریس‌ها، ارجحیت و اهمیت هر عنصر در تحقق هدف، با مقایسه زوجی (دودویی) مشخص می‌گردد. با ترکیب و سنتز قضاوت‌ها، تحلیل نهایی مسئله صورت می‌گیرد و پیش‌بینی نتایج بر اساس اولویت عناصر میسر می‌شود. فرایند تحلیل شبکه‌ای یکی از تکنیک‌های تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه است. این مدل بر مبنای فرایند تحلیل سلسله مراتبی طراحی‌شده و شبکه یا سیستم غیرخطی و یا سیستم بازخور را جایگزین سلسله‌مراتب کرده است. در چنین شرایطی برای محاسبه وزن عناصر باید از تئوری شبکه‌ها استفاده کرد. مدل فرایند تحلیل شبکه‌ای از سلسله‌مراتب کنترل، خوشه‌های عناصر و روابط متقابل بین خوشه‌ها و عناصر تشکیل می‌شود. فرایند تحلیل شبکه‌ای از ترکیب چهار مرحله اصلی به وجود می‌آید. مرحله یکم؛ پایه‌ریزی مدل و ساختار مسئله: این ساختار شبکه‌ای را می‌توان به کمک شیوه‌هایی همچون روش دلفی به دست آورد (زبردست،۸۱:۱۳۸۹). مرحله دوم؛ ماتریس مقایسه‌های زوجی نسبت به هدف: در این مرحله وابستگی‌های متقابل و مقایسه‌های زوجی میان همه خوشه‌ها یا عناصر تنظیم می‌گردد (زیاری و همکاران،۱۲۹:۱۳۸۶).

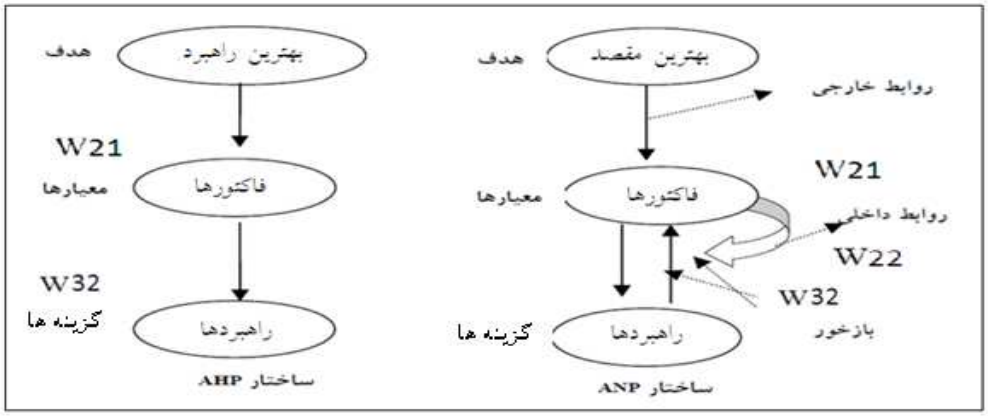
برای محاسبهٔ بردار ویژه، از ماتریس مقایسه‌های زوجی و نیز محاسبهٔ مقادیر نسبت‌های ناسازگار استفاده‌شده است مرحلهٔ سوم؛ تشکیل سوپر ماتریس نتیجه فرایند مذکور، شکل‌گیری ابر ماتریس غیر وزنی است (Chung, Pearn, 2005) درمرحلهٔ چهارم انتخاب بهترین گزینه، اگر سوپر ماتریس تشکیل‌شده در مرحله سوم کل شبکه را پوشش دهد، وزن‌های اولویتی گزینه‌ها در ستون گزینه سوپر ماتریس نرمال شده شکل می‌گیرند و گزینهٔ با بالاترین وزن انتخاب می‌شود (Momoh, Zhu, 1998).

تعیین مهم‌ترین مقصد گردشگری در نواحی گردشگری پیرامون کلان‌شهر تهران با مدل تحلیل فرایند شبکه‌ای: مدل سلسله مراتبی و شبکه‌ای ارائه‌شده در پژوهش فوق برای تحلیل گردشگری نواحی موردمطالعه، از ترکیب سه سطح هست. بهترین مقصد در نخستین سطح مشخص‌شده است، معیارها در

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

سطح دوم و گزینه‌های پیشنهادی در سطح سوم که پایین‌ترین سطح است، قرار دارند. W21 نشانگر بردار تأثیر آرمان یا هدف بر معیارها، W32 نشانگر ماتریس تأثیر معیارها بر استراتژی‌ها و I ماتریس واحد در شکل زیر آمده است(Lee, Kim,2000).



شکل شماره(۲): ساختار سلسله مراتبی و شبکه‌ای

تمام معیارها و خوشه‌ها با استفاده از ارتباط بالقوه به یکدیگر متصل‌اند و ارتباط‌شان ممکن است یک-طرفه دوطرفه و حلقه‌ای باشد (Banai & Wakolbinger, 2011). نخستین مرحله در مدل پیشنهادی، تعیین فاکتورها و استراتژی‌ها است (Niemira et al, 2004). سپس بر پایهٔ ارتباط وابستگی درونی بین فاکتورها به ترتیب ماتریس وابستگی درونی، وزن‌های فاکتورها و بردارهای تقدم گزینه‌های استراتژی تبیین می‌شوند. در شکل بعدی W22 نشانگر تأثیرهای متقابل معیارها بر یکدیگر است که در سوپر ماتریسWn بدین شرح است. به‌منظور جمع‌آوری داده‌های آماری دویست نفر از میان گردشگران و جامعه محلی نواحی گردشگری پیرامون‌کلان شهر تهران به‌عنوان جامعه آماری نمونه و با روش‌کوکران انتخاب شده‌اند تا با مشارکت و نظرخواهی از آنان اطلاعات لازم جمع‌آوری گردد.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

جدول شماره (۲): معرفی مقاصد گردشگری نواحی موردمطالعه

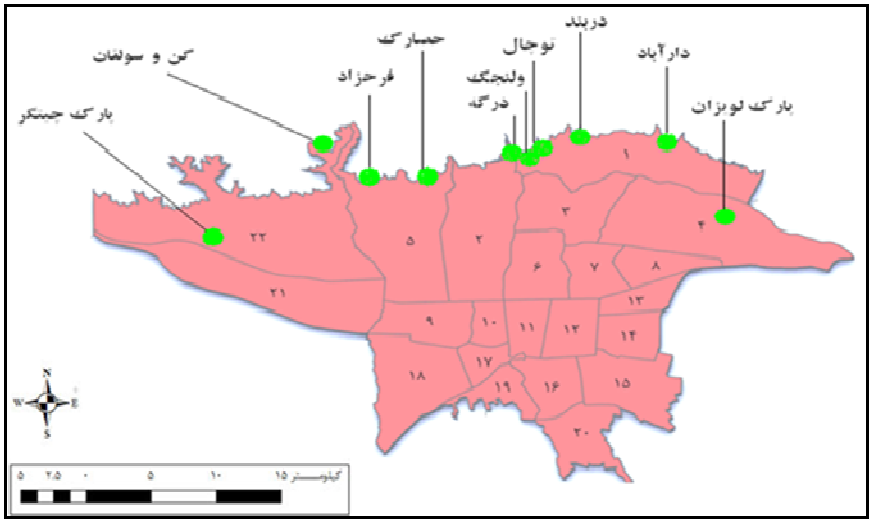
ردیف	محورهای گردشگری	مقیاس عملکرد	جاذبه‌ها	ارتباط با مراکز گردشگری پیرامون	زیرساخت	محورهای ارتباطی باکلان شهر تهران	وضعیت اقتصادی
۱	دارآباد	محلی	کوه‌های دارآباد- عمارت فخرالدوله- موزه تاریخی و طبیعی - موزه طبیعت و حیات وحش دارآباد	۴	۳	۴	۳
۲	توچال	ملی	تله کابین، پیست اسکی، چشم‌انداز طبیعی، آب‌وهوای مناسب، کوهستان، ارتفاعات کلک‌چال، اسپید کمر، پلنگ چال و کوهنوردی	۳	۳	۴	۴
۳	لواسانت	ملی	غار خمیره- آبشار کفترلو- افجه- کاخ مظفری- غار هملون- آبشار ناران و کفترلو- دشت هویج- مناطق ییلاقی و موقعیت کوهستانی، باغ‌های سرسبز و گسترده	۳	۳	۴	۳
۴	دربند	منطقه	هتل اوسون، دیواره زیبای اوسون، آبشار بلند سوتک و در بالاتر ایستگاه پنج تله کابین- درهٔ پر آب ارس و همچنین قدیمی‌ترین مسیر صعود به قله توچال یعنی اسپیدکمر	۳	۲	۳	۴
۵	درکه	منطقه	رودخانه درکه- مسیر کوهستانی درکه- هفت‌حوض، جنگل و آبشار کارا، بند عبدالله، جوزک، پلنگ جوزک، پلنگ چال، اسپیو - هفت‌چشمه - مناطق ییلاقی	۳	۳	۳	۴
۶	کن - سولقان	منطقه	رود کن- آب رندان، طالون، کیگا، آبشار سنگان، چشمه‌سارها، قله رندان، کانون، چال تاجی، امامزاده داوود، پارک جنگلی کوهسار، پوشش گیاهی، فرهنگ و آداب‌ورسوم، زبان و گویش‌های محلی	۳	۲	۲	۲

قابل‌توجه است نمره ۱ ضعیف- ۲ متوسط- ۳ خوب- ۴ بسیار خوب

نمونه‌گیری‌ها به روش تصادفی و داده‌های موردنیاز با بررسی و مطالعه اسناد و تهیه پرسشنامه و مصاحبه گردآوری‌شده‌اند. برای سنجش روایی و اعتبار پرسشنامه نیز از آزمون کرونباخ استفاده‌شده است. پارامتری که اعتبار مدل (AHP) را تأیید می‌کند. مقدار نسبت ناسازگاری حاصل از ماتریس مقایسه‌های زوجی است. برای طرح پرسشنامه و تعیین اولویت مقاصد گردشگری و تعیین شاخص‌ها، پرسشنامه به گردشگران و ساکنان محلی ارائه گردید. پرسشنامه اول در مورد اولویت‌بندی مقاصد گردشگری و محورهای توسعه و شناسایی آن‌ها است، که با در نظر گرفتن ماهیت کیفی شاخص‌ها طبق مقیاس لیکرت- پنج رتبه در آن منظور گردید. پس از بررسی پرسشنامه و تدوین مقاصد گردشگری، به‌منظور اولویت‌بندی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

آن‌ها پرسشنامه دیگری بر اساس فرایند تحلیل شبکه‌ای مقاصد گردشگری تهیه و به جامعه آماری ارائه شد. محدودهٔ موردمطالعه شامل مناطق و محلات گردشگری پیرامون کلان‌شهر تهران است. مناطق گردشگری لواسانات در شمال شرقی تهران، دارآباد، دربند، توچال و درکه در قسمت شمالی و کن – سولقان در قسمت شمال غرب تهران واقع شده‌اند.



شکل شماره (۳): مناطق گردشگری پیرامون کلان‌شهر تهران

۴) یافته‌های تحقیق

هدف اصلی انتخاب مهم‌ترین مقصد گردشگری مناطق پیرامونی‌کلان‌شهرتهران در نخستین سطح مدل فرایند تحلیل شبکه‌ای است و معیارها و مؤلفه‌های جاذبه‌های طبیعی، آثار تاریخی، وضعیت زیرساخت‌ها در سطح دوم قرار دارد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که در رفتار گردشگران، تمایل سفر و گذران اوقات فراغت به مقاصد و جاذبه‌های طبیعی (کوهستان، رودخانه و پوشش گیاهی)، به‌مراتب بیش از جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی است. سطح سوم نیز شامل گزینه‌های پیشنهادی مقاصد گردشگری است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

جدول شماره(۳): ساختار فرایند تحلیل شبکه‌ای مناطق گردشگری پیرامونی کلان‌شهر تهران

(Alternative) گزینه‌ها	(Criteria) معیار	(Goals) اهداف
دارآباد A1 توچال A2 لواسانات A3 دربند A4 درکه A5 کن - سولقان A6	کوهستان c۱	بهترین مقصد گردشگری در مناطق پیرامون کلان‌شهر تهران
	جنگل c۲	
	رودخانه c۳	
	آبشار c۴	
	دریاچه c۵	
	چشمه c۶	
	راه آسفالته c۷	
	راه شوسه c۸	
	راه خاکی c۹	
	آب آشامیدنی c۱۰	
	آثار تاریخی c۱۱	
	موزه‌ها c۱۲	
	پارک‌ها c۱۳	

مقایسه‌های زوجی نسبت به هدف: در این مرحله خبرگان مقایسه‌هایی را بین معیارها و زیرمعیارهای تصمیم‌گیری انجام داده و امتیاز را نسبت به یکدیگر تعیین می‌کنند. این مقایسه‌ها بر اساس جدول نه کمیتی انجام می‌شود. ارجحیت یک گزینه یا عامل نسبت به خودش مساوی با یک است، لذا اصل معکوس بودن یک عامل نسبت به دیگری و ارجحیت یک برای یک عامل یا گزینه نسبت به خودش، دو خاصیت اصلی ماتریس مقایسه‌ای دوبه‌دویی در تحلیل فرآیند شبکه‌ای و سلسله مراتبی هستند. این دو خاصیت باعث می‌شود که برای مقایسه معیار یا گزینه، تصمیم‌گیرنده تنها به سؤال پاسخ دهد. در تحلیل فرایند شبکه‌ای نرخ ناسازگاری قضاوت برابر با ۰/۰۲۷۵ و کمتر از ۰/۱ است. در این روش مقدار ناسازگاری نباید از ۰/۱ بیشتر باشد. این میزان از خطا با درنظرگرفتن تعداد قضاوت‌ها و خطای ناشی از نظرسنجی پذیرفتنی است. با تجزیه‌وتحلیل نهایی، بهترین مقدار برای ناسازگارترین قضاوت ۰/۸۱۳ پیشنهاد می‌گردد.

جدول شماره(۴): نرخ ناسازگاری تحلیل فرایند شبکه‌ای

معیارها		نتایج
۱C	کوهستان	۰/۰۹۹۸۸۶
۲C	آبشار	۰/۰۸۸۷۶۴
۳C	آثار تاریخی	۰/۰۶۶۳۲۸
۴C	رودخانه	۰/۰۹۸۸۸۶
۵C	دریاچه	۰/۰۵۲۰۱۲
۶C	موزه‌ها	۰/۰۲۱۵۰۱
۷C	پارک‌ها	۰/۰۳۲۸۵۰
۸C	محورهای ارتباطی	۰/۰۹۹۷۷۶

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

محاسبهٔ وزن نسبی گزینه‌ها: برای رسیدن به رتبه‌های کلی، نیاز به ایجاد ارتباط بین خوشه‌هاست. چگونگی ساختار برقراری این ارتباط، ابر ماتریس اولیه را شکل می‌دهد. ابر ماتریس وزن دهی نشده از حاصل جمع بردار اولویت‌های داخلی با عناصر و خوشه‌های ابر ماتریس اولیه ایجاد می‌شود. سپس ابر ماتریس وزن دهی شده از ضرب مقادیر ابر ماتریس وزن دهی نشده در ماتریس خوشه‌ای محاسبه می‌گردد. با نرمالیزه کردن ابر ماتریس وزن دهی شده، ابر ماتریس ازنظر ستونی به حالت تصادفی تبدیل می‌شود و ابر ماتریس محدود با به توان رساندن همه عناصر ابر ماتریس وزنی محاسبه می‌گردد (Adam and Saaty, 2003). اهمیت نتایج چهار معیار با عنوان گردشگری کوهستان (۰/۵۶۸- 1C)، رودخانه (۰/۷۸۶-4C)، چشم‌انداز آبشار(۰/۶۳۲-2C) و آثار تاریخی (۰/۴۲۳-3C) بیشترین اهمیت و تأثیر را در اولویت‌بندی مقاصد گردشگری پیشنهادی پیرامون‌کلان‌شهر تهران خواهند داشت.

جدول شماره (۵): رتبه‌بندی خوشه‌های گردشگری در مدل شبکه‌ای به‌صورت نرمالیزه

معیارها، گزینه‌ها و اهداف	نرمالیزه	حد
مناسب‌ترین مقصد جاذبه‌های گردشگری پیرامون‌کلان‌شهر تهران	۱/۰۰۰۰۰	۰/۲۹۰۶۵۹
کوهستان- c۱	۰/۰۵۲۶۱	۰/۰۲۶۷۱
جنگل- c۲	۰/۰۷۹۸۴	۰/۰۴۱۹۸
رودخانه- c۳	۰/۰۴۶۸۵	۰/۰۱۸۴۵
آبشار- c۴	۰/۰۸۵۶۵	۰/۰۴۷۸۹
دریاچه- c۵	۰/۰۷۶۹۸	۰/۰۳۳۶۵
چشمه- c۶	۰/۰۲۴۳۶	۰/۰۶۹۸۷
راه آسفالته- c۷	۰/۰۶۵۳۶	۰/۰۲۹۸۷
راه شوسه- c۸	۰/۰۶۶۵۳	۰/۰۴۱۹۸
راه خاکی- c۹	۰/۰۴۹۰۲	۰/۰۶۴۳۲
آب آشامیدنی- c۱۰	۰/۰۹۷۴۶	۰/۰۵۶۰۶
آثار تاریخی- c۱۱	۰/۰۳۶۴۵	۰/۰۸۱۳۶
موزه‌ها- c۱۱	۰/۰۳۹۸۶	۰/۰۳۲۹۸
پارک‌ها- c۱۲	۰/۰۶۵۳۲	۰/۰۲۷۹۶

وزن نهایی گزینه‌ها و انتخاب بهترین راهبرد و برنامه: در جدول ۶ ستون نرمال درواقع اولویت هریک از گزینه‌ها را بر اساس فرم مقایسه‌های زوجی نمایش می‌دهد و معمولی‌ترین روش برای مشاهده نتایج است. مقادیر ستون ایده آل از تقسیم مقادیر هریک از اعداد ستون نرمال بر بزرگ‌ترین عدد این ستون به دست

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

می‌آید بنابراین مقدار عدد گزینهٔ منتخب همواره یک است. مقادیر ستون ضعیف به‌صورت مستقیم از ابر ماتریس محدود دریافت می‌شود (محمدی لرد،۱۳۸۸: ۱۲۰).

جدول شماره (۶): نتایج مقایسهٔ زوجی در انتخاب بهترین مقصد گردشگری پیرامونی کلان‌شهر تهران

گزینه‌ها	ایده آل	نرمال	ضعیف
دارآباد A1	۰/۱۴۷۶۹۳	۰/۱۶۳۹۵۶	۰/۰۱۹۶۵۴
توچال A2	۰/۷۸۵۲۵۹	۰/۳۱۸۹۴۵	۰/۱۰۶۹۵۸
لواسانات A3	۱/۰۰۰	۰/۴۳۲۲۶۱	۰/۱۳۴۵۹۸
دربند A4	۰/۴۵۲۳۶۵	۲۱۹۸۶۲۰	۰/۰۶۹۵۸۴۶
درکه A5	۰/۱۷۵۹۸۶	۰/۱۴۴۰۶۹	۰/۰۲۱۰۹۸
کن - سولقان A6	۰/۲۱۴۶۵۹	۰/۱۷۱۲۶۹	۰/۰۳۴۵۸۹

مهم‌ترین مقاصد گردشگری مناطق پیراشهری‌کلان‌شهر تهران، منطقهٔ گردشگری لواسانات با ۴۳/۲۲ درصد از اهمیت در رتبهٔ نخست، توچال با ۳۱/۸۹ درصد در رتبهٔ دوم و دربند با ۱۱/۹۸ درصد اهمیت در رتبهٔ سوم جای دارند. در ادامه به ترتیب مناطق گردشگری کن- سولقان، دارآباد و درکه در اولویت بعدی قرار دارند. نتایج نظرسنجی مجدد از گردشگران و ساکنان، ۹۸/۰۸ درصد نتایج قبلی را تأیید کرد. این موضوع بیانگر پایایی مدل‌ها است و برای روایی مدل نیز از آلفای کرونباخ استفاده شد. نتیجهٔ آزمون آلفای کرونباخ ۴۵/ ۹۸ درصد بود که روایی مدل را نشان می‌داد.

۵) نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش نشان داد به دلایلی همچون عدم شناسایی بعضی از جاذبه‌های گردشگری، نبود سیاست‌های مدون گردشگری و ناکارآمدی در رویکرد راهبردی توسعهٔ توریسم، مشکلاتی در مدیریت گردشگری محورهای پیراشهری‌کلان‌شهر تهران مشاهده می‌شود. دراین بین، بکارگیری فرایند تحلیل شبکه‌ای می‌تواند چارچوب مناسبی را تحلیل شاخص‌های گردشگری مناطق پیراشهری فراهم آورد. در این پژوهش وضعیت اقتصادی، زیست‌محیطی، زیرساخت‌ها، مؤلفه‌های اکو توریستی و آثار باستانی و تاریخی برای سطح‌بندی و رتبه‌بندی جاذبه‌های مقاصد گردشگری تحلیل و ارزیابی شد. درنهایت اگر جاذبه‌های نواحی گردشگری مناطق پیراشهری‌کلان‌شهر تهران بر اساس سطح‌بندی قابلیت‌های توریستی آنها شناسایی شود، رشد و توسعهٔ گردشگری در این مناطق قابل انجام است. بنا بر نتایج پژوهش، راهکارهای پیشنهادی زیر برای توسعهٔ گردشگری منطقه قابل‌طرح است:

مقصد گردشگری لواسانات: (رتبه نخست مقاصد گردشگری) نبود فضاهای ویژه و مناسب برای پذیرش گردشگران و کوه‌نوردان، نوسانات فصلی حاکم بر تقاضای گردشگری منطقه، کمبود فضای کافی و در

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

دسترس برای توسعه و گسترش فضاهای موردنیاز گردشگران (به‌ویژه به خاطر کوهستانی بودن)، کمبود تسهیلات خدماتی موردنیاز گردشگران با توجه به ظرفیت بالای گردشگری، تعیین روستاهای هدف گردشگری و تهیه طرح‌های گردشگری برای آنها، جلوگیری از هرگونه عملی که موجب آسیب به محیط طبیعی، انسانی و زیستی و جاذبه‌های اکو توریستی شود و ایجاد پارکینگ از طریق تسطیح اراضی در نقاط پر رفت‌وآمد؛

مقصد گردشگری توچال: (رتبه دوم مقصد گردشگری) بالا بردن سطح کیفیت تسهیلات کالبدی و خدماتی مسافرخانه‌ها و رستوران‌ها و سایر مراکز اقامتی، بالا بردن سطح بهداشت در مراکز اقامتگاهی و پذیرایی، ایجاد پناهگاه‌هایی در مسیرهای کوهنوردی، تأمین اقامتگاه و خدمات پذیرایی در برخی مسیرهای کوهنوردی؛

مقصد گردشگری دربند: (رتبه سوم مقاصد گردشگری) کنترل قیمت‌ها و جلوگیری از چندگانگی قیمت‌ها، جلوگیری از ورود فاضلاب‌های خانگی به رودخانه، جلوگیری از ساخت‌وسازهای بی‌رویه و غیرقانونی، نبود محور ارتباطی مناسب و استاندارد با توجه به حجم زیاد گردشگران بخصوص در آخر هفته، وجود اختلاف طبقاتی میان ساکنین این منطقه (عده‌ای بسیار متمول و عده‌ای حاشیه‌نشین در این محله زندگی می‌کنند که این امر موجب عدم تجانس در این محله و عدم همکاری و مشارکت آن‌ها در حوزه گردشگری هم می‌شود)

مقصد گردشگری کن- سولقان: (رتبه چهارم مقاصد گردشگری) اقدام‌های حفاظتی (آب‌وخاک، اقدام‌های ترمیم و احیاء (استفادهٔ مؤثر، افزایش سطح آگاهی و مهارت‌های نیروی انسانی) اقدام‌های افزایش بازدهی (گسترش منابع طبیعی) در جهت ساخت آزادراه تهران – شمال، تعریض راه و ایمن کردن محور ارتباطی به امامزاده داوود، ساماندهی حمل‌ونقل منطقه، توسعه و احداث خدمات بین‌راهی نظیر جایگاه سوخت و تعمیرگاه خودرو، ایجاد مراکز اقامتگاهی و خدماتی- رفاهی مناسب و با استاندارد بالا برای گردشگران، مشارکت و سرمایه‌گذاری دولت در زمینهٔ توسعهٔ فعالیت‌های گردشگری، اتخاذ سیاست‌ها و تدابیری جهت جلوگیری از تغییر کاربری اراضی و جلوگیری از تخریب محیط‌زیست توسط گردشگران، روستاییان و ساکنان بومی؛

مقصد گردشگری درکه: (رتبه پنجم مقاصد گردشگری) جلوگیری از ساخت‌وسازهای مجاز و غیرمجاز، کاهش کیفیت ارائه خدمات به‌خصوص در حوزه خدمات شهری و عدم وجود مدیریت واحد، ایجاد تفرجگاه‌ها و گردشگاه‌های فرا منطقه‌ای، تسریع درروند ساخت کامل سرای محله درکه تا شهروندان بتوانند از امکانات آموزشی این واحد بهره‌مند شوند، حفاظت از باغ‌های قدیمی کوچه‌باغ‌های زیبا و مسیرهای باصفای رودخانه درکه به‌عنوان میراث ارزشمند طبیعی، معضل کمبود پارکینگ با توجه به حجم بالای

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

گردشگری در منطقه، پاک‌سازی انبوه زباله در رودخانه درکه و توجه ویژه به فضایی برای پارکینگ گردشگران.

منطقه گردشگری دارآباد: (رتبهٔ ششم مقاصد گردشگری) جلوگیری از تخریب محیط‌زیست توسط گردشگران، حفظ منابع گردشگری طبیعی (آبشارها و مسیرهای کوهنوردی) انسانی (موزه دارآباد) در برابر هر نوع برخورد مخرب و غیرمسئولانه، نصب تابلوهای هشداردهنده در زمینهٔ حفظ محیط‌زیست، توجه بیشتر مسئولان محلی و گردشگری منطقه نسبت به بهداشت محیط، اتخاذ سیاست‌ها و تدابیری جهت جلوگیری از تغییر کاربری اراضی.

۶) منابع

- افراخته، حسن و بهرام علی خدائی، (۱۳۹۰)، **ساماندهی گردشگری در تفرجگاه‌های پیرا شهری هماهنگ با ظرفیت تحمل محیطی**، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی دوره ۱۷، شماره ۲۰، صص ۳۲-۹.
- تولایی، سیمین و ریاحی وحید ، (۱۳۹۲)، **بررسی توانمندی‌ها و راهکارهای توسعه گردشگری روستایی در بخش کهک استان قم**، پژوهش های جغرافیای انسانی، تهران، دوره۴۵، شماره۴، صص ۱۱۸-۱۰۳.
- رضوانی، محمدرضا و مهرنوش مرادی، (۱۳۹۱)، **امکان‌سنجی توسعه گردشگری با رویکرد سیستمی در روستاهای حاشیه کویر میقان اراک**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال یکم، شماره2 ، پیاپی، صص ۴۰-۱۵.
- زبردست، اسفندیار، (۱۳۸۹)،**کاربرد فرایند تحلیل شبکه‌ای (ANP) در برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای**، نشریهٔ هنرهای زیبا، معماری و شهرسازی، شمارهٔ ۴۱، صص ۹۰-۷۹.
- چاک وای، گی،(۱۳۸۲)، **جهانگردی در چشم‌انداز جامعه**، ترجمه: علی پارسیان و سید محمد اعرابی. تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم.
- کردوانی، پرویز و صلاح شریفی، (۱۳۹۱)، **چالش‌ها و فرصت‌های توسعهٔگردشگری در شهرستان مریوان**، اولین همایش ملی جغرافیا و گردشگری در هزاره سوم، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجف‌آباد، صص ۳۴-۱۳.
- قدیری معصوم، مجتبی، رضوانی، محمدرضا، جمعه پور، محمود و حمیدرضا باغیانی، (۱۳۹۴) **سطح‌بندی سرمایه-های معیشتی در روستاهای گردشگری کوهستانی مورد: دهستان بالا طالقان در شهرستان طالقان**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال چهارم، شماره ۲، پیاپی ۱۲، صص ۱۸-۱.
- مرادی مسیحی، واراز و علی قاسمی،(۱۳۹۳)، **نقش گردشگری در توسعه پایدار اقتصادی- اجتماعی مناطق روستایی موردمطالعه: روستای التپه شهرستان بهشهر**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال سوم، شماره ۲، پیاپی ۸، ص.۱۲۴
- محمدی لرد، عبدالمحمود،(۱۳۸۸)، **فرآیندهای تحلیل شبکه‌ای**، انتشارات البرز فردانش، تهران.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]

- موحد، علی، امان پور، سعید و رضا زارعی، (۱۳۹۰)، **ارزیابی تفرجگا ه‌های گردشگری پیرامون کلان شهرها با استفاده از مدل تلفیق AHPو SWOT . مطالعه موردی: تفرجگاه گردشگری مال آقا** ؛ فصلنامه مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، سال چهارم، شماره ۱۵.
- مؤمنی، منصور،(۱۳۸۷)، **مباحث نوین تحقیق در عملیات**، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- نوابخش، مهرداد و سمیه صفی،(۱۳۹۲)، **جامعه‌شناسی گردشگری شهری (تاریخ اندیشه و نظریه در جامعه‌شناسی توریسم)**، انتشارات بهمن برنا، تهران.
- Adam, W., and Rozann S.(2003); **Super Decisions Software Guide**, p,38.
- Banai, R., and Wakolbinger, T.(2011); **A Measure of Regional Influence with the Analytic Network Process**, Journal Socio-Economic planning.(2012); PP. 1-9.
- Butler, R. W.(2000); **Ecotourism-Has it Achieved Maturity or Has the Bubble Burst**", Keynote Address, Pacific Rim Tourism, Rotorua, Zealand.
- Chung, S.H., and Lee, A.H.L., and Pearn, W.L.(2005); **Analytic Network Process (ANP) Approach for Product Mix. Planning in Semiconductor Fabricator**, International Journal of production Economic 96, PP. 15-36.
- Elliote, J.(2003);**Tourism: Politics and Public Sector Management,** London: Routledge: 2, 4, 114, 115, 116.
- Gunn, C. A.(2003); **Tourism planning: Basic concepts cases**. New York and London: Rutledge.
- Guo, Z., Xiao, X., Gan, Y. and Zheng, Y(2001); **Ecosystem Functions, Servicesand their Values, A case study in Xingshan Country of China**, Ecological economics, 38, PP. 141-154.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., 2006, **Marketing for Travel & Hospitality. Prentice hall International.**
- Kim, Y. K. (1988); **Tourism Impact Assessment : A Test of Vested Interests Model**, A Ph.D Thesie presented to Texas A & M University, Unpublished.
- Lee, J.W. ,Kim, S.H(2007); **Using Analytic Network process and Goal Programming for Interdependent Information System Project Selection**, Computers and Operations Research 27, P. 367.
- Momoh, J.A., Zhu,(2001); **Amplification of AHP/ANP to Unit Commitment in the Deregulated Power Industry, in: 1998 IEEE International Conference on Systems, Man and Cybernetics**, vol. 1, San Diego, P. 817.
- Niemira, M.P., S, T.L.(2004); **An Analytic Network Process Model for Financial-Crisis Forecasting**, International Journal of Forecasting 20, PP. 573-587.
- UNWTO,2011,.**Tourism Highlights. United Nations World Tourism Organization.**
- Williams, S.(1998); **Tourism Geography, London: Rautledge**: 151, 159.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.173]