

Prioritization of Iran's Provinces Development in terms of Having Roadside Tourism Facilities

Ahmad Pur Ahmad¹, Abdullah Sheikhi^{2*}, Rozgar Hamzehpour³, Khosrow Rahmati⁴.

1- Professor in Geography and Urban Planning, University of Tehran, Tehran, Iran

2- PhD student in Geography and Urban Planning, University of Tehran, Tehran, Iran

3- M.A in Geography and Urban Planning, University of Tehran, Tehran, Iran

4- M.A in Geography and Urban Planning, University of Tabriz, Tabriz, Iran

Received: 3 October 2020

Accepted: 27 January 2021

Extended abstract

Introduction

As one of the most important infrastructures, roadside facilities play a key role in meeting the passengers' needs, communication facilities, children's parks, relief and health facilities and so on; so that at present, the integration of road welfare services in the form of road welfare-service complexes is considered as a common accepted method in the world. For several years now, the construction of welfare- service complexes between roads and tourism facilities on Iran's roads has been considered in order to organize road services and enhance the welfare of road travelers. What is obvious is that Iran's provinces do not equally benefit from these facilities and do not have these facilities depending on their needs and the volume of passenger and tourist traffic. Accordingly, the current study has been conducted based on the available statistics and with the purpose of ranking the Iranian provinces in terms of having urban tourism facilities, so that while recognizing the inequalities among the provinces, the weakness of each province are identified and the development of each of the nine elements of roadside tourism in the country's provinces are prioritize.

Methodology

In terms of purpose, this is an applied study of descriptive-analytical type. The data collection method is library and with the main emphasis on the documents of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization of Iran. To achieve a logical answer to the main purposes of the research, nine main indicators of roadside tourism facilities of the provinces of the country have been utilized that were leveled by TOPSIS technique and the distance of each province to the ideal positive was determined. Moreover, Shannon entropy coefficient was used for weighing the indicators. After ranking the provinces, they were leveled based on the average distance from the positive ideal by cluster analysis and the provinces with similar status were assigned to similar clusters. After leveling the provinces, the extent of passenger traffic volume was compared with the performance level of each of the roadside tourist facilities of the provinces of the country to investigate the needs of this sector as well as the development priorities.

Results and discussion

According to the TOPSIS technique, among the options in the welfare-service complex facilities of Isfahan province, catering complexes and restaurants of Khorasan Razavi province, Tir Park of Zanjan province, food store of Qom province, chelokebabi (kebab and rice), kebabi and

* Corresponding Author (Email: Sheikhi.a@ut.ac.ir)

Jegaraki (liver selling store), traditional restaurant, coffee house and tea house of Mazandaran, and the mosque and prayer hall of Hamedan province are the ideal options. Then, “cluster analysis” was employed to examine homogeneous areas in benefiting from the nine indicators of roadside tourism facilities in order to identify homogeneous levels. The level of passenger traffic volume was also compared with the performance level of roadside tourism facilities in the provinces of the country. “Yellow” color shows the first prioritized provinces in need of development; “green” color represents “proportionality” with the second priority of development; and “orange” color represents the “optimal level” with the third priority of development. In this section, the provincial priorities for the development of roadside tourism facilities are determined according to the comparisons made, as follows:

West Azerbaijan, Isfahan, Bushehr, Tehran, Chaharmahal and Bakhtiari, Khorasan Razavi, Khuzestan, Sistan and Baluchestan, Fars, Kurdistan, Kermanshah, Golestan, Hamedan provinces are in the first priority of development in terms of “chelo kebabi” index. East and West Azerbaijan, Isfahan, Tehran, Chaharmahal and Bakhtiari, Khuzestan, Sistan and Baluchistan, Fars, Qazvin, Kurdistan, Kermanshah, Gilan, Lorestan, Markazi, and Hamedan provinces are in the first priority in terms of “food sales” index. East and West Azerbaijan, Isfahan, Bushehr, Tehran, Chaharmahal and Bakhtiari, Khorasan Razavi, Khuzestan, Sistan and Baluchistan, Fars, Qazvin, Golestan, Gilan, Markazi, and Hamedan provinces are in the first priority of “kebabi and jegaraki” index development. Moreover, East Azerbaijan, Bushehr, Tehran, Chaharmahal and Bakhtiari, Khuzestan, Sistan and Baluchistan, Fars, Qazvin, Kurdistan, Kerman, Kermanshah, Golestan, Gilan, Lorestan, Mazandaran, and Hamedan provinces are in the first priority of “hospitality complex and restaurants” index development. Regarding the “traditional restaurant, coffee and tea house” index, it can be claimed that East Azerbaijan, West Azerbaijan, Isfahan, Tehran, Chaharmahal and Bakhtiari, Khorasan Razavi, Khuzestan, Sistan and Baluchistan, Fars, Kermanshah, Gilan, Lorestan, Central, and Hamedan provinces are the first priority of development. This is while, in terms of “restaurant” index, East Azerbaijan, West Azerbaijan, Isfahan, Bushehr, Tehran, Chaharmahal and Bakhtiari, Khuzestan, Sistan and Baluchistan, Fars, Qazvin, Kurdistan, Kermanshah, Golestan, Gilan, Lorestan, and Hamedan provinces are in the first priority of development.

Conclusion

Out of 270 times, provinces have been in the first priority of development 109 times (40.3%). This means the provinces are totally facing a significant shortage of roadside tourism facilities. Furthermore, they have been in the second priority of development 95 times (35.1%), and they are in the third priority of development 66 times (24.4%). With nine times (100%) being in the first priority of development, Tehran, Khuzestan and Fars provinces are the ones with the most shortages in roadside tourism facilities. As a general recommendation, the interaction of two public and private complexes should be recognized as a model in the country in order to attract investors, ensure them for investment, and as a factor in creating large and well-known investment movements in the context of tourism facilities. Prioritization of the development of provinces in terms of roadside tourism facilities appropriate to the volume of passengers may be an effective factor in declining the current inequalities among the provinces of the country.

Keywords: Tourism, Roadside Tourism Facilities, Tourism Development.

اولویت‌بندی توسعه استان‌های کشور به لحاظ برخورداری از تأسیسات گردشگری بین‌راهی

احمد پور احمد - استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران
عبدالله شیخی^۱ - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران
رزگار حمزه پور - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران
خسرو رحمتی - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۰۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۱۲

چکیده

پژوهش حاضر باهدف سطح‌بندی استان‌های کشور و اولویت‌بندی توسعه آن‌ها به لحاظ برخورداری از تأسیسات گردشگری بین‌راهی به نگارش درآمده تا ضمن شناخت نابرابری‌های بین استان‌ها، کمبود و اولویت توسعه هر کدام از آن‌ها مشخص شود. پژوهش برحسب هدف، کاربردی و از بُعد روش، توصیفی-تحلیلی می‌باشد. روش جمع‌آوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای اسنادی و با استناد به آمار اداره کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری کشور بوده است. جهت رتبه‌بندی استان‌ها از تکنیک TOPSIS و آنتروپی شانون و برای سطح‌بندی آن‌ها از تحلیل خوشه‌ای استفاده گردیده که نتایج در نرم‌افزار ArcGIS تصویرسازی شده است. نتایج رتبه‌بندی استان‌های کشور دال بر وجود نابرابری در برخورداری از تأسیسات گردشگری بین‌راهی است، به گونه‌ای که مازندران از بین ۹ شاخص به‌تنهایی ایده‌آل مثبت ۳ شاخص را به خود اختصاص داده است. نتایج اولویت‌بندی توسعه نیز حاکی از آن است که استان‌ها از مجموع ۲۷۰ بار، مجموعاً ۱۰۹ بار (۴۰/۳ درصد) در اولویت اول توسعه قرار گرفته‌اند و این بدین معنی است که استان‌ها در مجموع با کمبود قابل توجهی در زمینه تأسیسات گردشگری بین‌راهی مواجه هستند. استان‌های تهران، خوزستان و فارس با ۹ بار (۱۰۰ درصد) جای گرفتن در اولویت اول توسعه، بیشترین کمبود را در برخورداری از تأسیسات گردشگری بین‌راهی دارا بوده‌اند، در حالی که سمنان با ۸ بار (۸۸/۸ درصد) قرار گرفتن در اولویت سوم، وضعیت مطلوبی را از این نظر داراست.

واژگان کلیدی: گردشگری، تأسیسات گردشگری بین‌راهی، توسعه گردشگری.

مقدمه

بر اساس چهار دهه تحقیقات بانک جهانی، گردشگری به عنوان اهرمی قدرتمند در الگوی توسعه مورد تأیید قرار گرفته است (Donald, 2007: 350). گردشگری امروزه به یکی از بزرگ‌ترین و پردرآمدترین بخش‌های اقتصادی جهان تبدیل شده است (Higham, & Luck, 2002: 35). این صنعت ۱۱ درصد از تولید ناخالص (Kabassi, 2010: 53)، ۱۰ درصد از اشتغال، ۵ درصد از صادرات و ۵ درصد از سرمایه‌گذاری جهانی را شامل می‌شود (World Travel & Tourism Council, 2013). چنین گسترش جهانی منجر به رشد اقتصادی و اشتغال در بسیاری از بخش‌های مرتبط شده است (Buhalis & Darcy, 2011: 25). با در نظر گرفتن چنین نقشی برای گردشگری می‌توان گفت علاوه بر اینکه صنعت گردشگری، به عنوان ابزاری برای توسعه در مقاصد گردشگری در نظر گرفته می‌شود (Sharpley & Telfer, 2002: 31). این توانایی را نیز دارد که صرف نظر از تأثیرگذاری بر کشورهای مقصد، بر کشورهایی که در مسیر عبور گردشگران قرار دارند نیز اثرگذار باشد. این صنعت که از آن به عنوان صادرات نامرئی (رضوانی، ۱۳۷۹: ۸) و گذرگاهی برای توسعه یاد کرده‌اند (WTO, 2006) دستاوردهای عمده‌ای دارد که می‌توان به اشتغال‌زایی (2: Holjevac, 2003)، توسعه زیرساخت‌های منطقه‌ای (Eccles & Casta, 1996: 44)، تحرک اقتصادهای بحرانی و تقویت فعالیت‌های توسعه‌ای (Liu & Wall, 2006: 160) و مشارکت‌های اجتماعی و فرهنگی در محیط‌ها اشاره کرد (احمدی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۴۵). با توجه به این مزایای ناشی از توسعه صنعت گردشگری که برای کشورها از اهمیت بالایی برخوردار است (نسیمی و همکاران، ۱۳۹۷: ۶۷)، کشورهای مختلف در تلاش‌اند تا با مهیاسازی و ارزشمند نمودن جاذبه‌های گردشگری در مناطق دارای قابلیت، فرصت رضایتمندی و بهره‌مندی از ابعاد مثبت این صنعت را فراهم سازند (Rosentraub & joo, 2009: 759). چرا که این مقوله می‌تواند به عنوان یک منبع مالی جدید، وضعیت اقتصادی مردم محلی را بهبود ببخشد (Briedenhann & Wickens, 2004: 74). روشن است برای اینکه صنعت توریسم در یک کشور متحول شود و توسعه یابد، باید در راستای آن عناصر و فعالیت‌هایی متحول شده و توسعه یابند که در پویایی آن سهیم هستند. در واقع بدون سرمایه‌گذاری در طرح‌های زیربنایی و رونمایی مربوط به این مقوله، نمی‌توان انتظار گسترش اشتغال، تولید و رفاه اقتصادی را از گردشگری داشت، زیرا که سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری به عنوان مهم‌ترین عامل جهت استفاده از توسعه اقتصادی ناشی از آن ضروری است (ابراهیم‌زاده و آقاسی‌زاده، ۱۳۸۸: ۱۰۸). برخی از صاحب‌نظران مانند جی‌ارنگ^۱ (۱۹۷۴) سطح توسعه زیرساخت‌ها (متشکل از جاده‌ها، آب، برق، خدمات ایمنی، خدمات بهداشتی و درمانی، ارتباطات حمل‌ونقل عمومی) را به عنوان عوامل تعیین‌کننده در ورود گردشگران به هر منطقه‌ای می‌دانند. ویت و ویت^۲ (۱۹۹۵) نیز زیرساخت‌های گردشگری و سطح توسعه در کشور مقصد را یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده ورود گردشگر می‌دانند.

یکی از مهم‌ترین عناصر زیرساخت گردشگری، تأسیسات گردشگری میان راهی می‌باشد. این تأسیسات میان راهی نقش عمده‌ای در تأمین مایحتاج مسافران، تسهیلات ارتباطی، پارک کودکان، تسهیلات امدادی و بهداشتی و مانند آن‌ها دارند (کیانی، ۱۳۷۳: ۳). در حال حاضر، تجمیع خدمات رفاهی در جاده‌ها در قالب مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی به عنوان یک شیوه پذیرفته شده در جهان محسوب می‌شود. در این زمینه، دولت‌ها فقط به توجیهات اقتصادی این مجتمع‌ها توجه ندارند، بلکه منافع زیست‌محیطی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی این مجتمع‌ها تا جایی است که دولت‌ها برای احداث مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی تسهیلات ویژه‌ای را قائل می‌شوند، به عنوان مثال دولت‌های ترکیه، عربستان سعودی، بریتانیا، کانادا و آلمان دستورالعملی تهیه کرده‌اند که هم‌زمان با احداث یک اتوبان، مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی وابسته به آن به‌طور هم‌زمان احداث شود (داوودی، ۱۳۸۰: ۷۸). در ایران نیز، چند سالی است که احداث مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی و تأسیسات گردشگری در جاده‌های کشور، به منظور سازمان‌دهی خدمات بین‌راهی جاده‌ای و افزایش رفاه رهگذران جاده‌ها مورد توجه قرار گرفته است. آنچه مشخص است این است که استان‌های کشور به میزان برابری از این تأسیسات بهره‌مند نبوده و بسته به نیازشان و حجم تردد مسافر و گردشگر از این تأسیسات برخوردار

1. Gearing
2. Witt & Witt

نیستند. بر همین اساس، پژوهش حاضر با استناد به آمارهای موجود و باهدف سطح‌بندی استان‌های کشور به لحاظ برخورداری از تأسیسات گردشگری بین‌راهی شهری به نگارش درآمده است تا ضمن شناخت نابرابری‌های بین استان‌های کشور، ضعف هر یک از استان‌ها شناسایی شده و اولویت توسعه هر کدام از عناصر ۹ گانه گردشگری بین‌راهی^۱ در استان‌های کشور مشخص شود. درواقع این پژوهش سعی بر این دارد که با توجه به تأسیسات گردشگری بین‌راهی، توزیع آن‌ها را در بین استان‌های کشور مشخص و بر این اساس، استان‌های کشور را سطح‌بندی نموده و اولویت‌های توسعه آن‌ها را تعیین نماید. در همین راستا اهداف ذیل قابل طرح می‌باشد:

- مشخص نمودن ضعف هر یک از استان‌های کشور در رابطه با تأسیسات گردشگری بین‌راهی.
- تعیین اولویت‌های توسعه عناصر گردشگری بین‌راهی در استان‌های کشور.

مبانی نظری

در واژه‌شناسی و اشتقاق واژه گردشگری، این واژه از ریشه لغت Tour (گشت) برگرفته از واژه لاتین Tornac و واژه یونانی Toran به معنی چرخ یا حرکت دور یک محور گرفته شده که در زبان انگلیسی با پسوند Ism به آن معنی گردشگری به کار برده شده است (Theobal, 2005: 10). واژه گردشگری معادل واژه توریسم در زبان‌های انگلیسی، فرانسه و آلمانی است که به صورت مصطلح در زبان فارسی به صورت گردشگری ترجمه شده است (ارمغان، ۱۳۸۶: ۱). هرچند که تاکنون تلاش‌های زیادی برای تعریف گردشگری صورت گرفته است ولی به طور کلی می‌توان گردشگری را شامل همه فعالیت‌ها و اقداماتی دانست که در ارتباط با فرد گردشگر صورت می‌گیرد و نیز کلیه فعالیت‌هایی که یک گردشگر در هنگام مسافرت به مکانی خارج از محل سکونتش انجام می‌دهد و هدف از این مسافرت می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

دیدار دوستان و آشنایان؛ جهت استفاده از فضا و چشم‌اندازهای طبیعی؛ برای تجارت و انجام کارهای شخصی؛ جهت درمان (آب‌درمانی، استفاده از آب‌وهوای سالم و...)؛ زیارت و انجام امور مذهبی؛ تفریح و ورزش و ... (ولدییگی، ۱۳۹۰: ۵۵). پیکره اصلی گردشگری امروزه از اجزای متفاوتی صورت‌بندی می‌شود؛ این به آن معناست که گردشگری دربرگیرنده بخش‌های متفاوتی است و در چارچوب کلیت و سیستمی از اجزای مختلف عمل می‌کند (Gunn & Turgut, 2002: 43). درواقع گردشگری آمیزه‌ای از فعالیت‌های مختلف است که به صورت زنجیره‌ای برای خدمات‌رسانی به گردشگران انجام می‌شود (Mcintosh, 1995: 9). عناصر گردشگری به دو بخش اولیه و ثانویه تقسیم می‌شود. عناصر اولیه همان جاذبه‌ها هستند که گردشگران را به خود جلب می‌کنند اما عناصر ثانویه آن دسته از خدمات و امکانات را شامل می‌شود که رفاه گردشگران را فراهم می‌کند مانند هتل‌ها، مسافرخانه‌ها، رستوران‌ها، مجتمع‌های خدماتی و غیره (Shoval, 2001: 927). هر دوی این عناصر دوگانه اهمیت بالایی دارند اما در بحث از عناصر ثانوی می‌توان گفت که نحوه جایگیری این عناصر در فضاهای شهری و غیرشهری می‌تواند کاهش یا افزایش فضای خدماتی و تغییر الگوی رفتاری گردشگران را به همراه داشته باشد (موحد، ۱۳۸۷: ۱۰۵). همچنین نحوه پراکنش این عناصر در مدت زمان ماندن گردشگران و در نتیجه اقتصاد گردشگری نقش مهمی دارد. با توجه به آنچه بیان شد اهمیت عناصر ثانوی گردشگری در تأمین رفاه گردشگران و ضرورت برنامه‌ریزی برای آن‌ها روشن گردید.

تأسیسات گردشگری بین‌راهی به‌عنوان بخشی از عناصر ثانوی گردشگری نقش غیرقابل‌انکاری در تأمین رفاه گردشگران و مزایای ناشی از اقتصاد گردشگری دارد. تسهیلات بین‌راهی به‌غیراز آنکه در طول تاریخ، می‌توانسته است به‌عنوان عاملی در ایجاد یک هسته شهری محسوب شود، امروزه هر کدام از آن‌ها نیز در هیئت جدیدی خود را نمایان ساخته‌اند (پیرنیا، ۱۳۷۴: ۲۳۳-۲۳۱). تأسیسات مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی نقش سبابطها را به‌منزله مکانی برای رفع خستگی، رباط‌ها، فوستات‌ها و تمسیرها را به‌عنوان کمپ یا توقفگاه برای سکونت، کاربات، کاروانسرا و خان‌ها را به‌عنوان

۱. مجتمع پذیرایی و غذایی، رستوران سنتی، قهوه‌خانه و چایخانه، مجتمع خدماتی - رفاهی، تیر پارک، چلوکبابی، اغذیه‌فروشی، کبابی و جگر، رستوران و مسجد و نمازخانه.

اقامتگاه و محلی برای استراحت، اتراق و تأمین سایر مایحتاج مسافران و حتی مکانی برای مبادله اجناس و تعاملات اجتماعی و فرهنگی، مهمانخانه و دسکره به منزله مکان استراحت شبانه یا محلی برای تفریح و گذران اوقات فراغت را ایفا می‌کرده‌اند (کیانی و کلایس، ۱۳۷۳: ۶). با جایگزینی اتومبیل به جای چهارپا، اکنون طولیله‌ها، نعل‌بندی‌ها، آغل‌ها و باراندازها جای خود را به توقفگاه‌های وسایل نقلیه، پمپ‌بنزین‌ها، تعویض‌روغنی‌ها، تعمیرگاه‌ها و محل شستشوی اتومبیل داده است (پیرنیا و افسر، ۱۳۵۰: ۴۶). از سوی دیگر تأمین مایحتاج مسافران به شیوه امروزی در فروشگاه‌های مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی صورت می‌گیرد، ضمن آنکه با توجه به تنوع خدمات و افزایش نیازها، این مجتمع‌های خدماتی مانند تسهیلات ارتباطی، پارک کودکان، تسهیلات امدادی و بهداشتی و مانند آن‌ها را نیز ارائه می‌کنند (کیانی و کلایس، ۱۳۷۳: ۳). در حال حاضر، تجمیع خدمات رفاهی در جاده‌ها در قالب مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی به‌عنوان یک شیوه پذیرفته‌شده در جهان محسوب می‌شود. در این زمینه، دولت‌ها فقط به توجیهات اقتصادی این مجتمع‌ها توجه ندارند، بلکه منافع زیست‌محیطی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی این مجتمع‌ها تا جایی است که دولت‌ها برای احداث مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی تسهیلات ویژه‌ای را قائل می‌شوند؛ به‌عنوان مثال دولت ترکیه دستورالعملی تهیه کرده است که هم‌زمان با احداث یک اتوبان، مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی وابسته به آن به‌طور هم‌زمان احداث شود (داوودی، ۱۳۸۰: ۷۷). در این مورد الگوی واحدی برای احداث مجتمع‌های خدماتی - رفاهی در کشورها وجود ندارد، زیرا ویژگی‌های هر کشور ایجاد می‌کند که سیاست ایجاد مجتمع‌های خود را متمایز با دیگر کشورها اعمال دارند؛ به‌عنوان مثال در عربستان سعودی مجتمع‌ها به‌صورت عمده برای زیارت‌کنندگان و مسافران خارجی که از نیازهای محدود و حجم وسیع خدمات برخوردارند، طراحی می‌شوند (شیعه، ۱۳۸۲: ۵۷). در بعضی دیگر از کشورها علاوه بر نیازهای رفاهی به سایر نیازهای رهگذران جاده‌ها مانند نیازهای تفریحی و گردشگری توجه ویژه‌ای شده است، به‌عنوان مثال در نمونه‌های موجود در بریتانیا و کانادا توجه ویژه‌ای به مسائل تفریحی و گردشگری معطوف شده است و بیشتر، ایجاد تسهیلاتی موردتوجه قرار می‌گیرد که رهگذران جاده‌ها ضمن دستیابی به خدمات ضروری خود، از طبیعت اطراف حداکثر بهره را ببرند (شیعه، ۱۳۸۲: ۵۷). سوابق جهانی بیانگر آن است که مجتمع‌های احداثی در هر یک از کشورها دارای تنوع بسیاری است، به‌عنوان نمونه در یک بزرگراه آلمان یا ترکیه گستردگی مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی متفاوت است و بسته به مکان و ویژگی‌های طبیعی و فاصله، سطوح مختلفی از خدمات را ارائه می‌دهند (داوودی، ۱۳۸۰: ۶۸). تأسیسات گردشگری بین‌راهی ضمن ارائه خدمات و تأمین رفاه گردشگران، نقش‌های متفاوتی نیز به‌عهده‌دارند که به شرح جدول ۱ می‌باشد.

جدول شماره ۱. نقش‌های تأسیسات و مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی

اقتصادی	معیار اصلی در بررسی نقش اقتصادی تأسیسات و مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی، توجه به اصل اقتصادی عرضه و تقاضاست. این تأسیسات و مجتمع‌ها می‌توانند با عرضه خدمات و کالا، در کاهش هزینه سفر مؤثر افتند و با فراهم ساختن خدمات موردنیاز، قابلیت منطقه را برای جذب مسافران به‌واسطه وجود مناظر مناسب طبیعی، ارائه خدمات، تمرکز در یک مکان، وجود تأسیسات امدادی، ایجاد فرصت‌های شغلی و گسترده ساختن عرضه خدمات افزایش دهند و نتایجی همچون رفع خستگی مسافر، کاهش حوادث ناشی از سفر، تأمین نیازهای امدادی و رفاهی سفر و ارتباط بخشیدن بین حوزه‌های زیستی درون منطقه‌ای را به دنبال داشته باشند (ساسان، ۱۳۶۴: ۴۰-۲۶ و ۱۵۳-۱۱۶) و (صرافی، ۱۳۷۹: ۵۲).
بازرگانی	به دلیل اهمیت مقوله بازرگانی، این نقش به نحو مجزایی از نقش اقتصادی موردبررسی قرار می‌گیرد. احداث تأسیسات و مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی، با توجه به آسان‌سازی امر سفر، کاهش هزینه‌های جابه‌جایی کالا را در پی دارد که نتیجه مستقیم آن پویایی نیروی کار و تقسیم‌کار جغرافیایی خواهد بود. علاوه بر آن، اصلاح الگوی مصرف، محرومیت‌زدایی از مناطق دورافتاده، تأمین کالاهای موردنیاز منطقه توسط مجتمع‌ها، کاهش قیمت کالاها در عرصه‌های شهری و منطقه‌ای اطراف و کاهش تمرکز ناشی از وجود نیازهای منطقه‌ای در سطح شهرها از اعم نقش‌های بازرگانی این مجتمع‌ها و تأسیسات بین‌راهی محسوب می‌گردد (ساسان، ۱۳۶۴: ۶۰-۴۸).
اجتماعی	نقش ارزش‌های اجتماعی تأسیسات و مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی در کوتاه‌مدت ملموس نیست. ولی مهم‌ترین تأثیرات آن در سطح ملی می‌تواند شامل ایجاد انگیزه در پیوستگی ساکنان منطقه با یکدیگر، ترغیب به گردشگری توسط گروه‌های مختلف جمعیت، آشنایی اقوام و فرهنگ‌های مختلف با یکدیگر، ایجاد روحیه‌های شاد به خاطر وجود تسهیلات ناشی از سفر، اطمینان خاطر مسافران از نحوه و کیفیت عرضه کالا و خدمات و مواردی مشابه آن‌ها باشد (بانکز، ۱۳۹۲: ۳۶۷) و (ساسان، ۱۳۶۴: ۹۲-۷۷).
سیاسی اداری	از مهم‌ترین نقش‌های سیاسی و اداری تأسیسات و مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی می‌توان به همگرایی اجتماعی، ایجاد پیوند ملی، پیوستگی ساکنان منطقه با یکدیگر، گسترش واحدهای اجتماعی و آمیزش فرهنگ‌ها اشاره کرد که این مسئله می‌تواند به گسترش قلمرو سیاسی و افزایش حضور حکومت مرکزی در نقاط مختلف منتهی شود (ساسان، ۱۳۶۴: ۹۲-۷۷).

فرهنگی	ایجاد تأسیسات و مجتمع‌های رفاهی - خدمات بین‌راهی می‌تواند بر تقویت ارزش‌های فرهنگی خود و حوزه اطراف مؤثر واقع شود. پیامدهای مثبت اقتصادی و اجتماعی این مجتمع‌ها به ظهور و رشد، تبلیغ عوامل فرهنگی و مذهبی، تبادل و تعامل فرهنگی و استفاده بهینه از اوقات فراغت و ارتقای سطح فرهنگی منجر خواهد شد (ساسان، ۱۳۶۴: ۹۲-۷۷).
دفاعی	تأسیسات و مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی به‌ویژه در مناطق مرزی، می‌تواند به‌عنوان یک قرارگاه پشتیبانی مطرح شوند. این مجتمع‌ها و تأسیسات در اوقات ویژه می‌توانند به‌عنوان پایگاه دفاعی با پادگان، ارائه خدمات رفاهی به رزمندگان و سربازان، بیمارستان صحرائی، محل فعالیت‌های پشتیبانی دفاعی، تأمین مهمات و آذوقه و مانند آن‌ها تبدیل شوند (ساسان، ۱۳۶۴: ۹۲-۷۷).
بصری	از مهم‌ترین نقش‌هایی که از دیدگاه بصری مورد انتظار از تأسیسات و مجتمع‌های بین‌راهی، می‌توان به ایجاد زمینه برای رهگذران در ایجاد انگیزه توقف و استفاده از مناظر طبیعی و مصنوعی زیبا، افزایش شادابی و رضایت خاطر مسافران، رفع خستگی آن‌ها، تنوع منظر و ایجاد انگیزه برای ادامه مسیر اشاره کرد (شیعه، ۱۳۸۱: ۲۳).
زیست‌محیطی	مجتمع‌های خدماتی - رفاهی، زمینه‌ساز ادغام و همسانی جاده‌ها با محیط طبیعی اطراف خود خواهند بود. همچنین ایجاد فضاهای سبز در مجتمع‌ها، خود به‌مثابه گسترش دامنه فضای سبز در محیط به‌حساب می‌آید که نقش مناسبی نیز در لطافت هوا خواهد داشت. از سوی دیگر تمرکز فعالیت‌ها در مجتمع‌های رفاهی - تفریحی، احتمال آسیب به پناهگاه‌های وحش را به حداقل خواهد رسانید، ضمن آنکه امکان نظارت نهادهای مربوطه را بر حفاظت از محیط‌زیست تقویت خواهد کرد و بهداشت محیط را ارتقا خواهد بخشید (شیعه، ۱۳۸۱: ۵۳). (آزمایشگاه تحقیقات جاده و حمل‌ونقل انگلستان TRRL، ۱۳۷۵: ۱۸)، (منوری، ۱۳۷۲: ۹۴۹) و (بانکز، ۱۳۹۲: ۴۹-۴).

تأسیسات گردشگری بین‌راهی در قالب زیرساخت‌های گردشگری قابل تعریف می‌باشد یعنی عواملی که به‌قصد ارائه خدمات و انتفاع توسعه خدمات به گردشگران و مسافران یا مهمانان طبق ضوابط ارائه می‌شود (سازمان امور مالیاتی، ۱۳۸۴). در کشور ما این تأسیسات می‌تواند شامل چلوکبابی، اغذیه‌فروشی، کبابی و جگرکی، رستوران، مجتمع پذیرایی و غذاخوری، رستوران سنتی و قهوه‌خانه و چایخانه، مجتمع خدماتی - رفاهی، تیر پارک، مسجد و نمازخانه باشد. مجتمع‌های خدماتی - رفاهی مجموعه‌هایی هستند که به‌منظور تمرکز خدمات موردنیاز رانندگان و مسافران در طول جاده‌های کشور احداث می‌شوند و در حالت ایده‌آل سرویس‌های تعمیراتی، بهداشتی، درمانی، رستوران، نمازخانه، استراحتگاه، جایگاه عرضه سوخت، پارکینگ و سایر خدمات اداری و رفاهی موردنیاز مستقر می‌شود. مقصود از تیر پارک‌ها نیز محل‌هایی است که به‌منظور ارائه خدمات موردنیاز رانندگان و مسافران وسایط نقلیه خارجی در طول جاده‌های ترانزیتی کشور احداث می‌شوند و در آن خدمات و امکانات موردنیاز مستقر می‌شود (گزارش احداث مجتمع‌های خدماتی - رفاهی و تیر پارک‌ها، ۱۳۸۶: ۲۴). اهمیت زیرساخت‌های گردشگری با همه اجزاء و عناصرش انکار ناشدنی است، زیرا که سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری است که راه را جهت استفاده از توسعه اقتصادی ناشی از گردشگری هموار می‌کند. برخی از صاحب‌نظران مانند جی‌ارنگ (۱۹۷۴) با استفاده از نظرسنجی از گردشگران، سطح توسعه زیرساخت‌ها (متشکل از جاده‌ها، آب، برق، خدمات ایمنی، خدمات بهداشتی و درمانی، ارتباطات حمل‌ونقل عمومی) را به‌عنوان عوامل تعیین‌کننده در ورود گردشگران به هر منطقه‌ای می‌داند (Gearing, 1974: 2). ویت و ویت (۱۹۹۵) و لیم (۱۹۹۷) نیز با استفاده از مدل‌های رگرسیون، نشان می‌دهند که زیرساخت‌های گردشگری و سطح توسعه در کشور مقصد یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده ورود گردشگر می‌باشد. خادارو و سیتانا^۱ (۲۰۰۸) با مدل جاذبه، نقش زیرساخت‌های حمل‌ونقل را به‌مثابه یکی از عناصر گردشگری در توسعه توریسم بین‌المللی بررسی کرده و دریافته‌اند که زیرساخت‌های حمل‌ونقل مهم‌ترین گزینه در تعیین جریان‌های توریستی در نواحی مقصد است. همچنین نحوه دسترسی به جاذبه‌ها و امکانات رفاهی - خدماتی را در رضایت گردشگر و میزان صرف هزینه او بسیار مؤثر می‌دانند. همچنین نایود و سیمن^۲ (۲۰۰۵) با استفاده از داده‌های مقطعی ۱۹۹۶-۲۰۰۰ با رویکرد پانل اقدام به شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگران ورودی به ۴۳ کشور آفریقایی نموده و بر اساس نتایج تخمین بیان می‌دارند ثبات سیاسی، زیرساخت‌های گردشگری و تأسیسات گردشگری شهری و بین‌شهری از عوامل کلیدی سفر به آفریقا است. از این رو توصیه می‌کنند سیاست‌گذاران به بهبود ثبات کلی آفریقا و زیرساخت‌ها و تأسیسات گردشگری بپردازند.

روش پژوهش

تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی تحلیلی است. روش گردآوری داده‌ها در این تحقیق به صورت کتابخانه‌ای و با تکیه اصلی بر مستندات اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور است. در پژوهش حاضر جهت دستیابی به جواب منطقی به اهداف اصلی پژوهش از ۹ شاخص اصلی تأسیسات گردشگری بین‌راهی استان‌های کشور استفاده شده است (شکل ۱). به منظور تعیین وضعیت استان‌ها به لحاظ برخورداری از تأسیسات گردشگری بین‌راهی، ابتدا استان‌های کشور بر اساس میزان برخورداری از تأسیسات مذکور به وسیله تکنیک TOPSIS رتبه‌بندی و میزان فاصله هر کدام از استان‌ها از ایده‌آل مثبت مشخص گردید. لازم به ذکر است جهت وزن‌دهی به شاخص‌ها از ضریب آنتروپی شانون استفاده گردید. پس از رتبه‌بندی استان‌ها، استان‌ها بر اساس میانگین فاصله از ایده‌آل مثبت از طریق تحلیل خوشه‌ای سطح‌بندی شده و استان‌های با وضعیت مشابه در خوشه‌های مشابه قرار گرفتند. پس از سطح‌بندی استان‌ها، سطح حجم جابجایی مسافر با سطح عملکردی هر یک از تأسیسات گردشگری بین‌راهی استان‌های کشور مورد مقایسه قرار گرفته‌اند تا نیازهای این بخش و اولویت‌های توسعه موردبررسی قرار گیرد. همچنین، برای ارائه تصویری بهتر از وضعیت استان‌ها و اولویت توسعه آن‌ها در هر یک از شاخص‌ها، نتایج سطح‌بندی و اولویت‌های توسعه با بهره‌گیری از نرم‌افزار ArcGIS بر روی نقشه نمایش داده شده است. شاخص‌هایی که به‌عنوان تأسیسات زیرساختی گردشگری بین‌راهی استان‌های کشور موردبررسی قرار گرفته‌اند در شکل ۱ آورده شده‌اند.



شکل شماره ۱. شاخص‌های تأسیسات گردشگری میان راهی راه‌های کشور

تأسیسات به‌عنوان یک روش تصمیم‌گیری چند شاخصه، روشی ساده ولی کارآمد در اولویت‌بندی محسوب می‌گردد. این روش در سال ۱۹۹۲ توسط چن و هوانگ با ارجاع به کتاب هوانگ و یون در سال ۱۹۸۱ مطرح شده است (Serafim & Gwo-Hshung, 2004: 449). الگوریتم تأسیسات یک تکنیک تصمیم‌گیری چند شاخصه جبرانی بسیار قوی برای اولویت‌بندی گزینه‌ها از طریق شبیه نمودن به جواب ایده‌آل است که به نوع تکنیک وزن دهی، حساسیت بسیار کمی داشته و پاسخ‌های حاصل از آن تغییر عمیقی نمی‌کند. در این روش، گزینه انتخاب‌شده بایستی کوتاه‌ترین فاصله را از جواب ایده‌آل و دورترین فاصله را از ناکارآمدترین جواب داشته باشد. از محاسن این روش نسبت به سایر تکنیک‌های اولویت‌بندی مکانی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد (شانیان، ۱۳۸۵: ۳).

معیارهای کمی و کیفی را توأمأ در مبحث مکان‌یابی دخالت می‌دهد، خروجی مسئله می‌تواند ترتیب اولویت گزینه‌ها را مشخص و این اولویت را به صورت کمی بیان کند، تضاد و تطابق بین شاخص‌ها را در نظر می‌گیرد، روش ساده و سرعت آن مناسب است، ضرایب وزنی اولیه را پذیراست. به‌طور اجمالی ماتریس $n \times m$ تصمیم‌گیری که دارای m گزینه و n معیار است مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (لولاجی، ۱۳۸۴: ۳۹). به‌طور خلاصه تکنیک تأسیسات دارای مراحل زیر است:

- ۱- ایجاد ماتریس تصمیم‌گیری؛
- ۲- تبدیل ماتریس تصمیم‌گیری موجود به ماتریس فاقد مقیاس؛
- ۳- ایجاد ماتریس بی‌مقیاس وزنی؛ برای این کار ماتریس ایجادشده در مرحله پیشین در وزن هر کدام از معیارها ضرب می‌شود تا ماتریس بی‌مقیاس موزون به دست آید؛
- ۴- مشخص نمودن راه‌حل ایده‌آل مثبت و ایده‌آل منفی؛ در این مرحله، بزرگ‌ترین مقدار هر شاخص به‌عنوان ایده‌آل مثبت و کمترین مقدار هر شاخص به‌عنوان ایده‌آل منفی تعیین می‌گردد؛
- ۵- به دست آوردن اندازه فاصله‌ها؛ این مرحله به کمک مرحله پنجم فاصله هر یک از گزینه‌ها از جواب‌های ایده‌آل مثبت و منفی به هر شاخص مسئله، محاسبه می‌گردد؛
- ۶- محاسبه نزدیکی نسبی به راه‌حل ایده‌آل؛
- ۷- رتبه‌بندی گزینه‌ها؛ نهایتاً گزینه‌ها را

بر اساس ترتیب نزولی رتبه‌بندی می‌کنیم (Chou,2004:29).

تحلیل خوشه‌ای ابزار میانبر تحلیل داده‌هاست و جستجو برای یافتن همگونی‌های گروهی، موضوع آن است. در واقع تحلیل خوشه‌ای یک تحلیل چند متغیره است که به دنبال سازمان دادن اطلاعات مربوط به متغیرها است تا آن‌ها را به گروه‌های متجانس یا خوشه‌های همگن شکل دهد که در آن اجزاء هر خوشه به هم شبیه هستند و اعضاء هر خوشه با خوشه دیگر غیرمشابه است. این تحلیل یکی از روش‌های پرکاربرد در مطالعات جغرافیای ناحیه‌ای است و روشی پرکاربرد برای سطح‌بندی مناطق، شهرها، روستاها و غیره است (حکمت‌نیا و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۳۶). روند خوشه‌ای کردن از یک خوشه بزرگ که تمام مکان‌ها را پوشش می‌دهد، آغاز می‌گردد و در هر مرحله مکان‌هایی که از همگنی کمتری برخوردارند از خوشه اولیه جدا شده و خوشه‌های جدید ایجاد می‌نمایند. این فرآیند تا جایی ادامه می‌یابد تا مکان‌هایی که شباهت بیشتری با یکدیگر دارند در یک خوشه خاص قرار گیرند (پویا و حکیم‌زاده، ۱۳۹۴: ۱۸).

محدوده مورد مطالعه

شاخص‌های ۹ گانه تأسیسات گردشگری بین‌راهی در مقیاس کشور مورد بررسی قرار گرفته‌اند؛ بنابراین محدوده پژوهش، سطح استان‌های ایران را شامل می‌شود.

بحث و یافته‌ها

در این بخش، به منظور نیازسنجی تأسیسات گردشگری کشور در حاشیه راه‌ها در ابتدا موقعیت سلسله مراتبی استان‌های کشور از جهت بهره‌مندی از تأسیسات گردشگری حاشیه راه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. به همین منظور رتبه هر یک از استان‌ها مشخص گردیده و سپس تمامی استان‌ها با توجه به برخورداری از تأسیسات گردشگری حاشیه راه‌ها و میزان مسافر جابجا شده در جاده‌ها سطح‌بندی شدند. به منظور رتبه‌بندی استان‌ها از مدل Topsis استفاده شده و سطح‌بندی استان‌ها نیز از طریق تحلیل خوشه‌ای صورت پذیرفته است. در ادامه با توجه به موقعیت سطح برخورداری از تأسیسات گردشگری حاشیه راه‌های هر یک از استان‌ها نسبت به سطح‌بندی مسافر جابجا شده، اولویت‌های توسعه هر یک از تأسیسات گردشگری حاشیه راه‌ها تعیین شده است. جهت رتبه‌بندی استان‌ها و شناخت وضعیت آن‌ها از تکنیک Topsis استفاده شده است که به طور خلاصه دارای مراحل زیر می‌باشد:

۱ - ایجاد ماتریس تصمیم‌گیری؛ ۲ - ایجاد ماتریس فاقد مقیاس؛ ۳ - ایجاد ماتریس بی مقیاس وزنی؛ ۴ - مشخص نمودن راه‌حل ایده‌آل مثبت و ایده‌آل منفی؛ ۵ - به دست آوردن اندازه فاصله‌ها؛ ۶ - محاسبه نزدیکی نسبی به راه‌حل ایده‌آل؛ ۷ - رتبه‌بندی گزینه‌ها (Chou,2004: 29).

جدول شماره ۲. تأسیسات گردشگری موجود حاشیه راه‌های استان‌های کشور

استان	چلوکبابی	اغذیه‌فروشی	کبابی و جگرکی	مجتمع پذیرایی و غذاخوری	رستوران سنتی، قهوه‌خانه و چایخانه	رستوران تیر پارک	مجتمع خدماتی - رفاهی	مسجد و نمازخانه
آذربایجان شرقی	۴۶	۱	۴	۰	۰	۰	۵	۱۹
آذربایجان غربی	۲۰	۰	۸	۱۶	۲	۰	۳	۳۱
اردبیل	۱۷	۱	۱۵	۱	۱۶	۱	۱	۳
اصفهان	۳۷	۰	۱	۲۳	۰	۰	۲۰	۲۶
ایلام	۱۱	۰	۱۲	۰	۰	۰	۵	۵
بوشهر	۱۶	۲	۳	۳	۷	۳	۴	۱۵
تهران	۷۵	۳	۳۰	۲	۲۴	۱۵	۱۴	۱۲
چهارمحال و بختیاری	۰	۱	۳	۳	۲	۳	۳	۱۹
خراسان جنوبی	۰	۱	۰	۵	۰	۳	۴	۱۲
خراسان رضوی	۰	۲۲	۳	۶۲	۳	۴۳	۷	۱۵
خراسان شمالی	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۶
خوزستان	۱۷	۲	۲	۱	۴	۸	۷	۱۶
زنجان	۲۴	۲	۲	۳	۱۵	۱	۶	۱۸
سمنان	۲۸	۲	۲	۶	۶	۱۱	۵	۲۹
سیستان و بلوچستان	۱۸	۰	۰	۰	۰	۱	۶	۲۳
فارس	۴۸	۰	۸	۲	۱۵	۱۶	۱۰	۱۳
قزوین	۶۰	۰	۶	۳	۲۰	۴	۱۶	۱۰
قم	۳۲	۴۵	۵	۲	۷	۲	۶	۴
کردستان	۲۰	۲	۲۲	۰	۲۱	۲	۳	۲۲
کرمان	۴۰	۵	۱۱	۰	۱۱	۱۰	۶	۲۳
کرمانشاه	۱۳	۵	۲۰	۰	۵	۰	۷	۲۳
کهگیلویه و بویراحمد	۹	۱۱	۱۵	۳	۲	۰	۴	۱۹
گلستان	۱۴	۱۴	۹	۶	۲۷	۴	۳	۱۲
گیلان	۳۵	۰	۰	۱	۱	۴	۰	۱۱
لرستان	۷۱	۰	۳۸	۰	۰	۱	۵	۱۶
مازندران	۱۱۹	۱۲	۵۸	۳	۱۲۵	۷	۷	۲۷
مرکزی	۲۹	۰	۳	۵	۴	۶	۳	۱۶
هرمزگان	۰	۵	۱۴	۰	۱۰	۲۹	۶	۱۱
همدان	۲۷	۱	۰	۰	۷	۰	۱۳	۳۳
یزد	۱۶	۳	۸	۱	۳	۱۲	۱	۲۱

منبع: اداره کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری کشور

با توجه به مراحل هفت‌گانه تکنیک TOPSIS، نتایج نهایی حاصل از برخورداری استان‌های کشور از تأسیسات گردشگری بین‌راهی با استفاده از مدل مذکور در جدول ۳ به صورت فاصله از ایده آل مثبت نشان داده شده است. به این ترتیب، ایده آل مثبت (سطح بالای وجود هر یک از تأسیسات میان راهی) در بین گزینه‌های موردنظر در تأسیسات گردشگری میان راهی استان‌های کشور به دست آمده است به گونه‌ای که در تأسیسات مجتمع خدماتی - رفاهی استان اصفهان، مجتمع پذیرایی - غذاخوری و رستوران استان خراسان رضوی، تیر پارک استان زنجان، اغذیه‌فروشی استان قم، چلوکبابی، کبابی و جگرکی رستوران سنتی، قهوه‌خانه و چایخانه استان مازندران و مسجد و نمازخانه استان همدان، گزینه‌های ایده آل هستند.

جدول شماره ۳. فاصله استان‌های کشور از ایده‌آل مثبت تأسیسات گردشگری میان راهی راه‌های کشور

استان	چلوکبابی	اغذیه‌فروشی	کبابی و جگرکی	مجموع پذیرایی و غذاخوری	رستوران سنتی، قهوه‌خانه و چایخانه	رستوران	تیر پارک	مجموع خدماتی - رفاهی	مسجد و نمازخانه
آذربایجان شرقی	۴/۷۲۷۵	۷/۶۴۹۱	۶/۳۷۵۰	۸/۳۲۴۱	۳/۳۶۰۳	۶/۹۸۵۰	۵/۸۳۷۹	۴/۷۶۹۷	۲/۸۹۰۰
آذربایجان غربی	۵/۵۰۵۴	۷/۷۳۵۵	۶/۱۳۴۳	۷/۱۷۰۰	۳/۳۳۳۳	۶/۹۸۵۰	۴/۷۶۶۶	۵/۰۷۷۸	۱/۰۹۲۳
اردبیل	۵/۵۸۸۲	۷/۶۴۹۱	۵/۶۸۸۷	۸/۲۵۶۷	۳/۱۳۷۹	۶/۹۰۳۶	۴/۷۶۶۶	۵/۳۶۸۲	۴/۲۳۰۵
اصفهان	۵/۰۱۰۴	۷/۷۳۵۵	۶/۵۴۹۷	۶/۶۰۲۰	۳/۳۶۰۳	۶/۹۸۵۰	۴/۷۶۶۶	۰	۲/۰۴۳۵
ایلام	۵/۷۵۰۲	۷/۷۳۵۵	۵/۸۸۳۸	۸/۳۲۴۱	۳/۳۶۰۳	۶/۹۸۵۰	۶/۷۴۱۰	۴/۷۶۹۷	۴/۰۸۷۰
بوشهر	۵/۶۱۵۵	۷/۵۶۱۷	۶/۴۳۳۷	۸/۱۲۰۲	۳/۲۶۴۸	۶/۷۳۷۲	۶/۷۴۱۰	۴/۹۲۶۲	۳/۲۷۶۹
تهران	۳/۶۷۰۲	۷/۴۷۳۲	۴/۵۹۰۵	۸/۱۸۸۸	۳/۰۲۰۵	۵/۶۳۶۷	۶/۷۴۱۰	۳/۰۱۶۶	۳/۵۳۹۵
چهارمحال و بختیاری	۶/۰۳۵۹	۷/۶۴۹۱	۶/۴۳۳۷	۸/۱۲۰۲	۳/۳۳۳۳	۶/۷۳۷۲	۶/۷۴۱۰	۵/۰۷۷۸	۲/۸۹۰۰
خراسان جنوبی	۶/۰۳۵۹	۷/۶۴۹۱	۶/۶۰۶۹	۷/۹۸۱۴	۳/۳۶۰۳	۶/۷۳۷۲	۶/۷۴۱۰	۴/۹۲۶۲	۳/۵۳۹۵
خراسان رضوی	۶/۰۳۵۹	۵/۵۳۰۳	۶/۴۳۳۷	۰	۳/۳۱۹۷	۰	۵/۸۳۷۹	۴/۴۴۰۴	۳/۲۷۶۹
خراسان شمالی	۶/۰۳۵۹	۷/۶۴۹۱	۶/۶۰۶۹	۸/۳۲۴۱	۳/۳۶۰۳	۶/۹۸۵۰	۶/۷۴۱۰	۵/۳۶۸۲	۴/۰۱۳۴
خوزستان	۵/۵۸۸۲	۷/۵۶۱۷	۶/۴۹۲۰	۸/۲۵۶۷	۳/۳۰۶۱	۶/۳۰۲۰	۶/۷۴۱۰	۴/۴۴۰۴	۳/۱۸۴۶
زنجان	۵/۳۹۳۰	۷/۵۶۱۷	۶/۴۹۲۰	۸/۱۲۰۲	۳/۱۵۲۲	۶/۹۰۳۶	۰	۴/۶۰۸۰	۲/۹۹۱۴
سمنان	۵/۲۷۸۲	۷/۵۶۱۷	۶/۴۹۲۰	۷/۹۱۱۱	۳/۲۷۸۶	۶/۰۲۵۹	۶/۷۴۱۰	۴/۷۶۹۷	۱/۵۴۴۷
سیستان و بلوچستان	۵/۵۶۰۷	۷/۷۳۵۵	۶/۶۰۶۹	۸/۳۲۴۱	۳/۳۶۰۳	۶/۹۰۳۶	۶/۷۴۱۰	۴/۶۰۸۰	۲/۴۴۲۵
فارس	۴/۶۶۲۳	۷/۷۳۵۵	۶/۱۳۴۳	۸/۱۸۸۸	۳/۱۵۲۲	۵/۵۳۵۱	۵/۸۳۷۹	۳/۸۹۴۵	۳/۴۵۴۲
قزوین	۴/۲۵۰۰	۷/۷۳۵۵	۶/۲۵۵۸	۸/۱۲۰۲	۳/۰۷۹۷	۶/۶۵۲۴	۶/۷۴۱۰	۲/۴۶۳۱	۳/۷۰۴۲
قم	۵/۱۶۰۹	۰	۶/۳۱۵۷	۸/۱۸۸۸	۳/۲۶۴۸	۶/۸۲۰۹	۵/۸۳۷۹	۴/۶۰۸۰	۴/۱۵۹۴
کردستان	۵/۵۰۵۴	۷/۵۶۱۷	۵/۲۰۵۱	۸/۳۲۴۱	۳/۰۶۵۰	۶/۱۲۰۹	۶/۷۴۱۰	۵/۰۷۷۳	۲/۵۶۱۷
کرمان	۴/۹۱۷۹	۷/۲۹۳۱	۵/۹۴۷۵	۸/۳۲۴۱	۳/۲۰۹۰	۶/۱۱۹۳	۵/۸۳۷۹	۴/۶۰۸۰	۲/۴۴۲۵
کرمانشاه	۵/۶۹۶۷	۷/۲۹۳۱	۵/۳۴۷۸	۸/۳۲۴۱	۳/۲۹۲۴	۶/۹۸۵۳	۵/۸۳۷۹	۴/۴۴۰۴	۲/۴۴۲۵
کهگیلویه و بویر احمد	۵/۸۰۳۲	۶/۷۲۳۹	۵/۶۸۸۷	۸/۱۲۰۲	۳/۳۳۳۳	۶/۹۸۵۰	۶/۷۴۱۰	۴/۹۲۶۲	۲/۸۹۰۰
گلستان	۵/۶۶۹۷	۶/۴۲۰۴	۶/۰۷۲۷	۷/۹۱۱۱	۲/۹۷۵۳	۶/۶۵۲۴	۵/۸۳۷۹	۵/۰۷۷۸	۳/۵۳۹۵
گیلان	۵/۰۷۱۲	۷/۷۳۵۵	۶/۶۰۶۹	۸/۲۵۶۷	۳/۳۴۶۸	۶/۶۵۲۴	۴/۷۶۶۶	۵/۰۷۰۷۶	۳/۶۲۲۸
لرستان	۳/۸۳۳۴	۷/۷۳۵۵	۳/۸۷۹۷	۸/۳۲۴۱	۳/۳۶۰۳	۶/۹۰۳۶	۶/۷۴۱۰	۴/۷۶۹۶	۳/۱۸۴۶
مازندران	۰	۶/۶۲۴۳	۰	۸/۱۲۰۲	۰	۶/۳۹۱۴	۶/۷۴۱۰	۴/۴۴۰۴	۱/۸۹۱۹
مرکزی	۵/۲۴۹۲	۷/۷۳۵۵	۴/۴۳۳۷	۷/۹۸۱۴	۳/۳۰۶۱	۶/۴۷۹۶	۶/۷۴۱۰	۵/۰۷۷۸	۳/۱۸۴۶
هرمزگان	۶/۰۳۵۹	۷/۲۹۳۱	۷/۷۵۴۵	۸/۳۲۴۱	۳/۲۲۳۱	۳/۹۸۵۷	۶/۷۴۱۰	۴/۶۰۸۰	۳/۶۲۲۸
همدان	۵/۳۰۷۲	۷/۶۴۹۱	۶/۶۰۶۹	۸/۳۲۴۱	۳/۲۶۴۸	۶/۹۸۵۰	۶/۷۴۱۰	۳/۲۵۸۳	۰
یزد	۵/۶۱۵۵	۷/۴۷۳۲	۶/۱۳۴۳	۸/۲۵۶۷	۳/۳۱۹۷	۵/۹۳۱۰	۵/۸۳۷۹	۵/۳۶۸۲	۲/۶۷۵۶

در این بخش جهت بررسی مناطق همگون در برخورداری از شاخص‌های نه‌گانه تأسیسات گردشگری بین‌راهی و باهدف سطح‌بندی استان‌های کشور بر اساس میزان فاصله آن‌ها از ایده‌آل مثبت به "تحلیل خوشه‌ای" پرداخته شده است تا سطوح همسان و مشابه از لحاظ برخورداری از هر یک از شاخص‌های موردبررسی مشخص گردد. همان‌طور که مشاهده می‌شود استان‌های کشور به لحاظ برخورداری از شاخص‌های گردشگری بین‌راهی در پنج خوشه همگن گروه‌بندی شده‌اند؛ بدین‌صورت که استان‌ها در زمینه برخورداری از شاخص‌های مذکور به ۵ سطح بسیار برخورداری (۱)، برخورداری (۲)، متوسط (۳)، محروم (۴) و بسیار محروم (۵) طبقه‌بندی شدند. این سطح‌بندی نمایانگر این است که مکان‌های واقع در یک سطح شباهت زیادی با همدیگر داشته، اما تفاوت قابل توجهی با اماکن سطوح دیگر دارد. نتیجه حاصل از کاربرد تکنیک تحلیل خوشه‌ای در گروه‌بندی استان‌ها و تعیین سطوح برخورداری آن‌ها به شرح جدول ۴ است:

جدول شماره ۴. سطح بندی استان های کشور بر اساس فاصله از ایده آل مثبت

شاخص	سطح	میانگین فاصله	استان	استان	میانگین فاصله	سطح	شاخص
اغذیه فروشی	۱	۰/۰۰۰۰	قم	مازندران	۰/۰۰۰۰	۱	تولکبابی
	۲	۵/۵۳۰۳	خراسان رضوی	تهران، لرستان	۳،۷۵۱۸	۲	
	۳	۶،۵۸۹۵	گلستان، مازندران، کهگیلویه و بویراحمد	قزوین، فارس، آذربایجان شرقی	۴،۵۴۶۶	۳	
	۴	۷،۴۶۳۴۲	کرمان، کرمانشاه، هرمزگان، تهران، یزد، سمنان، زنجان، کردستان، خوزستان، بوشهر	کرمان، اصفهان، گیلان، قم، مرکزی، سمنان، همدان	۵،۱۴۲۱۴	۴	
	۵	۷،۷۰۰۶	همدان، اردبیل، چهارمحال و بختیاری، خراسان جنوبی، خراسان شمالی، آذربایجان شرقی، لرستان، قزوین، فارس، اصفهان، گیلان، مرکزی، آذربایجان غربی، سیستان و بلوچستان، ایلام	زنجان، آذربایجان غربی، کردستان، سیستان و بلوچستان، اردبیل، خوزستان، بوشهر، یزد، گلستان، کرمانشاه، ایلام، کهگیلویه و بویراحمد، چهارمحال و بختیاری، خراسان جنوبی، خراسان رضوی، خراسان شمالی، هرمزگان	۶،۰۶۷۱۱	۵	
مجموع پذیرایی و غذاخوری	۱	۰/۰۰۰۰	خراسان رضوی	مازندران	۰/۰۰۰۰	۱	کبابی و بزرگی
	۲	۶/۶۰۲۰	اصفهان	لرستان، تهران	۴،۲۳۴۵	۲	
	۳	۷/۱۷۰۰	آذربایجان غربی	کردستان، کرمانشاه	۵،۲۷۶	۳	
	۴	۷،۹۴۶	گلستان، سمنان، مرکزی، خراسان جنوبی	کهگیلویه و بویراحمد، اردبیل، هرمزگان، ایلام، کرمان، گلستان یزد فارس آذربایجان غربی	۵،۹۳۷۱	۴	
	۵	۸،۲۴۴۶۶	مازندران، کهگیلویه و بویراحمد، قزوین، بوشهر، چهارمحال و بختیاری، زنجان، تهران، فارس، قم، اردبیل، یزد، خوزستان، گیلان، لرستان، کردستان، کرمانشاه، هرمزگان، ایلام، کرمان، آذربایجان شرقی، همدان، خراسان شمالی، سیستان و بلوچستان	قزوین، قم، آذربایجان شرقی، خراسان رضوی، بوشهر، چهارمحال و بختیاری، مرکزی، سمنان، زنجان، خوزستان، اصفهان، همدان، خراسان جنوبی، خراسان شمالی، گیلان، سیستان و بلوچستان	۶،۴۸۴۶	۵	
رستوران	۱	۰/۰۰۰۰	خراسان رضوی	مازندران	۰/۰۰۰۰	۱	رستوران سنتی، قهوه خانه و چایخانه
	۲	۳/۹۸۵۷	هرمزگان	گلستان، تهران، کردستان، قزوین	۳،۰۳۴۷۵	۲	
	۳	۵،۵۸۵۵	فارس، تهران	اردبیل، زنجان، فارس	۳،۱۴۷	۳	
	۴	۱۲،۴۷۹	یزد، سمنان، کرمان، خوزستان، مازندران مرکزی	کرمان، هرمزگان، بوشهر، قم، همدان، سمنان، کرمانشاه	۳،۲۵۶۲	۴	
	۵	۶،۵۳۲۳	گلستان، قزوین، گیلان، بوشهر، چهارمحال و بختیاری، خراسان جنوبی، کردستان، قم، اردبیل، زنجان، لرستان، سیستان و بلوچستان، همدان، کرمانشاه، آذربایجان غربی، کهگیلویه و بویراحمد، اصفهان، ایلام، آذربایجان شرقی، خراسان شمالی	مرکزی، خوزستان، خراسان رضوی، یزد، آذربایجان غربی، کهگیلویه و بویراحمد، چهارمحال و بختیاری، گیلان، اصفهان، خراسان جنوبی، لرستان، ایلام، آذربایجان شرقی، خراسان شمالی، سیستان و بلوچستان	۳،۵۷۳۱	۵	
مجموع خدماتی رفاهی	۱	۰/۰۰۰۰	اصفهان	همدان	۰/۰۰۰۰	۱	مسجد و نمازخانه
	۲	۲،۹۱۲۳۳	قزوین، تهران، همدان	آذربایجان غربی، سمنان، مازندران، اصفهان	۱،۷۳۹۲	۲	
	۳	۴،۴۶۹۴	فارس، خراسان رضوی، کرمانشاه، خوزستان، مازندران، زنجان، کرمان، قم، هرمزگان، سیستان و بلوچستان	کرمانشاه، کرمان، سیستان و بلوچستان، کردستان، یزد	۲،۵۱۲۴	۳	
	۴	۵،۳۵۹۶	آذربایجان شرقی، سمنان، لرستان، ایلام، بوشهر، خراسان جنوبی، کهگیلویه و بویراحمد، آذربایجان غربی، گلستان، مرکزی، چهارمحال و بختیاری، کردستان	آذربایجان شرقی، کهگیلویه و بویراحمد، چهارمحال و بختیاری، زنجان، خوزستان، لرستان، مرکزی، خراسان رضوی، بوشهر	۶،۱۷	۴	
	۵	۵،۴۰۲۷	اردبیل، یزد، خراسان شمالی، گیلان	فارس، تهران، خراسان جنوبی، گلستان، هرمزگان، گیلان، قزوین، خراسان شمالی، ایلام، قم، اردبیل	۳،۷۷۳۴۵	۵	
تفریح	۱	۰/۰۰۰۰	زنجان	زنجان	۰/۰۰۰۰	۱	تفریح
	۲	۴،۷۶۶	گیلان، اردبیل، آذربایجان غربی، اصفهان	گیلان، اردبیل، آذربایجان غربی، اصفهان	۴،۷۶۶	۲	
	۳	۱۱،۶۷۴	خراسان رضوی، فارس، یزد، کرمان، گلستان، قم، کرمانشاه، آذربایجان شرقی	خراسان رضوی، فارس، یزد، کرمان، گلستان، قم، کرمانشاه، آذربایجان شرقی	۱۱،۶۷۴	۳	
	۴	۷،۱۳۷۵	هرمزگان، تهران، سمنان، خوزستان، مازندران، مرکزی، قزوین، بوشهر، چهارمحال و بختیاری، خراسان جنوبی، کردستان، لرستان، سیستان و بلوچستان، همدان، کهگیلویه و بویراحمد، ایلام، خراسان شمالی	هرمزگان، تهران، سمنان، خوزستان، مازندران، مرکزی، قزوین، بوشهر، چهارمحال و بختیاری، خراسان جنوبی، کردستان، لرستان، سیستان و بلوچستان، همدان، کهگیلویه و بویراحمد، ایلام، خراسان شمالی	۷،۱۳۷۵	۴	

پس از سطح‌بندی استان‌ها از نظر میزان برخورداری از تأسیسات گردشگری میان راهی، می‌بایست نیازهای این بخش و اولویت‌های توسعه موردبررسی قرار گیرد. به همین منظور، سطح حجم جابجایی مسافر با سطح عملکردی هر یک از تأسیسات گردشگری میان راهی استان‌های کشور مورد مقایسه قرار گرفته‌اند. "رنگ زرد"، معرف استان‌هایی است که "نیازمند توسعه" سطح تأسیسات گردشگری میان راهی می‌باشند تا پاسخگوی حجم مسافران باشند. این گروه از استان‌ها از لحاظ اولویت توسعه، در "اولویت اول توسعه" قرار می‌گیرند. "رنگ سبز" نشان‌دهنده "تناسب" سطح حجم جابجایی مسافر و سطح عملکردی هر یک از تأسیسات گردشگری میان راهی می‌باشد. این گروه از استان‌ها در روند توسعه، در اولویت دوم توسعه قرار می‌گیرند. "رنگ نارنجی" نیز نشان‌دهنده استان‌هایی است که از سطح عملکردی پتانسیل‌های موجود فراتر رفته و در "سطح مطلوبی" از جهت برخورداری از تأسیسات گردشگری میان راهی قرار دارند. این گروه از استان‌ها نیز در اولویت سوم توسعه قرار می‌گیرند.

جدول شماره ۵. حجم جابجایی مسافران استانی در سطح کشور؛ (واحد: هزار نفر)

استان	مسافرین وارد شده به استان	مسافرین خارج شده از استان	استان	مسافرین وارد شده به استان	مسافرین خارج شده از استان
آذربایجان شرقی	۳۷۹۱	۴۳۶۲	چهارمحال و بختیاری	۲۳۰۱	۲۳۰۹
آذربایجان غربی	۴۲۱۶	۳۹۸۵	خراسان جنوبی	۹۹۱	۹۴۱
اردبیل	۱۷۷۲	۱۳۹۵	خراسان رضوی	۶۵۶۹	۶۲۵۲
اصفهان	۷۵۷۵	۸۴۳۹	خراسان شمالی	۱۱۳۴	۱۳۱۶
ایلام	۱۶۰۵	۱۴۸۸	خوزستان	۳۰۶۸	۲۹۰۸
بوشهر	۱۲۵۲	۱۳۰۲	زنجان	۱۳۹۱	۱۴۱۱
تهران	۲۸۱۶۸	۲۶۹۵۲	سمنان	۱۵۳۰	۱۷۶۵
سیستان و بلوچستان	۱۵۱۷	۱۹۹۷	گلستان	۲۵۸۰	۲۴۴۱
فارس	۳۸۶۶	۴۶۸۹	گیلان	۳۰۲۸	۳۰۰۳
قزوین	۲۱۵۱	۳۰۳۸	لرستان	۲۶۲۵	۲۳۶۵
قم	۳۷۷۴	۲۰۴۷	مازندران	۴۲۲۴	۳۳۷۷
کردستان	۳۵۱۴	۳۱۷۱	مرکزی	۲۹۷۶	۳۰۶۹
کرمان	۱۶۲۴	۱۶۴۵	هرمزگان	۱۲۷۶	۱۱۰۸
کرمانشاه	۳۱۷۱	۴۱۳۶	همدان	۳۲۸۵	۴۰۱۳
کهگیلویه و بویراحمد	۸۸۹	۱۰۱۱	یزد	۱۳۳۹	۱۲۲۳

منبع: سالنامه آماری سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای؛ (دفتر فناوری اطلاعات)

مثال: آذربایجان غربی

سطح جابجایی مسافر = ۳

سطح شاخص‌ها: چلوکبابی ۵، مجتمع پذیرایی و غذاخوری ۳، تیرپارک ۲.

مقایسه‌ها

اگر:

سطح یک شاخص < سطح جابجایی مسافر ⇐ سطح مطلوب با اولویت سوم توسعه (رنگ نارنجی)

سطح یک شاخص = سطح جابجایی مسافر ⇐ سطح مناسب با اولویت دوم توسعه (رنگ سبز)

سطح یک شاخص > سطح جابجایی مسافر ⇐ سطح نیازمند با اولویت اول توسعه (رنگ زرد)

چلوکبابی: ۳ (جابجایی مسافر) < ۵ (سطح شاخص چلوکبابی) ⇐ سطح نیازمند (رنگ زرد)

مجتمع پذیرایی: ۳ (جابجایی مسافر) = ۳ (سطح شاخص مجتمع پذیرایی و غذاخوری) ⇐ سطح مناسب (رنگ سبز)

تیرپارک: ۳ (جابجایی مسافر) > ۲ (سطح شاخص تیرپارک) ⇐ سطح مطلوب (رنگ نارنجی)

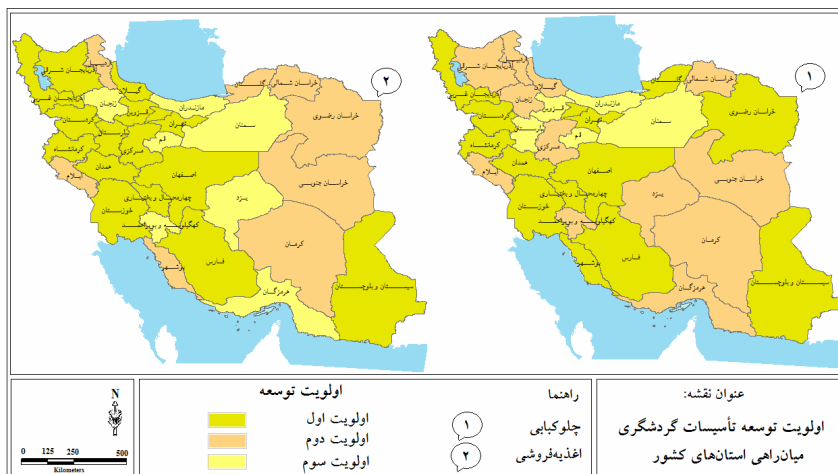
جدول شماره ۶. مقایسه سطح جابجایی مسافر استان‌های کشور و تأسیسات گردشگری میان راهی راه‌های کشور

استان	جابجایی مسافر	چلوکبابی	اغذیه‌فروشی	کبابی و جگرکی	مجموع پذیرایی و غذاخوری	رستوران سنتی، قهوه‌خانه و چایخانه	رستوران	تیر پارک	مجموع خدماتی- رفاهی	مسجد و نمازخانه
آذربایجان شرقی	۳	۳	۵	۵	۵	۵	۵	۳	۴	۴
آذربایجان غربی	۳	۵	۵	۴	۳	۵	۵	۲	۴	۲
اردبیل	۵	۵	۵	۴	۵	۳	۵	۲	۵	۵
اصفهان	۲	۴	۵	۵	۲	۵	۵	۲	۱	۲
ایلام	۵	۵	۵	۴	۵	۵	۵	۴	۴	۵
بوشهر	۴	۵	۴	۵	۵	۴	۵	۴	۴	۴
تهران	۱	۲	۴	۲	۵	۲	۳	۴	۲	۵
چهارمحال و بختیاری	۴	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۴	۴	۴
خراسان جنوبی	۵	۵	۵	۵	۴	۵	۵	۴	۴	۵
خراسان رضوی	۲	۵	۲	۵	۱	۵	۱	۳	۳	۴
خراسان شمالی	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۴	۵	۵
خوزستان	۲	۵	۴	۵	۵	۵	۴	۴	۳	۴
زنجان	۵	۵	۴	۵	۵	۳	۵	۱	۳	۴
سمنان	۵	۴	۴	۵	۴	۴	۴	۴	۴	۲
سیستان و بلوچستان	۳	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۴	۳	۳
فارس	۲	۳	۵	۴	۵	۳	۳	۳	۳	۵
قزوین	۴	۳	۵	۵	۵	۲	۵	۴	۲	۵
قم	۵	۴	۱	۵	۵	۴	۵	۳	۳	۵
کردستان	۳	۵	۴	۳	۵	۲	۵	۴	۴	۳
کرمان	۴	۴	۴	۴	۵	۴	۴	۳	۳	۳
کرمانشاه	۳	۵	۴	۳	۵	۴	۵	۳	۳	۳
کهگیلویه و بویراحمد	۵	۵	۳	۴	۵	۵	۵	۴	۴	۴
گلستان	۳	۵	۳	۴	۴	۲	۵	۳	۴	۵
گیلان	۴	۴	۵	۵	۵	۵	۵	۲	۵	۵
لرستان	۴	۲	۵	۲	۵	۵	۵	۴	۴	۴
مازندران	۴	۱	۳	۱	۵	۱	۴	۴	۳	۲
مرکزی	۴	۴	۵	۵	۴	۵	۴	۴	۴	۴
هرمزگان	۵	۵	۴	۴	۵	۴	۲	۴	۳	۵
همدان	۳	۴	۵	۵	۵	۴	۵	۴	۲	۱
یزد	۵	۵	۴	۴	۵	۵	۴	۳	۵	۳

این بخش، بخش نهایی و ماحصل تجزیه و تحلیل داده‌های مورد استفاده در پژوهش می‌باشد. در این بخش، بر اساس مقایسه صورت گرفته در مرحله قبل (جدول ۶)، اولویت استانی توسعه تأسیسات گردشگری میان راهی مشخص و تعیین شده‌اند که بدین شرح می‌باشد:

با توجه به نتایج جدول ۶، استان‌های آذربایجان غربی، اصفهان، بوشهر، تهران، چهارمحال و بختیاری، خراسان رضوی، خوزستان، سیستان و بلوچستان، فارس، کردستان، کرمانشاه، گلستان، همدان در اولویت اول توسعه از نظر شاخص "چلوکبابی" قرار گرفته‌اند. استان‌های آذربایجان شرقی، اردبیل، ایلام، خراسان جنوبی، خراسان شمالی، زنجان، کرمان، کهگیلویه و بویراحمد، گیلان، مرکزی، هرمزگان، یزد در اولویت دوم، و سمنان، قزوین، قم، لرستان و مازندران نیز در اولویت سوم توسعه قرار دارند.

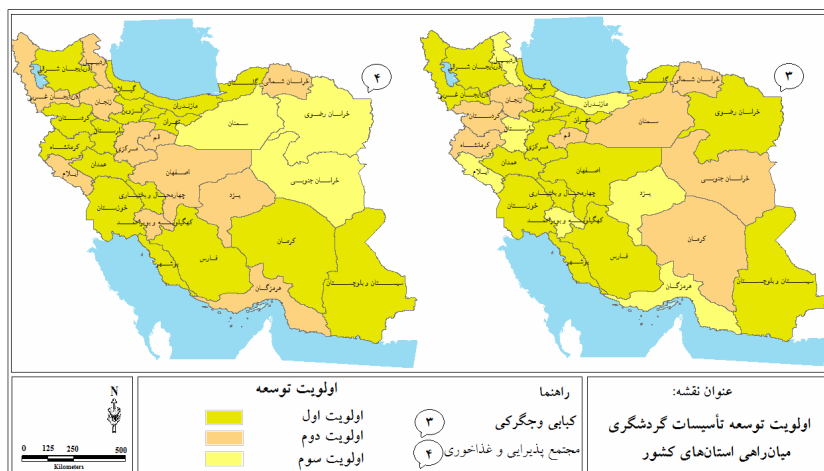
استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اصفهان، تهران، چهارمحال و بختیاری، خوزستان، سیستان و بلوچستان، فارس، قزوین، کردستان، کرمانشاه، گیلان، لرستان، مرکزی، همدان در اولویت اول، استان‌های اردبیل، ایلام، بوشهر، خراسان شمالی، خراسان رضوی، خراسان جنوبی، کرمان، گلستان در اولویت دوم و استان‌های زنجان، سمنان، قم، کهگیلویه و بویراحمد، مازندران، هرمزگان، یزد نیز در اولویت سوم توسعه از نظر شاخص "اغذیه‌فروشی" قرار گرفته‌اند.



شکل شماره ۲. اولویت توسعه تأسیسات گردشگری میان راهی استان‌های کشور (چلوکباب و اغذیه‌فروشی)

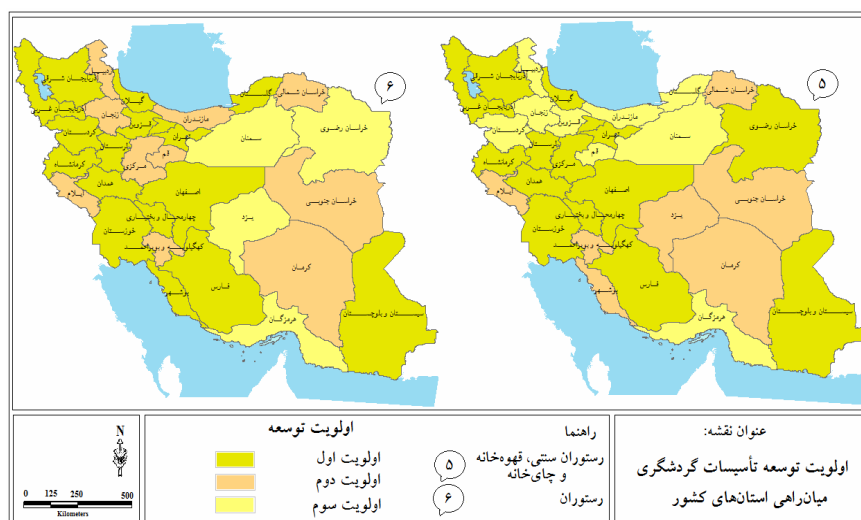
طبق جدول ۶، استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اصفهان، بوشهر، تهران، چهارمحال و بختیاری، خراسان رضوی، خوزستان، سیستان و بلوچستان، فارس، قزوین، گلستان، گیلان، مرکزی، همدان در اولویت اول توسعه از نظر شاخص "کبابی و جگرکی" قرار گرفته‌اند. استان‌های خراسان جنوبی، خراسان شمالی، زنجان، سمنان، قم، کردستان، کرمانشاه، کرمان در اولویت دوم، و اردبیل، ایلام، کهگیلویه و بویراحمد، لرستان، مازندران، هرمزگان، یزد نیز در اولویت سوم توسعه قرار دارند.

همچنین استان‌های آذربایجان شرقی، بوشهر، تهران، چهارمحال و بختیاری، خوزستان، سیستان و بلوچستان، فارس، قزوین، کردستان، کرمان، کرمانشاه، گلستان، گیلان، لرستان، مازندران، همدان در اولویت اول، استان‌های آذربایجان غربی، اردبیل، اصفهان، ایلام، خراسان شمالی، زنجان، قم، کهگیلویه و بویراحمد، مرکزی، هرمزگان، یزد در اولویت دوم و استان‌های خراسان جنوبی، خراسان رضوی، سمنان نیز در اولویت سوم توسعه از نظر شاخص "مجتمع پذیرایی و غذاخوری" قرار گرفته‌اند.



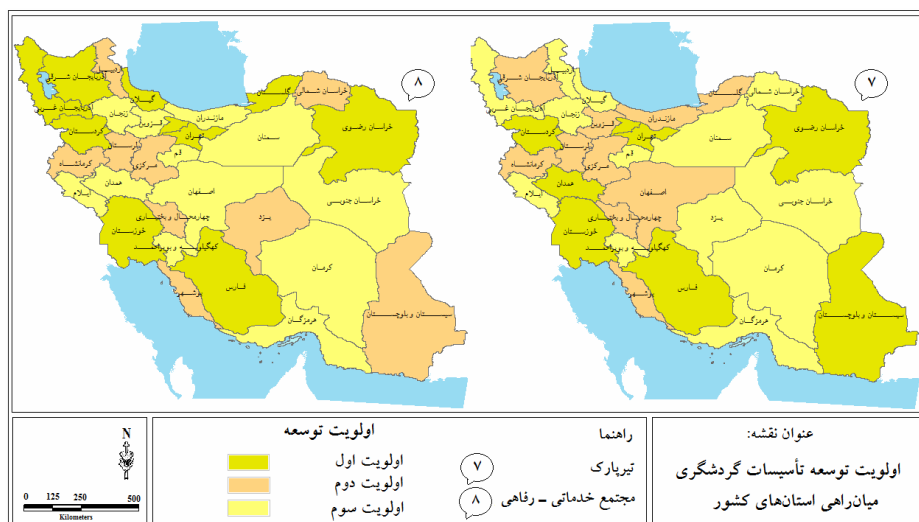
شکل شماره ۳. اولویت توسعه تأسیسات گردشگری میان راهی استان‌های کشور (کبابی و جگرکی؛ مجتمع پذیرایی و غذاخوری)

در رابطه با شاخص "رستوران سنتی، قهوه‌خانه و چایخانه" می‌توان گفت که استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اصفهان، تهران، چهارمحال و بختیاری، خراسان رضوی، خوزستان، سیستان و بلوچستان، فارس، کرمانشاه، گیلان، لرستان، مرکزی، همدان در اولویت اول توسعه، استان‌های ایلام، بوشهر، خراسان جنوبی، خراسان شمالی، کرمان، کهگیلویه و بویراحمد و یزد در اولویت دوم توسعه و استان‌های اردبیل، زنجان، سمنان، قزوین، قم، کردستان، گلستان، مازندران و هرمزگان نیز در اولویت سوم توسعه قرار دارند. در حالی که از نظر شاخص "رستوران" استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اصفهان، بوشهر، تهران، چهارمحال و بختیاری، خوزستان، سیستان و بلوچستان، فارس، قزوین، کردستان، کرمانشاه، گلستان، گیلان، لرستان، همدان در اولویت اول، اردبیل، ایلام، خراسان جنوبی، خراسان شمالی، زنجان، قم، کرمان، کهگیلویه و بویراحمد، مازندران، مرکزی در اولویت دوم و خراسان رضوی، سمنان، هرمزگان و یزد در اولویت سوم توسعه از لحاظ تأسیسات گردشگری بین‌راهی قرار دارند.

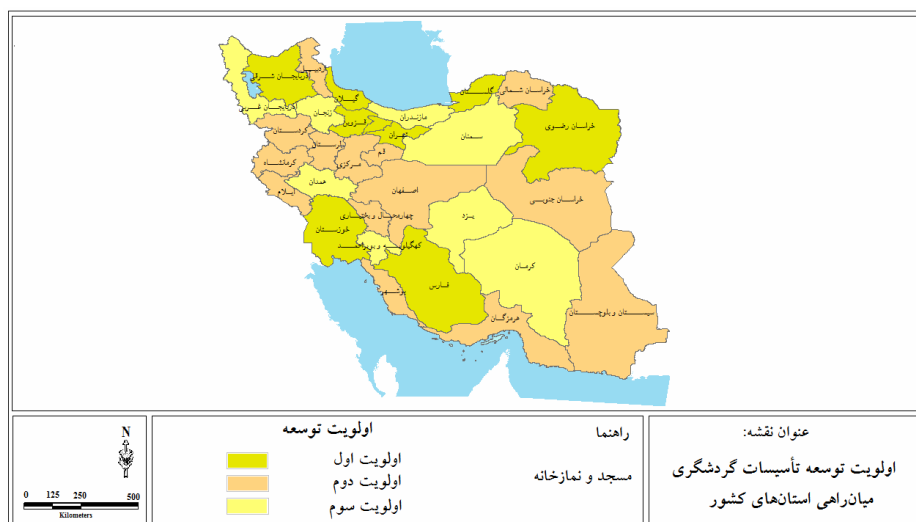


شکل ۴. اولویت توسعه تأسیسات گردشگری میان‌راهی استان‌های کشور (رستوران؛ رستوران سنتی و قهوه‌خانه و چایخانه)

از نظر شاخص "تیر پارک" استان‌های تهران، خراسان رضوی، خوزستان، سیستان و بلوچستان، فارس، کردستان، همدان در اولویت اول توسعه، استان‌های آذربایجان شرقی، اصفهان، بوشهر، چهارمحال و بختیاری، قزوین، کرمانشاه، گلستان، لرستان، مازندران، مرکزی در اولویت دوم و آذربایجان غربی، اردبیل، ایلام، خراسان جنوبی، خراسان شمالی، زنجان، سمنان، قم، کرمان، کهگیلویه و بویراحمد، گیلان، هرمزگان، یزد نیز در اولویت سوم توسعه قرار دارند. همچنین، استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، تهران، خراسان رضوی، خوزستان، فارس، کردستان، گلستان، گیلان اولویت اول، استان‌های اردبیل، بوشهر، چهارمحال و بختیاری، خراسان شمالی، سیستان و بلوچستان، کرمانشاه، لرستان، مرکزی، یزد اولویت دوم و استان‌های اصفهان، ایلام، خراسان جنوبی، زنجان، سمنان، قزوین، قم، کرمان، کهگیلویه و بویراحمد، مازندران، هرمزگان، همدان اولویت سوم توسعه "مجتمع‌های خدماتی رفاهی" را در رابطه با تأسیسات گردشگری بین‌راهی به خود اختصاص داده‌اند. از لحاظ توسعه "مسجد و نمازخانه" نیز استان‌های آذربایجان شرقی، تهران، خراسان رضوی، خوزستان، فارس، قزوین، گلستان، گیلان در اولویت اول، اردبیل، اصفهان، ایلام، بوشهر، چهارمحال و بختیاری، خراسان جنوبی، خراسان شمالی، سیستان و بلوچستان، قم، کردستان، کرمانشاه، لرستان، مرکزی، همدان در اولویت دوم و استان‌های آذربایجان غربی، زنجان، سمنان، کرمان، کهگیلویه و بویراحمد، مازندران، همدان و یزد در اولویت سوم قرار دارند.



شکل ۵. اولویت توسعه تأسیسات گردشگری میان‌راهی استان‌های کشور (تیر پارک؛ مجتمع خدماتی و رفاهی)



شکل شماره ۶. اولویت توسعه تأسیسات گردشگری میان‌راهی استان‌های کشور (مسجد و نمازخانه)

نتایج اولویت‌بندی توسعه حاکی از آن است که استان‌ها از مجموع ۲۷۰ بار، مجموعاً ۱۰۹ بار (۴۰/۳ درصد) در اولویت اول توسعه قرار گرفته‌اند. این بدین معنی است که استان‌ها در مجموع با کمبود قابل توجهی در زمینه تأسیسات گردشگری بین‌راهی مواجه هستند. همچنین ۹۵ بار (۳۵/۱ درصد) در اولویت دوم توسعه و ۶۶ بار (۲۴/۴ درصد) نیز در اولویت سوم توسعه قرار گرفته‌اند. استان‌های تهران، خوزستان و فارس با ۹ بار (۱۰۰ درصد) جای گرفتن در اولویت اول توسعه، استان‌هایی هستند که بیشترین کمبود را در برخورداری از تأسیسات گردشگری بین‌راهی دارا هستند. همچنین خراسان شمالی با ۸ بار (۸۸/۸ درصد) جای گرفتن در اولویت دوم توسعه، استانی است که وضعیت نسبتاً مناسب‌تری نسبت به بقیه استان‌ها در این اولویت دارد. استان سمنان نیز با ۸ بار (۸۸/۸ درصد) قرار گرفتن در اولویت سوم، استانی است که وضعیت مطلوبی را از لحاظ دارا بودن تأسیسات گردشگری بین‌راهی داراست.

نتیجه‌گیری

عناصر ثانویه گردشگری خدمات و امکاناتی را شامل می‌شود که رفاه گردشگران را فراهم می‌کند. نحوه جایگیری و پراکنش این عناصر، در کاهش یا افزایش فضای خدماتی و تغییر الگوی رفتاری گردشگران، مدت زمان ماندن گردشگران و در نتیجه اقتصاد گردشگری نقش مهمی دارد. بنابراین سرمایه‌گذاری در این عناصر (زیرساخت‌های گردشگری) به‌عنوان مهم‌ترین عامل جهت استفاده از توسعه اقتصادی ناشی از گردشگری ضروری است. تأسیسات

گردشگری میان راهی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر زیرساخت گردشگری نقش عمده‌ای در تأمین مایحتاج مسافران، تسهیلات ارتباطی، پارک کودکان، تسهیلات امدادی و بهداشتی و مانند آن‌ها دارند. در حال حاضر، تجمع این تأسیسات در جاده‌ها در قالب مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی به‌عنوان یک شیوه پذیرفته‌شده در جهان محسوب می‌شود و در ایران نیز چند سالی است که احداث این مجتمع‌ها و تأسیسات گردشگری در جاده‌های کشور، به‌منظور سازمان‌دهی خدمات بین‌راهی جاده‌ای و افزایش رفاه رهگذران جاده‌ها مورد توجه قرار گرفته است. آنچه مشخص است این است که استان‌های کشور به میزان برابری از این تأسیسات بهره‌مند نبوده و بسته به نیازشان و حجم تردد مسافر و گردشگر از این تأسیسات برخوردار نیستند. بر همین اساس، پژوهش حاضر باهدف اولویت‌بندی توسعه استان‌های کشور به لحاظ برخورداری از تأسیسات گردشگری بین‌راهی شهری به نگارش درآمد تا ضمن شناخت نابرابری‌های بین استان‌های کشور، ضعف هر یک از استان‌ها شناسایی شده و اولویت توسعه هر کدام از عناصر ۹ گانه گردشگری بین‌راهی مشخص شود. شکاف و نابرابری بین مناطق مختلف در برخورداری از شاخص‌های مختلف، یک مسئله اساسی بوده که محققان در زمان‌ها و مکان‌های مختلف به بررسی و تحلیل آن پرداخته‌اند. نتایج پژوهش حاضر به‌روشنی بیانگر عدم تعادل استان‌های کشور در برخورداری از تأسیسات گردشگری بین‌راهی و توزیع نامتوازن این تأسیسات در سطح کشور می‌باشد که این مهم با جریان توسعه منطقی همخوانی ندارد. نتایج رتبه‌بندی استان‌های کشور دال بر وجود نابرابری در برخورداری از تأسیسات گردشگری بین‌راهی است به‌عنوان مثال استان مازندران از بین ۹ شاخص به‌تنهایی ایده‌آل مثبت (سطح بالای وجود هر یک از تأسیسات میان راهی) ۳ شاخص چلوکبابی، کبابی و جگرکی، رستوران سنتی قهوه‌خانه و چایخانه را به خود اختصاص داده است. همچنین، نتایج اولویت‌بندی توسعه حاکی از آن است که استان‌ها از مجموع ۲۷۰ بار، مجموعاً ۱۰۹ بار (۴۰/۳ درصد) در اولویت اول توسعه قرار گرفته‌اند. این بدین معنی است که استان‌ها در مجموع با کمبود قابل توجهی در زمینه تأسیسات گردشگری بین‌راهی مواجه هستند. همچنین ۹۵ بار (۳۵/۱ درصد) در اولویت دوم توسعه و ۶۶ بار (۲۴/۴ درصد) نیز در اولویت سوم توسعه قرار گرفته‌اند. استان‌های تهران، خوزستان و فارس با ۹ بار (۱۰۰ درصد) جای گرفتن در اولویت اول توسعه، استان‌هایی هستند که بیشترین کمبود را در برخورداری از تأسیسات گردشگری بین‌راهی دارا هستند. همچنین خراسان شمالی با ۸ بار (۸۸/۸ درصد) جای گرفتن در اولویت دوم توسعه، استانی است که وضعیت نسبتاً مناسب‌تری نسبت به بقیه استان‌ها در این اولویت دارد. استان سمنان نیز با ۸ بار (۸۸/۸ درصد) قرار گرفتن در اولویت سوم، استانی است که وضعیت مطلوبی را از لحاظ دارا بودن تأسیسات گردشگری بین‌راهی داراست. با توجه به نتایج، می‌توان پیشنهادهایی در رابطه با پژوهش حاضر مطرح شود:

۱. با توجه به محدودیت ظرفیت‌های دولتی، بخش خصوصی باید در حوزه ایجاد تأسیسات و زیرساخت‌ها وارد شده و به توسعه زیرساخت‌های مناسب گردشگری با هزینه کرد مطلوب اقدام کند. برای تشویق بخش خصوصی به ایجاد ظرفیت‌های جدید در این بخش (تأسیسات گردشگری)، سازمان‌های درگیر در این امر از قبیل سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و سازمان حمل‌ونقل و پایانه‌ها و ... می‌توانند از سیاست‌هایی نظیر معافیت مالیاتی ۵۰ درصدی مالیات‌های مستقیم، در اختیار گذاشتن تسهیلات و امکانات، مقررات‌زدائی و جایگزینی ضوابط مترقی و کاهش بوروکراسی اداری جهت تسهیل در احداث تأسیسات گردشگری بین‌راهی و رضایت‌بخش خصوصی استفاده کنند؛ ۲. پیاده کردن سیستم مدیریتی نظام‌مند باز به‌جای بسته، ملی به‌جای شهرستانی و استانی، گروه‌گرا به‌جای فردگرا و همکاری، هماهنگی و سیاست‌گذاری مشترک سازمان‌های درگیر در امر تأسیسات و زیرساخت‌های گردشگری بین‌راهی به‌دوراز تداخل وظایف این سازمان‌ها؛ ۳. احداث، تکمیل، اصلاح، درجه‌بندی و نرخ‌گذاری تأسیسات گردشگری و نظارت بر فعالیت آن‌ها به‌عنوان اصلی مهم در توسعه زیرساخت‌های گردشگری و همچنین، اعمال مدیریت متمرکز و نظارت دقیق بر عملکرد مجموعه‌های خدماتی - رفاهی؛ ۴. برنامه‌ریزی برای احداث و همچنین بهره‌برداری مناسب خدمات بین‌راهی در تمامی شبکه بزرگراهی، آزادراهی و جاده‌های اصلی کشور در فواصل مشخص و جلوگیری از پراکندگی این واحدهای خدماتی در طول جاده‌ها و تمرکز آن‌ها در مکان‌های برنامه‌ریزی‌شده جهت دسترسی سریع گردشگران، مسافران و رانندگان به خدمات موردنیاز، همچنین ارائه اطلاعات جاده‌ای و توریستی در این مکان‌ها؛ ۵. به دلیل اینکه گردشگری و سرمایه‌گذاری در آن، به‌شدت تحت تأثیر تغییرات سیاسی اقتصادی قرار دارد، در وهله اول باید با برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت

اقدام به برنامه‌ریزی نمود و در وهله بعد، برنامه‌ریزی میان‌مدت و بلندمدت جهت نیل به استراتژی‌های موردنظر؛ ع انجام مطالعات و تحقیقات توجیهی فنی و اقتصادی جهت احداث تأسیسات بین‌راهی و تهیه طرح‌های جداگانه در این زمینه برای هر کدام از استان‌های کشور و تدوین طرح جامع در این زمینه به‌منظور هماهنگی طرح‌های استانی؛ ۷. ارتقاء کمی تأسیسات و افزایش سطح کیفی خدمات همراه با ایجاد امکانات لازم و ضروری در واحدهای خدماتی بین‌راهی از قبیل واحد تعمیرگاهی و تعویض‌روغنی و فروش لوازم‌بدکی، سرویس‌های بهداشتی، مسجد، غذاخوری، واحد فروش میوه و تنقلات و صنایع دستی، فضای استراحتی با عناصر بهداشتی، کارواش و پارکینگ وسایل نقلیه، عابر بانک و کیوسک تلفن راه دور، محوطه بازی نوجوانان و کودکان؛ ۸. احداث و اختصاص بودجه و تأسیسات به استان‌های گردشگر پذیر و همچنین ایجاد این تأسیسات در مناطق ضعیف از نظر تأسیسات مذکور اما با پتانسیل قوی؛ ۹. افزایش اشتغال، توازن منطقه‌ای، رونق اقتصادی و تقویت ثبات سیاسی و محرومیت‌زدایی از مناطق دورافتاده با اختصاص تأسیسات گردشگری لازم و فراهم نمودن زمینه برای جذب گردشگر و تقویت مجدد تأسیسات گردشگری از محل درآمدهای به‌دست‌آمده از تقویت و رونق گردشگری؛

درنهایت نگارندگان مقاله حاضر، به‌عنوان پیشنهادی کلی بر این عقیده‌اند که به دلیل محدودیت‌های موجود در امر اختصاص بودجه‌های دولتی برای نوسازی و احداث تأسیسات گردشگری و به‌ویژه تأسیسات بین‌راهی، ضمن هماهنگ نمودن سازمان‌های درگیر در این زمینه، تعامل دو مجموعه دولتی و خصوصی به‌عنوان یک الگو در کشور شناخته شود تا باعث جلب رضایت سرمایه‌گذاران، اطمینان خاطر آنان از سرمایه‌گذاری و عاملی در ایجاد حرکت‌های بزرگ و شناخته‌شده در امر سرمایه‌گذاری در زمینه تأسیسات گردشگری شود. اولویت دادن به توسعه استان‌ها از لحاظ تأسیسات گردشگری بین‌راهی متناسب با حجم مسافری می‌تواند عاملی مؤثر در کاهش نابرابری‌های موجود بین استان‌های کشور شود. همچنین، نباید فراموش شود که استان‌های با تعداد گردشگر نسبتاً کمتر، می‌توانند در صورت اختصاص تأسیسات گردشگری به‌عنوان استان‌های گردشگر پذیر معرفی شوند و در نتیجه هم تأسیسات به شکل عادلانه‌تری توزیع شود، هم از نابرابری‌های موجود بین استانی و منطقه‌ای کاسته و هم به تعداد شاغلان افزوده گردد.

تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

منابع

- ۱) ابراهیم‌زاده، عیسی و آقاسی‌زاده، عبدالله (۱۳۸۸) تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT، فصلنامه مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال ۱، شماره ۱، صص. ۱۰۷-۱۲۸.
- ۲) احمدی، علی؛ شماعی، علی؛ علی‌اکبری، اسماعیل؛ موحد، علی (۱۳۹۷)، تحلیل فضایی بازتاب‌های گردشگری تجاری در شهرهای شمال غرب کشور (مطالعه موردی: شهر بانه)، گردشگری شهری، دوره ۵، شماره ۳، صص. ۱۶۰-۱۴۳.
- ۳) ارمغان، سیمین (۱۳۸۶)، توریسم و نقش آن در جغرافیا، چاپ اول، اسلامشهر: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر.
- ۴) آزمایشگاه تحقیقات جاده و حمل‌ونقل انگلستان TRRL (۱۳۷۵) ایمنی راه و ترافیک در کشورهای درحال توسعه: راهنمایی برای برنامه ریزان و مهندسان ترافیک، ترجمه غلامرضا قاضی حسامی، سازمان حمل‌ونقل و ترافیک تهران، تهران: شرکت مطالعات جامع حمل‌ونقل و ترافیک تهران.
- ۵) بانکز، ج. اچ (۱۳۹۲) مهندسی ترابری، ترجمه علی خدایی، چاپ ششم، تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
- ۶) پویا، علیرضا و حکیم‌زاده، میلاد (۱۳۹۴) گروه‌بندی بافت‌های فرسوده شهری در استان خراسان رضوی (با تأکید بر روش تحلیل خوشه‌ای سلسله مراتبی)، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۵، شماره ۱۸، صص. ۲۶-۱۵.
- ۷) پیرنیا، محمد کریم (۱۳۷۴)، آشنایی با معماری اسلامی ایران، تدوین غلامحسین معماریان، تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
- ۸) پیرنیا، محمدکریم و افسر، کرامت الله (۱۳۵۰) راه و رباط، چاپ دوم، تهران: سازمان ملی حفاظت از آثار باستانی.
- ۹) حکمت‌نیا، حسن و میر نجف موسوی (۱۳۸۵) کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و ناحیه‌ای، چاپ اول، یزد:

انتشارات علم نوین.

- ۱۰) داوودی، سید رسول (۱۳۸۰) مکان‌یابی مجتمع‌های خدماتی - رفاهی بین‌راهی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مهندسی عمران راه و ترابری، به راهنمایی جلیل شاهی، دانشکده عمران دانشگاه علم و صنعت تهران.
- ۱۱) رضوانی، علی‌اصغر (۱۳۷۹) جغرافیا و صنعت گردشگری، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- ۱۲) سازمان امور مالیاتی (۱۳۸۴) قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های حاکم بر صدور مجوز، تصویب‌نامه شماره ۲۸۶۲۱/ت ۳۳۵۴ ه مورخ ۱۰/۵/۱۳۸۴.
- ۱۳) ساسان، عبدالحسن (۱۳۶۴) اقتصاد جابه‌جاگری و پژوهشی درراه‌های استان اصفهان، اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی دانشگاه اصفهان.
- ۱۴) سالنامه آماری سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای (۱۳۹۰) دفتر فناوری اطلاعات.
- ۱۵) شانیان، علی (۱۳۸۵) کاربرد تکنیک‌های تصمیم‌گیری چند معیاره در انتخاب راهبرد مناسب جهت اجرای پروژه فناوری اطلاعات، تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی ایران.
- ۱۶) شیعه، اسماعیل (۱۳۸۱)، تمهیدات شهرسازی قبل از بروز بحران‌های طبیعی در شهرها، تهران: دبیرخانه طرح جامع مدیریت بحران تهران.
- ۱۷) شیعه، اسماعیل (۱۳۸۲) برنامه‌ریزی استقرار خدمات حمل‌ونقل و پذیرایی درراه‌های بین‌شهری ایران، تهران: معاونت پژوهشی دانشگاه علم و صنعت ایران.
- ۱۸) صرافی، مظفر (۱۳۷۹) مبانی برنامه‌ریزی توسعه منطقه‌ای، تهران: انتشارات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.
- ۱۹) کیانی، محمد یوسف و کلایس، ولفرام (۱۳۷۳) کاروانسراهای ایران، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۲۰) لولاچی، مسعود (۱۳۸۴) استفاده از الگوریتم تاپسیس جهت انتخاب مراکز تعمیرات دیوپی برتر، پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد نگهداری و تعمیرات، دانشگاه علم و صنعت.
- ۲۱) مجموعه گزارش احداث مجتمع‌های خدماتی - رفاهی و تیر پارک‌ها (۱۳۸۶) وزارت راه و ترابری، سازمان حمل‌ونقل و پایانه‌های خراسان شمالی.
- ۲۲) منوری، مسعود (۱۳۷۲) اثرهای زیست‌محیطی جاده‌های جدید، مجموعه مقالات دومین سمینار بررسی حمل‌ونقل کشور، جلد دوم، دانشگاه تربیت مدرس، صص. ۵۷-۶۹.
- ۲۳) موحد، علی (۱۳۸۷) توزیع فضایی مراکز اقامتی در شهرهای تاریخی، مطالعه موردی شهر اصفهان، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۵، صص. ۱۱۶-۱۰۵.
- ۲۴) نسیمی، محمدحسن؛ رضایی؛ علی‌اکبر؛ وظیفه دوست، حسین؛ صالحی امیری، سید رضا؛ عزیزآبادی فراهانی، فاطمه (۱۳۹۸)، طراحی مدل آمیخته بازاریابی گردشگری با تأکید بر وفاداری ذینفعان، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۶، شماره ۱، صص. ۴۷-۶۶.
- ۲۵) ولدییگی، شعیب (۱۳۹۰)، بررسی توانمندی‌های گردشگری شهرستان پاوه با استفاده از مدل SWOT و تأثیر آن بر توسعه شهری شهر پاوه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، به راهنمایی رحیم حیدری چپانه، دانشکده جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه تبریز.
- 26) Breidenhann, J. & Wickens, E. (2004) Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Areas Vibrant Hope or Impossible Dream. *Tourism Management*, Vol.25, No.6, pp.71- 79.
- 27) Buhalis, D. & Darcy, S. (2011) *Accessible Tourism: Concepts and Issues*, edition1, Channel View Publications.
- 28) Chou, t. & lin, w. & lin, c. & chou w. & haung p. (2004) application of the promethean technique to determine depression outlet location and flow direction in DEM, *journal of Hydrology*, Vol.287, pp.49-61.
- 29) Donald, E. & Hawkins, Shaun Mann. (2007) *The World Bank's Role in Tourism Development*, *Annals of Tourism Research*, Vol.34, No.2, pp.348-363.
- 30) Eccles, G. & Costa, J. (1996) *Perspectives on Tourism Development*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.8, No.7, pp.44-51.
- 31) Gearing, C. (1974) *Abolishing a measure of touristic attractiveness*, *Journal of Travel Research*, Vol.12, No.4, pp.1-8.
- 32) Gunn, C.A. & Turgut, Var. (2002) *Tourism planning, basics, concepts, cases*, Rutledge, edition 4, New York & London.

- 33) Higham, J. & Luck, M. (2002) Urban Ecotourism: a contradiction in terms, *Journal of Ecotourism*, Vol.1, pp.36-51.
- 34) Holjevac, I. A. (2003) A Vision of Tourism and the Hotel Industry in the 21st Century, *International Journal of Hospitality Management*, Vol.22, No.2, pp.129-134.
- 35) Kabassi, K. (2010) Personalizes recommendations for tourists, *Journal of Telematics and Informatics*, Vol.27, pp.51-66.
- 36) Khadaroo, J. & Seetanah. (2008) the role of transport infrastructure in international tourism development, *Tourism Management*, Vol.29, No.5, pp.831-840.
- 37) Liu, A. & Wall, G. (2006) Planning Tourism Employment: A Developing Country Perspective, *Tourism Management*, Vol.27, No.1, pp.159- 170.
- 38) McIntosh, Robert. W. & Goeldner, Charles Rand. & Ritchie, R Brent. (1995) *Tourism, Principles, practices, philosophies*, United states of America: John Wiley & sons, Inc.
- 39) Naude, W. & Saayman, A. (2005) Determinants of tourist Arrivals in Africa: A panel data regression analysis, *Tourism Economics*, Vol.11, No.3, pp.365-391.
- 40) Rosentraub, M. S. & Joo, M. (2009) Tourism and Economic Development: Which Investments Produce Gains for Regions, *Tourism Management*, Vol.30, No.5, pp. 759-770.
- 41) Serafim, O. & Gwo-Hshiang, T. (2004) Compromise solution by MCDM methods: A comparative analysis of VIKOR and TOPSIS, *European Journal of Operational*, Vol. 156, No.2, pp.445-455.
- 42) Sharpley, R. & Telfer, D. (2002) *Aspect of tourism: Tourism and Development. Concepts and Issues*, Channel View Publications, UK.
- 43) Shoal, Noam. & Cohen-Hattab, Kobi. (2001) urban hotel development patterns in the face of political shifts, *Annals of Tourism Research*, Vol.28, No.4, pp.908-925.
- 44) Theobal, W.F. (2005) *Global tourism*, Elsevier inc, printed in the united states of America.
- 45) Witt, s.f. & witt. c.A. (1995) Forecasting tourism demand: a review of empirical research. *International Journal of forecasting*, Vol.11, No.3, pp.447-475.
- 46) World Tourism Organization. (2006) *Tourism 2020 Vision*, WTO Publication Unit, Madrid.
- 47) World Travel & Tourism Council. 2013. <http://www.wttc.org>