جغرافیا و توسعه- شماره ۱۷- بهار ۱۳۸۹
وصول مقاله : ۱۳۸۷/۷/۱۱
تأیید نهایی : ۱۳۸۸/۹/۲۶
صفحات : ۱۳۸-۱۱۳

تحلیل سلسله مراتبی جاذبه‌های تاریخی ـ فرهنگی شهرستان نیشابور

دکتر محمود ضیایی
عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی

سعید داغستانی
کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی

چکیده

بهره‌برداری بهینه از منابع و جاذبه‌های مقاصد گردشگری، مستلزم برنامه‌ریزی است و انجام این مهم نیز به شناخت کامل و دقیق موضوع برنامه‌ریزی یعنی جاذبه‌ها وابسته است. متأسفانه تاکنون مبنا و تکنیک کارآ و علمی قابل قبولی برای برنامه‌ریزی توسعه‌ی جاذبه‌های مقصد در ایران به‌کار گرفته نشده است. تکنیک تحلیل سلسله مراتبی(AHP)[1] یکی ازانواع تکنیک‌های تحلیل علمی است که امکان بررسی گزینه‌های مختلف را به برنامه‌ریزان و مدیران می‌دهد. این شیوه با در نظر گرفتن اثر همزمان کلیه‌ی معیارهای دخیل و مقایسه‌ی امتیازات آنها، به اولویت‌بندی گزینه‌ها پرداخته و با به‌کارگیری روابط معرفی شده، گزینه‌ی مطلوب را تعیین می‌نماید.

هدف این مقاله ارزیابی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری با استفاده از تکنیک تصمیم‌سازی چند معیاره است. در این مقاله ابتدا مبانی نظری و کاربردپذیری "تکنیک تحلیل سلسله مراتبی" در ارزیابی جاذبه‌های گردشگری بحث شد. سپس به کمک این تکنیک، جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان نیشابور مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و اولویت‌بندی و نهایتاً سطح‌بندی شد. انطباق سطح‌بندی جاذبه‌ها با "مدل چرخه‌ی حیات محصول" و "نقشه ادراکی" از جمله یافته‌های این تحقیق است.

نتایج نهایی تحقیق نشان داد که جاذبه‌های شهرستان به لحاظ اولویت توسعه در سه سطح قرار دارند و این سطوح می‌توانند مبنایی برای برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری مدیران گردشگری شهرستان نیشابور باشند.

کلیدواژه‌ها:نظام‌سلسله‌مراتبی‌جاذبه‌ها،تکنیک‌تحلیل‌سلسله‌مراتبی،چرخه‌ی‌حیات‌محصول،شهرستان‌نیشابور.

مقدمه

منابع و جاذبه‌های گردشگری *(ضیایی،۱۳۸۰)* در تمامی بخش‌های برنامه‌ریزی و مدیریتی صنعت گردشگری از اهمیت بالایی برخوردار است و ویژگی‌ها و مشخصه‌های منابع و جاذبه‌ها در یک کشور یا منطقه اساس توسعه گردشگری را مهیا می‌سازد *(Inskeep,1991:75)*. بدون شک بهره‌مندی از منابع و جاذبه‌های گردشگری موجود، در پیدایش و توسعه‌ی گردشگری، نقش اساسی را ایفاء می‌کند، به‌کارگیری منابع گردشگری نیز مستلزم نگاهی همه‌جانبه و

1- Analytic Hierarchy Process (AHP)

علمی به این مقوله می‌باشد. مقاصد گردشگری نیازمند مدیریت و برنامه‌ریزی می‌باشند، چرا که با توجه به منابع محدود، خواسته‌ها برای بهره‌مندی از آنها بسیار می‌باشد. درصورتی‌که برنامه‌ریزی و مدیریت خردمندانه‌ای در بهره‌مندی از منابع و جاذبه‌های گردشگری وجود نداشته باشد، زمینه‌های بهره‌مندی از این منابع کاهش می‌یابد و در برخی موارد موجب اتلاف منابع می‌شود. به همین دلیل، ضروریست که شناختی عمیق و مبتنی بر واقعیت در رابطه با جاذبه‌ها و منابع گردشگری داشته باشیم و به‌منظور تصمیم‌گیری مناسب در بهره‌گیری از منابع، تمامی فاکتورهایی که در تصمیم‌گیری مؤثر هستند را دخالت دهیم.

توسعه‌ی مقاصد گردشگری بدون وجود جاذبه‌های با ارزش و مهیا، امکان‌پذیر نمی‌باشد. جاذبه‌ها و فعالیت‌های گردشگری بسیار متنوع‌اند و عمدتاً ویژگی‌های ذاتی، فرهنگی و طبیعی منحصر به فرد یک ناحیه را منعکس می‌نمایند. اصالت و منحصر به‌فرد بودن منطقه یکی از مهمترین امتیازات رقابتی آن نسبت به مقاصد دیگر به‌شمار می‌آید. این امر، هم برای منطقه‌ی گردشگرفرست و هم منطقه‌ی گردشگرپذیر واجد اهمیت است *(ضرغام، ۱۳۸۰)*.

مواد و روش‌شناسی تحقیق

- روش تحقیق

در دهه‌های اخیر مدل‌های ارزیابی چند معیاره بیشتر در برنامه‌ریزی منطقه‌ای مورداستفاده قرارگرفته است و کمتر از این روش‌ها در برنامه‌ریزی گردشگری استفاده شده است. از مهمترین روش‌های تصمیم‌گیری می‌توان به مدل « تحلیل‌تصمیم[1]»، « تئوری مطلوبیت چند مشخصه[2]»، « تصمیم‌گیری چندمعیاره[3]»، « تئوری قضاوت اجتماعی[4]» و مدل ارزیابی چندمعیاره « فرآیند تحلیل سلسله مراتبی» اشاره نمود *(زبردست، ۱۳۸۰: ۱۴)*.

در این مقاله از مدل تحلیل سلسله مراتبی چندمعیاره برای ارزیابی جاذبه‌های گردشگری استفاده شده است. مدل ارزیابی« فرآیند تحلیل سلسله مراتبی» برای اولین بار توسط دانشمند ایرانی توماس‌ال‌ساعتی[5] در سال ۱۹۸۰ مطرح گردید. این تکنیک بر اساس مقایسه‌ی زوجی بنا نهاده شده است که امکان بررسی گزینه‌های مختلف را به مدیران و برنامه‌ریزان می‌دهد *(قدسی‌پور، ۱۳۸۱: ۹)*. روش ارزیابی فرآیند تحلیل سلسله مراتبی چندمعیاره با در نظر گرفتن اثر همزمان کلیه‌ی معیارهای دخیل و مقایسه امتیازات آنها، به اولویت‌بندی گزینه‌ها پرداخته

1- Decision Analysis (DA)
2- Multi Attribute Utility Theory (MAUT)
3- Multi Criteria Decision Making (MCDM)
4- Social Judgment Theory (SJT)
5- Tomas L. Saati

و با به کارگیری روابط معرفی شده، گزینه مطلوب را تعیین می‌نماید *(صادق‌پور، ۱۳۸۳: ۴۶)*. در این تکنیک ابتدا ساختار سلسله مراتبی مسأله ساخته می‌شود. سپس با مقایسه‌ی زوجی بین معیارها و زیرمعیارهای مورد مطالعه، وزن نسبی هر یک از آن شاخص‌ها تعیین می‌گردد. در ادامه با توجه به وزن‌های به‌دست آمده ارزش هر یک از نمونه‌های مورد مطالعه محاسبه می‌گردد.

- متغیّرهای تحقیق

مدل ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی ماتریسی است که سطرهای آن را منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی و ستون‌های آن را معیارهای ارزیابی تشکیل می‌دهند. بر اساس نگرش ادوارد اینسکیپ منابع و جاذبه‌های گردشگری به سه گروه عمده تقسیم شده و مورد بررسی قرار می‌گیرند *(Inskeep, Edward,1991:77-92)*.

۱- منابع و جاذبه‌های‌طبیعی۲- منابع و جاذبه‌های‌فرهنگی و تاریخی۳- منابع و جاذبه‌های‌ویژه

با توجه به نگرش‌های گوناگونی که درخصوص جاذبه‌ها وجود دارد، جنبه‌ها و ابعاد متفاوتی از آنها را می‌توان مورد ارزیابی و بررسی قرار داد. با این حال از میان معیارها و شاخص‌های ارزیابی جاذبه‌های گردشگری ۹ معیار عمده برای بررسی و ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی در نظر گرفته شده است که از تلفیق دیدگاه‌های برنامه‌ریزان کلاسیک و برنامه‌ریزان استراتژیک می‌باشد *(Gun,C. A. et al ,2002)* .

هر یک از این معیارهای عمده چندین معیار فرعی را در برمی‌گیرد:

۱- معیارهای اقتصادی مشتمل بر زیرمعیارهای: ۱- درآمدزایی،۲- میزان جذب سرمایه‌گذاری، ۳- میزان بازگشت سرمایه، ۴- تسهیلات بانکی، ۵- میزان افزایش قیمت زمین، ۶- میزان افزایش تورم.

۲- معیارهای زیست‌محیطی مشتمل بر زیر معیارهای: ۱- میزان آلودگی هوا، ۲- میزان آلودگی بصری، ۳- میزان آلودگی صوتی، ۴- میزان آلودگی آب.

۳- معیارهای محصول اصلی جاذبه: ۱- منحصر به فرد بودن، ۲- اهمیت جاذبه (محلی، استانی، منطقه‌ای، کشوری و بین‌المللی)، ۳- امکان توسعه‌ی فضایی جاذبه، ۴- نزدیکی به جاذبه‌های همجوار، ۵- امکان بهره‌برداری در طول سال، ۶- سیمای منظر / بصری جاذبه، ۷- مهیا بودن جاذبه.

۴- معیارهای اجتماعی- فرهنگی مشتمل بر زیرمعیارهای: ۱- مهمان‌نوازی جامعه میزبان، ۲- ایجاد نابرابری‌های اجتماعی، ۳- بهبود رفاه، ۴- ازدحام و شلوغی.

۵- معیارهای تسهیلات و خدمات گردشگری: ۱- نزدیکی به اقامتگاههای گردشگری، ۲- نزدیکی به مراکز اطلاع‌رسانی، ۳- نزدیکی به مراکز خرید (صنایع دستی، محلی و...)، ۴- همکاری شرکت‌های مسافرتی و تورگردان‌ها، ۵- وجود و فراوانی مراکز پذیرایی، **۶**- وجود و فراوانی خدمات مالی، ۷- دسترسی به خدمات بهداشتی و ایمنی.

۶- معیارهای منابع انسانی: ۱- تعداد نیروی انسانی، ۲- میزان تخصص (سطح تحصیلات)، ۳- مرتبط بودن تخصص با شغل، ۴- میزان پاسخگویی به نیازهای گردشگران، ۵- تجربه و سابقه کار مرتبط.

۷- معیارهای زیرساخت: ۱- دسترسی فیزیکی، ۲- دسترسی به آب لوله‌کشی بهداشتی، ۳- برخورداری از شبکه برق سراسری، ۴- برخورداری از گاز، ۵- سیستم دفع بهداشتی فاضلاب و زباله.

۸- معیارهای سیاسی و نهادی: ۱- وجود مرکز مدیریت جاذبه، ۲- امنیت، ۳- میزان تخصیص بودجه دولتی، ۴- داشتن طرح توسعه جاذبه، ۵- برنامه‌های اجرایی، ۶- شبکه ارتباطی (مخابرات، پست و ...).

۹- معیارهای شاخص‌های بازار و عوامل رقابتی: ۱- میزان تقاضا، ۲- مدت اقامت، ۳- میزان هزینه کرد گردشگران، ۴- میزان رضایت گردشگر، ۵- میزان جذابیت جاذبه همجوار، ۶- همسان بودن با جاذبه همجوار *(حضوری، ۱۳۸۱)*.

- جامعه‌ی آماری و حجم نمونه‌ی تحقیق

قلمرو موضوعی این تحقیق شامل تمامی جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان نیشابور است و کلیه‌ی این جاذبه‌ها درتحقیق مورد بررسی قرار گرفت. در مرحله‌ی بعدی برای ارزیابی جاذبه‌ها از دیدگاه خبرگان آشنا به مسایل گردشگری و تجزیه و تحلیل سلسله مراتبی استفاده شده است. از آنجاکه کارشناسان مورد نظر می‌بایست اشراف کافی به‌جاذبه‌های منطقه، آشنایی با تکنیک تحلیل سلسله مراتبی و سابقه‌ی کار عملی و یا دانشگاهی در این زمینه می‌داشتند، از روش نمونه‌گیری " گلوله برفی" برای شناسایی این افراد استفاده شد و نهایتاً جامعه‌ی

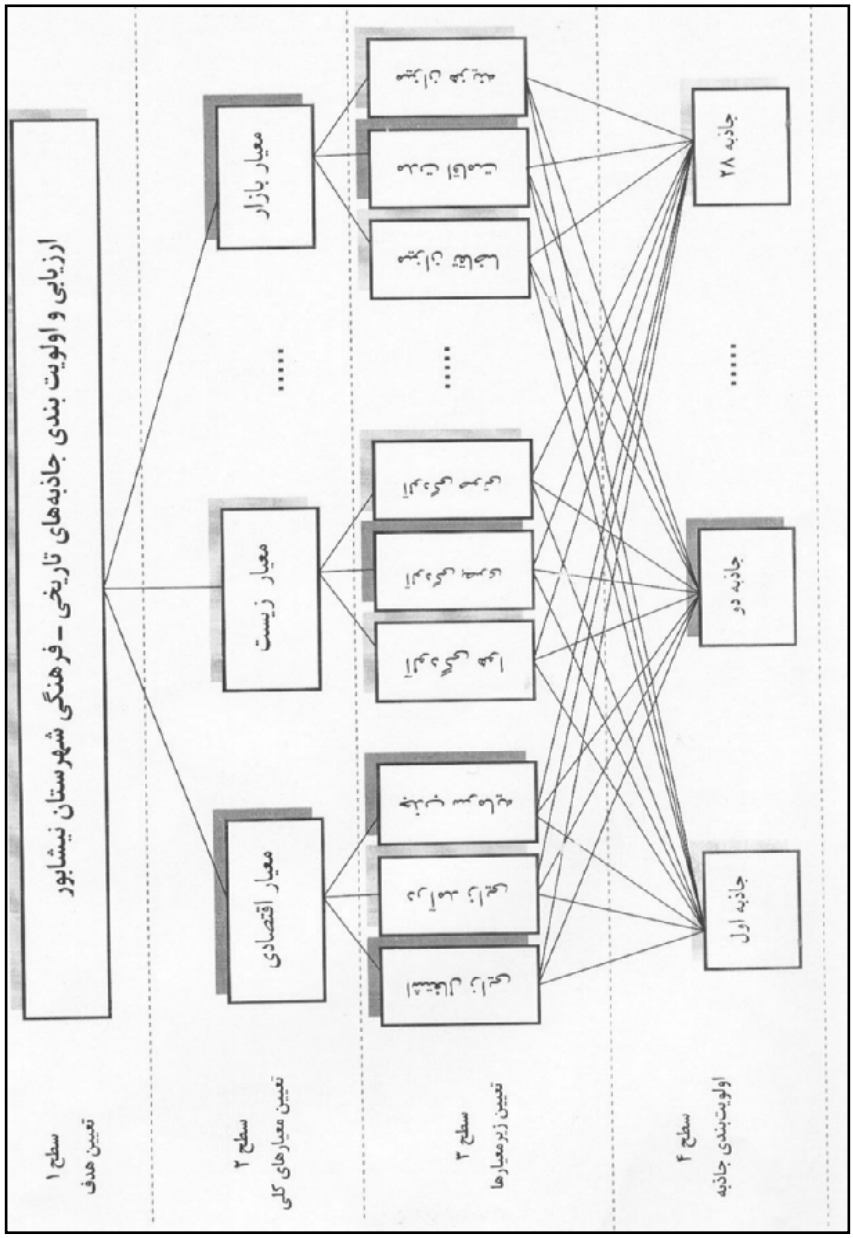
آماری بالغ بر ۲۰ نفر شناسایی شد. در مراحل مختلف ۳ نوع پرسشنامه[1] به صورت رفت و برگشتی بین ایشان توزیع و برآیند نظرات ایشان در پرسشنامه‌ی نهایی برای سطح‌بندی جاذبه‌های شهرستان مبنای کار قرار گرفت.

- فرآیند تحقیق (ارزیابی جاذبه‌ها)

ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی ـ فرهنگی در شش مرحله‌ی اصلی شامل: ۱- انتخاب معیارهای ارزیابی، ۲- ایجاد ساختار سلسله مراتبی[2]، ۳- تعیین ضرایب اهمیت معیارها و زیرمعیارها، ۴- بررسی سازگاری در قضاوت‌ها، ۵- تعیین امتیاز نهایی گزینه‌ها، ۶- سطح‌بندی گزینه‌ها صورت پذیرفته است. ایجاد ساختار سلسله مراتبی برای منابع و جاذبه‌های مذکور به این دلیل است که عناصر تصمیم‌گیری را می‌توان در سطوح مختلف دسته‌بندی نمود، تا بتوان جایگاه هر یک از عناصر را به هنگام ارزیابی معین نمود. (در بهره‌مندی از برخی از مفاهیم از سایت‌های زیر بهره برده شده است: *Carter, M.(1998), http://www.mapnp.org/library/evaluation.* *Trochim, W.M.K.,(2002), http://www.trochim.human.cornell.edu/kb)* ساختار سلسله مراتبی یک نمایش گرافیکی از مسأله پیچیده واقعی می‌باشد که در رأس آن هدف کلی مسأله و در سطوح بعدی معیارها و گزینه‌ها قرار دارند *(قدسی‌پور، ۱۳۸۱: ۳۰)* . عناصر تصمیم‌سازی در ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی هدف ارزیابی، معیارها، زیرمعیارها و گزینه‌ها (منابع و جاذبه‌ها) هستند که با توجه به ساختار سلسله مراتبی در چهار سطح شناسایی و ارتباط بین آنها مشخص می‌گردد (شکل ۱).

۱- پرسشنامه مربوط به شناسایی معیارهای مؤثر در ارزیابی، پرسشنامه مربوط به معیارهای ارزیابی جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان نیشابور یا ماتریس ارجحیت مقایسه دو دویی "زوجی"، پرسشنامه مربوط به امتیازدهی به جاذبه‌های شهرستان بر اساس پرسشنامه شماره دو.

2- Structuring Hierarchy



شکل ۱: ساختار سلسله مراتبی در مدل فرآیند تحلیل سلسله مراتبی

پس از ایجاد ساختار سلسله مراتبی ارزیابی، معیارها و زیرمعیارها جهت تعیین ضرایب اهمیت هر یک از آنها دو به دو با یکدیگر مقایسه می‌گردند. مبنای قضاوت در این امر مقایسه‌ای، جدولی نه کمیّتی (جدول ۱) است که بر اساس آن و با توجه به هدف بررسی، شدت برتری شاخص i نسبت به شاخص j تعیین می‌شود. بدین‌صورت برای n شاخص تعداد $\frac{n(n-1)}{2}$ مقایسه صورت خواهد گرفت. به منظور محاسبه ضریب اهمیت معیارها و زیر معیارها از روش بردار ویژه[1] استفاده گردیده است.

جدول۱: مقادیر ترجیحات برای مقایسه زوجی معیارها

امتیاز (شدت‌اهمیت)	تعریف	توضیح
۱	اهمیت مساوی	در تحقق هدف دو شاخص اهمیت مساوی دارند.
۳	اهمیت اندکی بیشتر	تجربه نشان می‌دهد که برای تحقق هدف، اهمیت i اندکی بیشتر از j است.
۵	اهمیت بیشتر	تجربه نشان می‌دهد که برای تحقق هدف، اهمیت i بیشتر از j است.
۷	اهمیت خیلی بیشتر	تجربه نشان می‌دهد که برای تحقق هدف، اهمیت i خیلی بیشتر از j است.
۹	اهمیت مطلق	اهمیت خیلی بیشتر i نسبت به j به طور قطعی به اثبات رسیده است.
۲ و ۴ و ۶ و ۸	ترجیحات بینابین	هنگامی که حالت میانه وجود دارد.

مأخذ: قدسی پور، ۱۳۸۱: ۱۴.

هنگامی‌که اهمیت معیارها نسبت به یکدیگر برآورد می‌شود، احتمال ناهماهنگی در قضاوت‌ها وجود دارد. بنابراین لازم است از سنجه‌ای استفاده گردد که میزان ناهماهنگی داوری‌ها را نمایان سازد. یکی از مزیت‌های فرآیند تحلیل سلسله مراتبی، امکان بررسی سازگاری در قضاوت‌های انجام شده برای تعیین ضریب اهمیت شاخص‌ها و زیر شاخص‌ها است. سازوکاری که این مدل برای بررسی ناسازگاری در قضاوت‌ها در نظر می‌گیرد، محاسبه ضریبی به نام « ضریب ناسازگاری[2]» است که از تقسیم « شاخص ناسازگاری[3]» به « شاخص تصادفی بودن[4]» حاصل می‌شود. چنانچه این ضریب کوچکتر از یک دهم باشد، سازگاری در قضاوت‌ها مورد قبول است. در غیر این صورت لازم است در قضاوت‌ها تجدیدنظر نمود. به عبارت دیگر ماتریس مقایسه‌ای دودویی شاخص‌ها باید مجدداً تشکیل شود. شاخص ناسازگاری طبق فرمول زیر به‌دست می‌آید *(فتحی، ۱۳۸۵: ۵۰-۴۸)*.

شاخص ناسازگاری[5] $\mathbf{I.I.} = \frac{\lambda_{\max} - n}{n-1}$ **(فرمول ۱)**

1- Eigenvector Method
2- Inconsistency Ratio (IR)
3- Inconsistency Index (II)
4- Random Index (RI)
5- Inconsistency Index

شاخص تصادفی بودن با توجه به تعداد معیارها، از طریق جدول شاخص تصادفی بودن (R.L) قابل استخراج است.

جدول ۲: شاخص تصادفی بودن (R.L)

n	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
R.I	۰,۰	۰,۵۸	۰,۹	۱,۱۲	۱,۱	۱,۳۲	۱,۴۱	۱,۴۵	۱,۴۹	۱,۵۱	۱,۴۸	۱,۵۶	۱,۵۷	۱,۵۹

مأخذ: قدسی پور، ۱۳۸۱: ۷۳

در مرحله‌ی تعیین امتیاز نهایی ابتدا امتیاز اولیه‌ی هریک از منابع و جاذبه‌ها بر مبنای معیارهای ارزیابی تعیین شده و از طریق آن ماتریس اولیه جاذبه‌های مطرح گردیده تشکیل می‌گردد. داده‌های اولیه با توجه به متفاوت بودن واحدهای اندازه‌گیری و همچنین طیف‌های سنجش متفاوت نیازمند استانداردسازی هستند. به منظور استاندارد نمودن داده‌های ماتریس اطلاعات اولیه، ابتدا معیارهای فرعی در دو دسته همسو و غیرهمسو قرار می‌گیرند (جدول ۳) تا با توجه به همسو یا غیرهمسو بودن معیارهای فرعی داده‌های اولیه استاندارد گردند. معیارهای فرعی همسو، معیارهایی هستند که افزایش مقدار آنها مطلوب است. از طرفی معیارهای فرعی غیرهمسو، معیارهای فرعی هستند که افزایش آنها مطلوب نمی‌باشد. برای استانداردسازی داده‌های معیارهای فرعی همسو از شاخص لود استفاده می‌گردد و برای استاندارد کردن معیارهای فرعی غیر همسو از شاخص هزینه استفاده می‌گردد *(فرهودی، ۱۳۸۴: ۳۶-۳۵)*. فرمول شاخص‌های لود و هزینه به ترتیب زیر است:

شاخص لود

$$Y_{ij} = \frac{X_{ij} - X_i \min}{X_i \max - X_i \min}$$

(فرمول ۲)

شاخص هزینه

$$Y_{ij} = \frac{X_i \max - X_{ij}}{X_i \max - X_i \min}$$

(فرمول ۳)

که:

Y_{ij} = ضریب استاندارد شده معیار فرعی i ام برای منبع یا جاذبه j ام

X_{ij} = ضریب معیار فرعی i ام برای منبع یا جاذبه j ام

$X_i \min$ = پایین‌ترین ضریب برای معیار فرعی i ام

$X_i \max$ = بالاترین ضریب برای معیار فرعی i ام

از طریق استاندارد نمودن داده‌ها با استفاده از شاخص هزینه و لود، ماتریس استاندارد شده به‌دست می‌آید.

جدول ۳: معیارهای ارزیابی به تفکیک همسو و غیر همسو

	معیارهای اصلی								
	اقتصادی	زیست محیطی	محصول اصلی جاذبه	اجتماعی ـ فرهنگی	تسهیلات و خدمات گردشگری	منابع انسانی	زیرساختها	سیاسی و نهادی	بازار و عوامل رقابتی
درصد معیارها	معیارهای همسو: -اشتغال زایی -درآمدزایی -میزان جذب سرمایه‌گذاری -میزان بازگشت سرمایه -تسهیلات بانکی معیارهای غیرهمسو: -میزان افزایش قیمت زمین -میزان افزایش تورم	معیارهای غیرهمسو: -میزان آلودگی هوا -میزان آلودگی بصری -میزان آلودگی صوتی -میزان آلودگی آب	معیارهای همسو: -منحصر به فرد بودن -اهمیت جاذبه - امکان توسعه‌ی فضایی جاذبه -نزدیکی به جاذبه‌های همجوار -امکان بهره‌برداری در طول سال -سیمای منظر بصری جاذبه -مهیا بودن جاذبه	معیارهای همسو: -همپیمان نیاری جامعه میزبان -بهبود رفاه معیارهای غیرهمسو: -ایجاد نابرابری‌های اجتماعی -ازدحام و شلوغی	معیارهای همسو: -نزدیکی به اقامتگاه‌های گردشگری -نزدیکی به مراکز اطلاع رسانی -نزدیکی به مراکز خرید (صنایع دستی و محلی و...) -همکاری شرکت‌های مسافرتی و تورگردان‌ها در جاذبه -وجود و فراوانی مراکز پذیرایی -وجود و فراوانی مراکز مالی -دسترسی به خدمات بهداشتی و ایمنی	معیارهای همسو: -تعداد نیروی انسانی -میزان تخصص (سطح تحصیلات) -مرتبط بودن تخصص با شغل -میزان پاسخگویی به نیازهای گردشگران -تجربه و سابقه کار مرتبط	معیارهای همسو: -دسترسی فیزیکی -دسترسی به آب -لوله‌کشی بهداشتی -برخورداری از شبکه برق سراسری -برخورداری از گاز -وجود سیستم دفع بهداشتی فاضلاب و زباله -شبکه‌ی ارتباطی (مخابرات، پست و...)	معیارهای همسو: -وجود مرکز مدیریت جاذبه -امنیت -میزان تخصیص بودجه دولتی -داشتن طرح توسعه جاذبه -سوابق اجرایی	معیارهای همسو: -میزان تقاضا -مدت اقامت -میزان هزینه گردشگران -میزان رضایت گردشگر معیارهای غیرهمسو: -میزان جذابیت جاذبه همجوار -همسان بودن با جاذبه همجوار

در این مرحله از تلفیق ضرایب اهمیت مزبور در داده‌های استاندارد شده، امتیاز نهایی هر گزینه تعیین شده است. برای این کار از « اصل ترکیب سلسله مراتبی[1] » که منجر به یک «بردار اولویت» با در نظر گرفتن همه قضاوت‌ها در تمامی سطوح سلسله مراتبی است (فرمول۴)، استفاده می‌گردد *(فتحی، ۱۳۸۵: ۵۰-۴۸)*. در نهایت بر اساس بردار اولویت منابع و جاذبه‌های گردشگری حوزه برنامه‌ریزی از طریق نمودار فراوانی و نقطه شکست در سه سطح دسته‌بندی می‌شوند.

$$V_H = \sum_{k=1}^{n}\sum_{i=1}^{m} W_k W_i \left(g_{ij}\right)$$ **(فرمول۴)**

که در آن:

V_H: امتیاز نهایی منبع یا جاذبه H ام

W_k: ضریب اهمیت معیار K

W_i: ضریب اهمیت زیرمعیار i ام

g_{ij}: امتیاز منبع یا جاذبه j ام در ارتباط با معیار یا زیر معیار i ام

کاربرد تصمیم‌سازی چندمعیاره فرآیند تحلیل سلسله مراتبی

- وضعیت عمومی منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان نیشابور

در ارزیابی منابع و جاذبه‌های مذکور ابتدا با استفاده از تکنیک ارزیابی چندمعیاره فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) منابع و جاذبه‌های گردشگری اولویت‌بندی شده و سپس با استفاده از دندوگرام در محیط SPSS، این منابع و جاذبه‌ها سطح‌بندی گردیده‌اند.

شهرستان نیشابور یکی از شهرستان‌های استان خراسان رضوی، در محدوده‌ی ۴۲-۳۵ عرض جغرافیایی و۵۰ـ۴۹ طول شرقی قرارگرفته است. این شهرستان دارای شش بخش شامل: تحت جلگه، زبرخان، سرولایت، طاغان کوه، مرکزی و میان جلگه است *(مهندسین مشاور آرمانشهر، ۱۳۸۵) (شکل۲)*.

1- Principle of Hierarchic Composition

شکل ۲ : موقعیت شهرستان نیشابور در کشور و استان خراسان رضوی

مأخذ پایه: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی

تفکیک جاذبه‌های گردشگری شهرستان نیشابور به لحاظ بخش و نوع جاذبه را در جدول ۴ ملاحظه می‌فرمایید.

جدول۴: منابع و جاذبه‌های گردشگری شهرستان نیشابور به تفکیک بخش و نوع جاذبه

نام بخش	مرکزی	زبرخان	تحت جلگه	سرولایت	طاغان کوه	میان جلگه	شهرستان نیشابور
طبیعی	۴	۳	۳	۰	۰	۱	۱۱
تاریخی ـ فرهنگی	۲۰	۳	۳	۰	۰	۱	۲۷
ویژه	۲	۰	۱	۰	۰	۰	۳
مجموع	۲۶	۶	۷	۰	۰	۲	۴۱

جاذبه‌هایی که در این تحقیق مورد بررسی و اولویت‌بندی قرار گرفته‌اند در جدول ۵ ذکر گردیده است و پراکنش آنها در بخش‌های مختلف شهرستان عنوان گردیده است.

جدول ۵: موقعیت و تعداد جاذبه‌های تاریخی ـ فرهنگی شهرستان نیشابور

ردیف	نام جاذبه	نام بخش	ردیف	نام جاذبه	نام بخش
۱	عمارت امین الاسلامی	مرکزی	۱۵	دبیرستان خیام	مرکزی
۲	آرامگاه عطار	مرکزی	۱۶	مسجد جامع نیشابور	مرکزی
۳	آرامگاه کمال الملک	مرکزی	۱۷	گنبد مهرآباد	مرکزی
۴	بازار تاریخی سرپوشیده	مرکزی	۱۸	عمارت نشاط	زبرخان
۵	بقعه بی بی شطیطه	مرکزی	۱۹	آرامگاه بانو پسندیده	مرکزی
۶	کاروانسرای چاه سالار	میان‌جلگه	۲۰	رباط قلعه وزیر	زبرخان
۷	بقعه امامزاده حسین اصغر	تحت‌جلگه	۲۱	آرامگاه سعید بن سلام مغربی	مرکزی
۸	بقعه فضل بن شاذان	مرکزی	۲۲	سنگ قبر خیام (میدان خیام)	مرکزی
۹	بنای جوانمرد قصاب	تحت‌جلگه	۲۳	منطقه باستانی شادیاخ	مرکزی
۱۰	منزل استاد کمال الملک	مرکزی	۲۴	کاروانسرای شاه عباسی	مرکزی
۱۱	آرامگاه خواجه نبی	تحت‌جلگه	۲۵	شهر کهن	مرکزی
۱۲	آرامگاه خیام	مرکزی	۲۶	ستون های یاد بود خیام	مرکزی
۱۳	آرامگاه حیدر خشتمال	مرکزی	۲۷	بقعه قدمگاه رضوی	زبرخان
۱۴	مدرسه علمیه گلشن	مرکزی			

مأخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان خراسان رضوی و طرح جامع گردشگری شهرستان نیشابور

تعیین ضرایب اهمیت (وزن) معیارها

- تعیین ضرایب وزن معیارهای کلی (سطح دو)[1]

میانگین ضرایب به‌دست آمده برای معیارهای اصلی ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی که از طریق پرسشنامه نظرات خبرگان و کارشناسان را تنظیم و میانگین ضرایب به‌دست آمده برای معیارهای کلی ارزیابی جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان نموده است عبارتند از: معیارهای اقتصادی ۰/۱۹۱، معیارهای زیست‌محیطی ۰/۱۲۸، معیارهای محصول اصلی جاذبه ۰/۱۹۶، معیارهای اجتماعی ـ فرهنگی۰/۰۹۸، معیارهای تسهیلات و خدمات گردشگری۰/۰۳۶، معیارهای منابع انسانی ۰/۰۲۶، معیارهای زیرساخت‌ها ۰/۰۶۷، معیارهای سیاسی و نهادی ۰/۰۹۹، معیارهای بازار و عوامل رقابتی ۰/۱۵۸. نرخ ناسازگاری مقایسه‌ی زوجی معیارهای کلی منابع و جاذبه‌های تاریخی ـ فرهنگی شهرستان نیشابور ۰/۰۵ است که نشان‌دهنده‌ی دقت نسبتاً بالای این مقایسه زوجی است.

۱- سطح دو ساختار سلسله مراتبی ارزیابی جاذبه‌های تاریخی ـ فرهنگی.

- تعیین ضرایب وزن زیرمعیارها (سطح سه)[1]

ضرایب به‌دست آمده برای زیرمعیارهای اقتصادی ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی عبارتند از: اشتغال‌زایی ۰/۰۴۸، درآمدزایی ۰/۰۵۵، میزان جذب سرمایه‌گذاری ۰/۰۴۸، میزان بازگشت سرمایه۰/۰۱۱، تسهیلات بانکی ۰/۰۱۵، میزان افزایش قیمت زمین ۰/۰۰۸، میزان افزایش تورم ۰/۰۰۶. نرخ ناسازگاری مقایسه زوجی زیرمعیارهای اقتصادی ۰/۰۷ است که نشان‌دهنده‌ی دقت قابل قبول این مقایسه زوجی است.

ضرایب به‌دست آمده برای زیرمعیارهای زیست‌محیطی ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی عبارتند از : میزان آلودگی هوا ۰/۰۵۳، میزان آلودگی بصری ۰/۰۳۷، میزان آلودگی صوتی۰/۰۱۲ و میزان آلودگی آب ۰/۰۲۶. نرخ ناسازگاری مقایسه زوجی زیرمعیارهای زیست محیطی ۰/۰۵ است که نشان‌دهنده‌ی دقت این مقایسه زوجی است.

ضرایب به‌دست آمده برای زیرمعیارهای محصول اصلی گردشگری ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی ـ فرهنگی عبارتند از: منحصر به فرد بودن ۰/۰۷۱، اهمیت جاذبه ۰/۰۵۱، امکان توسعه‌ی فضایی جاذبه ۰/۰۰۶، نزدیکی به جاذبه‌های همجوار ۰/۰۰۸، امکان بهره‌برداری در طول سال ۰/۰۱۷، سیمای منظر/ بصری جاذبه ۰/۰۱۹ و مهیا بودن جاذبه ۰/۰۲۳. نرخ ناسازگاری مقایسه‌ی زوجی زیرمعیارهای محصول اصلی گردشگری ۰/۰۶ است که نشان‌دهنده‌ی دقت قابل قبول این مقایسه زوجی است. ضرایب به‌دست آمده برای زیرمعیارهای اجتماعی- فرهنگی ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی عبارتند از: مهمان‌نوازی جامعه میزبان ۰/۰۵۴، ایجاد نابرابری‌های اجتماعی ۰/۰۰۸، بهبود رفاه ۰/۰۱۶و ازدحام و شلوغی ۰/۰۱۹. نرخ ناسازگاری مقایسه زوجی زیرمعیارهای اجتماعی ـ فرهنگی۰/۰۲ است که نشان‌دهنده‌ی دقت بالای این مقایسه زوجی است.

ضرایب به‌دست آمده برای زیر معیارهای تسهیلات و خدمات ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی عبارتند از: نزدیکی به اقامتگاه‌های گردشگری۰/۰۱۲، نزدیکی به مراکز اطلاع‌رسانی ۰/۰۰۱، نزدیکی به مراکز خرید (صنایع‌دستی و محلی و...) ۰/۰۰۴، همکاری شرکت‌های مسافرتی و تورگردانها در جاذبه ۰/۰۰۲، وجود و فراوانی مراکز پذیرایی ۰/۰۰۶، وجود و فراوانی مراکز مالی ۰/۰۰۴، دسترسی به خدمات بهداشتی و ایمنی ۰/۰۰۷. نرخ ناسازگاری مقایسه‌ی زوجی زیرمعیارهای تسهیلات و خدمات گردشگری ۰/۰۲ است که

۱- سطح سه ساختار سلسله مراتبی ارزیابی جاذبه‌های تاریخی ـ فرهنگی.

نشان‌دهنده‌ی دقت بالای این مقایسه زوجی است. ضرایب به‌دست آمده برای زیرمعیارهای منابع انسانی ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی عبارتند از: تعداد نیروی انسانی ۰/۰۰۲، میزان تخصص (سطح تحصیلات) ۰/۰۰۷، مرتبط بودن تخصص با شغل ۰/۰۰۷، میزان پاسخگویی به نیازهای گردشگران ۰/۰۰۴، تجربه و سابقه کار مرتبط ۰/۰۰۶. نرخ ناسازگاری مقایسه‌ی زوجی زیرمعیارهای منابع انسانی ۰/۰۶ است که نشان‌دهنده‌ی دقت قابل قبول این مقایسه‌ی زوجی است. ضرایب به‌دست آمده برای زیرمعیارهای زیرساخت‌ها ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی عبارتند از: دسترسی فیزیکی ۰/۰۲۳، دسترسی به آب لوله‌کشی بهداشتی۰/۰۱۶، برخورداری از شبکه برق سراسری ۰/۰۱۴، برخورداری از گاز ۰/۰۰۶، وجود سیستم دفع بهداشتی فاضلاب و زباله ۰/۰۰۵ و شبکه ارتباطی (مخابرات، پست و...) ۰/۰۰۲، نرخ ناسازگاری مقایسه زوجی زیرمعیارهای زیرساخت‌ها ۰/۰۷ است که نشان‌دهنده‌ی دقت قابل قبول این مقایسه زوجی است. ضرایب به‌دست آمده برای زیرمعیارهای سیاسی و نهادی ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی عبارتند از: وجود مرکز مدیریت جاذبه ۰/۰۰۴، امنیت ۰/۰۵۵، میزان اختصاص بودجه دولتی۰/۰۲۰، داشتن طرح توسعه‌ی جاذبه ۰/۰۱۱ و برنامه‌ی اجرایی ۰/۰۰۹. نرخ ناسازگاری مقایسه‌ی زوجی زیرمعیارهای سیاسی و نهادی ۰/۰۸ است که نشان‌دهنده‌ی دقت قابل قبول این مقایسه‌ی زوجی است. ضرایب به‌دست آمده برای زیرمعیارهای بازار و عوامل رقابتی ارزیابی منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی عبارتند از: میزان تقاضا ۰/۰۴۶، مدت اقامت ۰/۰۲۶، میزان هزینه کرد گردشگران ۰/۰۵۸، میزان رضایت گردشگر ۰/۰۱۳، میزان جذابیت جاذبه همجوار ۰/۰۰۸، همسان بودن با جاذبه همجوار ۰/۰۰۷. نرخ ناسازگاری مقایسه‌ی زوجی زیرمعیارهای بازار و عوامل رقابتی ۰/۰۷ است که نشان‌دهنده‌ی دقت قابل قبول این مقایسه‌ی زوجی است. از تلفیق ضرایب به‌دست آمده در سطح یک و دو جدول شماره ۶ حاصل می‌گردد که وزن زیرمعیارها را در ساختار سلسله مراتبی نشان می‌دهد.

یافته‌های تحقیق

از تلفیق ضرایب اهمیت هر معیار در داده‌های استاندارد شده، امتیاز نهایی هر گزینه از طریق « اصل ترکیب سلسله مراتبی» که منجر به یک «بردار اولویت» با در نظر گرفتن همه‌ی قضاوت‌ها در تمامی سطوح سلسله مراتبی می‌شود، تعیین گردیده است (جدول ۷). بر اساس بردار اولویت منابع و جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان نیشابور از طریق نمودار دندوگرام در سه سطح دسته‌بندی شدند.

جدول ۶ : وزن زیر معیارها در ساختار سلسله مراتبی ارزیابی

معیار	زیر معیار	وزن	معیار	زیر معیار	وزن
اقتصادی	اشتغال زایی	0.0478	منابع انسانی	تعداد نیروی انسانی	0.0020
	درآمدزایی	0.0549		میزان تخصص	0.0068
	میزان جذب سرمایه گذاری	0.0478		مرتبط بودن تخصص با شغل	0.0073
	میزان بازگشت سرمایه	0.0112		میزان پاسخگویی به‌نیاز گردشگران	0.0038
	تسهیلات بانکی	0.0153		تجربه و سابقه کار مرتبط	0.0061
	میزان افزایش قیمت زمین	0.0076	زیرساخت	دسترسی فیزیکی	0.0228
	میزان افزایش تورم	0.0062		دسترسی به‌آب‌لوله‌کشی‌بهداشتی	0.0162
زیست محیطی	میزان آلودگی هوا	0.0526		برخورداری از شبکه برق‌سراسری	0.0139
	میزان آلودگی بصری	0.0372		برخورداری از گاز	0.0064
	میزان آلودگی صوتی	0.0124		سیستم‌دفع‌بهداشتی‌فاضلاب‌وزباله	0.0054
	میزان آلودگی آب	0.0263		شبکه ارتباطی	0.0025
محصول اصلی جاذبه	منحصر به فرد بودن	0.0712	سیاسی و نهادی	وجود مرکز مدیریت	0.0038
	اهمیت جاذبه	0.0506		امنیت	0.0551
	امکان توسعه فضایی جاذبه	0.0064		میزان تخصیص بودجه دولتی	0.0200
	نزدیکی به جاذبه‌های همجوار	0.0083		داشتن طرح توسعه	0.0113
	امکان بهره‌برداری درطول سال	0.0163		برنامه اجرایی	0.0087
	سیمای منظر / بصری جاذبه	0.0190	معیارهای بازار و عوامل رقابتی	میزان تقاضا	0.0463
	مهیا بودن جاذبه	0.0232		مدت اقامت	0.0263
اجتماعی فرهنگی	مهمان نوازی جامعه میزبان	0.0542		میزان هزینه کرد	0.0580
	ایجاد نابرابری اجتماعی	0.0084		میزان رضایت	0.0128
	بهبود رفاه	0.0163		میزان‌جذابیت جاذبه همجوار	0.0081
	ازدحام و شلوغی	0.0195		همسانی با جاذبه همجوار	0.0068
تسهیلات و خدمات	نزدیکی به اقامتگاه‌های‌گردشگری	0.0122			
	نزدیکی به مراکز اطلاع‌رسانی	0.0013			
	نزدیکی به خرید	0.0039			
	همکاری‌شرکت‌های‌مسافرتی و تورگردان‌ها	0.0022			
	وجود و فراوانی مراکز پذیرایی	0.0057			
	وجود و فراوانی خدمات مالی	0.0041			
	دسترسی به خدمات بهداشتی و ایمنی	0.0070			

مأخذ: داغستانی، سعید، ۱۳۸۶: ۸۹

- رتبه‌بندی جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان نیشابور

جدول زیر بیانگر رتبه هر یک از جاذبه‌ها در معیارهای کلی مـی‌باشـد. بنـابراین در جـدول رتبه‌بندی منابع جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان جایگاه هر جاذبه و امتیـاز نهـایی را در معیارهای نه‌گانه می‌توان ملاحظه نمود.

جدول ۸ : رتبه‌بندی جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان نیشابور

	اقتصادی		زیست محیطی		محصول اصلی جاذبه		اجتماعی فرهنگی		تسهیلات و خدمات	
	امتیاز نهایی	رتبه	امتیاز نهایی	رتبه	امتیاز نهایی	رتبه	امتیاز نهایی	رتبه	امتیاز نهایی	رتبه
آرامگاه بانو پسندیده	0.041	۱۳	0.129	۲	0.082	۱۸	0.064	۸	0.011	۱۵
آرامگاه حیدر خشتمال	0.027	۱۹	0.116	۱۴	0.071	۲۱	0.046	۲۲	0.008	۱۷
آرامگاه خواجه‌نبی	0.014	۲۳	0.129	۷	0.037	۲۶	0.046	۲۴	0.000	۲۶
آرامگاه خیام	0.137	۲	0.100	۲۲	0.234	۲	0.065	۶	0.030	۱
آرامگاه سعیدبن‌مغربی	0.027	۲۰	0.129	۴	0.206	۵	0.041	۲۵	0.018	۱۱
آرامگاه عطار	0.107	۶	0.115	۱۷	0.178	۶	0.074	۵	0.029	۳
آرامگاه کمال‌الملک	0.119	۳	0.115	۱۶	0.209	۳	0.074	۴	0.029	۲
بازار تاریخی سرپوشیده	0.176	۱	0.000	۲۷	0.158	۷	0.061	۱۱	0.026	۶
بقعه‌امامزاده‌حسین اصغر	0.056	۱۱	0.077	۲۴	0.097	۱۳	0.077	۳	0.000	۲۱
بقعه بی بی شطیطه	0.103	۷	0.124	۱۱	0.087	۱۶	0.059	۱۶	0.008	۱۶
بقعه فضل بن شاذان	0.038	۱۵	0.047	۲۶	0.102	۱۲	0.059	۱۵	0.015	۱۲
بقعه قدمگاه رضوی	0.114	۵	0.102	۲۰	0.209	۴	0.057	۲۰	0.013	۱۴
بنای جوانمرد قصاب	0.014	۲۲	0.129	۶	0.049	۲۵	0.046	۲۳	0.000	۲۵
دبیرستان خیام	0.012	۲۶	0.129	۹	0.092	۱۴	0.051	۲۱	0.023	۱۰
رباط قلعه وزیری	0.045	۱۲	0.129	۱	0.080	۱۹	0.090	۱	0.000	۲۰
ستون‌های یادبود خیام	0.034	۱۸	0.102	۲۱	0.089	۱۵	0.058	۱۸	0.015	۱۳
سنگ قبر خیام	0.036	۱۷	0.064	۲۵	0.085	۱۷	0.059	۱۷	0.027	۵
شهرکهن نیشابور	0.013	۲۴	0.129	۸	0.153	۸	0.064	۷	0.000	۲۲
عمارت امین‌الاسلام	0.087	۹	0.124	۱۲	0.106	۱۱	0.059	۱۴	0.028	۴
عمارت نشاط	0.037	۱۶	0.129	۳	0.059	۲۲	0.064	۹	0.000	۲۳
کاروان‌سرای چاه‌سالار	0.017	۲۱	0.129	۵	0.058	۲۳	0.038	۲۶	0.000	۲۷
کاروان‌سرای شاه‌عباسی	0.114	۴	0.124	۱۰	0.153	۹	0.059	۱۲	0.025	۸
گنبد مهرآباد	0.012	۲۷	0.116	۱۵	0.022	۲۷	0.064	۱۰	0.000	۲۴
مدرسه علمیه گلشن	0.039	۱۴	0.108	۱۹	0.053	۲۴	0.028	۲۷	0.005	۱۸
مسجد جامع نیشابور	0.071	۱۰	0.086	۲۳	0.125	۱۰	0.059	۱۳	0.023	۹
منزل استادکمال‌الملک	0.012	۲۵	0.124	۱۳	0.080	۲۰	0.090	۲	0.004	۱۹
منطقه باستانی شادیاخ	0.088	۸	0.112	۱۸	0.240	۱	0.057	۱۹	0.026	۷

ادامه جدول۸: رتبه بندی جاذبه های تاریخی ـ فرهنگی شهرستان نیشابور

	منابع انسانی		زیر ساخت		سیاسی و نهادی		معیارهای بازار و عوامل رقابتی		بردار اولویت نهایی	
	امتیاز نهایی	رتبه	امتیاز نهایی	رتبه	امتیاز نهایی	رتبه	امتیاز نهایی	رتبه	امتیاز نهایی	رتبه
آرامگاه بانو پسندیده	0.327	۱۴	0.045	۱۰	0.028	۲۱	0.063	۱۷	0.537	۱۷
آرامگاه حیدر خشتمال	0.268	۲۱	0.015	۲۴	0.033	۲۰	0.059	۱۸	0.428	۲۲
آرامگاه خواجه‌نبی	0.225	۲۶	0.019	۲۲	0.014	۲۵	0.015	۲۷	0.318	۲۷
آرامگاه خیام	0.567	۱	0.047	۹	0.071	۳	0.150	۱	0.931	۱
آرامگاه سعیدبن‌سلام‌مغربی	0.420	۸	0.044	۱۲	0.050	۱۳	0.096	۱۲	0.669	۱۰
آرامگاه عطار	0.503	۴	0.016	۲۳	0.075	۱	0.092	۱۳	0.789	۴
آرامگاه کمال‌الملک	0.545	۲	0.054	۵	0.051	۱۱	0.147	۲	0.901	۲
بازار تاریخی سرپوشیده	0.421	۷	0.043	۱۳	0.028	۲۲	0.110	۸	0.689	۸
بقعه امامزاده حسین اصغر	0.308	۱۶	0.025	۱۸	0.048	۱۵	0.102	۱۱	0.561	۱۵
بقعه بی‌بی شطیطه	0.381	۱۰	0.036	۱۶	0.046	۱۸	0.087	۱۴	0.616	۱۱
بقعه فضل‌بن شاذان	0.260	۲۲	0.048	۸	0.046	۱۷	0.113	۶	0.542	۱۶
بقعه قدمگاه رضوی	0.496	۵	0.041	۱۴	0.048	۱۴	0.117	۵	0.771	۶
بنای جوانمرد قصاب	0.237	۲۴	0.019	۲۱	0.014	۲۴	0.030	۲۵	0.346	۲۵
دبیرستان خیام	0.306	۱۷	0.050	۷	0.046	۱۶	0.054	۲۰	0.530	۱۸
رباط قلعه وزیری	0.343	۱۳	0.032	۱۷	0.046	۱۹	0.083	۱۶	0.595	۱۴
ستون‌های یادبود خیام	0.299	۱۸	0.039	۱۵	0.051	۱۲	0.028	۲۶	0.491	۱۹
سنگ قبر خیام	0.272	۲۰	0.060	۱	0.065	۵	0.120	۴	0.602	۱۳
شهرکهن نیشابور	0.359	۱۲	0.019	۲۰	0.059	۷	0.102	۱۰	0.603	۱۲
عمارت امین‌الاسلام	0.405	۹	0.056	۴	0.059	۶	0.085	۱۵	0.694	۷
عمارت نشاط	0.288	۱۹	0.011	۲۵	0.053	۱۰	0.035	۲۳	0.451	۲۱
کاروان‌سرای چاه‌سالار	0.241	۲۳	0.006	۲۷	0.014	۲۶	0.050	۲۱	0.348	۲۴
کاروان‌سرای شاه‌عباسی	0.476	۶	0.051	۶	0.054	۹	0.121	۳	0.786	۵
گنبد مهرآباد	0.214	۲۷	0.009	۲۶	0.019	۲۳	0.035	۲۴	0.341	۲۶
مدرسه علمیه گلشن	0.233	۲۵	0.045	۱۱	0.056	۸	0.035	۲۲	0.401	۲۳
مسجد جامع نیشابور	0.365	۱۱	0.057	۳	0.070	۴	0.102	۹	0.677	۹
منزل استاد کمال‌الملک	0.310	۱۵	0.022	۱۹	0.000	۲۷	0.058	۱۹	0.484	۲۰
منطقه باستانی شادیاخ	0.522	۳	0.058	۲	0.073	۲	0.111	۷	0.848	۳

مأخذ: داغستانی، ۱۳۸۶: ۱۰۵-۱۰۴.

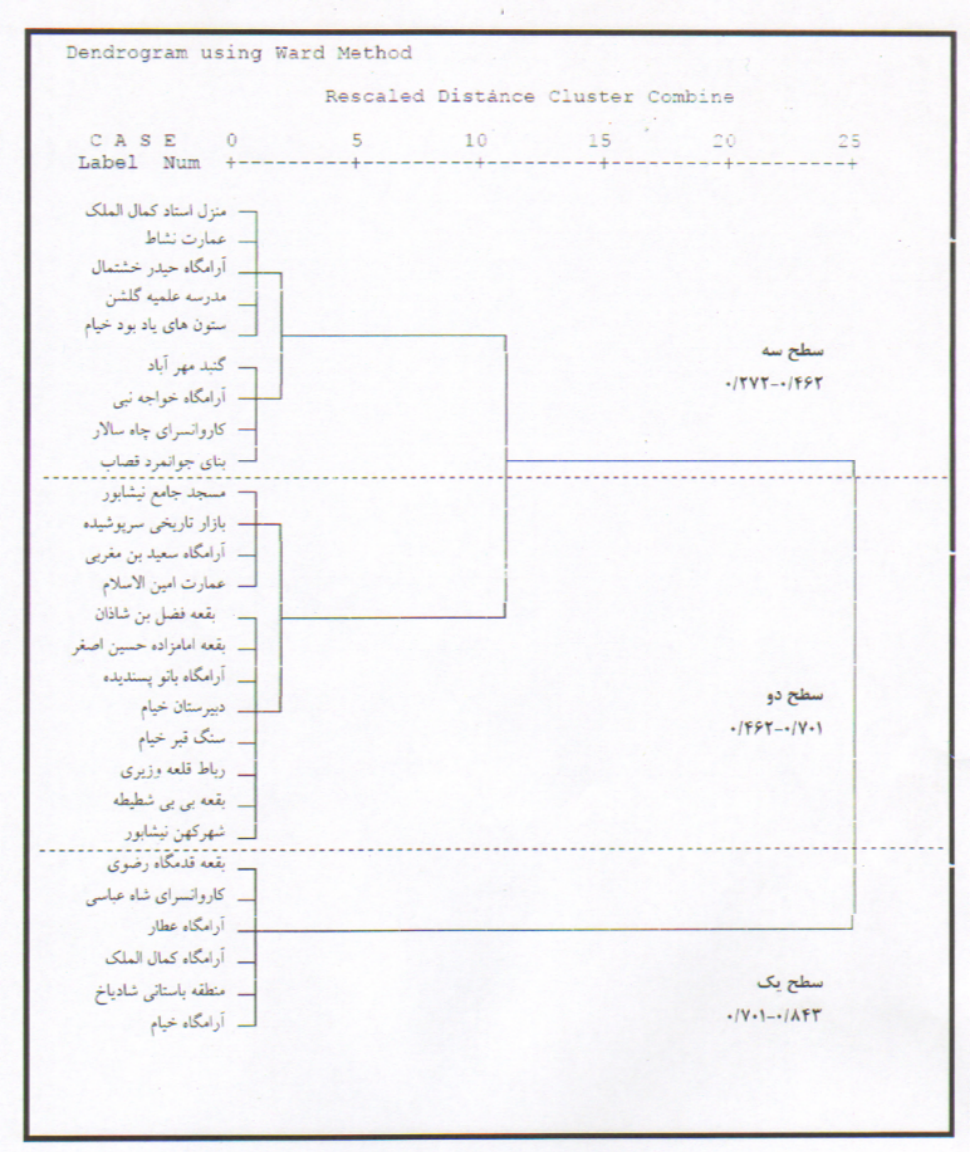
با در نظر گرفتن امتیاز نهایی و معیارهای اصلی و زیرمعیارها نهایتاً به سطح‌بندی که در جدول زیر ملاحظه می‌شود دست‌یافته شده است. این نتایج نشان می‌دهد که آرامگاه خیام، آرامگاه کمال‌الملک، منطقه‌ی باستانی شادیاخ، بقعه قدمگاه رضوی، کاروانسرای شاه‌عباسی، آرامگاه عطار و آرامگاه سعیدبن‌سلام مغربی به جهت سطح بندی و اولویت‌های توسعه در سطح

یک قرار گرفته‌اند. همچنین جاذبه‌هایی مانند عمارت‌امین‌الاسلام، مسجد جامع نیشابور، بازار تاریخی سرپوشیده، بقعه بی‌بی شطیطه، شهر کهن نیشابور، سنگ قبر خیام، رباط قلعه وزیری، بقعه امامزاده حسین‌اصغر، بقعه فضل بن شاذان، آرامگاه بانو پسندیده و دبیرستان خیام در سطح دو اولویت‌بندی قرار گرفته‌اند و نهایتاً سطح سه جاذبه‌ها مشتمل بر ستون‌های یاد بود خیام، منزل استاد کمال‌الملک، عمارت نشاط، آرامگاه حیدر خشتمال، مدرسه علمیه گلشن، کاروانسرای چاه سالار، بنای جوانمرد قصاب، گنبد مهرآباد و آرامگاه خواجه‌نبی می‌باشد.

بر مبنای تحلیل خوشه‌ای (شکل شماره سه) تعیین شده و بر اساس معیارها و زیر معیارهای ارزیابی، منابع و جاذبه‌هایی که امتیاز نهایی آنها بین از ۰/۸۴۳-۰/۷۰۱است، در سطح «یک»، بین ۰/۷۰۱-۰/۴۶۲ در سطح «دو»، بین ۰/۴۶۲-۰/۲۷۲ در سطح «سه» قرار می‌گیرند (شکل ۳) و (جدول ۹).

جدول ۹ : سطح‌بندی منابع و جاذبه‌ها بر مبنای زیر مبنای معیارهای کلان و زیر معیارهای آن

سطح اول	سطح دوم	سطح سوم
- آرامگاه خیام	- عمارت امین‌الاسلام	- ستون‌های یادبود خیام
- آرامگاه کمال الملک	- مسجد جامع نیشابور	- منزل استاد کمال‌الملک
- منطقه باستانی شادیاخ	- بازار تاریخی سرپوشیده	- عمارت نشاط
- بقعه قدمگاه رضوی	- بقعه بی‌بی شطیطه	- آرامگاه حیدر خشتمال
- کاروان‌سرای شاه عباسی	- شهر کهن نیشابور	- مدرسه علمیه گلشن
- آرامگاه عطار	- سنگ قبر خیام	- کاروان‌سرای چاه‌سالار
- آرامگاه سعیدبن سلام مغربی	- رباط قلعه وزیری	- بنای جوانمرد قصاب
	- بقعه امامزاده حسین اصغر	- گنبد مهرآباد
	- بقعه فضل‌بن شاذان	- آرامگاه خواجه‌نبی
	- آرامگاه بانو پسندیده	
	- دبیرستان خیام	



شکل ۳ : دندروگرام سطح‌بندی جاذبه‌های تاریخی ـ فرهنگی شهرستان نیشابور بر اساس معیارهای کلان و زیر معیارها

نتیجه‌گیری

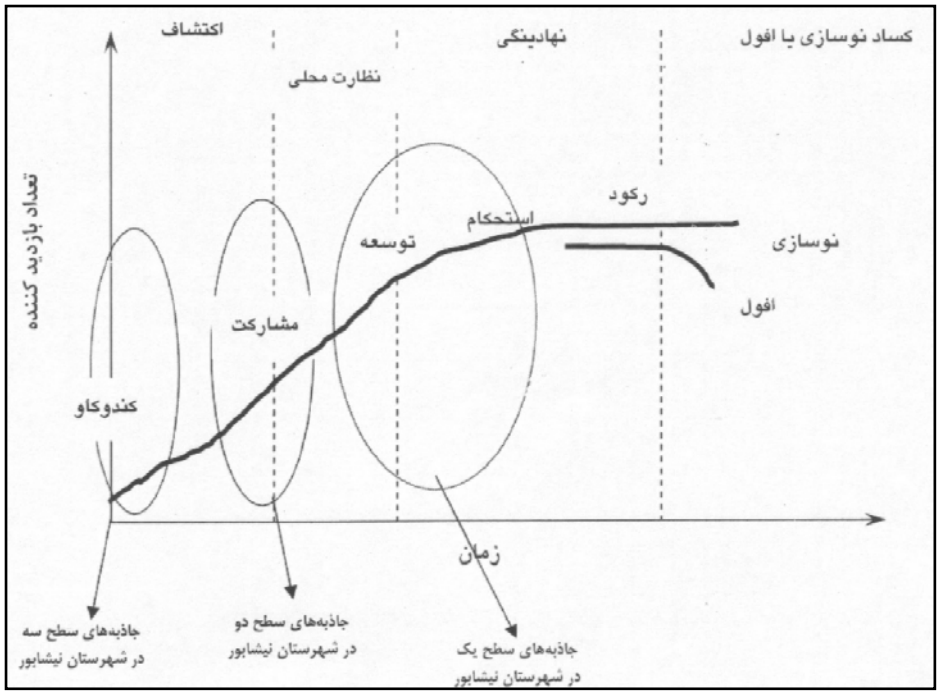
۱- جمع‌بندی فرم‌های تکمیلی که خبرگان و کارشناسان به معیارهای ارزیابی جاذبه داده‌اند نشان می‌دهد که از دیدگاه ایشان در شهرستان نیشابور معیارهای زیر به ترتیب دارای اهمیت می‌باشد:

جدول ۱۰: معیارهای ارزیابی بر اساس اولویت

ردیف	معیارهای ارزیابی بر اساس اولویت
۱	معیارهای محصول اصلی جاذبه
۲	معیارهای اقتصادی
۳	معیارهای بازار و عوامل رقابتی
۴	معیارهای زیست‌محیطی
۵	معیارهای سیاسی و نهادی
۶	معیارهای اجتماعی ـ فرهنگی
۷	معیارهای زیرساختی
۸	معیارهای تسهیلات و خدمات گردشگری
۹	معیارهای منابع انسانی

لذا با توجه به این موارد می‌توان اظهار نظر نمود که، منحصر به فرد بودن جاذبه، محلی، ملی، منطقه‌ای و یا بین‌المللی بودن آن، امکان بهره‌برداری آن در طول سال، وضعیت آن از لحاظ بصری و سیمای منظر و بالاخره میزان آمادگی جاذبه در پذیرش گردشگران جزء مهمترین و اولین معیارهایی است که می‌بایست در شناخت و ارزیابی جاذبه‌ها مورد توجه قرار گیرد تا بدین وسیله بتوان برنامه‌ریزی‌هایی مبتنی بر واقعیت را رقم زد.

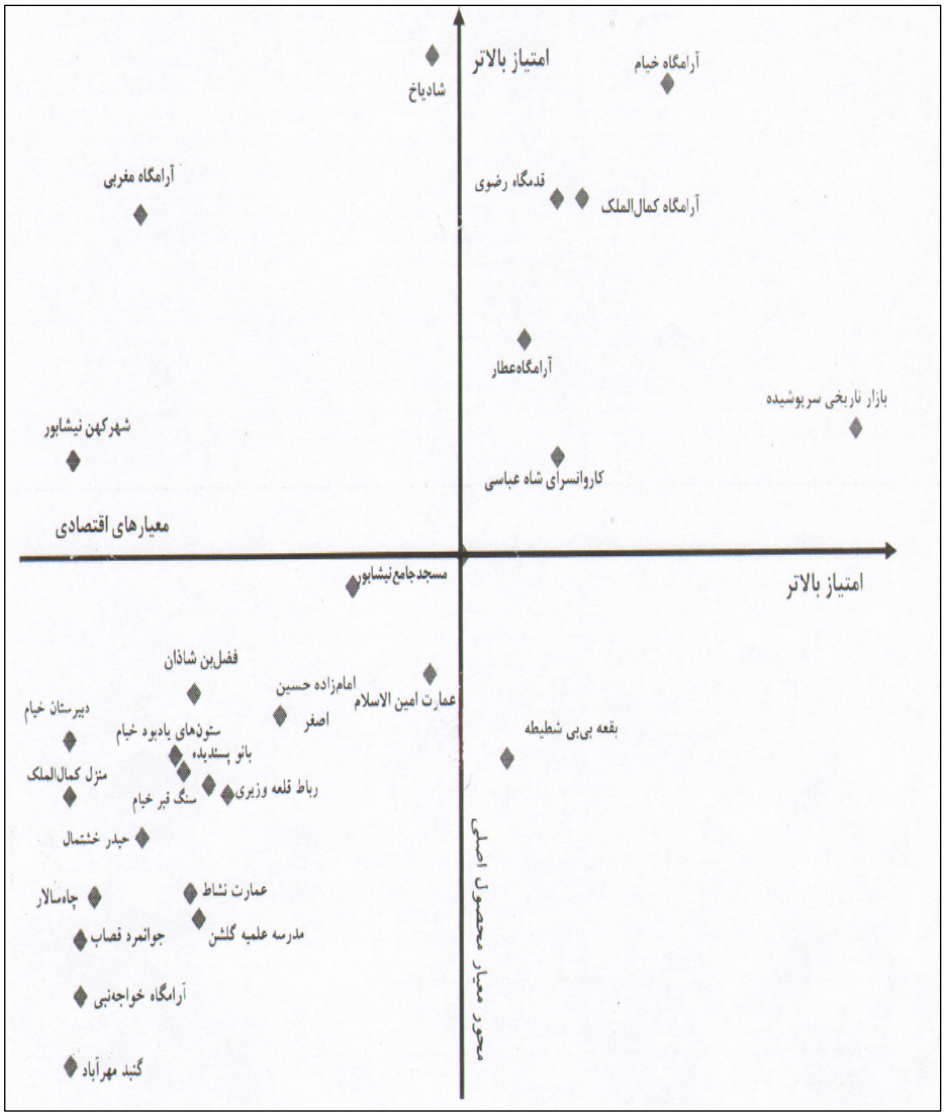
۲- از دیگر نتایج حاصله می توان به هماهنگی و رابطه‌ی مستقیمی بین چرخه‌ی عمر جاذبه و سطح‌بندی‌های صورت پذیرفته برای جاذبه اشاره نمود. این تحقیق به این مسأله دست یافته است که جاذبه‌هایی که در مقطع توسعه هستند و از زیرساخت‌ها، عوامل اقتصادی، منابع انسانی و... به نسبه مناسبی برخوردارند، جذابیت بیشتری جهت اولویت در طرح‌های توسعه را دارا می‌باشند. شکل زیر چرخه‌ی عمر جاذبه را در انطباق با سطح‌بندی جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان نیشابور (جدول ۹) نشان می‌دهد.



شکل۴: انطباق سطح بندی جاذبه‌ها با چرخه عمر جاذبه

مأخذ: داغستانی، ۱۳۸۶: ۱۲۹؛ لومسدن، ۱۳۸۰: ۳۴۶.

۳- پس از شناسایی دقیق وضعیت جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان می‌توان با پیاده‌سازی امتیاز نهایی معیارهای اقتصادی و محصول اصلی جاذبه با مدل نقشه ادراکی می‌توان رقبا و خلاءهای موجود را شناسایی نموده و با شناخت عمیق‌تری به برنامه‌ریزی توسعه پرداخت *(شکل شماره ۵)*. محور عمودی نمایانگر امتیاز معیارهای اقتصادی و محور افقی نمایانگر امتیاز معیار محصول اصلی جاذبه را در خود جای داده‌اند. نقشه‌ی ادراکی جاذبه‌ها بیانگر آن‌است‌که جاذبه‌های بااهمیت‌تر و منحصر به فرد تر از اقتصاد به نسبه‌ی توسعه‌یافته‌تری برخوردار هستند. نحوه‌ی پراکنش جاذبه‌ها نسبت به محورهای نقشه‌ی حاکی از آن است که به استثنای تعداد معدودی از جاذبه‌های مهیا و شناخته‌شده‌ای مانند عطار، خیام، کمال‌الملک و قدمگاه رضوی برای سایر جاذبه‌های شهرستان برنامه‌ریزی قابل توجهی برای ارتقاء و بازاریابی آنها صورت نگرفته است. لازم به ذکر است که تهیه‌ی این نقشه ادراکی برای سایر معیارها نیز قابل تعمیم است.



شکل۵: پراکنش جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی شهرستان نیشابور در نقشه ادراکی

مأخذ: داغستانی، سعید، ۱۳۸۶: ۱۲۷

منابع و مآخذ

۱- حضوری، حمید (۱۳۸۱). الگوی ارزیابی منابع طبیعی گردشگری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی. تهران.

۲- داغستانی، سعید (۱۳۸۶). تحلیل نظام سلسله مراتبی و رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی. تهران.

۳- زبردست، اسفندیار (۱۳۸۰). کاربرد فرآیند تحلیل سلسله مراتبی در برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، مجله هنرهای زیبا. شماره ۱۰. تهران.

۴- سازمان میراث‌فرهنگی (۱۳۸۵).صنایع‌دستی و گردشگری استان خراسان رضوی. معاونت گردشگری.

۵- صادق‌پور، امیرحسین و دیگران (۱۳۸۳). استفاده از روش ارزیابی چند معیاره (AHP) در انتخاب ساختگاه بهینه سد، کنفرانس بین‌المللی مدیریت پروژه. تهران.

۶- ضرغام، حمید (۱۳۸۰). جزوه درسی برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی. مقطع کارشناسی.

۷- ضیایی، محمود (۱۳۸۰). جزوه درسی شناخت صنعت جهانگردی، مقطع کارشناسی ارشد. ۱۳۸۰.

۸- فتحی، حمید (۱۳۸۵)، شناسایی و تدوین روابط بین برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای و مدیریت ریسک زلزله، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. گروه شهرسازی. دانشگاه شهید بهشتی. تهران.

۹- فرهودی، رحمت‌اله (۱۳۸۴). برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، جزوه درسی کارشناسی ارشد. گروه جغرافیای انسانی. دانشگاه تهران. تهران.

۱۰- قدسی‌پور،سیدحسن (۱۳۸۱). فرآیند تحلیل سلسله مراتبیAHP، تهران. انتشارات دانشگاه امیرکبیر.

۱۱- لومسدن، لس (۱۳۸۰). بازاریابی گردشگری، ترجمه محمدابراهیم گوهریان. دفتر پژوهش‌های فرهنگی. تهران.

۱۲- مهندسین مشاور آرمانشهر(۱۳۸۵). طرح جامع گردشگری شهرستان نیشابور، جلد نهم. ارزیابی منابع گردشگری. تهران.

13- Carter, M (1998). http://www.mapnp.org/library/evaluation.

14- Gun,C. A. et al (2002). "Tourism Planning", Rutledge, New York.

15- Inskeep, E (1991). Tourism Planning", John Wiley & sons, New York.

16- Trochim, W.M.K.,(2002), http://www.trochim.human.cornell.edu/kb.