

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کاربرد تکنیک‌ها و مدل‌ها در برنامه‌ریزی و مدیریت تورسم

دکتر مسعود تقوایی

عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان

حسین کیومرثی

سرشناسه	تقوایی، مسعود، ۱۳۴۵ -
عنوان و نام پدیدآور	کاربرد تکنیک‌ها و مدل‌های برنامه‌ریزی و مدیریت توریسم / مسعود تقوایی، حسین کیومرثی.
مشخصات نشر	اصفهان: انتشارات معظمی، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	۲۱۴ ص.؛ مصور، جدول، نمودار.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۹۳۸۳۴-۵-۰۰
وضعیت فهرست نویسی	قیفا
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	گردشگری -- مدیریت
موضوع	گردشگری -- برنامه‌ریزی
موضوع	گردشگری زیست محیطی
شناسه افزوده	کیومرثی، حسین،
رده بندی کنگره	۱۳۹۱ ۶۷ ت ۱ / ۱۵۵G
رده بندی دیویی	۳۷۹۱/۳۳۸
شماره کتابشناسی ملی	۳۹۶۰۶۲۸

کاربرد تکنیک‌ها و مدل‌های برنامه‌ریزی و مدیریت توریسم

➤ نویسندگان: مسعود تقوایی، حسین کیومرثی

➤ ناشر: معظمی

➤ مدیر و ناظر فنی: علیرضا جنت

➤ صفحه آرا: مرضیه ضیایی

➤ طرح جلد: نگار اصفهان

➤ چاپ و صحافی: نگار اصفهان

➤ نوبت چاپ: چاپ اول - ۱۳۹۱

➤ شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

➤ قیمت: ۹۵۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۸۳۴-۵-۰۰



کلیه حقوق پدیدآورنده محفوظ می‌باشد

E-mail: pubnegar@yahoo.com Cellphone: 09131703597

فهرست مطالب

عنوان صفحه

پیشگفتار ۱۱

فصل اول: کلیات

۱-۱- برنامه	۱۴
۲-۱- برنامه ریزی	۱۴
۳-۱- اهداف برنامه ریزی	۱۵
۴-۱- انواع برنامه ریزی	۱۵
۱-۴-۱- برنامه ریزی از نظر مدت اجرا	۱۵
۲-۴-۱- برنامه ریزی از نظر سطوح برنامه ریزی	۱۶
۳-۴-۱- برنامه ریزی از نظر هدف	۱۷
۵-۱- فرآیند برنامه ریزی	۱۷
۶-۱- ویژگی های مدل	۱۸
۷-۱- قابلیت پیش بینی مدل ها	۱۸
۸-۱- کاربرد مدل ها در برنامه ریزی	۱۹
۹-۱- گردشگری	۱۹
۱۰-۱- گردشگر	۲۰
۱۱-۱- شاخص های گردشگری	۲۰
۱۲-۱- ساختارهای گردشگری	۲۱
۱۳-۱- جغرافیای گردشگری	۲۱
۱۴-۱- امتیازات گردشگری برنامه ریزی شده	۲۱
۱۵-۱- توسعه پایدار	۲۲
۱-۱۵-۱- ایده آل ها در توسعه پایدار	۲۲
۱۶-۱- گردشگری پایدار	۲۳

فصل دوم: اقلیم و گردشگری

۱-۲- تأثیر اقلیم در گردشگری	۲۶
۲-۲- مدل های کاربردی در زمینه تأثیر اقلیم بر فعالیت های گردشگری	۲۷
۱-۲-۲- مدل دمای معدل	۲۷
۲-۲-۲- شاخص فشار نسبی	۲۷
۳-۲-۲- شاخص فشار عصبی	۲۹
۴-۲-۲- شاخص دمای مرطوب کروی	۳۱
۵-۲-۲- شاخص احساس حرارتی	۳۲

- ۳۳..... ۶-۲-۲- شاخص دما - رطوبت تام
- ۳۴..... ۷-۲-۲- شاخص گرما و رطوبت روی انسان
- ۳۵..... ۸-۲-۲- شرایط سختی هوا
- ۳۶..... ۹-۲-۲- شاخص آسایش اقلیمی گردشگری
- ۳۷..... ۱۱-۲-۲- کاربرد شاخص آسایش گردشگری
- ۳۸..... ۱-۱۱-۲-۲- گام نخست: به دست آوردن اطلاعات مربوط به ایستگاه‌های هواشناسی
- ۴۱..... ۳-۱۱-۲-۲- گام سوم: محاسبه‌ی سایر معیارهای اقلیمی
- ۴۶..... ۴-۱۱-۲-۲- گام چهارم: محاسبه‌ی شاخص اقلیم گردشگری در ماه‌های مختلف سال
- ۴۶..... ۵-۱۱-۲-۲- گام پنجم: محاسبه‌ی مقدار عددی شاخص اقلیم آسایش گردشگری

فصل سوم: زمین گردشگری

- ۴۹..... ۱-۳- مفهوم زمین گردشگری
- ۵۱..... ۲-۳- ارزیابی عیار گردشگری مکان‌های ژئومورفولوژیکی
- ۵۲..... ۳-۳- کاربرد روش پراولونگ در برآورد ارزش مکان ژئوتوریستی
- ۵۲..... ۱-۳-۳- گام نخست: تهیه و تکمیل کارت شناسایی مکان ژئومورفولوژیکی
- ۵۳..... ۲-۳-۳- گام دوم: محاسبه‌ی ارزش زیبایی ظاهری
- ۵۵..... ۳-۳-۳- گام سوم: محاسبه‌ی ارزش علمی
- ۵۶..... ۴-۳-۳- گام چهارم: محاسبه، ارزش فرهنگی
- ۵۷..... ۵-۳-۳- گام پنجم: محاسبه‌ی ارزش اقتصادی
- ۵۸..... ۶-۳-۳- گام ششم: ارزیابی عیار بهره‌وری مکان ژئومورفولوژیکی

فصل چهارم: برآورد ارزش اقتصادی

- ۶۳..... ۱-۴- روش هزینه‌ی سفر
- ۶۴..... ۱-۱-۴- قابلیت‌های مدل هزینه‌ی سفر
- ۶۵..... ۲-۱-۴- محدودیت‌های مدل هزینه‌ی سفر
- ۶۶..... ۳-۴- کاربرد روش هزینه‌ی سفر در برآورد ارزش تفرجگاه
- ۶۷..... ۱-۲-۴- گام نخست: ترسیم فواصل معین از جاذبه
- ۶۷..... ۲-۲-۴- گام دوم: برآورد متوسط هزینه هر بار استفاده (هزار تومان)
- ۶۹..... ۳-۲-۴- گام سوم: جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز
- ۶۹..... ۴-۲-۴- گام چهارم: برآورد تعداد مراجعہ کنندگان هر ناحیه نسبت به جمعیت نواحی
- ۷۰..... ۵-۲-۴- گام پنجم: برآورد هزینه‌ی جدید بر هر بار استفاده
- ۷۰..... ۶-۲-۴- گام ششم: تعداد فرضی استفاده کنندگان جدید بر اساس افزایش ورودیه
- ۷۱..... ۷-۲-۴- گام هفتم: تعداد بازدیدکنندگانی که انتظار می‌رود از تفرجگاه دیدن کنند
- ۷۱..... ۸-۲-۴- گام هشتم: برآورد تعداد بازدیدکنندگانی که انتظار می‌رود از تفرجگاه دیدن کنند
- ۷۱..... ۹-۲-۴- گام نهم: برآورد کل ارزش اقتصادی تفرجگاه

فصل پنجم: مدل‌های رتبه‌بندی و سطح‌بندی

۷۳	۱-۵- مدل تاکسونومی
۷۵	۱-۱-۵- گام نخست: مشخص نمودن گزینه‌ها و شاخص‌های مورد نظر برای ارزیابی
۷۵	۱-۲-۵- گام دوم: تشکیل ماتریس داده‌ها
۷۶	۱-۳-۵- گام سوم: استاندارد کردن شاخص‌ها
۷۶	۱-۴-۵- گام چهارم: تعیین فاصله‌ی مرکب بین گزینه‌ها
۷۷	۱-۵-۵- گام پنجم: تعیین کوتاه‌ترین فاصله
۷۸	۱-۶-۵- گام ششم: همگن سازی گزینه‌ها
۷۹	۱-۷-۵- گام هفتم: تعیین الگو یا سرمشق گزینه‌ها
۷۹	۱-۸-۵- گام هشتم: درجه‌بندی با رتبه‌بندی میزان توسعه‌یافتگی گزینه‌ها
۸۱	۱-۹-۵- گام نهم: ارائه نتایج
۸۱	۲-۵- تحلیل عاملی
۸۳	۱-۲-۵- گام نخست: تشکیل ماتریس داده‌ها
۸۴	۲-۲-۵- گام دوم: محاسبه‌ی ماتریس همبستگی
۸۵	۲-۳-۵- گام سوم: استخراج عامل‌ها
۸۷	۲-۴-۵- گام چهارم: دوران عامل‌ها
۸۸	۲-۵-۵- گام پنجم: نام‌گذاری عامل‌ها
۸۸	۲-۶-۵- گام ششم: محاسبه‌ی نمرات عاملی
۸۹	۲-۷-۵- گام هفتم: رتبه‌بندی و سطح‌بندی گزینه‌ها
۹۰	۳-۵- تحلیل خوشه‌ای

فصل ششم: مدل‌های رتبه‌بندی چند معیاره

۹۵	۱-۶- فرآیند تحلیل سلسله مراتبی
۹۷	۱-۱-۶- مزایای مدل تحلیل سلسله مراتبی (AHP)
۹۸	۲-۶- بخش اول: استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی در موضوعات غیر مکانی
۹۹	۱-۲-۶- گام نخست: هدف‌گذاری
۹۹	۲-۲-۶- گام دوم: انتخاب سنج‌ها و زیرسنج‌های مورد بررسی
۱۰۰	۲-۳-۶- گام سوم: وزن دادن به سنج‌ها (مقایسه زوجی)
۱۰۱	۲-۴-۶- گام چهارم: وزن دادن به زیرسنج‌ها (زیرمعیارها)
۱۰۳	۲-۵-۶- گام پنجم: به‌دست آوردن وزن‌های مرکب
۱۰۳	۲-۶-۶- گام ششم: محاسبه‌ی نرخ سازگاری
۱۰۵	۳-۶- مدل تحلیل سلسله مراتبی معکوس
۱۰۶	۱-۳-۶- گام نخست: تعیین معیارهای مورد بررسی
۱۰۶	۲-۳-۶- گام دوم: تعیین اهمیت و رتبه معیارها
۱۰۷	۳-۳-۶- گام سوم: وزن‌دهی به معیارها و زیرمعیارهای مورد بررسی

- ۴-۶- بخش دوم: مراحل استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی در موضوعات مکانی ۱۰۸
- ۱-۴-۶- گام نخست: هدف گذاری ۱۰۸
- ۲-۴-۶- گام دوم: انتخاب سنجها و زیرسنجههای مورد بررسی ۱۰۸
- ۳-۴-۶- گام سوم: وزن دادن به سنجها (مقایسه زوجی) ۱۰۹
- ۴-۴-۶- گام چهارم: وزن دادن به سنجها (معیارها) با توجه به مقایسه‌ی مکانها ۱۱۰
- ۵-۴-۶- گام پنجم: به دست آوردن وزنهای مرکب ۱۱۲
- ۶-۴-۶- گام ششم: محاسبه‌ی نرخ سازگاری ۱۱۲
- ۵-۶- مدل روش حذف و انتخاب سازگار با واقعیت ۱۱۴
- ۱-۵-۶- گام نخست: تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری ابتدایی ۱۱۵
- ۲-۵-۶- گام دوم: تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری نرمال شده ۱۱۶
- ۳-۵-۶- گام سوم: محاسبه‌ی ماتریس تصمیم‌گیری بی‌مقیاس موزون ۱۱۷
- ۴-۵-۶- گام چهارم: مشخص کردن مجموعه‌ی هماهنگ و ناهماهنگ ۱۱۷
- ۵-۵-۶- گام پنجم: محاسبه‌ی ماتریس هماهنگی ۱۱۹
- ۶-۵-۶- گام ششم: محاسبه‌ی ماتریس ناهماهنگی ۱۱۹
- ۷-۵-۶- گام هفتم: تعیین ماتریس هماهنگ مؤثر ۱۲۰
- ۸-۵-۶- گام هشتم: تعیین ماتریس ناهماهنگ مؤثر ۱۲۱
- ۹-۵-۶- گام نهم: محاسبه‌ی ماتریس مؤثر کلی ۱۲۱
- ۶-۶- فرآیند تجزیه و تحلیل شبکه‌ای ۱۲۲
- ۱-۶-۶- گام نخست: مشخص نمودن هدف، معیارها، زیرمعیارها و گزینه‌های مورد نظر ۱۲۴
- ۲-۶-۶- گام دوم: وزن دهی به معیارها با بهره‌گیری از روش کمیته‌ی ساعتی ۱۲۵
- ۳-۶-۶- گام سوم: مشخص کردن وابستگی درونی معیارها بر اساس روابط شبکه‌ای ۱۲۶
- ۴-۶-۶- گام چهارم: مشخص کردن برتری‌های درونی معیارها ۱۲۷
- ۵-۶-۶- گام پنجم: وزن دهی به زیرمعیارهای مورد بررسی بر اساس روش کمیته‌ی ساعتی ۱۲۷
- ۶-۶-۶- گام ششم: محاسبه‌ی وزن نهایی زیرمعیارهای مورد بررسی ۱۲۸
- ۷-۶-۶- گام هفتم: محاسبه‌ی وزن گزینه‌ها با توجه به وزن زیرمعیارها ۱۲۹
- ۸-۶-۶- گام هشتم: محاسبه‌ی وزن نهایی گزینه‌ها با توجه به وزن زیرمعیارها ۱۳۰
- ۷-۶- مدل پرومته: ۱۳۱
- ۱-۷-۶- گام نخست: وزن دهی به معیارها ۱۳۴
- ۲-۷-۶- گام دوم: تشکیل ماتریس ارزیابی ۱۳۴
- ۳-۷-۶- گام سوم: تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری ۱۳۴
- ۴-۷-۶- گام چهارم: تشکیل مقایسه‌ی گزینه‌های مورد بررسی ۱۳۵
- ۵-۷-۶- گام پنجم: تعیین میزان برتری هر گزینه بر سایر گزینه‌ها ۱۳۶
- ۶-۷-۶- گام ششم: تعیین میزان برتری هر گزینه بر سایر گزینه‌ها ۱۳۶
- ۷-۷-۶- گام هفتم: به دست آوردن جریان‌های خالص رتبه‌بندی ۱۳۷

۱۳۸.....	۸-۶- مدل تاپسیس.....
۱۳۹.....	۸-۱- گام نخست: وزن دهی به گزینه‌ها بر اساس شاخص‌ها.....
۱۴۰.....	۸-۲- گام دوم: تهیه‌ی ماتریس نرمالیزه شده (ماتریس R).....
۱۴۱.....	۸-۳- گام سوم: محاسبه بردار نرمال وزنی.....
۱۴۳.....	۸-۴- گام چهارم: شناسایی راه حل ایده‌آل مثبت.....
۱۴۴.....	۸-۵- گام پنجم: شناسایی راه حل ایده‌آل منفی.....
۱۴۴.....	۸-۶- گام ششم: محاسبه‌ی فاصله از راه حل مثبت و منفی.....
۱۴۵.....	۸-۷- گام هفتم: به دست آوردن وزن نهایی گزینه‌ها.....
۱۴۶.....	۸-۸- گام هشتم: رتبه‌بندی گزینه‌ها.....
۱۴۶.....	۹-۶- مدل یاگر.....
۱۴۷.....	۹-۱- گام نخست: تشکیل ماتریس تصمیم فازی.....
۱۴۸.....	۹-۲- گام دوم: تشکیل ماتریس تصمیم برحسب درجه‌ی عضویت.....
۱۵۰.....	۹-۳- گام سوم: تشکیل ماتریس تصمیم وزن دار.....
۱۵۰.....	۹-۴- گام چهارم: تعیین کوچکترین مقدار هر سطر ماتریس تصمیم وزن دار.....
۱۵۱.....	۹-۵- گام پنجم: تعیین گزینه‌ی برتر.....

فصل هفتم: تدوین استراتژی در برنامه‌ریزی گردشگری

۱۵۳.....	۷-۱- مدل سوات.....
۱۵۵.....	۷-۲- بخش اول: کاربرد مدل سوات در تدوین راهبردهای توسعه‌ی گردشگری.....
۱۵۵.....	۷-۲-۱- گام نخست: عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری در محدوده یا سازمان مورد نظر.....
۱۵۸.....	۷-۲-۲- گام دوم: عوامل خارجی مؤثر بر اکو تورسیم در محدوده یا سازمان مورد مطالعه.....
۱۶۰.....	۷-۲-۳- گام سوم: تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها.....
۱۶۰.....	۷-۲-۴- گام چهارم: بررسی نهایی عناصر چهارگانه مؤثر بر ارزیابی جاذبه.....
۱۶۱.....	۷-۲-۵- گام پنجم: تدوین راهبردها جهت رشد و توسعه‌ی صنعت گردشگری.....
۱۶۴.....	۷-۲-۱-۵- استراتژی نقاط قوت (SO).....
۱۶۴.....	۷-۲-۲-۵- استراتژی فرصت‌ها (WO).....
۱۶۴.....	۷-۲-۳-۵- استراتژی به حداقل رساندن نقاط ضعف (ST).....
۱۶۵.....	۷-۲-۴-۵- استراتژی پرهیز از تهدید (WT).....
۱۶۵.....	۷-۳- بخش دوم: تحلیل مدل SWOT به منظور تعیین بهترین استراتژی.....
۱۶۵.....	۷-۳-۱- گام نخست: تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی توسعه‌ی صنعت گردشگری.....
۱۶۹.....	۷-۳-۲- گام دوم: تدوین استراتژی‌های توسعه‌ی صنعت گردشگری.....
۱۷۰.....	۷-۳-۳- گام سوم: تجزیه و تحلیل استراتژی‌ها.....
۱۷۲.....	۷-۳-۴- گام چهارم: انتخاب استراتژی مطلوب.....
۱۷۳.....	۷-۳-۵- گام پنجم: انتخاب مطلوب‌ترین استراتژی.....
۱۷۳.....	۷-۴- مدل تحلیل شکاف.....

- ۱۷۵-۱-۴-۷ گام نخست: تدوین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رضایت بازدیدکنندگان..... ۱۷۵
- ۱۷۵-۲-۴-۷ گام دوم: تحلیل تفاوت موجود بین ادراک و انتظارات..... ۱۷۵
- ۱۷۶-۳-۴-۷ گام سوم: اولویت‌بندی مؤلفه‌ها..... ۱۷۶

فصل هشتم: کاربرد سیستم اطلاعات جغرافیایی در برنامه‌ریزی گردشگری

- ۱۷۹-۱-۸ کاربرد سیستم اطلاعات جغرافیایی در گردشگری..... ۱۷۹
- ۱۸۰-۲-۸ ارزیابی توان محیط زیست..... ۱۸۰
- ۱۸۰-۳-۸ مدل اکوتوریسم..... ۱۸۰
- ۱۸۱-۴-۸ ارزیابی توان اکولوژیکی..... ۱۸۱
- ۱۸۲-۱-۴-۸ گام نخست: شناسایی داده‌های مورد نیاز..... ۱۸۲
- ۱۸۲-۱-۴-۸-۱ مدل اکولوژیک توریسم متمرکز..... ۱۸۲
- ۱۸۴-۲-۱-۴-۸ مدل اکولوژیک توریسم گسترده..... ۱۸۴
- ۱۸۶-۲-۴-۸ گام دوم: اعمال شرط‌های مورد نیاز هر لایه‌ی اطلاعاتی..... ۱۸۶
- ۱۸۷-۳-۴-۸ گام سوم: تلفیق لایه‌های اطلاعاتی..... ۱۸۷
- ۱۸۷-۴-۴-۸ گام چهارم: اعمال سیاست‌های مناسب در هر محدوده..... ۱۸۷
- ۱۸۷-۱-۴-۴-۸ فعالیت‌های مجاز..... ۱۸۷
- ۱۸۷-۲-۴-۴-۸ فعالیت‌های مشروط..... ۱۸۷
- ۱۸۸-۳-۴-۴-۸ فعالیت‌های ممنوع..... ۱۸۸
- ۱۸۸-۵-۸ کاربرد سیستم اطلاعات جغرافیایی در شناسایی پهنه‌های مناسب فعالیت‌های گردشگری..... ۱۸۸
- ۱۸۹-۱-۵-۸ گام نخست: جمع‌آوری داده‌ها و نقشه‌های مربوط به موضوع..... ۱۸۹
- ۱۸۹-۲-۵-۸ گام دوم: تعریف معیارها و زیرمعیارهای مؤثر..... ۱۸۹
- ۱۹۱-۳-۵-۸ گام سوم: وزن‌دهی به معیارهای مورد بررسی..... ۱۹۱
- ۱۹۱-۴-۵-۸ گام چهارم: وزن‌دهی به زیرمعیارهای مورد بررسی و تعیین وزن نهایی هر زیرمعیار..... ۱۹۱
- ۱۹۴-۵-۵-۸ گام پنجم: تلفیق لایه‌های اطلاعاتی مورد استفاده در محیط GIS..... ۱۹۴
- ۱۹۵-۶-۵-۸ نتیجه‌گیری..... ۱۹۵
- ۱۹۶-۶-۸ کاربرد تحلیل شبکه در تحلیل فضایی امکانات مورد نیاز گردشگران..... ۱۹۶
- ۱۹۶-۱-۶-۸ گام نخست: ترسیم محدوده‌های هم فاصله از جاذبه..... ۱۹۶
- ۱۹۷-۲-۶-۸ گام دوم: تحلیل فضایی امکانات و خدمات موجود در محدوده‌ها..... ۱۹۷
- ۱۹۷-۱-۲-۶-۸ محدوده‌ی اول دسترسی..... ۱۹۷
- ۱۹۹-۲-۲-۶-۸ محدوده‌ی دوم دسترسی..... ۱۹۹
- ۲۰۰-۳-۶-۸ گام سوم: تعیین کوتاه‌ترین مسیر دسترسی به امکانات موجود در محدوده‌ها..... ۲۰۰
- ۲۰۳-منابع و مأخذ..... ۲۰۳

پیشگفتار

امروزه صنعت توریسم بیش از پیش جهانی شده است و همچنان در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی نیز ابعاد بیشتری به خود گرفته و نهادینه شده است و در زندگی مردم امری اجتناب‌ناپذیر است. وجود تقاضاهای زیاد و بهره‌گیری بی‌رویه از بعضی جاذبه‌های گردشگری، می‌طلبد تا جاذبه‌های بیشتری ساماندهی شده و مدیریت مطلوب‌تری برای آثار و جاذبه‌های گردشگری موجود اعمال گردد. لذا این جبهه‌ی علمی جدید، با رویکرد توسعه‌ای - کاربردی و با ماهیت بین‌رشته‌ای، نگارندگان را بر آن داشت تا برای محققان علوم مختلف، مجموعه‌ای از روش‌ها و مدل‌های برنامه‌ریزی گردشگری را معرفی و خدمت علاقه‌مندان تقدیم گردد. کتاب پیش رو مجموعه‌ای از مدل‌های تصمیم‌گیری، ارزیابی و سطح‌بندی در برنامه‌ریزی توریسم و مثال‌های مربوطه را شامل می‌شود و امید است که مورد استفاده‌ی دانشجویان رشته‌های جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، مدیریت جهانگردی، اقتصاد، علوم اجتماعی و سایر رشته‌های مرتبط قرار گیرد.

از همه‌ی همکاران، اساتید، دانشجویان و محققان محترم درخواست می‌شود تا نگارندگان را در تکمیل و برطرف نمودن نواقص کتاب در ویرایش‌های بعدی یاری رسانند. پیشاپیش از علاقه و همکاری خوانندگان تشکر و تقدیر می‌نماییم.

با تشکر و تقدیم احترام

نگارندگان