



رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری براساس پتانسیل جذب گردشگر با استفاده از مدل تاکسونومی عددی (مورد مطالعه: شهرستان خوی)

عطا غفاری گیلانده
دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

پروین دده‌زاده سیلابی*
دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

مریم قدیمی
دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری - بهسازی و نوسازی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۰۵ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۱/۱۸

چکیده: امروزه صنعت گردشگری، یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صناعت‌ها محسوب می‌شود؛ به طوری که در بسیاری از کشورهای جهان، این صنعت، منبع اصلی درآمد ارزی، اشتغال‌زایی، ایجاد عدالت اجتماعی، رشد فرهنگی، افزایش سطح رفاه و نیز میدانی برای رشد بخش خصوصی و وسیله‌ای برای توسعه ساختار زیربنایی است. شهرستان خوی با داشتن جاذبه‌های گردشگری متنوع طبیعی و انسانی، یکی از مقاصد گردشگران کشور و استان آذربایجان غربی می‌باشد که سالیانه گردشگران زیادی را جذب می‌کند. با توجه به پتانسیل‌های بالای گردشگری و تنوع جاذبه‌ها، اولویت‌بندی و شناسایی مناطق مستعد گردشگری در این منطقه، به منظور شناسایی نقاط ضعف و قوت و نیز توسعه گردشگری منطقه، امری مهم و اجتناب‌ناپذیر است. لذا در این مقاله، با روش توصیفی-تحلیلی و با استفاده از مدل تاکسونومی عددی، به اولویت‌بندی مکان‌های جاذب گردشگری این شهرستان پرداخته شده است. براساس نتایج پژوهش، برج شمس تبریزی شهر خوی، دارای بیشترین پتانسیل جذب گردشگر در این شهر می‌باشد؛ در مقابل، با وجود این که آبشار بدلان و منطقه حفاظت‌شده مراکان، جزو جاذبه‌های طبیعی ناب شهر خوی، از لحاظ جذب گردشگر می‌باشند و دارای توان‌های گردشگری بالقوه هستند اما ضعف تسهیلات، خدمات و زیرساخت‌های موجود و احتمال بروز مخاطرات طبیعی در این مناطق، باعث شده است که این مناطق در جذب گردشگر نتوانند عملکرد چندان موفق‌تری داشته باشند.

واژگان کلیدی: رتبه‌بندی، جاذبه‌های گردشگری، شهرستان خوی، تاکسونومی عددی

طبقه‌بندی JEL: R00, J83, L33, J17

۱- مقدمه

طی نیم قرن گذشته، فعالیت‌های گردشگری، ابعاد گسترده‌ای یافته است و هر سال بر تعداد مسافرانی که با انگیزه‌های مختلف سفر می‌کنند، افزوده می‌شود. مطابق برآورد سازمان جهانی گردشگری، کل گردشگران دنیا در سال ۱۹۵۰ تقریباً ۲۵ میلیون نفر و در سال ۲۰۰۰ حدود ۷۰۰ میلیون نفر بوده است که این رقم در سال ۲۰۲۰ به حدود ۱/۶ میلیارد نفر خواهد رسید. این ارقام، نشانگر رشد ۷ درصدی در یک دوره ۵۰ ساله ۱۹۵۰ تا ۲۰۰۰ است؛ بنابراین، با استناد به آمار و گزارش‌های ارائه شده می‌توان گفت صنعت گردشگری در حال تبدیل شدن به بزرگ‌ترین و پردرآمدترین صنعت در ابعاد جهانی است؛ به طوری که ۱۱ درصد از تولید ناخالص، ۱۰ درصد از اشتغال، ۵ درصد از صادرات و ۵ درصد از سرمایه‌گذاری جهانی را به خود اختصاص داده است (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۵). رشد درخور توجه و چشمگیر گردشگری در پنجاه سال اخیر نشان‌دهنده اهمیت اقتصادی و اجتماعی این پدیده است. رشد روزافزون و شتابنده گردشگری موجب شده که بسیاری از صاحب‌نظران، قرن بیست‌ویکم را قرن گردشگری بنامند (ایمانی و همکاران، ۱۳۹۴).

در این راستا توسعه صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که به معضلاتی از قبیل نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه هستند از اهمیت فراوانی برخوردار است (خاکساری و عباسی، ۱۳۹۲). کشور ایران نیز به عنوان یک کشور در حال توسعه با برخورداری از منابع سرشار محیطی و بهره‌گیری از پشتوانه تاریخی-تمدنی و فرهنگی چنددهه‌زارساله، از قابلیت ویژه‌ای برای توسعه صنعت گردشگری برخوردار است اما از لحاظ شکوفایی، این کارکرد نتوانسته جایگاه درخور توجهی کسب کند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۴). به گونه‌ای که براساس آخرین آمار سازمان میراث فرهنگی و گردشگری ایران در سال ۱۳۸۹، تنها ۳۱۲۱۲۸۱ گردشگر وارد کشور

شده‌اند و در بین ۱۸۵ کشور، رتبه ۱۳۳ را به‌دست آورده است (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۹۰)؛ این در حالی است که براساس سند چشم‌انداز در افق ۱۴۰۴، جذب گردشگر در ایران باید ۱/۵ درصد و درآمد آن ۲ درصد رشد داشته باشد و پذیرای ۲۰ میلیون گردشگر با درآمدی حدود ۲۵ میلیارد دلار باشد (نوری و همکاران، ۱۳۹۱). از سوی دیگر با توجه به این که ایران از جمله کشورهایی است که با اقتصاد تک‌محصولی، اتکای شدیدی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام دارد، این شرایط باعث شده متغیرهای کلان اقتصادی با دنباله‌روی از قیمت جهانی در طول زمان دچار نوسانات شدیدی شوند؛ بنابراین رهایی از نفت در سایه افزایش صادرات کالاهای صنعتی، محصولات کشاورزی و برنامه‌ریزی برای توسعه فعالیت‌هایی چون صنعت گردشگری، امکان‌پذیر است (خاکساری و عباسی، ۱۳۹۲).

یکی از مباحث مهم و اساسی در برنامه‌ریزی گردشگری نیز تعیین جایگاه و وضعیت موجود این صنعت در یک منطقه و شناخت مناطق مختلف از جنبه‌های طبیعی، تاریخی و زیستی در اقصی نقاط یک سرزمین است (Jamrozy, 2007). بر این اساس، در برنامه‌ریزی‌های گردشگری، تلاش برای شناخت نواحی گردشگری، معرفی نواحی گردشگری مستعد، ارزیابی نوع جاذبه مناطق، ارزیابی مناطق مستعد سرمایه‌گذاری، تلاش به منظور توسعه پایدار نواحی گردشگری و تمرکز بر فعالیت‌های خاص در این مناطق مدنظر قرار می‌گیرند. براساس این رویکرد، از یک سو مناطق مستعد باید شناسایی شوند و از سوی دیگر در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، راهبردها و مقرراتی تنظیم و به کار گرفته شوند که جوابگوی نیاز گردشگران و متناسب با توسعه پایدار باشند (Nelson & Botterill, 2002).

یکی از مناطقی که در استان آذربایجان غربی دارای جاذبه‌های متعدد گردشگری است و در توسعه صنعت گردشگری نقش مهمی ایفا می‌کند، شهرستان خوی

می‌باشد. این شهرستان با توجه به دارا بودن موقعیت محیطی و وجود منابع سرشار طبیعی، انسانی، جاذبه‌های تاریخی و مذهبی، پتانسیل و ظرفیت فراوانی در زمینه گسترش صنعت گردشگری دارد که با تدوین خط‌مشی‌ها و سیاست‌گذاری‌های مناسب می‌توان صنعت جهانگردی و گردشگری را اولین گام مؤثر در فقرزدایی و توسعه اقتصادی، اجتماعی منطقه دانست. همچنین از آنجایی که رتبه‌بندی یا سطح‌بندی، روشی برای سنجش توسعه مناطق است و اختلاف مکانی، فضایی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مناطق را از منظر توسعه نسبت به یکدیگر نیز مشخص می‌کند و با این روش روند شکل‌گیری توسعه قطبی مناطق مشخص و در نهایت، در برنامه‌ریزی توسعه، مناطق نیازمند و کمتر توسعه‌یافته تعیین می‌گردد (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۰)؛ لذا در این پژوهش به منظور پی بردن به نابرابری‌های بین نواحی، به‌منظور تقویت زیرساخت‌ها، توجه بیشتر برنامه‌ریزان، استفاده بهینه‌تر زمانی گردشگران و مدیریت بهتر جاذبه‌های گردشگری، با استفاده از مدل تاکسونومی عددی به رتبه‌بندی نواحی گردشگری شهر خوی پرداخته شده است.

۲- پیشینه تحقیق

الف) پژوهش‌های خارجی

سابقه پژوهش در زمینه گردشگری به صورت یک رشته علمی، تقریباً به دویست سال پیش برمی‌گردد. اولین کتاب در رابطه با گردشگری تحت عنوان «راهنمای گردشگری» بود. از آن زمان تاکنون، مطالعاتی که در زمینه گردشگری انجام شده‌اند در سه بخش عمده بوده‌اند: اول، مطالعات شناخت و معرفی مکان‌های دیدنی، دوم مطالعاتی که گردشگری و تأثیرات آن را بررسی می‌کنند و در نهایت، مطالعاتی که به صورت تخصصی در رشته‌های فرعی گردشگری بحث می‌کنند.

ویلیامز^۱ (۲۰۰۰) در پژوهشی، نتیجه گرفت که همه تحقیقات در زمینه گردشگری، به توصیف و تحلیل درون منطقه‌ای محدود می‌شوند. وی معتقد است که با واردات کالاها و روابط اقتصادی، زمینه‌های رشد گردشگری فراهم می‌شود. همچنین برای تغییر الگوهای مهاجرت، تعادل پول، استفاده بهینه از زمین و توسعه اقتصادی، می‌توان از توسعه گردشگری استفاده کرد.

مک کرچر^۲ (۱۹۹۳) در پژوهشی، اصول گردشگری پایدار را شامل استفاده پایدار از منابع، کاهش مصرف انرژی و جلوگیری از اتلاف آن، حفظ تنوع، صنعت گردشگری و برنامه ریزی، حمایت از نظام اقتصاد محلی، مشارکت اجتماعات محلی، مشاوره با افراد ذی‌نفع و عامه مردم، آموزش خدمه، بازاریابی صنعت گردشگری و انجام تحقیقات مستمر پیرامون توسعه گردشگری می‌داند.

ترواینن^۳ و همکارانش (۲۰۱۴) در پژوهشی، مقاصد گردشگران در شمال لاپلند^۴ فنلاند را با هدف ترجیحات محیط‌زیست و محل اقامت گردشگران بررسی کردند. در نظرسنجی از ۱۰۵۴ گردشگر داخلی و خارجی، پاسخ‌دهندگان بر ارتباط محل اقامت با طبیعت، زیرساخت‌های سبز، دسترسی آسان به محل اقامت خود و کیفیت محیط‌زیست در انتخاب مقصد خود تأکید کردند.

هیانگ و پینگ^۵ (۲۰۱۲) در تحقیقی با مدل فازی و TOPSIS، به ارزیابی رقابت در صنایع گردشگری در ۹ کشور جنوب شرق آسیا پرداختند. این مطالعه در سال ۲۰۰۹ با استفاده از شش معیار (در دسترس بودن جاذبه‌ها، حمل‌ونقل مناسب، قیمت مناسب، امنیت، بازار عرضه محصولات، مناظر طبیعی) و ۱۵ زیرشاخص که توسط کارشناسان در بخش‌های مختلف، وزن‌دهی شدند، انجام گردید. نتایج نشان دادند که در رتبه‌بندی بین ۹

- 1- Williams
- 2- McKercher
- 3- Tyrvaäinen
- 4- Lapland
- 5- Huang and Peng

کشور، براساس معیارهای یادشده، به ترتیب چین، ژاپن، هنگ کنگ، مالزی، تایلند، سنگاپور، تایوان، کره و فیلیپین، بهترین عملکرد را داشتند.

محمد و جمیل^۱ (۲۰۱۲) در پژوهشی به بررسی و تحلیل اولویت بندی مقصد گردشگری براساس انگیزه گردشگران در مالزی، با استفاده از روش های TOPSIS و فازی پرداختند. نتایج این تحقیق نشان دادند که بازدید دوستان و بستگان و تمدد اعصاب و استراحت، دو عامل تأثیرگذار در انتخاب مقصد هستند. همچنین ملاقات افراد جدید، آرامش، درمان، آشنایی با فرهنگ های جدید، لذت بردن از زندگی و خرید در شب، از دیگر عوامل مؤثر در انتخاب مقصد گردشگران می باشند.

زهانگ^۲ و همکارانش (۲۰۱۱) در پژوهشی، به رتبه بندی ۱۶ شهرستان در دلتای رود یانگ تسه، با هدف بهبود رقابت برای جذب گردشگران پرداختند. این مطالعه تجربی، در دو مرحله انجام شد. در مرحله اول، ۳۵ شاخص، شناسایی و با روش آنتروپی، وزن دهی شدند و در مرحله دوم، از روش TOPSIS برای رتبه بندی استفاده گردید. نتایج نشان دادند که مدل های TOPSIS و آنتروپی، روش های مؤثری در ارزیابی و رتبه بندی جذب مقصد گردشگری هستند.

یوکسل^۳ و همکارانش (۲۰۰۵) به بررسی اداره گردشگری به صورت متمرکز و غیرمتمرکز در ترکیه، مسائل مربوط به ارزیابی تمرکززدایی از حکومت مرکزی و نیز به توانایی های بالقوه و مزایا و کاستی های آن، با استفاده از یک چارچوب کلی پرداختند. در نهایت، به تمهیدات مربوط به عدم تمرکز و پذیرش بی چون و چرای این سیاست ها، هشدار می دهند.

هانگ^۴ و همکارانش (۲۰۰۶) به بررسی نقش طبقه بندی، تصویر عاطفی و محدودیت ها در شکل گیری مدل مجموعه انتخاب پرداختند. در این تحقیق فرض شد

که افراد، مقصدهای سفر را به گروه های مشابه، طبقه بندی می کنند و تصویر عاطفی این گروه ها، در فرایند انتخاب، استفاده می شود. در ابتدا مقصدهای مشابه از طریق روش MDS^۵، طبقه بندی شدند و سپس یک مدل لاجیت چندجمله ای آشیانه ای برای تعیین قصد بازدید از یک مقصد معین، به کار گرفته شد. تصاویر عاطفی از مقصدهای سفر و محدودیت های فردی، متغیرهای مؤثر در این فرایند هستند. متغیرهای وابسته، قصد بازدید از هشت پارک ملی در کره جنوبی است. نتایج نشان دادند که مفهوم طبقه بندی و فرایند ترتیبی در انتخاب مقصد، تأثیرگذار هستند. طبقه بندی مقصدهای سفر در گروه های مشابه، فرایند انتخاب تصمیم گیران را آسان می کنند؛ به گونه ای که برای انتخاب محل، به تلاش کمتری نیاز دارند. همچنین عامل تصویر عاطفی منطقه مورد نظر که در بیشتر تحقیقات، نادیده گرفته می شود، در این پژوهش نیز مورد توجه قرار گرفت و نتایج نشان دادند که این عامل، نقش مهمی در انتخاب مقصد سفر دارد.

ب) پژوهش های داخلی

قنبری و همکارانش (۱۳۹۱) در پژوهشی، به شناسایی و اولویت بندی جاذبه های گردشگری شهرستان روانسر براساس پتانسیل جذب گردشگر پرداختند. همچنین آنها به تعیین مکان های جاذب گردشگر این شهرستان و ارائه راهکارهایی به منظور ارتقای نقاط قوت و رفع موانع و مشکلات مناطق هفت گانه جاذب گردشگر محدوده مورد مطالعه پرداختند.

حدادی نیا (۱۳۸۷) در تحقیقی، چهار پهنه مناسب گردشگری طبیعی در شهرستان خاتم را شناسایی کرد و نتیجه گرفت که پهنه واقع در خوانسار، بالاترین اولویت و پهنه ای در غرب هرات، کمترین اولویت را دارد.

شماعی و موسیوند (۱۳۹۰) در پژوهشی، به سطح بندی شهرستان های استان اصفهان، از لحاظ زیرساخت های گردشگری پرداخته و نتیجه گرفتند که

1- Mohamad and Jamil

2- Zhang

3- Yüksel

4- Hong

5- Multi Dimensional Scaling

شهرستان‌های اصفهان و کاشان، به ترتیب بیشترین اهمیت را در جذب گردشگر دارند.

سلطانی و شاهنوشی (۱۳۹۱) به اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان مشهد مقدس، از منظر گردشگران داخلی پرداخته و نتیجه گرفتند که گردشگران شهرستان مشهد مقدس با جاذبه‌های جدید ایجاد شده، ارتباط مناسبی نداشته‌اند.

نصراللهی و همکارانش (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای به ارزیابی و رده‌بندی ۱۶ استان کشور ایران، از نظر انواع جاذبه‌های گردشگری و برخی از شاخص‌های رشد اقتصادی پرداختند. نتایج تحقیق آنها بیانگر آن بودند که استان‌های فارس، تهران و خراسان رضوی از نظر دارا بودن جاذبه‌های گردشگری، بالاترین رتبه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند و جاذبه‌های انسان‌ساخت، بیشتر از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، شاخص‌های رشد اقتصادی را تحت تأثیر قرار داده‌اند.

امانپور و همکارانش (۱۳۹۲) تحقیقی را با عنوان «رتبه‌بندی شهرستان‌های استان خوزستان از لحاظ شاخص‌های گردشگری»، با استفاده از مدل TOPSIS انجام دادند. نتایج تحقیق نشان دادند که استان خوزستان با صدها جاذبه تاریخی، فرهنگی و مذهبی و وجود مناطق جنگی، قابلیت توسعه و سرمایه‌گذاری کلان در این صنعت را دارد و رتبه‌بندی شهرستان‌ها، بیانگر این است که شهرستان‌های اهواز، دزفول و شوشتر، از بالاترین رتبه برخوردار هستند.

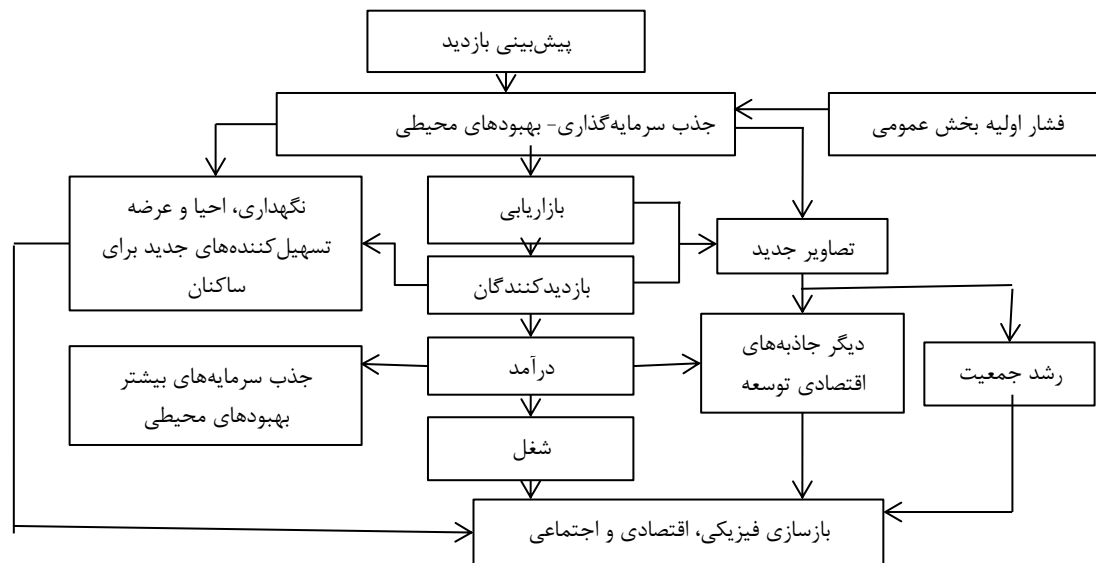
حاجی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۲) مطالعه‌ای با عنوان «رتبه‌بندی میزان برخورداری جاذبه‌ها و زیرساخت‌های گردشگری در مراکز شهرستان‌های استان مازندران»، با استفاده از رویکرد تحلیل عوامل استراتژیک انجام داد. هدف این مطالعه، سطح‌بندی براساس برخی از عوامل مؤثر در جذب گردشگر شهری، با بهره‌گیری از مدل TOPSIS است. نتایج نشان دادند که شهرستان ساری از نظر جاذبه‌ها و زیرساخت‌ها در مقام اول قرار دارد.

کلانتری و ملک (۱۳۹۳) در پژوهشی، به تحلیل فضایی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری و زیرساخت‌های ارتباطی و شبکه‌راه‌ها در مناطق کویری ایران پرداختند. نتایج این پژوهش نشان دادند که جاذبه‌های گردشگری، با توجه به پهنای متعادل بیضی و استقرار نقطه مرکز متوسط در نزدیکی مرکز جغرافیایی شهرستان خور و بیابانک، تا حدی متعادل هستند. همچنین بررسی الگوی استقرار زیرساخت‌های ارتباطی و توزیع فضایی جاذبه‌های گردشگری نشان داد که با کم شدن مساحت پهنه‌های رتبه‌بندی زیرساخت‌های ارتباطی، از میزان جاذبه‌های گردشگری کاسته می‌شود.

۳- مبانی نظری

گردشگری شهری

از دهه ۱۹۷۰ میلادی، شهرها در فعالیت اقتصادی خود با کاهش مواجه شدند و به ایجاد راه‌ها و روش‌های جدید درآمد و شغل پرداختند. این کاهش، نیاز به فعالیت‌هایی برای بازسازی فیزیکی مناطق متروکه و دورافتاده را ضروری کرد. هم‌زمان با کاهش اقتصادی در شهرها، گردشگری در حال رشد بود و بررسی در مورد این که آیا گردشگری می‌تواند نقشی در احیای فیزیکی و اقتصادی شهرها ایفا کند، ضرورت یافت. بر همین اساس طی دهه ۱۹۸۰ میلادی، به طور گسترده‌ای، خط‌مشی‌ها و سیاست‌هایی به منظور توسعه گردشگری در شهرهای آمریکای شمالی و اروپای غربی، به کار گرفته شد. گردشگری شهری به ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، عامل مؤثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه، بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود (کاظمی، ۱۳۸۶). در شکل ۱، استراتژی گردشگری شهری نشان داده شده است.



شکل ۱- استراتژی گردشگری شهری

منبع: (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۷)

- تسهیلات و خدمات توریستی دیگر (شماعی و موسیوند، ۱۳۹۰).

توسعه پایدار گردشگری

توسعه پایدار گردشگری، فرایندی است که با بهبود کیفیت زندگی میزبانان، تأمین تقاضای بازدیدکنندگان و حفاظت از منابع طبیعی و انسانی در ارتباط است. برخی از صاحب‌نظران، گردشگری پایدار را رویکردی که مستلزم عملکردی برای حیات و کیفیت بلندمدت هم منابع طبیعی و هم انسانی است، تعریف می‌کنند (مشیری و سید ابوسعیدی، ۱۳۸۹). گردشگری پایدار، نیازمند جلوگیری از تخریب و انحطاط سیستم‌های اجتماعی، فرهنگی و اکولوژیکی جامعه میزبان است و ساکنان بومی باید از آن، منافع را کسب کنند. برای تحقق موفقیت‌آمیز گردشگری پایدار، این پارادایم، مستلزم ترکیب چشم‌انداز سیاست، برنامه‌ریزی، مدیریت و فرایندهای یادگیری اجتماعی است (قدمی، ۱۳۹۰). در جدول ۱ زمینه‌ها، اهداف و راهبردهای توسعه پایدار با رویکرد گردشگری، آورده شده است.

گردشگری شهری، رهیافتی جدید برای فهمیدن گردشگری است. برخی از محققان، ترکیب‌های مختلفی از گردشگری ارائه کرده‌اند که در نهایت به سیستم گردشگری مرتبط هستند؛ زیرا یک مفهوم اساسی در برنامه‌ریزی گردشگری آن است که گردشگری را باید به صورت سیستمی مرکب از عوامل عرضه و تقاضا در نظر گرفت که به یکدیگر مرتبط هستند. گردشگری مانند هر موضوع چندبعدی دیگر، یک سیستم است؛ به تبع این خصیصه و این که هر سیستم از اجزایی تشکیل می‌شود، گردشگری نیز عناصر و اجزایی دارد که با ترکیب با یکدیگر، کلیتی را به وجود می‌آورند. درک درست هر سیستم به شناخت اجزای سیستم و کلیت آن نیازمند است. بر این اساس، نظام گردشگری، متشکل از عناصر زیر است:

- جاذبه‌ها و فعالیت‌های توریستی
- مراکز اقامتی
- تسهیلات و خدمات حمل‌ونقل
- عناصر مؤسساتی
- تأسیسات زیربنایی دیگر

جدول ۱- زمینه‌ها، اهداف و راهبردهای توسعه پایدار با رویکرد گردشگری

زمینه	هدف	راهبرد
اقتصادی	پویایی اقتصادی یافت	بالا بردن سطح درآمد ساکنان و پایین آوردن بار تکفل، با ایجاد فرصت‌های شغلی، رونق مشاغل محلی، استفاده از نیروی کار محلی در اداره مراکز گردشگری
اجتماعی	تقویت حیات اجتماعی در یافت	ایجاد نظارت اجتماعی، ایجاد کاربری‌های گذران اوقات فراغت، از بین بردن ناهمگونی‌های اجتماعی، جلب مشارکت مردمی
فرهنگی	احیای هویت فرهنگی یافت و تکیه بر آن در برنامه‌ریزی گردشگری	احیای هنجارهای رفتاری کهن، اجرای ارزش‌های کالبدی کهن، شناساندن ارزش‌های تاریخی فرهنگی یافت به گردشگران
کالبدی	ایجاد محیطی مطلوب برای ساکنان و گردشگران	معاصرسازی عملکردها، از بین بردن کاربری‌های ناسازگار، اقدام‌های زیست‌محیطی و بهداشتی (دفع فاضلاب و آب‌های سطحی)، تداوم سازمان فضای کهن، تعریف شبکه پیاده، محدود ساختن ترافیک سواره، احداث پارکینگ

منبع: (رفیعیان و همکاران، ۱۳۸۹)

۴- روش تحقیق

این پژوهش به‌منظور اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان خوی انجام شده و روش آن، توصیفی- تحلیلی و از لحاظ هدف، کاربردی است. برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز، از مطالعات اسنادی و نیز مطالعات میدانی، مشاهده و پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه مورد استفاده به صورت پرسشنامه محقق‌ساخته و با سؤالات بسته، در قالب طیف لیکرت با گویه‌های پنج‌گزینه‌ای، تنظیم شده است. محققان برای تعیین وزن شاخص‌های تحقیق، با تهیه پرسشنامه ویژه کارشناسان، نظرهای ۳۰ نفر از کارشناسان مرتبط با گردشگری شهرستان را جویا شده و با استفاده از مدل تاکسونومی عددی، وزن نهایی چهار پارامتر تحقیق، محاسبه گردید و اوزان محاسبه شده، در راستای اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان، به کار گرفته شدند.

روش‌ها و فنون کمی مختلفی، برای سنجش و رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری، وجود دارند که در سازمان‌دهی و ارزیابی اطلاعات، بسته به میزان اعتبار و وثوق اطلاعات در دسترس و مهارت‌های برنامه‌ریزان محلی استفاده می‌شوند؛ از جمله این روش‌ها می‌توان به تحلیل‌های تاکسونومی، عاملی، خوشه‌ای و شبکه‌های عصبی اشاره کرد. در این تحقیق، به منظور شناسایی و

رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهر خوی به لحاظ جذب گردشگر، از روش تاکسونومی عددی استفاده شده است. تاکسونومی عددی، روشی برای رتبه‌بندی و مقایسه است که قادر است با تلفیق تعدادی از شاخص‌های مرتبط با معیار مورد بررسی، گزینه‌های مورد مطالعه را اولویت‌بندی نماید.

۵- یافته‌های تحقیق

در ابتدای بحث، لازم است که فرایند مدل تاکسونومی عددی توضیح داده شود. تکنیک آنالیز تاکسونومی عددی، شامل مراحل ذیل است:

۱- تشکیل جدول ماتریس اطلاعات اولیه بر مبنای شاخص‌های مورد استفاده، به صورتی که نام نقاط یا مناطق مورد مطالعه، در یک ستون و مقادیر شاخص‌های مورد استفاده، در ستون مقابل آن نوشته می‌شوند.

۲- ممکن است شاخص‌های مختلف دارای مقیاس‌های مختلفی باشند، از این رو، لازم است شاخص‌های مورد استفاده از مقیاس، رها شوند و عدم‌تجانس شاخص‌ها، از بین برود و برای این کار می‌توان از روش استاندارد کردن استفاده کرد. در این تحقیق، برای استاندارد کردن داده‌ها، از روش تقسیم کردن انحراف مقادیر از میانگین به انحراف معیار استفاده شده است.

۳- محاسبه فواصل بین بخش‌ها: تفاوت یا فاصله هر منطقه نسبت به مناطق دیگر در مورد هر یک از شاخص‌ها، محاسبه می‌شود.

۴- محاسبه فاصله هر بخش (منطقه) از بخش دیگر بر مبنای مجموع شاخص‌های به کار گرفته شده: اعداد به دست آمده، به توان دو می‌رسند و به صورت افقی، جمع و سپس از آنها جذر گرفته می‌شوند. مقادیر به دست آمده، فاصله هر بخش از بخش بعدی را نشان می‌دهند. این ماتریس، متقارن بوده و قطر آن برابر صفر است.

۵- تعیین کوتاه‌ترین فاصله: در این ماتریس هر عنصر، نشان‌دهنده فاصله یا تفاوت بین دو بخش (منطقه) است که این مناطق در سطر و ستون مشخص می‌شوند. در هر یک از سطرها، کمترین مقدار نشان‌دهنده کوتاه‌ترین فاصله است.

۶- مشخص کردن بخش‌های همگن: برای دستیابی به بخش‌های همگن، حد بالا (D^+) و حد پایین (D^-) برای کوتاه‌ترین فواصل، از طریق معادله زیر به دست می‌آید:

$$D \pm = d \pm 2sd \quad (1)$$

در رابطه فوق، $D \pm$ حد بالا و پایین، $\bar{d}$ میانگین کوتاه‌ترین فاصله و sd انحراف معیار کوتاه‌ترین فاصله را نشان می‌دهد. نقاطی که کوتاه‌ترین فواصل آنها مابین دو حد بالا و پایین باشند، همگن و نقاطی که کوتاه‌ترین فاصله آنها از نقاط دیگر، مابین دو حد فوق قرار نگیرند، جزو بخش‌های ناهمگون محسوب می‌شوند.

۷- محاسبه فاصله مرکب هر منطقه از منطقه ایده‌آل: بزرگ‌ترین مقدار در هر یک از ستون‌های

ماتریس مرحله دوم به عنوان مقدار ایده‌آل، انتخاب و فاصله مرکب هر منطقه از منطقه ایده‌آل، از طریق فرمول زیر، محاسبه و با علامت C_{io} نشان داده می‌شوند که نشان‌دهنده فاصله منطقه i تا بخش ایده‌آل است.

$$C_{io} = \sqrt{\sum (y_i - y_o)^2} \quad (2)$$

در رابطه فوق، C_{io} ، فاصله مرکب هر بخش از بخش ایده‌آل، y_i ، مقادیر موجود در ماتریس استاندارد و y_o ، مقدار ایده‌آل هر ستون در ماتریس استاندارد را نشان می‌دهد.

۸- محاسبه درجه توسعه بخش‌ها (مناطق): در این مرحله سطح نسبی توسعه هر بخش از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$F_i = \frac{C_{io}}{C_o} \quad (3)$$

در رابطه بالا، F_i ، سطح توسعه هر بخش، C_{io} ، فاصله مرکب هر بخش از بخش ایده‌آل و C_o ، میانگین C_{io} به اضافه دو برابر انحراف معیار همان ستون است که از معادله زیر به دست می‌آید:

$$C_o = \overline{C_{io}} + 2S_{io} \quad (4)$$

که $\overline{C_{io}}$ ، میانگین ستون C_{io} و S_{io} ، انحراف معیار C_{io} می‌باشد. خروجی روش تاکسونومی، F_i است. همواره مقدار F_i بین صفر و یک می‌باشد و هرچه به یک نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده عقب‌ماندگی منطقه و هرچه به صفر نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده توسعه‌یافتگی منطقه است که براساس آن می‌توان وضعیت توسعه را مشخص کرد (جدول ۲).

جدول ۲- وضعیت هر یک از مناطق از لحاظ جاذب بودن گردشگری

ردیف	درجه‌بندی	وضعیت توسعه
۱	$0 < Fi \leq 0.5$	نسبتاً توسعه‌یافته
۲	$0.5 < Fi \leq 0.7$	در حال توسعه
۳	$0.7 < Fi$	عقب‌مانده

منبع: (مؤمنی و صابر، ۱۳۸۹)

معرفی شاخص‌ها

زمینه گردشگری استفاده شده است. در جدول ۳،

شاخص‌های مورد بررسی در تحقیق به همراه مؤلفه‌ها و نحوه محاسبه آن‌ها تشریح شده‌اند.

در این تحقیق به منظور اولویت‌بندی مراکز جاذب گردشگری شهرستان خوی، از چهار شاخص مؤثر در

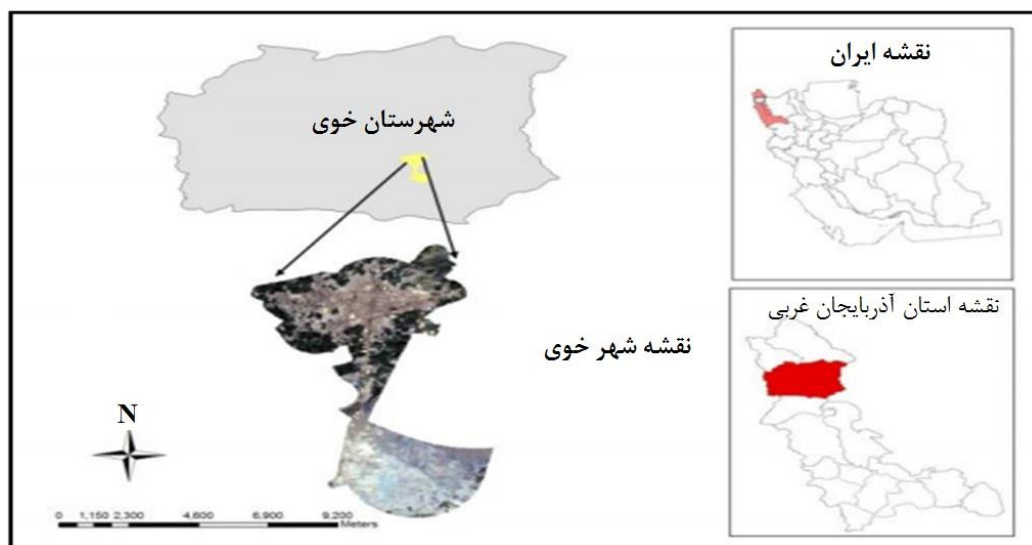
جدول ۳- شاخص‌های مورد استفاده در تحقیق و توضیحات مربوطه

شاخص‌ها	معرفی شاخص‌ها
زیرساخت‌ها و تأسیسات	در این پژوهش، هر چه جاذبه مورد نظر از لحاظ امکانات و تأسیسات زیرساختی (برق، آب آشامیدنی، تلفن، پارکینگ و ...) وضعیت بهتری داشته باشد، امتیاز بیشتری کسب می‌کند و بالعکس.
تسهیلات و خدمات رفاهی	یکی از پارامترهای مهم برای گردشگران، میزان دسترسی به تسهیلات و خدمات رفاهی در محل جاذبه گردشگری می‌باشد. در این پژوهش، هر چقدر جاذبه از لحاظ تسهیلات و خدمات رفاهی (مراکز بهداشتی- درمانی، هتل، مهمان‌سرا، فروشگاه‌ها و ...) مطلوب‌تر باشد، امتیاز بیشتر و هرچه دسترسی به تسهیلات و خدمات رفاهی کمتر باشد، امتیاز کمتری تلقی می‌گردد.
دسترسی	سهولت دسترسی به مکان‌های گردشگری نیز یکی دیگر از پارامترهای مورد نظر گردشگران است که در این پژوهش، هر اندازه میزان دسترسی (از لحاظ معیارهای کیفیت جاده، فاصله از مرکز شهرستان و موقعیت نسبت به دیگر جاذبه‌ها و ...) بهتر باشد، مکان مورد نظر، امتیاز بیشتر و با دسترسی دشوارتر، امتیاز کمتری برای جاذبه در نظر گرفته شده است.
عدم مخاطرات طبیعی	به طور طبیعی هر اندازه مخاطرات طبیعی (سیل، زلزله، رانش زمین و ...) یک مکان جاذب گردشگری، کمتر باشد، امتیاز بیشتر و با افزایش میزان مخاطرات طبیعی، امتیاز مکان جاذب گردشگری، کاهش می‌یابد.

محدوده و قلمرو تحقیق

محدود می‌شود (نقشه ۱). شهر خوی با وسعتی در حدود ۶۰۰۰ کیلومتر مربع، وسیع‌ترین شهرستان استان بوده و براساس سرشماری ۱۳۸۵، بالغ بر ۳۶۰۵۰۹ نفر و در سال ۱۳۸۵، ۱۸۲۸۱۸ نفر جمعیت داشته است (حکیمی و همکاران، ۱۳۹۰).

شهر خوی، در دشتی نسبتاً وسیع، در استان آذربایجان غربی قرار گرفته و بعد از ارومیه، دومین شهر استان آذربایجان غربی می‌باشد. این شهر، از شمال به شهرستان ماکو و چالدران، از جنوب به شهرستان سلماس، از شرق به شهرستان مرنده و از غرب به ترکیه



نقشه ۱- موقعیت محدوده مورد مطالعه

منبع: (معبودی و حکیمی، ۱۳۹۴)

مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری شهر خوی

برج شمس تبریزی: برج شمس تبریزی بر مزاری منسوب به شمس تبریزی در دوره صفویان ساخته شده است. این بنا در محله امامزاده سید بهلول و در شمال غربی شهر خوی، واقع شده است. برج یا مناره شمس تبریزی خوی، از آجر ساخته شده و با شاخ‌های قوچ و میش‌های وحشی (که شاه اسماعیل صفوی در یک روز شکار کرده بود)، زینت داده شده است. در گذشته، دو مناره و گنبدی از طلا، بر مزار شمس وجود داشته است؛ ولی در حال حاضر، فقط مناره معروف به «کله آهو» باقی مانده است. در ورودی مناره، روزنه‌ای مستطیل شکل با پله‌هایی مارپیچ دیده می‌شود که می‌توان از آن بالا رفت و به نوک برج رسید.

آبشار بدلان: آبشار بدلان که به آبشار قزل چیر نیز معروف است، در ۳۵ کیلومتری شهرستان خوی و ۱۰ کیلومتری روستای بدلان در مسیر کوه‌های اورین واقع شده است و بیش از ۵۰ متر ارتفاع دارد. آب سرچشمه آبشار بدلان، از شکافی به داخل یک گودال غارمانند سرازیر می‌شود و از این معبر باریک، امکان دسترسی به بالای آبشار وجود دارد. وجود درختچه‌های کوچک در مجاورت آبشار، زیبایی خاصی به آن بخشیده است و به همین دلیل، طبیعت بکر و زیبای این آبشار، هر ساله میزبان گردشگران و علاقه‌مندان به طبیعت می‌باشد.

موزه خوی: موزه خوی، در خیابان امام واقع شده است. ساختمان یک طبقه این موزه به مساحت ۲۵۶ مترمربع؛ شامل دو سالن و یک تالار کوچک است که در سال ۱۳۴۸ خورشیدی بنا شده است و سپس در سال ۱۳۵۸ به منظور گسترش موزه، سه تالار کوچک به آن افزوده شد. در این موزه، اشیایی متعلق به پیش از تاریخ، دوره‌های تاریخی و آثاری مربوط به هنرهای ایرانی و مردم‌شناسی به نمایش گذاشته شده است. از جمله آثار ارزشمند این موزه می‌توان به سنگ‌نبشته شاه تهماسب صفوی، کتاب‌های خطی، سکه‌های دوران مختلف، گل‌مهرها و ... اشاره نمود.

مقبره شیخ نوایی: آرامگاه منور حضرت آخوند نوایی، در جنوب غربی شهر خوی با دو مناره کاشی‌کاری شده و طاق و گنبدی طلایی‌رنگ و نمای منظری کاشی‌کاری در ابتدای بلوار شیخ نوایی قرار دارد. این بقعه دارای یک ضریح بسیار زیبا و قلم‌کاری شده با نقش آیات الهی و گل و بوته است و در اطراف آن، قبور متبرکه علما و بزرگان شهرستان خوی قرار گرفته است و این بنا با مساحتی در حدود ۲۰۰۰ مترمربع دارای امکاناتی؛ نظیر مسجد، حسینیه، زائرسرا، آشپزخانه، وضوخانه و سرویس بهداشتی زنانه و مردانه و سایر امکانات رفاهی می‌باشد و تقریباً اکثر مراسم مذهبی و فرهنگی در شهرستان، در این مکان برگزار می‌گردند و به عنوان یکی از قطب‌های فرهنگی و گردشگری مذهبی خوی محسوب می‌شود.

منطقه حفاظت‌شده مراکان: منطقه حفاظت شده مراکان، در جنوب سواحل رودخانه ارس و در شهرستان خوی قرار دارد. مرز شمالی این منطقه، رودخانه مرزی ارس و جمهوری آذربایجان است. این منطقه از شمال به رودخانه ارس، از جنوب به دشت فرسایشی رودخانه قطور چای، از غرب به دشت‌های کشاورزی قره ضیاالدین و از شرق به جاده اصلی که از جلفا منشعب شده و به سمت جنوب ادامه می‌یابد. منطقه حفاظت شده مراکان خوی به‌عنوان مهم‌ترین و زیباترین منطقه اکوتوریسم با ۱۰۳ هزار و ۹۸۳ هکتار مساحت، از قدیمی‌ترین مناطق چهارگانه سازمان حفاظت محیط‌زیست است.

رتبه‌بندی مراکز گردشگری شهر خوی

همان‌طور که قبلاً گفته شد، شاخص‌های اولویت‌بندی مراکز جاذب گردشگر در شهر خوی، در چهار بخش زیرساخت‌ها و تأسیسات، تسهیلات و خدمات رفاهی، دسترسی و عدم مخاطرات طبیعی، تقسیم شد و با استفاده از تکنیک تاکسونومی عددی، به رتبه‌بندی این مراکز پرداخته شده است. نتایج رتبه‌بندی در جدول ۴، نشان داده شده‌اند.

جدول ۴- رتبه‌بندی مراکز گردشگری شهر خوی

جاذبه‌های گردشگری	زیرساخت‌ها و تأسیسات	تسهیلات و خدمات رفاهی	دسترسی	عدم‌مخاطرات طبیعی
	Fi	Fi	Fi	Fi
برج شمس تبریزی	۰/۸۱	۰/۴۶	۰/۷۰	۰/۲۳
مقبره شیخ نوایی	۰/۶۹	۰/۵۹	۰/۷۳	۰/۳۹
موزه خوی	۰/۸۲	۰/۶۱	۰/۴۶	۰/۴۳
آبشار بدلان	۰/۹۱	۰/۷۹	۰/۸۵	۰/۸۴
منطقه حفاظت شده مراکان	۰/۹۷	۰/۸۸	۰/۷۹	۰/۶۸

رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری از لحاظ

تأسیسات و زیرساخت‌ها

با توجه به جدول ۴، جاذبه‌های مقبر شیخ نوایی، برج شمس تبریزی، موزه خوی، آبشار بدلان و منطقه حفاظت‌شده مراکان، به ترتیب رتبه‌های اول تا پنجم را در بخش زیرساخت‌ها و تأسیسات به‌دست آوردند.

رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری از لحاظ

تسهیلات و خدمات رفاهی

از نظر تسهیلات و خدمات رفاهی نیز به ترتیب برج شمس تبریزی، مقبره شیخ نوایی و موزه خوی، آبشار بدلان و منطقه حفاظت‌شده مراکان، در رتبه‌های یک تا پنج قرار دارند.

رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری از لحاظ شاخص

دسترسی

سهولت دسترسی به مکان‌های گردشگری نیز یکی دیگر از پارامترهای موردنظر گردشگران است. از این نظر، جاذبه‌های گردشگری مورد نظر شهرستان خوی از لحاظ دسترسی، به ترتیب موزه خوی، برج شمس تبریزی، مقبره شیخ نوایی، منطقه حفاظت‌شده مراکان و آبشار بدلان، رتبه‌های یک تا پنج را به خود اختصاص داده‌اند.

رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری از لحاظ شاخص

عدم‌مخاطرات طبیعی

به طور طبیعی، هر اندازه مخاطرات طبیعی (سیل، زلزله، رانش زمین و ...) یک مکان جاذب گردشگری، کمتر باشد، امتیاز بیشتر و با افزایش میزان مخاطرات طبیعی، امتیاز مکان جاذب گردشگری، کاهش می‌یابد. از

نظر این شاخص، جاذبه‌های برج شمس تبریزی، مقبره شیخ نوایی، موزه شهر خوی، منطقه حفاظت‌شده مراکان و آبشار بدلان، به ترتیب در رتبه یک تا پنج قرار گرفته‌اند.

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

گردشگری، فعالیتی چندمنظوره است که در چند دهه اخیر، سهم عمده‌ای در توسعه منطقه‌ای و ناحیه‌ای کشورها داشته است. از آنجا که گردشگری، فعالیتی کاربر است که پیامدهای فرهنگی و اقتصادی به همراه دارد؛ در سال‌های اخیر نه تنها در سطوح فراملی، بلکه در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی مورد توجه قرار گرفته است. بسیاری از برنامه‌ریزان و مدیران شهری و روستایی برای شکوفایی و توسعه گردشگری، درصدد توسعه بیشتر نواحی تحت نظارت خود و بهینه کردن خدمات گردشگری در راستای افزایش ارزش‌افزوده این فعالیت هستند. از این رو، توجه به پتانسیل‌های مناطق در جذب گردشگر، از ملزومات حرکت به سوی توسعه نواحی است.

یکی از مشکلات مهم در توسعه فضایی به‌ویژه توسعه ناحیه‌ای گردشگری، ضعف در سلسله‌مراتب نواحی گردشگری مبتنی بر رابطه تعاملی میان نواحی گردشگری است. سطح‌بندی مناطق براساس پتانسیل‌های آنها در جذب گردشگر و خدمات موجود در نواحی، برای شناخت تفاوت‌ها و تعیین خدمات مورد نیاز و تعدیل نابرابری بین آنها است. بهره‌برداری مناسب از زیرساخت‌ها، بستگی به شناخت دقیق و سطح‌بندی

امکانات، تأسیسات، خدمات و ظرفیت‌های موجود در هر منطقه و ناحیه دارد.

بر این اساس، در این مقاله با توجه به چهار شاخص زیرساخت‌ها و تأسیسات و تسهیلات و خدمات رفاهی، دسترسی و عدم مخاطرات طبیعی، با استفاده از مدل تاکسونومی عددی نسبت به رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهر خوی در پتانسیل آنها نسبت به جذب گردشگر پرداخته شده است. هدف اصلی این تحقیق، شناخت عوامل مؤثر بر جذب گردشگر و کارایی فضاهای گردشگری است. با توجه به نتایج به‌دست آمده از رتبه‌بندی، برج شمس تبریزی شهر خوی دارای بیشترین پتانسیل جذب گردشگر در این شهر می‌باشد؛ در مقابل با وجود این که آبشار بدلان و منطقه حفاظت‌شده مراکان، جزو جاذبه‌های طبیعی ناب شهر خوی از لحاظ جذب گردشگر بوده و دارای توان‌های گردشگری بالقوه هستند، اما ضعف تسهیلات و خدمات و زیرساخت‌های موجود و بعضاً احتمال بروز مخاطرات طبیعی در این مناطق، باعث شده است که این مناطق در جذب گردشگر نتوانند موفق باشند؛ لذا در این راستا پیشنهادهایی به شرح زیر مطرح می‌گردند:

- بازاریابی صنعت گردشگری در شهر خوی و شناساندن جاذبه‌های این شهر به گردشگران
- جذب افراد متخصص در بخش گردشگری
- افزایش خدمات و امکانات رفاهی از جمله مهمان‌سراها و مسافرخانه‌ها
- ارتقای کیفیت زیرساخت‌های موجود برای افزایش رضایت گردشگران و جذب بیشتر گردشگر
- حمایت و تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در تأسیس امکانات رفاهی.

۷- منابع

امانپور، سعید؛ محمدی، اصغر؛ ناصر، مریم. (۱۳۹۲). رتبه‌بندی شهرستان‌های استان خوزستان از لحاظ شاخص‌های گردشگری با استفاده از مدل TOPSIS.

فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۵(۲)، ۲۰۱-۲۲۱.

ایمانی، بهرام؛ خسروی مهر، حمیده؛ طورانی، عاطفه. (۱۳۹۴). ارزیابی و رتبه‌بندی موانع توسعه گردشگری در شهرستان مینودشت. نشریه گردشگری شهری، ۲(۱)، ۷۵-۸۹.

تاج‌علی، معصومه. (۱۳۸۵). بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در جمهوری اسلامی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهرا (س). تقوایی، مسعود؛ اکبری، محمود. (۱۳۸۷). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری. اصفهان: پیام علوی.

تقوایی، مسعود؛ وارثی، حمیدرضا؛ شیخ بیگلر، رعنا. (۱۳۹۰). تحلیل نابرابری‌های توسعه ناحیه‌ای در ایران. پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴۳(۷۸)، ۱۶۸-۱۵۳.

حاجی‌نژاد، علی؛ علیزاده، محمدرضا؛ اسلام‌فرد، فاطمه؛ فاطمی، محمدمهدی. (۱۳۹۲). رتبه‌بندی میزان برخورداری جاذبه‌ها و زیرساخت‌های گردشگری در مراکز شهرستان‌های استان مازندران با استفاده از رویکرد تحلیل عوامل استراتژیک. فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۵(۳)، ۱۳۰-۱۱۳.

حدادی‌نیا، سمیه. (۱۳۸۷). پهنه‌بندی گردشگری متکی به طبیعت، مبتنی بر معیارهای زیست‌محیطی، شهرستان خاتم، استان یزد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه تهران.

حکیمی، هادی؛ پورمحمدی، محمدرضا؛ پرهیزکار، اکبر؛ مشکینی، ابوالفضل. (۱۳۹۰). ارزیابی شاخص‌های کمی و کیفی مسکن در سکونت‌گاه‌های غیررسمی ایران، مطالعه موردی جمشیدآباد خوی. مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۲۲(۴)، ۲۱۰-۱۹۷.

خاکساری، علی؛ عباسی، مریم. (۱۳۹۲). شناسایی پتانسیل‌های گردشگری کوه‌رنگ و ارائه راهکارهای مناسب جهت توسعه گردشگری منطقه. اطلاعات جغرافیایی، ۲۲(۸۸)، ۱۱۴-۱۰۶.

رفیعیان، محسن؛ بمانیان، محمدرضا؛ رفیعیان، مجتبی. (۱۳۸۹). شناسایی پهنه‌های زمینه‌ساز توسعه خلاق بافت‌های فرسوده با رویکرد گردشگری در برنامه‌ریزی شهری، نمونه موردی محله امام‌زاده یحیی، ناحیه ۲،

- منطقه ۱۲ شهرداری تهران. دو فصلنامه مدیریت شهری، ۸(۲۵)، ۲۳۵-۲۵۷.
- زنگی آبادی، علی؛ محمدی، جمال؛ زیرک‌باش، دیبا. (۱۳۸۵). تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان. *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، ۴(۸)، ۱۳۱-۱۵۸.
- سلطانی، سحر؛ شاهنوشی، ناصر. (۱۳۹۱). اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری عمده شهرستان مشهد از منظر گردشگران داخلی. *دوفصلنامه مطالعات گردشگری*، ۱(۱)، ۵-۱۷.
- شماعی، علی؛ موسیوند، جعفر. (۱۳۹۰). سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل AHP و TOPSIS. *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، ۳(۱۰)، ۱۱-۲۳.
- قاسمی، مسلم؛ شرفی، حجت‌اله؛ جعفری، مرضیه؛ شیخ علی‌پور، بهزاد. (۱۳۹۵). رتبه‌بندی زیرساخت‌های گردشگری شهری با استفاده از تکنیک کوپراس مطالعه موردی: استان زنجان. *نشریه گردشگری شهری*، ۳(۱)، ۳۱-۴۱.
- قدمی، مصطفی. (۱۳۹۰). ارزیابی و تدوین استراتژی مقصد در چارچوب توسعه پایدار گردشگری نمونه مورد مطالعه: کلان‌شهر مشهد. *فصلنامه مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، ۳(۹)، ۵۹-۸۲.
- قنبری، یوسف؛ کماسی، حسین؛ جمینی، داوود؛ آریان‌پور، آزاد. (۱۳۹۱). شناسایی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر براساس پتانسیل جذب گردشگر. *جغرافیا و پایداری محیط*، ۲(۳)، ۶۵-۸۶.
- کاظمی، محمد. (۱۳۸۶). مدیریت گردشگری. چاپ دوم، تهران: انتشارات سمت.
- کلانتری، محسن؛ ملک، مرضیه. (۱۳۹۳). تحلیل فضایی و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری و زیرساخت ارتباطی و شبکه راه در مناطق کویری ایران، مطالعه موردی: شهرستان خور و بیابانک. *مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*، ۵(۱۷).
- محمدی ده‌چشمه، مصطفی؛ زنگی‌آبادی، علی. (۱۳۸۷). امکان‌سنجی توانمندی‌های اکوتوریسم استان چهارمحال و بختیاری به روش SWOT. *مجله محیط‌شناسی*، ۳۴(۴۷)، ۱-۱۰.
- مرادی هوسین، نصرت. (۱۳۹۰). بررسی و تحلیل جاذبه‌ها و پتانسیل‌های اکوتوریستی شهرستان / رومیه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان.
- مشیری، سیدرحیم؛ سید ابوسعیدی، سیداحمد. (۱۳۸۹). نقش اکوتوریسم در توسعه پایدار و روستایی مطالعه موردی شان‌دیز (خراسان رضوی). *فصلنامه جغرافیایی سرزمین*، ۷(۲۸)، ۱-۱۴.
- معبودی، محمدتقی؛ حکیمی، هادی. (۱۳۹۴). تحلیلی بر تغییرات کاربری اراضی و شبیه‌سازی گسترش شهری شهرهای میانه‌اند، مطالعه موردی شهر خوی. *پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری*، ۳(۲)، ۲۱۱-۲۲۶.
- موحد، علی. (۱۳۸۱). بررسی و تحلیل الگوی فضای توریسم شهری، مطالعه موردی: شهر اصفهان. رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.
- موسوی، میرنجف؛ ویسیان، محمد؛ محمدی حمیدی، سمیه؛ اکبری، مهناز. (۱۳۹۴). بررسی و اولویت‌بندی توان‌ها و زیرساخت‌های توسعه گردشگری با روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره (مورد مطالعه: شهرستان‌های استان کردستان). *نشریه گردشگری شهری*، ۲(۱)، ۱۷-۳۱.
- مؤمنی، مهدی؛ صابر، الهه. (۱۳۸۹). تعیین توسعه‌یافتگی شهر نایین در استان اصفهان. *مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی*، ۳(۱۰)، ۱۶۱-۱۸۰.
- نصراللهی، زهرا؛ جهانبازی، ندا؛ ناصری، طاهره. (۱۳۹۳). رده‌بندی استان‌های کشور برحسب جاذبه‌های گردشگری. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۹(۲۸)، ۱۷-۳۷.
- نوری، غلامرضا؛ فتوحی، صمد؛ تقی‌زاده، زهرا. (۱۳۹۱). اولویت‌بندی قطب‌های گردشگری استان کرمانشاه براساس پتانسیل مناطق نمونه گردشگری با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندمعیاره تاپسیس. *جغرافیا و پایداری محیط (پژوهشنامه جغرافیایی)*، ۲(۴)، ۷۵-۹۴.
- Higgins-Desbiolles, F. (2006). More than an "industry": The forgotten power of tourism as a social force. *Tourism management*, 27(6), 1192-1208.

- Hong, S. K., Kim, J. H., Jang, H., & Lee, S. (2006). The roles of categorization, affective image and constraints on destination choice: An application of the NMNL model. *Tourism Management*, 27(5), 750-761.
- Huang, J. H., & Peng, K. H. (2012). Fuzzy Rasch model in TOPSIS: A new approach for generating fuzzy numbers to assess the competitiveness of the tourism industries in Asian countries. *Tourism Management*, 33(2), 456-465.
- Jamrozy, U. (2007). Marketing of tourism: a paradigm shift toward sustainability. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(2), 117-130.
- McKercher, B. (1993). Some fundamental truths about tourism: Understanding tourism's social and environmental impacts. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 6-16.
- Mohamad, D., & Jamil, R. M. (2012). A preference analysis model for selecting tourist destinations based on motivational factors: A case study in Kedah, Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 65, 20-25.
- Nelson, C., & Botterill, D. (2002). Evaluating the contribution of beach quality awards to the local tourism industry in Wales—the Green Coast Award. *Ocean & coastal management*, 45(2), 157-170.
- Tsai, W. H., Hsu, J. L., Chen, C. H., Lin, W. R., & Chen, S. P. (2010). An integrated approach for selecting corporate social responsibility programs and costs evaluation in the international tourist hotel. *International Journal of Hospitality Management*, 29(3), 385-396.
- Tyrväinen, L., Uusitalo, M., Silvennoinen, H., & Hasu, E. (2014). Towards sustainable growth in nature-based tourism destinations: Clients' views of land use options in Finnish Lapland. *Landscape and Urban Planning*, 122, 1-15.
- Williams, S. (2000). *Tourism Geography*. second published, London: Routledge.
- Yüksel, F., Bramwell, B., & Yüksel, A. (2005). Centralized and decentralized tourism governance in Turkey. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 859-886.
- Zhang, H., Gu, C. L., Gu, L. W., & Zhang, Y. (2011). The evaluation of tourism destination competitiveness by TOPSIS & information entropy—A case in the Yangtze River Delta of China. *Tourism Management*, 32(2), 443-451.