

# تحلیلی بر توزیع فضایی خدمات گردشگری (مطالعه موردی: شهر اصفهان)

مسعود تقوایی<sup>۱</sup>

دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان

ملیحه ایزدی

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۱/۱۱/۱۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۰۹/۰۵

## چکیده

شهرها دارای جاذبه‌های گردشگری فراوان می‌باشند و همواره گردشگران زیادی را به سوی خود جذب می‌نمایند. لذا بررسی و تحلیل فضایی امکانات گردشگری موجود در سطح مناطق شهری اصفهان باعث می‌شود تا عدم تعادل در توزیع امکانات گردشگری بهتر مشخص شود و برنامه‌ریزی جهت توزیع عادلانه‌ی آن‌ها و دسترسی تمام افراد جامعه به خدمات مورد نظر، به نحو مطلوبی محقق گردد. هدف اصلی پژوهش، بررسی نحوه توزیع فضایی خدمات گردشگری در مناطق شهری می‌باشد. جامعه‌ی آماری پژوهش را، مناطق چهارده‌گانه‌ی شهر اصفهان تشکیل می‌دهد. این پژوهش از نوع توسعه‌ای-کاربردی و روش آن «توصیفی-کمی و تحلیلی» می‌باشد. در این پژوهش ۳۹ شاخص با روش تحلیل عاملی خلاصه شده و به ۸ عامل تقلیل یافته و سپس میزان اثرات هر یک از عامل‌ها در توسعه‌ی خدمات گردشگری مناطق مشخص و در نهایت جهت سطح بندی مناطق با استفاده از مدل موريس مناطق در پنج گروه (بسیار برخوردار، برخوردار، متوسط، محروم، بسیار محروم) سطح بندی شده‌اند. از طریق ایجاد رابطه‌ی رگرسیونی بین عوامل تأثیر گذار و درجه برخورداري، عامل‌هایی که در افزایش سطوح توسعه‌ی خدمات گردشگری مناطق مؤثرند مشخص گردید. نتایج نشان می‌دهد که، توزیع امکانات گردشگری در مناطق شهری اصفهان متعادل نیست و حاکی از تمرکز این خدمات در برخی از مناطق شهری است. به طوری که از مجموع ۱۴ منطقه شهری، منطقه ۶ با درجه ۰/۹۹ در سطح بسیار برخوردار و مناطق ۸ و ۱۴ به ترتیب با درجه ۰/۲۳ و ۰/۱۸ در سطح بسیار محروم قرار گرفته‌اند.

**واژگان کلیدی:** تحلیل فضایی، گردشگری پایدار، شاخص‌های گردشگری، مناطق شهر اصفهان.

## ۱- مقدمه

گردشگری شهری به عنوان یکی از زیربخش‌های مهم صنعت گردشگری به میزان زیادی مورد توجه قرار گرفته و در فرآیند جهانی شدن اهمیت روزافزونی یافته است. چرا که این بخش از گردشگری با امکان حفظ ارزش‌ها، باورها و رسوم باستانی به نحو مطلوبی می‌تواند اشاعه دهنده ارزش‌ها و سنن جوامع در سطح ملی و محلی باشد. مهم‌تر این که گردشگری شهری با ایجاد فرصت‌هایی برای اشتغال و کسب درآمد برای ساکنین محلی و توسعه ساختارهای زیربنایی امکان توسعه پایدار و یکپارچه شهری را فراهم می‌آورد (رحمانی و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۴). شهرها به عنوان مقاصد گردشگری دارای عملکرد چند منظوره هستند: آن‌ها به عنوان دروازه ورودی به کشور، مراکز اقامت و مبدأ سفر به روستاها و مقصدهای مجاور خود هستند. علاوه بر این شهرها فقط مقصدهای را که در آنها جمعیتی با فعالیت‌های اقتصادی، زندگی فرهنگی و تحت کنترل نیروهای سیاسی کنار هم جمع می‌شوند، نمی‌باشند؛ بلکه نقش مهمی را به عنوان مراکز فعالیت گردشگری بر عهده دارند. بنابراین بایستی به جای گردشگری در شهرها مفهوم گردشگری شهری مورد بررسی قرار گیرد (سیف‌الدینی و دیگران، ۱۳۸۹: ۶۸).

شهر اصفهان به دلیل وجود جاذبه‌های گردشگری و ارزش‌های فرهنگی، می‌تواند سالیانه پذیرای جمع کثیری از گردشگران داخلی و خارجی باشد. در این صورت بررسی و نحوه پراکنش شاخص‌های خدمات گردشگری در فضاهای مختلف جغرافیایی و تعیین پتانسیل‌ها و ضعف‌ها، باعث می‌شود تا عدم تعادل در توزیع امکانات گردشگری بهتر مشخص شود و برنامه‌ریزی جهت توزیع عادلانه‌ی آن‌ها و دسترسی تمام افراد جامعه به خدمات مورد نظر، به نحو مطلوبی محقق گردد.

## ۱-۱- طرح مسأله

امروزه صنعت گردشگری در جهان توسعه فراوانی یافته است و بسیاری از کشورها از این رهیافت توانسته‌اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشیده و بسیاری از مشکلات خود از قبیل بیکاری، پایین بودن سطح درآمد سرانه و کمبود ارزی را پوشش دهند (اکبرپور سراسکانرود و دیگران، ۱۳۹۰: ۹۴). اولین رویکرد در راستای درک گردشگری شهری منوط به تجزیه و تحلیل جغرافیایی است. نواحی شهری با تمرکز بالایی از امکانات و جاذبه‌ها نیازمندی‌های بازدیدکنندگان و ساکنان خود را فراهم می‌سازند. از مهمترین مسائلی که طی دهه‌های اخیر باعث توسعه و پیشرفت شهرهای کوچک و بزرگ گشته، رشد و توسعه شهرنشینی می‌باشد. شهرها با امکانات و خدماتی که ارائه می‌دهند، همواره پذیرای افرادی بوده‌اند که بدان‌ها وارد می‌شوند. شهر با ارائه خدمات مطلوب و درخور، بستر مناسبی برای فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی انسان‌ها فراهم می‌آورد. شهر همچنین با ارائه فعالیت‌های خدماتی مانند امکانات پذیرایی و فراغتی زمینه پیشرفت و توسعه گردشگری را فراهم می‌کند (Timothy, 2005). گردشگری شهری دارای ماهیت دوگانه است به این معنا که از یک سو شهر به معنای اصلی‌ترین مبدأ گردشگران به شمار می‌آید و دوم این که می‌توان به عنوان مقصد گردشگری مد نظر قرار گیرد. شهرهای بزرگ یک ظرفیت بسیارعظیم و متنوع در بخش محصولات گردشگری می‌باشند (سیف‌الدینی و دیگران، ۱۳۸۹: ۶۹).

لذا شهرها و گردشگری روابط مکملی هستند چرا که همه انواع گردشگری به نوعی به کانون‌ها و خدمات شهری نیازمند می‌باشند. بنابراین در هر گونه برنامه‌ریزی برای توسعه و ترقی گردشگری باید به توانمندی کانون‌های شهری در ارائه خدمات (مستقیم و غیرمستقیم) نیز توجه شود (Weaver, 2006).

ضرورت پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که با بررسی و تحلیل فضایی امکانات گردشگری موجود در سطح مناطق شهری اصفهان می‌توان به کمبودها و تراکم‌های بی‌رویه پی برد. در این راستا این مطالعه سعی دارد جهت دستیابی به توسعه‌ی متعادل در مناطق، با شناخت موقعیت و چگونگی توزیع شاخص‌های انتخابی در این نواحی و بهره‌گیری از تکنیک‌های مختلف (تحلیل عاملی، مدل موریس، رگرسیون و سیستم اطلاعات جغرافیایی) به تجزیه و تحلیل شاخص‌های مورد نظر بپردازد.

#### ۱-۲- اهداف پژوهش: اهداف اصلی این پژوهش عبارتند از:

الف- بررسی نحوه توزیع فضایی خدمات گردشگری در مناطق شهری اصفهان.

ب- تعیین سطوح برخورداری مناطق از نظر شاخص‌های گردشگری.

#### ۱-۳- پیشینه پژوهش

در هر تحقیق علمی مطالعه و بررسی تحقیقات و پژوهش‌هایی که در ارتباط با موضوع انجام شده، لازم و ضروری است، چرا که بدون دستیابی به نتایج پژوهشی دیگران و توسعه و تکامل آنها، امکان رسیدن به پاسخ مناسب و تجزیه و تحلیل بهتر میسر نیست. از جمله مطالعاتی که در زمینه گردشگری شهری صورت گرفته است عبارتند از: موحد (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی مطالعه موردی شهر اصفهان، به توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی گردشگری شهری با تأکید بر شهرهای تاریخی براساس مدل آشورث، تنبریگ و گنز پرداخته است.

حمدی و دیگران (۱۳۸۸)، در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی تأثیر توریسم تاریخی- فرهنگی بر توسعه پایدار شهری همدان» به تأثیر حضور گردشگران تاریخی- فرهنگی در توسعه تحولات اقتصادی - فیزیکی - اجتماعی- فرهنگی و محیطی همدان پرداخته است.

سیف‌الدینی و دیگران (۱۳۸۹)، در مقاله‌ای تحت عنوان «سنجش کیفیت و ظرفیت گردشگری شهری بر اساس الگوی رفتاری گردشگران و جامعه میزبان، نمونه موردی: شهر اصفهان»، به سنجش و ارتقاء ظرفیت پذیرش گردشگری شهر اصفهان در راستای توسعه پایدار گردشگری پرداخته است.

وارثی، تقوایی و رخشانی نسب (۱۳۸۹)، در مقاله‌ای تحت عنوان «تحلیل فضایی عوامل مؤثر بر عملکرد آژانس‌های مسافرت هوایی در ایران» به تعیین عوامل مؤثر بر عمل کرد آژانس‌ها، ارزیابی درجه گسترش عملکرد آنها در استان‌های کشور و اولویت بندی عامل‌ها برای متعادل‌تر شدن منافع حاصل از عملکرد آژانس‌ها پرداخته است.

وارثی، تقوایی و سلطانی (۱۳۹۰)، در مقاله‌ای تحت عنوان «تحلیل فضایی گردشگری پارک کوهستانی صفا براساس الگوی رفتاری و ادراک محیطی شهروندان اصفهانی» به شناخت الگوی رفتاری گردشگران در توسعه گردشگری شهری پرداخته است.

این پژوهش، درصدد آن است علاوه بر موارد بررسی شده در مطالعات قبلی، به بررسی توزیع فضایی خدمات گردشگری (شاخص‌های گردشگری) در مناطق شهری اصفهان بپردازد.

#### ۱-۴- روش پژوهش

این پژوهش از نوع توسعه‌ای-کاربردی و روش آن «توصیفی-کمی و تحلیلی» می‌باشد. از آنجا که جامعه‌ی آماری این پژوهش را، مناطق چهارده گانه ی شهر تشکیل می‌دهد. اطلاعات مورد نیاز براساس سال ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ از سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و سازمان‌های وابسته به شهرداری اصفهان گردآوری شده است.

#### ۲- مفاهیم، مبانی نظری و روش‌ها

##### ۱-۲- مفهوم گردشگری پایدار

صنعت گردشگری با این که دارای منافع و مزایایی برای کشورهای گردشگرپذیر است، ولی مانند خیلی از مقوله‌های دیگر برخی تبعات و آثار منفی را نیز به دنبال دارد. در سطح جهانی تلاش همه دولت‌ها بر این است تا با برنامه‌ریزی‌های صحیح و نظارت اصولی، منافع حاصل از جهانگردی را به حداکثر برسانند و در مقابل، آثار منفی آن را به حداقل کاهش دهند (کارگر، ۱۳۸۶: ۱۶). باتلر در سال ۱۹۹۳ گردشگری پایدار را این چنین تعریف کرده است که بتواند در یک محیط، در زمان نامحدود ادامه یابد و از نظر انسانی و فیزیکی به محیط صدمه نزند و تا بدان حد فعال باشد که به توسعه سایر فعالیت‌ها و فرایندهای اجتماعی لطمه‌ای وارد نکند. لذا گردشگری پایدار آن نوع از گردشگری است که بتواند توسعه پایدار را تسهیل کند (زاهدی، ۱۳۸۲: ۹۱).

گردشگری پایدار به معنای گردشگری است که توسعه و بقا یافته در یک حوزه (جامعه و محیط) و در همان روش و مقیاس در یک دوره نامحدود باقی می‌ماند و باعث ایجاد مخاطرات تنزل و ممانعت از توسعه برای محیطی که در آن رشد کرده نمی‌شود و فرصت انجام مناسب دیگر فعالیت‌ها و فرایندها را محدود نمی‌کند. به دنبال این نوع رویکرد نگرش سیستمی به عنوان یک ابزار مورد استفاده قرار گرفته که با استفاده از آن سعی بر شناسایی موارد تأثیر گذار بر گردشگری و ارتباط آنها با یکدیگر می‌شود. به دنبال این نوع رویکرد نگرش سیستمی به عنوان یک ابزار مورد استفاده قرار گرفته که با استفاده از آن سعی بر شناسایی موارد تأثیر گذار بر گردشگری و ارتباط آنها با یکدیگر می‌شود (حمیدی، وظیفه دوست و هنری جعفریور، ۱۳۸۸: ۵۵).

«طبق اعلام کنگره جهانی توسعه پایدار (۲۰۰۲) که در آگوست و ۲ سپتامبر تشکیل شد، گردشگری پایدار، گردشگری و زیر بناهای مربوط به آن است که هم در حال و هم در آینده:

- در حدود ظرفیت‌ها و توانایی‌های طبیعی به خاطر احیا و بهره‌وری در آینده از منابع طبیعی کار کند،
- تصدیق همکاری مردم و جوامع، آداب و رسوم‌ها و شیوه‌های زندگی که جذابیت گردشگری را بالا می‌برد،
- مردم باید سهم عادلانه‌ای در منافع اقتصادی گردشگری داشته باشند و باید به وسیله خواست‌های مردم محلی و جوامع مناطق میزبان هدایت شود» (Altinay and husain, 2005: 274). در کل، اهداف گردشگری پایدار عبارت است از: - افزایش آگاهی‌های بیشتر و درک و فهم همکاری‌های شایسته که گردشگری می‌تواند برای اقتصاد و محیط فراهم سازد؛

- ترویج عدالت و تساوی توسعه؛
- پیشرفت کیفی زندگی جامعه میزبان؛
- فراهم آوردن کیفیت بالای تجربه برای بازدیدکنندگان؛
- نگهداری کردن با کیفیت از محیط که مقدم بر موضوعات وابسته است (موحد، ۱۳۸۶: ۱۷۱).

## ۲-۲- اصول گردشگری پایدار

گردشگری پایدار بر ایجاد توازن در توسعه گردشگری از طریق رویکردها و سیاست‌های نوین بخش خصوصی و دولتی در آینده تأکید دارد. دولت موظف است با وضع قوانین و مقررات، به طور جدی از منابع طبیعی و فرهنگی مقاصد گردشگری محافظت کند و گردشگران هم باید در چارچوب مقررات و با رعایت ضوابط، از جاذبه‌های مکان‌های گردشگری استفاده کنند؛ تنها در چنین چارچوبی است که می‌توان استقرار کیفیت محصول گردشگری را تضمین کرد (کاظمی، ۱۳۸۶: ۱۲۸). اصول گردشگری پایدار به شرح زیر است: به کارگیری منابع پایدار، کاهش مصرف گرایی و پسماند سازی، حمایت از تنوع زیستی، دخالت دادن دانش گردشگری در برنامه‌ریزی‌ها، حمایت از اقتصاد بومی، درگیر کردن و مشارکت دادن جوامع محلی، تعامل صنعت گردشگری با سایر گروه‌های ذی‌نفع، آموزش افراد، گردشگری تجاری مسئولیت‌پذیر، تحقیقات در حال انجام: طراحی مطالعات لازم همراه با پایش زیست محیطی سبب استفاده مؤثر از اطلاعات جمع‌آوری شده و تجزیه و تحلیل آن‌ها است که اساس برای رفع مشکلات و دستیابی به منابع و مقاصد گردشگری و متقاضیان آن است (میرسنجری، ۱۳۸۵: ۹).

## ۲-۳- گردشگری شهری پایدار

گردشگری در چارچوب الگوهای فضایی خاصی عمل می‌کند. یکی از این الگوهای فضایی گردشگری شهری است. نواحی شهری به علت آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی دارند غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌گردند. شهرهای معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، تئاترها، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم با افراد مشهور دارا بوده که این خود گردشگران بسیاری را جذب می‌کند (Timothy, 1995: 63). در راستای پردازش یک الگوی فضایی در شهر، گردشگری شهری را می‌توان به صورت زیر تعریف کرد: «گردشگری شهری، کنش متقابل گردشگران میزبان و تولید فضای گردشگری پیرامون سفر به مناطق شهری با انگیزه‌های متفاوت و بازدید از جاذبه‌ها و استفاده از تسهیلات و خدمات مربوط به گردشگری است که آثار متفاوتی را در فضای شهری برجای می‌نهد» (مافی و سقایی، ۱۳۸۸: ۵). افزودن صفت پایدار به گردشگر شهری به علت گستردگی آثار جانبی طرح‌های توسعه گردشگری در درون شهرها، همچنین آثار ملی و جهانی آن‌هاست و این بحث تنها آنگاه از منطقی کارآمد برخوردار است که چهار سوی توسعه اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و فرهنگی با هم در سطح‌های فراملی و ملی و در ارتباط متقابلشان با شهر و شهروندان مورد بحث قرار گیرد آن چه در توسعه گردشگری پایدار شهری بر آن تأکید می‌شود، علاوه بر آوندهای اقتصادی و اجتماعی این صنعت برای شهروندان و شهرها، اهمیت به تداوم برنامه‌های توسعه گردشگری در زمان (توجه به نسل‌های آینده) و آثار توسعه در مکان جغرافیایی (اثرهای زیست محیطی) است

(حمدی، وظیفه دوست و هنری جعفرپور، ۱۳۸۸: ۵۶).

## ۲-۴- برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری

برنامه‌ریزی گردشگری مکانیزمی است در راستای ادغام نمودن بخش گردشگری با دیگر بخش‌های اقتصادی، شکل‌دهی و کنترل الگوی فیزیکی، حفاظت از منابع طبیعی و کمیاب و بازاریابی تلقی می‌شود (وجدان، ۱۳۷۸: ۲۹). به طوری که مفهوم توسعه پایدار در بعد بین‌المللی از آغاز دهه ۱۹۸۰ مورد تأکید فراوان قرار گرفته است، اگر چه اغلب برنامه‌های گردشگری که حتی قبل از آن زمان تهیه شده بود، حفاظت از منابع گردشگری را مد نظر قرار داده بودند. برنامه‌ریزی گردشگری به شیوه پایدار واجد اهمیت بسیار است، زیرا اغلب فعالیت‌های مربوط به توسعه گردشگری به جاذبه‌ها و فعالیت‌های مربوط به محیط طبیعی، میراث تاریخی و الگوهای فرهنگی منطقه بستگی دارد. (سازمان جهانی گردشگری، ۱۳۷۹: ۲۲). برای رسیدن به این اهداف، برنامه‌ریزی برای توسعه پایدار گردشگری ضروری است. یک جنبه مهم توسعه پایدار تأکید بر گردشگری محلی است. این شیوه گردشگری بر دخالت دادن جامعه محلی در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری تأکید و توجه دارد و انواع گردشگری را توسعه و گسترش می‌دهد که به منافع جامعه محلی بیانجامد (همان: ۲۳). بنابراین، برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری تلاشی است جهت هدایت فعالیت‌های توریستی به سمتی که بتواند منافع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را برای ساکنین بومی به وجود آورد، بدون آنکه به تخریب محیط زیست و فرهنگ جامعه میزبان منجر شود.

## ۲-۳- معرفی روش‌ها و تکنیک‌ها

### ۲-۳-۱- تحلیل عاملی

این تکنیک کاربردهای گوناگونی دارد، اگر در تحلیل عاملی هدف خلاصه کردن تعداد شاخص به عوامل معنی دار باشد، باید از تحلیل عاملی نوع R استفاده گردد؛ در صورتی که هدف ترکیب و تلخیص تعدادی از مکان‌ها یا نواحی جغرافیایی در گروه‌های همگن در درون یک سرزمین باشد باید از تحلیل نوع Q استفاده شود (کلانتری، ۱۳۸۲: ۲۹۱-۲۸۱). براساس اهداف پژوهش، در مرحله اول به منظور آماده‌سازی و پردازش بیشتر اطلاعات، کاهش حجم شاخص‌های مورد نظر و شناسایی عوامل، مجموعه شاخص‌ها وارد مدل تحلیل عاملی شده است.

### ۲-۳-۲- مدل مورس

این شاخص در سه مرحله ساخته شده است:

شاخص، محرومیت توسعه انسانی  $I_{ij}$  برای شهرستان  $j$  ام با توجه به مقدار متغیر  $i$  ام به صورت زیر خواهد بود.

$$I_{ij} = \frac{\max_j x_{ij} - \text{row}_i x_{ij}}{\max_j x_{ij} - \min_j x_{ij}}$$

دومین مرحله روش تعریف شاخص متوسط یا میانگین محرومیت ( $I_j$ ) است.

$$I_j = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^3 I_{ij}$$

سومین مرحله روش اندازه‌گیری توسعه انسانی است که در شاخص مزبور تفاوت عدد ۱ از متوسط محرومیت

می‌باشد  $(HDI)_j = (1 - I_j)$  (تقوایی، ۱۳۸۵: ۳۲)

۲-۳-۳- رگرسیون چند متغیره<sup>۲</sup>

روشی آماری است که اجازه می‌دهد نمره ی یک فرد در یک متغیر را بر اساس نمره‌های او در چندین متغیر دیگر پیش بینی کرد. به عبارتی دیگر روشی است که متغیر مستقل بر تعدادی متغیر وابسته اثر می‌گذارد (بریس، کمپ و سنلگار، ۱۳۸۲: ۲۸۱). جهت اولویت توسعه ی خدمات فرهنگی در مناطق شهر اصفهان امتیازات عاملی محاسبه شده به عنوان متغیرهای مستقل و ضریب اولویت توسعه (میزان تاپسیس) به عنوان متغیر وابسته مورد تحلیل رگرسیون قرار گرفته اند.

## ۳- تحلیلی بر توزیع فضایی خدمات گردشگری شهر اصفهان

نتیجه حاصل از به کارگیری روش تحلیل عاملی به ویژه چرخش<sup>۳</sup> واریمکس<sup>۴</sup> تقلیل ۳۹ شاخص در ۸ عامل می‌باشد. در این تحلیل مجموع ۸ عامل یاد شده جمعاً ۹۳/۸۳ درصد از واریانس مجموع ۳۹ شاخص مذکور را می‌پوشاند. که نشان‌دهنده رضایت‌بخش بودن تحلیل عاملی و شاخص‌های مورد مطالعه است.

## ۳-۱- شاخص‌های مورد استفاده در پژوهش

شناخت بهتر و دقیق‌تر از وضعیت مکان‌های جغرافیایی در زمینه‌های مختلف در سطوح متفاوت منوط به در دسترس داشتن اطلاعات کامل و پردازش شده از مکان‌های مورد نظر است. تعیین این شاخص‌ها، مهم ترین قدم در مطالعات توسعه ناحیه ای است و در واقع بیان آماری پدیده‌های موجود در ناحیه است. اصولاً شاخص‌ها از تقسیم متغیرها به یک مخرج مناسب حاصل می‌شوند (کلانتری، ۱۳۸۰: ۱۱۲-۱۱۱). نقش شاخص فقط نمایش و توضیح وضعیت یا گرایش موجود نیست بلکه حتی الامکان یک وسیله راهنما و کاربردی برای اعمال تغییر و بهبود شرایط است. برای نیل به این مهم، با استفاده از ۵۱ متغیر، نسبت به ایجاد ۳۹ شاخص گردشگری اقدام گردید. در این پژوهش ۳۹ شاخص به عنوان شاخص فرهنگی در نظر گرفته شده است. این شاخص‌ها عبارتند از:

$X_1$  - تعداد مراکز فرهنگی به ده هزار نفر،  $X_2$  - تعداد مراکز و فضای ورزشی به ده هزار نفر،  $X_3$  - سرانه فضای پارکینگ،  $X_4$  - تعداد پارکینگ به ده هزار نفر،  $X_5$  - نسبت ایستگاه دوچرخه به ده هزار نفر،  $X_6$  - سرانه فضای پارک شهری،  $X_7$  - سرانه فضای پارک محلی،  $X_8$  - سرانه فضای سبز،  $X_9$  - تعداد پارک شهری به ده هزار نفر،  $X_{10}$  - تعداد پارک محلی به ده هزار نفر،  $X_{11}$  - سرانه مجموعه اسباب بازی،  $X_{12}$  - سرانه پارک بازی کودکان،  $X_{13}$  - سرانه آبنما،  $X_{14}$  - نسبت ایستگاه آتش نشانی به ده هزار نفر،  $X_{15}$  - نسبت ایستگاه ورزش همگانی به ده هزار نفر،  $X_{16}$  - تعداد دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی به ده هزار نفر،  $X_{17}$  - نسبت هتل و هتل آپارتمان به کل اقامتگاه،  $X_{18}$  - سرانه هتل،  $X_{19}$  - نسبت مهمانپذیر به کل،  $X_{20}$  - تعداد سرویس بهداشتی به ده هزار نفر،  $X_{21}$  - تعداد مراکز تفریحی به ده هزار نفر،  $X_{22}$  - تعداد رستوران به ده هزار نفر،  $X_{23}$  - سرانه رستوران،  $X_{24}$  - تعداد اغذیه فروشی به ده هزار نفر،  $X_{25}$  - تعداد کافه تریا به ده هزار نفر،  $X_{26}$  - مناطق نمونه گردشگری،  $X_{27}$  - فرصت سرمایه گذاری،  $X_{28}$  - تعداد جایگاه CNG به ده هزار نفر،  $X_{29}$  - تعداد جایگاه بنزین به ده هزار نفر،  $X_{30}$  - تعداد داروخانه شبانه روزی به ده هزار نفر،  $X_{31}$  - تعداد بیمارستان

<sup>2</sup> Multiple Regression<sup>3</sup> -Rotated Factor Matrix<sup>4</sup> -Varimax

به ده هزار نفر  $X_{۶}$  - تعداد درمانگاه شبانه روزی به ده هزار نفر  $X_{۷}$  - پایانه مسافری  $X_{۸}$  - سرانه معابر  $X_{36}$  - نسبت جاذبه به کل  $X_{۷}$  - تعداد دفاتر پیشخوان به ده هزار نفر  $X_{۸}$  - کیوسک اطلاع رسانی  $X_{۹}$  - نسبت ماشین‌های جمع‌آوری زباله به پسماند تولیدی

### ۳-۱-۱- ماتریس نهایی اطلاعات آماری

الف: ستون‌های ماتریس: متغیرهای مورد مطالعه در این تحلیل ۳۹ شاخص ایجاد شده می‌باشند که بیشتر آنها نیز نرُم سازی یا سرانه سازی شده‌اند.

ب: سطرهای ماتریس: در ماتریس تحلیل عاملی سطرها شامل مناطق ۱۴ گانه شهر اصفهان می‌باشد.

ج: عامل سازی: شاخص‌ها و متغیرهایی که دارای ارتباط درونی باشند ترجیح می‌دهند که با یکدیگر حول یک محور یا عامل تجمع کنند. بدین صورت شاخص‌های بارگذاری در هر عامل که بالای ۰/۵ هستند یک عامل را شامل می‌شوند، لذا این تجمع به صورت ارتباط مثبت تجلی می‌یابد.

جدول ۱- مقادیر ویژه و واریانس عوامل استخراج شده

استخراج مجموع ضرایب عوامل			عامل
مقدار ویژه	% واریانس	% تجمعی	
۱۴.۹۳	۳۸.۲۷	۳۸/۲۷	۱
۵.۴۸	۱۴.۰۴	۵۲/۳۲	۲
۴.۴۵	۱۱.۴۰	۶۳/۷۲	۳
۳.۱۰	۷.۹۵	۷۱/۶۶	۴
۲.۷۹	۷.۱۷	۷۸/۸۳	۵
۲.۵۵	۶.۵۵	۸۵/۳۸	۶
۲.۰۹	۵.۳۷	۹۰/۷۴	۷
۱.۲۰	۳.۰۸	۹۳/۸۳	۸

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به میزان همبستگی هر یک از شاخص‌ها، می‌توان عناوین مناسبی را برای هر یک از عوامل انتخاب نمود که در این پژوهش به صورت زیر می‌باشد:

- **عامل اول:** مقدار ویژه ی این عامل ۱۴/۹۳ می‌باشد که به تنهایی قادر است ۳۸/۲۷ درصد از واریانس را محاسبه و توضیح دهد. در این عامل، ۱۶ شاخص بارگذاری شده است که بیشترین تأثیر را در بین عوامل پنج گانه دارد. شاخص‌های بارگذاری شده در عامل اول از نوع شاخص‌های هنری هستند. لذا بر اساس شاخص‌های بارگذاری شده در عامل اول می‌توان این عامل را یک عامل « اقامتی - پذیرایی » دانست. شاخص‌های بارگذاری شده در این عامل عبارت از تعداد اغذیه فروشی به ده هزار نفر (۰/۹۶)؛ تعداد دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی به ده هزار نفر (۰/۹۴)؛ سرانه فضای پارکینگ (۰/۸۸)؛ تعداد پارکینگ به ده هزار نفر (۰/۸۷)؛ نسبت هتل و هتل آپارتمان به کل اقامتگاه (۰/۸۴)؛ سرانه هتل (۰/۸۴)؛ تعداد کافه تریا به ده هزار نفر (۰/۸۳)؛ تعداد بیمارستان به ده هزار نفر (۰/۸۱)؛ نسبت ایستگاه ورزش همگانی به ده هزار نفر (۰/۸۰)؛ تعداد دفاتر پیشخوان به ده هزار نفر (۰/۷۸)؛ سرانه آبنما (۰/۷۷)؛ سرانه رستوران (۰/۶۹)؛ نسبت رستوران به ده هزار نفر (۰/۶۸)؛ سرانه دوچرخه (۰/۶۶)؛ نسبت ایستگاه دوچرخه به ده



هزار نفر (۰/۶۳)؛ نسبت درمانگاه شبانه روزی به ده هزار نفر (۰/۶۲).

- **عامل دوم:** مقدار ویژه ی دومین عامل ۵/۴۸ می باشد که قادر است ۰/۴ / ۱۴ درصد از واریانس را تبیین کند. این عامل را می توان عامل « تأسیسات زیربنایی » نام نهاد. شاخص های بار گذاری شده در عامل مزبور عبارت اند از: سرانه معابر (۰/۸۹)؛ نسبت ایستگاه آتش نشانی به ده هزار نفر (۰/۸۳)؛ نسبت ماشین های جمع آوری زباله به پسماند تولیدی (۰/۸۲)؛ تعداد مراکز و فضای ورزشی به ده هزار نفر (۰/۶۰)؛ سرانه مجموعه اسباب بازی (۰/۵۱).

- **عامل سوم:** مقدار ویژه ی این عامل برابر با ۴/۴۵ می باشد که قادر است ۱۱/۴۰ درصد از واریانس را محاسبه و تبیین کند. در این عامل، شش شاخص بار گذاری شده است که مربوط به اوقات فراغت می باشند؛ لذا می توان آن را عامل « تفریحی » نامید. شاخص های بار گذاری شده در عامل مزبور عبارت اند از: سرانه فضای پارک شهری (۰/۹۴)؛ سرانه فضای سبز (۰/۹۰)؛ سرانه فضای پارک محلی (۰/۶۷)؛ فرصت سرمایه گذاری (۰/۶۸).

- **عامل چهارم:** مقدار ویژه در عامل چهارم ۳/۱۰ می باشد و ۷/۹۵ درصد از واریانس را محاسبه نموده و توضیح می دهد. شاخص های بار گذاری شده در این عامل شاخص بهداشتی است در نتیجه این عامل را می توان « بهداشتی - درمانی » نام گذاری کرد. شاخص های بار گذاری شده در عامل مزبور عبارت اند از: سرانه پارک بازی کودکان (۰/۹۰)؛ نسبت مهمانپذیر به کل (۰/۷۷)؛ نسبت داروخانه شبانه روزی به ده هزار نفر (۰/۷۲)؛ تعداد سرویس بهداشتی به ده هزار نفر (۰/۷۰)؛ تعداد مراکز فرهنگی به ده هزار نفر (۰/۶۳).

- **عامل پنجم:** مقدار ویژه ی این عامل ۲/۷۹ که قادر است ۷/۱۷ درصد از واریانس را محاسبه و توضیح دهد. با توجه به دو شاخص بار گذاری شده در این عامل که از نوع جاذبه های گردشگری است می توان آن را « جاذبه ها » نام گذاری کرد. شاخص های بار گذاری شده در عامل مزبور عبارت اند از: نسبت جاذبه به کل جاذبه های طبیعی - فرهنگی - تاریخی و انسان ساخت (۰/۷۰)؛ کیوسک اطلاع رسانی (۰/۶۹)؛ نسبت درمانگاه شبانه روزی به ده هزار نفر (۰/۵۶).

- **عامل ششم:** مقدار ویژه ی این عامل ۲/۵۵ می باشد که قادر است ۶/۵۵ درصد از واریانس را محاسبه و توضیح دهد. شاخص های بار گذاری شده در عامل مزبور عبارت اند از: تعداد جایگاه بنزین به ده هزار نفر (۰/۸۳)؛ تعداد پارک محلی به ده هزار نفر (۰/۷۶)؛ پایانه مسافری (۰/۶۰). این عامل را می توان یک عامل « حمل و نقل » نام گذاری نمود.

- **عامل هفتم:** مقدار ویژه ی این عامل برابر با ۲/۰۹ می باشد که قادر است ۵/۳۷ درصد از واریانس را محاسبه و تبیین کند. با توجه به دو شاخص می توان این عامل زیربنایی نام نهاد. شاخص های بار گذاری شده در عامل مزبور عبارت اند از: تعداد پارک شهری به ده هزار نفر (۰/۹۰)؛ تعداد جایگاه CNG به ده هزار نفر (۰/۶۸).

- **عامل هشتم:** مقدار ویژه در عامل هشتم ۱/۲۰ می باشد و ۳/۰۸ درصد از واریانس را محاسبه نموده و توضیح می دهد. شاخص های بار گذاری شده در عامل مزبور عبارت اند از: مناطق نمونه گردشگری (۰/۹۱)؛ تعداد مراکز تفریحی به ده هزار نفر (۰/۷۵). این عامل را می توان اوقات فراغت نام گذاری نمود.

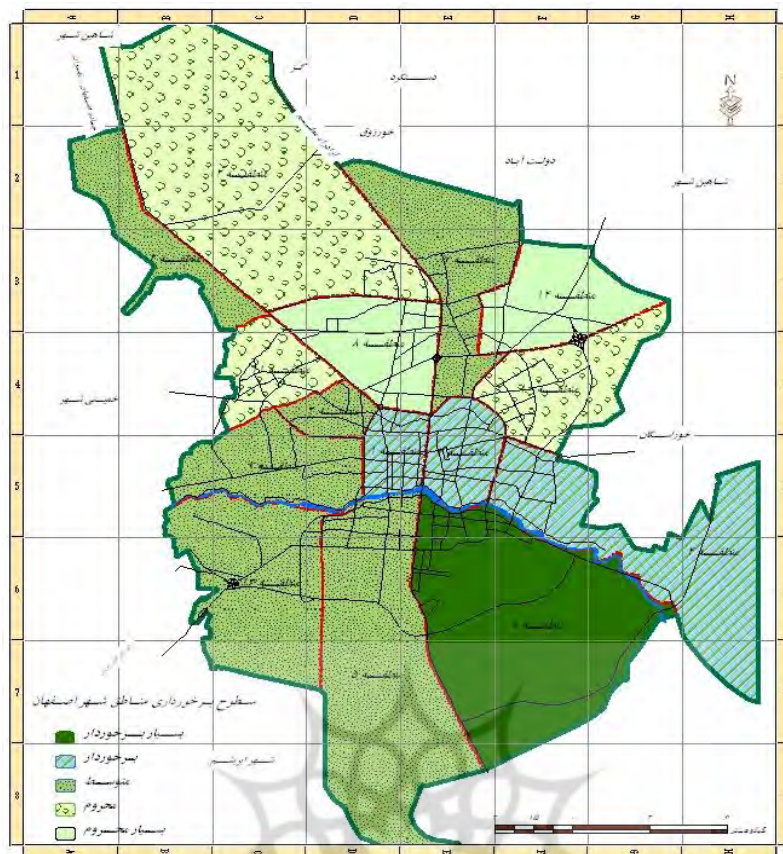
### ۳-۲- سطح بندی مناطق شهر اصفهان

به منظور دستیابی و شناخت بهتر از وضعیت خدمات گردشگری مناطق مورد مطالعه و تعیین اولویت توسعه و عمران در این مناطق با بهره گیری از موريس به عنوان روش کاربردی، مناطق چهاردهگانه شهر اصفهان براساس ۳۹ شاخص انتخابی مورد سنجش قرار گرفته‌اند و در پنج گروه سطح‌بندی شده‌اند. از نظر کیفیت توسعه گردشگری ضریب ۰/۹۹ بسیار برخوردار، ۰/۶۳ تا ۰/۵۰ برخوردار، ۰/۴۳ تا ۰/۳۳ متوسط (نیمه برخوردار)، ۰/۳۰ تا ۰/۲۷ محروم، ۰/۱۸ تا ۰/۲۳ بسیار محروم از امکانات گردشگری نامیده می‌شود. از مجموع ۱۴ منطقه شهری، ۱ منطقه بسیار برخوردار، ۳ منطقه برخوردار، ۵ منطقه نیمه برخوردار، ۳ منطقه محروم و ۲ منطقه بسیار محروم می‌باشند. به طوری که شکاف و نابرابری توسعه در این مناطق بسیار بالا بوده است. به طوری که اختلاف و شکاف توسعه بین مناطق بسیار برخوردار و بسیار محروم ۰/۸۱ می‌باشد و توزیع نامتعادل امکانات گردشگری در بین مناطق بسیار زیاد می‌باشد. به عبارتی توزیع خدمات گردشگری در بین مناطق ناعادلانه بوده است. افزایش توزیع ناعادلانه خدمات گردشگری در بین مناطق منجر به عدم بر خورداری مناطق محروم از اوقات فراغت (تفریح و نشاط) همسان با مناطق برخوردار می‌شود. و این امر به تشدید نابرابری منطقه ای کمک می‌کند.

جدول شماره (۲): تعیین میزان بر خورداری مناطق شهر اصفهان از لحاظ شاخص‌های گردشگری

ردیف	نام مناطق	شاخص محرومیت	درجه توسعه	میزان بر خورداری
۱	منطقه ۶	۰.۰۱	۰.۹۹	بسیار برخوردار
۲	منطقه ۱	۰.۳۷	۰.۶۳	برخوردار
۳	منطقه ۳	۰.۳۹	۰.۶۱	
۴	منطقه ۴	۰.۵۰	۰.۵۰	
۵	منطقه ۵	۰.۵۷	۰.۴۳	متوسط (میان برخوردار)
۶	منطقه ۷	۰.۶۵	۰.۳۵	
۷	منطقه ۹	۰.۶۸	۰.۳۲	
۸	منطقه ۱۳	۰.۶۷	۰.۳۳	
۹	منطقه ۲	۰.۶۷	۰.۳۳	
۱۰	منطقه ۱۱	۰.۷۰	۰.۳۰	محروم
۱۱	منطقه ۱۲	۰.۷۱	۰.۲۹	
۱۲	منطقه ۱۰	۰.۷۳	۰.۲۷	
۱۳	منطقه ۸	۰.۷۷	۰.۲۳	بسیار محروم
۱۴	منطقه ۱۴	۰.۸۲	۰.۱۸	

منبع: یافته‌های پژوهش



نقشه شماره ۱: سطوح برخورداری مناطق شهر اصفهان از لحاظ شاخص‌های گردشگری  
منبع: نگارندگان

### ۳-۳- مدل پیش‌بینی اولویت بندی توسعه‌ی شاخص‌ها در مناطق

با بهره‌گیری از نرم‌افزار رایانه‌ای SPSS و استفاده از مدل رگرسیون چند متغیره، می‌توان اولویت توسعه‌ی شاخص‌های خدمات گردشگری مناطق را براساس امتیازات عاملی محاسبه و ارائه نمود. در این محاسبات امتیازات عاملی هشت عامل به عنوان متغیرهای مستقل و میزان درجه توسعه به عنوان متغیر وابسته مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. در جدول شماره (3)  $R^2$  به دست آمده  $0/983$  می‌باشد، این رقم نشان می‌دهد که  $98/3$  درصد تغییرات درجه‌ی توسعه یافتگی مناطق شهر اصفهان ناشی از ۸ عامل مورد بررسی است. با کاهش عوامل به عنوان متغیرهای مستقل از مقدار  $R^2$  کاسته می‌شود، این امر بیان می‌دارد که با افزایش شاخص‌های مورد مطالعه و همچنین افزایش عوامل درصد تغییرات درجه‌ی توسعه یافتگی مناطق نیز بیشتر می‌شود.

جدول شماره ۳: خلاصه مدل

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	(a) ۹۹۱۰.	۸۳۰.۹	۵۵۰.۹	۴۵۰۲۰.۰

a. Predictors: (Constant), f8 f27, f6 f5, f4, f3 f2, f1.

در جدول شماره (۴) تحلیل واریانس نیز معنی‌دار بودن رگرسیون و رابطه‌ی خطی بین متغیرها با سطح معنی‌داری (Sig: ۰/۰۰۱) که معنی‌دار بودن آن در سطح ۹۹ درصد را نشان می‌دهد، تأیید می‌گردد.

جدول شماره ۴: تحلیل واریانس

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	۰/۵۷۹	8	۰/۰۷۲	۳۵/۷۰۷	۰/۰۰۱(a)
Residual	۰/۰۱۰	5	۰/۰۰۲		
Total	۰/۵۸۹	13			

a. Predictors: (Constant) , f8 f2v, f۱ f5, f4, f3 f2, f1.

b. Dependent Variable: Morris

با استفاده از جدول شماره (۵) مدل پیش بینی اولویت توسعه ی شاخص های گردشگری مناطق ارائه می گردد.

جدول شماره ۵- ضرایب

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.411	.012			.000
f 1	.166	.012	.۷۷۹	34.192	.000
f 2	.067	.012	.۳۱۵	13.273	.000
f 3	.069	.012	.۳۲۴	5.367	.003
f 4	-.012	.012	-.۰۵۷	5.516	.376
f 5	-.015	.012	-.۰۷۱	-.971	.280
f 6	.059	.012	.۲۷۶	-1.210	.005
f 7	.063	.012	.۲۹۵	34.192	.004
f 8	.008	.012	.۰۳۷	5.026	.555
				.632	

a. Dependent Variable: HDI

مدل استخراج شده از رابطه ی رگرسیونی به شرح ذیل می باشد:

$$Y = ۰/۴۱۱ + ۰/۱۶۶ f ۱ + ۰/۰۶۷ f ۲ + ۰/۰۶۹ f ۳ - ۰/۰۱۲ f ۴ - ۰/۰۱۵ f ۵ + ۰/۰۵۹ f ۶ + ۰/۰۶۳ f ۷ + ۰/۰۰۸ f ۸$$

همان طور که مقدار سطح معنی داری نشان می دهد، اثرات عوامل اول، دوم، سوم، ششم، هفتم و هشتم معنی دار می باشند و اثرات عامل چهارم و پنجم معنی دار نمی باشد و تأثیرات بسیار ضعیفی در پیشگویی درجه ی توسعه ی خدمات گردشگری دارند. با نگاهی به مقادیر بتا روشن می شود که به ترتیب سهم عوامل اول، سوم، دوم، هفتم، ششم، هشتم، چهارم و پنجم در پیش گویی بیشتر می باشد. زیرا که یک واحد تغییر در انحراف معیار عوامل مؤثر باعث می شود انحراف معیار درجه ی توسعه یافتگی به ترتیب به اندازه های ۰/۱۶۶، ۰/۰۶۹، ۰/۰۶۷، ۰/۰۶۳، ۰/۰۵۹، ۰/۰۰۸، ۰/۰۱۲ و -۰/۰۱۵ تغییر پیدا کند.

#### ۴- نتیجه گیری

براساس تحلیل های صورت گرفته ۳۹ شاخص انتخابی توسعه ی گردشگری از طریق مدل تحلیل عاملی به ۸ عامل کاهش یافته و سهم هر عامل در توسعه مشخص گردید ۸ عامل ایجاد شده ۹۳/۸۳ درصد واریانس را قادر است محاسبه و توضیح دهد. عامل اول به تنهایی ۳۸/۱۳ درصد از واریانس را محاسبه می کند و عوامل بعدی به ترتیب ۰/۰۴، ۱۱/۴۰، ۷/۹۵، ۷/۱۷، ۶/۵۵، ۵/۳۷ و ۳/۸ درصد از واریانس را محاسبه و توضیح می دهند. با استفاده از مدل موريس مناطق در پنج سطح تقسیم گردید، براساس سطح بندی صورت گرفته منطقه ۶ با درجه توسعه ۰/۹۹ در سطح بسیار برخوردار جای گرفته اند و سطح برخوردار با ۳ منطقه ۳، ۱ و ۴ با میانگین ۰/۵۸ سطح دوم را به خود اختصاص داده اند و مناطق ۵، ۷، ۹، ۱۳ و ۲ با میانگین ۰/۳۵ از ضریب اولویت سطح متوسط (نیمه برخوردار)

را در بردارند. و سطح محروم با مناطق ۱۱، ۱۲ و ۱۰ با میانگین ۰/۲۸ سطح چهارم را به خود اختصاص داده‌اند. و مناطق ۸ و ۱۴ با میانگین ۰/۲۰ در سطح بسیار محروم جای گرفته‌اند. در نهایت با بهرگیری از مدل رگرسیون چند متغیره بین عوامل و درجه‌ی برخورداری اولویت برنامه‌ریزی مشخص گردید، نتیجه‌ی حاصل از این تحلیل بیان می‌دارد که جهت توسعه‌ی خدمات گردشگری مناطق به ترتیب عامل اول، عامل سوم و عامل است. این سه عامل در اولویت اول برای توسعه‌ی خدمات گردشگری مناطق به ترتیب برای نواحی بسیار محروم، محروم، متوسط (نیمه برخوردار)، برخوردار و بسیار برخوردار پیشنهاد می‌گردد.

#### ۵- پیشنهادات

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق، پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

- مناطقی که ضریب اولویت کمتری دارند (۰/۱۸ تا ۰/۳۰)، در سطح آخر یعنی گروه‌های محروم و بسیار محروم قرار گرفته‌اند و باید در اولویت برنامه‌ریزی و محرومیت‌زدایی قرار گیرند؛ زیرا تعداد شاخص‌های گردشگری آن‌ها از سایر مناطق کمتر است. در این بررسی مناطق ۱۴ و ۸ محروم‌ترین مناطق شهر اصفهان قلمداد شده که در سیاست برنامه‌ریزی منطقه‌ای و توزیع اعتبارات گردشگری می‌باید متناسب با نیاز این گونه مناطق باشد و در واقع اعتبارات بیشتری به مناطق محروم داده شود.

- هدفمند کردن و سازماندهی بهتر و به طور کلی بهبود کارکرد دستگاه‌های مدیریتی و نظارتی مانند شهرداری و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری.

- پاسخگویی به نیازهای فزاینده گردشگری مناطق شهری اصفهان، در گرو توجه به همیاری و مشارکت مردم- نهادها و از همه مهمتر بخش خصوصی علاقمند به سرمایه‌گذاری در این زمینه است.

- با توجه به این که بیشتر امکانات گردشگری در مناطق ۳، ۱ و ۶ متمرکز می‌باشند، سیاست تمرکززدایی از این مناطق ضروری به نظر می‌رسد.

- توسعه و گسترش اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات در قالب تقویت و توسعه نهاد سازی، اصلاحات ساختاری و قوانین و مقررات و بهره‌گیری از دستاوردهای نوین در ارائه خدمات گردشگری.

- در کل مناطق شهر اصفهان سطح متفاوتی از میزان برخورداری دارند و امکانات گردشگری هماهنگ در آن‌ها دیده نمی‌شود. با مشخص شدن این شکاف و جایگاه برخورداری مناطق شهری باید با برنامه‌ریزی توسعه محور، نسبت به بهبود وضعیت این مناطق اقدام کرد. همچنین در جهت محرومیت‌زدایی از مناطق لازم است که امکانات و پتانسیل‌های موجود به سود مناطق کمتر برخوردار هدایت گردد.

#### منابع

اکبرپور سراسکانرود، محمد، رحیمی، محسن و محمدی، فاضل (۱۳۹۰). سنجش تأثیرات گسترش گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار مطالعه موردی: شهرستان هشتگرد، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال اول، شماره سوم.

بریس، نیکلا و ریچارد کمپ و رزمی سنلگار (۱۳۸۲) «تحلیل داده‌های روانشناختی با برنامه‌ی اس پی اس اس» مترجمان، خدیجه علی آبادی و علی صمدی، انتشارات نشر دوران، چاپ اول.

سیف الدینی، فرانک و دیگران (۱۳۸۹)، سنجش کیفیت و ظرفیت گردشگری شهری بر اساس الگوی رفتاری گردشگران و

- جامعه میزبان، نمونه موردی: شهر اصفهان، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۱، بهار. تقوایی، مسعود (۱۳۸۵) «تحلیل و طبقه بندی مناطق روستایی استان‌های کشور بر اساس شاخص توسعه ی انسانی» فصلنامه تحقیقات جغرافیایی. شماره ی ۸۲.
- رحمانی، بیژن، شمس، مجید و حاتمی‌فر، ساناز (۱۳۸۹)، امکان سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر ملایر با استفاده از مدل SWOT، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی سال اول، شماره ۳.
- حمادی، کریم، وظیفه دوست، حسین، هنری جعفرپور، احمد (۱۳۸۸)، بررسی تاثیر توریسم تاریخی - فرهنگی بر توسعه پایدار شهری همدان، پژوهش نامه علوم اجتماعی، سال سوم، شماره اول، بهار.
- زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۲)، چالش‌های توسعه پایدار اکوتوریسم، مدرس علوم انسانی، شماره ۳۰.
- سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹)، برنامه‌ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای، ترجمه بهرام رنجبران و محمد زاهدی، چاپ اول، انتشارات واحد دانشگاهی واحد اصفهان.
- کارگر، بهمن (۱۳۸۶)، جغرافیا و توسعه گردشگری، مجله سپهر، دوره شانزدهم، شماره ۶۲.
- کلانتری، خلیل (۱۳۸۰): برنامه‌ریزی و توسعه منطقه‌ای (تئوری و تکنیک‌ها)، انتشارات خوشبین، چاپ اول، تهران.
- کلانتری، خلیل (۱۳۸۲): نقدی بر متدولوژی سنجش توسعه‌ی انسانی، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ی ۶۱.
- مافی، عزت الله، سقایی، مهدی (۱۳۸۸)، بررسی گردشگری در کلان شهرهای مذهبی (مطالعه موردی: کلان شهر مشهد)، همایش منطقه‌ای جغرافیا و توسعه پایدار شهرها دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیروان، ۶ اردیبهشت ۱۳۸۸.
- موحد، علی (۱۳۸۶): توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی مطالعه موردی شهر اصفهان، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۵.
- موحد، علی (۱۳۸۶)، گردشگری پایدار، انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز.
- میرسنجری، مهرداد (۱۳۸۵)، اهمیت GIS (سیستم اطلاعات جغرافیایی) در اکوتوریسم (گردشگری طبیعت) فصلنامه علمی خبری هند و ایران، شماره ۱۷ و ۱۸.
- وارثی، حمیدرضا، تقوایی، مسعود، رخشانی نسب، حمیدرضا (۱۳۸۹)، تحلیل فضایی عوامل مؤثر بر عملکرد آژانس‌های مسافرت هوایی در ایران،
- وارثی، حمیدرضا، تقوایی، مسعود، سلطانی، لیلا (۱۳۹۰)، تحلیل فضایی گردشگری پارک کوهستانی صفا براساس الگوی رفتاری و ادراک محیطی شهروندان اصفهانی، جغرافیا. فصلنامه علمی-پژوهشی انجمن جغرافیای ایران، شماره ۲۹، سال ۹.
- Altinay Mehmet, Hussain Kashif (2005), Sustainable tourism development: a case study of North Cyprus , International Journal of Contemporary Hospitality Management, Volume:17 Issue:3 pp:272 – 280
- Roy, B., and Vincke, P. (1981), "Multicriteria analysis: survey and new directions." European Journal of Operational Research, 8, 207-218.
- Timothy, D Allen J. (2005), «Aspects of tourism, shopping tourism, retailing and leisure», Channel View Publications, Toronto.
- Timothy, Dallen J and Geoffrey Wall, (1995), Tourist Accommodation in an Asian Historic City, the Journal of Tourism Studies, Vol.6, No.2.
- Weaver, D. and Lawton, L. (2006), «Tourism Management», Third Edition, Wiley Publications.