

جغرافیا و روابط انسانی، زمستان ۱۳۹۸، دوره ۲، شماره ۳، پیاپی ۷

امکان‌سنجی توسعه گردشگری پایدار شهری در شهرگران

ناهیده عبدی قروچای*، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز
علی مهر افروزی، کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه پیام نور بیجار- کردستان
تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۱۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۲۳

چکیده

گردشگری پایدار، با اتکا بر مفهوم توسعه پایدار، می‌خواهد صنعت گردشگری در عین سود دهی اقتصادی، کم‌ترین تاثیر را بر جامعه میزان و محیط زیست داشته باشد. به واسطه ارتباط متقابل توسعه پایدار و گردشگری پایدار، برای آن که گردشگری بتواند به توسعه پایدار شهر کمک کند، باید اثرات آن در شهر شناسایی شده و مورد توجه خاص قرار گرفته شود و در صورت مدیریت، برنامه ریزی منسجم و کارآمد و در کنار آن با در نظر گرفتن مشارکت ساکنان محلی می‌توان از پتانسیل‌های آن برای دستیابی به توسعه پایدار شهری استفاده کرد.

در همین راستا، پژوهش حاضر با هدف بررسی توسعه گردشگری پایدار شهری در شهرگران با استفاده از مدل استراتژیک *SOAR* صورت گرفته است. نوع تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی بوده و در جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات میدانی و کتابخانه‌ای استفاده شده است. براساس نتایج پژوهش وجود جاذبه‌های ملی و بین‌المللی، وجود مناظر و چشم‌اندازهای طبیعی و بکر، جاذبه‌های انسانی و فرهنگی متنوع، در کنار سایر جاذبه‌های ارزشمند و متعدد این شهر می‌تواند فرصتی برای توسعه پایدار شهر برپایه صنعت گردشگری فراهم آورد. بنابراین توجه به مواردی چون: افزایش تعداد مراکز خدماتی، بهبود زیرساخت‌های گردشگری، امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری، ایجاد تصویر مقصد مثبت در ذهن گردشگران، بازاریابی و افزایش فرهنگ پذیرش گردشگر از سوی جامعه میزبان، شهروندان و مسئولین مرتبط ضروری است.

واژه‌گان کلیدی: امکان‌سنجی، گردشگری پایدار شهری، مدل استراتژیک *SOAR*، شهرگران.

مقدمه

در قرن بیست و یکم، صنعت گردشگری به ایزاری اصلی برای ارتقای کیفیت زندگی و به یکی از نیروهای شکل دهنده جهان امروز تبدیل شده است که دارای مزایای ارتباطی، سیاسی، فرهنگی و تاثیرات بین المللی خاص خود است (رحیمی و پازند، ۱۳۹۵: ۹۸). گردشگری بخش مهمی از سیاست های اجتماعی و اقتصادی توسعه کشورهاست (Raslanas et al, 2013: 929). از این رو گردشگری احیا و نگه داری از منابع مهم طبیعی، آثار باستانی و گنجینه های باستان شناسی گردشگری را فراهم می کند و دلیلی برای حفظ مناظر طبیعی و مکانهای تاریخی انسان ساخت، شهرها و محله های سنتی، روستاها و بنادر می باشد (Amirhajlou et al, 2013: 43).

توسعه صنعت گردشگری بویژه برای کشورهای در حال توسعه به منظور برون رفت از معضلاتی همچون: میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی از اهمیت فراوانی برخوردار است. متغیرهای کلان اقتصادی، اقتصاد ایران نیز که با اتکای شدید به درآمدهای حاصل از صادرات نفت در طول زمان دچار نوسانات شدیدی می شود به منظور تنوع بخشیدن به منابع، رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت های جدید شغلی در کشور، توسعه صنعت گردشگری در آن از اهمیت فراوانی برخوردار است (طیبی و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۴).

مبانی نظری

گردشگری شهری یکی از عامل های اصلی در رشد اقتصادی شهرهای اروپایی بوده و تقاضاهای درونی و بیرونی برای آن هر روز افزایش پیدا می کند و دارای امتیازات مهمی چون ایجاد فرصت های جدید برای اشتغال، امکان سرمایه گذاری های جدید، افزایش درآمد و بهبود قطعی استانداردهای زندگی برای جوامع محلی و غیره است (پوپسکو و همکاران، ۲۰۱۰: ۷۱). توسعه گردشگری در فضاهای جغرافیایی علاوه بر آثار راهبردها، استانداردها و ارزیابی های روشن در زمینه توسعه گردشگری، دارای جنبه های تخریبی بسیاری در ابعاد محیط انسانی و طبیعی است. از دیدگاه زیست محیطی توجه به فواید گردشگری نباید مانع از پرداختن به جنبه های نامطلوب این پدیده گردد. مطالعات سازمان ملل در مورد تاثیر گردشگری بر کشورهای در حال توسعه، نشان از آن دارد که با وجود این که گردشگری موجب شکوفایی اقتصادی کشورهای میزبان گردیده و مبادات فرهنگی را بین کشورهای مختلف قوت بخشیده است؛ ولی از طرف دیگر، موجب خلل های اجتماعی و زیست محیطی نیز شده است (تقوایی و صفرآبادی، ۱۳۹۰: ۴۱). محیط های شهری از دو نقطه نظر در صنعت توریسم اهمیت دارند. کانون های شهری به لحاظ تمرکز جمعیت در آنها و فشارها و خستگی های ناشی از کار و تلاش و فعالیت هم به عنوان مبداء مسافرت های توریستی محسوب می شوند و از سوی دیگر به علت وجود امکانات معیشتی و رفاهی، فعالیت های اقتصادی بازرگانی، صنعتی، فرهنگی، سیاسی، بهداشتی،

ارتباطی، فراغتی و داشتن جاذبه‌های تاریخی و توریستی به‌عنوان مقصد مسافرت‌های جهانگردی نیز به شمار می‌آیند (فرجی، ۱۳۸۴: ۲۱).

فضای گردشگری شهری، فضایی است که منابع گردشگری در آن وجود دارد و الگوی رفتاری گردشگران تابعی از منابع گردشگری مانند: جاذبه‌ها، محل اقامت، امکانات و خدمات است که تبلور آن فضای گردشگری را شکل می‌دهد. الگوی رفتاری در محیط شهری متناسب با ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به‌طور کلی تابعی از فضای گردشگری و فضای شهری است و برحسب پدیده‌های اجتماعی تغییر می‌کند (موحد، ۱۳۸۶: ۴۴). گردشگری شهری هنگامی می‌تواند مفید واقع شود که در رابطه با دیگر کارکردهای شهری باشد. مفهوم پایداری شهری در بر گیرنده تعامل عوامل محیطی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و کالبدی است (پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۸۶: ۱۹۹). مهم‌ترین سیاست‌های گردشگری پایدار شهری عبارتند از: ارتقای توسعه-ی محلی و اصلاح کیفیت زندگی جوامع میزبان؛ و یا ویژگی‌های فرهنگی، محلی و تصویر مقاصد گردشگری؛ هماهنگی بین نیازهای کیفیت تجارب گردشگری و کیفیت زندگی ساکنان؛ حفظ کیفیت محیط‌زیست که هم جامعه میزبان و هم گردشگران به آن وابسته‌اند؛ جلب نگرش‌های مدیران و برنامه‌ریزان شهری به توسعه‌ی پایدار شهری، در نظر گرفتن ثبات در سیاست گذاری‌ها؛ تمرکززدایی عدالت اجتماعی، برابری، امنیت، بهره‌وری و اشتغال جوامع میزبان و گردشگران ضرورت پیدا می‌کند (تقوایی و اکبری، ۱۳۸۸: ۴۹). کریپندرف جانک و همکاران (۱۹۸۰)، اولین بار، مفاهیم اولیه گردشگری پایدار را مطرح کرده‌اند. گردشگری پایدار را نمی‌توان جدا از مفهوم توسعه پایدار بحث کرد، بنابراین، مفاهیم توسعه‌ی پایدار در بخش گردشگری، در قالب مفاهیم توسعه پایدار اقتصاد کلان، قابل تبیین است. گردشگری پایدار بر ضرورت استفاده و توسعه‌ی منابع گردشگری در مسیرهای سالم تاکید می‌کند (رحمانی، ۱۳۸۹: ۴۴). گردشگری پایدار می‌تواند کیفیت زندگی جامعه میزبان را بهبود بخشد و تجربه‌ای ارزشمند را برای گردشگری فراهم کند و کیفیت محیط‌زیست را که جامعه میزبان و مهمان به آن وابسته هستند، حفظ کند (Flagstad, 2001: 22). پایداری گردشگری، با بهبود کیفیت زندگی میزبانان، تامین تقاضای بازدیدکنندگان و به همان نسبت حفاظت منابع محیطی طبیعی و انسانی در ارتباط است (Butler, 1998). بنابراین مشارکت ساکنان محلی در فرآیند تصمیم‌گیری برای رسیدن به اهداف گردشگری پایدار را نباید نادیده گرفت و مشارکت آنان یک الزام است (Ritchie, 1993). با توجه به مباحث مذکور، پژوهش حاضر با هدف بررسی توسعه گردشگری پایدار شهری با استفاده از مدل استراتژیک SOAR در شهرگران صورت گرفته است.

پیشینه تحقیق

کوزاک (۲۰۰۲)، در تحقیق خود با عنوان آنالیز تطبیقی از انگیزه‌های گردشگر برحسب ملیت و مقاصد گردشگری، چهار انگیزه فرهنگی، جستجوی لذت و خوشی، تمدد اعصاب و فعالیت‌های فیزیکی را مورد

مطالعه قرار داد و سرانجام دریافت بعضی از انگیزه‌های گردشگر برحسب ملیت و مکان‌های مورد بازدید متفاوت است. زهانگ و مارکوسن^۳ (۲۰۰۷)، در تحقیقی به بررسی انگیزه‌ها و فعالیت‌های گردشگری در مقاصد گردشگری کشور دانمارک پرداختند. آنها با استفاده از تجزیه و تحلیل‌های آماری نشان دادند که انگیزه‌های گردشگر تفاوت معنی‌داری برحسب مقاصد، نوع‌های اقامت و بازارهای گردشگر دارد.

ایوانا لوگار^۴ (۲۰۱۰)، در مطالعه‌ای درباره مدیریت گردشگری پایدار در شهر ساحلی کریکوانیکا کشور کرواسی در سال ۲۰۱۰ انجام داده است به ارزیابی تاثیرات منفی ایجاد شده صنعت گردشگری روی محیط زیست، جامعه و فرهنگ و حتی بر اقتصاد توجه می‌کند و با ابزار و تصمیم‌گیری‌های سیاسی سعی در بهبود و پایدارتر نمودن توریسم در این شهر دارد.

رحمانی و همکاران (۱۳۸۹)، در پژوهشی با عنوان "امکان‌سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر ملایر با استفاده از مدل *SWOT*" با رویکرد توصیفی - تحلیلی به این نتیجه رسیده‌اند که به دلیل وجود جاذبه‌های گردشگری و ارزش‌های فرهنگی در شهر، ملایر می‌تواند سالیانه پذیرای جمع‌کثیری از گردشگران داخلی و خارجی باشد. از طرفی در محدوده شهر آثار منحصر به فردی وجود دارد که امکان توسعه پایدار تحت تاثیر جاذبه‌های گردشگری شهر را دارد. نتایج حاصل از مدل *SWOT* نشان داد که رشد و توسعه گردشگری شهر با استفاده از نقاط قوت داخلی برای بهره‌برداری از فرصت‌های خارجی (راهبرد تهاجمی به عنوان راهبرد اصلی) می‌باشد.

صفاری زاده و خزایی (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان "امکان‌سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر یاسوج با استفاده از مدل *SWOT*" با روش پیمایشی، توصیفی و تحلیلی محتوا به شناسایی توانایی‌ها و پتانسیل‌های گردشگری شهر یاسوج پرداخته‌اند. نتایجی که از روند بررسی جاذبه‌های توریستی در شهر یاسوج دریافت شد، حاکی از آن است که این شهر از پتانسیل‌های خود برای جذب گردشگر استفاده نکرده است. مدیریت اصولی و توأم با آینده‌نگری توسط مدیران و سازمان‌های متولی صنعت توریسم در این شهر وجود نداشته است.

لطفی و باباخانزاده (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان «بررسی اثرات گردشگری پایدار شهری بر ساکنان شهر»، با رویکرد توصیفی - تحلیلی به بررسی اثرات گردشگری ناشی از بازارچه مرزی در شهرجوانرود کرمانشاه پرداخته‌اند. نتایج حاکی از آن است که بازارچه‌ی مرزی هرچند باعث رونق اقتصادی و فرصت‌های شغلی شده است؛ اما مشکلات محیطی هم همراه داشته است.

وفایی و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان "سنجش و ارزیابی مولفه‌های برنامه‌ریزی شهری در توسعه پایدار گردشگری شهر کاشان" با روش توصیفی - تحلیلی به تبیین نقش راهبردی و کلیدی برنامه‌ریزی شهری در توسعه پایدار شهر کاشان به عنوان یکی از مقاصد گردشگری در سطح ملی و جهانی پرداخته‌اند.

³. Zhang & Marcussen

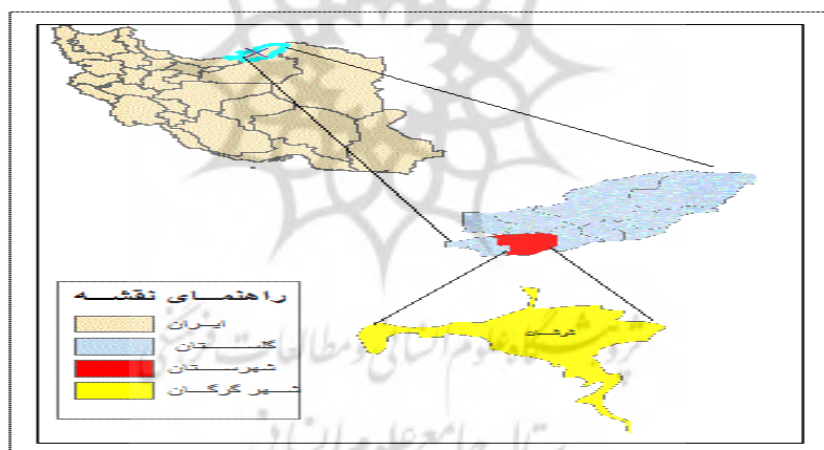
⁴

.Ivana logar

نتایج پژوهش نشان داد که زیرساخت ها، تجهیزات و تسهیلات شهری و استفاده از ابزارهای نوین در برنامه ریزی گردشگری تاثیر به سزایی در دستیابی به توسعه پایدار شهری دارند.

موقعیت شهر مورد مطالعه

گرگان شهری واقع در استان گلستان در شمال کشور ایران است و مرکز استان گلستان است. در موقعیت ۵۴ درجه و ۲۴ دقیقه تا ۵۴ درجه و ۲۸ دقیقه طول شرقی و ۳۶ درجه درجه و ۴۹ دقیقه عرض شمالی قرار گرفته است. ارتفاع متوسط آن از سطح دریا ۱۵۵ متر است. آب و هوای آن معتدل و مرطوب و میزان بارندگی سالانه به طور متوسط حدود ۳۵۰ میلی متر است. همسایه های گرگان از شمال و شمال خاوری گنبد کاووس، از خاور علی آباد، از شمال باختری و باختر بندر ترکمن، از جنوب باختری کردکوی، و از جنوب شهرستان های دامغان و شاهرود هستند. مردم گرگان به زبان فارسی با گویش محلی و ترکمنی سخن می گویند. جمعیت شهرستان گرگان طبق آخرین آمار سرشماری سال ۱۳۹۵، ۴۸۰۵۴۱ نفر بوده که از این تعداد ۳۵۰۶۷۶ نفر مربوط به شهر گرگان است (سایت مرکز آمار ایران) گرگان کنونی تا سال ۱۳۱۶ «استرآباد» نام داشت. گرگان قدیم که به عربی جرجان خوانده می شد شهری آباد و مهم بود که در نزدیکی گنبد کاووس امروزی قرار داشت (Borjian, 2008).



شکل ۱: موقعیت فضایی شهر گرگان در کشور

- جاذبه های گردشگری شهر گرگان

شهر گرگان به لحاظ ویژگی های آب و هوایی و موقعیت جغرافیایی خاص (قرار گرفتن در مسیر استان های خراسان شمالی و رضوی، سمنان، تهران و مازندران) پذیرای مسافران زیادی بویژه در ایام تعطیل است. شهر، گرگان به دلیل دارا بودن جاذبه های گردشگری طبیعی (اکوتوریسم) از یک سو و گردشگری تاریخی-فرهنگی از سوی دیگر توانمندی بسیار بالایی در جذب گردشگران داخلی و خارجی می تواند داشته باشد که این امر مستلزم برنامه ریزی جامع گردشگری و تدارک زیرساخت ها و خدمات مورد نیاز گردشگری است (فنی و

همکاران، ۱۳۹۱: ۳۱). مهم‌ترین صنایع دستی شهرستان گرگان را پارچه پشمی، پارچه‌های نخی و ابریشمی، نمدمالی و آلاه نمدی، صنعت حصیربافی، قالی‌بافی، قالیچه‌بافی، پستی تشکیل می‌دهد. صنعتگران کاشان در قرون ۷ و ۸ ه.ق فنون رموز فنی ساخت سفال و لعابک را به فرزندان خود می‌آموختند و آن‌ها را به شهرستان‌های گرگان و سایر نقاط می‌فرستادند. بدین ترتیب تا حدود صنعت سفال‌سازی و لعاب‌کاری در این شهرستان وجود دارد. در مناطق کوهستانی شهرستان گرگان مراتع و چمنزارهای فراوان توأم با جنگل‌های انبوه وجود دارد که از قابلیت‌های گردشگری بسیار بالایی برخوردار هستند. عمارت کاخ اختصاصی، کاخ شاسمن، کاخ آغامحمدخان، تورنگ‌تپه، پل آق‌قلا، بازار قدیمی گرگان، مسجد جامع گرگان، مسجد گلشن، مسجد امام حسن عسگری (ع)، امامزاده روشن، امامزاده نور (اسحاق)، امامزاده هندیجان، موزه گرگان، سد اسکندری (دیوار دفاعی)، آب انبار گرگان، مدرسه عمادیه، خانه خراسانی و خانه امیر لطفی همراه با جاذبه‌های طبیعی پرشمار این استان؛ از مکان‌های دیدنی و تاریخی شهرستان گرگان به شمار می‌آیند (گزارش اقتصادی-اجتماعی استان گلستان، ۱۳۹۰).

جدول شماره ۱. اماکن دیدنی شهر گرگان

نوع اماکن دیدنی	نام	موقعیت	مشخصات
طبیعی	پارک جنگلی نهارخوران	۴ کیلومتری جنوب شهر گرگان	دارای فضای جنگلی در طرفین جاده برای تفریح است. و با داشتن آب و هوای مناسب و دامنه پر شیب جنگلی مورد استفاده تفریح‌کنندگان داخلی و خارجی قرار می‌گیرد. این پارک دارای مهمان‌سراهای عمومی به ویژه مهمان‌سراها و کمپ‌های اقامتی زیبا است.
	پارک جنگلی النگ دره	۳ کیلومتری جنوب غربی گرگان	پارک جنگلی النگ‌دره در دامنه جنگل‌های انبوه شمالی از پوشش درختان منحصراً جنگلی برخوردار بوده و رودخانه‌ای از وسط آن می‌گذرد.
فرهنگی	پارک جنگلی قرق	۲۳ کیلومتری شرق گرگان	مساحت آن ۶۵۰ هکتار است. بخش اعظم پارک جنگلی قرق در محیط جلگه‌ای قرار گرفته و دارای امکانات تفریحی است. این پارک محل نگهداری گوزن‌های بومی جنگل‌های شمال ایران است.
	کاخ اختصاصی	گرگان	بنای کاخ اختصاصی دو طبقه با ویژگی‌های معماری دوران پهلوی است و از هنر معماری اروپایی متأثر شده است.
	کاخ شاسمن	گرگان	بنا به روایتی در سال ۷۹۵ ه.ق به وسیله امیر تیمور در ساحل رودخانه ساخته شده است. بنای اولیه این کاخ، قلعه‌ای بود که در سال ۷۶۱ ه.ق توسط ابوبکر شاسمانی (حاکم شاسمان) ساخته شده بود. در سال ۷۹۵ به جای قلعه، قصر فعلی ساخته شده و امیر تیمور زمستان آن سال را در آنجا گذرانده است.
	کاخ آقا محمد خان	گرگان	توسط محمد خان قاجار ساخته شده ویژگی معماری را سلوب ساخته و نشانگر آن است که این بنا در تاریخ ۱۲ هجری قمری ساخته شده است.
	خانه خراسانی	گرگان	تاریخ ساخت این بنا بر اساس سنگ نبشته‌ی سطوح زیرین سرشیرهای آن به ۱۲۹۵ می‌رسد که با سلطنت ناصر الدین شاه همزمان است.
خانه امیر لطفی	گرگان	بنایی است دو طبقه و روبه جنوب با یک هزار متر مساحت که شامل دو بخش ۱- هسته اصلی بنا ۲- بخش‌های خدماتی است. تاریخ ساخت این	

<p>بنا به اواخر دوره قاجاریه می رسد و اوج رونق بنا زمان پهلوی اول بوده است.</p>			
<p>از جمله بناهای تاریخی است که وقف نامه‌های موجود قدمت آن را به صفویه (شاه طهماسب - شاه سلیمان) می‌رساند. این بنا با فرم چلیپا و حیاط مرکزی ساخته شده است و در هر سو یک ایوان در میانه اضلاع خود دارد که فقط این بخش از بنا در دو طبقه ایجاد شده است.</p>	<p>گرگان</p>	<p>مدرسه عمادیه</p>	
<p>در زمینی به مساحت ۱۶۰۰ متر مربع واقع شده است. و به همراه بازار جزء هسته اولیه شکل‌گیری یافت قدیم به حساب می‌آید. ساختمان اصلی بنا متعلق به دوره سلجوقیان است. در دوره‌های تیموریان، صفویان و افشاریان تعمیرات کلی شد به طوری که چهره شکل اصلی آن تغییر یافت. ساختار فعلی متعلق به دوران صفویه است.</p>	<p>شهر گرگان</p>	<p>مسجد جامع گرگان</p>	
<p>از نظر ساختار قدیمی این شهر بین دو محله دوشنبه ای قدیم و محله میدان و محله میر کریم و کوچه بادگیر قرار دارد مه مدفن نه تن از نوادگان موسی بن جعفر(ع) می‌باشد.</p>	<p>شهر گرگان</p>	<p>امام زاده نه تن</p>	<p>مذهبی</p>
<p>مدفن یکی از احفاد و نوادگان موسی بن جعفر(ع) می‌باشد. با عنایت به- اینکه ساختمان بقعه در جوار رودخانه قرار دارد</p>	<p>روستای زیارت گرگان</p>	<p>امام زاده عبدالله زیارت</p>	
<p>در طبیعت مصفا و با موقعیت خاص و ارزشمندی قرار دارد. این بقعه دارای هسته مرکزی و الخاکی در شرق و غرب است . هسته مرکزی که مرقد مطهر در مرکز آن واقع شده در روی ستون‌های قطور آجری قرار گرفته است.</p>	<p>۴ کیلومتری روستای قرن آباد گرگان</p>	<p>امامزاده طیب(ع) قرن آباد</p>	
<p>طول این دیواره حدود ۱۵۵ کلومتر است. این دیواره در زمان ساسانیان احداث گردید. ارتفاع این دیوار ۳ تا ۵ متر و عرض آن ۱۰ متر می‌باشد. اشیایی در حین کاوش از دیوار بدست آمده است که از آن می‌توان سفال- شیشه و فلز نام برد.</p>	<p>گرگان</p>	<p>دیوار دفاعی سد اسنگر</p>	
<p>یکی از عظیم‌ترین و غنی‌ترین تپه‌های باستانی استان گلستان به‌شمار می‌آید. این تپه با وسعت بسیار و ارتفاع چشمگیر بر استخر آبی بزرگ مشرف است. قدمت آن به استناد گزارشات و نتایج بررسی‌ها و کاوش‌های باستان شناسان خارجی به هزاره سوم قبل از میلاد یعنی پنج هزار سال پیش می‌رسد.</p>	<p>شمال خاوری گرگان</p>	<p>تورنگ تپه</p>	<p>تاریخی</p>
<p>این بازار به بازار «نعل بندان»، معروف است. بازار قدیمی گرگان در روزگاران گذشته از جمله مراکز مهم داد و ستد کالا، توزیع و نشر افکار و عقاید فرهنگی اجتماعی بوده است. از نظر سبک معماری و راسته‌های مربوطه، یکی از زیباترین بازارهای استان منطقه شمال ایران محسوب می‌شود. این بازار یکی از مراکز مهم عرضه انواع محصولات بومی و غیر بومی است و محصولات مهم صنایع دستی آن، به ویژه دستبافت‌های ترکمنی معروفیت خاصی دارد.</p>	<p>گرگان</p>	<p>بازار قدیمی گرگان</p>	

منبع: (آرشیو میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان گرگان، ۱۳۹۳).



شکل ۳. پارک جنگلی ناهارخوران - گرگان



شکل ۲. پارک جنگلی انگدره - گرگان



شکل ۵. امام زاده عبدالله روستای زیارت.



شکل ۴. قالی ترکمن.



شکل ۷. بافت قدیم شهر گرگان



شکل ۶. مسجد جامع شهر گرگان.

روش تحقیق

روش تحقیق براساس ماهیت و روش از نوع توصیفی و تحلیلی است و بر اساس هدف از نوع کاربردی می‌باشد. برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از مطالعات کتابخانه‌ای و پیمایشی استفاده شده‌است. با توجه به اطلاعات بدست آمده از مطالعات کتابخانه و میدانی به بررسی از وضعیت کلی گردشگری پایدار شهری در گرگان پرداخته شد. جامعه آماری پژوهش مورد نظر جمعیت ۳۵۰۶۷۶ گرگان، گردشگران و مسئولان اداره - های مرتبط با گردشگری شهر است. حجم نمونه با استفاده از مدل کوکران، ۳۸۳ نفر محاسبه شد برای نمونه گیری از روش خوشه ای استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه راهبرد توسعه گردشگری پایدار شهرگرگان از مدل استراتژیک (SOAR) استفاده شده‌است. بر همین اساس به معرفی این مدل و کاربرد آن می‌پردازیم.

- مثبت شناسی (AI)؟ نگرشی نو در استراتژی‌های توسعه

مثبت شناسی (AI) در یک برنامه‌ریزی استراتژیکی به جای تمرکز بر تهدیدها و ضعف‌ها به شناسایی قوت‌ها و فرصت‌های کنونی می‌پردازد. چنانچه اگر بخواهیم استراتژی سوات را به لحاظ نظم فکر به دو بخش مساوی تقسیم کنیم در این صورت باید ۵۰ درصد از زمان خود را به نقاط منفی و ۵۰ درصد را به نقاط مثبت اختصاص دهیم. در نگرش (AI) نقاط مثبت و فرصت‌ها را تا جایی رشد می‌دهیم که بتوانیم بر اساس آن ضعف‌ها و تهدیدها را پوشش دهیم (Stavros Et al., 2010: 5).

- مدل (SOAR)

این مدل ترکیبی از استراتژی SWOT و دیدگاه مثبت‌شناسی است که ژاکلین ام. استاورس آن را ابداع کرده‌است (Stavros & Saint, 2010). یکی از ابزارهای بسیار مهم در فرآیند تدوین راهبرد، تکنیک SWOT است که به وسیله آن اطلاعات مقایسه می‌شود. این تکنیک بر پایه نقاط قوت (Strength)، ضعف (Weakness)، فرصت (Opportunity) و تهدید (Threats) می‌باشد (Hom hack, 2001: 3). این مدل در همه سطوح مدیریتی استفاده می‌شود، ولی در اکثر موارد در سطوح بالای مدیریت به کار می‌رود. در حالیکه، مدل SOAR، همیشه در سطوح بالای مدیریت استفاده می‌شود و به دنبال این است که ذی‌نفعان را در همه سطوح دربرگیرد. در واقع این مورد تفاوت کلیدی بین این دو مدل است. زیرا مدل SOAR آن بخش از ذی‌نفعان را دربر می‌گیرد که تاکنون بخشی از فرآیند برنامه‌ریزی راهبردی به شمار نمی‌آمده‌اند. از سوی دیگر، مدل SWOT و SOAR دارای بنیاد و اساس مشابه هستند؛ زیرا قوت‌ها و فرصت‌ها که بنیان و اساس SOAR به شمار می‌آیند، از مدل SWOT گرفته شده‌اند. مدل SAOR با یک تحقیق استراتژیک آغاز می‌شود. در این پژوهش نقاط قوت و فرصت‌ها در جامعه مورد مطالعه از طریق افراد مشارکت‌کننده و

دارای سهم شناسایی خواهد شد. در نهایت از افراد مشارکت‌کننده در این فرآیند دعوت می‌شود که تا خود آرمان‌ها و آرزوهایی را انتخاب کنند که امکان دستیابی به آنها در آینده وجود دارد و نتایج مطلوب از طریق برنامه‌های مانند تشویقی و بازنگرانه قابل اندازه‌گیری خواهد شد (خاوریان‌گرمسیر و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۰).

SOAR		SWOT	
<p>قوت‌ها</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ما در حال انجام دادن چه کارهایی به نحو احسن هستیم؟ ✓ اقتضای ما انجام دادن چه کارهایی است؟ ✓ نقاط قوت درباره مهارت‌های ما چه می‌گویند؟ 	←	<p>قوت‌ها</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ سازمان‌دهی منابع و ظرفیت‌ها ✓ پایه و اساسی برای تفاوت‌های ایجادشده 	
<p>فرصت‌ها</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ به طور کلی چگونه تهدیدهای خارجی را دریابیم؟ ✓ چگونه تهدیدها را دوباره شکل دهیم تا به فرصت تبدیل شوند؟ ✓ انتظار سرمایه‌گذاران از ما انجام دادن چه کاری است؟ ✓ چگونه می‌توانیم بهترین شریک برای دیگران باشیم؟ 	←	<p>ضعف‌ها</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ نبود قوت و ضعف در توانایی و منابع ✓ توجه به نبود قوت و کاهش توجه به اصل مزیت رقابتی 	
	←	<p>فرصت‌ها</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ شرایط بیرونی که می‌توانند باعث سود و منفعت ما شوند. ✓ آن دسته از نیازمندی‌های برآورده‌نشده گردشگران ✓ تکنولوژی‌های مدرن و قانون‌گذاری صحیح 	
	←	<p>تهدیدها</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ شرایط بیرونی که به منافع ما ضربه می‌زنند. ✓ برای مثال، شهرهای رقیب که بروند درآمدزایی ما تأثیر دارند و نظم کاری مجموعه ما را مختل می‌کنند. 	
<p>آرمان‌ها</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ قوت‌ها و فرصت‌ها را بررسی کنیم و ببینیم توانایی رسیدن به چه جایگاهی را داریم؟ ✓ چگونه توانایی‌هایی خود را به سمت چشم‌انداز هدایت کنیم؟ 	+		
<p>نتایج</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ نتایج محسوس و معین ما چیست؟ ✓ چگونه ما در آنچه توانایی داریم به‌درستی انجام دهیم و در آن کار سرمایه‌یابیم؟ ✓ چگونه می‌توانیم به طور محسوس قوت‌ها، فرصت‌ها و آرمان‌های خود را به نتیجه برسانیم؟ 	+		

شکل ۸. مقایسه مدل SWOT و SAOR

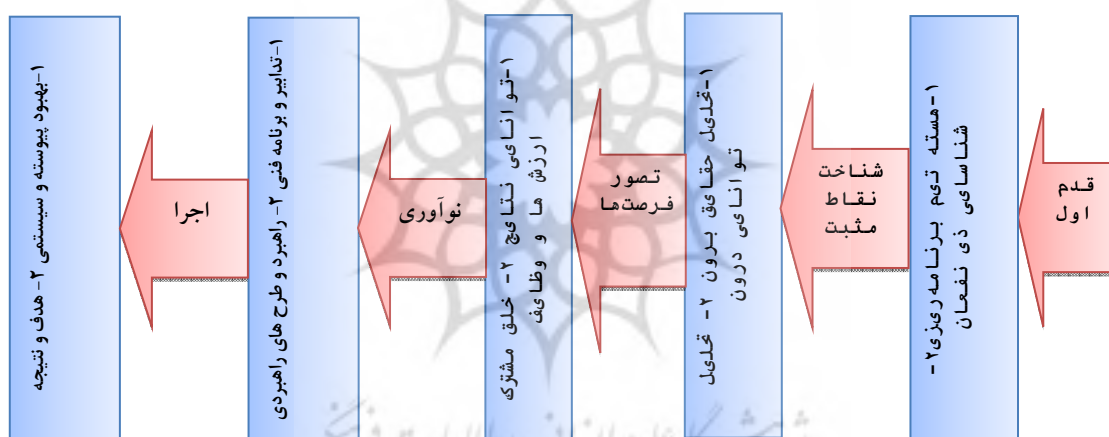
بر اساس جدول شماره (۲) خود این مدل شامل چهار بخش مهم می‌باشد که دربرگیرنده شناسایی قوت‌ها؛ فرصت‌ها؛ آرمانها و نتایج می‌باشد.

جدول شماره ۲. عوامل کلیدی در استراتژی SOAR

(Strengths) بزرگ‌ترین جنبه مثبت ما چیست؟	(Opportunities) بهترین فرصت‌های پیش روی ما چیست؟	تحقیق استراتژیک
(Aspirations) آینده آرمانی ما چیست؟	(Results) بهترین نتایج قابل اندازه‌گیری چیست؟	تصمیم‌های مثبت

منبع: (Stavros Et al., 2010).

ذکر این نکته ضروری است که مشکلات و تهدیدات در نظر گرفته شده‌است که توسط ذره‌بینی از ممکنات دیده خواهد شد و راه‌حل‌ها از طریق پاره‌ای از گفت‌گوها در باره «آنچه می‌توانیم انجام دهیم» کشف خواهد شد. در کل چارچوب مدل سوار (SOAR) در شکل شماره (۱) ترسیم شده‌است که شامل مراحل آغاز و برداشتن قدم اول، شناخت و بررسی، تصور، نوآوری و اجراست (Stavros & Saint, 2010) که این مراحل را در فرآیند تدوین راهبرد توسعه گردشگری پایداری شهری گرگان استفاده خواهند شد.



شکل شماره ۱۲. چارچوب مدل (SOAR)

منبع: (Stavros & Saint, 2010)

یافته‌های پژوهش

مرحله اول: این مرحله شامل آغاز و برداشتن قدم اول است که در این مرحله، اعضای گروه برنامه‌ریزی در خصوص چگونگی استفاده از استراتژی SOAR بحث می‌کنند. در این جلسات علاوه بر شناسایی افراد

ذینفع، نحوه درگیر کردن این افراد در فرآیند برنامه‌ریزی می‌باشد، بحث می‌شود. این افراد ذینفع شامل؛ ساکنان شهرگران، گردشگران، مسئولان سازمان میراث فرهنگی، شهرداریها، هلتداران، استناداریها و غیره می‌باشد. بطوریکه بعد از شناسایی این افراد قرار شد طی جلساتی با آنها مشورت شود.

مرحله دوم: شامل شناخت و بررسی نقاط قوت و مثبت می‌باشد. در این مرحله با شناخت ارزش‌ها، چشم اندازه‌ها و نقاط قوت داخلی که به منظور خلق فرصت‌ها می‌باشد، تا آنها را به آرمان‌ها و نتایج مبدل کنیم. بنابراین در این مرحله زمان جلسات توسط افراد گروه برنامه‌ریز تعیین می‌شود. بعد از تعیین زمان جلسات، هر یک از افراد نقاط قوت گردشگری و فرصت‌های پیش‌روی شهر و در نهایت آرمان‌های خود را تشریح می‌کنند. شایان ذکر است که این مرحله در کشورهای جهان سومی همچون ایران با مشکل مواجه هستیم. به دلیل عدم همکاری بعضی از مسئولین و افراد در برگزاری نشست‌ها ناچاریم افرادی را به جای همین مسئولین و افراد قرار دهیم و به جای آنها استفاده کنیم.

مرحله سوم: در این مرحله علاوه بر تصور کردن (مرحله سوم)، ابتکار و نوآوری (مرحله چهارم) که مجموعه از قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج می‌باشد، مورد بررسی قرار می‌گیرد. در کل در این مرحله، در نشست‌ها و گفت و گوها از افراد و مسئولین ذی‌نفع خواسته می‌شود که دیدی مثبت از آیند مطلوب گردشگری داشته باشند و در صورت اجرای شدن طرح، به بیان نتایج قابل اندازه‌گیری و مشهود پردازند.

مرحله چهارم (نوآوری و ابتکار): در این مرحله راهبردها و استراتژی‌های نوآوری و ابتکاری را شناسایی و اولویت‌بندی می‌شوند. البته باید توجه داشت که امکان دارد روندهای جدید و تغییر یافته در سیستم، ساختار و غیره نیاز به پشتیبانی از اهداف جدید باشند. این تغییرات به وسیله شناسایی نقاط قوت‌ها و فرصت‌ها به منظور دستیابی به آرمان‌ها و نتایج به وجود می‌آیند. بنابراین مجموعه قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج بازنگری در این مرحله به چالش کشیده شدند و در نهایت تغییراتی در آنها به وجود آمد.

مرحله پنجم: مرحله اجرا می‌باشد که حرکت به سمت اجرایی کردن برنامه‌هاست. در این مرحله افراد گروه‌های مختلف برنامه‌ریزی در طرح‌های که مربوط به رسیدن به اهداف و نتایج تعیین شده‌است، باهم ارتباط برقرار می‌کنند. مسئولین ذی‌نفع و افراد در هر جای که علاقه و توانایی انجام آن کار را دارند، مشغول می‌شوند. این مرحله که مرحله اجرایی می‌باشد و فراتر از اختیارات یک پژوهش می‌باشد و عملی کردن آن پس از تصویب طرح است.

جدول شماره ۳. نتایج چهار مرحله SOAR

فرصت‌ها (Opportunities)	قوت‌ها (Strengths)
شناساندن فرهنگ و اداب رسوم غنی مردم شهر گرگان به گردشگران داخلی و خارجی	وجود جنگل‌ها با چشم اندازی متنوع جغرافیایی با آب و هوای مناسب و مطبوع
تشویق سرمایه گذاران داخلی و خارجی در صنعت گردشگری	آثار و میراث تاریخی - فرهنگی متنوع و پرجاذبه در این شهر
افزایش توجه دولت و بخش خصوصی به برنامه‌ریزی و سرمایه گذاری	وجود نیروهای انسانی ماهر و با تجربه در منطقه
مورد توجه قرار گرفتن صنعت گردشگری توسط مسئولان به خاطر اشتغال‌زایی، کسب درآمد، رشد اقتصادی و کاهش فقر	داشتن پتانسیل لازم و مستعد برای توسعه گردشگری، اکوتوریسم، توریسم ورزشی و...
کاهش آلودگی‌های محیطی و بسترسازی محیطی سالم و افزایش سرانه فضای سبز در شهر گرگان	وجود جاذبه‌های ملی و بین‌المللی در عرصه‌های طبیعی و تاریخی
بهبود وضعیت زیرساخت‌ها و خدمات عمومی و توسعه امکانات و تسهیلات تفریحی برای گردشگران	بالا بودن روحیه مشارکت مردم محلی در طرح‌های توسعه گردشگری
شناساندن و بازاریابی صنایع دستی و محلی برای افزایش صادرات	قرار گرفتن در مسیر زیارتی مشهد مقدس
مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری براساس اصول توسعه پایدار	دسترسی به بازارهای استانهای سمنان-مازندران-خراسان شمالی
نتایج (Results)	آرمان‌ها (Aspirations)
دادن بودجه اختصاصی برای تبلیغات گردشگری در سطح کشور و بین‌المللی	شهر گرگان قطب بزرگ گردشگری در شمال شرق ایران
افزایش مراکز خدماتی برای استقبال از گردشگران بومی و غیر بومی	برپایی انواع اردوهای ورزشی
برنامه‌ریزی برای افزایش دادن تعداد گردشگران نسبت به سال‌های گذشته	مطرح شدن شهر گرگان در جذب گردشگران تابستانی
افزایش دادن سرانه پارکها و فضای سبز و رسیدن به حد مطلوب	ارتقاء جایگاه صنایع دستی با حمایت از تولید، فروش و بازاریابی محصولات نظیر فرش، گلیم
تقویت زیرساخت‌های گردشگری و برطرف کردن مشکلات مرتبط با آن	رغبت فراوان بخش‌های مختلف خصوصی برای سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری
کاهش هزینه محل اقامتگاهها و افزایش تعداد هتل‌های بین‌المللی	
فراهم کردن بستر مناسب برای ایجاد اشتغال و رفع معضل بیکاری	ایجاد شهری با مناظری زیبا و جذاب با رویکرد توسعه پایدار

منبع: یافته‌های تحقیق. ۱۳۹۸

نتیجه گیری

وجود آثار باستانی و جاذبه‌های گردشگری منعکس‌کننده توانمندی بالای این منطقه در جذب گردشگران داخلی و خارجی است. و این امر می‌تواند منافع اقتصادی زیادی را در پی داشته باشد و برای رسیدن به این منافع، مدیریت و برنامه‌ریزی دقیق می‌خواهد. از طرفی این شهر با برخورداری از چشم‌انداز ویژه، طبیعت و محیط زیبا، ویژگی‌های خاص اقلیمی و جاذبه‌های گردشگری متنوع خود می‌تواند انتظارات هر گردشگری را بر آورده سازد. قطعاً در هر گونه برنامه‌ریزی و راهبرد توسعه در شهر گرگان، می‌توان بر صنعت گردشگری به‌عنوان کلیدی‌ترین قابلیت گرگان، تکیه کرد. در نهایت برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از مدل (SOAR) استفاده شده است و این استراتژی از چهار عامل مهم شامل (قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج) و دیدگاه مثبت شناسی (AI) تشکیل شده است. به‌طوری‌که در مدل مذکور، بر نقاط مثبت تمرکز می‌شود تا از این طریق نقاط منفی پوشش داده شود. البته تمرکز بر نقاط مثبت به معنای بی توجهی به نقاط منفی نیست؛ بلکه باید به نقاط منفی به‌عنوان فرصت نگاه کرد. چراکه مدل SOAR، برخلاف مدل‌های گذشته از یک روند برنامه‌ریزی از پایین به بالا پیروی می‌کند. و با توجه به ماهیت این استراتژی پس از گفتگوهای متعدد با مسئولین متخصص گردشگری در نهایت نقاط قوت و فرصت‌ها و آرمان‌های بخش گردشگری در این شهر تعیین شد. سپس در این مدل با پی بردن به نقاط قوت و فرصت‌های پیش روی گردشگری شهر-گرگان راهکارهای جهت اجرایی کردن این نقاط مثبت در جهت توسعه گردشگری پایدار شهری معرفی شد. در راستای توسعه گردشگری پایدار شهری در این شهر می‌توان اقدامات زیر را انجام داد: توجه بیشتر به نقش تبلیغات گردشگری در سطح کشور و بین‌المللی؛ ایجاد تصویری مثبت در ذهن گردشگران نسبت به مقصد گردشگری و جاذبه‌های این شهر؛ بستر سازی برای ایجاد اشتغال و رفع موانع موجود؛ تقویت زیرساخت‌ها و تجهیزات مقاصد گردشگری و برطرف کردن مشکلات مرتبط با آن و غیره.

باتوجه به یافته‌های تحقیق پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

کھ فرهنگ‌سازی، آموزش و اطلاع رسانی در راستای ارتقاء رفتار جامعه میزبان با گردشگران در جهت جذب حداکثری گردشگران

کھ تقویت و توسعه مراکز تبلیغ، بازاریابی، اطلاع‌رسانی و راهنمایی گردشگران.

کھ ارتقای کمی و کیفی زیرساخت‌های اصلی گردشگری از جمله امکانات اقامت، حمل و نقل و ...

کھ ایجاد مشوق‌های لازم توسط مدیریت شهری برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت گردشگری.

کھ توسعه پایدار گردشگری و جلوگیری از توسعه فیزیکی ناموزون شهر و از بین رفتن جاذبه‌های اکوتوریستی شهر و تهدیدات زیست‌محیطی.

کھ نظارت بر کمیت، کیفیت و هزینه خدمات ارائه شده توسط اصناف مرتبط با گردشگری شامل هتل‌ها، رستوران‌ها، مسافرخانه‌ها و مراکز گردشگری.

تدوین مدیریت یکپارچه گردشگری و جلوگیری از موازی کاری و هدر رفتن وقت، سرمایه و انرژی سازمان‌های مرتبط با گردشگری (فنی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۶).

منابع

- استعلاجی، علیرضا؛ الهقلی نژاد، مهناز (۱۳۹۰)، برنامه‌ریزی توسعه پایدار با تاکید بر گردشگری مطالعه‌موردی سرعین و روستاهای اطراف، جغرافیا (فصلنامه علمی-پژوهشی انجمن جغرافیای ایران)، دوره نهم، شماره ۳۰، صص ۱۲۹-۱۴۴.
- اسماعیلی، رضا؛ گندمکار، امیر؛ حبیبی نوخندان، مجید (۱۳۹۰)، ارزیابی اقلیم آسایش چند شهر اصلی گردشگری ایران با استفاده از شاخص دمای معادل فیزیولوژیک *PET*. پژوهش‌های جغرافیای طبیعی، شماره ۵۷، صص ۱۸-۱.
- اکبرپورسراسکانرود، محمد؛ رحیمی، محمد؛ محمدی، فاضل (۱۳۹۰)، سنجش تأثیرات گسترش گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار، مطالعه‌موردی: شهرستان هشتروند، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال اول، شماره سوم، پاییز. صص ۱۰۴-۹۳.
- آرشیو میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان گرگان، ۱۳۹۳. <http://ichto.ir/default.aspx?tabid=127>
- بیاتی خطیبی، مریم؛ زینلی، بهرام، رحیم‌پور، توحید؛ ذوالقدر، حمید (۱۳۹۲)، تقویم اقلیم-گردشگری و آسایش گردشگر. همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط‌زیست پایدار، آبان ماه، ایران، همدان.
- پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی. ۱۳۸۶. «گردشگری (ماهیت و مفاهیم)»، چاپ دوم، تهران: انتشارات سمت.
- تقوایی، مسعود؛ عظیم‌آبادی، مرضیه (۱۳۹۰)، نقش مدیریت شهری در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری شهری (مطالعه موردی شهر کرمانشاه)، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال اول، شماره چهارم، تابستان.
- تقوایی، مسعود؛ وارثی، حمیدرضا؛ صفرآبادی، اعظم (۱۳۹۱)، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهری کرمانشاه، جغرافیا (فصلنامه علمی-پژوهشی انجمن جغرافیای ایران)، دوره جدید، سال دهم، شماره ۳۳، تابستان.
- تقوایی، مسعود؛ اکبری، محمود (۱۳۸۸)، «مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری شهری»، اصفهان: انتشارات پیام علوی.
- تولایی، سیمین (۱۳۸۶)، «مروری بر صنعت گردشگری»، تهران: انتشارات دانشگاه تربیت معلم.

- خاوریان گرمسیر، امیررضا، ژاکلین‌ام. استاورس و علیان، مهدی (۱۳۹۲)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهری با استفاده از مدل استراتژیک *SOAR* (مورد شهر تفت)، مدرس علوم انسانی، برنامه‌ریزی و آمایش فضا، دوره ۱۷، شماره ۳.
- دیناری احمد (۱۳۸۴)، «گردشگری شهری در ایران و جهان»، انتشارات واژگان خرد.
- رحمانی، بیژن؛ شمس، مجید؛ حاتمی فر، ساناز (۱۳۸۹)، امکان‌سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر ملایر با استفاده از مدل *SWOT*، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، سال اول، شماره سه، بهار ۱۳۸۹
- رحمانی، خلیل (۱۳۸۹)، ارزیابی عملکرد اماکن مذهبی در توسعه روستایی، پایان‌نامه‌ی دوره کارشناسی‌ارشد، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- رحیمی، محمد؛ پازند، فاطمه (۱۳۹۵)، الگوی گردشگری خلاق شهری در ایران با استفاده از مدل تحلیلی سلسله‌مراتبی، فصل‌نامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۶ شماره ۳، ۹۷-۱۲۴
- رضوانی، علی‌اصغر (۱۳۸۲)، «جغرافیا و صنعت گردشگری»، چاپ پنجم، انتشارات دانشگاه پیام‌نور، تهران.
- زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۲)، چالش‌های توسعه پایدار از منظر اکوتوریسم، مجله مدرس، دوره ۷، شماره ۳.
- زیاری، کرامت‌الله (۱۳۸۷)، برنامه‌ریزی شهرهای جدید، انتشارات سمت.
- صالحی، صادق؛ پازوکی‌نژاد، زهرا (۱۳۹۳)، تحلیل جامعه‌شناختی سفرهای پایدار در صنعت گردشگری، مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۱۸۱-۱۶۲.
- صفاری زاده، مصیب؛ خزایی، مصطفی (۱۳۹۳)، امکان‌سنجی توسعه پایدار گردشگری در شهر یاسوج با استفاده از مدل *SWOT*، مجله جغرافیایی فضای گردشگری، دوره ۳، شماره ۱۰، صص ۷۳-۹۰
- طیبی، سید کمیل؛ بابکی، روح‌اله؛ جباری، امیر (۱۳۸۶)، بررسی رابطه‌ی توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۸۳-۱۳۳۸)، پژوهشنامه‌ی علوم انسانی و اجتماعی ویژه‌ی اقتصاد سال هفتم/شماره‌ی بیست و ششم/ پاییز ۸۶
- عظیمی، سیوان (۱۳۹۰)، ارزیابی نقش گردشگری در توسعه پایدار شهری: مطالعه‌ی شهر مریوان، پایان‌نامه‌ی کارشناسی‌ارشد، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران.
- فرجی، رضا (۱۳۸۴)، بررسی و تحلیل جاذبه‌های توریستی و برنامه‌ریزی توسعه صنعت توریسم شهرستان آمل، پایان‌نامه‌ی دوره کارشناسی‌ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، یزد: دانشگاه یزد.

- فنی، زهره؛ برغم‌دی، مجتبی؛ اسکندرپور، مجید؛ سلیمانی، منصور (۱۳۹۱)، سنجش میزان رضایت-مندی گردشگران شهر گرگان، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری سال هفتم، شماره ۲۰، زمستان.
- کوپر، کریس؛ فلچر، جان؛ گیلبرت، دیوید؛ ون هیل، استفان (۱۳۸۰) «اصول و مبانی جهانگردی»، ترجمه. اکبر غم‌خوار، انتشارات فرآمد، چاپ اول.
- کازس، پوتیه؛ فرانسواز، ژرژ (۱۳۸۲)، «جهانگردی شهری»، ترجمه صلاح‌الدین محلاتی، انتشارات دانشگاه شهیدبهشتی، تهران.
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۶)، مدیریت گردشگری، تهران: انتشارات سمت.
- گزارش اقتصادی-اجتماعی استان گلستان، معاونت برنامه‌ریزی استانداری. ۱۳۹۰.
- گی، چاک؛ فایوسولا، ادآردو (۱۳۷۷)، جهانگردی در چشم‌اندازی جامع، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش‌های بنیادی.
- لطفی، صدیقه؛ باباجانزاده، ادیس (۱۳۹۳)، بررسی اثر گردشگری پایدار شهری بر ساکنان شهر (مطالعه‌ی موردی: شهر جوانرود کرمانشاه)، مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری سال سوم، شماره ۹، تابستان، صص ۱۵۰-۱۳۰.
- لطفی، صدیقه؛ شکیبایی، اصغر؛ خیرخواه، زلیخا (۱۳۹۱)، اولویت‌بندی استراتژی‌های توسعه‌ی گردشگری با استفاده از تکنیک *MCDM*، مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال اول، شماره ۳، زمستان. صص ۷۳-۹۳.
- لومسدون، لس (۱۳۸۰)، بازاریابی گردشگری، مترجم محمدابراهیم گوهریان، تهران: انتشارات پژوهش‌های فرهنگی.
- مافی، عزت ا...؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۸)، کاربرد مدل *MS-SWOT* در تحلیل مدیریت گردشگری مطالعه‌موردی: کلان‌شهر مشهد، مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۱۴، ۵۰-۲۷.
- مردای، مریم؛ رحمانی، بیژن (۱۳۸۹)، نقش گردشگری در توسعه پایدار شهری مطالعه‌موردی شهر مشهد، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال هفتم، شماره ۲۵.
- موحد، علی (۱۳۸۶)، گردشگری شهری، اهواز: انتشارات دانشگاه شهید چمران، چاپ اول.
- الوانی، مهدی؛ پیروزبخت، معصومه (۱۳۸۵)، «فرآیندهای مدیریت گردشگری»، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- وفایی، ابوذر؛ حاتمی نژاد، حسین؛ کاری بادی، علی (۱۳۹۸)، سنجش و ارزیابی مولفه‌های برنامه‌ریزی شهری در توسعه پایدار گردشگری شهر کاشان، پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری، دوره ۷، شماره ۳، پاییز، صص ۴۵۵-۴۷۰.
- Amirhajlou, E., Tavallai, S., & Zanganeh, A. (2013). *Evaluating and classification of tourism effects in national level using TOPSIS Technique.*

- Borjian, H. (2008). *The extinct language of Gurgān: Its sources and origins*. *Journal of the American Oriental Society*, 128(4), 681-707.
- Butler, R. (1998). *Sustainable tourism-looking backwards in order to progress?. Sustainable tourism: a geographical perspective.*, 25-34.
- Butler, R. W. (1993). *Tourism—an evolutionary perspective*. *Tourism and sustainable development: Monitoring, planning, managing*, 37.
- Choi, H. C., & Turk, E. S. (2011). *Sustainability indicators for managing community tourism*. In *Quality-of-life community indicators for parks, recreation and tourism management* (pp. 115-140). Springer, Dordrecht.
- Clare A. Gunn, & Var, Gantly, F. (2001). *Tourism Impacts in Azerbaijan: A Sociocultural Analysis*, A ph Thesis Presented to the Faculty of Tourism and Food. Dublin Institute of Technology, Dublin, Unpublished. For the environment. T. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. New York, NY: Routledge.
- Das, J., & DiRienzo, C. E. (2009). *Global tourism competitiveness and freedom of the press: A nonlinear relationship*. *Journal of Travel Research*, 47(4), 470-479.
- Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). *Urban tourism research: developing an agenda*. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032-1052.
- Flagestad, A., & Hope, C. A. (2001). *Strategic success in winter sports destinations: a sustainable value creation perspective*. *Tourism management*, 22(5), 445-461.
- Hom Haacke, L. (2001). *Using SWOT for project planning sessions*, PN. 3 hughes. A. *Tourism as Sustainable Industry in the Rural Community of Arising, West Scotland* (Doctoral dissertation, M. Sc Thesis, Napier University).
- Kabassi, K. (2010). *Personalizing recommendations for tourists*. *Telematics and Informatics*, 27(1), 51-66.
- Kozak, M. (2002). *Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations*. *Tourism management*, 23(3), 221-232.
- Law, C. M. (2002). *Urban tourism: The visitor economy and the growth of large cities*. Cengage Learning Emea.
- Leiper, N. (1990). *Tourist attraction systems*. *Annals of tourism research*, 17(3), 367-384.
- Logar, I. (2010). *Sustainable tourism management in Crikvenica, Croatia: An assessment of policy instruments*. *Tourism management*, 31(1), 125-135

- Pearce, D. G. (2001). *An integrative framework for urban tourism research. Annals of tourism research*, 28(4), 926-946.
- Popescu, R. I., & Corbos, R. A. (2010). *The role of urban tourism in the strategical development of Brasov area. Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 5(7 (16), 69-85.
- Raslanas, S., Stasiukynas, A., & Jurgelaitytė, E. (2013). *Sustainability assessment studies of recreational buildings. Procedia Engineering*, 57, 929-937.
- Ritchie, J. B. (1993). *Crafting a destination vision: Putting the concept of resident responsive tourism into practice. Tourism management*, 14(5), 379-389.
- Roberts, L., & Hall, D. (Eds.). (2001). *Rural tourism and recreation: Principles to practice. CABI*.
- Rosentraub, M. S., & Joo, M. (2009). *Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions?. Tourism management*, 30(5), 759-770.
- Saraniemi, S., & Kylänen, M. (2011). *Problematizing the concept of tourism destination: An analysis of different theoretical approaches. Journal of travel research*, 50(2), 133-143.
- Seckelmann, A. (2002). *Domestic tourism—a chance for regional development in Turkey?. Tourism Management*, 23(1), 85-92.
- Stavros, J. M., & Saint, D. (2010). *SOAR: Linking strategy and OD to sustainable performance. Practicing organization development: A guide for leading change*, 3, 377-394.
- Tosun, C. (2002). *Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. Annals of tourism research*, 29(1), 231-253.
- Walker, J. R., & Walker, J. T. (2011). *Tourism concepts and practices. Pearson Education India*.
- World Tourism Organization. (1996). *What tourism managers need to know: A practical guide to the development and use of indicators of sustainable tourism. WTO*.
- Zhang, J., & Marcussen, C. (2007, June). *Tourist motivation, market segmentation and marketing strategies. In 5th Bi-Annual Symposium of the International Society of Culture, Tourism, and Hospitality Research, Charleston, South Carolina (pp. 1-27)*.