

## بررسی مطلوبیت اقلیمی توریست با استفاده از شاخص TCI

### مورد مطالعه بخش پیربکران

داود نصیرزاده ونهری<sup>۱</sup>، زاهد شفیع<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش ۱۴۰۰/۱۲/۰۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۲۱

#### چکیده

گردشگری در قرن بیست و یکم، در چارچوب نوآوری‌های فناوری و کارکردهای جدید مدیریتی از یکسو و سیطره همه جانبه سرمایه‌داری همراه با شکل‌گیری اقتصاد جهانی و کمرنگ شدن مرزهای سیاسی از سوی دیگر، سبب تحولات بسیاری در فضاهای جغرافیایی می‌شود: در این پژوهش سعی بر آن بوده تا با استفاده از مدل شاخص آب‌وهوای توریسم TCI، به بررسی مطلوبیت اقلیمی این منطقه در مبحث گردشگری پرداخته شود. بر اساس یافته‌های مدل، میزان TCI پیربکران در فروردین برابر با ۹۱ می‌باشد و احساس آرامش در این ماه به لحاظ آب‌وهوایی در سطح ایدئال می‌باشد. اردیبهشت‌ماه با عدد ۸۸ در سطح عالی و خرداد با عدد ۸۴ در سطح عالی قرار دارد. تیرماه با شاخص آب‌وهوایی ۷۶ دارای احساس آرامش در سطح خیلی خوب، مرداد با شاخص ۶۸ در سطح خوب و شهریور با شاخص ۷۶ در سطح احساس آرامش خیلی خوب قرار دارد. مهرماه با شاخص آب و هوایی ۸۸ در سطح احساس آرامش عالی، آبان ماه با شاخص ۸۸ در سطح عالی و آذر با شاخص ۶۸ در سطح احساس آرامش خوب قرار دارد. در فصل زمستان، دی‌ماه با میزان TCI برابر با ۶۰ در سطح احساس آرامش خوب، بهمن‌ماه با شاخص ۵۸ و اسفندماه با میزان شاخص ۸۸ در سطح احساس آرامش عالی برای گردشگران می‌باشد.

**کلمات کلیدی:** پیربکران، گردشگری، توریست، شاخص آب‌وهوایی، TCI

<sup>۱</sup> کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، موسسه آموزش عالی دانش‌پژوهان پیشرو، اصفهان، ایران

<sup>۲</sup> هیات علمی دانشگاه هنر اصفهان

## ۱- بیان مساله

امروزه اهمیت صنعت گردشگری و لزوم توسعه آن با توجه به تاثیرات شگرف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و امنیتی آن بر کسی پوشیده نیست. از این رو برنامه-ریزی، هدایت و توسعه صنعت گردشگری به عنوان یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال، به عنوان یک نیاز مطرح می شود. برنامه ریزی گردشگری پایدار، ایجاد طرحی برای توسعه گردشگری با در نظر گرفتن اهداف توسعه پایدار می باشد که هدف کلان آن جلوگیری از اثرات مخرب فعالیت های گردشگری بر روی مناطق گردشگری، به دلیل تجاری کردن مناظر و چشم اندازهای طبیعی و جاذبه های انسانی می باشد.

به رغم اهمیت فراوان صنعت گردشگری، در کشور ما آن چنان که باید و متناسب با ظرفیت ها، این صنعت توسعه نیافته و در نتیجه از منافع مادی و معنوی حاصل از آن بی بهره مانده است. توسعه صنعت گردشگری در ایران، یک ضرورت اقتصادی و اجتماعی به شمار می رود. از این رو توجه به برنامه ریزی گردشگری پایدار حائز اهمیت فراوان می باشد. از آنجا که هدایت این فرآیند به صورت عملی، با شناخت علمی قابلیت ها و تنگناهای موجود در هر منطقه از کشور میسر است، از این رو بخش پیربکران با توجه به قابلیت های فراوان منطقه یکی از مناطق مهم استان برای رشد و شکوفایی این صنعت می باشد. با توجه به مطالب یاد شده تا کنون اقدامات موثری برای دستیابی به این مهم در این منطقه انجام نشده است لذا به عنوان نمونه موردی این پژوهش انتخاب گردید.

این بخش و حوزه نفوذ آن با داشتن جاذبه های بسیار تاریخی و طبیعی از پتانسیل بالایی برای جذب گردشگران از شهرهای مجاور برخوردار هستند؛ در نتیجه با بررسی و تحلیل وضع موجود و شناسایی تنگناها و مشکلات توسعه گردشگری در این منطقه، راهبردها و راهکارهای لازم جهت رشد و گسترش صنعت گردشگری در پیربکران و حوزه نفوذ آن ارائه می گردد. در پژوهش پیش رو نگارنده در پی کشف و مشخص نمودن میزان مطلوبیت آب و هوای در منطقه ی پیربکران با استفاده از شاخص آب و هوایی توریست می باشد تا مشخص شود در چه فصولی از سال منطقه ی پیربکران دارای آب و هوای مطلوب تری برای گردشگری می باشد.

## ۲- بررسی ادبیات پژوهش

روند مدرنیته از آغاز قرن ۱۸ به بعد با سرمایه‌گذاری فراوان در بخش صنعت و افزایش جمعیت و فضای آن تا به امروز در دنیا منجر به تحول سریع رشد شهرنشینی و توسعه آن به سمت کلان شهرهای جهانی و ملی شده است. یکی از پارامترهای مهم این توسعه وجود آثار گردشگری شهری بوده است، که در جامعه ایران هم پارامترها و موقعیت‌های طبیعی، فرهنگی و مذهبی در رشد شهرنشینی و کلانشهرها بسیار موثر بوده است. در چنین فضایی افزایش و توسعه وسایل حمل و نقل، کم شدن ساعات کار، و افزایش دستمزدها که حاصل ماشینی شدن زندگی شهری بوده است زمینه‌های گذران اوقات فراغت و روند گریز از محیط‌های شهری را مهیا کرده است. به گونه‌ای که همگام با توسعه شهرنشینی، گردشگری از جمله گردشگری شهری تعمیم یافته است. به طور کلی محیط‌های شهری از دو نظر در صنعت گردشگری امنیت دارند «از یکسو کانون‌های شهری را به لحاظ تمرکز جمعیت در آن‌ها و فشارها و خستگی‌های ناشی از کار و فعالیت به عنوان مبدأ مسافرت‌های گردشگری محسوب می‌گردند و از سوی دیگر بعضی از شهرها به علت وجود امکان فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی، ارتباطی، فراغتی و جاذبه‌های تاریخی و گردشگری به عنوان مسافرت‌های گردشگری برگزیده می‌شوند». در ادامه نتایج برخی از مطالعات صورت گرفته در داخل و خارج از کشور آورده شده است

**یو کیم**<sup>۳</sup> (۱۹۸۸) در رساله‌ی خود، سعی در ارزیابی توریسم از بعد ساختار فضایی و تأثیرات آن بر مدل سفرهای توریستی دارد. این رساله با استفاده از «مدل کشش تباينات فضایی سفرهای توریستی» ارزیابی و روند حاصل از آن را ارائه می‌کند. لی<sup>۴</sup> در رساله‌ی خود، رویکردهای گروه‌های مختلف توریستی را جهت ارزیابی تأثیرات اقتصادی توریسم و اوقات فراغت بر روی تورهای مختلف مورد بررسی و تحلیل قرار داده است. این تحقیق با استفاده از نظریات مختلف بازدیدکنندگان از مناطق توریستی شکل گرفته است. **دنگ**<sup>۵</sup> و **همکاران در سال ۲۰۰۴** در مقاله خود به ارزیابی جاذبه‌های طبیعی توریسم (اکوتوریسم) پرداخته‌اند. در این مقاله از ساختار سلسله مراتبی برای ارزیابی مناطق طبیعی توریستی و همچنین از مدل‌هایی برای ارزیابی توریسم، استفاده شده است. **تاکانو (۲۰۰۹)**، از مدل

<sup>3</sup> Y.kim

<sup>4</sup> lee

<sup>5</sup> Deng

ترکیبی SWOT و فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) برای برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی احیای گردشگری، مطالعه موردی سریالانکا، استفاده کردند. آن‌ها با استفاده از تکنیک SWOT عوامل بیرونی و درونی صنعت را بررسی و برای اولویت‌بندی فاکتورهای SWOT از تکنیک AHP استفاده کردند. نتایج نشان داد که استراتژی ارتباطی و تفکیکی محافظه کارانه با استراتژی ترغیبی بازاریابی بهترین استراتژی‌هایی بودند که برای فرایند احیای گردشگری به کار گرفته شد.

**محمد و موحد میل (۲۰۱۲)** در پژوهشی به بررسی و تحلیلی اولویت‌بندی مقصد گردشگری بر اساس انگیزه گردشگران در مالزی با استفاده از مدل TOPSIS فازی پرداختند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که بازدید دوستان و بستگان و تمدد اعصاب و استراحت دو عامل تأثیرگذار در انتخاب مقصد است. همچنین، ملاقات افراد جدید، آرامش، درمان، آشنایی با فرهنگ‌های جدید، لذت بردن از زندگی، و خرید در شب از عوامل دیگر در انتخاب مقصد گردشگران است. در میان مقاصد گردشگری مالزی نیز، بر اساس اولویت‌بندی به ترتیب لنکاوی<sup>۶</sup> و منطقه آلور<sup>۷</sup> و بوجانگ<sup>۸</sup> قرار دارند. **یانگ و پینگ (۲۰۱۲)** در تحقیق خود 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 ۶ معیار (در دسترس بودن جاذبه‌ها، حمل و نقل مناسب، قیمت مناسب، امنیت، بازار عرضه محصولات، مناظر طبیعی) و ۱۵ زیر شاخص که از سوی کارشناسان در بخش‌های مختلف وزن بندی شده‌اند و در نهایت ارزیابی انجام گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که در رتبه‌بندی از بین ۹ کشور، بر اساس معیارهای یادشده، به ترتیب چین، ژاپن، هنگ‌کنگ، مالزی، تایلند، سنگاپور، تایوان، کره، و فیلیپین بهترین عملکرد را به خود اختصاص داده‌اند. **ارتا و کوپرا (۲۰۱۴)** در تحقیقی با عنوان بررسی موانع نوآوری در صنعت گردشگری به مطالعه منطقه جنوبی لهستان پرداخته‌اند. این تحقیق شواهد متعدد از عوامل مختلف مانع فعالیت‌های نوآورانه در سرمایه‌گذاری‌های توریستی با مقیاس میکرو، کوچک، و متوسط ارائه می‌دهد. این تحقیق موانع نوآوری گردشگری را در سه بعد اصلی سازمانی، محیطی، و فرایندهای

<sup>۶</sup> Langkawi

<sup>۷</sup> Alor

<sup>۸</sup> Bujang

مرتبط با خالقیت تقسیم‌بندی می‌کند. **هاتیوگلو (۲۰۱۴)** در تحقیقی موانع مشارکت ذی‌نفعان در برنامه‌ریزی گردشگری پایدار در منطقه ترکیه در کشور ترکیه را مطالعه کردند. ابعاد آنالیز شده جهت بررسی این موانع عبارت‌اند از: آگاهی ذی‌نفعان از مسائل مهم و وضعیت فعلی گردشگری، دانش آن‌ها از اصول گردشگری پایدار، و چشم‌انداز ایشان از فرایند برنامه‌ریزی و مدل حکومت مؤثر برای منطقه. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که عدم ساختارهای نهادی برای همکاری و رهبری مؤثر مانع مشارکت ذی‌نفعان در فرایند برنامه‌ریزی گردشگری پایدار است. علاوه بر این، دیدگاه‌های نزدیک سهامداران، عدم جهت‌گیری استراتژیک و تمرکز مالی بر اساس منافع شخصی ممکن است مانع درک فرایند توسعه گردشگری پایدار شود. **دومنیگز و همکاران (۲۰۱۴)** در پژوهش خود به رقابت‌پذیری مقاصد گردشگران و مقایسه دو کشور اسپانیا و استرالیا پرداختند. این پژوهش بر اساس تجربه گردشگران از مقاصد گردشگری دو کشور انجام گرفته است. نتایج حاصل نشان می‌دهد که در استرالیا کیفیت خدمات، نمایان‌های تجاری، و زیرساخت‌های مناسب از اهمیت زیادی برای جذب گردشگر برخوردار است و آب‌وهوا و ساختارهای محلی توریستی مهم‌ترین موضوع در جذب گردشگر در اسپانیا هستند.

**ترواین و همکاران (۲۰۱۴)** در پژوهشی مقاصد گردشگران در شمال لاپلند فنلاند را باهدف ترجیحات محیط‌زیست و محل اقامت گردشگران بررسی کردند. در نظرسنجی از ۱۰۵۴ گردشگر داخلی و خارجی، پاسخ‌دهندگان بر موارد ارتباط محل اقامت با طبیعت، زیرساخت‌های سبز، دسترسی آسان به سایت محل اقامت خود، و کیفیت محیط‌زیست در انتخاب مقصد خود تأکید کردند. **میکائیلی و پیشرو (۱۳۹۱)**، در مقاله‌ای با عنوان " برنامه‌ریزی و طراحی منظر تفرجگاه رود کناری به منظور توسعه اکوتوریسم (مطالعه‌ی موردی: سراب گیان نهاوند) " هدف خود از انجام این تحقیق را ارائه‌ی راهکاری برای طراحی این نوع تفرجگاه‌ها و امکان توسعه‌ی عملکردی آن دانستند. **محمدپورچابری (۱۳۹۳)**، در مقاله‌ی خود با عنوان " تحلیل نقش گردشگری بر کیفیت زندگی شهروندان با تأکید بر شاخص‌های ذهنی مورد: شهر فشم (شهرستان شمیرانات) " به بررسی و تحلیل توسعه گردشگری و نقش آن در ابعاد کیفیت زندگی شهروندان شهر فشم با تأکید بر شاخص‌های ذهنی پرداخته است. روش‌شناسی این تحقیق توصیفی و تحلیلی و داده‌های

مورد نیاز با استفاده از روش اسنادی و میدانی (پرسشنامه) گردآوری شده است. نتایج پژوهش یانگر آن است که توسعه گردشگری در شهر فشم توانسته نقش مؤثری بر بهبود کیفیت شهروندان ایفا کند. همچنین، نتایج نشان داد که در ارزیابی اهمیت و جایگاه نقش گردشگری در شهر فشم، از میان قلمروهای مطالعه شده، تفریح و اوقات فراغت بیشترین تأثیر را بر دیدگاه شهروندان داشته است. **تکیه خواه و دیگران (۱۳۹۴)** در مقاله‌ای با عنوان "تدوین استراتژی توسعه طبیعت‌گردی بر اساس تحلیل SWOT و فرایند تحلیل شبکه‌ای ANP مطالعه‌ی موردی (پارک جنگلی آبیار در شهر سنندج" و باهدف شناسایی عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها)، عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)، و تدوین استراتژی توسعه طبیعت‌گردی پارک جنگلی آبیار به این نتیجه رسیدن که: آسیب‌پذیری منطقه مطالعه شده (پارک جنگلی آبیار) به لحاظ توسعه طبیعت‌گردی بالاست و همچنین توزیع و تخصیص مجدد منابع در سطح پارک جنگلی آبیار، با توجه به محدود بودن فرصت‌ها و بالا بودن ضعف‌ها، امری الزامی است.

**ایمانی و دیگران (۱۳۹۴)**، در پژوهشی با عنوان "ارزیابی و رتبه‌بندی موانع توسعه گردشگری در شهرستان مینودشت" با روشی توصیفی - تحلیلی بر مبنای مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی (مشاهده و پرسشنامه) به ارزیابی و رتبه‌بندی موانع توسعه گردشگری در شهرستان مینودشت پرداختند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد توسعه گردشگری در شهرستان مینودشت با موانع متعددی مواجه است. این موانع با استفاده از تحلیل پرسشنامه‌ها به کمک نرم‌افزار SPSS ارزیابی و سپس با مدل تصمیم‌گیری چندمعیاره تاپسیس رتبه‌بندی شده‌اند؛ نتایج رتبه‌بندی گویای آن است که در بین موانع موجود، موانع مدیریتی بیشترین نقش را دارد و پس از آن به ترتیب موانع اقتصادی، زیرساختی، اجتماعی، و محیطی در رتبه‌های بعد قرار دارند. **حبیبی و دیگران (۱۳۹۴)**، در مقاله‌ی خود با عنوان "ارزیابی پایداری گردشگری در اماکن تاریخی - فرهنگی با استفاده از مدل جاپای بوم‌شناختی (مطالعه موردی: خانه کرد، شهر سنندج)" با روشی توصیفی - تحلیلی و با تکیه بر مطالعات کتابخانه‌ای - اسنادی و مطالعات میدانی، پایداری گردشگری در «خانه کرد» شهر سنندج به منزله یکی از اماکن تاریخی - فرهنگی را مورد ارزیابی قرار دادند. به منظور ارزیابی سطح پایداری از مدل جاپای بوم‌شناختی استفاده شده است. این مدل می‌تواند میزان پایداری را به صورت کمی و در قالب میزان زمینی که تأمین‌کننده نیازهای گردشگران

به این مکان است مشخص کند. یافته‌های پژوهش نشان داد که این مکان توانایی جبران فشارهای زیست‌محیطی گردشگری را ندارد و برای جبران این تأثیرات به فضاهای پشتیبان نیازمند است. در میان بخش‌های مختلف جاپا نیز، مصرف سوخت برای حمل‌ونقل بیشترین میزان را به خود اختصاص داده است.

**موسوی و دیگران (۱۳۹۴)**، در پژوهشی با عنوان " بررسی و اولویت‌بندی توان‌ها و زیرساخت‌های توسعه گردشگری با روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره (مورد مطالعه: شهرستان‌های استان کردستان) با استفاده از روش پژوهش توصیفی - مقایسه‌ای و با استفاده از مدل **Vikor** و **Topsis** به اولویت‌بندی شهرستان‌های استان کردستان بر اساس ۱۲ معیار اصلی در ۴ سطح (فرا برخوردار، برخوردار، نیمه برخوردار، فرو برخوردار) پرداخته‌اند نتایج بدست آمده بدین شرح است که: شهرستان سنندج در سطح فرا برخوردار و شهرستان‌های ده گلان و دیواندره در سطح فرو برخوردار (محروم) به لحاظ شاخص‌های زیرساختی گردشگری قرار گرفته‌اند. **مزیدی (۱۳۹۵)**، در پژوهشی با عنوان " بررسی پیامدهای گردشگری در تفرجگاه‌های روستایی پیرامون شهری در استان گلستان (مطالعه موردی: دهنه محمدآباد شهرستان علی‌آبادکتول)" معتقد است توسعه گردشگری روستایی به عنوان سیاست و ابزاری برای توسعه روستایی می‌تواند به کند شدن روند تخلیه سکونتگاه‌های روستایی و کاهش مهاجرت جمعیت روستایی کمک کند.

با توجه به مطالعات صورت گرفته در پیشینه‌ی پژوهش، در خصوص موضوع تحقیق در منطقه‌ی پیربکران تا کنون مطالعه‌ای صورت نگرفته است .

#### ۱-۲- مفاهیم و تعاریف

توسعه چشم‌گیر شهرنشینی، همراه با افزایش جمعیت و مساحت شهرها و پدید آمدن شهرهای بزرگ باعث ایجاد بافت‌ها و ترکیب‌های مختلف شهری و عوامل ارتباطی و اقتصادی پیچیده‌ای شده است که هرچند واجد بسیاری مزایا و عوامل رفاهی است، اما مشکلات و معضلاتی را برای شهرنشینان به وجود آورده است. این مشکلات و معضلات در بسیاری از موارد به صورت مسائلی حاد جلوه‌گر شده و باعث در خطر قرار گرفتن جریان‌ات زندگی شهری شده‌اند (موحد و دیگران، ۱۳۹۱). در چنین شرایطی ساکنان شهرها خسته از زندگی مدرن و ماشینی ندای بازگشت به طبیعت را سر می‌دهند چراکه جاذبه‌های محیط طبیعی پیرامون، ساکنان شهرهای بزرگ را به سوی خود جلب می‌کند .

شهرهای بزرگ احتیاج به مکان‌های تفریحی طبیعی برای گذراندن اوقات فراغت شهروندان خود دارند، مکان‌هایی که تأمین‌کننده‌ی نیازهای روحی شهروندان برای ادامه کار یا رفع خستگی آن‌ها از کار و زندگی است.

## ۲-۲- توریسم، توریست، تعاریف و مفهوم آن

واژه توریسم از دو بخش تور و ایسم تشکیل شده که "تور" به معنای سفر، مسافرت و سیاحت و "ایسم" پسوندی که به مکتب فلسفی، مذهبی، سیاسی، ادبی و... اشاره دارد. بنابراین توریسم یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و گردشگری است. ریشه یونانی این واژه "توریست" است کهاز یونان به اسپانیا و سپس به فرانسه و از آنجا به انگلیس وارد شده است. در قرن چهاردهم میلادی کلمه TOUR به معنای "نوبت" یا "دوره خدمت"، در قرن پانزدهم به معنای "حرکت دورانی" و در قرن هفدهم به معنای "مسافرت کردن به اطراف" به کار رفت و در قرن هجدهم و نوزدهم کلمات "توریسم" و "توریست" از آن گرفته شد. توریسم نه تنها در زبان فرانسوی و انگلیسی، بلکه در اکثر زبانهای زنده دنیا با اندکی اختلاف در تلفظ، مفهوم مشترکی را می‌رساند. در زبان فرانسه، تور علاوه بر "نوبت" به مفهوم "حرکت"، "مسافرت" و "گردش" است، خواه این گردش به دور دنیا و یا حرکت به دور یک محور باشد. در فرهنگ لغات فارسی، گردشگری را چنین تعریف کرده‌اند: در اقطار عالم سفر کردن و شناختن، مسافرت برای تفریح و سرگرمی، و سفری که در آن مسافر به مقصدی می‌رود و سپس به محل سکونت خود باز می‌گردد. (کاظمی-۱۳۸۵).

## ۲-۳- گردشگری شهری

گردشگری شهری سفر به شهر با انگیزه‌های متفاوت و بازدید از جاذبه‌ها و استفاده از امکانات و تسهیلات خدماتی موجود در شهر است. روند و جریان گردشگری در شهر نقش موثری بر ساختار اجتماعی - اقتصادی و فضایی شهر دارد. گردشگری شهری فعالیت‌هایی است که در ارتباط با عناصر و جاذبه‌های انسانی و طبیعی و مراکز خدماتی، اقتصادی و بهداشتی و... در شهرها صورت می‌گیرد. شهرها با ارائه امکانات و خدمات مناسب و خلق جاذبه‌های طبیعی و مصنوعی باعث جذب گردشگر و در نتیجه باعث افزایش درآمد و ایجاد اشتغال در شهر می‌شوند.

## ۲-۴- عناصر و فرصت‌های گردشگری شهری



صنعت گردشگری شهری پدیده‌ای است که با بخش‌های مختلف ساختار شهری ارتباط دارد، در واقع در جامعه ما یکی از مشکلات این صنعت در حوزه مدیریت شهری این است که محدوده‌های این فعالیت برای سازمانهای شهری ما روشن و واضح نیست، به طوری که گروه بی‌شماری از نهادها و سازمان‌های شهری خود را متولی این امر دانسته‌اند و هریک به نوبه خود به گردشگران خدمات ارائه می‌دهند. جانسن وربک در یک طبقه‌بندی ساده عناصری اولیه و ثانویه گردشگری شهری را برای ارائه خدمات بیان کرده است «عناصر نخستین، زمینه‌ها و پایه‌های مادی و انسانی و همچنین فعالیت‌ها و تجهیزات ویژه مستعد جذب گردشگران را باهم جمع و ادغام می‌کند. عناصر ثانوی که در بر گیرنده تسهیلات خرید، اقامت، غذا، بنگاه‌های حمل و نقل گردشگری هستند. عناصر کیفی که به عناصر اضافی معروف‌اند و شامل تسهیلات دسترسی به نقاط مختلف از جمله توقفگاه‌ها، اطلاع‌رسانی به مسافران و بازدیدکنندگان هستند.» (ژرژ و فرانسوا، ترجمه محلاتی، ۱۳۸۲).

در واقع در حوزه گردشگری شهری در یک طرح ترکیبی باید:

- تجهیزات جانبی: چون مهمانسراها، خدمات مربوط به رفت و آمد، بازرگانی، غذا سرا و سامانه‌های اطلاع‌رسانی را برای جهانگردان شهری فراهم کرد،
- تدارکات و تجهیزات برای گردشگران عمدتاً مشاغل مهم مرتبط با جهانگردی را باید سامان داد.
- میراث شهری را باید بازسازی کرده و در خدمت گردشگران شهری و سایر گردشگران با اهداف متنوع قرار داد.
- تجهیزات تفریحی و سرگرم‌کننده ویژه جذب گردشگری را باید فراهم کرد.
- رویدادها و فرصت‌های مهم گردشگری شهری را باید مورد ثبت و تجربه قرار داد. و سرلوحه کاری کرد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۹).

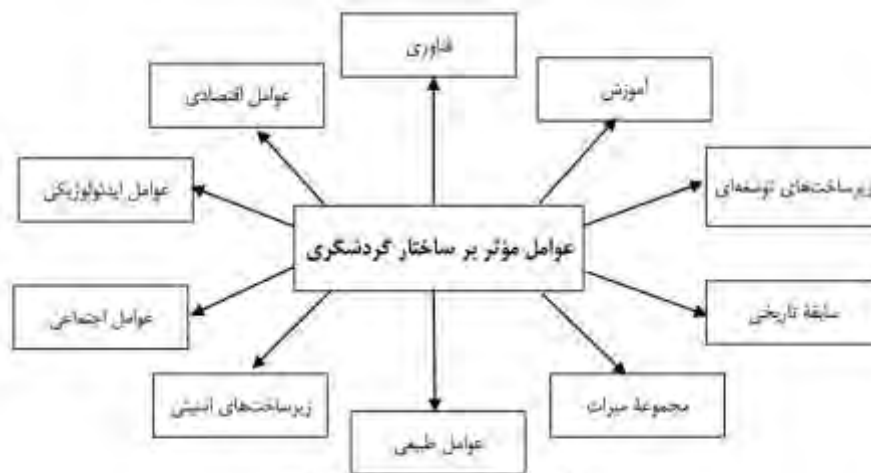
## ۲-۵- تفرجگاه

ویژگی‌های جامعه صنعتی سبب شده بسیاری از مردم به تفرجگاه‌های طبیعی دور از شهرها روی آورند. یک منبع طبیعی برای تفرج، طبق تعریف عبارت است از هر گونه سیستم اعم از آب یا خشکی، که برای استفاده تفرجگاهی در نظر گرفته می‌شود (افراخته و خدایی، ۱۳۹۰). تفرجگاه طیف وسیعی از سیمای طبیعی اعم از یک جویبار ساده تا یک غار را در بر می‌گیرد؛ همچنین احتمال استفاده از هر منطقه‌ای در آینده می‌تواند آن را بالقوه

به منبعی برای تفرج تبدیل کند. استفاده یا امکان استفاده از شرایط طبیعی، شرط اصلی تبدیل یک مکان به منبع تفرجگاهی بالفعل یا بالقوه است. سیمای فیزیکی برخی از سامانه‌های طبیعی برای تفرج مناسب‌تر است و برای احداث تفرجگاه سازگاری بیشتری نسبت به دیگر فضاهای طبیعی دارد و به خودی خود هنگام انتخاب، در اولویت قرار می‌گیرد. در ارتباط با ارجحیت چشم‌اندازها، عوامل زیادی مؤثرند و معیارهایی مانند نوع درختان، جنگل‌ها، توپوگرافی و جذابیت طبیعی از این دسته‌اند (رضوانی، ۱۳۸۷: ۱۸).

## ۲-۶- ساختار و کارکرد گردشگری

گردشگری در قرن بیست و یکم، در چارچوب نوآوری‌های فناوری و کارکردهای جدید مدیریتی از یکسو و سیطره همه جانبه سرمایه‌داری همراه با شکل‌گیری اقتصاد جهانی و کم‌رنگ شدن مرزهای سیاسی از سوی دیگر، سبب تحولات بسیاری در فضاهای جغرافیایی می‌شود (امکلی و بایکال، ۲۰۱۱: ۱۸۵). کارکرد گردشگری یک شهر یا منطقه گردشگری، نسبتی است که بخش عرضه (مقصد) در سیستم گردشگری و در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و... دریافت می‌کند که باید هزینه-فایده آن برای دستیابی به توسعه پایدار ارزیابی شود. ساختار گردشگری نیز مجموعه‌ای از امکانات، تسهیلات و قوانین، عناصر خدماتی (اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی، فروش و...) حمل و نقل، شرکت‌ها و سازمان‌های گردشگری و... است که به همراه جاذبه‌ها به عنوان عوامل عرضه، سیستم گردشگری یک مکان را تشکیل می‌دهد و نیازهای گردشگران را در مقصد برآورده می‌سازد (عبدی و پایدار، ۱۳۹۵). البته ویژگی‌های ساختار گردشگری هر مکان، به نوبه خود از یکسو متأثر از اهمیت، اعتبار، ماهیت، تنوع، نقش و کارکرد (مذهبی، فرهنگی، تجاری و...) جاذبه‌های مکانی خود و از سوی دیگر، متأثر از ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی ساکنان و گردشگران است. در شکل ۱، عوامل مؤثر بر ساختار گردشگری مشاهده می‌شود:



شکل ۱. عوامل مؤثر بر ساختار گردشگری  
منبع: Trihe, 1997: 32

## ۲-۷- گردشگری پایدار

مسئله اصلی در برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه گردشگری، ایجاد تعادل میان تو آن‌های محیط طبیعی و اجتماعی با میزان فعالیت‌های گردشگری و تفریحی در یک منطقه، ناحیه یا گردشگاه خاص است. این امر به ویژه در گردشگاه‌های شهری و پیرامون آن، از حساسیت بیشتری برخوردار است؛ چراکه از یک سو با افزایش تقاضا و محدودیت منابع و از سوی دیگر، با خطر افزایش مسائل و مشکلات زیست‌محیطی روبه‌روست. از این نظر، طی چند دهه اخیر دیدگاه‌ها، رویکردها و روش‌های جدیدی در زمینه چگونگی بهره‌برداری از منابع طبیعی، به ویژه گردشگاه‌های شهری مطرح شده است (سعیدنیا و مهدی زاده، ۱۳۹۱: ۵۰). 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 قانون‌گذاری، به طور جدی از منابع طبیعی و فرهنگی مقاصد گردشگری محافظت کند و گردشگران هم باید در چارچوب مقررات و رعایت ضوابط، از جاذبه‌های گردشگری بازدید و استفاده کنند. تنها در چنین چارچوبی است که می‌توان استمرار کیفیت محصول گردشگری را تضمین کرد (حیدری چیاپانه و دیگران، ۱۳۹۶).

به‌علاوه می‌توان گردشگری پایدار را به کارگیری ظرفیت‌های مناطق طبیعی برای احیا و بهره‌وری منابع آن در آینده، کمک به شناخت آداب و رسوم و شیوه‌های زندگی بومیان برای کسب تجربه گردشگری، پذیرفتن سهم عادلانه مردم محلی از سودهای گردشگری و

بالا بردن اشتیاق و انگیزه مردم بومی دانست. در واقع، گردشگری پایدار برگرفته از مفهوم توسعه پایدار و نوعی گردشگری است که نیازهای نسل کنونی را بدون استفاده از منابع نسل‌های آینده برطرف می‌کند. گردشگری پایدار، به شیوه‌ای اجرا می‌شود که بر محیط‌زیست، اقتصاد و فرهنگ جامعه میزبان اثر منفی نداشته باشد. همچنین گردشگری پایدار، به مدیریت منابع منجر می‌شود؛ به گونه‌ای که نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیبایی‌شناختی را برآورده کند؛ بنابراین، گردشگری پایدار باید استفاده بهینه از محیط‌زیست، منابع، احترام به اصالت اجتماعی و فرهنگی جوامع میزبان و فراهم آوردن منافع اجتماعی و اقتصادی برای همه را در درازمدت هدف قرار دهد. به منظور تحقق موفقیت‌آمیز گردشگری پایدار، این پارادایم مستلزم ترکیب چشم‌انداز سیاست، برنامه‌ریزی، مدیریت، پیش و فرایندهای یادگیری اجتماعی است. (حیدری چپانه و دیگران، ۱۳۹۶).

## ۲-۸- نظریه بازاریابی خدمات

این نظریه، به رابطه میان خدمات مورد انتظار و خدمات واقعی سازمان اشاره دارد در این رویکرد بر ادراک دریافت‌کننده خدمت و ارزیابی وی از خدمات تأکید شده است. بر اساس این رویکرد، مشتریان پیش از اینکه خدمتی را خریداری کنند، از آن انتظاراتی دارند. این انتظارات، بر مبنای تجربه‌های گذشته آن‌ها، تجربه‌های گذشته دیگران و انتظارات شخصی، تبلیغات سازمان و توصیه‌های دیگران شکل می‌گیرد. برآورده شدن انتظارات مشتریان، مستلزم چند عامل است که خدمات مورد نظر، خدمات مناسب، خدمات پیش‌بینی‌شده و منطقه تحمل‌پذیری را شامل می‌شود (کریمی و دیگران، ۱۳۹۶).

## ۳- روش تحقیق

در پژوهش پیش رو سعی شده تا با تلفیقی از روش تحقیق توصیفی - تحلیلی به بررسی میزان مطلوبیت آب‌وهوایی گردشگری در فصول مختلف سال پرداخته شود. در راستای موضوع، داده‌های تحقیق به دو روش کتابخانه‌ای و میدانی تهیه شده‌اند. در بخش مطالعات کتابخانه‌ای، اقتصادی، اجتماعی و طبیعی محدودی تحقیق از سازمان‌های ذی‌ربط اخذ شده است. در این پژوهش بیشتر از روش آماری توصیفی برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است و از مدل Tci برای سنجش میزان مطلوبیت اقلیمی گردشگری استفاده شده است

### ۳-۱- شناخت محدوده‌ی مورد مطالعه

شهر پیربکران مرکز بخش پیربکران از توابع شهرستان فلاورجان بوده که در منتهی الیه قسمت مرکزی شهرستان با موقعیت جغرافیایی ۳۲ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۳۲ درجه و ۳۶ دقیقه عرض شمالی و ۵۱ درجه و ۲۶ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۳۶ دقیقه شرقی در ۱۰ کیلومتری شهر فلاورجان و ۲۰ کیلومتری شهر اصفهان با وسعت ۱۵ کیلومتر مربع (حریم شهر) و حدود ۱۲۱۹۲ نفر جمعیت واقع گردیده است. سابقه تاریخی این شهر به پیدایش آرامگاه و بقعه پیربکرانکه متعلق به قرن هشتم هجری و از دوران سلطان اولجایتو است می‌رسد. پیربکران از علما و مدرسین و عرفا بزرگ نیمه دوم قرن هفتم هجری و نام اصلی وی محمد بوده است در این شهر آرامگاه امامزاده زید ابن زید ابن امام حسن مجتبی (ع) وجود داشته و زیارتگاه استراخاتون کسه متعلق به قوم یهود است غار بنان در کوه موسی که برای اقلیت کلیمی دارای احترام بسیار زیادی می‌باشد نیز در شهر پیربکران قرار دارند آثار ارزشمند تاریخی این شهر عبارت‌اند از بقعه پیربکران - پل بابا محمود و معبد استراخاتون که از جمله آثار بسیار نادر و کم نظیر تاریخی می‌باشند. عمده فعالیت‌های اقتصادی شهروندان آنکه مردمانی سخت‌کوش و زحمتکش هستند و به دلیل برخورداری از آب و خاک مناسب کشاورزی بوده که شغل ۵۰٪ از جمعیت آن را شامل گردیده و ۲۵٪ از جمعیت آن به فعالیت‌های تجاری و بازرگانی و ۲۵٪ افراد دیگر به فعالیت‌های صنعتی مشغول می‌باشند.

#### ۴- یافته‌های پژوهش

##### ۴-۱- گردشگری شهری در منطقه‌ی پیربکران

محدوده مورد مطالعه در این تحقیق با داشتن پتانسیل‌های فراوان گردشگری جایگاهی خوبی در زمینه گردشگری استان پیدا نکرده است و به لحاظ برخورداری از امکانات و تسهیلات در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... در مقایسه با سایر شهرستان‌های استان در وضعیت مطلوب به سر نمی‌برد. این منطقه با داشتن جاذبه‌ها و توان‌های لازم، زمینه و شرایط مناسبی برای توسعه توریسم و اکوتوریسم را دارد و با برنامه‌ریزی مناسب و درست می‌توان زمینه توسعه همه جانبه را فراهم نمود. منطقه‌ی پیربکران برای تبدیل شدن به قطب گردشگری دارای توان لازم می‌باشد، وجود کوه مناظر و چشم‌اندازهای طبیعی بسیار زیبا، عبور رودخانه‌ی زاینده رود به عنوان طولانی‌ترین رود

در فلات مرکزی ایران از میان شهر و ... می‌تواند جاذب گردشگران فراوانی از جمله گردشگران طبیعت‌گرا به این شهر شود و بدین ترتیب می‌توان سایر جاذبه‌ها را نیز به گردشگران ارائه داد و باعث توسعه گردشگری شهری در این منطقه شد. ولی قبل از آن شناخت و معرفی توانها و قابلیتها ضرورتی انکارناپذیر است زیرا هر منطقه‌ای از ظرفیت خاصی برخوردار است و انجام فعالیتهای گردشگری در آن بدون مشخص ساختن و تعیین استانداردهای طبیعی و توان اکولوژیکی زیان بار بوده و باعث فاصله گرفتن از اهداف توسعه پایدار است.

#### ۴-۲- شاخص آب‌وهوایی توریسم (TCI)

یک الگوی مناسب آب‌وهوای توریسم می‌تواند با ترکیب عوامل متعدد، زمان‌های مناسب برای گردش و تفریح را برای افرادی که شناخت کافی از اوضاع و احوال مناطق دیگر ندارند، شناسائی و معرفی نماید. برنامه ریزان توریسم می‌توانند با استفاده از این شاخص‌ها، امکانات و شرایط بازدید و گردش را نه فقط در فصل تراکم توریستی، بلکه در تمام سال معرفی کنند. شاخص آب‌وهوای توریسم<sup>۹</sup> (TCI)، شاخص‌های گوناگون اقلیمی را در قالب یک معادله بیوکلیمایی ترکیب می‌کند. به‌طور کلی هفت متغیر آب‌وهوایی در این اندیس استفاده شده است. متغیرهای اقلیمی مورد نیاز در این شاخص عبارت‌اند از: میانگین حداقل دمای روزانه، میانگین دمای روزانه، حداقل رطوبت نسبی روزانه، متوسط رطوبت نسبی روزانه، مجموع بارش، مجموع ساعات آفتابی و متوسط سرعت باد. این متغیرها با هم ترکیب می‌شوند و به‌صورت پنج شاخص فرعی در می‌آیند. درجه‌بندی مقیاس شاخص آب‌وهوایی به یازده قسمت تقسیم شده است به طوری که از ۳۰- تا ۱۰۰ تغییر می‌کند. شرایط ۷۹-۶۰ شرایط خوب تا خیلی خوب برای گردشگران قابل قبول است. (ذوالفقاری، ۱۳۸۹، ص ۱۳۲).

رابطه ۱ شاخص آب‌وهوای توریسم

$$TCI = 8 CID + 2CIA + 4R + 4S + 2W$$

در معادله بالا:

TCI = شاخص آب‌وهوای توریسم است که میزان آن از ۲۰- تا ۱۰۰ تغییر می‌کند،

<sup>۹</sup> Tourism climate index

CID = شاخص آسایش طول روز است که شامل متوسط حداکثر دمای هوا (درجه سانتی گراد) و متوسط حداقل رطوبت نسبی برحسب درصد است،  
 CIA = شاخص آسایش روزانه شامل دمای متوسط هوا برحسب سانتی گراد و متوسط رطوبت نسبی برحسب درصد است،  
 R = بارش به میلی متر،  
 S = مدت تابش آفتاب برحسب ساعت،  
 W = سرعت متوسط باد برحسب متر بر ثانیه.

مجموع اعداد فوق یا همان TCI عددی در بازه ی ۹ الی ۱۰۰ می باشد که هرچه این عدد به ۱۰۰ نزدیکتر باشد مطلوبیت مکان به لحاظ آب و هوا بیشتر می باشد. تقسیم بندی های شاخص آب و هوایی توریسم در جدول (۱) قابل ملاحظه می باشند.

جدول (۱) تقسیم بندی شاخص TCI و توصیف آسایش آن

ضریب TCI	احساس آسایش
۹۰-۱۰۰	آرامانی
۸۰-۸۹	عالی
۷۰-۷۹	خیلی خوب
۶۰-۶۹	خوب
۵۰-۵۹	قابل قبول
۴۰-۴۹	مرز
۳۰-۳۹	تا حدودی نامطلوب
۲۰-۲۹	نامطلوب
۱۰-۱۹	بی نهایت نامطلوب
۹ تا ۳۰	غیرممکن

منبع: (ذوالفقاری، ۱۳۸۹)

در ادامه و با توجه به اطلاعات اقلیمی شهر و با استفاده از شاخص آب و هوای توریسم به بررسی میزان مطلوبیت آب و هوای منطقه ی پیربکران در ماه های مختلف سال پرداخته شده است.

جدول (۲) محاسبه شاخص های اقلیمی منطقه ی پیربکران در معادله TCI

پدیربران	CID	8*CID	CIA	2*CIA	R	4*R	S	4*S	W	2*W	TCI	امساس آسایش
فروردین	۵	۴۰	۲.۵	۵	۴.۵	۱۸	۴.۵	۱۸	۵	۱۰	۹۱	ایده آل
اردیبهشت	۴	۳۲	۴	۸	۵	۲۰	۴.۵	۱۸	۵	۱۰	۸۸	عالی
خرداد	۳	۲۴	۵	۱۰	۵	۲۰	۵	۲۰	۵	۱۰	۸۴	عالی
تیر	۲	۱۶	۵	۱۰	۵	۲۰	۵	۲۰	۵	۱۰	۷۶	فیلی خوب
مرداد	۱	۸	۵	۱۰	۵	۲۰	۵	۲۰	۵	۱۰	۶۸	خوب
شهریور	۲	۱۶	۵	۱۰	۵	۲۰	۵	۲۰	۵	۱۰	۷۶	فیلی خوب
مهر	۴	۳۲	۴	۸	۵	۲۰	۴.۵	۱۸	۵	۱۰	۸۸	عالی
آبان	۵	۴۰	۲.۵	۵	۵	۲۰	۳.۵	۱۴	۵	۱۰	۸۹	عالی
آذر	۳	۲۴	۲	۴	۴.۵	۱۸	۳	۱۲	۵	۱۰	۶۸	خوب
دی	۲.۵	۲۰	۱.۵	۳	۴.۵	۱۸	۲.۵	۱۰	۴.۵	۹	۶۰	خوب
بهمن	۲.۵	۲۰	۲	۴	۴.۵	۱۸	۱.۵	۶	۵	۱۰	۵۸	قابل قبول
اسفند	۵	۴۰	۵	۱۰	۴.۵	۱۸	۲.۵	۱۰	۵	۱۰	۸۸	عالی

منبع: محاسبات نگارنده

بنابر نتایج حاصل از جدول (۲) میزان TCI پیربرکان در فروردین ماه برابر با ۹۱ می‌باشد که با توجه به دسته‌بندی جدول (۱)، احساس آرامش در این ماه به لحاظ آب‌وهوایی در سطح ایدئال می‌باشد. اردیبهشت‌ماه با عدد ۸۸ در سطح عالی و خرداد با عدد ۸۴ در سطح عالی قرار دارد.

تیرماه با شاخص آب‌وهوایی ۷۶ دارای احساس آرامش در سطح خیلی خوب، مرداد با شاخص ۶۸ در سطح خوب و شهریور با شاخص ۷۶ در سطح احساس آرامش خیلی خوب قرار دارد.

مهرماه با شاخص آب و هوایی توریست ۸۸ در سطح احساس آرامش عالی، آبان ماه با شاخص ۸۸ در سطح عالی و آذر با شاخص ۶۸ در سطح احساس آرامش خوب قرار دارد. در فصل زمستان، دی‌ماه با میزان TCI برابر با ۶۰ در سطح احساس آرامش خوب، بهمن‌ماه با شاخص ۵۸ و اسفندماه با میزان شاخص ۸۸ در سطح احساس آرامش عالی برای گردشگران می‌باشد.

با توجه به اطلاعات یاد شده در بالا و در جدول (۲) می‌شود چنین نتیجه گرفت که پیربرکان و به تبع آن روستاها و مناطق واقع در حوزه نفوذ در تمامی فصول سال به لحاظ مطلوبیت آب‌وهوایی در وضعیت مناسبی برای گردشگری دارد.



## ۵- نتیجه‌گیری

یکی از بزرگترین و متنوع‌ترین صنایع در جهان، مسافرت و گردشگری هست که بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند. این صنعت یکی از پررشدترین دستگاه‌های اقتصادی جهان است و همواره عاملی برای بهبود وضع اقتصادی و فرهنگی به شمار می‌رود. درآمد حاصل از گردشگری در سطح بین‌المللی سرعتی بیش از تجارت جهانی داشته و در حال حاضر از نظر ارزش صادراتی درصد بسیار بالایی را تشکیل می‌دهد.

استان اصفهان یکی از استان‌هایی است که دارای چهارفصل مشخص بوده و از سردترین تا گرمترین محیط‌ها را در خود جای داده است و تقریباً بر سر راه تعداد قابل توجهی از استان‌های کشور قرار دارد. این استان از وجود پارک‌های ملی، زون‌های حفاظتی و شکارممنوع، تالاب‌های بسیار زیبا و جذاب و چشمه‌سارها و رودخانه‌های ماندگار مثل زاینده رود بهره‌مند هست ولی با توجه به ناشناخته ماندن طبیعت قسمتهای وسیعی از این استان تنها در نقاط آباد و شهری به برنامه‌ریزیهای مختلف اقدام گردیده است. همچنین مجموعه‌ی گسترده‌ای از منابع پراکنده ثبت نشده و در بسیاری موارد رو به قهقرا، داشته‌های اکوتوریسم این خطه را شکل می‌دهد. این داشته‌ها طیف متنوعی از چشم‌اندازهای جغرافیایی، ذخایر طبیعی و ... را شامل می‌شود. بررسی جغرافیای طبیعی استان اصفهان و نیز امکان‌سنجی هرکدام از جاذبه‌های اکوتوریستی قابل سرمایه‌گذاری بیانگر آن است که صنعت گردشگری در این حوزه یک منبع اقتصادی کم‌نظیر، خاص، بسیارمستعد و البته رها شده به حال خود است.

در این راستا، بهره‌برداری از توانها و قابلیت‌های گردشگری و اکوتوریستی در هر منطقه‌ای می‌تواند زمینه‌های پویا و فعال برای توسعه آن منطقه فراهم نماید، ارزیابی توان اکوتوریستی و تحلیل قابلیت‌های مزبور به‌گونه‌ای جغرافیایی، ضرورتی ویژه دارد. توسعه تنها به بخش کشاورزی یا صنعت متکی نیست و جهت دستیابی به رشد متعادل بایستی علاوه بر توجه به بخش‌های دیگر به گردشگری به عنوان یکی از بخش‌های عمده‌ی مؤثر در امر توسعه نگریست. بخش پیربرکران، به منظور ایجاد مجموعه‌های تفریحی و گردشگری برای گذراندن اوقات فراغت مردم از یکسو و جذب منابع مالی جهت توسعه گردشگری در استان اصفهان از سوی دیگر می‌بایست بسیار مورد توجه باشد. ایجاد و

توسعه مراکز و مناطق گردشگری باعث توسعه و افزایش گردشگری در منطقه و همچنین افزایش سطح رفاه و بالا رفتن فرهنگ آن می‌گردد ولی متأسفانه تاکنون این جاذبه‌های متنوع و ارزشمند طبیعی و انسانی کمتر مورد توجه، برنامه‌ریزی و استفاده قرار گرفته است. انجام طرح‌های گردشگری در منطقه، می‌تواند گامی بزرگ در جهت توسعه و رفع محرومیت‌های منطقه‌ای از سویی و توسعه پایدار گردشگری از سوی دیگر باشد. بدیهی است که ایجاد مجموعه‌های گردشگری در جهت انتفاع مردم و به ویژه مردم شهرستان است که می‌تواند موجبات توسعه شهرستان از جنبه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و به خصوص گردشگری را فراهم نماید.

#### ۶- منابع

افراخته، حسن، خدایی، بهرام‌علی (۱۳۹۰). ساماندهی گردشگری در تفرجگاه‌های پیراشهری هماهنگ با ظرفیت تحمل محیطی نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. جلد ۱۷، شماره ۲۰، بهار ۱۳۹۰.

الوانی، سید مهدی و پیروزیخت، معصومه (۱۳۸۵). فرایند مدیریت جهانگردی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

ایمانی، بهرام؛ خسروی مهر، حمیده و طورانی، علی (۱۳۹۴). ارزیابی و رتبه‌بندی موانع توسعه گردشگری در شهرستان مینودشت. فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۲، شماره ۱، ص. ۷۵-۸۹.

اطلس گیتاشناسی استان‌های ایران، تهران: ۱۳۸۳خ.

پیرنیا، حسن و آشتیانی، اقبال (۱۳۸۱). تاریخ ایران، تهران، انتشارات نامم.

پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۹۱). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت.

پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۹). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: سمت.

حیدری چیانیه؛ رحیم، راحلی، حسین و فکری، فاطمه (۱۳۹۶). ارزیابی جاذبه‌های گردشگری شهری با روش ارزش‌گذاری مشروط (CVM) مطالعه موردی: جاذبه شورابیل اردبیل. فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۴، شماره ۱، بهار ۱۳۹۶. ص. ۷۰-۵۷.

دیناری، احمد (۱۳۸۷). گردشگری شهری در جهان و ایران، مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی.

- دانه‌کار، افشین (۱۳۸۵). طرح مدیریت یکپارچه‌ی مناطق ساحلی کشور، مجله‌ی علمی، تخصصی و تحقیقاتی بندر و دریا، سال بیستم، شماره، ص ۱۲۶-۱۲۷
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷). توسعه‌ی گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار. مؤسسه‌ی انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول.
- سعیدنیا، احمد و مهدی زاده، جواد (۱۳۹۱). گردشگری شهری، کتاب سبز شهرداری. جلد سیزدهم، تهران: انتشارات سازمان شهرداریها و دهیاریهای کشور.
- شکوئی، حسین (۱۳۷۳). اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا. تهران، انتشارات گیتاشناسی.
- صالحی فرد، محمد (۱۳۹۰). گردشگری روستایی (مبانی برنامه‌ریزی و طرح های ساختاری، مشهد: مرندیز. چاپ اول.
- طالبی، هوشنگ و زنگی‌آبادی، علی (۱۳۸۰). تحلیل شاخص‌ها و تعیین عوامل مؤثر در متدلوژی توسعه انسانی شهرهای بزرگ ایران. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی دوره ۱۶، ص ۱۲۴-۱۴۲.
- ذوالفقاری، حسن (۱۳۸۹). آب و هواشناسی توریسم. تهران، انتشارات سمت.
- عبدی، ناصر؛ پایدار، ابوذر و حاجی نژاد، علی (۱۳۹۵). مطالعه تطبیقی عوامل ساختاری، کارکردی و نهادی المانهای گردشگری شهری و عوامل مؤثر بر توسعه آنها (مطالعه موردی: برجهای آزادی و ایفل). فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۳، شماره ۱، زمستان ۱۳۹۵. ص ۹۳-۱۰۸.
- فهیمی، کتایون (۱۳۸۷). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. بررسی پتانسیل‌های اکوتوریستی منطقه کوهستانی مریان تالش با بهره‌گیری از تجربه موفق در منطقه کوهستانی گنتینگ مالزی. رشت.
- فیض، علی؛ مسعود، محمد و ذهب صنیعی، علی (۱۳۹۰). توسعه پایدار محله‌ای در فضاهای بومی با تکیه بر سلامت روان مطالعه موردی: محله شهشهان اصفهان، کنفرانس ملی توسعه‌ی پایدار و عمران شهری اصفهان مؤسسه آموزش عالی دانش پژوهان، دوره اول.
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵). مدیریت گردشگری، تهران، انتشارات سمت.
- کرمی، فریبا؛ درخشان، الهام، حسن زاده، مهرشاد وصفانی، امید (۱۳۹۶). رهیافتی بر بهبود کیفیت خدمات گردشگری شهری با استفاده از مدل سروکوال، مطالعه موردی: شهر یاسوج. فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۴، شماره ۱، بهار ۱۳۹۶. ص ۲۸-۱۵.
- کازس ژرژ، پوتییه فرانسوا، جهانگردی شهری، ترجمه صلاح الدین محلاتی، مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ویرایش اول، تهران، ۱۳۸۲.

مافی، عزت الله و سقایی، مهدی (۱۳۸۷). تحلیلی برگردشگری روستایی در پیرامون کلان شهرها، مطالعه موردی: کلانشهر مشهد. مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، سال ۶، شماره ۱۰، ص. ۲۱-۴۰.

موسی پور، نعمت‌الله؛ پورکیانی، مسعود و امجدی، مریم (۱۳۸۸). اولویت‌بندی مدیریتی عوامل مرتبط با رضایت، فصلنامه مدیریت، سال ۶، شماره ۱۸، ص. ۸۱-۶۷.

موسوی، میرنجف؛ ویسیان، محمد و حکیمه خلیفی پور (۱۳۹۴). اولویت‌بندی راهبردهای امنیت پایدار در آمایش مناطق مرزی، مطالعه موردی: استان کردستان. مجله جغرافیای سیاسی، سال اول، شماره ۲، ص ۵۳-۷۵.

موسوی، میرنجف؛ ویسیان، محمد، محمدی حمیدی، سمیه و اصغری، مریم (۱۳۹۴). احساس امنیت در فضاهای شهری مورد: شهر سرخس. جغرافیا (فصلنامه علمی - پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران)، دوره جدید، سال سیزدهم، شماره ۴۵، ص ۱۸۵-۲۰۲.

محمدپور جابری، مرتضی (۱۳۹۳). تحلیل نقش گردشگری بر کیفیت زندگی شهروندان با تأکید بر شاخص‌های ذهنی مورد: شهر فشم شهرستان شمیرانات. گردشگری شهری، دوره ۱، شماره ۱، زمستان ۱۳۹۳ ص. ۳۵-۴۵

موسوی، میرنجف، ویسیان، محمد، محمدی حمیدی، سمیه و اکبری، مهناز (۱۳۹۴). بررسی و اولویت‌بندی توان‌ها و زیرساخت‌های توسعه گردشگری با روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره (مورد مطالعه: شهرستان‌های استان کردستان). گردشگری شهری، سال دوم، شماره ۱، ص ۱۷-۳۱.

میکائیلی، علیرضا، پیشرو، عاطفه (۱۳۹۱). برنامه‌ریزی و طراحی منظر تفرجگاه رود کناری به منظور توسعه اکوتوریسم (مطالعه موردی: سراب گیان نهاوند). نشریه فرهنگی شماره ۴۱، بهار و تابستان ۱۳۹۱.

میکائیلی، علیرضا (۱۳۸۶). تعیین عرضه و تقاضا در برنامه‌ریزی و طراحی تفرجی و اوقات فراغت. درس‌نامه‌ی برنامه‌ریزی اوقات فراغت.

مزیدی، هاجر (۱۳۹۵). بررسی پیامدهای گردشگری در تفرجگاه‌های روستایی پیرامون شهری در استان گلستان (مطالعه موردی: دهنه محمدآباد شهرستان علی‌آبادکوتل). فصلنامه میراث و گردشگری.

موحد، علی. امانپور، سعید. زارعی، رضا (۱۳۹۱). ارزیابی تفرجگاه‌های گردشگری پیرامون کلان‌شهرها با استفاده از تلفیق مدل *SWOT* و *AHP*؛ مطالعه موردی تفرجگاه گردشگری مال آقا. مطالعات و پژوهش.