

بررسی و تحلیل الگوی رفتاری گردشگران در دسترسی به جاذبه‌های شهری با استفاده از GIS مطالعه موردی: شهر شیراز

رحیم حیدری: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران
میثم صفرپور: کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران *
مهرداد آذری: کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

چکیده

بخش عمده ای از مدیریت تصویر و ذهنیت گردشگران از شهر، ریشه در میزان رضایتمندی آن‌ها از نحوه دسترسی به مقاصد و جاذبه‌های گردشگری دارد. چرا که این مرحله از مسافرت نه تنها آثار مثبت و منفی اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی برای مهمانان و میزبانان در پی دارد، بلکه مهم‌ترین وجوه برنامه‌ریزی و بازاریابی گردشگری را نیز در بر می‌گیرد. پژوهش حاضر به بررسی و تحلیل مسیرهای دسترسی گردشگران به جاذبه‌های شهر شیراز، در راستای تحلیل تصویر ذهنی گردشگران و میزان رضایتمندی آن‌ها از نحوه دسترسی به مقاصد گردشگری و تعیین الگوی حرکتی آنان در سطح شهر پرداخته است و از سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) به عنوان ابزاری مفید در تلفیق و تولید اطلاعات مکانی استفاده گردیده است. روش تحقیق پژوهش، میدانی و توصیفی تحلیلی بوده و داده‌های اولیه به صورت پیمایشی از طریق پرسشنامه تهیه و به پایگاه داده در GIS تبدیل گردیده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد الگوی رفتاری گردشگران در شهر شیراز بهینه ناست به گونه‌ای که میانگین طول مسیر انحرافی که گردشگران در سطح شهر شیراز طی می‌نمایند، ۱۳ کیلومتر است. در این پژوهش با استفاده از اصول و ضوابط شهرسازی و گردشگری، بهینه‌ترین مسیرها و سطوح گردشگری در شهر شیراز پیشنهاد شده است.

واژه‌های کلیدی: جاذبه‌های شهری، شهر شیراز، الگوهای دسترسی، GIS

۱- مقدمه

۱-۱- طرح مسأله

اولین و مهمترین ویژگی گردشگری این است که بر پایه عامل «حرکت» بنا شده است و متکی بر دو عامل سفر و اقامت است. از این رو هرچند دارای ماهیتی موقت، اما آثار پایداری است که بیشتر این تاثیرات را می‌توان در محیط‌های شهری مشاهده نمود. از سوی دیگر به دلیل این که گردشگری ترکیبی از گرایش‌ها، ارتباطات و تعاملات اقتصادی و اجتماعی میان گردشگران و جوامع گوناگون است، به همین خاطر آثار مثبت و منفی عمده‌ای در سطوح کاربری‌ها بر جای گذاشته و از این روست که شناخت و برنامه‌ریزی آن در فرایند مذکور، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. ساختار فضایی گردشگری جدای از ساختار فضایی شهر نیست. اما به نسبت ساختار فضایی شهر کوچک‌تر و محدودتر است. ساختار فضایی گردشگری محصول فرآیندهای فضایی است که در آن فضا به وسیله فرآیندهای اجتماعی، اقتصادی و طبیعی سازمان می‌یابد (مدنی‌پور، ۱۳۷۹: ۴۲). انگاره کلی مطرح شده را می‌توان با عنوان «بررسی و تحلیل الگوی رفتاری گردشگران در دسترسی به جاذبه‌های شهری» بیان نمود که متاثر و تاثیرگذار بر فرآیندهای اجتماعی، اقتصادی و نوع چیدمان جاذبه‌ها در فضای شهری است. پایداری گردشگری شهری در ایران، ارتباط چندسویه با کیفیت بافت‌های کهن شهری در رابطه با ارائه خدمات به گردشگران و شهروندان را دارا است. شاید نکته پنهان گردشگری شهری، در عامل حرکت گردشگران در سطح شهر و اولویت‌بندی جاذبه‌ها و

در نهایت انتخاب مسیرهای حرکتی آن‌ها نهفته باشد. انتخاب و طراحی مسیرهای گردشگری با هدف تامین نیازهای مربوط به مقوله گردشگری از اقداماتی است که می‌تواند به عنوان راهبردی، مکمل طرح‌های گردشگری در شهرهای تاریخی گردشگرپذیر به‌شمار آید. معمولاً گردشگران بر اساس علایق و سلیقه شخصی یا شهرت جاذبه‌ها به اولویت‌بندی جاذبه‌ها برای بازدید در سطح شهر می‌پردازند. گاهی این اولویت‌بندی مقاصد، باعث ایجاد گسیختگی در رفتار گردشگران در سطح شهر می‌شود و بعضاً مجبورند با عدم شناخت کافی از شهر، مسیرهای طولانی را اضافه طی نموده و باعث ایجاد ترافیک و هدر رفت انرژی و وقت آنها در سطح شهر شود و در نتیجه نارضایتی آنها را پدید آورد. در اینجا این سوال مطرح می‌شود که الگوی بهینه سازمان فضایی در ارتباط با فضاهای گردشگری کدام است؟ و بهترین اولویت‌بندی مقاصد گردشگری شهر شیراز به منظور دستیابی به بهینه‌ترین مسیر کدام است؟

۱-۲- اهمیت و ضرورت تحقیق

در فرایند توسعه گردشگری شهری، مقاصد گردشگری^۱ و توسعه آنها از اهمیت خاصی برخوردار هستند به طوری که می‌توان از آنها به عنوان سرمایه‌های اصلی صنعت گردشگری یاد کرد. از این رو توسعه مقاصد شهری گردشگری در راستای برنامه‌ریزی گردشگری که در خلال برنامه‌های کلان و ملی گردشگری قابل اجرا هستند، می‌تواند برنامه‌ریزی گردشگری را به اهداف خود نزدیک‌تر کند (Law, 1992:615).

توریستی گردشگران در مقصد و این که آیا این مسیر حرکتی بهینه است یا خیر؟

۱-۴- پیشینه تحقیق

- مطالعاتی توسط موحد، (۱۳۸۱) در موضوع رساله دکتری با عنوان بررسی و تحلیل الگوی فضایی توریسم شهری مطالعه موردی: شهر اصفهان صورت گرفته که عوامل موثر بر الگوی رفتاری گردشگران و محورهای اصلی گردشگری شهری اصفهان را نشان داده است.

- پژوهش‌هایی توسط حیدری چیان، (۱۳۸۳) در موضوع رساله دکتری با عنوان ارزیابی برنامه‌ریزی صنعت توریسم در ایران صورت گرفته است که سعی در شناخت عوامل عمده تأثیرگذار در توریسم بین‌المللی و داخلی ایران داشته‌اند و به دلایل ناکامی برنامه‌های توسعه توریسم در ایران پرداخته است.

- مطالعاتی توسط زنگی آبادی، محمدی و زیرک باش، (۱۳۸۵) در مقاله‌ای با عنوان تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان صورت گرفته و نشان داده که مهم‌ترین مشکلات گردشگران داخلی، گرانی قیمت‌ها و سپس وضعیت ترافیک و پارکینگ و کمبود آموزش راهنمایان گردشگری بوده است.

- بررسی‌هایی توسط صدرموسوی و کهنمویی، (۱۳۸۶) در مقاله‌ای با عنوان ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دیدگاه گردشگران صورت گرفته که عامل یا عواملی را که باعث شده‌اند تا استان آذربایجان شرقی از مزایای متعدد گردشگری بی‌بهره بماند را نشان داده است و به این نتیجه رسیده‌اند که مکان‌های گردشگری استان در اغلب زمینه‌ها فاقد امکانات لازم برای جلب رضایت گردشگران هستند.

با در نظر گیری عوامل یاد شده می توان گفت که فرایند برنامه ریزی توسعه مقاصد گردشگری شهری، بسیار حساس است و به شرایط و عوامل زیادی بستگی دارد و مدیریت آنها از اهمیت خاصی برخوردارند. در مورد مدیریت مقصد گردشگری (TDM) ^۱ باید گفت که این مقوله با عوامل زیادی روبروست که شاید مهمترین آنها پایداری مقاصد^۲ در شرایط رقابتی^۳ بازارهاست. از ای نرو تهیه و تدوین سیستم اطلاعات مدیریت مقصد گردشگری (TDMIS) ^۴ در این راستا اهمیت حیاتی دارد (Geoldner & Rithcie, 2003: 417). شناخت و ارایه الگوی بهینه مسیرهای دسترسی به جاذبه‌ها یکی از مهم‌ترین و ضروری‌ترین عواملی است که ارتباط تنگاتنگی با نوع تأثیرگذاری و تأثیرپذیری گردشگران از محیط شهری دارد. لازم به ذکر است که فرایند برنامه‌ریزی مقاصد گردشگری شهرها در راستای برنامه‌ریزی سازمان فضایی در خلاء ا تفاق نمی‌افتند. سیاست‌ها، قوانین و مقررات، اهداف، استراتژی‌ها و عملکردهای متعددی در این زمینه نقش داشته و موثرند که باید از جانب سازمان‌ها دولتی، عمومی و خصوصی که در توسعه مقاصد شهری ذی‌نفع و درگیر هستند، مدنظر قرار گیرد.

۱-۳- اهداف تحقیق

هدف اصلی تحقیق، بررسی و شناخت گردشگری شهری و مهم‌ترین عناصر و مقاصد گردشگری شهری شیراز و شناخت الگو و روند حرکتی و جریانات

1 - Tourism Destination Management (TDM)

2 - Destination Sustainability

3 - Competitive

4 - Tourism Destination Management Information System (TDMIS)

۱-۵- سوالات تحقیق

سوالات کلیدی تحقیق به شکل زیر است:

- فضای گردشگری شهر بیشتر تحت تاثیر چه الگوی فضایی است؟

- الگوی رفتاری گردشگران در انتخاب اولویت‌های سفر و روند حرکتی آنان در شهر شیراز چگونه است؟

- الگوی بهینه فضای توریسم شهری را چگونه می‌توان جهت استفاده مطلوب ساماندهی کرد؟

۱-۶- فرضیه تحقیق

الگوی رفتاری گردشگران شهری شیراز بهینه نبوده و متناسب با الگوی توزیع جاذبه‌های شهری ناست.

۱-۷- روش تحقیق

روش تحقیق این پژوهش میدانی و توصیفی-تحلیلی است که به کمک مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی و سپس با استفاده از پرسشنامه و نظرسنجی از گردشگران، اطلاعات لازمه جمع‌آوری شده و پس از انجام تحلیل‌های آماری، با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی سعی در تعیین سازمان فضای گردشگری موجود و ارائه الگوی بهینه گردشگری شهر شیراز شده است. بنابراین، بر اساس داده‌های مستخرج از پرسشنامه و آمار به دست آمده از سازمان‌های مربوطه، ابتدا میزان جذابیت هر کدام از جاذبه‌های شهری شیراز بر اساس فراوانی مراجعه کنندگان مشخص شده و سپس ۴ مسیر اصلی گردشگری یا به عبارتی دیگر الگوی غالب رفتار گردشگران در شهر نسبت به ۳ دروازه ورودی اصلی شهر مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفته است و در

نهایت، مسیر بهینه گردشگری بر حسب معیارها و ضوابط، نسبت به هر دروازه ورودی با استفاده از تابع Network Analyst تعیین شده و با صور غالب مسیرهای گردشگری، مقایسه و میزان مسافت اضافه طی شده در هر مسیر مشخص شده است. در این قسمت به بررسی مراحل انجام تحقیق که شامل مطالعات کتابخانه‌ای، تحقیق میدانی، تدوین پرسشنامه و توزیع آن و طرح و آزمون فرضیه است می‌پردازیم.

گام اول: مطالعات کتابخانه‌ای؛

گام دوم: استفاده از مدارک و مستندات سازمان جهانی گردشگری و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهر شیراز؛

گام سوم: جمع بندی و استخراج اطلاعات مربوط به فضاهای گردشگری شهر شیراز؛

گام چهارم: تدوین پرسشنامه؛ گروه هدف پرسشنامه‌ها گردشگران را شامل می‌شد. برای تهیه پرسشنامه از مقیاس لیکرت و در برخی از موارد از سوالات باز و اولویت‌بندی گزینه‌ها استفاده شده است؛

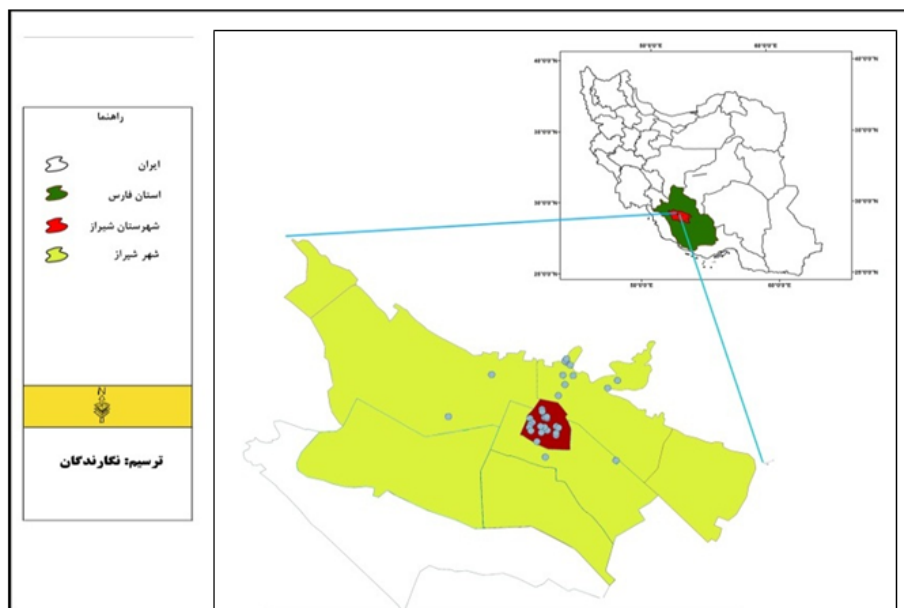
گام پنجم: توزیع پرسشنامه و جمع‌آوری آن؛ برای انتخاب نمونه آماری و پر کردن پرسشنامه‌ها از روش نمونه‌گیری ساده تصادفی استفاده شده است؛

گام ششم: استخراج نتایج پرسشنامه‌ها و انتقال داده‌ها به محیط Arc Map.

۱-۸- محدوده پژوهش

شهر شیراز مرکز استان فارس در جلگه‌ای تقریباً مستطیل شکل در ۲۹ درجه و ۳۸ دقیقه عرض شمالی و ۵۲ درجه و ۴۰ دقیقه طول شرقی قرار گرفته است

در نقشه ۱ موقعیت قرارگیری بافت تاریخی فرهنگی در شهر شیراز قابل رویت است.



شکل ۱- نقشه موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

مؤلفه‌ها و ویژگی‌های همایشان در جهان واقعی هستند. شبکه مجموعه‌ای از عوارض خطی است که از دو عامل لبه و تقاطع تشکیل می‌گردد (Merry, 2005: 221). شبکه معابر یک شهر نمونه‌ای از لبه‌ها با اتصالات است. لبه‌ها از طریق تقاطع با یکدیگر مرتبط شده و از طریق لبه‌ها جریان منابع صورت می‌گیرد. از آنجایی که عوارض موجود در شبکه دارای شکل و هندسه می‌باشند، چنین شبکه‌ای به نام شبکه هندسی نامیده می‌شود. برای هر شبکه هندسی یک شبکه منطقی مربوط وجود دارد که دارای یک ساختار داده‌ای پشت صحنه است که عناصر و تقاطع را ذخیره کرده و ارتباط بین آن‌ها را که در نتیجه توپولوژی ایجاد شده، حفظ می‌نماید (پرهیزگار، ۱۳۷۶: ۱۳۵). توانایی تحلیل شبکه‌های خطوط حمل‌ونقل از بارزترین ویژگی‌های GIS محسوب می‌شود. یافتن بهترین مسیر حرکت بین

این استان بر طبق برآورد جمعیتی سال ۱۳۸۹ هجری شمسی سازمان ملی آمار ایران، با جمعیتی معادل ۴۵۲۸۵۱۳ نفر، چهارمین استان پرجمعیت و با مساحتی در حدود ۱۲۲۶۰۸ کیلومتر مربع، پنجمین استان بزرگ ایران محسوب می‌گردد. مرکز استان فارس شیراز است که بر طبق برآورد جمعیتی سال ۱۳۸۹ سازمان آمار ایران به همراه حومه خود، جمعیتی معادل ۱،۷۴۹،۹۲۶ نفر داشته که از این جهت پرجمعیت‌ترین شهر این استان محسوب می‌گردد (قابل مشاهده در وبگاه رسمی مرکز آمار ایران).

۲- مفاهیم، دیدگاه‌ها و مبانی نظری

۲-۱- تحلیل شبکه در فضای جغرافیایی

شبکه مجموعه‌ای از عوارض خطی مرتبط است که از طریق آن، مواد، کالا و افراد منتقل می‌شوند، یا در امتداد آن، انتقال صورت می‌گیرد. مدل‌های شبکه‌ای در GIS به مثابه نماد سازی‌های انتزاعی از

عنصر اصلی در فرآیند تصمیم‌گیری فرد موثر است و رفتار او منتج از آن است که عبارتند از:

تقویت‌کننده‌های تقاضا: نیروهایی هستند که باعث می‌شوند یک گردشگر تصمیم به دیدن یک جاذبه گرفته یا به تعطیلات برود.

محدودکننده‌های تقاضا: حتی با وجود یک انگیزه برای سفر، تقاضا تحت تأثیر عوامل اقتصادی، جامعه‌شناسی و یا روانشناسی قرار می‌گیرد.

تأثیرگذارها: مصرف‌کننده در مورد مقصد گردشگری، محصول، تصویر شرکتی و اطلاعاتی که بدست می‌آورد تأثیر بر تقویت‌کننده‌های گوناگون داشته و آن‌ها را افزایش یا کاهش می‌دهد که نهایتاً به تصمیم‌گیری فرد منتهی می‌گردد.

نقش‌ها: مهم‌ترین نقش متعلق به خانواده است که در فرآیند خرید دست داشته و تصمیم‌نهایی این گروه که در چه زمانی، کجا و چگونه باید اقدام شود را در بر می‌گیرد (کوپر و دیگران، ۱۳۸۰:۳۲).

۳- تحلیل یافته‌ها

۳-۱- کیفیت آمد و شد گردشگران

از بین ۱۸۰ مورد گردشگر مورد پرسش واقع شده، ۱۰ جاذبه به عنوان مقاصد اصلی گردشگران در شیراز به شمار می‌آیند و گردشگران در اولویت‌بندی مقاصد گردشگری خود در شهر شیراز این جاذبه‌های ده‌گانه را لحاظ نموده‌اند که ترتیب اولویت و امتیاز به شرح زیر است:

جدول ۱- اولویت‌بندی مقاصد گردشگری شهر شیراز

جاذبه‌ها	شاهچراغ	حافظیه	سعدیه	باغ ارم	بازار وکیل	سید علالدین حسین	ارگ کریمخانی	مسجد وکیل	باغ دلگشا	حمام وکیل
امتیاز (از ۱۰۰)	۱۸/۳	۱۵/۲	۱۴/۶	۱۳/۸	۸/۴	۶/۸	۶/۵	۶	۴/۹	۴/۸

مأخذ: نگارنده (استخراج از پرسشنامه)

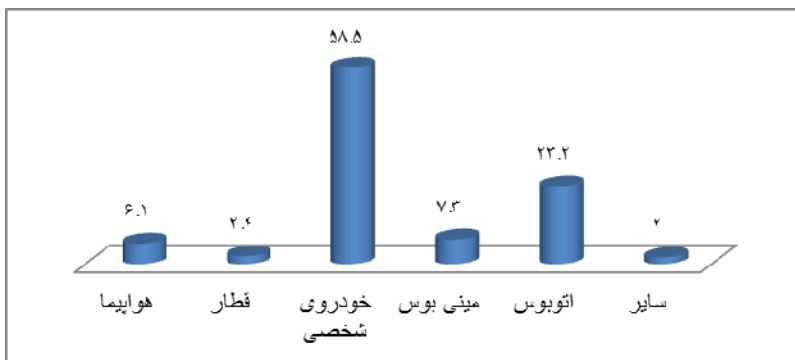
مبدأ حرکت تا مقصد توریستی از نیازهای اولیه گردشگر است. ممکن است در طول مسیر حرکت گردشگر از مبدأ به مقصد موانع و محدودیت‌های متعددی مانند ترافیک و یک طرفه بودن وجود داشته باشد که یافتن بهترین مسیر حرکت بر اساس در نظر گرفتن همه عوامل ممکن خواهد بود به عبارت دیگر تنها بر اساس فاصله بین مبدأ تا مقصد نمی‌توان مسیر بهینه را شناسایی و معرفی کرد بلکه مسیر بهینه عبارت از مسیری است که با در نظر گرفتن کلیه محدودیت‌های موجود در مسیر، بهترین آن را شناسایی و در اختیار استفاده‌کننده قرار می‌دهد. در برخی از نرم افزارهای GIS هر دو توابع یعنی هم بهترین و هم کوتاه‌ترین آن وجود دارد که بر حسب سلیقه کاربر می‌تواند مورد استفاده قرار گرفته و یکی از آن‌ها انتخاب شود (فرج زاده اصل، ۱۳۸۷:۱۰۷).

۲-۲- الگوی رفتاری گردشگران در انتخاب مقاصد گردشگری

تفاوت‌های رفتاری، ادراکی و انگیزه‌ای تأثیر بسزایی بر تصمیمات فردی دارد، رفتارهای افراد بسته به درک آن‌ها از جهان، تحت تأثیر درک ذهنیت آن‌ها نسبت به یک مکان یا یک آژانس مسافرتی است که به وسیله عواملی چون کودکی، تجارب خانوادگی و شخصیت کاری تعیین می‌گردد. در سطح فردی عوامل تقاضا برای گردشگری در ارتباط با رفتار مصرف‌کننده در گردشگری است، و طبق نظر گافمن افراد در شرایط مختلف، رفتار متفاوتی دارند. چهار

درصد، مینی بوس ۷/۳ درصد، خودرو شخصی ۵۸/۵ درصد از جاذبه‌های شهر بازدید داشته‌اند.

وسیله سفر برای گردش به شهر شیراز نکته دیگر مورد پرسش بود که گردشگرانی که با هواپیما سفر کرده‌اند ۶/۱ درصد، قطار ۲/۴ درصد، اتوبوس ۲۳/۲

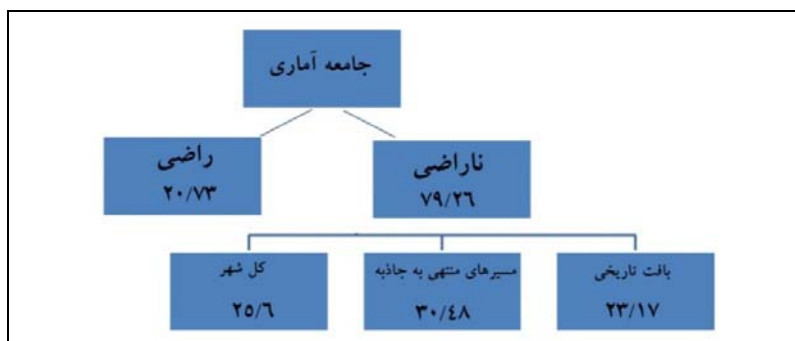


شکل ۲- نمودار نوع وسیله سفر به شیراز توسط گردشگران

مأخذ: نگارنده (استخراج از پرسشنامه)

اند، ۳۰/۴ درصد، نارضایتی خود را به مسیرهای منتهی به جاذبه‌ها، ۲۵/۶ درصد به کل شهر و ۲۳/۱ درصد به بافت تاریخی شهر شیراز نسبت داده‌اند.

بر اساس نتایج بدست آمده از پرسشنامه، ۲۰/۷ درصد از گردشگران از وضعیت ترافیکی شهر شیراز راضی و مابقی یعنی ۷۹/۲ درصد ناراضی بوده‌اند و از افرادی که از وضعیت آمد و شد در شهر ناراضی بوده



شکل ۳- نمودار میزان رضایت گردشگران از وضعیت ترافیکی شهر شیراز

گردشگران به جاذبه‌ها داده‌اند، مسیر اول گردشگری شهری شیراز مشخص شده است. به عبارت دیگر مقصدی که بیشترین فراوانی از میان امتیاز ۱۰ را به خود اختصاص داده، به عنوان نقطه اول از مسیر اول شناخته شده است و به همین ترتیب، جاذبه‌هایی که

۲-۳- الگوی رفتاری گردشگری شهری شیراز با توجه به اولویت‌بندی که از جاذبه‌ها توسط گردشگران صورت گرفته است، همچنین نقشه پراکندگی این جاذبه‌ها در سطح شهر شیراز، با استفاده از تابع Network Analyst، از میان امتیازهای ۱۰ که

که افراد فعال در حوزه گردشگری به مقاصد گردشگری داده‌اند اولویت‌بندی صورت گرفته است. مسیر غالب و اولیه گردشگری شهری شیراز از قرار زیر است:

۳-۲-۱-۱- مسیر اول گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه جنوب شرقی

نقشه ۴، مسیر اول گردشگری شهری را از سمت دروازه جنوب شرقی کلانشهر شیراز به نمایش می‌گذارد که مسیر ورودی استان‌های هرمزگان، کرمان، سیستان و بلوچستان و شهرستان‌های جنوبی و شرقی استان فارس است. غالب گردشگران ورودی از این دروازه شهر، برای بازدید از جاذبه‌های ۱۰ گانه، در صورت آشنایی کامل به مسیرها و معابر شهر شیراز، مسافتی معادل ۴۰ کیلومتر را طی نموده‌اند.

۳-۲-۱-۲- مسیر اول گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه غربی

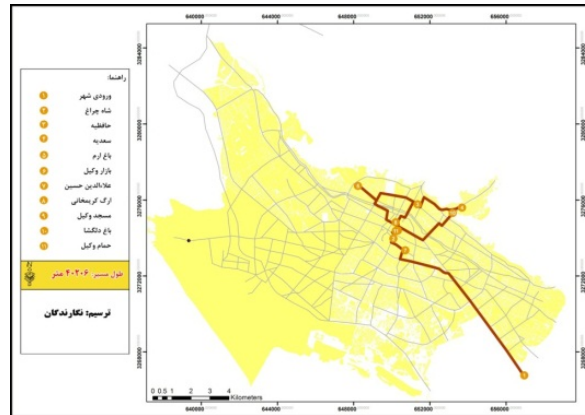
نقشه ۵، مسیر اول گردشگری شهری را از سمت دروازه غربی کلانشهر شیراز به نمایش می‌گذارد که مسیر ورودی استان‌های خوزستان، بوشهر و شهرستان‌های غربی استان فارس است را شامل می‌شود. غالب گردشگران ورودی از این دروازه شهر، برای بازدید از جاذبه‌های ۱۰ گانه، در صورت آشنایی کامل به مسیرها و معابر شهر شیراز، مسافتی معادل ۴۱ کیلومتر را طی نموده‌اند.

امتیاز ۱۰ را به خود اختصاص داده‌اند، بر حسب فراوانی، به عنوان نقطه دوم، سوم ... تا دهم انتخاب شده‌اند. با فرض اینکه گردشگران در شهر هیچ گونه مسیر اشتباهی طی ننموده‌اند و نزدیک‌ترین و بهترین مسیر را انتخاب کرده باشند، مسیر اول گردشگری توسط تابع Network Analyst ترسیم شده و مسافت طی شده توسط گردشگران بر اساس مسیرهای طی شده محاسبه شده است. مسیرهای غالب گردشگری نسبت به ۳ دروازه ورودی اصلی شهر مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفته است که عبارتند از:

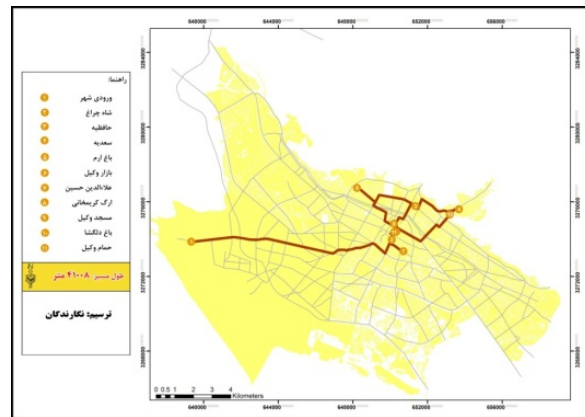
۳-۲-۱- مسیر اول گردشگری شهری شیراز

همان گونه که ذکر شد برای انتخاب مسیر اول گردشگری شهری شیراز، بر اساس فراوانی امتیاز ۱۰، اولویت‌های سفر گردشگران مشخص شده است اما از آنجایی که امتیازهای شبیه به هم زیاد بوده و قابلیت اولویت‌بندی را نداشتند، از مجموع امتیازات اختصاص یافته به هر جاذبه استفاده شده است. بدین معنی که جاذبه‌هایی که دارای بیشترین مجموع امتیازات بوده‌اند به عنوان نقطه اول از مسیر اول و سایر جاذبه‌ها بر اساس میزان امتیاز اولویت‌بندی شده‌اند (مطابق جدول ۱).

اما در سایر مسیرها (مسیرهای دوم، سوم و چهارم)، در صورتی که جاذبه‌ها دارای امتیازهای شبیه به هم بوده‌اند با استفاده از نظر کارشناسان و اهمیتی



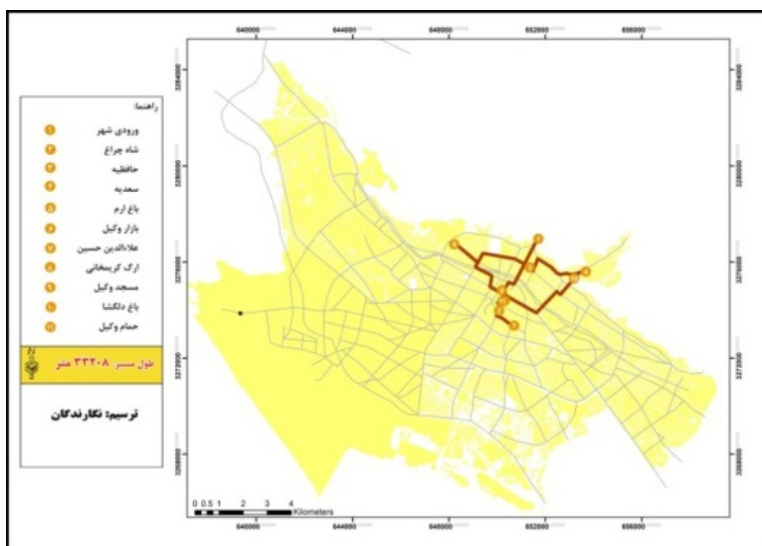
شکل ۴- نقشه مسیر اول گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه جنوب شرقی



شکل ۵- نقشه مسیر اول گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه غربی

شهرستان‌های شمالی استان فارس است را شامل می‌شود. غالب گردشگران ورودی از این دروازه شهر، برای بازدید از جاذبه‌های ده‌گانه، در صورت آشنایی کامل به مسیرها و معابر شهر شیراز، مسافتی معادل ۳۳ کیلومتر را طی نموده‌اند.

۳-۱-۲-۳- مسیر اول گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه شمالی
نقشه ۶، مسیر اول گردشگری شهری را از سمت دروازه شمالی کلانشهر شیراز به نمایش می‌گذارد که مسیر ورودی استان‌های اصفهان، یزد، چهارمحال بختیاری، و سایر استان‌های شمالی کشور و



شکل ۶- نقشه مسیر اول گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه شمالی

فراوانی امتیاز ۹ اولویت‌بندی مقاصد گردشگری صورت گرفته است که در جدول ۸ این اولویت‌بندی قابل مشاهده است.

۳-۲-۲- مسیر دوم گردشگری شهری شیراز برای ترسیم مسیر دوم گردشگری شهری شیراز، جاذبه‌هایی که بر اساس امتیازدهی گردشگران دارای امتیاز ۹ بودند انتخاب شده‌اند. سپس بر اساس درصد

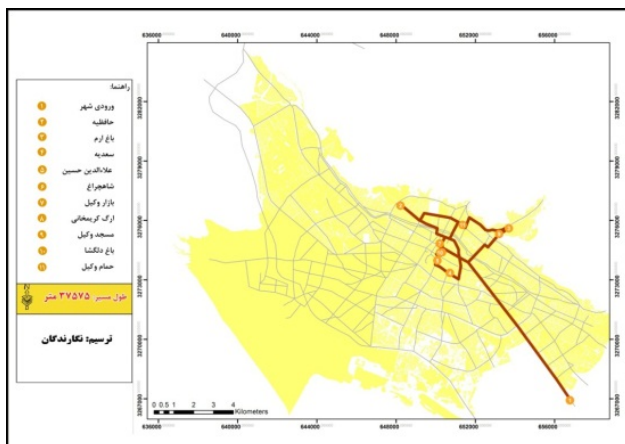
جدول ۲- الگوی رفتاری گردشگران در انتخاب اولویت‌های سفر در مسیر شماره ۲ گردشگری شهری شیراز

اولویت‌بندی	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم	هشتم	نهم	دهم
جاذبه‌ها	حافظیه	باغ ارم	سعدیه	سید علاءالدین حسین	شاهچراغ	بازار وکیل	ارگ کریمخان	مسجد وکیل	باغ دلگشا	حمام وکیل
(امتیاز از ۱۰۰)	۲۱/۹	۱۸/۲	۱۵/۸	۱۰/۹	۹/۷	۸/۵	۷/۳	۴/۸	۲/۴	۰/۵

می‌گذارد که مسیر ورودی استان‌های هرمزگان، کرمان، سیستان و بلوچستان و شهرستان‌های جنوبی و شرقی استان فارس است که گردشگران در صورت آشنایی کامل به مسیرها و معابر شهر شیراز، مسافتی معادل ۳۷ کیلومتر را طی نموده‌اند.

پس از شناسایی اولویت‌بندی‌های گردشگران، این مسیر نسبت به ۳ دروازه ورودی شهر مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفته‌اند. که به قرار ذیل هستند:

۳-۲-۱- مسیر دوم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه جنوب شرقی
نقشه ۷، مسیر دوم گردشگری شهری را از سمت دروازه جنوب شرقی کلانشهر شیراز را به نمایش



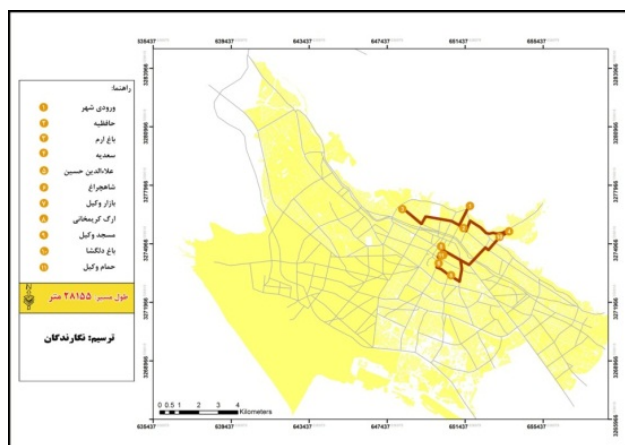
شکل ۷- نقشه مسیر دوم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه جنوب شرقی

۳-۲-۲-۲-۳- مسیر دوم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه غربی

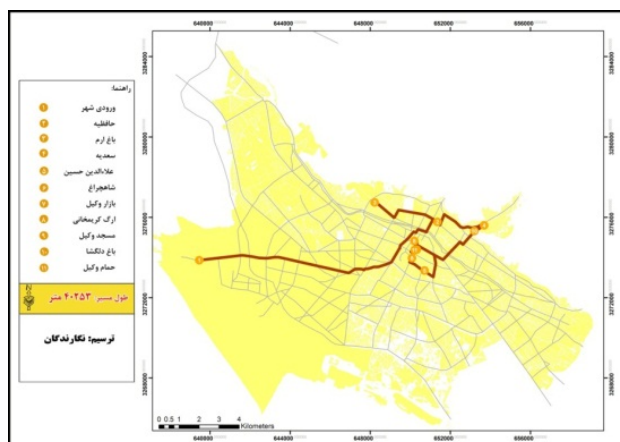
نقشه ۸، مسیر دوم گردشگری شهری را از سمت دروازه غربی کلانشهر شیراز را نمایش می‌دهد. که گردشگران برای بازدید از جاذبه‌های ده‌گانه، در صورت آشنایی کامل به مسیرها و معابر شهر شیراز، مسافتی معادل ۴۰ کیلومتر را طی نموده‌اند.

۳-۲-۲-۳- مسیر دوم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه شمالی

نقشه ۹، مسیر دوم گردشگری شهری را از سمت دروازه شمالی کلانشهر شیراز را نشان می‌دهد. که گردشگران برای بازدید از جاذبه‌های ده‌گانه، در صورت آشنایی کامل به مسیرها و معابر شهر شیراز، مسافتی معادل ۲۸ کیلومتر را طی نموده‌اند.



شکل ۸- نقشه مسیر دوم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه غربی



شکل ۹- نقشه مسیر دوم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه شمالی

فراوانی امتیاز ۸ اولویت‌بندی مقاصد گردشگری صورت گرفته است که در جدول ۳ قابل مشاهده است.

۳-۲-۳- مسیر سوم گردشگری شهری شیراز برای ترسیم مسیر سوم گردشگری شهری شیراز، جاذبه‌هایی که بر اساس امتیازدهی گردشگران دارای امتیاز ۸ بودند انتخاب شده‌اند. سپس بر اساس درصد

جدول ۳- الگوی رفتاری گردشگران در انتخاب اولویت‌های سفر در مسیر شماره ۳ گردشگری شهری شیراز

اولویت‌بندی	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم	هشتم	نهم	دهم
جاذبه‌ها	حافظیه	بازار وکیل	سعدیه	باغ ارم	شاهچراغ	ارگ کریمخانیه	سید علاءالدین حسین	باغ دلگشا	حمام وکیل	-
امتیاز(از ۱۰۰)	۱۹/۲	۱۹/۲	۱۴/۴	۱۳/۹	۸/۳	۸/۳	۵/۸	۵/۸	۵	-

نقشه ۱۰، مسیر سوم گردشگری شهری شیراز را از سمت دروازه جنوب شرقی کلانشهر شیراز را به نمایش می‌گذارد که گردشگران در صورت آشنایی کامل به مسیرها و معابر شهر شیراز، مسافتی معادل ۴۰ کیلومتر را طی نموده‌اند.

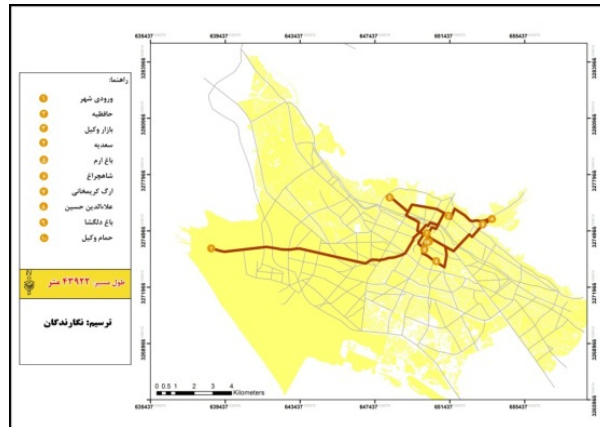
۳-۲-۳- مسیر سوم گردشگری شهری شیراز

از سمت دروازه غربی

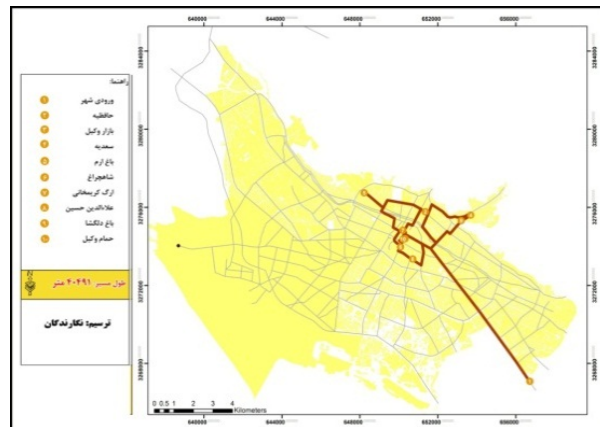
پس از شناسایی اولویت‌بندی‌های گردشگران، این مسیر نسبت به ۳ دروازه ورودی شهر مورد سنجش و ارزیابی واقع شده است که به قرار زیر است.

۳-۲-۳-۱- مسیر سوم گردشگری شهری شیراز

از سمت دروازه جنوب شرقی



شکل ۱۰- نقشه مسیر سوم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه جنوب شرقی

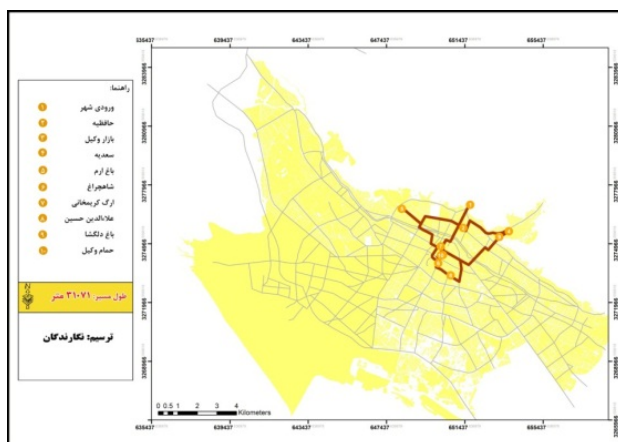


شکل ۱۱- نقشه مسیر سوم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه غربی

نقشه ۱۲، مسیر سوم گردشگری شهری را از سمت دروازه شمالی کلانشهر شیراز را نشان می‌دهد. که گردشگران برای بازدید از جاذبه‌های ده‌گانه، در صورت آشنایی کامل به مسیرها و معابر شهر شیراز، مسافتی معادل ۲۸ کیلومتر را طی نموده‌اند.

نقشه ۱۱، مسیر سوم گردشگری شهری را از سمت دروازه غربی کلانشهر شیراز را نمایش می‌دهد. که گردشگران برای بازدید از جاذبه‌های ده‌گانه، در صورت آشنایی کامل به مسیرها و معابر شهر شیراز، مسافتی معادل ۴۴ کیلومتر را طی نموده‌اند.

۳-۳-۲-۳- مسیر سوم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه شمالی



شکل ۱۲- نقشه مسیر سوم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه شمالی

درصد فراوانی امتیاز ۷ اولویت بندی مقاصد گردشگری صورت گرفته است که در جدول ۹ قابل مشاهده است.

۳-۲-۴- مسیر چهارم گردشگری شهری شیراز برای ترسیم مسیر چهارم گردشگری شهری شیراز، جاذبه‌هایی که بر اساس امتیازدهی گردشگران دارای امتیاز ۷ بودند انتخاب شده‌اند. سپس بر اساس

جدول ۴- الگوی رفتاری گردشگران در انتخاب اولویت‌های سفر در مسیر شماره ۴ گردشگری شهری شیراز

اولویت‌بندی	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم	هشتم	نهم	دهم
جاذبه‌ها	سعديه	باغ ارم	حمام وکیل	باغ دلگشا	مسجد وکیل	شاهچراغ	حافظیه	بازار وکیل	سید علاالدین حسین	ارگ کریمخانی
(امتیاز از ۱۰۰)	۲۳/۷	۱۶/۲	۱۲/۵	۱۰	۷/۵	۶/۲	۶/۲	۶/۲	۶/۲	۵

کامل به مسیرها و معابر شهر شیراز، مسافتی معادل ۳۷ کیلومتر را طی نموده‌اند.

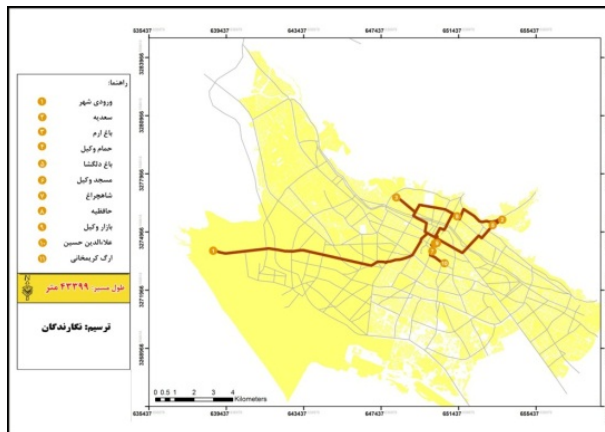
۳-۲-۴- مسیر چهارم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه غربی

نقشه ۱۳، مسیر چهارم گردشگری شهری را از سمت دروازه غربی کلانشهر شیراز را نمایش می‌دهد. گردشگران برای بازدید از جاذبه‌های ۱۰ گانه، در صورت آشنایی کامل به مسیرها و معابر شهر شیراز، مسافتی معادل ۴۳ کیلومتر را طی نموده‌اند.

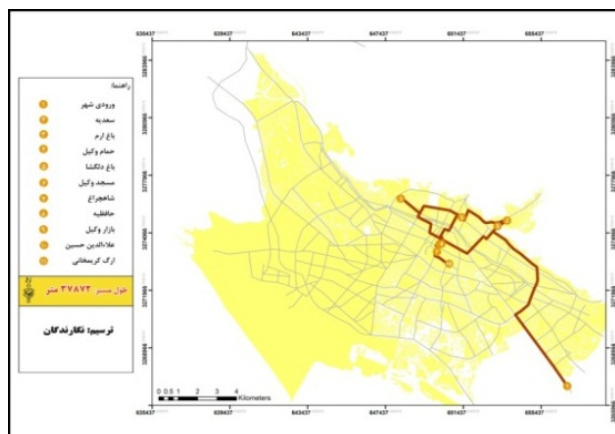
پس از شناسایی اولویت‌بندی‌های گردشگران، این مسیر نسبت به ۳ دروازه ورودی شهر مورد سنجش و ارزیابی واقع شده است که به قرار زیر است.

۳-۲-۴-۱- مسیر چهارم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه جنوب شرقی

نقشه ۱۱، مسیر چهارم گردشگری شهری شیراز را از سمت دروازه جنوب شرقی کلانشهر شیراز را به نمایش می‌گذارد که گردشگران در صورت آشنایی



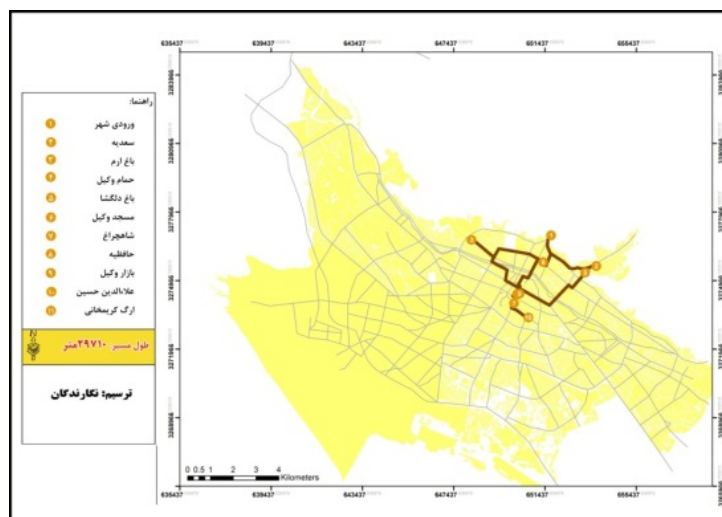
شکل ۱۳- نقشه مسیر چهارم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه جنوب شرقی



شکل ۱۴- نقشه مسیر چهارم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه غربی

گردشگران برای بازدید از جاذبه‌های ۱۰ گانه، در صورت آشنایی کامل به مسیرها و معابر شهر شیراز، مسافتی معادل ۲۹ کیلومتر را طی نموده‌اند.

۳-۲-۳- مسیر چهارم گردشگری شهری شیراز از سمت دروازه شمالی
نقشه ۱۴، مسیر سوم گردشگری شهری را از سمت دروازه شمالی کلانشهر شیراز را نشان می‌دهد.



شکل ۱۵- نقشه مسیر شماره ۴ گردشگری از ورودی شمالی کلانشهر شیراز

پیشنهادهای گردشگران، کارشناسان امور گردشگری در سازمان‌های مربوطه و اساتید دانشگاه، معیارهای انتخاب مسیر بهینه گردشگری شهری مشخص گردد که معیارهای زیر به عنوان ضوابط انتخاب مسیر بهینه گردشگری انتخاب و لحاظ شده است. مسیری بهینه شناخته می‌شود که:

- با کمترین مسافت طی شده، اکثر جاذبه‌ها را تحت پوشش قرار دهد.
- از شریان‌هایی عبور نماید که فاقد انواع آلودگی‌های (صوتی، بصری، ترافیکی و هوا) باشد.
- بار ترافیکی اضافه بر شهر تحمیل ننماید.
- زندگی روزمره شهروندان را مختل نکند.
- از تقاطع‌های خطرناک کمتری عبور نماید.
- گردشگران را به سمت فضاهای جذاب و نشاط‌آور شهری هدایت نماید.
- تنوع وسایل آمد و شد را شامل شود. بدین منظور که گردشگر را به پیاده‌روی، استفاده از وسایل نقلیه عمومی، یا دوچرخه سواری علاقمند نماید.

۳-۲-۵- الگوی بهینه گردشگری شهری شیراز همان گونه که مشاهده می‌شود گردشگران به منظور بازدید از ۱۰ جاذبه اصلی شهر شیراز، مسیرهای متفاوتی را انتخاب می‌نمایند (در پایان نامه فرض بر این گرفته شده که گردشگران هیچگونه مسیر اشتباهی طی ننموده اند) که می‌تواند به میزان آشنایی آن‌ها از شهر شیراز، نحوه پراکنش جاذبه‌ها، نوع مسیر پیشنهادی توسط بومیان یا نقشه‌های گردشگری بستگی داشته باشد و به تبع این انتخاب مسیر، اثرات ترافیکی، فرهنگی و اقتصادی خاص خود را در شهر برجای می‌گذارند و متقابلاً از شهر تاثیر می‌پذیرند. بنابراین بسیار ضروری می‌نماید که سوای معیارهای ترافیکی در انتخاب مسیرهای بهینه گردشگری، فاکتورها و معیارهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی لحاظ شود زیرا این امر مستقیماً با گردشگری پایدار و از سوی دیگر شهر پایدار در ارتباط تنگاتنگ و دوسویه است. در پایان نامه حاضر سعی بر این بوده که با استفاده از نظرها و

میزان مسافت طی شده در هر مسیر مورد مقایسه قرار گرفته است که به شرح زیر است.

۱-۲-۳-۵-۱- مسیر بهینه ۱

این مسیر به گردشگرانی که قصد مسافرت از استان‌های هرمزگان، کرمان، سیستان و بلوچستان و شهرستان‌های جنوبی استان فارس از دروازه جنوب شرقی به شهر شیراز و بازدید از ۱۰ جاذبه اصلی شهر را دارند اختصاص پیدا می‌کند. اولویت بندی جاذبه‌ها در مسیر بهینه ۱ مطابق جدول ۵ صورت گرفته است.

- گردشگر را به سمت مراکز تجاری و ارایه خدمات گردشگری هدایت نماید.

- از خیابان‌هایی عبور نماید که کشش حمل مسافر زیاد را داشته باشد و از نظر استانداردهای ترافیکی مناسب باشد.

- از مناطق جرم‌خیز به دور باشد.

- و در نهایت مسیرهای خروجی شهر را به نمایش بگذارد.

پس از انتخاب مسیر بهینه، در نهایت، مسیر پیشنهادی نسبت به مسیرهای متداول مورد ارزیابی و

جدول ۵- اولویت بندی مقاصد گردشگری در مسیر بهینه گردشگری شماره ۱

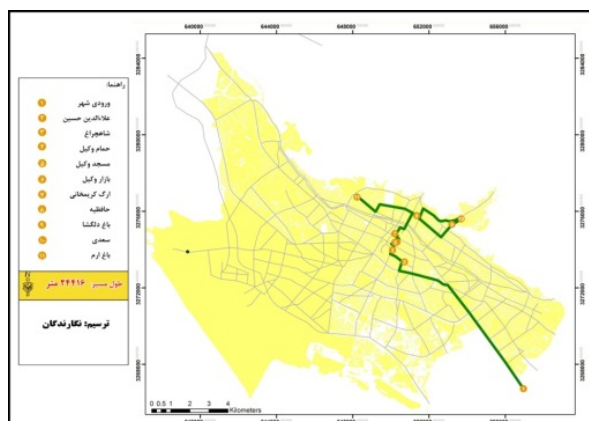
اولویت بندی	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم	هشتم	نهم	دهم
نام جاذبه ها	سید علاالدین حسین	شاهچراغ	حمام وکیل	مسجد وکیل	بازار وکیل	ارگ کریمخانی	حافظیه	باغ دلگشا	سعدیه	باغ ارم

حال مطابق نقشه ۱۷ در مسیر بهینه مربوط به این دروازه ورودی از شهر شیراز، مسافت مورد نظر به عدد ۲۴۴۱۶ متر می‌رسد که تفاوت فاحشی (بیش از ۱۳ کیلومتر) نسبت به سایر مسیرهای مشابه دارا است. جدول (۷)

مسافت طی شده در مسیرهایی که توسط طیف وسیعی از گردشگرانی که از دروازه جنوب شرقی وارد شهر شیراز شدند، به ترتیب در مسیر ۱ (۲۰۲۰۶) متر، در مسیر ۲ (۳۷۵۷۵) متر، در مسیر ۳ (۴۰۴۹۱) متر و در مسیر ۴ (۳۷۸۷۲) متر بوده است.



شکل ۱۶- نمودار مسافت طی شده در مسیرهای غالب و بهینه گردشگری از سمت دروازه جنوب شرقی شیراز (متر)



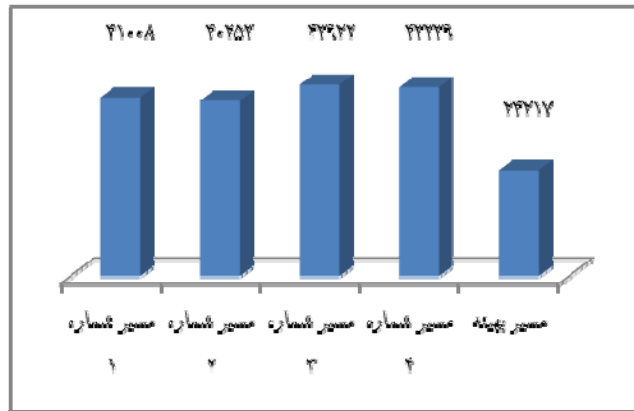
شکل ۱۷- نقشه مسیر بهینه گردشگری از ورودی جنوب شرقی کلانشهر شیراز

مسیر ۱ مسافت ۴۱۰۰۸ متر، در مسیر ۲ مسافت ۴۰۲۵۳ متر، در مسیر ۳ مسافت ۴۳۹۲۲ متر و در مسیر ۴ مسافت ۴۳۳۹۹ متر است. حال مطابق نقشه ۱۵ در مسیر بهینه مربوط به این دروازه ورودی از کلانشهر شیراز، مسافت مورد نظر به عدد ۲۴۲۱۷ متر می‌رسد که تفاوت فاحشی (بیش از ۱۵ کیلومتر) نسبت به سایر مسیرهای مشابه دارا است (جدول ۷)

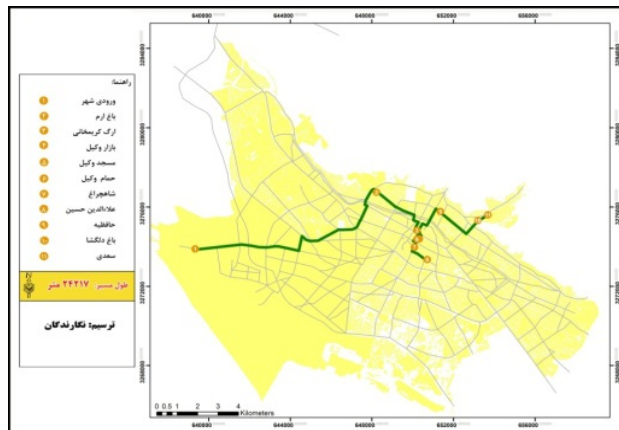
۲-۳-۲-۵- مسیر بهینه ۲
این مسیر به گردشگرانی که قصد مسافرت از استان‌های خوزستان، بوشهر و شهرستان‌های غربی استان فارس به شهر شیراز و بازدید از ۱۰ جاذبه اصلی شهر را دارند اختصاص پیدا می‌کند. اولویت بندی جاذبه‌ها در مسیر بهینه ۲ مطابق جدول ۶ صورت گرفته است.
مسافت طی شده در ۴ مسیری که توسط طیف وسیعی از گردشگرانی پیموده شده، به ترتیب در

جدول ۷- اولویت‌بندی مقاصد گردشگری در مسیر بهینه گردشگری شماره ۲

اولویت‌بندی	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم	هشتم	نهم	دهم
نام جاذبه‌ها	باغ ارم	ارگ کریمخانی	بازار وکیل	مسجد وکیل	حمام وکیل	شاهچراغ	سید علالدین حسین	حافظیه	باغ دلگشا	سعديه



شکل ۱۸- نمودار مسافت طی شده در مسیرهای غالب و بهینه گردشگری از سمت دروازه غربی شیراز (متر)



شکل ۱۹- نقشه مسیر بهینه گردشگری از ورودی غربی کلانشهر شیراز

فارس به شهر شیراز و بازدید از ۱۰ جاذبه اصلی شهر را دارند اختصاص پیدا می‌کند. اولویت بندی جاذبه‌ها در مسیر بهینه ۳ مطابق جدول ۷ صورت گرفته است.

۳-۲-۵-۳- مسیر بهینه ۳

این مسیر به گردشگرانی که قصد مسافرت از استان‌های اصفهان، یزد، چهارمحال بختیاری و سایر استان‌های شمالی کشور و شهرستان‌های شمالی استان

جدول ۷- اولویت بندی مقاصد گردشگری در مسیر بهینه گردشگری ۳

اولویت بندی	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم	هشتم	نهم	دهم
نام جاذبه ها	حافظیه	ارگ کریمخانی	بازار وکیل	مسجد وکیل	حمام وکیل	شاهچراغ	علاءالدین حسین	باغ دلگشا	سعدیه	باغ ارم

۱ مسافت ۳۳۲۰۸ متر، در مسیر ۲ مسافت ۲۸۱۵۵ متر، در مسیر ۳ مسافت ۳۷۸۷۲ متر و در مسیر ۴ مسافت

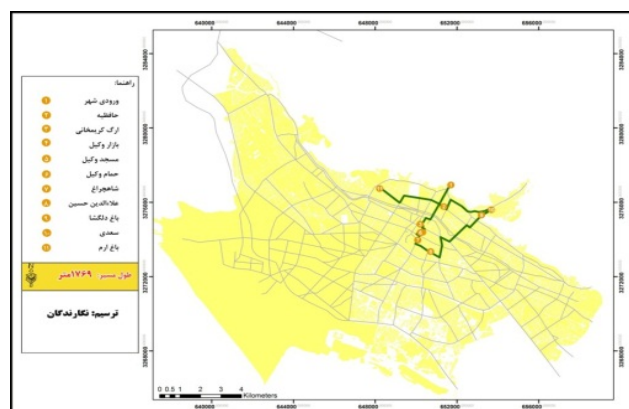
مسافت طی شده در ۴ مسیری که توسط طیف وسیعی از گردشگران پیموده شده، به ترتیب در مسیر

تفاوت فاحشی (بیش از ۱۱ کیلومتر) نسبت به سایر مسیرهای مشابه دارا است.

۲۹۷۱۰ متر است. حال مطابق نقشه ۱۶ در مسیر بهینه مربوط به این دروازه ورودی از کلانشهر شیراز، مسافت مورد نظر به عدد ۱۷۱۶۹ متر می‌رسد که



شکل ۲۰- نمودار مسافت طی شده در مسیرهای غالب و بهینه گردشگری از سمت دروازه شمالی شیراز (متر)



شکل ۲۱- نقشه مسیر بهینه گردشگری از ورودی شمالی کلانشهر شیراز

جدول ۸- مسافت طی شده در مسیرهای غالب و بهینه گردشگری شهر شیراز (متر)

مسافت طی شده در مسیرهای غالب و بهینه گردشگری شهر شیراز (متر)	دروازه غربی	دروازه جنوب شرقی	دروازه شمالی
مسیر شماره ۱	۴۱۰۰۸	۴۰۲۰۶	۳۳۲۰۸
مسیر شماره ۲	۴۰۲۵۳	۳۷۵۷۵	۲۸۱۵۵
مسیر شماره ۳	۴۳۹۲۲	۴۰۴۹۱	۳۱۰۷۱
مسیر شماره ۴	۴۳۳۳۹	۳۷۸۷۲	۲۹۷۱۰
مسیر بهینه	۲۴۲۱۷	۲۴۴۱۶	۱۷۶۹۰

۳-۱- آزمون فرضیه

فرضیه پژوهش عبارت است از:

- الگوی رفتاری گردشگران شهری شیراز بهینه نبوده و متناسب با الگوی توزیع جاذبه‌های شهری نیست.

بر اساس نتایج، یافته‌ها و مستندات آنچه مشاهده می‌شود این است که شکل‌گیری سازمان فضایی گردشگری شهری در شیراز به صورت متمرکز هست (نقشه‌ی شماره ۱). با آنکه اغلب جاذبه‌ها و مقاصد توریستی در منطقه ۸ شیراز (بافت تاریخی فرهنگی) متمرکزند (یعنی سازمان فضایی گردشگری متمرکز است)، اما بر اساس نقشه‌های شماره ۲ تا ۱۶ در الگوی رفتاری و دسترسی گردشگران نوعی پراکندگی و گسیختگی مشاهده می‌گردد. از این رو در انتخاب اولویت سفرهای درون شهری، گردشگران در سطح شهر به صورت پراکنده عمل می‌نمایند که باعث افزایش مسافت طی شده و به تبع آن مشکلات و چالش‌های ترافیکی و غیره شده است؛ همچنین با استناد به جدول ۸ که الگوهای رفتاری گردشگران نسبت به الگوهای بهینه گردشگری مورد سنجش قرار گرفته بود، نمایان می‌شود که الگوی رفتاری گردشگران نسبت به الگوی بهینه تفاوت فاحشی را دارا است. بنابراین، فرضیه تأیید می‌گردد.

۴- نتیجه‌گیری

الگوی رفتاری گردشگران در محیط شهری متناسب با ویژگی‌های کالبدی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و به طور کلی تابعی از فضای شهری و تجسم فضایی گردشگران است و بر حسب پدیده‌های اجتماعی تغییر می‌کند. فضای شکل گرفته

گردشگران نیز بر حسب الگوی رفتاری آنان می‌تواند تغییر کند. اولین و مهم‌ترین عامل در الگوی رفتاری و نتجتاً در فضای توریستی رفت و آمد یا مسیرهای گردش گردشگران برای بازدید از جاذبه‌های شهری است زیرا عامل اصلی در جذب گردشگر به شهرها، جاذبه‌های آن شهر است. عناصر اولیه و جذاب توریسم در شهر نقاط گره‌ای^۱ هستند که سایر نقاط توریستی منطبق با آن و در ارتباط با آن شکل می‌گیرند که این فضای حرکتی گردشگران بایستی با ویژگی‌های ترافیکی شهر انطباق کافی را داشته باشد تا حداقل بار ترافیکی را به شهر تحمیل نماید. مطابق یافته‌های پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌گردد که در مطالعات پایه‌ای، نقاط ضعف و قوت فضاها درون شهری شناسایی گردند و سپس با انتخاب استراتژی مناسب، نقاط ضعف را به قوت تبدیل کرد یا نقش آن را کاست و نقاط قوت را پررنگ‌تر نمود. راهبرد دیگری که برای این مورد پیشنهاد می‌گردد، هدایت گردشگران در شهر به سمت نقاط قوت فضاها درون شهری و از طرفی سعی در حل نقاط ضعف به مرور زمان است. یکی از مراحل اجرایی مدیریت رفتار گردشگران، ساخت انیمیشن‌های مربوط به مسیرهای گردشگری پیشنهادی به گردشگران است که می‌تواند در مراحل نخستین از تابع Network Analyst و در مراحل پیشرفته به کمک web GIS به این امر نایل شد.

منابع

پرهیزگار، طیبه (۱۳۷۶)؛ معابر شهری، توزیع شبکه خیابانی و عملکرد آن، سازمان مشاور فنی و

- آماد.
- موحد، علی (۱۳۸۱) بررسی و تحلیل الگوی فضایی توریسم شهری، پایان نامه دکتری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- مهندسین مشاور پارهاس (۱۳۸۱)؛ طرح جامع جاذبه‌های گردشگری شیراز، گزارش جلد اول، کارفرما شهرداری شیراز.
- نوالی، محمود (۱۳۸۰)؛ فلسفه و متدولوژی، انتشارات دانشگاه تبریز.
- Goeldner. R. Charles and Ritchie. J. R. Brent, (2003); *Tourism , Principles, Practies, Philosophies*, publish by Tohn wileson ,Juc, Hoboken. New jersey.
- MacCannell, Dean(1976), *The Tourist: A New Theory Of the Leisure Class*, New York: The Macmillan Press LTD.
- Show, Gareth and Allan M.Williams (2002), *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*, Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- مهندسی شهر تهران، چهاردهمین همایش سیاست توسعه مسکن در ایران.
- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۲)؛ مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، انتشارات سمت، تهران.
- حیدری چیا، رحیم (۱۳۸۷)؛ مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری، انتشارات سمت، چاپ اول، تهران.
- سالنامه آماری استان فارس (۱۳۸۴)؛ فرهنگ و گردشگری، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان فارس، معاونت آمار و اطلاعات.
- سازمان میراث فرهنگی (۱۳۸۹)؛ صنایع دستی و گردشگری استان فارس.
- فرج زاده اصل، منوچهر (۱۳۸۷)؛ سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه‌ریزی صنعت توریسم، انتشارات سمت.
- کوپر، کریس و دیگران، (۱۳۸۰)؛ اصول. مبانی جهانگردی، ترجمه اکبر غمخوار، انتشارات فر