

مدیریت توسعه گردشگری در مجتمع گردشگری تفریحی سیاه‌داران

تالش با مدل سوات

علیرضا لطفی زاد^{۱*}، سید حمزه موسوی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۳۰

چکیده

در این پژوهش تحلیل پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توسعه گردشگری مجتمع گردشگری سیاه‌داران تالش بعنوان هدف اصلی به شمار می‌رود. روش تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی بوده و با روش تکمیل پرسشنامه و فعالیت کتابخانه‌ای و استفاده از آمار و اطلاعات مورد نیاز اقدام شد. در نخستین گام در غالب پرسشنامه به اخذ نظرات سه گروه موثر در امر گردشگری (خانوار روستایی، مدیران شهری و گردشگران) پرداخته و مهم‌ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها را در جهت بررسی در غالب ماتریس تحلیلی SWOT لیست نموده و پس از آن با وزندهی به گزینه‌های پاسخ داده شده و در نهایت اولویت‌بندی از مجموع نظرات مشترک سه گروه مداخله‌کننده صورت گرفته است. در ادامه حسب مولفه‌های ماتریس SWOT با استفاده از تلفیق پارامترهای طبقه‌بندی شده در غالب نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به ارایه راهبردهایی از جمله راهبردهای رقابتی (تهاجمی)، راهبردهای تنوع، راهبردهای بازنگری و راهبردهای تدافعی پرداختیم که در این راهبردها با تمرکز بر نقاط قوت بر استفاده بهینه از فرصت‌های موجود تاکید شده و همزمان بر اصلاح و بهبود نقاط ضعف و حذف و تعدیل مولفه‌های تهدیدکننده در جهت توسعه گردشگری مجتمع تفریحی سیاه‌داران تالش توصیه شده است.

کلمات کلیدی: برنامه‌ریزی، توسعه گردشگری، مجتمع گردشگری سیاه‌داران

^۱ گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

^۲ گروه مطالعات امنیت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه امام باقر(ع)، تهران، ایران.

۱- مقدمه

تحول و گسترش ارتباطات، افزایش درآمد، شکل گیری قوانین جدید، افزایش اوقات فراغت و فزونی انگیزه های سفر، گردشگری در جهان معاصر را با رونقی شگرف به یکی از عناصر و حلقه های عمده ساختار اقتصاد جهانی و رقابت پذیری شهرها در ابعاد اقتصادی مبدل ساخته است (فامیل نوروژی و همکاران، ۱۳۹۴).

در جهان معاصر، گردشگری به عنوان عاملی جهت بهبود کیفیت زندگی جوامع در حال توسعه تلقی می گردد. در کشورهای صنعتی، توسعه صنعت گردشگری موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می شود و در کشورهای در حال توسعه فرصتی برای صادرات ایجاد می کند، به طوری که نرخ رشد آن از اشکال سنتی صادرات بیشتر است. در واقع امروزه فعالیت گردشگری به عنوان یکی از ابزارهای مهم در شناسایی هویت ملی و فرهنگی، تحصیلی، درآمد و رشد و پویایی اقتصاد شمرده می شود. گردشگری را می توان صنعت سفید نام نهاد، زیرا برخلاف اغلب صنایع تولیدی بدون آلوده سازی محیط زیست انسانی، زمینه ساز دوستی و تفاهم بین ملت هاست و صلح و صفا را برای مردمان به ارمغان می آورد (اسماعیل زاده و اسماعیل زاده، ۱۳۹۵). همچنین سازمان گردشگری جهانی، اظهار داشته که توسعه گردشگری می تواند سهم مهمی در سه بخش توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی ایفا کند (دل مار آلونسو، ۲۰۱۳).

امروزه گردشگری، در حکم صنعتی پویا، تاثیر مهمی در نیل به توسعه پایدار در جوامع گوناگون دارد (عینالی و همکاران، ۱۳۹۷). امروزه اهمیت گردشگری در توسعه اقتصادی شهرها تا اندازه ای است که در محافل حرفه ای و علمی اقتصاد از آن به عنوان صادرات نامرئی یاد می شود و برنامه ریزان و مدیران محلی، منطقه ای و ملی در همه نقاط دنیا به خاطر نقش موثر گردشگری در توسعه اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی جوامع جهت گسترش آن برنامه ریزی و سرمایه گذاری می نمایند (فامیل نوروژی و همکاران، ۱۳۹۴). بنابراین می توان گفت که از مهم ترین نتایج توسعه گردشگری بر اقتصاد شهرها، تاثیرات آشکار آن بر ایجاد موقعیت های مختلف اشتغال زایی است؛ چرا که گردشگری به عنوان یک صنعت خدماتی است که نیاز به نیروی انسانی بیشتری در مقایسه با سایر بخش ها

فصلنامه کنکاش مدیریت و حسابداری، جلد ۲، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۱

دارد(فامیل نوروژی و همکاران، ۱۳۹۴). در واقع گردشگری یکی از رشدیافته ترین صنایع نیمه دوم قرن بیستم است که اغلب به عنوان کلیدی برای رشد اقتصادی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه استفاده شده است و به عنوان بستری جهت ایجاد تغییرات اجتماعی و اقتصادی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به شمار می رود(شهماری اردجانی و کاموسی علمداری، ۱۳۹۸). به عقیده محققان در چند دهه اخیر گردشگری به عنوان سومین فعالیت اقتصادی سود آور در جهان بعد از نفت و خودروسازی مطرح است. این صنعت به علت ویژگی های منحصر به فرد از سوی صاحب نظران به صادرات پنهان و صنعت بدون دود شهرت دارد(کرانی، ۱۳۹۹).

گردشگری می تواند اثرات متفاوت و قابل توجهی در منطقه گردشگری پذیر بر جای بگذارد. این اثرات می توانند اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و زیست محیطی باشند. با توجه به پیچیدگی و گستردگی فعالیت های گردشگری اثرات ناشی از آن نیز ابعاد به هم پیوسته بسیاری دارند که باید در مطالعه اثرات گردشگری به آن ها توجه شود(صادقو و ذاکری، ۹۷).

از این رو در این تحقیق منطقه سیاهداران به عنوان یک تفرجگاه با مطالعه اسناد و برداشت های میدانی مورد بررسی قرار گرفته و با تشریح وضع موجود محدوده مورد مطالعه به شناخت و تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید رسیده و با بهره گیری از مدل تحلیلی SWOT به برنامه ریزی توسعه گردشگری با ارائه راهکارها پرداخته شود.

۲- مبانی نظری و پیشینه

۲-۱- شکل گیری گردشگری:

گردشگری به عنوان یکی از عظیم ترین فعالیت های دنیا با بسیاری از بخش های اصلی اقتصاد جهانی ارتباط دارد. هر پدیده ای نظیر گردشگری که با ابعاد اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی و زیست محیطی زندگی بشر به شکل پیچیده ای در ارتباط بوده و بر سه سطح تولید، ارائه و خدمات متکی می باشد. ساده ترین تعریف از گردشگری، فعالیتی است که موجب می گردد تا افراد برای مدتی از خانه های خود خارج شده و جهت بازدید از دیگر

مدیریت توسعه گردشگری در مجتمع گردشگری تفریحی سیاهداران ...

نقاط جهان به سفر بپردازند و در طول مدت سفر نیز نیازهای پذیرایی و اقامتی آن ها برطرف گردد. بورکارت و مدلیک گردشگری را سفری موقتی و کوتاه معرفی می کنند که در آن گردشگر برای سیر و سیاحت به منطقه ای خارج از محل سکونت و کار خود می رود (اسماعیل زاده و اسماعیل زاده، ۱۳۹۵).

گردشگری به مسافرت هایی با هدف استراحت، تفریح، تجارت، فعالیت های شغلی یا با هدف شرکت در مراسم خاص اطلاق می شود. دور شدن جهان گرد از محل سکونت دائم خود در طی این مسافرت؛ موقتی و گذراست. از دیدگاه بازاریابی و بازاریابان، گردشگری به مجموعه فعالیت هایی اطلاق می شود که در جریان مسافرت گردشگر اتفاق می افتد. به طور کلی می توان هرگونه فعالیت و رویدادی را که در جریان سفر گردشگر اتفاق می افتد را گردشگری تلقی کرد (کریمی و همکاران، ۱۳۹۷).

گردشگری واژه ای فرانسوی است که به معنای پیمودن، سیرکردن و گردش نمودن به کار رفته است. اصطلاح گردشگری از قرن نوزدهم معمول شد. در آن زمان اشراف زادگان فرانسه می بایست برای تکمیل تحصیلات و کسب تجربه های لازم زندگی، اقدام به مسافرت می نمودند. این جوانان در آن زمان گردشگر نامیده می شدند، بعدها این اصطلاح در فرانسه در مورد کسانی به کار رفت که اصولاً به این منظور سفر می کردند. سازمان جهانی گردشگری، گردشگری را چنین معرفی می کند: گردشگری عبارت است از مجموعه کارهایی که یک فرد در سفر و در مکانی غیر از محیط عادی خود انجام می دهد. این سفر پیش از یک سال طول نمی کشد و هدف آن سرگرمی، تفریح، استراحت، ورزش و فعالیت های دیگر است (علی پور و همکاران، ۱۳۹۵).

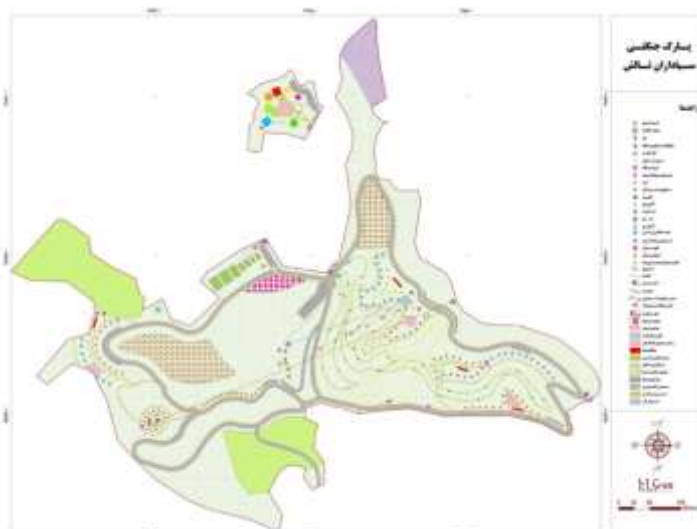
برای درک ابعاد مختلف گردشگری در شهر باید محیط شهر را به عنوان یک محصول گردشگری در نظر گرفت که این محصول خود ظرفی است که فعالیت های انسانی و تسهیلات صنعت گردشگری را دربرمی گیرد (فامیل نوروزی و همکاران، ۱۳۹۴).

در این میان توجه به انواع مختلف گردشگری برای توسعه گردشگری در مقاصد گردشگری شهری اهمیت بسزایی دارد. منظور از انواع گردشگری همانگونه، شاخه و نوع خاصی از گردشگری نظیر گردشگری فرهنگی، گردشگری تفریحی، گردشگری زیست بوم یا

فصلنامه کنکاش مدیریت و حسابداری، جلد ۲، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۱
اکوتوریسم، گردشگری شهری، گردشگری روستایی، گردشگری مذهبی، گردشگری
ماجراجویانه و غیره است (شهماری اردجانی و کاموسی علمداری، ۱۳۹۸).

۲-۲- مجتمع گردشگری تفریحی سیاه داران تالش

مجتمع تفریحی سیاهداران در جنوب غربی شهرستان تالش، ناحیه متصل به شهر که دارای
جاذبه های سبز (جنگل درخت و پوشش گیاهی تپه های جنگلی بکر و زیبا) می باشد. این
ناحیه عرصه ای برای فعالیت های گردشگری در همان ناحیه می باشد. مجتمع مورد
مطالعه در شهر تالش واقع در ناحیه شهری بعنوان یکی از زیباترین مناطق در حومه شهر
تالش قرار دارد با برخورداری از شرایط زیست محیطی و چشم اندازهای زیبای طبیعی از
بزرگ ترین کانون های گردشگری در منطقه است که البته برنامه ریزی لازم جهت شناخت
و توسعه هدفمند توریسم در این محدوده انجام پذیرفته است. بنابراین، با شناسایی
قابلیت های محدوده مورد مطالعه و برنامه ریزی می توان به ارتقاء، بهبود، یکپارچه سازی،
توسعه و تجدید حیات مجتمع های سنتی و قدیمی پرداخت. در ابعاد مختلف می توان به
آمایش فضاهای ناحیه ای شهری این بخش از کشور پرداخته و مردم و مسئولین منطقه را با
این باور آشنا ساخت که چگونه می توان از داده های طبیعی در جهت افزایش درآمد و
رفاه بهتر بهره گرفت.



نقشه ۱؛ مجتمع گردشگری سیاهداران تالش

۲-۳- پیشینه تحقیق

اسماعیل زاده و اسماعیل زاده (۱۳۹۵) در پژوهش خود با عنوان ارزیابی پایداری گردشگری و تعیین راهبرد بهینه توسعه گردشگری در بندرانزلی به این نتایج رسیدند که تبلیغات پتانسیل های بندرانزلی در جهت جذب گردشگران خارجی، تشریک مساعی با ساکنین در جهت حفظ جاذبه های طبیعی و انسان ساخت و غیره برای توسعه گردشگری بندرانزلی مناسب می باشد.

فامیل نوروژی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود با عنوان ارزیابی گردشگری شهری با تاکید بر توسعه زیرساخت های گردشگری و رقابت پذیری شهری؛ موردپژوهی: کلانشهر تهران به این نتایج رسیدند که رقابت پذیری گردشگری شهری کلانشهر تهران تنها در حوزه زیرساخت های شهرسازی و مجتمع های اقامتی نیاز شدید به توسعه در این زمینه را لازم می کند. در عین حال در بعد زیرساخت های تفریحی، ازدیاد میزان کمی آن ها و ارتقاء میزان کیفی آن ها بالاخص در ابعاد ایمنی از موضوعات مهم در بعد رقابت پذیری شهر تهران است.

۴- روش شناسی تحقیق

در تحقیق حاضر برای دستیابی به اطلاعات برای ایجاد یک برنامه منسجم و دقیق برای گردشگران و توسعه گردشگری، مجتمع گردشگری سیاهداران مدنظر قرار گرفته است. روش تحقیق از نوع توصیفی- تحلیلی بوده و با روش تکمیل پرسشنامه و فعالیت کتابخانه ای و استفاده از آمار و اطلاعات مورد نیاز اقدام شد. در نخستین گام در غالب پرسشنامه به اخذ نظرات سه گروه موثر در امر گردشگری (خانوار روستایی، مدیران شهری و گردشگران) پرداخته است.

تعداد ۳۸۴ پرسشنامه به منظور اخذ نظرات در رابطه با نقاط قوت و ضعف مجتمع تفریحی سیاه داران تالش برای خانوار روستایی (۱۶۲ نفر)، مدیران شهری (۳۰ نفر) و برای گردشگران (۱۹۲ نفر) تهیه و تنظیم شد تا پس از استخراج و طبقه بندی اطلاعات تحلیل توسعه توریسم امکان پذیر باشد.

فصلنامه کنکاش مدیریت و حسابداری، جلد ۲، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۱

مهم‌ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها را در جهت بررسی در غالب ماتریس تحلیلی SWOT لیست نموده و پس از آن با وزندهی به گزینه‌های پاسخ داده شده و در نهایت اولویت‌بندی از مجموع نظرات مشترک سه گروه مداخله‌کننده صورت گرفته است.

۴- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

جدول ۲؛ نقاط قوت

رتبه	میانگین رتبه ای	مجموع وزن‌ها	عنوان مطالب	ردیف
۶	۳/۹۴	۱۵۱۴	امکانات فضایی برای توسعه	۱
۱	۴/۴۱	۱۶۹۶	دارا بودن پوشش جنگلی مناسب	۲
۲	۴/۲۸	۱۶۴۵	برخورداری از وسعت و فضای کافی	۳
۴	۴/۱۵	۱۵۹۷	زیبایی منظر	۴
۵	۴/۰۰	۱۵۳۷	وجود امنیت نسبی خوب برای گردشگران	۵
۳	۴/۲۱	۱۶۱۸	زمینه مناسب برای گردشگران با ترکیب خانوادگی	۶

جدول ۳؛ فرصت‌ها

رتبه	میانگین رتبه ای	مجموع وزن‌ها	عنوان مطالب	ردیف
۲	۴/۱۷	۱۶۰۴	دسترسی به راه‌های اصلی	۱
۱	۴/۲۰	۱۶۱۴	قرارگیری در قطب گردشگری شمال کشور	۲
۵	۳/۹۰	۱۵۰۰	نزدیکی به بازارچه مرزی آستارا	۳
۳	۴/۱۲	۱۵۸۵	قرارگیری در یکی از کریدورهای اصلی گردشگری کشور	۴
۸	۳/۶۳	۱۳۹۷	امکان تنوع بخشی به فعالیتهای جنبی گردشگری و گذران اوقات فراغت	۵
۷	۳/۶۶	۱۴۰۶	امکان برگزاری تورها و گشت‌های پیاده روی جنگل	۶
۴	۴/۰۱	۱۵۴۰	قرارگیری در مسیر جاده ترانزیتی	۷
۶	۳/۷۷	۱۴۴۹	دسترسی به نواحی بیلابقی	۸

جدول (۳). نقاط ضعف

رتبه	میانگین رتبه ای	مجموع وزن ها	عنوان مطالب	ردیف
۱	۴/۰۷	۱۵۶۳	کمبود تأسیسات اقامتی تفریحی- ورزشی	۱
۳	۳/۹۲	۱۵۰۷	کمبود تأسیسات پذیرایی مناسب	۲
۲	۳/۹۷	۱۵۲۶	مدیریت غیر حرفه ای و دولتی	۳
۴	۳/۸۵	۱۴۸۱	فقدان تابلوهای راهنما در مسیر طرح	۴

جدول (۴). تهدیدها

رتبه	میانگین رتبه ای	مجموع وزن ها	عنوان مطالب	ردیف
۱	۳/۸۷	۱۴۸۷	فصلی بودن فعالیتهای گردشگری	۱
۳	۳/۶۷	۱۴۱۰	احتمال بروز پیامدهای منفی فرهنگی- اجتماعی	۲
۲	۳/۷۲	۱۴۳۲	عرض نامناسب جاده منتهی به مجتمع گردشگری سیاهداران	۳

جدول (۵). اولویت بندی نهایی عوامل موثر (نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید) در تحلیل راهکارهای توسعه گردشگری در مجتمع گردشگری تفریحی سیاه داران تالش از دید سه گروه مشارکت کننده

ردیف	اولویت بندی نقاط قوت (S)	ردیف	اولویت بندی نقاط ضعف (W)	ردیف	اولویت بندی نقاط فرصت (O)	ردیف	اولویت بندی نقاط تهدید (t)
۱	S1 دارا بودن پوشش جنگلی مناسب	۱	W1 کمبود تأسیسات اقامتی تفریحی- ورزشی	۱	O1 قرار گیری در قطب گردشگری شمال کشور	۱	T1 فصلی بودن فعالیتهای گردشگری
۲	S2 برخورداری از وسعت و فضای کافی	۲	W2 مدیریت غیر حرفه ای و دولتی	۲	O2 دسترسی به راههای اصلی	۲	T2 عرض نامناسب جاده منتهی به مجتمع گردشگری سیاهداران
۳	S3 زمینه مناسب برای گردشگران با ترکیب خانوادگی	۳	W3 کمبود تأسیسات پذیرایی مناسب	۳	O3 قرار گیری در یکی از کریدورهای اصلی گردشگری کشور	۳	T3 احتمال بروز پیامدهای منفی فرهنگی- اجتماعی
۴	S4 زیبایی منظر	۴	W4 فقدان تابلوهای راهنما در مسیر طرح	۴	O4 قرار گیری در مسیر جاده ترانزیتی	۴	
۵	S5 وجود امنیت نسبی خوب برای گردشگران	۵		۵	O5 نزدیکی به بازارچه مرزی آستارا	۵	
۶	S6 امکانات فضایی برای توسعه	۶		۶	O6 دسترسی به نواحی بیابانی	۶	
۷				۷	O7 امکان برگزاری تورها و گشت های پیاده روی جنگل	۷	
۸				۸	O8 امکان تنوع بخشی به فعالیتهای جنبی گردشگری و گذران اوقات فراغت	۸	

راهکارها و استراتژی ها:

با توجه به نتایج حاصل از بررسی و تحلیل درنهایت می توان اولویت بندی از نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدها ارایه و راهکارها و استراتژی های مربوطه را پیشنهاد داد.

راهکارهای رقابتی:

۱. سوق دادن و جهت دهی به ساختار و امکانات محیطی نسبت به نیازها و خواسته های افرادی که تمایل به استفاده از مکان تفرجی را دارند؛
 ۲. استفاده بهینه از داده های سیمای محیط از نقطه نظرهای کاربردی و زیبایی شناختی؛
 ۳. ایجاد ارتباط و هماهنگی بین خصوصیات اکولوژیکی سیمای طبیعی محیط و طرح ریزی که مدنظر می باشد؛
 ۴. طرح ریزی های تفرجی برای اینکه از قابلیت اجرایی و استفاده بالائی برخوردار باشند می بایست بطور اقتصادی آماده شوند و برای استفاده کننده خصوصاً در جوامعی همچون جامعه ما کم خرج باشد؛
 ۵. طرح ریزی تفرجی می بایست نیازها و خواسته های گروه های سنی استفاده کننده را فراهم نماید؛
 ۶. برآورد ظرفیت بُرد محیطی تا از کیفیت بهره مندی گردشگران کاسته نشود؛
 ۷. ایجاد حداکثر وابستگی به اصول ساده سازی در طرح ریزی فضاهای تفرجی.
- * راهکارهای تنوع:
۱. تنوع بخشی به جاذبه های گردشگری و ایجاد تاسیسات گردشگری در مجتمع جهت افزایش گردشگری؛
 ۲. تنوع بخشی به امکانات و زیرساخت های موجود جهت جلب رضایت مندی گردشگران و با تامین خدمات بهینه و فعالیت مرتبط با گردشگری (خدمات اسکان، تغذیه، ترافیک، خدمات عمومی و ...)

مدیریت توسعه گردشگری در مجتمع تفریحی سیاهداران ...

۳. تنوع بخشی و توسعه برنامه های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه های طبیعی و انسانی و خصوصیات بارز فرهنگی و اجتماعی مردم، آداب و رسوم فرهنگی و استفاده از ابزارهای موثر اطلاع رسانی؛

۴. ظرفیت پذیری و تعیین حد مطلوب تراکم جمعیت در مجتمع تفریحی سیاه داران در جهت کاهش فشار و تراکم بیش از حد به این مکان و جاذبه ها و جلوگیری از بین رفتن و تخریب آن ها.

راهکارهای بازنگری:

۱. بازنگری و اصلاح نگرش در بهره گیری از توان بخش خصوصی در ایجاد و توسعه زیربنای گردشگری و حمایت قانونی از سرمایه گذاری بخش خصوصی و برنامه ریزی در برگزاری جشنواره ها، نمایشگاه ها و ... درخصوص توسعه گردشگری با مشارکت مردمی؛

۲. بازنگری در کاربری های خدمات مورد نیاز گردشگری و حفظ و تخصیص مناسب زمین به کاربری ها براساس نیاز و کارکردهای کاربری.

* راهکارهای تدافعی:

۱. گسترش برنامه های آموزشی و اطلاع رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگران و پدیده گردشگری در جهت حفظ مولفه های گردشگری؛

۲. زمینه سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه زیرساختها، تجهیزات و تسهیلات توریستی و کسب درآمد از این طریق و همچنین استفاده از مشارکت بخش خصوصی در زمینه هایی که مردم نمی توانند مشارکت و یا سرمایه گذاری کنند.

۵- منابع

اسماعیل زاده، حسن و اسماعیل زاده، یعقوب. (۱۳۹۵). ارزیابی پایداری گردشگری و تعیین راهبرد بهینه توسعه گردشگری در بندرانزلی، مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه های انسانی، ۱۱،

۳۴، بهار، ۱۳۱-۱۱۵.

شهماری اردجانی، رفعت و کاموسی علمداری، جواد. (۱۳۹۸). بررسی گونه های گردشگری موثر بر توسعه گردشگری منطقه آزاد ارس، گردشگری شهری، ۶، ۱، بهار، ۳۳-۴۶.

فصلنامه کنکاش مدیریت و حسابداری، جلد ۲، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۱
صادق‌قلو، طاهره و ذاکری، صدیقه. (۱۳۹۷). ارزیابی و اولویت بندی جاذبه های گردشگری با هدف توسعه گردشگری (منطقه مورد مطالعه: شهر مشهد)، فضای گردشگری، ۷، ۲۶، خرداد، ۷۰-۵۹.

علی پور، ابراهیم؛ خالقی، عقیل و طالبی فرد، رضا. (۱۳۹۵). تحلیل توانمندی های توسعه گردشگری شهرستان ورزقان، میراث و گردشگری، ۱، ۱، بهار، ۹۷-۱۱۸.

عینالی، جمشید؛ فراهانی، حسین؛ چراغی، مهدی و عباسی، فریبا. (۱۳۹۷). ارزیابی نقش گردشگری روستایی در توسعه پایدار جوامع محلی (مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری استان زنجان)، گردشگری و توسعه، ۷، ۲، تابستان، ۱۹۳-۱۷۱.

فامیل نوروزی، حامد، شریفی، شهرام و شیدایی، آیلین. (۱۳۹۴). ارزیابی گردشگری شهری با تاکید بر توسعه زیرساخت های گردشگری و رقابت پذیری شهری؛ مورد پژوهی: کلانشهر تهران، مدیریت شهری، ۳۹، تابستان، ۳۹۲-۳۶۹.

کرانی، زهرا. (۱۳۹۹). تبیین سناریو، راهبردها و راهکارهای اجرایی توسعه گردشگری روستایی (مورد مطالعه: منطقه گردشگری ریجاب)، پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۳، ۳، پائیز، ۴۶-۲۷.

کریمی، صادق؛ غضنفرپور، حسین و حسام پور، امیر. (۱۳۹۷). پهنه بندی اقلیم- گردشگری در راستای توسعه گردشگری شهری (مورد مطالعه: شهرهای استان کرمان)، گردشگری و توسعه، ۷، ۱، بهار، ۱۱۷-۱۰۱.

Del Mar Alonso-Almeida, M. (2013). Environmental management in tourism: students' perceptions and managerial practice in restaurants from a gender perspective, *Cleaner Production*, 60, 201-207.