

تحلیلی بر توزیع و اولویت بندی زیرساخت گردشگری استان

یزد با استفاده از تکنیک‌های برنامه‌ریزی

دریافت مقاله: ۹۲/۱۱/۵ پذیرش نهایی: ۹۳/۲/۱۶

صفحات: ۴۷-۶۸

سعید ملکی: دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز

Email: malekiplanning@yahoo.com

الیاس مودت: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز^۱

Email: mavedat@yahoo.com

چکیده

صنعت گردشگری در هزاره سوم از صنایع پاکی است که به یکی از پر رونق‌ترین و پر درآمدترین صنایع جهان تبدیل شده است. اما این صنعت در بعضی از استان‌های ایران از جمله یزد فعالیتی در خصوص زیرساخت این صنعت صورت نگرفته و یا به صورت نامتوازن این فعالیت انجام پذیرفته است. این عدم توازن در زیرساخت، باعث عدم جذب گردشگری و بی‌توجهی به عناصر جاذب گردشگری استان شده است. بنابراین پژوهش حاضر با ماهیت توسعه‌ای-کاربردی، روش تحقیق ترکیبی (توصیفی، اسنادی و تحلیلی)، با هدف ارزیابی و اولویت‌بندی توسعه زیرساخت گردشگری در شهرستان‌های استان یزد به بررسی موضوع پرداخته است. همچنین در این پژوهش با استفاده از ۳۰ متغیر و بهره‌گیری از مدل‌های TOPSIS و HDI و نرم افزارهای GIS، Excel و SPSS جهت تجزیه و تحلیل‌ها استفاده گردیده است؛ که نتیجه‌ی تکنیک TOPSIS نشان داده: شهرستان یزد با میزان TOPSIS، ۰/۹۲۱ درصد در ردیف اول توسعه، شهرستان‌های اردکان، طبس، تفت و بافق دارای سطح توسعه میانه و شهرستان‌های میبد، مهریز، صدوق، ابرکوه و خاتم با میانگین TOPSIS، ۰/۰۵۲ درصد در پایین‌ترین سطح قرار دارند. و همچنین مدل HDI نشان داده که شهرستان خاتم با میزان HDI، ۰/۰۵۷ درصد و شهرستان یزد با میزان HDI، ۰/۹۰۹ درصد به ترتیب کمترین و بیشترین میزان امکانات و تسهیلات لازم را در شاخص زیرساخت گردشگری استان دارا می‌باشند.

کلیدواژگان: زیرساخت گردشگری، TOPSIS، HDI، GIS، استان یزد.

^۱ نویسنده مسئول: خوزستان، اهواز، دانشگاه شهید چمران اهواز، دانشکده علوم زمین، گروه جغرافیا.

مقدمه

در زمان حال توریسم به یکی از فعالیت‌های پیشتاز اقتصادی تبدیل شده است. مطالعات نشان داده‌اند که بین رشد و توسعه صنعت توریسم و رشد و توسعه اقتصادی کشور رابطه‌ای مثبت و معنی داری وجود دارد (Loo & Kwon, 1995: 64). صنعت توریسم می‌تواند راهکارهای مناسب برای توسعه صادرات و کسب درآمدهای ارزی سرشار برای کشورها و تاثیر مهمی بر افزایش اشتغال، درآمدهای مرتبط با مکان‌های اقامتی و نیز درآمدهای دولتی کشورها داشته باشد (oh, 2004: 39). به گونه‌ای که از هر شش شغل مهم در دنیا، یکی در ارتباط با صنعت توریسم می‌باشد (افشارسیستانی، ۱۳۸۲: ۵۴۲) و به ازاء هر بیست توریست وارده به کشور یک شغل ایجاد می‌شود (یدالهی و مهرداد، ۱۳۸۲: ۵۰۳).

صنعت توریسم می‌تواند به عنوان یکی از فعال‌ترین، پردرآمدترین و نیز اشتغال‌زاترین صنعت جهان باشد زیرا قادر است در کوتاه‌ترین زمان، نیروی کار ساده را با آموزش‌های کوتاه و میان مدت وارد بازار کار نماید (منشی زاده، ۱۳۸۴: ۲۷). به عقیده سازمان جهانی گردشگری WTO و انجمن جهانگردی و گردشگری جهانی (WTTC) گردشگری نقش حیاتی را در اقتصاد جهانی دارد و بزرگترین صنعت محسوب می‌شود (Quattrone, 2002: 3 و sugiyarto, 2003: 3).

از آنجا که هدف برنامه‌ریزی، برقراری توازن بین عوامل کنترل‌ناپذیر خارجی و عوامل قابل کنترل داخلی به خاطر استفاده از فرصت‌ها و دوری از مخاطرات است (Helmy, 2004: 479). بنابراین در برنامه‌ریزی گردشگری توجه به نیازهای جوامع میزبان از اهمیت زیادی برخوردار است (گی، ۱۳۸۲: ۲۸۹).

در سراسر جهان شهرها به عنوان مهم‌ترین مقاصد توریستی می‌باشند (Law, 1993: 1). پیشرفته‌ترین و کاملترین قرارگاه انسانی را تشکیل می‌دهند و افزون بر این از جاذبه‌های طبیعی نیز برخوردار بوده و به همین علت مهم‌ترین کانون جذب گردشگران می‌باشند (دیناری، ۱۳۸۴: ۱ و تولایی، ۱۳۷۳: ۳۳). محیط‌های شهری از یک طرف به دلیل تمرکز جمعیت، ازدحام به عنوان مبداء سفر گردشگران و از سوی دیگر با امکانات رفاهی، بهداشتی، ارتباطی و داشتن جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، معماری به عنوان مقصد گردشگران به شمار می‌آید؛ لذا این امر ضرورت برنامه‌ریزی و توسعه این فعالیت را توجیه می‌کند.

ایران به عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه که ذخایر نفتی آن به عنوان منبع اصلی کسب درآمد در آینده‌ای نه چندان دور به پایان می‌رسد، برای ایجاد یک توسعه همه جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد بجای منابع نفتی نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌های خود می‌باشد.

در این راستا با توجه به توانمندی کشور در داشتن جاذبه های گردشگری کم نظیر در دنیا و جایگاه با ارزش صنعت توریسم در جهان، که با اختصاص نزدیک به ۱۱ درصد از تولید ناخالص داخلی، ۱۴ درصد از نیروی کار جهانی و ۷/۱ درصد درآمدهای جهانی یکی از بنیانی ترین فعالیت های اقتصادی جهان محسوب می شود. بطوری که رشد این صنعت عظیم در دهه ۱۹۹۰ معادل ۷۰ درصد برآورد شده است (Wearer, 2002: 169).

از این رو برنامه ریزی، هدایت و توسعه زیرساخت صنعت گردشگری به عنوان یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال که دارای تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی فوق العاده ای نیز می باشد به عنوان یک نیاز مطرح می شود، اما هدایت این فرایند تنها با شناخت علمی قابلیت ها و تنگناهای موجود در هر منطقه از کشور میسر است. استان یزد به دلیل پیشینه تاریخی، شرایط اقلیمی، جاذبه های طبیعی، مذهبی و فرهنگی فراوان می تواند به مکانی مناسب جهت جذب گردشگران داخلی و خارجی تبدیل شود ولی به هر حال این استان با وجود دارا بودن جاذبه های متنوع و فراوان همچنان برای گردشگران نا آشناست و این سؤال به ذهن ایجاد می شود که چرا این استان با این همه جاذبه های گردشگری نمی تواند از مزایای گوناگون صنعت گردشگری، که تبدیل به یکی از بخشهای اقتصادی و پردرآمد جهان شده است استفاده کند؟ که این پژوهش سعی دارد با روش و معیارهایی به بررسی موضوع بپردازد.

پیشینه تحقیق

انسان ها در طول دوران های مختلف زندگی خود برای دیدن جذابیت های طبیعی، کشف فرصت های اقتصادی، بهره مندی از امکانات زیستی مناسب تر، آگاهی از تنوع های قومی و فرهنگی بار سفر بسته اند و مشکلات راه را نیز تحمل کرده اند، بنابراین توریسم قدمتی به بلندای تاریخ دارد (زاهدی، ۱۳۸۵: ۶۵). و جریان های گردشگری بین المللی پویاترین مبادلات اقتصادی را که ممکن است بین کشورها اتفاق بیفتد به وجود می آورد (ولا فرانسوا و بیچریل، ۱۳۸۴: ۹۶).

• Sfarof در مقاله ای به بررسی مشکلات رایج توسعه در سواحل غربی دریای خزر پرداخته، و تأثیرات اکوسیستم های طبیعی بر روی منابع محیطی و سواحل دریای خزر و نیز پیدا کردن راه های مناسب توسعه ناحیه در جهت ایجاد مکان هایی آرام برای گردشگران، و همچنین استراحتگاه های فرهنگی ورزشی را مورد بررسی قرار داده است (Sfarof, 1988).

• عزیزی در مقاله ای به بررسی قابلیت سنجی منطقه ای یاسوج به منظور برنامه ریزی گردشگری و جهانگردی پرداخته است. و به این نتیجه رسیده است که شهر یاسوج به عنوان

مرکزی با مجموعه‌ای از نقاط پیرامونی اطراف خود، یک منطقه شهری از نظر عملکرد با دیگر نقاط در ارتباط نزدیک و متقابل‌اند (عزیزی، ۱۳۷۸).

• عبدالملکی در پژوهشی به بررسی عوامل و جاذبه‌های گردشگری شهر همدان و نقش آن در تحولات این شهر، با هدف شناخت و بررسی پرداخته است. که در این پژوهش به این نتیجه رسید که جاذبه‌های شهر همدان به دلایلی از جمله عدم شناسایی و معرفی جاذبه‌ها و رکود بخش گردشگری، گردشگری نتوانسته است تاثیر چندانی بر توسعه شهر همدان داشته باشد (عبدالملکی، ۱۳۷۸).

• زنگی آبادی در پژوهشی با عنوان تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان به شناخت بازار گردشگری داخلی اصفهان و شناسایی مشکلات گردشگران پرداخته است. که در نهایت با استفاده از روش‌های آماری و استنباطی، ویژگی‌ها و مشکلات گردشگران را مشخص و راهکارهایی برای رهایی از برخی چالش‌های بازدارنده نظیر گرانی قیمت‌ها، ترافیک و کیفیت اطلاع‌رسانی را مهم دانسته‌اند (زنگی آبادی، ۱۳۸۵).

• صدر موسوی و دخیلی کهنمویی در پژوهشی با عنوان ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران به ویژه کندوان، قلعه بابک و شرفخانه به این نتیجه رسیده‌اند که توزیع زیرساخت‌های گردشگری در اغلب زمینه‌ها به طور مناسب توزیع نشده است (صدر موسوی و دخیلی کهنمویی، ۱۳۸۶).

اهداف تحقیق

اصولاً دو رکن اصلی گردشگری، انسان و محیط هستند که موضوع اصلی علم جغرافیا را تشکیل می‌دهند، همان طوری که در علم جغرافیا به دنبال تاثیرات متقابل بین انسان و محیط هستیم در گردشگری نیز انسان به عنوان یک رکن اساسی تاثیر گذار بر محیط، که به عنوان فضای جغرافیایی مطرح است، توجه به نیازهای آنها نقش اساسی در جاذبیت این صنعت دارد. لذا، برای توسعه گردشگری بهره‌برداري بهینه از زیرساخت‌ها و پی‌بردن به نابرابری‌ها سطح بندی نواحی گردشگری ضروری است. با شناخت زیرساخت‌ها و رتبه بندی آنها در سطح نواحی می‌توان مدیریت بهتری بر گردشگران داشت.

در نتیجه پژوهش حاضر هدف اصلی خود را شناخت این نیازها و زیرساخت جهت توسعه و رشد این صنعت قرار داده است. که در پی این هدف اصلی، دیگر اهدافی که در راستای هدف فوق مطرح هستند عبارتند از:

- ✓ شناخت پتانسیل‌های استان یزد جهت توسعه صنعت گردشگری.
- ✓ پهنه‌بندی توسعه زیر ساخت‌های گردشگری در استان یزد.
- ✓ تعیین مراکز مهم گردشگری در استان یزد.
- ✓ الویت بندی مراکز و عدم توسعه گردشگری در شهرستان‌های استان یزد.

روش تحقیق

الف) روش تحقیق این پژوهش ترکیبی از روش‌های توصیفی، اسنادی و تحلیلی و با ماهیت توسعه‌ای-کاربردی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق ۱۰ شهرستان استان یزد، و با بهره‌گیری از شاخص‌های اجتماعی اقتصادی و کالبدی موثر در زیرساخت گردشگری در طی سال‌های ۱۳۸۵-۱۳۸۹ به پهنه‌بندی و اولویت‌بندی شهرستان‌ها پراخته شده است. و در نهایت تجزیه و تحلیل داده‌ها با تکنیک‌های TOPSIS و HDI و نرم افزار GIS، SPSS و EXCEL صورت گرفته است. در زمان حال ابزار برنامه‌ریزان و مدیران جهت شناخت و پیش‌بینی پدیده مورد نظر علاوه بر اصول توصیفی، از آمار، رایانه و اطلاعات نیز به طور فزاینده‌ای استفاده می‌کنند. پژوهش حاضر نیز با استفاده از همین ابزارها تجزیه و تحلیل‌های توسعه زیرساخت گردشگری استان یزد را با استفاده از ۳۰ متغیر به شرح زیر مورد بررسی قرار داده است.

ب) تکنیک^۱ HDI و TOPSIS: در دهه‌های اخیر کاربرد روش‌های کمی در برنامه‌ریزی به طور فزاینده‌ای افزایش یافته است (حسین‌زاده دلیر، ۱۳۸۷: ۱۴۵). و روش‌های متفاوتی برای ارزیابی و همچنین برنامه‌ریزی وجود دارد (مومنی، ۱۳۷۷، ۹۳). یکی از این مدل‌ها، روش TOPSIS^۲ می‌باشد. این مدل توسط هوانگ و یون^۳ در سال ۱۹۸۱، پیشنهاد شد. و یکی از بهترین مدل‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه می‌باشد. که m گزینه به وسیله n شاخص، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. اساس این تکنیک، بر این مفهوم استوار است که گزینه انتخابی، باید کمترین فاصله را با راه حل ایده‌آل منفی (بدترین حالت ممکن) داشته باشد. فرض بر این است که مطلوبیت هر شاخص، به طور یکنواخت افزایش یا کاهش می‌یابد. این فرض است که در مدل HDI مورد نظر قرار نمی‌گیرد. در ضمن مدل HDI سطح آسایش و رفاه بر اساس روش آماری دیگری و تا حدودی به زبان ساده‌تری بیان می‌کند.

^۱ - مخفف کلمه شاخص‌های توسعه انسانی.

^۲ - Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution.

^۳ - Hwang and Yoon.

د) معرفی شاخص‌ها: به منظور میزان توسعه یافتگی استان در زیرساخت گردشگری، از آخرین اطلاعات منتشر شده توسط مرکز آمار ایران و سالنامه آماری استان استفاده شده است. برخی شاخص‌ها از حالت خام خارج شده و بصورت ضریب یا نسبت آنها استفاده گردیده است. و به منظور هر چه خلاصه تر کردن مقاله اعداد در محاسبات تا هشت رقم اعشار ولی در نمایش یک الی چهار رقم اعشار نمایش داده شده است. که ۳۰ متغیر بکار گرفته شده به شرح زیر می‌باشد:

جدول (۱) متغیر و شاخص‌های مورد استفاده جهت ارزیابی زیرساخت گردشگری در استان یزد

زیرساخت گردشگری				
خدماتی - اجتماعی		فرهنگی - گردشگری		رستوران و هتلداری
INDEX	متغیر	INDEX	متغیر	INDEX
۷	ضریب شرکت تعاونی تأمین نیاز صنوف	۱۱	ضریب کارگاه‌های صرف‌غذا و نوشیدنی شهری	۹
۸	تعداد اعضای شرکت تأمین نیاز صنوف	۱۳	اقامتگاه‌های عمومی و کارگاه‌های صرف‌غذا و نوشیدنی بر حسب طبقات کارکن ۱ نفر	۱۰
۱۸	ضریب واحدهای بانکی خصوصی	۱۹	تعداد سینما	۴
۱۷	ضریب واحدهای بانکی دولتی	۲۱	تعداد سالن نمایش	۵
۲۶	طول راه‌های تحت حوزه استحفاظی	۱۴	اقامتگاه‌های عمومی و کارگاه‌های صرف‌غذا و نوشیدنی بر حسب طبقات کارکن ۲ نفر	۶
۲۷	طول راه‌های روستایی تحت حوزه استحفاظی	۱۲	ضریب کارگاه‌های صرف‌غذا و نوشیدنی روستایی	۱
۲۸	ضریب سفر جابجا شده درون استانی	۲۰	ضریب تماشاجی سینما	۲
۳۰	ضریب تلفن ثابت	۱۶	کارگاه‌های صرف‌غذا و نوشیدنی بر حسب طبقات کارکن بیشتر از ۵ نفر	۳
۲۹	تعداد مسافر جابجا شده	۲۲	تعداد اماکن مذهبی اقلیتها	
۲۴	ضریب مسجد	۲۵	تعداد اماکن متبرکه	
		۱۵	اقامتگاه‌های عمومی و کارگاه‌های صرف‌غذا و نوشیدنی بر حسب طبقات کارکن ۳-۵ نفر	
		۲۳	ضریب تکیه و حسینیه های تاریخی	

مأخذ: مطالعات نگارندگان.

سوالات تحقیق

(۱) کدام یک از شهرستان‌های استان یزد بیشترین مراکز گردشگری را دارا می‌باشند؟

۲) کدام یک از شهرستان‌های استان یزد به لحاظ زیر ساخت گردشگری در درجه اول قرار دارند؟

۳) توزیع فضایی زیرساخت گردشگری در استان یزد چگونه می‌باشد؟

۴) کدام یک از شهرستان‌های استان از نظر توسعه و عدم توسعه زیر ساخت گردشگری در اولویت قرار دارند؟

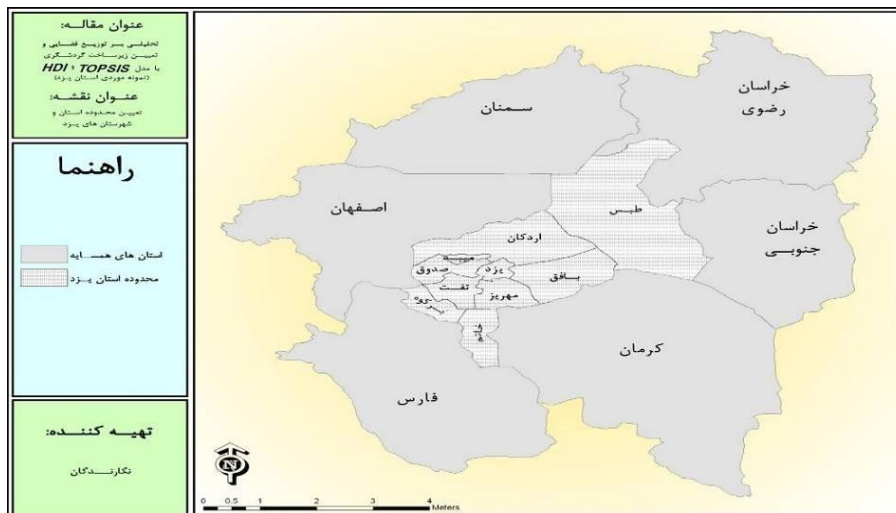
محدوده مورد مطالعه

استان یزد در بخش مرکزی فلات ایران و در ۳۱ درجه و ۵۳ دقیقه تا ۳۲ درجه و ۵۶ دقیقه عرض شمالی و ۵۲ درجه و ۵۵ دقیقه تا ۵۷ درجه و ۳۰ دقیقه طول شرقی واقع شده (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵ : ۶)؛ این استان ۱۳۱۵۷۵ کیلومتر مربع وسعت دارد (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان یزد، ۱۳۸۵ : ۹۲). و به وسیله استان‌های اصفهان، فارس، خراسان، سمنان و کرمان احاطه گردیده است.

ارتفاع زمین در نقاط مختلف متفاوت و از ۸۵۰ متر در اطراف کویر زرین تا ۴۰۵۵ متر در شیر کوه متغیر است. بلندی مرکز استان از سطح دریا ۱۲۱۵ متر می‌باشد (جعفری، ۱۳۶۳ : ۲۷). از کل پهنه استان یزد، ۱۴/۳ درصد کویر، ۶/۳ درصد اراضی پست و شوره زار، ۳ درصد تپه‌های شنی و شن زارها و بقیه را کوه‌ها، تپه‌ها، فلات‌ها و چراگاه‌ها تشکیل می‌دهد (افشار سیستانی، ۱۳۷۸ : ۵۹). بلندترین و عظیم‌ترین ارتفاعات شیرکوه می‌باشد که در جنوب غربی شهر یزد واقع می‌باشد.

مقدار متوسط بارندگی سالانه در قسمت‌های مختلف استان متغیر و با افزایش ارتفاع افزایش می‌یابد. ولی میزان تغییرات یکسان نمی‌باشد (قبادیان، ۱۳۶۱ : ۳۸). بطور کلی اقلیم این استان از نوع خشک حاره‌ای می‌باشد (فریفته، ۱۳۶۶ : ۹۲).

استان یزد در دارای ده شهرستان، ۲۰ بخش، ۲۱ شهر، ۵۱ دهستان و ۱۵۱۳ آبادی دارای سکنه است (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵). شهر یزد مرکز این استان و شهرستان‌های دیگر آن ابرکوه، اردکان، میبد، مهریز، تفت، بافق، خاتم، صدوق و طبس می‌باشند.



شکل (۱) تعیین موقعیت استان و شهرستان‌های در استان یزد

جمعیت استان یزد در سال ۱۳۸۵ بر اساس سرشماری نفوس و مسکن، ۹۹۰۸۱۸ نفر بوده که با رشدی متوسط ۲/۰۳ درصدی در سال ۱۳۸۷ به ۱۰۳۵۷۷۳ نفر، در سال ۱۳۸۸ به ۱۰۵۹۵۰۵ نفر و در سال ۱۳۹۰ به ۱۰۷۴۴۲۸ نفر افزایش یافته است از خصوصیات جمعیتی استان می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

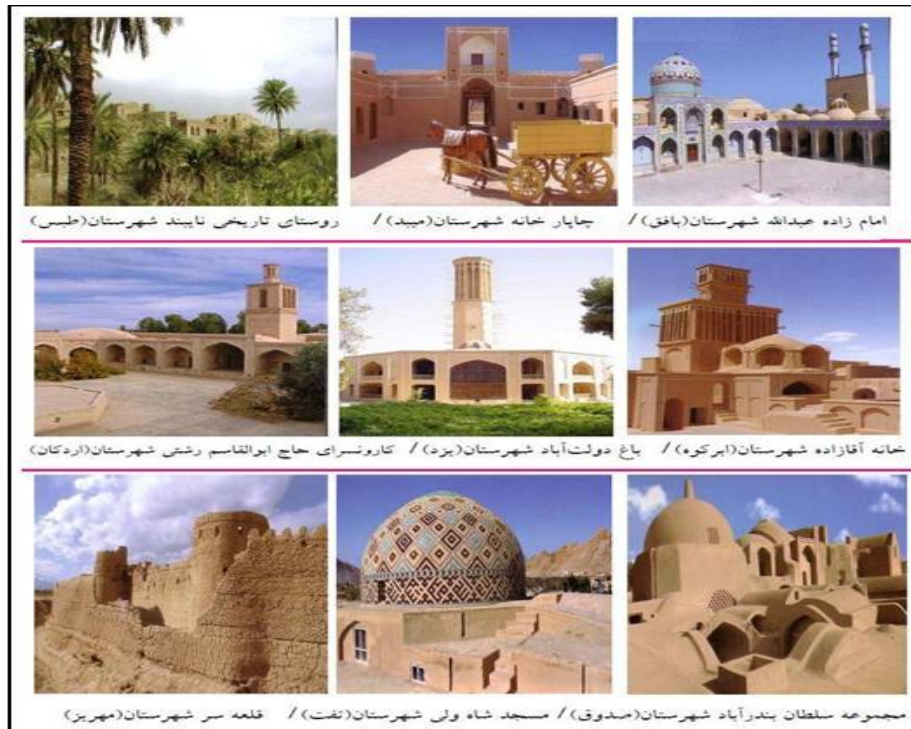
در سال ۱۳۸۷ نرخ بیکاری استان ۶/۶ درصد بوده که متأسفانه در سال ۱۳۸۸ این رقم به ۹ درصد افزایش یافته است. که از جمله دلایل اصلی آن ورود زنان جویای کار و فارغ التحصیلان دانشگاهی به بازار کار بوده است، ضمن اینکه روند رو به رشد مهاجرت روستائیان به شهرها و عدم افزایش متناسب تقاضای نیروی کار در شهرها، بیکاری شهری را افزایش داده است.

ویژگی‌های متنوع طبیعت در این استان اغلب برای جهانگردان و مردم غیربومی جالب و پرتکشد است به طوری که طبیعت چند گونه و کاملاً متفاوت این پهنه، یکی از پرجاذبه‌ترین دیدنی‌های این استان به شمار می‌رود. از یک سو پهنه‌های بیابان و تپه‌های ریگ روان و از دیگر سو و به فاصله نزدیک ارتفاعات زیبای شیرکوه و بیلاقت سرسبز، دره‌ها و دامنه‌های آن و گوناگونی آب و هوا از جلوه‌های جذاب برای تفریح و بهره‌مندی از طبیعت است. در این استان بناها و فضاهای تاریخی، بازارها و سایر اماکنی که در نقاط مختلف استان قرار دارند خود از جاذبه‌های تفریحی و توریستی به شمار می‌روند.

جدول (۲) ویژگی کلی اجتماعی استان یزد در سال ۱۳۸۵

مقدار/تعداد	شاخص
۵۲	درصد جمعیت مردان
۴۸	درصد جمعیت زنان
۱۰۹	نسبت جنسی جمعیت
۵/۸	نسبت سالخوردگی جمعیت
۲/۰۳	متوسط میزان رشد سالانه جمعیت
۸۰	میزان شهر نشینی
۲۴/۴	توزیع نسبت جنسی جمعیت ۱۴-۰ ساله
۷۰	توزیع نسبت جنسی ۱۵-۶۴ ساله
۵/۸	توزیع نسبی جمعیت ۶۵ ساله و بیشتر
۲۹۵۰۹۵	تعداد خانوار
۳/۸	بعد خانوار
۹۰/۹	نسبت باسوادان مرد
۸۴/۹	نسبت باسوادان زن
۸۸/۱	درصد باسوادان جمعیت ۶ ساله و بیشتر
۹۰	درصد باسوادان در مناطق شهر
۸۰	درصد باسوادان در مناطق روستایی
۷/۷	تراکم جمعیت
۲۴/۳۵	نسبت جوانی

مأخذ: گزارش اقتصادی-اجتماعی استان یزد، ۱۳۸۵: ۴.



شکل (۲) نمونه‌ای از نقاط گردشگری در شهرستان‌های استان یزد

تعاریف و مبانی نظری تحقیق

گردشگری به معنای مسافرت و در فرهنگ Oxford از واژه (Tur) به معنای گشتن اخذ شده و ریشه در لغت Turns به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد می‌باشد (زاهدی، ۱۳۸۵، ۳۴).

توریست واژه‌ای است فرانسوی، که از ریشه تور گرفته شده است که به معنای زیر آمده است:

- حرکت دورانی (چرخش)، عمل پیمودن، طی کردن پیرامون، سیر کردن، گردش نمودن. کلمه توریسم نخستین بار در سال ۱۸۱۱ توسط مجله ورزشی ((اسپورتینگ)) به کار گرفته شد.
- در سال ۱۹۸۹ ((گی، ماکنز)) مسافرت را این گونه تعریف نمود: عمل جابه جایی به خارج از جامعه برای تجارت و تفریح و نه برای انجام کار روزمره یا تحصیل.

1-Sporting
2- G.Makns

در سال ۱۹۹۱، در کنفرانس جهانی جهانگردی، در اتاوا کانادا، از جهانگردی و جهانگردان تعاریفی به شرح زیر ارائه داده شد:

• جهانگردی به عمل فردی که به مسافرت می‌رود و در آن مکان که خارج از محیط زندگی وی است برای مدتی کمتر از یک سال جهت تفریح، تجارت و دیگر هدف‌ها اقامت نماید، گفته می‌شود (منشی زاده، ۱۳۸۴: ۷۵).

• جهانگرد (بازدید کننده یک شب): کسی که حداقل یک شب در یک اقامتگاه عمومی یا خصوصی در محل مورد بازدید، به سر برد (دیبایی، ۱۳۷۱: ۱۲).

• گردشگر یک روزه (جهانگرد): گردشگری که شب را در یک اقامتگاه عمومی یا خصوصی در محل مورد بازدید به سر نمی‌برد (همان).

• بازدید کننده: کسی که به محلی غیر از محل زندگی خود به مدتی کمتر از ۱۲ ماه مسافرت کند و هدف از ماندنش کسب درآمد، در آن محل سفر کرده، نباشد (همان: ۱۳).

سه بعد اصلی گردشگری عبارتند از: سرمایه، مدیریت و فناوری و دو رکن فرعی آن شامل عوامل طبیعی و مجموعه میراث فرهنگی می‌باشد. در میان عوامل تشکیل دهنده تشکیلات و ساختار گردشگری و وجود سرمایه از بنیان‌های ضروری است (لطیفی، ۱۳۸۳).

• روش‌های شناساندن جاذبه‌ها گردشگری

- چاپ بروشور و نقشه و معرفی جاذبه‌ها در روزنامه‌های کثیرالانتشار، ایجاد سایت‌های اینترنتی، تهیه نرم افزارهای تبلیغاتی.

- سازمان‌های موثر در جذب گردشگر.

- شهرداری‌ها، فرمانداری‌ها، استانداری‌ها، و ادارات کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، پلیس، NGO ها، سازمان آب و برق، سدها و سازمان تبلیغات اسلامی.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

تجزیه و تحلیل با مدل TOPSIS: بر اساس توضیحات فوق، بررسی‌های صورت گرفته به شرح زیر می‌باشد:

(۱) کمی کردن و بی‌مقیاس سازی ماتریس تصمیم (N): برای بی‌مقیاس سازی، از بی‌مقیاس سازی نرم استفاده می‌شود.

(۲) به دست آوردن ماتریس بی‌مقیاس سازی موزون (V): ماتریس بی‌مقیاس شده (N) را در ماتریس قطعی وزن‌ها ($W_{n \times n}$) ضرب می‌کنیم، روش آن به شرح زیر می‌باشد:

$$V = N * W_{n \times n}$$

جدول (۳) اثرات گردشگری در ابعاد مختلف

نوع اثر		متاثر شونده		
اثرات زیست محیطی	اثرات اجتماعی و فرهنگی	اثرات اقتصادی		
بهبود سیمای محیط و منظر	اثر نمایشی مثبت مانند: مراقبت های بهداشتی و آموزشی افراد	- راه های مواصلاتی جدید - امکانات تفریحی - فروشگاههای جدید - افزایش دارایی ها	فایده ها	به طور عمده افراد
خراب شدن منظره ها و نمای محیط آلودگی بصری و آلودگی صوتی، آب و هوا و زباله	ازدحام در رفت و آمد اتومبیل و مردم افزایش جرایم - اثر تظاهراتی منفی	کاهش ارزش داری ها تورم	هزینه ها	
حفظ گیاهان و جانوران	ارتقاء فرهنگی	افزایش درآمدهای مالیاتی	فایده ها	دولت و رفاه اجتماعی
تخریب گیاهان و جانوران	افزایش نیروی انتظامی و امنیتی و خدمات بهداشتی و درمانی و جلوگیری از آتش سوزی و هزینه بهسازی و زباله ها	هزینه نگهداری زیربناهای جهانگردی	هزینه ها	

مآخذ: طرح جامع گردشگری استان یزد، ۱۳۸۷.

با توجه به جدول زیر وضعیت هر یک از شهرستان ها در شاخص مورد مطالعه به شرح زیر می باشد:

- شهرستان ابرکوه در شاخص های ۲۱ و (۱۰، ۱۵، ۱۸، ۱۹، ۲۰ و ۲۲) به ترتیب بیشترین و کمترین میزان را دارا بوده است.

- شهرستان اردکان در شاخص های ۲۲ و (۲۱، ۱۸، ۱۹ و ۲۰) به ترتیب بیشترین و کمترین میزان را دارا می باشد.

- شهرستان بافق در شاخص های ۲۱ و (۲۲، ۱۸ و ۱۹) به ترتیب بیشترین و کمترین میزان را دارا بوده است.

- شهرستان تفت در شاخص های (۲ و ۲۴) و (۲۹، ۲۸، ۱۸، ۱۹ و ۲۰) به ترتیب بیشترین و کمترین میزان را دارا می باشد.

- شهرستان خاتم در شاخص های (۲۷، ۷ و ۲۵) و (۲۱، ۲۲، ۱۶، ۱۵، ۱۸ و ۱۹) به ترتیب بیشترین و کمترین میزان را دارا بوده است.

- شهرستان صدوق در شاخص های ۱۰ و (۱۹، ۲۸، ۹، ۲۲، ۲۱، ۱۸ و ۱۹) به ترتیب بیشترین و کمترین میزان را دارا می باشد.

- شهرستان طبس در شاخص های (۲۶ و ۲۷) و (۷، ۸، ۲۲ و ۱۸) به ترتیب بیشترین و کمترین میزان را دارا بوده است.

- شهرستان مهریز در شاخص های (۲۴ و ۲۳) و (۲۹، ۲۸، ۱۹، ۲۰ و ۱۸) به ترتیب بیشترین و کمترین میزان را دارا می باشد.

تحلیلی بر توزیع و اولویت بندی زیرساخت گردشگری استان یزد با استفاده از... ۵۹

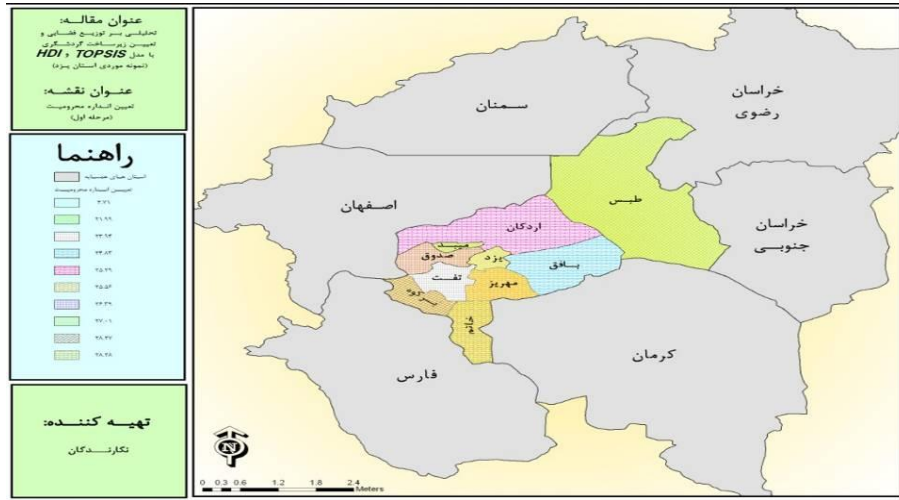
- شهرستان میبد در شاخص‌های ۲۳ و (۱۰، ۱۹، ۲۰ و ۱۸) به ترتیب بیشترین و کمترین میزان را دارا بوده است.

- شهرستان یزد در شاخص‌های (۱۸، ۲۰، ۸، ۵، ۶ و ۱۵) و (۲۶ و ۲۷) به ترتیب بیشترین و کمترین میزان را دارا می‌باشد.

جدول (۴) بی مقیاس سازی شاخص زیرساخت گردشگری با استفاده از نورم در شهرستان‌های استان یزد

یزد	میبد	مهریز	طیس	صدوق	خاتم	تفت	بافق	اردکان	ابركوه	شاخص
۰/۹۷۸	۰/۱۱۰	۰/۰۷۴	۰/۰۸۳	۰/۰۳۳	۰/۰۴۶	۰/۰۳۱	۰/۰۶۵	۰/۱۰۱	۰/۰۷۱	INDEX ۱
۰/۶۳۸	۰/۰۹۴	۰/۲۶۲	۰/۳۸۱	۰/۱۴۹	۰/۱۴۷	۰/۵۱۲	۰/۱۵۶	۰/۱۵۱	۰/۱۲۷	INDEX ۲
۰/۹۵۸	۰/۱۲۸	۰/۱۰۵	۰/۱۱۰	۰/۰۵۳	۰/۰۷۰	۰/۰۸۴	۰/۰۸۱	۰/۱۱۵	۰/۰۴۹	INDEX ۳
۰/۹۷۵	۰/۰۸۳	۰/۰۶۵	۰/۱۲۸	۰/۰۲۶	۰/۰۳۰	۰/۰۵۳	۰/۰۷۰	۰/۱۰۳	۰/۰۴۱	INDEX ۴
۰/۹۸۸	۰/۰۶۱	۰/۰۶۴	۰/۰۸۱	۰/۰۲۳	۰/۰۱۹	۰/۰۴۶	۰/۰۳۳	۰/۰۶۰	۰/۰۳۹	INDEX ۵
۰/۹۸۸	۰/۰۴۸	۰/۰۵۳	۰/۰۵۹	۰/۰۳۲	۰/۰۰۵	۰/۰۳۷	۰/۰۴۸	۰/۰۸۰	۰/۰۶۴	INDEX ۶
۰/۹۳۷	۰/۰۵۲	۰/۰۵۲	۰/۰۰۰	۰/۰۰۴	۰/۲۰۸	۰/۰۵۲	۰/۱۵۶	۰/۱۵۶	۰/۱۰۴	INDEX ۷
۰/۹۸۸	۰/۰۱۳	۰/۰۱۷	۰/۰۰۰	۰/۰۲۹	۰/۰۱۶	۰/۰۰۸	۰/۰۱۷	۰/۰۴۶	۰/۰۱۰	INDEX ۸
۰/۹۳۸	۰/۰۵۲	۰/۰۲۶	۰/۱۵۶	۰/۰۰۰	۰/۰۵۲	۰/۰۲۶	۰/۱۸۲	۰/۲۳۴	۰/۰۲۶	INDEX ۹
۰/۳۴۸	۰/۰۰۰	۰/۱۷۴	۰/۵۲۲	۰/۴۲۲	۰/۱۷۴	۰/۳۴۸	۰/۳۴۸	۰/۱۷۴	۰/۰۰۰	INDEX ۱۰
۰/۰۹۶	۰/۱۴۸	۰/۰۹۸	۰/۰۷۹	۰/۰۴۹	۰/۰۴۴	۰/۰۳۰	۰/۰۶۰	۰/۱۱۲	۰/۰۵۵	INDEX ۱۱
۰/۵۱۱	۰/۰۷۳	۰/۲۹۲	۰/۳۲۹	۰/۴۰۲	۰/۱۱۰	۰/۴۳۸	۰/۳۲۹	۰/۲۵۶	۰/۰۳۷	INDEX ۱۲
۰/۹۳۳	۰/۱۷۹	۰/۱۲۶	۰/۱۲۰	۰/۰۹۰	۰/۰۷۲	۰/۰۸۴	۰/۱۰۸	۰/۱۷۳	۰/۰۷۸	INDEX ۱۳
۰/۹۵۴	۰/۱۶۷	۰/۰۵۱	۰/۱۰۲	۰/۰۷۳	۰/۰۷۳	۰/۰۶۶	۰/۰۸۰	۰/۱۶۰	۰/۰۵۱	INDEX ۱۴
۰/۹۸۰	۰/۰۲۲	۰/۱۴۵	۰/۱۰۰	۰/۰۵۶	۰/۰۰۰	۰/۰۲۲	۰/۰۵۶	۰/۰۴۵	۰/۰۰۰	INDEX ۱۵
۰/۹۵۰	۰/۰۹۲	۰/۱۵۳	۰/۱۲۳	۰/۰۶۱	۰/۰۰۰	۰/۰۳۱	۰/۱۸۴	۰/۰۹۲	۰/۰۶۱	INDEX ۱۶
۰/۹۵۹	۰/۱۲۸	۰/۱۰۲	۰/۰۲۶	۰/۰۸۵	۰/۰۷۲	۰/۰۷۲	۰/۱۲۴	۰/۰۹۸	۰/۰۹۰	INDEX ۱۷
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	INDEX ۱۸
۰/۹۴۹	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۳۱۶	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	INDEX ۱۹
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۲۶	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	INDEX ۲۰
۰/۵۵۵	۰/۲۷۷	۰/۲۷۷	۰/۲۷۷	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۲۷۷	۰/۵۵۵	۱/۰۰۰	۰/۲۷۷	INDEX ۲۱
۰/۴۴۴	۰/۱۷۷	۰/۰۸۹	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۳۵۵	۱/۰۰۰	۰/۷۹۹	۱/۰۰۰	INDEX ۲۲
۰/۵۴۸	۰/۳۶۷	۰/۳۰۶	۰/۳۴۵	۰/۲۵۹	۰/۰۴۳	۰/۴۳۶	۰/۱۴۲	۰/۲۲۴	۰/۱۵۱	INDEX ۲۳
۰/۵۴۵	۰/۲۳۹	۰/۳۳۴	۰/۲۸۸	۰/۲۹۵	۰/۰۷۷	۰/۵۰۱	۰/۲۵۷	۰/۱۴۸	۰/۱۳۲	INDEX ۲۴
۰/۷۲۰	۰/۱۰۳	۰/۲۸۸	۰/۴۷۳	۰/۱۶۵	۰/۲۰۶	۰/۲۰۶	۰/۱۰۳	۰/۱۶۵	۰/۱۲۳	INDEX ۲۵
۰/۰۶۹	۰/۰۲۳	۰/۱۴۲	۰/۸۲۱	۰/۰۵۲	۰/۱۵۹	۰/۱۷۹	۰/۲۶۶	۰/۳۸۷	۰/۱۵۴	INDEX ۲۶
۰/۰۸۴	۰/۱۲۹	۰/۲۲۵	۰/۷۴۰	۰/۲۶۲	۰/۲۰۹	۰/۳۱۵	۰/۲۸۱	۰/۲۸۱	۰/۰۹۲	INDEX ۲۷
۰/۹۷۳	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۱۵۶	۱/۰۰۰	۰/۰۵۸	۱/۰۰۰	۰/۱۵۶	۰/۰۱۵	۰/۰۲۹	INDEX ۲۸
۰/۹۰۳	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۲۱۲	۱/۰۰۰	۰/۱۲۵	۱/۰۰۰	۰/۳۴۷	۱/۰۰۰	۰/۰۶۶	INDEX ۲۹
۰/۹۶۸	۰/۱۱۴	۰/۰۸۲	۰/۰۹۲	۰/۰۴۵	۰/۰۴۰	۰/۰۰۴	۰/۰۷۳	۰/۱۰۲	۰/۰۶۹	INDEX ۳۰

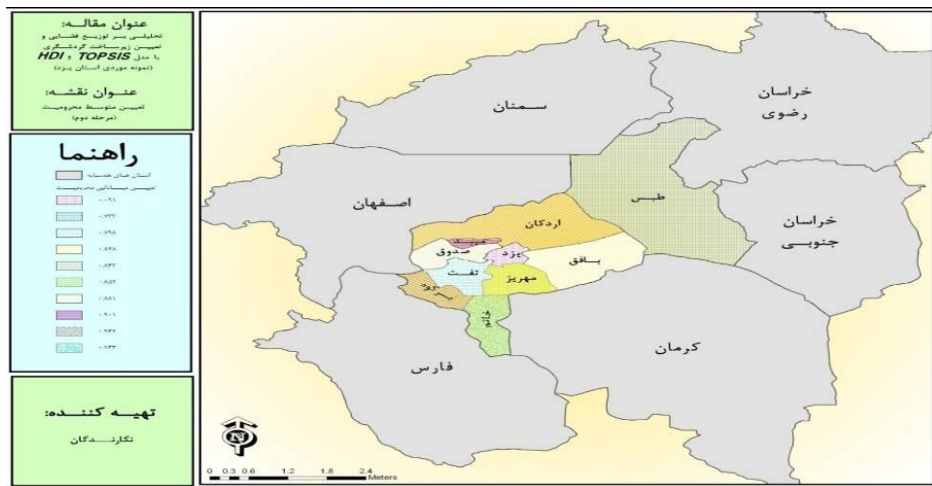
مأخذ: محاسبات نگارندگان.



شکل (۷) تعیین اندازه محرومیت به تفکیک شهرستان

با توجه به محاسبات صورت گرفته با استفاده از مدل HDI ، بیشترین و کمترین اندازه محرومیت (مرحله اول)، در استان به ترتیب متعلق به شهرستان های خاتم و یزد بوده است. مرحله دوم: تعریف شاخص متوسط یا میانگین محرومیت (I_j)، که می توان از رابطه زیر بدست آورد:

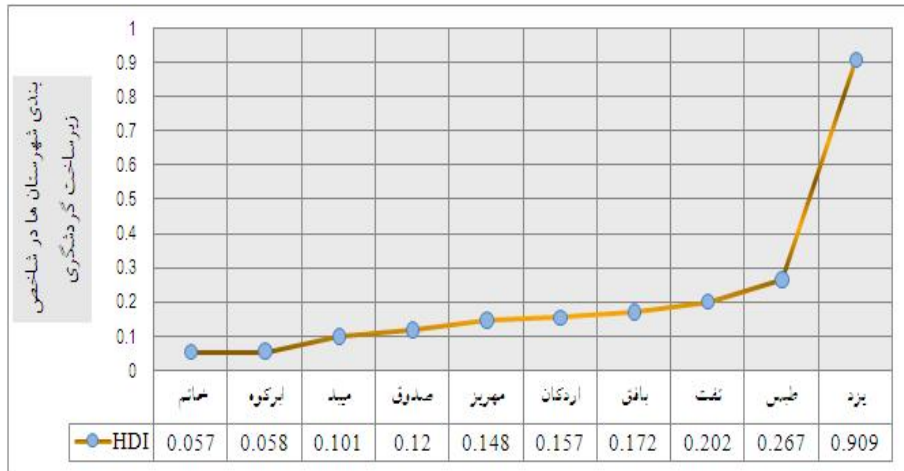
$$I_j = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n I_{ij}$$



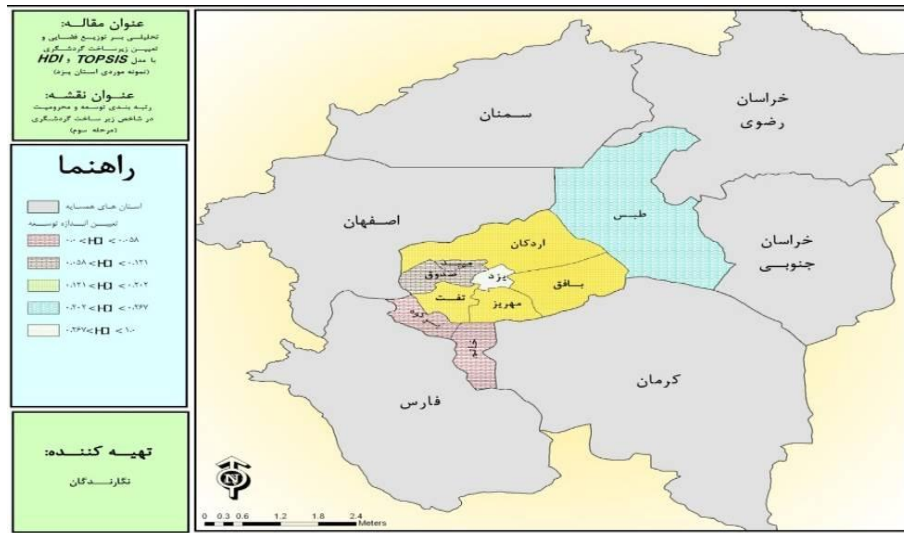
شکل (۸) تعیین میانگین محرومیت در استان یزد

مرحله سوم: اندازه‌گیری میزان توسعه یا محرومیت که شاخص مورد نظر به تفاوت عدد یک می‌باشد:

$$(HDI)_i = (1 - I_j)$$



شکل (۹) رتبه بندی شهرستان‌ها استان یزد در شاخص زیر ساخت گردشگری



شکل (۱۰) پهنه بندی توسعه و محرومیت زیرساخت گردشگری با مدل HDI در استان یزد

مدل HDI نیز مانند مدل TOPSIS این نتیجه را نشان می‌دهد که در استان یزد تفاوت فاحشی بین شهرستان‌ها به لحاظ برخورداری از امکانات و تسهیلات گردشگری وجود دارد. به طوری که میزان HDI شهرستان یزد برابر ۰/۹۰۹ درصد در حالی که میزان HDI شهرستان خاتم برابر ۰/۰۵۷ درصد می‌باشد. به عبارتی موقعیت شهرستان یزد در شاخص زیرساخت گردشگری ۱۶ درجه بیشتر و بزرگ‌تر از شهرستان خاتم می‌باشد. در نتیجه جهت برنامه‌ریزی و مدیریت در خصوص تخصیص منابع و امکانات جهت تقویت جاذبه‌های گردشگری و جذب گردشگر شهرستان خاتم در الویت اول، شهرستان ابرکوه در الویت دوم و شهرستان یزد در الویت دهم استان قرار دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

گردشگری پدیده‌ای است که از دیر باز در جوامع مختلف انسانی وجود داشته، اما با ورود بشر به عصر مدرن به صورت یک صنعت درآمدی است. تحول اساسی در این صنعت را می‌توان با انقلاب صنعتی و پیدایش راه آهن که به عنوان نقطه عطفی در تاریخ توریسم جهان محسوب می‌شود مقارن دانست.

با شروع انقلاب صنعتی و تحولات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بخصوص در شهرها موضوع گردشگری ارزشی دو چندان پیدا نمود و مطابق آن امکاناتی نظیر پارک‌ها، سینما، سالن‌های ورزشی و غیره، شهر را به عنوان فضای گردشگری درآورد؛ و این شرایط تاثیر شگرفی در اقتصاد شهری و ناحیه‌ای و اشتغال فراهم نمود.

همچنین برای بیشتر کشورهای در حال توسعه به ویژه کشورهای حداقل توسعه یافته، گردشگری، فرصت‌های شغلی خوبی را برای گروه‌های مختلف اجتماعی به وجود می‌آورد و در نتیجه می‌تواند نقش مهمی در ریشه کن کردن فقر در کشورهای در حال توسعه داشته باشد. بنابراین با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش حاضر به بررسی وضعیت زیرساخت گردشگری شهرستان‌های استان یزد پرداخته که نتایج نشان داده است استان یزد گرچه دارای جاذبه‌های گردشگری فراوان و متنوعی می‌باشد. اما این جاذبه‌ها در شهرستان‌های استان در سطح (ملی و منطقه‌ای) مطرح نگردیده و نکته مهم‌تر اینکه به علت فراهم نبودن امکانات و تسهیلات لازم و عدم توازن و تعادل در توزیع زیرساخت گردشگری تفاوت فاحشی به لحاظ زیرساخت گردشگری در استان وجود دارد. زیرا نتایج مدل‌های مورد استفاده نشان داده است که میزان TOPSIS و HDI به تفکیک شهرستان به ترتیب برابر است با: ابرکوه (۰,۰۳۷)، (۰,۰۵۸)؛ اردکان (۰,۱۳۷)، (۰,۱۵۷)؛ بافق (۰,۱۰۸)، (۰,۱۷۲)؛ تفت (۰,۰۹۹)، (۰,۲۰۲)؛ اتم (۰,۰۴۴)، (۰,۰۵۷)؛

صدوق (۰,۰۵۸)، (۰,۱۲۰)؛ طبس (۰,۱۴۸)، (۰,۲۶۷)؛ مهریز (۰,۰۶۶)، (۰,۱۴۸)؛ میبد (۰,۰۵۵)، (۰,۱۰۱)؛ و یزد (۰,۹۲۱) (۰,۹۰۹) بوده که اعداد فوق نشانگر عدم توزان و تعادل زیرساخت گردشگری در استان یزد می‌باشد. گسترش این صنعت در مواجهه با کمبود امکانات، تاسیسات و خدمات زیر بنایی با مشکلات فراوانی روبه رو می‌شود که به کارگیری شیوه‌های مدیریت جدید و تغییراتی در ساختار آن به وضع موجود کمک فراوانی خواهد نمود. لذا با توجه به ویژگی‌های استان یزد، می‌توان به سازمان فضایی جدیدی که برنامه‌ریزی برای گردشگری را در اولویت کار قرار دهد، دست یافت. در این خصوص پژوهش حاضر با توجه به اهمیت این صنعت و زیرساخت‌های آن پیشنهادهای را به شرح ذیل ارائه می‌نماید:

- توجه به امر احداث رستورانهای بین راهی و ارائه دادن خدمات مناسب به مسافران و گردشگران منطقه و نظارت مناسب و مستمر بر بهداشت مراکز ارائه خدمات بین راهی و رستوران‌های موجود جهت ارائه دادن خدمات مناسب و کافی متناسب با گردشگران و مردم.
- رسیدگی به وضعیت آژانس‌های مسافرتی و وضعیت حمل و نقل شهری و بین شهری در جهت رفاه حال گردشگران و همچنین ساکنین منطقه.
- احداث و بهبود کتابخانه، مراکز فرهنگی، چایخانه و قهوه‌خانه‌های سنتی و امکان دسترسی مناسب مردم و گردشگران به آنها.
- تقویت نهادها و ارگانهای دولتی و خصوصی متولی در امر گردشگری و خدمات رسانی به آنها در جهت ارائه هر چه بهتر خدمات گردشگری.
- بهسازی و بازآفرینی آثار باستانی و تاریخی و کمک‌های مالی به مراجع ذیربط.

منابع و مأخذ

۱. افشار سیستانی، ایرج (۱۳۷۸) شناخت استان یزد، انتشارات هیرمند، تهران.
۲. تولایی، سیمین (۱۳۷۳) شهر و پیامدهای زیست محیطی آن، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۳۳.
۳. جعفری، عباس (۱۳۶۳) شناسنامه جغرافیای طبیعی ایران، انتشارات گیتاشناسی، تهران.
۴. حسین زاده دلیر، کریم (۱۳۸۷) برنامه‌ریزی ناحیه‌ای، چاپ اول، انتشارات سمت.
۵. دیبایی، پرویز (۱۳۷۱) شناخت جهانگردی، دانشگاه علامه، چاپ اول، تهران.
۶. دیناری، احمد (۱۳۸۴) گردشگری شهری در ایران و جهان، انتشارات واژگان خرد، مشهد.

۷. زاهدی، شمسی السادات (۱۳۸۵) مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تکیه بر محیط زیست)، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
۸. زنگی آبادی، علی (۱۳۸۵) تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان، مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۷.
۹. سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان یزد (۱۳۸۶) دفتر آمار و اطلاعات، یزد.
۱۰. سالنامه آماری استان یزد (۱۳۸۵) دفتر آمار و اطلاعات، استانداری یزد.
۱۱. صدرموسی، میرستار و دخیلی کهنموئی، جواد (۱۳۸۶) ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران، مجله پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۶۱.
۱۲. طرح جامع گردشگری استان یزد (۱۳۸۷) جلد اول، طرح پژوهشی چاپ نشده، شهرداری یزد، یزد.
۱۳. عبدالملکی، علیرضا (۱۳۷۸) بررسی عوامل و جاذبه های گردشگری شهر همدان و نقش آن در تحولات این شهر، پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما اصغر نظریان، دانشگاه تربیت معلم، تهران.
۱۴. عزیزی، عبد الکریم (۱۳۷۸) بررسی قابلیت سنجی منطقه یاسوج به منظور برنامه ریزی گردشگری و جهانگردی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت معلم.
۱۵. فرانسوا، ولا و بیچریل، یونل (۱۳۸۴) گردشگری بین المللی، ترجمه محمد ابراهیم گوهریان و محمد مهدی کتابچی، مؤسسه انتشاراتی امیر کبیر، تهران.
۱۶. فریفته، جمشید (۱۳۶۶) سیستم‌های طبقه‌بندی اقلیمی مطالعه موردی مناطق خشک و نمیه خشک ایران، دانشگاه تهران، مرکز تحقیقات کویری و بیابانی، تهران.
۱۷. قبادیان، عطاءالله (۱۳۶۱) فلات مرکزی ایران، سیمای طبیعی یزد در ارتباط با مسائل کویری، دانشگاه جندی شاپور، اهواز.
۱۸. گزارش اقتصادی - اجتماعی استان یزد (۱۳۸۵) استانداری یزد، شرکت مهندسی مشاور آمایشگران توسعه متوازن، یزد.
۱۹. گی، چاک. وای، فایو سولا، ادواردو (۱۳۸۲) جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه علی پارسائیان و محمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.

۲۰. لطفی، حسین (۱۳۸۳) *صنعت توریسم و درآمدهای ارزی*، تهران، چاپ اول.
۲۱. لی، جان (۱۳۷۸) *گردشگری و توسعه در جهان سوم*، ترجمه عبد الرضا رکن الدین افتخاری و معصومه السادات صالحی امین، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، تهران.
۲۲. مرکز آمار ایران (۱۳۸۵)، *سرشماری عمومی نفوس و مسکن*، بخش یزد.
۲۳. منشی زاده، رحمت الله (۱۳۸۴) *مقوله گردشگری*، انتشارات پیام مولف، تهران.
۲۴. مومنی، مهدی (۱۳۷۷) *اصول و روش‌های برنامه‌ریزی ناحیه‌ای*، انتشارات گویا.
۲۵. یدالهی، علی اکبر و مهرداد، ناصر (۱۳۸۲) *بررسی امکانات توسعه صنعت گردشگری پایدار و اثرات آن در استان مازندران*، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نوشهر و چالوس.

Helmy, E. (2004) *Toward Integration of Sustainability into Tourism Planning in Developing Countries: Egypt as a case study*, Current Issues in Tourism, Vol 7, No 6.

Law C.M. (1993) *Urban tourism attracting visitors to large city, (tourism, leisure & recreation series)*, man sell, British Library cataloguing.

Loo, c, and Kwon, k. (1995) *importance of secondary impact of foreign tourism receipts on the south Korean economy*, journal of travel research.

oh, c, o. (2004) *the contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy*, tourism manage ment.

Quattrone, G. (2002) *Urban Development Strategies*, The Tourism City Network Institute di Pianificazione e Gestione Del Territorio, Turin.

Sugiyarto. H. (2003) *Tourism and globalization Economic Impact in Indonesia* .www.elsevier.com.

W.T.O. (1997) *Year Book of Tourism Statistics*, WTO, Madrid

Wearer, D.(2002) *Tourism Management*, John Wiley& Sons, Australia LTD.