

سطح‌بندی مناطق نمونه گردشگری در استان کرمان

محبوبه جلالی^۱: کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران
احمد خادم‌الحسینی: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران

چکیده

گردشگری به عنوان یک صنعتی نوین، در سال‌های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. و بسیاری از کشورهای جهان را بر آن داشته، که سرمایه‌گذاری‌های عمده‌ای را در سطوح محلی، به لحاظ درآمدزایی فراوان این بخش، اختصاص دهند. بنابراین، استفاده از روش‌های مناسب برای رتبه‌بندی و تعیین بهترین مناطق نمونه گردشگری به منظور گسترش و تخصیص منابع با مدد تعدادی از معیارها و شاخص‌ها، ضروری می‌باشد. هدف این پژوهش سطح‌بندی مناطق نمونه گردشگری استان کرمان بر اساس برخی از شاخص‌های مؤثر در جذب گردشگری است. روش بررسی در این پژوهش توصیفی-تحلیلی و از نظر هدف، کاربردی است. داده‌های این پژوهش به صورت کتابخانه‌ای و با مراجعه به سازمان گردشگری، شهرداری و فرمانداری استان کرمان جمع‌آوری گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل تحلیل عاملی و برنامه *SPSS* استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد از میان عامل‌های در نظر گرفته شده برای سطح‌بندی مناطق نمونه، عامل زیرساخت اقامتی-فرهنگی با مقدار ۱۷,۴۷ مؤثرترین و عامل تأمین سوخت با مقدار ۱,۴۱ کم‌اثرترین بوده‌اند. همچنین نتایج نشان می‌دهد از میان مناطق نمونه قلعه دختر با بار عاملی ۷,۴۶، جوپار با بار عاملی ۶,۹۲ و طوبی با بار عاملی ۶,۰۹ به ترتیب در سطح یک تا سه از نظر دارا بودن زیرساخت‌های گردشگری قرار دارند، در نتیجه بهترین شرایط را جهت سرمایه‌گذاری‌ها و عملیات عمرانی دارا می‌باشند و سایر مناطق در رده‌های بعدی قرار گرفتند.

واژه‌های کلیدی: سطح‌بندی، مناطق نمونه گردشگری، مدل تحلیل عاملی، استان کرمان.

^۱. نویسنده مسئول: Jalali_mahboob@yahoo.com، ۰۹۰۱۹۱۹۵۲۷۷

بیان مسأله:

اصولاً توسعه اقتصادی در هر کشوری نیازمند سرمایه‌گذاری در بخش‌ها و فعالیت‌های مختلف اقتصادی آن کشور است و بدون سرمایه‌گذاری در طرح‌های زیربنایی و روبنایی، نمی‌توان انتظار گسترش اشتغال، تولید و رفاه اقتصادی را داشت. برای تحقق این امر مهم، امروزه بسیاری از کشورهای جهان، تمایل شدیدی به جذب سرمایه‌های خارجی پیدا کرده‌اند (شاکری و همکاران، ۱۳۸۵: ۱). سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری و استفاده از توان‌های بالقوه منطقه‌ای به منظور جذب گردشگر، یکی از راه‌های مناسب، بدین منظور است. توسعه گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد و نقش گردشگری به عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می‌شود، در مطالعات متعدد مورد تأیید قرار گرفته است (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱). امروزه با شروع قرن بیست و یکم صنعت گردشگری به یکی از پردرآمدترین صنایع دنیا تبدیل شده، رقابت فشرده‌ای در میان بسیاری از کشورهای جهان برای جذب جهانگردان به چشم می‌خورد و صنعت توریسم به عنوان صنعتی پویا و با ویژگی‌های منحصر به فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است؛ به طوری که بر اساس پیش‌بینی انجام شده، توسط سازمان جهانگردی در سال ۲۰۲۰، حدود یک میلیارد و پانصد و شصت میلیون نفر به گردشگری خواهند پرداخت و درآمدهای ناشی از گردشگری بین‌المللی در این سال به یک ونیم تریلیون دلار خواهد رسید (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۸).

توسعه این صنعت برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی از جمله بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه هستند از اهمیت فراوانی برخوردار است، چرا که این دسته از کشورها دارای اقتصاد و منبع درآمد پایداری نبوده و در گذر زمان باید به منابع درآمدی پایدار روی آورند (جهانیان و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۱). ایران یکی از این دسته کشورها است که ذخایر نفتی آن به عنوان منبع اصلی درآمد، در آینده نه چندان دور به پایان خواهد رسید. بنابراین برای داشتن یک کشور پایدار از نظر اقتصادی، جایگزینی منابع جدید درآمدی و استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌های کشور ضروری می‌باشد (مدهوشی، ۱۳۸۲: ۲۵). از سوی دیگر کشور ایران از لحاظ غنی بودن آثار تاریخی و طبیعی جزء ده کشور اول توریستی جهان محسوب می‌شود که می‌توان از این فرصت به منظور پایداری در اقتصاد استفاده نمود، ولی متأسفانه فقط ۰/۰۶ درصد درآمد توریستی دنیا نصیب این کشور شده است که این امر نیازمند برنامه‌ریزی به منظور توسعه صنعت گردشگری است.

فارغ از کم و کیف منابع و داشته‌های یک منطقه گردشگری، به کارگیری آن منابع با توجه به محدودیت‌های مختلف اعم از زمان، طبیعت، نیروی انسانی و یا سرمایه، همیشه و در همه حال امکان‌پذیر نخواهد بود. بر این اساس قبل از هرگونه اقدام و تصمیم، برنامه‌ریزی مهم‌ترین گام بشمار می‌رود (Hall, 1999: 26). چرا که اصولاً برنامه‌ریزی توریسم در کلیه سطوح برای دستیابی به توسعه و مدیریت موفق آن امری اساسی است (سازمان جهانی گردشگری، ۱۳۷۹: ۱۳) و شناسایی نواحی مناسب برای توسعه فعالیت‌های توریستی، از مهم‌ترین موضوع‌ها برای برنامه‌ریزی توریسم است (فرج‌زاده اصل، ۱۳۸۳: ۴۲). یکی از مراحل اساسی در این فرآیند، انتخاب درست و اندیشیده شده مناطق گردشگری است. استان کرمان با دارا بودن بیش از ۹۱ اثر طبیعی و تاریخی و ۴۱ منطقه گردشگری دارای جایگاه حائز اهمیتی از نظر این صنعت در کشور می‌باشد. با توجه به گستردگی و پراکندگی جاذبه‌ها و مناطق گردشگری در سرتاسر این استان از یک سوء و همچنین کم و کیف منابع به منظور توسعه تمامی این مناطق گردشگری از سوی دیگر؛ بنابراین لازم و ضروری است که برنامه‌ریزان گردشگری به سطح‌بندی این مناطق بر اساس

شاخص‌های گردشگری مبادرت فرمایند تا ضمن شناسایی مناطق جاذب و دارای جایگاه ویژه در صنعت گردشگری این استان، برنامه‌ریزی‌ها به منظور بسط و توسعه این مناطق صورت گیرد. از این رو با توجه به اهمیت این موضوع هدف از پژوهش حاضر را می‌توان در موارد زیر جستجو کرد:

۱. تحلیل و تفکیک شاخص‌های مؤثر سطح‌بندی مناطق نمونه گردشگری؛
 ۲. سطح‌بندی مناطق نمونه گردشگری استان کرمان به منظور تخصیص بهینه منابع.
- پیشینه تحقیق:**

غضنفرپور (۱۳۸۴) در پایان‌نامه دکتری خود تحت عنوان بررسی قابلیت‌ها و توان‌های استان کرمان در گردشگری ضمن معرفی جاذبه‌های استان کرمان به بررسی وضعیت موجود گردشگری پرداخته است: و به این نتیجه رسیده است که استان کرمان درصد کمی از گردشگران داخلی و خارجی را جذب کرده است و برای رسیدن به جایگاه واقعی گردشگری اقدامات همزمان تبلیغات، ایجاد امکانات و تسهیلات، بازسازی بناها و آثار تاریخی لازم و ضروری است (غضنفرپور، ۱۳۸۴: ۱۷). بدری و همکاران (۱۳۸۸) در مقاله خویش تحت عنوان «انتخاب مناطق گردشگری با استفاده از *AHP* (مطالعه موردی: استان کهگیلویه بویراحمد)» پس از تعریف معیارهایی، از میان تعداد ۸ منطقه گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد ۳ منطقه به عنوان نمونه گردشگری مورد گزینش قرار گرفت (بدری، ۱۳۸۸: ۵۵). آقامحمدی (۱۳۸۹) در پایان‌نامه کارشناسی خود تحت عنوان «نقش مناطق نمونه گردشگری در توسعه پایدار مناطق عشایر (مطالعه موردی مجتمع توریستی تله‌کابین گنج‌نامه همدان)» به این نتیجه رسیده است که ایجاد مجتمع تفریحی گردشگری از یک طرف باعث ایجاد فرصت‌های جدید برای عشایر روستایی و توسعه منطقه از طرف دیگر توسعه بدون برنامه‌ریزی آن سبب آسیب‌های اجتماعی و زیست‌محیطی در نواحی عشایری و روستایی شده است (آقا محمدی، ۱۳۸۹: ۲۵). صابر (۱۳۹۱)، در بررسی اثرات گردشگری بر توسعه پایدار (مورد مطالعه: استان کرمان) با استفاده از مدل *AHP* و *TOPSIS* به بررسی وضعیت گردشگری و زیرساخت‌های گردشگری استان پرداخته است. بر اساس نتایج مدل تاپسیس در میان شهرستان‌های استان، شهر کرمان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری در وضع مطلوب‌تری قرار دارد. در نتایج مدل *AHP* در رتبه‌بندی شهرها از نظر گردشگری، شهر کرمان در رتبه اول و شهر سیرجان و جیرفت در رتبه‌های دوم و سوم استان قرار دارند (صابر، ۱۳۹۱: ۱). دهقانپور و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی به رتبه‌بندی مراکز و واحدهای نمونه گردشگری شهر ابرکوه پرداخته و دریافته‌اند که از ۱۲ منطقه نمونه گردشگری شهر ابرکوه منطقه سرو به عنوان کهن‌ترین و پربیننده‌ترین اثر گردشگری در شهر، مناسب‌ترین گزینه به منظور بسط، گسترش و اجرای طرح جامع گردشگری است.

مفاهیم و مبانی نظری:

گردشگری: لغت گردشگری واژه‌ای فرانسوی است که از ریشه‌ی تور گرفته شده است. تور در زبان فرانسه به معنای حرکت دورانی، عمل پیمودن و طی کردن، سیر کردن و گردش نمودن می‌باشد. واژه‌ی توریسم نخستین بار در مجله‌ای تحت عنوان اسپورتینگ مگزین بکار برده شد (محلای، ۱۳۸۰: ۱۴). کشورهای توسعه‌یافته واژه گردشگری را از قرن نوزدهم و به ویژه اوایل قرن بیستم که وسایل حمل‌ونقل سریع جایگزین وسایل قدیمی گردیدند از معنای فردی به سوی کلیتی برای سفر تغییر ماهیت داد. در عین حال به دلیل اینکه در روند و جریان فعالیت اقتصادی‌های گردشگری، فعالیت‌های اقتصادی مختلفی هم چون حمل‌ونقل، ساخت انواع وسایل نقلیه، ساخت انواع وسایل صید و شکار تا جاده‌سازی، صنایع غذایی و نظیر این‌ها مورد نیاز واقع می‌شود، واژه صنعت نیز به عنوان پیشوند در کنار واژه توریسم یا گردشگری قرار می‌گیرد (پاپلی‌یزدی و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۹). سازمان جهانگردی در مارس ۱۹۹۳

گردشگری را؛ مجموعه فعالیت‌های افرادی که به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود، به قصد تفریح و استراحت و انجام امور دیگر مسافرت می‌کنند و بیش از یک سال متوالی در آن مکان‌ها نمی‌مانند، تعریف نموده است (داس‌ویل، ۱۳۸۴: ۱۹).

مناطق نمونه گردشگری: مناطق نمونه گردشگری به محدوده‌ای جغرافیایی اطلاق می‌شود که در این محدوده یک یا چند و یا مجموعه‌ای از جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی وجود دارد که وجود آن‌ها انگیزه‌ای برای سفر و اقامت گردشگران خواهد بود (احمدی، ۱۳۸۸: ۲۷). مناطق نمونه گردشگری به محدوده‌هایی گفته می‌شود که در جوار جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی، طبیعی و گردشگری کشور ایجاد می‌شود و بر اساس ظرفیت در چهار سطح بین‌المللی، ملی، استانی و محلی تعیین می‌شوند (شعاعی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۸). هر منطقه نمونه گردشگری دارای مراکز خدماتی، رفاهی، فرهنگی از جمله: واحدهای اقامتی، پذیرایی، خرید، تولید و عرضه صنایع دستی و فرهنگی، هنری، تفریحی، ورزشی، پارک‌ها و سایر خدمات گردشگری خواهد بود (توکلی و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۰).

سطح بندی گردشگری: سطح بندی، عبارت از تعیین لایه‌های لازم یک سازمان است که بر حسب تفکیک مقیاس‌های کمی، واحدها را در سطوح مشابه سازماندهی می‌کند. دامنه‌های کمی به گونه‌ای انتخاب می‌شوند که اختلاف سطوح، اختلاف کیفی وظایف و عملکردها را بیان کند (ضیایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۵). سطح بندی مقصدهای گردشگری را می‌توان به نوعی، بخشی از فرایند برنامه‌ریزی فضایی در یک منطقه دانست چرا که هدف برنامه‌ریزی فضایی، شناخت منابع سرزمین و چگونگی بهره‌برداری از این منابع همراه با پیش‌بینی وضعیت آینده استقرار مطلوب انسان و عملکرد وی در طبیعت به منظور تأمین رشد معقول، متوازن و مطلوب اقتصادی بر پهنه سرزمین و جلوگیری از بروز عدم تعادل و بازتاب‌های تخریبی و منفی در فضای سرزمین است (معصومی اشکوری، ۱۳۸۷: ۱۸). باید در نظر داشت که سطح بندی گردشگری مفهوم متفاوتی از منطقه بندی گردشگری است، به طوری که در یک سطح، چندین منطقه/ مقصد با نقش‌ها و گونه‌های متفاوت گردشگری (تاریخی، فرهنگی، طبیعت‌گرا، تجاری، مذهبی و ...) می‌تواند وجود داشته باشد. علاوه بر این در مفهوم سطح بندی، همگرایی‌ها، تجانس‌ها و متغیرهای مختلف مناطق، خیلی اثرگذار نیستند بلکه این توان توسعه گردشگری است که مقصدهای مختلف یک منطقه را در یک سطح قرار می‌دهد. در سطح بندی گردشگری؛ مقصدهایی با قابلیت‌ها و توان‌های گردشگری هم ارزش و هم‌تراز در یک سطح قرار می‌گیرند نه آنکه در ساختار عمودی رتبه بندی شوند (کاظمی، ۱۳۸۵: ۸۵).

روش تحقیق:

در پژوهش حاضر به روش توصیفی- تحلیلی از داده‌های کیفی که جمع‌آوری شده و از داده‌های کمی که به وسیله روش تحلیل عاملی انجام شده استفاده شده است و اکثر داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای و با جمع‌آوری شده‌اند. به منظور بررسی عمیق‌تر مناطق نمونه گردشگری استان کرمان در جهت سطح بندی، از روش‌های استنباطی و کمی- تحلیلی برای تبیین موضوع استفاده شده است، که تکنیک مورد استفاده در این مورد، روش تحلیل عاملی می‌باشد. داده‌پردازی نیز با استفاده از نرم‌افزار *Spss* و *Excel* انجام گرفته است. بدین منظور ۴۹ شاخص به منظور استفاده از تکنیک تحیل عاملی از طریق روش کتابخانه و با مطالعه پژوهش‌های نمونه انتخاب شده و مورد بررسی قرار گرفتند. در نهایت با استفاده از تکنیک تحیل عاملی ۴۹ شاخص به عامل تبدیل و در نهایت سیزده عامل که دارای مقادیر ویژه بزرگتر از یک هستند، انتخاب و نام‌گذاری شدند و در آخر رتبه بندی نهایی مناطق نمونه گردشگری استان کرمان بر اساس همه عامل‌ها، با استفاده امتیازات عاملی، صورت گرفته است. در پژوهش حاضر برای سطح بندی مناطق نمونه گردشگری استان کرمان از ۴۹ شاخص‌های گردشگری استفاده شده است. (جدول شماره ۱).

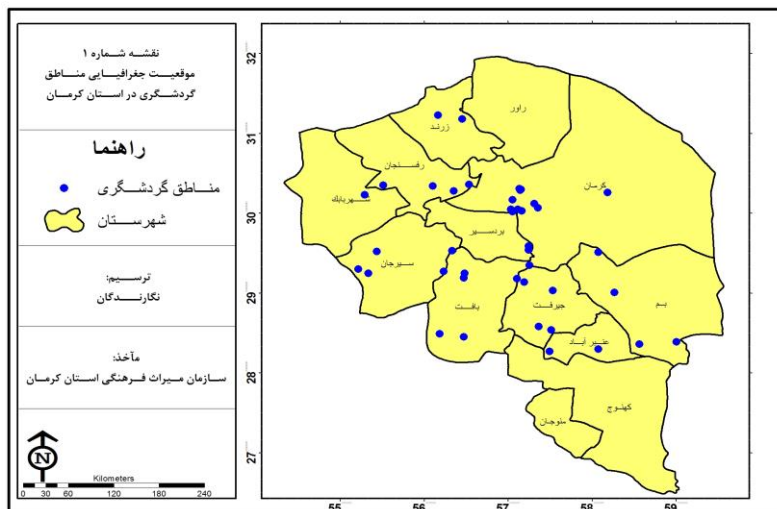
جدول ۱- شاخص‌ها مورد مطالعه برای مناطق نمونه گردشگری

ردیف	شاخص‌ها	ردیف	شاخص‌ها	ردیف
۱	آب	۱۸	ممتاز	۳۴
۲	برق	۱۹	خانه معلم	۳۵
۳	گاز	۲۰	مدارس	۳۶
۴	مخابرات	۲۱	کمپینگ	۳۷
۵	اورژانس	۲۲	آلاچیق و سکو	۳۸
۶	خانه بهداشت	۲۳	اجاره منزل و ویلا	۳۹
۷	داروخانه	۲۴	تعداد جاذبه تاریخی	۴۰
۸	درمانگاه	۲۵	تعداد جاذبه طبیعی	۴۱
۹	مطب	۲۶	هتل دوستاره	۴۲
۱۰	بانک	۲۷	هتل سه ستاره	۴۳
۱۱	پست	۲۸	هتل چهار و پنج ستاره	۴۴
۱۲	تعداد هتل	۲۹	تعداد مهمان‌پذیر	۴۵
۱۳	تعداد اتاق هتل	۳۰	تعداد اتاق مهمان‌پذیر	۴۶
۱۴	تعداد تخت هتل	۳۱	تعداد تخت مهمان‌پذیر	۴۷
۱۵	هتل یک ستاره	۳۲	مهمان‌پذیر یک ستاره	۴۸
۱۶	تعداد جاذبه مذهبی	۳۳	مهمان‌پذیر دوستاره	۴۹
۱۷	مهمان‌پذیر سه ستاره			

مأخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان کرمان، ۱۳۹۳.

شناخت محدوده مورد مطالعه:

محدوده مورد مطالعه‌ی این پژوهش ۴۱ منطقه نمونه گردشگری استان کرمان می‌باشد که به طور کلی این مناطق بین ۲۸ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۲۷ دقیقه عرض شمالی و بین ۵۵ درجه و ۱۶ دقیقه تا ۵۸ درجه و ۱۵ دقیقه طول شرقی قرار گرفته‌اند (معاونت برنامه‌ریزی استانداری کرمان، ۱۳۹۱) که در ۱۳ شهرستان از ۲۳ شهرستان استان به طور نامنظم مکان‌یابی شده‌اند و روی هم رفته ۷۵٫۳ کیلومتر مربع برابر با ۴۱٫۴ درصد از وسعت استان را در برمی‌گیرند (گلاب زاده، ۱۳۹۱: ۱۲). (شکل شماره ۱).



شکل ۱- موقعیت جغرافیایی و سیاسی مناطق نمونه گردشگری در استان و شهرستان

یافته‌های تحقیق:

فاصله مناطق نمونه به امکانات و خدمات رفاهی:

به علت اهمیت امکانات و خدمات رفاهی در توسعه صنعت گردشگری در این قسمت به فاصله مناطق نمونه گردشگری استان کرمان به امکانات و خدمات رفاهی پرداخته‌ایم که علاوه بر ذکر خدمات و امکانات رفاهی دو شاخص دیگر که فاصله از مرکز شهرستان و فاصله از مرکز استان می‌باشد مورد بررسی قرار دادیم تا متوجه شویم آیا نزدیکی به مرکز استان یا شهرستان باعث برخورداری بیشتر مناطق از امکانات و خدمات می‌شود. (جدول شماره ۲).

جدول ۲- فاصله مناطق نمونه گردشگری استان کرمان به امکانات و خدمات رفاهی (کیلومتر)

مناطق	شهرستان	استان	واحد اقامتی	فرودگاه	راه‌آهن	پایانه
شهاداد	-	۱۰۰	بخش شهاداد	۱۱۵ (کرمان)	۱۱۵ (کرمان)	بخش شهاداد
قلعه دختر	-	-	خیابان چمران	۱۵ (کرمان)	۱۵ (کرمان)	۱۰ (کرمان)
خیر	۶۷ (بافت)	۲۱۶	۶۷ (بافت)	۱۶۰ (سیرجان)	۱۶۰ (سیرجان)	۶۸ (بافت)
میمند و ریسه	۳۰ (شهربابک)	۲۵۰	۳۰ (شهربابک)	۲۵۵ (کرمان)	۵۰ (خاتون آباد)	۳۰ (شهربابک)
کنارصندل	۱۰ (عنبرآباد)	۲۴۰	۲۸ (جیرفت)	۳۰ (جیرفت)	۱۲۵ (بم)	۲۸ (جیرفت)
کوهپایه فرخی	۳۱ (کرمان)	۳۱	۳۱ (کرمان)	۴۰ (کرمان)	۴۰ (کرمان)	۳۸ (کرمان)
راین	-	۱۰۰	خیابان معلم	۱۱۰ (کرمان)	۳۰ (راین)	۱۱۰ (کرمان)
سیرچ	۳۶ (شهاداد)	۶۰	دهستان سیرچ	۶۵ (کرمان)	۶۵ (کرمان)	۳۶ (شهاداد)
دهبکری	۴۸ (بم)	۱۵۰	۴۸ (بم)	۵۰ (بم)	۵۰ (بم)	۵۰ (بم)
طرز	۳۸ (راور)	۱۸۰	۳۸ (راور)	۱۸۵ (کرمان)	۱۲۰ (زرنند)	۴۰ (راور)
جوشان	۲۲ (گلباف)	۷۰	روستای جوشان	۷۵ (کرمان)	۷۵ (کرمان)	۷۵ (کرمان)
لاله زار	۷۵ (بردسیر)	۱۲۵	۷۵ (بردسیر)	۱۳۰ (کرمان)	۱۳۰ (کرمان)	۱۳۰ (کرمان)
دلفارد	۳۶ (جیرفت)	۱۷۰	روستای دلفارد	۴۰ (جیرفت)	۱۵۰ (بم)	۳۸ (جیرفت)
بندر هنزا	۳۰ (رابر)	۱۹۰	۳۰ (رابر)	۲۰۰ (کرمان)	۲۰۰ (کرمان)	۳۲ (رابر)
آبشار رود فرق	۵۰ (عنبرآباد)	۲۹۰	۷۰ (جیرفت)	۷۵ (جیرفت)	۲۰۰ (بم)	۳۳ (جیرفت)
غار طرنگ	۶۵ (بافت)	۲۳۰	۷۰ (بافت)	۱۶۵ (سیرجان)	۱۶۵ (سیرجان)	۷۵ (بافت)
ساردوئیه	۹۰ (جیرفت)	۱۵۰	بخش ساردوئیه	۹۳ (جیرفت)	۴۹ (راین)	۹۰ (جیرفت)
بندر دوساری	۱۵ (عنبرآباد)	۲۷۰	روستای دوساری	۳۵ (جیرفت)	۱۳۰ (بم)	۳۸ (جیرفت)
سکنج	۱۶ (ماهان)	۵۰	منطقه سکنج	۵۵ (کرمان)	۵۵ (کرمان)	۵۲ (کرمان)
کشیت	۸۰ (گلباف)	۱۵۰	۸۰ (گلباف)	۱۵۵ (کرمان)	۱۲۰ (راین)	۸۵ (گلباف)
غار ایوب	۷۰ (شهربابک)	۲۱۳	۷۰ (شهربابک)	۱۸۷ (رفسنجان)	۱۴۵ (احمدآباد)	۷۵ (گلباف)
جبالبارز	۶۰ (جیرفت)	۲۰۰	۶۵ (جیرفت)	۶۵ (جیرفت)	۱۵۰ (بم)	۶۴ (جیرفت)
طوبی	۱۹ (کرمان)	۱۹	۴ (جوپار)	۲۵ (کرمان)	۲۵ (کرمان)	۲۳ (کرمان)
راویز	۳۵ (کشکونیه)	۱۹۰	دهستان راویز	۸۲ (رفسنجان)	۲۹ (احمد آباد)	۸۰ (رفسنجان)
وامق آباد	۳۵ (کرمان)	۳۵	۳۵ (کرمان)	۴۵ (کرمان)	۴۵ (کرمان)	۴۰ (کرمان)
زیبانه	۲۰ (ماهان)	۵۵	منطقه زیبانه	۶۰ (کرمان)	۶۰ (کرمان)	۵۸ (کرمان)
گوغر	۴۴ (بافت)	۲۰۲	۴۴ (بافت)	۷۰ (سیرجان)	۷۰ (سیرجان)	۴۶ (بافت)
بیدخوان	۳۶ (بردسیر)	۹۵	۴۲ (بردسیر)	۱۰۰ (کرمان)	۱۰۰ (کرمان)	۴۲ (بردسیر)
ده لولو	۳۵ (کرمان)	۳۵	۴۰ (کرمان)	۴۵ (کرمان)	۴۵ (کرمان)	۴۳ (کرمان)
آسیاب آبی	۳ (کوهبنان)	۱۶۵	کوهبنان	۱۷۰ (کرمان)	۵۵ (زرنند)	۸ (کوهبنان)
سروستان	۲۰ (کرمان)	۲۰	۹ (ماهان)	۲۵ (کرمان)	۲۵ (کرمان)	۲۳ (کرمان)
داوران	۲۷ (رفسنجان)	۱۴۵	۲۷ (رفسنجان)	۳۵ (رفسنجان)	۳۵ (رفسنجان)	۳۵ (رفسنجان)
ماهان	۳۵ (کرمان)	۳۵	بخش ماهان	۴۲ (کرمان)	۴۲ (کرمان)	۴۰ (کرمان)
جوپار	۲۵ (کرمان)	۲۵	منطقه جوپار	۳۱ (کرمان)	۳۱ (کرمان)	۲۸ (کرمان)
ریگان	۴۵ (ترماشیر)	۲۹۰	۸۵ (بم)	۹۲ (بم)	۹۲ (بم)	۹۰ (بم)
بی بی حیات	۲۰ (چترود)	۸۵	۴۰ (زرنند)	۸۰ (رفسنجان)	۵۰ (زرنند)	۴۵ (زرنند)
عشق آباد	۱۶ (رابر)	۱۸۷	۱۶ (رابر)	۱۳۵ (جیرفت)	۱۵۵ (سیرجان)	۱۸ (رابر)
باغ سنگی	۴۰ (سیرجان)	۱۶۹	۴۲ (سیرجان)	۴۵ (رفسنجان)	۴۵ (رفسنجان)	۴۵ (رفسنجان)
ارگ جدید	۱۰ (بم)	۲۰۰	منطقه ارگ	۱۰ (بم)	۱۰ (بم)	۱۰ (بم)

پاریز	۷۰ (سیرجان)	۲۰۰	بخش پاریز	۷۵ سیرجان	۷۵ سیرجان
چترود	۵۲ (کرمان)	۵۲	۱۲ (شهرچترود)	۶۰ (کرمان)	۵۵ (کرمان)

مأخذ: آمار و اطلاعات ارائه شده از معاونت برنامه‌ریزی استانداری کرمان، ۱۳۹۲.

استخراج و نام‌گذاری عامل‌ها: در این قسمت برای نام‌گذاری عامل از مقدار بارهای عاملی استفاده شده است. **عامل اول:** زیرساخت اقامتی - فرهنگی: عامل اول دارای مقدار ویژه ۱۷/۴۷ می‌باشد که این عامل ۳۵/۶۵ درصد از کل واریانس شاخص‌های مناطق نمونه گردشگری را تبیین و محاسبه می‌کند. (جدول شماره ۳).

جدول ۳- متغیرهای بارگذاری شده در عامل اول (زیرساخت اقامتی-فرهنگی)

ردیف	شاخص	بار عاملی	ردیف	شاخص	بار عاملی
۱	پست	۵۷۶	۱۲	مهمان‌پذیر یک ستاره	۰/۹۹۰
۲	تعداد هتل	۰/۹۹۴	۱۳	مهمان‌پذیر دو ستاره	۰/۷۴۱
۳	تعداد اتاق هتل	۰/۹۹۳	۱۴	مهمان‌پذیر سه ستاره	۰/۹۹۰
۴	تعداد تخت هتل	۰/۹۹۲	۱۵	مهمان‌پذیر ممتاز	۰/۹۴۶
۵	هتل یک ستاره	۰/۹۹۰	۱۶	خانه معلم	۰/۵۲۰
۶	هتل دو ستاره	۰/۹۹۰	۱۷	تعداد جاذبه فرهنگی	۰/۶۸۸
۷	هتل سه ستاره	۰/۷۵۹	۱۸	تعداد آژانس‌های مسافرتی	۰/۹۷۴
۸	هتل پنج ستاره	۰/۹۹۰	۱۹	تعداد موزه	۰/۹۸۵
۹	تعداد مهمان‌پذیر	۰/۹۷۷	۲۰	تعداد سینما	۰/۹۹۰
۱۰	تعداد اتاق مهمان‌پذیر	۰/۹۸۱	۲۱	مرکز خرید	۰/۴۷۶
۱۱	تعداد تخت مهمان‌پذیر	۰/۹۷۴			

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

عامل دوم: خدماتی - درمانی: دارای مقدار ویژه ۳/۵۳ می‌باشد که ۷/۲۱ درصد از کل واریانس شاخص‌های مناطق نمونه گردشگری در استان کرمان را محاسبه و تبیین می‌کند. (جدول شماره ۴).

جدول ۴- متغیرهای بارگذاری شده در عامل دوم (خدماتی - درمانی)

ردیف	شاخص	بار عاملی	ردیف	شاخص	بار عاملی
۱	داروخانه	۰/۷۹۳	۳	بانک	۰/۸۳۳
۲	مطب	۰/۷۴۰	۴	دسترسی به آسفالت	۰/۵۴۴

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

عامل سوم: زیرساخت حمل و نقل: دارای مقدار ویژه ۲/۵۶ می‌باشد. این عامل ۵/۲۳ درصد از کل واریانس متغیر شاخص‌های مناطق نمونه گردشگری استان کرمان را تبیین و محاسبه می‌کند. (جدول شماره ۵).

جدول ۵- متغیرهای بارگذاری شده در عامل سوم (زیرساخت حمل‌ونقل)

ردیف	شاخص	بار عاملی	ردیف	شاخص	بار عاملی
۱	دسترسی به فرودگاه	۰/۸۶۲	۳	دسترسی به پایانه	۰/۸۳۱
۲	دسترسی به راه‌آهن	۰/۵۴۷			

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

عامل چهارم: جاذبه‌های تاریخی - مذهبی: دارای مقدار ویژه ۲/۲۳ می‌باشد. این عامل ۴/۵۶ درصد از کل متغیر شاخص‌های مناطق نمونه گردشگری را محاسبه و تبیین می‌کند. (جدول شماره ۶).

جدول ۶- متغیرهای بارگذاری شده در عامل چهارم (جاذبه‌های تاریخی - مذهبی)

ردیف	شاخص	بار عاملی	ردیف	شاخص	بار عاملی
۱	تعداد جاذبه‌های تاریخی	۰/۷۶۰	۲	تعداد جاذبه‌های مذهبی	۰/۸۰۶

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

عامل پنجم: آموزشی - بهداشتی: دارای مقدار ویژه ۲/۱۷ می‌باشد که ۴/۴۴ درصد از واریانس متغیر شاخص‌های مناطق نمونه گردشگری در استان را تبیین و محاسبه می‌کند. (جدول شماره ۷)

جدول ۷- متغیرهای بارگذاری شده در عامل پنجم (آموزشی - بهداشتی)

ردیف	شاخص	بار عاملی	ردیف	شاخص	بار عاملی
۱	خانه بهداشت	۰/۸۹۶	۲	مدارس	۰/۷۱۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

عامل ششم: زیرساخت ارتباطی - درمانی: دارای مقدار ویژه ۲/۰۹ می‌باشد که ۴/۲۷ درصد از کل واریانس متغیر شاخص‌های مناطق نمونه گردشگری را تبیین و محاسبه می‌کند. (جدول شماره ۸).

جدول ۸- متغیرهای بارگذاری شده در عامل ششم (زیرساخت ارتباطی - درمانی)

ردیف	شاخص	بار عاملی	ردیف	شاخص	بار عاملی
۱	مخابرات	۰/۷۷۷	۲	درمانگاه	۰/۸۰۲

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

عامل هفتم: زیرساخت‌های ورزشی: دارای مقدار ویژه ۲/۰۶ می‌باشد که این عامل ۴/۲۰ درصد از کل واریانس شاخص‌های مناطق نمونه گردشگری را تبیین و محاسبه می‌کند. (جدول شماره ۹).

جدول ۹- متغیرهای بارگذاری شده در عامل هفتم (زیرساخت‌های ورزشی)

ردیف	شاخص	بار عاملی	ردیف	شاخص	بار عاملی
۱	تعداد جاذبه ورزشی	۰/۹۱۲	۲	سالن ورزشی	۰/۴۶۳

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

عامل هشتم: زیرساخت خدماتی - امنیتی: طبق داده‌های جدول شماره ۱۰ این عامل دارای مقدار ویژه ۱/۹۰ می‌باشد که این عامل ۳/۹۸ درصد از کل واریانس شاخص‌های مناطق نمونه گردشگری در استان کرمان را تبیین و محاسبه می‌نماید.

جدول ۱۰- متغیرهای بارگذاری شده در عامل هشتم (زیرساخت خدماتی - امنیتی)

ردیف	شاخص	بار عاملی	ردیف	شاخص	بار عاملی
۱	پاسگاه	۰/۸۰۱	۲	اورژانس	۰/۶۶۷

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

عامل نهم: اقامتی - پذیرایی: بر اساس جدول شماره ۱۱ این عامل دارای مقدار ویژه ۱/۷۶ می‌باشد که این عامل ۳/۶۰ درصد از کل واریانس شاخص‌های مناطق نمونه گردشگری در استان کرمان را تبیین و محاسبه می‌نماید.

جدول ۱۱- متغیرهای بارگذاری شده در عامل نهم (اقامتی- پذیرایی)

ردیف	شاخص	بار عاملی	ردیف	شاخص	بار عاملی
۱	اجاره منزل و ویلا	۰/۴۸۳	۲	واحد پذیرایی	۰/۸۶۹

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

عامل دهم: زیرساخت تأمین انرژی: دارای مقدار ویژه ۱/۶۹ می‌باشد که این عامل ۳/۴۴ درصد از کل واریانس شاخص‌های مناطق نمونه گردشگری در استان کرمان را تبیین و محاسبه می‌نماید. (جدول شماره ۱۲).

جدول ۱۲- متغیرهای بارگذاری شده در عامل دهم (زیرساخت تأمین انرژی)

ردیف	شاخص	بار عاملی	ردیف	شاخص	بار عاملی
۱	گاز	۰/۸۰۷	۲	برق	۰/۴۲۲

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

عامل یازدهم: خدمات رفاهی- بهداشتی: بر اساس آمار جدول شماره ۱۳ این عامل دارای مقدار ویژه ۱/۶۷ می‌باشد که این عامل ۳/۴۰ درصد از کل واریانس شاخص‌های مناطق نمونه گردشگری در استان کرمان را تبیین و محاسبه می‌نماید.

جدول ۱۳- متغیرهای بارگذاری شده در عامل یازدهم (خدمات رفاهی- بهداشتی)

ردیف	شاخص	بار عاملی	ردیف	شاخص	بار عاملی
۱	آب	۰/۵۳۳	۳	آلاچیق و سکو	۰/۵۶۱
۲	کمپینگ	۰/۷۴۹	۴	سرویس بهداشتی	۰/۳۴۴

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

عامل دوازدهم: جاذبه‌های طبیعی: دارای مقدار ویژه ۱/۶۳ می‌باشد که این عامل ۳/۳۳ درصد از کل واریانس شاخص‌های مناطق نمونه گردشگری در استان کرمان را تبیین و محاسبه می‌نماید. (جدول شماره ۱۴).

جدول ۱۴- متغیرهای بارگذاری شده در عامل دوازدهم (جاذبه‌های طبیعی)

ردیف	شاخص	بار عاملی
۱	تعداد جاذبه-های طبیعی	۰/۶۲۲

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

عامل سیزدهم: تأمین سوخت: بر اساس داده‌های جدول شماره ۱۵ این عامل مقدار ویژه ۱/۴۱ می‌باشد که این عامل ۲/۸۸ درصد از کل واریانس شاخص‌های مناطق نمونه گردشگری در استان کرمان را تبیین و محاسبه می‌نماید.

جدول ۱۵- متغیرهای بارگذاری شده در عامل سیزدهم (خدمات تأمین سوخت)

ردیف	شاخص	بار عاملی	ردیف	شاخص	بار عاملی
۱	جایگاه پمپ بنزین	۰/۵۰۱	۲	جایگاه CNG	۰/۷۸۴

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۳.

رتبه‌بندی نهایی منطقه:

شاخص ترکیبی امتیاز عاملی: در جدول شماره ۱۶ متناسب با شاخص ترکیبی امتیاز عاملی به رتبه‌بندی مناطق نمونه گردشگری استان کرمان از نظر گردشگری و به صورت کلی پرداخته شده است.

جدول ۱۶- رتبه بندی نهایی مناطق نمونه گردشگری استان کرمان بر اساس شاخص ترکیبی امتیاز عاملی

رتبه	شاخص ترکیبی	مناطق نمونه	رتبه	شاخص ترکیبی	مناطق نمونه
۱۷	۱/۰۸	زیبایه	۴۱	-۷/۹۴	باغ سنگی و قلعه سنگ
۱۲	۱/۸۹	آسیاب‌های آبی	۳۷	-۴/۴۱	بندر هنزا
۳۵	-۳/۸۶	بی بی حیات	۲۴	-۰/۴۲	جوشان
۳۸	-۵/۲۵	بیدخوان	۳۱	-۳/۱۸	خبر
۱۴	۱/۷۰	داوران	۲۰	۰/۵۴	کوهپایه (ده لولو)
۳۰	-۲/۰۸	بندر دوساری	۴	۴/۴۱	راین
۲۷	-۱/۴۹	عشق آباد	۱۵	۱/۶۷	دهبکری
۹	۲/۸۸	جبالبارز	۲۳	-۰/۲۰	سیرچ
۲۶	-۰/۹۷	راویز	۷	۳/۵۳	شهداد
۳۶	-۴/۳۱	آبشار رودفرق	۲۹	-۱/۶۴	غار ایوب
۱۱	۲/۱۱	ساردوئیه	۲	۶/۹۲	جوپار
۲۲	۰/۱۶	سکنج	۳۹	-۵/۵۴	کشیت
۵	۴/۳۱	وامق آباد	۲۵	-۰/۶۳	کنارصندل
۱	۷/۴۶	قلعه دختر	۲۸	-۱/۵۴	کوهپایه (رشیدفرخی)
۶	۳/۷۵	ارگ جدید بم	۳۳	-۳/۵۲	گوغر
۱۳	۱/۷۷	پاریز	۱۸	۱/۰۷	لاله زار
۱۶	۱/۳۱	بندر چترود	۴۰	-۵/۶۵	میمند و ریسه
۳۴	-۳/۸۴	غار طرنگ	۲۱	۰/۲۵	دلفارد
۱۹	۰/۹۵	کمپکوبری ریگان	۱۰	۲/۶۱	سروستان
۸	۳/۲۷	ماهان	۳۲	-۳/۲۴	طرز
			۳	۶/۰۹	طوبی

منبع: یافته‌های تحلیلی تحقیق، ۱۳۹۳.

نتیجه‌گیری:

سطح‌بندی مناطق نمونه گردشگری به عنوان یک ابزار مدیریتی در برنامه‌ریزی گردشگری مطرح است و می‌تواند مناطق نمونه گردشگری را در حصول به توسعه پایدار گردشگری کمک نماید. از آنجایی که شاخص‌های توسعه گردشگری در هریک از مناطق نمونه گردشگری متفاوت است خود این امر باعث عدم پیشرفت و توسعه برخی از مناطق (مانند کشیت) شده است که برای رفع این مشکل ما می‌توانیم از طریق سطح‌بندی، مناطقی را که توان و قوت دارند شناسایی و قوت آن‌ها را بیشتر کنیم و همچنین مناطقی که دارای ضعف هستند بشناسیم و از طریق برنامه‌ریزی پایدار گردشگری ضعف مناطق را برطرف سازیم و زمینه توسعه پایدار آن‌ها را فراهم کنیم. لذا با توجه به اهمیت این موضوع پژوهش حاضر سعی بر سطح‌بندی مناطق نمونه گردشگری استان کرمان دارد. به منظور سطح‌بندی مناطق گردشگری استان کرمان ابتدا گویه‌های تعریف گردیده و بعد از جمع‌آوری داده‌ها از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی به منظور عامل بندی این گویه‌ها از تکنیک تحلیل عاملی استفاده گردید. نتایج حاصل از عامل بندی متغیرها نشان می‌دهد که ۴۹ گویه مورد مطالعه در ۱۳ عامل دسته‌بندی گردیده است که عبارت‌اند از: زیرساخت اقامتی- فرهنگی؛ زیرساخت‌های خدماتی- درمانی؛ زیرساخت حمل‌ونقل؛ جاذبه‌های تاریخی- مذهبی؛ زیرساخت‌های آموزشی- بهداشتی؛ زیرساخت ارتباطی- درمانی؛ زیرساخت‌های ورزشی؛ زیرساخت خدماتی- امنیتی؛

زیرساخت‌های اقامتی- پذیرایی؛ زیرساخت تأمین انرژی؛ خدمات رفاهی- بهداشتی؛ جاذبه‌های طبیعی و زیر ساخت‌های تأمین سوخت.

همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد توزیع و پراکندگی زیرساخت‌های گردشگری در بین مناطق نمونه گردشگری استان کرمان بسیار نامتعادل است و با قرار گرفتن منطقه نمونه قلعه دختر به عنوان رتبه اول، بیشترین سطح زیرساخت، امکانات و خدمات گردشگری را به خود اختصاص داده است، در حالی که در بسیاری از مناطق نمونه مانند میمند و ریسه و کشیت زیرساخت‌ها و امکانات گردشگری در سطح پایینی می‌باشد، همچنین بر اساس رتبه‌هایی که مناطق نمونه گردشگری استان کرمان به خود اختصاص داده‌اند، بالاترین رتبه‌ها به ترتیب مربوط به قلعه دختر، جوپار و طوبی می‌باشد که با توجه به این رتبه‌ها تحلیل بدست آمده را می‌توان اینگونه ذکر نمود: مناطقی که سطوح اول تا سوم را به خود اختصاص داده‌اند در فاصله کمتر از ۳۰ کیلومتری از مرکز استان قرار گرفته‌اند و نتیجه سطح‌بندی مناطق به این موضوع اشاره دارد که بیشترین شاخص‌های گردشگری در مناطقی توزیع شده که فاصله کمی با مرکز استان دارند در صورتی که سایر مناطق نمونه گردشگری مانند دلفارد، سیرچ و میمند و ریسه که به ترتیب در سطوح بیست و یکم، بیست و سوم و چهلم قرار دارند با وجود شرایط مناسب (از لحاظ جاذبه‌ها و موقعیت منحصر بفرد) در جذب گردشگر در رتبه‌های پایین‌تر قرار دارد و این فاصله زیاد با مرکز استان باعث شده است این مناطق از لحاظ امکانات و شاخص‌های گردشگری در مرتبه پایین قرار گیرند.

منابع و مأخذ:

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی و عبدالله آقاسی‌زاده (۱۳۸۸): «تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SOWT»، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال اول، شماره ۱، اصفهان، صص ۱۰۷-۱۲۸.
۲. احمدی، زینب (۱۳۸۸): امکان‌سنجی و برنامه‌ریزی توسعه اکوتوریسم در تالاب چغارخور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان.
۳. آقا محمدی، مهدی (۱۳۸۹): نقش مناطق نمونه گردشگری در توسعه پایدار مناطق عشایری (مطالعه موردی: مجتمع تفریحی توریستی تله‌کابین گنج‌نامه شهرستان همدان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
۴. بدری، سید علی و ارسطو یاری حصار (۱۳۸۸): «انتخاب مناطق نمونه گردشگری با استفاده از روش AHP در استان کهگیلویه و بویراحمد»، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۹۵، مشهد، صص ۸۴-۵۵.
۵. پاپلی‌یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی (۱۳۸۵): گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، سمت، چاپ اول، تهران.
۶. توکلی، مرتضی، کیانی، اکبر و صلاح حیدری (۱۳۸۹): «تأثیر مناطق نمونه گردشگری در محرومیت‌زدایی از دیدگاه اجتماعات محلی (مطالعه موردی: منطقه اورامان تخت کردستان)»، فصلنامه مطالعات و پژوهش‌های شهری- منطقه‌ای، سال دوم، شماره ۶، اصفهان، صص ۷۳-۹۴.
۷. جهانیان، منوچهر، نادعلی پور، زهرا (۱۳۸۸): مدیریت گردشگری (تعاریف، ماهیت و اجزا) انتشارات جهاد دانشگاهی تهران، چاپ اول، تهران.
۸. داس ویل، راجر (۱۳۸۴): مدیریت جهانگردی؛ مبانی، راهبردها و آثار، ترجمه: اعرابی، سید محمد و ایزدی، داوود، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ سوم، تهران.

۹. دهقانپور، علیرضا، رضایی، حجت و شریعه محمودی (۱۳۹۲): «رتبه‌بندی مراکز و واحدهای نمونه گردشگری به منظور تخصیص بهینه منابع (مطالعه موردی شهر ابرکوه)»، فصلنامه گردشگری و چشم‌انداز آینده، سال سوم، شماره چهارم، قشم، صص ۶۶-۵۳.
۱۰. سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹): مدل برنامه‌ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای، ترجمه: رنجبران و زاهدی، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان.
۱۱. شاکری، عباس و فریدون سلیمی (۱۳۸۵): «عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری در منطقه آزاد چابهار و الویت بندی آن‌ها با استفاده از تکنیک *AHP*»، پژوهشنامه اقتصادی، شماره ۲۰، تهران، صص ۱۳۰-۹۵.
۱۲. شمعی، علی و جعفر موسی‌وند (۱۳۹۰): «سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از مدل تاپسیس، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری- منطقه‌ای، سال اول، شماره ۴، زاهدان، صص ۴۰-۲۳.
۱۳. صابر، الهه و زینب صابر (۱۳۹۱): «بررسی اثرات گردشگری بر توسعه پایدار (موردی: استان کرمان)»، مجموعه مقالات اولین همایش ملی گردشگری دانشگاه آزاد اسلامی نجف‌آباد.
۱۴. ضیایی، محمود و مسلم شجاعی (۱۳۸۹): «سطح‌بندی مقصدهای گردشگری: واکاوی مفهومی نو در برنامه‌ریزی فضایی گردشگری»، فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۱۳، تهران، صص ۴۶-۲۵.
۱۵. غضنفرپور، حسن (۱۳۸۴): بررسی قابلیت‌ها و توان‌های استان کرمان در گردشگری، پایان‌نامه دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.
۱۶. فرج زاده اصل، منوچهر (۱۳۸۴): سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه‌ریزی توریسم، انتشارات سمت، تهران.
۱۷. کاظمی، محمد (۱۳۸۵): مدیریت گردشگری، انتشارات سمت، چاپ اول، تهران.
۱۸. کاظمی، مهدی (۱۳۸۷): «تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار، مجله جغرافیا و توسعه»، سال ششم، شماره ۱۲، زاهدان، صص ۱۰۰-۸۱.
۱۹. گلاب زاده، سید محمدعلی (۱۳۹۱): کرمان در آیین‌های گردشگری، انتشارات ولی، چاپ دوم، تهران.
۲۰. گی، چاک. وای (۱۳۸۵): جهانگردی در چشم‌اندازی جامع، ترجمه: پارساییان، علی و اعرابی، محمد، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ سوم، تهران.
۲۱. لی جان (۱۳۷۸): گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه: علی‌رضا رکن‌الدین افتخاری و معصومه صالحی امین، انتشارات شرکت چاپ و نشر بازگانی، چاپ اول، تهران.
۲۲. محلاتی، صلاح‌الدین (۱۳۸۰): درآمدی بر جهانگردی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، چاپ اول، تهران.
۲۳. مدهوشی، مهرداد (۱۳۸۲): «ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان»، فصلنامه پژوهش‌های بازگانی، شماره ۲۸، تهران، صص ۲۵-۵۸.
۲۴. معصومی اشکوری، سیدحسین (۱۳۸۷): اصول و مبانی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، انتشارات پیام، چاپ چهارم، تهران.

25. Hall, C. Mand et.al, (1999): "the geography of tourism and recreation", Rutledge.

26. Weaver, David and Lawton, Laura (2006): *Tourism Management, third edition*, Wiley publication.