

## بررسی و تحلیل فضاهای توریستی شهر تبریز به منظور برنامه‌ریزی توریسم در آن

مسعود تقوایی<sup>۱</sup>

امید مبارکی<sup>۲</sup>

### چکیده

یکی از مهم‌ترین فضاهایی که در میان مقصدهای گوناگون مورد توجه و بازدید گردشگران قرار می‌گیرد، شهرها می‌باشند. در این میان شهرهای پرجمعیت و تاریخی جاذب گردشگران بیشتری هستند. فضاهای شهری از دیرباز جذاب‌ترین فضاها به شمار می‌روند، زیرا شهرها پیشرفته‌ترین و کامل‌ترین سکونتگاه‌های انسانی بوده و دربردارنده مراکز مهم اقتصادی، علمی، تفریحی، پزشکی و غیره هستند. به طور ویژه شهرهای تاریخی - فرهنگی فرصت‌های بسیاری برای گردشگران براساس منابع موروثی و باستانی دارند، به همین جهت مهم‌ترین کانون‌های جذب گردشگران هستند. روش این تحقیق پیمایشی، توصیفی و براساس تحلیل محتوا بوده، و هدف آن بررسی فضاهای تاریخی - فرهنگی شهر تبریز و پتانسیل‌ها و محدودیت‌های موجود در این بخش از شهر است که می‌تواند نقش مؤثری در برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری این شهر داشته باشد.

برخی از یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که فضای توریستی تبریز تحت تأثیر فضای تاریخی شهر قرار گرفته و بیشتر بخش مرکزی شهر را پوشش می‌دهد. لذا این بخش از شهر با وجود موقعیت مکانی مناسب و نزدیکی به مراکز تجاری، خدماتی و اداری و داشتن تجهیزات و تأسیسات شهری، دچار مشکلات خاصی مثل آلودگی شدید هوا، فرسودگی ناوگان حمل و نقل شهری، کیفیت پایین تسهیلات و خدمات گردشگری است.

**واژگان کلیدی:** فضا، فضای توریستی، توریسم شهری، شهرهای تاریخی - فرهنگی، شهر تبریز.

## 1- مقدمه

روند مدرنیزاسیون از آغاز قرن هیجدهم با سرمایه‌گذاری‌های فراوان در شهرها و افزایش جمعیت در فضای آنها همراه بود که توسعه وسیع شهرنشینی را نیز سبب شد. این توسعه هر چند دربردارنده بسیاری از مزایا و عوامل رفاهی بود، اما مشکلاتی از قبیل ازدحام، آلودگی صوتی، سروصدا، هیجانات و ... را در پی داشت (ارمغان، 1386: 120). در چنین فضایی افزایش و توسعه وسایل حمل‌ونقل، کم شدن ساعات کار و افزایش دستمزدها که حاصل ماشینی شدن زندگی شهری بود، زمینه‌های گذران اوقات فراغت و روند گریز از محیط‌های شهری را مهیا کرد به گونه‌ای که همگام با توسعه شهرنشینی گردشگری نیز تعمیم یافت (رضوانی، 1374: 84). گردشگری از جریان‌هایی است که به خوبی بیانگر امور اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. گردشگری میل به استفاده از فضا در اوقات فراغت با انگیزه‌ها و اهداف مختلف است. گردشگری در یک کلیت در برگیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و کنش متقابل میان آنها است که در فضای جغرافیایی آثار مختلفی بر جای می‌نهد (Briedenhan, 2004: 7). گردشگری در پردازش فضایی الگوهای متفاوتی ارائه می‌دهد که هر کدام از آنها ساختار و عملکرد فضایی خاصی را در پی دارند. یکی از این الگوهای فضایی گردشگری شهری است (سقائی، 1385: 188).

گردشگری شهری سرآمد انواع گردشگری‌ها و پرمشتری‌ترین آنهاست؛ به طوری که با توجه به جایگاه ویژه شهر، در بسیاری از کشورهای موفق در این صنعت، شهر پایه و اساس توسعه گردشگری است. ایجاد و توسعه فضاهای شهری مناسب، بازسازی فضاهای متروک و مرده به قصد زنده کردن جنبه‌های کهن جامعه از جمله آثار توسعه گردشگری در فضاهای شهری است. فضاهای گردشگری شهری در شهرهای معاصر را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: 1- فضاهای مدرن یا جدید نظیر پارک‌ها، مراکز فروش مدرن، فرهنگسراها، میادین و پلاژها 2- فضاهای سنتی نظیر بازارها، امامزاده‌ها، گورستان‌ها، باغ‌ها، مساجد و سایر اماکن تاریخی (انوری آریا و نساج، 1386: 20). فضای توریستی شهر تبریز در گروه دوم قرار می‌گیرد. در واقع این شهر به دلیل داشتن جاذبه‌های متنوع مثل موزه‌ها، بناهای یادبود، مقبره‌ها، پارک‌ها، سالن‌های تئاتر و معماری‌های منحصر به فرد و تاریخی و مکان‌های

مربوط به حوادث مهم و افراد مشهور، از دیر باز دیار آشنای جهانگردان، سفرنامه‌نویسان، تجار و طالبان علم بوده است. سفرنامه‌های متعدد جهانگردان مسلمان و شرق‌شناسان غربی حکایت از جایگاه والای جغرافیایی، فرهنگی و تاریخی این سرزمین دارد. اما تا به حال شهر تبریز نتوانسته از مواهب اقتصادی و فرهنگی توریسم به نحو شایسته‌ای استفاده کند.

در واقع شناخت و بررسی فضای توریستی این شهر می‌تواند نقش مؤثری در ساماندهی و برنامه‌ریزی فضاهای توریستی متناسب با شرایط اجتماعی، طبیعی و فرهنگی و استفاده از ظرفیت‌های موجود داشته باشد.

### 1-1- اهمیت و ضرورت تحقیق

امروزه توریسم فراتر از یک صنعت به مثابه یک پدیده پویای جهانی و اجتماعی دارای پیچیدگی‌های خاص خویش است (حیدری چپانه، 1383: 26). هم اکنون بسیاری از کشورهای پیشرفته جهان، توریسم را بهترین راه اعتلای فرهنگ، ایجاد تفاهم بین‌المللی و دستیابی به درآمدهای سرشار اقتصادی می‌دانند (دخیلی کههنمویی، 1383: 4). در واقع مهم‌ترین هدف توسعه توریسم داخلی و خارجی، توسعه اقتصادی - اجتماعی نواحی مقصد است (Sharpley and Richard, 1977: 40) اهمیت سیر و سفر و توریسم در تعالی فرهنگی و تفاهم بین‌المللی سبب شده که مجمع عمومی سازمان ملل متحد، روز 29 سپتامبر (5 مهر) هر سال را روز جهانی «جهانگردی» اعلام کند. لذا جابه‌جایی و حرکت انسان‌ها، به جز تأثیرات فرهنگی و روحی ثمرات اقتصادی عظیمی به بار می‌آورد (محلای، 1380: 15). توسعه توریسم در شهر تبریز می‌تواند منافع زیر را در بر داشته باشد:

- 1- توسعه زیرساخت‌ها، حمل و نقل، انرژی و ارتباطات؛
- 2- فراهم آوردن زمینه مناسب برای توسعه و حمایت از صنایع؛
- 3- جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی به صورت مستقیم و غیرمستقیم؛
- 4- هموارسازی بستر مناسب برای افزایش درآمد ملی، توسعه فرصت‌های شغلی و ایجاد تحول مثبت در سایر بخش‌های اقتصادی؛
- 5- بهبود استانداردهای زندگی (Gantly, 2001: 37).

رسیدن تبریز به جایگاه مناسب در توریسم نیازمند توجه همه بخش‌های دولتی، سازمان‌های مرتبط با گردشگری و بخش خصوصی به این صنعت است. لذا توجه به توریسم شهری، می‌تواند نقش مؤثری در توسعه شهرها و نواحی داشته باشد.

## 1-2- پیشینه تحقیق

در مورد بررسی و شناخت فضای توریستی شهر تبریز تا به حال تحقیقی صورت نگرفته، اما تحقیقاتی که در رابطه با توریسم این شهر کار شده عبارتند از:

1- کردی، به مطالعه «برنامه‌ریزی توریسم شهری با تأکید بر توسعه پایدار» می‌پردازد. وی ابتدا به تحلیل وضع موجود گردشگری پرداخته، سپس توجه مسوولان به صنعت گردشگری و کسب درآمدهای ارزی و ایجاد اشتغال به صورت پایدار برای نیروی کار جوان این شهر و استفاده از جاذبه توریستی را برای توسعه شهر ضروری دانسته، و در پایان هم با استفاده از مدل SWOT به ارایه راهبردها و سیاست‌های مرتبط با برنامه‌ریزی گردشگری شهر تبریز پرداخته است (1381).

2- ولی‌زاده، با انجام تحقیق درباره «چالش‌های فرا روی صنعت توریسم در شهر تبریز» ابتدا به بررسی پتانسیل‌ها و قابلیت‌های گردشگری این شهر پرداخته، سپس به موانع و مشکلات موجود در توسعه صنعت گردشگری در این شهر اشاره کرده و در پایان هم برای گسترش توریسم شهری، به همکاری سازمان‌های مرتبط با این صنعت تأکید کرده است (1385).

3- اما شکویی و موحد به مطالعه «شناخت الگوی فضای توریستی شهر اصفهان با استفاده از سیستم GIS» پرداخته و سعی در شناخت فضای توریستی شهر اصفهان داشته‌اند، و در پایان هم نتیجه گرفته‌اند که فضای توریستی شهر اصفهان تحت تأثیر فضای تاریخی شهر قرار گرفته و بخش مرکزی شهر را پوشش می‌دهد (1381).

در این مقاله سعی شده، ضمن استفاده از نتایج تحقیقات صورت گرفته در این زمینه، با دیدی جغرافیایی و سیستماتیک الگوی فضای توریستی شهر تبریز بررسی و تبیین شود.

**1-3- اهداف تحقیق**

1- ارزیابی پتانسیل‌های توریستی (جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی) شهر تبریز؛

2- شناخت فضای توریستی شهر تبریز؛

3- شناسایی مشکلات و مسائل موجود در فضای توریستی شهر.

**1-4- محدوده مورد مطالعه**

تبریز مرکز استان آذربایجان شرقی، در منطقه‌ای به وسعت 150 کیلومتر مربع گسترده شده است. این شهر از شمال به کوه عینالی، از غرب به جلگه تبریز و از جنوب به دامنه‌های کوه سه‌سهند محدود شده است. دارای زمستان‌های سرد و سخت و طولانی بوده و به علت وجود سلسله کوه‌های غربی ایران که چون سد مانع نفوذ هوای مرطوب مدیترانه به داخل ایران می‌گردد، بارندگی‌ها اکثراً به صورت برف بوده و به طور کلی در این منطقه فصل بهار کوتاه فصول زمستان و تابستان را از هم جدا می‌سازد (زنده‌دل، 1373: 54).

شهر تبریز بر اساس سرشماری سال 1385 حدود 1398060 نفر جمعیت داشته و براساس مصوبه شورای عالی معماری و شهرسازی ایران به عنوان یکی از شش شهر فرهنگی و تاریخی کشور به ثبت رسیده است (کردی، 1381: 84).

**2- دیدگاه‌ها و نظریات**

مفهوم فضا در جغرافیا به طور علمی از دهه 1950، با مقاله فردکورت شیفر<sup>1</sup> در مورد (استثناگرایی در جغرافیا) وارد ادبیات جغرافیایی شد (شکوئی، 1386: 286). فضا یکی از نشانگرها و شاخص‌های جغرافیایی است و اغلب به عنوان مفهومی کلیدی از طرف جغرافیدانان مختلف، اعم از طبیعی و انسانی به آن نگریسته می‌شود (پورا احمد، 1385: 77).

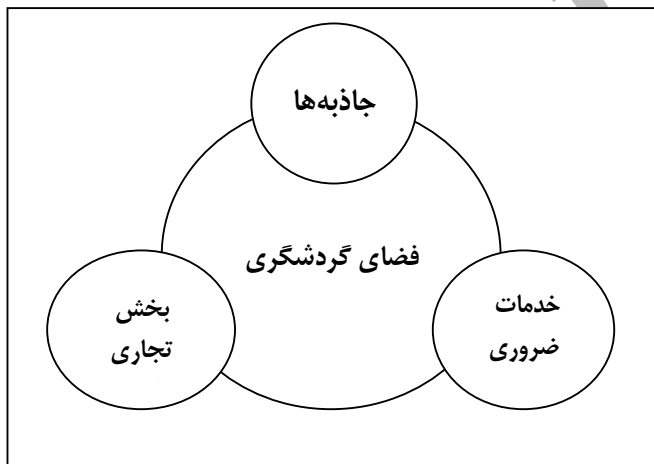
ژان باستیه<sup>1</sup> و برناردز<sup>2</sup> فضای شهری را این چنین تعریف می‌کنند: فضایی است تاریخی با تمام گذشته‌ای که آثاری از خود بر جای گذاشته: نشانه‌های باستان‌شناسانه، مرزبندی اراضی، مسیر راه‌ها، سازماندهی فضا، یادمان‌ها و نقاط نمادین تا خاطرات جمعی، سنت‌ها و پندارها، تمام این میراث با وجود غیرفعال بودنش، مولد نیروی پایدار است و نقش اساسی بازی می‌کند (ژان باستیه و برناردز، 1382: 18). اشکال مختلف اجتماعی با فرهنگ و آداب و رسوم متفاوت، جاذبه‌های مهمی را به وجود می‌آورند که انگیزه شناخت و دیدن آنها انسان را به محیط‌های اجتماعی بکر و جدید می‌کشاند. هر چه فضای توریسم شکل گرفته اصیل و از فرهنگ و آداب و رسوم قدیمی برخوردار باشد، جاذبه بیشتری را برای گردشگران به وجود می‌آورد. یکی از موارد مورد توجه گردشگران، فضای تاریخی شهرهاست. فضایی که با توجه به بافت آن به عنوان یک چالش بزرگ در جهت توسعه شهری از آن یاد می‌شود. اما فضای توریستی بخشی از فضای شهری است که منابع توریستی در آن وجود دارد و الگوی رفتاری گردشگران تابعی از منابع گردشگری مانند: جاذبه‌ها، محل اقامت، امکانات و خدمات است که تبلور آن فضای توریستی را شکل می‌دهد (سکوئی و موحد، 1381: 52). منابع گردشگری از سه بخش عمده تشکیل می‌شود: عناصر اولیه گردشگری که در واقع عوامل اصلی جذب گردشگر به شمار می‌آید و شامل مکان‌های قابل بازدید، مانند: آثار تاریخی، خیابان‌های تاریخی، بوستان‌ها و فضای سبز و غیره است؛ هم چنین مکان‌هایی که برای فعالیت‌های گردشگری ساخته شده‌اند، مانند: سینما، تئاتر، کنجینه، گالری‌های هنری و ... بخش دوم، عناصر ثانویه گردشگری شامل تأسیسات اقامتی و فروشگاه‌ها و ... بخش سوم، عناصر دیگری هستند که کار راهنمایی و خدمات گردشگری را انجام می‌دهند؛ مانند اداره راهنمایی گردشگری و غیره (موحد، 1386: 43).

اگر ساختار فضایی توریسم شهری را از نظر چیدمان فیزیکی کاربری زمین یا بعد مکانی بررسی نماییم، عامل اول و دوم ذکر شده در بالا مهم‌ترین عناصر ساختاری هستند؛ زیرا قرارگیری جاذبه‌ها در فضای شهری، کوچکی یا گستردگی فضای توریسم شهری را تعیین

1- Jean Bastie

2- Bernard Desert

می‌کنند و همچنین تأسیسات اقامتی در ابعاد این فضا مؤثر است. البته بعد اجتماعی شهرهایی که دارای فرهنگ و آداب و رسوم خاص هستند و به عنوان یکی از جاذبه‌های شهری مطرح می‌گردند، نباید فراموش گردد (Law, 1996: 112).



شکل شماره (1) الگوی فضای توریستی، ترکیب بخش تجاری، تاریخی، خدمات و گردشگری (منبع: موحد، 1386: 44)

## 2-1- شهرهای تاریخی - فرهنگی

شهرها از نظر توریستی انواع مختلفی دارند؛ مثل، شهرهای زیارتی (مذهبی)، فرهنگی - تاریخی، شهرهای درمانی، آسایشگاهی، شهرهای ساحلی و... (دیناری، 1384: 95). شهر تبریز (به دلیل داشتن منابع تاریخی و فرهنگی فراوان، مرکزیت اداری، درمانی، موقعیت جغرافیایی و اقلیم) در گروه شهرهای تاریخ- فرهنگی قرار می‌گیرد.

شهرهای تاریخی و فرهنگی با دارا بودن شواهد و ارزش‌های والای فرهنگی، جزئی از هویت اجتماعی و شناسنامه ملی هر قوم و کشور محسوب می‌شوند. این کالبد باید به عنوان یادگاری از گذشته و پیشینه جمعی ما، به مثابه گنجینه‌ای ارزشمند و به عنوان یک سرمایه

فرهنگی محفوظ باقی بماند. به عبارتی، ثروتی به میراث مانده و امانتی ارزشمند است که نیازمند توجه و تأکید خاص است (ارمغان، 1386: 129). از سویی ارزش‌های شهرهای تاریخی را نباید صرفاً منحصر به ارزش تاریخی و فرهنگی آنها دانست. بافت‌های کهن جزئی از پیکره و بدنه شهرها هستند و دارای ارزش‌های کالبدی، عملکردی و اقتصادی‌اند. که با قابلیت‌ها و توان‌های بالقوه خود یک سرمایه اقتصادی نیز محسوب می‌شود (نریمانی، 1379: 15). فضای توریستی شهرهای تاریخی و فرهنگی با مسائل و تنگناهای خاصی روبه‌رو هستند؛ زیرا عواملی نظیر بافت‌های تاریخی، معماری، مسأله حفاظت و میراث فرهنگی، سنت‌ها و عرف اجتماعی مردم و انبوه گردشگران و نظارت دولت و مجامع بین‌المللی و افکار عمومی جامعه، برنامه‌ریزی و اجرای آن را در این فضاها مشکل کرده است. شهرهای تاریخی هم به مثابه سایر شهرها، نیازمند به زیر ساخت‌های شهری بوده و بعضاً بیش از سایر شهرها، نیازمند آن هستند ریال به طوری که باید علاوه بر ساکنان شهری، میهمانان (گردشگران) را هم از امکانات و خدمات شهری بهره‌مند سازد. از همین جهت است که نوعی تقابل و دوگانگی در برنامه‌ریزی چنین شهرهایی دیده می‌شود. از یک سو ما نیازمند به توسعه شهری و امکانات و خدمات شهری بیش از ساکنان شهری هستیم، و از سوی دیگر هویت و بافت تاریخی شهر باید حفظ گردد. از یک سو باید از تخریب و فرسودگی شهر و آثار و جاذبه‌های شهری جلوگیری کنیم و از سوی دیگر پذیرای انبوه گردشگران باشیم (موحد، 1386: 163).

بافت‌های تاریخی با توسعه فعالیت‌ها و فضاهای گردشگری در حفظ بناها و عناصر تاریخی خود موفق می‌شوند و حضور روز و شب شهروندان و گردشگران را امکان‌پذیر می‌سازند. حضور مردم، جوانان و نوجوانان، جشن‌ها، انواع تظاهرات اجتماعی، برپایی نمایش‌ها و معرفی هر آنچه مظهر تنوع فرهنگی و قومی یک ملت با تاریخ هزاران ساله است. تمام این جلوه‌ها در رشد و ارتقای فرهنگ و دانش یک شهر مؤثر است. در چنین فضاهایی، زمینه‌ساز رشد صنعت گردشگری و جذب گردشگران داخلی و خارجی است. از این رو اقتصاد مرکز شهر با صنعت و فعالیت‌های گردشگری شکل می‌گیرد و حیاتی تازه می‌یابد (انوری آریا و نساج، 1386: 125).



مهم‌ترین قابلیت‌ها و توان‌های بافت تاریخی شهر تبریز از نظر توریستی عبارتند از:

- 1- موقعیت مکانی مناسب و استقرار در مرکز شهر؛
- 2- همجواری با مراکز تجاری و خدماتی و اداری شهر؛
- 3- دارا بودن پتانسیل و قابلیت‌های بالقوه و سرمایه‌گذاری اقتصادی و فرهنگی؛
- 4- دارا بودن منابع خدماتی، تأسیساتی و تجهیزات شهری؛
- 5- امکان بهره‌برداری مناسب از قابلیت‌ها و توان‌های بالقوه در این بخش؛
- 6- دارا بودن سرمایه‌ها و ارزش‌های گراندقدر تاریخی، فرهنگی و توریستی.

### 3- روش تجزیه و تحلیل SWOT

Swot حرف اول چهار کلمه انگلیسی بامعادل فارسی قوت<sup>1</sup>، ضعف<sup>2</sup>، فرصت<sup>3</sup> و تهدید<sup>4</sup> است (زیاری، 1383: 238). تجزیه تحلیل Swot شناسایی نظام‌مند عواملی است که راهبرد، باید بهترین سازگاری را با آنها داشته باشد. منطق رویکرد مذکور این است که راهبرد اثربخش باید قوت‌ها و فرصت‌های سیستم را به حداکثر برساند، ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل برساند. این منطق اگر درست به کار رود نتایج بسیار خوبی برای انتخاب و طراحی یک راهبرد اثربخش خواهد داشت (حکمت‌نیا و موسوی، 1385: 293).

مدل Swot یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سیستمی با فرصت‌ها و تهدیدات برون سیستمی است. مدل Swot تحلیل سیستماتیکی را برای شناسایی این عوامل و انتخاب استراتژیی که بهترین تطابق بین آنها را ایجاد می‌نماید، ارائه می‌دهد. از دیدگاه این مدل یک استراتژی مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل می‌رساند. در واقع نقطه کلیدی این مدل، تجزیه تحلیل دامنه‌ای از

- 
- 1- Strength
  - 2- Weak
  - 3- Opportunity
  - 4- Threat

همه جنبه‌های موقعیتی سیستم و در نتیجه فراهم‌کننده چارچوب مفیدی برای انتخاب راهبرد است (همان، 294).

تحلیل Swot در قالب جداول طراحی شده و مراحل آن به صورت زیر انجام می‌شود:

- 1- تهیه فهرستی از فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف و در قالب جدول؛
- 2- تشریح و تفسیر هر یک از فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف در قالب (تحلیل برنامه‌ریزی توسعه فضایی ناحیه‌ای به روش Swot).

جدول شماره (1) ماتریس Swot و نحوه تعیین استراتژی‌ها

نقاط ضعف	نقاط قوت	ماتریس Swot
W	S	
استراتژی	استراتژی	فرصت‌ها
WO	SO	O
استراتژی	استراتژی	تهدیدها
T	ST	T

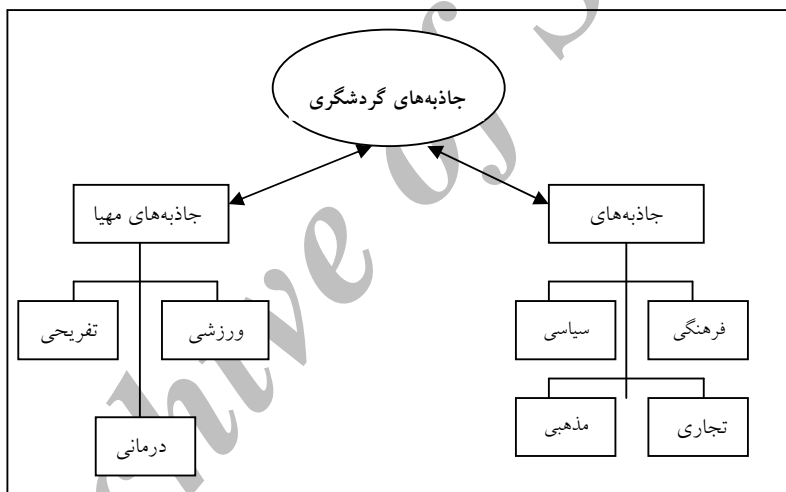
منبع: افتخاری و مهدوی، 1384: 9

#### 4- جاذبه‌های گردشگری تبریز

جاذبه‌های گردشگری عمده‌ترین عامل جذب گردشگر یا ایجاد فضای گردشگری است. جاذبه‌ها را می‌توان در دو سطح مورد شناسایی قرار داد: 1- جاذبه‌های مهیا 2- جاذبه‌های نامهیا.

جاذبه‌های مهیا شامل عوامل طبیعی از قبیل آب و هوای خوش، مناظر مطلوب، امکان ماهیگیری، دریانوردی، اسکی روی آب، آب‌های گرم معدنی، امکان کوهنوردی و اسکی، شکار و غیره می‌باشد.

اما جاذبه‌های نامهیا به عواملی گفته می‌شود که به دست بشر ساخته می‌شود و از آنها برای جلب گردشگران استفاده می‌شود. مانند موزه‌ها، آثار باستانی و تاریخی، نمایشگاه‌ها، فستیوال‌ها و غیره (سازمان جهانی جهانگردی، 1379: 19).



شکل شماره (2) انواع جاذبه‌های گردشگری (منبع: کردی، 1381: 32)

اما جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی در بخش جاذبه‌های نامهیا قرار می‌گیرد که خود در پنج مقوله قابل بررسی است:

- 1- جاذبه‌های مذهبی مثل مساجد، کلیساها، معابد، مدارس دینی، مقبره‌ها و زیارتگاه‌ها؛
- 2- جاذبه‌های شهری مثل پل‌ها، کاروانسراها، حمام‌ها، بازارها و تکیه‌گاه‌ها؛
- 3- جاذبه‌های نظامی مثل دژها، رزمگاه‌ها، قلعه‌ها و برج و باروها؛
- 4- جاذبه‌های مسکونی مثل عمارت‌ها، قصرها، باغ‌ها و منازل شخصی؛

5- جاذبه‌های ناملموس فرهنگی (حیدری چیا، 1383: 146).

#### 4-1- جاذبه‌های مذهبی تبریز

مسجد جامع (مجموعه پنج مسجد بزرگ و تاریخی)، مسجد کبود، مسجد ظهیریه، مسجد اوج گوزلی (سه چشمه)، مقبره‌الشعرا، مقبره دو کمال، بقعه صاحب‌الامر، کلیسای ارامنه به نام مریم مقدس، مدرسه صادقیه، مدرسه اکبریه و... (ولی‌زاده، 1385: 112).

#### 4-2- جاذبه‌های شهری

مجموعه بازار تبریز، بازار امیر، تیمچه مظفریه، ائل‌گلی (شاه‌گلی سابق)، پل‌های تاریخی بر روی مهران‌رود (پل آجی‌چای، پل سنگی، پل قاری) و کاروانسراهای موجود در شهر (کردی، 1381: 118).

#### 4-3- جاذبه‌های نظامی

ارگ علیشاه و برج خلعت‌پوشان.

#### 4-4- جاذبه‌های مسکونی

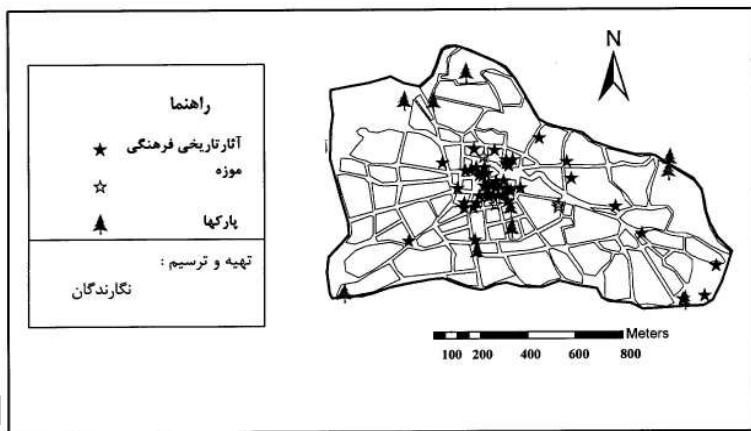
کاخ شهرداری تبریز، بقایای عمارت ربع‌رشیدی، خانه مشروطیت، خانه امیرنظام گروسی، خانه ادبی شهریار، خانه پروین اعتصامی، باغ‌لارباغی، باغ صاحب‌آباد و... (مخلصی، 1371: 89).

#### 4-5- جاذبه‌های ناملموس فرهنگی

این جاذبه‌ها و آثار، بخش عمده‌ای از جذابیت‌های توریستی را شامل می‌شوند که در مجموع بیانگر تنوع فرهنگی و منعکس‌کننده هویت ایرانی است. این گروه از جاذبه‌ها اغلب مورد توجه مردم‌شناسان، محققان و مستشرقان است که آداب و رسوم، سنت‌ها، مراسم ویژه، آئین‌ها، جشنواره‌های محلی، پوشش‌ها، غذاها، گویش‌ها، زبان‌های محلی، موسیقی بومی و

ستنی و سایر عناصر فرهنگی مختص هر ناحیه مانند صنایع دستی، مهم‌ترین این جاذبه‌ها را شامل می‌شوند (حیدری چپانه، 1383: 147).

فرهنگ مردم تبریز همچون دیگر فرهنگ‌ها در ارتباط با عوامل متعدد جغرافیایی و اقتصادی، از ویژگی‌های منحصربه‌فردی برخوردار است. لذا عمده‌ترین ویژگی فرهنگ مردم این خطه، تکوین زبان و ویژگی‌های فولکلوریک آن است که به نحوی در مراسم و سنن برجسته قومی انعکاس یافته است. از دیگر ویژگی‌های ناملموس فرهنگی در این منطقه، موسیقی بومی است. که از روزگاران کهن تا کنون در حیات «عاشیق‌ها» خلاصه می‌شود. عاشیق‌ها هنرمندانی هستند که به طور خود ساخته از میان مردم برخاسته‌اند و با هنر اصیل و نوای دلنشین ساز خود که همراه با ترانه‌های دلپذیر و متناسب با شرایط مراسم است به ترنم در می‌آید (زنده‌دل و دستیاران، 1376: 75). از صنایع دستی تبریز هم، می‌توان از فرش، نقره‌سازی، سبذبافی، کفشدوزی و قلاب بافی را نام برد.



نقشه شماره (1) چگونگی پراکنش فضایی جاذبه‌های گردشگری در شهر تبریز

همان طور که نقشه شماره 1 نشان می‌دهد؛ بیشتر جاذبه‌های گردشگری (تاریخی- فرهنگی) شهر تبریز در بخش مرکزی و اطراف آن جمع شده‌اند. به عبارت بهتر؛ فضای توریستی شهر، بیشتر بخش مرکزی و تاریخی آن را پوشش می‌دهد. که این نیازمند توجه

خاص مسؤولان و سازمان‌های مرتبط با صنعت گردشگری، به این بخش از شهر است که با ایجاد امکانات و خدمات در این بخش از شهر به گردشگران، بتوانند نسبت به پویایی و احیای بخش مرکزی شهر کمک کنند.

### 5- تجهیزات و تسهیلات گردشگری در شهر تبریز

یکی از عوامل مهم در جذب گردشگر وجود تجهیزات و تسهیلات گردشگری می‌باشد. این تأسیسات واحدهایی هستند که به قصد ارائه خدمات و انتفاع برای پذیرایی، اقامت و خدمات مسافرتی به مسافران یا میهمانان طبق ضوابط و مقررات آئین‌نامه مربوط به تأسیسات گردشگری کشور ایجاد می‌شوند (دیناری، 1384: 82).

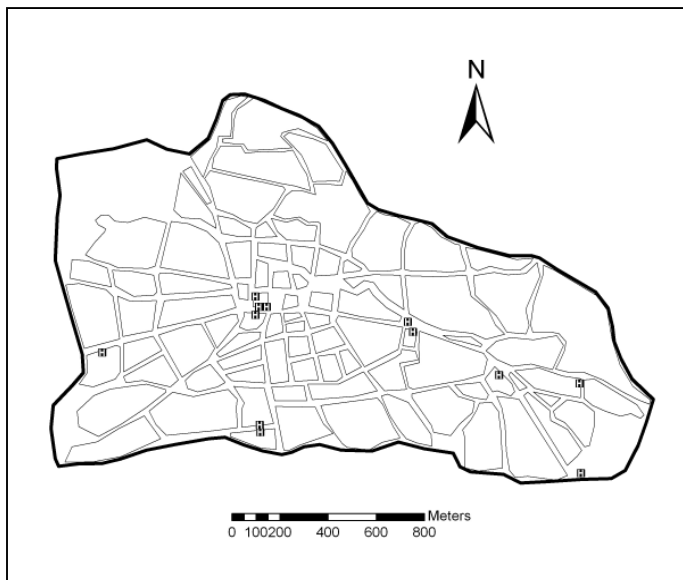
شهر تبریز به علت مرکزیت استان و داشتن پیشینه و سابقه در مدنیت از امکانات خوبی برخوردار است هر چند در امر توسعه گردشگری، نیاز به گسترش امکانات و تجهیزات کاملاً مشهود است. امکانات و تسهیلات گردشگری در تبریز عبارتند از: هتل‌ها و مهمانپذیرها، ارتباطات پستی و مخابراتی، دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی، شبکه‌های ارتباطی، پذیرایی بین راهی.

### 5-1- هتل‌ها و مهمان پذیرها

تبریز به علت موقعیت خاص جغرافیایی و تاریخی و یکی از شهرهای باستانی که بیشتر مورد توجه گردشگران داخلی و خارجی است. امکانات و پتانسیل‌های لازم، برای تأمین رفاه گردشگران را دارد و دارای تجهیزات گردشگری مناسبی در این بخش است.

جدول شماره (2) هتل‌ها و مهمانپذیرهای تبریز

نام هتل‌ها	درجه	تعداد مهمان پذیر	درجه
اژگل، شهریار	5 ستاره	4	1
تبریز، گسترش، پتروشیمی	4 ستاره	25	2
دریا، آذربایجان، کوثر	3 ستاره	19	3
سینا، ارک، مروارید، پارک	2 ستاره	-	-



نقشه شماره (2) چگونگی پراکنش فضایی هتل‌ها در شهر تبریز

### 5-2- کمپ‌های گردشگری

شهر تبریز در فصل تابستان، بیشترین گردشگر و جهانگرد داخلی و خارجی را نسبت به دیگر شهرهای کشور می‌پذیرد و ضروری به نظر می‌رسد که به دلیل تراکم مسافر و جهانگرد در هتل‌های شهر، و استفاده از آب و هوا، چشم‌انداز و محیط فرحناک ائل‌گلی در تابستان، یک کمپ گردشگری در آن ایجاد گردد. کمپ گردشگری ائل‌گلی در ضلع جنوب شرقی ائل‌گلی، در میان درختان زیبا و گل‌های زینتی در روی یک سکوی بلند ساخته شده است.

### 5-3- پذیرایی بین راهی

تبریز یکی از مهم‌ترین شهرهای آذربایجان و مرکز آن بوده و در ردیف کلان شهرهای ایران است که به طور استثنای دارای ارزش ارتباطی بین استان‌ها و کشورهای همسایه است.

استان‌های همجوار چون زنجان، اردبیل، آذربایجان غربی، کردستان و همدان و کشورهای همسایه نظیر روسیه، قفقاز، نخجوان، ارمنستان، جمهوری آذربایجان، ترکیه و اروپا به شهر تبریز به عنوان یک چهار راه ارزشمند و به آذربایجان به عنوان یک استان بزرگ و مهم منطقه‌ای حالت ویژه‌ای بخشیده‌اند (سعیدیان، 1367: 46).

مشهورترین و مرتب‌ترین رستوران‌ها و مهمان‌پذیرهای بین راهی در جاده ترانزیتی تبریز- زنجان- تهران، به علت کثرت وسایط نقلیه و مسافران داخلی و خارجی است که می‌توان از مهمانپذیری رستوران‌های سعیدآباد، یوسف‌آباد، بستان‌آباد، تیکمه‌داش، قره‌چمن، کوهسالار و ... نام برد. در مسیر تبریز به مرند- خوی- بازرگان جالب‌ترین مهمانپذیری و رستوران بین‌راهی در دامنه بیلاقی میشو در سیوان، یام، صوفیان، مرند، قرخلار، سه راهی خوی، ایواوغلی، مراکان، سیه چشمه واقع شده‌اند. جاده تبریز به صوفیان و شبستر تا آذرشهر و آذربایجان غربی، دارای رستوران‌های بین راهی مناسب در شهر صوفیان، دیزج‌خلیل، اتوبان شبستر، کوزه‌کنان و طسوج واقع شده‌اند. در مسیر تبریز به سراب و اردبیل رستوران‌های بین راهی در پارک شهر، دوزدوزان، مهربان، سراب، نیر، سرعین و ... قرار دارند. در مسیر تبریز به کردستان و مرز عراق رستوران‌های بین راهی در ایلخچی، آذرشهر، عجب شیر، بناب، ملکان، میان‌دوآب، بوکان و سقز هستند (کردی، 1381: 123).

#### 5-4- شبکه‌های ارتباطی

شبکه‌های ارتباطی به عنوان شریان‌های حیاتی یک سرزمین می‌تواند نقش مهمی در توسعه آن داشته باشد به ویژه در بخش توریسم، وجود شبکه‌های ارتباطی (زمینی، هوایی و ...) مناسب می‌تواند در جذب و رضایت شهروندان بسیار مهم باشد. شهر تبریز هم از شبکه‌های ارتباطی مناسبی برخوردار است که می‌تواند در توسعه توریسم این شهر مفید باشد که در زیر به تعدادی از آنها اشاره می‌گردد:

#### 5-4-1- شبکه‌های ارتباطی زمینی

1- جاده ارتباطی در محور تبریز- مرند- جلفا به جمهوری آذربایجان، نخجوان و ارمنستان؛



- 2- جاده ارتباطی در محور تبریز - مرند - خوی - ماکو - بازرگان - ترکیه - اروپا؛
- 3- جاده ارتباطی در محور اهر - کلیبر - مغان - خداآفرین و مرز آذربایجان؛
- 4- جاده ارتباطی در محور تبریز - آذرشهر - بناب - میاندوآب - کردستان و عراق؛
- 5- جاده ارتباطی در محور تبریز - بستان آباد - میانه - قزوین و تهران؛
- 6- جاده ارتباطی در محور تبریز - سراب - اردبیل - آستارا و گیلان؛
- 7- جاده ارتباطی در محور تبریز - شبستر - سلماس و ارومیه (زندهدل، 1373: 86).

اما شبکه ارتباطی درون شهری، به لحاظ قرار گرفتن تبریز در یک چهار راه مهم ارتباطی بین ایران و استان‌ها و کشورهای همجوار دارای گسترده‌ترین شبکه ارتباطی (خیابان‌های اصلی و فرعی)، جاده ارتباطی ترانزیتی است که مراکز مهم اقتصادی، خدماتی، صنعتی، فرهنگی و تولیدی شهر را به یکدیگر مربوط می‌سازد.

#### 5-4-2- شبکه ارتباطی راه آهن

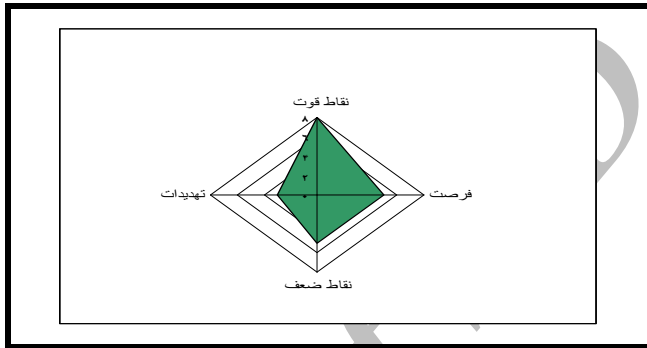
- 1- راه آهن تبریز به مرند و جلفا و مرز جمهوری آذربایجان و نخجوان؛
  - 2- راه آهن تبریز به صوفیان، شبستر، سلماس، قطور، مرز ترکیه و اروپا؛
  - 3- راه آهن تبریز به مراغه، میانه، زنجان، قزوین و تهران.
- از لحاظ شبکه ارتباطی هوایی هم می‌توان از فرودگاه بین‌المللی تبریز نام برد که یکی از مجهزترین فرودگاه‌های ایران است و با تمام فرودگاه‌های بین‌المللی ایران، خاورمیانه و حتی اکثر نقاط جهان ارتباط هوایی دارد (کردی، 1381: 121).

## 6- تجزیه تحلیل نقاط قوت و ضعف در فضای توریستی شهر تبریز با استفاده از مدل SWOT

جدول شماره (3) نظام تجزیه و تحلیل SWOT

عناصر کلیدی	نقاط قوت	نقاط ضعف	فرصت‌ها	تهدیدات
منابع گردشگری	- وجود آثار تاریخی و تمدن‌های قدیمی در شهر تبریز که سابقه 3 تا 4 هزار ساله دارند. - جاذبه‌های غنی فرهنگی در این شهر - تنوع آب و هوایی و چشم اندازهای طبیعی زیبا و متنوع در شهر و اطراف آن - تنوع قومی - اجتماعی و روحیه میهمان نوازی مردم منطقه	- نبود لیستی از جاذبه‌های بالقوه و بالفعل گردشگری در شهر تبریز - عدم دسترسی به ساحل و دور بودن تبریز از سواحل محدودیت‌های ناشی از شرایط آب و هوای سرد تبریز در فصول پاییز و زمستان - عدم استفاده از مدیریت پایدار در بخش گردشگری شهری	- وجود جاذبه‌های گردشگری توسعه‌یافته و قابل توسعه باقی مانده در شهر و اطراف آن مثل، جاذبه‌های کهنوردی و اسکی بازی - وجود تسهیلات گردشگری و تجاری برای گردشگران ورودی از آسیای میانه و خاورمیانه - وجود تولیدات صنعتی و صنایع دستی متنوع و جاذب گردشگران مثل فرش تبریز	- ناتوانی سیستم برنامه‌ریزی گردشگری شهر تبریز برای استفاده از مدیریت پایدار در بخش گردشگری شهری - آب و هوای بسیار سرد و طاقت فرسا در فصول سرد (پاییز و زمستان) - بی‌ثباتی سیاسی در کشورها و اطراف و گردشگر فرست به شهر تبریز مثل آذربایجان، ارمنستان و ترکیه
حمل و نقل و دسترسی	- موقعیت استراتژیک شهر تبریز در مرکز تلاقی راه‌های شرق و غرب اروپا و آسیا - شبکه گسترده حمل و نقل جاده ای، ریلی و هوایی	- ناوگان حمل و نقل فرسوده درون شهری و برون شهری و تأثیر آن بر آلودگی هوا و تصادفات جاده ای - ضعف اقتصادی گردشگران ورودی به شهر تبریز - عدم دسترسی به راه‌های دریایی	- تلاش در جهت کاهش فرسودگی ناوگان حمل و نقل شهری - تدارک ویزا برای تاجار و گردشگرانی که از طریق هوایی و فرودگاه وارد می‌شوند.	- تصادفات جاده‌ای ناشی از ناتوانی در کاهش فرسودگی ناوگان حمل و نقل فرسوده - ناتوانی بخش گردشگری شهر تبریز در کسب اختیارات لازم جهت صدور ویزا برای گردشگران علاقمند به دیدار از این شهر
سرویس‌ها و تسهیلات	- تنوع تعداد و درجه هتل‌ها و محل‌های اقامت گردشگران در شهر تبریز و اطراف آن - وجود تورها و آژانس‌های قوی در این شهر - وجود سرویس‌های خدماتی برای گردشگران	- کیفیت پایین خدمات و تسهیلات گردشگری - عدم آموزش نیروی انسانی شاغل در بخش گردشگری - عدم آزاد سازی تسهیلات و خدمات گردشگری توسط بخش عمومی	- تشویق سازمان‌های دست اندرکار در برنامه‌ریزی گردشگری جهت بالا بردن تسهیلات و خدمات - تلاش در جهت خارج کردن مراکز خدمات گردشگری از تصرف ارگان‌ها و دولتی مثل بنیاد جانبازان و آموزش و پرورش	- ناتوانی و نبود اختیارات لازم برای بالا بردن استانداردهای تسهیلات و خدمات گردشگری - زلزله‌خیز بودن شهر تبریز

## منبع: کردی و مطالعات نگارندگان



شکل شماره (3) نمودار بررسی تطبیقی از جدول تجزیه و تحلیل SWOT

نمودار بالا از بررسی تطبیقی SWOT از وضع موجود (نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات) گردشگری شهر تبریز می‌باشد که از تحلیل کمی جدول شماره 3 منتج شده است. همانطور که این نمودار نشان می‌دهد کشیدگی نمودار به سمت نقاط قوت و فرصت-های گردشگری میل دارد که خود نیاز به برنامه‌ریزی جامع برای بازنمایی نقاط قوت، تقویت فرصت‌ها و مقابله با تهدیدات را ضرورت می‌بخشد.

## 7- نتیجه‌گیری

شهر محصولی از زمان است، در مکان خاص، تاریخ در بستر مکان شکل می‌گیرد. شهر خلقتی است تاریخی، در برگرفته تاریخ و بدین علت خود فرآیندی است تاریخی، و پیش از آن که ماهیتی کالبدی داشته باشد، پدیده‌ای فرهنگی است و شهرها میراث سال‌ها تغییر و تحول و پویایی فرهنگی هستند و با توجه به برخورداری از جاذبه‌ها و تأسیسات مختلف توریستی نظیر جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی، تجاری، هتل‌ها، مهمانپذیرها، دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی، مجتمع‌های تفریحی و توریستی و غیره جاذب خیل عظیم گردشگران داخلی و خارجی هستند و منافع اقتصادی سرشاری را نصیب خود می‌کنند.

شهر تبریز به عنوان مرکز استان آذربایجان شرقی، که براساس مصوبه شورایی عالی معماری و شهرسازی ایران به عنوان یکی از شش شهر فرهنگی و تاریخی کشور به ثبت رسیده، از کهن‌ترین خاستگاه‌های شهرنشینی و مدنیت در کشور است که میراث تاریخی و فرهنگی بسیار غنی و گسترده آن پتانسیل بالایی برای غنای فرهنگی و گسترش گردشگری شهری دارد. اما پیش‌درآمد و ضرورت حفظ هویت این شهر و جاذبه‌های آن در گرو، حفظ و صیانت میراث فرهنگی و بافت تاریخی این شهر با عنوان ارکان پایدار تاریخ و هویت شهری و توسعه امکانات و تجهیزات گردشگری است. الگوی فضای توریستی این شهر تحت تأثیر فضای تاریخی شهر قرار گرفته و بیشتر بخش مرکزی شهر را پوشش می‌دهد. لذا این بخش از شهر با وجود موقعیت مکانی مناسب و نزدیکی به مراکز تجاری، خدماتی و اداری به شهر و داشتن تجهیزات و تأسیسات شهری، دچار مشکلات خاصی مثل، شدت آلودگی هوا، ناوگان حمل‌ونقل فرسوده شهری، کیفیت پایین تسهیلات و خدمات گردشگری و عدم وجود نیروی انسانی آموزش دیده برای راهنمایی گردشگران است.

در پایان راهبردهای نهایی در جهت توسعه گردشگری و پویایی فضای توریستی شهر تبریز ارائه می‌گردد:

جدول شماره (4) تدوین راهبردهای نهایی برای توسعه گردشگری شهر تبریز

ردیف	راهبردهای برنامه‌ریزی گردشگری شهر تبریز با روش Swot	راهبردهای نهایی برنامه‌ریزی گردشگری شهر تبریز
1	تقویت نقاط قوت گردشگری	<ul style="list-style-type: none"> <li>- حذف یا تعدیل کاربری‌های ناسازگار با کاربری‌های گردشگری در مناطق گردش‌پذیر شهر</li> <li>- برنامه‌ریزی گردشگری برای جاذبه‌های فرهنگی، معماری و تاریخی شهر</li> <li>- تنوع بخشی به محل سکونت گردشگران با توجه به سلیق و درآمد آنها</li> <li>- برنامه‌ریزی گردشگری برای مسیرهای کوه‌پیمایی در اطراف شهر</li> <li>- بهره‌برداری پایدار از جاذبه‌های گردشگری در فضای گردشگری شهر</li> </ul>
2	کاهش و رفع نقاط ضعف گردشگری	<ul style="list-style-type: none"> <li>- بالا بردن کیفیت خدمات و تسهیلات گردشگری در شهر تبریز</li> <li>- شناسایی و ارائه برنامه‌های گردشگری برای منابع جدید گردشگری</li> <li>- تسهیل مراحل صدور ویزا برای گردشگران خارجی</li> <li>- انسجام بخشی به امور مربوط به برنامه‌ریزی گردشگری شهر تبریز از طریق ایجاد سازمان قوی و منسجم</li> <li>- استفاده از مدیریت پایدار در برنامه‌ریزی گردشگری این شهر</li> </ul>
3	تقویت فرصت‌ها	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ارائه برنامه‌هایی برای خواهرخواندگی شهر تبریز با شهرهای گردشگری مهم دنیا</li> <li>- تقویت صنایع و هنرهای دستی جاذب گردشگران</li> <li>- اخذ و تسهیل صدور ویزا برای گردشگران ورودی از کشورهای دیگر</li> <li>- ارائه معافیت‌های مالیاتی به بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری شهر</li> <li>- ارائه تسهیلات بانکی برای بالا بردن کیفیت خدمات و تسهیلات</li> </ul>
4	کاهش تهدیدها	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ایجاد هماهنگی بر عناصر تأثیرگذار در سیستم برنامه‌ریزی گردشگری شهر</li> <li>- تلاش در جهت نوسازی و بهسازی ناوگان حمل و نقل شهری</li> <li>- افزایش مقاومت واحدها و تسهیلات گردشگری در مقابل حوادث و بلایای طبیعی</li> <li>- تلاش در جهت بالا بردن استانداردهای خدمات و تسهیلات گردشگری</li> </ul>

منبع: مطالعات نگارندگان

## منابع

- 1- ارمغان، سیمین (1386)، «توریسم و نقش آن در جغرافیا»، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی اسلامشهر، چاپ اول.
- 2- انوری آریا، مینا؛ نساج، مینا (1386)، «بررسی و تبیین نقش صنعت گردشگری در توسعه فضای شهری: همایش منطقه‌ای جغرافیا، گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامشهر.
- 3- پاپلی یزدی، محمد حسین، سقایی، مهدی (1385)، «گردشگری، ماهیت و مفاهیم»، انتشارات سمت، چاپ اول.
- 4- پوراحمد، احمد (1385)، «قلمرو فلسفه جغرافیا»، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول.
- 5- حکمت‌نیا، حسن؛ موسوی، میرنجف (1385)، «کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و ناحیه‌ای»، چاپ اول، انتشارات علم نوین یزد.
- 6- حیدری چیانه (1383)، «رزیایی صنعت توریسم در ایران»، پایان‌نامه دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
- 7- خادم الحسینی، احمد (1385)، «جایگاه ضرورت بخش‌بندی بازار گردشگری در مطالعه و برنامه‌ریزی گردشگری (مطالعه موردی بازار اصفهان)»، همایش قرن 21، دانشگاه آزاد اسلامی نجف‌آباد.
- 8- دخیلی‌کهنمویی، جواد (1383)، «بررسی راهکارهای توسعه صنعت توریسم در آذربایجان شرقی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
- 9- دیناری، احمد (1384)، «گردشگری در ایران و جهان»، انتشارات واژگان خرد، مشهد، چاپ اول.
- 10- رضوانی، علی اصغر (1374)، «جغرافیا و صنعت توریسم»، انتشارات دانشگاه پیام نور.
- 11- رکن‌الدین‌افتخاری، عبدالرضا؛ مهدوی، داوود (1385)، «راهکارهای توسعه گردشگری روستایی (نمونه موردی دهستان لواسان کوچک) با استفاده از مدل SWOT»، «مجله مدرس، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، شماره پیاپی 45.

- 12- زنده دل، حسین (1373)، «مطالعات و برنامه‌ریزی گردشگری در آذربایجان شرقی»، جلد اول، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان آذربایجان شرقی.
- 13- زنده‌دل، حسین و دستیاران (1376)، «مجموعه راهنمای جامع ایرانگردی استان آذربایجان شرقی»، نشر ایرانگردان، چاپ اول.
- 14 - زیاری، کرامت‌ا... (1383)، «مکتب‌ها، نظریه‌ها و مدل‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای»، چاپ اول، انتشارات دانشگاه یزد.
- 15- ژان باستیبه و برناردز (1383)، «شهر»، مترجم: علی اشرفی، انتشارات دانشگاه هنر، تهران، چاپ دوم.
- 16- «سازمان جهانی جهانگردی (1379)، برنامه‌ریزی گردشگری در سطح ملی و منطقه - ای»، مترجمین: رنجبران، بهرام؛ زاهدی، محمد، اصفهان، جهاد دانشگاهی.
- 17- سعیدیان، محمد (1368)، «سیاحت و جهانگردی در استراتژی توسعه استان آذربایجان شرقی»، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان آذربایجان شرقی.
- 18- شکوئی، حسین (1386)، «اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا»، انتشارات گیتاشناسی، چاپ نهم.
- 19- شکوئی، حسین؛ موحد، علی (1381)، «شناخت الگوی فضای توریستی شهر اصفهان با استفاده از GIS»، مجله مدرس، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، شماره 4، دوره 6.
- 20- کردی، محمد (1381)، «برنامه‌ریزی توریسم شهری با تأکید بر توسعه پایدار در شهر تبریز»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت.
- 21- محلاتی، صلاح‌الدین (1380)، «درآمدی بر جهانگردی»، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- 22- مخلص، محمدعلی (1371)، «فهرست بناهای تاریخی استان آذربایجان شرقی»، انتشارات سازمان میراث فرهنگی کشور.
- 23- موحد، علی (1386)، «گردشگری شهری»، انتشارات دانشگاه شهید چمران، چاپ اول.

- 24- نریمانی، مسعود (1379)، «بهبودی یافت تاریخی، مدل‌سازی، راهبردها و بنیان‌های ساختاری»، ناشر مؤلف، چاپ اول،
- 25- ولی‌زاده، حمید (1385)، «بررسی چالش‌های فراروی صنعت توریسم در شهر تبریز»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
- 26- Briedenhan, J. and E. Wickness (2004), "Tourism- Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Vibrant Hope or Impossible Dream", *Tourism of Management*, Vol. 25.
- 27- Elliott, James (1997), "*Tourism: Politics and Public Sector Management*", London.
- 28- Gantly, F. (19 ), "*Tourism Impact in Azerbaijan: A Socio Cultural Analysis*", A PhD Thesis Presented to the Faculty of Tourism, and Food Doubling Institute of Technology, Dublin, Unpublished.
- 29- Law, Christopher, M. (1996), "*Urban Tourism Attraction Visitors to Large Cities*", Mosell, London, Publishing Limited.
- 30- Sharpley, J. and Richard (1997), "*Rural Tourism: and Introduction*", PN.4.