

تحلیلی بر وضعیت توسعه گردشگری و موانع عمده جذب گردشگر در شهرها (مطالعه موردی: مهاباد)

کامران عزیزآذر - استادیار گروه شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی مهاباد
واحد احمدتوزه* - مدرس گروه شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی مهاباد
صلاح عزیزیان - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی دانشگاه پیام نور شهرری

پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۹/۳۰

دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۱/۲۹

چکیده

گردشگری فعالیتی است که در دنیای امروزی توان اثرگذاری بر فرایند توسعه متوازن و خردورزانه را در همه دنیا به نمایش می‌گذارد و مورد توجه گروه وسیعی از سیاستگذاران و برنامه‌ریزان نظام‌های سیاسی و مدیران اجرایی در کشورهای مختلف و شهرهاست. در این پژوهش به بررسی و تحلیل موانع توسعه گردشگری و موانع عمده جذب گردشگر در شهرستان مهاباد پرداخته‌ایم. این پژوهش براساس نوع هدف کاربردی و روش تحقیق در آن توصیفی-تحلیلی است. همچنین، شیوه گردآوری داده‌ها نیز اسنادی-پیمایشی است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها اطلاعات پرسشنامه‌ای تدوین و در چند بعد در رابطه با توسعه گردشگری و موانع توسعه گردشگری در بین گردشگران واردشده به مهاباد توزیع شد. نتایج به‌دست‌آمده بیانگر آن است که موانع قانونی، موانع اقتصادی و موانع کالبدی، طبیعی و جغرافیایی سه مشکل جدی در توسعه گردشگری شهری شهرستان مهاباد است. به عبارت دیگر، موانع قانونی (آیین‌نامه‌ها و مقررات) مهم‌ترین مانع در توسعه گردشگری شهری شهرستان و پس از آن به ترتیب موانع کالبدی، طبیعی و جغرافیایی، موانع اقتصادی، موانع آموزش و زمینه‌سازی، موانع فرهنگی و فقدان جاذبه‌های کافی مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری و جذب گردشگر شهری مهاباد است.

واژگان کلیدی: توسعه متوازن، جذب گردشگر، گردشگری، موانع توسعه گردشگری، مهاباد.

مقدمه

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 (شاگری و سلیمی، ۱۳۸۵، ۱). گردشگری سومین بخش بزرگ اقتصادی در جهان (Lozano-Oyola et al., 2012: 659) است، به گونه‌ای که یکی از زمینه‌های تجارت ملی و بین‌المللی است که طی پنجاه سال گذشته اهمیت بسیار چشمگیری یافته است (حاجی‌محمدامینی و دیگران، ۱۳۹۰: ۲) به طوری که گردشگری به منزله گسترده‌ترین صنعت خدماتی دنیا، جایگاه ویژه‌ای در عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی به خود اختصاص داده است، به طوری که با ۲۰۰ میلیون شاغل (۸ درصد کل اشتغال دنیا) و گردش مالی سالانه در حدود ۵,۴ تریلیون دلار، به بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت دنیا تبدیل شده است. در بیش از ۱۵۰ کشور، گردشگری یکی از پنج منبع مهم کسب ارز خارجی است و در ۶۰ کشور رتبه اول را به خود اختصاص داده است (موحد و کهزادی، ۱۳۸۹: ۸۶). می‌توان گفت گردشگری توسعه‌ای است که در آن توازن و تعامل و حفظ ارزش‌ها و کیفیت اخلاقیات و اصول اقتصادی و نیز مزیت‌های اقتصادی همه به همراه هم دیده شده و کوشش می‌شود تا توسعه‌ای متعادل و همه‌جانبه جایگزین توسعه صرفاً اقتصادی شود (محسنی، ۱۳۸۸: ۱۵۲). بر این اساس، بسیاری از کشورها با استفاده از این رهیافت توانسته‌اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشند و به مشکلات اقتصادی خویش، از قبیل پایین‌بودن سطح درآمد سرانه، فراوانی بیکاری و کمبود درآمدهای ارزی فائق آیند (موسایی، ۱۳۸۳: ۲۲۶). بنابراین، گردشگری نیرویی فوق‌العاده برای تغییر است که در بسیاری از کشورها نیرویی برای خوشبختی به حساب می‌آید. هزاران بازدیدکننده‌ای که برای گردش می‌آیند، نه تنها پول همراه خود می‌آورند، بلکه بر زندگی ساکنان محلی نیز تأثیر می‌گذارند (Galdini, 2007: 95).

اهمیت گردشگری به منزله پدیده‌ای نوین، از ابعاد مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی قابل بحث و بررسی است (Rojet & Urry, 1997: 12). گردشگری از جمله پدیده‌های قرن بیستم است و نمی‌توان آن را نادیده گرفت. هر ساله میلیون‌ها نفر به سفر می‌روند و کسی نمی‌تواند آن‌ها را از سفر بازدارد، بنابراین می‌توان از آن به عنوان منبعی برای توسعه استفاده کرد (Kuban, 1980). به عبارتی دیگر، گردشگری یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی و رهیافتی برای توسعه اقتصادی در قلمرو ملی است. به‌خصوص در زمانی که سود فعالیت‌های دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش است، جایگزین مناسبی برای آن‌ها و راهبردی برای توسعه است. بر این مبنای دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پایین‌بودن سطح درآمد و فراهم‌آوردن فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۶، ۸۲). این صنعت نتایج و دستاوردهای عمده‌ای دربردارد که از آن جمله می‌توان به جنبه اشتغال‌زایی و تأثیر آن بر توسعه، کارکردهای توسعه‌ای و اقتصادی- اجتماعی در منطقه یا کشور اشاره کرد، به طوری که در کشورهای صنعتی و در حال توسعه، تنوع درآمدها، هماهنگی در اقتصاد، صادرات، تولید و ارز را در پی دارد (Holjevac, 2003: 130).

از طرفی، امروزه صنعت گردشگری به یکی از بزرگ‌ترین و پردرآمدترین بخش‌های اقتصادی جهان تبدیل شده است. گردشگری شهری نوعی گردشگری است که شهروندان علاقه‌مند به جاذبه‌های مختلف همانند فرهنگی، تاریخی، مذهبی و طبیعی ضمن گردش مسئولانه بخشی از اوقات فراغت خود را در این اماکن می‌گذرانند (Higham & Lueck, 2002). در اوایل قرن بیستم، گردشگری، درآمد کلان سالانه بالغ بر ۵۵۰ میلیارد دلار و اشتغال‌زایی سالانه بالغ بر ۷۵۰۰۰۰ شغل داشته و به یکی از مؤلفه‌های مهم تجارت بین‌المللی مبدل شده است (سرور، ۱۳۸۶: ۱۲). یکی از مهم‌ترین مقصدهایی که بر روندهای گردشگری جهان در دهه‌های اخیر تأثیر داشته است، مراکز شهری است (سیف‌الدینی و دیگران، ۱۳۸۹: ۶۸). رشد سفرهای کوتاه‌مدت این مقصدها را به یکی از اصلی‌ترین مراکز گردشگری

تبدیل کرده است. از طرفی، شهرها به عنوان مقاصد گردشگری دارای عملکرد چندمنظوره است: دروازه ورودی به کشور، مراکز اقامت و مبدأ سفر به روستاها و مقصدهای مجاور خود. به همین دلیل، شهرها نقش مهمی در فعالیت گردشگری دارند (رهنمایی، ۱۳۸۵). اکنون گردشگری در جهان توسعه فراوانی یافته و بسیاری از کشورها از این رهیافت توانسته‌اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشند و بر مشکلات اقتصادی خویش، از قبیل پایین بودن سطح درآمد سرانه، فراوانی بیکاری و کمبود درآمدهای ارزی فایق آیند، به طوری که در حال حاضر درآمدهای حاصل از گردشگری یکی از جنبه‌های مهم صادرات جهان را تشکیل می‌دهد (صباغ کرمانی، ۱۳۷۵).

ایران نیز در زمینه گردشگری توانمندی‌های بسیار زیادی دارد و غنای جاذبه‌های گوناگون باعث شده که آن را جهانی در یک مرز بنامند. تنوع جاذبه‌ها در ایران به حدی زیاد است که تقریباً برای هر سلیقه‌ای انگیزه کافی برای سفر به این کشور وجود دارد (زمانی فراهانی، ۱۳۷۹، ۷۰). از این رو، برنامه‌ریزی، هدایت و توسعه گردشگری یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال محسوب می‌شود که تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی فوق‌العاده‌ای بر اماکن گردشگری دارد. شهر مهاباد نیز از این قاعده مستثنا نیست و به دلیل شرایط طبیعی و انسانی مناسب و موجود در محل جهت ورود گردشگر، همچنین بهبود زیرساخت‌ها و تسهیلات مناسب به خصوص در دهه اخیر، یکی از مناطق مهم گردشگری استان و حتی فراتر از آن منطقه محسوب می‌شود. از این رو، با ورود گردشگران داخلی و خارجی (اقلیم کردستان عراق) در دهه اخیر، درآمدهای حاصل از آن و ایجاد و افزایش شغل به یکی از منابع مهم درآمدی مردم محلی، همچنین به یکی از گزینه‌های تأثیرگذار در اقتصاد شهر تبدیل شده است. بر این اساس، در این پژوهش سعی می‌شود که مهم‌ترین عوامل موانع توسعه گردشگری در این شهر بررسی و تجزیه و تحلیل شود و راهکارهای مناسب جهت کاهش این موانع و به تبع آن شکوفاشدن هر چه بیشتر اقتصاد گردشگری مهاباد ارائه شود.

مبانی نظری

با شروع قرن بیست و یکم، صنعت گردشگری به یکی از پردرآمدترین صنایع تبدیل شده و رقابت فشرده‌ای میان بسیاری از کشورهای جهان برای جذب گردشگران به چشم می‌خورد. صنعت گردشگری صنعتی پویا و با ویژگی‌های منحصر به فرد است که بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است (Unwto, 2007). گردشگری فعالیتی است که در دنیای امروز توان اثرگذاری بر فرایند توسعه متوازن و خردورزانه را در همه دنیا به نمایش گذاشته، و مورد توجه طیف وسیعی از سیاستگذاران و برنامه‌ریزان نظام‌های سیاسی و مدیران اجرایی در کشورهای مختلف است (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۰۸). گردشگری در حال مبدل شدن به یکی از ارکان اصلی تجاری جهان است و بسیاری از برنامه‌ریزان و صاحب‌نظران صنعت گردشگری را رکن اصلی توسعه اقتصادی و فعالیتی چندوجهی و دارای کارکردها و آثار مثبت گوناگون به شمار می‌آورند (زاهدی، ۱۳۸۵: ۳۹). این صنعت در بردارنده تمامی پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت‌ها و جوامع میزبان در فرایند جذب و پذیرایی گردشگران است (Mcintosh, 1995: 9). صنعت گردشگری نتایج و دستاوردهای عمده‌ای نیز دارد، از آن جمله جنبه اشتغال‌زایی و تأثیر آن بر کارکردهای توسعه‌ای و اقتصادی-اجتماعی در منطقه یا کشور (Holjevac, 2003: 2). نقش گردشگری منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی است که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می‌شود. این مطلب در مطالعات متعدد تأیید شده است (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱)، به طوری که در اوایل قرن بیستم، با توجه به درآمدهای کلان، سالانه بالغ بر ۵۵۰ میلیارد دلار و اشتغال‌زایی سالانه ۷۵۰۰۰۰ شغل، به یکی از مؤلفه‌های مهم تجارت بین‌المللی بدل شده است (سرور، ۱۳۸۶: ۱۲). تنوع و تفاوت رویکردها نسبت به گردشگری ریشه در تصویر جوامع گوناگون از مفهوم

گردشگری دارد. فرایند برنامه‌ها و طرح‌های توسعه گردشگری مبین راهبردها، رویکردها، سیاست‌ها و خط‌مشی‌های کشورهای گوناگون نسبت به مقوله گردشگری است. این فرایند باید مبتنی بر روش‌های پایدار، پیوسته و قابل اجرا در سطوح ملی و حوزه‌ای باشد و در بخشی از سیاست کلان اقتصادی و اجتماعی کشور مؤثر واقع شود (Hall, 2000: 53). به همین دلیل، امروزه منابع و جاذبه‌های گردشگری جز با فراهم کردن بستر مناسب توسعه گردشگری امکان‌پذیر نیست. از این رو، شناسایی جاذبه‌ها در مرحله اول و برنامه‌ریزی برای توسعه آن‌ها در مراحل بعدی، امری ضروری به نظر می‌رسد (بهزادفر و زمانیان، ۱۳۸۶، ۲). برنامه‌ریزی ابزاری علمی است که به دست‌اندرکاران صنعت گردشگری کمک می‌کند تا در فرایندی پیوسته و علمی، بهترین مسیر راهکار توسعه گردشگری در منطقه را مشخص کنند و این توسعه را در مسیر توسعه سایر بخش‌های اقتصادی قرار دهند. نکته قابل توجه در برنامه‌ریزی گردشگری، پویابودن این فرایند است. بدین مفهوم که برنامه‌ریزی هیچ‌گاه متوقف نمی‌شود و با تغییر شرایط و حصول اطلاعات جدید، نیازمند بازنگری و اصلاح مستمر است (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱۲). برای دستیابی به توسعه گردشگری به عواملی مانند ساختار مناسب سازمانی، برنامه‌ریزی و آموزش نیروی انسانی، قوانین و مقررات گردشگری و جذب سرمایه نیاز است. همچنین، در این فرایند وجود مدیریتی توانا و منسجم و هماهنگی بین بخش‌های دولتی و خصوصی اهمیت دارد (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۲). عوامل متعددی در توسعه صنعت گردشگری در منطقه نقش دارد که ارتباط و توسعه بین آن‌ها توسعه گردشگری را شکل می‌دهد. در این ارتباط، سه عامل اصلی در توسعه گردشگری عبارت است از گردشگران، جامعه میزبان، و ویژگی‌های مقصد (جاذبه‌ها) (محرابی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴). به‌طور کلی، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری عبارت است از ۱. عوامل اقتصادی؛ ۲. عوامل ایدئولوژیکی، سیاسی و روابط بین‌الملل؛ ۳. عوامل اجتماعی، فرهنگی و دینی؛ ۴. زیرساخت‌های امنیتی و انتظامی؛ ۵. عوامل طبیعی و کالبدی؛ ۶. میراث فرهنگی؛ ۷. سابقه تاریخی؛ ۸. زیرساخت‌های توسعه‌ای؛ ۹. آموزشی؛ ۱۰. قانونی؛ ۱۱. فقدان جاذبه کافی؛ ۱۲. فناوری (Tribe, 1997).

روش پژوهش

نوع تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و روش تحقیق در آن توصیفی-تحلیلی است. شیوه گردآوری داده‌ها اسنادی-پیمایشی است که از کتب، مقالات و اسنادی از قبیل طرح جامع گردشگری استان و طرح جامع شهر استفاده شده است. برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز ۳۰۰ پرسشنامه شامل چند بعد در رابطه با توسعه گردشگری و اقتصاد شهری در مهاباد طراحی و توزیع شد. پایایی این پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰٫۹۷ است (جدول ۱).

جدول ۱. متغیرهای تحقیق

متغیرها
موانع فرهنگی و اجتماعی در توسعه گردشگری شهری
موانع اقتصادی در ایجاد زیرساخت‌های توسعه گردشگری شهری
موانع قانونی، مقررات و آیین‌نامه‌های موجود در توسعه گردشگری شهری مهاباد
موانع توسعه گردشگری شهری مهاباد در بعد آموزش و زمینه‌سازی
فقدان جاذبه‌های کافی در جهت جذب گردشگر شهری در مهاباد
موانع کالبدی، طبیعی، جغرافیایی در توسعه گردشگری

مأخذ: نگارندگان

در جدول ۲ داده‌های توصیفی مربوط به متغیرهای مورد استفاده در پژوهش آمده است.

جدول ۲. داده‌های توصیفی مربوط به متغیر موانع فرهنگی - اجتماعی

موانع فرهنگی	حجم نمونه	حداقل	حداکثر	مجموع	میانگین		انحراف استاندارد	واریانس
					خطای استاندارد	خطای استاندارد		
Q۵	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۶۸/۰۰	۴/۲۲۶۷	-/۰۵۱۵۷	۰/۸۹۳۲۷	۰/۷۹۸
Q۸	۳۰۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۱۲۴۱/۰۰	۴/۱۳۶۷	-/۰۵۱۸۸	۰/۸۹۸۵۲	۰/۸۰۷
Q۱۰	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۳۳/۰۰	۴/۱۱۰۰	-/۰۵۹۸۳	۱/۰۳۶۷۳	۱/۰۷۵
Q۱۱	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۴۳/۰۰	۴/۱۴۳۳	-/۰۶۰۱۸	۱/۰۴۳۳۱	۱/۰۸۶
Q۱۲	۳۰۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۱۲۳۹/۰۰	۴/۱۳۰۰	-/۰۴۸۸۴	۰/۸۴۵۸۶	۰/۷۱۵
Q۱۳	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۱۶۸/۰۰	۳/۸۹۳۳	-/۰۶۵۴۸	۱/۱۳۴۱۳	۱/۲۸۶
Q۱۴	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۲۵/۰۰	۴/۰۸۳۳	-/۰۵۸۳۳	۱/۰۰۹۸۵	۱/۰۲۰
Q۱۷	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۴۶/۰۰	۴/۱۵۳۳	-/۰۵۲۶۸	۰/۹۱۲۴۷	۰/۸۳۳
Q۲۴	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۵۲/۰۰	۴/۱۷۳۳	-/۰۵۸۳۱	۱/۰۰۹۹۶	۱/۰۲۰
Q۲۸	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۰۳/۰۰	۴/۱۱۰۰	-/۰۶۰۷۴	۱/۰۵۲۱۰	۱/۱۰۷
Q۳۳	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۶۸/۰۰	۴/۲۲۶۷	-/۰۵۹۳۲	۱/۰۲۵۷۳	۱/۰۵۲
Q۴۵	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۰۱/۰۰	۴/۰۰۳۳	-/۰۵۷۷۳	/۹۹۹۹۹	۱/۰۰۰
Q۴۶	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۱۳/۰۰	۴/۰۴۳۳	-/۰۵۷۶۸	/۹۹۹۰۶	۰/۹۹۸
Q۵۶	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۱۶/۰۰	۴/۰۵۳۳	-/۰۵۸۳۳	۱/۰۱۰۲۳	۱/۰۲۱

جدول ۳. داده‌های توصیفی مربوط به متغیر موانع اقتصادی

موانع اقتصادی	حجم نمونه	حداقل	حداکثر	مجموع	میانگین		انحراف استاندارد	واریانس
					خطای استاندارد	خطای استاندارد		
Q۴	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۹۷/۰۰	۴/۳۲۳۳	-/۰۵۰۱۵	۰/۸۶۸۷۰	۰/۷۵۵
Q۶	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۹۴/۰۰	۴/۳۱۳۳	-/۰۴۹۸	۰/۸۶۲۷۳	۰/۷۴۴
Q۱۳	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۷۸/۰۰	۴/۲۶۰۰	-/۰۵۰۶۱	۰/۸۷۶۵۲	۰/۷۶۸
Q۴۰	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۸۷/۰۰	۴/۲۹۰۰	-/۰۴۹۹۵	۰/۸۶۵۱۰	۰/۷۴۸
Q۴۳	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۲۴/۰۰	۴/۰۸۰۰	-/۰۵۷۸۴	۱/۰۰۱۸۰	۱/۰۰۴
Q۴۷	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۳۲/۰۰	۴/۱۰۶۷	-/۰۵۶۷۲	۰/۹۸۲۴۳	۰/۹۶۵
Q۴۹	۳۰۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۱۲۰۶/۰۰	۴/۰۲۰۰	-/۰۵۵۰۵	۰/۹۵۳۵۷	۰/۹۰۹
Q۵۳	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۶۷/۰۰	۴/۲۲۳۳	-/۰۵۶۴۷	۰/۹۷۸۰۸	۰/۹۵۷
Q۵۸	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۰۸/۰۰	۴/۰۲۶۷	-/۰۶۴۰۳	۱/۱۰۹۰۸	۱/۳۳۰
Q۶۱	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۱۸۸/۰۰	۴/۹۶۰۰	-/۰۵۹۳۱	۱/۰۲۷۲۵	۱/۰۵۵
Q۶۶	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۰۸/۰۰	۴/۰۲۶۷	-/۰۵۸۳۹	۱/۰۱۱۲۹	۱/۰۲۳
Q۶۷	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۰۴/۰۰	۴/۰۱۳۳	-/۰۵۷۴۴	۰/۹۹۴۸۸	۰/۹۹۰

جدول ۴. داده‌های توصیفی مربوط به متغیر موانع قانونی و مقرراتی

موانع قانونی	حجم نمونه	حداقل	حداکثر	مجموع	میانگین		انحراف استاندارد	واریانس
					خطای استاندارد	خطای استاندارد		
Q۱	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۷۸/۰۰	۴/۲۶۰۰	-/۰۵۷۰۳	۰/۹۸۷۷۵	۰/۹۷۶
Q۲	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۵۳/۰۰	۴/۱۷۶۷	-/۰۵۳۱۸	۰/۹۲۱۰۲	۰/۸۴۸
Q۷	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۷۴/۰۰	۴/۲۴۶۷	-/۰۵۱۹۱	۰/۸۹۹۱۹	۰/۸۰۹
Q۱۹	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۶۹/۰۰	۴/۲۳۰۰	-/۰۴۹۴۳	۰/۸۵۶۰۸	۰/۷۳۳
Q۲۰	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۱۶/۰۰	۴/۰۵۳۳	-/۰۵۸۱۳	۱/۰۰۶۹۱	۱/۰۱۴
Q۲۱	۲۹۹	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۱۵۸/۰۰	۳/۸۷۲۹	-/۰۶۱۳۳	۱/۰۶۰۵۳	۱/۱۲۵
Q۲۲	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۳۸/۰۰	۴/۱۲۶۷	-/۰۵۵۳۹	۰/۹۵۹۳۵	۰/۹۲۰
Q۲۳	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۶۵/۰۰	۴/۱۲۶۷	-/۰۵۴۷۵	۰/۹۴۸۳۶	۰/۸۹۹
Q۳۰	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۰۳/۰۰	۴/۰۱۰۰	-/۰۵۹۶۳	۱/۰۳۲۸۵	۱/۰۶۷
Q۳۴	۳۰۰	۲/۰۰	۵/۰۰	۱۲۸۹/۰۰	۴/۲۹۶۷	-/۰۴۵۸۵	۰/۷۹۴۲۰	۰/۶۳۱
Q۳۵	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۵۶/۰۰	۴/۱۸۶۷	-/۰۵۱۰۳	۰/۸۸۳۷۹	۰/۷۸۱
Q۳۶	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۵۳/۰۰	۴/۱۷۶۷	-/۰۴۹۴۸	۰/۸۵۷۰۷	۰/۷۳۵
Q۳۷	۳۰۰	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲۵۵/۰۰	۴/۱۸۳۳	-/۰۵۵۱۶	۰/۹۵۵۳۹	۰/۹۱۳

ادامه جدول ۴. داده‌های توصیفی مربوط به متغیر موانع قانونی و مقررات

موانع قانونی	واریانس	میانگین		مجموع	حد اکثر	حداقل	حجم نمونه	موانع قانونی
		انحراف استاندارد	خطای استاندارد					
Q۴۱	۱/۰۰۲	۱/۰۱۲۰	۰/۰۵۷۸۰	۱۲۷۸/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۴۱
Q۴۴	۰/۹۸۵	۰/۹۹۲۵۹	۰/۰۵۷۳۱	۱۲۳۲/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۴۴
Q۵۱	۱/۰۰۳	۱/۰۰۱۳۳	۰/۰۵۷۸۱	۱۲۳۱/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۵۱
Q۵۲	۰/۹۹۳	۰/۹۹۶۵۱	۰/۰۵۷۵۳	۱۲۲۵/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۵۲
Q۵۴	۰/۸۸۹	۰/۹۴۲۸۴	۰/۰۵۴۴۴	۱۲۳۱/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۵۴
Q۵۵	۰/۹۰۴	۰/۹۵۰۶۱	۰/۰۵۴۸۸	۱۲۲۹/۰۰	۵/۰۰	۲/۰۰	۳۰۰	Q۵۵
Q۵۷	۱/۱۰۹	۱/۰۵۲۹۸	۰/۰۶۰۷۹	۱۲۱۲/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۵۷
Q۵۹	۱/۲۳۱	۱/۱۰۹۵۸	۰/۰۶۴۰۶	۱۱۵۸/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۵۹
Q۶۰	۱/۱۰۴	۱/۰۵۰۶۲	۰/۰۶۰۶۶	۱۱۸۳/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۶۰
Q۶۲	۰/۹۲۶	۰/۹۶۲۴۶	۰/۰۵۵۵۷	۱۲۰۳/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۶۲

جدول ۵. داده‌های توصیفی مربوط به متغیر موانع آموزشی

موانع آموزشی	واریانس	میانگین		مجموع	حد اکثر	حداقل	حجم نمونه	موانع آموزشی
		انحراف استاندارد	خطای استاندارد					
۳Q	۱/۰۳۸	۱/۰۱۸۹۵	۰/۰۵۸۸۳	۱۲۳۷/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	۳Q
۶۳Q	۰/۸۶۶	۰/۹۳۰۵۶	۰/۰۵۳۷۳	۱۲۲۵/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	۶۳Q
۶۸Q	۰/۹۷۰	۰/۹۸۴۹۰	۰/۰۵۶۸۶	۱۲۱۷/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	۶۸Q
۷۰Q	۰/۸۵۸	۰/۹۲۶۵۱	۰/۰۵۳۴۹	۱۲۸۰/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	۷۰Q

جدول ۶. داده‌های توصیفی مربوط به متغیر فقدان جاذبه

موانع فقدان جاذبه	واریانس	میانگین		مجموع	حد اکثر	حداقل	حجم نمونه	موانع فقدان جاذبه
		انحراف استاندارد	خطای استاندارد					
Q۹	۱/۰۰۱	۱/۰۰۰۵۸	۰/۰۵۷۷۷	۱۱۸۶/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۹
Q۱۴	۱/۰۶۷	۱/۰۳۲۷۷	۰/۰۵۹۶۳	۱۱۹۵/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۱۴
Q۱۸	۰/۸۵۷	۰/۹۲۵۸۱	۰/۰۵۳۴۵	۱۲۵۴/۰۰	۵/۰۰	۲/۰۰	۳۰۰	Q۱۸
Q۲۵	۱/۰۳۳	۱/۰۱۶۵۸	۰/۰۵۸۶۹	۱۲۰۱/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۲۵
Q۳۱	۰/۸۷۵	۰/۹۳۵۲۳	۰/۰۵۴۰۰	۱۲۱۲/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۳۱
Q۳۲	۰/۷۲۶	۰/۸۵۱۹۰	۰/۰۴۹۱۸	۱۲۴۹/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۳۲
Q۳۹	۱/۰۰۰	۰/۹۹۹۹۱	۰/۰۵۷۷۳	۱۲۴۶/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۳۹
Q۶۴	۱/۲۷۰	۱/۱۲۷۰۴	۰/۰۶۵۰۷	۱۲۳۱/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۶۴
Q۶۵	۰/۹۷۵	۰/۹۸۷۴۳	۰/۰۵۷۰۱	۱۲۲۱/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۶۵

جدول ۷. داده‌های توصیفی مربوط به متغیر موانع کالبدی و جغرافیایی

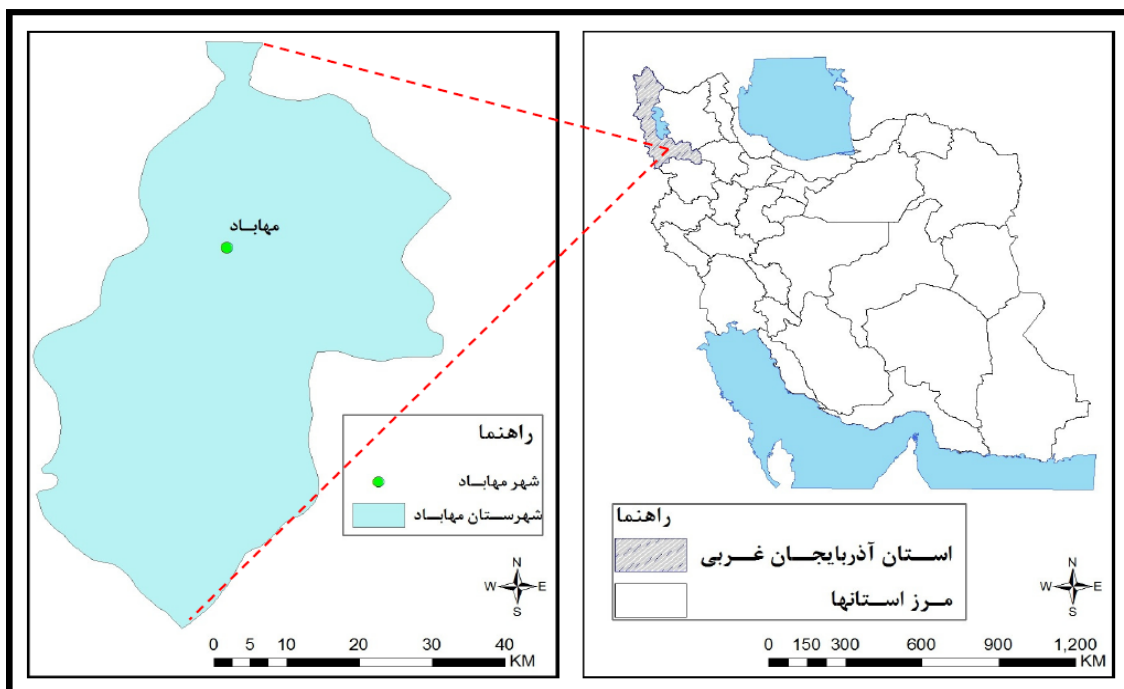
موانع جغرافیایی	واریانس	میانگین		مجموع	حد اکثر	حداقل	حجم نمونه	موانع جغرافیایی
		انحراف استاندارد	خطای استاندارد					
Q۲۶	۱/۲۰۹	۱/۰۹۹۷۷	۰/۰۶۳۵۰	۱۱۵۳/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۲۶
Q۲۷	۱/۳۵۶	۱/۱۶۴۳۳	۰/۰۶۷۲۲	۱۱۱۴/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۲۷
Q۲۹	۱/۴۴۰	۱/۲۰۰۰۵	۰/۰۶۹۲۸	۱۱۲۹/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۲۹
Q۴۲	۰/۹۳۲	۰/۹۶۵۲۳	۰/۰۵۵۷۳	۱۲۲۷/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۴۲
Q۴۸	۰/۹۴۵	۰/۹۷۲۱۸	۰/۰۵۶۱۳	۱۲۱۱/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۴۸
Q۵۰	۰/۹۴۶	۰/۹۷۲۷۳	۰/۰۵۶۱۶	۱۲۰۵/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۵۰
Q۶۹	۰/۸۸۹	۰/۹۴۳۰۸	۰/۰۵۴۴۵	۱۲۲۹/۰۰	۵/۰۰	۱/۰۰	۳۰۰	Q۶۹

محدوده مورد مطالعه

شهرستان مهاباد یکی از شهرهای کردنشین در جنوب استان آذربایجان غربی است. مرکز آن شهر مهاباد در ۴۵ درجه و ۴۳ دقیقه و ۳ ثانیه طول جغرافیایی و ۳۶ درجه و ۴۶ دقیقه و ۳ ثانیه عرض شمالی واقع شده است (طرح جامع مهاباد،

۱۳۸۶). هسته اصلی شهر مهاباد بر ساحل راست رودخانه مهاباد واقع شده و از الحاق دوشاخه بیطاس و دهکبر در یک کیلومتری شهر در اراضی نسبتاً همواری قرار گرفته که در بین کوه‌های اطراف محصور است (شهرداری مهاباد، ۱۳۹۱). این شهرستان از طرف شمال به دریاچه ارومیه و شهرستان میاندوآب، از شرق به شهرستان بوکان، از جنوب به شهرستان سردشت و از طرف غرب به شهرستان‌های پیرانشهر و نقده محدود است. مساحت آن ۲۵۹۲ کیلومترمربع با ۶,۹ از مساحت استان است (فرمانداری مهاباد، ۱۳۹۱). شهرستان مهاباد بر اساس آخرین تقسیمات کشوری شامل دو بخش و دو نقطه شهری است که تعداد جمعیت آن براساس نتایج سرشماری سال ۱۳۹۰ برابر با ۲۱۵۵۲۹ نفر بود. از این تعداد ۱۴۸۲۳۰ نفر در نقاط شهری و ۶۷۲۹۹ نفر در مناطق روستایی شهرستان ساکن‌اند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۱).

نقشه ۱. موقعیت جغرافیایی شهر مهاباد



وجود جاذبه‌های گردشگری یکی از عوامل اصلی جذب گردشگر در شهرها و کشورهای مختلف است. بر همین اساس در ابتدا به بررسی و معرفی جاذبه‌های گردشگری شهرستان مهاباد می‌پردازیم، شامل جاذبه‌های مختلفی از جمله فرهنگی - تاریخی، اقتصادی، طبیعی، و سلامتی - تفریحی. در این میان می‌توان گفت که جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی نقش مهم‌تر و گسترده‌تری در جذب گردشگر در این شهرستان داراست (جدول ۸).

به‌منظور بررسی و تحلیل بهتر اطلاعات، پرسشنامه‌ای طراحی و در میان گردشگران وارد به شهر مهاباد توزیع شد.

جدول ۸. جاذبه‌های مختلف گردشگری شهرستان مهاباد

نوع جاذبه	نام جاذبه
طبیعی	دریاچه سد مهاباد
	غار آبی سهولان
	تالاب کانی برازان
	کمپ کوهنوردی سه کانیان
	تالاب قویی باباعلی
	چشم اندازهای طبیعی بکر
فرهنگی-تاریخی	مسجد جامع(سوور)
	دخمه سنگی فخرقا
	حمام لاج(دوره صفویه)
	مقبره شمس برهان
	سنگ نبشته برده روخاو
	پردی سوور(پل قرمز)
	آرامگاه تاریخی بذاق سلطان
	سابقه فرهنگی غنی و به نوعی پایتخت فرهنگی-سیاسی در میان اکراد
اقتصادی	تانکورای بزرگ مهاباد که در سطح منطقه مورد توجه می باشد.
	مصنوعات چرمی قالی بافی
	وجود بازارچه های تجاری و اقتصادی(شامل: وسایل خانگی، وسایل صوتی و تصویری و...)
	صنایع دستی(سکه و پولک دوزی، سجاده بافی، لجاج دوزی، خراطی و چاقوسازی)
سلامتی و تفریحی-ورزشی	وجود امکانات پزشکی و سلامتی مناسب در سطح شهرستان که باعث جذب گردشگر سلامت از مناطق و شهرهای همجوار، حتی از اقلیم کردستان عراق شده است.
	قایق رانی در کلاس فردی و چندنفره
	کوهنوردی و طبیعت گردی

مأخذ: نگارندگان

بحث و یافته‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌ها برای بررسی صحت و سقم فرضیه در هر نوع تحقیق اهمیت خاصی دارد. امروزه، در بیشتر تحقیقات مبتنی بر اطلاعات جمع‌آوری شده از پژوهش‌های پیشین، تجزیه و تحلیل اطلاعات از اصلی‌ترین و مهم‌ترین بخش‌های پژوهش محسوب می‌شود. داده‌های خام با استفاده از نرم‌افزارهای آماری تجزیه و تحلیل شد و پس از پردازش به شکل اطلاعات در اختیار استفاده‌کنندگان قرار گرفت. در رابطه با توصیف یافته‌های پژوهش باید گفت که برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز این تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. در جدول ۹ وضعیت جنسی پاسخ‌دهندگان بر اساس دو گروه مرد و زن آمده است.

جدول ۹. فراوانی وضعیت جنسی پاسخگویان

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی نسبی
مرد	۲۲۰	۷۳/۳
زن	۶۵	۷/۲۱
داده‌های گم‌شده	۱۵	۵/۰
کل	۳۰۰	۱۰۰

بر اساس جدول ۹، ۷۳٫۳ درصد گردشگران مورد مطالعه مرد و ۲۱٫۳ درصد زن بودند. همچنین، همان گونه که مشخص است، ۵٫۰ درصد از گردشگران مورد مطالعه جنسیت خود را مشخص نکرده‌اند. در جدول ۱۰ سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان بر اساس سه گروه لیسانس و پایین‌تر، فوق لیسانس، و دکتری و بالاتر آمده است.

جدول ۱۰. وضعیت تحصیلات پاسخ‌دهندگان

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی نسبی
لیسانس و پایین‌تر	۶۳	۲۱/۰
فوق لیسانس	۱۴۰	۴۶/۷
دکتری و بالاتر	۷۳	۲۴/۳
داده‌های گم‌شده	۲۴	۸/۰
کل	۳۰۰	۱۰۰

بر اساس جدول ۱۰، ۲۱ درصد پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات لیسانس و پایین‌تر و ۴۶٫۷ درصد پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات فوق لیسانس بودند. همچنین، ۲۴٫۳ درصد پاسخ‌دهندگان تحصیلات دکتری و بالاتر داشتند. باید توجه داشت که ۸ درصد پاسخ‌دهندگان سطح تحصیلات خود را مشخص نکرده‌اند. در جدول ۱۱ وضعیت توزیع سنی پاسخ‌دهندگان در سه گروه زیر ۳۰ سال، ۳۰ تا ۵۰ سال و بالای ۵۰ سال مشاهده می‌شود.

جدول ۱۱. توزیع سنی پاسخ‌دهندگان

سن	فراوانی	درصد فراوانی نسبی
زیر ۳۰ سال	۶۸	۲۲/۷
۳۰-۵۰	۱۶۴	۵۴/۷
بالای ۵۰ سال	۴۶	۱۵/۳
داده‌های گم‌شده	۲۲	۷/۳
کل	۳۰۰	۱۰۰

بر اساس جدول ۱۱، ۲۲٫۷ درصد پاسخ‌دهندگان زیر ۳۰ سال، ۵۴٫۷ درصد ۳۰ تا ۵۰ سال و ۱۵٫۳ درصد پاسخ‌دهندگان بالای ۵۰ سال سن دارند. همچنین، ۷٫۳ درصد پاسخ‌دهندگان سن خود را مشخص نکرده‌اند.

یافته‌های پژوهش

در تحلیل یافته‌های استنباطی، همواره محقق با جریان نمونه‌گیری و انتخاب گروه کوچکی موسوم به نمونه سروکار دارد. هدف از تحلیل استنباطی، تعمیم نتایج حاصل از مشاهدات محقق در نمونه انتخابی خود به جمعیت اصلی است و بر مبنای ارزش‌های حاصل از نمونه به نمونه انتخابی آزمون فرضیه متوسل می‌شود. در بخش یافته‌های استنباطی ابتدا بررسی نرمال بودن متغیرهای تحقیق با استفاده از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف انجام می‌شود. سپس، با توجه به نرمال بودن یا نبودن متغیر، از آزمون‌های تی تک‌نمونه‌ای یا دوجمله‌ای برای شناسایی وضع موجود استفاده می‌شود.

موانع فرهنگی و اجتماعی در توسعه گردشگری شهری مهاباد

ابعاد موانع فرهنگی و اجتماعی شامل مقادیری است که پاسخ‌دهندگان محدودیت و مانع توسعه گردشگری مشخص

کرده‌اند. در تحلیل داده‌ها، به منظور مشخص کردن توزیع متغیر از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده می‌شود. با انجام این آزمون، نرم‌افزار عدد معناداری محاسبه می‌کند. در آزمون نرمال بودن، چنانچه معناداری (Sig) بیش از ۵ درصد یا ۰/۰۵ باشد، سؤال فرض پذیرفته و نرمال بودن توزیع نتیجه گرفته می‌شود.

نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف برای متغیر موانع فرهنگی و اجتماعی در توسعه گردشگری شهری

برای بررسی نرمال بودن متغیر، سؤالی فرضی زیر تدوین می‌شود.

آیا توزیع داده‌های مربوط به متغیر موانع فرهنگی و اجتماعی نرمال است؟

جدول ۱۲ نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشخص است معناداری آزمون کمتر از ۰/۰۵ است. در نتیجه می‌توان گفت که این متغیر از توزیع نرمال تبعیت نمی‌کند.

جدول ۱۲. نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن متغیر موانع فرهنگی و اجتماعی

متغیر	آماره کلموگروف-اسمیرنوف Z	عدد معناداری Sig	نتیجه
موانع فرهنگی و اجتماعی	۲/۸۸۰	۰/۰۰۰	توزیع غیرنرمال

همان‌گونه که نشان داده شد متغیر موانع فرهنگی و اجتماعی در توسعه گردشگری شهری مهاباد از توزیع نرمال تبعیت نمی‌کند؛ بنابراین، برای نمایش سطح موجود آن از آزمون دوجمله‌ای استفاده می‌شود. در این آزمون مقدار نسبت آزمون ۰/۵ در نظر گرفته شده است و نقطه تقسیم داده‌ها حد وسط طیف لیکرت یعنی عدد ۳ در نظر گرفته می‌شود. آیا موانع فرهنگی و اجتماعی در سطح میانگین است ($P=3$)؟

در جدول ۱۳، به ترتیب مقادیر نسبت آزمون، نسبت مقادیر بزرگ‌تر از ۳، نسبت مقادیر کوچک‌تر از ۳ و عدد معناداری مشاهده می‌شود. با توجه به اینکه سطح معناداری بیش از ۵٪ است، سؤال فرضی تأیید می‌شود؛ بنابراین، می‌توان گفت که موانع فرهنگی و اجتماعی در توسعه گردشگری شهری مهاباد در حد میانگین است.

جدول ۱۳. نتایج آزمون تی دوجمله‌ای متغیر موانع فرهنگی و اجتماعی

متغیر	نسبت آزمون	نسبت مقادیر بزرگ‌تر از ۳	نسبت مقادیر کوچک‌تر از ۳	عدد معناداری Sig	نتیجه
موانع فرهنگی و اجتماعی	۰/۵	۰/۴۴	۰/۵۶	۰/۵۷	تأیید سؤال فرض (وضعیت میانگین)

موانع اقتصادی در ایجاد زیرساخت‌های توسعه گردشگری شهری مهاباد

ابعاد موانع اقتصادی شامل مقادیری است که پاسخ‌دهندگان محدودیت و مانع برای توسعه گردشگری عنوان کرده‌اند. در تحلیل داده‌ها، به منظور مشخص کردن توزیع متغیر از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده می‌شود (جدول ۱۴). با انجام این آزمون، نرم‌افزار عدد معناداری محاسبه می‌کند. در آزمون نرمال بودن، چنانچه معناداری (Sig) بیش از ۵ درصد یا ۰/۰۵ باشد، سؤال فرض پذیرفته و نرمال بودن توزیع نتیجه گرفته می‌شود.

نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنوف برای متغیر موانع اقتصادی در ایجاد زیرساخت‌های توسعه گردشگری شهری مهاباد

برای بررسی نرمال بودن متغیر سؤال فرضی به صورت زیر تدوین می‌شود.

آیا توزیع داده‌های مربوط به متغیر موانع اقتصادی نرمال است؟

جدول ۱۴، نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنوف را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشخص است معناداری آزمون کمتر از ۰,۰۵ است، در نتیجه می‌توان گفت که این متغیر از توزیع نرمال تبعیت نمی‌کند.

جدول ۱۴. نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن متغیر موانع اقتصادی

نتیجه	عدد معناداری Sig	آماره کلموگروف- اسمیرنوف Z	متغیر
توزیع غیرنرمال	۰/۰۰۲	۱/۸۶۳	موانع اقتصادی

همان‌گونه که نشان داده شد، متغیر موانع اقتصادی از توزیع نرمال تبعیت نمی‌کند؛ بنابراین، برای نمایش سطح موجود آن از آزمون دوجمله‌ای استفاده می‌شود. در این آزمون مقدار نسبت آزمون ۰,۵ و نقطه تقسیم داده‌ها حد وسط طیف لیکرت یعنی عدد ۳ در نظر گرفته می‌شود.

آیا موانع اقتصادی در سطح میانگین است ($P=3$)؟

در جدول ۱۵، به ترتیب مقادیر نسبت آزمون، نسبت مقادیر بزرگ‌تر از ۳، نسبت مقادیر کوچک‌تر از ۳ و عدد معناداری مشاهده می‌شود. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۵٪ است، سؤال فرض رد می‌شود. با توجه به اینکه نسبت مشاهده شده برای مقادیر کوچک‌تر از ۳ بیشتر است (مقادیری که در طیف لیکرت مقادیر زیاد و خیلی زیاد را به خود اختصاص داده)، با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که موانع اقتصادی در ایجاد زیرساخت‌های توسعه گردشگری شهری مهاباد مشکلی جدی در توسعه گردشگری این شهرستان ایجاد می‌کند. باید توجه داشت که این نتیجه با توجه به عدد معناداری برای سطح اطمینان ۹۹٪ نیز صادق است. موانع اقتصادی، به خصوص نبود سرمایه‌گذاری‌های مناسب دولت برای ایجاد زیرساخت‌ها و بسترهای لازم گردشگری یکی از گویه‌ها اساسی در بخش شاخص‌های اقتصادی مطرح بوده است که پاسخگویان تأکید زیادی بر آن داشته‌اند.

جدول ۱۵. نتایج آزمون تی دوجمله‌ای متغیر موانع اقتصادی

نتیجه	عدد معناداری Sig	نسبت مقادیر کوچک‌تر از ۳	نسبت مقادیر بزرگ‌تر از ۳	نسبت آزمون	متغیر
رد سؤال فرض و نسبت بالاتر مقادیر کوچک‌تر از ۳ (تأیید مانع)	۰/۰۰۰	۰/۷۴	۰/۲۶	۰/۵	موانع اقتصادی

موانع قانونی، مقررات و آیین‌نامه‌های موجود در توسعه گردشگری شهری مهاباد

ابعاد موانع قانونی (جدول ۱۴) شامل مقادیری است که پاسخ‌دهندگان محدودیت و مانع توسعه گردشگری مشخص کرده‌اند. در تحلیل داده‌ها، به منظور مشخص کردن توزیع متغیر از آزمون کلموگروف- اسمیرنوف استفاده می‌شود. با انجام این آزمون، نرم‌افزار عدد معناداری محاسبه می‌کند. در آزمون نرمال بودن، چنانچه معناداری (Sig) بیش‌تر از ۵ درصد یا ۰/۰۵ باشد، سؤال فرض پذیرفته می‌شود و نرمال بودن توزیع نتیجه گرفته می‌شود.

نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنوف برای متغیر موانع قانونی و آیین‌نامه‌های موجود در توسعه گردشگری شهری مهاباد

برای بررسی نرمال بودن، متغیر سؤال فرضی به صورت زیر تدوین می‌شود.

آیا توزیع داده‌های مربوط به متغیر موانع قانونی نرمال است؟

جدول ۱۶، نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنوف را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشخص است معناداری آزمون کمتر

از ۰,۰۵ است. در نتیجه می‌توان گفت که این متغیر از توزیع نرمال تبعیت نمی‌کند.

جدول ۱۶. نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن متغیر موانع قانونی

نتیجه	عدد معناداری Sig	Z اسمیرنوف	آماره کلموگروف- اسمیرنوف	متغیر
توزیع غیرنرمال	۰/۰۰۰		۲/۶۲۹	موانع قانونی

همان‌گونه که نشان داده شد، متغیر موانع قانونی از توزیع نرمال تبعیت نمی‌کند؛ بنابراین، برای نمایش سطح موجود آن از آزمون دوجمله‌ای استفاده می‌شود. در این آزمون مقدار نسبت آزمون ۰/۵ در نظر گرفته شده است و نقطه تقسیم داده‌ها حد وسط طیف لیکرت یعنی عدد ۳ در نظر گرفته می‌شود.

آیا موانع قانونی در سطح میانگین است ($P=3$)؟

در جدول ۱۷، به ترتیب مقادیر نسبت آزمون، نسبت مقادیر بزرگ‌تر از ۳، نسبت مقادیر کوچک‌تر از ۳ و عدد معناداری مشاهده می‌شود. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۵٪ است، لذا سؤال فرضی رد می‌شود. با توجه به اینکه نسبت مشاهده شده برای مقادیر کوچک‌تر از ۳ بیشتر است (مقادیری که در طیف لیکرت مقادیر زیاد و خیلی زیاد را به خود اختصاص داد)، با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که موانع قانونی و آیین‌نامه‌های موجود در توسعه گردشگری شهری مهاباد در توسعه گردشگری شهری شهرستان مهاباد مشکلی جدی ایجاد می‌کند. باید توجه داشت که این نتیجه با توجه به عدد معناداری برای سطح اطمینان ۹۹٪ نیز صادق است. همچنان که مشاهده شد موانع آیین‌نامه و قانونی یکی دیگر از موانع عمده در توسعه گردشگری شهرستان مهاباد است. موانع عمده‌ای از قبیل، نظام اداری و بوروکراسی موجود در کشور، باعث مشکلات قانونی زیادی برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی می‌شود. همچنین، مشکلات زیادی برای گردشگران و سیاحان وارده به شهرستان به وجود آورده است؛ برای مثال، گردشگرانی که از اقلیم کردستان عراق به عنوان گردشگر و توریست به خصوص گردشگر سلامت به اخذ ویزا از سفارت و کنسول‌خانه ایران در کشور عراق و اقلیم کردستان نیاز دارند، در صورتی که برای سفر به کشور عراق و اقلیم کردستان نیاز به اخذ ویزا نیست و طی بررسی‌های انجام گرفته موانع قانونی و آیین‌نامه‌های موجود مانع مهمی در جذب بیشتر گردشگر و ارزآوری برای اقتصاد شهری مهاباد مطرح است.

جدول ۱۷. نتایج آزمون تی دوجمله‌ای متغیر موانع قانونی

نتیجه	عدد معناداری Sig	نسبت مقادیر کوچک‌تر از ۳	نسبت مقادیر بزرگ‌تر از ۳	نسبت آزمون	متغیر
رد سؤال فرض و نسبت بالاتر مقادیر کوچک‌تر از ۳ (تأیید مانع)	۰/۰۰۰	۱/۸۰	۱/۲۰	۱/۵	موانع قانونی

موانع توسعه گردشگری شهری مهاباد در بعد آموزش و زمینه‌سازی

ابعاد موانع آموزشی و زمینه‌سازی شامل مقادیری است که پاسخ‌دهندگان محدودیت و مانع توسعه گردشگری مشخص

کرده‌اند (جدول ۱۸). در تحلیل داده‌ها، به منظور مشخص کردن توزیع متغیر از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده می‌شود. با انجام این آزمون، نرم‌افزار عدد معناداری محاسبه می‌کند. در آزمون نرمال بودن، چنانچه معناداری (Sig) بیش از ۵ درصد یا ۰/۰۵ باشد، سؤال فرض پذیرفته و نرمال بودن توزیع نتیجه گرفته می‌شود.

نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف برای متغیر موانع آموزش و زمینه‌سازی

برای بررسی نرمال بودن، متغیر سؤال فرضی به صورت زیر تدوین می‌شود.

آیا توزیع داده‌های مربوط به متغیر موانع آموزش و زمینه‌سازی نرمال است؟

جدول ۱۸ نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشخص است معناداری آزمون بیش

از ۰,۰۵ است. در نتیجه می‌توان گفت که این متغیر از توزیع نرمال تبعیت می‌کند.

جدول ۱۸. نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف در تعیین نرمال بودن متغیر موانع آموزش و زمینه‌سازی

متغیر	آماره کلموگروف-اسمیرنوف Z	عدد معناداری Sig	نتیجه
موانع آموزش و زمینه‌سازی	۱/۱۱۷	۰/۱۶۵	توزیع نرمال

متغیر موانع آموزش و زمینه‌سازی از توزیع نرمال تبعیت می‌کند؛ بنابراین، برای نمایش سطح موجود آن از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده می‌شود. در این آزمون مقدار میانگین مورد آزمون، حد وسط طیف لیکرت یعنی عدد ۳ در نظر گرفته می‌شود.

آیا مقدار میانگین موانع آموزش و زمینه‌سازی با مقدار مورد آزمون (در اینجا مقدار وسط طیف لیکرت ۳ در نظر گرفته می‌شود) تفاوت معناداری ندارد ($\mu=3$)؟

در جدول ۱۹ به ترتیب مقدار آماره آزمون t، مقدار sig، اختلاف میانگین با مقدار آزمون و فاصله ۹۵ درصدی اطمینان آن نمایش داده می‌شود. با توجه به اینکه سطح معناداری بیش از ۵٪ است، لذا سؤال فرض تأیید می‌شود و می‌توان گفت که میزان موانع توسعه گردشگری شهری مهاباد در بعد آموزش و زمینه‌سازی برابر میانگین (عدد وسط طیف=۳) است.

جدول ۱۹. نتایج آزمون T برای متغیر موانع آموزش و زمینه‌سازی

متغیر	آماره آزمون T	عدد معناداری Sig	تفاوت میانگین	حد پایین	حد بالا	نتیجه
موانع آموزش و زمینه‌سازی	۱/۰۶۶	۰/۲۸۷	۰/۰۲۵۱۴	-۰/۰۲۱۳	۰/۰۷۱۵	تأیید سؤال فرض و برابر میانگین (۳)

فقدان جاذبه‌های کافی در جهت جذب گردشگر شهری در مهاباد

ابعاد موانع انگیزشی شامل مقادیری است که پاسخ‌دهندگان محدودیت و مانع برای توسعه گردشگری مشخص کرده‌اند (جدول ۲۰). در تحلیل داده‌ها، به منظور مشخص کردن توزیع متغیر از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده می‌شود. با انجام این آزمون، نرم‌افزار عدد معناداری محاسبه می‌کند. در آزمون نرمال بودن، چنانچه معناداری (Sig)، بیش از ۵ درصد یا ۰/۰۵ باشد، سؤال فرض پذیرفته می‌شود و نرمال بودن توزیع نتیجه گرفته می‌شود.

نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنوف برای متغیر فقدان جاذبه‌های کافی

برای بررسی نرمال بودن متغیر سؤال فرضی به صورت زیر تدوین می‌شود.

آیا توزیع داده‌های مربوط به فقدان جاذبه‌های کافی نرمال است؟

جدول ۲۰ نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنوف را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشخص است معناداری آزمون کمتر

از ۰,۰۵ است و در نتیجه می‌توان گفت که این متغیر از توزیع نرمال تبعیت نمی‌کند.

جدول ۲۰. نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن متغیر فقدان جاذبه‌های کافی

متغیر	آماره کلموگروف- اسمیرنوف Z	عدد معناداری Sig	نتیجه
فقدان عوامل انگیزشی	۲/۷۲۹	۰/۰۰۰	توزیع غیرنرمال

همان‌گونه که نشان داده شد متغیر موانع فقدان جاذبه‌های کافی از توزیع نرمال تبعیت نمی‌کند؛ بنابراین، برای نمایش سطح موجود آن از آزمون دوجمله‌ای استفاده می‌شود. در این آزمون مقدار نسبت آزمون ۰,۵ در نظر گرفته شده است و نقطه تقسیم داده‌ها حدوسط طیف لیکرت یعنی عدد ۳ در نظر گرفته می‌شود.

آیا فقدان جاذبه‌های کافی در سطح میانگین است ($P=۳$)؟

در جدول ۲۱ به ترتیب مقادیر نسبت آزمون، نسبت مقادیر بزرگ‌تر از ۳، نسبت مقادیر کوچک‌تر از ۳ و عدد معناداری مشاهده می‌شود. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۵٪ است، لذا سؤال فرض رد می‌شود؛ با توجه به اینکه نسبت مشاهده شده برای مقادیر کوچک‌تر از ۳ (مقادیری که در طیف لیکرت مقادیر زیاد و خیلی زیاد را به خود اختصاص داده) کمتر است، با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که فقدان جاذبه‌های کافی مشکل جدی در توسعه گردشگری شهری شهرستان مهاباد ایجاد نمی‌کند. باید توجه داشت که این نتیجه با توجه به عدد معناداری برای سطح اطمینان ۹۹٪ نیز صادق است.

جدول ۲۱. نتایج آزمون تی دوجمله‌ای متغیر جاذبه‌های کافی

متغیر	نسبت آزمون	نسبت مقادیر بزرگ‌تر از ۳	نسبت مقادیر کوچک‌تر از ۳	عدد معناداری Sig	نتیجه
فقدان جاذبه‌های کافی	۰/۵	۰/۷۲	۰/۲۸	۰/۰۰۰	رد سؤال فرض و نسبت بالاتر مقادیر بزرگ‌تر از ۳ (عدم تأیید مانع)

موانع کالبدی، طبیعی و جغرافیایی در توسعه گردشگری مهاباد

ابعاد موانع کالبدی، طبیعی و جغرافیایی (جدول ۲۲) شامل مقادیری است که پاسخ‌دهندگان محدودیت و مانع توسعه گردشگری مشخص کرده‌اند. در تحلیل داده‌ها، به منظور مشخص کردن توزیع متغیر از آزمون کلموگروف- اسمیرنوف استفاده می‌شود. با انجام این آزمون، نرم‌افزار عدد معناداری محاسبه می‌کند. در آزمون نرمال بودن، چنانچه معناداری (Sig) بیش از ۵ درصد یا ۰/۰۵ باشد، سؤال فرض پذیرفته می‌شود و نرمال بودن توزیع نتیجه گرفته می‌شود.

نتایج آزمون کلموگروف- اسمیرنوف برای متغیر موانع کالبدی، طبیعی و جغرافیایی

برای بررسی نرمال بودن متغیر سؤال فرضی به صورت زیر تدوین می‌شود.

آیا توزیع داده‌های مربوط به موانع کالبدی، طبیعی و جغرافیایی نرمال است؟

همان‌گونه که جدول ۲۲ نشان می‌دهد، مشخص است معناداری آزمون کمتر از ۰,۰۵ است و در نتیجه می‌توان گفت که این متغیر از توزیع نرمال تبعیت نمی‌کند.

جدول ۲۲. نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف در تعیین نرمال بودن متغیر موانع طبیعی و جغرافیایی

متغیر	آماره کلموگروف-اسمیرنوف Z	عدد معناداری Sig	نتیجه
موانع طبیعی و جغرافیایی	۴/۲۱۵	/۰۰۰	توزیع غیرنرمال

همان‌گونه که نشان داده شد متغیر موانع کالبدی، طبیعی و جغرافیایی از توزیع نرمال تبعیت نمی‌کند؛ بنابراین، برای نمایش سطح موجود آن از آزمون دوجمله‌ای استفاده می‌شود. در این آزمون مقدار نسبت آزمون ۰,۵ در نظر گرفته شده است و نقطه تقسیم داده‌ها حد وسط طیف لیکرت یعنی عدد ۳ در نظر گرفته می‌شود.

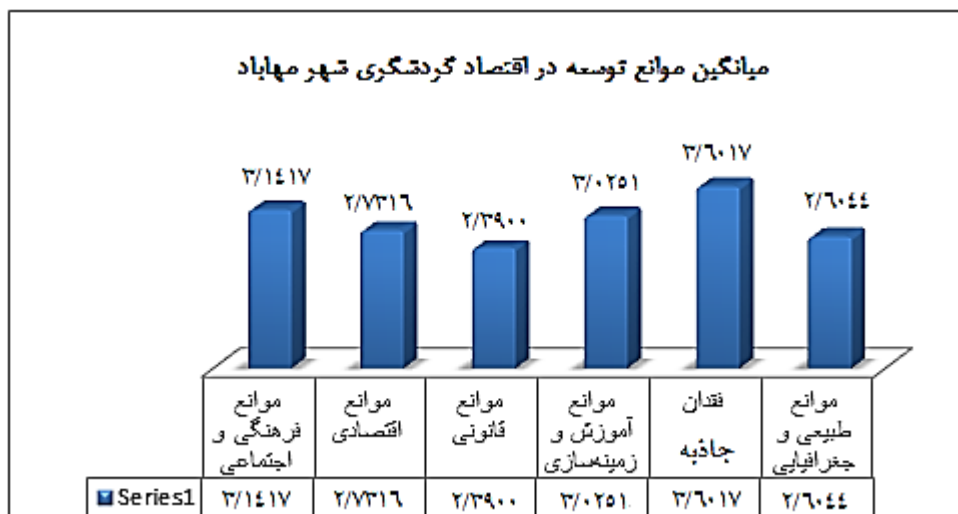
آیا موانع طبیعی و جغرافیایی در سطح میانگین است ($P=3$)؟

در جدول ۲۳ به ترتیب مقادیر نسبت آزمون، نسبت مقادیر بزرگ‌تر از ۳، نسبت مقادیر کوچک‌تر از ۳ و عدد معناداری مشاهده می‌شود. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰,۵ است لذا سؤال فرض رد می‌شود؛ با توجه به اینکه نسبت مشاهده شده برای مقادیر کوچک‌تر از ۳ (مقادیری که در طیف لیکرت مقادیر زیاد و خیلی زیاد را به خود اختصاص داده‌اند) بیشتر است، با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که موانع کالبدی، طبیعی و جغرافیایی در توسعه گردشگری مشکل جدی در مهاباد ایجاد می‌کند. باید توجه داشت که این نتیجه با توجه به عدد معناداری برای سطح اطمینان ۹۹٪ نیز صادق است. از جمله مهم‌ترین موانع کالبدی و جغرافیایی موجود می‌توان به عدم زیرساخت‌های مناسب جاده‌ای و حمل‌ونقل، پایین بودن کیفیت مراکز اقامتی-تفریحی، نبود مراکز اقامتی و جزآن اشاره کرد که بارها از طرف پاسخگویان مشکل و مانع بر سر توسعه گردشگری در شهرستان مطرح شده است.

جدول ۲۳. نتایج آزمون تی دوجمله‌ای متغیر موانع کالبدی، طبیعی و جغرافیایی

متغیر	نسبت آزمون	نسبت مقادیر بزرگ‌تر از ۳	نسبت مقادیر کوچک‌تر از ۳	عدد معناداری Sig	نتیجه
موانع طبیعی و جغرافیایی	۰/۵	۰/۱۷	۰/۸۳	۰/۰۰۰	رد سؤال فرضی و نسبت بالاتر مقادیر کوچک‌تر از ۳ (تأیید مانع)

با توجه به نتایج تحقیق موانع قانونی، موانع اقتصادی و موانع کالبدی، طبیعی و جغرافیایی سه مشکل جدی در توسعه گردشگری شهری شهرستان مهاباد است. همان‌گونه که مشخص است موانع قانونی (آیین‌نامه‌ها و مقررات) مهم‌ترین مانع در توسعه گردشگری شهری شهرستان مهاباد است. پس از آن به ترتیب، موانع کالبدی، طبیعی و جغرافیایی، موانع اقتصادی، موانع آموزش و زمینه‌سازی، موانع فرهنگی و فقدان جاذبه‌های کافی به ترتیب مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری و جذب گردشگر شهری است (شکل ۱).



شکل ۱. مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری و جذب گردشگر شهری در شهرستان مهاباد

به‌طور کلی، در رابطه با یافته‌های پژوهش حاضر باید گفت نتایج بیانگر آن است که در بخش‌های قوانین و مدیریت شاهد بیشترین بحران بوده‌ایم که بیشتر ناشی از نبود نگرشی سیستمی و برنامه‌ریزی علمی و جامع است. لازم است در شهر مهاباد نیز به صورت غیرمستقیم سرمایه فکری و علمی را در قوانین منظور کرد؛ همچنین، به محدودیت‌های طبیعی ربط داد تا بسیاری از محدودیت‌ها کم‌رنگ شود و شاهد قوی‌تر شدن متغیرها در بخش اقتصادی باشیم. در پژوهش‌های قبلی در شهر مهاباد عوامل محدودکننده توسعه گردشگری در نظر گرفته نشده است. این محدودیت‌ها عوامل طبیعی است که با توجه به پهناوری کشور ایران و دوری از مرکز، دستورات و برنامه‌ریزی‌های ملی و منطقه‌ای به صورت مناسب صورت نمی‌گیرد، لذا وجود مطالعات منطقه‌ای و برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای نقش مؤثری در پیشبرد اهداف دارد. برنامه‌ریزی در این منطقه باید در راستای توانمندی‌ها و بخش‌هایی از فعالیت‌های اقتصادی تعریف شود که در این ناحیه به‌خوبی رشد کند و توسعه یابد. در این راستا نمی‌توان نقش استان و برنامه‌ریزی استانی را نادیده گرفت که از نظر قوانین مانند حکومت محلی و منطقه‌ای و از نظر برنامه‌ریزی مانند برنامه‌های ناحیه‌ای در راستای برنامه ملی تلقی شود و لزوم پژوهش در رابطه با توانمندی‌ها و پتانسیل‌های منطقه امری اجتناب‌ناپذیر است.

نتیجه‌گیری

امروزه، گردشگری در جهان و جهان‌شهرها و به‌طور کلی در سیستم سلسله‌مراتبی شهرها جزو چهار گروه اصلی خدمات پیشرفته به حساب می‌آید و این مسئله خود اهمیت گردشگری را در پیشرفت و توسعه اجتماعی و اقتصادی شهرها نمایان می‌سازد. هدف هر پژوهشی دستیابی به راه‌حل‌ها و اهدافی است که در راستای بهبود یا توسعه موارد و ابعاد روند تحقیق بررسی می‌شود. در پژوهش حاضر، ابعاد و زیرساخت‌هایی بررسی شده است که در زمینه اقتصاد شهری و اقتصاد گردشگری از عوامل مهم است. با توجه به آزمون‌های آماری و تجزیه و تحلیل‌ها، به کم‌وکاست‌های این ابعاد پرداخته‌ایم. با توجه به جدول میانگین موانع توسعه اقتصاد گردشگری، می‌توان گفت که در بسیاری از ابعاد، زمینه‌ها و زیرساخت‌های نسبی وجود دارد، ولی در زمینه پویایی و رتبه‌بندی آن‌ها از نظر سودمندی و قابلیت توسعه ناشناخته است. در رابطه با بعد فرهنگی و اجتماعی روند پژوهش، می‌توان گفت شهر مهاباد به زیرساخت‌های نسبتاً کافی در این زمینه دسترسی دارد. برای مثال، می‌توان دانشگاه‌ها و مراکز علمی مطرح در سطح منطقه، همچنین امکانات و زیرساخت‌ها پزشکی و درمانی و خطوط ریلی حمل‌ونقل را نام برد که به نوبه خود توانسته در معرفی جاذبه‌ها و ایجاد ارتباط بین مردم سایر مناطق و

کشورهای همسایه نوعی تعامل و رابطه اجتماعی برقرار سازد که هم جاذبه‌ها و زیرساخت در سطح منطقه‌ای عمل کند و هم خود به نوعی گره ارتباطی برای رفت‌وآمد باشد و به تبع آن مراوداتی را در سطح محلی و منطقه‌ای و فرمانطقه‌ای ایجاد کند و برای توسعه گردشگری و اقتصاد و سود حاصل عامل مهم و حیاتی باشد، به طوری که ارتباط اقتصادی یکپارچگی فضایی را توسعه می‌بخشد که اساساً از طریق شبکه‌های حمل‌ونقل و ساخت دست انسان به وجود می‌آید. در شهر مهاباد نیز با توجه به احداث و شروع به کار حمل‌ونقل ریلی ارتباط فیزیکی شهر مهاباد با سایر نقاط ایران از طریق این حمل‌ونقل ایمن و راحت برقرار می‌شود که زیرساخت عمده و مهمی است، اما به دلیل نپایبندن آنچنان به پویایی نرسیده که بتواند در کنار توسعه گردشگری به روابط تجاری عمده و کلان دست یابد. لذا، لزوم توجه ویژه مسئولان را جهت توسعه و پویایی می‌طلبد.

همچنین، در زمینه سرمایه‌گذاری در بخش هتلداری و رستوران‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای نیز اقتصاد شهری مهاباد هنوز نوپا و مراحل رشد و بلوغ خود را طی می‌کند. هر چند سرمایه‌گذاری‌هایی در جهت احداث هتل، بازارچه، فروشگاه‌های زنجیره‌ای، طرح‌های توسعه گردشگری، پذیرایی، شهرسازی و جزآن انجام گرفته، مراحل رشد و توسعه خود را به مرحله تکامل و پویایی افزایش دهند. موانع قانونی و مقرراتی با توجه به نمودار پایانی بیشترین توجه را به خود معطوف کرده است که به خصوص در بخش گردشگری سلامت، به صورت معضلی برای گردشگران کشور همسایه، به خصوص اقلیم کردستان عراق نمایان شده است. به دلیل شرایط سخت اخذ ویزا و مدت اقامت کم و عدم کافی بودن زیرساخت‌های گمرکی و دروازه‌های تجاری و مرزی از نظر کیفی مشکلات عدیده‌ای وجود دارد و جذب گردشگر را در حوزه سلامت با مشکل روبه‌رو کرده است.

شهر مهاباد موقعیت جغرافیایی و منطقه‌ای خوبی در جذب گردشگر دارد. از این رو، گردشگری به صورت عاملی بسیار پرسود در اقتصاد شهری ایفای نقش می‌کند، اما گردشگری و جذب گردشگر نیز زمینه‌های فرهنگی و آموزشی می‌طلبد و در کاهش و افزایش سهم گردشگران در توسعه اقتصاد شهری مفید و مانع توسعه است. همان گونه که اشاره کردیم، نقش دانشگاه‌ها و سازمان‌های علمی در امر آموزش و تخصص افراد، همچنین بالابردن آگاهی جهت رفتار مناسب با گردشگران بسیار مهم و عاملی کلیدی و اصلی است. وجود یا نبود جاذبه‌های گردشگری نیز دلایل تاریخی و انسانی دارد، به طوری که در جوامع بسیار پیشرفته امروزه صرفاً به جاذبه‌های طبیعی یا تاریخی عاملی برای جذب گردشگر اکتفا نمی‌شود، بلکه عاملی برای جذب است و در کنار آن خدمات متنوع گردشگری ارائه می‌شود. شهر مهاباد با دارا بودن موزه مردم‌شناسی معاصر، بازارچه‌های تجاری، همچنین جاذبه‌های طبیعی در کنار جاذبه‌های انسانی و ساخت از جمله بیمارستان و مراکز درمانی و بهداشتی در بعد گردشگری سلامت در راستای بهبود و جذب گردشگر قدم برمی‌دارد و در کنار آن از ابعاد جغرافیایی هم به سود جذب گردشگر و به تبع آن رشد کمی و کیفی گردشگری و اقتصاد شهری استفاده می‌کند.

از سوی دیگر، موانع طبیعی و جغرافیایی بین بعد اقتصادی و بعد موانع قانونی قرار گرفته است که دور بودن از مرکز و در حاشیه قرار گرفتن این شهر نسبت به شهرها و استان‌های همجوار از دلایل این بعد است. این مسئله نیز به پهناوری و وسعت کشور ایران مرتبط می‌شود، اما ضعف‌های موجود در این بخش را نیز با پویایی و بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل پیشرفته و سریع تا حدود زیادی می‌توان برطرف کرد و از موقعیت جغرافیایی این منطقه نیز به نفع پویایی توسعه گردشگری استفاده کرد. اگرچه امروزه گردشگری یکی از پایه‌های اقتصادی است و سهم بسزایی در توسعه و پیشرفت مناطق دارد، شهرستان مهاباد با توجه به غنای طبیعی و وجود آثار تاریخی فراوان و موقعیت برتر فرهنگی در منطقه به لحاظ اقتصادی و کسب درآمدهای ناشی از آن سهم ناچیزی از منافع حاصل از این منابع را به خود اختصاص داده است. تجارب نشان می‌دهد که گردشگران بر مبنای تجربه انفرادی و جمعی خود از مکان ویژه‌ای اقدام به انتخاب مجدد مقصد

مورد نظر می‌کنند. شهرستان مهاباد به علت موقعیت منحصربه‌فرد خود از لحاظ اکوتوریستی، تاریخی و فرهنگی مقصد انبوهی از گردشگران خواهد بود که در صورت توسعه و تقویت شبکه‌ها و خطوط ارتباطی نیز امکان جذب گردشگر از نواحی مختلف به شهرستان افزایش می‌یابد. البته، در کنار این مزایا و قابلیت‌ها، مشکلاتی نیز بر سر راه توسعه گردشگری در شهرستان وجود دارد. از طرفی، مدیریت ناکارآمد همچنین موانع قانونی و مقرراتی، نبود نیروی انسانی ماهر و کمبود برخی زیرساخت‌ها، از قبیل امکان اقامتی و تسهیلات گردشگری مانع توسعه هرچه بیشتر گردشگری و درآمدهای ناشی از آن در شهرستان شده است. این امر نیازمند توجه بیشتر ارگان‌های دولتی و خصوصی در سطوح مختلف برنامه‌ریزی به امر گردشگری در سطح شهرستان و لزوم تدوین طرح‌هایی از قبیل طرح جامع گردشگری و اطلس جامع گردشگری در سطح استان و شهرستان است.

بر اساس آنچه در این پژوهش بررسی شد، شهرستان مهاباد با مجموعه ارزش‌مند معماری-طبیعی، مذهبی، آیینی، تاریخی-فرهنگی و موقعیت تجاری و مرکزیت فرهنگی در منطقه و در فرمانتقه می‌تواند مرکز پیشرفت گردشگری و پویایی اقتصاد در منطقه باشد. بنابراین، یکی از اهداف اصلی و اساسی باید شناخت و معرفی ظرفیت‌ها و قابلیت‌های گردشگری مهاباد و حرکت در جهت بالفعل ساختن آن‌ها با برنامه‌ریزی اصولی مبتنی بر حفظ مسائل محیط‌زیست و رعایت مسائل فرهنگی و اجتماعی در قالب راهبردها و سیاست‌های توسعه پایدار و متوازن گردشگری باشد که به‌طور قطع این رویکرد نقطه عطف و تحولی در گردشگری شهرستان ایجاد می‌کند و آن را به جایگاه واقعی خود می‌رساند و در نهایت، توسعه مبتنی بر مزیت‌ها و قابلیت‌های شهرستان را محقق می‌سازد. جهت بهبود وضعیت گردشگری و کاهش موانع موجود بر سر آن در شهرستان مهاباد می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. ایجاد زمینه جهت تهیه و تدوین طرح جامع گردشگری شهر با توجه به اقتصاد شهر در راستای برنامه‌ریزی عدالت‌خواهانه که اقشار کم‌درآمد نیز بتوانند با مشارکت در شغل‌های ایجادشده در پویایی اقتصاد شهر نقش ایفا کنند. همچنین، خود نیز در سود حاصل از آن شریک باشند.
۲. اولویت‌دادن به موضوع توریسم اقتصادی و تجاری و زمینه‌سازی روستاهای لازم برای تقویت بازارچه‌ها، وسایل و کالاهای خانگی و تلاش در جهت تأمین مالی برنامه‌ها و پروژه‌های گردشگری در سطح شهر و شهرستان با پرداخت عوارض، مالیات و نظایر آن حاصل از اشتغال در بخش گردشگری شهری.
۳. تبلیغ در جهت معرفی اماکن و جاذبه‌های گردشگری شهر از طریق اطلس و نقشه، شناسنامه، پوستر و آگهی‌های تبلیغاتی در رسانه‌های جمعی.
۴. توجه بیشتر مسئولان و متولیان استان و شهر به سرمایه‌گذاری کم‌هزینه و در عین حال پردرآمد و اشتغال‌زای گردشگری با توجه به ضعف صنعت در شهر و امکانات و پتانسیل‌های آن.
۵. مکان‌یابی و طراحی فضاهای عرضه آثار ارزش‌مند هنری، فرهنگی و صنایع دستی جهت معرفی آداب و سنن و رسوم محلی.
۶. ارتقای کیفیت و ایجاد زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری مانند ترمینال‌ها و پایانه‌های راه‌آهن برای تسهیل در ورود گردشگران.
۷. استفاده از شهر به عنوان محور خدماتی-رفاهی و گردشگری سلامت در سطح منطقه‌ای و فرمانتقه‌ای.
۸. ایجاد روابط با شرکت‌های مسافربری و خدمات گردشگری در سطح فرمانتقه‌ای (اقلیم کردستان عراق)، در زمینه گردشگری و توریسم و طبیعت‌گردی، همچنین گردشگری سلامت، که با توجه به پیوندهای اجتماعی و فرهنگی و تاریخی زمینه آن مهیاست.
۹. اجرای سیاست‌های تشویقی شامل تخفیف در عرضه خدمات، همچنین در نظر گرفتن رفاه و امنیت گردشگر در زمان اقامت یا تورهای گردشی و خدمات همراهی به‌خصوص در بخش سلامت، تورهای دسته‌جمعی و اقامتی.

منابع

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی و همکاران (۱۳۸۶). پتانسیل‌ها و خدمات موجود گردشگری شهرستان چابهار، طرح جامع گردشگری استان سیستان و بلوچستان، زاهدان.
۲. بهزادفر، مصطفی؛ زمانیان، روزبه (۱۳۸۶). «کاربرد تصمیم‌سازی چندمعیاره فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی در برنامه‌ریزی گردشگری، نمونه موردی: شهرستان نیشابور»، نشریه بین‌المللی علوم مهندسی، ج ۱۸، ش ۵.
۳. پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۶). گردشگری (ماهیت و مفهوم)، تهران: سمت.
۴. تقوایی، مسعود؛ وارثی، حمیدرضا؛ صفرا، اعظم (۱۳۹۱). «عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهر کرمانشاه»، فصلنامه جغرافیا، سال ۱۰، ش ۳۳.
۵. حاجی محمدامینی، صمد؛ تولایی، سیمین؛ رسول فرجام (۱۳۹۰). «شناسایی و تحلیل خوشه گردشگری در شهر شیراز با استفاده از مدل بسط‌یافته پورتر»، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال اول، ش ۳، ۱-۱۵.
۶. رهنمایی، محمدتقی (۱۳۸۵). جغرافیای توریسم، تهران: دانشگاه تهران.
۷. زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۵). مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار، تهران: دانشگاه علامه.
۸. زمانی فراهانی، حمیرا (۱۳۷۹). صنعت گردشگر و خدمات مسافرتی، تهران: انتشارات زهد.
۹. سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹). برنامه‌ریزی ملی، منطقه‌ای و جهانگردی، ترجمه محمود عبدالله‌زاده، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۰. سرور، هوشنگ (۱۳۸۶). «بررسی ابعاد اقتصادی گردشگری»، ماهنامه شهرداری‌ها، ش ۷۸، صص ۱۲-۲۳.
۱۱. سیف‌الدینی، فرانک؛ شعبانی‌فرد، محمد؛ حسینی، علی؛ مصطفی رشیدی (۱۳۸۹). سنجش کیفیت و ظرفیت گردشگری شهری براساس الگوی رفتاری گردشگران و جامعه میزبان، نمونه موردی: شهر اصفهان، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، ش ۷۱، صص ۶۷-۸۷.
۱۲. شاکری، عباس؛ سلیمی، فریدون (۱۳۸۵). عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری در منطقه آزاد چابهار و اولویت‌بندی آن‌ها با استفاده از تکنیک AHP، پژوهشنامه اقتصادی، ش ۲۰، صص ۹۵-۱۳۰.
۱۳. شهرداری مهاباد، ۱۳۹۱.
۱۴. صباغ کرمانی، اصغر (۱۳۷۵). بررسی وضعیت صنعت توریسم و تخمین تقاضا و عرضه توریسم، تهران: مرکز پژوهش‌های بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۱۵. فرمانداری مهاباد، ۱۳۹۱.
۱۶. کاظمی، مهدی (۱۳۸۷). «تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه گردشگری چابهار»، مجله جغرافیا و توسعه، سال ششم، ش ۱۲.
۱۷. محرابی، جواد؛ خلیلی شورینی، سیاوش؛ خلفی، احمد (۱۳۹۱). «بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری در جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه مدیریت، توسعه و تحول، ش ۹۰.
۱۸. محسنی، رضاعلی (۱۳۸۸). «گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها»، مجله فضای جغرافیایی، سال نهم، ش ۲۸، صص ۱۴۹-۱۷۱.
۱۹. مرکز آمار ایران (۱۳۹۱). نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهرستان مهاباد.
۲۰. موحد، علی؛ کهزادی، سالار (۱۳۸۹). «تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان کردستان با استفاده از مدل SWOT»، پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال اول، ش ۲، صص ۸۵-۱۰۲.
۲۱. موسایی، مبثم (۱۳۸۳). «تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران»، پژوهشنامه بازرگانی، ش ۳۲، صص ۲۴۴-۲۲۵.
۲۲. مهندسین مشاور پویا نقش شهر و بنا (۱۳۸۶). طرح جامع مهاباد، وزارت مسکن و شهرسازی، تهران.
23. Hall, M.C., 2000, **Tourism Planning, Policies, Processes and Relationship**, Pearson Education. Harlow.
24. Higham, J., Lueck, M., 2002, **Urban ecotourism: a contradiction in terms**, Journal of ecotourism. pp. 36- 51.
25. Holjevac. I.A., 2003, **A Vision of Tourism and The Hotel Industry in the 21st century**, Hospitality Management. Vol. 22, pp. 129- 134.

26. Kuban. D., 1980, **Conservation of The Historical Environment for Cultural Survival**, Renata Hold(Ed), Philadelphia, The Aga Khan award for Architecture, pp. 32- 37.
27. Lozano-Oyola. M., Blancas. F.J., Gonzalez, M., Caballero, R., 2012, **Sustainable Tourism Indicators as Planning Tools Cultural Destinations**, Ecological Indicators. Vol. 18, pp. 612- 675.
28. McIntosh, W., Robert, Charles R. Golden, 1995, **Tourism Principle, Practices, Philosophies, United States of American**, John Wiley & Sons, In.
29. Rojeck. C., Urry. J.C. (Ed), 1997, **Touring Cultural: Transformations of Travel and Theory**, Routledge: London.
30. Tribe, J., 1997, **corporate strategy for Tourism**, Thomson.
31. Galdini, R., 2007, **Tourism and The City: Opportunity for Regeneration**, Tourismos, Vol.2, N.2, pp. 95- 11.
32. UNWTO, 2007, **Tourism Highlights Edition**, Available in www.unwto.com.