

## مدل سازی معادلات ساختاری موانع و چالش های توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی از دیدگاه جامعه محلی مطالعه موردی: آرامگاه شمس تبریزی در خوی\*

مهدی پاشازاده - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرند، مرند، ایران

حسین نظم فر<sup>۱</sup> - استاد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

بختیار عزت پناه - استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرند، مرند، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۰۸/۱۲

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۴/۱۲

### چکیده

گردشگری عامل مهم اشتغال زایی و ایجاد درآمد است و می تواند به عنوان راهکاری برای توسعه اجتماعی-اقتصادی و فرهنگی جوامع باشد. گام نخست در توسعه گردشگری، شناسایی موانع و چالش های آن است. هدف پژوهش حاضر بررسی و تحلیل چالش های توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی از دیدگاه جامعه محلی با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) می باشد تا شناخت همه جانبه وضع موجود، زمینه ساز اتخاذ برنامه های هدفمند جهت رفع موانع و توسعه صنعت گردشگری در منطقه مورد مطالعه گردد. مقاله حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی بوده و جمع آوری داده ها از طریق مطالعات کتابخانه ای و مشاهده میدانی (توزیع پرسش نامه) انجام گرفته است. نمونه آماری پژوهش ۳۸۳ نفر از ساکنان محلی شهر خوی در سال ۱۳۹۶ بود که برای تعیین حجم نمونه و روش نمونه گیری، به ترتیب از روش تعیین حجم نمونه کوکران و نمونه گیری تصادفی بهره گرفته شد. برای تحلیل و طبقه بندی داده های مستخرج از پرسشنامه و آزمون فرضیه اصلی و فرضیات فرعی و مدل یابی معادلات ساختاری از نرم افزار آماری AMOS استفاده شد. نتایج به دست آمده حاکی از تأیید فرضیه اصلی و فرضیات فرعی تحقیق می باشد. نتایج بیانگر آن است که اثر و تأثیر عوامل و شاخص های امکانات زیرساختی و زیر بنائی دولتی، بهداشت و کیفیت محیط، جاذبه های گردشگری و مدیریت شهری بر توسعه گردشگری معنادار و مثبت بوده و نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش نشان می دهد که عوامل مذکور جزء چالش های توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی از دیدگاه جامعه محلی شهر خوی می باشند و اقدامات کلیدی انجام شده در راستای توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی به ویژه از طریق شمس تبریزی مناسب و کافی نبوده است.

**واژه های کلیدی:** شمس تبریزی، گردشگری، شهر خوی، ساکنان محلی، مدل سازی معادلات ساختاری (SEM).

\* این مقاله برگرفته از رساله دکتری آقای مهدی پاشازاده در رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری به راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم در دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرند می باشد.

## مقدمه

گردشگری دارای ابعاد مهم حوزه‌ای با توزیع فضایی ناهموار بین کشورها و در داخل کشور و ارائه تأثیرات محلی مؤثر است. اهمیت بعد فضایی گردشگری با یافته‌ها نیز نشان می‌دهد که رشد گردشگری در یک منطقه گردشگری در مناطق هم‌جوار نیز تأثیر مثبت می‌گذارد (Romao et al, 2017:74). علاوه بر این، بخش‌های گردشگری همچنین به کاهش میزان فقر کمک می‌کنند (Vanegas et al, 2015:134). همچنین، در مقیاس کوچک‌تر، گردشگری به مشارکت مردم محلی و بومی در جستجوی گزینه‌های توسعه کمک کرده است (Capucci, 2016:83). گردشگری به‌عنوان یک بخش از توسعه که می‌تواند رشد اقتصادی منطقه را تحریک کند و به‌عنوان یک دارایی استراتژیک برای تشویق توسعه در مناطق خاصی که جاذبه توریستی بالقوه دارند، در نظر گرفته می‌شود (Garcia Marcelino et al, 2015:145). بخش گردشگری باید توسط تمام بخش‌ها به‌عنوان مثال دولت‌های محلی به‌عنوان مدیران، افرادی که در محل اشیاء گردشگری هستند و مشارکت بخش خصوصی به‌عنوان توسعه‌دهندگان حمایت و پشتیبانی شود (Kodir, 2018:254; nazmfar et al, 2019). گردشگری یک صنعت خدماتی است که شامل تعدادی از ترکیبات مادی و غیرمادی می‌باشد. عناصر مادی شامل سیستم‌های حمل‌ونقل (هوایی، راه‌آهن، جاده‌ای، آبی و امروزه فضایی)، پذیرایی (مسکن، غذا، تورها) و خدمات مربوط به آن نظیر خدمات بانکی، بیمه و خدمات بهداشتی و ایمنی می‌شود. عناصر غیرمادی شامل استراحت، آرامش، فرهنگ، فرار، ماجراجویی و تجربیات جدید و متفاوت می‌باشد (WTO, 2004:4). واحدهای اجتماعی که با منابع طبیعی و قلمرو مشخص خود دارای وابستگی منسجم و تاریخی هستند، اقشار سنتی و جوامع محلی می‌باشند (اکبری و قرخلو، ۱۳۸۹: ۵۷-۵۶). باور اساسی این است که جوامع محلی هسته مرکزی مقاصد توریستی هستند و جوامع سالم و موفق، معیاری برای سنجش موفقیت صنعت گردشگری به شمار می‌روند (فاضل نیا و هدایتی، ۱۳۸۹: ۱۴۶). در این راستا دیدگاه جامعه‌میزبان نسبت به گردشگران و فعالیت‌های آنان نقطه مهمی در توسعه گردشگری محسوب می‌شود (اکبری و قرخلو، ۱۳۸۹: ۷). مشارکت مؤثر مردم محلی در فعالیت‌های توریستی نقش بسیار مهمی دارد (رضوانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۲۰). ساکنان محلی و منطقه‌ای مسئولیت، فراهم‌آوری اطلاعات و بازاریابی مقاصد را بر عهده دارند. از رسانه‌های گروهی برای تبلیغات استفاده می‌کنند، به مصرف‌کنندگان و عاملین کسب‌وکار گردشگری، خدمات مشاوره‌ای ارائه می‌کنند، مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری را اداره می‌کنند، در مقاصد گردشگری و میداهای اصلی گردشگران به تهیه و توزیع بروشور، اعلامیه و علائم راهنما اقدام می‌کنند و مسئولیت مدیریت استراتژیک مقاصد را بر عهده دارند (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۵). عوامل بی‌شماری در توسعه گردشگری نقش دارند. ارتباط و تعامل بین آن‌ها، توسعه گردشگری را شکل می‌دهد. سه عامل اصلی در توسعه گردشگری عبارت‌اند از: گردشگران، مردم منطقه و ویژگی‌های مقصد (الوانی و پیروز بخت، ۱۳۸۵: ۱۱۲). به‌عبارت‌دیگر مهمانان، جامعه محلی (میزبان) و خصوصیات و جاذبه‌های گردشگری مقصد، سه عامل اصلی توسعه گردشگری می‌باشند. جامعه محلی به‌عنوان ذینفعان در ارتباط مستقیم با توسعه گردشگری قرار دارند، در صورت عدم توجه از سوی مدیریت شهری می‌تواند مانعی اساسی در راستای رسیدن به اهداف باشند، در نتیجه زمینه‌سازی برای مشارکت جامعه محلی، کسب نظرها، اعمال نظرها و ایجاد روحیه هماهنگی لازم و ضروری می‌باشد. بنابراین در راستای توسعه گردشگری لازم است به جامعه محلی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین پارامترهای تأثیرگذار در روند توسعه گردشگری و رسیدن به اهداف توجه خاصی شود زیرا بدون حمایت ساکنان و جامعه محلی (میزبان) و درک و فهم مزایای توسعه گردشگری توسط آن‌ها، موفقیت در توسعه گردشگری ممکن نیست. در شهرهای تاریخی، بیشتر جاذبه‌ها، جاذبه‌های باستانی - تاریخی و فرهنگی است. در شهر خوی نیز بیشتر جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی (مانند بازار سنتی، کاروانسراها، مساجد تاریخی، بناها، حمام‌ها، خانه‌ها و ساختمان‌های تاریخی، دروازه سنگی و غیره) و تقریباً بیش از ۸۰ درصد جاذبه‌های توریستی شهر در بخش تاریخی و مرکزی شهر قرار گرفته‌اند.

شهر خوی با داشتن جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی فراوان و موقعیت جغرافیایی ویژه می‌تواند به‌عنوان قطبی توانمند در راستای جذب گردشگری و بالطبع توسعه صنعت گردشگری ایفای نقش نماید (پوریوسف، ۱۳۹۲: ۱). خوی به‌عنوان دومین شهرستان استان با دارا بودن تاریخ و تمدن بسیار کهن با قدمتی سه‌هزارساله با دارا بودن پتانسیل‌ها و جاذبه‌های کم‌نظیر طبیعی بکر و وجود جاذبه‌ها، ابنیه‌ها و محوطه‌های ارزشمند و بی‌بدیل تاریخی - فرهنگی مانند آرامگاه شمس تبریزی همراه با تنوع قومی - مذهبی، هنرها و صنایع‌دستی و موارد دیگر و گنجینه‌ای از آثار ارزشمند تاریخی - فرهنگی دیگر که بعضاً "قدمتی به قدمت تاریخ بشریت دارند، همچنین به علت قرار گرفتن در مسیر جاده ابریشم و شاهراه ارتباطی بین دنیای شرق و غرب و دارا بودن کوتاه‌ترین راه ارتباطی با کشورهای اروپایی به‌ویژه ترکیه همواره مورد توجه بود و گردشگران و سیاحان بسیاری را پذیرا بوده است، درحالی‌که هنوز به‌طور بهینه از این استعدادها به‌ویژه پتانسیل باارزش و کم‌نظیر آرامگاه شمس تبریزی، به‌عنوان مهم‌ترین و اساسی‌ترین شرط لازم برای جذب سرمایه‌ها و توسعه گردشگری، بهره گرفته نشده است؛ علی‌رغم داشتن پتانسیل‌های مناسب و بااهمیت تاریخی - فرهنگی همچون آرامگاه شمس که از خوی منطقه‌ای مستعد برای توسعه گردشگری ساخته‌اند، وجود این قبیل جاذبه‌های تاریخی باارزش در این شهرستان می‌تواند آن را به یکی از قطب‌های گردشگری استان و کشور تبدیل کند و تلاش، همراهی و هماهنگی همه دستگاه‌ها، باعث توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی در این استان و شهرستان شود؛ اما در این زمینه با یکسری چالش‌ها، موانع و مشکلات روبرو می‌باشد که مانع از جذب زیاد گردشگران داخلی و خارجی می‌شوند که باید برنامه‌ریزی مناسب صورت گیرد تا بتوان از تمامی این پتانسیل‌ها استفاده نمود. بدیهی است که بهره‌گیری مناسب از این ظرفیت‌ها نیازمند مطالعه، بررسی و برنامه‌ریزی دقیق در جهت حل این چالش‌ها است که با این برنامه‌ریزی دقیق و ایجاد امکانات و تجهیزات زیرساختی و زیربنایی و حمایت بخش‌های دولتی و خصوصی مرتبط با امر گردشگری می‌تواند سیر-سیاحت و گردشگری را در این شهرستان توسعه و رونق بخشد از آنجاکه این قبیل جاذبه‌ها جزء میراث فرهنگی ما هستند، باید به آن‌ها توجه صدچندان شود و موانع و چالش‌های پیش‌رویشان حل گردد. پژوهش حاضر در پی پاسخ به سؤال زیر است:

آیا اقدامات انجام‌شده در راستای توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی در شهرخوی به‌ویژه از طریق شمس تبریزی مناسب و کافی نبوده و در این مسیر با یکسری چالش‌ها روبرو می‌باشد؟

از این‌رو برای پاسخ دادن به این سؤال فرضیه‌ها بدین شکل صورت‌بندی شده است:

فرضیه اول: به نظر می‌رسد یکی از چالش‌های توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی در شهرخوی به‌ویژه از طریق شمس تبریزی از دیدگاه جامعه محلی عوامل و شاخص‌های زیر ساختاری و زیربنایی می‌باشد.

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد یکی از چالش‌های توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی در شهر خوی به‌ویژه از طریق شمس تبریزی از دیدگاه جامعه محلی عوامل و شاخص‌های بهداشت و کیفیت محیط می‌باشد.

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد یکی از چالش‌های توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی در شهر خوی به‌ویژه از طریق شمس تبریزی از دیدگاه جامعه محلی عوامل و شاخص‌های جاذبه‌های گردشگری می‌باشد.

فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد یکی از چالش‌های توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی در شهر خوی به‌ویژه از طریق شمس تبریزی از دیدگاه جامعه محلی عوامل و شاخص‌های مدیریت شهری می‌باشد.

استانکویک و دوکیک<sup>۱</sup> (۲۰۰۹)، اصلان، کاپلان و کولا<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) در تحقیقات خود عوامل رفاهی از قبیل وضعیت هتل‌ها، کمپین‌ها و محل‌های اقامتی، وضعیت پارکینگ و خدمات مربوط به آن، دسترسی گردشگران به فناوری‌های موردنیاز خود و دسترسی به وسایل نقلیه عمومی را از موانع توسعه گردشگری دانسته‌اند. شاه‌آبادی و سیاح (۲۰۱۳)، زرآبادی و عبدالله (۲۰۱۳)،

1 . Stankovic and Dovic

2 . Aslan, Kaplan & Kula

ماسیدا و ایتزو<sup>۱</sup> (۲۰۱۲)، سونگ، دویر و لی<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) وضعیت خدمات رفاهی مقصد، حجم سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، کشش‌های درآمدی و قیمتی، درآمد سرانه و سیاست‌گذاری‌های کلان مالی و اقتصادی را از موانع و مشکلات توسعه گردشگری اعلام کرده‌اند. لیو و پرات<sup>۳</sup> (۲۰۱۷) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که عامل امنیتی مانند وجود تروریسم و گسترش آن در کشورها اثر کوتاه‌مدتی بر جذب گردشگر دارد و فقط در ۵ درصد کشورهای موردبررسی آثار بلندمدت تروریسم بر صنعت گردشگری مشاهده شده است. در صورتی که استافلن، آینید و وانست<sup>۴</sup> (۲۰۱۷)، وجود موانع سیاسی را از موانع توسعه گردشگری و جذب گردشگر معرفی کرده‌اند. مدهوشی و ناصرپور (۱۳۸۲) در مقاله‌ای با عنوان ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان عوامل مؤثر بر توسعه‌نیافتگی این صنعت در استان را موردبررسی قرار داده‌اند که نتایج مطالعه مبین این است که بین تعدد مراکز تصمیم‌گیری و توسعه‌نیافتگی صنعت گردشگری استان و همچنین بین ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری و نیز ضعف بازاریابی و در انتها فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر با توسعه‌نیافتگی صنعت گردشگری استان لرستان یک رابطه مستقیم وجود دارد. دامغانیان (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان پتانسیل‌ها و موانع گردشگری در استان سمنان کمبود نبود تسهیلات مناسب و مطلوب، تبلیغات ضعیف، عدم وجود تلقی‌های صحیح در برخی موارد در خصوص میزان اهمیت این صنعت، عدم آشنایی کامل با اصول تجارت جهانی و ... را از جمله موانع موجود در مسیر گردشگری استان سمنان برشمرده است. صائمی (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان موانع و مشکلات توسعه صنعت گردشگری استان سمنان به این نتیجه رسید که بین چهار عامل تعدد مراکز تصمیم‌گیری، ضعف بازاریابی و تبلیغاتی، ضعف امکانات زیربنایی، خدمات گردشگری و فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر با توسعه‌نیافتگی استان سمنان یک رابطه مستقیم وجود دارد. مدهوشی و نیازی (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای با عنوان بررسی و تبیین توسعه صنعت گردشگری در استان گلستان به این نتیجه رسیده‌اند که رابطه معناداری بین توسعه‌نیافتگی استان گلستان و عوامل چهارگانه (تعدد مراکز تصمیم‌گیری، ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری، ضعف بازاریابی و فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر) وجود دارد. کرمی دهکردی و کلانتری (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال و بختیاری مشکلات زیرساختی، بازاریابی و تبلیغاتی، بهداشت سلامت، کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی، عدم درک صحیح از گردشگری، فقدان انگیزه در مسئولان محلی، تعصبات قومی و قبیله‌ای، فقدان برنامه‌ریزی و همچنین پژوهش و نظارت، مشکلات مربوط به منابع انسانی را از جمله مشکلات گردشگری این استان بیان داشته‌اند. زارعی متین و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای با عنوان تبیین مسائل صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران به ۲۲ مسئله عمده این صنعت در ایران در ۴ دسته مسائل سطح دولتی، مسائل سطح خصوصی، مسائل سطح بین‌المللی دست‌یافته است. محرابی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری در جمهوری اسلامی ایران به این نتیجه رسیدند که ضعف امکانات زیر بنایی و زیرساختی از مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری ایران بوده و پس از آن موانع و مشکلات سیاسی و موانع فرهنگی بیشترین اثر را داشته‌اند. سندگل و شریفی‌نیا (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان بررسی موانع و مشکلات توسعه گردشگری مطالعه موردی: شهرستان قائمشهر به این نتیجه رسیدند که اعتقاد کارشناسان و دست‌اندرکاران صنعت توریسم، عدم برنامه‌ریزی اصولی و پایدار در راستای تجهیز زیرساخت‌ها، کمبود امکانات تبلیغاتی مناسب، بالا بودن هزینه‌های رفاهی و اقامتگاهی، نبود راهنمایان مجرب توریستی، وجود سازمان‌های موازی و مشخص نبودن وظایف و مسئولیت‌ها به همراه پاره‌ای از موانع فرهنگی و اجتماعی از جمله مهم‌ترین مشکلات اساسی توسعه صنعت توریسم در شهرستان قائمشهر به شمار می‌رود. دهقانفرد و قاسمی راد (۱۳۹۶) مقاله‌ای با عنوان شناسایی مشکلات توسعه صنعت گردشگری استان ساحلی بوشهر و ارائه راهکارهای مناسب را انجام داده و درنهایت

1 . Massidda &amp; Etzo

2 . Dwyer &amp; Li Song

3 . Liu &amp; Pratt

4 . Stoffelen, Ioannides &amp; Vanneste

هشت عامل: موانع اقتصادی، موانع فرهنگی، موانع دولتی، موانع بهداشتی، موانع جغرافیایی، موانع تفریحی، موانع سیاسی و موانع رفاهی به‌عنوان مشکلات توسعه صنعت گردشگری استان شناسایی و بررسی کردند. علیرغم وجود منابع بسیار داخلی و خارجی در زمینه گردشگری، مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد نخست، در هیچ تحقیقی به‌طور مشخص چالش‌ها و موانع توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی در شهر خوی و به‌ویژه با تأکید بر آرامگاه شمس تبریزی بررسی نشده است؛ دوم، مطالعات پیشین به‌طور عمده در سطح کلان گردشگری را بررسی کرده‌اند و پژوهش‌ها و تحقیقات کمتر به‌طور ویژه بر بحث اقدامات انجام‌شده در راستای توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی و موانع پیش روی این توسعه تمرکز کرده‌اند در نتیجه، با توجه به‌عنوان تحقیق و مرور مطالعات پیشین و شرایط حاکم بر منطقه مطالعاتی نوآوری پژوهش حاضر این موضوع می‌باشد که پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این پرسش است که مهم‌ترین موانع و چالش‌های پیش روی توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی در شهر خوی به‌ویژه از طریق شمس تبریزی از دیدگاه جامعه محلی کدام‌اند تا با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری این سؤال را مطالعه و بررسی نماید و پیشنهاد‌های و راهکارهایی را جهت از میان برداشتن موانع و مشکلات موجود ارائه نماید.

### مبانی نظری

گردشگری یکی از صنایع پُر درآمد جهان است. این صنعت با صنایع دیگری از قبیل صنایع بیمارستانی، حمل‌ونقل، غذایی، سینما، تئاتر و کسب‌وکار ارتباط تنگاتنگی دارد (Horner & Swarbrooke, 2017:58). صنعت گردشگری با نقاط گردشگری در ارتباط هستند و توجه به دیدگاه‌های معطوف به یافتن مکان مناسب و در نظر گرفتن ساکنان منطقه در ارتقای صنعت گردشگری نقش عمده‌ای دارد (Andereck & Vogt, 2000:28). شهرها معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، مکان‌های تاریخی را دارند که خود، گردشگران بسیاری را جذب می‌کند (Hall & Stephen, 2001:23). محیط‌های شهری از یک‌طرف به دلیل تمرکز جمعیت، ازدحام به‌عنوان مبدأ سفر گردشگران و از طرف دیگر با امکانات رفاهی، بهداشتی، ارتباطی و داشتن جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، معماری مقصد گردشگران به شمار می‌آید که بر این اساس ضرورت برنامه‌ریزی و توسعه این فعالیت توجیه می‌شود. ایران به‌عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه که ذخایر نفتی آن به‌عنوان منبع اصلی کسب درآمد در آینده‌ای نه‌چندان دور به پایان می‌رسد، برای ایجاد یک توسعه همه‌جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به‌جای منابع نفتی نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌های خود است (نظم فر، ۱۳۹۶: ۶۳-۶۲). گردشگری شهری، اگر به‌درستی برنامه‌ریزی شود، توسعه یابد و مدیریت شود، ممکن است مزایا و منافع هم برای جوامع شهری و هم جامعه به‌طور کلی ایجاد کند (Iordache & Cebuc, 2009:86-92). با توجه به اهمیت و سهم قابل توجه گردشگری شهری در اقتصاد نوین شهری، برنامه‌ریزی در جهت تقویت زیرساخت‌های گردشگری و ارتقای کیفیت خدمات و امکانات گردشگران از اهمیت شایانی برخوردار است. زیرا رضایت گردشگران باعث تداوم مسافرت به مقصد از یکسو و ترغیب و تشویق دیگران به دیدار از این مکان‌ها می‌شود. به‌این ترتیب موجب تداوم و پایداری گردشگری و رونق اقتصادی می‌شود (برزگر، ۱۳۹۷: ۴). بهبود زیرساخت‌هایی که علاوه بر گردشگران منطقه ساکنان نیز ذی‌نفع مستقیم آن خواهند بود (European, 1998:76). از این رو توسعه گردشگری سبب افزایش توسعه ملی و محلی می‌شود (ضیائی و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۰). لیکن این ارتقاء و گسترش مستلزم ایجاد شرایط ویژه ساختاری، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و نیازمند وجود زیرساخت‌های مناسب گردشگری و ایجاد امکانات و تسهیلاتی است که دسترسی به جاذبه‌ها را بیش‌ازپیش آسان سازد (وارثی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۳-۹۲). زیرساخت‌های گردشگری دربرگیرنده خدمات و تسهیلاتی است که رفاه گردشگران را فراهم می‌کند و

دسترسی مناسب به این عناصر، در جذب گردشگر و افزایش ماندگاری آن‌ها در مقصد تأثیر بسزایی دارد (یوسفی شهیر و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۵). نظام گردشگری متشکل از جاذبه‌ها و فعالیت‌های گردشگری، مراکز اقامتی، تسهیلات و خدمات حمل‌ونقل، تأسیسات زیربنایی و تسهیلات و خدمات گردشگری است که عناصر گردشگری خوانده می‌شوند. (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۳). در یک دسته‌بندی، زیرساخت‌ها به دو گروه زیرساخت‌های نرم (اطلاع‌رسانی و تبلیغات، مدیریت بخش‌های گوناگون، امنیت، آموزش و فرهنگ‌سازی، بهداشت و گردشگری الکترونیک) و زیرساخت‌های سخت (راه‌ها و حمل‌ونقل، سرمایه‌گذاری، تجهیزات فرهنگی، فراغتی و ورزشی) تقسیم می‌شود (واحدپور و جعفری، ۱۳۹۰: ۹۲-۸۷).

### مفهوم گردشگری تاریخی-فرهنگی

گردشگری تاریخی از انواع بسیار مهم گردشگری در جهان امروز به شمار می‌رود. جاذبه‌های تاریخی شامل مکان‌های تاریخی و فرهنگی می‌شود که از نظر میراث فرهنگی اهمیت بسیاری دارند (حیدری چیا، ۱۳۸۹: ۴۲). گردشگری تاریخی نوعی گردشگری فرهنگی است که گردشگری میراث هم نامیده می‌شود این نوع گردشگری، به بازدید از موزه‌ها، مکان‌ها و ابنیه تاریخی می‌پردازد و امروزه بخش عمده‌ای از گردشگری را به خود اختصاص داده است. ایران به دلیل دارا بودن هزاران اثر تاریخی، در این زمینه می‌تواند موفق باشد (نصیری زاده و توتونچی، ۱۳۸۲: ۴۳).

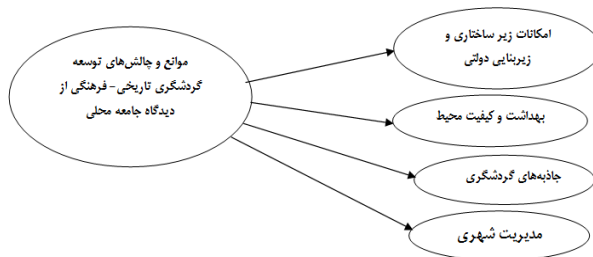
### موانع، مشکلات و چالش‌های توسعه صنعت گردشگری

با توجه به اهمیت گردشگری، یکی از صنایع راهبردی که در چشم‌انداز توسعه ایران در سال ۱۴۰۴ در نظر گرفته شده، صنعت جهانگردی است اما علیرغم شعارهایی که در این سال‌ها در زمینه توسعه صنعت توریسم در کشور داده شده، وضعیت توریسم در کشور چندان مطلوب نبوده و در حال حاضر با مشکلات و چالش‌های گوناگونی روبرو است. از آنجایی موانع و چالش‌های توسعه صنعت گردشگری با توجه به شرایط داخلی هر کشور یا منطقه، متفاوت است، اما به‌طور کلی موانع عمده در اجرای برنامه‌های توسعه گردشگری عبارت است از:

- ۱- موانع فرهنگی-اجتماعی: تفاوت‌های فرهنگی بین مناطق گردشگری و آگاهی کم میزبانان نسبت به نیازها و خواسته‌های گردشگران و از طرف دیگر عدم آگاهی گردشگران از فرهنگ میزبانان (Master & Prideaux, 1998:45).
- ۲- موانع زیربنایی: کمبود و نامطلوب بودن وسایل حمل‌ونقل مسافری، جاده‌های بین‌شهری، مراکز خرید، تأسیسات اقامتی، شبکه‌های آب، برق، مخابرات، فاضلاب و بهداشت در مناطق گردشگری (ناصری، ۱۳۷۵: ۱۰۷).
- ۳- موانع دولتی: کمبود و نارسایی خدمات زیربنایی مانند راه‌ها، امکانات رفاهی-تفریحی، بهداشتی، پزشکی و سایر فعالیت‌های انسان‌ساخت موردنیاز گردشگران و همچنین پاسخگو نبودن هتل‌ها و مراکز اقامتی به نیازهای گردشگران، از جمله چالش‌های پیش روی گردشگران بوده است (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۲۴).
- ۴- موانع و نارسایی‌های اقتصادی: عدم حمایت از سرمایه‌گذاری در صنعت توریسم (دولتی و خصوصی)؛ سیاست‌های نامناسب اقتصادی؛ افزایش نرخ مالیات، عوارض، بیمه و... در بخش گردشگری؛ عدم حمایت کافی از بخش خصوصی و تشویق نکردن به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری (محسنی، ۱۳۸۸: ۱۵۲). به علت عدم سودآوری؛ حمایت ناکافی دولت و اقدامات سلیقه‌ای و محدودکننده از سوی برخی مقامات غیرمسئول؛ فقدان تسهیلاتی همچون وام‌های بلندمدت با بهره کم برای بخش خصوصی؛ واگذاری زمین مناسب با بهای دولتی؛ حذف تشریفات زائد و دست و پاگیر اداری برای ایجاد هتل‌ها و مراکز رفاهی؛ تضمین امنیت سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری توسط دولت به‌منظور ایجاد انگیزه در بخش خصوص (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱:

۱۲۳). عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری (یاوری و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۴۸).  
 ۵- موانع فرهنگی و تبلیغاتی: مشکلات ذهنی، رسوبات منفی و وجود پندارهای نادرست در مورد گردشگران، ضعف ساختاری در مورد تبلیغات و اطلاع‌رسانی، عدم به‌کارگیری اصول و روش‌های صحیح برقراری ارتباط با جهانگردان (زمانی فراهانی، ۱۳۹۲: ۶۶).

۶- موانع مدیریتی و سازمانی: حضور دستگاه‌های موازی در تشکیلات گردشگری، عدم پیوستگی و یکپارچگی خدمات (نوبخت و پیروز، ۱۳۸۷: ۵۹). ضعف مدیریت کلان در صنعت گردشگری، عدم توجه به توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری، فقدان یک برنامه جامع و استراتژیک، ناهماهنگی در همکاری بین سازمان‌ها و ارگان دولتی که در بهبود وضع جهانگردی مؤثرند، تصمیم‌گیری‌های منفک سازمان‌ها، کمبود نیروی متخصص، پایین بودن سطح آگاهی جامعه در مورد گردشگری، کمبود امکانات رفاهی-بهداشتی و پزشکی، نبود برنامه‌ریزی مناسب به‌منظور پر کردن اوقات فراغت گردشگران (زمانی فراهانی، ۱۳۹۲: ۶۲-۶۶).  
 مدل مفهومی تحقیق به‌صورت زیر می‌باشد. همان‌طور که در تصویر نیز به‌خوبی پیداست، هر مسیر و خط نشان‌دهنده یک فرضیه بوده که در ادامه با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری تأیید یا رد آن‌ها مورد آزمون قرار گرفته است



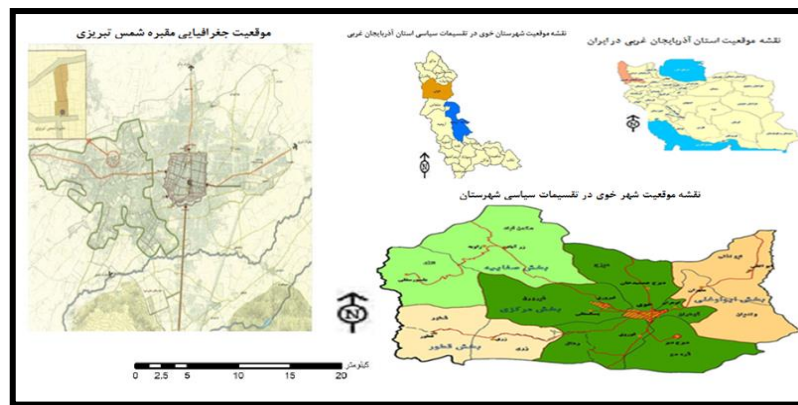
شکل شماره ۱. مدل مفهومی تحقیق

### محدوده مورد مطالعه

شهرستان خوی در دشتی نسبتاً وسیع در شمال غربی ایران و در استان آذربایجان غربی قرار گرفته و بعد از ارومیه دومین شهرستان استان می‌باشد. این شهرستان در ۱۴۱ کیلومتری شهر ارومیه مرکز استان آذربایجان غربی و ۱۴۳ کیلومتری شهر تبریز مرکز استان آذربایجان شرقی قرار دارد و تا مرز ترکیه به خط مستقیم حدود ۳۲ کیلومتر فاصله دارد. شهرستان خوی با وسعتی در حدود ۶۰۰۰ کیلومتر مربع وسیع‌ترین شهرستان استان بوده و بر اساس سالنامه آماری استان آذربایجان غربی در سال ۱۳۹۵ شهر خوی در موقعیت جغرافیایی ۴۴ درجه و ۵۸ دقیقه طول شرقی و ۳۸ درجه و ۳۲ دقیقه عرض شمالی واقع شده و اختلاف ساعات شهر خوی با تهران ۲۵ دقیقه ۳۴ ثانیه است. جلگه خوی در دامنه جنوب شرقی فلات ارمنستان واقع شده و ارتفاع متوسط آن از سطح دریا ۱۱۳۹ متر می‌باشد، و از تمام جلگه‌های مجاور دریاچه ارومیه پست‌تر است و به همین جهت در اصطلاح عوام آن را خوی چو خوری (چاله خوی) می‌نامند. در حال حاضر بر اساس آخرین تقسیمات سیاسی در سال ۱۳۸۹ این شهرستان از چهار بخش (ایواوغلی، صفائیه، قطور و مرکزی)، شش نقطه شهری، ۱۱ دهستان، ۲۳۱ روستای دارای سکنه و ۱۳ روستای خالی از سکنه تشکیل شده است (سالنامه آماری استان، ۱۳۹۵، مهندسان مشاور فرافرا، ۱۳۷۰: ۵۹ و مهندسان مشاور پویا نقش شهر و بنا، ۱۳۹۱: ۶۶). شهر خوی از طریق ۵ محور اصلی با کشور ترکیه، شهرها، شهرستان‌ها و استان اطراف خود ارتباط دارد. محورهای مواصلاتی با عملکرد بالا که در طول ساعات زیادی از شبانه‌روز فعال هستند.

۱- محور شرقی خوی- ایواوغلی به مرند (ارتباط با استان آذربایجان شرقی) ۲- محور شمالی خوی- ایواوغلی به جلفا، قره

ضیاءالدین، پلدشت، جمهوری آذربایجان، شوط، ماکو، بازرگان، ترکیه ۳- محور جنوبی خوی به سلماس و ارومیه ۴- محور غربی خوی- قطور به مرز رازی، ترکیه ۵- محور خوی - فیروزق به چالدران آرامگاه محمد بن علی بن ملک داد تبریزی ملقب به شمس الدین یا شمس تبریزی (مناره شمس تبریزی) یا شمس دنبلی برج زیبایی است در شمال شرقی شهرستان خوی و در محلی به همین نام قرار دارد. بعضی از مورخین ساختمان مناره شمس تبریزی را به امیر جعفر دنبلی ملقب به شمس الملک متوفی به سال ۵۵۵ هجری قمری که یکی از مشاهیر این سلسله است نسبت می‌دهند ولی این انتساب مورد تردید می‌باشد. برخی دیگر آن را کاخ زمستانی شاه اسماعیل صفوی می‌دانند. اعتقاد دارند تزئینات مناره که با شاخ بز کوهی انجام گرفته است حاصل یک روز شکار این پادشاه می‌باشد. این بنا برج استوانه‌ای شکل می‌باشد که حدود ۱۲ متر ارتفاع دارد و به صورت مجوف بوده و پلکان مارپیچی از ورودی مناره که در قسمت تحتانی پایین آن قرار دارد به انتهای مناره منتهی می‌شود، پی و حدود پنجاه سانتی متر از نمای قسمت تحتانی با سنگ ساخته شده و از این قسمت به بعد تمام مناره از آجر می‌باشد. نمای آجر مناره به صورت منظم با کله و شاخ بز کوهی (قوج) به صورت بی‌نظیری تزئین گشته است (حیدری، ۱۳۸۲: ۱۰۲).



شکل شماره ۲. موقعیت محدوده مورد مطالعه

## روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و در آن از روش پژوهش توصیفی-تحلیلی استفاده شده است. جمع‌آوری داده‌ها علاوه بر مشاهده میدانی و تکمیل پرسش‌نامه از طریق مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای صورت گرفت. با توجه به پیمایشی بودن تحقیق، از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده و به جامعه آماری تعمیم داده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل افراد ساکن در شهر خوی است که بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵، این شهرستان بالغ بر ۳۴۸/۶۶۴ نفر جمعیت داشته است که از این تعداد ۱۹۸/۸۴۵ نفر ساکن شهر خوی هستند. برای برآورد حجم نمونه از روش نمونه‌گیری کوکران با سطح اطمینان ۹۵ درصد و احتمال خطای ۵ درصد، استفاده شد و بر اساس آن ۳۸۳ نفر به عنوان نمونه آماری مشخص شدند.  $t = 1/96$  سطح اطمینان؛  $P = 0/5$  وجود صفت در جامعه آماری؛  $q = 0/5$  عدم وجود صفت در جامعه آماری؛  $d = 0/05$  مقدار خطای نمونه‌گیری؛  $n = 198845$  تعداد جامعه آماری. پس از تعیین حجم نمونه، پرسشنامه‌های مورد نظر در سطح شهر تکمیل شدند. پرسشنامه محقق ساخته برای دستیابی به اهداف و به منظور بررسی چالش‌های توسعه گردشگری از دیدگاه جامعه محلی طراحی شده بود. سؤالات پرسشنامه به دو بخش مربوط به سؤالات عمومی و سؤالات اختصاصی که شامل ۲۱ گویه به صورت طیف لیکرت پنج گزینه‌ای تقسیم شده بود و در ادامه، برای تحلیل و طبقه‌بندی داده‌ها و آزمون فرضیات فرعی همچنین مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) از نرم‌افزار آماری آموس AMOS (یکی از نرم‌افزارهای قوی مدل‌یابی) بهره گرفته شد از آنجایی که



داده‌های تعدادی از پرسشنامه‌ها توسط نرم‌افزار فاقد ارزش بررسی (داده‌های پرت) شناخته شدند با حذف آن‌ها در نهایت برای تحلیل توسط نرم‌افزار تعداد ۳۴۵ عدد پرسشنامه کامل و بدون نقص (به‌عنوان حجم نمونه عملیاتی) که قابلیت تجزیه و تحلیل را داشتند، جهت ارزیابی مورد تأیید قرار گرفتند. ویژگی‌های منحصربه‌فرد مدل‌سازی معادلات ساختاری به پژوهشگر این امکان را می‌دهد تا هم‌زمان بتواند به تحلیل روابط میان انواع متغیرهای وابسته، مستقل و مداخله‌گر اعم از مشاهده‌شده یا پنهان بپردازد؛ که با استفاده از برازش‌های اصلی و کلی (مقدار مطلوب آن‌ها که در کتب مدل‌سازی معادلات ساختاری مشخص شده است) چگونگی برازش مدل با داده‌های مشاهده‌شده را تحلیل می‌کند. مراحل اجرایی استفاده از آموس: ۱- تهیه فایل داده‌ها با استفاده از SPSS که فایل داده‌های موردنظر باید شامل کلیه متغیرهای مشاهده‌ای باشد و به سه شکل می‌تواند تهیه گردد (الف- فایل داده‌های خام ب- فایل حاوی ماتریس واریانس-کواریانس بر گرفته از داده‌های خام ج- فایل حاوی ماتریس همبستگی، میانگین و انحراف معیار بر گرفته از داده‌های خام) ۲- ترسیم مدل تدوین شده در صفحه میانجی آموس (که این مرحله شامل رسم متغیرهای پنهان با استفاده از نماد بیضی و متغیرهای مشاهده‌شده با استفاده از نماد مستطیل و افزودن متغیر خطاهای مرتبط با این متغیرها و نام‌گذاری این متغیرها می‌باشد). ۳- مشخص کردن جزئیات تحلیل شامل موارد موردنیاز در خروجی و تغییر شیوه برآورد پارامترها ۴- اجرای تحلیل و برآورد پارامترها.

شاخص‌ها باید به‌گونه‌ای انتخاب گردند که برای ساکنان محلی آشنا بوده و بتوانند آن‌ها را درک کنند (Corbiere-Nicollier et al, 2003: 233). پژوهش حاضر دارای ۲۱ متغیر مشاهده‌پذیر است که این متغیرها از داخل سؤالات اختصاصی پرسشنامه محقق ساخته که برای پاسخ‌گویی جامعه محلی تهیه شده بود، استخراج گردیده‌اند و در قالب ۴ گروه شاخص یا متغیر پنهان و مکنون که می‌توانستند برای الگوسازی در Amos مفید واقع شوند مورد تحلیل و مدل‌سازی قرار گرفته‌اند.

جدول شماره ۱. شاخص‌های ارزیابی موانع توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی از دیدگاه جامعه محلی شهر خوی

گروه	طبقه	حوزه فعالیت	شاخص ارزیابی
امکانات زیر ساختاری و زیربنایی دولتی	A	زیرساخت‌های حمل‌ونقل (جاده‌ای، بیرون شهر	A1 تنوع دسترسی به وسایل حمل‌ونقلی مختلف برای استفاده گردشگران در درون و بیرون شهر
	B	هوایی، ریلی)	A2 پارکینگ آرامگاه و مقبره شمس تبریزی
	C	و خدمات پارکینگ شبکه راه و کیفیت معابر	B1 جاده‌های مواصلاتی، شبکه‌های ارتباطی بین شهری مناسب و مطلوب B2 میزان دسترسی به جاذبه‌های گردشگری برای گردشگران C1 امکانات رفاهی و اقامتی متنوع و مطلوب
بهداشت و کیفیت محیط	D	بهداشت و کیفیت محیط‌های گردشگری	D1 میزان مطلوبیت تأسیسات بهداشتی و شبکه‌های آب، برق و تلفن در محل جاذبه‌های گردشگری D2 وضعیت مطلوبیت بهداشت و نظافت مراکز گردشگری خوی به‌ویژه در آرامگاه شمس D3 وضعیت مطلوبیت سرویس‌های بهداشتی و وضعیت دسترسی به آب سالم و بهداشتی آشامیدنی در مراکز گردشگری خوی به‌ویژه در مقبره شمس
	جاذبه‌های گردشگری	جاذبه‌های شهری و جاذبه‌ها و اقدامات تبلیغاتی تاریخی-فرهنگی	E1 فضاهای سبز - تفریحی و ورزشی متنوع شهر
			E2 امکانات تفریحی و رفاهی مطلوب و موردنیاز گردشگران در پارک‌ها و گردشگاه‌ها
E3 تنوع امکانات تفریحی شهر			
E4 تنوع امکانات موجود در آرامگاه شمس			
E5 معرفی، تبلیغ، جذب و ترغیب گردشگران توسط صداوسیما و شبکه استانی			
E6 تهیه کاتالوگ، بروشور، مقاله، بنرها و تابلوهای تبلیغاتی و کتاب‌های راهنما در مورد جاذبه‌های گردشگری به‌ویژه آرامگاه			
E7 میزان تبلیغات و اطلاع‌رسانی برای جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی مانند آرامگاه شمس			
E8 میزان تأثیر برگزاری همایش‌ها و کنگره‌های بین‌المللی			

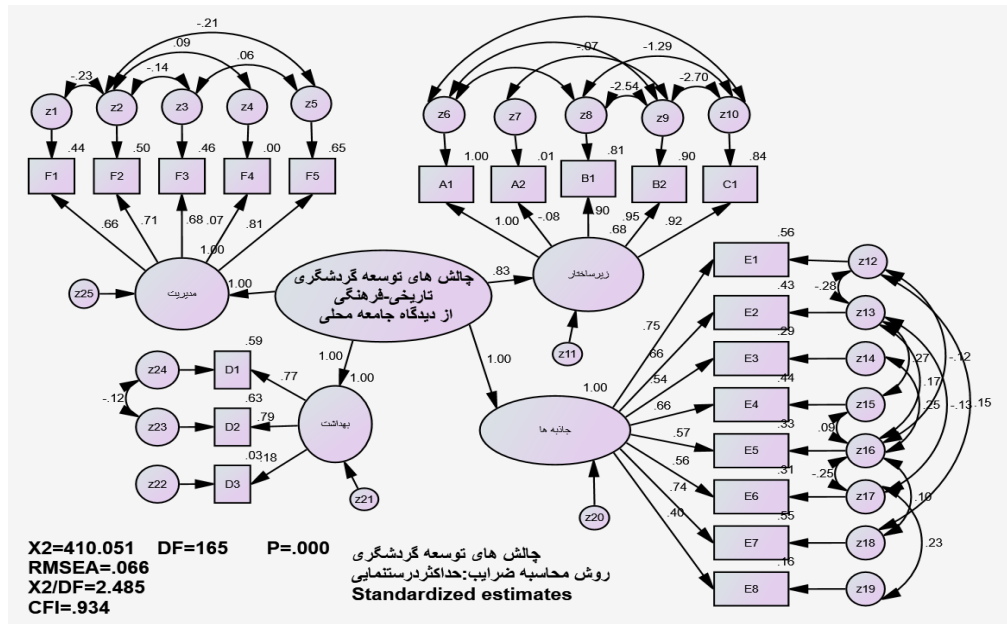
F1	انجام سازمان‌های متولی امر مدیریت شهری و گردشگری	اقدامات مراکز	F	مدیریت شهری
F2	میزان توجه مدیریت شهری به حوزه گردشگری	تصمیم‌گیری متعدد و		
F3	میزان توجه مدیران شهری به ایجاد فضاهای شهری متنوع	سازمان‌های موازی		
F4	تأثیر اقدامات جدید برای تعریض، توسعه و تجهیز محوطه مقبره در جهت جذب گردشگر	مدیریت شهری		
F5	میزان توجه مدیریت شهری برای ایجاد محیط جذاب برای گردشگران			

## بحث و یافته‌ها

یافته‌های حاصل از تحقیق و توصیف داده‌های ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه آماری نشانگر آن است که از لحاظ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جنس، ۴۶ درصد از پاسخگویان زن و ۵۴ درصد را مرد تشکیل می‌دهند. از مجموع پاسخگویان از نظر توزیع سنی، ۲۲ درصد از پاسخگویان در گروه سنی زیر ۲۵ سال، ۱۲ درصد از آن‌ها در گروه سنی ۲۰-۲۵ سال، ۶۴ درصد آن‌ها در گروه سنی ۲۶-۴۵ سال، ۱۱ درصد آن‌ها در گروه سنی ۴۶-۵۰ سال و تنها ۳ درصد آن‌ها در گروه سنی ۵۰ سال به بالا قرار داشته‌اند همچنین از میان نمونه‌های مورد مطالعه، ۱۵ درصد مدرک تحصیلی زیر دیپلم، ۴۷ درصد مدرک دیپلم تا لیسانس و ۳۸ درصد مدرک فوق لیسانس و بالاتر داشته‌اند. بر اساس یافته‌ها، از جمعیت نمونه ۳۹ درصد کارمند، ۴۲ درصد دارای شغل آزاد و ۱۹ درصد دارای مشاغل سایر (عضو هیئت علمی دانشگاه، دبیر، دانشجو و ...) بوده‌اند.

برای آزمون فرضیه‌ها پژوهش و بررسی روابط میان متغیرها از مدل سازی معادلات ساختاری شکل شماره ۳ که نتیجه آزمون روابط میان متغیرهای پژوهش به کمک آن در حالت استاندارد را نشان می‌دهد بهره گرفته شده که نتایج حاصل از تحلیل ارائه شده است (جدول ۳). نتایج جدول حاکی از این است که، بارهای عاملی برآورد شده معنا دارند و دارای تفاوت معنی داری با مقدار صفر می‌باشند. مجموعه ضرایب و برآوردهای غیراستاندارد و استاندارد برای وزن‌های رگرسیونی شامل بارهای عاملی و ضرایب همگی نشان می‌دهند که تأثیر عوامل امکانات زیرساختی و زیر بنایی دولتی، بهداشت و کیفیت محیط، جاذبه‌های گردشگری و مدیریت شهری بر توسعه گردشگری معنادار و مثبت بوده و می‌توان گفت همه موارد و عوامل جزء چالش‌های توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی با تأکید بر آرامگاه شمس از دیدگاه جامعه محلی در شهر خوی می‌باشند که اقدامات انجام شده در راستای این توسعه مناسب و کافی نبوده و در این مسیر با یکسری چالش‌ها و مشکلاتی مواجه می‌باشد. در این پژوهش چالش‌های توسعه گردشگری از دیدگاه جامعه محلی در چهار بعد زیر ساختاری و زیر بنایی، بهداشت و کیفیت محیط، جاذبه‌های گردشگری شهری و مدیریت شهری ارزیابی شده است، جدول شماره ۴ مقادیر غیراستاندارد، مقادیر استاندارد، خطای معیار، نسبت بحرانی و سطح تحت پوشش (مقدار P) نشان داده شده است. نتایج جدول (شاخص‌های جزئی نسبت بحرانی و سطح معناداری) حاکی از آن است که کلیه بارهای عاملی برآورد شده دارای تفاوت معنی داری با مقدار صفر می‌باشند و اکثراً معنادارند (نماد \*\*\* نشان می‌دهد که مقدار  $P < 0/001$  است) کلیه ضرایب ساختاری (پارامترهای گاما و بتا) دارای تفاوت معنادار با مقدار صفر هستند. لذا، بر اساس شکل ۳ و جدول ۳ و دیگر خروجی‌های نرم افزار آموس، تمامی فرضیات فرعی تحقیق تأیید می‌شوند. پس از بررسی معنی داری پارامترها با مقدار صفر و ارزیابی شاخص‌های جزئی برازش مدل، قبل از هرگونه اظهارنظر در مورد روابط میان متغیرها به ارزیابی مدل نهایی پژوهش لازم است شاخص‌های اصلی برازش را مورد بررسی قرار داد تا از مناسب بودن برازش داده‌ها به مدل مطمئن شد. در جدول ۴ شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری و سطح قابل قبول بودن شاخص‌های اصلی گزارش شده است. همچنین شاخص‌های برازش مدل اشباع شده و مدل مستقل جهت مقایسه نتایج آورده شده است. در حالت کلی، هرچه شاخص‌های برازش به مدل اشباع شده نزدیک تر باشد حاکی از مورد قبول بودن مدل است. برازش مدل‌های ساختاری به دو صورت برازش کلی و برازش جزئی انجام می‌گیرد. برای برازش کلی مدل نیازمند توجه به چند

شاخص برای تصمیم‌گیری می‌باشیم



شکل شماره ۳. مدل نهایی و برآوردهای استاندارد موانع و چالش‌های مؤثر در توسعه گردشگری تاریخی- فرهنگی از دیدگاه جامعه محلی

جدول شماره ۲. تخمین‌ها و برآوردهای غیراستاندارد و استاندارد برای شاخص‌های مطالعه شده

			Estimate	Estimate	S.E.	C.R.	P
			تخمین	تخمین	خطای	نسبت	معنی
			غیراستاندارد	استاندارد	استاندارد	بحرانی	داری
D	<---	develop	۰/۲۱۹	۱/۰۰۰	۰/۰۶۷	۳/۲۵۱	۰/۰۰۱
E	<---	develop	۰/۸۳۹	۱/۰۰۰	۰/۰۵۲	۱۶/۱۳۶	***
F	<---	develop	۰/۷۸۳	۱/۰۰۰	۰/۰۵۸	۱۳/۵۹۳	***
A	<---	develop	۱/۰۲۷	۰/۸۲۶	۰/۰۵۵	۱۸/۵۶۴	***
F1	<---	F	۱/۰۰۰	۰/۶۶۰			
F2	<---	F	۱/۱۱۶	۰/۷۰۶	۰/۱۰۴	۱۰/۷۵۴	***
F3	<---	F	۰/۹۹۲	۰/۶۸۰	۰/۰۸۶	۱۱/۵۱۱	***
F4	<---	F	۰/۱۱۵	۰/۰۶۶	۰/۰۹۶	۱/۲۰۳	۰/۲۲۹
F5	<---	F	۱/۲۲۶	۰/۸۰۷	۰/۰۹۲	۱۳/۳۴۴	***
A1	<---	A	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰			
A2	<---	A	۰/۰۸۱-	۰/۰۷۷-	۰/۰۵۱	۱/۶۰۷-	۰/۱۰۸
B1	<---	A	۰/۸۹۵	۰/۹۰۰	۰/۰۵۲	۱۷/۱۹۸	***
B2	<---	A	۰/۹۷۰	۰/۹۴۹	۰/۰۶۱	۱۵/۸۲۶	***
C1	<---	A	۰/۹۳۱	۰/۹۱۶	۰/۰۵۶	۱۶/۳۱۵	***
D3	<---	D	۱/۰۰۰	۰/۱۷۸			
D2	<---	D	۴/۵۳۴	۰/۷۹۴	۱/۳۹۷	۳/۲۴۵	۰/۰۰۱
D1	<---	D	۴/۲۰۳	۰/۷۶۷	۱/۲۹۸	۳/۲۳۹	۰/۰۰۱

E1	<--- E	۱/۰۰۰	۰/۷۵۰			
E2	<--- E	۱/۰۲۷	۰/۶۵۷	۰/۰۹۳	۱۱/۰۷۲	***
E3	<--- E	۰/۷۶۶	۰/۵۳۸	۰/۰۷۶	۱۰/۰۷۵	***
E4	<--- E	۱/۰۱۰	۰/۶۶۰	۰/۰۸۰	۱۲/۵۵۳	***
E5	<--- E	۰/۸۲۰	۰/۵۷۳	۰/۰۸۰	۱۰/۱۹۱	***
E6	<--- E	۰/۹۱۳	۰/۵۶۰	۰/۰۸۷	۱۰/۵۰۷	***
E7	<--- E	۱/۰۹۷	۰/۷۴۲	۰/۰۷۱	۱۵/۵۴۵	***
E8	<--- E	۰/۶۵۴	۰/۳۹۹	۰/۰۸۹	۷/۳۷۳	***

بر اساس جدول ۴ با توجه به اینکه درجه آزادی الگوی پژوهش، از صفر، دور و به درجه آزادی الگوی مستقل نزدیک می‌شود، باید تلقی مطلوب از الگو داشت. محققان معتقدند اگر شاخص مجذور کای بر درجه آزادی (CMIN/DF) کمتر از ۵ یا ۳ باشد دلالت بر برازش مدل دارد (شوماخر و لومکس، ۱۳۸۸: ۱۲۳) و حتی گاهی منابع سخت‌گیرتر، مقادیر بین ۱ تا ۲ و گاهی بین ۱ تا ۳ را نیز شاخص پذیرفتنی دانسته‌اند (CMIN/DF) به‌عنوان یکی از مهم‌ترین شاخص‌ها برای قابل قبول بودن و پذیرفتنی بودن مدل می‌باشد، همان‌گونه که ملاحظه می‌شود مقدار این شاخص در مدل مفروض پژوهش در دامنه مطلوبی (کمتر از ۳) قرار دارد. همچنین، پژوهشگران حوزه SEM مقدار شاخص‌های GFI و AGFI بالاتر از ۰/۹۰ مناسب می‌دانند (قاسمی، ۱۳۹۲: ۱۳۱).

جدول شماره ۳. شاخص‌های اصلی برازش یا برازندگی مطلق، تطبیقی و اقتصادی مدل ساختاری

نوع مدل		شاخص‌های برازش	
مدل مستقل	مدل اشیاع شده	مدل تحقیق	سطح قابل قبول
۳۹۱۷/۰۰۳	۰/۰۰۰	۴۱۰/۰۵۱	کای اسکوئر CMIN
۲۱۰	۰	۱۶۵	درجه آزادی df
۴۲	۲۵۲	۸۷	تعداد پارامترها NPAR
۱۸/۶۵۲		۲/۴۵۸	نسبت کای دو به درجه آزادی CMIN/ df >۳
۰/۵۸۸	۰/۰۰۰	۰/۱۰۱	ریشه دوم میانگین مربعات باقیمانده RMR >۰/۰۵
۰/۸۳۰	۱/۰۰۰	۰/۹۱۰	نیکویی برازش GFI <=۰/۹۰
۰/۸۱۳		۰/۸۷۳	نیکویی برازش اصلاح شده AGFI <=۰/۹۰
۰/۷۵۴		۰/۶۴۲	نیکویی برازش اصلاح شده مقتصد PGFI <=۰/۹۰
۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۸۹۵	نیکویی برازش هنجار شده NFI <=۰/۹۰
۰/۰۰۰		۰/۸۶۷	نیکویی برازش نسبی RFI <=۰/۹۰
۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۹۳۵	برازش افزایشی IFI <=۰/۹۰
۰/۰۰۰		۰/۹۱۶	توکر _ لویس TLI <=۰/۹۰
۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۹۳۴	برازش مقایسه‌ای CFI <=۰/۹۰
۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۷۸۶	نسبت مقتصد بودن و اقتصاد مدل PRATIO
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۷۰۳	برازش هنجار شده و اصلاح شده مقتصد PNFI
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۷۳۴	برازش مقایسه‌ای اصلاح شده مقتصد PCFI
۳۷۰۷/۰۰۳	۰/۰۰۰	۲۴۵/۰۵۱	پارامتر غیر مرکزی NCP
۳۵۰۷/۴۶۷	۰/۰۰۰	۱۸۹/۳۱۵	حد پایین 90 NCPLO
۳۹۱۳/۸۳۹	۰/۰۰۰	۳۰۸/۴۷۵	حد بالا 90 NCPHI
۱۱/۳۸۷	۰/۰۰۰	۱/۱۹۲	FMIN
۱۰/۷۷۶	۰/۰۰۰	۰/۷۱۲	fo

۱۰/۱۹۶	۰/۰۰۰	۰/۵۵۰	حد پایین 90 LO fo
۱۱/۳۷۷	۰/۰۰۰	۰/۸۹۷	حد بالا 90 HI fo
۰/۲۲۷		۰/۰۶۶	ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد RMSEA
۰/۲۲۰		۰/۰۵۸	حد پایین 90 RMSEA LO
۰/۲۳۳		۰/۰۷۴	حد بالا 90 RMSEA HI
۰/۰۰۰		۰/۰۰۱	مقدار p برای آزمون تقریب برازندگی PCLOSE
۴۰۰۱/۰۰۰۳	۵۰۴/۰۰۰	۵۸۴/۰۵۱	معیار اطلاعات آکائیک AIC
۴۰۰۶/۷۴۲	۵۳۸/۴۳۵	۵۹۵/۹۳۹	معیار براون _ کادوک BCC
۱۱/۶۳۱	۱/۴۶۵	۱/۶۹۸	شاخص اعتبار متقاطع مورد انتظار ECVI
۱۱/۰۵۱	۱/۴۶۵	۱/۵۳۶	حد پایین 90 LO ECVI
۱۲/۲۳۲	۱/۴۶۵	۱/۸۸۲	حد بالا 90 HI ECVI
۱۱/۶۴۸	۱/۵۶۵	۱/۷۳۲	MECVI
۲۲		۱۶۵	شاخص HOELTER 0/05
۲۳		۱۷۷	شاخص HOELTER 0/01

شاخص های برازشی از جمله شاخص های تطبیقی مدل هستند که در ادامه جدول ارائه شده اند. این شاخص ها به شاخص های نیکویی برازش مشهورند. هرچه میزان آن ها به یک نزدیک تر باشد نشان دهنده برازش مطلوب مدل است. محققان حداقل این شاخص ها را ۰/۹۰ می دانند و مقادیر بالای ۰/۹۵ را بسیار عالی ارزیابی می کنند. همان گونه که در جدول فوق مشخص هست تمامی این شاخص ها به جز شاخص نیکویی برازش نسبی (RFI و NFI) بالای ۰/۹۰ قرار دارند دو شاخص مذکور نیز به حد مورد قبول بسیار نزدیک اند. پس از شاخص های تطبیقی، شاخص های اقتصادی مدل ارائه شده اند. محققان اغلب مقادیر بالاتر از ۰/۵۰ یا ۰/۶۰ را برای این شاخص ها مناسب تلقی کرده اند (قاسمی، ۱۳۹۲: ۱۵۷). که مقدار سه شاخص مقتصد بالاتر از ۰/۶۰ قرار دارد و نشانگر قابل قبول بودن این شاخص های اقتصادی است. آخرین شاخص اقتصادی، RMSEA است مقدار این شاخص بین ۰/۰۵ الی ۰/۰۸ را قابل قبول و مقادیر بین ۰/۰۸ الی ۰/۱۰ برازش متوسط و مقادیر بالاتر از ۰/۱۰ را برازش ضعیف مدل تلقی می کنند (Hu, 2006). محققان برازش مدلهایی دارای مقادیر کمتر از ۰/۰۸ را برای این شاخص مناسب می دانند این شاخص که با ترکیبی از خصایص شاخص های مطلق، شاخص های مقتصد (تأکید بر درجه آزادی) و حجم نمونه محاسبه می شود یکی از مهم ترین شاخص های برازش مدل محسوب می شود (قاسمی، ۱۳۹۲: ۱۵۹). با توجه به این که مقدار این شاخص کوچک تر از ۰/۰۸ است (۰/۰۶۶)، نشان دهنده مقدار قابل قبول برای این شاخص است. حد پایین و حد بالای این شاخص نیز در سطور پایین تر این شاخص در جدول بالا ارائه شده است. معیار اطلاعات آکائیک AIC برای مقایسه مدل هایی با تعداد متفاوتی از متغیرهای پنهان به کار می رود. شاخص ECVI به اعتبار متقاطع مدل مربوط است. میزان این شاخص با توجه به فواصل اطمینان آن به احتمال ۹۰٪ بین ۱/۵۳۶ تا ۱/۸۸۲ قرار دارد. در نهایت، نتایج حاصل از شاخص هولتر در دو سطح ۰/۰۵ و ۰/۰۱ حاکی از قابل قبول بودن این شاخص دارد. حداقل حجم نمونه در این شاخص باید بیشتر از ۱۶۵ باشد و مقادیر بالاتر از این عدد برای شاخص هولتر به عنوان برازش خوب و حجم نمونه مکفی می باشد. بنابراین با در نظر گرفتن مجموعه ای از شاخص های برازش و نتایج به دست آمده، برازش مدل ساختاری پژوهش مورد تأیید قرار می گیرد.

### نتیجه گیری

امروزه توسعه گردشگری به عنوان یک آسان کننده تأثیرگذار برای توسعه اقتصادی و اجتماعی یک مکان یا شهر محسوب می شود، اما با توجه به نقش مهم این صنعت در توسعه همواره با موانعی روبرو بوده که مانع از توسعه این صنعت می شود. یافته ها

و نتایج پژوهش و ارزیابی فرضیات تحقیق نشان می‌دهد ضعف امکانات زیربنایی و زیرساختی خدمات گردشگری مانند شبکه راه‌ها و جاده‌های مواصلاتی بین شهری، وضعیت نامناسب سیستم حمل‌ونقل زمینی، کمبود تأسیسات اقامتی-رفاهی متنوع، کمبود تفرجگاه‌ها و پارک‌ها و زیرساخت‌ها و امکانات موردنیاز گردشگران در این مکان‌ها و حتی سرویس‌های بهداشتی نامناسب و ناکافی در مناطق گردشگری، عدم تشویق و حمایت کافی از بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری برای ایجاد فضاهای شهری جذاب برای گردشگران و نبود برنامه‌ریزی مناسب به‌منظور پر کردن اوقات فراغت آن‌ها، ضعف تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی، ناهماهنگی در همکاری بین سازمان‌های دولتی و مشکلات مدیریتی در زمینه گردشگری، موانع و چالش‌های عمده توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی از دیدگاه جامعه محلی شهر خوی می‌باشند که این موضوع نشان از برنامه‌ریزی ضعیف برای جذب توریسم و توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی می‌باشد. نتایج تحقیق با یافته‌های پژوهش‌های دامغانیان (۱۳۸۷)، صائمی (۱۳۸۷)، کرمی دهکردی و کلانتری (۱۳۹۰)، محرابی و همکاران (۱۳۹۱)، سند گل و شریفی‌نیا (۱۳۹۵) مطابقت دارد و همسو است. شهر خوی به‌عنوان یک شهر تاریخی با در اختیار داشتن جاذبه‌های ارزشمند از پتانسیل‌های لازم برای توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی، برخوردار است و بایستی مسئولین و مدیران شهری به موضوع توجه خاصی داشته باشند و با مطالعات، بررسی‌ها و برنامه‌ریزی دقیق در این زمینه شرایط مناسب برای استفاده و بهره‌برداری از این پتانسیل‌ها به‌ویژه پتانسیل بالقوه گردشگری (آرامگاه شمس تبریزی) را فراهم آورند؛ که این موضوع نیازمند تدوین یک برنامه منسجم و جامع گردشگری در شهرستان خوی می‌باشد تا بتواند جایگاه و وضعیت موجود صنعت گردشگری را در این شهر مشخص نموده و راهکارها و راهبردهای مناسبی برای توسعه این صنعت و رسیدن به شرایط و وضعیت مطلوب‌تر را ارائه نماید. با توجه به دیدگاه جامعه محلی و البته نگارنده این پژوهش از آنجایی که توسعه و گسترش گردشگری تاریخی-فرهنگی ایده آل و متناسب با شأن و جایگاه شمس تبریزی و شهر خوی تحت تأثیر مسائل و چالش‌های مذکور قرار دارد بنابراین اگر ما بخواهیم زمینه‌های استفاده از پتانسیل‌های بالای گردشگری در خوی را فراهم کنیم باید به دنبال حل این چالش‌ها باشیم تا بتوان با فضاسازی مناسب گردشگران را برای بازدید از آثار تاریخی-فرهنگی بارزش شهر به‌ویژه آرامگاه شمس دعوت نماییم. در نتیجه جهت رفع چالش‌ها و مشکلات توسعه گردشگری راهکارها و پیشنهادهایی ارائه می‌گردد که توجه به پیشنهادها تا حدی می‌تواند راهکاری مفید جهت حل مشکلات حوزه گردشگری و در نتیجه توسعه و رونق گردشگری شهرستان خوی با تأکید بر آرامگاه شمس تبریزی باشد:

- افزایش امکانات و تأسیسات اقامتی در نزدیکی مناطق گردشگری به‌ویژه نزدیکی آرامگاه شمس تبریزی، متناسب با هر سلیقه و درآمدی برحسب نیاز گردشگران و تنوع بخشی به مراکز اقامتی و ایجاد مراکز اقامتی ارزان قیمت در جهت جابجایی به گردشگران با توان‌های اقتصادی مختلف.

- رفع ناهماهنگی‌ها در جهت ارائه خدمات و برنامه‌ریزی‌های متنوع به گردشگری شهری و مسئول بودن تمام نهادهای متولی نسبت به ایجاد هرگونه مشکل و تلاش همه‌جانبه برای حل مشکلات و مسائل گردشگران شهری.

- ایجاد بسترهای لازم و وجود تسهیلات حمایتی از بخش خصوصی در جهت رفع نیازهای تفریحی و فراغتی گردشگران شهری (فضاهای سبز- بوستان‌ها- پارک‌ها- شهربازی‌های سنتی و مدرن- مراکز خرید مجهز و مدرن و ...).

- تعریض یا اصلاح راه‌ها و جاده‌های مواصلاتی برون شهری به شهرستان خوی و اصلاح کاربری‌های حمل‌ونقل (راه‌های) شهری با حداقل چهار بانده کردن ورودی و محورهای مواصلاتی شهر خوی به‌منظور رفع ترافیک در روزهای اوج گردشگر پذیری و افزایش سرمایه‌گذاری در زمینه حمل‌ونقل در شهر خوی به‌ویژه ارتقاء توسعه حمل‌ونقل زمینی (جاده‌ای) و وصل شدن شهرستان خوی به شبکه ریلی و راه‌آهن.

- تولید آثار فرهنگی و هنری و تهیه فیلم‌ها و مستندهایی از سوی سازمان گردشگری و سازمان صداوسیما استان در جهت معرفی جاذبه‌های گردشگری به‌ویژه شمس تبریزی و شناساندن جاذبه‌ها و امکانات گردشگری از طریق سایت‌های اینترنتی، رسانه‌های عمومی، جراید، بروشورها و کتابچه‌های راهنما.

## منابع

- ۱) الوانی، سیدمهدی و پیروزبخت، معصومه (۱۳۸۵) فرایند مدیریت جهانگردی، چاپ اول، تهران: انتشارات پژوهش‌های فرهنگی.
- ۲) اکبری، علی و قرخلو، مهدی (۱۳۸۹) اکوتوریسم مفهومی نو در جغرافیای گردشگری، چاپ اول، تهران: انتشارات انتخاب.
- ۳) برزگر، صادق (۱۳۹۷) سنجش میزان رضایتمندی از کیفیت محیط مکان‌های گردشگری مطالعه موردی شهر گرگان، نشریه گردشگری شهری، زمستان ۱۳۹۷، دوره ۵، شماره ۴، صص. ۱۸-۱.
- ۴) پوریوسف، احسان (۱۳۹۲) گردشگری شهری و تأثیر آن بر توسعه پایدار و سیمای شهر، مطالعه موردی: شهر خوی، اولین همایش ملی معماری، مرمت، شهرسازی و محیط‌زیست پایدار، شهریور ۱۳۹۲، همدان، انجمن ارزیابان محیط‌زیست هگمتانه.
- ۵) حیدری، رضا (۱۳۸۲) سیمای میراث فرهنگی آذربایجان غربی، چاپ اول، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۶) حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۹) مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.
- ۷) دامغانیان، حسین (۱۳۸۷) پتانسیل‌ها و موانع گردشگری استان سمنان، مجموعه مقالات همایش ملی توانمندی‌ها، موانع و راهکارهای توسعه گردشگری استان سمنان، دی‌ماه ۱۳۸۷، صص. ۳۴-۲۵.
- ۸) دهقانفرد، سکینه و قاسمی راد، علیرضا (۱۳۹۶) شناسایی مشکلات توسعه صنعت گردشگری استان ساحلی بوشهر و ارائه راهکارهای مناسب، فصلنامه گردشگری و توسعه، پاییز ۱۳۹۶، دوره ۶، شماره ۱۰، صص. ۱۹۴-۱۱۷.
- ۹) رضوانی، محمدرضا؛ رمضان زاده لسبویی، مهدی؛ محمد پورجباری، مرتضی (۱۳۸۹) تحلیل اثرات اقتصادی-اجتماعی نواحی صنعتی در توسعه نواحی روستایی (مورد: ناحیه صنعتی سلیمان‌آباد تنکابن)، فصلنامه جغرافیا و توسعه، تابستان ۱۳۸۹، دوره ۸، شماره ۱۸، صص. ۲۶-۵.
- ۱۰) زارعی متین، حسن؛ سیدجوادین، سیدرضا؛ رحیم پور، علی؛ باقری، مسلم (۱۳۹۱) تبیین مسائل صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی، بهار ۱۳۹۱، دوره ۶، شماره ۱، صص. ۱۰۶-۷۳.
- ۱۱) زمانی فراهانی، حمیرا (۱۳۹۲) شناخت صنعت جهانگردی ایران و جهان، چاپ دوم، تهران: انتشارات زهد.
- ۱۲) سالنامه آماری استان آذربایجان غربی، (۱۳۹۴-۱۳۹۵) استانداری آذربایجان غربی.
- ۱۳) سندگل، مهدی و شریفی‌نیا، زهرا (۱۳۹۵) بررسی موانع و مشکلات توسعه گردشگری مطالعه موردی: شهرستان قائمشهر، فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، زمستان ۱۳۹۵، دوره ۲۵، شماره ۱، صص. ۸۳-۷۱.
- ۱۴) شوماخر، رندال ای و لومکس، ریچارد جی (۱۳۸۸) مقدمه‌ای بر مدل‌سازی معادله ساختاری، ترجمه وحید قاسمی، چاپ دوم، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- ۱۵) صائمی، احسان (۱۳۸۷) موانع و مشکلات توسعه گردشگری استان سمنان ارائه دیدگاه‌ها و راهکارهای راهبردی توسعه آتی این بخش، مجموعه مقالات همایش ملی توانمندی‌ها، موانع و راهکارهای توسعه گردشگری استان سمنان، ۲ آذر ۱۳۸۷، صص ۱۸۴-۱۶۹.
- ۱۶) ضیائی، محمود؛ امین بیدختی، علی‌اکبر؛ قربانی، فاطمه (۱۳۹۳) ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، پاییز ۱۳۹۳، سال ۸، شماره ۲۴، صص. ۸۸-۵۹.
- ۱۷) فاضل‌نیا، غریب و صلاح هدایتی (۱۳۸۹) راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زریوار، فصلنامه جغرافیا و توسعه، پاییز ۱۳۸۹، دوره ۸، شماره ۱۹، صص. ۱۷۰-۱۴۵.
- ۱۸) قاسمی، مسلم؛ شرفی، حجت‌الله؛ جعفری، مرضیه؛ شیخ علی پور، بهزاد (۱۳۹۵) رتبه‌بندی زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از

- تکنیک کوپراس، مجله گردشگری شهری، دوره ۳، شماره ۱، صص. ۳۱-۴۱.
- ۱۹) قاسمی، وحید (۱۳۹۲) مدل سازی معادله ساختاری در پژوهش های اجتماعی با کاربرد Amos/Graphics، چاپ اول، تهران: چاپ آذرخش انتشارات جامعه شناسان.
- ۲۰) کرمی دهکردی، مهدی و کلانتری، خلیل (۱۳۹۰) شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال بختیاری با استفاده از تکنیک تئوری بنیادی، مجله پژوهش های روستایی، زمستان ۱۳۹۰، سال ۲، شماره ۷، صص. ۳۰-۱.
- ۲۱) مدهوشی، مهرداد و ناصرپور، نادر (۱۳۸۲) ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهشنامه شرکت و چاپ و نشر بازرگانی، شماره ۲۸، صص. ۲۵-۵۸.
- ۲۲) مدهوشی، مهرداد و نیازی، عیسی (۱۳۸۹) بررسی و تبیین توسعه صنعت گردشگری در استان گلستان، دو فصلنامه پژوهش های اقتصاد پولی و مالی، شماره ۱۷، شماره ۳۰، صص. ۱۶۲-۱۳۵.
- ۲۳) محرابی، جواد؛ خلیلی شورینی، سیاوش؛ خلفی، احمد (۱۳۹۱) بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری در جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، پاییز ۱۳۹۱، دوره ۴، شماره ۹، صص. ۱۰-۱.
- ۲۴) محسنی، رضاعلی (۱۳۸۸) گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش ها و راهکارها، فصلنامه فضای جغرافیایی، بهار ۱۳۸۸، سال ۹، شماره ۲۸، صص. ۱۷۱-۱۴۹.
- ۲۵) محمدزاده، پرویز؛ پناهی، حسین؛ صمدزاد، سعیده (۱۳۹۷). تأثیر تصویر ذهنی ساکنان از محل سکونت خود بر میزان حمایت آنان از گردشگری مطالعه موردی: شهر تبریز، نشریه گردشگری شهری، تابستان ۱۳۹۷، دوره ۵، شماره ۲، صص. ۱۶-۱.
- ۲۶) موسایی، میثم؛ هاشمی، سمیه؛ ابراهیمی، میترا (۱۳۹۱) بررسی جامعه شناختی توسعه پایدار گردشگری در ایران: موانع، چالش، راهکارها، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی، پاییز ۱۳۹۱، سال ۶، شماره ۱۶، صص. ۲۵-۵۰.
- ۲۷) مهندسان مشاور پویا نقش شهر و بنا (۱۳۹۱) طرح جامع شهر خوی، صص.
- ۲۸) مهندسان مشاور فرا فزا (۱۳۷۰) طرح جامع شهر خوی.
- ۲۹) مرکز آمار ایران، خلاصه ای از نتایج تفصیلی نفوس و مسکن، ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵.
- ۳۰) ناصری، مسعود (۱۳۷۵) شناسایی موانع مؤثر توسعه صنعت توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش و جذب توریسم، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم اداری و مدیریت، به راهنمایی داور ونوس، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- ۳۱) نصیری زاده، حمیدرضا و توتونچی، جهانگیر (۱۳۸۲) جهانگردی و اشتغال، مجموعه مقالات سمینار بررسی سیاست ها و برنامه های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، ۳ اردیبهشت ماه ۱۳۸۲، دانشگاه علامه طباطبایی و سازمان ایران گردی و جهانگردی ایران.
- ۳۲) نظم فر، حسین؛ عشقی چهار برج، علی؛ علوی، سعیده (۱۳۹۶) سطح بندی شهرستان های استان هرمزگان در بهره مندی از زیرساخت های گردشگری با استفاده از مدل تلفیقی کاندراست، نشریه گردشگری شهری، تابستان ۱۳۹۶، دوره ۴، شماره ۲، صص. ۷۹-۶۱.
- ۳۳) نوبخت، محمدباقر و پیروز، الهام (۱۳۸۷) توسعه صنعت گردشگری در ایران، موانع و راهکارها، چاپ دوم، تهران: انتشارات معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی - دفتر گسترش تولید.
- ۳۴) واحدپور، غلام عباس و جعفری، مهتاب (۱۳۹۰) راهبردهای مدیریت و توسعه پایدار زیرساخت های گردشگری در ایران با استفاده از مدل SOWT، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، بهار ۱۳۹۰، سال ۱، شماره ۱، صص. ۹۷-۸۳.
- ۳۵) وارثی، حمیدرضا؛ تقوایی، مسعود؛ شاهبوندی، احمد (۱۳۹۰) تحلیلی بر وضعیت زیرساخت های گردشگری در اصفهان (با تأکید بر هتل ها)، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، زمستان ۱۳۹۰، دوره ۲۲، شماره ۴، صص. ۱۲۲-۹۱.
- ۳۶) یآوری، حسین؛ رضایی، مریم؛ حسین زاده، سعیده (۱۳۹۰) عوارض و نتایج توریسم، چاپ دوم، تهران: انتشارات آذر.
- ۳۷) یوسفی شهیر، هانیه؛ حسین زاده دلیر، کریم؛ باقری، کریم (۱۳۹۲) ارزیابی زیرساخت های گردشگری با تأکید بر محورهای ارتباطی و



- توقفگاه‌ها از دیدگاه گردشگران (منطقه فرهنگی تاریخی تبریز)، فصلنامه فضای گردشگری، سال ۳، شماره ۱۲، صص. ۴۵-۲۵.
- 38) Andereck, Kathleen. & Christine, Vogt. (2000) The Relationship Between Residents Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options, *Journal of Travel Research*, Vol.39, No.27, pp.213-243.
  - 39) Aslan, Alper. & Kaplan, Muhittin. & Kula, Ferit. (2009) International tourism demand for Turkey: A dynamic panel data approach. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de>, access, 12/2/2015, Online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/10601/> MPRA Paper No. 10601, posted 19. September 2008 11:02 UTC.
  - 40) Capucci, Marianna. (2016) Indigenous Tourism In The Amazon Region Of Suriname: Actions To Preserve Authenticity And Natural Resources, *GeoJournal of Tourism and Geosites*, Vol.17, No. 1, pp.47-56.
  - 41) Garcia, Marcelino -Pablo Juan. & Cardenas, Sanchez-Rivero. & Juan Ignacio Pulido-Fernandez. (2015) Does Tourism Growth Influence Economic Development?, *Journal of Travel Research*, Vol.54, No.2, pp.206-221.
  - 42) Corbiere-Nicollier, Tourane. & Ferrari, Yves. & Jemelin, Christophe. & Jolliet, Olivier. (2003) Assessing sustainability: An assessment framework to evaluate Agenda 21 actions at the local level, *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, Vol.10, No.3, pp.225-237.
  - 43) European Commission. (1998) Sustainable urban development in the European Union: a framework for action, Communication from the Commission, October 28. pp.76.
  - 44) Hall, Michael. & Page, Stephen. (2001), *Tourism and Recreation*. London: Routledge. pp. 23
  - 45) Horner, Susan. & Swarbrooke, Juhn. (2017) *Consumer Behavior in Tourism*. New York: Routledge.
  - 46) Iordache, Carmen. & Cebuc, Iuliana. (2009) The influence of juridical regulations upon tourist town planning, *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, Vol.4, No.1, pp.86-92.
  - 47) Kline, Rex.B. (2010) *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*, NY: Guilford Press, Edition 4, Publisher 72: Spring Street New York.
  - 48) Kodir, Abdul. (2018) Tourism and development: Land acquisition, achievement of investment and cultural change (case study tourism industry development in Batu City, Indonesia), *GeoJournal of Tourism and Geosites*, Vol.21, No.1, pp.253-265
  - 49) Liu, Anyu. & Pratt, Stephen. (2017) Tourism's vulnerability and resilience to terrorism. *Tourism Management*, Vol.60, pp.404-417
  - 50) Massidda, Carla. & Etzo, Ivan. (2012) The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis, *Tourism Management*, Vol.33, No.3, pp.613-611.
  - 51) Master, Hoda. & prideaux, Bruce. (1998) "Culture and vacation Satisfaction: a Study of Taiwanese tourists in South East Queens land", *Tourism Management*, Vol.21, No.5, pp.445-449.
  - 52) Nazmfar, H. & Eshgi, A. & Alavi, S. & Pourmoradian, S. (2019) Analysis of travel and tourism competitiveness index in middle-east countries, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol.24, No.6, pp.501-513.
  - 53) Romao, Joao. & Guerreiro, Joao. & Rodrigues, Paulo. (2017) 'Territory and sustainable tourism development: A space-time analysis on European regions', *The Region*, Vol.4, No.3, pp.1-17.
  - 54) Shahabadi, Abolfaz. & Sayyah, Ali. (2013) "The effect of economic infrastructure on tourism: Panel data approach of developing and developed countries comparative", *Tourism Planning and Development Journal*, Vol.2, No.7, pp.25-43
  - 55) Smith, Valene. L. (Ed.) (2012) *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press, pp. 354.
  - 56) Song, Haiyan. & Dwyer, Larry. & Li, Gang. & Cao, Zheng. (2012) *Tourism economics research:*

- A review and assessment, *Journal Annals of Tourism Research*, Vol.39, No.3, pp.1653-1682.
- 57) Stankovic, Ljiljana. & Dukic, Suzana. (2009) Challenges of Strategic Marketing of Tourist Destination under the crisis conditions, *Fact Universities, Series: Economics and Organization*, Vol.6, No.1, pp. 255-262
- 58) Stoffelen, Arie. & Ioannides, Dimitri. & Vanneste, Dominique. (2017) Obstacles to achieving cross-border tourism governance: A multi-scalar approach focusing on the German-Czech borderlands, *Annals of Tourism Research*, Vol 64, pp.126-138.
- 59) Thaler, Kai. (2017) Mixed methods research in the study of political and social violence and conflict, *Journal of mixed methods research*, Vol.11, No.1, pp.59-76.
- 60) Vanegas, Manuel. & Gartner, Bill. & Senauer, Benjamin. (2015) Tourism and Poverty Reduction: An Economic Sector Analysis for Costa Rica and Nicaragua, *Tourism Economics*, Vol. 21, No.1, pp.159-82.
- 61) WTO (2004) <http://www.answers.com/tourism> & r=67,2004a.
- 62) Zarabadi, Saeideh. & Abdolah bahar, Zahra Sadat. (2013) Evaluate effective factors in tourism development of Chabahar Free Zone by method of network analysis process (ANP), *Journal of the Scientific Society of Architecture and Urbanism*, Vol.6, No. 6, pp.38-48.