



Study of the Role of Perceived Administrative Barriers in the Process of Religious Tourism Development based on the Social Participation of Tourism Beneficiaries: the Case Study of Mashhad City

Mostafa Lashkarizadeh¹ , Hossein Khaleghi²

1- Department of Management, Faculty of Administrative Sciences, Imam Reza International University, Mashhad, Iran

Email: mostafa.lashkarizadeh72@gmail.com

2- (Corresponding Author) Department of Management, Faculty of Management and Economics, Payam Noor University, Tehran, Iran

Email: khaleghi@pnu.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:

Research Article

Article History:

Received:

28 March 2024

Received in revised form:

27 May 2024

Accepted:

7 July 2024

Available online:

21 August 2024

Keywords:

Religious Tourism,
Perceived Administrative
Barriers,
Social Participation,
Support of Neighbors,
Mashhad.

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the role of perceived administrative barriers in the process of religious tourism development based on the social participation of tourism beneficiaries in Mashhad city. This research is applied and quantitative in terms of purpose and nature, respectively. In addition, in terms of data collection, the current research is a descriptive type that was conducted in the field. The statistical population of the research includes all the local stakeholders of tourism in Mashhad city, including cultural and religious activists, hoteliers, businessmen, and transport industry activists in the first half of 2022, and the statistical sample is 385 of them, using the available sampling method are selected. The tool of data collection is a questionnaire whose validity has been checked and confirmed using content validity and construct validity methods. Its reliability is based on three methods as Cronbach's alpha, composite reliability, and reliability of indicators. The results of data analysis using the partial least squares method showed that the social participation of tourism beneficiaries has a positive and significant effect on the support of neighbors for the development of religious tourism in Mashhad city and a negative and significant effect on their perceived administrative barriers. In addition, the perceived administrative barriers have a negative and significant effect on the support of the neighbors for the development of religious tourism in Mashhad city. Besides, based on the statistical analysis, perceived administrative barriers in the tourism community have a mediating effect between the social participation of the tourism beneficiaries and the support of the neighbors for the development of religious tourism in Mashhad city.

Citation: Lashkarizadeh, M., & Khaleghi, H. (2024). Study of the Role of Perceived Administrative Barriers in the Process of Religious Tourism Development based on the Social Participation of Tourism Beneficiaries: the Case Study of Mashhad City. *Journal of Urban Tourism*, 11 (2), 57-73.

<http://doi.org/10.22059/jut.2024.362672.1145>



© The Author(s)

This is an open access article under the CC BY NC license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Publisher: University of Tehran Press

Extended Abstract

Introduction

The importance of the tourism industry and its role in economic, cultural and social growth and development has caused local, regional and national managers and planners all over the world to try and plan for its expansion. Therefore, developing countries have always paid particular attention to the development of tourism. Iran also has a good perspective in this field, especially in the field of religious tourism, due to its rich history of civilization and culture and significant tourism capacities. However, despite the existence of about nine thousand sacred religious places in the country, religious tourism in Iran still lacks a specialized and centralized organization. Among the factors influencing the development of religious tourism, besides having efficient management and a suitable platform, is the management of perceptions and the participation of local and neighboring stakeholders in tourism development programs. In fact, the positive perception of local stakeholders about the effects of tourism can be one of the obvious factors influencing the sustainability of tourism development. Because the perceptions of local stakeholders, including the perceived administrative barriers, are related to how they react to the disturbances caused by the rapid development of tourism. In addition, the development of religious tourism will not be achieved without the participation and support of local and neighboring stakeholders. Therefore, in this research, the role of perceived administrative barriers in the process of religious tourism development has been studied based on the social participation of tourism beneficiaries in Mashhad city.

Methodology

This research is applied and quantitative in terms of purpose and nature, respectively. In addition, in terms of data collection, the current research is a descriptive type that was conducted in the field. The statistical population of the research includes all the local stakeholders of tourism in Mashhad city, including cultural and religious activists, hoteliers, businessmen, and

transport industry activists in the first half of 2022, and the statistical sample is 385 of them, using the available sampling method are selected. In this research, library and field methods were used to collect information. The research questionnaire consists of two main parts. In the first part, the demographic information of the statistical sample and in the second part, the questions related to the research variables, including perceived managerial obstacles in the tourism community (5 questions), social participation of tourism beneficiaries (3 questions), and support of tourism beneficiaries. Religious (3 questions) is presented based on related research, especially the research of Wang et al. (2021). The validity of the questionnaire has been checked and confirmed using the methods of content validity and construct validity and its reliability using the three methods of Cronbach's alpha, composite reliability and reliability of indicators. In order to analyze data and test hypotheses, inferential statistics tests, including the Kolmogorov-Smirnov test in SPSS software and the partial least squares method in PLS software, have been used.

Results and discussion

In this research, the Kolmogorov-Smirnov test was used to examine the type of data distribution related to the research sample. The results of this test showed that the data related to the research variables do not have a normal distribution. Therefore, due to the non-normality of the data, SmartPLS 3 structural equation software was exerted to analyze the data. The partial least squares method was used to check the research hypotheses and evaluate the structural model. Based on the analysis, the significant numbers related to the parameters of the model, including the factor loading and its errors, are significant. Because their significant number is greater than the absolute value of 1.96, the significant relationship between the variables of the model is confirmed. Also, examining the coefficients of the structural path showed that the coefficient of influence of the variable of social participation of tourism beneficiaries on the support of tourism beneficiaries is 0.623.

The positive value of this number indicates the direct effect of the variable of social participation of tourism beneficiaries on the support of the neighbors for the development of religious tourism in Mashhad. In addition, the coefficient of influence of the variable of social participation of tourism beneficiaries on perceived administrative barriers in the tourism community is -0.382, and the negative value of this value indicates the inverse effect of the variable of social participation of tourism beneficiaries on perceived administrative barriers in the tourism community. In addition, the coefficient of influence of the perceived administrative barriers variable in the tourism community on the support of tourism beneficiaries is -0.411, and due to the negativity of this coefficient, the variable of perceived administrative barriers has an inverse effect on support of the neighbors for the development of religious tourism in Mashhad. Therefore, the research hypotheses are accepted.

Conclusion

The results of the data analysis showed that the social participation of tourism beneficiaries has a positive and significant effect on the support of neighbors for the development of religious tourism in Mashhad and a negative and significant effect on their perceived administrative barriers. In addition, the perceived administrative barriers have a negative and significant effect on neighbors' support for the development of religious tourism in Mashhad. Besides, based on the statistical

analysis, perceived administrative barriers in the tourism community have a mediating effect between the social participation of the tourism beneficiaries and the support of the neighbors for the development of religious tourism in Mashhad. The findings of the research are in harmony with the results of related studies and confirm them. Therefore, managers and officials of tourism and activists of this area in Mashhad city should pay special attention to these factors and, according to the status of these variables and the relationship between them, more suitable strategies and policies in order to improve the quality and quantity of religious tourism to attract more tourists and develop religious tourism, present and implement, which can ultimately affect the sustainable development of tourism in this region.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest

The Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

The authors appreciate to all the scientific consultants of this paper.



مطالعه نقش موانع مدیریتی ادراک شده در فرایند توسعه گردشگری مذهبی بر پایه مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری، مطالعه موردی: شهر مشهد*

مصطفی لشکری زاده^۱، حسین خالقی^۲

۱- گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین المللی امام رضا علیه السلام، مشهد، ایران. Email: mostafa.lashkarizadeh72@gmail.com

۲- نویسنده مسئول، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. Email: khaleghi@pnu.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۱/۰۹

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۳/۰۷

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۴/۱۷

تاریخ چاپ:

۱۴۰۳/۰۵/۳۱

هدف این تحقیق مطالعه نقش موانع مدیریتی ادراک شده در فرایند توسعه گردشگری مذهبی بر پایه مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری در شهر مشهد می باشد. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و بر اساس ماهیت از نوع کمی است. به علاوه تحقیق حاضر از نظر نحوه گردآوری داده ها، از نوع توصیفی است که به شیوه میدانی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق کلیه ذینفعان محلی گردشگری در شهر مشهد شامل فعالان فرهنگی و دینی، هتل داران، کسبه و فعالین صنعت حمل و نقل در نیمه اول سال ۱۴۰۱ و نمونه آماری ۳۸۵ نفر از آنها هستند که با استفاده از روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شده اند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه ای است که قابلیت اعتبار آن با استفاده از روش های روایی محتوا و روایی سازه و پایایی آن با استفاده از سه روش آلفای کرونباخ، پایایی مرکب و پایایی معرف ها بررسی و تأیید شده است. نتایج تحلیل داده ها با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی در نرم افزار PLS نشان داد که مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری تأثیر مثبت و معناداری بر حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد و تأثیر منفی و معناداری بر موانع مدیریتی ادراک شده آنان دارد. به علاوه موانع مدیریتی ادراک شده تأثیر منفی و معناداری بر حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد دارد. ضمناً بر اساس تحلیل های آماری موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری، دارای اثر میانجی بین مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری و حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد می باشد.

واژگان کلیدی:

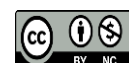
گردشگری مذهبی،
موانع مدیریتی ادراک شده،
مشارکت اجتماعی،
حمایت و پشتیبانی مجاوران، مشهد.

استناد: لشکری زاده، مصطفی و خالقی، حسین. (۱۴۰۳). مطالعه نقش موانع مدیریتی ادراک شده در فرایند توسعه گردشگری مذهبی بر پایه مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری، مطالعه موردی: شهر مشهد. مجله گردشگری شهری، ۱۱ (۲)، ۷۳-۵۷.

<http://doi.org/10.22059/jut.2024.362672.1145>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

© نویسندگان



* این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد آقای مصطفی لشکری زاده در رشته مدیریت اماکن متبرکه مذهبی به راهنمایی نویسنده دوم در دانشگاه بین المللی امام رضا علیه السلام می باشد.

مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از پررونق ترین فعالیت های اقتصادی به اندازه های در توسعه اجتماعی و اقتصادی کشورها اهمیت یافته که اقتصاددانان از آن به عنوان صادرات نامرئی یاد می کنند. در این میان، گردشگری مذهبی در میان همه ادیان جهانی به ویژه دین مبین اسلام، جایگاه خاصی ایفا می کند و حدود ۲۶ درصد از کل گردشگری در جهان را به خود اختصاص داده است (رضائی مقدم و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۲۹).

کلان شهر مشهد به عنوان قطب اول جهان تشیع و دومین شهر مذهبی ایران، بزرگ ترین میزبان گردشگران مذهبی در کشور است که به دلیل وجود بارگاه مقدس رضوی، جاذبه های تاریخی و طبیعی و قرار گرفتن در مسیر کریدور شمالی- جنوبی، گردشگری مذهبی به عنوان کارکرد اصلی این شهر تلقی می گردد. اهمیت و تعداد گردشگران فرهنگی و مذهبی این شهر پس از انقلاب اسلامی با ایجاد تسهیلات و تأسیسات مورد نیاز و تقویت باورهای دینی- مذهبی، افزایش داشته است (مؤمنی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۳).

بنابراین با توجه به پیچیدگی و اهمیت گردشگری مذهبی و رابطه آن با سایر فعالیت های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، مطالعه و برنامه ریزی در این حوزه، با در نظر گرفتن نقش و منافع تمامی ذینفعان، از اهمیت زیادی برخوردار است. در واقع شناخت و ادراک ذینفعان گردشگری و چگونگی فراهم نمودن زمینه مشارکت و همکاری آن ها در راستای توسعه گردشگری مذهبی از مواردی است که باید مورد توجه ویژه قرار گیرد (رضائی مقدم و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۲۹). در واقع در میان عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی، مشارکت ذینفعان محلی باید به عنوان شاخص و محور اصلی توسعه قلمداد شود (Okazaki, 2018:513). زیرا توسعه گردشگری مذهبی بدون مشارکت ذینفعان محلی و تشکلهای مردمی نتایج مطلوبی را برای مقاصد گردشگری به همراه نمی آورد و نتیجه آن نارضایتی ذینفعان و مجاوران از ورود گردشگران خواهد بود، که می تواند بر توسعه گردشگری مذهبی تأثیر منفی داشته باشد؛ مشارکتی که تاکنون مغفول مانده و باید آن را حلقه مفقوده توسعه این صنعت قلمداد نمود (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۲).

به علاوه، با عنایت به تأثیرات مثبت و منفی توسعه گردشگری مذهبی بر جامعه، ادراک مثبت ذینفعان محلی از این تأثیرات می تواند از عوامل بارز تأثیرگذار بر پایداری توسعه گردشگری مذهبی باشد. در واقع ادراک ذینفعان محلی از تأثیرات مثبت و منفی گردشگری مذهبی، به طور مستقیم بر زندگی روزمره و محیط زندگی آن ها، و نحوه واکنش آن ها به اختلالات ناشی از توسعه سریع گردشگری مذهبی در ارتباط است. در واقع موانع مدیریتی ادراک شده می تواند به طور منفی بر توسعه گردشگری و حمایت ذینفعان از گردشگری مذهبی تأثیرگذار باشد (Wang et al, 2021:1-2).

گردشگری مذهبی برای حرکت در مسیر صحیح خود و دستیابی به پایداری و پویایی، نیازمند برنامه ریزی و مدیریت صحیح است که در صورت اجرا به توسعه پایدار این صنعت خواهد رسید (پورذوالفقار و همکاران، ۱۴۰۰: ۴). لکن نبود برنامه جامع برای توسعه گردشگری مذهبی، مناسب و کارآمد نبودن فعالیت های مدیریت گردشگری مذهبی، تعدد نهادهای تصمیم گیری و سیاست گذاری در مدیریت گردشگری، نبود هماهنگی لازم بین بخش های مختلف مدیریت گردشگری مذهبی، معقول و عادلانه نبودن توزیع منافع حاصل از توسعه گردشگری مذهبی به عنوان موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری، می تواند نگاهی منفی به توسعه گردشگری مذهبی ایجاد نموده و منجر به کاهش حمایت و پشتیبانی ذینفعان محلی و مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی گردد (Wang et al, 2021:3).

توسعه گردشگری مذهبی بدون پشتیبانی و حمایت ذینفعان محلی و مجاوران محقق نخواهد شد. مطابق نظریه تبادل اجتماعی، ذینفعان محلی و مجاوران گردشگری با توجه به مزایا و هزینه های گردشگری در زمینه های فرهنگی،

اجتماعی، اقتصادی و محیطی، تصمیم می گیرند که از توسعه گردشگری حمایت کنند یا نه (Nunkoo & So, 2016:2). اگر ذینفعان محلی و مجاوران احساس کنند که بهره‌مندی آن‌ها از مزایای گردشگری بیش از تحمیل هزینه‌های آن است، از توسعه گردشگری پشتیبانی می‌نمایند. اما اگر آن‌ها احساس کنند هزینه‌های توسعه گردشگری برای آن‌ها بیشتر از منافع آن می‌باشد با آن مخالفت می‌کنند (Rasoolimanesh & Jaafar, 2017:35). بنابراین جلب مشارکت و حمایت ذینفعان محلی و مجاوران به منظور توسعه گردشگری دارای اهمیت فراوانی می‌باشد.

در این رابطه تحقیقات داخلی و خارجی انجام شده است. نتایج تحقیق وانگ و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد که مشارکت جامعه در توسعه گردشگری بر ادراک از تعارضات در جامعه گردشگری تأثیر منفی و بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری تأثیر مثبت دارد. همچنین درک تعارضات در جامعه گردشگری بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری تأثیر منفی می‌گذارد. ضمناً ادراک از تعارضات در جامعه گردشگری اثر میانجی بین مشارکت جامعه در توسعه گردشگری و حمایت ساکنان از توسعه گردشگری ایفا می‌کند. یافته‌های پژوهش ادریس و همکاران^۱ (۲۰۲۱) نیز بیانگر آن بود که توانایی جامعه برای مشارکت مستقیم در توسعه گردشگری مستلزم توجه ذینفعان و مقامات دولتی است تا بتواند پشتوانه اصلی توسعه گردشگری جامعه‌محور باشد. گانون و همکاران^۲ (۲۰۲۰) نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که ادراک ساکنان از اثرات گردشگری نقش واسطه‌ای مهمی در شکل دادن به روابط بین دل‌بستگی جامعه، نگرش‌های زیست‌محیطی و سود اقتصادی در حمایت از توسعه گردشگری ایفا می‌کند. بر اساس نتایج تحقیق رسولی‌منش و همکاران (۲۰۱۷)، ادراک ساکنان و مشارکت جامعه بر حمایت از توسعه گردشگری در مقاصد شهری و روستایی تأثیر معناداری دارد. یافته‌های پژوهش نانکو و سو (۲۰۱۶) نیز بیانگر آن بود که حمایت ساکنان از گردشگری تحت تأثیر ادراک آن‌ها از تأثیرات مثبت گردشگری است. قدرت ساکنین و اعتماد آن‌ها به‌طور قابل‌توجهی رضایت از زندگی و درک آن‌ها از تأثیرات مثبت را پیش‌بینی می‌کند. ضمناً منافع شخصی از گردشگری به‌طور قابل‌توجهی بر درک تأثیرات مثبت و منفی تأثیر می‌گذارد.

در میان پژوهش‌های داخلی سوری و همکارانش (۱۴۰۲) در مطالعه‌ای رابطه‌ای تعلق اجتماعی و مشارکت اجتماعی با توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات ادراک شده در جامعه محلی کاشان را مورد بررسی و تحلیل قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که تعلق و مشارکت اجتماعی بر توسعه گردشگری پایدار تأثیرگذار بوده و منافع و هزینه‌های درک شده توسط جامعه محلی، نقش میانجی را در رابطه بین متغیرهای مذکور ایفا می‌کند. همچنین تقی‌زاد فانی و مقنی‌جانسون (۱۴۰۱) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که مشارکت اقتصادی، زیست‌محیطی، و اجتماعی- فرهنگی مردم تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه گردشگری دارا می‌باشد. یافته‌های پژوهش بشکار و همکارانش (۱۳۹۸) نیز نشان دادند که درک مزایای گردشگری از عوامل مهمی است که بر سطح حمایت از توسعه گردشگری تأثیرگذار است. ضمناً بر اساس نتایج تحقیق، مشارکت ساکنان محلی و مشارکت آن‌ها در تصمیم‌گیری و مدیریت بخش گردشگری می‌تواند به توسعه گردشگری منجر شود. نجارزاده و همکارانش (۱۳۹۵) نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که مشارکت جامعه محلی بر توسعه گردشگری پایدار و منافع ادراک شده آن تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد. به‌علاوه منافع ادراک شده دارای تأثیر مثبت و معنی‌دار بر توسعه گردشگری می‌باشد. بنابراین مشارکت جامعه محلی هم به‌طور مستقیم و هم به‌واسطه منافع ادراک شده بر توسعه گردشگری تأثیرگذار می‌باشد. یافته‌های پژوهش ابراهیم‌پور و همکارانش (۱۳۹۵) نیز بیانگر آن بود که مشارکت و تعهد جامعه محلی ارتباط معناداری با توسعه پایدار گردشگری دارند. در مجموع بررسی‌های به‌عمل آمده در

1. Idris, Purnomo & Rahmawati

2. Gannon, Rasoolimanesh & Taheri

مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌های مرتبط، بیانگر آن است که مطالعات کمی در خصوص نقش موانع مدیریتی ادراک‌شده در فرایند توسعه گردشگری مذهبی انجام‌شده است.

گردشگری مذهبی در کشور ایران به لحاظ موقعیت فرهنگی و مذهبی خاص، جای رشد و توسعه زیادی دارد. کشور ایران در همه حوزه‌های مذهبی دنیا، توانایی جذب گردشگر را دارد و فضای فرهنگی موجود، توسعه گردشگری فرهنگی-مذهبی را در آن امکان‌پذیر می‌سازد. لکن تاکنون نتوانسته است از این ظرفیت قابل‌توجه آن‌گونه که شایسته است بهره‌برداری نماید. بهره‌برداری از توانمندی‌ها و ظرفیت‌های این حوزه برای دستیابی به توسعه پایدار و متوازن کشور به‌طور عام و توسعه پایدار شهر مشهد به‌طور خاص، به‌طورقطع نیازمند تحقیقات و مطالعات گسترده با استفاده از متخصصان علوم بین‌رشته‌ای و شاخه‌های تخصصی گردشگری به‌ویژه علم مدیریت می‌باشد. لکن علیرغم اهمیت این موضوع، تاکنون مطالعات و پژوهش‌های کمی در خصوص نقش مشارکت اجتماعی ذینفعان محلی و مجاوران و موانع ادراک‌شده آن‌ها در فرایند توسعه گردشگری مذهبی انجام‌شده است؛ لذا در تحقیق حاضر این موضوع موردتوجه قرار گرفته و تلاش شده تا نقش موانع مدیریتی ادراک‌شده در فرایند توسعه گردشگری مذهبی بر پایه مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری در شهر مشهد موردبررسی و تحلیل قرار گیرد.

مبانی نظری

مشارکت اجتماعی^۱ ذینفعان گردشگری

مشارکت اجتماعی محدوده‌ای را که ذینفعان محلی یا مجاوران در موضوعات مشترک مرتبط با خود در جامعه مشارکت دارند، تشریح می‌کند. گای^۲ مشارکت را فرآیندی غیرمتمرکز قلمداد می‌کند که امکان توزیع منابع، فرصت‌ها، آموزش و قدرت تصمیم‌گیری را در سطوح پایین و بالا میسر می‌سازد تا ذینفعان بتوانند نقش مؤثری در توسعه گردشگری ایفا نمایند (Wang et al, 2020:760). مشارکت اجتماعی و اقتصادی در گردشگری بر اساس تعامل با دیگران بنا نهاده شده است و شامل وظایف اجتماعی-اقتصادی ذینفعان می‌باشد. مشارکت ذینفعان محلی و مجاوران می‌تواند به‌مثابه عاملی اساسی در توسعه گردشگری از جمله گردشگری مذهبی به شمار آید. چرا که مشارکت اجتماعی می‌تواند سطح رضایت جامعه را به‌واسطه افزایش اثرات مثبت و کاهش اثرات منفی گردشگری در جامعه افزایش دهد. بنابراین، مشارکت ذینفعان محلی و مجاوران در گردشگری، فرصت‌های بسیاری برای ذینفعان محلی و مجاوران در راستای توسعه گردشگری فراهم می‌کند و بر رفع موانع ادراکی توسعه گردشگری اثرگذار می‌باشد (Simpson, 2018:3).

دلایل مختلفی برای مشارکت ذینفعان در توسعه گردشگری وجود دارد. ذینفعان محلی به‌طور مثبت و منفی از طریق اثرات گردشگری در جامعه تحت تأثیر قرار می‌گیرند. آن‌ها باید به شکل مناسب در برنامه‌ریزی فعالیت‌هایی که زندگی روزانه آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد، مشارکت نمایند. ذینفعان محلی می‌توانند توسعه مناسب و متوازن گردشگری را با سرعت و روشی که مطابق با نیازها و علایق آن‌ها است، شناسایی نمایند. به‌علاوه مشارکت اجتماعی می‌تواند اطمینان دهد که منافع حاصل از توسعه گردشگری به‌طور عادلانه در جامعه توزیع می‌گردد. مشارکت اجتماعی در فعالیت‌های گردشگری می‌تواند افتخار و مباهات مردم و مجاوران به جامعه و فرهنگ خود را افزایش داده و فرصت‌هایی برای آن‌ها برای مواجهه با گردشگران ایجاد نماید. به‌علاوه مشارکت اجتماعی در تصمیم‌گیری می‌تواند منجر به توسعه خوداتکایی اجتماعی گردد. مشارکت فعال، علاوه بر اینکه روحیه وابستگی را از بین می‌برد؛ سطح آگاهی و خود اطمینانی آن‌ها و

1. Community Participation

2. Guy

کنترل فرایند توسعه را افزایش می دهد. در واقع مشارکت در گردشگری می تواند رضایت محلی ایجاد نموده و ذینفعان محلی را به پشتیبانی از فعالیت های گردشگری تشویق نمایند (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۲۶-۱۲۵). به طور کلی ایده گردشگری جامعه محور بر این اعتقاد است که ذینفعان محلی می بایست توسعه گردشگری را از طریق مشارکت در گردشگری و اهداف و استراتژی های توسعه آن کنترل نمایند. به علاوه آن ها باید در اجرای راهبردها، خدمات و فعالیت های عملیاتی زیرساخت های گردشگری، برای مدیریت اثربخش منابع محلی و توزیع بهتر مزایای توسعه گردشگری مشارکت نمایند (Gannon et al, 2020:7). بنابراین مشارکت تمامی ذینفعان به منظور بهبود ادراک آن ها از تأثیرات توسعه گردشگری و جلب حمایت و پشتیبانی در راستای دستیابی به گردشگری پایدار، امری ضروری می باشد. با توجه به آنچه بیان شد، فرضیه های اول و دوم تحقیق به شرح زیر تدوین شده است:

فرضیه ۱: مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری تأثیر مثبت و معناداری بر حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد دارد.

فرضیه ۲: مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری تأثیر منفی و معناداری بر موانع مدیریتی ادراک شده آنان دارد.

موانع مدیریتی ادراک شده^۱ در جامعه گردشگری

صنعت گردشگری برای حرکت در مسیر صحیح خود و دستیابی به پایداری و پویایی، نیازمند مدیریت کلان و برنامه ریزی گسترده است، که در صورت اجرا به توسعه پایدار این صنعت خواهد رسید. لکن متغیرها و عوامل مختلفی می توانند اثر منفی بر حمایت و پشتیبانی ذینفعان محلی و توسعه گردشگری داشته باشند که از جمله این عوامل می توان به موانع مدیریتی اشاره نمود، که می تواند ادراک ساکنان محلی از پیامدها و تأثیرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی گردشگری را تحت تأثیر قرار دهد (پور ذوالفقار و همکاران، ۱۴۰۰: ۳).

در واقع موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری، که دارای ابعاد اقتصادی، محیطی، اجتماعی، فرهنگی و اداری است؛ از جمله عواملی است که می تواند بر حمایت ذینفعان از گردشگری و توسعه گردشگری تأثیرگذار باشد. ادراک منفی در زمینه های اقتصادی، نقش مهمی در حمایت و پشتیبانی ذینفعان از توسعه گردشگری دارد. به عنوان نمونه درآمد گردشگری معمولاً بر اساس جامعه گردشگری و دارایی ذینفعان به دست می آید. اگر فقط برخی از ذینفعان گردشگری از مزایای آن بهره مند گردند، سایر ذینفعان که توزیع نامتوازن را درک می کنند، ممکن است حمایت و پشتیبانی خود را از توسعه گردشگری پس گرفته و حتی ممکن است از برخی راهبردها برای مقاومت در برابر توسعه گردشگری استفاده نمایند (Wang et al, 2021:2-3). با توجه به آنچه بیان شد، فرضیه سوم تحقیق به شرح زیر تدوین شده است:

فرضیه ۳: موانع مدیریتی ادراک شده تأثیر منفی و معناداری بر حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد دارد.

حمایت و پشتیبانی ذینفعان گردشگری^۲

اثرات ادراک شده گردشگری عامل مهمی برای مشارکت و حمایت جامعه میزبان از توسعه گردشگری می باشد. اگر ذینفعان گردشگری، منافع مالی و غیرمالی از طریق صنعت گردشگری دریافت نمایند و ادراک مثبتی نسبت به فعالیت های گردشگری مقصد داشته باشند، احتمالاً در برنامه ها و طرح های این حوزه مشارکت خواهند کرد. بنابراین نقش

1. Perceived Administrative barriers

2. Tourism stakeholders' Support

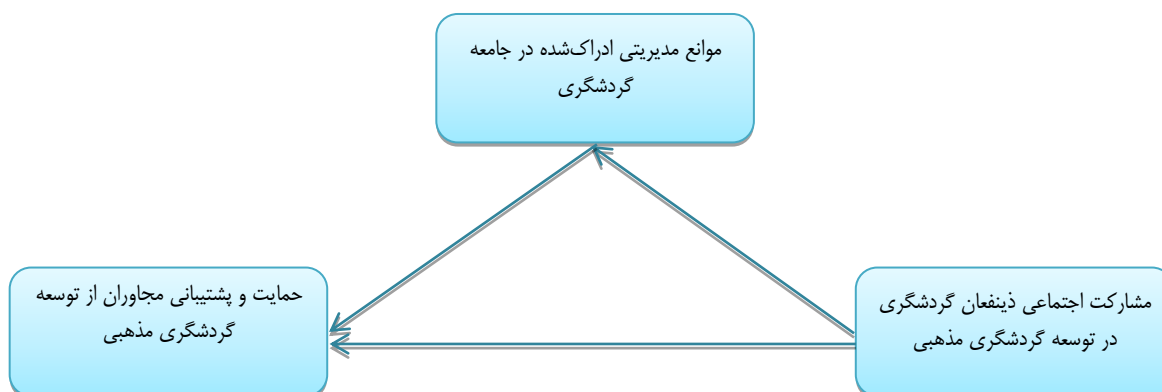
ذینفعان محلی در پشتیبانی و حمایت از توسعه گردشگری نقشی بسیار مهم و بی‌بدیل بوده (ملکی و عالی‌پور، ۱۳۹۵: ۱۷) و توسعه گردشگری به‌طور قابل‌توجهی به حسن نیت و پشتیبانی ذینفعان محلی بستگی دارد، که این موضوع در عملکرد موفقیت‌آمیز و توسعه گردشگری، ضروری به شمار می‌آید. در این رویکرد، موفقیت گردشگری نیازمند ادراک مثبت، رضایت و پشتیبانی ذینفعان محلی می‌باشد (احمدی و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۴-۶۳).

به‌علاوه گردشگری فعالیتی اقتصادی است که مکان‌ها و افراد را برای ارتباط در مقیاس جهانی توانمند می‌سازد. دولت‌های ملی و سازمان‌های بین‌المللی، گردشگری را به‌منظور توسعه ملی و محلی موردتوجه قرار می‌دهند و برای ترویج آن نیاز به کسب حمایت ذینفعان محلی می‌باشد. به‌منظور دستیابی به مزیت رقابتی در این صنعت، می‌بایست نیازهای اجتماعی- اقتصادی با در نظر گرفتن منافع و خواسته‌های همه ذینفعان برآورده شوند. به‌علاوه جامعه‌ای که به دنبال بهره‌برداری از گردشگری به‌عنوان یک جایگزین در توسعه اقتصادی است، باید گردشگری پایدار را برای پاسخگویی به نیازها و خواسته‌های ذینفعان محلی توسعه دهد و توسعه گردشگری پایدار بدون مشارکت و حمایت ساکنان محلی و ادراک مثبت آن‌ها نسبت به فعالیت‌های گردشگری مقصد بسیار مشکل می‌باشد (Wang & Xu, 2015:242). با توجه به آنچه بیان شد، فرضیه چهارم تحقیق به شرح زیر تدوین شده است:

فرضیه ۴: موانع مدیریتی ادراک‌شده در جامعه گردشگری اثر میانجی بین مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری در توسعه گردشگری مذهبی و حمایت و پشتیبانی آن‌ها از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد دارد.

شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق که با مطالعه مبانی نظری تحقیق و بررسی پیشینه پژوهش‌های مرتبط به‌ویژه پژوهش وانگ و همکاران (۲۰۲۱) تدوین گردیده را نشان می‌دهد. مطابق این الگو مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری در توسعه گردشگری مذهبی می‌تواند تأثیر معناداری بر حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی و موانع مدیریتی ادراک‌شده آنان داشته باشد. به‌علاوه موانع مدیریتی ادراک‌شده در جامعه گردشگری نیز تأثیر معناداری بر حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی دارد.

در مدل مفهومی تحقیق، مشارکت اجتماعی ذینفعان در توسعه گردشگری مذهبی و موانع مدیریتی ادراک‌شده در جامعه گردشگری به‌عنوان متغیرهای مستقل، و حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی به‌عنوان متغیر وابسته می‌باشند. ضمناً متغیر موانع مدیریتی ادراک‌شده در جامعه گردشگری، به‌عنوان متغیر میانجی در رابطه بین مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری و حمایت و پشتیبانی آن‌ها از توسعه گردشگری مذهبی در نظر گرفته شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق (برگرفته از وانگ و همکاران، ۲۰۲۱: ۴)

روش پژوهش

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و بر اساس ماهیت از نوع کمی می‌باشد. به‌علاوه تحقیق حاضر از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع توصیفی است که به شیوه میدانی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق کلیه ذینفعان محلی گردشگری در شهر مشهد شامل فعالان فرهنگی و دینی (خدمه حرم مطهر، اساتید دانشگاه و...)، هتل‌داران، کسبه فعال در اطراف حرم مطهر، فعالین صنعت حمل‌ونقل (دفاتر خدمات مسافرتی و...) در نیمه اول سال ۱۴۰۱ می‌باشند. با توجه به محدودیت‌های زمانی و هزینه‌ای و عدم دسترسی به تمامی اعضای جامعه آماری، نمونه‌گیری انجام شده و بر اساس رابطه (۱)، از فرمول کوکران^۱ برای تعیین حجم نمونه استفاده شده است. بنابراین حجم نمونه به صورت زیر محاسبه و تعیین گردیده است:

$$n = \frac{z_{\alpha}^2 pq}{\varepsilon^2} = \frac{(1.96)^2 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2} \approx 384 \quad \text{رابطه (۱):}$$

بر اساس فرمول فوق تعداد اعضای نمونه آماری ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شده است. ضمناً روش نمونه‌گیری در این تحقیق روش نمونه‌گیری در دسترس می‌باشد. در مجموع ۳۸۵ پرسشنامه تکمیل و جمع‌آوری شد و از داده‌های آن‌ها برای تحلیل فرضیه‌های تحقیق استفاده گردید.

با توجه به اینکه تحقیق حاضر یک تحقیق پیمایشی و میدانی است، برای جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. پرسشنامه تحقیق از دو قسمت اصلی تشکیل شده است. در قسمت اول، اطلاعات جمعیت شناختی نمونه آماری شامل جنسیت، سن، سطح تحصیلات، شغل و سابقه فعالیت پاسخگویان در حوزه گردشگری ارائه شده است. در بخش دوم پرسشنامه، سؤال‌های مربوط به متغیرهای تحقیق شامل موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری (۵ سؤال)، مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری (۳ سؤال)، حمایت و پشتیبانی ذینفعان گردشگری مذهبی (۳ سؤال) بر اساس پژوهش‌های مرتبط به‌ویژه پژوهش وانگ و همکاران (۲۰۲۱) ارائه شده است. در این تحقیق، مشارکت اجتماعی ذینفعان و موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری به‌عنوان متغیرهای مستقل، و حمایت و پشتیبانی ذینفعان گردشگری مذهبی به‌عنوان متغیر وابسته می‌باشند. ضمناً متغیر موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری، به‌عنوان متغیر میانجی در رابطه بین مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری و حمایت و پشتیبانی آن‌ها از توسعه گردشگری مذهبی در نظر گرفته شده است. قابلیت اعتبار پرسشنامه با استفاده از روش‌های روایی محتوا و روایی سازه و پایایی آن با استفاده از سه روش آلفای کرونباخ، پایایی مرکب و پایایی معرف‌ها بررسی و تأیید شده است. ضمناً در پژوهش حاضر برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها، از آزمون‌های آمار استنباطی شامل آزمون کولموگروف-اسمیرنوف در نرم‌افزار SPSS و روش حداقل مربعات جزئی در نرم‌افزار PLS استفاده شده است.

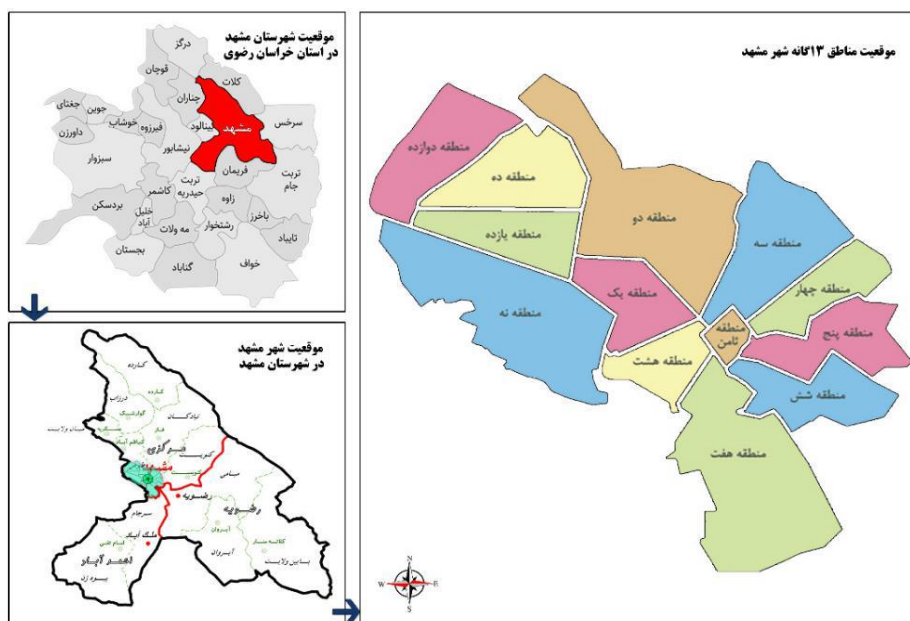
محدوده مورد مطالعه

مشهد، کلان‌شهری در شمال شرقی ایران و مرکز استان خراسان رضوی است. بر اساس اطلاعات سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، این شهر حدود ۳ میلیون نفر جمعیت داشته است. مشهد به واسطه وجود حرم علی‌بن موسی‌الرضا، هشتمین امام مذهب شیعه، سالانه پذیرای حدود ۳۰ میلیون زائر داخلی و دو میلیون زائر خارجی است. به‌علاوه شهرستان مشهد دارای ۲۲ بقعه منسوب به امام‌زادگان در ۱۴ سکونت‌گاه روستایی دور و نزدیک است (آمارنامه شهر مشهد، ۱۳۹۶: ۴۶-۴۵).

این شهر مهم‌ترین قطب گردشگری مذهبی- فرهنگی ایران به شمار می‌رود و به دلیل هم‌جواری با کشورهای مسلمان، بزرگ‌ترین مرکز جذب گردشگران مذهبی و مهاجران در نیمه شرقی و شمال شرقی ایران محسوب می‌شود. از طرف دیگر، به دلیل شناخته شدن مشهد به‌عنوان دومین کلان‌شهر مذهبی جهان، از سوی مرکز مترو پلیس جهانی، کانون توجه مسلمانان شیعه و سنی در گوشه و کنار جهان است (نامی، ۱۳۹۰: ۱۰۸). اقتصاد این شهر متکی به گردشگری مذهبی بر اساس جایگاه معنوی حرم امام رضا است. همچنین وجود مراکز تجاری بزرگ و امکانات پزشکی شایان توجه، موجب رونق گردشگری تفریحی و گردشگری سلامت در این شهر شده است. این شهر در سال ۱۳۸۸ به‌طور رسمی به‌عنوان «پایتخت معنوی ایران» و در سال ۲۰۱۷ به‌عنوان «پایتخت فرهنگ اسلامی» برگزیده شده است (عزیزپور و فتحی‌زاده، ۱۳۹۶: ۵۱).

در سده گذشته، در پی تحولات ساختاری در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و اقدامات عمرانی دوران پهلوی، تأسیسات و امکانات اقتصادی- رفاهی نسبتاً زیادی در این شهر تجمع یافت و زمینه‌های قطبی شدن آن فراهم گردید. تا اینکه پس از انقلاب اسلامی با توجه به پیوند و رابطه عاطفی که میان حاکمیت مذهبی کشور با آستان قدس و گردشگری مذهبی- فرهنگی ایجاد شد و نیز سایر عوامل درون‌زا (مرکز استان خراسان، برخورداری نسبی از توان‌های محیطی و...) و برون‌زا (جنگ داخلی افغانستان، ناامنی در شهرهای زیارتی بین‌النهرین مانند کربلا، نجف و...) شهر مشهد جایگاهی ممتاز در سطح بین‌المللی به دست آورد؛ به‌طوری‌که در دوره پس از انقلاب اسلامی در ایران طرح توسعه حرم امام رضا (ع) با جدیت دنبال شد و این مجموعه شاهد گسترش فوق‌العاده‌ای بود (فرامرزی و فرامرزی، ۱۳۹۵: ۵).

گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر مشهد، دارای ویژگی‌های خاصی است؛ به‌طوری‌که کارکردهای متنوع و عام‌المنفعه، مشارکت داوطلبانه و خیرخواهانه مردمی و جلب دسته‌های مختلف مذهبی در طول سال به‌ویژه در ایام خاص مذهبی، باستانی و اوقات فراغت، انبوه زائران و گردشگران مذهبی- فرهنگی را از اقشار متفاوت اقتصادی جامعه به خود جذب نموده است (بدری و طیبی، ۱۳۹۱: ۱۵۶-۱۵۵).



شکل ۲. موقعیت محدوده مورد مطالعه (رضائی‌مقدم و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۳۹)

یافته‌ها

در این تحقیق آمار توصیفی در چهار بخش جنسیت، سن، سطح تحصیلات و سابقه فعالیت پاسخگویان در حوزه گردشگری مورد سؤال واقع شد. بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده، ۶۳ درصد از حجم نمونه آماری مربوط به گروه مردان و ۳۷ درصد مربوط به گروه زنان بود. همچنین بیشترین آمار در مورد سن پاسخ‌دهندگان، مربوط به گروه سنی ۳۵ تا ۴۴ سال قرار داشت. به‌طوری که ۴۰ درصد از حجم نمونه آماری در این گروه سنی قرار گرفتند. همچنین ۲۷ درصد در گروه سنی ۴۵ تا ۵۴ سال، ۱۹ درصد در گروه سنی ۲۵ تا ۳۴ سال و ۱۴ درصد در گروه سنی ۵۵ سال و بالاتر قرار داشتند. ۴۲ درصد از اعضای نمونه آماری دارای تحصیلات لیسانس، ۲۸ درصد دارای مدرک تحصیلی فوق‌دیپلم و ۲۱ درصد دارای مدرک تحصیلی فوق‌لیسانس و بالاتر بودند. به‌علاوه بیشترین فراوانی پاسخگویان از نظر سابقه فعالیت در حوزه گردشگری، در گروه افراد با ۶ تا ۸ سال سابقه بود، به‌طوری که این گروه ۳۶ درصد از حجم نمونه را به خود اختصاص داده بود. همچنین ۳۱ درصد از حجم نمونه متعلق به افراد با سابقه بیشتر از ۸ سال، ۲۴ درصد افراد با سابقه ۳ تا ۵ سال و ۹ درصد متعلق به افراد با سابقه کمتر از ۳ سال در حوزه گردشگری بود.

در این پژوهش برای بررسی نوع توزیع داده‌های مربوط به نمونه تحقیق از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. بر اساس نتایج این آزمون (جدول ۱) سطح معنی‌داری در مورد تمامی متغیرها، از سطح خطا (۰/۰۵) کوچک‌تر است، بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که داده‌های مربوط به متغیرهای تحقیق از توزیع نرمال برخوردار نمی‌باشند. به این ترتیب با توجه به نرمال نبودن داده‌ها از نرم‌افزار معادلات ساختاری اسمارت پی.ال.اس ۳ برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است.

جدول ۱. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف در مورد توزیع داده‌های نمونه آماری

پارامتر	مقدار Z در آزمون کولموگروف-اسمیرنوف	سطح معنی‌داری
موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری	۲/۸۸۸	۰/۰۰۱
مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری	۳/۷۷۳	۰/۰۰۱
حمایت و پشتیبانی ذینفعان گردشگری	۵/۵۹۲	۰/۰۰۱

در ادامه روایی پرسش‌نامه با استفاده از روایی همگرا و واگرا (تشخیصی) مورد بررسی قرار گرفت. نتایج بررسی روایی واگرا (تشخیصی) پرسش‌نامه در جدول (۲) نشان داده شده است. با توجه به اینکه مقادیر روی قطر اصلی ماتریس (جزر میانگین واریانس استخراج شده) از تمامی مقادیر همبستگی بین متغیرها با هم بیشتر است، لذا تمامی متغیرهای مورد مطالعه از روایی واگرا برخوردار هستند.

جدول ۲. روایی واگرا (تشخیصی) پرسش‌نامه

متغیر	موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری	مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری	حمایت و پشتیبانی ذینفعان گردشگری
موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری	۰/۷۶۹		
مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری	-۰/۳۸۲	۰/۸۰۱	
حمایت و پشتیبانی ذینفعان گردشگری	-۰/۴۱۱	۰/۶۲۳	۰/۸۲۰

برای سنجش روایی همگرا در این پژوهش، از شاخص میانگین واریانس استخراج شده یا AVE بهره گرفته شده است. بر اساس نتایج به دست آمده در جدول (۳) و با توجه به اینکه تمامی مقادیر معیار میانگین واریانس استخراج شده بزرگتر از ۰/۵ می باشند، بنابراین پرسشنامه از روایی همگرای خوبی برخوردار می باشد.

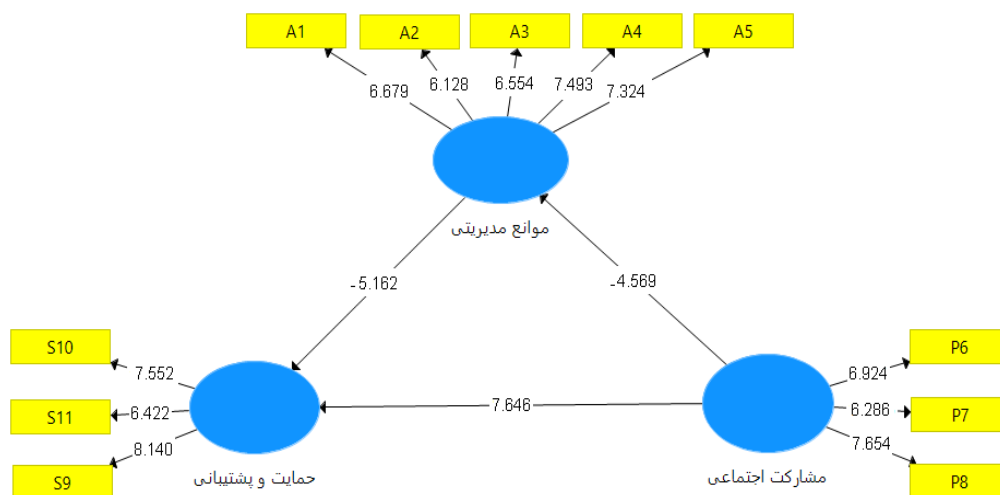
برای آزمون پایایی پرسشنامه از سه روش آلفای کرونباخ، پایایی مرکب و پایایی معرفها استفاده شد. در این راستا اجرای مقدماتی انجام شد و پرسشنامه در یک نمونه آزمایشی ۳۰ نفر توزیع و ضرایب مربوطه با استفاده از نرم افزار SPSS محاسبه گردید که نتایج حاصله در جدول (۳) نشان داده شده است.

جدول ۳. مقادیر بار عاملی (پایایی معرفها)، روایی همگرا، آلفای کرونباخ و پایایی مرکب

متغیر	گویه	بار عاملی	روایی همگرا (AVE)	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب (CR)
موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری	به نظر من توسعه گردشگری مذهبی در شهر مشهد، کیفیت و سهولت زندگی روزمره ساکنان محلی و مجاوران را پایین می آورد.	۰/۶۸۴	۰/۵۹۱	۰/۸۴۲	۰/۸۶۷
	به نظر من توزیع منافع حاصل از توسعه گردشگری مذهبی در شهر مشهد، معقول و عادلانه نیست.	۰/۶۴۹			
	به نظر من فعالیتهای مدیریت گردشگری مذهبی (آستان قدس رضوی، شهرداری و استانداری) در شهر مشهد، مناسب و کارآمد نیست.	۰/۶۷۷			
	به نظر من برنامه جامعی برای توسعه گردشگری مذهبی در شهر مشهد وجود ندارد.	۰/۷۱۴			
	به نظر من هماهنگی لازم بین بخشهای مختلف مدیریت گردشگری مذهبی وجود ندارد.	۰/۷۰۳			
	من در فعالیتهای مرتبط با گردشگری مذهبی در شهر مشهد مشارکت دارم.	۰/۶۹۶			
مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری	من در جریان روندها و اطلاعات گردشگری مذهبی در شهر مشهد هستم.	۰/۶۰۷	۰/۶۴۲	۰/۸۷۳	۰/۹۰۶
	من در فرایندهای تصمیم گیری در زمینه گردشگری مذهبی مشارکت دارم.	۰/۷۳۲			
	من معتقدم که مزایای توسعه گردشگری مذهبی در شهر مشهد بیشتر از معایب آن می باشد.	۰/۷۶۷			
حمایت و پشتیبانی ذینفعان گردشگری	من فکر می کنم که گردشگری مذهبی نقش مهمی در توسعه شهر مشهد خواهد داشت.	۰/۶۵۸	۰/۶۷۲	۰/۸۰۶	۰/۸۵۴
	من به چشم انداز مثبت توسعه گردشگری مذهبی در شهر مشهد کاملاً اعتماد دارم.	۰/۷۱۹			

همان طور که در جدول مذکور ملاحظه می شود، تمامی مقادیر آلفای کرونباخ و معیار پایایی مرکب بالاتر از ۰/۷ می باشند. همچنین پایایی کل پرسشنامه نیز بر اساس خروجی نرم افزار برابر ۰/۹۲۳ می باشد. ضمناً بارهای عاملی مربوط به هر متغیر مکنون، بالای حد قابل قبول ۰/۳ قرار دارند، لذا پرسشنامه از پایایی مطلوبی برخوردار است.

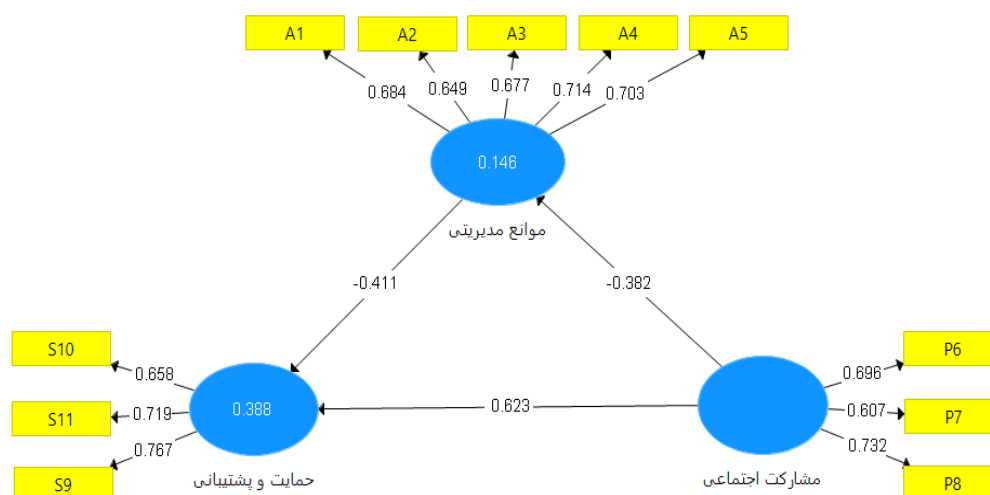
برای تحلیل داده های مربوط به فرضیه های تحقیق و ارزیابی مدل ساختاری از روش حداقل مربعات جزئی در نرم افزار PLS استفاده شده است که نتایج حاصله در قالب شکل های (۳) و (۴) نشان داده شده است. همان طور که در شکل (۳) مشاهده می شود اعداد معناداری مربوط به پارامترهای مدل، اعم از بار عاملی و خطاهای آن معنی دار شده است. زیرا عدد معنی داری آن ها از قدر مطلق ۱.۹۶ بزرگ تر شده است؛ لذا رابطه معنی دار بین متغیرهای مدل تأیید می شود.



شکل ۳. معناداری ضرایب مسیر (آماره T)

ضرایب مسیر ساختاری برای تمامی متغیرها در شکل (۴) نشان داده شده است. ضریب تأثیر متغیر مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری بر حمایت و پشتیبانی ذینفعان گردشگری مقدار $0/۶۲۳$ است و چون این مقدار مثبت است، بیانگر تأثیر مستقیم متغیر مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری بر حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد می باشد. به علاوه ضریب تأثیر متغیر مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری بر موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری مقدار $-0/۳۸۲$ است و چون این مقدار منفی است، بیانگر تأثیر معکوس متغیر مشارکت اجتماعی بر موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری می باشد. ضمناً ضریب تأثیر متغیر موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری بر حمایت و پشتیبانی ذینفعان گردشگری مقدار $-0/۴۱۱$ است و با توجه به منفی بودن این ضریب، متغیر موانع مدیریتی ادراک شده دارای تأثیر معکوس بر حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد می باشد. بنابراین فرضیه های اول تا سوم تحقیق مورد پذیرش قرار می گیرند.

ضمناً بر اساس خروجی های نرم افزار که علاوه بر اثرات مستقیم متغیرها بر یکدیگر، اثرات غیرمستقیم را نیز نشان می دهد مقدار ضریب مسیر فرضیه چهارم تحقیق $0/۱۵۷$ ($0/۴۱۱ \times 0/۳۸۲ = 0/۱۵۷$) و مقدار آماره تی $۴/۸۴۴$ گزارش شده است. بنابراین چون آماره تی بیشتر از قدر مطلق $۱/۹۶$ است می توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵ درصد موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری اثر میانجی بین مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری و حمایت و پشتیبانی آنها از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد دارد. در نتیجه فرضیه چهارم پژوهش نیز مورد تأیید قرار می گیرد.



شکل ۴. ضرایب مسیر ساختاری

در ادامه برای بررسی برازش و اعتبار مدل، از آزمون کیفیت مدل اندازه‌گیری انعکاسی یا شاخص اشتراک استفاده شده است. در جدول (۴) مقادیر شاخص اشتراک نشان داده شده است که همگی مثبت می‌باشند. بنابراین مدل اندازه‌گیری تحقیق از کیفیت لازم برخوردار است.

جدول ۴. مقادیر اشتراکی

متغیر	شاخص اشتراک (Communality) $Q^2 = 1 - SSE/SSO$
موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری	۰/۳۰۳
مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری	۰/۴۱۶
حمایت و پشتیبانی ذینفعان گردشگری	۰/۳۷۶

ضمناً مقدار ضریب تعیین R^2 برای متغیر درون‌زای موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری ۰.۱۴۶ و برای متغیر درون‌زای حمایت و پشتیبانی ذینفعان گردشگری ۰.۳۸۸ و در حد متوسط محاسبه شده است. شاخص نیکویی برازش (GOF) نیز معادل ۰.۳۱۱ به دست آمده است. با توجه به مقدار به دست آمده که بیشتر از ۰/۲۵ می‌باشد، بنابراین شاخص مذکور در محدوده بیشتر از متوسط قرار می‌گیرد. به همین دلیل، مدل از برازش نسبتاً مناسبی برخوردار است. در مجموع با توجه به داده‌های گردآوری شده و تحلیل‌های انجام شده، مدل مفهومی تحقیق پذیرفته می‌شود.

بحث

از جمله عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری مذهبی، در کنار دارا بودن مدیریت کارآمد و بستر مناسب، مدیریت ادراکات و مشارکت ذینفعان محلی در برنامه‌های توسعه گردشگری است. در واقع ادراک مثبت ذینفعان محلی از تأثیرات گردشگری می‌تواند از عوامل بارز تأثیرگذار بر پایداری توسعه گردشگری باشد. به علاوه توسعه گردشگری مذهبی بدون جلب مشارکت و حمایت ذینفعان محلی محقق نخواهد شد. لذا در این تحقیق به مطالعه نقش موانع مدیریتی ادراک شده در فرایند توسعه گردشگری مذهبی بر پایه مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری در شهر مشهد پرداخته شده است.

نتایج تحلیل داده‌ها با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی در نرم‌افزار PLS نشان داد که مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری تأثیر مثبت و معناداری بر حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد دارد. نتایج پژوهش‌های وانگ و همکاران (۲۰۲۱) و رسولی‌منش و همکاران (۲۰۱۷) نیز با این نتیجه تحقیق همسو می‌باشد. در واقع توسعه گردشگری مذهبی بدون مشارکت ذینفعان محلی و مجاوران نتایج مطلوبی را برای مقاصد گردشگری به همراه ندارد و نتیجه آن نارضایتی ذینفعان از ورود گردشگران خواهد بود که می‌تواند بر توسعه گردشگری تأثیر منفی داشته باشد. به عبارت دیگر مشارکت ذینفعان محلی در فعالیتهای مرتبط با گردشگری، اطلاع از روندها و اطلاعات گردشگری و مشارکت در فرآیندهای تصمیم‌گیری در زمینه گردشگری می‌تواند رضایت محلی ایجاد نموده و ذینفعان محلی را به حمایت و پشتیبانی از فعالیتهای گردشگری مذهبی تشویق نمایند. این موضوع تا آنجا اهمیت دارد که از جلب مشارکت ذینفعان محلی به عنوان یکی از اصول تغییرناپذیر توسعه گردشگری مذهبی یاد شده است.

بررسی تأثیر مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری مذهبی بر موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری مذهبی بیانگر آن بود که مشارکت اجتماعی ذینفعان تأثیر منفی و معناداری بر موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری مذهبی دارد. در این زمینه نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات وانگ و همکاران (۲۰۲۱)، رسولی‌منش و همکاران (۲۰۱۷) و نجارزاده و همکاران (۱۳۹۵) همخوانی دارد. به عبارت دیگر اگر ذینفعان گردشگری مذهبی در فعالیتهای و فرایندهای گردشگری مذهبی مشارکت داده شوند و هرگونه برنامه‌ریزی و اقدام برای توسعه گردشگری مذهبی با نظرخواهی، جلب مشارکت و توجه به ویژگی‌های محلی، قومی، فرهنگی و اجتماعی مناطق محلی و بومی انجام شود، جامعه گردشگری نگاه مثبت‌تری به مقوله توسعه گردشگری مذهبی پیدا کرده و موانع مدیریتی کمتری را ادراک می‌کنند.

ضمناً نتایج تحلیل‌های انجام شده نشان داد که موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری مذهبی تأثیر منفی و معناداری بر حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد دارد. در این راستا نتایج تحقیقات وانگ و همکاران (۲۰۲۱)، گانون، رسولی‌منش و طاهری (۲۰۲۰)، رسولی‌منش و همکاران (۲۰۱۷)، نانکو و سو (۲۰۱۶) نیز با نتایج این تحقیق هماهنگ و همسو می‌باشد. در واقع متغیرها و عوامل مختلفی می‌توانند اثر منفی بر حمایت و پشتیبانی ذینفعان محلی داشته باشند که از جمله این عوامل می‌توان به موانع مدیریتی اشاره نمود که می‌تواند ادراک ساکنان محلی از پیامدها و تأثیرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی گردشگری مذهبی را تحت تأثیر قرار دهد. به عبارت دیگر کاهش کیفیت و سهولت زندگی روزمره ذینفعان محلی در اثر توسعه گردشگری مذهبی، معقول و عادلانه نبودن توزیع منافع حاصل از توسعه گردشگری مذهبی، مناسب و کارآمد نبودن فعالیتهای مدیریت گردشگری مذهبی، نبود برنامه جامع برای توسعه گردشگری مذهبی و نبود هماهنگی لازم بین بخش‌های مختلف مدیریت گردشگری مذهبی در شهر مشهد، که توسط ذینفعان گردشگری ادراک شده، می‌تواند نگاهی منفی به توسعه گردشگری مذهبی ایجاد نموده و منجر به کاهش حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد گردد.

به علاوه نتایج این پژوهش بیانگر آن بود که موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری، اثر میانجی بین مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری و حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد دارد که این موضوع با نتایج تحقیقات وانگ و همکاران (۲۰۲۱)، رسولی‌منش و همکاران (۲۰۱۷)، نانکو و سو (۲۰۱۶) همخوانی دارد. در واقع هر چه ادراک منفی از عوامل و متغیرهای مدیریتی در بین ذینفعان گردشگری مذهبی کمتر باشد، تأثیر مشارکت اجتماعی ذینفعان بر حمایت و پشتیبانی آن‌ها از فعالیتهای گردشگری مذهبی بیشتر می‌شود و در نتیجه بر توسعه گردشگری مذهبی در آن منطقه تأثیر مثبت دارد.

نتیجه گیری

با توجه به نتایج حاصل از تحقیق، مدیران و مسئولین گردشگری و فعالین این حوزه در شهر مشهد باید به نقش موانع مدیریتی ادراک شده در فرایند توسعه گردشگری مذهبی بر پایه مشارکت اجتماعی ذینفعان گردشگری توجه ویژه‌ای داشته و با توجه به وضعیت این متغیرها و رابطه بین آنها، راهبردها و سیاست‌های مناسب‌تری در جهت ارتقای کمی و کیفی گردشگری مذهبی به‌منظور جذب گردشگران بیشتر و توسعه گردشگری مذهبی ارائه و اجرا نمایند که این موضوع می‌تواند در نهایت بر توسعه پایدار گردشگری در این منطقه تأثیرگذار باشد. در ادامه، پیشنهادهایی ذیل که می‌تواند توسط مدیران و مسئولین گردشگری و فعالین این حوزه در شهر مشهد و سازمان‌های فعال در این حوزه مورد استفاده قرار گیرد ارائه می‌شود:

* تشکیل و تقویت انجمن‌ها و نهادهای غیردولتی فعال در زمینه گردشگری، به‌منظور جلب مشارکت‌های مردمی در فرایند اجرا و بهره‌برداری از طرح‌ها و پروژه‌های عمرانی، اجتماعی و اقتصادی در حوزه گردشگری در شهر مشهد در راستای افزایش حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی.

* تصمیم‌گیری و اجرای برنامه‌های گردشگری از طریق برگزاری جلسات، با حضور نمایندگان منتخب مردم و نظرسنجی از ساکنان محلی.

* آگاهی دادن به اجتماعات محلی از طریق اطلاع‌رسانی در مورد منافع گردشگری به‌منظور جلب حمایت مردم محلی از توسعه گردشگری.

* اجرای برنامه‌های آموزشی - ترویجی به‌منظور تربیت راهنمایان محلی و افزایش آگاهی اجتماعات محلی از پیامدهای توسعه صنعت گردشگری در محل و فراهم‌سازی بستر تعامل با گردشگران.

* افزایش سطح مهارت و تخصص ساکنان، به‌ویژه جوانان شهر مشهد از طریق دوره‌های آموزشی کوتاه و بلندمدت به‌منظور آماده کردن آنها برای اتخاذ شغل‌های صنعت گردشگری و ارائه خدمات هرچه پایدارتر به گردشگران.

* تخصیص بودجه برای فرهنگ‌سازی مردم محلی در راستای کاربرد اصول گردشگری اجتماع‌محور در راستای کاهش موانع مدیریت ادراک شده در ذینفعان محلی و ایجاد تصویر ذهنی مطلوب از مدیریت و توسعه گردشگری مذهبی.

* برنامه‌ریزی مناسب برای کاهش پیامدهای منفی حاصل از گردشگری در راستای افزایش حمایت و پشتیبانی مجاوران از توسعه گردشگری مذهبی شهر مشهد و ایجاد تصویر ذهنی و ادراک مثبت به توسعه گردشگری مذهبی در ذینفعان.

* فراهم کردن شرایط به‌منظور سرمایه‌گذاری افراد بومی و غیربومی (از قبیل دادن وام و تسهیلات مناسب دیگر) در راستای کاهش موانع مدیریتی ادراک شده در جامعه گردشگری و در نتیجه حمایت و پشتیبانی ذینفعان گردشگری.

در پایان با توجه به اینکه در این تحقیق تأثیر متغیرهای میانجی و مداخله‌گر مؤثر بر رابطه بین متغیرهای تحقیق موردبررسی و تحلیل قرار نگرفته است؛ به محققین علاقه‌مند به موضوع پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی این متغیرها را شناسایی نموده و اهمیت و نحوه تأثیرگذاری آنها را بر یکدیگر موردبررسی قرار دهند. همچنین پیشنهاد می‌شود مطالعات تطبیقی در خصوص موضوع تحقیق در سایر مقاصد و حوزه‌های گردشگری بر اساس الگوی مفهومی تحقیق انجام شود. به‌علاوه آسیب‌شناسی توسعه گردشگری مذهبی نیز باید موردتوجه پژوهشگران سازمانی قرار گیرد.

حامی مالی

این اثر حامی مالی نداشته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

نویسندگان در تمام مراحل و بخش‌های انجام پژوهش سهم برابر داشتند.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان از همه کسانی که در انجام این پژوهش به ما یاری رساندند، به‌ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت مقالات را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- ابراهیم‌پور، حبیب؛ بابایی، یاور و سخندان، الناز. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات گردشگری (مطالعه موردی: شهر سرعین). *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۶ (۲۲)، ۱۱۸-۱۴۳.
 Doi: 10.22080/jtpd.2017.1712
- ابراهیم‌پور، حبیب؛ نعمتی، ولی و بادفر، شهین. (۱۳۹۵). بررسی نقش مشارکت و تعهد جامعه محلی در توسعه پایدار گردشگری. *سومین همایش علمی پژوهشی یافته‌های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران. تهران، ۱۷-۱۰*.
- احمدی، علیرضا؛ آجیلی، عبدالعظیم؛ فروزانی، معصومه و یزدان‌پناه، مسعود. (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی و حمایت ساکنان مناطق روستایی از گردشگری (مورد مطالعه: شهرستان‌های مسجدسلیمان، اندیکا و لالی). *دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری*، ۳ (۶)، ۸۶-۶۱.
- بدری، سید علی و طیبی، صدراله. (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر هزینه‌های گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر مشهد مقدس). *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱ (۱)، ۱۷۷-۱۵۳.
- بشکار، اسلام؛ بذرافشان، جواد و طولابی‌نژاد، مهرشاد. (۱۳۹۸). حمایت اجتماعات محلی از توسعه گردشگری و ارتباط آن با معیشت پایدار روستاهای مرزی شهرستان چابهار. *نشریه علمی-پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۲۳ (۶۹)، ۶۴-۴۱.
- پورذوالفقار، نغمه؛ نظری، علی اکبر و بهزاد، اردوان. (۱۴۰۰). بررسی موانع و مشکلات مدیریت و تأثیرات آن در صنعت گردشگری. *هفتمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران، ۱۶-۱۰*.
- تقی‌زاد فانید، ابوالقاسم و مقنی جانسوز، منیر. (۱۴۰۱). بررسی رابطه مشارکت مردم و توسعه گردشگری (مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز). *نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۲۶ (۸۰)، ۹۸-۸۳.
 Doi: 10.22034/gp.2021.45212.2813
- رضائی‌مقدم، علی؛ مشکینی، ابوالفضل و رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا. (۱۳۹۸). اولویت‌بندی ذینفعان گردشگری مذهبی کلان‌شهر مشهد. *مجله گردشگری شهری*، ۴ (۶)، ۱۴۳-۱۲۹.
 Doi: 10.22059/jut.2020.244833.402
- سوری، محسن؛ زیاری، یوسفعلی و اقبالی، ناصر. (۱۴۰۲). ارزیابی میزان مشارکت جوامع محلی در توسعه گردشگری منطقه ۲۲ شهرداری تهران. *فصلنامه جغرافیایی سرزمین*، ۲۰ (۷۹)، ۱۴-۱.
 Doi: 10.30495/sarzamin.2023.71970.20872
- عزیزپور، فرهاد و فتحی‌زاده، فرح. (۱۳۹۶). موانع و چالش‌های تحقق مدیریت یکپارچه گردشگری در کلان‌شهر مشهد. *فصلنامه گردشگری شهری*، ۴ (۲)، ۶۰-۴۷.
 Doi: 10.22059/jut.2017.200835.1792
- فرامرزی، فاطمه و فرامرزی، توحید. (۱۳۹۵). نقش گردشگری مذهبی در توسعه اقتصادی کلان‌شهر مشهد. *چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی، آتن، یونان، ۱۵-۱۰*.
- محمدزاده، پرویز؛ پناهی، حسین و صمدزاده، سعیده. (۱۳۹۷). تأثیر تصویر ذهنی ساکنان از محل سکونت خود بر میزان حمایت آنان از گردشگری (مطالعه موردی: شهر تبریز). *مجله گردشگری شهری*، ۵ (۲)، ۱۶-۱.
 Doi: 10.22059/jut.2018.221244.269

- معاونت برنامه‌ریزی و توسعه شهرداری مشهد. (۱۳۹۶). *آمارنامه شهر مشهد*. چاپ اول. مشهد: انتشارات معاونت برنامه‌ریزی و توسعه شهرداری مشهد با نظارت مدیریت آمار، تحلیل و ارزیابی.
- ملکی، محمدحسن و عالی‌پور، یونس. (۱۳۹۵). گردشگری مذهبی. چاپ دوم، تهران: انتشارات کتاب اظهر.
- مؤمنی، مصطفی؛ صرافی، مظفر و قاسمی‌خوزانی، محمد. (۱۳۹۷). ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی- فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان‌شهر مشهد. *فصلنامه جغرافیا و توسعه*، ۱۱، ۳۸-۱۳. Doi: 10.22111/gdij.2008.1255
- نامی، محمدحسن. (۱۳۹۰). نقش گردشگری مذهبی در تحول اقتصادی شهر مشهد مقدس. *پژوهشنامه خراسان بزرگ*، ۲ (۳)، ۱۰۹-۱۲۰. Doi: 20.1001.1.22516131.1390.1.3.7.4
- نجارزاده، محمد؛ جعفری، سکینه و طحان‌ناساری، معصومه. (۱۳۹۵). نقش مشارکت عمومی بر خط‌مشی‌های گردشگری. *چهارمین کنگره بین‌المللی عمران، معماری و توسعه شهری*، تهران، ۱۱-۱.

References

- Ahmadi, A.R., Ajili, A., Forouzani, F., & Yazdanpanah, Y. (2017). Factors Affecting satisfaction and support of tourism in rural areas (Case study: Masjedsoleiman, Andika, and Lali Counties). *Biannual Journal of Social Studies in Tourism*, 3 (6), 61-86. [In Persian].
- Azizpoor, F. & Fathi zadeh, F. (2017). Barriers and challenges to realizing integrated management of tourism in Mashhad metropolis. *Journal of Urban Tourism*, 4 (2), 47-60. Doi: 10.22059/jut.2017.200835.1792 [In Persian].
- Badri, S.A., & Tayyebi, S. (2012). Factors affecting the costs of religious tourism: A case study of Mashhad, Iran. *Journal of Tourism Planning and Development*, 1 (1), 153-177. [In Persian].
- Beshkar, E., bazr afshan, J. & toulabi nejad, M. (2019). Review the position of supporting local communities in tourism development and its impact on sustainable livelihoods villages in the border Township Chabahar. *Quarterly Journal of Geography and Planning*, 23 (69), 41-64. [In Persian].
- Ebrahimpour, H., Babaei, Y., & Sokhandan, H. (2017). Examining the Role of Social Capital on the Participation of Host Communities in the Sustainable Tourism Development with the Mediator Role of Tourism Effects (Case Study: Sareyn). *Journal of Tourism Planning and Development*, 6 (22), 118-143. Doi: 10.22080/jtpd.2017.1712 [In Persian].
- Ebrahimpour, H., Nemati, V., & Badfar, SH. (2016). Examining the role of participation and commitment of the local community in the sustainable development of tourism. *3th conference on new findings of management sciences, entrepreneurship and education in Iran*, Tehran, 1-17. [In Persian].
- Famararzi, F., & Famararzi, T. (2016). The role of tourism in economic development Huge city of Mashad. *4th international conference on Management, economics and humanities*, Athens, Greece, 1-15. [In Persian].
- Gannon, M., Rasoolimanesh, S.M., & Taheri, B. (2020). Assessing the Mediating Role of Residents' Perceptions toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 9, 1-50. Doi: 10.1177/0047287519890926
- Idris, A., Purnomo, D., & Rahmawati, M. (2021). Community-based tourism: Capability and community participation in tourism development. *Community Empowerment through Research, Innovation and Open Access*, 2-7. DOI: 10.1201/9781003189206-26
- Maleki, M.H. & Aalipoor, Y. (2016). *Religious tourism*. Second edition. Tehran: Athar Book Publications. [In Persian].
- Mohamadzadeh, P., Panahi, H. & Samad zadeh, S. (2018). The Effects of Residents' Mental Image from Their Habitat on Support of Tourism (Case Study: Tabriz City). *Journal of Urban Tourism*, 5 (2), 1-16. Doi: 10.22059/jut.2018.221244.269 [In Persian].
- Momenei, M., sarafei, M. & gasemei Khozani, M. (2018). The Structure and Function of Religious-Cultural Tourism and the Necessity of Integrated Management in Mashhad

- Metropolis. *Quarterly Journal of Geography and Development*, 11, 13-38. Doi: 10.22111/gdij.2008.1255 [In Persian].
- Najjar zadeh, M., jafari, S. & Tahan Nasari, M. (2016). The role of public participation on tourism policies. *4th international congress of structure, architecture and urban development*, Tehran, 1-11. [In Persian].
- Nami, M.H. (2011). The role of religious tourism in the economic transformation of the holy city of Mashhad. *Quarterly Journal of Greater Khorasan*, 2 (3), 109-120. Doi: 20.1001.1.22516131.1390.1.3.7.4 [In Persian].
- Nunkoo, R., & So, K.K.F. (2016). Residents' Support for Tourism: Testing Alternative Structural Models. *Journal of Travel Research*, 55 (7), 1-44. DOI: 10.1177/0047287515592972
- Okazaki, E. (2018). A Community-Based Tourism Model: its Conception and Use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (5), 511-529. DOI:10.1080/09669580802159594
- Pourzulfqar, N., Nazari, A.A. & Behzad. A. (2021). Investigating obstacles and management problems and their effects in the tourism industry. *7th international conference on Management, Economics and Accounting*, Tehran, 1-16. [In Persian].
- Rasoolimanesh, S.M., & Jaafar, M. (2017). Sustainable tourism development and residents' perceptions in World Heritage Site destinations. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22 (1), 34-48. DOI:10.1080/10941665.2016.1175491
- Rasoolimanesh, M., Ringle, C.M., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2017). Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism Management*, 60, 147-158. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.11.019
- Rezaee Moghadam, A., Meshkini, A. & Roknidin Eftekhari, A. (2020). Presenting the model of religious tourism Stakeholders in Mashhad. *Journal of Urban Tourism*, 4 (6), 129-143. Doi: 10.22059/jut.2020.244833.402 [In Persian].
- Simpson, M.C. (2018). Community Benefit Tourism Initiatives: a Conceptual Oxymoron?. *Tourism Management*, 29, 1-18. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.06.005
- Suri, M., Ziyari, Y.A. & Iqbali, N. (2023). Evaluation of the participation of local communities in the development of tourism in the 22nd district of Tehran Municipality. *Quarterly Geographical Journal of Territory*, 20 (79), 1-21. Doi: 10.30495/sarzamin.2023.71970.20872 [In Persian].
- Taghizadfanid, A. & Moghanni Jansouz, M. (2022). Investigating the Relationship between People's Participation and Tourism Development (Case study: Tabriz Metropolis). *Quarterly Journal of Geography and Planning*, 26 (80), 83-98. Doi: 10.22034/gp.2021.45212.2813 [In Persian].
- Vice President of Planning and Development of Mashhad Municipality. (2017). *Statistics of Mashhad city*. First Edition. Mashhad: Publications of the Vice-President of Planning and Development of Mashhad Municipality. [In Persian].
- Wang, S., & Xu, H. (2015). Influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 47, 241-250. DOI:10.1016/J.TOURMAN.2014.10.007
- Wang, H., Yang, Z., Chen, L., Yang, J., & Li, R. (2020). Minority Community Participation in Tourism: a Case of Kanas Tuva village in Xinjiang, China. *Tourism Management*, 31 (6), 759-764. DOI:10.1016/j.tourman.2009.08.002
- Wang, M., Jiang, J., Xu, S., & Guo, Y. (2021). Community Participation and Residents' Support for Tourism Development in Ancient Villages: The Mediating Role of Perceptions of Conflicts in the Tourism Community. *Journal of Sustainability*, 13, 1-15. DOI: 10.3390/su13052455