

ارزیابی موانع توسعه گردشگری فرهنگی از دید گردشگران

نمونه موردی شهرستان خواف

نصراله باعقیده رودی، دانشجوی دکتری جغرافیا، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

کتایون علیزاده*، دانشیار، گروه جغرافیا، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (نویسنده مسئول)

حمید جعفری، دانشیار، گروه جغرافیا، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

Nasraleh Baaqeedeh Roudi. Ph.D student of Geography, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran Email: zeos1981@gmail.com

Katayoon Alizadeh*, Associate Professor, Department of Geography, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran, Email: k-alizadeh@mshdiau.ac.ir (corresponding author)

Hamid Jafari, Associate Professor, Department of Geography, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran Email: Jafari1421@mshdiau.ac.ir

چکیده

گردشگری فرهنگی براساس گزارش سازمان گردشگری جهانی بخش عمده گردشگری جهان را در بر گرفته است بنابراین از نظر اقتصادی نیز اهمیت زیادی دارد با توجه به تنوع فرهنگی کشور ایران می تواند از مهمترین اشکال توسعه گردشگری باشد، از طرف دیگر گردشگری به عنوان ابزاری برای به دست آوردن ارز خارجی و تأمین منابع مالی مورد نیاز برای تبدیل کشورهای در حال توسعه از کشورهای با اقتصاد وابسته کشاورزی به اقتصادهای صنعتی تلقی می شود این کشورها امیدوارند که گردشگری رشد اقتصادی خود را با تشویق اشتغال، سرمایه گذاری و فعالیت های تجاری (مانند از طریق افزایش درآمد ملی)، بهبود استانداردهای زندگی مردم و ایجاد مشاغل بیشتر افزایش دهد همه این ها زمانی امکان پذیر است که موانع شناسایی و رفع شوند در این پژوهش سعی بر شناخت پنج شاخص: موانع سازمان های دولتی توسعه پایداری محلی، موانع مربوط به زیرساخت ها، امکانات گردشگری، منابع حمایتی و سرمایه گذاری، بازاریابی، جنبه های مدیریتی و اجرایی به عنوان موانع، جنبه های فرهنگی، مذهبی و اجتماعی به عنوان موانع، موانع مربوط به کمبود منابع انسانی متخصص و اثرات منفی بر محیط زیست گردشگری به عنوان یک مانع توسعه گردشگری تأکید شده است برای جمع آوری داده های این تحقیق که به روش توصیفی- تحلیلی انجام گرفته از روش های میدانی و کتابخانه ای استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق، گردشگران شهرستان خواف می باشند. حجم نمونه استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر بدست آمد و به صورت اتفاقی پرسشنامه بین آن ها توزیع گردید. داده های این تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS و AMOS تجزیه و تحلیل شدند. یافته های تحقیق نشان می دهد دو شاخص امکانات زیر ساختی و کمبود متخصص اهمیت بیشتری نسبت به سایر شاخص ها مدل مورد بررسی دارند که در بین معیارهای زیر ساختی، زیر ساخت های حمل و نقل از زیرساخت های گردشگری اهمیت بیشتری دارند در مرحله بعد این شاخص مدیریتی هست که مانع بعدی در توسعه گردشگری شهرستان خواف هست و در مرحله بعدی شاخص جنبه های فرهنگی با ضریب ۰/۸۶ و شاخص زیست محیطی در مرحله آخر با ضریب ۰/۵۷ در مرحله آخر قرار می گیرد.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری فرهنگی، توانمندی های عینی و ذهنی، شهرستان خواف

۱. مقدمه

گردشگری به‌عنوان ابزاری برای به دست آوردن درآمد و تأمین منابع مالی مورد نیاز برای تبدیل کشورهای در حال توسعه از کشورهایی با اقتصاد وابسته کشاورزی به اقتصادهای صنعتی تلقی می‌شود (WTO, 2018). این کشورها امیدوارند که گردشگری رشد اقتصادی خود را با تشویق اشتغال، سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های تجاری (مانند از طریق افزایش درآمد ملی)، بهبود استانداردهای زندگی مردم و ایجاد مشاغل بیشتر افزایش دهد (Dieke, 2018: 110). بنابراین دلیل اصلی این که چرا کشورها خود را به‌عنوان مقصدهای گردشگری معرفی می‌کنند، به دست آوردن منافع اقتصادی است (Vaugois, 2018: 178). منافع حاصل از فعالیت‌های گردشگری می‌تواند جامعه محلی را به مشارکت در توسعه گردشگری تشویق کند و نسبت به گردشگران مهربان و مهمان‌نواز باشند، همچنین دولت را تشویق کند که در توسعه گردشگری فعال باشد. الیوت^۱ گردشگری را به‌عنوان یکی از سریع‌ترین صنایع در حال رشد در جهان شناسایی کرد. مشاهده شده است که برای بسیاری از کشورها، گردشگری پتانسیل قابل توجهی برای توسعه آینده دارد، درحالی‌که برای برخی دیگر از کشورها در رشد اقتصادی ملی نقش بسزایی دارد. (Abdalsalam, 2014: 145). گردشگری فرهنگی به‌عنوان شکلی از گردشگری، در ابتدا پاسخی به گردشگری انبوه بود و در حال حاضر، گردشگری فرهنگی محدوده بسیار وسیعی را پوشش می‌دهد سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل متحد در سال ۲۰۱۲ گردشگری فرهنگی را به این صورت تعریف کرد: "... سفر با انگیزه فرهنگی، مانند مطالعه، تئاتر، و تورهای فرهنگی، سفر به جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی، بازدید بناها و مکان‌های تاریخی، سفر به منظور کشف طبیعت، فرهنگ عامه و یا هنر و زیارت" (Tomljenovic, 2016: 123). علاوه بر این، تحقیقی که توسط سازمان جهانی گردشگری انجام شد نشان داد که گردشگری فرهنگی تا ۴۰٪ سفرهای گردشگری جهان را پوشش می‌دهد این گردشگری یک مفهوم مرکب می‌باشد در واقع تعریف گردشگری فرهنگی یک کار پیچیده است زیرا تعاریف مختلفی در مورد گردشگری فرهنگی وجود دارد (Brida & Meleddu Paulina, 2013: 112). گردشگری یکی از صنایعی است که به سرعت در حال رشد است و به‌عنوان بخش سریع‌الرشد از لحاظ اشتغال و درآمدزایی ظهور کرده است. شورای جهانی مسافرت و گردشگری (WTTC)، گردشگری را به‌عنوان یک موتور برای پیشرفت اقتصادی تعریف کرده و سهم ژرف آن را در اقتصاد جهانی که از دهه ۱۹۹۰ تقریباً دو برابر شده است، نشان می‌دهد. علاوه بر ایجاد اشتغال، بخش گردشگری نقش محوری در کاهش فقر و توسعه پایدار انسانی داشته است. گردشگری به‌عنوان یکی از عناصر اصلی صادرات خدمات کشورها، این قدرت را دارد که درآمدهای بین‌المللی قابل توجهی را به دست آورد که می‌تواند برای کاهش فقر به کار رود (Raghavan, 2015: 42). امروزه کشور ایران با توجه به فرصت‌ها و قابلیت‌های بالقوه گردشگری، هنوز نتوانسته جایگاه مناسبی در میان دیگر کشورها در عرصه گردشگری داشته باشد. مطالعات سیاستی و نظری گواهِ این واقعیت است که بین رویکرد علمی و عملی در توسعه گردشگری ایران شکاف وجود دارد، به

^۱Elliott

عبارت دیگر در رویکرد علمی نشان از قابلیت‌ها و مزیت‌ها ولی در رویکردهای عملی، نشان از ضعف در استفاده از مزیت رقابتی دارد، لذا ضروری است که با توجه به نظریه‌های متعدد، از دیدگاهی تخصصی و جامع به این موضوع پرداخته شود. اولین اقدام در توسعه گردشگری برداشتن موانع مختلف می باشد. شهرستان خواف واقع در خراسان رضوی با داشتن دهها اثر فرهنگی و تاریخی، صنایع دستی مختلف و فرهنگ غنی ظرفیت بسیار بالایی در این استان برای توسعه گردشگری فرهنگی دارا می باشد. اما متأسفانه تاکنون گردشگری فرهنگی نقش چندانی در برنامه ریزی‌های این شهرستان نداشته است، این پژوهش سعی در شناخت موانع توسعه گردشگری فرهنگی در این شهرستان می باشد

گردشگری فرهنگی به‌خودی‌خود به یک نوع پدیده تثبیت‌شده تبدیل‌شده است و به میزان فراوانی هدف تحقیقات دانشگاهی این روزها بوده است (Ivanovic, 2015; 75). به‌طوری‌که اولین کتابها و نوشته‌ها در مورد گردشگری فرهنگی ظهور کردند و به‌تبع آن حجم گسترده‌ای از مقالات پژوهشی در این مورد بوجود آمد که بسیاری از آنها به رویکردهای مختلف نظری و روش شناختی مرتبط است (Richards & Munsters, 2020; 15 Smith & Richards, 2013; 34). موانع توسعه گردشگری مخصوص توسعه گردشگری فرهنگی - بوم گردی نیستند، بلکه مربوط به توسعه گردشگری در کل هستند. این موانع می‌توانند در یک مقصد نسبت به مقصدی دیگر بر اساس سیستم اقتصادی، ثروت ملی، نگرش جامعه محلی نسبت به گردشگری تفاوت داشته باشند. همچنین، بین محرک‌های توسعه گردشگری (که در بخش قبلی مورد بررسی قرار گرفتند) و موانع توسعه گردشگری همپوشانی و اشتراک وجود دارد. بسیاری از مطالعات ذکر کرده‌اند که اگر محرک‌ها در مقصد وجود نداشته باشند (از نظر دسترسی به آنها) می‌توانند موانعی برای توسعه گردشگری باشند (Guccio, Lisi, Mignosa, & Rizzo, 2018).

Commented [t1]: مربوط به مبانی نظری پژوهش نه پیشنهاد به قسمت مبانی نظری انتقال دهید

Commented [DU2R1]: با تشکر از حسن داوری کلا مبانی و پیشنهاد تغییر کرد

شماره	نویسنده (سال)	عنوان	نتایج
۱	لی و لی (۲۰۱۵)	اولویت بندی استراتژی‌ها و سیاست‌های گردشگری خلاق	ضمن تشریح سیاست‌های مختلف کشور کره در زمینه گردشگری، به اولویت بندی سیاست‌ها و همچنین عوامل مؤثر بر آنها برای یک مدت طولانی می‌پردازد و معتقدند با استفاده از روش‌های تصمیم گیری چند معیاره مانند AHP، می‌توان مشکل اولویت بندی سیاست‌ها برای گردشگری خلاق را حل کرد.
۲	زیونگ چن و همکاران (۲۰۱۷)	تحول سازمانی، ساختار سیستماتیک و توانمندسازی انجمن گردشگری روستای لنگدمو	گردشگری در روستای لنگدمو نمونه گردشگری روستای قومی در چین است. در این منطقه عملیات گردشگری و سازمان آن مشخصاً بر مبنای هدایت جامعه و مشارکت عمومی است. در این مطالعه پیش بینی شده است که تکامل و تقویت مهارت‌های سازمانی و سیستماتیک جامعه لنگدمو برای توسعه گردشگری، موفقیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جامعه محلی ضرورت دارد. این موفقیت پس از آن می‌تواند از توانمند سازی بیشتر جامعه حمایت کند. همچنین این مدل می‌تواند به‌عنوان الگویی برای توسعه در سراسر چین مورد استفاده قرار گیرد.

۳	تان و همکارانش (۲۰۱۲):	تجربه خلاق در گردشگری خلاق	به ارائه یک مدل از تجربه خلاق در گردشگری خلاق از دیدگاه گردشگران می‌پردازند. ایشان معتقدند، گردشگران می‌توانند تجربه خلاق خود را از طریق جستجوی چیزی که از طیف وسیعی از تجربیات گردشگری خلاق موجود می‌خواهند، به حداکثر برسانند. علاوه بر این، شاغلین صنعت گردشگری نیز نیاز به این دارند تا در مورد عناصر کلیدی که می‌توانند سطح خلاقیت در روند تجربه خلاق را افزایش دهند، نیز بیشتر بدانند.
۴	ریچاردز و مارکوز (۲۰۲۰):	گردشگری خلاق	معتقدند که گردشگری خلاق اغلب به‌عنوان شکل و یا فرمتی از گردشگری فرهنگی دیده می‌شود. همچنین بیان می‌کنند مهم است که مفهوم گردشگری خلاق را بهتر شناخت تا ارزیابی موثری از موقعیت نظری و اهمیت عملی آن ارائه نمود.
۵	تان و همکارانش (۲۰۲۱):	طبقه بندی انواع گردشگران خلاق در گردشگری خلاق	ضمن مطالعه تفاوت میان گروه‌های مختلف گردشگران خلاق، عوامل تعاملی که برای هر گروه از گردشگران خلاق مهم هستند را نیز مطالعه می‌کنند و معتقدند که شناخت بهتر انواع گردشگران خلاق و برداشتشان از تجربه خلاق از طریق بررسی ترکیب تجارب به‌عنوان یک کل و نه فقط تجارب فردی، می‌باشد.

اما در داخل کشور مطالعات کمی وجود دارند که به بررسی موضوع گردشگری فرهنگی پرداخته باشند. از جمله محدود پژوهش‌های انجام‌شده می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

شماره	نویسنده (سال)	عنوان	نتایج
۱	شماعی و موسی‌وند (۱۳۹۰)	سطح‌بندی شهرستان‌های استان اصفهان از لحاظ زیرساخت‌های گردشگری	معیارهای در نظر گرفته شده شامل: تاسیسات اقامتی، واحدهای پذیرایی بین راهی و رستوران، دفاتر خدمات مسافرتی، تعداد شرکت‌های مسافری، نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری، پارک‌های عمومی، تعداد وسایل نقلیه عمومی است. نتایج اولیه تحقیق نشان می‌دهد که با توجه به معیارهای در نظر گرفته شده برای سطح بندی شهرستان‌ها، شهرستان‌های اصفهان، شاهین‌شهر و کاشان از طریق مدل TOPSIS به ترتیب در سطح یک تا سه از نظر دارا بودن زیرساخت‌های گردشگری قرار دارند. با ترکیب دو مدل فوق الذکر، شهرستان اصفهان و کاشان به ترتیب به‌عنوان نواحی اول و دوم گردشگری بیشترین امتیاز را به خود اختصاص داده‌اند.
۳	بدری و همکاران (۱۳۹۰)	راهبردهای توسعه اکوتوریسم در شهرستان مریوان با رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی مشارکتی	یافته‌های ایشان نشان می‌دهد که به‌منظور تقویت و توسعه اکوتوریسم پایدار در شهرستان مریوان، لازم است راهبردهای متنوعی به‌عنوان مجموعه‌ای راهبردی برای سیاست‌گذاری و مدیریت و برنامه‌ریزی اکوتوریسم مورد توجه قرار گیرد.
	برندگی و نعمتی	گردشگری خلاق راهی به سوی توسعه	معتقدند گردشگری خلاق، به گردشگران امکان می‌دهد با ادراک عمقی، عاطفی و عملی، اتمسفر مقصد را با ادراک همدلانه لمس

			(۱۳۹۱):	نماید. لذا می‌توان تعبیر گردشگری پژوهشی را برای گردشگری خلاق به کار برد. میراث ناملموس شامل سنت‌های شفاهی، هنرهای نمایشی، آیین‌ها و رویدادها، دانش و تجربیات مرتبط با طبیعت، جهان و صنایع دستی سنتی است که با مضامین گردشگری خلاق همبستگی بسیاری دارد. با توجه به آن می‌توان یک گردشگر را به مثابه یک شهروند قلمداد کرد و واژه گردشگر شهروند را تعریف نمود.
۴	بورقانی و همکاران (۱۳۹۲)	شاخص‌های مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری روستایی (پیمایشی پیرامون روستای گرمه)		نتایج نشان می‌دهد شاخص‌های فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی، مدیریتی و طبیعی بر توسعه صنعت گردشگری روستا مؤثر می‌باشند.
۵	احمدی نژاد (۱۳۹۲):	بازاریابی خلاق در جذب گردشگر		فعالیت بازاریابی خلاق در زمینه گردشگری را به‌عنوان یکی از مهمترین و پویاترین فعالیت‌ها در جهان مطرح می‌کند، که طی چند دهه اخیر اهمیت فراوانی پیدا کرده و توجه اکثر کشورهای جهان را به خود جلب کرده است.
۶	سقایی و علیزاده (۱۳۹۲)	امکان سنجی محصول گردشگری روستایی در شهرستان پاوه		بررسی‌های انجام شده در زمینه امکان‌سنجی گردشگری روستایی در شهرستان پاوه نشان دهنده آن است که روستای خانقاه با توجه به سنجش‌های انجام گرفته در مدل مولفه‌های اصلی دارای بالاترین قابلیت برای توسعه گردشگری روستایی می‌باشد. همچنین با توجه به آنکه حوزه نفوذ گردشگری شهر پاوه بر اساس مدل راپرت در حدود ۲/۲۳ کیلومتر بوده و روستای خانقاه در این محدوده قرار می‌گیرد. از این رو این روستا به عنوان یک تفرجگاه برون‌شهری محسوب شده و می‌تواند به عنوان مقصد گردشگران محلی در تعطیلات آخر هفته محسوب گردد. علاوه بر آن نتایج به دست آمده از ارزیابی MS-SWOT نشان دهنده آن است که ضعف‌های موجود در منطقه در عدم توسعه گردشگری نقش اساسی دارد.
۷	سقایی و جوانبخت (۱۳۹۳)	امکان سنجی گردشگری روستایی در خراسان شمالی (مطالعه موردی: منطقه اسفیدان)		بر این اساس این مقاله گردشگری روستایی منطقه اسفیدان در خراسان شمالی را برای امکان عرضه به بازار تقاضای گردشگری روستایی سنجیده است. بر اساس این تحقیق محصول گردشگری روستای اسفیدان در سطح متوسط و در مرحله کشف است و برای کامل شدن محصول، برخی کاستی‌ها به ویژه در خدمات مهمان‌نوازی باید رفع شود. همچنین لازم است راهبرد بازاریابی گردشگری منطقه بر بنیان جاذبه‌های طبیعی و طبیعت‌گردی قرار گیرد که بازار هدف آن در وهله اول در مقیاس منطقه ای و در وهله دوم در مقیاس ملی است تا از این طریق در مقیاس بین‌المللی، امکان جذب گردشگر فراهم آید.
۸	شفیعی و همکاران (۱۳۹۳):	اصفهان به‌عنوان شهر خلاق صنایع‌دستی با رویکرد توسعه		پیوستن اصفهان به شبکه شهرهای خلاق یونسکو، پیامدهای مثبتی نظیر ارائه یک تصویر منحصر به فرد از شهر و متمایز کردن آن به‌عنوان یک مقصد گردشگری خلاق و رونق بازار گردشگری

	صنایع دستی اصفهان دارد.	گردشگری"	
۹	با تلاقی دادن دو گستره یاد شده، مدل مفهومی جدیدی برای گردشگری خلاق طراحی کرده است. در این مدل چهارخانه‌ای، اکوسیستم گردشگری خلاق، چشم‌انداز خلاق، صنایع خلاق و طبقه (گردشگر) خلاق، معرفی شده است که می‌تواند ابعاد گوناگون گردشگری خلاق را توصیف کند. پس از طراحی مدل، برای اعتبارسنجی آن، پژوهش‌های انجام‌شده مجدداً تحلیل شده و خانه مربوط به وجه غالب آن پژوهش در مدل نشان داده شده است.	طراحی مدل مفهومی گردشگری خلاق"	بسته نگار و همکاران (۱۳۹۶)
۱۰	نمایش‌های عروسکی، شاخص تبلیغات و شاخص نقاشی در کنار جاذبه‌های تاریخی منطقه، از مهم‌ترین عوامل و اولویت‌های صنایع فرهنگی به‌شمار می‌آیند که می‌توان آن‌ها را در توسعه گردشگری خلاق منطقه با هدف نهایی بازآفرینی به‌کار گرفت.	بررسی نقش گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی	پوراحمد و احمدی فر (۱۳۹۷)
۱۱	نتایج حاصل از این پژوهش، منجر به دسته بندی پیامدهای ناشی از توسعه پایدار گردشگری در مقصدهای فرهنگی و طراحی مدل بر این اساس در شش سطح شد. در نهایت، به تفسیر مدل و تجزیه و تحلیل سطوح مدل و ارتباطات میان ابعاد آن پرداخته و راهکارهایی جهت پایداری پیامدهای مثبت و جلوگیری از اثرات منفی در مقصدهای فرهنگی ارائه گردید.	مدل سازی پیامدهای توسعه پایدار گردشگری فرهنگی؛ رویکرد آمیخته	نیک بین و همکاران (۱۳۹۹)
۱۲	تمامی متغیرهای مشاهده پذیر و پنهان در سطح ۰/۰۵ معنی دار بوده و مورد تایید قرار گرفتند. چهار مولفه ی توانمندسازی اجتماعی- فرهنگی، حکمرانی هوشمند، توسعه ی کاربرد تکنولوژی های نوین هوشمند و هوشمندسازی جامع خدمات گردشگری، به عنوان مولفه های هوشمندسازی صنعت گردشگری در ایران شناسایی شدند. بر اساس شاخص استون-گایسر شاخص افزونگی مولفه ی توانمندسازی اجتماعی و فرهنگی، ۰/۵۲۳ محاسبه شد که بر اساس مقدار آن در مدل نهایی (۰/۵۲۸)، قدرت پیش بینی قوی مدل تایید شد.	هوشمندسازی صنعت گردشگری ایران: تاکید بر توانمندسازی اجتماعی و فرهنگی	زنگویی و همکاران (۱۴۰۱)

۲. روش‌شناسی تحقیق

روش بررسی در تحقیق حاضر توصیفی _ تحلیلی و پیمایشی است. ابزار اصلی این پژوهش، پرسشنامه ۳۶۱ با ۴۸ گویه است که روایی محتوایی آن با نظر متخصصان و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ به میزان ۰/۹۲۲ به تأیید رسیده است. نتایج آزمون مذکور به تفکیک هر کدام از عوامل در جدول شماره (۲) ارائه شده است. محاسبه حجم جامعه نمونه با فرمول کوکران می باشد حجم جامعه با درصد و احتمال ۹۵ درصد ۳۸۴ نفر می‌باشد.

Commented [t3]: لطفا فرمول کوکران را بیابید و آلفای کرونباخ هر کدام از متغیرها را بصورت جزیی در یک جدول در انتهای روش بیابید

Commented [DU4R3]: اضافه شد
به دلیل اضافه شدن حجم مقاله پایایی کل فقط آورده شد

$$n = \frac{t^2 \frac{pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} [t^2 (\frac{pq}{d^2} - 1)]}$$

سطح اطمینان ۹۵٪ و مقدار Z هم برابر ۱٫۹۶ مقدار N یا حجم جامعه حدود ۴۰۰۰۰ هزار نفر، حجم جامعه نمونه ۳۸۴ نفر برآورد شد، جهت تحلیل داده‌ها نرم‌افزارهای SPSS و Amos مورد استفاده قرار گرفته‌اند. پرسشنامه‌ها به روش در دسترس در سطح شهرستان خواف توزیع گردید. لازم به ذکر است جامعه آماری تحقیق کلیه گردشگران شهرستان خواف می‌باشد براساس پیشینه تحقیق سنجش و ارزیابی موانع در پنج بخش مدیریتی، زیرساختی (حمل و نقل و گردشگری)، فرهنگی و کمبود متخصص و زیست محیطی می‌باشد.

:Commented [DU5]

:Commented [DU6R5]: اصلاح گردید

:Commented [t7]: به انتهای این بخش انتقال داده شود

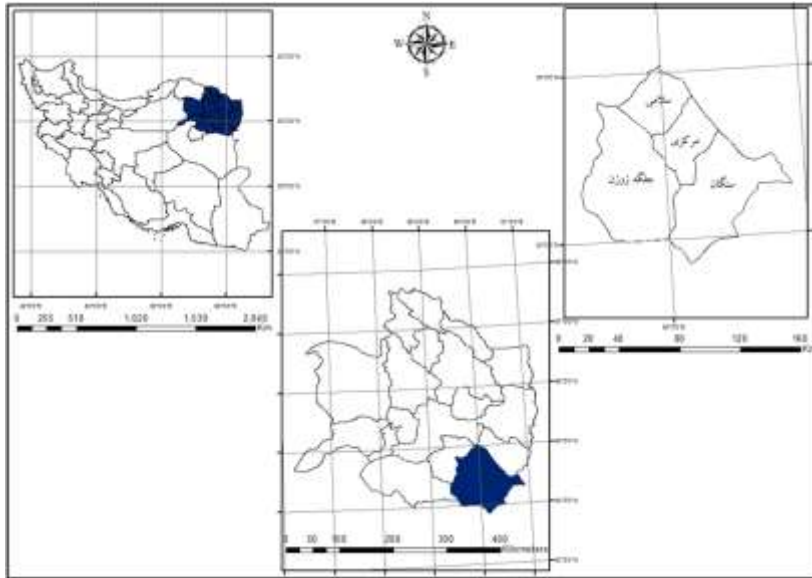
:Commented [DU8R7]: انتقال پیدا کرد

محدوده مورد مطالعه:

شهرستان خواف در ۲۵۰ کیلومتری جنوب غربی مشهد می‌باشد. گستردگی این شهرستان در بین ۵۹ درجه و ۲۱ دقیقه تا ۶۰ درجه و ۵۶ دقیقه طول و ۳۳ درجه و ۵۳ دقیقه تا ۳۴ درجه و ۵۷ دقیقه عرض جغرافیایی می‌باشد. وسعت شهرستان ۹۷۹۶/۷۹ کیلومتر مربع بوده و مرکز آن شهرخواف در ارتفاع ۹۷۰ متر از سطح دریا قرار گرفته است. (فرمانداری شهرستان خواف، آرشو، ۱۳۹۷: ۲۵) این شهرستان همچنین دارای ۴ بخش و ۸ دهستان است (آمارنامه استان، ۱۳۹۵: ۱۲). شهرستان خواف دارای آب و هوای خشک و بیابانی با زمستان‌های نسبتاً سرد و کم بارش و تابستان‌های گرم و خشک می‌باشد. بارندگی در این شهر به صورت باران و تا حدودی برف است و میزان آن از غرب به جنوب کاهش می‌یابد. میانگین بارندگی سالانه بر اساس اطلاعات به دست آمده از نقشه‌های خطوط هم باران بیانگر دامنه‌ی تغییرات سالانه‌ی ۱۳۰ تا ۱۵۰ میلی‌متر و در ارتفاعات تا ۲۰۰ میلی‌متر می‌باشد. میانگین حرارت سالانه حدود ۱۸ درجه‌ی سانتی‌گراد است که حداکثر مطلق درجه‌ی حرارت در تیر ماه به ۴۵ درجه‌ی سانتی‌گراد و حداقل مطلق درجه حرارت در بهمن ماه به ۷ درجه زیر صفر می‌رسد (سالنامه آماری شهرستان خواف، ۱۳۹۸: ۳۶).

:Commented [t9]: خلاصه گردد

:Commented [DU10R9]: خلاصه شد



شکل شماره (۱): موقعیت جغرافیایی شهرستان خواف

منبع: سازمان نقشه برداری استان خراسان رضوی، ۱۳۹۵

[t11] Commented: نقشه بهتر از در لیل قرار دهید و راهنمای آن آورده شود

[DU12R11] Commented: به دلیل کم شدن کیفیت نقشه فریم نقشه اضافه نشد

۳. مبانی نظری تحقیق

توسعه پایدار به توسعه ای گفته می شود که نیازهای فعلی را بدون به خطر انداختن توانایی نسل های آینده برای فراهم ساختن نیازهای خود برآورده می کند. تعریف دیگر آن این است که توسعه پایدار یک استراتژی توسعه است که تمام دارایی ها، منابع طبیعی و منابع انسانی و همچنین دارایی های مالی و فیزیکی را برای افزایش ثروت های طبیعی و رفاه بلند مدت مدیریت می کند (Tosun, 2010:221). بر این اساس توسعه پایدار گردشگری توسعه پایداری است که به طور خاص به صنعت گردشگری مربوط می شود. این یک نوع توسعه پایدار مورد توجه کشورهای در حال توسعه می باشد، از طرف دیگر گردشگری به توسعه و استفاده از منابع طبیعی، تاریخی، فرهنگی و انسانی در محیط محلی متکی است. تعریف جامع توسعه گردشگری پایدار این است که سازمان جهانی گردشگری (WTO, 2012:356) بیان کرده است: فعالیت های گردشگری منجر به مدیریت همه منابع به گونه ای می شود که نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیبایی شناختی را در حالی که همبستگی فرهنگی، فرآیندهای اکولوژیکی ضروری، تنوع زیستی و سیستم های پشتیبانی زندگی را نیز حفظ کند. طبق گفته هانتز (1995)، سال های اخیر شاهد ظهور یک الگوی حاکم توسعه پایدار گردشگری بوده ایم، که به نظر می رسد الزامات توسعه گردشگری را با حفاظت از محیط زیست متعادل می کند. با این حال، او استدلال می کند که به منظور برقراری مجدد توسعه گردشگری

[t13] Commented: مبانی نظری خیلی ضعیف می باشد و نامنجم لطفا مقالات چاپ شده این فصلنامه را مطالعه کنید و اینکه درباره این موضوع مقالات خیلی زیادی کار شده منسجم گردد

[DU14R13] Commented: مبانی نظری کلا تغییر یافت

[DU15] Commented: صرفا در مورد موانع توسعه گردشگری فرهنگی مطلب نوشته شود. و در انتها به مدل مفهومی دست یابید

[DU16R15] Commented: اصلاح گردید

پایدار، یک الگوی جدید مورد نیاز است، که به موجب آن مفهوم سازی مجدد توسعه پایدار گردشگری در درجه اول به ارتباط گردشگری با توسعه پایدار وابسته است (Hunter, 2015: 160). شارپلی (2020) نظریه توسعه و مفهوم پایداری را مورد بررسی قرار داده و مدلی از توسعه پایدار را پیشنهاد کرده است که در آن اصول گردشگری پایدار مقایسه می‌شود. او استدلال کرد که توسعه گردشگری در نظریه مدرن سازی نهادینه شده، در حالی که اصول گردشگری پایدار، ویژگی‌های تولید و مصرف گردشگری را نادیده می‌گیرند. در نتیجه، تفاوت‌های قابل توجهی بین مفاهیم توسعه پایدار و گردشگری پایدار آشکار می‌شود و نشان می‌دهد که اصول و اهداف توسعه پایدار را نمی‌توان به شرایط خاص گردشگری تغییر داد. گوسلینگ (2010) استدلال کرده است که گردشگری از اهمیت اقتصادی بالایی برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه برخوردار شده است، اما بخش‌های اصلی صنعت گردشگری برای محیط زیست مانند برخی از جنبه‌های استفاده از انرژی ضربه می‌زند. توسان (2010) برخی از چالش‌های گسترده تر توسعه گردشگری پایدار در جهان در حال توسعه را مورد بحث قرار داده است: در مورد ترکیه، او عواملی را شناسایی کرد که به عنوان چالشی برای توسعه پایدار گردشگری مربوط به اولویت‌های سیاست اقتصادی ملی، ساختار مدیریت عمومی، ظهور موضوعات زیست محیطی، تجاری سازی و ساختار سیستم گردشگری بین‌المللی پدیدار شدند. او به این نتیجه رسید که اگر چه اصول توسعه پایدار گردشگری سودمند است، اجرای آن‌ها به واسطه شرایط اجتماعی - اقتصادی و سیاسی در کشورهای در حال توسعه یک کار بسیار دشوار است. از این رو، هر عملیات مبتنی بر اصول توسعه پایدار گردشگری مستلزم انتخاب‌های سخت سیاسی و اقتصادی، و اتخاذ تصمیماتی براساس روابط اجتماعی - اقتصادی و زیست محیطی پیچیده است. علاوه بر این، وی اظهار داشت که اجرای این تصمیمات سخت ممکن است امکان پذیر نباشد مگر این که سازمان‌های بین‌المللی تشویق و ترغیب شوند و با دولت‌های کشورهای در حال توسعه جهت اجرای اصول گردشگری پایدار همکاری کنند. مارکاندیا و همکاران (2015) اظهار داشتند که استراتژی‌های بانک جهانی شروع به گنجاندن توسعه پایدار گردشگری به عنوان یک هدف کرده اند. آن‌ها استدلال می‌کنند که سه پیوند اصلی (اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی) بین گردشگری و توسعه پایدار وجود دارد (Markandya, 2015: 205).

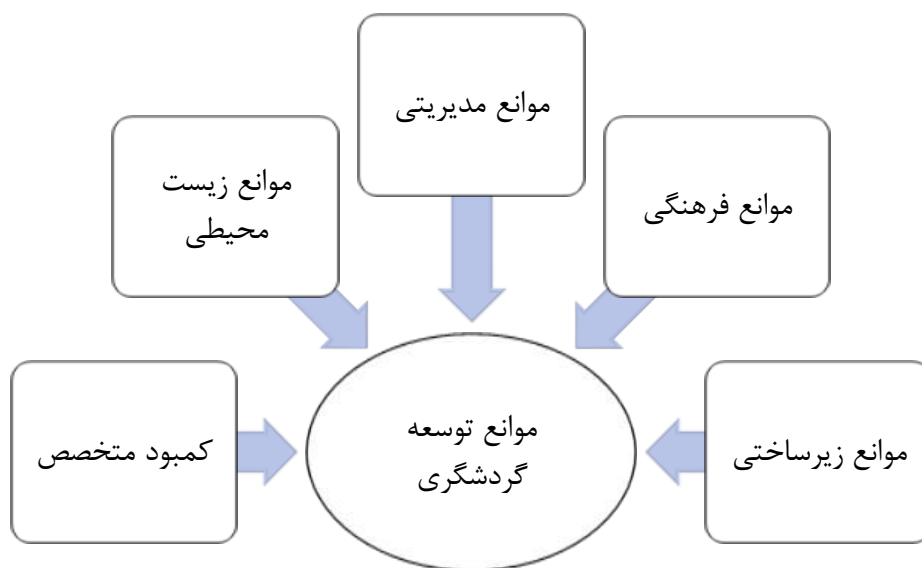
توسعه پایدار را می‌توان به چندین طریق ایجاد کرد که یکی از آن‌ها "گردشگری فرهنگی-بوم گردی" است. والاس و راسل (2014) اظهار داشتند که گردشگری فرهنگی-بوم گردی می‌تواند به عنوان ابزاری برای توسعه پایدار از لحاظ فرهنگی و مناطق حساس محیط زیست در نظر گرفته شود. بسیاری از محققان تلاش کرده‌اند تا تعریف رسمی از گردشگری فرهنگی-بوم گردی را ارائه دهند؛ بخش بعدی مفهوم گردشگری فرهنگی-بوم گردی را مورد بحث قرار می‌دهد (Wallace & Russell, 2004: 236). ریچارد و هال (2013) استدلال کردند که جوامع محلی می‌توانند بخشی از مسئله مربوط به گردشگر باشند و می‌توانند راه‌حل‌های بالقوه برای توسعه گردشگری فراهم کنند. دویر (2011) نشان داد که دوستانه بودن جمعیت محلی و نگرش‌های مثبت نسبت به گردشگران می‌تواند عامل مهمی در جذب گردشگر باشد. هیت (2013) اضافه کرد که تمایل ساکنان به ارائه کمک و دادن اطلاعات به بازدیدکنندگان نقش مثبتی

در هر مقصدی ایفا می‌کند (Hall, 2003: 15 & Richards). در کشورهای در حال توسعه، گردشگری به عنوان ابزاری برای به دست آوردن ارز خارجی و تأمین منابع مالی مورد نیاز برای تبدیل این کشورها از کشورهایی با اقتصاد وابسته کشاورزی به اقتصادهای صنعتی تلقی می‌شود (WTO, 2012). این کشورها امیدوارند که گردشگری رشد اقتصادی خود را با تشویق اشتغال، سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های تجاری (مانند از طریق افزایش درآمد ملی)، بهبود استانداردهای زندگی مردم و ایجاد مشاغل بیشتر افزایش دهد (Dieke, 2013: 110). (Abdalsalam, 2014: 145). در هر صورت گردشگری دارای موانع مختلفی می‌باشد که گردشگری پایدار را زیر سوال می‌برد بعضی از مشکلات مربوط به مدیریت دولتی می‌باشد که مانع توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه می‌شود که این مشکلات عبارتند از: تمرکز بیش از حد بر تصمیم‌گیری، دشواری اجرا و فقدان برنامه‌ریزی جامع و انعطاف‌پذیری (Abuharris, 2010: 19). همچنین، اقدامات سختگیرانه مانند بازرسی چمدان‌ها و بررسی بدنی ممکن است برای ایمنی و امنیت مسافران ایجاد شود (Abdalsalam, 2014: 145). همچنین برخی موانع را به کیفیت زیرساخت عمومی و اساسی (یعنی جاده‌ها، فرودگاه‌ها، و مراکز خرید) و امکانات گردشگری می‌دانند، درحالی‌که زیرساخت با کیفیت بالا ممکن است گردشگران را جذب کرده و به عملکرد مؤثر و مطلوب سیستم گردشگری کمک کند، فقدان زیرساخت مطلوب و تسهیلات گردشگری می‌تواند به عنوان مانعی بزرگ برای توسعه گردشگری عمل کند. این شامل ناکافی بودن و نامناسب بودن حمل و نقل، جاده‌های بین شهری، مراکز خرید، امکانات مسکونی، برق، آب و مخابرات، شبکه‌های بهداشت در مناطق گردشگری می‌باشد. موانع دیگر در بحث گردشگری بحث بازاریابی می‌باشد، مشکلات موجود در بازاریابی محصولات گردشگری در بسیاری از کشورها، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، به دلیل فقدان تخصص و کمبود بودجه اختصاص داده‌شده به بازاریابی و همچنین سیستم‌های توزیع ناکافی است. این ناتوانی در مهم‌ترین بخش‌های بازار گردشگری می‌تواند تنها با ابداع راه‌های مناسب ارزیابی حوزه‌های سرمایه‌گذاری و جذب گردشگر و تعیین اولویت‌ها برای اجرای یک استراتژی بازاریابی مؤثر تغییر کند (Bizan, 2019: 524). از طرف دیگر موانع فرهنگی، مذهبی و اجتماعی از جمله موانع اصلی توسعه گردشگری در سراسر جهان به ویژه در جوامع شرقی و مذهبی هستند. موانع اجتماعی و فرهنگی از جمله اختلافات فرهنگی بین مناطق گردشگری و آگاهی اندک در کشور میزبان نسبت به نیازها و خواسته‌های گردشگران و از سوی دیگر، ناآگاهی گردشگران از فرهنگ میزبان، مشکلات زیادی ایجاد کرده و مانع بزرگی برای توسعه گردشگری هستند (WTO, 2017: 43). نقص‌ها و کمبودها در سرمایه منابع انسانی مانند مهارت‌ها و شایستگی‌های پایین و فقدان تخصص گردشگری به عنوان موانعی جدی در نظر گرفته شده است که مانع از شرکت میزبان در فعالیت‌های گردشگری می‌شود. از سوی دیگر، همچنین حفظ جوانان محلی یکی از موانع عمده اجتماعی در یک مقصد گردشگری به خاطر مشاغل کم‌درآمد است که در نتیجه، جوانان تمایل دارند به مکان‌های دیگر، عمدتاً شهرهای بزرگ مهاجرت کنند تا مشاغل بهتری پیدا کنند (Liu and Hall, 2016: 142). تعدادی از محققان به هزینه‌های پنهان گردشگری اشاره کرده‌اند که می‌تواند اثرات نامطلوب اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را بر روی مقاصد گردشگری و جوامع میزبان خود داشته باشد. علی‌رغم مزایای اقتصادی، گردشگری اثرات منفی نیز دارد؛ برای مثال، افزایش تقاضا برای خدمات اولیه و کالاها توسط گردشگران

اغلب باعث افزایش قیمت می‌شود که بر ساکنان محلی تأثیر منفی می‌گذارد، که درآمد آن‌ها به صورت مناسب رشد نمی‌کند، توسعه گردشگری می‌تواند اثرات اجتماعی و فرهنگی جدی نیز داشته باشد. توسعه گردشگری ممکن است باعث ایجاد مناقشات و اختلافات اجتماعی در منطقه یا جامعه شود. می‌توان مشاهده کرد که گردشگری می‌تواند بر زندگی سنتی و خانوادگی جامعه میزبان به‌عنوان یک کل تأثیر بگذارد و می‌تواند اثرات منفی بر جامعه داشته باشد. اگرچه اثر متقابل میزبان - گردشگر معمولاً کوتاه، موقتی و سطحی است ولی می‌تواند درگیری‌های نژادی، مذهبی و سیاسی در موارد شدید را تحریک کند. هم چنین می‌تواند باعث عصبانیت ساکنان بسته به آمار گردشگری و تهدید آن‌ها برای زندگی مردم محلی شود (Mathieson, ۲۰۱۶:۷۸) مسئله‌ای که اغلب در گردشگری مورد بحث می‌باشد این است که ساکنان محلی از مزایای اقتصادی توسعه گردشگری برای جامعه خود آگاهی ندارند. آن‌ها ممکن است احساس کنند که این پیشنهادها به جای اینکه به نفع آن‌ها باشد بر آن‌ها تحمیل شده است. بنابراین، یک طرح خوب باید شامل برخی از روش‌ها و چهارچوب‌ها برای ارتباط دادن مزایای گردشگری به جامعه باشد. نتیجه نهایی، برنامه‌ریزی یک محصول گردشگری است که باید از نظر اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و فرهنگی مناسب باشد (Coltman, ۲۰۱۳:۱۵۳).

Commented [t17]: کل قسمت پیشنهاد اصلاح کردند و ۵ پیشنهاد داخلی و ۵ پیشنهاد خارجی کافیه و بهتر در جدول به این پیشنهادها بپردازین

Commented [DU18R17]: اصلاح گردید



شکل شماره ۱: مدل نظری تحقیق بر مبنای نظری تحقیق

Commented [DU19]:

Commented [DU20R19]: مدل نظری تحقیق اضافه گردید

۴. یافته‌های تحقیق

تحلیل توصیفی :

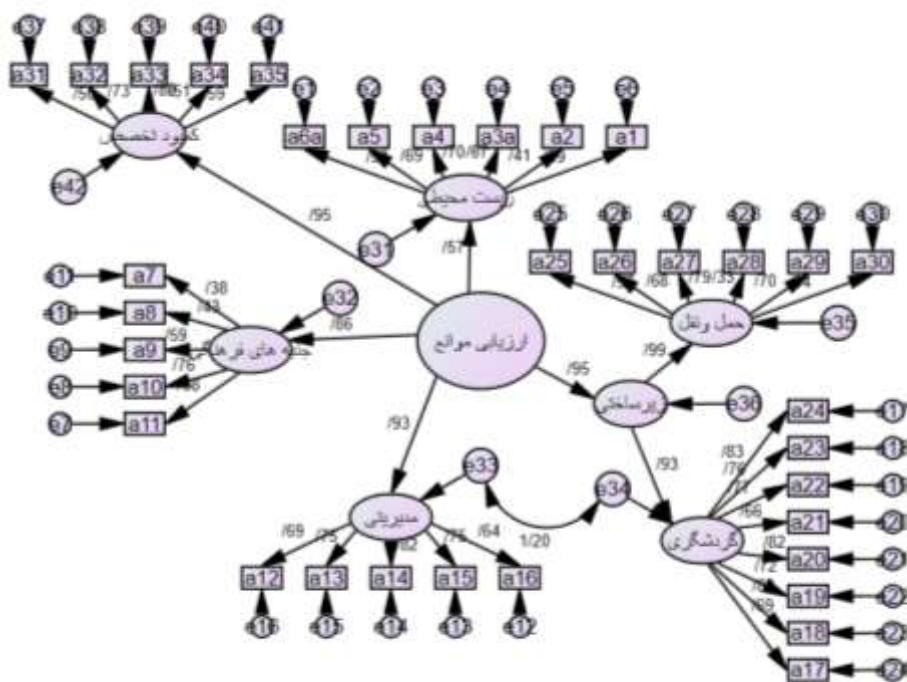
بررسی جامعه گردشگری مورد بررسی نشان می‌دهد که از نظر جنسیت بین ۳۸۴ نفر مورد بررسی ۲۰۸ نفر که ۵۴ درصد را شامل می‌شوند زن و ۱۷۶ نفر با ۴۶ درصد مرد می‌باشند. بیشترین گروه جمعیتی در طبقه سنی ۲۱-۳۰ با ۳۷ درصد و ۳۱-۴۰ با ۲۹ درصد را در برمی‌گیرند و طبقات سنی زیر ۲۰ سال و بیشتر از ۵۱ با ۵ درصد و ۸ درصد کمترین فراوانی و درصد را در بر می‌گیرند. از نظر تحصیلات بین ۳۸۴ نفر مورد بررسی بیشترین تحصیلی در مقطع کارشناسی با ۴۹ درصد و دیپلم با ۲۹ درصد را در برمی‌گیرند و سطح تحصیلی دکتری ۴ نفر (دو درصد) زیر دیپلم ۲۹ نفر با ۷ درصد کمترین فراوانی و درصد را در بر می‌گیرند. شهر مبدأ گردشگران شهرستان خواف بیشتر از شهرهای استان خراسان رضوی می‌باشند به خصوص شهر مشهد با ۳۰ درصد و شهر تربت حیدریه ۱۲ درصد بعد از آن گردشگران از شهر تهران ۲۸ درصد و کرج ۱۰ درصد شهرهای مرکز استان، استان‌های مجاور مانند خراسان جنوبی ۱۰ درصد می‌باشد. از نظر ارزیابی مدت زمان اقامت گردشگران در شهرستان خواف اقامت‌ها بیشتر در حدود یک هفته می‌باشد که بیشترین اقامت به شب با ۲۳ درصد می‌باشد و بعد از آن اقامت ۵ شب و ۷ شب را شامل می‌شود. بررسی وضعیت محل اقامت گردشگری جامعه آماری مورد بررسی نشان می‌دهد که گردشگران تمایل زیادی به اقامت در بومگردان داشتند به طوری که ۴۱ درصد گردشگران در بومگردها اقامت داشته‌اند و بعد از آن منزل اقوام و دوستان با ۴۰ درصد بیشترین درصد در اقامت گردشگران را به خود اختصاص داده‌اند.

تحلیل استنباطی :

ارزیابی شاخص‌های موانع توسعه گردشگری فرهنگی شهرستان خواف

در بررسی شاخص شاخص‌های موانع توسعه گردشگری فرهنگی در شهرستان خواف از مدل سازی ساختاری استفاده گردید. هدف از انجام این کار شناسایی مهم‌ترین و اثرگذارترین موانع در گردشگری فرهنگی در شهرستان خواف است. بنابراین با توجه به مبانی تئوریک تحقیق مدل عاملی مرتبه سوم بر مبنای پنج عامل مدیریتی، زیرساختی (حمل و نقل و گردشگری)، فرهنگی و کمبود متخصص و زیست محیطی تنظیم گردید. مدل‌های عاملی مرتبه سوم به مدل‌هایی اطلاق می‌شود که در آن تعدادی از متغیرهای پنهان، متغیرهای پنهان دیگری را اندازه‌گیری می‌کند. اگرچه مدل سازی اساساً کاری اکتشافی نیست و بر مبنای شناسایی و کشف صورت نمی‌گیرد، با این حال در این تحقیق تک تک متغیرهایی که قابلیت شناسایی هر کدام از عوامل پنهان پنج گانه را داشته‌اند به صورت مجزا وارد فرایند مدل گردیده‌اند و بر مبنای شاخص‌های برازش و سطح معنی‌داری در مدل باقی مانده یا حذف گردیده‌اند. این روش منطبق محکمی دارد و در مواقعی که محقق با تعداد زیادی متغیر مواجه است و می‌خواهد نهایتاً به کشف یک مدل نهایی بر مبنای مدل نظری برسد کاربرد فراوانی دارد. به عبارت دیگر این روش را می‌توان تأییدی -

اکتشافی نامید. بدین ترتیب کلیه متغیرهای پنهان در مدل بر مبنای تأییدی در مدل حاضر می‌شوند و متغیرهای مشاهده شده بر مبنای اکتشاف تبیین کننده متغیرهای پنهان می‌گردند (کیانی سلمی، ۱۳۹۵). در شکل شماره (۲) مدل نهایی شاخص‌های موانع توسعه گردشگری فرهنگی نشان داده شده است.



شکل ۲. مدل تحلیل عاملی مرتبه سوم ارزیابی موانع توسعه گردشگری فرهنگی شهرستان خواف

مطابق جدول شماره ۱ روابط به دلیل سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ می باشد معنی دار است و مدل ساختاری مدل نظری پژوهش را تأیید می کند همچنین طبق نتایج شکل ۲ از نظر گردشگران فرهنگی شهرستان خواف دو شاخص امکانات زیر ساختی و کمبود متخصص اهمیت بیشتری نسبت به سایر شاخص ها مدل مورد بررسی دارند که در بین معیارهای زیر ساختی، زیر ساخت های حمل و نقل از زیرساخت

های گردشگری اهمیت بیشتری دارند در مرحله بعد این شاخص مدیریتی هست که مانع بعدی در توسعه گردشگری شهرستان خواف هست و در مرحله بعدی شاخص جنبه های فرهنگی با ضریب ۰/۸۶ و شاخص زیست محیطی در مرحله آخر با ضریب ۰/۵۷ در مرحله آخر قرار می گیرد.

جدول ۱: رگرسیون وزنی مدل پیش فرض

شاخص		نام متغیر	تخمین غیر استاندارد	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معنی داری
	<---	موانع توسعه	۱/۷۸۳	۲/۳۰۶	۵/۸۳۴	***
زیرساختی	<---	موانع توسعه	۱/۶۵۰	۱/۱۷۹	۳/۶۲۰	***
زیست محیطی	<---	موانع توسعه	۱/۰۰۰			
جاذبه های فرهنگی	<---	موانع توسعه	۱/۰۹۶	۲/۲۱۵	۵/۱۰۱	***
مدیریتی	<---	زیرساختی	۱/۰۰۰			
گردشگری	<---	زیرساختی	۱/۶۰۶	۱/۰۰۸	۵/۶۱۰	***
حمل و نقل	<---	موانع توسعه	۱/۰۲۰	۲/۲۴۴	۴/۱۸۶	***
کمبود متخصص	<---	زیست محیطی	۱/۰۰۰			
a6a	<---	زیست محیطی	۱/۳۲۹	۲/۲۷۸	۴/۷۸۹	***
a5	<---	زیست محیطی	۱/۳۲۵	۲/۲۷۳	۴/۸۵۶	***
a4	<---	زیست محیطی	۱/۰۳۰	۲/۲۱۸	۴/۷۳۴	***
a3a	<---	زیست محیطی	۱/۶۰۷	۱/۱۸۳	۳/۳۲۶	***
a2	<---	زیست محیطی	۱/۵۹۹	۱/۱۸۷	۳/۲۰۵	۰/۰۱
a1	<---	جاذبه های فرهنگی	۱/۰۰۰			
a11	<---	جاذبه های فرهنگی	۱/۳۳۹	۲/۲۱۵	۶/۲۳۸	***
a10	<---	جاذبه های فرهنگی	۱/۸۴۶	۱/۱۶۶	۵/۱۰۶	***
a9	<---	جاذبه های فرهنگی	۱/۶۸۴	۱/۱۸۰	۳/۸۰۶	***
a8	<---	جاذبه های فرهنگی	۱/۷۸۸	۲/۲۳۶	۳/۳۳۸	***
a7	<---	مدیریتی	۱/۰۰۰			
a16	<---	مدیریتی	۱/۴۲۷	۲/۲۲۰	۶/۴۹۵	***
a15	<---	مدیریتی	۱/۴۸۶	۲/۲۱۵	۶/۹۲۴	***
a14	<---	مدیریتی	۱/۶۰۹	۲/۲۴۹	۶/۴۷۱	***
a13	<---	مدیریتی	۱/۲۷۶	۲/۲۱۰	۶/۰۷۶	***
a12	<---	گردشگری	۱/۰۰۰			
a24	<---	گردشگری	۱/۷۸۸	۱/۰۸۹	۸/۸۱۳	***
a23	<---	گردشگری	۱/۸۳۸	۱/۰۹۲	۹/۱۳۹	***
a22	<---	گردشگری	۱/۶۰۲	۱/۰۸۲	۷/۳۳۷	***
a21	<---	گردشگری	۱/۹۷۹	۱/۰۹۸	۹/۹۶۶	***
a20	<---	گردشگری	۱/۷۱۷	۱/۰۸۷	۸/۲۸۳	***
a19	<---	گردشگری				

***	۱۰/۰۵۳	۱/۰۹۷	۱/۹۷۷	گردشگری	<---	a18	
***	۷/۸۲۱	۱/۰۹۱	۱/۷۱۳	گردشگری	<---	a17	
			۱/۰۰۰	حمل و نقل	<---	a25	
***	۵/۲۷۲	۱/۲۴۸	۱/۳۰۶	حمل و نقل	<---	a26	
***	۵/۷۵۲	۱/۲۶۲	۱/۵۱۰	حمل و نقل	<---	a27	
۱/۰۰۳	۲/۹۵۲	۱/۲۰۲	۱/۵۹۵	حمل و نقل	<---	a28	
***	۵/۳۴۵	۱/۲۴۶	۱/۳۱۳	حمل و نقل	<---	a29	
۱/۰۰۲	۳/۰۴۵	۱/۱۸۴	۱/۵۶۰	حمل و نقل	<---	a30	
			۱/۰۰۰	کمبود متخصص	<---	a31	
***	۴/۶۹۳	۱/۳۴۵	۱/۶۱۹	کمبود متخصص	<---	a32	
***	۴/۸۸۸	۱/۳۲۳	۱/۵۷۹	کمبود متخصص	<---	a33	
***	۳/۸۶۰	۱/۲۵۶	۱/۹۸۷	کمبود متخصص	<---	a34	
***	۴/۱۹۶	۱/۲۶۲	۱/۰۹۸	کمبود متخصص	<---	a35	

در جدول شماره ۲ نتایج ارزیابی مدل تحقیق با بهره‌گیری از شاخص‌های برازش مدل‌های ساختاری آورده شده است. وجود شاخص‌های برازش مدل مناسب تأییدکننده ارتباط معناداری و مناسب بین داده‌های میدانی تحقیق و مدل ساختاری موجود است. اولین شاخص که در این مدل بررسی شده است شاخص NPAR است که مدل پیش فرض آن برابر ۴۹ می‌باشد که نشان می‌دهد پژوهشگر در تدوین مدل به راحتی به هزینه کردن درجات آزادی نپرداخته و این وضعیت قابل قبول می‌باشد. شاخص کای اسکوتر برابر با ۴۳۳/۹۱۶ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ نتیجه‌ای مطلوب را نمایان می‌سازد. با توجه به اینکه درجه آزادی به مقدار مستقل نزدیک و از صفر به دور است می‌توان تلقی مطلوبی از مدل داشت. مقدار کای اسکوتر نسبی که جز شاخص‌های مهم مدل می‌باشد ۲/۱۲۷ است که حاکی از وضعیتی خوب و مطلوب برای مدل است. شاخص بعدی که مهم‌ترین شاخص در برازش مطلق است شاخص RMSEA است در این مدل مقدار این شاخص ۰/۰۷۹ است که این نشان از مطلوب بودن مدل دارد. شاخص نیکویی برازش اصلاح شده برابر با ۰/۷۸۱ دارای برازشی قابل قبول برای مدل است. شاخص نرمال شده بنتلر بویت با مقدار ۰/۶۲۷ نیز تا حدی مطلوب می‌باشد. شاخص برازش هنجار شده‌ی مقتصد که مقدار آن ۰/۵۵۴ نیز دارای وضعیت مطلوبی می‌باشد. همچنین شاخص‌های احتمال نزدیکی برازندگی و شاخص برازش تطبیقی مقتصد نیز دارای وضعیتی قابل قبول می‌باشند.

جدول ۲: وضعیت شاخص‌های نیکویی برازش مدل پژوهش

نام شاخص	علائم اختصاری	پیش فرض	اشباع	مستقل
پارامترهای آزاد شده برای تدوین مدل	NPAR	۴۹	۲۵۳	۲۲
خی دو(کای اسکوتر)	CMIN	۴۳۳/۹۱۶	۰/۰۰۰	۱۱۶۴/۸۳۲
درجه آزادی	DF	۲۰۴	۰	۲۳۱
سطح معناداری	P	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰

۵/۰۴۳		۲/۱۲۷	CMIN/DF	کای اسکور نسبی (بهنجار شده)
۰/۴۶۱	۱/۰۰۰	۰/۸۲۳	GFI	شاخص نیکویی برآزش
۰/۴۰۹		۰/۷۸۱	AGFI	شاخص نیکویی برآزش اصلاح شده
۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۶۲۷	NFI	شاخص نرمال شده بنتلر بویت
۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۷۵۴	CFI	شاخص برآزش تطبیقی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۵۵۴	PNFI	شاخص برآزش هنجار شده ی مقتصد
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۶۶۶	PCFI	شاخص برآزش تطبیقی مقتصد
۰/۱۵۰		۰/۰۷۹	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد
/۰۰۰		۰/۰۰۰	PCLOSE	احتمال نزدیکی برآزندگی

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری در جهان کنونی، صنعتی پاک و سومین پدیده اقتصادی پویا، پررونق و رو به توسعه است که پس از صنایع نفت و خودروسازی گوی سبقت را از دیگر صنایع جهانی ربوده است. از این رو، در دهه های اخیر، اهمیت گردشگری در سطح بین المللی هم از لحاظ تعداد گردشگران و هم از لحاظ درآمد ارزی همواره و به طور بی سابقه ای رو به افزایش بوده است و از این رهگذر بسیاری از کشورهای در حال توسعه و با منابع درآمدی اندک توانسته اند بسیاری از شاخصهای اقتصادی، فرهنگی، و اجتماعی خود را به میزان درخور توجهی ارتقا دهند و برای مشکلاتی از جمله بیکاری، درآمد سرانه پایین، کمبود درآمدهای ارزی، و مسائل فرهنگی همچون ذهنیت منفی به این مناطق، ناشناخته ماندن میراث فرهنگی آنها راه حلهایی پیدا کنند از این رو تحقیق حاضر با هدف ارزیابی موانع توسعه گردشگری فرهنگی شهرستان خواف به بررسی ۵ شاخص اصلی پرداخته است که نتایج نشان می دهد شاخص زیر ساختی با ۰/۹۵ برآزش در رتبه اول می باشد از این رو با نتایج و یافته های خلیفا (۲۰۲۰) هم جهت می باشد از طرف دیگر اثرات زیست محیطی گردشگری فرهنگی یک مانع در گردشگری خواف نمی باشد که با نتایج تحقیق جنکیز و توسان (۱۹۹۸)، لانگ (۲۰۲۰)، داویس (۱۹۹۵) و خلیفا (۲۰۲۰) شباهت ندارد و همدیگر را پوشش نمی دهند در بین شاخص های دسترسی و خدمات دهی از نظر گردشگران فقط در شاخص هماهنگی سازمانی هست که مطلوبیت بالایی دارد و در دو شاخص دسترسی و خدمات دهی که زیربنای توسعه گردشگری فرهنگی است، به خصوص در خدمات بهداشتی و زیرساخت های حمل و نقل و مکانهای اقامتی و تفریحی مناسب در سطح شهرستان، مطلوب نیست که با نتایج تحقیق (سقایی و جوانبخت، ۱۳۹۱) (کدیور و سقایی، ۱۳۸۶) مشابهت دارد، این امر نشان می دهد برای توسعه گردشگری فرهنگی دولت و مسولین مرتبط با بخش گردشگری باید در بخش زیرساختی شهرستان بیشتر کارکنند.

نتیجه کلی این پژوهش بر اساس تحلیل ها و ارزیابی ها نشان می دهد که با توجه به پیشینه تاریخی شهرستان و سنتها ظرفیت گردشگری فرهنگی عینی در شهرستان مطلوب می باشد ولی زیرساختها مناسب برای توسعه گردشگری نیست و این نیازمند توجه به عرصه زیرساخت در این حوزه می باشد، بنابراین با توجه به نتایج تحقیق می توان پیشنهادات زیر را ارائه نمود:

[t21] Commented: پیشنهادتون کجاست؟ در قسمت مقایسه کار خودتون با کار دیگر باید بیان کنید که وجه استراکشن چیه من مقالات مطرح شده رو نگاه کردم وجه مقایسه بین آن ها نمی بینم

[DU22R21] Commented: اصلاح گردید

[WU23] Commented: موانع توسعه گردشگری فرهنگی بصورت شفاف بیان شوند.

[DU24R23] Commented: بیان شد

[t25] Commented: کار خودتون را با پیشنه های که در مقاله خودتون آوردین مقایسه کنید نه اینکه این متن را از یک مقاله مشابه کپی کنید لطفا مقاله خودتان را با مقالات یا کارای که در این مقاله مطرح کردین بیاورین

[DU26R25] Commented: اصلاح گردید

توجه به زیرساختهای اقامتی در توسعه گردشگری فرهنگی

- زیرساخت‌های حمل و نقل بین شهر و استانی به خصوص راه آهن شهر خواف
- زیرساخت‌های اقامتی ارزان قیمت به خصوص بوم گردهای ارزان قیمت در روستاهای گردشگری شهرستان خواف
- زیرساخت‌های اقامتی که اقتصاد محلی را توسعه دهد مثل بوم گردهای واقع در مناطق مختلف شهرستان خواف

توسعه گردشگری فرهنگی با توجه به آیین‌ها و آداب رسوم فرهنگی

- معرفی موسیقی مقامی شهرستان که از موسیقی‌های ملی می‌باشد و توجه به مفاخر موسیقی شهرستان خواف
- توجه به گردشگری تغذیه در راستای توسعه گردشگری فرهنگی غذاهای محلی که در شهرستان خواف دارای ویژگی‌های مختلف می‌باشد و دارای تنوع زیادی می‌باشد
- توجه به لباس‌های محلی زنان و مردان که تا حد زیادی در این شهرستان حفظ شده است و منطبق با اقلیم منطقه می‌باشد
- توجه به تنوع قومیتی و مذهبی که جذابیت زیادی از نظر فرهنگی در شهرستان خواف می‌باشد
- توجه به گردشگری عشایری به خصوص حله‌ها که در شهرستان خواف ظرفیت زیادی را ایجاد کرده است و باعث می‌شود گردشگری عشایری در این شهرستان رونق پیدا کند
- توجه به معماری محلی و بومی در ساخت وسازهای شهرهای شهرستان خواف که جذابیت زیادی را ایجاد می‌کند
- توسعه گردشگری خلاق به خصوص در روستاهای گردشگری و هدف گردشگری

منابع:

Commented [WU27]: منابع پایانی و متن تطبیق داده شوند. موارد اضافی حذف شوند.

Commented [DU28R27]: اصلاح گردید

احدی نژاد، ر (۱۳۹۲): بازاریابی خلاق در جذب گردشگر، اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان.

برندگی، ب و د، نعمتی (۱۳۹۱): گردشگری خلاق راهی به سوی توسعه، اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، ۱۷ اسفند ۱۳۹۱.

پوراحمد، ا، احمدی فرد، ن (۱۳۹۷). بررسی نقش گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی (مطالعه موردی: منطقه ۱۲ شهر تهران). پژوهش‌های جغرافیای برنامه‌ریزی شهری، ۶(۱)، صص: ۷۵-۹۰.

زنگویی، ف، خرازی محمدوندی آ، ز، و صالحی صدیقی، ج. (۱۴۰۱). هوشمندسازی صنعت گردشگری ایران: تأکیدی بر توانمندسازی اجتماعی و فرهنگی. مطالعات اجتماعی گردشگری، ۱۰(۱۹)، ۳۳۵-۳۶۸.

شفیعی، ز، فیروزه فرخیان و ل میرقدر (۱۳۹۳): اصفهان به عنوان شهر خلاق صنایع دستی با رویکرد توسعه گردشگری، جغرافیا (فصلنامه علمی - پژوهشی و بین المللی انجمن جغرافیای ایران)، دوره جدید، سال دوازدهم، شماره ۴۳، صص: ۲۵۱ - ۲۷۸.

نیک بین، م، زرغام بروجنی، ح، صالحی امیری، س.ر، محمدخانی، ک، و غفاری، ف. (۱۳۹۹). مدل سازی پیامدهای توسعه پایدار گردشگری فرهنگی؛ رویکرد آمیخته. مجله گردشگری و توسعه، ۹(۱) ۲۳۴-۲۱۴.

Commented [t29]: مقاله به فرمت مجله در بیابرد

Commented [DU30R29]: اصلاح شد

Abuharris, A. (2015) Tourism and sustainable economic development, Marketing affects the loyalty for attendees at aboriginal festivals. *International Journal of Tourism Research*, 15(1).

Alberts, H. C., & Hazen, H. D. (2020). Maintaining authenticity and integrity at cultural world heritage sites. *Geographical Review*, 100(1).

Andráško, I. Quality of Life: An Introduction to the Concept; Masarykova Univerzita: Brno, Czech Republic, 2013; ISBN 978-80-210-6669-4.

Brida, Juan Gabriel, Marta Meleddu, and Manuela Paulina. 2013. The Economic Impacts of Cultural Tourism. In *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*, ed. Melanie Smith and Greg Richards, ۱۱۰-۱۱۵. New York: Routledge

den Hoed, W., & Russo, A. P. (2017). Professional travellers and tourist practices. *Annals of Tourism Research*, 63.

Devashish Dasgupta, (2021), *Tourism Marketing*, Dorling Kindersley, Pearson, New Delhi.

Dieke, P. (2018) Tourism in Africa's Economic Development: Policy Implications. *Management Decision*, 287-95

Dwyer, Larry, Peter Forsyth, and Wayne Dwyer. 2020. *Tourism Economics and Policy*. In *Aspects of Tourism Texts*, ed. Chris Cooper, C. Michael Hall and Dallen J. Timothy. Bristol, Buffalo, Toronto: Channel View Publications.

G. Richards, & W. Munsters (Eds.) (2020), *Cultural tourism research methods* 104-114

Guccio, C., Lisi, D., Mignosa, A., & Rizzo, I. (2018). Does cultural heritage monetary value have an impact on visits? An assessment using official Italian data. *Tourism Economics*.

Lee, Longwon & Heeseok, Lee (2015): Deriving Strategic priority of Policies for Creative Tourism Industry in Korea using AHP, *Procedia Computer Science* ۵۵, ۴۷۹ - ۴۸۴

Lee, T. H., & Hsu, F. Y. (2013). Examining how attending motivation and satisfaction

Liu, A. and Wall, G. (2016) *Planning tourism employment: A developing country*

Markandya, A., Taylor, T. and Pedrosa, S. (2018) *Tourism and sustainable development: Lessons from recent World Bank experience*, Report Prepared for the World Bank (Covering Projects between 1992-2003) URL: www.Pigliaru.it/chia/Markandya.Pdf

Mostafanezhad, M., & Promburom, T. (۲۰۱۸). 'Lost in Thailand': The popular geopolitics of film-induced tourism in northern Thailand. *Social & Cultural Geography*, 19(1).

multiplicity: Enacting actorenetwork theory in tourism. *Tourist Studies*, 13(1),

Richards, G. (۲۰۱۸). *Cultural attractions and European tourism*. Wallingford: CABI. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-22

Richards, G. (2018). The creative economy, entertainment and performance. In C. Cooper, S. Volo, W. C. Gartner, & N. Scott (Eds.), *SAGE Handbook of tourism Management: Applications of theories and concepts to tourism*.

Richards, G., & Munsters, W. (2020). *Cultural tourism research methods*. Cabi, 2010 Bultjens, J.,

Gale, D., & White, N. E. (2020). Synergies between Australian indigenous tourism and ecotourism: Possibilities and problems for future development. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4).

Richards, G., & van der Ark, L. A. (2013). Dimensions of cultural consumption among tourists: Multiple correspondence analysis. *Tourism Management*, 37, 71-76.

Richards, Greg (2018) *Cultural tourism: A review of recent research and trends* *Cultural tourism: A review of recent research and trends*, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21

Tan, Siow-Kian; Shian-Far, Kung & Ding-Bang, Luh (٢٠١٢): A Model of Creative Experience in Creative Tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol. ٤١, pp: ١٥٣-١٧٤, www.elsevier.com/locate/atoures.

Tomljenovic, R. ٢٠٠٦. Kulturni turizam ,Cultural tourism. In *Hrvatski turizam plavo bijelo zeleno ,Croatian Tourism blue white green*, ed. Sanda Corak and Vesna Mikacic, ١١٦-١٤٧. Zagreb: Institute for Tourism.

UNWTO. (2018). Report on tourism and culture synergies. Madrid: UNWTO. Van Dijk, P. A., & UNWTO. (2017). Definitions committee on tourism and competitiveness. CTC. <http://cf>

Van Der Duim R., Ren, C., & Thor J. ohannesson, G. (2018). Ordering, materiality, and Vaugeois, N (undated) Tourism in developing countries: refining a useful tool for economic development URL: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonetl/economia%20del%20turismo/economia%20del%20turismo/tourism%20and%20developinu%20countries.pdf> Accessed: 26th May, 2012

Wall, G. and Mathieson, A. (2016) *Tourism: Changes, Impacts and Opportunities*.

WTO. (2018) Making tourism more sustainable - A guide for Policy Makers. www.eea.europa.eu

www.unwto.org

Yogendra Singh, 2020, Culture change in India-Identity & Globalization, Rawat
Zhiyong Chen, Lejing Li, Tianyi Li (2017) The organizational evolution, systematic construction and empowerment of Langde Miao's community tourism, *Tourism Management*, 58, 276 -2٨٥.