

سیاست‌گذاری در زمینه نقش صنعت گردشگری در توسعه منطقه‌ای نمونه موردی شهرستان مرند

ابوالفضل امجدیام، ابراهیم تقوی*، علی آذر

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران.

* نویسنده مسئول، استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران. رایانامه: taghavi.ebrahim477@gmail.com

دانشیار گروه شهرسازی و معماری، واحد مراغه، دانشگاه آزاد اسلامی، مراغه، ایران

چکیده

گردشگری مجموعه‌ای از تعاملات پیچیده است که میان گردشگران، ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری، جوامع میزبان، دولت‌های مبدأ و مقصد، دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیردولتی به وجود می‌آید. این تعاملات در فرآیند جذب، جابجایی، پذیرایی و مدیریت گردشگران و بازدیدکنندگان شکل می‌گیرد و به توسعه و پویایی این صنعت کمک می‌کند. صنعت گردشگری از دهه‌های گذشته به دلیل داشتن منابع تفریحی متنوع و دسترسی‌های مناسب، همواره مورد توجه بوده است. این توجه به طور خاص باعث رونق اقتصادهای محلی شده و مزایای متعددی برای جامعه به همراه داشته است. هدف این مقاله شناسایی مؤلفه‌های گردشگری در توسعه منطقه‌ای شهرستان مرند می‌باشد. روش پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و توسعه‌ای است، چرا که با هدف شناسایی و ساخت مدل مفهومی نقش گردشگری در توسعه منطقه‌ای در شهر مرند انجام شده و ماهیت آن اکتشافی است. این پژوهش از نظر نوع داده‌ها به صورت ترکیبی (کیفی - کمی) انجام شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد شش مؤلفه خدماتی، فرهنگی، طبیعی، اقتصادی، زیربنایی گردشگری، را ۸۳ درصد تبیین می‌کنند که در بین مؤلفه‌های پژوهش بیشترین تأثیرگذاری بر گردشگری در توسعه منطقه‌ای مرند عبارت از زیربنایی، مدیریتی، فرهنگی، طبیعی، خدماتی و اقتصادی به ترتیب بالارزش ۰/۹۲۹، ۰/۸۸۲، ۰/۷۷۱، ۰/۷۲۳، ۰/۷۱۵ و ۰/۶۵۰ می‌باشند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد مقدار آماره در مدل پژوهش برای متغیرها نشان می‌دهد از بین ۶ متغیری که اثرگذاری آنها بر متغیر گردشگری در توسعه منطقه‌ای مرند مورد بررسی قرار گرفته، متغیر خودکفایی اقتصادی کمترین مقدار آماره را به خود اختصاص داده است (۰/۳۵۰) و چون کمتر از مقدار آماره استاندارد ۱/۹۶ هستند، لذا اثرگذاری این متغیر آخری معنی‌دار نیست. اما مابقی متغیرها معنی‌دار هستند و بیشترین مقدار آماره را به خود اختصاص داده‌اند.

کلیدواژه‌ها: سیاست‌گذاری، گردشگری، توسعه منطقه‌ای، مرند

استناد: امجدیام ابوالفضل، تقوی ابراهیم، آذر علی (۱۴۰۳). سیاست‌گذاری در زمینه نقش صنعت گردشگری در توسعه منطقه‌ای نمونه موردی شهرستان مرند. *سیاست‌گذاری شهری و منطقه‌ای*، ۳(۹)، ۲۰-۱.

مقدمه

گردشگری مجموعه‌ای از تعاملات پیچیده است که میان گردشگران، ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری، جوامع میزبان، دولت‌های مبدأ و مقصد، دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیردولتی به وجود می‌آید. این تعاملات در فرآیند جذب، جابجایی، پذیرایی و مدیریت گردشگران و بازدیدکنندگان شکل می‌گیرد و به توسعه و پویایی این صنعت کمک می‌کند. صنعت گردشگری از دهه‌های گذشته به دلیل داشتن منابع تفریحی متنوع و دسترسی‌های مناسب، همواره مورد توجه بوده است. این توجه به طور خاص باعث رونق اقتصادهای محلی شده و مزایای متعددی برای جامعه به همراه داشته است (Param, 2024). از جمله افزایش اشتغال، بهبود سیستم حمل و نقل، افزایش درآمد ساکنان و حمایت از میراث فرهنگی. با استفاده از برنامه‌ریزی راهبردی در گردشگری می‌توان چشم‌اندازی روشن و واقع‌بینانه برای آینده ترسیم کرد و در قالب این چشم‌انداز، برنامه‌ریزی‌های مناسبی برای دستیابی به اهداف پایدار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی انجام داد. از این منظر، گردشگری یک کسب و کار آینده‌نگر محسوب می‌شود که می‌تواند جنبه اقتصادی و فرصت‌های شغلی را به همراه داشته باشد. برای دستیابی به این هدف، اگرچه پیش‌بینی دقیق آینده ممکن نیست، اما می‌توان به جای بحث و بررسی برای آینده، از چشم‌اندازها و سناریوهایی استفاده کرد که تصاویر روشن و واضحی از آینده‌های ممکن ارائه می‌دهند. بررسی این موضوع در گفتمان توسعه امروزی، به ویژه در زمینه آینده‌پژوهی توسعه گردشگری، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. پیچیدگی‌های موجود در محیط گردشگری و تحولات سریع و پویای جهان معاصر، شرایطی مملو از عدم قطعیت و بی‌ثباتی را به وجود آورده است (Dadashi, Dadashi, & Shamshiri, 2024). در این شرایط، آنچه می‌تواند شانس موفقیت در حوزه گردشگری را افزایش دهد، تلاش برای درک و پیش‌بینی تحولات آینده و طراحی ساختارهای مناسب برای آن است (Moussakazemi, Rahmani, Hosseini, & Pourkhodadad, 2024; Nemati, 2024; Cheraghi, Feyzolahpour, & Abbasi, 2024).

در سیستم اقتصادی و رقابت پذیری جهانی امروز، بین دولت و سیستم اقتصادی رابطه‌ای مستقیم و حیاتی وجود دارد و به ندرت امکان دارد که کشوری بدون ورود به سیستم جهانی بتواند مسیر رشد و توسعه گام بردارد. این مشارکت یا همکاری با سیستم شامل مسائلی چون مالکیت خارجی و روابط سیاسی می‌شود (Kaghazian, Naghdi, & Baran, 2024). بنابراین توسعه تا حدود زیادی در گرو اقدامات سیاسی و دولتی است [Haghighat, 2024 #1705]. به طور مثال صنعت توریسم هر کشور احتمالاً برای بقای خود به وضع قوانین نیاز دارد. به‌ویژه برای منطقه یا حوزه‌ای که به ساختارهای زیر بنایی نیاز دارد این کار از اهمیت زیادی برخوردار است. برای مثال اصولاً سرمایه‌گذاری خارجی تمایل به تأمین مالی برای ساخت یک محل تفریح نشان نمی‌دهند (Mohmoodabadi, Ebrahimi, Tayaran, & Esfahani, 2024). مگر این که دولت از طریق تأمین مالی برای ساختن جاده‌ها، راه‌های اصلی یا راه‌های آبی گام‌های نخستین را بردارد، در گرفتن مالیات تخفیف بدهد و تا زمانی که طرح به سودآوری نرسیده است از گرفتن مالیات برخی اقلام چشم‌پوشی کند و بدین گونه سرمایه‌گذاران را جهت سرمایه‌گذاری در امر صنعت توریسم تشویق کند. قوانین و مقررات یکی از زمینه‌های مهمی است که باعث می‌شود دولت در سیستم یک کشور دخالت کند (Abdollahnezhad, Andam, 2024; Rajabi, 2024; Ghodrati, Hadipeykani, & Ebrahimzadeh, 2024).

سال ۲۰۲۳، سالی بود که صنعت گردشگری جهانی پس از چالش‌های ناشی از همه‌گیری کووید-۱۹، به سوی بهبودی حرکت کرد. با کاهش محدودیت‌های سفر و افزایش اعتماد به نفس مسافران، شاهد رشد قابل توجهی در تعداد گردشگران و درآمدهای حاصل از این صنعت بودیم.

افزایش چشمگیر تعداد گردشگران: با رفع بسیاری از محدودیت‌های سفر، تعداد گردشگران بین‌المللی به طور قابل توجهی افزایش یافت. بسیاری از مقاصد گردشگری محبوب، شاهد بازگشت گردشگران به سطح پیش از همه‌گیری بودند.

احیای تدریجی صنعت گردشگری: اگرچه رشد صنعت گردشگری در همه مناطق یکسان نبود، اما به طور کلی شاهد احیای تدریجی این صنعت در بسیاری از کشورها بودیم.

تغییر الگوهای سفر: همه‌گیری کووید-۱۹ تغییراتی در الگوهای سفر ایجاد کرد که در سال ۲۰۲۳ نیز ادامه داشت. مسافران به دنبال سفرهای کوتاه‌مدت‌تر، مقاصد کمتر شلوغ و تجربه‌های جدید بودند.

اهمیت گردشگری پایدار: با افزایش آگاهی عمومی نسبت به مسائل زیست محیطی، تقاضا برای گردشگری پایدار افزایش یافت. بسیاری از گردشگران به دنبال تجربه‌های گردشگری هستند که به محیط زیست و جوامع محلی آسیب نرساند.

توسعه گردشگری داخلی: در کنار افزایش گردشگری بین‌المللی، گردشگری داخلی نیز رشد چشمگیری داشت. بسیاری از مردم به جای سفر به کشورهای خارجی، به کشف جاذبه‌های گردشگری داخلی خود پرداختند.

بر این اساس مسئله این تحقیق از اینجا ناشی می‌شود که عوامل تعددی همچون توسعه نامتعادل، فصلی بودن گردشگری، کمبود زیرساخت‌ها، و رقابت جهانی اثرات متعددی در سیاست‌گذاری گردشگری دارند.

با توجه به ظرفیت‌های عظیم گردشگری شهرستان مرند و نقش حیاتی سایر ظرفیت‌های شهری و منطقه‌ای در توسعه و رونق اقتصادی آن، بررسی و شناخت عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری گردشگری و ترسیم چشم‌اندازهای محتمل و ارائه یک برنامه راهبردی برای اجرای سیاست‌های مورد نظر در این حوزه امری ضروری است. مرند با موقعیت و امکانات کم‌نظیر خود می‌تواند یا می‌توانسته در این عرصه بسیار فعال باشد و مسئله‌ای که تا به حال تا حدودی مغفول مانده شناسایی مؤلفه‌های کلیدی گردشگری و توسعه منطقه‌ای شهرستان مرند می‌باشد که بتواند راهکارها و سیاست‌های اثرگذار در رقابت‌پذیری منطقه‌ای ایجاد کند. بر این اساس این تحقیق به دنبال پاسخ به این سؤال است که مؤلفه‌های کلیدی گردشگری و توسعه منطقه‌ای شهرستان مرند کدامند؟

ادبیات پژوهش

تعریف صنعت گردشگری آسان نیست، زیرا این حوزه بسیار پیچیده و چندبعدی است. سوالی که مطرح می‌شود این است که آیا می‌توان گردشگری را به‌عنوان یک صنعت در نظر گرفت؟ منابع مکتوب نیز پاسخ دقیقی به این سؤال نمی‌دهند، چرا که نظرات مختلفی در این زمینه وجود دارد و تعریف واحدی ارائه نشده است (Soltanabad, Mirghafoori, Asadi, & Tafti, 2024).

امروزه مفهوم توسعه از انحصار دیدگاه‌های رشد اقتصادی و انگاره غربی خارج شده است و دیگر هدف توسعه افزایش درآمد سرانه نیست. بلکه دیدگاه‌های عدالت اجتماعی، خوداتکایی و تعادل‌های بوم‌شناسانه با مفهوم جدید توسعه پیوند یافته است. توسعه روندی است فراگیر در جهت افزایش توانایی‌های انسانی - اجتماعی، فنی - تکنولوژیکی، اقتصادی - مالی در پرتو ارزش‌های فرهنگی جامعه و توسعه‌ای که بتواند نیازهای نسل کنونی را بدون کاهش توانایی‌های نسل‌های آتی تأمین کند، آن را توسعه پایدار گویند (Sedaghat & Ziyae, 2024).

از خصوصیات مهم گردشگری می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. گردشگری به‌عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی می‌تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی در قلمرو ملی باشد.
۲. گردشگری می‌تواند امیدهایی را برای کاهش فقر به‌خصوص در نواحی که به نحوی دچار رکورد اقتصادی شده‌اند فراهم آورد.
۳. در مناطق با بیکاری شدید که نیروی کار نسبتاً غیرماهر و منابع جانشین شونده برای اشتغال بسیار محدود است، شکل‌گیری فعالیت گردشگری می‌تواند مناسب‌ترین اقدام باشد.
۴. گردشگری تنها راه توسعه نیست ولی می‌تواند روند توسعه اقتصادی را بر پایه قابلیت‌هایش تسهیل نماید.

گردشگری به عنوان یکی از صنایع بزرگ و پررونق جهان، نقش بسیار مهمی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مناطق مختلف ایفا می‌کند. این صنعت نه تنها باعث ایجاد اشتغال و افزایش درآمد می‌شود، بلکه می‌تواند به بهبود زیرساخت‌ها، حفظ میراث فرهنگی و ارتقای کیفیت زندگی مردم محلی کمک کند (Moradi, Benadkuki, Ghanbari, & Moradi, 2024; Nazari, 2024; Rahimpour, Zaheri, & Karimzadeh, 2024).

اهمیت گردشگری در توسعه منطقه‌ای

توسعه اقتصادی:

ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم در بخش‌های مختلف مانند هتلداری، رستوران‌داری، حمل‌ونقل و صنایع دستی افزایش درآمد ملی از طریق ورود ارز خارجی

سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط توسعه اجتماعی:

بهبود کیفیت زندگی مردم محلی از طریق افزایش درآمد و دسترسی به خدمات بهتر

حفظ و احیای میراث فرهنگی و تقویت هویت محلی

ارتقای درک متقابل بین فرهنگ‌ها و کاهش فقر

توسعه محیط زیست:

ایجاد انگیزه برای حفاظت از محیط زیست و توسعه گردشگری پایدار

ارتقای آگاهی عمومی در مورد اهمیت حفاظت از منابع طبیعی

توسعه زیرساخت‌ها:

بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل، ارتباطات، انرژی و آب

توسعه امکانات اقامتی و رفاهی برای گردشگران (Aramesh, Firuzi, & Sargolzaiee, 2018; barati, 2019; Beishami & Mahmoodi, 2015; Gilandeh & Vaezi, 2022; Khaksari & Abbasi, 2014; Meshkini & Heydari, 2011; Mortazaei, Mojtahedzadeh, & Ezzati, 2019; Sabet, Kermani, & Haratifard, 2012; Torkestani, Borj, & Jahedi, 2019)

صنعت گردشگری به‌عنوان مهم‌ترین صنعت جهان در دهه‌های اخیر، رشد سریعی در توسعه اقتصادی جهان داشته است. گذشته از منافع و مزایای مادی گردشگری، دلیل هویت‌یابی روزافزون این فعالیت در سراسر جهان این است که این فعالیت، راهکاری مناسب برای رسیدن به توسعه پایدار به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه است. زیرا گردشگری منبعی تمام‌نشده و نسبت به سایر فعالیت‌های اقتصادی تأثیرات تخریبی زیست‌محیطی کمتری دارد. به‌عبارت‌دیگر، اقتصاد گردشگری به‌عنوان یک فعالیت چندوجهی، بر پایه ظرفیت و توان طبیعی، کالبدی، اجتماعی و فرهنگی سرزمین پایه‌گذاری می‌شود و به این طریق نه تنها باعث ایجاد فرصت‌های مناسب شغلی و درآمدزایی، رفاه و توسعه اقتصادی مردم بومی می‌شود، بلکه ابزاری مناسب برای شناخت فرهنگ‌ها و ترویج ارزش‌ها، باورها و دانسته‌های جوامع گوناگون است. از این رو، گردشگری می‌تواند پنجره‌ای برای صلح و دوستی ساکنین زمین محسوب شود. اگر با تفکری جامع و یکپارچه‌نگر ابعاد گوناگون و پیچیده گردشگری مدنظر قرار گیرد، امکان رشد و توسعه پایدار جوامع فراهم خواهد شد و در کنار آن مبادلات فرهنگی و همزیستی مسالمت‌آمیز مردم کشورهای مختلف جهان نیز به‌خوبی امکان‌پذیر می‌شود. گردشگری ارتباطی دوسویه بین انسان‌هایی است که در محیط‌های گوناگون و با فرهنگ‌های متفاوت زندگی می‌کنند. تعاریف گوناگونی از صنعت گردشگری یا گردشگری ارائه شده است. به‌عنوان مثال "هولدن گردشگری را فعالیتی اجتماعی می‌داند که شامل رفتار انسانی، استفاده از منابع، تعامل با دیگران، اقتصاد و محیط است (Jahan, Haghi, Nasab, & Tilgooy, 2024).



شکل ۱- حوضه‌های گردشگری

مأخذ: سرور، نورانی، ۱۳۹۱: ۸

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و توسعه‌ای است، چرا که با هدف شناسایی و ساخت مدل مفهومی نقش گردشگری در توسعه منطقه‌ای در شهر مرند انجام شده و ماهیت آن اکتشافی است. این پژوهش از نظر نوع داده‌ها به صورت ترکیبی (کیفی - کمی) انجام شده است. داده‌های مورد نیاز برای این پژوهش از طریق روش‌های زیر جمع‌آوری شده‌اند:

۱. مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای: در این روش، اطلاعات و آمارهای موجود گردآوری شده‌اند. از جمله این اطلاعات می‌توان به آمارهای جمعیتی، اقتصادی و فرهنگی، و داده‌های مربوط به سازمان گردشگری استان آذربایجان شرقی اشاره کرد.
۲. مصاحبه: در این روش، مصاحبه‌هایی با مسئولان و اساتید حوزه مدیریت گردشگری، برنامه‌ریزی شهری، کارشناسان و خبرگان انجام شده است.
۳. پرسش‌نامه: ابزار دیگر پرسش‌نامه‌ای با سؤالات محقق‌ساخته بر اساس چارچوب نظری و مدل مفهومی است. این پرسش‌نامه بر اساس مقیاس لیکرت تنظیم شده و شامل پنج گزینه از "خیلی زیاد" تا "خیلی کم" است.

در نهایت، خروجی این مرحله مدلی است که پس از برازش و آزمون، تمامی مؤلفه‌ها و متغیرها از نظر روایی سنجیده می‌شوند. برای اعتبارسنجی و روایی پرسش‌نامه، ابتدا نسخه مقدماتی آن به تعدادی از متخصصان حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی شهری ارائه شده و با حذف و اصلاح گویه‌ها، اعتبار آن توسط اساتید و خبرگان دانشگاهی تأیید گردیده است. همچنین برای بررسی پایایی گویه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل اساتید، خبرگان، مدیران و معاونین استانداری و سازمان‌های گردشگری استان است. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، تصادفی ساده بوده و حجم نمونه با در نظر گرفتن خطای اندازه‌گیری ۱۰ درصد، ۱۰۰ نفر (دواس، ۱۳۹۴: ۷۸) تعیین شده است. روایی (اعتبار) از طریق بررسی نظرات محققان و متخصصان به دست آمده، به طوری که مؤلفه‌ها، متغیرها و نماگرهای حاصل از مدل مفهومی به صورت پرسش‌نامه به صاحب‌نظران حوزه گردشگری ارائه شده و پس از میانگین‌گیری از نظرات آن‌ها، مؤلفه‌ها و نماگرهای با روایی پایین حذف گردیده‌اند.

برای پایایی نیز از روش پیش‌آزمون و سپس ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده که مقدار به دست آمده در جدول ۱ قابل مشاهده است.

جدول ۱- آلفای کرونباخ

آلفای کرونباخ	آلفای کرونباخ بر اساس موارد استاندارد شده	تعداد مؤلفه‌ها
۰/۸۸۲	۰/۸۸۴	۶

جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از چندین روش می‌توان استفاده نمود که مهم‌ترین این روش‌ها، آزمون کلموگروف اسمیرنوف است. در این راستا، آزمون کلموگروف اسمیرنوف نیز کل توزیع را با یک توزیع نرمال مقایسه می‌کند و معناداری توزیع نرمال را بیان می‌کند که اگر معنادار نباشد یعنی توزیع نرمال است. در جدول ۲ خروجی آزمون کلموگروف اسمیرنوف با استفاده از نرم‌افزار SPSS آورده شده است.

جدول ۲- آزمون کولموگروف اسمیرنوف توزیع داده‌ها

آزمون کولموگروف اسمیرنوف			نرمال بودن
سطح معناداری	درجه آزادی	آماره	گردشگری در توسعه منطقه‌ای
۰.۰۸	۹۹	۰.۱۷۲	

یافته‌ها

در این قسمت از پژوهش از روش حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است که در ادامه به شرح آن می‌پردازیم. الف) آزمون پایایی و روایی مدل‌های اندازه‌گیری: در روش حداقل مربعات جزئی (PLS) باید پایایی متغیرها محاسبه شود. ضریب سنتی برای بررسی پایایی متغیرها ضریب آلفای کرونباخ است. اما چون این ضریب کمی سختگیرانه است در تحقیقاتی که از معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس استفاده می‌کنند، می‌توان از ضریب ترکیبی نیز استفاده نمود. تفاوتی ندارد که از کدام ضریب استفاده می‌شود در هر صورت مقدار قابل قبول برای این دو ضریب حداقل ۰/۷ است. در این تحقیق هر دو ضریب آلفای کرونباخ و ضریب ترکیبی برای بررسی پایایی متغیرها مورد بررسی قرار گرفته است (جدول شماره ۵).

جدول ۳- خروجی الگوریتم PLS در آزمون پایایی مدل‌های اندازه‌گیری

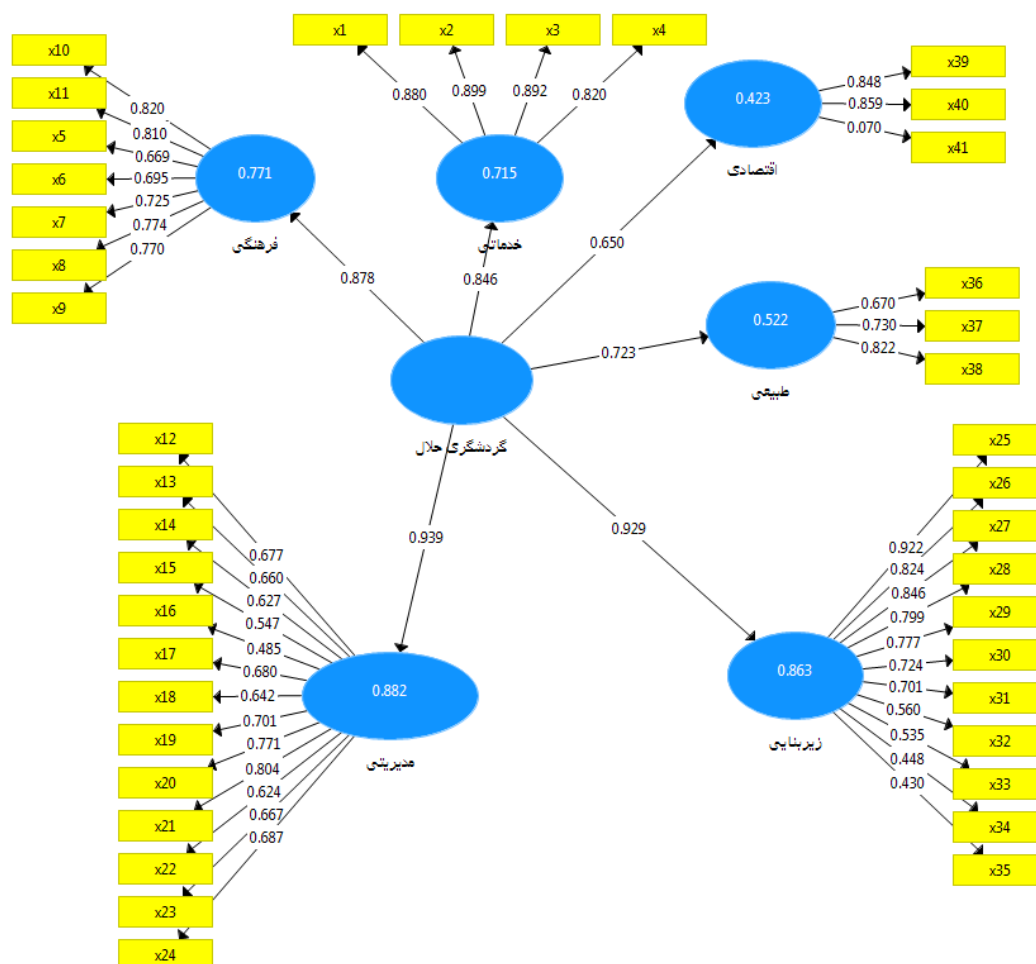
مؤلفه‌ها	ضریب ترکیبی	آلفای کرونباخ
اقتصادی	۰/۶۷۳	۰/۴۳۶
خدماتی	۰/۹۲۸	۰/۸۹۶
زیربنایی	۰/۹۱۲	۰/۸۹
طبیعی	۰/۷۸۶	۰/۵۹۵
فرهنگی	۰/۹۰۲	۰/۸۷۲
مدیریتی	۰/۹۱	۰/۸۹۲

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷.

ب) آزمون مدل ساختاری: مدل ساختاری مدلی است که در آن روابط بین متغیرهای مکنون و وابسته مورد توجه قرار می‌گیرد. یک مدل معادلات ساختاری از چندین مدل اندازه‌گیری و فقط یک مدل ساختاری تشکیل می‌شود؛ معیارهای زیر را بررسی می‌کنیم:

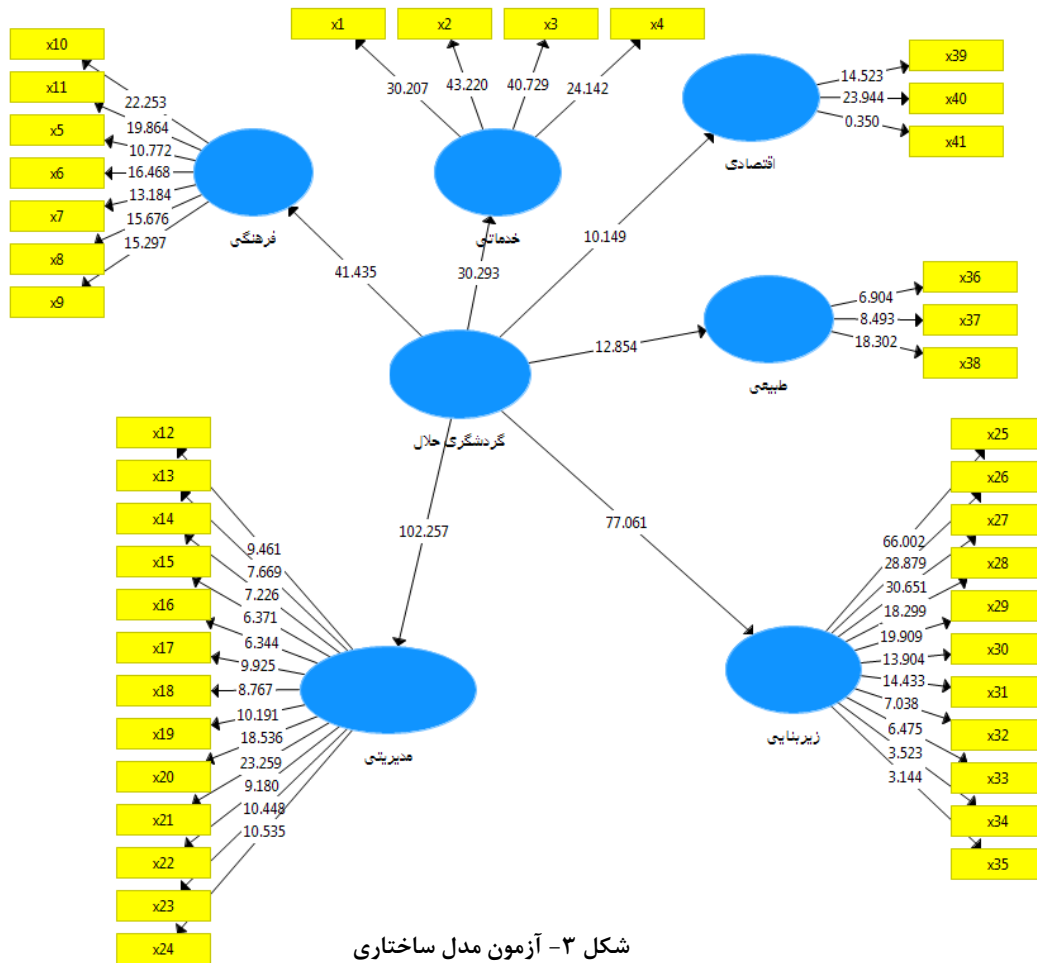
- شاخص ضریب تعیین (R^2) متغیرهای مکنون درون‌زا؛
- ضرایب مسیر (بتا) و معناداری آن.

در این بخش از پژوهش به بررسی ضرایب استاندارد شده مسیرهای مربوط به فرضیه‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد (اثرگذاری متغیر مستقل بر متغیر وابسته). برای محاسبه ضرایب استاندارد مسیر بین متغیرها باید از الگوریتم پیل‌اس استفاده نمود. ضرایب استاندارد شده بین متغیر مستقل و وابسته نشان می‌دهد که متغیر مستقل این میزان درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند. شکل شماره ۲ ضرایب استاندارد شده مسیرهای مربوط متغیرها را نشان می‌دهد.



شکل ۲- اثرگذاری متغیرهای مستقل بر روی متغیرهای وابسته (ضرایب استاندارد شده)

شکل شماره ۲ نشان می‌دهد که شش مؤلفه خدماتی، فرهنگی، طبیعی، اقتصادی، زیربنایی گردشگری، را ۸۳ درصد تبیین می‌کنند که در بین مؤلفه‌های پژوهش بیشترین تأثیرگذاری بر گردشگری مرند عبارت از زیربنایی، مدیریتی، فرهنگی، طبیعی، خدماتی و اقتصادی به ترتیب با ارزش $0/929$ ، $0/882$ ، $0/771$ ، $0/723$ ، $0/715$ و $0/650$ می‌باشند. همچنین جهت بررسی معنی‌داری روابط بین متغیرها یعنی معنی‌دار بودن اثرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته از مقدار آماره به‌دست‌آمده از خروجی مدل استفاده می‌شود. به‌گونه‌ای که مقدار آماره بزرگ‌تر از $1/96$ برای معنی‌داری در سطح ۹۵ درصد و مقدار آماره بزرگ‌تر از $2/58$ برای معنی‌داری در سطح ۹۹ درصد اطمینان مورد قبول می‌باشد (شکل شماره ۳).



شکل ۳- آزمون مدل ساختاری

مقدار آماره در مدل پژوهش برای متغیرها نشان می‌دهد از بین ۶ متغیری که اثرگذاری آنها بر متغیر گردشگری مرند مورد بررسی قرار گرفته، متغیر خودکفایی اقتصادی کمترین مقدار آماره را به خود اختصاص داده است (۰/۳۵۰) و چون کمتر از مقدار آماره استاندارد ۱/۹۶ هستند، لذا اثرگذاری این متغیر آخری معنی‌دار نیست. اما مابقی متغیرها معنی‌دار هستند و بیشترین مقدار آماره را به خود اختصاص داده‌اند. در جدول شماره (۲) و شکل شماره ۳ که مربوط به نتایج مدل است، آنچه که مهم است مقدار آماره متغیرها و در واقع مقدار آماره اثرگذاری متغیر مستقل بر متغیر وابسته است. روابطی که در آن مقدار آماره به‌دست‌آمده، بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد، تأیید می‌شوند و روابطی که مقدار آماره آن‌ها کمتر از ۱/۹۶ باشد مورد تأیید واقع نمی‌شوند.

جدول ۴- آزمون مدل ساختاری (ضرایب مسیر میانگین، انحراف معیار، مقادیر تی)

مؤلفه‌ها	نمونه اصلی	میانگین نمونه	انحراف معیار	آماره تی	معناداری
گردشگری در توسعه منطقه‌ای -> اقتصادی	۰/۶۵	۰/۶۵۳	۰/۰۶۴	۱۰/۱۴۹	۰/۰۰۰
گردشگری در توسعه منطقه‌ای -> خدماتی	۰/۸۴۶	۰/۸۴۵	۰/۰۲۸	۳۰/۲۹۳	۰/۰۰۰
گردشگری در توسعه منطقه‌ای -> زیربنایی	۰/۹۲۹	۰/۹۲۹	۰/۰۱۲	۷۷/۰۶۱	۰/۰۰۰
گردشگری در توسعه منطقه‌ای -> طبیعی	۰/۷۲۳	۰/۷۲۹	۰/۰۵۶	۱۲/۸۵۴	۰/۰۰۰
گردشگری در توسعه منطقه‌ای -> فرهنگی	۰/۸۷۸	۰/۸۸۱	۰/۰۲۱	۴۱/۴۳۵	۰/۰۰۰
گردشگری در توسعه منطقه‌ای -> مدیریتی	۰/۹۳۹	۰/۹۴	۰/۰۰۹	۱۰۲/۲۵۷	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷.

ج) آزمون کیفیت مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری: یکی دیگر از آزمون‌های ارزیابی مدل اندازه‌گیری انعکاسی، آزمون بررسی کیفیت آن است که اعتبار اشتراک استفاده می‌شود. چنانچه مقدار $1-SSE/SSO$ مثبت باشد، کیفیت ابزار اندازه‌گیری مناسب است. این شاخص در واقع توانایی مدل مسیر را در پیش‌بینی متغیرهای مشاهده‌پذیر از طریق متغیر پنهان متناظرشان می‌سنجد. با توجه خروجی الگوریتم PLS که در جدول شماره (۵) ارائه شده است و مقادیر مثبتی را نشان می‌دهند، می‌توان گفت که مقادیر محاسبه‌شده در حد بالایی قابل قبول می‌باشند. در نتیجه مدل اندازه‌گیری از کیفیت خوبی برخوردار بوده و مدل توانایی پیش‌بینی را داراست.

جدول ۵- خروجی آزمون کیفیت مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری

مؤلفه	1-SSE/SSO
اقتصادی	۰/۱۶۲
خدماتی	۰/۵۳۸
زیربنایی	۰/۴۱۸
طبیعی	۰/۲۷۳
فرهنگی	۰/۴۱۲
مدیریتی	۰/۳۷۶

د) مدل کلی آزمون ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی: در مدل‌سازی حداقل مربعات جزئی، شاخصی به نام نیکویی برازش (GOF) پیشنهاد شده است. این شاخص هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را مدنظر قرار می‌دهد و به‌عنوان معیاری برای سنجش عملکرد کلی مدل به کار می‌رود.

حدود این شاخص بین صفر و یک بوده و سه مقدار $۰/۰۱$ ، $۰/۲۵$ و $۰/۳۶$ را به ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده‌اند. متوسط مقادیر اشتراکی این مدل $۰/۶۱۶$ و میانگین R^2 برابر با $۰/۶۹۶$ است، نهایتاً

شاخص GOF این مدل، مقدار ۰/۶۵۵ به‌دست‌آمده است که از مطلوبیت کلی مدل حکایت دارد.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر بر این مبنا استوار است که رویکرد فعلی گردشگری در توسعه منطقه‌ای مرند دارای کارایی و اثربخشی مطلوب نیست. چرا که مشاهده می‌شود هر روز شکاف مدیریتی، نهادی، ساختاری، قانونی، و اجتماعی - فرهنگی افزون‌تر شده و در حال گسترش می‌باشد. مطالعه شاخص‌های گردشگری در توسعه منطقه‌ای مرند حاکی از این است که و الگوهای مواجهه و همچنین کمبود زیرساخت‌های مناسب گردشگری، آموزش نامناسب نیروی انسانی، زیرساخت‌های مالی نامساعد، کارآمدی لازم برای پذیرای گردشگری و تولید درآمد و اقتصاد مولد را ندارد.

ضعف هم‌افزایی و تشریک‌مساعی در مدیریت گردشگری، ضعف حضور فعالان اقتصادی، ضعف پاسخگویی و شفافیت در مدیریت شهری، تمرکزگرایی و انحصار منابع قدرت و بسیاری از عوامل دیگر از جمله چالش‌های هستند که مدیریت گردشگری موجود را دچار تفرق و واگرایی‌های اساسی کرده است. لذا چاره کار در وضع موجود گرایش به سمت الگوهای گردشگری نوین و به‌خصوص استفاده از ظرفیت ویژه گردشگری در توسعه منطقه‌ای مرند می‌باشد تا بتواند حضور ذی‌نفعان و ذی‌نفوذان و هم‌گرا سازی آنان در چارچوب قانونی مناسب، اثربخشی و کارآمدی را بیشتر نموده و توسعه گردشگری را دوام بخشد.

نتایج نشان می‌دهد:

- آزمون معادلات ساختاری نشان می‌دهد که شش مؤلفه خدماتی، فرهنگی، طبیعی، اقتصادی، زیربنایی گردشگری، را ۸۳ درصد تبیین می‌کنند که در بین مؤلفه‌های پژوهش بیشترین تأثیرگذاری بر گردشگری در توسعه منطقه‌ای مرند عبارت از زیربنایی، مدیریتی، فرهنگی، طبیعی، خدماتی و اقتصادی به ترتیب بارزش ۰/۹۲۹، ۰/۸۸۲، ۰/۷۷۱، ۰/۷۲۳، ۰/۷۱۵ و ۰/۶۵۰ می‌باشند.
- همچنین جهت بررسی معنی‌داری روابط بین متغیرها یعنی معنی‌دار بودن اثرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته از مقدار آماره به‌دست‌آمده از خروجی مدل استفاده می‌شود. به‌گونه‌ای که مقدار آماره بزرگ‌تر از ۱/۹۶ برای معنی‌داری در سطح ۹۵ درصد و مقدار آماره بزرگ‌تر از ۲/۵۸ برای معنی‌داری در سطح ۹۹ درصد اطمینان مورد قبول می‌باشد.
- مقدار آماره در مدل پژوهش برای متغیرها نشان می‌دهد از بین ۶ متغیری که اثرگذاری آنها بر متغیر گردشگری در توسعه منطقه‌ای مرند مورد بررسی قرار گرفته، متغیر خودکفایی اقتصادی کمترین مقدار آماره را به خود اختصاص داده است (۰/۳۵۰) و چون کمتر از مقدار آماره استاندارد ۱/۹۶ هستند، لذا اثرگذاری این متغیر آخری معنی‌دار نیست. اما مابقی متغیرها معنی‌دار هستند و بیشترین مقدار آماره را به خود اختصاص داده‌اند.
- آزمون کیفیت مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری: یکی دیگر از آزمون‌های ارزیابی مدل اندازه‌گیری انعکاسی، آزمون بررسی کیفیت آن است که اعتبار اشتراک استفاده می‌شود. چنانچه مقدار 1-SSE/SSO مثبت باشد، کیفیت ابزار اندازه‌گیری مناسب است. این شاخص درواقع توانایی مدل مسیر را در پیش‌بینی متغیرهای مشاهده‌پذیر از طریق متغیر پنهان متناظرشان می‌سنجد. با توجه خروجی الگوریتم PLS می‌توان گفت که مقادیر محاسبه‌شده در حد بالایی قابل قبول می‌باشند. در نتیجه مدل اندازه‌گیری از کیفیت خوبی برخوردار بوده و مدل توانایی پیش‌بینی را داراست.
- شاخصی به نام نیکویی برازش بین صفر و یک بوده و سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی می‌شود. متوسط مقادیر اشتراکی این مدل ۰/۶۱۶ و میانگین R2 برابر با ۰/۶۹۶ است، نهایتاً شاخص GOF این مدل، مقدار ۰/۶۵۵ به‌دست‌آمده است که از مطلوبیت کلی مدل حکایت دارد.

پیشنهادها و توصیه‌های سیاستی

توصیه‌های سیاستی در حوزه گردشگری برای توسعه منطقه‌ای و افزایش رقابت‌پذیری می‌توانند در چندین حوزه متمرکز شوند. این توصیه‌ها شامل اقدامات استراتژیک و سیاست‌هایی است که به تقویت اقتصاد محلی، حفظ محیط‌زیست، و ارتقاء تجربه گردشگری کمک می‌کند. در زیر به برخی از این توصیه‌ها اشاره شده است:

۱. توسعه زیرساخت‌ها

- حمل و نقل و دسترسی: بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل مانند جاده‌ها، راه‌آهن، فرودگاه‌ها و بنادر برای تسهیل دسترسی گردشگران به مناطق مختلف.

- زیرساخت‌های دیجیتال: توسعه زیرساخت‌های ارتباطی و اینترنت پرسرعت در مناطق گردشگری برای بهبود تجربه گردشگری و تبلیغات دیجیتال.

۲. حفاظت از محیط‌زیست و فرهنگ محلی

- سیاست‌های پایداری: اعمال سیاست‌هایی برای حفظ منابع طبیعی و فرهنگی از طریق گردشگری پایدار و مسئولانه.

- حفظ فرهنگ محلی: تقویت فرهنگ و هنرهای محلی از طریق تشویق به استفاده از محصولات و خدمات محلی و آموزش گردشگران در مورد فرهنگ محلی.

۳. تنوع‌بخشی به محصولات گردشگری

- توسعه محصولات جدید: ایجاد و توسعه محصولات جدید گردشگری مانند گردشگری طبیعت، گردشگری سلامت، و گردشگری ماجراجویی برای جذب مخاطبان متنوع.

- ارتقاء کیفیت خدمات: آموزش و توانمندسازی نیروی کار محلی برای ارائه خدمات با کیفیت بالا به گردشگران.

۴. تقویت بازاریابی و تبلیغات

- برندسازی منطقه‌ای: ایجاد یک برند قوی برای منطقه که نشان‌دهنده ویژگی‌های منحصر به فرد و جذابیت‌های آن باشد.

- استفاده از فناوری دیجیتال: بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال برای جذب گردشگران و ارتقاء تصویر منطقه.

۵. تشویق سرمایه‌گذاری و همکاری‌های بین‌بخشی

- حمایت از سرمایه‌گذاری: فراهم آوردن تسهیلات و مشوق‌های مالی برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در حوزه گردشگری.

- همکاری‌های بین‌بخشی: تقویت همکاری بین دولت، بخش خصوصی و جوامع محلی برای تحقق اهداف توسعه گردشگری.

۶. آموزش و توانمندسازی جامعه محلی

- برنامه‌های آموزشی: طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی برای جامعه محلی در زمینه مدیریت کسب و کارهای گردشگری، زبان‌های خارجی، و مهارت‌های بین‌المللی.

- تشویق به کارآفرینی محلی: حمایت از کارآفرینی در بخش گردشگری از طریق برنامه‌های مشاوره‌ای و تأمین مالی.

۷. پژوهش و نوآوری

- تحقیقات بازاریابی: انجام تحقیقات مستمر برای شناسایی روندها و نیازهای گردشگران و تطبیق محصولات گردشگری با این نیازها.

- نوآوری در خدمات: تشویق به نوآوری در ارائه خدمات گردشگری با استفاده از فناوری‌های جدید و راهکارهای خلاقانه.
۸. توسعه شبکه‌های همکاری منطقه‌ای و بین‌المللی
- شبکه‌های همکاری منطقه‌ای: ایجاد و تقویت شبکه‌های همکاری با مناطق و کشورها برای تبادل تجربیات و جذب گردشگران بیشتر.
- همکاری‌های بین‌المللی: شرکت در نمایشگاه‌ها و برنامه‌های بین‌المللی برای معرفی منطقه به بازارهای جهانی.
- اجرای این سیاست‌ها به‌طور مؤثر می‌تواند نه تنها به توسعه پایدار منطقه‌ای منجر شود، بلکه رقابت‌پذیری مناطق در جذب گردشگران داخلی و بین‌المللی را نیز بهبود بخشد.

منابع

- Abdollahnezhad, F., Andam, R., & Rajabi, M. (2024). Bibliometric Analysis of Service Quality in Sports Tourism. *Journal of tourism and development*, 13(1), 262-279. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2750044>
- Aramesh, H., Firuzi, A. Y. B., & Sargolzaiee, A. R. (2018). Special Economic Zone based on SWOT Analysis and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *Management Researches*, 11(40), 109-136. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/1909734>
- barati, j. (2019). The framework for regional tourism satellite accounts in Iran. *Quarterly Journal of Applied Economics Studies in Iran*, 8(31), 1-31. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2057028>
- Beishami, B., & Mahmoodi, M. (2015). Review and Assess the Role of Citizen Participation in Urban Sustainable tourism Tehran municipality zone 22 case study. *journal of urban tourism*, 2(1), 91-103. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/1595790>
- Dadashi, A. M., Dadashi, S. M. M., & Shamshiri, A. (2024). Challenges Of Civil Responsibility Of Tourism Guide And Technical Director Of Tourism Services Office In Iranian Law And A Comparative Study With French Law. *Journal of tourism and development*, 13(1), 19-32. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2750031>
- Ghodrati, M., Hadipeykani, M., & Ebrahimzadeh, R. (2024). Analyzing the discourse of tourism development with a justice-oriented and moderate approach. *Journal of Value Creating in Business Management*, 4(2), 22-41. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2743194>
- Gilandeh, A. G., & Vaezi, H. (2022). Investigating the role of tourism space in urban areas on the promotion of cultural ecosystem services (Case study: District 1 of Ardabil City). *Journal of Environmental Science Studies*, 7(4), 5722-5730. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2478388>
- Jahan, D., Haghi, Y., Nasab, M. M., & Tilgooy, F. (2024). Planning sports tourism destination with the approach of strengthening tourists' loyalty to the destination (case study: Neor Ardabil protected area). *Journal of Economic geography research*, 5(15), 54-66. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2743601>
- Kaghazian, S., Naghdi, Y., & Baran, F. E. (2024). Simultaneous Effect of Economic Variables on Income and Number of Tourists in Selected Islamic Countries. *Journal of tourism and development*, 13(1), 281-291. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2750045>
- Khaksari, A., & Abbasi, M. (2014). Identifying tourism potentials in Kuhrang and proposing appropriate solutions for its tourism development. *Journal of of Geographical Data (SEPEHR)*, 22(88), 106-. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/1274709>

- Meshkini, A., & Heydari, T. (2011). A Consideration of Tourism Development in Zanjan-Iran through SWOT Model, a Case Study of Zanjanrud. *Geographic Space*, 11(35), 37-. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/930887>
- Mohmoodabadi, N., Ebrahimi, A., Tayaran, S., & Esfahani, S. T. (2024). Analyzing The Past And Mapping The Future Of Experiential Marketing In Tourism: A Scientometric Approach. *Journal of tourism and development*, 13(1), 179-194. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2750040>
- Moradi, G., Benadkuki, F. D., Ghanbari, S., & Moradi, M. (2024). Estimating the Economic Value of Tourist Attractions Using the Contingent Valuation Method (Case Study: Dowlatabad Garden, Yazd Province, Iran). *Journal of tourism and development*, 13(1), 65-78. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2750034>
- Mortzaei, S., Mojtahedzadeh, P., & Ezzati, E. (2019). Tourism Diplomacy and Tourism Boom in the Makran Region: A Case Study of Iran's Relations with Eastern Neighbors. *Quarterly of Geography (Regional Planing)*, 9(2), 561-582. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2030774>
- Moussakazemi, S. M., Rahmani, M., Hosseini, S. A., & Pourkhodadad, B. (2024). Urban tourism development strategies with a cultural-historical approach (Case Study: Gilan province). *Geography*, 22(81), 51-68. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2752932>
- Nazari, P. (2024). Identifying the Influential Components on Urban Tourism Branding (Case Study: Kermanshah City). *Journal of Urban Economics and Planning*, 5(1), 186-198. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2748889>
- Nemati, M., Cheraghi, M., Feyzolahpour, M., & Abbasi, M. (2024). Analyzing factors affecting the social health of elderly tourists, a case study: Asara district, Karaj city. *Journal Of Gerontology*, 9(2), 73-87. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2753093>
- Param, A. G. (2024). The feeling of social security based on the development of tourism in urban architectural spaces (case study: of Kerman City). *Journal of Geography and Regional Future Studies*, 2(2), 50-60. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2747484>
- Rahimpour, B., Zaheri, M., & Karimzadeh, H. (2024). The Formulation Of Sustainable Development Scenarios Of Rural Tourism With A Foresight Approach (Case Study: Tourism Destination Villages-Saqez County). *Journal of tourism and development*, 13(1), 109-127. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2750036>
- Sabet, N. S., Kermani, A. N., & Haratifard, S. (2012). The Effect of Tourism Providing Information by Tour and Travel Agencies in Tehran on the Development of Tourism Spatial System in Tehran. *Geography*, 10(34), 123-. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/1049397>
- Sedaghat, M., & Ziyae, M. (2024). A paradigmatic model of Sustainable Tourism Development in Islamic Republic of Iran. *Journal of tourism and development*, 13(1), 79-107. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2750035>
- Soltanabad, J. G., Mirghafoori, S. H., Asadi, M., & Tafti, H. F. (2024). Presenting a Model of Organizational Crisis Management in Iran's Tourism Industry (with an Emphasis on Corporate Social Responsibility (CSR)). *Journal of tourism and development*, 13(1), 51-63. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2750033>
- Torkestani, M. S., Borj, K. B., & Jahedi, P. (2019). Tourism Market Segmentation of Kish Free Zone: A New Approach to Brand Concept Map. *Journal of Tourism Management Studies*, 14(47), 29-63. Retrieved from <https://www.magiran.com/paper/2093959>