



## تأثیر آگاهی شهروندان، جاذبه‌ها، امکانات بر توسعه شهری در مناطق خشک

### (مطالعه موردی شهر گناباد)

مجتبی ملک زاده نوقابی- کارشناسی ارشد گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه حکیم

سبزواری، سبزواری، ایران (نویسنده مسئول)

mojtaba.malekzadeh99@gmail.com

مهدی زنگنه- استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزواری، ایران

پذیرش: ۱۴۰۳/۴/۳

دریافت: ۱۴۰۳/۱/۱۷

#### چکیده

توسعه گردشگری در همه کشورهای دنیا هم از منظر اقتصادی و هم از منظرهای فرهنگی و سیاسی مورد توجه همه بوده است. با توجه به اهمیت گردشگری هدف اصلی این پژوهش، بررسی قابلیت‌های گردشگری گناباد و ارائه راهکارهای لازم برای توسعه رشد گردشگری با استفاده از ظرفیت‌های موجود می‌باشد. این پژوهش توصیفی تحلیلی می‌باشد که با هدف کاربردی دنبال می‌شود. اطلاعات جمع‌آوری شده بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی است. گردشگری و شاخه‌های مختلف آن در جهان امروز نقش متنوعی در زمینه‌های گوناگون فرهنگی، اجتماعی و همچنین بخش اقتصادی بازی می‌کنند. هدف از انجام این تحقیق، بررسی تأثیر برخی از عوامل مانند آگاهی شهروندان، جاذبه‌های گردشگری، امکانات تفریحی، امکانات زیرساختی و توسعه شهری بر گردشگری در شهر گناباد می‌باشد.

در این تحقیق قابلیت‌های گردشگری شهر گناباد مورد توجه قرار گرفته است. برای بررسی فرضیات مربوطه، پرسش‌نامه‌ای طرح شده است. داده‌های حاصل با استفاده از آزمون تی استیودنت تک نمونه‌ای و مدل رگرسیون چندمتغیره، برای آزمون فرضیه‌های طرح شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. براساس نتایج بدست آمده آگاهی ساکنان شهر گناباد درباره قابلیت‌های شهر گناباد، وجود جاذبه‌های گردشگری در این شهر، وجود زیرساختها، امکانات تفریحی و اقامتی و پذیرش اجتماعی ساکنین، به طور معنی‌داری مورد تأیید قرار می‌گیرند. براساس نتایج حاصل از مدل رگرسیون چندمتغیره، امکانات تفریحی و اقامتی، امکانات و زیرساخت‌ها، جاذبه‌های گردشگری و پذیرش اجتماعی ساکنین همگی تأثیر معنی‌داری بر توسعه شهری گناباد دارند و به ترتیب بیشترین تأثیر بر توسعه این شهر را دارند. از الفای کرونباخ برای تحلیل پایایی و روایی استفاده شده است. نتایج نشان‌دهنده تأثیر معنی‌دار عوامل یاد شده بر توسعه گردشگری می‌باشند.

کلیدواژه‌ها: گناباد، توسعه شهری، توسعه گردشگری

## مقدمه

اهمیت گردشگری از نظر اقتصادی و اشتغال زایی بسیار زیاد است بطوری که می توان آن را به عنوان نیروی محرکه اقتصادی هر کشوری قلمداد کرد. گردشگری مزیت های فراوانی دارد و میتواند منبع مهمی برای اشتغال باشد، به علت آنکه اشتغال در این صنعت به مهارت زیادی احتیاج ندارد، مردم محلی با اندک دانشی می توانند در مشاغل خدماتی به اشتغال دست پیدا کنند. (برون، ۲۰۰۳). در کشور های مختلف در سال های گذشته، گردشگری به عنوان یکی از مهم ترین راهکارهای توسعه پایدار محیطی و اجتماعی و اقتصادی در این کشورها مطرح بوده است. (علیپور و همکاران، ۱۳۹۶). بر اساس تخمین سازمان جهانی جهانگردی، کل گردشگران دنیا در سال ۲۰۰۷ میلادی ۹۰۵ میلیون نفر بوده اند که از این رقم سهم ایران فقط ۲/۵ میلیون نفر بوده است (هزارجریبی، نجفی، ۱۳۹۱). عقب ماندن در حوزه گردشگری به معنای از دست دادن درآمد قابل توجهی می باشد که می تواند برای توسعه ی اقتصادی کشور مهم باشد. درآمد گردشگری در سده ی ۲۱ از گردش مالی بخش صنعت پیشی خواهد گرفت و در چند سال آینده حداقل به ۲ تریلیون دلار خواهد رسید. در این عرصه، رسیدن کشورهایی که از جاذبه ها و امکانات مناسب گردشگری برخوردار هستند حداقل به یک درصد از آن رقم می رسد و سالانه درآمدی حدود ۲۰ میلیارد دلار نصیب آنها خواهد کرد. درآمدهای ناشی از توسعه گردشگری برای اقتصادهای تضعیف شده مانند اقتصاد ایران بسیار زیاد است و فعالیت های اقتصادی و فرهنگی و اجتماعی کشور را تحت تأثیر قرار خواهد داد. (نوبخت، پیروز، ۱۳۸۷). آموزش از جنبه های پر اهمیت گردشگری پایدار بوده و مدیریت صحیح گردشگری توسعه به عواملی مانند تربیت افراد، ارائه آموزش و فرهنگ سازی و آموزش هنجارهای مناسب جامعه بستگی دارد و از آنجا که گردشگری یک فعالیت خدماتی است و افراد در مشاغل مختلف و در سطوح متفاوت آن را انجام می دهند، توجه به آموزش و ارتقا سطح فرهنگی و اعتقادی آنان یکی از عوامل اصلی توسعه فرهنگی هر کشور به شمار می رود. اجرای آموزش و بهسازی فکری و فرهنگی نیروی انسانی سبب می شود تا افراد بتوانند متناسب با فرهنگ های مختلف، برخورد مناسبی با گردشگران بین المللی داشته باشند (شاطری، ۲۰۱۲) بنابراین بررسی و مطالعه قابلیت ها و توانمندی های شهر گناباد برای جذب گردشگران به عنوان مسئله این پژوهش می باشد. مهمترین موضوع تحقیق بررسی قابلیت های توسعه گردشگری و تاثیر آن در توسعه شهری گناباد به عنوان یکی از شهرهای تاریخی واقع در مناطق خشک می باشد. گردشگری اثرات زیادی دارد که به عنوان نیروی اصلی توسعه اقتصادی در تمام کشورها می توان آن را قلمداد کرد. آنچه کشورهای جهان برای گردشگری در کنار مواد اولیه ارزان نیاز دارند جاذبه های گردشگری است که می تواند کشورها را از یکدیگر متفاوت کند، لذا همه کشورها با برنامه ریزی اصولی توانایی جذب گردشگر را دارد و از این راه به رشد و پیشرفت توسعه منابع درآمد ارزی کمک می کند. جهانگردی به دو صورت مستقیم و غیر مستقیم بر اقتصاد کشورها تأثیر می گذارد. مستقیم: ارزیابی که جهانگردان هنگام اقامت در دیگر کشورها هزینه می کنند. غیر مستقیم: هزینه هایی که برای سفر از آن کشور به کشور دیگر پرداخت می کنند که از منابع اصلی تأمین ارزهای خارجی برای یک کشور در حال توسعه محسوب می



شود. (رضوانی، ۱۳۸۱). در عصر حاضر عدم توجه به توسعه توریسم اغلب کشورها، شهرها را با چرخه ی معیوبی از بهم ریختگی های اجتماعی - اقتصادی و زیست محیطی مواجه ساخته و آنها را مشکلات نو ظهوری از قبیل فقر، نزول کیفیت زندگی، فاصله زیاد درآمدی، از هم پاشیدگی های اجتماعی و بی عدالتی در توزیع خدمات شهری مواجه ساخته است. (ابراهیم زاده، عیسی، ۱۳۹۷). صنعت گردشگری دارای پتانسیل مشارکت در توسعه پایدار، از طریق روش هایی چون ایجاد شغل برای زنان و گروه های محروم می باشد از طرفی گردشگری پایدار میان حفاظت از محیط زیست، یکپارچگی فرهنگی، مزایای اقتصادی، عدالت اجتماعی و نیز برآورده کردن نیازهای جامعه میزبان در جهت بهبود استانداردهای زندگی ایشان، در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، توازن و تعادل برقرار می کند. (لی یو و همکاران، ۲۰۱۳). یکی دیگر از ضرورت های مهم تحقیق، قرار گرفتن شهر گناباد در فاصله ۲۴۰ کیلومتری مشهد و در مسیر راه های ارتباطی جاده آسیایی می باشد که شرایط بسیار مناسبی برای جذب گردشگران مهیا کرده است. دبیر ستاد تسهیلات نوروژی شهرستان، تعداد مسافران نوروژی که در سال ۸۸ در ۱۰ روز اول سال به این شهرستان سفر کرده است را ۳۵۰۰۰ نفر اعلام کرد. این آمار نشان می دهد شهرستان در حال حاضر در ایام عید ۳۰۰۰ نفر در روز مسافر دارد. با توجه به رفت و آمد این جمعیت گردشگر و مسافر از این شهر و همچنین توانمندی ها و بناهای تاریخی و فرهنگی مانند مسجد جامع گناباد، آرامگاه امام زاده سلطان محمد عابد، قنات قصبه، امام زاده احمد، مسجد جامع عبدالله نوقاب، مسجد جامع بیدخت و ... در جذب گردشگر و تاثیر رشد گردشگری بر توسعه شهری، ضرورت دارد که در این تحقیق برای گردشگری شهر گناباد، به ارائه راهکارهایی برای توسعه گردشگری در شهر گناباد پرداخته شود. ضرورت کاربردی این پژوهش از آنجایی مشهود می شود که در سال های اخیر ورود گردشگران داخلی و خارجی به شهر گناباد و بازدید از بناهای تاریخی پیشرفت محسوسی داشته است که این خود جای خوشحالی برای صنعت گردشگری کشورمان می باشد (ستاد تسهیلات گردشگری شهر گناباد، ۱۳۸۸). به طور کلی پژوهش های فراوانی در زمینه گردشگری و راهکارهای توسعه گردشگری انجام شده است اما تا به حال پژوهشی در رابطه با قابلیت ها و توانمندی های گردشگری در مناطق خشک و به طور خاص شهر گناباد انجام نشده است.

به نظر می رسد علیرغم نقش مهم و انکار ناپذیر قنات در توسعه گردشگری پایدار شهری به ویژه قنات قصبه گناباد، تاکنون دورنمای روشنی از جهات مثبت و منفی عملکرد سامانه قنات تبیین نشده است، بنابراین پژوهش حاضر با سوالات و فرضیات ذیل ادامه می یابد.

- آیا آگاهی ساکنان شهر گناباد از قابلیت های گردشگری شهرشان در سطح مطلوبی می باشد و تاثیری بر توسعه شهری دارد؟

- آیا امکانات شهر گناباد از وضعیت مطلوبی برخوردار می باشد و تاثیری بر توسعه شهری دارد؟

- آیا جاذبه های گردشگری از وضعیت مطلوبی برخوردار می باشد و و تاثیری بر توسعه شهری دارد؟



- آیا توسعه شهری گناباد در گناباد به رخ داده است و تاثیری بر توسعه شهری دارد؟

**پیشینه تحقیق:**

پیشینه داخلی:

افتخاری و همکاران (۱۳۸۹)، در پژوهشی به بررسی قابلیت های گردشگری مناطق روستایی شهرستان نیر پرداختند. در سال های گذشته بیکاری و رفتن جوانان از روستا و افراد دارای تحصیلات بالاتر از روستا ها، ساختار روستاهای کشور به خطر افتاده است. لذا گردشگری به عنوان یک عامل رو به رشد برای تغییر شرایط موجود بعنوان یکی از عوامل پراهمیت راهبرد توسعه روستایی مدنظر است و به عنوان یک راهبرد اساسی و دارای مزیت های زیاد می تواند اشتغال نسل جوان، اقتصاد تضعیف شده روستا، آفرینی سرمایه گذاری و جمعیت را به سمت روستا سرازیر کند. با این دیدگاه واضح ترین اهمیت گردشگری در مناطق مستعد گردشگری می تواند سبب موازنه اقتصادی در منطقه شود. اما مسئله مهم در توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه، سرمایه گذاری در مکان های دارای جاذبه های گردشگری می باشد و این ممکن نیست جزء اینکه انتخاب درستی از بین مناطق گردشگری صورت گیرد تا شرایط توسعه گردشگری در کل منطقه ایجاد شود. میرصفدری و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی به بررسی جاذبه های گردشگری استان همدان پرداختند. رشد صنعت توریسم در دنیا و قرار گیری آن بعد از درآمد های نفتی و تاثیر آن بر توسعه اقتصاد و جامعه بدون شک یکی از راه های توسعه اقتصاد، برنامه ریزی و سرمایه گذاری است. استان همدان با داشتن سابقه تاریخی و فرهنگی و موقعیت جغرافیایی خاصی که دارد توانمندی های گردشگری زیادی را برای استان همدان به ارمغان آورده است که متأسفانه درصد بسیار کمی از این توانایی ها امروزه مورد استفاده است. محمودی چناری و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به شناخت قابلیت های روستا های شهرستان ماسال برای توسعه گردشگری کشاورزی پرداختند. رازقی (۱۳۹۸)، در پژوهشی به شناخت جاذبه های گردشگری و بررسی صنعت توریسم در نوار ساحلی مکران استان هرمزگان پرداختند. دوستی و همکاران (۱۳۹۸)، در پژوهشی به ارزیابی ظرفیت های گردشگری خلاق در کلان شهر تبریز پرداختند.



### پیشینه خارجی

پژوهشهای مختلفی در خارج و در داخل ایران در خصوص صنعت گردشگری انجام شده است. پژوهشگران از زوایای مختلف صنعت گردشگری را مورد مطالعه قرار داده اند. محورهای عمده این تحقیقات رابطه گردشگری با توسعه، گردشگری و اشتغال، امکان سنجی توسعه گردشگری در عارض‌های طبیعی (دریاچه، رودخانه، اشکال ژئومورفولوژیک و...) یا مکانهای انسان ساخت (شهر، روستا، مراکز تاریخی و فرهنگی)، رابطه توسعه گردشگری با مدیریت، گردشگری و توسعه پایدار، ارائه الگوی توسعه گردشگری و ... می باشد. اما تعداد اندکی از آنها به بررسی موانع، چالشها، علل ناکامی و عدم توسعه صنعت گردشگری در کشورها یا جوامعی که دارای جاذبه های توریستی زیاد هستند، پرداخته اند. مهمترین پژوهشهای انجام شده مرتبط با موضوع تحقیق در خارج و داخل ایران موارد ذیل است:

کرک (۱۹۹۸) به صنعت گردشگری در کشورهای سوسیالیستی اروپای شرقی توجه کرده است و معتقد است که ایدئولوژی بسته سوسیالیستی نقش مؤثری در عدم توسعه صنعت چالش های توسعه گردشگری پایدار در گردشگری در این کشورها داشته است. توسان (۲۰۰۱) چالش های توسعه گردشگری پایدار در کشورهای جهان سوم را با تأکید بر کشور ترکیه بررسی کرده است و معتقد است که این کشورها برای رسیدن به توسعه پایدار گردشگری، نیازمند حمایت و همکاری نهادها و سازمانهای بین المللی هستند.

هندرسون (۲۰۰۲) گردشگری و سیاست ها در شبه جزیره کره را موضوع تحقیق خود قرار داده است. وی با مقایسه سیاست ها و ایدئولوژی سیاسی دو کشور کره شمالی و کره جنوبی به این نتیجه رسیده است که کره جنوبی با ایدئولوژی سازگار با گردشگری بین المللی، گردشگر بیشتری نسبت به کره شمالی جذب کرده است.

کیم و همکاران (۲۰۰۶) به گردشگری و ایدئولوژی سیاسی در کره شمالی پرداخته اند و معتقدند که ناکامی صنعت این در حالی است که هر دو کشور دارای تاریخ، فرهنگ و طبیعت یکسان می باشند که تا ۶۰ سال پیش، یک کشور بوده اند. (جونز ۲۰۱۰).

## مبانی نظری

طبق نظریه میل و موريسون گردشگری به مجموعه فعالیتی اطلاق می شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می افتد. گردشگری هر فعالیتی از جمله برنامه ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن را شامل می شود. (حیدری چیا، ۱۳۸۹). محیط های شهری از دو جهت در گردشگری اهمیت دارند. اول آنکه کانون های شهری از جهت تمرکز جمعیت و فشارها و دغدغه های ناشی از کار و زندگی و فعالیت به عنوان مبدا مسافرت های توریستی محسوب می شوند و از جهت دیگر به علت وجود امکانات معیشتی و رفاهی، فعالیت های اقتصادی، بازرگانی، صنعتی، فرهنگی، سیاسی، بهداشتی، ارتباطی و فراغتی با داشتن جاذبه های تاریخی، توریستی به عنوان مقصد مسافرت های جهانگردی به شمار می روند. (مردای و فیضی، ۱۳۸۵).

در واقع گردشگری از مهم ترین راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار به خصوص در حوزه شهری است. امروزه از گردشگری به عنوان صنعتی پاک و درآمدزا یاد می شود که زمینه را برای توسعه شهر در ابعاد و حوزه های مختلف به خصوص حوزه اقتصادی فراهم می کند. در فرآیند برنامه ریزی گردشگری، زیرساخت های شهر توسعه پیدا می کند تا زمینه برای ورود و جذب بیشتر گردشگران فراهم شود. مناسب سازی فضایی شهر نقش مهمی در توسعه گردشگری دارد و چنانچه این فضا سازی به درستی انجام نگیرد، گردشگری نه تنها زمینه ساز توسعه شهر نیست، بلکه می تواند آسیب زا باشد؛ لذا نیاز است شهرهایی که توسعه صنعت گردشگری را در چشم انداز خود دارند، نسبت به توسعه زیربنایی شهر اقدام کنند. (دانشپور و همکار، ۱۳۸۶).

هال (۱۹۹۰)، کرک (۱۹۹۸)، هندرسون (۲۰۰۳)، کیم و همکاران (۲۰۰۶)، جونز (۲۱۰)، کازویچ و لینچ (۲۰۱۳)، نقش عوامل ایدئولوژیک به عنوان عامل توسعه یا عامل مانع در صنعت گردشگری را بیش از سایر عوامل می دانند. بیکن (۲۰۱۱)، با مطالعه تأثیر نفت بر گردشگری معتقد است که بین قیمت نفت و توسعه گردشگری در کشورهای نفت خیز رابطه مستقیمی وجود دارد.

بررسی آرا و نظرات اندیشمندان گردشگری در رابطه با عوامل مؤثر بر گردشگری بسیار متفاوت و متنوع است. نگارندگان با استفاده از نظریات فوق و با ادغام سازی و یا تفکیک سازی و مداخله برخی متغیرهای جدید، به ۸ عامل یا مؤلفه مؤثر بر گردشگری رسیده اند که عبارتند از: عامل نهادی و سازمانی، عامل سیاسی داخلی، عامل سیاسی خارجی، عامل اقتصادی، عامل زیربنایی، عامل امنیتی، عامل فرهنگی و دینی و بالاخره عامل جاذبه های گردشگری.

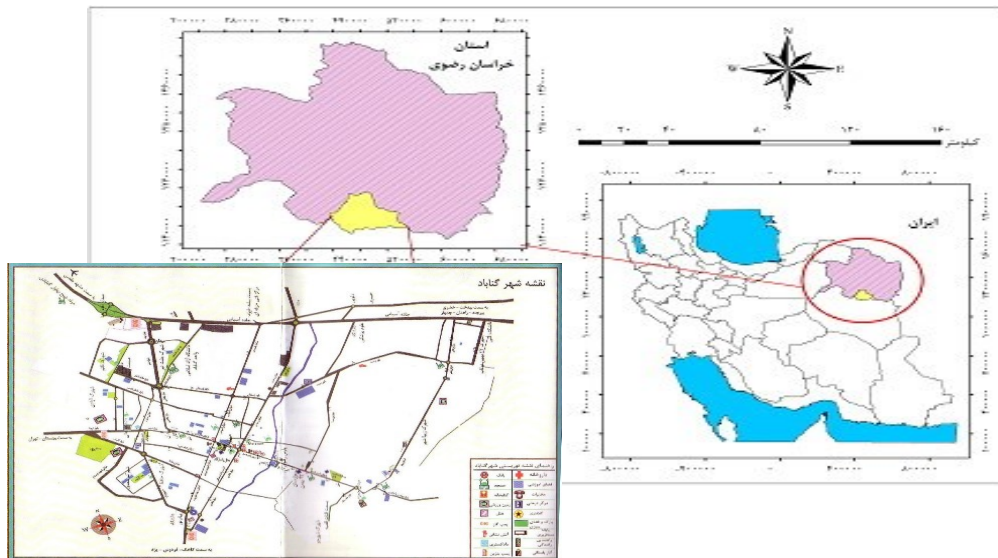


## روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف و نوع تحقیق کاربردی و به لحاظ روش تحقیق توصیفی-تحلیلی محسوب می‌گردد. جامعه آماری این پژوهش شامل (ساکنان شهر مورد مطالعه شهر گناباد) است. و روش نمونه‌گیری در این تحقیق روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده، البته باید دانست که به اقتضای کار تحقیقی و رشته جغرافیا در جهت توزیع متناسب و متعادل پرسشنامه‌ها و تحت پوشش قرار گرفتن کل شهر سعی شد اکثریت محلات شهر در این جریان سهمیم باشند. با استفاده از رابطه کوکران، حجم نمونه آماری با سطح خطای ۵ درصد برابر ۳۸۰ نمونه بدست آمد و به منظور دقت بیشتر ۵۰۰ عدد در نظر گرفته شد. دلیل دیگر افزایش حجم نمونه، حصول اطمینان از تکمیل تعداد حداقل میزان لازم توسط پرسش‌شوندگان می‌باشد. خوشبختانه، از بین ۵۰۰ پرسشنامه توزیع شده، ۴۸۳ عدد بدرستی توسط پرسش‌شوندگان تکمیل شد. متغیرهای پژوهش آگاهی شهروندان، امکانات و زیرساختها، امکانات تفریحی، جابه‌ای گردشگری و توسعه شهری می‌باشند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون تی تست تک نمونه-تی تست مستقل استفاده شده است زیرا متغیرها پیوسته و توزیع آنها نرمال می‌باشد. علاوه براین با توجه به نرمال بودن متغیرهای اندازه‌گیری شده، از رگرسیون چند متغیره برای بررسی معنی داری و میزان تاثیر گذاری عوامل یاد شده بر توسعه گردشگری استفاده شده است. مقدار آلفا برای کل شاخص‌ها (۳۶ گویه در قالب آگاهی شهروندان در حوزه گردشگری، جاذبه‌های گردشگری، امکانات و زیر ساخت‌ها، امکانات تفریحی و اقامتی، پذیرش اجتماعی ساکنین، توسعه شهری) برابر با ۰/۸۸ بوده که نشان می‌دهد مقیاس مورد نظر از پایایی مناسبی برخوردار است.

### محدوده مطالعه

شهر گناباد در طول جغرافیایی ۵۸ درجه و ۴۱ دقیقه و عرض جغرافیایی ۳۴ درجه و ۲۱ دقیقه قرار دارد و شهرستانهای همجوار این شهرستان در شمال فیض آباد و بجستان، مغرب فردوس و بجستان، مشرق آن خواف و جنوب قائن است. ارتفاع متوسط این ناحیه از سطح دریای آزاد ۱۱۰۵ متر است. شهرستان گناباد جنوبی‌ترین شهرستان استان خراسان رضوی ایران است. گناباد از قدیمی‌ترین شهرهای ایران محسوب می‌شود مرکز آن گناباد بوده و در ۲۶۰ کیلومتری مشهد قرار گرفته است و بر اساس آخرین تقسیمات کشوری دارای ۲ بخش به نام‌های مرکزی، کاخک، ۳ شهر، ۴ دهستان و حدود ۱۲۵ آبادی دارای سکنه است. آب و هوای این شهرستان گرم و خشک می‌باشد. شهر گناباد ۴۰،۷۷۳ نفر جمعیت را دارا می‌باشد.



شکل شماره (۱) موقعیت جغرافیایی گناباد، ( میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان

رضوی، ۱۴۰۰)





## یافته ها

در این مرحله از تحقیق به دو نوع از یافته های تحقیق اعم از توصیفی و استنباطی پرداخته می شود.

### \_ یافته های توصیفی

یافته های حاصل از پرسشنامه ها نشان می دهد که بیشترین فراوانی در بازه درآمدی ۵ تا ۷ میلیون تومان بوده قریب به ۳۰ درصد افراد را شامل گردیده است. عمده پرسش شوندگان دارای تحصیلات لیسانس (۴۷ درصد) بوده اند. ۴۰ درصد پرسش شوندگان دارای شغل دولتی و بقیه از سایر مشاغل بوده اند. ۷۱/۶ درصد افراد متأهل، ۶۴/۸ درصد افراد مورد پرسش مرد و بقیه زن بوده اند.

### \_ یافته های استنباطی

## One-Sample Statistics

N	Mean	Std. Dev.	Std. Error Mean	
۴۸۳	.۷۷۷	۱.۱۲۹۹۷	۰.۵۱۴۱	گردشگری حوزه در شهروندان آگاهی
۴۸۳	.۷۴۸	۱.۰۵۸۲۶	۰.۸۱۵	گردشگری های جاذبه
۴۸۳	.۷۲۹	۱.۰۹۰۳۶	۰.۴۹۶۱	ها ساخت زیر و امکانات
۴۸۳	.۷۰۱	۱.۰۴۷۴۲	۰.۴۸۸۸	اقامتی و تفریحی امکانات
۴۸۳	.۳۷۲	.۹۷۳۴۰	۰.۴۴۲۹	ساکنین اجتماعی پذیرش
۴۸۳	.۷۲۲	۱.۰۴۴۴۷	۰.۴۷۵۲	شهری توسعه

## ne-Sample Test

t	Test Value = 0					
	d	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
				Lower	Upper	
۱۵.۱	۴۸	.۰۰	.۷۷۷۲۲	.۶۷۶۲	.۸۷۸۲	آگاهی شهروندان در
۱۵.۵	۴۸	.۰۰	.۷۴۸۴۵	.۶۵۳۸	.۸۴۳۱	گردشگری
۱۴.۷	۴۸	.۰۰	.۷۲۹۳۰	.۶۳۱۸	.۸۲۶۸	جاذبه های گردشگری
۱۴.۳	۴۸	.۰۰	.۷۰۱۰۷	.۶۰۵۰	.۷۹۷۱	امکانات و زیر ساخت
۸.۴۲	۴۸	.۰۰	.۳۷۳۵۰	.۲۸۶۵	.۴۶۰۵	امکانات تفریحی و اقامتی
۱۵.۲	۴۸	.۰۰	.۷۲۲۷۷	.۶۲۹۴	.۸۱۱۶۱	پذیرش اجتماعی ساکنین توسعه شهری

جدول (شماره ۷) نتایج آزمون فرضیه آگاهی شهروندان در حوزه گردشگری

N	Mean	Deviation	Error Mean	Test Value = 0					
				T	df	2-tailed)	Mean Difference	Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
۴۸۳	۷۷۲۳	۲۹۹۳	۵۱۴۱	۱۱۷	۸۲	۰۰۰	۷۷۲۳	۶۷۶۲	۰۸۷۸۲

در این تحقیق هر پاسخ دهنده به ۵ سوال در ارتباط با آگاهی شهروندان گنابادی در حوزه گردشگری، ۶ سوال در رابطه با قابلیت های گردشگری گناباد، ۸ سوال در رابطه با امکانات و زیر ساخت های گناباد، ۵ سوال در رابطه با امکانات تفریحی و اقامتی گناباد، ۵ سوال در رابطه با پذیرش اجتماعی ساکنین گناباد، ۱۲ سوال در رابطه با تاثیر رواج گردشگری بر توسعه شهری و سواتی در رابطه با مشخصات فردی، پاسخ داده است. تعداد پرسش نامه های توزیع شده برابر ۵۰۰ عدد است که از این بین ۱۷ پرسش نامه غیر قابل پذیرش (مخدوش) و بقیه ۴۸۳ پرسش نامه بدرستی توسط پاسخ دهندگان تکمیل شده اند. هر سوال شامل ۵ گزینه خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم است و به منظور کمی سازی پاسخ ها به ترتیب ۲، ۱، ۰، -۱ و -۲ در نظر گرفته شده اند. برای فراهم کردن پاسخ کلی هر فرد به هر یک از ۶ سوال کلی مطرح شده، میانگین پاسخ ها محاسبه شده اند. به طور مثال برای محاسبه پاسخ هر فرد به آگاهی شهروندان گنابادی در حوزه گردشگری میانگین پاسخ فرد به ۵ سوال مربوط در نظر گرفته شده است. کلیه محاسبات با استفاده از نرم افزار SPSS انجام شده است.

با توجه به هر سوال کلی مطرح شده از پرسش شوندگان یک آزمون فرضیه مطرح می شود. به عنوان مثال برای سوال اول فرضیه صفر این است که به نظر پرسش شوندگان "شهروندان آگاهی لازم در حوزه گردشگری را ندارند" و فرضیه خلاف آن بیانگر این است که "شهروندان آگاهی لازم در حوزه گردشگری را دارند". در واقع فرضیه صفر معادل این است که میانگین پاسخ ها به این سوال برابر صفر است و فرضیه خلاف آن معادل این است که میانگین پاسخ ها به این سوال برابر صفر نیست. برای سایر سوال ها به صورت مشابه فرضیه های صفر و خلاف را معرفی می کنیم.

برای آزمودن یک فرضیه آماری مقدار معنی داری آزمون محاسبه می شود که در خروجی نرم افزار SPSS با Sig. نمایش داده می شود. اگر مقدار معنی داری از خطای نوع اول آزمون که آن را با  $\alpha$  نشان می دهیم کمتر باشد، فرضیه صفر در سطح  $\alpha$  رد می شود. طبق تعریف، خطای نوع اول احتمال رد فرض صفر در صورت درست بودن آن است و معمولاً قبل از انجام آزمون و به اختیار محقق ولی مقدار بسیار کوچکی مانند ۰.۰۵ یا ۰.۰۱ فرض می شود.

با توجه به مطالب بالا برای سوال اول، فرضیه صفر در سطح ۰.۰۱ (حتی در سطوح کمتر) رد می شود زیرا مقدار معنی داری (۰.۰۰۰) بسیار کوچک و تقریباً نزدیک صفر است. از طرفی مثبت بودن میانگین پاسخ ها (۰.۷۷۷۲) نشان می دهد پرسش شوندهگان با این پرسش موافق بوده اند. لذا از لحاظ آماری نظر پرسش شوندهگان درباره اینکه شهروندان گنابادی از قابلیت های گردشگری آگاهی لازم دارند، مورد تایید قرار می گیرد.

جدول (شماره ۸) نتایج آزمون فرضیه برای همه گویه های مربوط به آگاهی شهروندان در حوزه گردشگری

Test Value = 0							
Mean	t	df	(2-tailed)	Mean Difference	Confidence Interval for the Difference		
					Lower	Upper	
۸۷۱۶۴	۰.۳۷۵	۴۸۱	.۰۰۰	۱۶۴	۸۷۶	۵۵۷	تا چه اندازه برای شما مهم است که گروه مسافران ایرانی و خارجی از اماکن دیدنی دیدن کنند؟
۶۲۹۴	۰.۷۳۲	۴۸۱	.۰۰۰	۲۹۴	۵۱۴۲	۷۴۴۶	شما و اطرافیانتان تا چه اندازه مکان های گناباد را می شناسید؟
۴۲۸۶	۰.۰۶۲	۴۸۱	.۰۰۰	۴۲۸۶	۱.۰۴۹۵	۱.۲۳۶۲	به نظر شما شهر گناباد از طریق گردشگری می تواند پیشرفت نماید؟
۱۶۹۸	۰.۳۵۷	۴۸۱	.۰۰۰	۶۹۸	۰.۴۹۹۹	۰.۷۳۴۰	به نظر شما شهر گناباد و پیرامون آن از ظرفیت مناسب برای گسترش گردشگری برخوردار است؟
۲۵۲۶	۰.۱۱۱	۴۸۱	.۰۰۰	۵۲۶	۰.۵۱۴۷	۰.۷۳۵۸	تا چه اندازه شهر گناباد ظرفیت پذیرش ایرانی و خارجی را داراست؟

با توجه به مطالب بالا برای سوال دوم، فرضیه صفر در سطح ۰.۰۱ (حتی در سطوح کمتر) رد می شود زیرا مقدار معنی داری (۰.۰۰۰) بسیار کوچک و تقریباً نزدیک صفر است. از طرفی مثبت بودن میانگین پاسخ ها (۰.۷۴۸۴) نشان می دهد پرسش شوندهگان با این پرسش موافق بوده اند. لذا از لحاظ آماری نظر پرسش شوندهگان درباره اینکه آیا شهر گناباد از قابلیت های گردشگری مناسب برخوردار است، مورد تایید قرار می گیرد.

جدول (شماره ۹) نتایج آزمون فرضیه های جاذبه گردشگری

	Mean	Std. Deviation	Error Mean	Test Value = 0					
				T	df	(tailed)	Mean Difference	Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
۳	۷۸۴۵	۸۱۵	۴۷۱۱	۵.۵۴۳	۱	۰.۰	۴۷۸۴۵	۶۵۳۸	۸۴۳۱

جدول (شماره ۱۰) نتایج آزمون فرضیه برای همه گویه های مربوط به جاذبه های گردشگری

Mean	Std. Deviation	df	-tailed)	Mean Difference	% Confidence Interval of the Difference		
					Lower	Upper	
					۶۶۸۷	۵۸۸	
۶۰۴۶	۲۴۴	۱	۰.۰	۶۰۴۶	۵۰۰	۷۱۰	تا چه حد موزه مردم شناسی، موزه آب و موزه حیات می تواند برای مسافران ایرانی و خارجی جاذبه داشته باشد؟
۱۰۱۴	۵۱۳	۱	۰.۰	۱۰۱۴	۱۴۰	۰.۶۳	آیا سفالگری روستای مند می تواند گردشگران را جذب نماید؟
۱۰۱۴	۵۱۳	۱	۰.۰	۱۰۱۴	۱۴۰	۰.۶۳	اماکن تاریخی شهر گناباد و پیرامون مانند: منزل شیخ دارلشفای دلویی، مسجد جامع، مجموعه ریاب، عمرانی، آتشکده ها، یخدانها و ... در حدی که بتوانند مورد بازدید علاقه مندان و گردشگران باشند؟
۵۴۲۴	۳۲۴	۱	۰.۰	۵۴۲۴	۶۲۰	۴۶۵	آیا آرامگاه های شهر گناباد و پیرامون مانند: امامزاده مزار سلطانی جاذبه بازدید را دارند؟
۸۸۸۲	۶۰۲	۱	۰.۰	۸۸۸۲	۹۴۳	۸۳۳	تا چه حد مناطق بیلاقی پیرامون شهر گناباد مانند: درب صوفه، سنو، کلات می توانند مقصد گردشگران باشند؟

جدول (شماره ۱۱) نتایج آزمون فرضیه امکانات و زیر ساخت ها

N	Mean	Deviation	Error Mean	Test Value = 0					
				t	f	2-tailed)	Mean Difference	Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
۴۸۳	۰٫۷۲۹۳۰	۱٫۰۹۰۳۶	۰٫۴۹۶۱	۱۴٫۷۰۰	۴۸۱	۰٫۰۰۰	۰٫۷۲۹۳۰	۰٫۶۳۱۸	۰٫۸۲۶۸

برای سوال سوم، فرضیه صفر در سطح ۰٫۰۱ (حتی در سطوح کمتر) رد می شود زیرا مقدار معنی داری (۰٫۰۰۰) بسیار کوچک و تقریباً نزدیک صفر است. از طرفی مثبت بودن میانگین پاسخ ها (۰٫۷۲۹۳) نشان می دهد پرسش شوندهگان با این پرسش موافق بوده اند. لذا از لحاظ آماری نظر پرسش شوندهگان درباره اینکه از نظر شهروندان گنابادی امکانات و زیر ساخت های موجود برای جذب گردشگران مناسب هستند، مورد تایید قرار می گیرد.

جدول (شماره ۱۲) نتایج آزمون فرضیه امکانات تفریحی و اقامتی

N	Mean	Deviation	Error Mean	Test Value = 0					
				t	f	2-tailed)	Difference	Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
۴۸۳	۰٫۷۰۱۰۴	۱٫۰۷۴۲۸	۰٫۴۸۸۸	۱۴٫۷۰۰	۴۸۱	۰٫۰۰۰	۰٫۷۰۱۰۴	۰٫۶۰۵۰	۰٫۷۹۷۱

با توجه به مطالب بالا برای سوال پنجم، فرضیه صفر در سطح ۰٫۰۱ (حتی در سطوح کمتر) رد می شود زیرا مقدار معنی داری (۰٫۰۰۰) بسیار کوچک و تقریباً نزدیک صفر است. از طرفی مثبت بودن میانگین پاسخ ها (۰٫۳۷۳۵) نشان می دهد پرسش شوندهگان با این پرسش موافق بوده اند. لذا از لحاظ آماری نظر پرسش شوندهگان درباره اینکه پذیرش اجتماعی ساکنین گناباد در خور گردشگران می باشد، مورد تایید قرار می گیرد.

جدول (شماره ۱۳) نتایج آزمون فرضیه پذیرش اجتماعی ساکنین

Test Value = 0									
N	Mean	Std. Deviation	Error Mean	t	Df	2-tailed)	h Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
۴۸۳	۰٫۳۷۳۵۰	۰٫۹۷۳۴۰	۰٫۴۴۲۹	۸٫۴۳۳	۴۸۱	۰٫۰۰۰	۰٫۳۷۳۵۰	۰٫۲۸۶۵	۰٫۴۶۰۵

با توجه به مطالب بالا برای سوال ششم، فرضیه صفر در سطح ۰٫۰۱ (حتی در سطوح کمتر) رد می شود زیرا مقدار معنی داری (۰٫۰۰۰) بسیار کوچک و تقریباً نزدیک صفر است. از طرفی مثبت بودن میانگین پاسخ ها (۰٫۷۲۲۷) نشان می دهد پرسش شونندگان با این پرسش موافق بوده اند. لذا از لحاظ آماری نظر پرسش شونندگان درباره اینکه قابلیت های گردشگری باعث توسعه شهری در شهر گناباد شده است، مورد تایید قرار می گیرد.

جدول (شماره ۱۴) نتایج آزمون فرضیه توسعه شهری

Test Value = 0									
N	Mean	Std. Deviation	Error Mean	t	Df	2-tailed)	h Difference	Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
۴۸۳	۰٫۷۲۲۷۴	۱٫۰۴۴۴۳	۰٫۴۷۵۲	۱۵٫۲۰۸	۴۸۱	۰٫۰۰۰	۰٫۷۲۲۷۴	۰٫۶۹۹۴	۰٫۸۱۶۱

### مدل بندی میزان تاثیر قابلیت های گردشگری بر توسعه شهری

به منظور اندازه گیری میزان تاثیر هرکدام از ۵ مولفه آگاهی شهروندان در حوزه گردشگری، جاذبه های گردشگری، امکانات و زیرساختها، امکانات تفریحی و اقامتی و پذیرش اجتماعی ساکنین بر توسعه شهری، مدل رگرسیون چندگانه زیر را در نظر گرفته می شود.

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4 + a_5x_5 + e$$

که  $a_i$  ها ضرایب مدل رگرسیونی هستند و  $x_1$  تا  $x_5$  نشان دهنده متغیرهای مستقل آگاهی شهروندان در حوزه گردشگری تا پذیرش اجتماعی ساکنین به ترتیب بالا هستند،  $y$  توسعه شهری را نشان می دهد و  $e$  مقدار خطای تصادفی است.

مقدار بالای ضریب تعیین (R Square) که در جدول زیر برابر ۰.۹۹۷ گزارش شده، نشان دهنده این است که متغیرهای مستقل فوق الذکر به خوبی تغییرات متغیر وابسته که همان توسعه شهری است را تبیین می کند.

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate
1	<sup>a</sup> .۹۹۸	.۹۹۷	.۹۹۷	.۰۵۹۴۱

آماره F و میزان معنی داری مربوط به آن که در جدول زیر آمده است نشان می دهد داده ها درست بودن مدل را تایید می کنند.

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	۵۲۴.۰۹۶	۵	۰.۴۸۱۹	۲۹۶۹۳.۸۸۶	b۰.۰۰۰
1 Residual	۱.۶۴۸	۴۷۷	.۰۰۴		
Total	۵۲۵.۷۸۰	۴۸۱			

a. Dependent Variable: توسعه شهری

b. Predictors: (Constant), پذیرش اجتماعی ساکنین، آگاهی شهروندان در حوزه گردشگری، امکانات تفریحی و اقامتی، جاذبه های گردشگری، امکانات و زیر ساخت ها

در جدول زیر ضرایب مدل برآورد شده اند و معنی داری آنها مورد آزمون قرار گرفته است. با توجه به ستون آخر که مقدار معنی داری را برای هر کدام از ضرایب نشان می دهد، نتیجه می شود که از نظر پاسخ دهندگان، همه عوامل جز آگاهی شهروندان در حوزه گردشگری تاثیر معنی داری بر توسعه شهری دارند. بر این اساس می توان مدل برآورد شده را به صورت زیر بازنویسی کرد.

$$y = 0.043 + 0.107x_2 + 0.319x_3 + 0.506x_4 + 0.056x_5 + e$$

براساس این مدل می توان دریافت که از دید پاسخ دهندگان، امکانات تفریحی و اقامتی، امکانات و زیرساخت ها، جاذبه های گردشگری و پذیرش اجتماعی ساکنین به ترتیب بیشترین تاثیر را بر توسعه شهری دارند.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	standardized Coefficients		standardized coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.۰۴۳	.۰۰۵		۷.۹۸۶	.۰۰۰
آگاهی شهروندان در حوزه گردشگری	-.۰۱۱	.۰۱۵	-.۰۱۲	-.۷۳۴	.۴۶۴
جاذبه های گردشگری	.۱۰۷	.۰۲۳	.۱۰۸	۴.۷۱۹	.۰۰۰
1 امکانات و زیر ساخت ها	.۳۱۹	.۰۳۲	.۳۳۳	۹.۸۱۸	.۰۰۰
امکانات تفریحی و اقامتی	.۵۰۶	.۰۲۹	.۵۲۰	۷.۱۵۴	.۰۰۰
پذیرش اجتماعی ساکنین	.۰۵۶	.۰۱۵	.۰۵۲۰	۳.۸۲۹	.۰۰۰

a. Dependent Variable: توسعه شهری





### اعتبار پرسشنامه

برای سنجش اعتبار پرسش نامه از آلفای کرونباخ برای همه ۶ گروه سوالات استفاده شده است. مقدار های نزدیک به ۱ از این اندازه، نشان دهنده اعتبار پرسشنامه می باشد. با توجه به خروجی نرم افزار که در ادامه آمده است مقدار آلفای کرونباخ برای همه گروه ها بسیار نزدیک ۱ می باشند و نشان دهنده اعتبار قابل قبول پرسشنامه می باشد.

ضریب الفای کرونباخ	تعداد گویه	تعداد نمونه	گویه ها
۰.۹۸۱	۵	۴۸۳	آگاهی شهروندان در حوزه گردشگری
۰.۹۸۹	۶	۴۸۳	جاذبه های گردشگری
۰.۹۸۹	۸	۴۸۳	امکانات و زیر ساخت ها
۰.۹۷۵	۵	۴۸۳	امکانات تفریحی و اقامتی
۰.۹۷۱	۵	۴۸۳	پذیرش اجتماعی ساکنین
۰.۹۹۲	۱۲	۴۸۳	توسعه شهری

## نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات

همانطور که در نتایج تحقیق بیان شد موانع پیش روی صنعت گردشگری متنوع و بسیاری از آنها مربوط به امور کلان ملی است. توسعه صنعت گردشگری نیازمند اراده ملی و حمایت گسترده نهادهای ملی تصمیم ساز است. تا زمانی که نهادهای تصمیم گیر اصلی ملی و مسئولان عالی کشور به فواید گسترده صنعت گردشگری باور نداشته باشند این صنعت توسعه نخواهد یافت.

نتیجه می شود که آگاهی ساکنان شهر گناباد از قابلیت های گردشگری شهرشان به طور معناداری در سطح مطلوبی می باشد. قابلیت های گردشگری در شهر گناباد به طور معناداری از وضعیت مطلوبی برخوردار می باشد. امکانات و زیر ساخت های گناباد برای جذب گردشگران به طور معناداری مناسب هستند. امکانات و زیر ساخت های گناباد برای جذب گردشگران به طور معناداری مناسب هستند. امکانات تفریحی و اقامتی برای پذیرایی و اقامت گردشگران به طور معناداری کافی هستند. پذیرش اجتماعی ساکنین گناباد در خور گردشگران می باشد، به طور معنی داری قابل قبول است. اینکه قابلیت های گردشگری باعث توسعه شهری در شهر گناباد شده است، از لحاظ آماری معنی دار است. علاوه بر این، می توان نتیجه گرفت که امکانات تفریحی و اقامتی، امکانات و زیرساخت ها، جاذبه های گردشگری و پذیرش اجتماعی ساکنین همگی تاثیر معنی داری بر توسعه شهری گناباد دارند و به ترتیب بیشترین تاثیر بر توسعه این شهر را دارند.

با توجه به نظر پاسخ دهندگان راجع به ارائه راهکارهای گسترش گردشگری در گناباد و بر اساس نتایج بدست آمده، موارد زیر پیشنهاد گردیده است.

-پرهیز از نگاه امنیتی صرف به گردشگران بین المللی و توجه به ابعاد اقتصادی اشتغال زایی و درآمدزای، تبادل فرهنگی و تبلیغ ارزش های فرهنگی ترویج صلح و ایجاد فضای مناسب برای صنعت گردشگری.

-ایجاد تفاهم نامه های بین المللی با کشورهای گردشگر فرست و قطبهای گردشگری در شرق آسیا و اروپا برای ارائه تسهیلات به گردشگران خارجی و از جمله حذف روادید.

-حمایت از سرمایه گذار یهای بین المللی در صنعت گردشگری ایران و برگزاری نشستها، کنفرانس ها، کارگاه های معرفی و فرصت های سرمایه گذاری در صنعت گردشگری ایران در کشورهای مختلف جهان.

-حمایت از بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در حوز ههای مختلف گردشگری و پرهیز دولت از تصدی گری در امور هتلداری، مجموعه های گردشگری و حتی حمل و نقل.



مجله علوم جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، دوره ۲۰، شماره ۴۸، پاییز ۱۴۰۳، صص ۱۴۲-۱۲۱

-ارائه خدمات گسترده آنلاین به صورت تبلیغات و رزرواسیون در تمامی امور روادید، اقامتگاهی، حمل و نقل و جاذبه های گردشگری



## منابع

- ۱) افتخاری، عبدالرضا و مهدی پور طاهری (۱۳۹۰)، اولویت بندی ظرفیت های گردشگری مناطق روستایی شهرستان نیر.
- ۲) ابراهیم زاده، عیسی و شمس الله کاظمی زاده و محمد اسکندری ثانی (۱۳۹۰) برنامه ریزی استراتژیک توسعه توریسم، با تأکید بر توریسم، (مطالعه موردی شهر یزد)، پژوهشهای جغرافیای انسانی، ۷۶: ۱۴۵-۱۱۵
- ۳) ابراهیم زاده، عیسی و عبدالله آقاسی زاده، (۱۳۸۸)، تحلیل عوامل موثر بر گسترش گردشگری در ناحیه چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT، مطالعات و تحقیق های شهری منطقه ای (۱)، ۱۰۷-۲۰۸
- ۴) بازاریابی گردشگری / لس لومسدن؛ ترجمه محمد ابراهیم گوهریان، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۸۰.
- ۵) حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷)، مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)
- دوستی، فرشته و محمد حسن زال و مهدی رمضان زاده لسبویی. (۱۳۹۸)، سنجش ظرفیت های گردشگری خلاق در کلان شهر تبریز.
- (دانشپور، معصوم، (۱۳۸۶)، نقش گردشگری در توسعه پایدار روستایی، مجله علوم جغرافیایی، شماره ۱، صفحه ۸۵
- ۷) دهخدا، علی اکبر. (۱۳۶۹) لغت نامه، ج ۱۹، دانشگاه تهران
- ۸) رضوانی، علی اصغر، (۱۳۷۴)، جغرافیا و صنعت گردشگری تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- ۹) درازقی، علیرضا. (۱۳۹۸)، مطالعه ظرفیت های گردشگری میراث فرهنگی و طبیعی در نوار ساحلی مکران استان هرمزگان.
- ۱۰) سازمان میراث فرهنگی شهرستان گناباد (۱۳۹۵)
- ۱۱) سازمان میراث فرهنگی کشور (۱۳۹۵)
- ۱۲) علیپور، عباس و سید مصطفی هاشمی و ابراهیم خلیفه و ابوالفضل مرادی (۱۳۹۶) نقش گردشگری در توسعه پایدار اجتماعی مناطق کویری و بیابانی، مورد پژوهی: استان کرمان. فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای. ۲۸-۵۰-۳۹
- ۱۳) فرمانداری شهرستان گناباد (۱۳۹۵)
- ۱۴) کاظمی مهدی (۱۳۸۷)، فرهنگ زیربنای جهانگردی پایدار در ایران، مجله دانشکده علوم انسانی دانشگاه سیستان و بلوچستان، ویژه نامه اقتصاد و مدیریت ص ۱۸۳.
- ۱۵) میرصفدری، شراره سادات. و یعقوب محمدی فر (۱۳۹۵)، ظرفیتهای گردشگری استان همدان و راهبردها. مدهوشی مهرداد و نادر ناصرپور (۱۳۸۲)، ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان



۱۶) مرادی، مریم و مرجان فیاضی (۱۳۸۵)، مدیریت گردشگری، مشهد، آستان قدس رضوی، شرکت به نشر.

۱۷) لس لومسدن، ترجمه م. گوهریان، (۱۳۸۰)، بازار یابی گردشگری

۱۸) محلاتی، صلاح‌الدین، (۱۳۸۲)، درآمدی بر جهانگردی، تهران دانشگاه شهید بهشتی

## منابع لاتین

- 1) Brown- Dennis, (2003), Rural Tourism: An Annotated Bibliography Regional Economist, Washington.
- 2) Nowbakht, M.B. & Pirooz, E (2008), Development of Tourism Industry in Iran.
- 3) Barriers and solutions, Tehran: Azad Islamic University in Persian.
- 4) Shateri, Mitra. (2012), The importance of education in tourism industry, First national conference of new horizons in reinforcement and architectural, structural ,
- 5) Goeldner, C. R., Ritchie J. R. (2003), Tourism: Principle, Practice, Philosophies : John Wiley and Sons
- 6) H., Lee Liu, C. H, Tzeng, g., M. H., & Lee, P. Y. (2013). Improving metro airport connection service for tourism development: Using hybrid MCDM models. 30-Tourism Management Perspectives, 6, 95-107. Hall, C.M. and David, B.W. (2009). Sustainable tourism futures.
- 7) Gibson, c., 2008: Locating geographies of tourism. In: Progress in Human Geography, Vol. 32 (3), pp. 407-422.
- 8) Postma, A. (2006). An Approach for integrated development of quality tourism. In Flanagan
- 9) Ollenburg, C. (2007). Farm tourism in Australia: A family business and rural studies perspective. PhD thesis, Griffith University, Australia
- 10) Mason, C. and O'Mahoney, B. (2007). On the Trail of Food and Wine: The Tourism Search for Meaningful Experience. Annual of tourism Research 39 (1) 171-196.
- 11) Spillane, James. (1994). Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan prospeknya. Yogyakarta: Kanisius.
12. Goeldner R. G. & Ritchie J.R.B (2009), Tourism: principles, practices & philosophies, New Jersey: John Wiley.
13. Becken, S (2011), A Critical Review of Tourism and Oil, Annals of Tourism Research, Vol. 38, No. 2, pp. 359-379.
14. Henderson, J (2002), Tourism and Politics in the Korean Peninsula, the Journal of Tourism Studies, Vol. 13, No.2, pp. 16-27
15. HezarJaribi, J. & Mohammadi Najafi, M (2011), Social Trust and Development of Tourism, Urban-Regional Studies and Research, 2 (7):53-70 [in Persian].
16. Jones, E (2010), Arab Politics and Tourism: Political Change and Tourism in the Great Socialist People's Libyan Arab Jamahiriya, In: Tourism and Political Change, Edited by R. Butler and W. Suntikul, Oxford: Goodfellow.



17. Kim, S. & et al (2007), Tourism and political ideologies: A case of tourism in North Korea, *Tourism Management*, Vol. 28, pp. 1031-1043.
18. Kreck, L.A (1998), Tourism in Former Eastern European Societies: Ideology in Conflict with Requisites, *Journal of Travel Research*, Vol. 36, pp.62-67.