فصل‌نامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی هفتم، شماره‌ی ۱، تابستان ۹۷، صفحات ۱۴۱-۱۱۳

نقش جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی مقصدهای روستایی در توسعه‌ی گردشگری مطالعه‌ی موردی: شهرستان‌های مشهد و بینالود

حمداله سجاسی قیداری[۱]، حمیده محمودی[۲]

تاریخ دریافت:۱۳۹۶/۰۷/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۲/۱۵

چکیده

رونق گردشگری در هر منطقه تابع شرایط و ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی جاذبه‌ها و کمیت و کیفیت خدمات ارائه‌شده به گردشگران می‌باشد. لذا جاذبه‌ها می‌توانند نقش اساسی را در رونق و توسعه‌ی گردشگری در مکان‌های جغرافیایی مختلف داشته باشند. تحقیق حاضر به بررسی نقش جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی مقصدهای روستایی در توسعه‌ی گردشگری نواحی روستایی می‌پردازد. این پژوهش از نوع کاربردی و روش انجام آن توصیفی– تحلیلی است. با توجه به مطالعات صورت‌گرفته در دو شهرستان مشهد و بینالود، ۱٤ روستایی که دارای جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی هستند به عنوان نمونه انتخاب گردید. همچنین حجم گردشگران با استفاده از فرمول کوکران(خطای ۰/۰۷) تعداد ۱۹٦ نفر و حجم جامعه‌ی میزبان هم ۲۲۲ نفر تعیین شد. محدوده‌ی تحلیل این پژوهش "خانوار در سطح روستا" است. اطلاعات استخراج‌شده از پرسش‌نامه با استفاده از روش‌های تجزیه و تحلیل آماری و مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد که در روستاهای مورد بررسی، متغیرهای جذابیت، برخورداری تسهیلات و خدمات و عوامل فرهنگی در حد متوسط به بالا می‌توانند بر توسعه‌ی گردشگری روستایی نقش مثبت داشته باشند. همچنین در **مدل** ARAS در زمینه‌ی اولویت‌بندی توسعه‌ی گردشگری، روستای میامی (مقدار Ki ۱/۰۰) در رتبه‌ی اول و روستای چاهشک(مقدار Ki ۰/۳۰۹) در رتبه‌ی آخر قرار گرفته است.

واژه‌های کلیدی: توسعه‌ی گردشگری؛ گردشگری روستایی؛ جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی؛ مدل ARAS.

[۱] استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه فردوسی مشهد ایران(نویسنده‌ی مسئول) ssojasi@um.ac.ir

[۲] دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه فردوسی مشهد ایران ha.mahmoodi@mail.um.ac.ir

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

مقدمه

در سال‌های اخیر، با بهبود استانداردهای زندگی، گردشگری به یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های تفریحی (لو و فانگ و تسینگ[1]، ۲۰۱٦: ۷٤۲)، بزرگ‌ترین فعالیت‌های خدماتی دنیا (سراقی، ملکی و ابوالفتحی، ۱۳۸۷: ۱۳۵) و هویت فرهنگی در بسیاری از کشورها می‌باشد. این صنعت در هزاره‌ی سوم به یکی از پررونق‌ترین، جذاب‌ترین و اشتغال‌زاترین صنعت جهان تبدیل شده است (ابراهیمی دهکردی، ۱۳۹۳: ۲) که از یکسو به علت اهمیت اقتصادی و از سوی دیگر به دلیل اثرات اجتماعی و فرهنگی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (فتح‌الله زاده، ۱۳۸۹: ۱۱۲). با توجه به این مهم، توجه به ظرفیت‌ها و راهبردهای مختلف گردشگری می‌تواند جنبه‌های بسیار مثبتی برای ایجاد زمینه‌های پیشرفت و جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع دیگر باشد؛ به طوری که توسعه‌ی آن برای کشورهای درحال‌توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه هستند، از اهمیت فراوانی به لحاظ تنوع‌بخشی اقتصادی برخوردار باشد(تقوایی و صفرآبادی، ۱۳۹۱: ٦۰).

رونق گردشگری در هر منطقه تابع شرایط و ویژگی‌های ملی و منطقه‌ای شامل عوامل اجتماعی و فرهنگی، جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، کمیت و کیفیت خدمات ارائه‌شده به گردشگران می‌باشد(سیدعلیپور و اقبالی، ۱۳۹۰: ٤۲). لذا جاذبه‌ها و خدمات نقش اساسی را در رونق و توسعه‌ی گردشگری در مکان‌های جغرافیایی مختلف دارند. به طوری که ویژگی‌های جاذبه‌های گردشگری مقصد است که مردم را برای انجام فعالیت‌های گردشگری، به سوی مقصد هدایت می‌کند. ایران به عنوان یک مقصد جذاب گردشگری، بی‌شک ظرفیت جذب گردشگران بسیاری را دارد که در عرصه تعامل جامعه میزبان- میهمان علاوه بر منابع اقتصادی چشم‌گیر، قابلیت توسعه‌ی فرهنگی و نیز ارائه‌ی سیمای مثبتی از کشور را به عنوان یک برند گردشگری می‌تواند داشته باشد. بر این اساس، کشور ایران به دلیل وجود آثار باستانی ملی، تمدنی، تاریخی، زیارتی، طبیعی و... به عنوان یکی از مقصدهای بالقوه‌ی گردشگری، از قابلیت‌های بسیار بالایی برخوردار است(پوراحمد، مهدی، مهریان بهنمیری، میرزایی و محمدی، ۱۳۹۱: ۱۰۷). اما با توجه به این که کشور ایران از حیث جاذبه‌های فرهنگی، هنری، قومی، اجتماعی، تاریخی و محیطی و دارابودن روستاهای متنوع و جذاب در زمره‌ی شگفت‌انگیزترین ممالک جهان به شمار می‌آید؛ لذا جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی گردشگری در روستاها، به عنوان هسته‌ی اصلی مقاصد گردشگری، نقش بسیار اساسی در برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری دارند(رحمانی، ۱۳۸۹: ٤۱). جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی در اشکال و گونه‌های مختلف در

[1] Lu & Fang & Tseng

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

مکان‌های جغرافیایی توزیع و پراکنده شده‌اند. به طور کلی جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی به دو دسته قابل تقسیم می‌باشند: ۱-جاذبه‌های تاریخی که مهم‌ترین این جاذبه‌ها عبارت‌اند از اماکن مذهبی و دینی مانند مساجد، کلیساها و معابد، اماکن تاریخی و باستانی که قدمت تاریخی و ارزش فرهنگی زیادی دارند مانند کاروان‌سراها، حمام‌ها، کاخ‌ها، پل‌ها و...۲- جاذبه‌های فرهنگی: مانند کارگاه‌های صنایع دستی و محصولات هنری، مراکز فرهنگی و هنری، جشنواره‌ها، موسیقی، لباس‌ها و غذاهای محلی و... که همگی عامل مهمی در جذب گردشگری هستند؛ چراکه این آثار دارای ارزش‌های معنوی بسیار زیاد برای آن قوم و جاذبه‌ای برای سایر انسان‌ها است و در نتیجه باعث جلب و جذب دیگران برای بازدید و شناخت آن جاذبه‌ها و آثار می‌شود (ساعی، نائیجی و رضایی، ۱۳۸۹: ۷۰).

بر این اساس توسعه‌ی گردشگری با رویکرد فرهنگی- تاریخی، به جهت معرفی ارزش‌های فرهنگی اقوام و ملل، کمک به حفظ و نگاه‌داشت جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی، برندسازی فرهنگی، حفظ هویت بومی و مکانی از اهمیت بالایی در فرآیند برنامه‌ریزی گردشگری برخوردار است(نیک بین و کرمی، ۱۳۹۱: ۱۳۹-۱۳۸). در این راستا شناخت جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی و درک میزان اثرگذاری آن‌ها به صورت خاص در توسعه‌ی گردشگری ضروری است(رحمانی، ۱۳۸۹: ۸٦). اما باید ذکر کرد که در کشور ما تاکنون گردشگری با وجود پتانسیل‌های بسیار بالا، به صورت علمی و اصولی مورد توجه واقع نشده است و عمدتاً به شکل گذران اوقات فراغت می‌باشد و درصد کمتری از گردشگران به مکان‌هایی با جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی مراجعه می‌کنند. این در صورتی است که جاذبه‌های بسیار زیاد تاریخی و فرهنگی در نقاط مختلف کشور از جمله روستاها وجود دارد که می‌تواند تأثیرگذار در توسعه‌ی گردشگری با ماهیت فرهنگی - تاریخی باشد که در آن تمرکز گردشگران بر لذت‌بردن از جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی، عبرت‌آموزی از گذشته، پی‌بردن بر عمق هنر و فرهنگ سنتی، افتخار بر ریشه‌های هویتی-مذهبی توأم با افتخار، غرور، تأثر و ناراحتی می‌باشد. بر این اساس مطالعه و بررسی جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی و نقش آن‌ها در توسعه‌ی گردشگری، در میزان رواج گردشگری بسیار مهم می‌باشد. در بین استان‌های مختلف، استان خراسان رضوی به ویژه شهرستان‌های مشهد و بینالود از دیرباز، دیار آشنای گردشگران، سفرنامه‌نویسان، تجار و طالبان علم بوده است و از مکان‌های سنتی گردشگری ایران به شمار می‌رود. به عنوان مثال کاروان‌سرای شاه‌عباسی، قلعه چاهشک، قلعه‌نو و قلعه دهسرخ، رباط فخر داوود، حسینیه‌ی حصار، بقاع متبرکه‌ی امامزادگان(یاسر و ناصر، یحیی، سید عمادالدین، سید فتح‌الله و بی‌بی ربابه، هاشم و محتشم، سید عبدالعزیز) و... از مهم‌ترین جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی گردشگری شهرستان مشهد و بینالود به شمار می‌آیند. شناسایی این مکان‌ها و توجه به امکانات و زیرساخت‌هایشان می‌تواند اثرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مهمی داشته باشد و به نوعی می‌تواند زمینه‌ی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

توانمندسازی مردم محلی و توسعه‌ی منابع انسانی، تنوع‌بخشی اقتصادی و رشد آن، خلق فرصت‌های شغلی، حل معضل بیکاری و کاهش مهاجرت‌های روستایی(خصوصاً جوانان) و در مجموع احیای مناطق روستایی را فراهم کند؛ همچنین نقش پررنگ‌تر جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی نسبت به جاذبه‌های طبیعی در شهرستان مشهد و بینالود از جمله عوامل مهمی است که بر اهمیت مطالعه و پژوهش درباره‌ی نقش جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی بر توسعه‌ی گردشگری در مقصد مورد نظر می‌افزاید. لذا توجه به مسائل تاریخی-فرهنگی می‌تواند به عنوان زبان گویای تاریخ، تمدن و فرهنگ یک کشور، بسیار حائز اهمیت باشد که در مطالعه‌ی حاضر، این مهم یه عنوان یکی از ابزارهای اصلی توسعه در روستاهای شهرستان مشهد و بینالود، مورد توجه، بررسی و تحلیل قرارگرفته است. با توجه به آن چه مطرح شد، مطالعه‌ی مذکور با هدف اولویت‌بندی روستاهای دارای جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی گردشگری برای تعیین جایگاه روستاها برای جذب گردشگر و توسعه‌ی گردشگری و بررسی، نقشی که جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی مقصدهای روستایی می‌توانند در توسعه‌ی گردشگری روستایی داشته باشند، انجام شده است. در این رابطه آن چه باید مورد توجه قرار گیرد جاذبه‌های فرهنگی - تاریخی مقصدهای روستایی می‌باشد که توجه و توسعه‌ی این جاذبه‌ها می‌تواند سبب توسعه‌ی گردشگری روستاهای نمونه و در نهایت توسعه‌ی روستایی در شهرستان‌های مشهد و بینالود گردد. براساس مباحث مطرح‌شده سؤال اساسی تحقیق به این صورت مطرح می‌گردد که جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی مقاصد روستایی به چه میزان توانسته در توسعه‌ی گردشگری نقش داشته باشند؟ با توجه به سؤال مطرح‌شده، فرضیه‌ی تحقیق بدین شرح می‌باشد: جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی مقصدهای روستایی توانسته در توسعه‌ی گردشگری نقش مؤثری ایفا کنند.

پیشینه‌ی پژوهش

در زمینه‌ی گردشگری در نواحی روستایی کشور تحقیقات زیادی انجام شده است که بیش‌تر در ارتباط با «توسعه‌ی روستایی» و تأثیر آن بر ابعاد اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی روستا است؛ اما مطالعات محدودی به بررسی «جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی گردشگری» پرداخته‌اند. همچنین مطالعه‌ای با موضوع «نقش جاذبه‌های فرهنگی مقصدهای روستایی در توسعه‌ی گردشگری» در استان خراسان رضوی به شهرستان‌های مشهد و بینالود مشاهده نمی‌شود. تحقیقات انجام‌شده پیرامون این موضوع به دو دسته‌ی عمده قابل تقسیم هستند که به طور خلاصه عبارتند از:

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

دسته‌ی اول پیرامون «جاذبه‌های گردشگری» که می‌توان به مطالعه‌ی «استفاده از تجزیه و تحلیل شبکه در جاذبه‌های توریستی: مورد سین کیانگ، چین[1]»، لی و همکاران[2](۲۰۱۷)،« تعاریف مرتبط با جاذبه‌های گرش‌گری بر اساس تجزیه و تحلیل SNS[3] »، وان و همکاران[4](۲۰۱٦)، «عوامل مؤثر در انگیزه‌ی گردشگران در انتخاب مقصد گردشگری با تأکید بر جاذبه‌های روستاهای مناطق کویری و بیابانی(مطالعه‌ی موردی: نواحی روستایی خور و بیابانک)» علی قلی‌زاده فیروزجایی(۱۳۹٤)، «ارزیابی نقش جاذبه‌های گردشگری در توسعه‌ی شهرستان لردگان با استفاده از مدل SWOT» ملکی و سعیدی(۱۳۹۳) «مراکز جذب گردشگر هاوکر: مطالعه‌ی موردی سنگاپور[5]» هندرسون، یان، پون و بیوی[6](۲۰۱۲)، «شناسایی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری و تأثیر آن بر جذب گردشگر در شهرستان املش» مولایی هشجین و ابراهیمی(۱۳۹۲)، «ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه‌ی گردشگری تاریخی- فرهنگی با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری مطالعه‌ی موردی شهر تاریخی فرح آباد» قنبری، علیزاده، اسلامفرد و فتوحی اردکانی(۱۳۹۲)، «تحلیل جاذبه‌های گردشگری استان خراسان جنوبی» نظری ولنی و احمدی ارکمی(۱۳۹۲)، «شناسایی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر بر اساس پتانسیل جذب گردشگر» قنبری، کماسی، جمینی و آریان پور(۱۳۹۱)، «ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های اکوتوریسم(روستاهای هدف گردشگری استان چهار محال و بختیاری)» رحیمی و رنجبردستنائی(۱۳۹۱)، «تحلیلی بر جاذبه‌ها و تسهیلات گردشگری منطقه‌ی اورامانات» ضرابی، محمدی و باباخانزاده(۱۳۹۰)، «امکان‌سنجی جاذبه‌های اکوتوریستی استان اردبیل» وارثی، سرور، مبارکی و عبدالله زاده(۱۳۹۰)، «جاذبه‌های گردشگری شهرستان سیاهکل و دیلمان گامی در جهت توسعه‌ی گردشگری» فتح‌الله زاده(۱۳۸۹)، اثر جاذبه‌های گردشگری استان سمنان بر پویایی اشتغال» میراج(۱۳۸٦) و... اشاره نمود که در این مطالعات به مباحثی همچون تحلیل، امکان‌سنجی، شناسایی قابلیت‌ها و اولویت‌بندی جاذبه‌ها و تسهیلات، بررسی اثر جاذبه‌های گردشگری بر پویایی اشتغال و توسعه گردشگری می‌پردازند. نتایج مطالعات مذکور نشان می‌دهد که گردشگران جذب مکان‌هایی می‌شوند که دارای امکانات لازم برای گردشگری هستند و جاذبه‌ها برای جذب گردشگران نیاز به تقویت پتانسیل‌ها دارند تا بتوانند اثر مثبت بر مواردی چون اشتغال داشته باشند و موجبات رونق گردشگری و در ادامه توسعه‌ی منطقه را فراهم کنند.

[1] An application of network analysis on tourist attractions: The case of Xinjiang, China, Tourism Management
[2] Liu, Bing & Huang, Songshan & Fu, Hui
[3] Recommendation of Associated Tourist Attractions Based on SNS Analysis
[4] Kaaen Kwon & Ah Cho & Wan-Sup Cho1& Kwan-Hee Yoo & Ga-Ae Ryu
[5] Hawker centres as tourist attractions: The case of Singapore
[6] Joan C. Henderson, Ong Si Yun, Priscilla Poon, Xu Biwei

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

دسته‌ی دوم پیرامون «جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی گردشگری» که می‌توان به مطالعه‌ی «استفاده از میراث تاریخی به عنوان فاکتوری در توسعه‌ی گردشگری[۱]» اسماگیلوا، سافیولینا و گافوروا[۲](۲۰۱۵)، «پایه‌های توسعه‌ی گردشگری فرهنگی و میراثی[۳]» باجدوسا[۴] و همکاران(۲۰۱۵)، «گردشگری فرهنگی، به عنوان بخشی از پتانسیل گردشگری در شمال شرق رومانی[۵]» متی[۶](۲۰۱۵)، «بررسی جاذبه‌های گردشگری فرهنگی- تاریخی روستای قهرود» فتحی و مختار پور(۱۳۹۳)، «بررسی و تحلیل نقش موزه‌ها در توسعه‌ی گردشگری فرهنگی(مطالعه‌ی موردی: موزه‌های شرق استان مازندران)» پوراحمد، مهدی، مهریان بهنمیری، میرزایی و محمدی(۱۳۹۱)، «توسعه‌ی گردشگری فرهنگی با تأکید بر جاذبه‌های تاریخی(مطالعه‌ی موردی: جاذبه‌های تاریخی شهر اصفهان)» تقوایی و صفرآبادی(۱۳۹۱)، «نقش جاذبه‌های اکوتوریستی، فرهنگی و تاریخی در توسعه‌ی گردشگری استان سمنان» سیدعلیپور و اقبالی(۱۳۹۰)، «مکان‌های ادبی و هنری در فرانسه به عنوان جاذبه‌ی گردشگری[۷]» هربرت[۸](۱۹۹۶)، «مطالعه‌ای بر روی شیوه‌های کارایی تقویت جاذبه‌های گردشگری بر اساس مدل(swot)[۹]» کوفین ژنگ[۱۰](۲۰۱۲) و ... اشاره نمود که در این مطالعات به مباحثی همچون بررسی جاذبه‌ای گردشگری فرهنگی- تاریخی و نقش آن‌ها در توسعه‌ی گردشگری و گردشگری فرهنگی می‌پردازند. بررسی نتایج مطالعات مذکور نشان می‌دهد که تا کنون مطالعه‌ی مستقیمی در ارتباط با تأثیر جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی بر توسعه‌ی گردشگری روستایی انجام نشده است.

مبانی نظری پژوهش

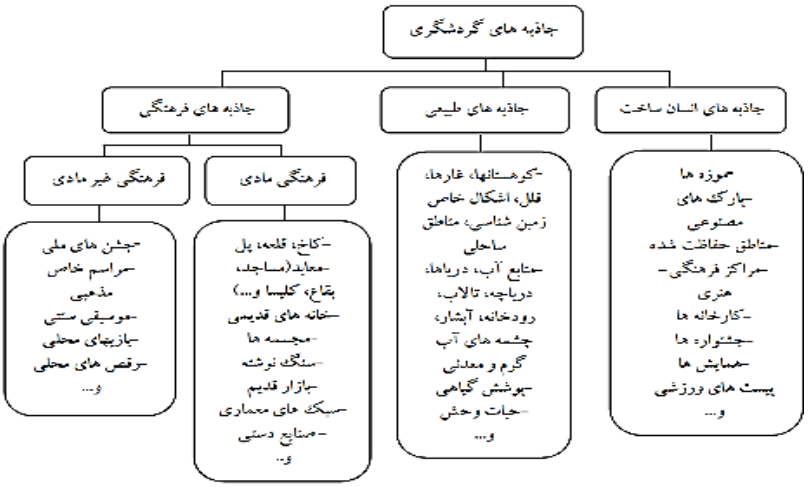
جاذبه‌ها و فعالیت‌های گردشگری یکی از مهم‌ترین عناصر مورد بررسی محققان می‌باشند. این جاذبه‌ها و فعالیت‌ها هستند که گردشگران را به بازدید از کشور یا منطقه ترغیب می‌نمایند(قنبری، کماسی، جمینی و آریان پور ۱۳۹۱: ٦۹). جاذبه‌ها منابع دائمی شناخته شده‌ای هستند که برای لذت‌بردن، سرگرمی، تفریح و آموزش گردشگران ارائه می‌شوند و جاذبه‌ها از دلایل مهم انتخاب مقاصد گردشگری می‌باشند(نظری ولنی و

[1] Using historical heritage as a factor in tourism development
[2] Gulnara Ismagilovaa, Lenar Safiullina, Ilshat Gafurova
[3] Basis of heritagization and cultural tourism development
[4] Zoltán Bujdosóa, Lóránt Dávidb, Anett Tozsérc, Gyöngyi Kovácsd, Veronika Major Kathie, Gulmira Uakhitovaf, Péter Katonag, Mária Vasvárih
[5] Cultural tourism potential, as part of rural tourism development in the North-East of Romania
[6] Florentina Daniela Matei
[7] Artistic and literary places in France as tourist attractions
[8] D.T Herbert
[9] Research on Tourist Attractions Performance Promoting Method Based on the SWOT Analysis Method
[10] Qiufen Zhang

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

احمدی ارکمی، ۱۳۹۲: ۷۸). اصولاً جاذبه‌های گردشگری تمایل اصلی جذب گردشگران در مقصد هستند (بهاتی و پیرس[1]، ۲۰۱۷: ۱۵) و بدون وجود جاذبه‌ها ایجاد تقاضا برای مقصد و جلب گردشگران دشوار است (رضوانی و مرادی، ۱۳۹۱: ۲۰). در ادبیات گردشگری معمولاً موزه‌ها، بناها و محوطه‌های تاریخی- باستانی، نمایشگاه‌های هنری، جشنواره‌ها و به طور کلی پدیده‌های تاریخی ارزنده به یادگار مانده از گذشتگان، جاذبه‌های اصلی گردشگری محسوب می‌شوند(شریفی‌تهرانی و یوسفی، ۱۳۹۲: ۳).

جاذبه‌ی گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن، برحسب نوع، طبقه‌بندی می‌شود و با توجه به دردسترس‌بودن، توسعه‌پذیری روندهای بازار و دیگر عوامل، مورد ارزیابی قرار می‌گیرند(قنبری و دیگران، ۱۳۹۱: ٦۹) به طوری که هر کدام از انواع گردشگری در ارتباط مستقیم با نوع خاص جاذبه‌ی گردشگری قرار دارد. بر این اساس، ضروری است تا ابتدا، انواع مختلف جاذبه‌های گردشگری مورد شناسایی واقع شود (قالیباف و شعبانی فرد، ۱۳۹۰: ۱۵۱). بر این اساس، انواع مختلف جاذبه‌های گردشگری را می‌توان به ده گروه اصلی به شرح زیر تقسیم نمود: گردشگری درمانی یا سلامت، گردشگری تجاری- بازرگانی، گردشگری تفریحی و ماجراجویانه، گردشگری علمی، گردشگری تاریخی- فرهنگی، گردشگری آثار جنگ، گردشگری مجازی، اکوگردشگری، گردشگری ورزشی، گردشگری سیاسی(رحمانی، ۱۳۸۹: ٤۲-٤۱). اما جاذبه‌های گردشگری در مجموع، سه نوع اصلی دارند که در قالب شکل ۱ مشاهده می‌شود.



شکل شماره‌ی یک- جاذبه‌های گردشگری(قالیباف و شعبانی فرد، ۱۳۹۰: ۱۵۲)

[1] Bhati & Pearce

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

امروزه جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی عامل مهمی در جذب گردشگری هستند؛ چراکه جاذبه‌های هر جامعه‌ای معرف فرهنگ خاص همان کشور و دارای ویژگی‌ها و ارزش‌های درخور توجه همان مرز و بوم است. این آثار دارای ارزش‌های معنوی بسیار زیاد برای آن قوم و جاذبه‌ای برای دیگران است و در نتیجه باعث جلب و جذب دیگران برای بازدید و شناخت آن جاذبه‌ها و آثار می‌شود(ساعی و دیگران، ۱۳۸۹: ۷۰). جاذبه‌های گردشگری تاریخی- فرهنگی، از نظر گونه‌شناسی، در هشت مورد عمده طبقه‌بندی می‌شوند؛ این موارد عبارتند از سایت‌های باستان‌شناسی، تاریخی و فرهنگی؛ الگوهای خاص فرهنگی؛ هنرها و صنایع‌دستی؛ فعالیت‌های جذاب اقتصادی، اماکن شهری جذاب؛ موزه‌ها؛ فستیوال‌ها و رویدادهای فرهنگی؛ آداب و رسوم جامعه‌ی میزبان. هریک از این جاذبه‌ها، ویژگی‌ها و خصوصیات خاص خود را دارد(احمدیان و باقرنیا، ۱۳۹۳: ۱۹۰).

در گردشگری تاریخی- فرهنگی، گردشگران در تلاش برای آشنایی با فرهنگ مناطق مختلف، خواهان کاوش در چشم‌اندازهای تاریخی جوامع انسانی و درک آن‌ها هستند(ادبی ممقانی، خانی، سجاسی قیداری و فرخی سیس، ۱۳۹۳: ۵۷). گردشگری تاریخی- فرهنگی، بخش مهمی از تقاضای جهانی گردشگری را تشکیل می‌دهد(شریفی‌تهرانی و یوسفی، ۱۳۹۲: ۳) و به آن شکل از گردشگری گفته می‌شود که گردشگران سعی در شناخت و کسب اطلاعات بیش‌تر در مورد بناهای تاریخی و هنری هستند؛ همچنین یکی از گسترده‌ترین تعاریف از گردشگری تاریخی- فرهنگی این است: رفت و آمد افراد به سوی جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی مقصد است(جویسیس[1]، ۲۰۱٤: ٤). هرچند که مرزهای گردشگری تاریخی- فرهنگی را نمی‌توان به وضوح مشخص کرد و تعریف یکسانی از آن ارائه داد(گنود و زینس[2]، ۲۰۱۱: ۱) گردشگری تاریخی- فرهنگی طبق اصول جهانی به دو نوع تقسیم می‌شود: گردشگری نوع اول که شامل دیدار از مکان‌های ملموس مانند موزه‌ها، سایت‌های تاریخی، باستان‌شناسی، معماری و... می‌شود و گردشگری نوع دوم که شامل آثار میراثی ناملموس مانند آداب و رسوم، فرهنگ، نوع معیشت و... جنبه‌های علمی مردم‌شناسی می‌باشد(ربیعی، نوبخت حقیقی و زنگنه، ۱۳۹۱: ۱٤۰). در عین حال توسعه‌ی انواع گردشگری خصوصاً گردشگری با جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی برای ساکنان محلی از جنبه‌های مختلفی دارای اهمیت می‌باشد؛ از جمله: اولاً گردشگری، جامعه‌ی میزبان را به سایر جوامع و فرهنگ‌ها معرفی می‌کند. دوماً صنعت گردشگری فرصتی برای ساکنان ایجاد می‌کند تا فرهنگ خود را مستقیم و بدون واسطه و به شکل واقعی به

[1] Jovicic
[2] Gnoth & Zins

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

علاقه‌مندان عرضه کند(ربیعی و دیگران، ۱۳۹۱: ۱۳۶). اما باید گردشگری در هر نوع و مقیاسی را فعالیتی دو پهلو و یا درواقع، به شمشیری دو لبه تشبیه نمود(ادبی ممقانی، خانی، سجاسی قیداری و فرخی سیس، ۱۳۹۳: ۵۷) که نتایج بررسی مطالعات موجود در ارتباط گردشگری نمایانگر اثرات مثبت و منفی متفاوتی است(جدول۱).

جدول شماره‌ی یک- آثار مثبت و منفی گردشگری

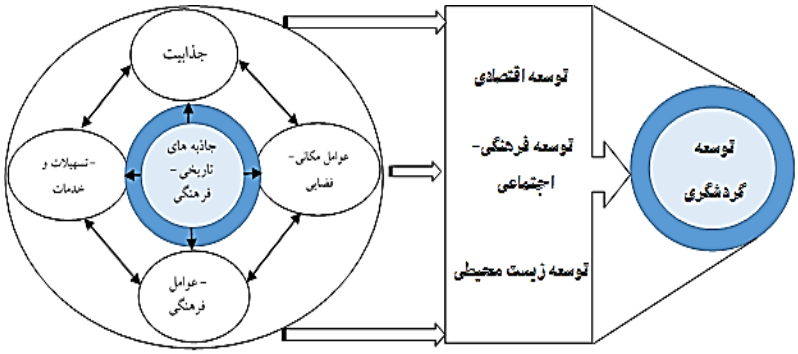
آثار مثبت توسعه‌ی گردشگری	آثار منفی توسعه‌ی گردشگری
حفظ شدن و پایدار ماندن میراث فرهنگی، هنرها، سنت‌ها و آداب و رسوم ملت‌ها	تفاوت در زبان، آداب و رسوم، ارزش‌های مذهبی،اجتماعی و الگوهای رفتاری
سازمان‌دهی منابع فرهنگی، احیای غرور فرهنگی و ملی	از بین رفتن اصالت و خلوص هنرهای سنتی، رسوم و الگوی معیشت
جلوگیری از بیگانه‌گرایی و احساس حقارت فرهنگی	ایجاد تعارض و سوءتفاهم‌های فرهنگی میان مردم محلی و گردشگران
بروز تبادلات میان فرهنگی	تجاری‌شدن بیش از حد و از بین رفتن اصالت فرهنگی

ماخذ: (قدیری معصوم، خراسانی، ضیاء نوشین و ویسی، ۱۳۹۰: ۱۲۰-۱۲۲)

بنابراین جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی به دو گروه – فرهنگی - مادی شامل: کاخ، قلعه، پل، بقاع، مساجد، کلیساها، سنگ‌نوشته و...؛ و فرهنگی - غیرمادی شامل: جشن‌های ملی، مراسم خاص مذهبی، موسیقی سنتی، بازی‌های محلی، رقص‌های محلی و...- قابل‌تقسیم هستند (قالیباف و شعبانی فرد، ۱۳۹۰: ۱۵۲). امروزه یکی از مکان‌های اصلی قرارگیری و ادامه‌ی حیات، جاذبه‌های فرهنگی بومی، سنتی، تاریخی و مذهبی در مناطق روستایی می‌باشد؛ لذا مناطق روستایی با توجه به در اختیار داشتن میراث و جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی به عنوان هدف اصلی گردشگران در دهه‌های اخیر برای تفریح و تمدد اعصاب و فرار از زندگی صنعتی و لذت از جاذبه‌های فرهنگ بومی و سنتی می‌باشد. فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های روستایی صورت می‌گیرد که دربردارنده‌ی آثاری مثبت و منفی برای محیط‌زیست و اقتصاد و فرهنگ ساکنین روستا است(ادبی ممقانی، خانی، سجاسی قیداری و فرخی سیس، ۱۳۹۳: ٦٥). در مناطق روستایی اماکن مذهبی، کارگاه‌های صنایع‌دستی، قلعه‌ها، رباط‌ها و... از جمله جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی برای گردشگران است که برای جذب گردشگر از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. در مقوله‌ی گردشگری با جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی، هدف اصلی گردشگر، دیدن جلوه‌های فرهنگی یک مقصد از قبیل مراسم، رفتارها، نمایش‌نامه‌ها، نمایش‌گاه‌ها، هنر و موسیقی آن و جاذبه‌های تاریخی است(پوراحمد، مهدی، مهریان بهنمیری،

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

میرزایی و محمدی، ۱۳۹۱: ۱۱۰) با توجه به آن چه که مطرح شد، می‌توان این را بیان نمود که در محدوده‌ی مورد مطالعه، گردشگری تاریخی- فرهنگی در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی زندگی روستاییان می‌تواند اثرات زیادی همچون رونق اشتغال و درآمد و در مجموع رونق اقتصادی خصوصاً در روستاهایی که گردشگری تاریخی- فرهنگی پررنگ‌تر است و در بخش کشاورزی مشکلات فراوانی دارند، توجه بیش‌تر به حفظ محیط‌زیست توسط کارشناسان حوزه‌ی روستایی به علت رونق گردشگری در این گونه روستاها، توجه به حفظ فرهنگ بومی و محلی روستاییان و... داشته باشد.



شکل شماره‌ی دو- مدل مفهومی تحقیق (مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶)

روش پژوهش و منطقه‌ی مورد مطالعه

پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و به لحاظ روش از نوع توصیفی- تحلیلی است. به منظور تدوین چارچوب نظری، پیشینه و متغیرهای تحقیق از مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای استفاده شد. واحد تحلیل در این پژوهش خانوار در سطح روستا می‌باشد که در دو دسته می‌باشد که دسته‌ی اول گردشگران به عنوان استفاده‌کنندگان از جاذبه‌های گردشگری و دسته‌ی دوم روستاییان می‌باشند. در این تحقیق جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی گردشگری با استفاده از ۱۹ مؤلفه و توسعه‌ی گردشگری با استفاده از ۳۷ مؤلفه در محدوده‌ی مطالعاتی مورد سنجش قرار گرفته است(جدول ۲و ۳).

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

جدول شماره‌ی دو- شاخص‌های متغیر مستقل(برخورداری از جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی گردشگری)

ابعاد	شاخص
جا/بیت	اهمیت جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی، ماندگاری جاذبه، منحصربه‌فردبودن جاذبه‌ها
دسترسی مکانی و فضایی جاذبه‌ها	فاصله، نوع و کیفیت راه منتهی به جاذبه، محل قرارگرفتن جاذبه‌ها در روستا، هم‌جواری با دیگر جاذبه‌ها، کمیت و کیفیت جاذبه‌ها
برخورداری از تسهیلات و خدمات	نزدیکی به اسکان‌های گردشگری، نزدیکی به مراکز تجاری، دسترسی به حمل‌ونقل عمومی، گسترش خدمات زیربنایی
دارای ارزش فرهنگی	مهمان‌نوازی بومیان، هم‌خوانی فرهنگ جامعه با جاذبه، افزایش تنوع فرهنگی، فراهم-کردن فرصت تبادلات فرهنگی

مأخذ: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۶

جدول شماره‌ی سه- شاخص‌های متغیر وابسته(توسعه‌ی گردشگری)

شاخص	گویه
شاخص‌های توسعه‌ی اقتصادی	بهبود وضع زیرساخت‌ها و خدمات عمومی، افزایش انگیزه‌ی جوانان برای اشتغال در روستا، تنوع‌بخشی به منابع درآمدی، افزایش رضایت‌مندی ساکنان از درآمد حاصل از گردشگری، کاهش فاصله‌ی طبقاتی، توسعه و بهبود کیفیت منابع گردشگری، به‌سازی و ارتقاء شرایط‌زیستی، توسعه‌ی صنایع‌دستی و بومی، جذب سرمایه‌گذاری گردشگری، مادیات‌گرایی و ارزش یافتن آن، توسعه‌ی فرهنگ اشتغال‌زایی
شاخص‌های توسعه‌ی فرهنگی- اجتماعی	افزایش روحیه‌ی مشارکت، شناخته‌شدن روستا در سطح منطقه، از بین رفتن آرامش ساکنان محلی، احیای رسوم محلی و حفظ آن، کاهش بروز تهاجم فرهنگی، پایبندی به آداب و رسوم محلی، حفظ میراث فرهنگی، پوشش و آرایش جوانان، تغییر الگوی زندگی، ماندگاری و کاهش جمعیت، بهبود سطح فرهنگ، تغییر آداب و رسوم، هویت-بخشی به مناطق روستایی، افزایش و بهبود روابط اجتماعی، افزایش و بهبود نقش زنان، الگوبرداری ساکنان بومی از رفتار و منش گردشگران، افزایش سطح آگاهی مردم نسبت به اهمیت جاذبه، حفظ ارزش‌های محلی، رونق مراسم محلی.
شاخص‌های توسعه زیست‌محیطی	کاهش میزان زباله و مواد زائد در مقصد، کاهش تخریب و تجاوز به حریم منابع طبیعی، بالابردن کیفیت محیط زندگی ساکنان، تغییر چشم‌انداز و ارتقاء شرایط زیستی، حفظ منابع و وارد نکردن خسارت به آن.

مأخذ: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۶

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

محدوده‌ی مورد مطالعه در این پژوهش، شهرستان‌های مشهد و بینالود می‌باشد. لذا انتخاب روستاهای نمونه در این محدوده‌ی مطالعاتی به جهت برخورداری آن‌ها از جاذبه‌های مختلف فرهنگی و تاریخی است(جدول٤).

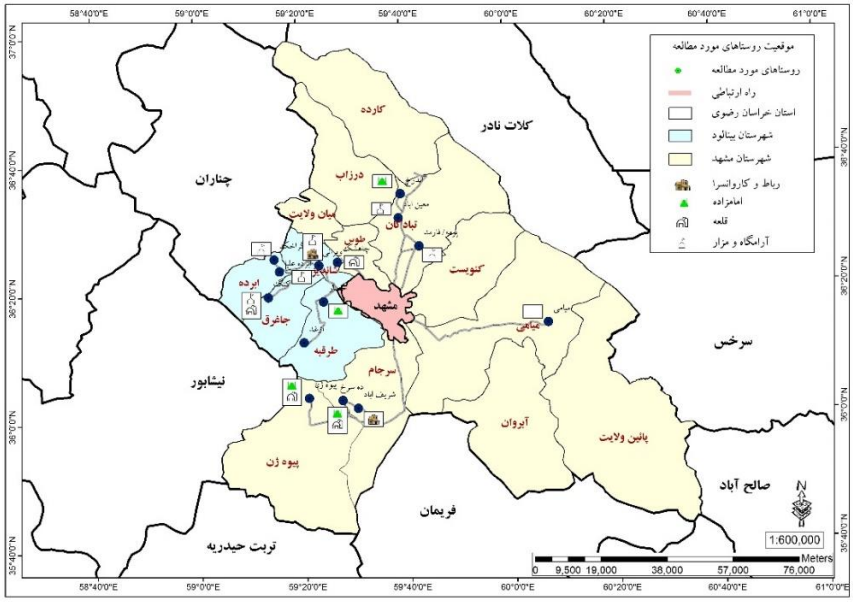
جدول شماره‌ی چهار- آثار تاریخی و مذهبی روستاهای مورد مطالعه

بخش	دهستان	روستا	اثر تاریخی- مذهبی
احمدآباد	سرجام	ده‌سرخ	امامزاده سید عبدالعزیز، قلعه‌نو و قلعه کهنه دهسرخ
		شریف‌آباد	حمام اسحاق خان، چاپار تخت لنگر، ۲کاروان‌سرای شاه‌عباسی
	پیوه‌ژن	پیوه‌ژن	امامزادگان هاشم و محتشم، حمام پیوه‌ژن، قلعه کهن
مرکزی	تبادکان	فارمد	مزار شیخ علی
		اندرخ	سید عمادالدین، امامزاده سید فتح‌الله و بی‌بی ربابه
		معین‌آباد	زیارت‌گاه نجمه خاتون
رضویه	میامی	میامی	امامزاده یحیی بن زید
طرقبه	طرقبه	حصار	امامزادگان یاسر و ناصر، حسینیه حصار
		کنگ	قبرستان ، آرام‌گاه شیخ عبدالله، قلعه‌های حصار و کمر تیغ و بافت پلکانی روستا
		چاهشک	قلعه کهنه چاهشک، حمام قدیمی چاهشک
		ازغد	مسجد ازغد و درب آن، ۲ درخت چنار، قبرستان ۵۰۰ ساله
شاندیز	شاندیز	ابرده¬علیا	مزار علی‌اکبر
		گراخک	مزار خوجه
		ویرانی	باغ‌مزار ویرانی، رباط ویرانی

مأخذ : سازمان میراث فرهنگی و مرکز آمار استان‌داری خراسان رضوی۱۳۹۰

برای انتخاب روستاهای نمونه، ابتدا روستاهای دارای جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی را مشخص کرده و در مرحله‌ی بعد به بررسی تعداد گردشگران آن‌ها پرداخته شد و روستاهای که مورد بازدید گردشگران قرار می‌گیرند انتخاب شدند که تعداد این روستاها ١٤ روستا می‌باشد(شکل۳).

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]



شکل شماره‌ی سه- موقعیت روستاهای مورد مطالعه در شهرستان‌های مشهد و بینالود در استان خراسان رضوی

ترسیم: نگارندگان بر اساس نقشه‌ی پایه‌ی استان‌داری خراسان رضوی، ۱۳۹۶

با توجه به جدول (۵)، حجم خانوار در روستاهای نمونه برابر ٦٢٦٣ خانوار و حجم نمونه با توجه به فرمول کوکران و با خطای ۰/۰۷ درصد برای خانوارهای روستاهای نمونه برابر با ۱۹٦ نفر می‌باشد که نسبت به سهم و حجم خانوارهای هر روستا تعداد نمونه هر روستا تعیین شد؛ اما به علت این که تعداد نمونه بعضی از روستاها چون دهسرخ، ازغد، شریف‌آباد و... کم‌تر از ۱۰ نمونه بود، تعداد نمونه‌ها به ۱۰ رسانده شد و مجموع حجم نمونه به ۲۲۲ نفر افزایش یافت. حجم گردشگر در روستاهای نمونه ٦٦٧٨٥٠٠ نفر می‌باشد. حجم گردشگران نمونه با استفاده از فرمول کوکران با خطای ۰/۰۷ درصد، معادل ۱۹٦ نفر تعیین گردید. نحوه‌ی جمع‌آوری داده‌ها با ابزار پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته، در قالب طیف لیکرت بوده است که در دو سطح گردشگران و خانوارهای روستایی می‌باشد. نحوه‌ی تکمیل میدانی پرسش‌نامه نیز به صورت تصادفی انجام‌شده است. برای سنجش روایی، علاوه بر استخراج شاخص‌ها و سؤالات پرسش‌نامه از مقاله‌ها و تحقیقات مشابه، پرسش‌نامه‌ی مورد نظر توسط اساتید مربوطه نیز مورد بازبینی قرار گرفت. پایایی پرسش‌نامه‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ انجام گرفت که مقدار آن برای پرسش‌نامه‌ی گردشگر ۰/۷۸، پرسش‌نامه‌ی جامعه‌ی میزبان ۰/۷٤ و در مجموع ۰/۷۹ می‌باشد. همان طور که مشخص است ضریب پایایی به‌دست‌آمده در حد بالا می‌باشد و این موضوع نشان‌دهنده‌ی همبستگی درونی بین متغیرها برای سنجش

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

مفاهیم مورد نظر است و بدین ترتیب می‌توان گفت که تحقیق ما از قابلیت اعتماد و یا پایایی لازم برخوردار می‌باشد.

جدول شماره‌ی پنج- روستاهای مورد مطالعه، تعداد گردشگر، حجم خانوار و تعداد نمونه در هر روستا

بخش	دهستان	روستا	تعداد گردشگر	تعداد نمونه	خانوار ۱۳۹۰	تعداد نمونه
احمدآباد	سرجام	ده¬سرخ	۸۰۰۰۰	۱۱	۱۵٦	۱۰
		شریف‌آباد	۷۰۰۰	۱۰	۲۹	۱۰
	پیوه‌ژن	پیوه‌ژن	۳۰۰۰۰	۱۱	۲۵۵	۱۰
مرکزی	تبادکان	فارمد	۳۰۰۰	۱۰	۸۳۱	۲۵
		اندرخ	۱۰۰۰۰	۱۰	۱٦۲	۱۰
		معین‌آباد	۵۰۰۰	۱۰	۲۱۷	۱۰
رضویه	میامی	میامی	۳۵۰۰۰۰۰	۳۹	٦۲۸	۱۹
طرقبه	طرقبه	حصار	۲۵۰۰۰۰۰	۳۱	۵٦۹	۱۷
		کنگ	۱۵۰۰۰	۱۰	۲۷۱	۱۰
		چاهشک	۵۰۰	۱۰	۵۰۹	۱۵
		ازغد	۷۰۰۰	۱۰	۱۹۹	۱۰
شاندیز	شاندیز	ابرده‌علیا	۲۰۰۰۰	۱۰	۱۰۷۸	۳۲
		گراخک	۱۰۰۰	۱۰	۲۲٤	۱۰
		ویرانی	۵۰۰۰۰۰	۱٤	۱۱۳۵	۳٤
	مجموع		٦٦۷۸۵۰۰	۱۹٦	٦۲٦۳	۲۲۲

مأخذ : سازمان میراث فرهنگی و مرکز آمار استان‌داری خراسان رضوی۱۳۹۰

اطلاعات استخراج‌شده از پرسش‌نامه با استفاده از روش‌های تجزیه و تحلیل آماری در نرم‌افزار SPSS و مدل ARAS مورد بررسی قرار گرفت. همچنین از دو نرم‌افزار Excel و GIS در بخش‌های مختلف پژوهش استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی جامعه‌ی میزبان نشان می‌دهد که تعداد ۱۱٦ نفر مرد (٦۱/۲٦٪) و ٦٦ نفر را زنان (۳۸/۷۳٪) تشکیل می‌دهند. اغلب روستایان دارای تحصیلات زیر دیپلم و بی‌سواد به ترتیب با ٤۵/۵ و ٤۰/۲

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

درصد بوده‌اند. و عمده پاسخ‌گویان (٤٤/١ درصد) در گروه سنی ۳۰-۳۹ سال قرار دارند. ٤٨/٧ درصد پاسخ‌گویان شاغل در بخش خدمات، ۳۳ درصد شاغل در بخش کشاورزی، ۱۸/۳ درصد شاغل در بخش صنعت بوده‌اند. بیش‌تر شاغلین در بخش خدمات مشغول به فعالیت هستند که علت این امر را شکل‌گیری خدمات مرتبط با گردشگری در روستاهای مورد مطالعه و وجود تنگناهای فراوان موجود در بخش کشاورزی خصوصاً کمبود آب مطرح نموده‌اند.

یافته‌های توصیفی جامعه‌ی مهمان نشان می‌دهد که از نظر جنسیت ١٠٦ نفر از گردشگران مرد (٥٤/٠٨٪) و ۹۰ نفر را زنان (٤٥/٢٪) تشکیل می‌دهد. ٨٥/٤ درصد از گردشگران متأهل و ١٤/٦ درصد آن‌ها مجرد هستند. اغلب گردشگران دارای تحصیلات متوسطه با ۳۵/۲ درصد بوده‌اند. عمده‌ی پاسخ‌گویان(معادل ٤٥٪) در گروه سنی ٤٠ تا ٤٩ سال قرار دارند. ٧٨/٦ درصد از گردشگران روستاهای مورد بررسی از استان خراسان رضوی، ٢١/٤ درصد از سایر استان‌های کشور بوده‌اند. با توجه به مطالعات میدانی صورت گرفته بیش‌تر گردشگران (٥٦/٨ درصد) با خانواده‌ی خود به روستاهای دارای جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی سفر نموده‌اند و تنها ۲/۹ درصد گردشگران به صورت انفرادی به روستاهای مورد بررسی سفر کرده‌اند. همچنین ۳۸/۸ درصد از گردشگران اظهار داشتند که تعداد همراهانشان بین ۳ تا ۵ نفر می‌باشند. با توجه به نتایج گرفته‌شده از پرسش‌نامه‌ی جامعه‌ی مهمان در روستاهایی که علاوه بر گردشگری با قابلیت فرهنگی- تاریخی دارای گردشگری طبیعت‌گردی هم هستند، گردشگران تمایل بیش‌تری به طبیعت‌گردی دارند به شکلی که به طور میانگین حدود ۸۰ درصد گردشگران روستاهای حصار، اندرخ، ازغد، چاهشک و ابرده‌علیا اولویت اول آن‌ها طبیعت‌گردی می‌باشد.

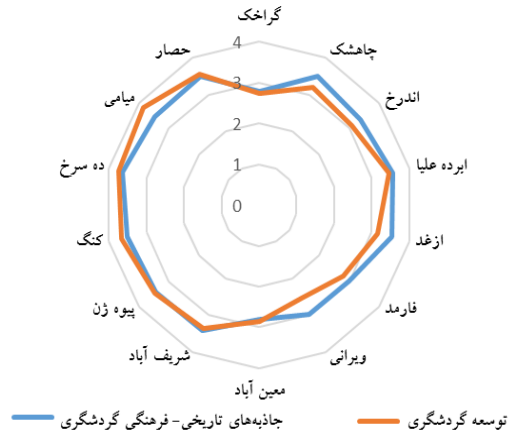
در تحقیق حاضر متغیر وابسته «توسعه‌ی گردشگری» است که توسط مؤلفه‌های متعدد مرتبط با «بعدهای اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی» با ۳۷ مؤلفه مطالعه شده است و متغیر مستقل «جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی گردشگری» است که با ۱۹ مؤلفه مطالعه گردید. با توجه به این که شاخص‌های تحقیق در مقیاس‌های متفاوت نسبی، فاصله‌ای و ترتیبی می‌باشند، اقدام به هم‌مقیاس‌کردن شاخص‌ها گردید. با توجه به آن چه که در (جدول٦) و نمودار ۱ قابل مشاهده است، بیش‌ترین میانگین جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی گردشگری در روستاهای مورد مطالعه در روستای دهسرخ با میانگین ۳/٦۳ و کم‌ترین میانگین هم در روستای گراخک با میانگین ۲/۷۸ مشاهده شده است در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری بیش‌ترین میانگین متعلق به روستای میامی با میانگین ۳/۸۵ و کم‌ترین میانگین هم متعلق به روستای گراخک با میانگین ۲/۷۳ می باشد.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

جدول شماره‌ی شش- میانگین متغیرهای تحقیق به تفکیک روستا

روستا	برخورداری از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی گردشگری	توسعه‌ی گردشگری	روستا	برخورداری از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی گردشگری	توسعه‌ی گردشگری
گراخک	۲/۷۸	۲/۷۳	معین‌آباد	۲/۸۱	۲/۸۶
چاهشک	۳/۴۹	۳/۲	شریف‌آباد	۳/۴۱	۳/۳۵
اندرخ	۳/۳۶	۳/۱	پیوه‌ژن	۳/۴۲	۳/۴۸
ابرده‌علیا	۳/۵۶	۳/۴۷	کنگ	۳/۵۲	۳/۶۶
ازغد	۳/۵۴	۳/۱۷	ده‌سرخ	۳/۶۳	۳/۷۴
فارمد	۲/۹۸	۲/۸۱	میامی	۳/۴۶	۳/۸۵
ویرانی	۲/۹۸	۲/۵۳	حصار	۳/۴۹	۳/۵۷

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶



نمودار شماره‌ی یک- میانگین متغیرهای تحقیق به تفکیک روستا

در ادامه برای بررسی نرمال‌بودن متغیرها از آزمون کلموگروف- اسمیرنوف استفاده شده است. در این آزمون فرضیه‌ی صفر نرمال بودن داده‌هاست، اگر Kolmogorov-Smirnov Z بین ۱/۹۶+ و ۱/۹۶- باشد و سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه‌ی صفر رد می‌شود و نرمال‌بودن داده‌ها تأیید می‌شود(گودرزی، ۱۳۸۸: ۱۱۵). نتایج نشان می‌دهد که کلموگروف- اسمیرنوف تمام داده‌ها بین ۱/۹۶+ و ۱/۹۶- می‌باشد و

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

سطح معنی‌داری تمام داده‌ها هم بیش‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد؛ پس در نتیجه در همه‌ی شاخص و متغیرها توزیع داده‌ها نرمال می‌باشد.

برای بررسی میانگین برخورداری از جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی مقصدهای روستایی و توسعه‌ی گردشگری، با توجه به نرمال‌بودن شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شده است. بطوریکه میانگین محاسبه‌شده‌ی شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق با میانگین فرضی(۳) سنجش شده و ثابت می‌شود که میانگین واقعی نظر کل پاسخ‌گویان از ۳ بزرگ‌تر و در حد متوسط به بالا است و با توجه به میزان معناداری به‌دست‌آمده که برای تمام شاخص‌ها به جز شاخص توسعه‌ی اقتصادی؛ کمتر از ۰/۰۵ است این شاخص‌ها معنادار بوده و قابل تعمیم به کل جامعه است. همچنین حد بالا و پایین تمام شاخص‌ها به جز شاخص توسعه‌ی اقتصادی مثبت بوده است؛ بدین معنی که میانگین جامعه در این شاخص‌ها بیش‌تر از مقدار مورد آزمون می‌باشد که این نتیجه گویای این می‌باشد که در روستاهای مورد بررسی شاخص‌های مورد مطالعه در حد متوسط به بالا می‌توانند در توسعه‌ی گردشگری نقش مثبتی داشته باشند(جدول۷).

جدول شماره‌ی هفت- بررسی میانگین جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی و توسعه‌ی گردشگری و ابعاد آن(آزمون T تک نمونه‌ای)

شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق	آماره t	میانگین	انحراف معیار	sig	اختلاف میانگین	95% Confidence Interval of the Difference	
						Lower	Upper
توسعه‌ی **اقتصادی**	۰,۹۶	۳,۱۶	۰,۶۳	۰,۳۵٤	۰,۱۶	-۰,۲۰	۰,۵۳
توسعه‌ی **فرهنگی- اجتماعی**	۲,۱۷	۳,۲۶	۰,٤۵	۰,۰٤۹	۰,۲۶	۰,۰۰	۰,۵۲
توسعه‌ی **زیست‌محیطی**	۲,۹۰	۳,۳۳	۰,٤۳	۰,۰۱۲	۰,۳۳	۰,۰۸	۰,۵۸
توسعه‌ی **گردشگری**	۲,۳۱	۳,۲۵	۰,٤۱	۰,۰۳۸	۰,۲۵	۰,۰۲	۰,٤۹
برخورداری از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی	٤,۰۰	۳,۳۱	۰,۲۹	۰,۰۰۲	۰,۳۱	۰,۱٤	۰,٤۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۶

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

برررسی رابطه‌ی توسعه‌ی گردشگری با میزان برخورداری از جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی مقصدهای گردشگری

همان طور که در جدول(۷) مشاهده می‌شود جذابیت با آماره‌ی ۰/۵۷۱، دسترسی مکانی و فضایی جاذبه‌ها با آماره‌ی ۰/۵۷۲ ، برخورداری از تسهیلات و خدمات با آماره‌ی ۰/٦۵۸ و ارزش فرهنگی با آماره‌ی ۰/۵۵۹ با توسعه‌ی گردشگری دارای رابطه‌ای مستقیم با شدتی متوسط به بالا می‌باشد بدین معنی که هر چه بر میزان برخورداری از جاذبه‌های تاریخی فرهنگی گردشگری افزوده شود، گردشگری هم توسعه می‌یابد. همچنین با توجه به میزان معناداری به‌دست‌آمده، رابطه‌ی تمام شاخص‌ها با توسعه‌ی گردشگری، رابطه‌ی معنی‌داری است و قابلیت تعمیم به کل جامعه را دارد که گویای این واقعیت است که بررسی رابطه بین متغیرهای برخورداری از جاذبه‌های فرهنگی – تاریخی و توسعه‌ی گردشگری در منطقه‌ی مورد مطالعه با اطمینان ۹۵ درصد تصادفی نیست و واقعی است.

جدول شماره‌ی هشت- رابطه‌ی بین متغیرهای برخورداری از جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی **و** توسعه‌ی گردشگری

		جذابیت	عوامل مکانی و فضایی	تسهیلات و خدمات	عوامل فرهنگی
توسعه‌ی گردشگری	پیرسون	۰/۵۷۱	۰/۵۷۲	۰/٦۵۸	۰/۵۵۹
	sig	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳	۰/۰۱۱	۰/۰۳۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹٦

بررسی میزان اثرات برخورداری از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی بر توسعه‌ی گردشگری

به منظور بررسی اثر «برخورداری از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی بر توسعه‌ی گردشگری» از رگرسیون چند متغیره استفاده شده است. در رگرسیون متغیر مستقل، ابعاد برخورداری از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی و متغیر وابسته، توسعه‌ی گردشگری می‌باشد. همان‌گونه که در جدول(۹) مشخص است، مقدار ضریب تعیین تعدیل‌شده برابر با ۰/۸٦ است که حاکی از توانایی بالای ابعاد متغیر مستقل در تبیین واریانس متغیر وابسته می‌باشد. یعنی متغیر مستقل ۸٦ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند و مابقی این تغییرات(۱٤درصد) که به مجذور کمیت خطا معروف است؛ تحت تأثیر متغیرهای خارج از مدل می‌باشند. همچنین مقدار دوربین واتسون برابر با ۱/۳۰ است که حاکی از مستقل‌بودن باقی‌مانده‌ها از هم است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

جدول شماره‌ی نه- مقدار همبستگی، ضریب تعیین تعدیل‌شده و خطای استاندارد برآورد

مقدار همبستگی	ضریب تعیین تعدیل‌شده	خطای استاندارد برآورد	دوربین واتسون
۰/۹۲	۰/۸٦	۰/۱۸	۱/۳۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹٦

همان‌گونه که در جدول (۱۰) مشخص است مقدار رگرسیون برای این مدل برابر است با ۱/۸۹و مقدار باقی‌مانده برابر است با ۰/۲٦ و چون مقدار مجذورات باقی‌مانده کوچک‌تر از مجموع مجذورات رگرسیون است، نشان‌دهنده‌ی قدرت تبیین بالای مدل در توضیح تغییرات متغیر وابسته است. در این مدل مقدار F برابر است با ۱٦/۰۳۳ و میزان معناداری آن هم برابر با ۰/۰۰۰ است که کوچک‌تر از ۰/۰۵و معنادار است به این معنی که ابعاد متغیر مستقل قادر است به خوبی تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهد؛ بنابراین فرضیه صفر آزمون مبنی بر عدم معنی‌داری مدل رگرسیون با اطمینان ۹۹٪ رد و فرضیه‌ی تحقیق که برخورداری از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی موجب توسعه‌ی گردشگری روستاهای نمونه گردیده است، تأیید می‌شود.

جدول شماره‌ی ده- مجموع مربعات، درجه‌ی آزادی، میانگین مربعات و سطح معناداری رگرسیون

	مجموع مربعات	درجه‌ی آزادی	میانگین مربعات	F	sig
رگرسیون	۱/۸۹	٤	۰/٤۷٤	۱٦/۰۳۳	۰/۰۰۰
باقی‌مانده	۰/۲٦	۹	۰/۰۳۰		
مجموع	۲/۱٦	۱۳			

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹٦

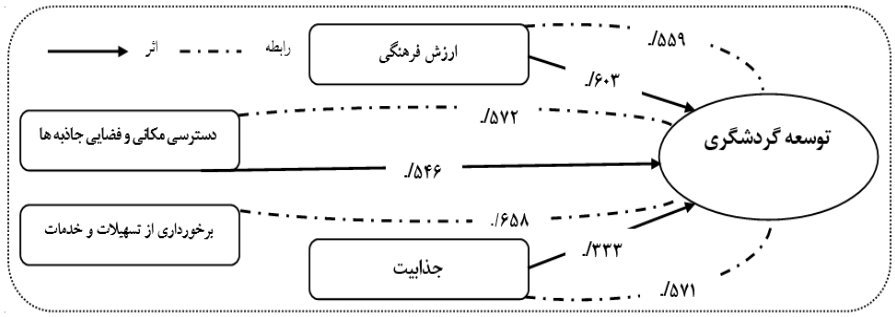
با توجه به آن چه که در جدول (۱۱) نشان داده شده است، مقدار بتا در این مدل ۰/٦۰۳ برای بعد اجتماعی و ۰/۱٦۹ برای بعد اقتصادی است. بزرگ‌بودن مقدار بتا نشان‌دهنده‌ی اهمیت نسبی و نقش آن در پیش‌گویی متغیر وابسته می‌باشد.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

جدول شماره‌ی یازده- ضریب رگرسیون استانداردنشده و شده، آماره‌ی تی و سطح معناداری رگرسیون

	ضریب رگرسیون استاندارد نشده	ضریب رگرسیون استاندارد شده(بتا)	آماره‌ی تی	sig
ضریب ثابت	-۲/۷٦		-۲/۹۷	۰/۰۱٦
جذابیت	۰/۲۵۳	۰/۳۳۳	۲/٦۰	۰/۰۲۸
دسترسی مکانی و فضایی جاذبه‌ها	۰/۳۸۰	۰/۵٤٦	۳/۸٦	۰/۰۰٤
برخورداری از تسهیلات و خدمات	۰/۰۳۹	۰/۰۵۷	۰/۳۵	۰/۷۳۱
ارزش فرهنگی	۰/۲۰۵	۰/٦۰۳	٤/۰۷	۰/۰۰۳

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹٦



شکل شماره‌ی چهار- میزان رابطه و اثرگذاری هریک از ابعاد جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی بر توسعه‌ی گردشگری

تحلیل فضایی میزان توسعه‌ی گردشگری روستایی تکنیک ارزیابی مجموع نسبت‌ها(ARAS)

در این بخش برای بررسی میزان توسعه‌ی گردشگری حاصل از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی در هر یک از روستاهای مورد مطالعه، اقدام به اولویت‌بندی روستاها از طریق مدل‌های MCDM گردید. لذا برای تعیین بهترین گزینه از تکنیک ARAS استفاده شده است. تکنیک ARAS[1] به وسیله‌ی زاوادساکاس[2] و همکارانش در سال ۲۰۱۰ پیشنهاد شد. در گام نخست مدل، ماتریس تصمیم‌گیری تشکیل شده است.

[1] Additive Ratio Assessment
[2] Zavadskas

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

در گام دوم بی‌مقیاس‌سازی ماتریس تصمیم‌گیری با روش خطی صورت گرفته است. در تکنیک ARAS نرمال‌سازی مطابق(رابطه‌ی۱) به روش خطی صورت می‌گیرد. اگر شاخص‌ها از نوع منفی باشند مطابق (رابطه‌ی ۲) ابتدا باید معکوس و سپس به روش خطی نرمال شوند.

$$\left(\text{رابطه‌ی}1\right)\ nij = \frac{xij}{\sum xij}$$

$$\left(\text{رابطه‌ی}2\right) xij = \frac{1}{xij^{-}}\ ;\ nij = \frac{xij}{\sum xij}$$

در گام سوم باید ماتریس بی‌مقیاس(N) به ماتریس بی‌مقیاس موزن(V) تبدیل شود. برای به‌دست‌آوردن ماتریس بی‌مقیاس موزون باید اوزان شاخص‌ها را داشته باشیم. مجموع اوزان شاخص‌ها باید برابر یک باشد:

$$\left(\text{رابطه‌ی}3\right)\sum_{j=1}^{n} w = 1$$

اوزان محاسبه‌شده در ماتریس بی‌مقیاس‌شده ضرب می‌شود. ماترس حاصل را ماتریس بی‌مقیاس شده‌ی موزون (V) گویند.

$$V = N\ \times Wj$$

$$\left(\text{رابطه‌ی}4\right) V = Nij\ \times Wj$$

در گام چهارم میزان مطلوبیت هر گزینه به وسیله‌ی مطلوبیت با (رابطه‌ی ۵) محاسبه می‌شود:

$$\left(\text{رابطه‌ی}5\right) Si = \sum_{j=1}^{n} Vij$$

مجموع مقادیر vij هر شاخص برابر یک می‌شود. بهترین گزینه آن است که Si بزرگ‌تری دارد. همچنین در نهایت باید درجه‌ی مطلوبیت محاسبه شود. درجه‌ی مطلوبیت گزینه Ai با Ki نشان داده شده و با (رابطه‌ی ٦) قابل محاسبه است:

مقدار Ki بین (۰ و ۱) است و هر چه درجه مطلوبیت به یک نزدیکتر باشد گزینه بهتر خواهد بود(میردار منصور پناهی و عسکری، ۱۳۹۵: ۱۰۰-۱۰۲).

$$\left(\text{رابطه‌ی}6\right) Ki = \frac{Si}{So}$$

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

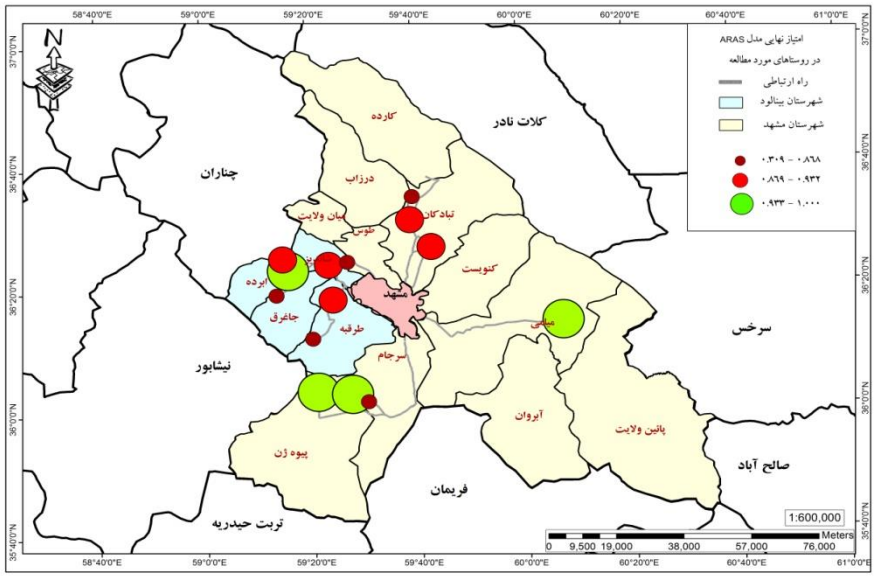
جدول شماره‌ی دوازده- نتیجه‌ی نهایی مدل آراس در مورد بعد توسعه‌ی گردشگری حاصل از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی

روستا	Si	Ki	رتبه	روستا	Si	Ki	رتبه
ازغد	۰,۰۷۳	۰,۸٦۸	۱۰	حصار	۰,۰۷۸	۰,۹۳۲	۵
پیوه‌ژن	۰/۰۸٤	۰/۹۹۸	۲	کنگ	۰/۰۵٤	۰/٦٤۷	۱۳
معین آباد	۰/۰۷۸	۰/۹۳۰	٦	میامی	۰/۰۸٤	۱	۱
ده سرخ	۰/۰۷۹	۰/۹٤۷	۳	اندرخ	۰/۰۷۱	۰/۸٤۹	۱۲
ویرانی	۰/۰۷۳	۰/۸۷۳	۹	فارمد	۰/۰۷۵	۰/۸۹۳	۸
گراخک	۰/۰۷۵	۰/۹۰۰	۷	شریف‌آباد	۰/۰۷۲	۰/۸۵٤	۱۱
ابرده علیا	۰/۰۷۹	۰/۹۳۷	٤	چاهشک	۰/۰۲٦	۰/۳۰۹	۱٤
So	۰/۰۹۲						

مأخذ: یافته‌های پژوهش ۱۳۹٦

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده‌ی جدول(۱۰) از مدل آراس، روستای میامی در رتبه‌ی اول و روستای چاهشک در رتبه‌ی آخر قرارگرفته‌اند. شکل(۵) این نکته قابل ذکر است که روستای میامی دارای بیش‌ترین امکانات و تسهیلات، گردشگری و جذابیت برای گردشگران خصوصاً گردشگران خارجی می‌باشد. همچنین این را هم باید بیان نمود که به دلیل وجود مشکلات فراوان در زمینه‌های مختلف از جمله کمبود امکانات و تسهیلات، زیرساخت‌ها، عدم شناخته‌شدن روستا و جاذبه‌های آن برای گردشگران در روستاهایی که در رتبه‌های انتهایی قرار گرفته‌اند؛ باعث شده است که از میانگین گردشگری کاسته شود و این روستاها در رتبه‌های انتهایی قرار بگیرند. این نکته هم قابل ذکر است که روستاهایی که در اولویت اول قرار گرفته‌اند از گذشته دارای راه ارتباطی مناسب بودند که سبب توجه هرچه بیش‌تر دولت به این جاذبه‌ها شده است که همین عامل سبب رونق گردشگری در این مقاصد خواهد شد.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]



شکل شماره‌ی پنج- امتیاز نهایی مدل ARAS در روستاهای مورد مطالعه

ترسیم: نگارندگان بر اساس نقشه‌ی پایه‌ی استان‌داری خراسان رضوی، ۱۳۹۶

در ادامه برای بررسی بیش‌تر، به تحلیل رابطه‌ی نتیجه‌ی حاصل‌شده از مدل ARAS با برخورداری از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی در مقاصد گردشگری پرداخته شده است. با توجه به این که متغیرهای مورد استفاده نرمال می‌باشند، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. جدول(۱۱) نشان می‌دهد که بین شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق با نتیجه‌ی حاصل‌شده از مدل ARAS ، همبستگی متوسط وجود دارد که مقدار آماره‌ی پیرسون در هر یک از شاخص‌ها و متغیرها، نوع همبستگی و شدت آن را بیان می‌نماید که این اعدد بیان‌گر همبستگی مستقیم با شدتی متوسط است و با توجه به سطح معنی‌داری که کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد نشان‌دهنده‌ی این است که رابطه‌ی بین شاخص‌های برخورداری از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی در مقاصد گردشگری با رتبه‌ی روستاها در مدل ARAS معنادار است و قابلیت تعمیم به کل جامعه را دارد. بدین معنی که هر چه روستاهای مقصد گردشگری از جاذبه‌های بیش‌تری برخوردار باشند در اولویت گردشگران قرار خواهند گرفت.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

جدول شماره‌ی سیزده- رابطه‌ی بین شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق با رتبه‌ی روستاها در مدل ARAS

	جذابیت	دسترسی مکانی و فضایی جاذبه‌ها	برخورداری از تسهیلات و خدمات	دارای ارزش فرهنگی
آماره‌ی پیرسون	۰,۵۷۱	۰,۵۷۲	۰,٦۵۸	۰,۵۵۹
میزان معناداری	۰,۰۳۳	۰,۰۳۳	۰,۰۱۱	۰,۰۳۸

جمع بندی و نتیجه‌گیری

منابع و جاذبه‌های گردشگری در تمامی بخش‌های برنامه‌ریزی و مدیریتی صنعت گردشگری از اهمیت بالایی برخوردارند و ویژگی‌ها و مشخصه‌های منابع و جاذبه‌ها در یک منطقه، اساس توسعه‌ی گردشگری را مهیا می‌سازد. لذا در این پژوهش سعی شده تا به تحلیل نقش جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی مقصدهای روستایی در توسعه‌ی گردشگری روستایی پرداخته شود که با توجه به نرمال‌بودن شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق برای بررسی نقش از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شده است که نتایج آن بیانگر این است که تمام شاخص و متغیرها به شاخص‌های عوامل مکانی- فضایی و توسعه‌ی فرهنگی- اجتماعی معنادار بوده و میانگین شاخص‌ها بیش‌تر از مقدار آزمون‌شده می‌باشد. همچنین نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیره نشان از اثرگذاری برخورداری از جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی بر توسعه‌ی گردشگری دارد که در این زمینه بیش‌ترین اثرگذاری را شاخص دسترسی مکانی فضایی جاذبه‌ها با میزان بتا ۰/۳۸ دارد و با توجه به نتیجه‌ای که از **مدل** ARAS گرفته شده است روستای میامی از لحاظ شاخص توسعه‌ی فرهنگی- اجتماعی در مرتبه‌ی اول و روستای چاهشک در رتبه‌ی آخر قرار گرفته است. همچنین با توجه به میزان همبستگی بین میزان برخورداری از جاذبه‌های تارخی- فرهنگی روستاها با نتیجه‌ی حاصل از مدل ARAS نشان می‌دهد که روستاهایی که در اولویت گردشگری قرار دارند از نظر برخورداری از جاذبه‌های گردشگری در وضعیت بهتری قرار دارند.

نتایج پژوهش با مطالعات زیر هم‌سویی دارد: الف- اسماگیلوا، سافیولینا و گافوروا[1] در سال ۲۰۱۵؛ ب- پوراحمد، مهدی، مهریان بهنمیری، میرزایی و محمدی در سال ۱۳۹۱؛ ج- سیدعلیپور و پوراقبالی در سال ۱۳۹۰. لذا در یک بررسی و نتیجه‌گیری کلی باید به این نکته اذعان کرد که در روند کنونی گردشگری در روستاهای شهرستان‌های مشهد و بینالود فرصت‌های گردشگری در سطح متوسطی فراهم است البته با

[1] Gulnara Ismagilovaa, Lenar Safiullina, Ilshat Gafurova

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

توجه به وجود مشکلات و تنگناهای فراوان در زمینه‌ی کمبود امکانات و تسهیلات، تبلیغات کم، عدم وجود زیرساخت‌های مناسب، ناشناخته‌بودن جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی و... باعث عدم رونق گردشگری در روستاهای مورد مطالعه شده است که برطرف‌کردن این موانع و مشکلات و تبلیغات گسترده در شهر مشهد، باعث رونق گردشگری و بالتبع بروز آثار مثبت اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی و زیست‌محیطی در منطقه‌ی مورد مطالعه خواهد شد. بنابراین پیشنهادات زیر ارائه می گردد:

- برنامه‌های احیاء، حفاظت و نگهداری از جاذبه‌های گردشگری تاریخی و فرهنگی روستاهای منطقه؛
- برنامه تبلیغات و بازاریابی جاذبه های فرهنگی و تاریخی روستاهای منطقه،
- ایجاد بانک اطلاعات گردشگری فرهنگی روستای در منطقه،
- ایجاد زیر ساخت‌ها، امکانات و تسهیلات مناسب برای روستاهای دارای جاذبه‌های تارخی- فرهنگی.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

منابع

۱. ابراهیمی دهکردی، امین. (۱۳۹۳). نقش عوامل فرهنگی، مذهبی و اکوتوریستی در توسعه‌ی گردشگری ابرکوه. *فصل‌نامه‌ی فضای گردشگری*، سال سوم، (۹)، ۱۶-۱.

۲. احمدیان، رضا و باقرنیا، آذین. (۱۳۹۳). *مبانی گردشگری فرهنگی*. تهران: انتشارات تیسا.

۳. ادبی ممقانی، محمد، خانی، فضیله و سجاسی قیداری، حمدالله و فرخی سیس، سعیده. (۱۳۹۳). ارزیابی اثرات توسعه‌ی گردشگری فرهنگ‌محور در تغییرات اجتماعی - فرهنگی مقاصد روستایی(مطالعه‌ی موردی: بخش کن). *مجله‌ی علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی*، سال ٤، (۲)، ۷۸-۵۵.

٤. پوراحمد، احمد، مهدی، علی، مهدیان بهنمیری، معصومه، میرزایی کوتنایی، زهرا و محمدی، آرزو. (۱۳۹۱). بررسی و تحلیل نقش موزه‌ها در توسعه‌ی گردشگری فرهنگی(مطالعه‌ی موردی: موزه‌های شرق استان مازندران). *مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری*، سال اول، (۱)، ۱۲۸-۱۰۵.

۵. تقوایی، مسعود و صفرآبادی، اعظم. (۱۳۹۱). توسعه‌ی گردشگری فرهنگی با تأکید بر جاذبه‌های تاریخی(موردی: جاذبه‌های تاریخی اصفهان). *فصل‌نامه‌ی برنامه‌ریزی رفاه و توسعه‌ی اجتماعی*، ۳(۱۲)، ۷۸-۵۹.

٦. ربیعی، علی، نوبخت حقیقی، محمد باقر و زنگنه، سیروس. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر گسترش جذب گردشگری فرهنگی شهر کرمانشاه. *مجله‌ی مدیریت فرهنگی*، سال ششم، (۱۸)، ۱۵۰-۱۳۵.

۷. رحمانی، خلیل. (۱۳۸۹). *ارزیابی عملکرد اماکن مذهبی در توسعه‌ی روستایی مطالعه‌ی موردی: روستاهای اورامان تخت، هجیج، نجار*. (پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس).

۸ رحیمی، داریوش و رنجبردستنائی، محمود. (۱۳۹۱). ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های اکوتوریسم(روستاهای هدف گردشگری استان چهار محال و بختیاری. *مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای*، سال چهارم، (١٤)، ۱۵۰-۱۳۱.

۹. رضوانی، محمدرضا و مرادی، مهرنوش. (۱۳۹۱). امکان‌سنجی توسعه‌ی گردشگری با رویکرد سیستمی در روستاهای حاشیه‌ی کویر میقان اراک. *فصل‌نامه‌ی اقتصاد فضا و توسعه‌ی روستایی*، سال یکم، (۲)، ٤۰-۱۵.

۱۰. ساعی، علی، نائیجی، مختار و رضایی، محمد. (۱۳۸۹). ارتباط بین تبلیغات و جذب گردشگر فرهنگی در ایران(موردی: گردشگران خارجی فرهنگی اصفهان). *دانش‌نامه‌ی علوم اجتماعی*، ۱(٤)، ۹٤-٦۹.

۱۱. سراقی، عیسی و ملکی، حسین و ابوالفتحی، داریوش. (۱۳۸۷). نقش جاذبه‌های اکوتوریستی در توسعه‌ی گردشگری نهاوند با تأکید بر مدل SWOT. *نشریه‌ی علوم جغرافیایی*(جلد ۸). (۱۱)، ۱٦۹-۱۳۳.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

۱۲. *سرشماری عمومی نفوس و مسکن، مرکز آمار استانداری خراسان رضوی* (۱۳۹۰).

۱۳. سیدعلیپور، سید خلیل و اقبالی، ناصر. (۱۳۹۰). نقش جاذبه‌های اکوتوریستی، فرهنگی و تاریخی در توسعه‌ی گردشگری استان سمنان. *فصل‌نامه‌ی جغرافیایی فضای گردشگری*، ۱(۱)، ٦۱-٤۱.

۱٤. شریفی‌تهرانی، محمد و یوسفی، جواد. (۱۳۹۲). بررسی ارتباط بین گونه‌های گردشگری مذهبی، روستایی و بوم‌شناختی با گردشگری فرهنگی مورد مطالعه: استان خراسان جنوبی. *فصل‌نامه‌ی مطالعات فرهنگی -اجتماعی خراسان*، (۲۵)، ۳٤-۱.

۱۵. ضرابی، اصغر، محمدی، جمال و باباخانزاده، ادریس. (۱۳۹۰). تحلیلی بر جاذبه‌ها و تسهیلات گردشگری منطقه‌ی اورامانات. *مجله‌ی جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی*، سال ۲۲، شماره‌ی پیاپی ٤۳ ، شماره‌ی۳، ۵۲-۳۵.

۱٦. فتح‌الله زاده، طاهره. (۱۳۸۹). جاذبه‌های گردشگری شهرستان سیاهکل و دیلمان گامی در جهت توسعه‌ی گردشگری. *فصل‌نامه‌ی جغرافیایی سرزمین*، سال هفتم، (۲۷)، ۱۲۷-۱۱۱.

۱۷. فتحی، سروش و مختارپور، مهدی. (۱۳۹۳). بررسی جاذبه‌های گردشگری فرهنگی- تاریخی روستای قهرود. *فصل‌نامه‌ی علمی پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، سال ششم، (۳)، ۱۲٤-۹۷.

۱۸. قالیباف، محمدباقر و شعبانی‌فرد، محمد. (۱۳۹۰). ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری برای توسعه‌ی گردشگری شهری بر اساس مدل‌های تصمیم‌گیری چندمتغیره(مطالعه‌ی موردی: شهر سنندج). *فصل‌نامه‌ی تحقیقات جغرافیایی*، سال ۲٦، (۲)، ۱۷۲-۱٤۷.

۱۹. قدیری معصوم، مجتبی، خراسانی، محمد امین، ضیاء نوشین، محمد مهدی و ویسی، فرزاد. (۱۳۹۰). هم‌گرایی و همکاری محدود منطقه‌ای، راهکاری برای توسعه‌ی گردشگری فرهنگی. *فصل‌نامه‌ی مطالعات ملی، ٤۵* ، سال دوازدهم، (۱)، ۱٤۰-۱۱۷.

۲۰. قنبری، یوسف، کماسی، حسین، جمینی، داوود و آریان پور، آزاد. (۱۳۹۱). شناسایی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری شهرستان روانسر بر اساس پتانسیل جذب گردشگر. *مجله‌ی جغرافیا و پایداری محیط*، ۲(۳)، ۸٦-٦۵.

۲۱. گودرزی، سعید. (۱۳۸۸). *کاربرد آمار در علوم اجتماعی همراه با دستورات spss و نحوه‌ی تفسیر خروجی‌ها*. تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

۲۲. مولائی هشجین، نصرالله و ابراهیمی، حیدر. (۱۳۹۲). شناسایی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری و تأثیر آن بر جذب گردشگر در شهرستان املش. *فصل‌نامه‌ی برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، سال چهارم، (۱٦)، ۱۰۸-۹۵.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

۲۳. میراج، فرحناز. (۱۳۸٦). اثر جاذبه‌های گردشگری استان سمنان بر پویایی اشتغال. *نشریه‌ی علوم جغرافیایی*(جلد ۷). (۱۰)، ۵۸-۳۹.

۲٤. نظری ولنی، لاله و احمدی ارکمی، ابوطالب. (۱۳۹۲). تحلیل جاذبه‌های گردشگری استان خراسای جنوبی. *فصل‌نامه‌ی دانش انتظامی خراسان جنوبی*، سال دوم، (۳)، ۹۰-۷۸.

۲۵. نیک بین، مهنا و کرمی، مهرداد. (۱۳۹۱). بررسی پایداری اجتماعی-فرهنگی توسعه‌ی گردشگری؛ مطالعه‌ی موردی: جزیره‌ی کیش. *فصل‌نامه‌ی تحقیقات فرهنگی ایران*، ۵(۲)، ۱۵۷-۱۳۵.

۲٦. وارثی، حمیدرضا، سرور، هوشنگ، مبارکی، امید و عبدالله زاده، مهدی. (۱۳۹۰). امکان‌سنجی جاذبه‌های اکوتوریستی استان اردبیل. *نشریه‌ی علمی و پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی*، سال ۱٦، (٤۰)، ۱۹۹-۱۷۵.

۲۷. میردار منصور پناهی، فاطمه و عسگری، فروغ. (۱۳۹۵). پایش عملکرد استعدادیابی فروش با استفاده از تکنیک سلسله‌مراتبی فازی و ارزیابی مجموع نسبت‌ها ARAS(مورد مطالعه: صنعت پوشاک ورزشی). *فصل‌نامه‌ی اختصاصی تبلیغات و بازاریابی*، (٤)، ۱۱۱-۹٦.

۲۸. ملکی، سعید و سعیدی، جعفر. (۱۳۹۳). ارزیابی نقش جاذبه‌های گردش‌گری در توسعه‌ی شهرستان لردگان با استفاده از **مدل** SWOT. *فصل‌نامه‌ی جغرافیایی فضای گردشگری*، ۳(۱۱)، ۱٤۵-۱۲۹.

۲۹. علی قلی‌زاده فیروزجایی، ناصر، رمضان زاده لسبویی، مهدی و اسمعیلی، مجید. (۱۳۹٤). عوامل مؤثر در انگیزه‌ی گردش‌گران در انتخاب مقصد گردش‌گری با تأکید بر جاذبه‌های روستاهای مناطق کویری و بیابانی(موردی: نواحی روستایی خور و بیابانک). *فصل‌نامه‌ی جغرافیا*، ۱۳(٤٦)، ۳۲۱-۳۰۱.

۳۰. علیزاده، محمد رضا، اسلامفرد، فاطمه و فتوحی اردکانی، محمد.. (۱۳۹٤). ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه‌ی گردش‌گری تاریخی-فرهنگی با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) (موردی: شهر تاریخی فرح آباد). نشریه‌ی فضای جغرافیایی، ۱۵(٤۹)، ۲۱۱-۱۸۹.

31. Bhati, Abhishek & Pearce, Philip, (2017), Tourist attractions in Bangkok and Singapore; linking vandalism and setting characteristics, Tourism Management, Vol. 63, pp15-30

32. Herbert, D.T. (1996), Artistic and literary places in France as tourist attractions, tourism Management, Vol. 17, No. 2, pp. 77-85

33. Florentina Daniela Matei (Titilina), (2015), Using historical heritage as a factor in tourism development in the North-East of Romania, Procedia Economics and Finance, vol 23, pp453 – 460

34. Gnoth, J. and Zins, A. H., (2011), Developing a Tourism Cultural Contact Scale, Journal of Business Research, Volume 66, Issue 6, pp 738-744

35. Gulnara Ismagilovaa, Lenar Safiullina, Ilshat Gafurova, (2015), Using historical heritage as a factor in tourism development, Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol 188, pp157 – 162,

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]

36. Joan C. Henderson, Ong Si Yun, Priscilla Poon, Xu Biwei, (2012), Hawker centres as tourist attractions: The case of Singapore, International Journal of Hospitality Management, vol 31, Issue 3, pp. 849-855
37. Jovicic, Dobrica,(2014), Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism, Current Issues in Tourism, vol 19, Issue 6, pp 605-612
38. Kaaen Kwon & Ah Cho & Wan-Sup Cho1& Kwan-Hee Yoo & Ga-Ae Ryu (2016), Recommendation of Associated Tourist Attractions Based on SNS Analysis, Journal of Advanced Management Science Vol. 4, No. 5, pp393-396
39. Liu, Bing & Huang, Songshan & Fu, Hui(2017), An application of network analysis on tourist attractions: The case of Xinjiang, China, Tourism Management, Vol. 58, pp132- 141
40. Lu, Eric Hsueh-Chan & Fang, Shih-Hsin & Tseng, Vincent S.,(2016) Integrating tourist packages and tourist attractions for personalized trip planning based on travel constraints, GeoInformatica, Vol. 20, Issue 4, pp 741–763
41. Qiufen Zhang, (2012), Research on Tourist Attra ctions Performance Promoting Method Based on the SWOT Analysis Method, IERI Procedia, Volume 1, pp 254-260
42. Zoltan Bujdosoa, Lorant Davidb, Anett Tozserc, Gyongyi Kovacsd, Veronika Major Kathie, Gulmira Uakhitovaf, Peter Katonag, Maria Vasvarih, (2015), Basis of heritagization and cultural tourism development, Procedia - Social and Behavioral Sciences, vol 188, pp 307 – 315

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-21]