

توسعه گردشگری در شهر میانه اندام خوی و تحلیل چالش‌های پیش روی آن از دیدگاه جامعه محلی (مطالعه موردی: آرامگاه شمس تبریزی در خوی)

مهدی پاشازاده* حسین نظم فر بختیار عزت پناه

- ۱- دانشجوی دکتری تخصصی جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران
- ۲- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و روستایی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران
- ۳- استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، واحد مرند، دانشگاه آزاد اسلامی، مرند، ایران

چکیده

توسعه گردشگری در نواحی شهری نقش مهمی در متنوع سازی اقتصاد جوامع محلی دارد و یکی از منابع اشتغال‌زایی و کسب درآمد و زمینه ساز توسعه پایدار اقتصاد شهری می‌باشد. توسعه و رشد صنعت گردشگری در گروهی تأمین شرایطی است که با مهیا شدن آنها چرخه این صنعت خواهد چرخید. هدف اصلی این تحقیق شناسایی و تحلیل مشکلات توسعه صنعت گردشگری در شهر میانه اندام خوی از دیدگاه جامعه محلی با تأکید بر نقش مقبره شمس تبریزی در این زمینه می‌باشد. پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی بوده و جمع‌آوری داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مشاهده میدانی (توزیع پرسش نامه) انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش ۳۸۳ نفر از ساکنان محلی شهر خوی در سال ۱۳۹۶ بود که برای تعیین حجم نمونه و روش نمونه‌گیری، به ترتیب از روش تعیین حجم نمونه کوکران و نمونه‌گیری تصادفی بهره گرفته شد. برای تحلیل و طبقه‌بندی داده‌های مستخرج از پرسشنامه و آزمون فرضیه اصلی از نرم افزار SPSS و آزمون پارامتری تک نمونه‌ای (One-sample t-test) استفاده شد. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که از دیدگاه جامعه محلی، شهرستان خوی با وجود مزار شمس از قابلیت‌ها و پتانسیل‌های لازم برای توسعه گردشگری و تبدیل شدن به یکی از مراکز گردشگری استان و کشور برخوردار است اما در این زمینه با یکسری چالش‌ها، موانع و مشکلاتی از قبیل شاخص‌های امکانات زیرساختی و زیر بنایی دولتی، بهداشت و کیفیت محیط، جاذبه‌های گردشگری و مدیریت شهری روبرو است که اثر و تأثیر این عوامل بر توسعه گردشگری و جذب گردشگر معنادار و مثبت بوده و نتایج حاصل از آزمون فرضیه پژوهش نشان می‌دهد که عوامل مذکور جزء چالش‌های توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی از دیدگاه جامعه محلی شهر خوی می‌باشند و اقدامات کالبدی انجام شده در راستای توسعه گردشگری به‌ویژه از طریق شمس تبریزی مناسب، کافی و برنامه‌ریزی شده نبوده است.

واژه‌های کلیدی: شمس تبریزی، گردشگری، شهر خوی، جامعه محلی، آزمون t-test

* نویسنده رابط: Mehdi.pashazadeh1982@gmail.com

مقدمه

صنعت گردشگری، صنعتی درآمدزا است که موجب ایجاد کارآفرینی در گستره محلی و ملی می‌شود و در نهایت توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را در پی دارد و موجب ایجاد رشد در بخش ملی می‌شود (Katja et al, 2014: 378). این صنعت برای رونق بخشی به وضعیت معیشت، اشتغال و فرهنگ کشور به عنوان نوش دارویی مؤثر تلقی می‌شود (Kachniewska, 2015: 501). اکثر کشورها دریافته‌اند که توسعه پایدار صنعت گردشگری به چشم‌انداز بلند مدت اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و زیست محیطی نیاز دارد (Andersen et al, 2016:243). ساکنان محلی باید در نقطه مرکزی فرایند تصمیم‌گیری باشند (Yooshik et al, 2001:366). واحدهای اجتماعی که با منابع طبیعی و قلمرو مشخص خود دارای وابستگی منسجم و تاریخی هستند، اقشار سنتی و جوامع محلی می‌باشند (اکبری و قرخلو، ۱۳۸۹: ۵۷-۵۶). باور اساسی این است که جوامع محلی هسته مرکزی مقاصد توریستی هستند و جوامع سالم و موفق، معیاری برای سنجش موفقیت صنعت گردشگری به شمار می‌روند (فاضل نیا و هدایتی، ۱۳۸۹: ۱۴۶). مشارکت مؤثر مردم محلی در فعالیتهای توریستی نقش بسیار مهمی دارد (رضوانی، ۱۳۸۹: ۱۲۰). ساکنان مقصدهای گردشگری نقش حیاتی در ارائه تجربه‌های کیفی برای گردشگران و حفظ توسعه گردشگری پایدار دارند (Gursoy, Chi, & Dyer, 2010).

بنابراین، لازم است فرصتی فراهم گردد تا در فرآیند برنامه‌ریزی و تعیین اشکال توسعه آتی گردشگری منطقه شرکت کنند و دیدگاه خود را در مورد نحوه توزیع منافع حاصل و نوع جامعه‌ای که در آینده می‌خواهند در آن زندگی کنند، اظهار نمایند (ابراهیم زاده و آقاسی زاده، ۱۳۸۸: ۱۰۹). جامعه محلی در توسعه پایدار گردشگری نقش مهم و اساسی را ایفا می‌کند (ضیایی، ۱۳۹۲: ۸۸). هرگاه فعالیت گردشگری ارتباط نزدیکی با جوامع محلی داشته باشد، گردشگری می‌تواند موجب تغییر در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، محیطی و اقتصادی جامعه میزبان گردد (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۰). امروزه نقش جوامع محلی در مسائل مربوط به توسعه گردشگری موضوعی حیاتی می‌باشد. لذا شناخت دیدگاه جوامع محلی و استفاده از نظرات آنها امری ضروری است. از این رو شناسایی اثرات توسعه گردشگری از دیدگاه جوامع محلی و شناسایی چالش‌های موجود در مسیر توسعه گردشگری نقش مؤثر در مدیریت اثرات گردشگری بالطبع توسعه آن ایفا می‌نماید. در نتیجه زمینه سازی برای مشارکت جامعه محلی، کسب نظرها، اعمال نظرها و ایجاد روحیه هماهنگی لازم و ضروری می‌باشد. بنابراین در راستای توسعه گردشگری لازم است به جامعه محلی به عنوان یکی از مهم‌ترین پارمترهای تأثیرگذار در روند توسعه گردشگری و رسیدن به اهداف توجه خاصی شود. در نتیجه بدون حمایت ساکنان و جامعه محلی (میزبان) و درک و فهم مزایای توسعه گردشگری توسط آنها، موفقیت در توسعه گردشگری ممکن نیست. جاذبه‌های طبیعی متنوع و فراوان، شرایط کم نظیر اکولوژیکی، پوشش گیاهی متنوع، منابع طبیعی غنی، تنوع مناظر و محیط‌های طبیعی شامل چشم اندازها و مناظر طبیعی بکر، پناهگاه‌های حیاط وحش، مناطق کوهستانی، دره‌ها و ارتفاعات، برخورداری از چشمه‌های معدنی فراوان، مناطق حفاظت شده، بیشه‌ها و مراتع غنی، غارهای شگفت انگیز و... همگی موقعیت ممتازی برای

خوی در جهت توسعه گردشگری فراهم می‌آورند. یکی از این جاذبه‌های بسیار تأثیر گذار در جذب گردشگر برای شهر خوی به‌ویژه در یک دهه گذشته مقبره شمس تبریزی می‌باشد. گردشگری در دنیا با سرعت در حال توسعه می‌باشد و اکثر کشورهایی که از ظرفیت و پتانسیل گردشگری برخوردار می‌باشند، به طرق گوناگون در جهت بهره‌مندی اجتماعی و اقتصادی از آن در حال تلاش بوده و در حال انجام اقدامات موثری می‌باشند. شهر قونیه در ترکیه را می‌توان به عنوان الگویی مناسب در این زمینه معرفی کرد. مهمترین جذابیت توریستی شهر قونیه، آرامگاه و مقبره مولوی می‌باشد که به دلیل وجود آن شهر قونیه و کشور ترکیه به یکی از قطب‌های گردشگری تبدیل شده است و هر ساله با برگزاری مراسمی ویژه انبوهی از گردشگران مشتاق را به خود جذب می‌کنند. مراسم باشکوهی که مسئولین گردشگری در ترکیه جهت بزرگداشت مولانا برگزار می‌کنند، شکی برای بازدیدکنندگان نمی‌ماند که مولانا شاعری از همان سرزمین بوده است. قونیه به مدد مولانا به یکی از شهرهای پررفت و آمد ترکیه تبدیل شده است. بنابراین هتل‌ها و رستوران‌های زیادی در شهر وجود دارند که نگرانی مسافران را از هر لحاظ برطرف می‌کنند. همچنین شبکه حمل و نقل شهری، بسیار منظم کار می‌کند.

به طوریکه بر اساس آخرین آمار وزارت گردشگری و آثار تاریخی ترکیه، موزه و مقبره مولانا، شاعر و عارف پارسی‌گوی در شهر تاریخی قونیه این کشور، به جاذبه سوم گردشگری ترکیه تبدیل شده است و در هشت ماهه نخست سال جاری میلادی میزبان ۲ میلیون و ۴۶ هزار بازدیدکننده بود که بخش اعظم آنها گردشگرانی از کشورهای آسیای میانه و اروپا بودند. موزه و مقبره مولانا در حال حاضر روزانه میزبان حدود ۹ هزار بازدیدکننده است که به باور کارشناسان این بنای تاریخی شرایط لازم برای پذیرایی از این تعداد بازدیدکننده در روز را نداشته و احتمال دارد یک سیستم تعیین وقت قبلی برای بازدید که در مورد بسیاری از موزه‌ها و بناهای تاریخی اجرا شده در این مکان نیز اجرایی شود. کشور ترکیه در سال ۲۰۱۳ با میزبانی از ۳۴ میلیون گردشگر حدود ۲۵ میلیارد دلار از محل صنعت گردشگری درآمد دارد و دولت این کشور قصد دارد این رقم را با میزبانی از ۵۰ میلیون گردشگر به حدود ۵۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ افزایش دهد که حاصل آن قرار گرفتن ترکیه در جمع ۵ مقصد برتر گردشگری جهان خواهد بود. در حال حاضر بخش اعظم گردشگران ترکیه از کشورهای عربی حوزه خلیج فارس، انگلیس، آلمان، روسیه، بلغارستان، هلند، گرجستان، فرانسه، سوریه و ایتالیا بوده و دولت این کشور در حال برنامه‌ریزی برای جذب گردشگر از آفریقا و کشورهای منطقه آمریکای جنوبی است. (خبرگزاری فارس)

اما کشور ایران و شهرستان خوی علی‌رغم برخورداری از پتانسیل‌های بسیار بالا در خصوص گردشگری آن‌طور که شایسته است، نتوانسته خود را به‌عنوان یک قطب گردشگری با معرفی شاعران و مشاهیر به‌عنوان برند گردشگری مطرح نماید و از اثرات مثبت آن بهره جوید. بنابراین بایستی مدیریت کاملی روی گردشگری داشت زیرا با مدیریت گردشگری بوده که می‌توان از پتانسیل‌های گردشگری مانند مقبره شمس تبریزی همانند دهه اخیر بهره درست گرفت و موجب گسترش روز افزون این حوزه پرطرفدار شد. مانند کشور ترکیه که گردشگری یکی از نخستین درآمدهای آن محسوب می‌شود و اگر در این زمینه مدیریت درستی صورت

گیرد می‌توان بخش اعظمی از اقتصاد شهر خوی و کشورمان را بوسیله گردشگری جبران کرد و به یک مقصد گردشگری تبدیل شد.

مفاهیم و مبانی نظری پژوهش

گردشگری یکی از بهترین گزینه‌های کاهش فقر، ایجاد اشتغال و طرح‌های اقتصادی متنوع در کشورهای در حال توسعه در نظر گرفته شده است (Honeck, 2012: 5). مکان گردشگری به دلیل تأثیر منفی یا مثبتی که در ذهن گردشگران دارد، زمینه توسعه این صنعت را فراهم می‌آورد (Gursoy and Rutherford, 2004: 497; Lee, 2013: 39). به عبارت دیگر صنعت گردشگری با نقاط گردشگری در ارتباط هستند و توجه به دیدگاه‌های معطوف به یافتن مکان مناسب و در نظر گرفتن ساکنان منطقه در ارتقای صنعت گردشگری نقش عمده‌ای دارد (Andereck and Vogt, 2000: 28). گردشگری در عصر حاضر، در حکم صنعت بدون دود، توانمندیها و طرفداران زیادی دارد. رشد قابل توجه و چشمگیر گردشگری، در پنجاه سال گذشته نشان دهنده اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی این پدیده است. بنابراین، با توجه به زمینه‌های مناسب این صنعت در ایران و نیز اهمیت روزافزون آن در درآمدهای کشورها، بررسی آسیب‌ها و موانع و راهبردهای توسعه آن امری اجتناب ناپذیر است (دهقانفرد و قاسمی راد، ۱۳۹۶: ۱۸۱-۱۸۲).

موانع، مشکلات و چالش‌های توسعه صنعت گردشگری

۱- موانع سازمانی و ساختاری: نبود یک سازمان یا وزارتخانه مشخص به عنوان متولی صنعت که در نتیجه وجود سازمان‌های موازی، باعث ناهماهنگی و تداخل وظایف فراوان می‌گردد. از طرفی وجود چند سازمان مختلف و عدم تدوین و اجرای یک برنامه جامع و یکپارچه برای توسعه گردشگری، این صنعت را با مشکلات عدیده‌ای مواجه می‌سازد (مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۲: ۳۳).

۲- موانع فرهنگی-اجتماعی: تفاوت‌های فرهنگی بین مناطق گردشگری و آگاهی کم میزبانان نسبت به نیازها و خواسته‌های گردشگران و از طرف دیگر عدم آگاهی گردشگران از فرهنگ میزبانان، ضمن بروز مشکلات عدیده، مانع عمده‌ای در گسترش صنعت گردشگری است (Master Hoda & prideaux, Bruce, 1998: 45). اغلب در نقاط و مکان‌های مختلف ساکنان یک محل یا افراد یک جامعه به علت ناآگاهی یا دیدن برخی اعمال از جهانگردان و همچنین تفاوت فرهنگی بین میزبانان و گردشگران از این صنعت برداشت ناخوشایند و منفی دارند، و یا کار کردن در بعضی از مشاغل مربوط به گردشگری از طرف افراد بومی مشاغل سطح پائین تلقی شده و ساکنان بومی حاضر به کار کردن در این مشاغل نیستند (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۳۱۶).

۳- موانع موجود در بازار: عوامل بازار مانند: سطح درآمد، هزینه سوخت، امنیت شغلی، عوامل فصلی و انگیزه‌های مسافرت، ارتباط مستقیم با گسترش صنعت گردشگری دارد. بیشتر عوامل بازار از کنترل محل یا

مقصد گردشگران خارج است، و توانایی این محلها در جذب گردشگر در بلندمدت، نیاز به برنامه ریزی و انعطاف پذیری دارد. بنابراین برای تدوین یک استراتژی باید تحقیقات جامعی از وضع بازار صورت گیرد.

(وای گی، ۱۳۷۷: ۳۱۵ و ناصری، ۱۳۷۵: ۱۰۴-۱۰۳)

۴- موانع آموزشی و کمبود نیروی انسانی متخصص: متأسفانه به علت جوان بودن این صنعت در اغلب کشورهای در حال توسعه نیروی انسانی متخصص مورد نیاز کم است و حتی مراکز آموزشی برای تربیت نیروی انسانی مورد نیاز هم وجود نداشته و یا بسیار محدود است. (مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۲: ۳۴).

۵- موانع زیربنایی: کمبود و نامطلوب بودن وسایل حمل و نقل مسافری، جاده‌های بین شهری، مراکز خرید، تأسیسات اقامتی، شبکه‌های آب، برق، مخابرات، فاضلاب و بهداشت در مناطق گردشگری یکی از موانع عمده توسعه به حساب می‌آیند (ناصری، ۱۳۷۵: ۱۰۷) بنابراین هرچند با توجه به شرایط هر کشور یا منطقه، موانع توسعه صنعت گردشگری متفاوت است، اما بطور کلی توسعه صنعت گردشگری نیازمند یک مدیریت منسجم و کارآمد بوده که موانع و مشکلات را شناسایی کرده و توانایی اجرای استراتژی‌های تدوین شده را داشته باشد. (مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۲: ۳۵-۳۳).

۶- موانع و نارساییهای اقتصادی: عدم حمایت کافی از بخش خصوصی و تشویق نکردن به سرمایه گذاری در بخش گردشگری، سیاست‌های نامناسب اقتصادی، افزایش نرخ مالیات، عوارض، بیمه و غیره در بخش گردشگری (محسنی، ۱۳۸۸: ۱۵۲). به علت عدم سودآوری؛ حمایت ناکافی دولت و اقدامات سلیقه‌ای و محدودکننده از سوی برخی مقامات غیرمسئول؛ افزایش نرخ مالیات، عوارض، بیمه و... در بخش گردشگری؛ حمایت نکردن از سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری (دولتی و خصوصی)؛ سیاستهای نامناسب اقتصادی؛ فقدان تسهیلاتی همچون وام‌های بلندمدت با بهره کم برای بخش خصوصی؛ واگذاری زمین مناسب با بهای دولتی؛ حذف تشریفات زاید و دست و پاگیر اداری برای ایجاد هتلها و مراکز رفاهی؛ تضمین امنیت سرمایه گذاری در صنعت گردشگری توسط دولت به منظور ایجاد انگیزه در بخش خصوصی (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱).

۷- موانع دولتی: کمبود و نارسایی خدمات زیربنایی مانند راهها، امکانات رفاهی تفریحی، بهداشتی، پزشکی و سایر فعالیتهای انسان ساخت مورد نیاز گردشگران و همچنین پاسخگو نبودن هتلها و مراکز اقامتی به نیازهای گردشگران، از جمله چالشهای پیش روی گردشگران بوده است (همان).

یکی دیگر از مسائل پیش روی توسعه گردشگری، امنیت مقصد گردشگری است. با توسعه تروریسم بین‌المللی و بررسی ارتباط آن با گسترش گردشگری، محققان به این نتیجه دست یافته‌اند که تروریسم می‌تواند اثر کوتاه مدتی بر جذب گردشگر داشته باشد؛ فقط در ۵ درصد کشورهای مورد بررسی آثار بلندمدت تروریسم بر صنعت گردشگری مشاهده شده است (Liu & Pratt, 2017).

۸- موانع فرهنگی و تبلیغاتی: مشکلات ذهنی، رسوبات منفی و وجود پندارهای نادرست در مورد گردشگران، ضعف ساختاری در مورد تبلیغات و اطلاع رسانی، عدم بکارگیری اصول و روش‌های صحیح برقراری ارتباط با جهانگردان (زمانی فراهانی، ۱۳۹۲: ۶۶).

پژوهشی روش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و در آن از روش پژوهش توصیفی-تحلیلی استفاده شده است. جمع آوری داده‌ها علاوه بر مشاهده میدانی و تکمیل پرسش نامه از طریق مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای صورت گرفت. با توجه به پیمایشی بودن تحقیق، از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده و به جامعه آماری تعمیم داده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل افراد ساکن در شهر خوی است که بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵، ۱۹۸/۸۴۵ نفر ساکن شهر خوی هستند. برای تعیین حجم نمونه از روش نمونه‌گیری کوکران استفاده شد.

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

که براساس این روش ۳۸۳ نفر به عنوان نمونه آماری مشخص شد. پس از تعیین حجم نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی، پرسشنامه‌های مورد نظر در سطح شهر تکمیل شد. پرسشنامه محقق ساخته برای دستیابی به اهداف و به منظور بررسی چالش‌های توسعه گردشگری از دیدگاه جامعه محلی طراحی شده بود. سوالات پرسشنامه به دو بخش مربوط به سوالات عمومی با ترکیبی از مقیاس اسمی و رتبه‌ای و سوالات اختصاصی که شامل ۲۱ گویه به صورت طیف لیکرت پنج گزینه‌ای (خیلی کم = ۱، کم = ۲، متوسط = ۳، زیاد = ۴، خیلی زیاد = ۵) تقسیم شده بود و در ادامه، برای تحلیل و طبقه‌بندی داده‌های مستخرج از پرسش نامه‌ها و آزمون فرضیه پژوهش از نرم افزار SPSS و آزمون پارامتری یک گروهی و تک نمونه‌ای (One-sample t-test) استفاده شد. از آنجایی که داده‌های تعدادی از پرسشنامه‌ها توسط نرم افزار فاقد ارزش بررسی (داده‌های پرت) شناخته شد با حذف آنها در نهایت برای تحلیل توسط نرم افزار تعداد ۳۴۵ عدد پرسشنامه کامل و بدون نقص (به عنوان حجم نمونه عملیاتی) که قابلیت تجزیه و تحلیل در SPSS را داشتند، جهت ارزیابی مورد تایید قرار گرفتند.

معرفی منطقه مورد مطالعه پژوهش

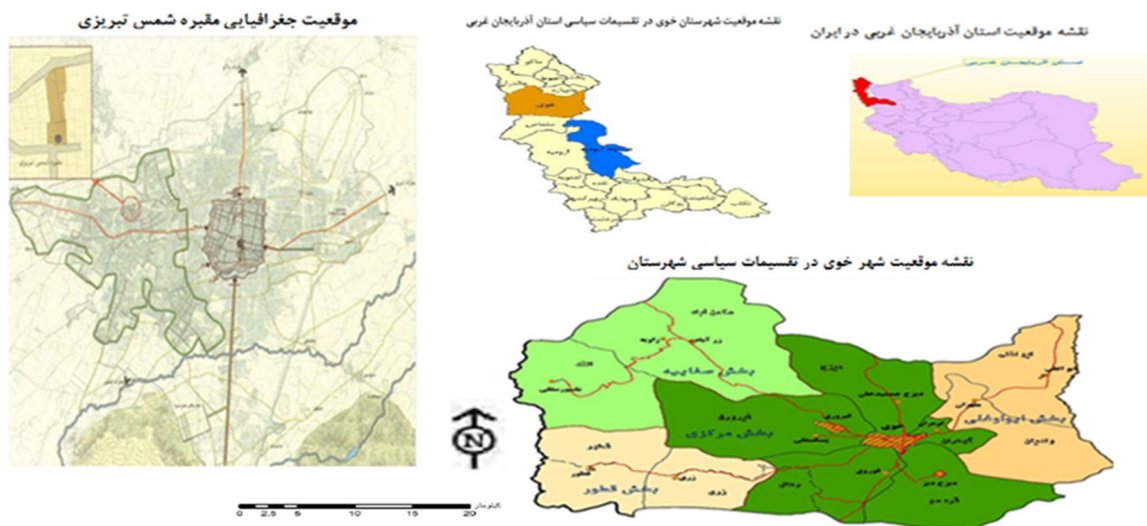
شهرستان خوی در دشتی نسبتاً وسیع در شمال غربی ایران و در استان آذربایجان غربی قرار گرفته و بعد از ارومیه دومین شهرستان استان می باشد. این شهرستان در ۱۴۱ کیلومتری شهر ارومیه مرکز استان آذربایجان غربی و ۱۴۳ کیلومتری شهر تبریز مرکز استان آذربایجان شرقی قرار دارد و تا مرز ترکیه به خط مستقیم حدود ۳۲ کیلومتر فاصله دارد و از شمال به شهرستان‌های ماکو و چالدران، از جنوب به شهرستان سلماس، از شرق به شهرستان مرند و از غرب به کشور ترکیه محدود می‌شود. شهرستان خوی با وسعتی در حدود ۶۰۰۰ کیلومتر مربع وسیع‌ترین شهرستان استان بوده و براساس سالنامه آماری استان آذربایجان غربی در سال ۱۳۹۵ شهر خوی در موقعیت جغرافیایی ۴۴ درجه و ۵۸ دقیقه طول شرقی و ۳۸ درجه و ۳۲ دقیقه عرض شمالی واقع شده و اختلاف ساعات شهر خوی با تهران ۲۵ دقیقه ۳۴ ثانیه است. جلگه خوی در دامنه جنوب شرقی فلات ارمنستان واقع شده و ارتفاع متوسط آن از سطح دریا ۱۱۳۹ متر می باشد، و از

تمام جلگه‌های مجاور دریاچه اورمیه پست تر است و به همین جهت در اصطلاح عوام آنرا خوی چوخور (چاله خوی) می‌نامند. در حال حاضر بر اساس آخرین تقسیمات سیاسی در سال ۱۳۸۹ این شهرستان از چهار بخش (ایواوغلی، صفائیه، قطور و مرکزی)، شش نقطه شهری، ۱۱ دهستان و ۲۳۱ روستای دارای سکنه و ۱۳ روستای خالی از سکنه تشکیل شده است (سالنامه آماری استان، مهندسان مشاور فرافزا، ۱۳۷۰: ۵۹ و مهندسان مشاور پویا نقش شهر و بنا، ۱۳۹۱: ۶۶). بر طبق سرشماری ۱۳۹۵ این شهرستان بالغ بر ۳۴۸/۶۶۴ نفر جمعیت داشته است که از این تعداد ۱۹۸/۸۴۵ نفر ساکن شهر خوی هستند. شهرخوی از طریق ۵ محور اصلی با کشور ترکیه، شهرها، شهرستانها و استان اطراف خود ارتباط دارد. محورهای مواصلاتی با عملکرد بالا که در طول ساعات زیادی از شبانه روز فعال هستند.

۱- محور خوی- ایواوغلی به مرند (ارتباط با استان آذربایجان شرقی)

۲- محور خوی- ایواوغلی به جلفا، قره ضیالالدین، پلدشت، جمهوری آذربایجان، شوط، ماکو، بازرگان، ترکیه

۳- محور خوی به سلماس و ارومیه ۴- محور خوی- قطور به مرز رازی، ترکیه ۵- محور خوی - فیرورق به چالدران



شکل ۱- محدوده مورد مطالعه در سطوح مختلف بر اساس تقسیمات سیاسی کشور

سوال و فرضیه پژوهش

بر پایه مسائل مطرح شده در پژوهش این سوال مطرح می‌شود:

آیا از دیدگاه جامعه محلی اقدامات کالبدی انجام شده در راستای توسعه گردشگری تاریخی- فرهنگی در شهر خوی به‌ویژه از طریق شمس تبریزی مناسب و کافی نبوده و در این مسیر با یکسری چالش‌ها روبرو می‌باشد؟

از این رو برای پاسخ دادن به این سوال فرضیه‌ای بدین شکل صورت بندی شده است:

فرضیه: به نظر می‌رسد از دیدگاه جامعه محلی اقدامات کالبدی انجام شده در راستای توسعه گردشگری تاریخی- فرهنگی در شهر خوی به‌ویژه از طریق شمس تبریزی مناسب و کافی نبوده و در این مسیر با یکسری چالش‌ها روبرو می‌باشد.

بحث یافته‌ها و نتایج:

توصیف جمعیت شناختی نمونه آماری:

یافته‌های حاصل از توصیف داده‌های ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه آماری به شرح جدول ۱ است.

جدول ۱: خصوصیات جمعیت شناختی نمونه آماری

متغیر	سطوح	تعداد	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۲۰۶	۵۴
	زن	۱۷۷	۴۶
سن	زیر ۲۰ سال	بین ۲۵ تا ۳۰	۳۹
	بین ۲۰ تا ۳۰ سال	بین ۳۱ تا ۳۵	۴۷
	بین ۳۰ تا ۴۰ سال	بین ۳۶ تا ۴۰	۴۸
	بین ۴۰ تا ۵۰ سال	بین ۴۱ تا ۴۵	۷۳
	بالای ۵۰ سال		۶۴
			۵۹
			۴۱
شغل	کارمند	۱۵۰	۳۹
	شغل آزاد	۱۶۱	۴۲
	سایر مشاغل (عضو هیئت علمی دانشگاه، دبیر، دانشجو و...)	۷۲	۱۹
تحصیلات	کمتر از دیپلم	۵۸	۱۵
	دیپلم تا لیسانس	۱۷۹	۴۷
	فوق لیسانس و بالاتر	۱۴۶	۳۸

منبع: محاسبات نگارندگان و یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

متغیرها و شاخصهای مورد بررسی

شاخصها باید به گونه‌ای انتخاب گردند که برای ساکنان محلی آشنا بوده و بتوانند آنها را درک کنند (کرایبر-نیکولیر، فراری جملین و جولیت، ۲۰۰۳، ۲۳۳). پژوهش حاضر دارای ۲۱ متغیر مشاهده پذیر است که در قالب ۴ گروه یا شاخص مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته‌اند.

جدول ۲: شاخص‌های ارزیابی موانع توسعه گردشگری از دیدگاه جامعه محلی شهر خوی

شاخص ارزیابی	حوزه فعالیت	طبقه	گروه
A1 تنوع دسترسی به وسایل حمل و نقلی مختلف برای استفاده گردشگران در درون شهر و بیرون شهر A2 پارکینگ آرامگاه شمس تبریزی B1 جاده‌های مواصلاتی و شبکه‌های ارتباطی بین شهری مناسب و مطلوب B2 میزان دسترسی به جاذبه‌های گردشگری برای گردشگران C1 امکانات رفاهی و اقامتی متنوع و مطلوب	زیرساخت‌های حمل و نقل (جاده‌ای، هوایی، ریلی) و خدمات پارکینگ شبکه راه و کیفیت معابر مراکز اقامتی و پذیرایی	A B C	امکانات زیرساختاری و زیربنائی دولتی
D1 میزان مطلوبیت تاسیسات بهداشتی و شبکه‌های آب، برق و تلفن در محل جاذبه‌های گردشگری D2 وضعیت مطلوبیت بهداشت و نظافت در مراکز گردشگری خوی به‌ویژه در آرامگاه شمس تبریزی D3 وضعیت مطلوبیت سرویس‌های بهداشتی و وضعیت دسترسی به آب سالم و بهداشتی آشامیدنی در مراکز گردشگری خوی به‌ویژه در مقبره شمس تبریزی	بهداشت و کیفیت محیط‌های گردشگری	D	بهداشت و کیفیت محیط
E1 فضاهای سبز - تفریحی و ورزشی متنوع شهر E2 امکانات تفریحی و رفاهی مطلوب و مورد نیاز گردشگران در پارک‌ها و گردشگاه‌ها E3 تنوع امکانات تفریحی شهر E4 تنوع امکانات موجود در آرامگاه شمس E5 معرفی، تبلیغ، جذب و ترغیب گردشگران توسط صدا و سیما و شبکه استانی E6 تهیه کاتالوگ، بروشور، مقاله، بنرها و تابلوهای تبلیغاتی و کتابهای راهنما در مورد جاذبه‌های گردشگری به‌ویژه آرامگاه E7 میزان تبلیغات و اطلاع رسانی (بازاریابی) برای جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی مانند آرامگاه E8 میزان تأثیر برگزاری همایش‌ها و کنگره‌های بین‌المللی	جاذبه‌های شهری و جاذبه‌ها و اقدامات تبلیغاتی تاریخی-فرهنگی	E	جاذبه‌های گردشگری
F1 انسجام سازمان‌های متولی امر مدیریت شهری و گردشگری F2 میزان توجه مدیریت شهری به حوزه گردشگری	اقدامات مراکز تصمیم‌گیری متعدد و سازمان‌های موازی		

<p>F3 میزان توجه مدیران شهری به ایجاد فضاهای شهری متنوع</p> <p>F4 تأثیر اقدامات جدید برای تعریض، توسعه و تجهیز محوطه مقبره شمس تبریزی در جهت جذب گردشگر</p> <p>F5 میزان توجه مدیریت شهری برای ایجاد محیط جذاب برای گردشگران</p>	مدیریت شهری	F	مدیریت شهری
---	-------------	---	-------------

منبع: محاسبات نگارندگان و یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

آزمون فرضیات پژوهش و تحلیل یافته‌های تحقیق

برای سنجش و آزمون فرضیه اصلی پژوهش از طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است. این طیف نمرات را از ۱ الی ۵ براساس شدت طبقه بندی می‌کند. از آنجا که نماگرهای هر عامل با طیف لیکرت سنجیده شده اند، عدد ۳ به عنوان حد متوسط در نظر گرفته شد و داده‌ها در هر یک از نماگرها با این عدد سنجیده شده اند. هدف اصلی این آزمون مقایسه متغیرهای موردنظر با حد وسط در نظر گرفته شده است. هرچه نمرات و پاسخ جامعه محلی به سمت ۵ سیر صعودی داشته باشد وضعیت مطلوبتر و هر چه به سمت عدد ۱ سیر نزولی داشته باشد وضعیت نامطلوب‌تری را نشان می‌دهد و در واقع چنانچه پاسخ افراد به سمت ضعیف و سیر نزولی میل کند، همسویی آنها با فرضیه یا ادعای محقق بیشتر می‌شود. نظر پاسخ دهندگان به هر سوال با استفاده از فرمول‌های میانگین، انحراف معیار و t تعیین می‌شود. همچنین در صورتی که نماگری معنی دار گردد باید از مقادیر حد بالا و حد پایین استفاده کرد که:

هرگاه حد بالا و پایین مثبت باشد، میانگین از مقدار مشاهده شده بزرگتر است.

هرگاه حد بالا و پایین منفی باشد، میانگین از مقدار مشاهده شده کوچکتر است.

- فرضیه صفر و فرضیه ۱ به صورت تعریف شده است:

$$H_0 : \mu \leq 3 \quad H_1 : \mu \geq 3$$

در حالت H_0 از دیدگاه جامعه محلی اقدامات کالبدی انجام شده در راستای توسعه گردشگری شهرستان به‌ویژه از طریق شمس تبریزی مناسب و کافی نبوده و انجام نشده و نمی‌تواند آن را به یکی از مراکز گردشگری استان و کشور تبدیل کند. و این حالت نشانگر و دلالت بر تایید فرضیه خواهد بود.

در حالت H_1 از دیدگاه جامعه محلی اقدامات کالبدی انجام شده در راستای توسعه گردشگری شهرستان به‌ویژه از طریق شمس تبریزی مناسب و کافی بوده و انجام شده و می‌تواند آن را به یکی از مراکز گردشگری استان و کشور تبدیل کند. و این حالت نشانگر و دلالت بر رد فرضیه خواهد بود.

پس از تعیین t هر سوال اگر شرط بالا برقرار بود فرضیه H_0 که در واقع ادعای محقق می‌باشد. اثبات می‌گردد و در غیر اینصورت فرضیه رد می‌شود.

محاسبات آماری برای هر یک از گویه‌ها و سوالات در نرم افزار spss و با استفاده از تکنیک آماری t test آزمون پارامتری یک گروهی و تک نمونه‌ای (One-sample t-test) مورد تحلیل قرار گرفته اند که در ادامه نمرات مربوط به هر کدام از گویه‌ها ارائه می‌گردد (جدول ۳).

آزمون این فرضیه با روش آمار استنباطی در قالب ۲۱ سوال و گویه پرسشنامه مورد نظر خواهی از جامعه محلی قرار گرفت که پس از جمع آوری پاسخها، پردازش اطلاعات و تحلیل آنها نتایج جدول بدست آمدند که نتایج بدست آمده بیانگر آن است که میانگین پاسخهای بدست آمده و مقدار t محاسبه شده به جزء یک سوال در بقیه سوالات با نمره معیار و پایایی آزمون اختلاف معناداری را نشان می‌دهند و از آن نمره پایین‌تر و کوچکتر می‌باشند و دارای سیر نزولی هست. همچنین مقدار حد بالا و پایین به جزء یک سوال در بقیه سوالات منفی باشد، که نشان می‌دهد میانگین از مقدار حد وسط کوچکتر است که مفهوم آنها تایید فرضیه صفر و فرضیه محقق می‌باشد. تحلیل یافته‌های تحقیق با استفاده از آزمون t .test نشان می‌دهد که از دیدگاه جامعه محلی اقدامات کافی و مناسبی در جهت توسعه گردشگری در شهر خوی به‌ویژه از طریق شمس تبریزی در جهت جلب رضایت گردشگران صورت نگرفته است. همچنین سطح معناداری محاسبه شده در همه سوالات نیز توافق معنادار بودن در سطح اطمینان ۹۹ درصد را نشان می‌دهد که درحقیقت نشانگر آن است همه موارد و مؤلفه‌های مذکور و سوال شده از دیدگاه جامعه محلی به عنوان اقدامات کالبدی مناسب تأثیر مثبت و مطلوبی در جذب گردشگر دارند و بین مؤلفه‌های مذکور رابطه و همبستگی مثبت و معناداری در جهت توسعه گردشگری برقرار است و می‌توانند در توسعه گردشگری موثر و مفید باشند. از این رو نباید اهمیت این مؤلفه‌ها را نادیده گرفت. با توجه به این موارد و وضعیت حد بالا و حد پایین در فاصله اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که از دیدگاه ساکنان محلی اقدامات کالبدی انجام شده برای توسعه گردشگری شهرستان خوی و مؤلفه‌های مذکور در سوالات در وضعیت مطلوبی قرار ندارند و کمتر از حد متوسط هستند و همه موارد حاکی از تایید فرضیه صفر می‌باشد.

جدول ۳: نمونه محاسبات آماری خروجی از نرم افزار Spss آزمون T تک نمونه‌ای برای سوالات مرتبط با فرضیه اصلی تحقیق

One-Sample Test							
Test Value = 3							
	t	Df (درجه آزادی)	Sig. (2-tailed) (سطح معناداری)	Std. Deviation (انحراف معیار)	Mean (میانگین)	95% Confidence Interval of the Difference (سطح اطمینان ۹۵٪)	
						Lower (حد پایین)	Upper (حد بالا)
A1	-۸/۳۰۳	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۲۴۵	۲/۴۴	-۰/۶۹	-۰/۴۲
A2	-۲/۱۲۰	۳۴۴	۰/۰۳۵	۱/۳۲۱	۲/۸۵	-۰/۲۹	-۰/۰۱
B1	-۹/۸۸۷	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۲۳۶	۲/۳۴	-۰/۷۹	-۰/۵۳
B2	-۷/۶۵۰	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۲۶۷	۲/۴۸	-۰/۶۶	-۰/۳۹
C1	-۶/۶۳۴	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۲۵۰	۲/۵۵	-۰/۵۸	-۰/۳۱
D1	-۸/۶۲۷	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۲۰۴	۲/۴۴	-۰/۶۹	-۰/۴۳
D2	-۷/۶۳۴	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۲۵۵	۲/۴۸	-۰/۶۵	-۰/۳۸
D3	-۲/۵۶۷	۳۴۴	۰/۰۱۱	۱/۲۳۸	۲/۸۳	-۰/۳۰	-۰/۰۴
E1	-۱۲/۵۱۹	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۱۱۸	۲/۲۵	-۰/۸۷	-۰/۶۴
E2	-۷/۳۷۴	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۳۱۴	۲/۴۸	-۰/۶۶	-۰/۳۸

E3	-۱۰/۷۱۶	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۱۹۶	۲/۳۱	-۰/۸۲	-۰/۵۶
E4	-۸/۲۰۷	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۲۸۶	۲/۴۳	-۰/۷۰	-۰/۴۳
E5	-۶/۴۷۵	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۲۰۶	۲/۵۸	-۰/۵۵	-۰/۲۹
E6	-۳/۷۸۵	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۳۶۵	۲/۷۲	-۰/۴۲	-۰/۱۳
E7	-۷/۰۷۰	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۲۴۱	۲/۵۳	-۰/۶۰	-۰/۳۴
E8	۰/۰۷۸	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۳۷۵	۳/۰۱	-۰/۱۴	-۰/۱۵
F1	-۵/۶۲۰	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۱۸۸	۲/۶۴	-۰/۴۹	-۰/۲۳
F2	-۸/۱۱۴	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۲۴۱	۲/۴۶	-۰/۶۷	-۰/۴۱
F3	-۹/۷۸۵	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۱۴۴	۲/۴۰	-۰/۷۲	-۰/۴۸
F4	-۱/۸۲۲	۳۴۴	۰/۰۶۹	۱/۳۶۰	۲/۸۷	-۰/۲۸	-۰/۰۱
F5	-۱۰/۳۸۹	۳۴۴	۰/۰۰۰	۱/۱۹۲	۲/۳۳	-۰/۷۹	-۰/۵۴

منبع: محاسبات نگارندگان و یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

نتیجه‌گیری از آزمون t. test

از مجموعه مباحث فوق و تحلیل یافته‌های تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که از دیدگاه جامعه محلی اقدامات کالبدی کافی، مناسب و برنامه‌ریزی شده در جهت توسعه گردشگری شهرستان خوی و تبدیل آن به یکی از کانون‌های گردشگری استان و کشور علیرغم داشتن پتانسیل بسیار قوی مانند مقبره شمس تبریزی صورت نگرفته است.

نتیجه‌گیری

گردشگری فعالیتی اشتغال‌زا و یکی از منابع مهم درآمد می‌باشد. به همین دلیل تأثیر مستقیم و بسیار مهمی در زندگی ساکنان محلی یک شهر دارد و می‌تواند راهبردی بسیار مناسب برای توسعه همه جانبه ساکنان محلی از نظر اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و... باشد. پژوهش حاضر با هدف بررسی موانع و چالش‌های توسعه گردشگری از دیدگاه جامعه محلی شهر خوی با تأکید بر آرامگاه شمس تبریزی صورت گرفت. یافته‌ها و نتایج پژوهش و ارزیابی فرضیات تحقیق نشان می‌دهد ضعف امکانات زیربنایی و زیرساختی خدمات گردشگری و کمبود، نارسایی و نامطلوب بودن خدمات زیربنایی مانند شبکه راهها و جاده‌های مواصلاتی بین شهری، وضعیت ضعیف و نامناسب سیستم حمل و نقل زمینی و وسایل مسافربری، کمبود امکانات و تأسیسات اقامتی-رفاهی متنوع، امکانات بهداشتی-پزشکی، مراکز تفریحی، تفرجگاه‌ها و پارک‌ها و زیرساخت‌ها و امکانات مورد نیاز گردشگران در پارک‌ها، شبکه‌ها و تأسیسات آب، برق، فاضلاب و حتی سرویس‌های بهداشتی نامناسب و ناکافی در مناطق گردشگری و سایر فعالیتهای انسان ساخت مورد نیاز گردشگران و نبود برنامه‌ریزی مناسب به منظور پر کردن اوقات فراغت آنها، عدم تمایل بخش خصوصی، عدم تشویق و حمایت کافی از این بخش به سرمایه گذاری در بخش گردشگری برای ایجاد فضاهای شهری متنوع و محیط جذاب برای گردشگران، کمبود امکانات تبلیغاتی مناسب و ضعف ساختاری در تبلیغات، اطلاع رسانی رسانه‌ها و بازاریابی، وجود سازمان‌های موازی و مشخص نبودن وظایف و مسئولیت‌ها و تصمیم گیری‌های منفک سازمان‌ها و ناهماهنگی در همکاری بین سازمان‌ها و ارگان دولتی و مشکلات مدیریت

شهری در این زمینه، کمبود نیروی انسانی متخصص و آموزش دیده و عدم توجه به توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری، از موانع و چالش‌های عمده توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی از دیدگاه جامعه محلی شهر خوی می‌باشند.

نتایج تحقیق با یافته‌های قبلی انجام شده توسط ناصری (۱۳۷۵)، موسایی و همکاران (۱۳۹۱) و زمانی فراهانی (۱۳۹۲) مطابقت دارد و نتایج بیانگر آن است که از دیدگاه جامعه محلی و البته نگارنده این پژوهش اگر ما بخواهیم زمینه‌های استفاده از پتانسیل‌های بالای گردشگری در شهرستان خوی را فراهم کنیم، باید به دنبال حل این چالش‌ها، تنگناها و مشکلات موجود باشیم تا بتوان با فضا سازی مناسب گردشگران را برای بازدید از آثار با ارزش شهر به‌ویژه آرامگاه شمس تبریزی دعوت نمود. شهرستان خوی یکی از شهرهای دور از مرکز و پایتخت می‌باشد که همواره با تهدید محرومیت روبرو می‌باشد. علی‌رغم این موضوع، این شهرستان دارای جاذبه‌های گردشگری فراوانی است که یکی از این جاذبه‌های بسیار ارزشمند آرامگاه شمس تبریزی است که قابلیت تبدیل شدن به قطب گردشگری در استان و حتی کشور را دارد. نقش گردشگری در توسعه منطقه خوی موجب اشتغال، خودکفایی و تقویت اقتصاد منطقه می‌شود. شمس تبریزی به عنوان شخصیتی جهان‌شمول به گواه بسیاری از صاحب‌نظران و اندیشمندان، ظرفیتی قابل توجه برای گردشگری عرفانی همه ایرانیان است که باید از آن به بهترین شکل برای توسعه فرهنگ، ادب و گردشگری در کشور با مرکزیت خوی استفاده شود. مقبره شمس در کنار مناره‌ای به نام او در خوی قرار دارد که با کشف این آرامگاه، در ۱۵ سال گذشته همه ساله ویژه برنامه‌های روز ملی شمس در اوایل پاییز (۷ مهر) در شهر خوی برگزار می‌شود. با توجه به اینکه آرامگاه شمس یک ظرفیت فرهنگی در خوی و به عبارت دیگر در استان آذربایجان غربی و کشور ایران اسلامی است، بنابراین علاوه بر این آرامگاه، زیرساخت‌های دیگر گردشگری هم باید در این شهر ایجاد شود و انتظار بر این است مدیریت شهری نیز در این خصوص همراهی‌های لازم را داشته باشد و دیگر طرح‌های جذاب سفر را نیز مد نظر داشته باشند تا افرادی که برای حضور در آرامگاه شمس به خوی می‌آیند با خاطره خوشی شهر خوی را ترک کنند. از آنجایی که بین وجود جاذبه‌های و پتانسیل‌های گردشگری مانند آرامگاه شمس و برخورداری از زیر ساخت‌ها و در نتیجه جذب گردشگر رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و هرچه شهرستان توسعه یافته تر و زیرساخت‌های گردشگری توسعه و بهبود یافته تر باشد، در نتیجه جذب گردشگر افزایش خواهد یافت. بنابراین زیرساخت‌های کم و نامناسب یکی از جدی‌ترین مشکلات و چالش‌های توسعه گردشگری شهرستان می‌باشد و بایستی مسئولین به دنبال حل این چالش‌ها و دوری از این مشکلات و در نتیجه توسعه زیرساخت‌های گردشگری باشند. توسعه حمل و نقل زمینی (جاده‌ای) و وصل شدن شهرستان خوی به شبکه ریلی و راه آهن می‌تواند نقش مهمی را در توسعه گردشگری ایفا کند. زیرا برای دسترسی به هر مکان و جاذبه‌ای سیستم حمل و نقل به عنوان یک زیر ساخت مطرح و مهم می‌باشد. از آنجایی که شهرستان خوی در بخش‌های زیرساخت‌ها و امکانات زیربنائی جذب گردشگر، بهبود کیفیت شاخص‌های بهداشتی و تنوع جاذبه‌های گردشگری، واقعا با مشکل روبروست، مسئولان، متولیان امر و مدیریت شهری می‌توانند با تشویق، حمایت و جذب بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این زمینه‌ها و بهبود نحوه مدیریت شهر قدم‌های مهمی در تقویت نظام گردشگری و توسعه گردشگری تاریخی-فرهنگی شهر خوی بردارند.

منابع و مأخذ:

- ۱- آقاسی، مهدی، (۱۳۵۰)، تاریخ خوی، انتشارات شفق.
- ۲- ابراهیم زاده، عیسی، آقاسی زاده، عبدالله (۱۳۸۸)، تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT، مجله مطالعات و پژوهشهای شهری و منطقه ای، سال اول، شماره ۱.
- ۳- اکبری، علی، قرخلو، مهدی (۱۳۸۹)، اکوتوریسم مفهومی نو در جغرافیای گردشگری، انتشارات انتخاب، تهران، چاپ اول.
- ۴- خبرگزاری فارس، دسترس در (۹۶/۱۱/۶)
- ۵- دهقانفرد، سکینه، قاسمی زاد، علیرضا (۱۳۹۶)، شناسایی مشکلات توسعه صنعت گردشگری استان ساحلی بوشهر و ارائه راهکارهای مناسب، فصلنامه علمی-پژوهشی گردشگری و توسعه، سال ششم، شماره ۱۰، ۱۹۴-۱۷۸.
- ۶- رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۹)، جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران، چاپ هشتم.
- ۷- زمانی فراهانی، همیرا، (۱۳۹۲)، شناخت صنعت جهانگردی ایران و جهان، انتشارات زهد.
- ۸- سالنامه آماری استان آذربایجان غربی، ۱۳۹۵.
- ۹- سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹)، برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی، مترجم محمود عبدالله زاده، ویرایش تخصصی نصرالله مستوفی، چاپ اول، تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- ۱۰- فاضل نیا، غریب و صلاح هدایتی (۱۳۸۹)، راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زریوار، فصلنامه جغرافیا و توسعه، دوره هشتم، شماره ۱۹.
- ۱۱- کرابیر-نیکولیر، فراری جملین وجولیت، ۲۰۰۳.
- ۱۲- مدهوشی، مهرداد، ناصرپور، نادر (۱۳۸۲)، ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۸، ۵۸-۲۵.
- ۱۳- محسنی، رضا علی (۱۳۸۸)، گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالشها و راهکارها. فصلنامه فضای جغرافیایی، ۹ (۲۸)، ۱۷۱-۱۴۹.
- ۱۴- موسایی، میثم، هاشمی، سمیه و ابراهیمی، میترا (۱۳۹۱)، بررسی جامعه شناختی توسعه پایدار گردشگری در ایران: موانع، چالش، راهکارها. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد شوشتر، ۶ (۱۶)، ۲۵-۵۰.
- ۱۵- مرکز آمار ایران، خلاصه ای از نتایج تفصیلی نفوس و مسکن، ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵.
- ۱۶- مهندسان مشاور پویا نقش شهر و بنا، (۱۳۹۱)، طرح جامع شهر خوی. ۲۲-۶۶.
- ۱۷- مهندسان مشاور فرا فزا، (۱۳۷۰)، طرح جامع شهر خوی، ص ۵۹.
- ۱۸- ناصری، مسعود (۱۳۷۵)، شناسایی موانع مؤثر توسعه صنعت توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش و جذب توریسم، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.
- ۱۹- وای گی، چاک (۱۳۷۷) جهانگردی در چشم اندازی جامع، مترجمان: علی پارسائیان و محمد اعرابی، چاپ اول، تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی.

- 20- Andereck, K., and Vogt, C., 2000, The Relationship Between Residents' Attitudes Toward Tourism and Tourism Development Options, *Journal of Travel Research*, Vol. 39, No. 1, PP. 27-36.
- 21- Andersen, I. M. V., Blichfeldt, B. S., & Liburd, J. J. (2016). Sustainability in coastal tourism development: an example from Denmark. *Current Issues in Tourism*, 19(5), 1-8.
- 22- Gursoy, D. , Chi, C. , & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of sunshine coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381-394.
- 23- Kachniewska M. , 2015, Tourism development as a determinant of quality of life in rural areas, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 7, No. 5, pp. 500-515.
- 24- Katja, C. , Miroslav, R. , Barbara, B. H. , Doris, O. G. , 2014, Building a Model of Researching the Sustainable Entrepreneurship in the Tourism Sector, Vol. 43, PP. 377 -393.
- 25- Yoon Yooshik, Gursoy Dogan, Chen Joseph S., validating a tourism theory development with structural equation modeling, *Tourism Management* 22 , 2001, pp :363-372.
- 26- Honeck, D., 2012, Export diversification, employment generation and the green economy: What roles for tourism linkages, 1st edition, WTO, Madrid .
- 27- Gursoy, D., and Rutherford, D., 2004, Host Attitudes Toward Tourism: an Improved Structural Model, *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No. 3, PP. 495-516.
- 28- Master Hoda & prideaux Bruce (1998); “Culture and vacation Satisfaction: a Study of Taiwanese tourists in South East Queens land”, *Tourism Management*, 21 (2000).