

# تحلیل سیستمی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری و ارائه سیاست‌های مناسب: مطالعه موردی جاذبه‌های گردشگری خراسان رضوی

سمیه فدایی<sup>۱</sup>، پردیس روزخوش<sup>۱</sup>، علی سیبویه<sup>۱</sup>  
<sup>۱</sup>مدیریت صنعتی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

## چکیده

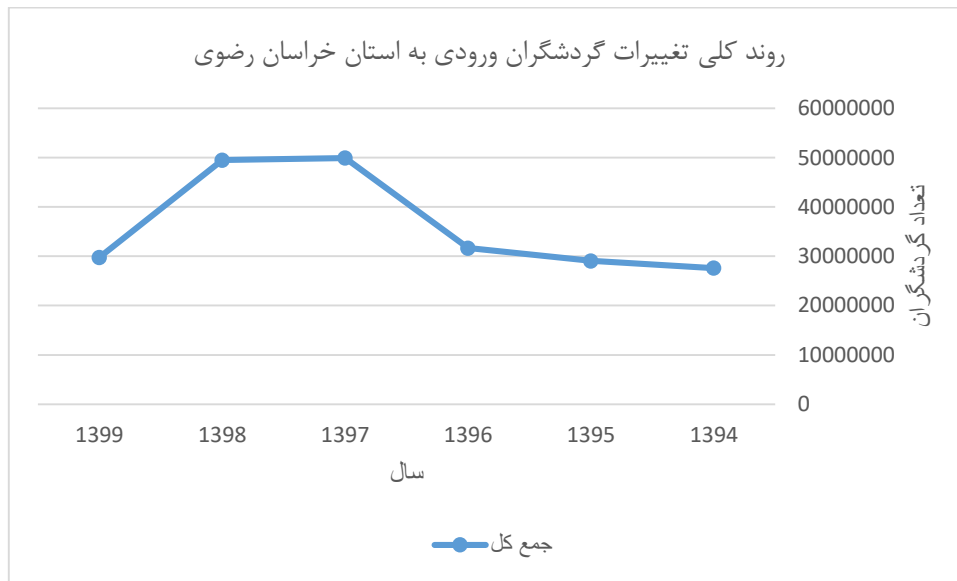
عواملی مانند جاذبه‌های مذهبی، تفریحی، اقامتی، فرهنگی و تاریخی و دهکده‌های سلامت که خود نیز تحت تغییراتی قرار می‌گیرند، در افزایش جذب گردشگران نقش مهمی ایفا می‌کنند. با توجه به درآمدزایی که گردشگران به استان می‌آورند، جمعیت گردشگر می‌تواند رونق کسب و کار را تحریک کند. با این حال، به دلیل اثرات نامطلوب زیست‌محیطی مانند ازدحام، افزایش تراکم جمعیت، ترافیک شهری و آلودگی هوا و صوت، تمایل جامعه میزبان به استقبال از گردشگران ممکن است کاهش یابد. این سیستم گردشگری یک سیستم پیچیده است، بنابراین اجرای سیاست‌های توسعه گردشگری بدون رویکرد سیستمی و دید کل‌نگر، نه تنها مفید نیست بلکه ممکن است منجر به کاهش رشد آن شود. در سیاست‌گذاری‌های گردشگری، باید به عوامل مؤثر در سیستم توجه کرده و سیاست‌های مناسب را انتخاب و اجرا کرد. این مقاله به بررسی عوامل مؤثر در جذب گردشگران و توسعه گردشگری می‌پردازد. با استفاده از نمودارهای علی و حلقوی، می‌توان ابعاد گوناگون و ارتباطات میان عوامل در این سیستم را بررسی کرد و مشکلات پیچیده را شناسایی کرده و راه‌حل‌های مناسبی برای آن‌ها ارائه داد. هدف این مطالعه، استفاده از نمودارهای علی و حلقوی و ارائه سیاست‌های مناسب برای توسعه جاذبه‌های گردشگری در خراسان رضوی است. در نتیجه این مطالعه نشان می‌دهد چگونه هر یک از متغیرها روی یکدیگر تأثیر می‌گذارند و می‌تواند دید جامعی به مدیران و تصمیم‌گیران حوزه گردشگری دهند تا بتوانند با تحلیل حلقه‌های بازخوردی با دقت بیشتری نسبت به سیاست‌های خود تصمیم‌گیری کنند.

واژگان کلیدی: گردشگری، جاذبه‌های مذهبی، تفریحی، فرهنگی، سلامت، نمودار علی و حلقوی

## مقدمه

گردشگری پس از صنعت نفت و خودروسازی، سومین صنعت بزرگ جهان به شمار می‌رود (فاطمی اصل، ۱۳۹۹). این صنعت یکی از منابع عمده درآمدزایی و ایجاد اشتغال در جهان به شمار می‌آید به طوری که بسیاری از آن به عنوان صنعت اول دنیا یاد می‌کنند (پورحسینی و نعیم آبادی، ۱۳۹۶). صنعت گردشگری در استان خراسان رضوی متشکل از بخش‌های مختلف مشتمل بر جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی، مذهبی، طبیعی، تفریحی و درمانی، برخوردار از زیرساخت‌های متنوع اقامتی، پذیرایی و حمل و نقل است که وضعیت گردشگری هر مقصد گردشگری را تبیین می‌نماید. همچنین بخش گردشگری شبکه گسترده‌ای از زنجیره تأمین خدمات و کالاها است که به طور مستقیم و غیرمستقیم و در قالب عمده‌فروشی، خرده‌فروشی و تعمیر و مرمت، حمل‌ونقل (جاده‌ای، هوایی، ریلی)، بخش تفریحی و گذران اوقات فراغت (سرگرمی و هنری، تفریحی) و برگزاری آیین‌ها و مناسک مذهبی، سنتی و سیاسی است (آمایش سرزمین). لذا استان خراسان رضوی با فراهم آوردن بسترهای اقتصادی و مدیریتی مناسب، می‌تواند تبدیل به یکی از مقصدهای مهم گردشگران شود (اسعدی و اردکانی، ۱۳۹۴)، اما با توجه به شکل ۱، می‌توان گفت استان خراسان رضوی توجه جدی و کافی به این صنعت نداشته و سیاست‌های روشنی نیز تدوین نشده است. همانطور که در شکل ۱ مشاهده می‌شود روند کلی تغییرات گردشگران ورودی به استان خراسان رضوی رو به کاهش است این در شرایطی است که استان خراسان رضوی از ظرفیتهای شناخته شده و ناشناخته فراوانی در عرصه گردشگری برخوردار است. با توجه به اهمیت گردشگری می‌توان گفت که یکی از راه‌های اساسی برای توسعه این صنعت در استان می‌تواند شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری در استان و تدوین سیاست‌های روشن در این حوزه باشد. سیاست‌های موفق مربوط به گردشگری

نه تنها مزایای اقتصادی زیادی بر جامعه، ناحیه و کشور فراهم میکنند بلکه توسعه فرهنگی، محیطی و اقتصادی پایداری را نیز ایجاد میکند. در این حوزه، برای سیاستگذاران بسیار مهم است تا بتوانند ابتکارات پایدار در سیاستهای مربوط به گردشگری را باهم ترکیب کنند (اسعدی و اردکانی، ۱۳۹۴).



شکل ۱ روند کلی تغییرات گردشگران ورودی به استان خراسان رضوی در سال‌های ۱۳۹۴-۱۳۹۹ منبع: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی

عوامل زیادی در افزایش جذب گردشگر مؤثر هستند. از جمله جاذبه‌های مذهبی، تفریحی، اقامتی، فرهنگی و تاریخی و یا دهکده‌ی سلامت که خود نیز دستخوش تغییراتی می‌باشند. از طرفی جمعیت گردشگر با توجه به درآمدزایی که برای استان دارند می‌توانند رونق کسب‌وکار را ایجاد کنند؛ اما به دلیل اثرات نامطلوب زیست‌محیطی، مانند ازدحام و افزایش تراکم جمعیت، ترافیک شهری، آلودگی هوا و صوتی و... ممکن است تمایل جامعه‌ی میزبان را برای استقبال از آن‌ها کاهش دهد. بنابراین این سیستم یک سیستم پیچیده است، لذا اجرای سیاست‌های توسعه گردشگری بدون یک رویکرد سیستمی و دید کل‌نگر، نه‌تنها سودمند نبوده و نتیجه مثبتی را به همراه ندارد بلکه ممکن است منجر به کاهش رشد آن شود. به عبارتی سیاست‌های اخذشده ممکن است عوارض جانبی پیش‌بینی نشده‌ای به دنبال داشته باشد و تلاش در پایدار کردن سیستم ممکن است به ناپایداری بیشتر آن منجر شود. برای مثال با افزایش جمعیت گردشگر تمایل به ساخت مراکز اقامتی زیاد شود و تعداد مراکز اقامتی افزایش می‌یابد، مراکز اقامتی یکی از تأسیسات و امکانات گردشگری است و به تبع با افزایش امکانات، جذابیت امکانات اقامتی گردشگری افزایش می‌یابد و با افزایش آن جذابیت مناطق شهری و استان زیاد می‌شود و نتیجه‌ی آن افزایش تقاضای سفر و افزایش جمعیت گردشگر می‌شود، اما دو حلقه بالانسینگ در اینجا اجازه افزایش جذابیت مناطق شهری و افزایش جمعیت گردشگر را نمی‌دهد. ساخت بیش‌ازاندازه در نهایت منجر به خالی ماندن این تأسیسات و از طرف دیگر منجر به آلودگی بصری شده و در نتیجه به گردشگری پایدار صدمه می‌زند. از طرف دیگر آلودگی بصری ناشی از ازدیاد مراکز اقامتی در منطقه، بر ظرفیت تحمل جامعه میزبان مؤثر است و منجر به کاهش آن می‌شود، با کاهش ظرفیت تحمل جامعه میزبان، رفتار مناسب با گردشگر کاهش می‌یابد و در نتیجه تجربه گردشگر از سفر ناخوشایند می‌شود، گردشگر سفر مجدد نخواهد داشت و ضمن اینکه منجر به تبلیغات منفی دهان‌به‌دهان می‌شود و نیز طی زمان تقاضای سفر کاهش می‌یابد. لذا در سیاست‌گذاری‌ها باید به عوامل مؤثر در سیستم توجه و سیاست مناسب انتخاب و اجرا شود. با نگاه سیستمی به سیاست‌های گردشگری می‌توان ابعاد گوناگون اثرگذار بر این عرضه را مورد بررسی قرار داد. این اقدام نه تنها به درک بهتر این سیستم پیچیده کمک میکند بلکه در شناسایی مشکلات پیچیده این عرضه نیز مؤثر است و از برخورد سطحی در رفع پیامدها به جای رفع علل اصلی ممانعت به عمل می‌آورد (کومار ۲۰۱۲) بنابراین هدف از این مطالعه استفاده از نمودارهای علی و حلقوی روابط و ابعاد

این سیستم جهت اتخاذ سیاست مناسب جاذبه‌های گردشگری خراسان رضوی می‌باشد. در ادامه در بخش دوم پیشینه مطالعاتی مرتبط با موضوع ارائه می‌گردد. در بخش سوم روش‌شناسی تحقیق بیان می‌شود. سپس بر اساس این روش‌شناسی ابتدا مدل علی و حلقوی سپس سیاست‌هایی جهت توسعه گردشگری پیشنهاد می‌شود. در بخش نتیجه‌گیری نیز، ضمن بیان نکات مدیریتی، تحلیل جامعی نسبت به نمودارهای علی و حلقوی سیستم گردشگری صورت می‌پذیرد.

### پیشینه تحقیق

در تحقیقی زیبرت و همکاران (۲۰۲۰) با هدف توسعه یک مدل پویایی سیستم و همچنین تجزیه و تحلیل پویایی تنوع مزارع کشاورزی به فعالیت‌های گردشگری مزرعه در اسلوونی پرداختند. یک روش پویایی سیستم برای مدل‌سازی تنوع در گردشگری مزرعه انتخاب کردند. ابتدا، یک مفهوم اساسی از یک مدل پویایی سیستم را با یک نمودار علی حلقوی ارائه کردند و از مدل شبیه‌سازی برای تحلیل سناریوهای شبیه‌سازی مختلف انتقال موسسات کشاورزی به تسهیلات گردشگری مزرعه استفاده شد. لطفی و همکاران (۲۰۰۰) در مقاله‌ای بر تحلیل تاثیر اقتصادی درآمد گردشگری بر اقتصاد مصر متمرکز شده‌اند. تئوری اقتصادی و مدل‌سازی ریاضی درگیر در چنین سناریوهایی مورد بحث قرار می‌گیرد. یک مدل پویا که در Powersim اجرا شده که در آن حرکات دینامیکی غیرخطی مهم و اهمیت تفکر سیستمی در این چارچوب در نظر گرفته می‌شود. مدل آنها پویایی گردشگری در مصر و تاثیر آن بر تولید ناخالص داخلی را در نظر می‌گیرد. کیسی (۲۰۱۹) در پژوهشی با کاربست روش ترکیبی SWOT و AHP یک رویکرد راهبردی ترکیبی با هدف توسعه گردشگری پایدار در مقاصد گردشگری ارائه داده‌اند. راهبردهای تنوع محصول و مدیریت رویداد، تصویر ذهنی مقصد، کاربست سیستم مدیریت پایدار بازدیدکننده، راهبردهای تبلیغات و مشارکت و همکاری پیشنهاد نموده است. هیوئت - الکوکر و همکاران (۲۰۱۹) دربار مقصدی میراثی با ماهیت باستان‌شناسی در کشور اسپانیا است. اطاعات با استفاده از پرسشنامه بسته از گردشگران جمع‌آوری شده است. این پژوهش توصیه می‌کند که تأمین خدمات و مدیریت این عناصر میراثی ارتقا یابد. جندقی و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی، با عنوان شناسایی سناریوهای گردشگری در ترکیه براساس رویکرد آینده‌پژوهی به شناسایی سناریوهای قابل قبول گردشگری در آنتالیا می‌پردازند. اریانی و فئوزی (۲۰۱۹) با هدف تعیین عوامل راهبردی و جایگاه آن در توسعه مناطق بومگردی، با کاربست رویکرد ساختاری آینده‌نگر و روش تحلیل میک‌مک سعی می‌کنند تاثیرگذارترین متغیرها و ارتباط آنها با توسعه بومگردی منطقه‌ای در اندونزی را شناسایی کنند. سوتریسنو و همکاران (۲۰۲۰) به شناسایی عوامل کلیدی در توسعه پایدار در دهکده‌های گردشگری پرداخته‌اند. در تجزیه و تحلیل این تحقیق، از روش اکتشافی - توصیفی و تحلیل آینده‌نگر با روش میک‌مک شده است. نتایج تجزیه و تحلیل بر اهمیت عوامل فرهنگی، آداب و رسوم محلی و صاحبیت مدیران و منابع انسانی تأکید می‌کند.

با توجه به هدف تحقیق و با توجه به عوامل موثر مقالات، تقاضای سفر، جمعیت زائر و گردشگر، مراکز زیارتی، اقامتی، تفریحی، تاریخی و حمل و نقل مشخص گردید که در جدول ۱ بیان شده‌اند. به منظور بررسی جامع‌تر ادبیات، مطالعات غیرسیستمی این حوزه نیز بررسی شده‌اند و عوامل مؤثر آنها استخراج شده‌اند.

جدول ۱. تحلیل محتوای عوامل موثر بر گردشگری

منبع	عوامل موثر	ردیف
مای و اسمیت (۲۰۱۸)، عبسی زاده و قدسی (۱۳۸۳)، ایرانی و همکاران (۱۴۰۰)، بابایی و همکاران (۱۳۹۳)، گازونی و سیلوا (۲۰۲۲)	تقاضای سفر	۱
مای و اسمیت (۲۰۱۸)، اسامی و همکاران (۱۳۹۹)، ایرانی و همکاران (۱۴۰۰)، گو همکاران (۲۰۲۲)، کالدرون و همکاران (۲۰۲۲)، بابایی و همکاران (۱۳۹۳)	جمعیت گردشگر و زائر	۲

ردیف	عوامل موثر	منبع
۳	اماکن و جشن های مذهبی	ناصر و تقوی (۱۳۹۸)، رخس ماه و بیدخوری (۱۴۰۰)، نهایندی و نعمتی (۱۳۸۹)،
۴	رستوران ها	پیزیتوتی و همکاران (۲۰۱۷)،
۵	هتل ها	پیزیتوتی و همکاران (۲۰۱۷)، اسامی و همکاران (۱۳۹۹)، بابایی و همکاران (۱۳۹۳)
۶	مراکز بومگردی	پیزیتوتی و همکاران (۲۰۱۷)،
۷	مراکز بازار	پیزیتوتی و همکاران (۲۰۱۷)، اسامی و همکاران (۱۳۹۹)، عیسی زاده و قدسی (۱۳۸۳)
۸	مراکز تفریحی	مای و اسمیت (۲۰۱۸)، میرزایی و همکاران (۱۳۸۹)
۹	مسافرخانه ها	پیزیتوتی و همکاران (۲۰۱۷)، میرزایی و همکاران (۱۳۸۹)
۱۰	حمل و نقل ریلی، جاده ای و هوایی	پیزیتوتی و همکاران (۲۰۱۷)، میرزایی و همکاران (۱۳۸۹)، بابایی و همکاران (۱۳۹۳)، شاد و کدخدایی (۱۳۹۶)
۱۱	خوراک محلی و صنایع دستی	عیسی زاده و قدسی (۱۳۸۳)، ناصر و تقوی (۱۳۹۸)
۱۲	مراکز درمانی	عیسی زاده و قدسی (۱۳۸۳)، جباری و همکاران (۱۴۰۱)، گو همکاران (۲۰۲۲)
۱۳	اماکن تاریخی	میرزایی و همکاران (۱۳۸۹)، بابایی و همکاران (۱۳۹۳)، ناصر و تقوی (۱۳۹۸)
۱۴	درآمد گردشگری	مای و اسمیت (۲۰۱۸)، اسامی و همکاران (۱۳۹۹)، عیسی زاده و قدسی (۱۳۸۳)، بابایی و همکاران (۱۳۹۳)،
	جاذبه مذهبی	مای و اسمیت (۲۰۱۸)، اسامی و همکاران (۱۳۹۹)، عیسی زاده و قدسی (۱۳۸۳)، میرزایی و همکاران (۱۳۸۹)، بابایی و همکاران (۱۳۹۳)،
	جاذبه طبیعی	مای و اسمیت (۲۰۱۸)، اسامی و همکاران (۱۳۹۹)، بابایی و همکاران (۱۳۹۳)، گازونی و سیلوا (۲۰۲۲)
	جاذبه تاریخی	مای و اسمیت (۲۰۱۸)، سامی و همکاران (۱۳۹۹)، گو همکاران (۲۰۲۲)، سجاسی قیداری و محمودی (۱۳۹۷)، هررو و همکاران (۲۰۲۲)،
	جاذبه درمانی	جباری و همکاران (۱۴۰۱)،
	جاذبه اقامتی	کامپوز و همکاران (۲۰۲۲)، مایی و اسمیت (۲۰۱۸)، سجاسی قیداری و محمودی (۱۳۹۷)
	جاذبه تفریحی	وونکو و ولفوا (۲۰۱۵)، مایی و اسمیت (۲۰۱۸)
	گردشگر مرفه	نهایندی و نعمتی (۱۳۸۹)
	گردشگر طبقه متوسط	نهایندی و نعمتی (۱۳۸۹)
	تبلیغات	مایی و اسمیت (۲۰۱۸)، عیسی زاده و قدسی (۱۳۸۳)
	ظرفیت تحمل جامعه میزبان	مایی و اسمیت (۲۰۱۸)، سجاسی قیداری و محمودی (۱۳۹۷)
	جاذبیت سوغات	جعفری و همکاران (۱۳۹۹)، وونکو و ولفوا (۲۰۱۵)، سجاسی قیداری و محمودی (۱۳۹۷)

## روش‌شناسی تحقیق

در تحقیق حاضر هدف ارائه مدل توسعه گردشگری خراسان رضوی ارائه سیاست‌هایی در جهت بهبود این صنعت است. از آنجاکه توسعه گردشگری دارای روابط پیچیده و درهم‌تنیده است، همچنین عناصر تشکیل‌دهنده سیستم در طول زمان در حال تغییر یا به عبارت دیگر پویا است لذا در این پژوهش از پویایی‌شناسی سیستم‌ها استفاده می‌شود. در این رویکرد در گام نخست مسئله پژوهش و مرز سیستم تعریف می‌شود. برای این منظور ابتدا با استفاده از روش تحلیل محتوا پیشینه تحقیق و اسناد استناداری و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری مورد بررسی قرار گرفته و عوامل مؤثر بر سیستم گردشگری خراسان رضوی (جدول ۱) استخراج شده است. سپس با توجه به هدف مطالعه و با نظر خبرگان مرز سیستم مشخص گردید. به عبارتی متغیرهای برون‌زا (متغیرهای مؤثر بر سیستم اما بررسی آن‌ها موضوعیت ندارد و مقدار خارج از مدل تحمیل می‌شود) و متغیرهایی درون‌زا (متغیرهایی تأثیرگذار که مقدار آن توسط خود مدل تعیین می‌شود) مشخص می‌شود (جدول ۲).

در گام دوم از مرور نظام‌مند پیشینه تحقیق با استفاده از روش تحلیل محتوا و مصاحبه با خبرگان برای شناسایی روابط بین متغیرها در نمودار علی و حلقوی گردشگری استان خراسان رضوی استفاده شد.

برونزا	درونزا
<p>نرخ تولد، نرخ مرگ و میر، نرخ مهاجرت به خارج، نرخ مهاجرت به داخل استان، سرانه مصرف گردشگر از خوراک محلی، درصد موثر نامنی، ظرفیت زیر ساخت های حمل و نقل داخل استان، تورم، عداد راهنمایان گردشگری، تعداد تورهای گردشگری، نرخ جذابیت، جمعیت کشور منهای استان، تعداد مراکز درمانی، هزینه درمانی، تجهیزات، تخصص و مهارت، تعداد اماکن تاریخی و فرهنگی، جنگل-مرتع-دریاچه-ابشارها-غارها، تعداد اماکن مذهبی، میانگین نمره جذابیت تاریخی، میانگین نمره جذابیت اماکن درمانی، میانگین نمره جذابیت جنگل، میانگین نمره جذابیت تفریحی، رفاهی (سرویس بهداشتی- راهنمای زائر- آژانسها-سطل زباله)، متوسط مراسم های مذهبی، میانگین نمره جذابیت مذهبی، فراخوان اطلاعات، زیرساخت اینترنت، نمره جذابیت هتل، نمره جذابیت مسافرخانه، نرخ استهلاک بومگردی، نرخ استهلاک مراکز تفریحی، درصد خرید جمعیت استان از مراکز تفریحی، درصد خرید بلیط جهت تفریح گردشگر از مراکز تفریحی، درصد خرید گردشگر، قیمت، سرانه مصرف گردشگر در صنایع دستی، متوسط قیمت محصولات دستی، متوسط کرایه هتل، حداکثر ظرفیت هتل، حداکثر ظرفیت مسافرخانه، متوسط کرایه مسافرخانه، متوسط اقامت هر گردشگر، هزینه دریافتی از گردشگران، مشتریان تورهای گردشگری، صرفه جویی در زمان سفر، متوسط روزهای غیر قابل سفر زمینی در سال، هزینه بالا حمل و نقل، دسترسی به وسیله حمل و نقل، صرفه جویی در هزینه ها، عدم دسترسی اسان</p>	<p>جمعیت استان خراسان رضوی، مهاجرت به استان، مهاجرت به خارج، تولد، مرگ و میر، خوراک محلی، تولید خوراک محلی، فروش خوراک محلی، جمعیت گردشگر و زائر، ورود گردشگر و زائر، کاهش گردشگر و زائر، شلوغی، ظرفیت تحمل جامعه میزبان، نگرش به گردشگری، خصومت و تنش، ظرفیت تحمل گردشگری، تقاضای سفر، تغییر فرهنگ، نرخ خروج گردشگر، جذابیت خراسان رضوی، جاذبه های درمانی، جاذبه های تاریخی و فرهنگی، جاذبه های طبیعی، جاذبه های تفریحی، جاذبه های زیارتی، جذابیت سوغات، خوراک محلی و صنایع دستی، تعداد مجوزهای ایجاد صنایع دستی و خوراک محلی، جذابیت امکانات اقامتی، نسبت ظرفیت مسافرخانه به گردشگران متوسط، نسبت ظرفیت هتل به گردشگران مرفه، نسبت ظرفیت بومگردی به گردشگر متوسط، مراکز تفریحی، مراکز بازار، ساخت بازار، استهلاک بازار، استهلاک مراکز تفریحی، تمایل به سرمایه گذاری در مراکز تفریحی، درآمد مراکز تفریحی، درآمد بازارها، تمایل به سرمایه گذاری در بازارها، درصد خرید گردشگر، درآمد صنایع دستی، صنایع دستی، فروش صنایع دستی، تولید صنایع دستی، متوسط درآمد رستوران ها، تمایل به سرمایه گذاری در رستوران سازی، ساخت رستوران، رستورانها، استهلاک رستوران، جذابیت رستوران، درآمد هتلها، تمایل به سرمایه گذاری در هتل سازی، ساخت هتل، استهلاک هتل، هتل، مسافر خانه و مراکز اقامتی، استهلاک مراکز، ساخت مراکز، مسافر خانه و مراکز اقامتی، ساخت مراکز بومگردی، استهلاک بومگردی، گردشگر طبقه متوسط، درآمد بومگردی، تمایل به سرمایه گذاری در مسافرخانه، تمایل به سرمایه گذاری در بومگردی، درآمد مسافرخانه ها، درآمد بخش گردشگری، میزان حمل و نقل شخصی، تردد با سواری، عدم تردد با وسایل نقلیه شخصی، تردد با خطوط هوایی، میزان حمل و نقل هوایی، نرخ کاهنده پروازها، میزان حمل و نقل جاده ای، تردد در جاده ها، عوامل منع کننده تردد، میزان حمل و نقل ریلی گردشگران، تردد با قطارها، عدم تردد با قطارها</p>

### فرضیه پویا و نمودار علی- حلقوی

در این پژوهش نمودار علی حلقوی ارائه شده، طی چندین مرحله به دست آمده است. برای طراحی مدل علی حلقوی ابتدا به مرور پیشینه ادبیات پرداخته شد سپس متغیرهای کلیدی عملکرد و عوامل مؤثر بر استفاده از توسعه گردشگری (جدول ۱) و روابط بین متغیرها با استفاده از تحلیل محتوای پیشینه تحقیق در جدول ۳ شناسایی شدند. سپس از مصاحبه با خبرگان برای تکمیل مدل علی و حلقوی استفاده شد. مرجع روابط علی در مدل علی و حلقوی در گردشگری در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳. مرجع روابط علی در مدل علی و حلقوی در گردشگری

منبع	روابط علی		ردیف
	به	از	
دوستی و دهقان (۱۴۰۰)	جمعیت زائر و گردشگر	جمعیت خراسان رضوی	۱
شاد و کدخدایی (۱۳۹۶)	شلوغی	جمعیت گردشگر	۲
عیسی زاده و قدسی (۱۳۸۳)	جمعیت خراسان رضوی	مهاجرت به استان	۳
میرزایی و همکاران (۱۳۸۹)	فروش خوراک محلی	جمعیت خراسان رضوی	۴
ناصر و تقوی (۱۳۹۸)	فروش صنایع دستی	جمعیت خراسان رضوی	۵
دوستی و دهقان (۱۴۰۰)	تغییر فرهنگ	جمعیت گردشگر	۶
عیسی زاده و قدسی (۱۳۸۳)	فروش خوراک محلی	جمعیت گردشگر	۷
گو و همکاران (۲۰۲۲)	فروش صنایع دستی	جمعیت گردشگر	۸

منبع	روابط علی		ردیف
	به	از	
کمپس و همکاران (۲۰۲۲)	جمعیت گردشگر	میزان حمل و نقل جاده ای	۹
کالدرون و همکاران (۲۰۲۲)	جمعیت گردشگر	میزان حمل و نقل ریلی	۱۰
سجاسی و محمودی (۱۳۹۶)	جمعیت گردشگر	میزان حمل و نقل هوایی	۱۱
صمدی و همکاران (۱۳۹۱)	جمعیت گردشگر	میزان حمل و نقل شخصی	۱۲
رخش ماه و بیدخوری (۱۴۰۰)	جذابیت خراسان رضوی	جاذبه‌های درمانی	۱۳
عیسی زاده و قدسی (۱۳۸۳)	جذابیت خراسان رضوی	جاذبه‌های تاریخی فرهنگی	۱۴
صباغ و امیریان (۱۳۷۹)	جاذبه زیارتی	جاذبه‌های تفریحی	۱۵
دوستی و دهقان (۱۴۰۰)	جاذبه زیارتی	ساخت بازار	۱۶
سجاسی و محمودی (۱۳۹۶)	جذابیت خراسان رضوی	جاذبه های زیارتی	۱۷
ناصر و تقوی (۱۳۹۸)	جاذبه زیارتی	جاذبه‌های اقامتی	۱۸
گ و همکاران (۲۰۲۲)	جاذبه‌های اقامتی	هتل	۱۹
ناصر و تقوی (۱۳۹۸)	جاذبه‌های اقامتی	مسافر خانه	۲۰
کمپس و همکاران (۲۰۲۲)	جاذبه‌های اقامتی	اقامتگاه بومگردی	۲۱
سجاسی و محمودی (۱۳۹۶)	جذابیت رستورانها	رستوران	۲۲
صمدی و همکاران (۱۳۹۱)	درآمد بخش گردشگری	درآمد تورهای گردشگری	۲۳
مایی و اسمیت (۲۰۱۸)	جاذبه‌های اقامتی	زیرساخت اینترنت	۲۴
رخش ماه و بیدخوری (۱۴۰۰)	جذابیت خراسان رضوی	تبلیغات	۲۵
شاد و کخدایی (۱۳۹۶)	تقاضای سفر	تورهای گردشگری	۲۶
صمدی و همکاران (۱۳۹۱)	جاذبه های زیارتی	اماکن مذهبی	۲۷
شاد و کخدایی (۱۳۹۶)	تقاضای سفر	جذابیت خراسان رضوی	۲۸
گ و همکاران (۲۰۲۲)	خصوصیت و تنش	ظرفیت تحمل جامعه میزبان	۲۹
رخش ماه و بیدخوری (۱۴۰۰)	خروج گردشگر و زائر	ظرفیت تحمل گردشگری	۳۰

## معرفی زیرسیستم‌های مدل

### مراکز اقامتی و اثرات آن

مراکز اقامتی شامل هتل، مهمان‌پذیر، مجتمع‌های بین‌راهی، زائرسرا، هتل آپارتمان‌ها، خانه‌مسافرها، اقامتگاه‌های بومگردی است. در این پژوهش مراکز اقامتی هتل‌ها و اقامتگاه‌های بومگردی به صورت مجزا توجه شده است. سایر مراکز اقامتی مذکور در پژوهش تحت عنوان سایر اقامتگاه‌ها آورده شده است.

گردشگران منطقه از نظر سطح درآمدی در دو نوع گردشگر مرفه و گردشگر متوسط در نظر گرفته شده است. گردشگر مرفه بیشتر تمایل اسکان در هتل‌ها و مراکز اقامتی لوکس دارد و گردشگر متوسط بیشتر تمایل دارد تا سایر مکان‌های اقامتی سکنی گزیند.

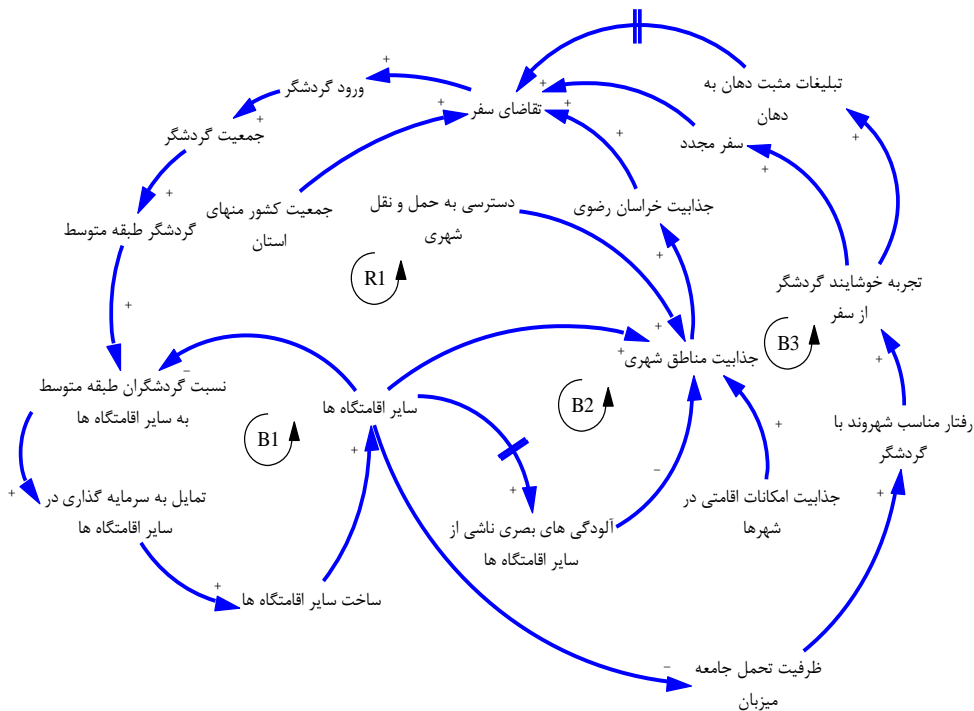
در هر دو مورد یک حلقه مورد انتظار و یک حلقه خلاف انتظار رخ می‌دهد. مطابق شکل ۲ در حلقه R1 انتظار بر این است که با افزایش جمعیت تمایل به ساخت مراکز اقامتی زیاد شود و تعداد مراکز اقامتی افزایش می‌یابد، مراکز اقامتی یکی از تأسیسات و امکانات گردشگری است و به تبع با افزایش امکانات، جذابیت امکانات اقامتی گردشگری افزایش می‌یابد و با افزایش آن جذابیت مناطق شهری و استان زیاد می‌شود و نتیجه‌ی آن افزایش تقاضای سفر و افزایش جمعیت گردشگر می‌شود، اما دو حلقه بالانسینگ در اینجا اجازه افزایش جذابیت امکانات اقامتی و افزایش جمعیت گردشگر را نمی‌دهد. در حلقه B1 تمایل به ساخت مراکز اقامتی علاوه بر تأثیرپذیری از جمعیت گردشگر از تعداد مراکز اقامتی موجود تأثیر می‌پذیرد، به عبارتی زمانی در حلقه B1 که مراکز اقامتی موجود زیاد باشند، به علت خالی ماندن ظرفیت موجود، تمایل به سرمایه‌گذاری کاهش می‌یابد و در نتیجه ساخت مراکز اقامتی متوقف خواهد

<sup>2</sup> Campos

<sup>3</sup> Calderón

<sup>4</sup> Mai & Smith

شده، از طرف دیگر در حلقه B2 افزایش تعداد مراکز اقامتی باعث آلودگی بصری شده و در بلندمدت منجر به کاهش جذابیت امکانات اقامتی و به تبع جذابیت شهر و استان خواهد شد. برای گردشگران مرفه که از هتل‌ها استفاده می‌کنند نیز همین قاعده وجود دارد. لذا ساخت تأسیسات اقامتی بایستی با برنامه و با توجه به ظرفیت شهر ایجاد شود. ساخت بیش از اندازه در نهایت منجر به خالی ماندن این تأسیسات و از طرف دیگر منجر به آلودگی بصری شده در نتیجه به گردشگری پایدار صدمه می‌زند. از طرف دیگر در حلقه B3 نشان داده شده است که آلودگی بصری ناشی از ازدیاد مراکز اقامتی در منطقه، بر ظرفیت تحمل جامعه میزبان مؤثر است و منجر به کاهش آن می‌شود، با کاهش ظرفیت تحمل جامعه میزبان، رفتار مناسب با گردشگر کاهش می‌یابد و در نتیجه تجربه گردشگر از سفر ناخوشایند می‌شود، گردشگر سفر مجدد نخواهد داشت و ضمن اینکه از طریق تبلیغات دهان‌به‌دهان نیز در طی زمان منجر کاهش تقاضای سفر می‌شود.

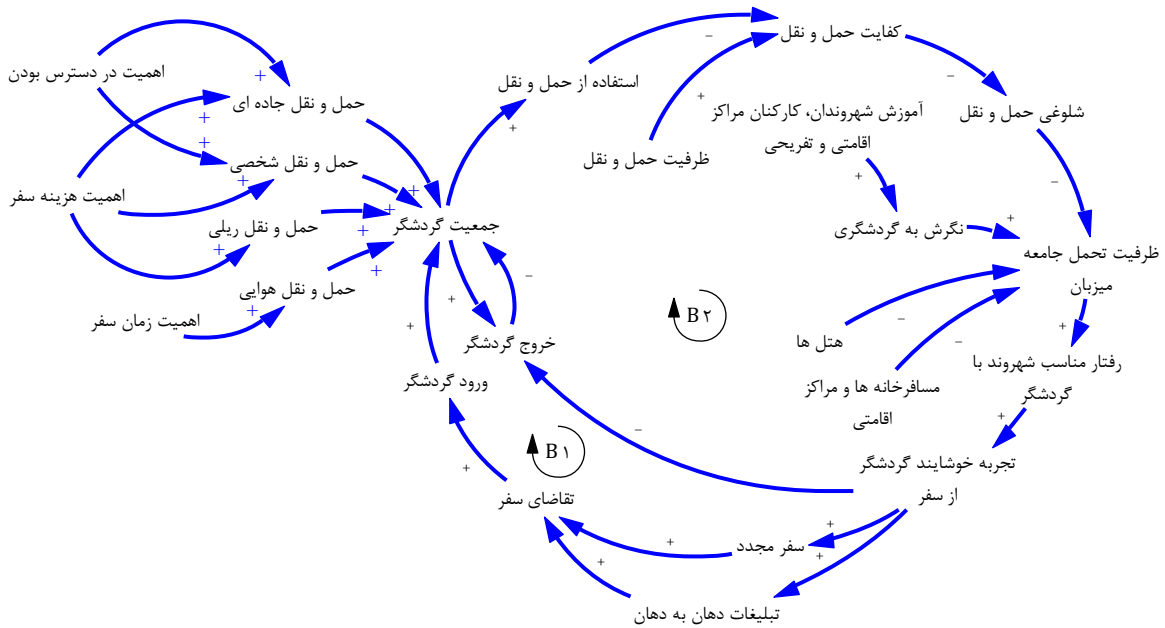


شکل ۲. زیر سیستم مراکز اقامتی و اثرات آن

### ساختار حمل و نقل و ظرفیت تحمل جامعه میزبان

برخی از عوامل مانند ازدحام در حمل و نقل، احداث بیش از اندازه‌ی هتل‌ها و مراکز اقامتی که نظم و یکپارچگی فضای شهری را برهم می‌ریزند، باعث کاهش ظرفیت تحمل جامعه‌ی میزبان از گردشگران می‌شوند.

با افزایش استفاده از حمل و نقل، کفایت حمل و نقل (که میزان اختلاف سطح موجود با سطح مطلوب است) کاهش می‌یابد که خود باعث افزایش شلوغی در حمل و نقل می‌شود. این مورد باعث کاهش ظرفیت تحمل جامعه‌ی میزبان شده و موجب می‌شود رفتار شهروندان با گردشگران نامناسب باشد. هر چه رفتار شهروندان غیراصولی‌تر باشد، تجربه‌ی گردشگران از سفر بدتر می‌شود که منجر به افزایش خروج گردشگران از استان می‌شود (حلقه‌ی B2) پس باعث کاهش جمعیت گردشگران می‌شود و در نتیجه استفاده از حمل و نقل درون شهری کاهش می‌یابد، از طرف دیگر در شکل ۳ حلقه B1 نشان داده شده است با رفتار نامناسب شهروندان با گردشگران و افزایش تجربه ناخوشایند گردشگر، امکان سفر مجدد کاهش یافته و از طریق تبلیغات دهان‌به‌دهان و تعریف تجربه سفر خود در بلندمدت تقاضای سفر کاهش می‌یابد.



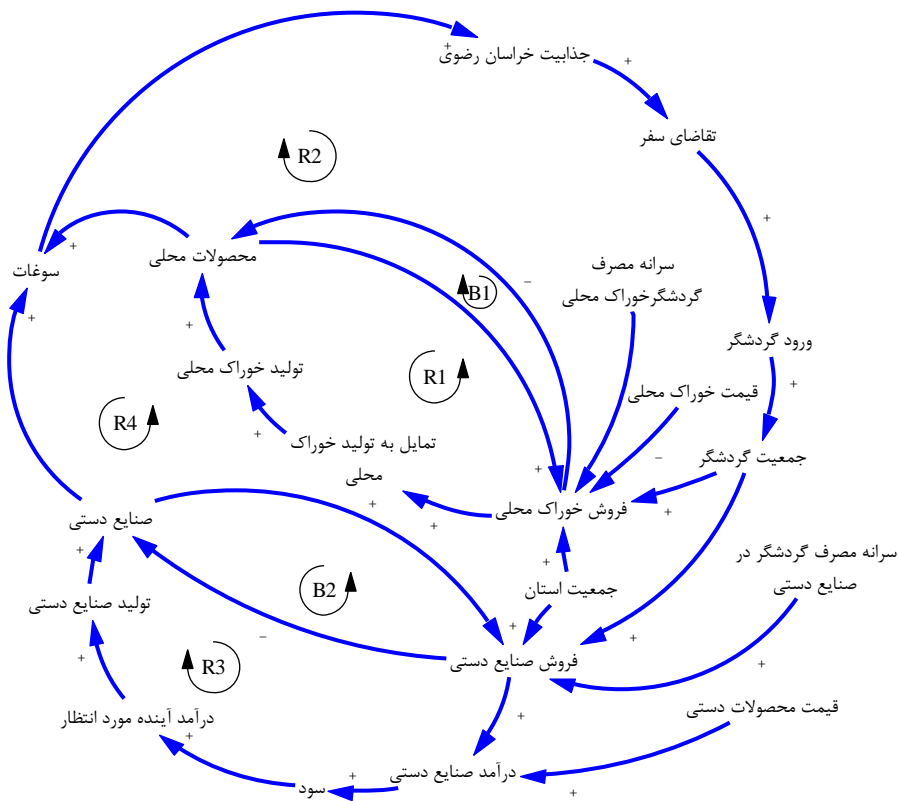
شکل ۳. حمل و نقل و ظرفیت تحمل جامعه میزبان

### صنایع دستی و سوغات

در حلقه‌های شکل ۴ چگونگی تأثیر وجود صنایع دستی و سوغات در جذب گردشگر و نیز میزان فروش آن‌ها مدنظر است. در حلقه R1 با افزایش جمعیت گردشگر، فروش خوراک محلی افزایش خواهد یافت، در نتیجه تمایل به تولید آن افزایش و فروش مجدد بیشتر می‌شود. مشابه حلقه R1 برای صنایع دستی در حلقه R3 اتفاق می‌افتد. صنایع دستی و محصولات محلی سوغات منطقه را تشکیل می‌دهند. سوغات بر جذابیت منطقه تأثیرگذار است. لذا در حلقه R2 افزایش محصولات محلی و حلقه R4 افزایش صنایع دستی منجر به افزایش سوغات و در نتیجه افزایش جذابیت خراسان رضوی خواهد شد. نتیجه آن افزایش تقاضای سفر و به تبع جمعیت گردشگر در منطقه است. افزایش جمعیت گردشگر منجر فروش محصولات محلی در حلقه R2 و صنایع دستی در حلقه R4 خواهد شد. نتیجه‌ی آن افزایش مجدد تولید محصولات محلی و صنایع دستی در حلقه‌های مذکور است.

افزایش صنایع دستی و خوراک محلی منجر به افزایش درآمد روستاییان می‌شود، در نتیجه افزایش درآمد از مهاجرت روستاییان به شهر جلوگیری می‌کند.





شکل ۴. صنایع دستی و سوغات

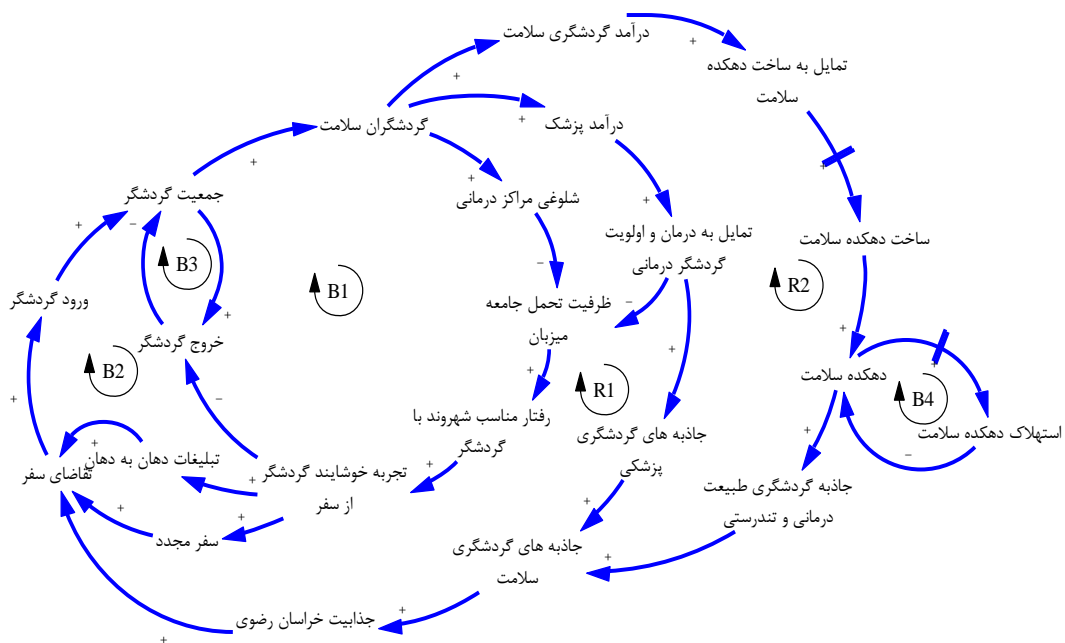
### گردشگری سلامت

گردشگری سلامت و توریسم درمانی یکی از حوزه‌هایی است که می‌تواند نقشی بسزایی در جهت توسعه گردشگری ایفا نماید و دامنه‌ای بسیار گسترده را شامل می‌شود. زیرشاخه‌های گردشگری سلامت شامل گردشگری پزشکی، گردشگری طبیعت‌درمانی و تندرستی است. درواقع گردشگری پزشکی رایج‌ترین و حساس‌ترین زیرشاخه گردشگری سلامت است. این سفر عموماً برای درمان بیماری یا انجام عمل جراحی و یا چکاب سلامت گردشگر در کلینیک‌ها و بیمارستان‌های کشوری با امکانات پزشکی بالا و هزینه‌های درمانی مناسب انجام می‌گیرد. وجود پزشکان متبحر و باتجربه، سابقه علم پزشکی، وجود زیرساخت‌های درمانی و نظارتی، وجود بیمارستان‌ها و کلینیک‌های استاندارد، تجهیزات پزشکی کامل و به‌روز جزو زیرساخت‌های مهم درمانی به‌شمار می‌آیند.

سفر درمانی به مراکز دارای منابع و خدمات درمانی طبیعی تحت نظارت پزشک را گردشگری طبیعت‌درمانی می‌گویند. در گردشگری تندرستی، گردشگر به دنبال آرامش است و برای رهایی از تنش‌های زندگی روزمره و تجدیدقوا، بدون مداخله و نظارت پزشک راهی سفر می‌شود. این منابع شامل چشمه‌های آب گرم، دریاچه نمک، آفتاب درخشان، محیط‌زیست زیبا پاک و آرام می‌شوند.

مطابق شکل ۵ در حلقه R2 با افزایش گردشگران سلامت، درآمد گردشگری سلامت و تمایل به ساخت دهکده سلامت افزایش می‌یابد و افزایش دهکده سلامت منجر به افزایش جاذبه گردشگری طبیعت‌درمانی و تندرستی و به‌تبع افزایش جاذبه گردشگری سلامت و جذابیت خراسان رضوی خواهد شد. این افزایش منجر به افزایش تقاضا و جمعیت گردشگر و گردشگر سلامت می‌شود و مجدد درآمد افزایش می‌یابد. در حلقه R1 با افزایش گردشگران سلامت، درآمد پزشک و تمایل و اولویت درمانی گردشگران سلامت افزایش خواهد یافت و در نتیجه جاذبه گردشگری پزشکی افزایش خواهد یافت اما از طرف دیگر در حلقه B1 تمایل به اولویت در درمان گردشگران خارجی منجر به کاهش ظرفیت تحمل جامعه می‌شود همچنین شلوغی مراکز درمانی نیز ظرفیت تحمل جامعه

میزبان را کاهش می‌دهد پس جامعه‌ی میزبان رفتار مناسب با گردشگر را نخواهد داشت پس تجربه خوشایند گردشگر از سفر کاهش و به تبع سفر مجدد و تقاضای سفر کاهش خواهد یافت. لذا مشاهده می‌شود با افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه‌ی گردشگری سلامت انتظار می‌رود سیر افزایشی روندی تصاعدی داشته باشد، اما به دلیل حلقه بالانسینگ B1 و B2 رفتار سیستم افزایشی با نرخ افزایشده نخواهد بود.



شکل ۵. زیر سیستم گردشگری سلامت

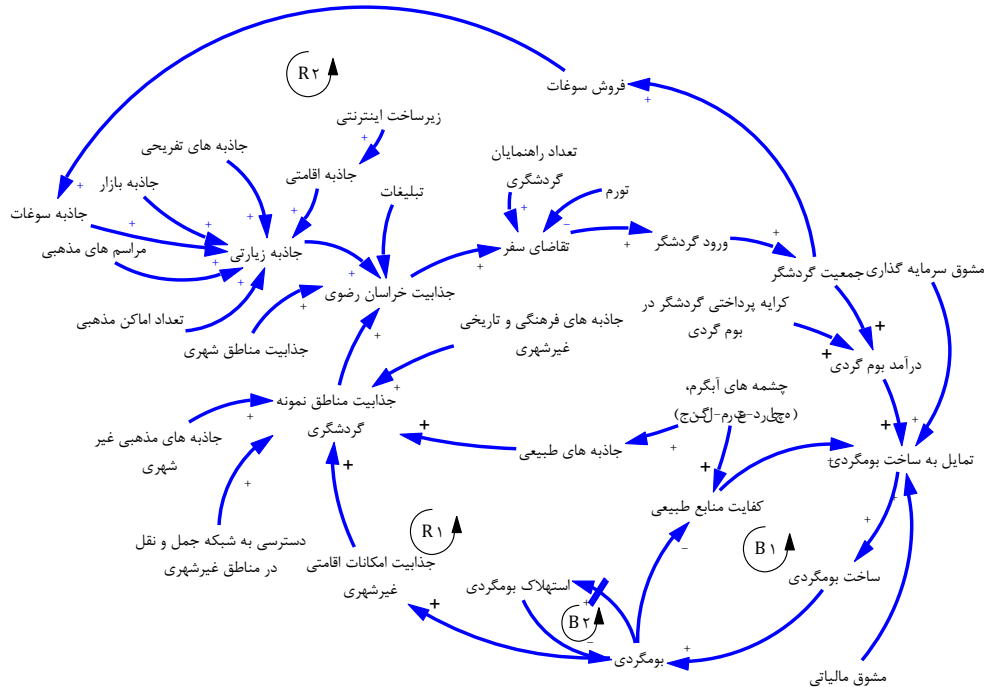
### جاذبه‌های خراسان رضوی

یک اقامتگاه بوم‌گردی ویژگی‌هایی دارد که آن را از سایر اقامتگاه‌ها جدا می‌سازد. اقامتگاه‌های بوم‌گردی معمولاً در مناطق طبیعی و روستایی و در نزدیکی جاذبه‌های بکر طبیعی منطقه ساخته می‌شوند. این اقامتگاه‌ها، خارج از محیط‌های شلوغ شهری و به دور از ترافیک، سروصدا و آلودگی‌های صوتی و محیطی هستند. اقامتگاه‌های بوم‌گردی در هر منطقه‌ای که باشند، به سبک معماری خانه‌های محلی همان منطقه ساخته می‌شوند (اسلامی دولابی، فیصل؛ شیخی، ۱۳۸۹). بیشتر این اقامتگاه‌ها، خانه‌های قدیمی هستند که با بازسازی و احیا، مجدداً مورد استفاده عموم قرار گرفته‌اند. اقامتگاه‌های بوم‌گردی معمولاً کوچک هستند و کمتر از ۳۰ اتاق ظرفیت دارند. در طراحی این اقامتگاه‌ها از سیستم‌های سازگار با محیط‌زیست بهره برده می‌شود. این اقامتگاه‌ها باید طوری طراحی شوند که مصرف انرژی برق، آب و همچنین تولید زباله در آن‌ها حداقل بوده و بدون آسیب‌رسانی به محیط طبیعی پیرامون باشد.

جاذبه‌ی زیارتی متأثر از مراسم‌های مذهبی، اماکن مذهبی و جاذبه‌های اقامتی، تفریحی، بازار و سوغات می‌باشد. که خراسان رضوی به عنوان یکی از مهم‌ترین قطب‌های جاذبه زیارتی برای گردشگران می‌باشد (شاپرلی، ۲۰۰۹). در شکل همانطور که نشان داده شد با افزایش جذابیت خراسان رضوی تقاضای سفر و ورود گردشگر افزایش می‌یابد که باعث افزایش جمعیت گردشگر می‌شود. از طرفی رشد گردشگر باعث فروش بیشتر سوغات مانند صنایع دستی و سوغات محلی استان شده که در نتیجه آن تولید سوغات بیشتر می‌شود و این عامل می‌تواند در بهبود جذب گردشگر و زائر موثر عمل کند که در نتیجه جذابیت خراسان رضوی را افزایش می‌دهد (R1). همچنین منطقه نمونه گردشگری از طرح‌های استراتژیک پیشنهادی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

می‌باشد که به‌منظور اجرایی شدن مفاد برنامه پنج ساله چهارم دولت اعلام شده‌است. این مناطق بیشتر در قطب‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی کشور می‌باشند و بر اساس پتانسیل بالقوه و بالفعل در زمینه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی، میزان استقبال گردشگران، راه‌های دسترسی به آن مناطق و همچنین زیرساخت‌ها انتخاب می‌شوند.

مطابق شکل ۶ مناطق نمونه گردشگری منجر به افزایش جذابیت مناطق برون‌شهری و در نتیجه جذابیت خراسان رضوی خواهد شد. لذا به‌موجب آن جمعیت گردشگر افزایش خواهد یافت. با افزایش جمعیت گردشگر، درآمد مناطق نمونه گردشگری بیشتر خواهد شد که به دنبال آن تمایل به سرمایه‌گذاری در این مناطق افزایش یافته پس تعداد مناطق نمونه گردشگری بیشتر خواهد شد و این عامل باعث افزایش مجدد جذابیت مناطق برون‌شهری و خراسان رضوی خواهد شد (R1).



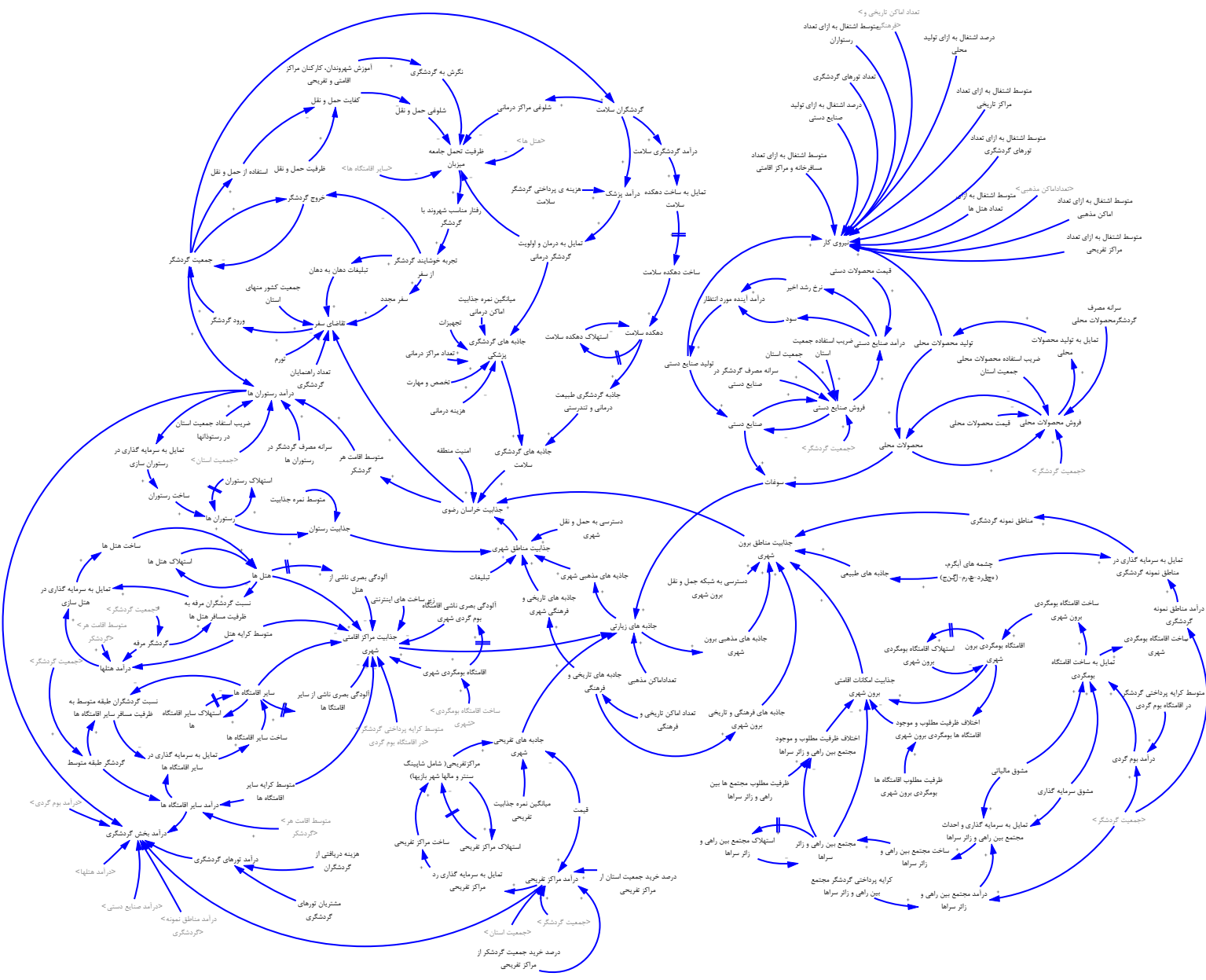
شکل ۶. زیرسیستم جاذبه‌های خراسان رضوی

## نمودار علی و حلقوی نهایی

نمودار علی حلقوی مدل گردشگری از پنج زیرسیستم گردشگری سلامت، جاذبه‌های گردشگری، صنایع دستی و سوغات، حمل و نقل و مراکز اقامتی تشکیل شده است که در شکل ۷ قابل مشاهده است. هدف از این سیستم گردشگری نشان دادن روابط غیرخطی بین متغیرهای مؤثر در ایجاد گردشگر پایدار در استان می‌باشد. عوامل زیادی در افزایش جذب گردشگر مؤثر هستند. در زیرسیستم گردشگری سلامت، تمرکز بر ارائه خدمات و فرصت‌های بهبود و نگهداری سلامت برای گردشگران است. این شامل مراکز درمانی، باشگاه‌های تناسب اندام، اسپا و تجهیزات و خدمات بهداشتی است. با ارائه خدمات سلامت برای گردشگران، استان خراسان رضوی می‌تواند به یک مقصد جذاب برای آن‌ها تبدیل شود. زیرسیستم جاذبه‌های گردشگری شامل مناطق تاریخی، فرهنگی، طبیعی و تفریحی است. مناطق تاریخی شامل آثار باستانی، اماکن تاریخی و معماری است که به تاریخ و فرهنگ منطقه پیوند دارند. جاذبه‌های طبیعی شامل کوهستان‌ها، دریاچه‌ها، جنگل‌ها و مناظر طبیعی است. جاذبه‌های تفریحی شامل پارک‌ها، شهربازی‌ها و فضاهای تفریحی دیگر است. با توجه به این جاذبه‌ها، گردشگران به خراسان رضوی جذب می‌شوند و تجربه‌های گردشگری یکتا را در این منطقه تجربه می‌کنند.

صنایع دستی و سوغات نیز به جذابیت استان خراسان رضوی اضافه می‌کنند. صنایع دستی شامل تولیدات محلی و سنتی مانند قالی، گلیم، سفالگری و حصیربافی است. این محصولات منحصر به فردی هستند و گردشگران می‌توانند آن‌ها را به عنوان یادگاری از سفر خود به خراسان رضوی بخرند. همچنین، سوغات محصولات خاص و معروف هر منطقه هستند که معمولاً به عنوان هدیه به عنوان یادگاری از سفر استفاده می‌شوند. حمل و نقل نیز نقش مهمی در جذب گردشگران به استان خراسان رضوی دارد. این زیرسیستم شامل شبکه حمل و نقل عمومی، فرودگاه‌ها، ایستگاه‌های راه‌آهن و سایر مسیرهای ارتباطی است. وجود یک سیستم حمل و نقل قوی و موثر در استان، امکان دسترسی آسان گردشگران به مقاصد مختلف را فراهم می‌کند و از آن‌ها در بازدید از جاذبه‌ها و صنایع دستی استان حمایت می‌کند. زیرسیستم مراکز اقامتی نیز نقش مهمی در جذب گردشگران به خراسان رضوی ایفا می‌کند. این شامل هتل‌ها، مهمانسراها، مجتمع‌های تفریحی و اقامتی و سایر اماکن اقامتی است. وجود تنوعی از امکانات اقامتی با کیفیت و استاندارد در استان، به گردشگران امکان می‌دهد تا با توجه به سلیقه و نیازهای خود، اقامت خود را تنظیم کنند و از امکانات رفاهی استان بهره‌برداری کنند.

جذابیت خراسان رضوی از مجموع جذابیت‌های درون‌شهری، برون‌شهری و گردشگری سلامت تشکیل شده است. در جذابیت درون‌شهری، عوامل تأثیرگذار شامل رستوران‌ها، مراکز اقامتی، تفریحی، مذهبی، فرهنگی و تاریخی شهر است. این عوامل بر ارتقای تجربه گردشگران در داخل شهر و ایجاد حس تعامل و ارتباط با فرهنگ و تاریخ منطقه تأثیر می‌گذارند. عوامل تأثیرگذار بر جذابیت برون‌شهری شامل مناطق نمونه گردشگری و امکانات اقامتی برون‌شهری است. ایستگاه‌های برون‌شهری مانند برم‌گردی، زائرسراها و مجتمع‌های بین‌راهی، به گردشگران امکان می‌دهند در طبیعت و مناطق دور از شهر زندگی کنند و از آرامش و زیبایی‌های طبیعت لذت ببرند. نمودار علی حلقوی مدل گردشگری بر اساس پنج زیرسیستم ذکر شده، نشان می‌دهد که جذابیت استان خراسان رضوی بر اساس تنوع و تعامل بین این عوامل ایجاد می‌شود. هر یک از زیرسیستم‌ها نقش مهمی در ایجاد گردشگر پایدار در استان دارد و با همکاری و هماهنگی میان آن‌ها، تجربه‌های گردشگری یکتا و تحت تأثیر فرهنگ و تاریخ منطقه برای گردشگران فراهم می‌شود.



شکل ۷. نمودار علی حلقوی گردشگری

با توجه به مشکلات و چالش‌های شناسایی شده در توسعه گردشگری خراسان رضوی، می‌توان برخی از راهکارهای مناسب را برای مقابله با این مشکلات و بهبود صنعت گردشگری در این منطقه پیشنهاد کرد:

۱. معرفی و ترویج مناسب جاذبه‌های طبیعی: توسعه و ارتقاء فعالیت‌های مرتبط با جاذبه‌های طبیعی خراسان رضوی و معرفی آنها به صورت مناسب به گردشگران می‌تواند در جذب بیشتر گردشگران کمک کند. باید تلاش شود تا با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، سایت‌های وب، راهنماها و مراکز گردشگری، اطلاعات کامل درباره جاذبه‌های طبیعی، فعالیت‌های مرتبط و آثار آنها منتشر شود.
۲. ارتقاء زیرساخت‌ها: برای جذب گردشگران، لازم است که زیرساخت‌های مورد نیاز مانند جاده‌ها، مسیرهای حمل و نقل عمومی، فرودگاه‌ها و سیستم‌های ارتباطی بهبود یابند. سرمایه‌گذاری در این زمینه و ایجاد تسهیلات و امکانات مناسب می‌تواند به توسعه صنعت گردشگری در این منطقه کمک کند.

۳. بهبود خدمات رفاهی و اقامتی: ارائه خدمات رفاهی و اقامتی به میزبانان و گردشگران بسیار مهم است. سرمایه‌گذاری در زمینه احداث هتل‌ها، مهمانسراها، رستوران‌ها، فروشگاه‌ها و تسهیلات دیگر مرتبط با صنعت گردشگری بهبود و توسعه این صنعت را تسریع خواهد کرد.
۴. مدیریت و حل تنگنایهای اجتماعی: توسعه گردشگری می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر جامعه محلی داشته باشد. بنابراین، ایجاد بسترهای اجتماعی مناسب برای جامعه محلی و گردشگران و مدیریت مناسب تنگنایهای اجتماعی می‌تواند بهبود و توسعه پایدار صنعت گردشگری را تضمین کند. همچنین، آموزش به جامعه محلی در زمینه مهارت‌های ارتباطی و خدمات مرتبط با گردشگران نیز می‌تواند بهبودی در تعاملات اجتماعی و رضایت گردشگران را به همراه داشته باشد.
۵. توسعه گردشگری پایدار: در برنامه‌ریزی و توسعه صنعت گردشگری، لازم است تا محیط زیست و منابع طبیعی محافظت شود. اجرای استانداردهای محیط زیستی، استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر، مدیریت پسماندها و حفاظت از مناطق طبیعی می‌تواند به توسعه پایدار صنعت گردشگری در خراسان رضوی کمک کند.
۶. ارتقاء کیفیت خدمات: بالا بردن کیفیت خدمات ارائه شده به گردشگران از اهمیت بالایی برخوردار است. آموزش مهارت‌های لازم به کارکنان صنعت گردشگری، بهبود فرهنگ سازمانی و مدیریتی در مراکز گردشگری، و ارائه خدمات با کیفیت و حرفه‌ای می‌تواند اعتماد گردشگران را جلب کرده و تجربه مثبتی از سفر به خراسان رضوی را به آنها ارائه دهد.
۷. تبلیغات و بازاریابی: ترویج و تبلیغ صحیح جاذبه‌ها و خدمات گردشگری خراسان رضوی به صورت مناسب، از طریق رسانه‌های مختلف مانند تلویزیون، رادیو، اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، می‌تواند توجه گردشگران را جلب کند. از ابزارهای بازاریابی مدرن مانند سایت‌ها، اپلیکیشن‌ها و تبلیغات آنلاین استفاده کرده و با همکاری با نمایندگان محلی و آژانس‌های مسافرتی، برنامه‌های تبلیغاتی مناسب را طراحی کنید.

این راهکارها می‌توانند به توسعه صنعت گردشگری در خراسان رضوی کمک کنند و موجب رشد و پیشرفت بیشتر این صنعت در این منطقه شوند. البته، برای اجرای موفق این راهکارها، همکاری و هماهنگی بین بخش‌های مختلف دولتی و خصوصی، مدیران محلی و جامعه محلی ضروری است.

### نتیجه‌گیری

توسعه و رشد گردشگری در منطقه خراسان رضوی با مشکلات و چالش‌هایی روبرو است. عواملی مانند ضعف در معرفی درست جاذبه‌های طبیعی، ضعف زیرساخت‌ها، ضعف خدمات رفاهی و اقامتی و مشکلات اجتماعی مثل تنگنایهای اجتماعی و نبود بسترهای لازم اجتماعی برای گردشگران به عنوان عوامل بازدارنده در توسعه گردشگری مطرح شده‌اند. در این مقاله، عوامل و روابط بین متغیرهای موثر در گردشگری خراسان رضوی شناسایی شد. در این مقاله تأکید شده است که توسعه گردشگری نباید فقط به منافع اقتصادی و اجتماعی بپردازد، بلکه باید به مشکلات اجتماعی، موانع جغرافیایی و مسائل روبنایی مرتبط نیز توجه کند. در پایان، با توجه به اهداف توسعه گردشگری، نیاز است که زیرساخت‌های لازم در بخش‌های مختلف مانند خدمات رفاهی، اقامتی، حمل و نقل و غیره فراهم شوند. همچنین، آموزش به جامعه میزبان نیز بسیار مهمی در تصمیم‌گیری گردشگران ایفا می‌کنند. بنابراین، پژوهش حاضر به سیاستگذاران کمک می‌کند تا با بررسی روابط علی و حلقوی، سیاست‌های مناسب را برپا توجه به متن ارائه شده، می‌توان نتیجه گرفت که توسعه و رشد گردشگری در منطقه خراسان رضوی با مشکلات و چالش‌هایی روبرو است. عواملی مانند ضعف در معرفی درست جاذبه‌های طبیعی، ضعف زیرساخت‌ها، ضعف خدمات رفاهی و اقامتی و مشکلات اجتماعی مثل تنگنایهای اجتماعی و نبود بسترهای لازم اجتماعی برای گردشگران به عنوان عوامل بازدارنده در توسعه گردشگری مطرح شده‌اند. در این مقاله، برخی از مشکلات و چالش‌ها در توسعه گردشگری خراسان رضوی شناسایی شده است. مهمترین آنها عبارتند از: ضعف در معرفی مناسب جاذبه‌های طبیعی، نبود

زیرساخت‌های کافی، نبود خدمات رفاهی و اقامتی مناسب، تنگناهای اجتماعی و نبود بسترهای لازم اجتماعی. این عوامل می‌توانند تأثیر منفی بر توسعه صنعت گردشگری در منطقه داشته باشند.

## منابع

- اسلامی دولابی، فیصل؛ شیخی محمد تقی ۱۳۸۹. بررسی جامعه شناختی موانع توسعه گردشگری در جزیره قشم. ششمین همایش ملی فرهنگی گردشگری خلیج همیشه فارس
- اسعدی، میرمحمد و سعید اردکانی، سعید. (۱۳۹۴). ارائه مدلی پویا جهت توسعه گردشگری تاریخی (مورد مطالعه: استان یزد). *کاوش‌های مدیریت بازرگانی*. 7(14), 147-167.
- بایبی سمیرمی، محمدرضا، نظیفی، نائینی، مینو و عباسپور، سحر (۱۳۹۳). ارتباط صنعت توریسم و توسعه اقتصادی در ایران با رویکرد شبکه عصبی (۱۳۹۰-۱۳۵۹) فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، دوره 4، شماره 14، ص ۱۳۰-۱۱۳.
- فاطمی اصل آیات ۱۳۹۹ بررسی *تائیرمقابل* گردشگری سلامت و صلح بر همدیگر در جهان کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی
- پورحسینی سید حامد و نعیم آبادی محمدرضا (۱۳۹۶). بررسی تأثیر گردشگری بر توسعه پایدار با رویکرد پویای شناسی سیستم. اولین همایش ملی توریسم و گردشگری سبز در ایران
- دوستی ایرانی، مهناز، دهقان خاوری، سعید (۱۴۰۰) تحلیل پیچیدگی و پویایی ابعاد و مؤلفه‌های گردشگری پایدار از منظر اقتصادی با استفاده از الگوی تفسیری پویایی‌های سیستم، گردشگری و توسعه، [10.22034/jtd.2021.252380.2149](https://doi.org/10.22034/jtd.2021.252380.2149).
- رخش ماه، محمدرضا، بیدخوری، علیرضا (۱۴۰۰) بررسی نقش امنیت در گردشگری مذهبی منطقه ثامن کلانشهر مشهد، پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار زمستان ۱۶، ۴۷-۵۴.
- سجاسی قیداری، حمداله، محمودی، حمیده (۱۳۹۷) نقش جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی مقصدهای روستایی در توسعه گردشگری مطالعه موردی: شهرستانهای مشهد و بینالود، مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی، ۷ (۱) ۱۴۱-۱۱۳.
- شاد، روزبه، کدخدایی، مسعود (۱۳۹۶) نقش حمل و نقل در صنعت توریسم و گردشگری، کنفرانس بین المللی برنامه ریزی و مدیریت شهری .
- صباغ کرمانی، مجید و امیریان، سعید (۱۳۷۹) بررسی اثرات اقتصادی توریسم در جمهوری اسلامی ایران با پژوهش‌های بازرگانی، استفاده از تحلیل داده ستانده دوره 4، شماره 16، ص ۵۷-83.
- صمدی، علی حسین، صلح شیرازی، علی نقی، روحی، آناهیتا (۱۳۹۱) طراحی یک مدل دینامیک برای صنعت گردشگری در ایران با استفاده از رویکرد پویای شناسی سیستم برای افق ایران ۱۴۰۴ فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی، دوره 6، شماره 1، ص ۶۵-۸۹.
- عیسی زاده، سعید و قدسی، سوده (۱۳۸۳) محاسبه ضریب اشتغال‌زایی بخش گردشگری در اقتصاد ایران با استفاده از مدل داده ستانده. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۷، ۱۵۱-۱۷۲.
- میرزایی، رحمت، سام آرام، عز تاله و خاکساری، علی نقش صنعت گردشگری بر اشتغال و مقایسه (۱۳۸۹) آن با سایر بخشهای اقتصادی (مطالعه موردی: منطقه اورامانات استان کرمانشاه) فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، 4، ۱-۳۳.
- ناصر، نگین، تقوی، لعبت (۱۳۹۸) بررسی شاخص‌های گردشگری پایدار در دستیابی به ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی: ارائه راهکار برای اثرات مخرب. فصل نامه *انسان و محیط زیست* ۳۸-۲۶.
- نهادی، مریم، نعمتی، سیده فاطمه. (۱۳۸۹) تهدیدها و فرصت‌های گردشگری زیارت در ایران. مطالعات فرهنگی و ارتباطات ۲۰، ۱۴۵-۱۷۲.
- Ariyani, N., & Fauzi, A. (2019). Analysis of Strategic Variables for Ecotourism Development; an Application of Mismac. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 3(3), 1-12.
- Calderón Michael Moya, Kevin Chavarría Esquivel, María Margarita Arrieta García, Carlos Barriocanal Lozanoa, (2022) Tourist behaviour and dynamics of domestic tourism in times of COVID-19, *Current Issues in Tourism*, 14.
- Campos Cristina, Herrero Jara, Laso Jorge, Cristóbal, Pere Fullana-i-Palmer, Jaume Albertí, Margalid Fullana, Jefferson Lorencini Gazoni, Elisângela Aparecida Machado da Silva, (2022). System Dynamics framework for tourism development management, *Current Issues in Tourism*, 2457-2478, [doi/10.1080/13683500.2021.1970117](https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1970117).
- Gazoni, J. L., & Silva, E. A. M. D. (2022). System Dynamics framework for tourism development management. *Current Issues in Tourism*, 25(15), 2457-2478.
- Gu Y, Bhakti O, Martin H. Kunc, Steffen B, (2022), B Small Island Developing States (SIDS) COVID-19 post-pandemic tourism recovery: A system dynamics approach, *Current Issues in Tourism*, 25(9).
- Herrero Ángel, María Margallo, Rubén Aldaco (2022). Tourism under a life cycle thinking approach: A review of perspectives and new challenges for the tourism sector in the last decades.
- Huete-Alcocer, N., López-Ruiz, V. R., & Grigorescu, A. (2019). Measurement of Satisfaction in Sustainable Tourism: A Cultural Heritage Site in Spain. *Sustainability*, 11(23), 67-74.
- Jandaghi, G., Fathi, M. R., Maleki, M. H., Faraji, O., & Yüzbaşıoğlu, N. (2019). Identification of Tourism Scenarios in Turkey Based on Futures Study Approach. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 10(20), 47-68.

- Kisi, N. (2019). A Strategic Approach to Sustainable Tourism Development Using the A'WOT Hybrid Method: A Case Study of Zonguldak, Turkey. *Sustainability*, 11(4), 1-19.
- Mai, T., & Smith, C. (2018). "Scenario-based planning for tourism development using system dynamic modelling: a Maja Žibert., Črtomir Rozman., Andrej Škraba., Boris Prevolšek. (2020). "A System Dynamics Approach to Decisionmaking Tools in Farm Tourism Development" *Business Systems Research*, 11 (2).case study of Cat Ba Island, Vietnam". *Tourism management*, 68, 336-354.
- Pizzitutti, F., Walsh, S. J., Rindfuss, R. R., Gunter, R., Quiroga, D., Tippett, R., & Mena, C. F. (2017). Scenario planning for tourism management: a participatory and system dynamics model applied to the Galapagos Islands of Ecuador. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(8), 1117-1137.
- Sharpley R (2009). *Tourism development and the environment: Beyond sustainability?.* London: Routledge.
- Stern J (2000). *Business dynamics: systems thinking*
- Sutrisna, M., Saskara, N., & Ayu, I. (2020). Prospective Analysis of Sustainable Tourism Development in Penglipuran Village as A Tourist Village Role Model in Bali. *Technium Social Sciences Journal*, 13, 184-198.