

Challenges and Opportunities for the Sustainability of Pilgrimage Tourists to the Holy City of Mashhad on the Kahek-Zafaraniyeh Axis

Aliakbar Anabestani^{1✉}, Amir Saeed Farabi²

- 1- Professor, Department of Human Geography and Spatial Planning, Faculty of Earth Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.
- 2- MSc., Department of Human Geography and Spatial Planning, Faculty of Earth Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

Article Info

Article type:
Research Paper

Keywords:
Pilgrimage tourism,
Tourist length of stay,
Challenges and
opportunities;
Kahak-Zafaraniyeh
corridor,
Mashhad.

Received:
?

Received in revised form:
?

Accepted:
?

pp. ?-?:

Abstract

The Kahak-Zafaraniyeh corridor, a major pilgrimage route connecting to the holy city of Mashhad, experiences very low tourist length of stay despite its significant religious, historical, cultural, and natural assets. This study aims to identify and prioritize the key challenges and opportunities influencing tourist retention along this corridor. The research is applied in purpose and descriptive-analytical in nature, using an exploratory mixed-methods design. In the qualitative phase, documentary analysis and semi-structured interviews with 22 experts were conducted and coded through thematic analysis. In the quantitative phase, a questionnaire comprising 31 challenge items and 31 opportunity items was developed based on qualitative findings and distributed among 85 experts, local officials, pilgrims, and tourism stakeholders. Reliability was confirmed with Cronbach's alpha values of 0.915 (challenges) and 0.926 (opportunities). Data were analyzed using descriptive statistics, exploratory factor analysis, and one-way ANOVA. The results identified major challenges, including insufficient destination recognition (30.5%), inadequate roadside services, road-management and educational gaps, managerial inefficiencies, weak preservation and presentation of historical sites, safety issues, route monotony, and climatic or environmental constraints. Conversely, opportunities include rich historical-natural heritage (33.7%), existing infrastructure and handicrafts, cultural traditions and notable figures, natural diversity and geotourism potential, religious assets, roadway advantages, and the corridor's strategic geographical position. Overall, strengthening tourist retention along the corridor requires addressing managerial and infrastructural shortcomings while strategically leveraging its cultural, historical, and natural capacities. These insights provide a foundation for tourism development planning and enhancing stopover rates in the region.

Citation:

Publisher: Vali-e-Asr University of Rafsanjan

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2026.2080172.1113>

The Author(s) ©



* Corresponding Author, A_anabestani@sbu.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

The Kahak–Zafaraniyeh corridor, as one of the most significant pilgrimage routes in Iran, annually accommodates more than 20 million pilgrims and travelers heading toward the holy city of Mashhad from 23 provinces. Despite this substantial flow of travelers and the corridor's diverse religious, historical, cultural, and natural attractions, the area suffers from a remarkably low tourist length of stay. This gap between existing potentials and actual performance indicates inadequate recognition, planning, and activation of the corridor's resources. Structural, managerial, infrastructural, and socio-cultural constraints have hindered the transformation of this transit route into a stopover or secondary destination capable of generating economic and social benefits for local communities. Addressing these shortcomings requires a comprehensive understanding of the determinants that reduce or enhance tourists' willingness to stay. Accordingly, the central research question guiding this study is: "What are the challenges and opportunities influencing the increased length of stay among pilgrims traveling along the Kahak–Zafaraniyeh tourism corridor?" This study aims to provide an integrated picture of the corridor's current tourism conditions and identify strategic pathways for sustainable development.

Methodology

This research is applied in purpose and descriptive–analytical in nature, employing a mixed-methods design (qualitative–quantitative). In the first phase, a conceptual foundation for the study was developed through extensive examination of academic literature on pilgrimage tourism, tourism corridors, and determinants of tourist length of stay. During the qualitative phase, semi-structured interviews were conducted with 23 experts—including tourism scholars, local administrators, private-sector actors, and heritage specialists—selected through purposive sampling. Using MAXQDA software, qualitative data were coded and analyzed, resulting in the extraction of 31

challenge indicators and 31 opportunity indicators for tourist retention.

In the quantitative phase, a structured questionnaire with 62 items on a five-point Likert scale was developed based on qualitative findings. Content validity was confirmed by academic experts, while reliability was supported by high Cronbach's alpha coefficients (0.915 for challenges and 0.926 for opportunities). The questionnaire was administered to 85 participants representing four groups: experts, local managers, business owners, and travelers. Data analysis included descriptive statistics, exploratory factor analysis, KMO and Bartlett's tests, ANOVA, and comparative analysis. To enhance interpretability, Varimax rotation was applied to clarify the factor structure of challenges and opportunities.

Results

The results of the qualitative and quantitative analyses indicate the presence of multiple managerial, infrastructural, socio-cultural, and environmental constraints that significantly reduce the likelihood of tourists staying along the Kahak–Zafaraniyeh corridor. Exploratory factor analysis identified nine major challenge dimensions. The most influential among them were:

1. Deficient recognition and promotion of the corridor's tourism potentials,
2. Weak roadside facilities and limited-service quality,
3. Inadequate Road management and insufficient educational/community engagement measures.

These were followed by managerial inconsistencies, poor organization of historical sites, road monotony and safety problems, weak management of en-route services, climatic and distance-related limitations, and environmental constraints. Collectively, these challenges illustrate that the corridor, despite its rich resource base, suffers from critical deficiencies in destination marketing, integrated planning, investment, infrastructural development, and visitor services.

Conversely, analysis of opportunities revealed eight strong potential dimensions for enhancing tourist retention. These include:

- Outstanding historical and natural assets, such as UNESCO-inscribed caravanserais, ancient qanats, remnants of pre-Islamic heritage, the Silk Road passage, and the legacy of the Sarbedaran movement;
- Existing infrastructure, handicrafts, and local products;
- Cultural traditions and notable figures;
- Diverse natural attractions supporting geotourism and ecotourism;
- Religious potentials linked to the gateway of Imam Reza's shrine (Bāb-al-Rezā);
- Geographical advantages and transit-related opportunities;
- The relatively high cost of accommodation in Mashhad, which increases the attractiveness of alternative stops;
- Strong motivation among local youth to engage in tourism activities.

ANOVA results demonstrated no significant differences among the four respondent groups regarding perceived challenges—indicating a shared understanding of the corridor's weaknesses—whereas a significant difference emerged in evaluating opportunities. In particular, local officials had a notably more optimistic view of existing opportunities compared to other groups.

Discussion and Conclusion

The findings underscore that the Kahak–Zafaraniyeh corridor, despite its multi-layered cultural, natural, historical, and religious assets, has not succeeded in realizing its potential as a tourism stopover or complementary destination. The primary barriers revolve around inadequate destination recognition and branding, insufficient infrastructure and services, fragmented governance, and the absence of coordinated tourism planning. These structural issues collectively diminish the attractiveness of the corridor for longer stays.

In contrast, the corridor's diverse opportunities—particularly its globally significant heritage resources, rich cultural identity, broad spectrum of natural landscapes, and strategic geographical position—provide a solid foundation for

future tourism development. Leveraging these strengths requires implementing integrated corridor planning, enhancing visitor infrastructure and service quality, developing cultural and geotourism experiences, empowering local communities through entrepreneurial training, and promoting the corridor through targeted marketing and digital branding strategies.

Overall, this study concludes that increasing the length of stay of pilgrims and tourists along the Kahak–Zafaraniyeh corridor is achievable only through simultaneous mitigation of structural barriers and strategic activation of local potentials. The results offer a practical evidence-based framework for policymakers and tourism planners seeking sustainable tourism development in the region and may serve as a model for similar pilgrimage corridors across Iran.

Declaration of Generative AI and AI-assisted technologies in the writing process

The authors declare that they did not use any artificial intelligence (AI) tools in the preparation of this manuscript.

Funding

This article is not sponsored

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.



چالش‌ها و فرصت‌های ماندگاری گردشگران زیارتی مشهد مقدس در محور کاهک-زعفرانیه

علی اکبر عنابستانی^۱، امیرسعید فارابی^۲

۱- استاد، گروه جغرافیای انسانی و آمایش، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

۲- کارشناسی ارشد، گروه جغرافیای انسانی و آمایش، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۳۹۹/۰۴/۰۴

تاریخ بازنگری:

۱۳۹۹/۰۴/۰۴

تاریخ پذیرش:

۱۳۹۹/۰۴/۰۴

صص.؟؟-؟

کلید واژه‌ها:

گردشگری زیارتی،

ماندگاری گردشگران،

چالش‌ها و فرصت‌ها،

محور کاهک-زعفرانیه،

مشهد مقدس.

محور کاهک-زعفرانیه به عنوان یکی از مسیرهای اصلی ورود زائران به مشهد مقدس، باوجود برخورداری از ظرفیت‌های متنوع مذهبی، تاریخی، فرهنگی و طبیعی، از نرخ ماندگاری بسیار پایین گردشگران رنج می‌برد. هدف این پژوهش، شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌ها و فرصت‌های ماندگاری گردشگران زیارتی در این محور است. این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی بوده و با روش آمیخته اکتشافی (کیفی-کمی) انجام شده است. در مرحله کیفی، داده‌های نظری از منابع مکتوب گردآوری و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۲۲ نفر از خبرگان انجام و با روش تحلیل مضمون کدگذاری شد. در مرحله کمی نیز بر اساس یافته‌های مرحله کیفی، پرسشنامه‌ای شامل ۳۱ گویه چالش و ۳۱ گویه فرصت طراحی و میان ۸۵ نفر از کارشناسان، مسئولان محلی، زائران و فعالان گردشگری توزیع گردید. پایایی پرسشنامه‌ها با آلفای کرونباخ برای چالش‌ها ۰/۹۱۵ و برای فرصت‌ها ۰/۹۲۶ تأیید شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی، تحلیل عاملی اکتشافی و آنوای یک‌طرفه انجام گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد چالش‌های اصلی شامل: ضعف شناخت پتانسیل‌های گردشگری با ۳۰/۵ درصد و پس‌از آن، کمبود امکانات بین‌راهی، مشکلات ساماندهی جاده‌ای و آموزشی، نارسایی‌های مدیریتی، ضعف معرفی و ساماندهی اماکن تاریخی، نقص‌های ایمنی و یکنواختی مسیر، محدودیت‌های اقلیمی و محیطی است. فرصت‌های شناسایی شده نیز دربرگیرنده پتانسیل‌های تاریخی-طبیعی با ۳۳/۷ درصد و پس‌از آن، زیرساخت‌ها و صنایع‌دستی، سنت‌ها و مشاهیر، تنوع طبیعی و علمی-ژئوتوریسم، ظرفیت‌های مذهبی، مزیت‌های جاده‌ای و موقعیت جغرافیایی می‌باشد. نتایج پژوهش بیانگر آن است که تقویت ماندگاری گردشگران در محور کاهک-زعفرانیه نیازمند رفع چالش‌های مدیریتی و زیرساختی و بهره‌گیری هدفمند از ظرفیت‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی منطقه است؛ امری که می‌تواند مبنای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری و افزایش توقف‌پذیری و طول اقامت در منطقه قرار گیرد.

استناد:

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2026.2080172.1113>

© نویسندگان

ناشر: دانشگاه ولی عصر رفسنجان



مقدمه

گردشگری در دهه‌های اخیر به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی و اجتماعی جهان شناخته‌شده و نقشی کلیدی در اشتغال‌زایی، درآمدزایی، ارتقای تعاملات فرهنگی و توسعه منطقه‌ای ایفا می‌کند. در این میان، گردشگری زیارتی به‌عنوان یکی از گونه‌های مهم گردشگری فرهنگی-مذهبی، علاوه بر ابعاد معنوی و هویتی، دارای ظرفیت قابل‌توجه برای تقویت اقتصاد محلی، ارتقای سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار مقاصد و مسیرهای گردشگری است (Collins-Kreiner, 2010). سازمان جهانی گردشگری نیز گردشگری زیارتی را بخشی از گردشگری فرهنگی معرفی کرده و بر اهمیت آن در پیوند میان تجربه معنوی و زیرساخت‌های مقصد تأکید دارد (UNWTO, 2023). گردشگری اغلب به‌عنوان کاتالیزوری برای توسعه ملی و منطقه‌ای، احیای جوامع و ارائه مزایا به مردم محلی در نظر گرفته‌شده است (Shokouhi & Yazdanpanah, 2020: 152). افزایش به فعل درآوردن ظرفیت‌های بالقوه گردشگری در ایران تأثیر مستقیمی در افزایش رشد اقتصادی و کاهش بیکاری در جامعه و اقتصاد کشور خواهد داشت و می‌تواند تأثیر بسزایی با توجه به جایگاه عظیم این صنعت در اقتصاد جهانی و رشد روزافزون آن، به اقتصاد ایران یاری بگذارد (Karbasi & Mohammadzadeh, 2020).

گردشگری تنها صنعتی است که برای همه طیف‌های اجتماعی و تخصصی، از محروم‌ترین اقشار تا مدیران درجه‌یک هتل‌ها و سرمایه‌گذاران ایجاد شغل و درآمد می‌کند. ضریب تکاثر اشتغال در این صنعت بالاترین ضریب است. چنانچه به ازای ایجاد هر شغل مستقیم گاه تا هفت شغل غیرمستقیم ایجاد می‌کند (Asayesh et al., 2022). این ویژگی‌ها باعث توجه روزافزون مناطق مختلف به جذب و ماندگاری گردشگران نموده است و مردم و مدیران سعی در شناسایی توانایی‌های منطقه خود برای استفاده در جذب گردشگران می‌نمایند تا بتوانند از درآمدها و نتایج مثبت حاصل حداکثر سود ممکن بهره‌مند شوند. گردشگری زیارتی، به‌عنوان شاخه‌ای مهم از گردشگری، علاوه بر انگیزه‌های معنوی و دینی، فرصت‌های اقتصادی و فرهنگی برای جوامع میزبان ایجاد می‌کند (Collins-Kreiner, 2010). البته باید توجه داشت که در مناطق کمتر شناخته‌شده توسعه گردشگری باید رویکردی خلاقانه داشته باشد و بسیاری از گردشگران به دنبال فرهنگ و سنت‌های کمتر شناخته‌شده می‌باشند و بر انجام فعالیت‌های تجربی و تعامل عمیق‌تر با زندگی واقعی فرهنگ‌های مناطق مختلف می‌باشند. چرا که اکنون گردشگران فرهیخته‌تر شده و به میزان بیشتری جویای آگاهی‌های جدید و سرمایه‌های فرهنگی می‌باشند (Maleki & Shahmoradi Moghaddam, 2015).

یکی از شاخص‌های مهم در موفقیت اقتصادی و مدیریتی مقاصد گردشگری، طول مدت اقامت یا ماندگاری گردشگر است. ماندگاری بیشتر گردشگران نه‌تنها موجب افزایش هزینه‌کرد مستقیم و غیرمستقیم آنان می‌شود، بلکه با افزایش رضایت، وفاداری و احتمال بازدید مجدد نیز ارتباط معنادار دارد (Alegre & Pou, 2006; Wang et al., 2018). مطالعات جدید نشان می‌دهد که کاهش طول اقامت حتی در شرایط افزایش تعداد گردشگران، می‌تواند درآمد مقصد را کاهش داده و موجب تضعیف بهره‌وری گردشگری شود (Oklevik et al., 2021; Gemar et al., 2022). از این‌رو، برنامه‌ریزی برای افزایش ماندگاری گردشگران، یکی از محورهای اصلی سیاست‌گذاری در مدیریت مقصد و توسعه پایدار گردشگری به‌شمار می‌رود.

در کنار رویکرد مقصدمحور، رویکرد جدیدتری در برنامه‌ریزی گردشگری مطرح‌شده که بر مفهوم محور یا کریدور گردشگری تأکید دارد. محور گردشگری به مجموعه‌ای از جاذبه‌ها، خدمات و فعالیت‌های مرتبط گفته می‌شود که در امتداد یک مسیر حمل‌ونقل قرار گرفته و می‌تواند تجربه‌ای پیوسته و متنوع برای گردشگران ایجاد کند (Hall, 2011; UNWTO, 2016). در این چارچوب، توسعه محورهای گردشگری ابزاری برای توزیع فضایی گردشگران، کاهش تمرکز در مقصد اصلی و افزایش توقف‌پذیری

در مناطق پیرامونی تلقی می‌شود (World Bank, 2009). درواقع، مسیرهای گردشگری می‌توانند به‌جای «مسیر عبوری»، به «مسیر تجربه‌محور» و حتی «مقصد مکمل» تبدیل شوند.

باوجوداین ظرفیت نظری و تجربی، بسیاری از محورهای گردشگری در ایران همچنان ماهیت عبوری دارند و نتوانسته‌اند از جریان عظیم گردشگران برای ایجاد ارزش اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بهره‌برداری کنند. یکی از نمونه‌های مهم، محور کاهک-زعفرانیه در غرب استان خراسان رضوی است که در مسیر پرتردد تهران-مشهد قرار دارد و سالانه بیش از ۲۰ میلیون زائر و مسافر از آن عبور می‌کنند. این محور، باوجود برخورداری از ظرفیت‌های قابل‌توجه تاریخی، فرهنگی، طبیعی و مذهبی (نظیر کاروانسراهای تاریخی، آثار قبل از اسلام، جاده ابریشم، میراث سربداران، قنات‌ها و جاذبه‌های طبیعی متنوع)، همچنان با نرخ بسیار پایین ماندگاری گردشگران مواجه است و عملاً نقش آن به یک مسیر انتقالی محدودشده است. این وضعیت، نشان‌دهنده وجود شکاف معنادار میان ظرفیت‌های بالقوه و عملکرد واقعی محور در جذب و نگهداشت گردشگر است.

مطالعات پیشین درباره ماندگاری گردشگران عمدتاً بر عوامل اقتصادی، جمعیت‌شناختی و ویژگی‌های سفر تمرکز داشته‌اند (Barros & Machado, 2010; Gokovali et al., 2007). در سال‌های اخیر نیز توجه به عوامل روان‌شناختی مانند تجربه جریان، ارزش ادراک‌شده، دلبستگی به مقصد و عشق به مقصد افزایش یافته است (Wang & Li, 2023; Fansurya et al., 2024). با این حال، خلأ مهمی در ادبیات پژوهش وجود دارد: بررسی ماندگاری گردشگران در قالب محورهای زیارتی عبوری، به‌ویژه در چارچوب تحلیل همزمان چالش‌ها و فرصت‌ها، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. همچنین اغلب پژوهش‌ها مقصد مشهد را بررسی کرده‌اند، در حالی که محورهای ورودی به مشهد و نقش آن‌ها در افزایش توقف‌پذیری و توزیع فضایی گردشگران، کمتر تحلیل شده‌اند. در چنین شرایطی، عدم شناخت دقیق موانع و ظرفیت‌های محور کاهک-زعفرانیه می‌تواند موجب تداوم ضعف برنامه‌ریزی، کمبود سرمایه‌گذاری، نبود خدمات بین‌راهی و از دست رفتن فرصت‌های توسعه پایدار در شهرستان‌های سبزوار و داورزن شود. این مسئله از آن جهت اهمیت بیشتری می‌یابد که توسعه گردشگری در مسیرهای عبوری می‌تواند به کاهش نابرابری فضایی، تقویت اقتصاد روستایی، ایجاد اشتغال محلی و افزایش تاب‌آوری اجتماعی و اقتصادی منطقه منجر شود (Briedenhan & Wickens, 2004).

بنابراین مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که باوجود عبور حجم عظیم گردشگران زیارتی از محور کاهک-زعفرانیه و وجود جاذبه‌های متنوع، چرا این محور نتوانسته به یک محور توقف‌پذیر و تجربه‌محور تبدیل شود و چه چالش‌ها و فرصت‌هایی بر افزایش ماندگاری گردشگران زیارتی در این محور اثرگذار هستند؟ بر همین اساس، پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌ها و فرصت‌های مؤثر بر ماندگاری گردشگران زیارتی در محور کاهک-زعفرانیه انجام شده است تا بتواند تصویری واقع‌بینانه از عوامل بازدارنده و تسهیل‌گر ارائه داده و زمینه تصمیم‌گیری راهبردی مدیران گردشگری و سیاست‌گذاران توسعه منطقه‌ای را فراهم سازد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

گردشگری زیارتی-گردشگری زیارتی یکی از مهم‌ترین نوع گردشگری فرهنگی-مذهبی است که سابقه‌ای طولانی در تاریخ بشریت دارد و بخش قابل‌توجهی از جاذبه‌های انسانی در گذشته و حال را تشکیل می‌دهد. سازمان جهانی جهانگردی (UNWTO, 2016) گردشگری زیارتی را بخشی از گردشگری فرهنگی می‌داند که در آن انگیزه اصلی سفر، انجام مناسک دینی یا حضور در مکان‌های مقدس است (UNWTO, 2023). بر این اساس، گردشگری زیارتی نه‌تنها به بعد معنوی سفر توجه می‌کند بلکه در تعامل مستقیم با زیرساخت‌ها، خدمات و ظرفیت‌های مقصد نیز قرار می‌گیرد. گردشگری زیارتی نوعی سفر است که براساس جستجوی معنوی، ایمان و باورهای مذهبی شکل می‌گیرد. آنان تأکید می‌کنند که گرچه زیارت و گردشگری اهداف متفاوتی دارند، اما در عمل

مرز روشنی میان آن‌ها وجود ندارد و در بسیاری از مواقع، سفرهای زیارتی یا انگیزه‌های فرهنگی، اجتماعی و حتی اقتصادی همراه می‌شوند (Timothy & Olsen, 2006). دیتر در پژوهش خود بیان می‌کند که گردشگری زیارتی به‌عنوان بخشی از گردشگری معنوی، نه تنها به بازدید از اماکن مقدس محدود نمی‌شود بلکه شامل تجربه‌های عمیق معنوی، تعامل با جوامع میزبان و تقویت هویت دینی گردشگران نیز می‌باشد (Diter, 2019).

در ایران نیز پژوهشگران متعددی بر اهمیت گردشگری زیارتی تأکید کرده‌اند. به‌عنوان نمونه نیاوندی و نعمتی (2010) در پژوهش خود گردشگری زیارتی در ایران را علیرغم وجود ظرفیت‌های فراوان، با تهدیدهایی مانند کمبود زیرساخت‌ها، عدم هماهنگی بین نهادهای مختلف و مشکلات اقتصادی مواجه می‌دانند که با این حال، فرصت‌هایی نظیر تقویت روابط فرهنگی، توسعه پایدار و جذب گردشگران بین‌المللی دارد و برای بهره‌برداری از این فرصت‌ها، نیاز به برنامه‌ریزی دقیق و همکاری بین بخشی وجود خواهد داشت.

محور گردشگری - به علت مهم بودن مفهوم محور گردشگری در پژوهش حاضر، تعریف‌های زیر را برای آن ارائه می‌شود: در ادبیات بین‌المللی، محور گردشگری به مسیر یا زنجیره‌ای از جاذبه‌ها، خدمات و فعالیت‌ها گفته می‌شود که به‌وسیله مسیرهای حمل‌ونقل به یکدیگر متصل شده و تجربه‌ای یکپارچه و متنوع برای گردشگران فراهم می‌سازند. چنین محورهایی معمولاً با هدف توسعه منطقه‌ای، افزایش ماندگاری و تقویت هزینه کرد آن‌ها طراحی می‌شوند (World Bank, 2009, UNWTO, 2016). تیموتی و بویید نیز به اهمیت محورهای گردشگری در اتصال سایت‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی و افزایش تجربه گردشگران می‌پردازند و استدلال می‌کنند که رویکرد «محور» به برنامه‌ریزان این امکان را می‌دهد تا توزیع بازدیدکنندگان را مدیریت کرده، منابع مربوط به میراث فرهنگی را حفظ کرده و مشارکت جامعه را تقویت کنند (Timothy & Boyd, 2003).

حال نیز به بررسی مفهوم راهروهای گردشگری می‌پردازد و تأکید می‌کند که برنامه‌ریزی گردشگری باید فراتر از چارچوب مقصد محور باشد. او استدلال می‌کند که راهروهای گردشگری به‌عنوان مسیرهای ساختاریافته‌ای که چندین جاذبه و نقاط خدماتی را به هم متصل می‌کنند، امکان جریان‌های گردشگری متوازن فضایی را فراهم می‌سازد. این مطالعه نشان می‌دهد که طراحی مناسب راهروها می‌تواند رشد اقتصادی محلی را تقویت کرده، فشارهای بازدیدکنندگان را توزیع نموده و توسعه پایدار را ترویج نماید. (Hall, 2011)

در ادبیات داخلی، کریمی و حسینی (2019) بیان می‌کنند که تمرکز صرف بر مقصد گردشگری محدودکننده است و مفهوم محور گردشگری به‌عنوان یک رویکرد شبکه‌ای، پیونددهنده جاذبه‌ها، خدمات و مسیرهای دسترسی، امکان توزیع متوازن گردشگران را فراهم می‌آورد. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که توسعه محورهای گردشگری باعث افزایش کارکرد اقتصادی مناطق پیرامونی و کاهش تمرکز گردشگری در مقاصد اصلی می‌باشد. رضایی و همکاران (2020) در مقاله خود به اهمیت طراحی مسیرهای بین مقصدی اشاره می‌کنند و تأکید دارند که محور گردشگری باید علاوه بر اتصال جاذبه‌ها، زمینه تعامل گردشگران با محیط محلی را فراهم آورد. یافته‌های آن‌ها نشان داد که محورهای گردشگری موفق، ترکیبی از جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی هستند که با زیرساخت‌های مناسب پشتیبانی می‌شوند. این پژوهش مفهوم محور گردشگری را به‌عنوان یک رویکرد جایگزین و مکمل تحلیل‌های مقصد محور معرفی می‌کند. حسینی و ملکی (2021) اظهار داشته‌اند که محورهای گردشگری نه تنها مسیر حرکت گردشگران را شکل می‌دهد، بلکه امکان ایجاد پیوندهای فرهنگی و اقتصادی بین مناطق مختلف را فراهم می‌کند. نتایج آن‌ها نشان داد برنامه‌ریزی روی محورهای گردشگری، به‌ویژه در مناطق باتمركز بالای گردشگر، می‌تواند بار روانی و محیطی مقصد اصلی را کاهش دهد و توزیع گردشگران را بهبود بخشد. البته آن‌ها تأکید کردند که استفاده از محور گردشگری به‌عنوان ابزار توسعه پایدار،

چالش‌ها و فرصت‌های ماندگاری گردشگران زیارتی مشهد مقدس / کنعناستانی و فارابی

نیازمند شناخت دقیق پتانسیل‌های منطقه‌ای و تعامل میان بخشی می‌باشد. محور گردشگری کاهک-زعفرانیه در خراسان می‌تواند به‌عنوان نمونه‌ای از این ساختار در نظر گرفته شود.

ماندگاری گردشگر - ماندگاری گردشگران به مدت زمانی گفته می‌شود که گردشگر در مقصد اقامت می‌کند، که این مدت تحت تأثیر عوامل متعددی مانند رضایت از تجربه، کیفیت خدمات، جذابیت مقصد و احساس تعلق به مکان است. این مفهوم یکی از شاخص‌های کلیدی در سنجش موفقیت مقاصد گردشگری و پایداری اقتصادی آن‌ها محسوب می‌شود. در پژوهش‌های مدیریت مقصد، ماندگاری یکی از شاخص‌های مهم توسعه گردشگری در نظر گرفته می‌شود (Barros & Correia, 2009).

الگر و پو معتقدند که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مثل سن، وضعیت شغلی، ملیت و سطح درآمد در کنار ویژگی‌های سفر (نوع اقامت، فصل، هدف سفر) به‌طور معناداری طول اقامت را توضیح می‌دهند. طول اقامت نسبت به قیمت سفر و هزینه‌ها حساس است و کاهش آن یکی از دلایل افت درآمد گردشگری باوجود افزایش ورودی‌ها معرفی می‌شود (Alegre & Pou, 2006). گوکوالی و همکاران هزینه سفر، درآمد، و سفرهای تکراری از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده ماندگاری هستند. بررسی‌ها نشان می‌دهد کاهش طول اقامت با تغییر الگوهای سفر (چند سفر کوتاه به‌جای یک سفر بلند) مرتبط است (Gokovali et al., 2007). باروس و ماچادو نشان دادند که متغیرهای جمعیت‌شناختی (سن، جنس، تحصیلات) و ویژگی‌های سفر (نوع اقامت، تعداد سفرهای قبلی، نوع فعالیت‌ها) نقش کلیدی در طول مدت اقامت دارند. برخی ویژگی‌های مقصد مثل اعتبار تاریخی و شهرت شراب‌مادیرا، اثر مثبت بر طول اقامت دارند (Barros & Machado, 2010). یوکسل و همکاران احساس تعلق گردشگر به مقصد، خاطرات مثبت و تجربه‌های عاطفی معنادار را از مهم‌ترین محرک‌های ماندگاری در مقصد دانسته که می‌توانند وفاداری شناختی، عاطفی و رفتاری او را تقویت کنند (Yuskel et al., 2010). پژوهش وانگ و همکاران نشان می‌دهد که طول اقامت، هم بر مخارج گردشگر و هم بر رضایت، قصد بازدید مجدد و توصیه مقصد اثرگذار است؛ گردشگران با اقامت طولانی‌تر، معمولاً رضایت و وفاداری بالاتری نشان می‌دهند (Wang et al., 2018). اکلویل و همکاران معتقدند که انگیزه سفر، نوع مقصد، تجربه سفرهای قبلی، و جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی و خرید/سلامت، طول اقامت را افزایش می‌دهند. محدودیت‌های مالی و زمان در جهت کاهش طول اقامت عمل می‌کنند (Oklevik et al., 2021). گمار و همکاران نشان می‌دهند که طول اقامت تابعی از خصوصیات فردی (سن، جنس، تحصیلات)، نوع فعالیت‌ها، میزان رضایت و شادکامی گردشگر است. تأکید می‌شود که طول اقامت، به‌طور مستقیم با درآمد مقصد و سطح اشغال خدمات گردشگری مرتبط است (Gemar et al., 2022). وانگ و لی در پژوهش خود معتقدند که پنج عامل اصلی وفاداری گردشگر عبارت‌اند از: کیفیت خدمات، ارزش ادراک‌شده، رضایت، تصویر مقصد و درگیری/علاقه گردشگر (Wang & Li, 2023). فانسوریا و همکاران نشان دادند که لذت، حس کنترل، تمرکز و اهداف شفاف در تجربه سفر، از طریق افزایش ارزش ادراک‌شده مقصد و «عشق به مقصد» طول مدت اقامت را افزایش می‌دهند (Fansurya et al., 2024). پارتیوی و همکاران نشان می‌دهند که رضایت، کیفیت تجربه، و تصویر مقصد مهم‌ترین پیش‌بین‌های قصد بازدید مجدد هستند و این متغیرها با طول اقامت و اقامت‌های تکراری رابطه دارند (Pratiwi et al., 2025). ژیفو و جباری معتقدند که تجربه‌های به‌یادماندنی، کیفیت تفسیر میراث، و رضایت کلی، وفاداری و قصد بازدید مجدد را تقویت می‌کنند (Zhifu & Jebbouri, 2025).

واحدی (2011) بررسی عوامل مؤثر در جذب و ماندگاری گردشگر در شهر نور را انجام داده است و نقش عوامل محیطی و خدماتی را در این زمینه برجسته کرده است. رفیعی و همکاران (2016) متغیرهایی مانند درآمد، سطح تحصیلات، سن، هدف سفر، نحوه تأمین هزینه‌ها و نوع اقامتگاه بر ماندگاری در مشهد اثر معنادار دارند. ماندگاری، در تصمیم‌گیری گردشگران و در اقتصاد مقصد نقش کلیدی دارد. کیانی سلمی و نظری (2018) در پژوهشی اثرگذاری شاخص امنیت در مجموعه نمادهای اجتماعی-فرهنگی را بر ماندگاری گردشگران در مقصد گردشگری، تسهیلات اقامتی را در افزایش ضریب ماندگاری مؤثر دانسته‌اند. مطالعه مودودی ارخودی

(2019) با موضوع بررسی عوامل مؤثر بر وفاداری و ماندگاری گردشگران در هتل‌های پنج ستاره مشهد نشان داد که عواملی مانند اعتبار، اطمینان، پاسخگویی، همدلی و وفاداری تأثیر مثبت و معناداری بر ماندگاری گردشگران دارند. پورنگ و همکاران (2020) معتقدند که «گرایش به مقصد» و «تصور مقصد» از مسیر کیفیت خدمات و جاذبه‌ها، طول مدت اقامت را افزایش می‌دهند. پورنگ و همکاران (2021) عوامل مقصدمحور مثل جاذبه‌های مذهبی و فرهنگی، زیرساخت‌های حمل‌ونقل، کیفیت خدمات اقامتی، امنیت و امکانات رفاهی، به‌صورت سلسله‌مراتبی بر جذب و سپس ماندگاری گردشگران اثر می‌گذارند. چراغی و همکاران (2021) معتقدند که کیفیت زیرساخت‌های شهری، دسترسی به اطلاعات گردشگری، کیفیت فضاهای عمومی شهری و مراکز خرید و تفریح از مهم‌ترین عوامل ماندگاری گردشگران در شهرهای میانی است. پژوهش اکبری و همکاران (2021) در ماسوله بر تأثیر تجربه ماندگار گردشگر و ارتباط فرهنگی بر وفاداری گردشگری تأکید دارد و نقش مشارکت گردشگر را در افزایش ماندگاری نشان داده است. این مطالعه از روش‌های آماری پیشرفته برای تحلیل بهره برده و یافته‌ها اهمیت مشارکت و ارتباط فرهنگی را اثبات کرده است. مهرتک و حبیبی (2021) در مقاله خود وضعیت مؤلفه‌های خدماتی کیفیت مواد غذایی و آشامیدنی، ویژگی‌های طبیعی، احساس آرامش و امنیت، خدمات اسکان، کم و کیف محصولات، وضعیت مکان‌یابی خدمات، دسترسی به امکانات و خدمات، تسهیلات جاده‌ای، مدیریت تسهیلات گردشگری، قیمت کالا یا خدمات، کیفیت حمل‌ونقل و روابط متقابل جامعه میزبان و میهمان را مؤلفه‌های مهم در جذب و ماندگاری مجتمع‌های گردشگری می‌یابد. بهره‌مند و همکاران (2024) در تحقیق خود به تحلیل عوامل مؤثر بر ماندگاری گردشگران در شهر تهران پرداخته است که این مطالعه به بررسی جامع عوامل مؤثر بر ماندگاری گردشگران می‌پردازد.

باوجود اهمیت شاخص «ماندگاری گردشگران» در پایداری اقتصادی و فضایی مقاصد گردشگری، بخش عمده مطالعات پیشین، به‌ویژه در حوزه گردشگری زیارتی، بر مقاصد نهایی مانند کلان‌شهر مشهد و عوامل مقصدمحور نظیر کیفیت خدمات، رضایت، تصویر مقصد و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گردشگران تمرکز داشته‌اند. در این میان، محورهای زیارتی عبوری که سالانه میزبان میلیون‌ها زائر هستند، اغلب به‌عنوان فضاهای گذر در نظر گرفته شده و کمتر به‌صورت مستقل و تحلیلی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. این در حالی است که بسیاری از این محورها، از جمله محور کاهک-زعفرانیه، از ظرفیت‌های قابل توجه تاریخی، فرهنگی، طبیعی و مذهبی برخوردارند، اما به دلیل ضعف برنامه‌ریزی، مدیریت و زیرساخت، نتوانسته‌اند به مقصدهای توقف‌پذیر و مکمل گردشگری زیارتی تبدیل شوند. همچنین، پژوهش‌های موجود غالباً به‌صورت مجزا به موانع یا ظرفیت‌های توسعه گردشگری پرداخته و بررسی هم‌زمان و اولویت‌بندی‌شده چالش‌ها و فرصت‌های ماندگاری گردشگران در چارچوب «محور» و با رویکرد آمیخته، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از این‌رو، خلأ اصلی پژوهش حاضر، نبود مطالعات داده‌بنیان درباره عوامل مؤثر بر ماندگاری گردشگران زیارتی در محورهای عبوری منتهی به مقاصد زیارتی است؛ خلأیی که این پژوهش در محور کاهک-زعفرانیه درصدد پوشش آن است.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از انظر هدف، کاربردی است و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-تحلیلی است و با رویکردی آمیخته (کیفی و کمی) انجام گرفته است. در گام نخست، از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی، چارچوب مفهومی پژوهش بر اساس مبانی نظری گردشگری زیارتی، ماندگاری گردشگران و ویژگی‌های محور گردشگری کاهک-زعفرانیه تدوین شد. در مرحله دوم به‌منظور تکمیل چارچوب مفهومی و شناسایی مؤلفه‌های اصلی چالش‌ها و فرصت‌ها، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با جمعی از خبرگان حوزه گردشگری و مسئولان منطقه‌ای به‌صورت انتخاب هدفمند (شامل ۲۲ نفر) انجام گرفت. در مرحله بعدی داده‌های کیفی به کمک نرم‌افزار MAXQDA تحلیل و کدگذاری گردید. اطلاعات حاضر دسته‌بندی شده خود به مجموعه‌ها و زیرمجموعه‌های مرتبط

چالش‌ها و فرصت‌های ماندگاری گردشگران زیارتی مشهد مقدس / کعبه عباستانی و فارابی

تقسیم شدند سپس به کمک نتایج حاصل پرسشنامه‌ای در قالب طیف پنج گزینه‌ای لیکرت شامل دو بخش چالش‌ها و فرصت‌ها که هر بخش شامل ۳۱ گویه بود تهیه و برای بررسی روایی آن از نظرات اساتید دانشگاهی استفاده و اصلاحات لازم انجام شد. در ادامه پایایی پرسشنامه چالش‌ها با استفاده از آلفای کرونباخ بررسی شد که مقدار آن ۰/۹۱۵ محاسبه شد و آلفای کرونباخ بخش فرصت‌ها برابر با ۰/۹۲۶ به دست آمد که عددی بالاتر از ۰/۷ و نشان‌دهنده پایایی بسیار بالا و همسانی درونی فوق‌العاده گویه‌های پرسشنامه می‌باشد. در مرحله بعدی پرسشنامه‌ها در اختیار ۸۵ نفر قرار گرفت که این افراد شامل ۴ گروه مدیران، صاحبان مشاغل مرتبط، مسافران و کارشناسان بوده است که به‌صورت هدفمند و تا حد رسیدن به آستانه اشباع نظری تعداد پرسش‌نامه در هر چهار گروه تکمیل گردیده است. داده‌های حاصل جمع‌بندی و به کمک نرم‌افزار SPSS موردبررسی و تحلیل عاملی قرار گرفت عامل‌های مؤثرتر و همچنین متغیرها اولویت‌بندی گردید.

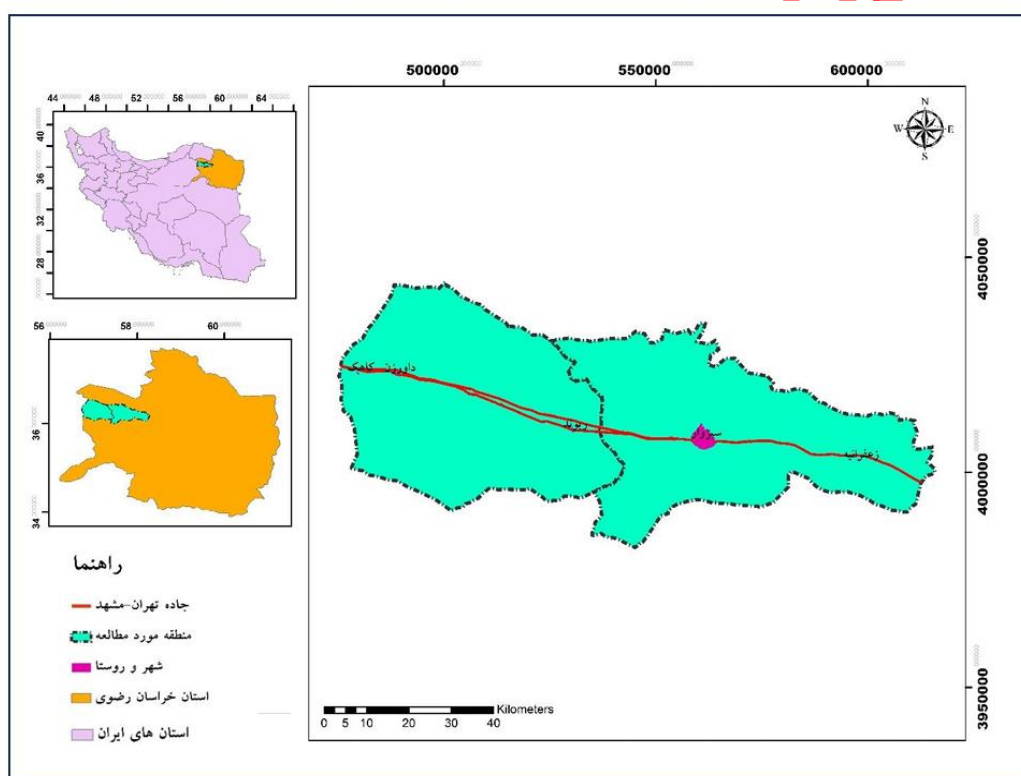
همچنین برای هر یک از عوامل استخراج‌شده از تحلیل عاملی برای چالش‌ها و فرصت‌ها نیز مقدار آلفای کرونباخ به‌صورت جداگانه محاسبه شد و نتایج زیر به دست آمد. می‌بینیم که آلفای کرونباخ برای بعضی از عامل‌ها کمتر از ۰/۷ می‌باشد اما با توجه به آلفای کرونباخ عالی کل ۰/۹۱۵ برای چالش‌ها و ۰/۹۲۶ برای فرصت‌ها می‌توان پایایی پرسشنامه برای کل گویه‌ها و عامل‌ها را نتیجه گرفت. در انتها نیز دیدگاه چهار گروه پاسخ‌دهندگان با هم مقایسه و میزان مثبت بودن نظریات چهار گروه نسبت به چالش‌ها و فرصت‌های گردشگران با هم مقایسه گردید. مشابه فرصت‌های ماندگاری گردشگران نیز در ۳۱ گویه جمع‌آوری شده و روایی بودن آن‌ها به کمک اساتید و پایایی پرسشنامه گویه‌ها نیز با آلفای کرونباخ ۰/۹۲۶ تأیید گردید. تحلیل عاملی نیز انجام و ۸ عامل اصلی شناسایی شد.

جدول ۱. ضریب پایایی چالش‌ها و فرصت‌های ماندگاری گردشگران در محور گردشگری

ردیف	عوامل مربوط به چالش‌ها	آلفای کرونباخ	عوامل مربوط به فرصت‌ها	آلفای کرونباخ
۱	مشکلات شناختی پتانسیل گردشگری منطقه	۰/۸۵۲	پتانسیل تاریخی و طبیعی	۰/۹۱۹
۲	ضعف امکانات بین‌راهی	۰/۸۴۳	زیرساخت‌ها و صنایع‌دستی	۰/۸۴۱
۳	مشکلات ساماندهی جاده‌ای و آگاهی	۰/۸۲۳	سنت‌ها و مشاهیر منطقه	۰/۷۷۵
۴	مشکلات مدیریتی و مسافری	۰/۷۸۶	تنوع طبیعی و گردشگری علمی و ژئوتوریسم	۰/۷۸۱
۵	ضعف ساماندهی اماکن تاریخی و معرفی آن‌ها	۰/۷۷۴	پتانسیل گردشگری مذهبی	۰/۶۰۱
۶	ضعف‌های مربوط به مسیر	۰/۶۱۴	پتانسیل جاده‌ای	۰/۶۶۸
۷	ضعف ساماندهی مدیریتی بین‌راهی و مسافرتی	۰/۶۵۱	هزینه‌های بالای مشهد و علاقه جوانان منطقه	۰/۴۷۴
۸	مشکلات ذاتی اقلیمی و فاصله‌ای	۰/۵۹۲	موقعیت جغرافیایی	۰/۷۲۸
۹	ضعف و محدودیت‌های مسیری و محیطی	۰/۶۳۸		

محدوده مورد مطالعه از غربی ترین نقطه خراسان رضوی روستای کاهک شروع شده و تا روستای زعفرانیه، ۳۵ کیلومتر بعد از شهر سبزوار ادامه می یابد. طول این مسیر حدود ۱۳۰ کیلومتر می باشد که قبلاً تمام آن در شهرستان سبزوار قرار می گرفت ولی در سال ۱۳۹۱ شهرستان داورزن از سبزوار جدا شد و طول تقریبی ۶۰ کیلومتر از این مسیر در شهرستان داورزن قرار می گیرد. این مسیر جزئی از جاده بین المللی تهران - مشهد بوده و سالانه بیش از ۲۰ میلیون زائر از آن عبور می کنند. اما در پژوهش حاضر این مسیر و مناطق اطراف آن شامل روستاها و شهرها را که یک منطقه فرهنگی-تاریخی از خراسان می باشد به عنوان محور کاهک-زعفرانیه در نظر گرفته شده است که منطقه مهمی از لحاظ فرهنگی-تاریخی در کشور محسوب می شود و در صورت برنامه ریزی و اجرای درست، توسط مسئولان و مردم منطقه می تواند در اندک زمان به توقف کوتاه مدت گردشگران در آن امیدوار بوده و در بلندمدت می تواند به عنوان مقصدی در مسیر زیارتی مشهد مقدس مورد توجه قرار گیرد.

شکل ۱. نقشه محور کاهک-زعفرانیه



یافته های پژوهش

برای بررسی چالش ها و فرصت های موجود ماندگاری گردشگران در محور کاهک زعفرانیه ابتدا با ۲۳ نفر از کارشناسان و مسئولان مصاحبه کیفی به صورت سؤالات باز انجام شد جامعه کیفی شامل ۲۳ نفر از متخصصان منتخب به روش نمونه گیری هدفمند بود که ترکیب آن عبارت اند از:

۱- نماینده شهرستان های سبزوار و داورزن، ۵ نفر مدیران فعلی یا سابق مرتبط، ۷ نفر از اساتید دانشگاهی در رشته های مرتبط و پژوهشگر در ارتباط با گردشگری منطقه ای، ۳ نفر از کارشناسان و مسئولان اداره میراث فرهنگی و گردشگری منطقه، ۲ نفر پژوهشگر و نویسنده کتب مراسم آیینی و منطقه، و ۵ نفر از فعالان بخش خصوصی در زمینه اقامتگاه ها و تورهای گردشگری. از

چالش‌ها و فرصت‌های ماندگاری گردشگران زیارتی مشهد مقدس / که عنایستانی و فارابی

کارشناسان مزبور، ۱۰ نفر دارای مدرک دکتری، ۶ نفر فوق لیسانس و بقیه دارای مدرک لیسانس بوده‌اند. از لحاظ جنسیت از این افراد ۷ نفر خانم و ۱۵ آقا بوده‌اند.

۲- نظریات جمع‌آوری شده دسته‌بندی و با نرم‌افزار مکس کیودا بررسی و تحلیل کیفی گردید و به کمک آن ۳۱ گویه چالش و ۳۱ گویه فرصت تهیه گردید و مجموعاً در اختیار ۸۵ نفر از ۴ گروه مدیران، صاحبان مشاغل مرتبط، مسافران و کارشناسان قرار گرفت (جدول ۲).

جدول ۲. مشخصات فردی پاسخ‌گویان

مشخصات	شرح	درصد	مشخصات	شرح	درصد
جنسیت	مرد	۸۴/۷	درآمد ماهانه	کمتر از ۱۵ میلیون تومان	۱۰/۶
	زن	۱۵/۳		بین ۱۵ تا ۳۰ میلیون تومان	۵۶/۵
سن	۲۱-۳۰ سال	۷/۱		بین ۳۰ تا ۴۵ میلیون تومان	۱۸/۸
	۳۱-۴۰ سال	۱۷/۶		بیش از ۴۵ میلیون تومان	۱۴/۱
	۴۱-۵۰ سال	۱۸/۸	مالکیت وسیله نقلیه	دارای وسیله نقلیه	۹۰/۶
	۵۱ سال به بالا	۵۶/۵		فاقد وسیله نقلیه	۹/۴
وضعیت تاهل	مجرد	۳/۵	تعداد مسافرت سالانه	بدون مسافرت سالانه	۷
	متاهل	۹۶/۵		یک‌بار در سال	۱۵/۳
تحصیلات	کمتر از دیپلم	۷/۱		دو بار در سال	۳۵/۳
	دیپلم و فوق‌دیپلم	۱۴/۱		بیش از دو بار در سال	۴۲/۴
	لیسانس	۳۳/۱	فعالیت گردشگری	بلی	۳۲/۹
	فوق لیسانس	۲۵/۹		خیر	۶۷/۱
وضعیت شغلی	دکتری	۱۸/۸			
	دولتی	۶۰			
	غیردولتی	۴۰			

شناخت و تحلیل چالش‌های موجود برای ماندگاری گردشگران در محور کاهک-زعفرانیه

در مرحله بررسی کیفی چالش‌ها، با استفاده از سؤالات نیمه ساختاریافته از کارشناسان، چالش‌ها شناسایی و سپس به کمک نرم‌افزار MAXQDA اطلاعات کدگذاری و پردازش شد که خلاصه نتایج حاصل در نمودار زیر نمایش داده شده است. اعداد روی یال‌های ارتباطی فراوانی نظر کارشناسان را مشخص می‌کند.

بنا به بررسی انجام شده مشخص شد "کمبود امکانات رفاهی برای گردشگران" و همچنین "چالش‌های به وجود آمده توسط ضعف مسئولیت‌های دولتی" بیشتر مورد توجه کارشناسان بوده که البته هر کدام به زیرمجموعه‌هایی تفکیک گردیده‌اند. در ادامه کل چالش‌ها از نظر کارشناسان ارائه شده است:

- (۱) کمبود امکانات رفاهی گردشگران به پنج بخش کمبود مجتمع‌های مجهز، کمبود و ضعف هتل و اقامتگاه‌ها، کمبود اماکن جذاب کنار جاده‌ای، کمبود تفرجگاه و فضای سبز و کمبود وسایل ایاب و ذهاب به اماکن دیدنی تفکیک شده‌اند.
- (۲) کمبودهای مربوط به مسئولیت‌های دولت نیز به زیر قسمت‌هایی تقسیم شد:

الف- چالش‌های منطقه‌ای: چالش‌های منطقه‌ای خود دارای دو زیر مجموعه چالش‌های سخت‌افزاری شامل: ساماندهی نشدن اماکن تاریخی، کمبود ایستگاه‌های راهنمایی گردشگران، ضعف مبادی ورودی شهرهای مسیر، عبور کمربندی از منطقه ضعیف

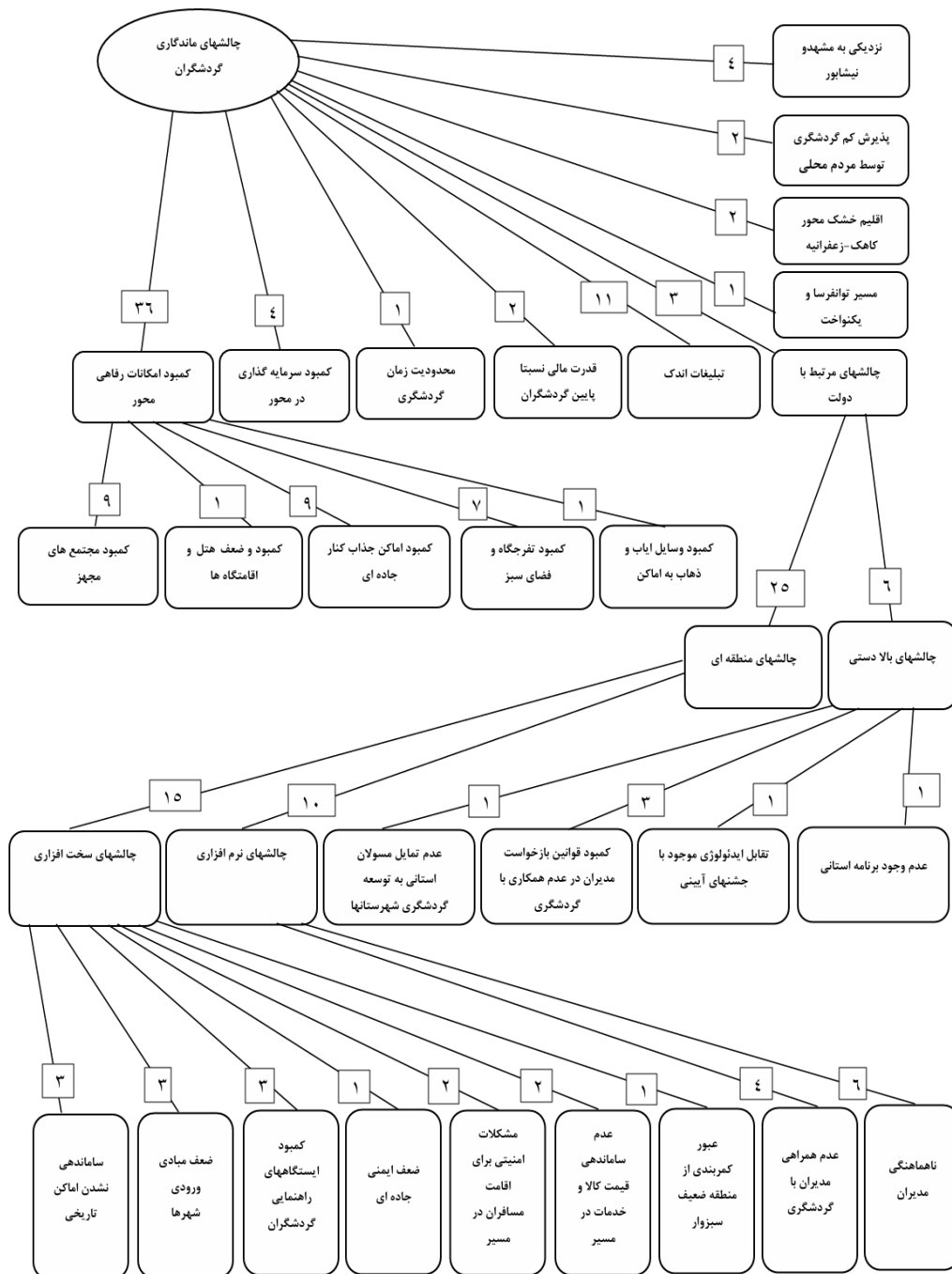
مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟، شماره ؟، ؟

سبزوآر، ضعف ایمنی جاده‌ای، عدم ساماندهی قیمت کالا و خدمات در مسیر، مشکلات امنیت برای اقامت مسافران در مسیر و همچنین چالش‌های نرم‌افزاری شامل: عدم همراهی مدیران با مقوله گردشگری، کم‌اطلاعی و ناهماهنگی و مدیران می‌باشد.

ب- چالش‌های بالادستی: این چالش‌ها از نظر کارشناسان شامل: عدم وجود برنامه استانی، عدم تمایل مسئولان استانی نسبت به توسعه گردشگری منطقه، تقابل ایدئولوژی موجود با جشن‌های آیینی و کمبود قوانین برای بازخواست مدیران در همکاری با امر گردشگری می‌باشد.

شکل ۲. چالش‌های ماندگاری گردشگران در محور کاهک-زعفرانیه



- ۳- تبلیغات اندک معرفی منطقه
- ۴- کمبود سرمایه‌گذاری در گردشگری این محور
- ۵- نزدیکی به نیشابور و مشهد به عنوان مقصد نهایی
- ۶- اقلیم خشک محور کاهک-زعفرانیه
- ۷- پذیرش پایین گردشگری توسط مردم محلی
- ۸- قدرت مالی نسبتاً پایین گردشگران این مسیر
- ۹- مسیر توان‌فرسا و یکنواخت
- ۱۰- محدودیت زمانی گردشگری

بعد از شناسایی چالش‌های ماندگاری گردشگران در محور گردشگری کاهک-زعفرانیه در راستای تشخیص شناسایی مهم‌ترین عامل از مدل تحلیل عاملی کمک گرفته شد و قبل از آن با بررسی چولگی و کشیدگی و همچنین با بهره‌گیری از آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنوف و شاپیرو-ویلک، نرمال بودن داده‌ها مورد تأیید قرار گرفت. آزمون KMO و بارتلت برای بررسی کفایت نمونه و مناسب بودن داده‌ها جهت تحلیل عاملی انجام شد. مقدار KMO برابر ۰/۷۶۸ نشان می‌دهد که ساختار همبستگی میان متغیرها برای انجام تحلیل عاملی کاملاً مناسب است. این مقدار در پژوهش‌های علوم انسانی قابل قبول و در محدوده مطلوب دسته‌بندی می‌شود و بیانگر آن است که متغیرها اشتراک واریانسی کافی دارند. علاوه بر آن، آزمون بارتلت با مقدار آماره ۱۴۳۲/۹۵۴ و سطح معناداری $p < 0.01$ نشان داد که ماتریس همبستگی به طور معناداری با ماتریس همانی متفاوت است؛ بنابراین، داده‌ها برای استخراج ساختارهای زیربنایی مناسب بوده و انجام تحلیل عاملی توجیه آماری دارد.

جدول ۳. مقدار KMO و آماره بارتلت چالش‌های ماندگاری گردشگران

تحلیل عاملی	KMO	Bartlett Test
چالش‌های ماندگاری گردشگران زیارتی مشهد در محور کاهک-زعفرانیه	۰/۷۶۸	۱۴۳۲/۹۵۴
سطح معناداری		<۰/۰۱

تحلیل عاملی ۹ عامل اصلی را استخراج کرد که مجموعاً ۷۲/۰۶۵ درصد واریانس کل را تبیین می‌کند؛ این مقدار در پژوهش‌های اجتماعی بسیار مطلوب بوده و نشان می‌دهد که مدل عاملی توانسته است بخش قابل توجهی از سازه «چالش‌های ماندگاری گردشگران» را پوشش دهد.

جدول ۴. مهم‌ترین چالش‌های ماندگاری گردشگران زیارتی در محور کاهک-زعفرانیه بر اساس مقدار ویژه

ردیف	عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	مشکلات شناختی پتانسیل گردشگری منطقه	۹/۴۸۰	۳۰/۵۸۰	۳۰/۵۸۰
۲	ضعف امکانات بین‌راهی	۲/۵۵۶	۸/۲۴۵	۳۸/۸۲۵
۳	مشکلات ساماندهی جاده‌ای و آگاهی	۲/۱۵۲	۶/۹۴۳	۴۵/۷۶۸
۴	مشکلات مدیریتی و مسافری	۱/۸۰۷	۵/۸۲۹	۵۱/۵۹۷
۵	ضعف ساماندهی اماکن تاریخی و معرفی آن‌ها	۱/۶۱۱	۵/۱۹۵	۵۶/۷۹۲
۶	ضعف‌های مربوط به مسیر	۱/۳۲۶	۴/۲۷۸	۶۱/۰۷۱
۷	ضعف ساماندهی مدیریتی بین‌راهی و مسافرتی	۱/۱۷۷	۳/۷۹۸	۶۴/۸۶۸
۸	مشکلات ذاتی اقلیمی و فاصله‌ای	۱/۱۲۳	۳/۶۲۴	۶۸/۴۹۲
۹	ضعف و محدودیت‌های مسیری و محیطی	۱/۱۰۸	۳/۵۷۳	۷۲/۰۶۵

سه عامل اول بیشترین سهم را داشته‌اند:

(۱) مشکلات شناختی پتانسیل گردشگری منطقه (۳۰/۵۸۰٪): این عامل تقریباً یک‌سوم کل واریانس را دربر گرفته و بیانگر آن است که مسئله اصلی در محور کاهک-زعفرانیه نه کمبود جاذبه‌ها، بلکه عدم شناخت، ضعف مدیریت و ناهماهنگی نهادی است.

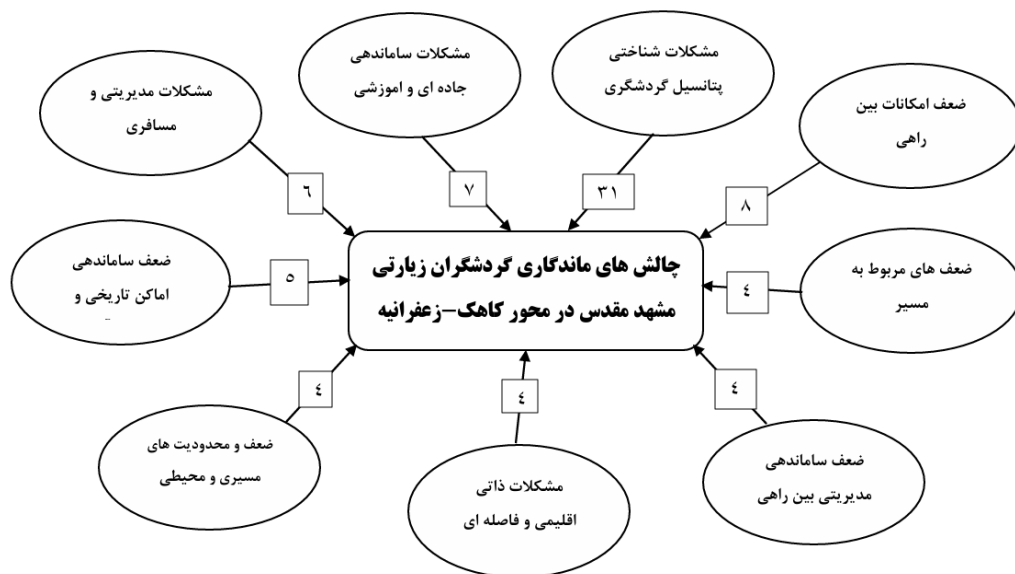
(۲) ضعف امکانات بین‌راهی (۸/۲۴۵٪): نشان‌دهنده آن که کمبود خدمات پایه‌ای (اقامت، تفرج، خدمات رفاهی) یکی از موانع اساسی توقف گردشگران است.

(۳) مشکلات ساماندهی جاده‌ای و آموزشی (۶/۹۴۳٪): ضعف دسترسی، ساختار شهری، و دانش و آگاهی محلی درباره گردشگری مستقیماً بر کیفیت تجربه گردشگر اثر می‌گذارد.

ترکیب این سه عامل نشان می‌دهد که چالش‌های نرم (مدیریت، مشارکت، شناخت) و چالش‌های سخت (زیرساخت و دسترسی) به‌طور هم‌زمان مانع ماندگاری گردشگران در محور می‌شوند (جدول ۴).

درنهایت، بهترین مدل با ۹ عامل استخراج گردید که در شکل ۳ زیر مشخص شده‌اند. اعداد روی یال‌ها درصد تقریبی واریانس عامل‌ها را مشخص می‌کند.

شکل ۳. مهم‌ترین چالش‌های ماندگاری گردشگران در محور کاهک-زعفرانیه



در جدول ۵ عامل‌ها و متغیرهایی که زمینه‌ساز کاهش ماندگاری گردشگران زیارتی در محور گردشگری کاهک-زعفرانیه ارائه شده است. بارهای عاملی ارائه شده نشان می‌دهد که:

الف) چالش‌های شناختی-مدیریتی بیشترین انسجام را دارند و بالاترین بار عاملی مربوط است به:

- ناهماهنگی بین مدیران منطقه‌ای (۸/۲۴۵)
- عدم همراهی مدیران منطقه با توسعه گردشگری (۰/۷۶۲)
- تبلیغات کم و معرفی ناقص منطقه (۰/۶۷۸)

این مجموعه مؤید نقش کلیدی مدیریت مقصد در تبیین ناکامی محور است. ضعف برنامه‌ریزی و بازاریابی، مانع بالفعل‌سازی حتی قوی‌ترین ظرفیت‌ها می‌شود.

ب) خدمات و امکانات بین‌راهی عامل دومین مانع اساسی است. کمبود:

• اقامتگاه‌ها (۰/۷۶۹)

• اماکن جذاب کنار جاده (۰/۷۸۴)

• فضاهای سبز و تفرجگاه‌ها (۰/۷۴۱)

این یافته‌ها نشان می‌دهد که نیازهای اولیه گردشگر تأمین نشده و محرک توقف‌پذیری بسیار ضعیف است.

جدول ۵. مقدار بار عاملی مهم‌ترین چالش‌های ماندگاری گردشگران زیارتی در محور کاهک- زعفرانیه

عامل‌ها	گویه‌ها	بار عاملی
مشکلات شناختی پتانسیل گردشگری منطقه	کمبود سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری در طول مسیر	۰/۶۹۵
	تبلیغات کم و معرفی ناقص جذابیت‌های گردشگری منطقه	۰/۶۷۸
	عدم همراهی مدیران منطقه‌ای در زمینه توسعه گردشگری	۰/۷۶۲
	ناهماهنگی بین مدیران منطقه‌ای در زمینه فراهم ساختن زیرساخت‌های گردشگری	۰/۸۲۵
	عدم وجود برنامه استانی مدون برای توسعه گردشگری مناطق مختلف استان	۰/۵۸۵
ضعف امکانات بین‌راهی	کمبود مجتمع‌های مجهز در محور بر ماندگاری گردشگران	۰/۷۳۶
	کمبود، و ضعف هتل و اقامتگاه‌های موجود	۰/۷۶۹
	کمبود اماکن جذاب در کنار جاده و محور ارتباطی	۰/۷۸۴
	کمبود فضای سبز و تفرجگاه جذاب در محور	۰/۷۴۱
	مسیرهای دسترسی نامناسب به برخی جاذبه‌های طبیعی و تاریخی	۰/۷۳۷
مشکلات ساماندهی جاده‌ای و آگاهی	ضعف و عدم ساماندهی مبادی ورودی شهرهای محور	۰/۶۳۱
	تعامل ناکافی بین جامعه محلی و گردشگران در طول مسیر	۰/۵۷۳
	عدم آگاهی مردم محلی از اهمیت گردشگری و نقش آن در توسعه اقتصادی	۰/۷۵۴
	قدرت مالی متوسط و نسبتاً پایین مسافران عبوری جاده‌ای مشهد	۰/۷۲۵
	عدم هماهنگی بین مدیران ملی با مدیران منطقه‌ای و محلی	۰/۵۲۸
مشکلات مدیریتی و مسافری	عدم تمایل مسئولان استانی در توسعه گردشگری منطقه	۰/۴۶۸
	تقابل فرهنگی موجود، با انجام رویدادها و جشنواره‌های آیینی	۰/۵۷۱
	کمبود قوانین در بازخواست مدیران در همکاری برای توسعه گردشگری	۰/۷۰۰
	ساماندهی نشدن اماکن تاریخی در محور	۰/۷۵۷
	کمبود ایستگاه‌های راهنمایی گردشگران در طول مسیر	۰/۷۰۵
ضعف ساماندهی اماکن تاریخی و معرفی آن‌ها	ضعف ایمنی جاده‌ای در محور کاهک- زعفرانیه	۰/۶۲۳
	مسیر یکنواخت و توان فرسا به لحاظ تردد جاده‌ای	۰/۷۳۱
	مشکلات امنیت برای اقامت به‌ویژه شبانه مسافران مسیر	۰/۷۸۷
	عدم ساماندهی قیمت کالا و خدمات در طول محور	۰/۳۹۰
	عدم مدیریت دفاتر خدماتی مسافرتی در سطح منطقه	۰/۴۵۰
ضعف ساماندهی مدیریتی بین‌راهی و مسافرتی	داشتن اقلیم خشک محور کاهک - زعفرانیه	۰/۶۸۹
	محدودیت زمان گردشگری (متمرکز در عید و تابستان)	۰/۷۱۳
	نزدیکی فاصله ارتباطی تا شهر نیشابور و مقصد گردشگری زیارتی مشهد	۰/۶۰۵
	کمبود وسایل ایاب و ذهاب به اماکن دیدنی در محور	۰/۶۴۷
	تهدیدهای زیست‌محیطی برای مناطق طبیعی منطقه و محدودیت توسعه	۰/۵۸۷
مشکلات ذاتی اقلیمی و فاصله‌ای	عبور جاده کمربندی از جنوب شهر سبزوار	۰/۶۰۹
ضعف و محدودیت‌های مسیری و محیطی		

ج) عوامل فرهنگی-اجتماعی نیز نقش غیرقابل چشم‌پوشی دارند، متغیرهایی مانند:

• عدم آگاهی مردم محلی درباره اهمیت گردشگری (۰/۷۵۴)،

• تعامل ناکافی جامعه محلی با گردشگران (۰/۵۷۳)

نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی محلی برای پشتیبانی از گردشگری فعال نشده است.

در انتها به مقایسه دیدگاه چهار گروه کارشناسان، مسافران، فروشندگان و مسئولان در مورد چالش‌های موجود در ماندگاری گردشگران در محور کاهک-زعفرانیه می‌پردازیم. برای اینکار از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه آنوا (ANOVA) استفاده می‌کنیم. البته ما فرض اولیه (فرض صفر) را بر این قرار می‌دهیم که بین دیدگاه ۴ گروه در مورد چالش‌های گردشگری تفاوت معنی‌داری وجود ندارد و فرض مقابل را تفاوت معنی‌دار بین دیدگاه‌های ۴ گروه در نظر می‌گیریم.

جدول ۶. دیدگاه گروه‌های مختلف درباره چالش‌های ماندگاری گردشگران

گروه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار
کارشناسان	۲۵	۳/۸۳۲	۰/۳۰۸
مسافران	۲۰	۳/۶۹۰	۰/۸۵۹
فروشندگان	۲۰	۳/۷۸۰	۰/۶۳۹
مسئولان	۲۰	۳/۹۱۰	۰/۳۷۸
کل پاسخ‌دهندگان	۸۵	۳/۸۰۶	۰/۵۷۰

نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد بیشترین میانگین مربوط به گروه مسئولان (۳/۹۱۰) و کمترین میانگین مربوط به گروه فروشندگان (۳/۶۹۰) است. همچنین کمترین انحراف معیار در میان کارشناسان (۰/۳۰۸) و بیشترین آن در میان مسافران (۰/۸۵۹) مشاهده شد که بیانگر همگنی یا پراکندگی پاسخ‌ها در هر گروه است. البته با توجه به تفاوت‌های ظاهری میانگین‌ها، آزمون آنوا نشان می‌دهد که این اختلاف از نظر آماری معنی‌دار نیست. نتایج آنوا نشان می‌دهد:

- باوجود تفاوت‌های ظاهری میانگین‌ها، اختلاف بین گروه‌ها از نظر آماری معنادار نیست ($P = ۰/۶۸۲$).
- این همگرایی دیدگاه‌ها نشان می‌دهد که تصویر چالش‌ها برای همه ذینفعان تقریباً یکسان است.
- بیشترین میانگین مربوط به مسئولان (۳/۹۱۰) و کمترین مربوط به مسافران (۳/۶۹۰) است؛ بااین‌حال این اختلافات به سطح معناداری نرسیده‌اند.

جدول ۷. تحلیل مقایسه دیدگاه گروه‌های مختلف درباره چالش‌های ماندگاری گردشگران با استفاده از آزمون آنوا

تغییرات	مجموع مربعات (SS)	درجه آزادی (df)	میانگین مربعات (MS)	آماره (F)	سطح معنی داری (sig)
بین گروه‌ها	۰/۴۹۸	۳	۰/۱۶۶	۰/۵۰۲	۰/۶۸۲
درون گروه‌ها	۲۶/۷۶۶	۸۱	۰/۳۳۰		
کل	۲۷/۲۶۴				

شناخت و تحلیل فرصت‌های موجود برای ماندگاری گردشگران در محور کاهک-زعفرانیه

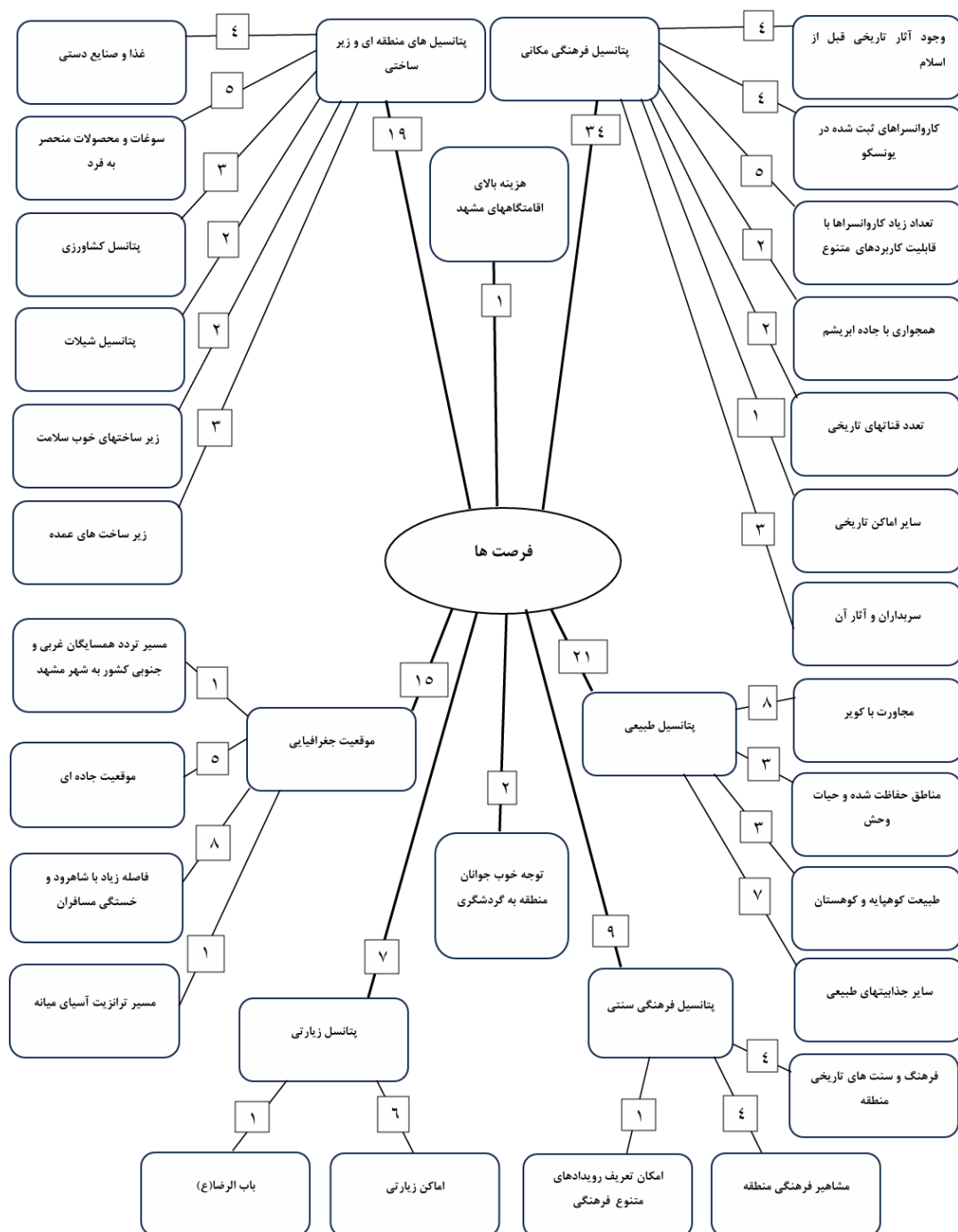
در مرحله بررسی کیفی فرصت‌ها، با استفاده از سوالات نیمه ساختاریافته از کارشناسان، فرصت‌ها شناسایی و سپس به کمک نرم‌افزار MAXQDA اطلاعات کدگذاری و پردازش شد که خلاصه نتایج حاصل در شکل ۴ زیر نمایش داده شده است. اعداد روی یال‌های ارتباطی فراوانی نظر کارشناسان را مشخص می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که پتانسیل فرهنگی-موقعیتی و پتانسیل‌های منطقه‌ای و

چالش‌ها و فرصت‌های ماندگاری گردشگران زیارتی مشهد مقدس / کج غنابستانی و فارابی

زیرساختی بیشتر موردتوجه کارشناسان بوده که البته هر کدام به زیرمجموعه‌هایی تفکیک گردیده‌اند. که در زیر کل فرصت‌ها از نظر کارشناسان ارائه شده است.

۱- پتانسیل فرهنگی - تاریخی (مکانی) از نظر کارشناسان شامل: وجود آثار تاریخی قبل از اسلام، کاروانسراهای ثبت شده در یونسکو، تعداد زیاد کاروانسراها با قابلیت کاربردهای متنوع، سربداران و آثار آن، همجواری با جاده ابریشم، تعدد قنات‌های تاریخی و سایر اماکن تاریخی می‌باشد.

شکل ۴. فرصت‌های ماندگاری گردشگران زیارتی در محور گردشگری کاهک-زعفرانیه



مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟، شماره ؟، ؟

۲- پتانسیل‌های منطقه‌ای و زیرساختی شامل: غذا و صنایع‌دستی، سوغات و محصولات منحصربه‌فرد، پتانسیل کشاورزی، پتانسیل شیلات، زیرساخت‌های خوب سلامت و زیرساخت‌های عمده می‌باشد.

۳- پتانسیل‌های طبیعی شامل مجاورت با کویر، مناطق حفاظت‌شده و حیات‌وحش، طبیعت کوهپایه و کوهستان و سایر جذابیت‌های طبیعی (ژئوتوریسم و...) می‌باشد.

۴- موقعیت جغرافیایی شامل: موقعیت جاده‌ای غربی شرقی و شمالی جنوبی، فاصله زیاد با شاه‌رود و خستگی مسافران، مسیر ترانزیت آسیای میانه و نیز مسیر تردد همسایگان غربی و جنوبی کشور به شهر مشهد می‌باشد.

۵- پتانسیل فرهنگی- سنتی منطقه که شامل: فرهنگ و سنت‌های تاریخی منطقه، مشاهیر فرهنگی منطقه و امکان تعریف رویدادهای متنوع فرهنگی می‌باشد.

۶- پتانسیل زیارتی نیز شامل: اماکن زیارتی و موقعیت باب الرضا(ع) می‌باشد.

۷- هزینه بالای اقامتگاه‌های مشهد

۸- علاقه زیاد جوانان منطقه به صنعت گردشگری

بعد از شناسایی فرصت‌های ماندگاری گردشگران زیارتی در محور گردشگری کاهک- زعفرانیه در راستای تشخیص شناسایی مهم‌ترین عامل از مدل تحلیل عاملی کمک گرفته شد و قبل از آن با بررسی چولگی و کشیدگی و همچنین به کمک آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنوف و شاپیرو-ویلک نرمال بودن داده‌ها تأیید شد. مقدار KMO برابر ۰/۷۹۲ است که نشان‌دهنده کفایت نمونه و همبستگی مناسب بین متغیرهاست. مقدار بارتلت نیز معنادار ($P < ۰/۰۱$) است و تحلیل عاملی را مناسب تأیید می‌کند.

جدول ۸. مقدار KMO و آماره بارتلت فرصت‌های ماندگاری گردشگران

تحلیل عاملی	KMO	Bartlett Test
فرصت‌های ماندگاری گردشگران زیارتی مشهد در محور کاهک-زعفرانیه	۰/۷۹۲	۱۶۵۵/۷۹۲
سطح معناداری		<۰/۰۱

برای فرصت‌ها نیز مشابه چالش‌ها چرخش واریماکس بهترین گزینه است که اینجا نیز از چرخش متعامد واریماکس استفاده شده است. درنهایت فرصت‌ها جهت ماندگاری گردشگران در محور کاهک-زعفرانیه، بر اساس مقدار ویژه در ۸ عامل، طبقه‌بندی شدند. اعداد روی یال‌ها، درصد تقریبی واریانس عامل‌ها را مشخص می‌کند (جدول ۹ و شکل ۵).

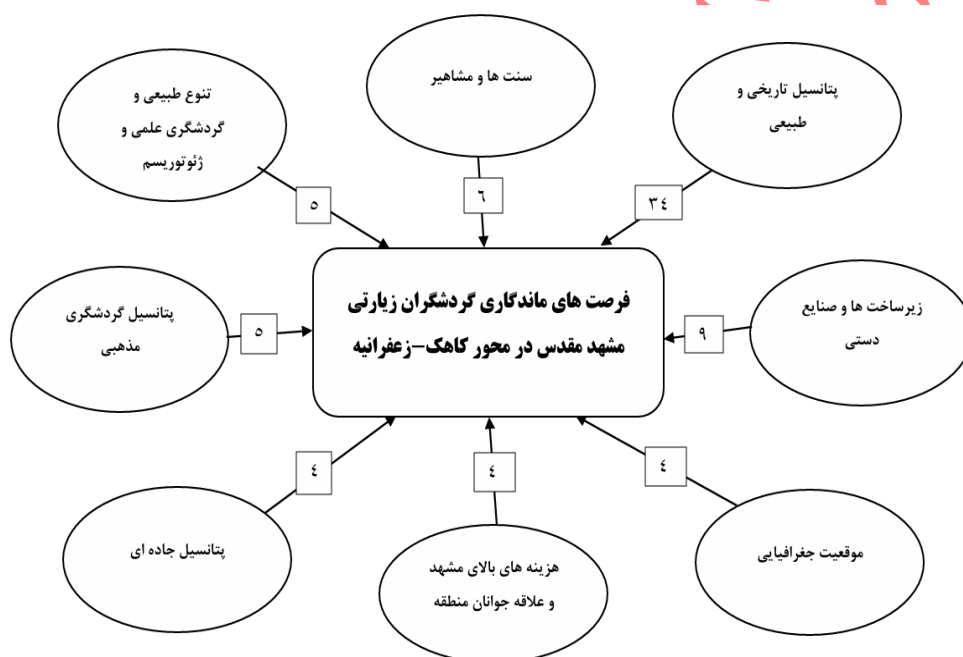
جدول ۹. مهم‌ترین فرصت‌های ماندگاری گردشگران زیارتی در محور کاهک- زعفرانیه بر اساس مقدار ویژه

ردیف	عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	پتانسیل تاریخی و طبیعی	۱۰/۴۶۸	۳۳/۷۶۸	۳۳/۷۶۸
۲	زیرساخت‌ها و صنایع‌دستی	۲/۷۷۸	۸/۹۶۲	۴۲/۷۳۱
۳	سنت‌ها و مشاهیر منطقه	۱/۸۲۴	۵/۸۸۳	۴۸/۶۱۴
۴	تنوع طبیعی و گردشگری علمی و ژئوتوریسم	۱/۶۹۷	۵/۴۷۴	۵۴/۰۸۸
۵	پتانسیل گردشگری مذهبی	۱/۶۱۰	۵/۱۹۳	۵۹/۲۸۰
۶	پتانسیل جاده‌ای	۱/۳۰۹	۴/۲۲۴	۶۳/۵۰۴
۷	هزینه‌های بالای مشهد و علاقه جوانان منطقه	۱/۱۵۹	۳/۷۳۷	۶۷/۲۴۱
۸	موقعیت جغرافیایی	۱/۰۹۷	۳/۵۳۹	۷۰/۷۸۰

هشت عامل اصلی فرصت‌ها مجموعاً ۷۰/۷۸۰ درصد واریانس را تبیین می‌کنند. سه عامل اول بیشترین سهم را دارند:

۱. پتانسیل تاریخی-طبیعی (۳۳/۷۶۸٪): بزرگ‌ترین عامل و ستون اصلی فرصت‌های محور است.
 ۲. زیرساخت‌ها و صنایع‌دستی (۸/۹۶۲٪): نشان‌دهنده ظرفیت بالای اقتصادی و تنوع تولیدات محلی است.
 ۳. سنت‌ها و مشاهیر منطقه (۵/۸۸۳٪): محور می‌تواند در قالب «مسیر فرهنگی» معرفی شود.
- ساختار عاملی فرصت‌ها از چنان انسجامی برخوردار است که نشان می‌دهد محور کاهک-زعفرانیه توان تبدیل شدن به یک مقصد مکمل و حتی مجزا در گردشگری فرهنگی-طبیعی و زیارتی را دارد.

شکل ۵. مهم‌ترین فرصت‌های ماندگاری گردشگران زیارتی در محور کاهک-زعفرانیه



در جدول ۱۰ عامل‌ها و متغیرهایی که زمینه‌ساز افزایش ماندگاری گردشگران زیارتی در محور گردشگری کاهک-زعفرانیه ارائه شده است.

جدول ۱۰. مقدار بار عاملی مهم‌ترین فرصت‌های ماندگاری گردشگران زیارتی در محور کاهک-زعفرانیه

عامل‌ها	متغیرها	بار عاملی
پتانسیل تاریخی و طبیعی	مجاورت با کویر و جذابیت‌های کویر نوردی	۰/۴۹۱
	مناطق حفاظت‌شده و حیات‌وحش منطقه (اکوتوریسم)	۰/۵۹۲
	وجود کاروانسراهای تاریخی ثبت‌شده در یونسکو در مسیر	۰/۷۲۶
	وجود قنات‌های متعدد و کهن در طول محور	۰/۷۱۳
	تعدد کاروانسراهای موجود در مسیر و درون شهرهای محور	۰/۸۰۶
	پتانسیل خاستگاه نهضت سرداران و آثار موجود آن دوره در مسیر	۰/۷۱۳
	آثار تاریخی به‌جامانده از دوره‌های قبل از اسلام (آتشکده آذربرزین مهر و...)	۰/۷۵۶
	اماکن تاریخی دیگر موجود در این طول محور	۰/۷۴۸
	عبور جاده تاریخی ابریشم از محور کاهک-زعفرانیه	۰/۷۶۶
	توان اقتصادی بالای منطقه و امکان سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری	۰/۴۱۱

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟، شماره ؟، ؟

۰/۴۸۵	عبور گردشگران جاده‌ای از کشورهای غربی و جنوبی کشور در مسیر مشهد	زیرساخت‌ها و صنایع دستی
۰/۵۷۱	صنایع دستی و غذاهای محلی خاص در طول محور	
۰/۷۱۲	زیرساخت‌های موجود مناسب عمده سلامت (به نسبت کشور)	
۰/۷۳۱	زیرساخت‌های خوب موجود (حمل و نقل، مراکز آموزش عالی و...)	
۰/۷۱۳	پتانسیل موجود در حوزه گردشگری کشاورزی در طول مسیر	
۰/۶۰۷	پتانسیل بالای شیلات و آبزیان منطقه برای جذب گردشگر	
۰/۷۰۲	طبیعت مناسب کوهپایه‌ای و کوهستان‌های (کوهنوردی) منطقه	
۰/۸۱۱	تأثیر فرهنگ و سنت‌های تاریخی منطقه بر ماندگاری گردشگران	سنت‌ها و مشاهیر منطقه
۰/۸۰۵	تأثیر تعداد زیاد بزرگان فرهنگی و تاریخی منطقه	
۰/۶۱۸	پتانسیل بالای برگزاری جشنواره‌های فرهنگی و محصولات	
۰/۴۸۳	وجود سوغات و محصولات منحصربه‌فرد منطقه	
۰/۵۰۲	جاذبه‌های طبیعی دیگر مانند پتانسیل ژئوتوریسم و...	تنوع طبیعی و گردشگری علمی و ژئوتوریسم
۰/۷۴۲	برخورداری از تنوع جاذبه‌های طبیعی و تاریخی در طول محور	
۰/۷۰۰	پتانسیل توسعه گردشگری علمی و آموزشی در محور	
۰/۷۱۷	ورودی استان خراسان رضوی و باب‌الرضا (ع)	پتانسیل گردشگری مذهبی
۰/۷۸۸	وجود اماکن متعدد مذهبی در طول این محور	
۰/۷۴۹	فاصله زیاد تا شاهرود و خستگی مسافران جاده‌ای	پتانسیل جاده‌ای
۰/۴۱۴	قرار گرفتن محور کاهک-زعفرانیه در مسیر ترانزیت آسیای میانه	
۰/۷۶۹	هزینه بالای اقامتگاه‌های گردشگری در کلان‌شهر مشهد	هزینه‌های بالای مشهد و علاقه جوانان منطقه
۰/۵۵۲	علاقه فعلی جوانان منطقه در توسعه حوزه گردشگری	
۰/۶۱۳	موقعیت جغرافیایی و جاده‌ای مناسب محور کاهک-زعفرانیه	موقعیت جغرافیایی

الف) پتانسیل تاریخی-طبیعی: قوی‌ترین عامل توسعه با بارهای عاملی بالا شامل:

- تعدد کاروانسراها (۰/۸۰۶)
- عبور جاده ابریشم (۰/۷۶۶)
- آثار قبل از اسلام (۰/۷۵۶)
- قنات‌ها (۰/۷۱۳)

این عناصر، محور را واجد هویت تاریخی-تمدنی چندلایه می‌کند که امکان برندینگ گردشگری فرهنگی را فراهم می‌سازد.

ب) زیرساخت‌ها و صنایع دستی، متغیرهایی با بار عاملی قوی:

- زیرساخت‌های سلامت (۰/۷۱۲)
- زیرساخت‌های حمل و نقل و آموزشی (۰/۷۳۱)
- پتانسیل کشاورزی (۰/۷۱۳)

این عامل فرصت توسعه گردشگری کشاورزی، گردشگری درمانی، و گردشگری صنایع دستی-غذا را نشان می‌دهد.

ج) سنت‌ها و مشاهیر منطقه با دو متغیر کلیدی:

• فرهنگ و سنت‌های تاریخی (۰/۸۱۱)

• بزرگان فرهنگی منطقه (۰/۸۰۵)

این محور می‌تواند به عنوان «کریدور فرهنگی غرب خراسان» معرفی شود.

د) پتانسیل‌های مذهبی، جود اماکن مذهبی و نقش باب‌الرضا(ع) باعث تقویت جایگاه محور در گردشگری زیارتی می‌شود. در این قسمت به مقایسه دیدگاه چهار گروه کارشناسان، مسافران، فروشندگان و مسئولان در مورد فرصت‌های موجود در ماندگاری گردشگران در محور کاهک-زعفرانیه می‌پردازیم. برای اینکار از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه آنوا (ANOVA) استفاده می‌کنیم. البته ما فرض اولیه (فرض صفر) را بر این قرار می‌دهیم که بین دیدگاه ۴ گروه در مورد چالش‌های گردشگری تفاوت معنی داری وجود ندارد و فرض مقابل را تفاوت معنی‌دار بین دیدگاه‌های ۴ گروه در نظر می‌گیریم.

جدول ۱۱. دیدگاه گروه‌های مختلف درباره فرصت‌های ماندگاری گردشگران

گروه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار
کارشناسان	۲۵	۳/۵۹۰	۰/۵۴۶
مسافران	۲۰	۳/۳۸۷	۰/۶۲۹
فروشندگان	۲۰	۳/۳۸۷	۰/۵۷۸
مسئولان	۲۰	۳/۹۶۰	۰/۴۸۴
کل پاسخ دهندگان	۸۵	۳/۵۸۴	۰/۵۹۶

نتایج جدول ۱۱ نشان می‌دهد بیشترین میانگین مربوط به گروه مسئولان (۳/۹۶۰) و کمترین میانگین مربوط به گروه کارشناسان (۳/۵۹۰) است. همچنین کمترین انحراف معیار در میان مسئولان (۰/۴۸۴) و بیشترین آن در میان مسافران (۰/۶۲۹) مشاهده شد که بیانگر همگنی یا پراکندگی پاسخ‌ها در هر گروه است.

جدول ۱۲. تحلیل مقایسه دیدگاه گروه‌های مختلف درباره فرصت‌های ماندگاری گردشگران با استفاده از آزمون آنوا

تغییرات	مجموع مربعات (SS)	درجه آزادی (df)	میانگین مربعات (MS)	آماره (F)	سطح معنی داری (sig)
بین گروه‌ها	۴/۳۸۳	۳	۱/۴۶۱	۴/۶۴۴	۰/۰۰۵
درون گروه‌ها	۲۵/۴۸۴	۸۱	۰/۳۱۵		
کل	۲۹/۸۶۹	۸۴			

نتایج آزمون آنوا نشان داد که تفاوت معناداری بین گروه‌های موردبررسی وجود دارد. مقدار آماره F برابر ۴/۶۴۴ و سطح معنی داری (sig) برابر ۰/۰۰۵ به دست آمد. از آنجاکه این مقدار کمتر از سطح معنی داری ۰/۰۵ است، نتیجه می‌گیریم دیدگاه گروه‌ها نسبت به فرصت‌ها یکسان نیست و حداقل یکی از گروه‌ها ارزیابی مثبت‌تری نسبت به سایر گروه‌ها داشته‌اند (جدول ۱۲). نتایج آنوا نشان داد: اختلاف میانگین‌ها معنادار است ($P = ۰/۰۰۵$)، به نحوی که مسئولان با میانگین ۳/۹۶۰ فرصت‌ها را بسیار مثبت ارزیابی کرده‌اند و مسافران و فروشندگان با میانگین ۳/۳۸۷ کمترین ارزیابی مثبت را دارند. این یافته نشان می‌دهد که: تصورات رسمی (حاکمیتی) از ظرفیت‌ها بسیار خوش‌بینانه‌تر از تصورات کاربران واقعی مسیر (مسافران و کسبه) است. این شکاف ادراکی می‌تواند در سیاست‌گذاری، تخصیص منابع، و برنامه‌ریزی توسعه پیامدهای مهمی داشته باشد.

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌ها و فرصت‌های مؤثر بر ماندگاری گردشگران زیارتی در محور کاهک-زعفرانیه انجام شد؛ محوری که باوجود برخورداری از ظرفیت‌های تاریخی، طبیعی، فرهنگی و مذهبی، از نرخ ماندگاری اندک گردشگران رنج می‌برد. یافته‌های پژوهش نشان داد که تبیین عوامل بازدارنده و فرصت‌ساز در این محور، شرط اساسی برنامه‌ریزی برای ارتقای وقف‌پذیری گردشگران و بهره‌گیری پایدار از ظرفیت‌های منطقه‌ای است.

نتایج تحلیل کیفی و کمی بیانگر آن است که ماندگاری پایین گردشگران در این محور از دیدگاه پاسخگویان، ناشی از مجموعه‌ای از چالش‌های مدیریتی، زیرساختی، محیطی و اجتماعی است. تحلیل عاملی نه عامل اصلی را مشخص کرد که در میان آن‌ها، سه عامل مشکلات شناختی پتانسیل‌های گردشگری منطقه، ضعف امکانات بین‌راهی، و نارسایی‌های ساماندهی جاده‌ای و آموزشی بیشترین سهم را در تبیین واریانس چالش‌ها داشتند. ضعف معرفی مقصد، کمبود سرمایه‌گذاری، ناهماهنگی مدیریتی، کمبود خدمات و امکانات رفاهی، ساماندهی‌نشدن اماکن تاریخی، یکنواختی مسیر، محدودیت‌های اقلیمی و نبود تعامل جامعه محلی با گردشگران از مهم‌ترین مصادیق این چالش‌ها بودند. در مقابل، تحلیل فرصت‌ها نشان داد که محور کاهک-زعفرانیه از ظرفیت‌های ممتاز تاریخی، فرهنگی، طبیعی و مذهبی برخوردار است. هشت عامل اصلی شناسایی‌شده شامل پتانسیل تاریخی-طبیعی، زیرساخت‌ها و صنایع‌دستی، سنت‌ها و مشاهیر منطقه، تنوع طبیعی و ژئوتوریسم، پتانسیل گردشگری مذهبی، مزیت‌های جاده‌ای، هزینه بالای اقامت در مشهد و انگیزه جوانان منطقه برای فعالیت در حوزه گردشگری، و موقعیت جغرافیایی ویژه محور بود. نتایج آزمون ANOVA نیز نشان داد که درحالی‌که گروه‌های مختلف ذی‌نفع در ارزیابی چالش‌ها تفاوت معنی‌داری نداشتند، ارزیابی آن‌ها از فرصت‌ها متفاوت بود و مسئولان محلی فرصت‌ها را مثبت‌تر ارزیابی کرده‌اند.

بنابراین، پاسخ به سؤال اصلی پژوهش این است که ماندگاری گردشگران زیارتی در محور کاهک-زعفرانیه تحت تأثیر پیوستاری از عوامل بازدارنده و تسهیل‌کننده قرار دارد؛ به‌گونه‌ای که چالش‌های مدیریتی، ضعف زیرساخت‌ها و نارسایی‌های ارتباطی سهم عمده‌ای در کاهش توقف گردشگران دارند، درحالی‌که ظرفیت‌های متنوع تاریخی، فرهنگی و طبیعی منطقه، در صورت برنامه‌ریزی هدفمند، می‌تواند به‌صورت مؤثر در افزایش ماندگاری گردشگران به کار گرفته شود.

یافته‌های این مطالعه با بخش قابل‌توجهی از پژوهش‌های داخلی و خارجی همسو است. این نتایج با یافته‌های مطالعات آلگه و پو (2006)، باروس و ماچادو (2010) و وانگ و لی (2023) مطابقت دارد. نتایج حاضر نیز نشان می‌دهد که کیفیت خدمات، جذابیت مقصد، تنوع فعالیت‌ها، تجربه مثبت گردشگر و ادراک ارزش از عوامل تعیین‌کننده ماندگاری هستند. همچنین با یافته‌های رفیعی و همکاران (2016)، پورنگ و همکاران (2021) و چراغی و همکاران (2021) همخوان است که در آن‌ها نقش زیرساخت‌ها، خدمات رفاهی، امنیت و کیفیت اطلاعات گردشگری در افزایش طول اقامت تأکید شده است. از سوی دیگر، مشابه پژوهش اکبری و همکاران (2021)، نتایج حاضر نشان داد که ارتباط فرهنگی، تجربه اصیل و مشارکت گردشگر با جامعه محلی می‌تواند وفاداری و ماندگاری را تقویت کند.

افزون بر این، محور کاهک-زعفرانیه با برخورداری از عناصر منحصربه‌فردی مانند کاروانسراهای ثبت جهانی، آثار کهن پیش از اسلام، جاده تاریخی ابریشم و میراث سربداران، ظرفیت ویژه‌ای دارد که در مطالعات مشابه کمتر موردتوجه قرار گرفته است. درمجموع، این پژوهش با ارائه تحلیلی هم‌زمان از چالش‌ها و فرصت‌های یک محور گردشگری عبوری، نسبت به مطالعات پیشین نوآوری دارد و ابعاد تازه‌ای از توسعه گردشگری زیارتی در مسیرهای بین‌مقصدی را آشکار می‌سازد. بر مبنای یافته‌های پژوهش، مجموعه‌ای از راهکارهای سیاستی، مدیریتی و عملیاتی برای ارتقای ماندگاری گردشگران پیشنهاد می‌شود:

الف/ راهکارهای مدیریتی و ساختاری شامل:

- ✓ تدوین برنامه جامع توسعه محور گردشگری با رویکرد یکپارچه و بین‌بخشی.
- ✓ ایجاد نظام هماهنگی مدیریتی میان دستگاه‌های مرتبط با گردشگری، حمل‌ونقل، میراث فرهنگی و مدیریت شهری.
- ✓ استقرار نظام نظارت بر قیمت، کیفیت خدمات و ایمنی مسیر.
- ✓ تسهیل زمینه‌های سرمایه‌گذاری خصوصی و مشارکت عمومی-خصوصی در ایجاد خدمات گردشگری.

ب/ توسعه زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری شامل:

- ✓ تقویت و استانداردسازی مجتمع‌های خدماتی-رفاهی و اقامتگاه‌های بین‌راهی.
- ✓ بهسازی مبادی ورودی شهرها و ایجاد فضاهای جذاب توقف گردشگران.
- ✓ ساماندهی و مرمت اماکن تاریخی و نصب تابلوهای اطلاع‌رسانی چندزبانه.
- ✓ ارتقای دسترسی ایمن و مناسب به جاذبه‌های طبیعی و تاریخی.
- ✓ بهبود شبکه حمل‌ونقل گردشگری برای بازدید از جاذبه‌های منطقه.

ج/ راهکارهای فرهنگی و هویتی شامل:

- ✓ طراحی و اجرای جشنواره‌های فرهنگی، آیینی و محصول محور برای افزایش جذابیت توقف.
- ✓ معرفی مشاهیر، سنت‌ها و هویت فرهنگی منطقه از طریق محصولات فرهنگی و موزه‌های محلی.
- ✓ اجرای کمپین‌های تبلیغاتی دیجیتال برای معرفی محور با رویکرد برندینگ منطقه‌ای.
- ✓ توسعه فعالیت‌های ژئوتوریسم، گردشگری علمی و تجربه محور برای جذب گردشگران فرهیخته.

د/ و غیره

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که محور کاهک-زعفرانیه با وجود چالش‌های متعدد مدیریتی، زیرساختی و محیطی، از ظرفیت‌های برجسته‌ای برای تبدیل شدن به یک محور گردشگری جذاب در مسیر زائران مشهد مقدس برخوردار است. بهره‌گیری هدفمند از این ظرفیت‌ها در چارچوب یک برنامه‌ریزی راهبردی و پایدار، می‌تواند به شکل معناداری در افزایش ماندگاری گردشگران، توزیع متوازن جریان گردشگری در منطقه و ارتقای رفاه اقتصادی و فرهنگی جوامع محلی مؤثر باشد.

بیانیه استفاده از هوش مصنوعی

نویسندگان اعلام می‌دارند که در فرایند نگارش مقاله از هیچ هوش مصنوعی استفاده نکرده‌اند.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

سهام نویسندگان در پژوهش

سهام نویسندگان برابر است.

تضاد منافع

ندارد

References

- Akbari, M., Esmaeilpour, R., Razavi, H., & Hataminejad, M. (2021). Creating cultural tourism loyalty: The impact of memorable city experience, cultural connection, and tourist participation in Masuleh. *Urban Planning Knowledge Quarterly*, 5(2), 113–132. [In Persian]
<https://civilica.com/doc/1492170>
- Alegre, J., & Pou, L. (2006). The length of stay in the demand for tourism. *Tourism Management*, 27(6), 1343–1355.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.012>
- Arabi Sabzevari, A. (2020). Investigating the factors affecting the development of urban tourism industry (Case study: District 1 of Tehran). *Geography (Regional Planning)*, 10(4), 119–135. [In Persian]
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22286462.1399.10.4.8.5>
- Ashayesh, H., Hasannavand, D., & Sargazi, S. (2020). Strategic analysis of rural tourism industry development under Iran's economic conditions. *Geographical Journal of Tourism Space*, 9(36), 565–585. [In Persian]
https://journals.iau.ir/article_678548.html
- Bahremand, A., Taheri Kia, F., Behzadi, M. H., & Meshbaki Esfahani, A. (2024a). Analysis of factors affecting tourist retention in urban tourism destinations: A case study of Tehran. *Urban Tourism*, 11(2), 121–139. [In Persian]
<https://doi.org/10.22059/jut.2024.374246.1196>
- Bahremand, A., Taheri Kia, F., Behzadi, M. H., & Meshbaki Esfahani, A. (2024b). Designing a paradigmatic model of tourist retention in urban tourism destinations. *Marketing Management*, 64(3), 123. [In Persian]
<https://sanad.iau.ir/Journal/jomm/Article/1189910>
- Barros, C. P., Correia, A. (2009). Explaining the length of stay of tourists in Latin American destinations. *International Journal of Tourism Research*, 11(6), 581–592.
<https://doi.org/10.1002/jtr.730>
- Barros, C. P., & Machado, L. P. (2010). The length of stay in tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 692–706.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.005>
- Briedenhan, J. (2004). Rural tourism meeting the challenges of the new South Africa. *International Journal of Tourism Research*, 6(3), 596–610.
<https://doi.org/10.1002/jtr.484>
- Briedenhan, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—Vibrant hope or impossible dream. *Tourism Management*, 25(1), 71–79.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00063-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-3)
- Cheraghi, M., Mohammadi Yeganeh, B., Kiamahr, R., & Jafari, M. (2021). Analysis of factors affecting tourist retention in medium-sized cities: A case study of Zanjan. *Urban Tourism*, 8(3), 107–119. [In Persian]
<https://doi.org/10.22059/jut.2021.308217.824>
- Collins-Kreiner, N. (2010). The geography of pilgrimage and tourism: Transformations and implications for applied geography. *Applied Geography*, 30(1), 153–164.
<https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2009.02.001>
- Fansurya, A. H., Susanto, P., Abrian, Y., Fadilah, R., Wulansari, N., Permata Lisna, Y., & Adrian, A. (2024). Tourist's length of stay: The perspective of flow experience theory. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2310258. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2310258>
- Gemar, G., Sánchez-Teba, E. M., & Soler, I. P. (2022). Factors determining cultural city tourists' length of stay. *Cities*, 130, 103938.
<https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103938>
- Gokovali, U., Bahar, O., & Kozak, M. (2007). Determinants of length of stay: A practical use of survival analysis. *Tourism Management*, 28(3), 736–746.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.05.004>
- Hall, C. M. (2011). *Tourism corridors and regional development*. Channel View Publications.
- Hosseini, M., & Maleki, S. (2021). Spatial analysis of tourism corridors and networking of destinations. *Journal of Tourism Studies*, 33(3), 65–78. [In Persian]

- Karbasi, M., & Mohammadzadeh, S. (2019). Investigating the role of rural tourism in the economic development of villages in Qaen County. In *National Conference on Rural Development of Iran with Emphasis on the Islamic-Iranian Model of Progress*. [In Persian]
- Karimi, M., & Hosseini, M. (2019). Designing tourism corridors for regional development. *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(2), 42–58. [In Persian]
- Kiani Salmi, S., & Nazari Mazidi, N. (2023). Analysis of ecological drivers affecting tourist attraction and retention: A case study of Kashan. *Urban Ecological Research*, 4(33), 121–142. [In Persian]
<https://doi.org/10.30473/grup.2023.40583.2172>
- Maleki, A., & Shahmoradi Moghadam, F. (2015). Investigating the impact of innovation on cultural tourism attractions in Tehran in increasing visitor attraction. In *First International Conference on Innovation, Development and Business*, Tehran. [In Persian]
<https://civilica.com/doc/470998>
- Mehrtak, M., & Habibi, M. (2021). Identification and prioritization of service components as one of the factors affecting tourist retention in Meshgin Shahr County. In *Eighth International Conference on Accounting, Management and Innovation in Business*, Tehran. [In Persian]
<https://civilica.com/doc/1261329>
- Modoudi Arkhouidi, M., Ferdowsi, S., & Najafi Arkhouidi, E. (2019). Investigating the factors affecting tourist loyalty and retention in hotels (Case study: Five-star hotels in Mashhad). *Geography and Urban Space Development*, 6(1), 207–222. [In Persian]
<https://doi.org/10.22067/gusd.v6i1.79538>
- Nahavandi, M., & Nemati, S. F. (2010). Threats and opportunities of pilgrimage tourism in Iran. *Cultural Studies and Communication*, 20, 145–172. [In Persian]
- Oklevik, O., Kwiatkowski, G., Malchrowicz-Moško, E., Ossowska, L., & Janiszewska, D. (2021). Determinants of tourists' length of stay. *PLOS ONE*, 16(12), e0259709.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0259709>
- Pourang, A., Ghiyor Baghbani, S. M., & Pourang, N. (2020). Identifying factors affecting the attraction and retention of religious tourists in the metropolis of Mashhad using a grounded theory approach. *Islamic Management*, 28(2), 151–192. [In Persian]
<https://sid.ir/paper/388991/fa>
- Pourang, A., Pourang, N., & Ghiyor Baghbani, S. M. (2020). Developing a model of destination-oriented factors affecting destination preference and tourists' length of stay: A case study of Mashhad. *Urban Tourism*, 7(2), 51–69. [In Persian]
<https://doi.org/10.22059/jut.2020.290397.732>
- Pourang, N., Pourang, A., & Ghiyor Baghbani, S. M. (2021). Developing an interpretive structural model of destination-oriented factors affecting tourist attraction and retention (Case study: Mashhad). *Tourism Management Studies*, 16(53), 393–430. [In Persian]
<https://doi.org/10.22054/tms.2021.36648.2212>
- Pratiwi, K. A., Giantari, I. G. A. K., Sukaatmadja, I. P. G., & Setiawan, P. Y. (2025). Exploring the key drivers of tourists' revisit intentions: A systematic review of the literature. *ISAR Journal of Economics and Business Management*, 3(1), 1–11.
<https://isarpublisher.com/journal/isarjebm>
- Rafiei, H., Parsapour, S., & Rahnama, A. (2016). Socioeconomic factors affecting domestic tourist retention (Case study: Mashhad). *Social Studies of Tourism*, 4(7), 8–35. [In Persian]
<https://sid.ir/paper/511590/fa>
- Rezaei, A., Hosseini, S., & Mohammadi, M. (2020). The role of tourism corridors in the sustainable development of tourism regions. *Geography and Development*, 25(1), 45–62. [In Persian]
- Shokouhi, M., & Yazdanpanah, M. (2019). The effect of empowerment on residents' support for tourism development in the Kamardough tourism region. *Spatial Planning and Planning*, 22(1), 151–168. [In Persian]
https://hsmasp.modares.ac.ir/article_14607.html
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. Prentice Hall.
- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. Routledge.
- UNWTO. (2015). *The decision-making process of meetings, congresses, conventions and incentives organizers*.

- UNWTO. (2016). *Tourism and routes: A framework for developing tourism corridors*. United Nations World Tourism Organization.
- UNWTO. (2023). *Tourism and the blue economy*. World Tourism Organization.
- Vahidi, S. (2011). Investigating the factors affecting tourist attraction and retention in cities (Case study: Noor). In *Second Regional Conference on Sustainable Development of Natural Resources on the Southern Coast of the Caspian Sea*, Noor. [In Persian]
<https://civilica.com/doc/172793>
- Wang, L., Fong, D. K. C., Law, R., & Fang, B. (2018). Length of stay: Its determinants and outcomes. *Journal of Travel Research*, 57(4), 472–482.
<https://doi.org/10.1177/0047287517695561>
- Wang, L., & Li, X. (2023). The five influencing factors of tourist loyalty: A meta-analysis. *PLOS ONE*, 18(4), e0283963.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283963>
- World Bank. (2009). *Tourism sector: Tourism corridors and regional development*. World Bank.
- Yuskel, A., Yuskel, F., & Bilim, Y. (2010). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 31(2), 274–284.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.007>
- Zhifu, T., & Jebbouri, A. (2025). Driving tourist revisit intentions to China's heritage sites: An examination of government policies, perceived value, and technology, through the lens of satisfaction and experience. *Frontiers in Communication*, 10, 1659776.
<https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1659776>