نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال هفدهم، شماره ۴۵، تابستان ۹۶

ارزیابی نقش گردشگری بر همگرایی واحدهای سیاسی- فضایی ایران و آذربایجان

دریافت مقاله: ۹۵/۱۱/۱۱ پذیرش نهایی: ۹۶/۵/۱

صفحات: ۱۶۳-۱۳۹

یدالله کریمی پور: استاد دانشکده علوم جغرافیایی دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران
Email:k.arimipour@gmail.com
عطاءالله عبدی: استادیار دانشکده علوم جغرافیایی دانشگاه خوارزمی،تهران،ایران
Email:Ataabdi@gmail.com
حسن افراخته: استاد دانشکده علوم جغرافیایی دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران
Email:afrakhtehh@yahoo.com
افشین متقی: دانشیار دانشکده علوم جغرافیایی دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران
Email:afshin_mottaghi@yahoo.com
بهرامعلی خدائی: دانشجوی دکترای جغرافیای سیاسی دانشگاه خوارزمی،تهران، ایران[۱]
Email: bahramali.kh@gmail.com

چکیده

موقعیت جغرافیایی ایران در مجاورت با کشورهای حوضه قفقاز منزلت ژئوپلیتیک و ژئواکونومیک بالایی به این کشور بخشیده است و زمینه را برای بسترسازی همگرایی از طریق گردشگری در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی به وجود آورده است. پژوهش حاضر در صدد پاسخگویی به این سوال می‌باشد که آیا مجاورت سرزمینی، پیوستگی‌های تاریخی، علایق و منافع مشترک این دو واحد سیاسی می‌تواند نقش تعیین‌کننده ای در تحولات ژئوپلیتیک گردشگری منطقه‌ای را به دنبال داشته باشد؟. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نوع توصیفی- تحلیلی مبتنی بر گردآوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه می باشد. روایی گویه ها از دیدگاه محققان بررسی شده و پایایی آن به میزان ۰,۷۵ با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه شده است. پرسشنامه با استقرار در مرزهای ورودی گردآوری شده و با استفاده از آزمون های آماری نظیر t تک نمونه ای و دو نمونه ای و تحلیل عاملی تحلیل شده اند. نتایج تحقیق نشان می دهد که از بین شاخص های مورد بررسی، شاخص های بسترهای اقتصادی و تجاری گردشگری و خدمات ارائه شده به گردشگران به ترتیب با مقادیر (۴/۰۵ و ۴/۰۲)

[۱]. **نویسنده مسئول: تهران،** خیابان شهید مفتح، دانشگاه خوارزمی، دانشکده علوم جغرافیایی

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

بیشترین تأثیر را در همگرایی دو کشور به خود اختصاص داده اند. علاوه بر این، نتایج تحلیل عاملی نشان می دهد که سه عامل بهبود روابط تجاری (۱۹/۳۹)؛ استفاده از خدمات درمانی و بازدید از بستگان (۱۷/۲) و دسترسی آسان و امنیت کشور همسایه (۱۱/۶) با نزدیک به ۵۰ درصد از کل واریانس از دیدگاه پاسخگویان بیشترین اهمیت را در ایجاد و بهبود همگرایی بین دو کشور همسایه از طریق توسعه گردشگری دارد.

کلید واژگان: **گردشگری، همگرایی منطقه‌ای، ایران و جمهوری آذربایجان**

مقدمه

امروزه گردشگری در دنیا، یکی از منابع مهم در آمدزایی و در عین حال از عوامل موثر در تبادلات فرهنگی بین کشورها تبدیل شده است (کاظمی، ۱:۱۳۸۶). به همین علت پژوهشگران و متخصصان علاقمند به بررسی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع میزبان در سطوح مختلف (ملی، منطقه‌ای و محلی) می‌باشند (Albalate et al, 2009:1). سازمان جهانگردی از آن به عنوان یکی از بزرگترین و پردرآمدترین صنعت رو به رشد دنیا نام برده است (UNWTO, May 2012). به طوری که ۱۰ درصد تولید ناخالص و ۱۰ درصد از اشتغال جهان را به خود اختصاص داده است (UNWTO, 2008) . از سال ۱۹۵۰ تا سال ۲۰۰۷ تعداد جهانگردان بین‌المللی از ۲۵ میلیون به ۹۰۳ میلیون نفر افزایش یافته است و درآمد ناشی از این فعالیت به ۸۶۵ میلیارد دلار رسیده و پیش‌بینی می‌شود تا ۲۰۲۰ این تعداد به ۱/۶ میلیارد نفر برسد (Moreno et al, 2009:1550; WTO, 2006). بنابراین توسعه این صنعت فرایند پیچیده‌ای است که عوامل توسعه بین‌المللی و ملی گروه‌های درگیر با سیاست دولت، برنامه-ریزی و قانون‌گذاری را در بر می‌گیرد (Telfer and Sharpley,2008:80). از این رو کشورهای مختلف در تلاشند تا با مهیاسازی و ارزشمند نمودن جاذبه‌های گردشگری در مناطق دارای پتانسیل، فرصت رضایت‌مندی و بهره‌مندی از ابعاد مثبت این صنعت را فراهم سازند (Rosentraub et al, 2009:759-770). توجه به نقش صنعت گردشگری در توسعه سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی و در نتیجه آن دستیابی به برتری و قدرت بر اساس دیدگاه‌های رقابتی با تحول عمده‌ای که در صنعت گردشگری و مسافرت ها در۴۰ سال گذشته رخ داده استوار و دوران جدیدی شده است (زمانیان و همکاران،۱۳۸۹:۱۸۳) و در عصر حاضر فعالیت‌های گردشگری پیرامون ژئوپلیتیک سرمایه، توسعه تازه و شگفت‌انگیزی در نفوذ به قلمروهای ما قبل مدرن (طبیعت و انسان) و بهره گیری از آن رونق یافته است (پاپلی‌یزدی، ۱۲۰:۱۳۸۵). در

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

بسیاری از مناطق موجب گسترش همگرایی منطقه‌ای واحدهای سیاسی- فضایی شده است، به طوری که از یک سو، دولت‌ها و دولت‌های محلی توجه ویژه‌ای به توسعه صنعت گردشگری دارند و تصمیمات سیاسی آنها نقش موثری در تدوین قوانین، برنامه‌ریزی و مدیریت مشتریان این صنعت در فضاهای جغرافیایی ایفا می‌کنند(Buckinghamshire, 1999:69) و از سوی دیگر، دولت‌ها می‌توانند در تامین زیرساخت‌های اساسی در راستای پشتیبانی و حمایت از سرمایه-گذاران در این صنعت از طریق تامین مالی، حمایت‌های نهادی و تسهیلات بازاریابی، تامین امنیت گردشگران، سرمایه‌ها و افزایش رضایت گردشگران را مدیریت کنند (Lickorish & Jenkins, 1997; Owusu, 2008:3). در همین رابطه نیلسون و همکارانش (۱۹۹۳)، اظهار کردند که مفهوم دولت توسعه‌گرا نشان می‌دهد که دولت می‌تواند با استفاده از قدرت خود به ترویج توسعه پایدار و یکپارچه جوامع کمک کند.(Nelson, 1993). همچنین تحقیقات فرگوسن (۲۰۱۰)، در کشورهای منطقه کارائیب نشان داد که گردشگری و توسعه آن به عنوان یک استراتژی توسعه مهم در سطح بین کشورهای منطقه به تقویت همبستگی و همگرایی فرا منطقه‌ای و توسعه ملی کمک کرده است. به طوری که در سایه چنین فعالیت‌هایی، بازار مشترک آمریکای مرکزی از دهه۱۹۷۰ شکل گرفته و رونق یافته است (Ferguson, 2010:4). بنابراین امروزه محققان معتقدند با روند توسعه مثبت گردشگری و پویای آن در فعالیت‌های اقتصادی در سطح بین‌المللی، از آن به منزله یک عامل ایجاد فرصت‌های چند بخشی اقتصادی و عاملی برای توسعه متوازن و همگرایی منطقه‌ای یاد می‌کنند (Gligorijević and Petrović, 2009:123).

منطقه مورد مطالعه این پژوهش منطقه شمال غربی کشور ایران و کشور آذربایجان است که در طی دهه‌های اخیر سبب شکل گیری واحد همگرایی سیاسی- فضایی در این منطقه شده و توجه دیگر کشورها را به خود اختصاص داده است که امروزه سبب شکل‌گیری روابط مهمی از لحاظ همگرایی فضایی- سیاسی در عمده فعالیت این محدوده در صادرات، واردات، ترانزیت کالا و خدمات به خصوص رونق گردشگری در ابعاد (فرهنگی، تاریخی، قومی، امنیتی، زبانی و...) بین این کشورها شده است. لذا ویژگی‌های ژئوپلیتیک و ژئواکونومیکی در تحولات مربوط به همگرایی منطقه بین ایران و جمهوری آذربایجان به ویژه نخجوان نقش به سزایی داشته است. بنابراین عملیاتی شدن این توانمندی ها می‌تواند بر وزن ژئواکونومیکی ایران در تحولات منطقه-ای در حوزه‌های گردشگری در مناطق مرزی کشورهای مانند قفقاز، ترکیه و آسیای مرکزی از منظر همگرایی واحدهای سیاسی- فضایی بیافزاید. هدف از این پژوهش بررسی تأثیر ژئوپلیتیک گردشگری بر همگرایی واحدهای سیاسی- فضایی کشور ایران با آذربایجان می‌باشد. لذا نوآوری

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

این تحقیق نسبت به دیگر تحقیقات در این است که ضمن بررسی تأثیرات ژئوپلیتیک گردشگری بر همگرایی واحدهای سیاسی- فضایی را بررسی کرده و اثرات آن‌ها را در روابط مرزی بین این دو کشور مورد سنجش قرار داده است. بنابراین به دنبال پاسخ‌گویی به این سوال می‌باشد که آیا مجاورت سرزمینی، پیوستگی‌های تاریخی، علایق و منافع مشترک این دو واحد سیاسی می‌تواند نقش تعیین‌کننده ای در تحولات ژئوپلیتیک گردشگری منطقه‌ای به دنبال داشته باشد؟

در هر تحقیق علمی مطالعه و بررسی تحقیقات و پژوهش‌هایی که در ارتباط با موضوع انجام شده، لازم و ضروری است، چرا که بدون دستیابی به نتایج پژوهشی دیگران و توسعه و تکامل آنها، امکان رسیدن به پاسخ مناسب و تجزیه و تحلیل بهتر میسر نیست.

افضلی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان "دیپلماسی گردشگری و تأثیر آن بر همکاری و همگرایی میان کشورهای منطقه خلیج فارس" به این نتیجه رسیدند که اشتراکات فرهنگی، تاریخی، مذهبی، نزدیکی جغرافیایی، پیوندهای قومی و منافع اقتصادی بسیار بیشتر و پر رنگتر از نقاط اختلاف و واگرایی بین آن‌هاست و این اشتراکات زمینه‌های همگرایی و همکاری میان کشورهای منطقه به ویژه همکاری در زمینه‌ی گردشگری، امنیت، بهداشت و محیط زیست را هموارتر می‌کند.

نباکوئی و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهش خود تحت عنوان "تأثیر گردشگری بر توسعه همگرایی منطقه‌ای کشورهای حوزه جنوب غرب آسیا"، به این نتیجه رسیدند که لزوم ارتقای امنیت کشورهای منطقه و نیز تاکید بر گردشگری به عنوان فاکتوری همگرا کننده در عرصه-های مختلف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی می‌تواند زمینه را برای توسعه یک همگرایی محدود یا گسترده و تحول در معادلات ژئوپلیتیک حوزه جنوب غرب آسیا فراهم آورد.

آقاجری و رستمی فر (۱۳۹۱)، در مطالعه خود با عنوان "پیمان سارک[1] و تأثیر آن بر منطقه گرایی"، به بررسی عوامل مؤثر در همگرایی سیاسی بین کشورهای منطقه سارک پرداخته است. نتیجه تحقیق نشان می دهد که توسعه گردشگری و افزایش تعاملات فرهنگی نقش مهمی در همگرایی سیاسی ایفا می کند.

زمانیان و همکاران (۱۳۸۹)، در مقاله خود تحت عنوان"بررسی اثرات ژئوپلیتیکی توسعه گردشگری منطقه‌ای با بهره گیری از رهیافت برنامه‌ریزی راهبردی منطقه گردشگری چادگان" به این نتیجه رسیدند که فرآیند برنامه‌ریزی راهبردی برای توسعه بخش محصول گردشگری

[1] - South Asian Association for Regional Cooperation (SAARC)

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

محدوده کهسوار طرار می‌تواند مبنای برنامه‌ها و راهبردهای پروژه‌های موضوعی و موضعی در زمینه گردشگری باشد.

قدیری معصوم و همکاران (۱۳۸۹) درپژوهش خود تحت عنوان "همگرایی و همکاری محدود منطقه‌ای، راهکاری برای توسعه گردشگری فرهنگی" به این نتیجه رسیدند که ضمن شناسایی موانع گردشگری در سه کشور (ایران، افغانستان و تاجیکستان) به ارائه راهکارهای راهبردی در حوزه همکاری های گردشگری فرهنگی پرداختند که می‌تواند نقش مؤثری در پیشبرد اهداف هر سه کشور به دنبال داشته باشد و زمینه مناسبی را برای تقویت جایگاه فرهنگ و تمدن ایران کهن در سطح جهانی فراهم کند.

اواسو (۲۰۰۸)، در تحقیق خود تحت عنوان"نقش ایدئولوژی سیاسی در توسعه گردشگری در استان کیپ شرقی آفریقای جنوبی" به بررسی نقش تصمیمات سیاستمداران و مدیران دولتی در ایجاد همگرایی از طریق تدوین چارچوب سیاسی پرداخته است. نتیجه این مطالعه نشان داد که در این فرآیند فعالیت‌های گردشگری نقش مهمی را برعهده گرفته است.

مشتاق و زمان (۲۰۱۴)، در پژوهش خود تحت عنوان "رابطه بی‌ثباتی سیاسی، تروریسم و گردشگری در منطقه سارک" به این نتیجه رسیدند که لازم است به یک درک روشنی از مسائل سیاسی، منافع بازیگران سیاسی مشخص شود و برای کاهش منافع شخصی افراد سیاسی، به منظور تسهیل و حفظ توسعه گردشگری پایدار در منطقه SAARC اقدام گردد.

مک و باکیر (۲۰۱۴)، در پژوهش خود تحت عنوان"اثرات تروریسم در سفر و گردشگری صنعت" به این نتیجه رسیدند که تاثیر تروریسم در سفر و صنعت گردشگری از یک سو، بسیار زیاد است و می‌تواند منجر به بیکاری، بی‌خانمانی، کاهش قیمت‌ها و بسیاری از مشکلات اجتماعی و اقتصادی شود. از سوی دیگر، پیامدهای منفی از صنایع دیگر مرتبط با گردشگری مانند خطوط هوایی، هتل‌ها، رستوران‌ها و مغازه‌ها که به گردشگران و خدمات متحد آن شود.

داده‌ها و روش کار

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی، از نظر نوع روش، توصیفی- تحلیلی و برای گردآوری داده‌ها از روش‌های کتابخانه‌ای (اسنادی) و میدانی استفاده شده است. به طوری که در روش-های کتابخانه‌ای و بررسی منابع شاخص های مورد نیاز استخراج شده و با استفاده از پرسشنامه طراحی شده برپایه طیف لیکرت اقدام گردید. جدول(۱). روایی گویه ها از دیدگاه محققان گردشگری بررسی شده و پایایی کلی داده ها به میزان ۰,۷۵ با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه شده است. پرسشنامه تحقیق با استقرار در مرزهای ورودی و بازارهای محلی گردآوری

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

شده و با استفاده از آزمون های آماری نظیر t تک نمونه ای و دو نمونه ای و تحلیل عاملی تحلیل شده اند.

جدول (۱). شاخص های مورد استفاده در تحقیق

	شاخص	گویه
همگرایی منطقه ای	قرابت و نزدیکی فرهنگی	اشتراکات زبانی، اشتراکات فرهنگی (آداب و رسوم، مذهب، شیوه زندگی)، اشتراکات تاریخی، اشتراکات قومی)، شرکت در مراسمات و جشن ها، بازدید از یستگان، احترام متقابل به باورها و فرهنگ، کاستن از مناقشات فرهنگی
	عوامل اقتصادی	مناسبات تجاری، توزیع مجدد منابع اقتصادی میان دولت‌ها، بده و بستان کالا و محصولات، تجارت چمدانی، رفت و آمد مسافران، سرمایه‌گذاری مشترک، توسعه زیرساخت-های اقتصادی (گمرک، پایه‌های بار و مسافری و ...)، استفاده از خدمات رفاهی و تفریحی، تبادل انرژی، روابط بانکی و مالی، حمایت از تشکل‌های اقتصادی بخش خصوصی برای حضور در بخش های معینی از بازار، مبادله محصولات کشاورزی و ...
	عوامل علمی و فرهنگی	تبادل تیم‌های ورزشی، تبادل دانشجو، شرکت در فستیوال‌های ورزشی، استفاده از خدمات پزشکی و سلامت، همکاری‌های علمی و فنی، تبادل دانش، استفاده از جاذبه های فرهنگی-تاریخی، شرکت در مراسمات ملی و ...
	تهدیدات مشترک	تروریسم، دیپلماسی سیاسی، تبادل تجارب سیاسی و امنیتی، صلح و آرامش، توان و نفوذ بین‌المللی، افزایش تعامل سیاسی، پایداری امنیت مرزی، تبادل اطلاعات، نزدیکی دیدگاه ها و همگرایی امنیتی- سیاسی، کاستن از اختلافات مرزی، استفاده از منابع مشرک و ..
	خدمات گردشگری	فرایند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل گردشگران، گردشگری سلامت، گردشگری تاریخی، گردشگری تجاری، پذیرش فرهنگی گردشگران، دسترسی به منافع و امکانات گردشگری، مراودات انسانی و تبادل گردشگر

مناطق مرزی کشورهای ایران و جمهوری آذربایجان است. مرز مشترک زمینی این دو واحد سیاسی ۷۵۶/۸ کیلومتر در مرز (خشکی- آبی) و جمهوری خود مختار نخجوان۲۲۳ کیلومتر مرز مشترک (آبی) رودخانه‌ای با ایران دارد، تمامی مسیر مذکور از خط تالوگ رودخانه ارس عبور می‌کند که از نظر امنیتی یک مانع عمده به حساب می‌آید (اخباری،۱۳۸۹:۱۶۴).

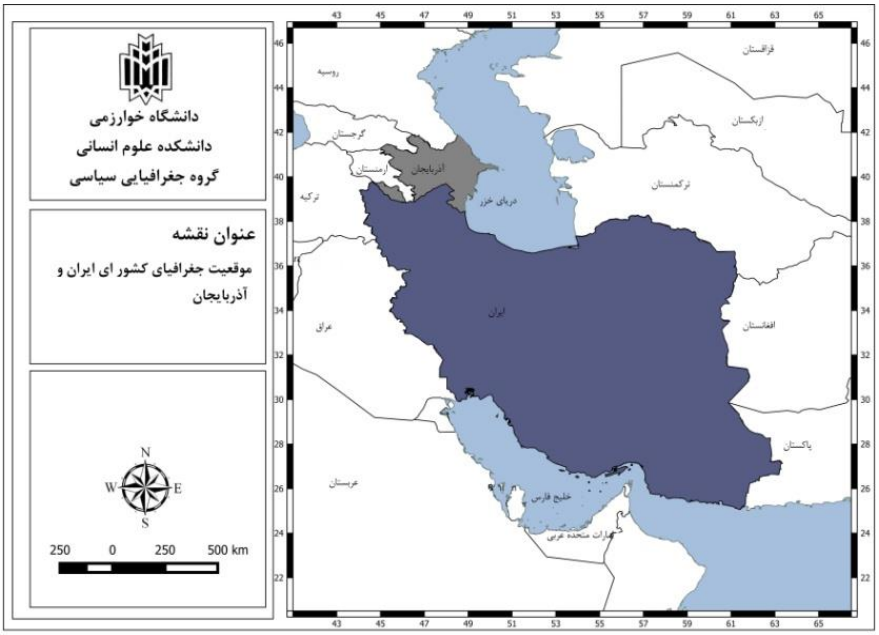
مهمترین مزیت مسیر ایران برای جمهوری آذربایجان کوتاه بودن مسیر و بهره اقتصادی آن است. مسیر ایران به صورت مستقیم بازار اقتصادی آذربایجان را به بازارهای اقتصادی خلیج فارس و از آنجا به بازارهای بین‌المللی وصل می‌کند که علاوه بر این‌ها، مسیر ایران از پتانسیل جاده‌ای و ریلی نسبتاً مناسبی در جهت غرب ـ شرق و بالعکس بهره می‌برد که این امر می‌تواند در توسعه ارتباطات زمینی جمهوری آذربایجان با آسیای مرکزی و شرق آسیا مورد استفاده قرار بگیرد. دیگر آنکه، ارتباط زمینی و مستقیم جمهوری آذربایجان با منطقه برونگان نخجوان تنها

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

از مسیر ایران میسر می‌باشد. حتی، جمهوری آذربایجان می‌تواند از مسیر ارتباطی جلفا ـ نخجوان، به‌عنوان یک مسیر تراتزیتی جایگزین بجای مسیر گرجستان، برای ارتباط با ترکیه و اروپا بهره ببرد. لذا واقع شدن دو کشور ایران و جمهوری آذربایجان در مسیر کریدورهای ارتباطی شمال ـ جنوب و شرق ـ غرب، شرایط ویژه‌ای را برای تقویت حمل و نقل بین‌المللی بین طرفین بوجود آورده است که شاید در نوع خود کم‌نظیر باشد .شکل(۱).

جدول (۲). کارکرد مرزهای مشترک و تعداد پرسشنامه ها

مبادی ورود و خروج	کارکرد اصلی	تعداد پرسشنامه
آستارا	ترانزیت و عبور مرزی	۶۰
بیله سوار	عبور مرزی	۹۰
جلفا- نخجوان	ترانزیت و عبور مرزی	۴۰
پلدشت- نخجوان	عبور مرزی	۱۰



شکل (۱). موقعیت جغرافیایی ایران و جمهوری آذربایجان

مبانی نظری

امروزه گردشگری بعنوان یکی از عوامل موثر در توسعه همگرایی واحدهای سیاسی- فضایی در ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی کشورها محسوب می‌شود. بعضی از کارشناسان و

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

محققان سیاسی نقش گردشگری را پر اهمیت جلوه داده و آن را با واژه توسعه مترادف می-دانند. لذا از گردشگری به عنوان یک فعالیت رو به رشدکه هم اثرات اقتصادی دارد و هم می-تواند موجب تعمیق پیوندهای همگرایی واحدهای سیاسی- فضایی در ابعاد فرهنگی و اجتماعی بین کشورهای مرزی با یکدیگر شده و به تحکیم وحدت ملی و حس تعلق مکانی و ارتقای همگرایی سیاسی- فضایی کمک کند.

- ژئوپلیتیک

ژئوپلیتیک علم مطالعه روابط متقابل جغرافیا، قدرت و سیاست و کنش‌های ناشی از ترکیب آنها با یکدیگر است (حافظ‌نیا، ۳۷:۱۳۸۵). ژئوپلیتیک به عنوان «دانش رقابت و گسترش حوزه نفوذ» دولت و گروه‌های متشکل سیاسی درصدد کسب قدرت و تصرف ابزارها و اهرم‌ها و فرصت‌های جغرافیایی هستند که به آنها قدرت امکان چیره شدن بر رقیب را می‌دهد، لذا آن‌ها برای تصرف فرصت ها و مقدورات در مکان و فضای جغرافیایی، به رقابت پرداخته و سعی می-کنند نفوذ خود را در فضاهای جغرافیایی بیشتر توسعه داده و آنها را به قلمرو اعمال اراده خود بیافزایند و بر عکس رقبا را از فضاهای مورد منازعه بیرون برانند. از این دیدگاه ژئوپلیتیک به مطالعه الگوهای رقابتی و ابزارهای رقابت‌آمیز، انگیزه‌های رقابت، کارکردهای مکان و فضا در شکل‌دهی به فرایندهای رقابت و تاثیر آن بر فراز و فرود قدرت می‌پردازد (اتوتایل و دیگران، ۳۳:۱۳۸۰). از این رو اهمیت مسایل ژئوپلیتیکی یک منطقه زمانی مشخص می‌گردد که پتانسیل‌ها و امکانات باالفعل و بالقوه آن سرزمین با مناطق و سرزمین‌های پیرامون آن مورد مطالعه و مقایسه قرار گیرد(پاپلی‌یزدی، ۳۰:۱۳۸۳).

- ژئواکونومیک

ژئواکونومی بیانگر تاثیر عوامل اقتصادی بر روی مولفه‌های سیاسی تعریف شده است (عزتی، ۱۳۸۰). رویکرد ژئواکونومیک، یعنی جهت‌دهی نبرد دولت - ملت ها در راستای باز شناخت خویشتن خود در وضعیت متغیر موجود و جایگیری مناسب آنها در نظام نوین جهانی در دل جریان جهانی شدن در دنیای اقتصاد و سیاست(ولی‌قلی‌زاده و ذکی،۱۳۹۲ :۱۳۹). اگر هدف از مناسبات اقتصادی فراهم آوردن بسترهای لازم کسب بالاترین سود برای افراد و شرکت ها در اقتصاد بازار آزاد است، مناسبات ژئواکونومیک، رفتارهای متقابل دولت ها (کاملاً منسوب به هویت جغرافیایی آن‌ها) را در حوزه بین‌الملل در بستر محور جغرافیا - اقتصاد – فن اوری مورد تبیین قرار می‌دهد(İnan, 2005: 82). از طرفی منشأ پویایی ژئواکونومی را بایستی در ماهیت الگوهای ارتقاء بازارهای بین‌المللی، تحول در مراکز فعالیت تجاری، تحول در جریان ها و ساز و کارهای مناسبات تجاری، توزیع مجدد منابع

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

اقتـصادی میان دولت ها و تغییر در وضعیت سنتی دولت ها در جهان جستجوکرد (Rozov, 2012: 14). بنابر این ژئواکونومی تحلیل راهبردهای خاص اقتصادی به ویژه راهبـرد تجـاری اسـت کـه توسط دولت ها در شرایط خاص سیاسی برای پشتیبانی از اقتصاد یا بخـش‌هـای کاملاً معینی از آن، همچون حمایت از تشکل‌های اقتصادی برای حضور در بخش های معینـی از بازار جهانی در راستای تجاری سازی برخی از محصولات اقتصادی به کار برده می‌شود. ایـن وضعیت علاوه بر ایجاد توان و نفوذ بین‌المللی برای دولت هـا، وضـعیت اقتـصادی و اجتمـاعی آنها را ارتقاء می‌دهد(Babıc, 2009: 32 & Man-jung, 2011:5). در همان حال، تدابیر لازم برای نیل به اهداف، ممکن است توسط شرکت‌های اقتصادی و تجاری در پیش گرفته شود؛ به این معنی که تدابیر عملیاتی را شرکت‌ها انجام دهند و دولت‌ها از نتایج آن در راستای اهدافشان بهره‌برداری کنند و صنعت گردشگری هم یکی از این ابزارها برای توسعه همگرایی استراتژهای ژئواکونومیک محسوب می‌شود و با توجه به کارکردهای مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌تواند محور گفتمان و مبنای تحول از ژئوپلیتیک (که با مفاهیم جغرافیا، نفت و امنیت تعریف می‌شود) به ژئواکونومیک باشد، که در رویکرد ژئواکونومیک، مشارکت مردم، اقتصاد، امنیت و پایداری اهمیت می‌یابد؛ زیرا فرایند مهمانی و میزبانی اگر بر حسب کارشناسی تعریف شود، موجب تعامل، صلح، توسعه و رفاه در ابعاد منطقه‌ای و جهانی می‌شود.

-گردشگری

گردشگری فرایند تلفیق یافته‌ای از فضای فیزیکی و جامعه انسانی می‌باشد که اشکال جدید آن نتیجه تغییر در ارزش‌ها و نگرش‌های زندگی انسان، تکنولوژی پیشرفته، رشد انفجار گونه اطلاعات و نیروهای سیاسی است(Friedel et al,2008,p.29). اهمیت آن تا آن جایی است که از یک سو، از آن به عنوان یک پدیده اجتماعی در ارائه مکان‌ها و فرهنگ‌ها یاد می‌شود (Hultman and Hall,2011)، ماهیت چند بعدی دارد و نقش عمده‌ای در توانمندسازی و تغییرات اجتماعی – اقتصادی سیستم جامع دارد (Dwyer et al, 2009:74-63) و از سوی دیگر، مجموع پدیده‌ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت ها و جوامع میزبان، دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیر دولتی، در فرایند جذب، حمل و نقل، پذیرایی و کنترل گردشگران ودیگر بازدیدکنندگان است(Weaver and Opperman, 2000,3).گردشگری از نظر ماهوی قبل از آن‌که به عنوان یک پدیده اقتصادی مطرح باشد امری فرهنگی است، به گونه‌ای که در پیرامون آن آثار فرهنگی بسیاری شکل می‌گیرد. گردشگری انسان را با فضاهای جغرافیایی، انسان‌ها و فرهنگ‌های دیگر آشنا می‌کند. این آشنایی مقدمه‌ای برای شناخت انسان از خویش است. این در حالی است که فرهنگ خود به عنوان جاذبه اصلی گردشگری به شمار می-

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

رود.(بونی فیس،۹:۱۳۸۰). در بعد جغرافیایی، گردشگری زمانی از فعالیت گذراندن اوقات فراغت یا تفریح که مستلزم غیبت شبانه از مکان مسکونی عادی است تعریف می‌شود(Skinnere, 1999:280). در بعد اجتماعی نیز تعریف گردشگری، فصل مشترک بین زندگی عادی ساکنان بومی و زندگی غیر عادی گردشگران را در بر می‌گیرد(Barnard ,1996, 551) قابلیت‌های موجود با انگیزه گردشگران همخوان و مطابقت دارد. به همین جهت، علیرغم فقر امکانات و تسهیلات زیربنایی جهت پذیرش گردشگری در تقویت بنیه اقتصادی، کاهش بی‌تعادلی‌های منطقه‌ای و ارتقاء شاخص‌های توسعه در مناطق غیر برخوردار، توسعه اقتصادی در سطوح محلی، ملی و منطقه‌ای، ایجاد تنوع و دگرگونی در ساختار اقتصادی مناطق و ثبات اقتصادی در سطح کلان نقش موثری ایفا می‌کند(تولایی،۶۱:۱۳۸۶). از این رو، گردشگری با تحولات مفهومی و مصداقی دوره ژئواکونومیک، پیوند فزاینده‌ای می‌یابد.

- ژئوپلیتیک گردشگری

حوزه مفهومی و مصداقی دانش ژئوپلیتیک واجد ویژگی‌هایی است که پیامدهایی اقتصادی-فضایی گردشگری را در قالب این علم قابل مطالعه می‌کند. بدین مفهوم که نیاز انسانها به گردش، تفریح، استراحت، خستگی‌زدایی از تنشهای روحی زندگی مدرن و شهری، و حفاظت از سلامتی جسمی و روحی انسان مقوله گردشگری را در حوزه تعامل و توسعه واحدهای سیاسی قرار داده است. از این رو، سرنوشت کشورها، روابط بین‌الملل و اقتصادهای ملی و جهانی را تحت‌الشعاع قرار داده است. گردشگری به عنوان یک صنعت و فعالیت نوظهور و پیش‌رونده توجه دولت ها و ملت ها را به خود جلب نموده است. و کشورها با متناسب سازی ساختارهای ملی خود با این فعالیت، سعی بر فرآوری پتانسیل ها و قابلیت های جذب گردشگری بویژه در بعد بین‌المللی داشته و از سوئی دست به ظرفیت سازی‌های جدید جذب گردشگری می‌زنند تا نه تنها به معرفی فرهنگ، کشور، سرزمین، ملت، تاریخ و هویت ملی خود به جهانیان بپردازند، بلکه منافع اقتصادی خوبی را نصیب خود کنند و تفاهم بین‌المللی را از طریق توسعه مناسبات اجتماعی افزایش دهند و موقعیت و منزلت ژئوپلیتیکی خود را در جهان بهبود بخشند(گریفین، ۳۹:۱۳۷۵). کشورها می‌توانند به طرق مختلف مانند کشاورزی، صنعت و خدمات کسب درآمد نمایند که هر کدام از آنها مستلزم وجود امکانات خاص و منابع ویژه است. بسیاری از جوامع از نظر کسب درآمد از طرق مذکور در وضعیت مناسبی قرار ندارند ولی تقریبا در شرایط پسامدرنیستی، کلیه جوامع می‌توانند از طریق گردشگری کسب درآمد کنند. بنابراین گردشگری را باید یک رویهٔ دو سویه دانست؛ یعنی به همان ترتیب که یک کشور با جذب گردشگر درآمد ارزی کسب می‌کند، بر اثر مسافرت ساکنین آن کشور به بیرون از آن متحمل

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

هزینه‌های ارزی هم می‌گردد. از این رو استفاده خالص از گردشگری مربوط به رابطه میان درآمد و هزینهٔ حاصل از آن است که در موازنه پرداخت ها جزئی از صادرات و واردات نامرئی محسوب می‌شود (بدیعی،۵۵۹:۱۳۷۲). لذا دولت‌هایی در این زمینه موفق خواهند بود که از ظرفیت‌های جاذبه ساز توریستی در زمینه‌های تاریخی و باستان شناختی، سرزمینی و اکوتوریسم، فرهنگی و مردم شناختی، دینی و زیارتی، تفریحی و سرگرمی، استراحتگاهی و رفاهی و غیر آن بر خوردار باشند. دوم آنکه سیاست ملی خود را برمحوریت توسعه گردشگری و جذب جهانگردان خارجی شکل داده و پردازش کنند. بنابراین گردشگری به صورت یک فعالیت رقابتی در عرصه بین‌المللی ظهور کرده و دولت‌ها با اتخاذ سیاست های باز و تسهیل ورود جهان گردان به کشور خود و توسعه جاذبه‌های توریستی و سایر تدابیر لازم نظیر تجهیز زیر ساخت های توریستی به نوعی با دولت‌های دیگر رقابت می‌کنند. و هر کدام سعی دارند در عرصه بین-المللی به شکار جهانگردان و گردشگران بیشتری بپردازند تا از منابع مربوط بهره‌مند شوند. بدیهی است کشورهایی با سیستم بسته در مقایسه با کشورهایی با سیستم باز، در عرصه این رقابت بازنده خواهند بود.(حافظ‌نیا، ۱۰۳:۱۳۸۵).حالت رقابت بر جذب سرمایه متمرکز می‌شود که در جلوه‌هایی از اقتصاد زیباشناختی عمل می‌کند. گردشگری در این اقتصاد یکی از عوامل اصلی کسب سرمایه چه از طریق سرمایه‌گذاری و چه از طریق جذب گردشگر در فضای سرزمینی است؛ رویکرد به این جنبه از گردشگری اهمیت جغرافیای اقتصادی(ژئواکونومیک) فزاینده‌ای یافته است(پاپلی یزدی،۱۱۸:۱۳۸۵).

-هم‌گرایی منطقه‌ای

هم‌گرایی به لحاظ مفهومی عبارت است از تقریب و نزدیک شدن افراد به سمت نقطه‌ای مشخص که معمولا به عنوان هدف مشترک آنان شناخته می‌شود، فرآیند همگرایی در ارتباط با بازیگران سیاسی و دولت‌ها، از احساس و درک هدف و منفعت مشترک شروع می‌شود و سپس مراحل بعدی آن ادامه پیدا می‌کند و نیروهای اصلی و یا کاتالیزور به تقویت روند کمک نموده تا فرآیند را کامل نمایند. این فرآیندها از حیث تجلی فضائی ممکن است در مقیاس‌های محلی، منطقه‌ای و جهانی شکل بگیرند. مرحله پایانی فرآیندهای مزبور را یکپارچگی با پیامدهایی چون امنیت، صلح و توسعه در بر می گیرد(حافظ‌نیا،۳۷۳:۱۳۸۵).بر اساس نظریه وابستگی متقابل، کنش متقابل دولت‌ها و ملت‌ها همیشه رو به گسترش است و از الگوی بسیار پیچیده‌ای برخوردار می‌باشد، لذا روابط و نیازهای متقابل ملت‌ها و کشورها در زمینه‌های اقتصادی، فرهنگی، تجاری، سیاسی، امنیتی، علمی، آموزشی، اطلاع‌رسانی، فناوری، مواد اولیه، گردشگری، انرژی و غیره امری بدیهی شده و باعث افزایش چشمگیر ارتباطات بین ملت‌ها دولت‌ها و

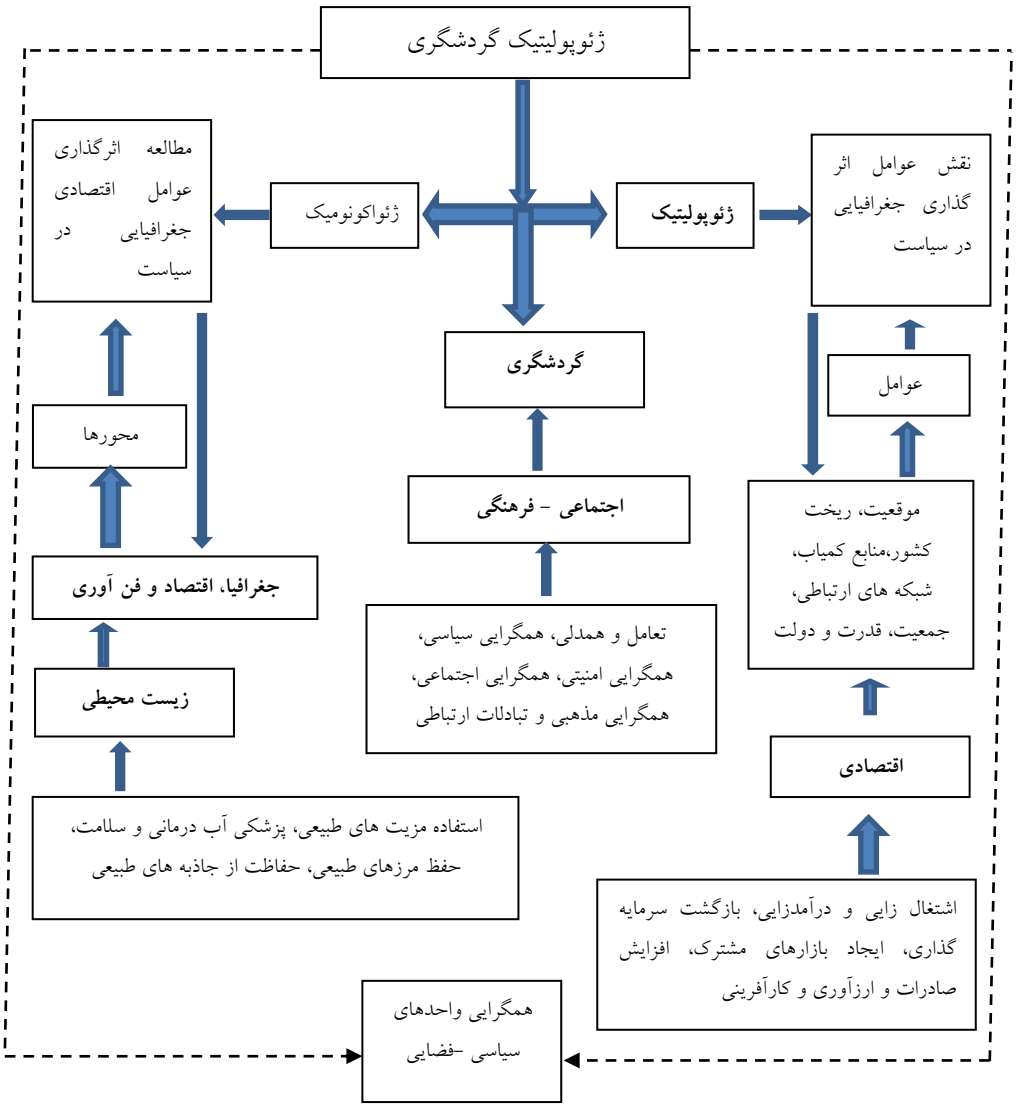
[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

وابستگی متقابل آن‌ها می‌گردد. علاوه بر این تامین نیازها و اداره روابط و وابستگی‌های متنوع ضرورت مدیریت فراملی و فراکشوری در مقیاس جهانی و منطقه‌ای و یا جهانی امری اجتناب ناپذیر است و این امر هم‌گرایی دولت ها و کشورها را مورد تاکید قرار می‌دهد (حافظنیا و کاویانی‌راد، ۱۱۲:۱۳۸۳). در سیاست بین‌المللی همگرایی فرآیندی شناخته می‌شود که طی آن واحدهای سیاسی به صورت داوطلبانه از اعمال اقتدار تام خویش برای رسیدن به هدف‌های مشترک صرف نظر کرده و از یک قدرت فوق ملی(که همان نهاد یا سازمان بین‌المللی است) تبعیت می‌کنند. انگیزه اصلی دولت‌ها برای چنین همکاری‌های نزدیکی، دسترسی آنها به منافع و امکاناتی است که قبل از ورود به فرآیند همگرایی دست یافتن به آن برایشان غیر ممکن بود (قوام، ۲۲۲:۱۳۷۰). بر این اساس، همگرایی ماهیتی اقتصادی امنیتی و سیاسی دارد و بهتر می-تواند تامین کننده شرایط تعاملات سیاسی، فرهنگی و اقتصادی در قالب مراودات انسانی و گردشگری نمود آشکارتری پیدا کند.

بررسی منابع نشان می دهد که زمینه ها و بسترهای همگرایی بین دو واحد سیاسی ایران و آذربایجان را می توان در مواردی از قبیل ریشه تاریخی مشترک مانند احساس مشترک ایرانی بودن تا زمان تشکیل شوروی سابق (حافظنیا،۱۸۸:۱۳۸۱)؛ دین و مذهب (برگزاری مراسمی همچون اعیاد اسلامی وسوگواری امامان معصوم (حافظنیا، ۱۸۹:۱۳۸۱)؛ زبان و پیوستگی قومی ناشی از آن (کریمی پور،۱۱۶:۱۳۸۸)؛ مفاخر ملی (چهره های مانند استاد شهریار، فردوسی، سعدی، حافظ، نظامی گنجوی، محمد فضولی، شاه اسماعیل صفوی، پوریایی ولی و...) و علمای دینی؛ جشن های باستانی مانند نوروز و ...؛ منابع آبی و سرمایه گذاری مشترک در آن (مانند رودخانه ارس) (بدری‌فر، ۹۸:۱۳۷۶)؛ دریای خزر و سازمان همکاری دریای خزر (احمدی-پور،۲۲:۱۳۸۹) و ... برشمرد که می تواند به همگرایی منطقه ای مستحکمی بین ایران و آذربایجان کمک کند. بنابراین کارکرد گردشگری در همگرایی منطقه‌ای را می توان در مواردی از قبیل الف- بسترهای فن اورانه؛ ب- بسترهای اقتصادی (کسب منافع در فرایند جهانی شدن و رقابت مناطق مختلف در بازار گردشگری) (پاپلی یزدی، ۲۳۹:۱۳۸۵)؛ ج- تعامل فرهنگی (آشنایی و شناخت ملت هاو تعامل فرهنگ‌ها در راستای افزایش وفاق منطقه ای)؛ د- گسترش صلح (براساس مواد ۱۰ الی ۱۳ حقوق گردشگری)؛ و ه- تقویت بستر منافع مشترک (درک بهتر یکدیگر و احترام به فرهنگ ملتها در راستای صلح و همگرایی در جهت منافع مشترک) مورد بررسی قرار داد (پاپلی یزدی، ۸۹:۱۳۸۵). که در مدل مفهومی تحقیق ارایه شده است.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]



شکل (۲).مدل مفهومی تحقیق

یافته های تحقیق

با توجه به ماهیت تحقیق، یافته های این مطالعه در دو بخش توصیفی و تحلیلی ارایه شده است.

یافته های حاصل از تحلیل آمارهای رسمی

بررسی آمارهای رسمی ارایه شده از مراجع رسمی را می توان در سه مورد زیر انجام داد:

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

علاقه مندی به دیدار از ایران

بعد از فروپاشی شوروی سابق و کاهش موانع مرزی بین ایران و آذربایجان پس از گذشت بیش از ۷۵ سال مردم دو کشور توانستند آزادانه با آشنایان و دوستان و اقوام خود در دیگر سوی پرده آهنین دیدار کنند. وجود سابقه مشترک تاریخی، اشتراکات فرهنگی و دینی بین دو کشور توسعه گردشگری به بهبود همگرایی در عوامل متغیرهای ژئوپلیتیکی و ژئواکونومیکی کمک کرده است که در این فرآیند امنیت بالای مرزهای دو کشور بسیار مهم باشد. همانطوری که جدول (۳) نشان می دهد، روند افزایشی گردشگران آذربایجانی به ایران طی سال‌های متمادی ارایه شده است.

جدول (۳). ورود اتباع آذربایجانی به ایران (۱۳۹۴-۱۳۸۷)

کشور	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴
آذربایجان	۲۲۵۳۸۷	۳۱۱۱۹۸	۷۲۴۱۲۶	۶۶۹۸۹۴	۷۶۹۳۴۱	۱۰۹۸۵۸۴	۱۰۹۱۳۵۲	۱۰۳۲۶۱۹

منبع: سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی

بازارچه های مرزی

دایر شدن بازارچه‌های مرزی در طول مرزهای مشترک با آذربایجان و جمهوری نخجوان، ارتباطات تجاری و اقتصادی زمینه‌های توسعه گردشگری را فراهم کرده است که این عامل به گسترش روابط فرهنگی و همگرایی بیشتر جمعیت دو سوی ارس انجامیده است. صادرات تجارت چمدانی در سال ۱۳۸۶ به میزان ۲۹۰۶۷۵۷ دلار، در سال ۱۳۹۰ از بازارچه های مرزی ایران به آذربایجان بالغ بر ۳۹۰۲۸۴۴۶ دلار بوده است، در سال ۱۳۹۲ به ۳۱۳۸۵۹۵۹ دلار می‌باشد .جدول(۴).

جدول (۴). صادرات تجارت چمدانی از بازارچه های مرزی ایران به آذربایجان

سال ۱۳۹۱			سال ۱۳۹۲		
ردیف	مرزخروجی	ارزش دلار	ردیف	مرزخروجی	ارزش دلار
۱	آستارا	۳۲۳۹۲۰۸۰	۱	آستارا	۲۵۲۸۵۱۶۰
۲	بیله سوار	۵۳۰۶۷۱۰	۲	بیله سوار	۴۲۵۱۲۰۴
۳	جلفا	۱۳۲۹۶۵۶	۳	جلفا	۱۸۴۹۵۹۵
۴	مجموع	۳۹۰۲۸۴۴۶	۴	مجموع	۳۱۳۸۵۹۵۹

منبع: وزارت بازرگانی،۱۳۹۳

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

صادرات واردات

تحلیل مراودات بازرگانی ایران و آذربایجان طی دو دهه اخیر با فراز و فرودهایی همراه بوده است. با این حال آمارموجود گویای آن است که حجم مناسبات تجاری میان دو کشور روند کاهنده‌ای داشته است. براساس آماری که در سایت کمیته دولتی آمار جمهوری آذربایجان (stat.gov.az) منتشر شده است، حجم مبادلات تجاری ایران و جمهوری آذربایجان از ۵۳۹ میلیون دلار در سال ۲۰۰۷ به ۲۶۳ میلیون دلار در سال ۲۰۱۲ کاهش یافت. بنابراین با همگرایی در گردشگری می‌توان زمینه را برای افزایش صادرات و وادرات بیشتر کرد و از سوی دیگر، با روند افزایش گردشگری، زمینه را برای همگرایی سیاسی- فضایی و امنیت مرزی و منطقه‌ای به وجود آورد .جدول(۵).

جدول (۵). صادرات ایران به جمهوری آذربایجانطیسال‌های ۱۳۹۳-۱۳۸۰

سال	وزن (هزار تن)	ارزش (میلیون دلار)	تغییرات	سال	وزن (هزار تن)	ارزش (میلیون دلار)	تغییرات
۱۳۸۰	۷۸۵	۳۱۳	+	۱۳۸۷	۴۸۲	۳۶۸	+
۱۳۸۱	۵۶۳	۲۵۰	-	۱۳۸۸	۸۵۸	۳۷۳	+
۱۳۸۲	۴۴۸	۳۰۷	+	۱۳۸۹	۸۶۳	۳۷۵	+
۱۳۸۳	۳۹۷	۲۵۶	-	۱۳۹۰	۹۸۴	۵۰۳	+
۱۳۸۴	۴۷۹	۳۳۰	+	۱۳۹۱	۱۱۲۵	۷۲۳	+
۱۳۸۵	۴۹۹	۳۷۱	+	۱۳۹۲	۹۷۵	۴۹۷	-
۱۳۸۶	۴۷۵	۳۴۹	=	۱۳۹۳	۱۲۵۶	۵۴۳	=

منبع: وزارت بازرگانی،۱۳۹۳

یافته‌های پژوهش میدانی

همان طور که در روش شناسی اشاره شد، با مراجعه به مبادی ورودی و خروجی کشور در مرزهای مشترک ایران و آذربایجان اقدام به تکمیل پرسشنامه شد. در این فرآیند سعی شد تا به طور مساوی از افراد خروجی ۱۰۰ نفر و از افراد ورودی به کشور نیز ۱۰۰ نفر نظرخواهی شود. داده های جدول (۶) به لحاظ ویژگی‌های توصیفی پاسخ دهندگان نشان می‌دهد که در گردشگران ورودی از جمهوری آذربایجان، بیشتر تعداد پاسخگویان در رده سنی ۴۰ تا ۵۰ سال (۷۶ درصد)، ۵۲ درصد شغل آزاد و ۵۷ درصد مردان بوده اند. از طرفی دیگر در بین گردشگران خروجی از کشور، گروه سنی ۲۰ تا ۴۰ ساله با ۶۵ درصد، ۴۸ درصد شغل آزاد و ۷۱ درصد مردان بوده اند. جدول (۲).

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

جدول (۶). یافته‌های توصیفی تحقیق

مولفه		بیشترین پاسخگو	درصد
سن	ورودی	۴۰ تا ۵۰ سال	۷۶/۳
	خروجی	۲۰ تا ۴۰ سال	۶۵/۴
شغل اصلی	ورودی	آزاد	۵۲/۴
	خروجی	آزاد	۴۷/۸
جنسیت	ورودی	مردان	۵۷/۴
	خروجی	مردان	۷۱/۴
هدف از سفر	ورودی	تجارت، زیارت و استفاده از خدمات بهداشت و سلامت	
	خروجی	تحصیل، تفریح و گذران اوقات فراغت و شرکت در مراسمات فرهنگی	

علاوه بر این، با استفاده از جدول توافقی به بررسی دیدگاه دو گروه از گردشگران ورودی به ایران و نیز خروجی از کشور درباره نقش گردشگری در ایجاد و بهبود همگرایی بین دو کشور پرداخته شده است. بر اساس جدول (۷) نتیجه بدست آمده از تحلیل توصیفی ارایه شده در جدول نشان می دهد از دیدگاه گردشگران ایرانی و آذری توسعه گردشگری بین دو کشور نقش مهمی در ارتقای همگرایی بین دو واحد سیاسی دارد.

جدول (۷). مقایسه دیدگاه دو گروه از پاسخگویان با استفاده از جدول توافقی

نقش گردشگری در همگرایی ایران و جمهوری آذربایجان		گردشگران آذربایجان			کل
		بالا	متوسط	پایین	
گردشگران ایران	بالا	۵۱	۳۸	۱۲	۱۰۱
	متوسط	۳۸	۲۲	۱۱	۷۱
	پایین	۸	۱۱	۹	۲۸
کل		۹۷	۷۱	۳۵	۲۰۰
همبستگی پیرسون		۰,۶۴			

برای بررسی نقش گردشگری در ایجاد و تقویت همگرایی بین ایران و آذربایجان با توجه به شاخص های انتخاب شده از آزمون t تک نمونه‌ای بهره گرفته شده است. نتایج جدول (۸) نشان می‌دهد که تفاوت کاملا معناداری در میانگین عددی شاخص ها از دیدگاه پاسخگویان قابل مشاهده است و تفاوت همه آنها از حد مطلوبیت عددی (میانگی طیف لیکرت= ۳) مثبت گزارش شده است. از بین مولفه‌های مورد مطالعه، بسترهای اقتصادی و تجاری گردشگری و خدمات ارایه شده به گردشگران به ترتیب با مقادیر (۴/۰۵ و ۴/۰۲) بیشترین تاثیر را در

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

همگرایی دو کشور به خود اختصاص داده اند. از طرفی دیگر، بسترهای علمی و فرهنگی و امنیتی و سیاسی به ترتیب با مقادیر میانگین عددی (۳/۷۱ و ۳/۶۸) نیز علیرغم بالاتر برآورد شدن از مطلوبیت عددی مورد آزمون تاثیر کمتری در همگرایی بین دو کشور از دیدگاه پاسخگویان ارایه داده اند.

دراین بخش از تحقیق، به منظور ارزیابی عوامل و متغیرهای موثر و میزان اهمیت آنها در نقش ایجاد همگرایی بین ایران و جمهوری آذربایجان از طریق گردشگری از دیدگاه پاسخگویان از آزمون آماری تحلیل عاملی استفاده شده است. جهت آزمون مناسب بودن داده‌های مربوط به مجموعه متغیرهای مورد تحلیل در این خصوص از تست Bartlett و KMO بهره گرفته شد که با توجه به معناداری آزمون بارتلت در سطح اطمینان ۹۹ درصد و مقدار بالای ضریب KMO بدست آمده، نشان دهنده همبستگی خیلی خوب بین داده‌های مورد استفاده است که برای انجام تحلیل عاملی مناسب می‌باشد (زارع‌چاهوکی، ۱۳۸۹ :۴) .جدول (۹).

جدول (۸). معناداری تفاوت از حد مطلوب نقش گردشگری در همگرایی ایران و آذربایجان

مطلوبیت عددی مورد آزمون = ۳							
مولفه‌های مورد مطالعه	میانگین	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت از حد مطلوب	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
						پایین تر	بالاتر
بسترهای اجتماعی	۳/۸۱	۳۱/۰۷	۱۹۹	۰,۰۰۰	۰/۸۱	۰/۷۵	۰/۸۶
بسترهای اقتصادی و تجاری	۴/۰۵	۴۷/۰۲	۱۹۹	۰,۰۰۰	۱/۰۵	۱/۰۱	۱/۱
بسترهای علمی و فرهنگی	۳/۶۸	۱۶/۵۴	۱۹۹	۰,۰۰۰	۰/۶۸	۰/۶۰	۰/۷۶
خدمات گردشگری	۴/۰۲	۳۶/۵۳	۱۹۹	۰,۰۰۰	۱/۱۷	۰/۹۷	۱/۰۸
بسترهای امنیتی- سیاسی	۳/۷۱	۲۳/۴۱	۱۹۹	۰,۰۰۰	۰/۷۱	۰/۶۵	۰/۷۷

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

جدول (۹). آزمون بارتلت و سطح معناداری نقش گردشگری در همگرایی ایران و آذربایجان

مجموعه مورد تحلیل	مقدار KMO	مقدار بارتلت	درجه آزادی	سطح معناداری
نقش گردشگری در همگرایی بین ایران و جمهوری آذربایجان	۰/۸۴۸	۱۹۳۳/۶۱۷	۴۰۶	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

با توجه به مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی، در ادامه ۴۲ متغیر مستخرج از پرسشنامه با بهره‌گیری از آزمون تحلیل عاملی مورد تحلیل قرار گرفت. نتیجه حاصل از تقلیل متغیرها، معرف ۵ عامل بوده که ۶۴ درصد از واریانس را تبیین می‌کند. به طوری که، مقادیر ویژه، اهمیت اکتشافی عامل ها را ارتباط با متغیرها نشان می دهد و میزان آن بیانگر نقش آن

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

در تبیین واریانس متغیرها است (زارع چاهوکی، ۱۳۸۹ :۱۳). از این رو، در جدول (۱۰) عامل‌های استخراج شده به همراه میزان مقادیر ویژه و درصد واریانس آنها ارایه شده است.

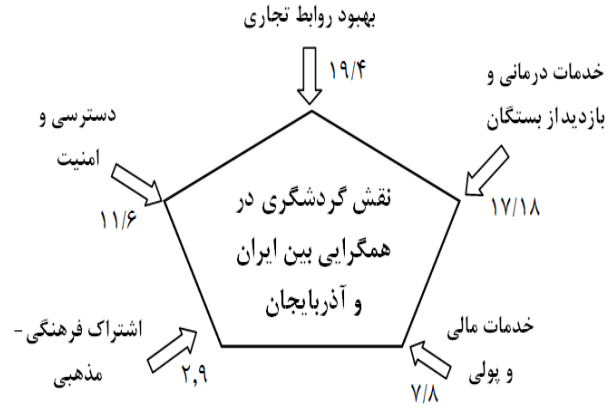
جدول (۱۰). خلاصه تحلیل عاملی نقش سرمایه اجتماعی در یکپارچه‌سازی اراضی بهره‌برداران

ردیف	نام عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	بهبود روابط تجاری	۷/۷۸	۱۹/۳۹	۱۹/۳۹
۲	خدمات درمانی و بازدید از بستگان	۶/۸۶	۱۷/۱۸	۳۶/۵۷
۳	دسترسی و امنیت	۴/۳۴	۱۱/۵۶	۴۸/۱۳
۴	خدمات مالی و پولی	۳/۰۴	۸/۷۵	۵۶/۸۸
۵	اشتراک فرهنگی- مذهبی	۲/۸۶	۶/۸۷	۶۳/۷۵

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

نتیجه تجریه و تحلیل عامل‌ها به شیوه مولفه اصلی با استفاده از چرخش عاملی به شیوه واریماکس بیانگر استخراج ۵ عامل به شرح جدول (۱۱) است.

نتایج حاصل از تحلیل یافته‌های تحلیل عاملی در جدول (۱۱) نیز نشان می‌دهد، سه عامل بهبود روابط تجاری بین دو کشور همسایه (با ۱۹/۳۹ درصد از واریانس)؛ استفاده از خدمات درمانی و بازدید از بستگان (با ۱۷/۲ درصد واریانس) و آسان بودن دسترسی و سطح بالای امنیت در کشور همسایه (با ۱۱/۶ درصد واریانس) که عمدتا با عوامل اقتصادی و دسترسی به خدمات ارتباط نزدیکی دارند، با نزدیک به ۵۰ درصد از کل واریانس از دیدگاه پاسخگویان بیشترین اهمیت را در ایجاد و بهبود همگرایی بین دو کشور همسایه از طریق توسعه گردشگری به خود اختصاص داده اند.شکل(۳).



شکل (۳). تحلیل عاملی نقش گردشگری در همگرایی بین ایران و جمهوری آذربایجان

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

جدول (۱۱). عامل‌ها و بار عاملی بدست آمده از ماتریس چرخش یافته نقش گردشگری در همگرایی

عامل	متغیر	بار عاملی
بهبود روابط تجاری	اشتراک زبانی و گویش بین دو سوی مرز	۰,۷۰۶
	مناسبات تجاری از طریق تجارت چمدانی	۰,۶۸۹
	توسعه زیرساخت های اقتصادی از قبیل گمرک، پایانه مسافری، بازارچه های مرزی و ...	۰,۶۲۵
	استفاده از خدمات رفاهی و تفریحی در کشور همسایه	۰,۶۰۷
	حمایت دولت از تشکل‌های اقتصادی بخش خصوصی برای ورود به بازار	۰,۵۹۰
	احترام متقابل به باورها و فرهنگ کشور مقابل	۰,۵۶۳
	خرید نیازهای ضروری روزانه از قبیل میوه و نان و ...	۰,۵۵۸
خدمات درمانی و بازدید از بستگان	استفاده از خدمات پزشکی و سلامت از قبیل بیمارستان و ...	۰,۷۳۳
	شرکت در مراسمات و جشن ها ملی	۰,۷۳۱
	تحصیل در مراکز دانشگاهی بدلیل هزینه پایین	۰,۶۲۸
	هزینه پایین خدمات بستری و اعمال جراجی	۰,۶۱۳
	آسان بودن تشریفات گمرکی ورود و خروج	۰,۵۲۲
	سکونت بستگان و افراد فامیل در کشور مقابل	۰,۵۰۱
دسترسی و امنیت	بهبود دسترسی زمینی با هزینه پایین	۰,۶۴۹
	امنیت بالای گردشگران در کشور مقابل	۰,۶۲۵
	آسان بودن پیگیری وضعیت سیاسی بدلیل وجود کنسولگری	۰,۵۸۴
	آسان بودن تردد از گذرگاه های مرزی	۰,۵۲۴
	هزینه مناسب استفاده از مراکز اقامتی گردشگری	۰,۵۰۲
خدمات مالی و پولی	صلح و آرامش حاکم بر هر دو کشور همسایه	۰,۷۳۰
	پذیرش واحد پولی توسط ارایه دهندگان خدمات در کشور مقابل	۰,۶۵۶
	آسان بودن دسترسی به اطلاعات مورد نیاز در کشور مقابل	۰,۶۲۸
	آسان بودن دسترسی به خدمات مالی و تبدیل وجوه	۰,۵۴۵
اشتراک فرهنگی- مذهبی	اطمینان از پایداری امنیت مرزی در طول روز	۰,۸۳۴
	اشتراکات فرهنگی (آداب و رسوم، مذهب، شیوه زندگی) در کشور مقابل	۰,۶۸۲
	دسترسی به انرژی و سوخت در صورت استفاده از وسیله نقلیه شخصی	۰,۵۴۸
	اطمینان از دسترسی به مراکز خدمات گردشگری حلال	۰,۵۲۱

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

نتیجه گیری

گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین و پردرآمدترین صنعت رو به رشد دنیا به شمار می آید و بسیاری از کشورهای در حال توسعه دنیا بدلیل منافع متعدد اجتماعی و اقتصادی از آن به منزله یک منبع مهم اقتصادی برای کاستن از چالش های اقتصادی و اجتماعی از قبیل ایجاد فرصت های اشتغال و درآمد و ابزاری برای نیل به توسعه متوازن منطقه ای بهره می گیرند. از دیدگاه صاحب نظران توسعه سیاسی و ژئوپلیتیک، توسعه گردشگری و فعالیت های مرتبط با آن ابزاری کارآمد برای کاستن از تنش ها و چالش های سیاسی- اقتصادی منطقه ای بوده و می تواند با توجه به اشتراکات فرهنگی- تاریخی و منافع و منابع مشترک راهکاری سازنده برای ایجاد همگرایی و تقویت آن باشد. به عبارت دیگر، در عصر حاضر فعالیت‌های گردشگری پیرامون ژئوپلیتیک سرمایه، توسعه تازه و شگفت‌انگیزی در نفوذ به قلمروهای ما قبل مدرن (طبیعت و انسان) و بهره گیری از آن بوده و در بسیاری از مناطق دنیا به گسترش همگرایی منطقه‌ای واحدهای سیاسی- فضایی کمک کرده است. به طوری که از یک سو، دولت‌ها و دولت‌های محلی توجه ویژه‌ای به توسعه صنعت گردشگری دارند و از سویی دیگر، تصمیمات سیاسی آنها نقش موثری در تدوین قوانین، برنامه‌ریزی و مدیریت مشتریان این صنعت در فضاهای جغرافیایی ایفا می‌کنند. از این رو، براساس یافته های تحقیق می توان نتایج زیر را مورد توجه قرار داد:

- بررسی ویژگی های پاسخگویان نمونه نشان می دهد که ورودی گردشگران از کشور آذربایجان عمدتا در سنین میانسالی بوده و با هدف تجارت، استفاده از خدمات بهداشت و سلامت، زیارت اماکن مقدس اقدام به مسافرت به ایران می کنند و بیشتر گردشگران خروجی از ایران در گروه سنی جوان بوده و هدف اصلی آنها تحصیل، تفریحات و گذران اوقات فراغت و شرکت در مراسمات و جشن ها می باشد. نتیجه جدول توافقی بیانگر اهمیت توسعه گردشگری در بهبود همگرایی بین دو کشور همسایه بوده و این عامل از دیدگاه افراد وارد شده به ایران و نیز افراد خارج شده مورد تاکید می باشد. به طوری که میزان همبستگی موجود در دیدگاه دو گروه به میزان ۰,۶۴ درصد برآورد شده است.

- نتیجه تحلیل تفاوت میانگین های کل دو گروه با استفاده از t تک نمونه ای است بیانگر روند مثبت با فرض مطلوبیت عددی (۳) تفاوت همه شاخص های مورد مطالعه ست. به طوری که، شاخص های بسترهای اقتصادی و تجاری گردشگری و خدمات ارایه شده به گردشگران به ترتیب با مقادیر (۴/۰۵ و ۴/۰۲) بیشترین تاثیر را در همگرایی دو کشور به خود اختصاص داده اند و بسترهای علمی و فرهنگی و امنیتی و سیاسی به ترتیب با مقادیر میانگین عددی (۳/۷۱ و

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

۳/۶۸) نیز از مطلوبیت عددی مورد آزمون بالاتر هستند. بنابراین، می توان اذعان نمود که توسعه گردشگری نقش مهمی در ایجاد همگرایی بین دو کشور همسایه از دیدگاه پاسخگویان داشته است.

- نتایج تحلیل عاملی نقش گردشگری در ایجاد همگرایی بین ایران و جمهوری آذربایجان و تقویت آن از دیدگاه پاسخگویان با مقدار KMO به میزان ۰/۸۴۸ است که ۴۲ متغیر مستخرج از پرسشنامه در قالب ۵ عامل توانسته است ۶۴ درصد از واریانس را تبیین کند. طبق نتایج بدست آمده، سه عامل بهبود روابط تجاری بین دو کشور همسایه (۱۹/۳۹)؛ استفاده از خدمات درمانی و بازدید از بستگان (۱۷/۲) و آسان بودن دسترسی و سطح بالای امنیت در کشور همسایه (۱۱/۶) که عمدتا با عوامل اقتصادی، دسترسی به خدمات و امنیت ارتباط نزدیکی دارند، با نزدیک به ۵۰ درصد از کل واریانس از دیدگاه پاسخگویان بیشترین اهمیت را در ایجاد و بهبود همگرایی بین دو کشور همسایه از طریق توسعه گردشگری به خود اختصاص داده اند.

منابع و مأخذ

۱. اتوتایل، ژیروید و دیگران (۱۳۸۰). **اندیشه های ژئوپلیتیک در قرن بیستم**، ترجمه محمدرضاحافظ نیا و هاشم نصیری، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی.

۲. آقاجری، محمد جواد و رستمی فر، سیمین سادات (۱۳۹۱). **پیمان سارک و تاثیر آن بر منطقه گرایی**، پژوهشنامه روابط بین الملل، دوره ۵، شماره ۲۰، ۹-۳۹.

۳. احمدی پور، زهرا(۱۳۸۹). **ژئوپلیتیک دریای خزر**، تهران، انتشارات سازمان جغرافیای نیروهای مسلح.

۴. اخباری، محمد(۱۳۸۹). **جغرافیای مرز با تاکید بر مرزهای ایران**، تهران، انتشارات سازمان جغرافیای نیروهای مسلح.

۵. افضلی، رسول، احمدی، سید عباس، واثق، محمود و جهانیان، منوچهر(۱۳۹۳). **دیپلماسی گردشگری و تأثیر آن بر همکاری و همگرایی میان کشورهای منطقه خلیج فارس**، جغرافیا، سال ۱۲شماره ۴۳، صص۱۲۶-۱۰۵.

۶. بدیعی، ربیع (۱۳۷۲). **جغرافیای مفصل ایران**، تهران، انتشارات اقبال،چاپ دوم.

۷. بونی‌فیس، پریسیلا(۱۳۸۰). **مدیریت گردشگری فرهنگی**، ترجمه محمود عبداله زاده،، دفتر پژوهشهای فرهنگی.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

۸. پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی(۱۳۸۵). **گردشگری(ماهیت ومفاهیم)**، تهران، انتشارات سمت.

۹. پاپلی یزدی، محمدحسین و وثوقی، فاطمه(۱۳۸۳). **خراسان ژئوپلیتیک و توسعه**، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی.

۱۰.تولایی، سیمین(۱۳۸۶). **مروری بر صنعت گردشگری**، تهران، انتشارات دانشگاه خوارزمی.

۱۱.حافظ نیا، محمدرضا(۱۳۸۱). **جغرافیای سیاسی ایران**، تهران، انتشارات سمت

۱۲.حافظ نیا، محمدرضا(۱۳۸۵). **اصول و مفاهیم ژئوپلیتیک**، مشهد، انتشارات پاپلی.

۱۳.حافظ نیا، محمدرضا و کاویانی‌راد، مراد(۱۳۸۳). **افقهای جدید در جغرافیای سیاسی**، تهران، انتشارات سمت.

۱۴.زمانیان، روزبه، فتحی، حمید و نهیبی، سارا(۱۳۸۹). **بررسی اثرات ژئوپلیتیکی توسعه گردشگری منطقه‌ای با بهره گیری از رهیافت برنامه ریزی راهبردی نمونه موردی: منطقه گردشگری چادگان**، کهسوار طرار، فصلنامه ژئوپلیتیک سال ششم، شماره تابستان، صص۲۱۴- ۱.

۱۵.عزتی، عزت الله (۱۳۸۰). **ژئوپولیتیک در قرن بیست و یکم**، تهران: سمت.

۱۶.قدیری معصوم، مجتبی، خراسانی، محمد امین، ضیاء نوشین، محمد مهدی و ویسی، فرزاد(۱۳۸۹). **همگرایی و همکاری محدود منطقه‌ای**، راهکاری برای توسعه گردشگری فرهنگی، فصلنامه مطالعات ملی، ۴۵، سال دوازدهم، شماره ۱، صص۱۴۰-۱۱۷.

۱۷.قوام، عبدالعلی(۱۳۷۰). **اصول سیاست خارجی سیاست بین الملل**، تهران، انتشارات سمت.

۱۸.کاظمی، مهدی(۱۳۸۶). **مدیریت گردشگری**، چاپ اول،نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران

۱۹.کریمی پور، یداله(۱۳۸۸). **مقدمه ای بر ایران و همسایگان(منابع تنش و تهدید)**، تهران، انتشارات جهاد دانشگاهی تربیت معلم.

۲۰.گریفین، کیت (۱۳۷۵). **راهبردهای توسعه اقتصادی**، ترجمه حسین راغفر و محمد حسین هاشمی، نشر نی.

۲۱.نباکوئی، سیدامیر و کریمی پاشاکی، سجاد و منعم، روح اله (۱۳۹۲). **تاثیر گردشگری بر توسعه همگرایی منطقه ای کشورهای حوزه جنوب غرب آسیا**، اولین همایش ملی ژئوپلیتیک جنوب غرب آسیا، دانشگاه گیلان، صص۲۱-۱.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

۲۲.وزارت بازرگانی جمهوری اسلامی ایران، **سالنامه بازرگانی خارجی ج.ا. ایران**، سالهای ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۳.

۲۳.ولی‌قلیزاده، علی و ذکی، یاشار(۱۳۹۲). **بررسی و تحلیل اهمیت ژئواکونومیک مناطق آزاد ترکیه برای منطقه آزاد ارس**، مجله مطالعات آسیای مرکزی و قفقاز، دوره ۱۹،شماره ۸۳،پاییز ۱۳۹۲،صفحه ۱۳۶-۱۶۷.

Mc, D. And Baker, A. (2014). ***The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry***,nternational Journal of Religious Tourism and Pilgrimage,Volume 2(i), 2014,ISSN : 2009-7379.

Mushtaq, A. and Zaman, K. (2014). ***the relationship between political instability***, terrorism and tourism in saarc region,Readers Insight Publishers,Journal of Economic Info, 1(1), 23-40, 2014.

Rozov, Nikolai Sergeevich (2012). "***Geopolitics, Geoeconomics, and Geoculture: The Interrelation of Dynamic Spheres in the History of Russia***", Russian Social Science Review, Vol. 53, No.

Hultman, J .and Hall, C. M. (2011**). *Tourism Place- Making Govemance of Locality in Sweden***, Annedn, Annals of Tourism Research, Vol. xx, No. xx, PP. xxx-xxx.

İnan, Şükrü (2011). "***Dünyada ve Türkiye"de Jeoekonomi Çalışmaları ve Jeoekonomi Öğretimi***", Bilge Strateji, Vol 2, No 4.

Man-jung, C. (2011). "***Geo-Economic Challenges for the AsiaPacific Region in the Post-Crisis Governance and Taiwan's Roles in the Region***", Asia Pacific Security Forum.

Ferguson, L. (2010). ***Tourism Development and Regional Integration in Central America (ARI),*** strategic and international studies.

Albalate, Daniel, and Bel, Germa (2009). ***Tourism and Urban public transport: Holding demand pressare Under supply constaints, Tourism Management, elsevir***.

Babıc, Blagoje S (2009). ***Geo-economics – Reality & Science***, Scientific Review Paper, Vol. 6.

Moreno, Alvaro and Amelung, Bas.(2009). ***Climate Chanage and Tourism Comfort on Europes Beaches in Summer: A Reassessment***, Coastal Management, 37: 6,550-568, First Published on: November,(2009).(ifirst).

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

Rosentraub, M. S. and Joo, M. (2009). ***Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions***? Tourism Management, Vol. 30, No. 2, pp. 759–770.

Gligorijević, Ž. And Petrović, J. (2009). ***Tourism–factor of integration and development of European continent.*** Facta Universitatis (Series Economics and Organization), *6*(2), 123-130.

Telfer, D. and Sharpley, R. (2008).***Tourism And Development In The DevelopingWorld***, Routledge, New York.

UNWTO (2008). ***World Tourism Barometer***. Volue6. Number2. Madrid: United Nations World Tourism Organiztion World Tourism Organization Madrid, Spain.

Owusu, K. (2008). ***The Role of Political Ideology in Influencing Tourism Development***: The Case of the Wild Coast Region of the Eastern Cape Province of South Africa, http://www.icabr .com/jorede /Kofi Owusu _Acheampong.pdf.

Weaver, D. and Opperman, N. (2000). ***Tourism Management, Wiley.***

Skinnere, M. (1999), Dictionary of Geography, Fitzroy Dearborn.

Buckinghamshire, (1999). ***Responsible tourism Buckinghamshire Chilterns University College***

Lickorish, L.J., & Jenkins, C.L., (1997). ***An introduction to tourism Oxford: Butterworth-Heinemann***

Nelson, J.G., et al. (1993). ***Tourism and sustainable development: Monitoring***, planning and managing. Department of Geography, Publication Series, 37

Barnard, A. (1960). ***Encyclopedia of Social and Cultural Anthropolgy***, Routledge.

WTO (2006). ***Tourism 2020 Vision. WTO Publication Unit***, World Tourism Organization, Madrid, Spain.

Friedel M. and Chewings, V. (2008). ***Refining regional - development strategies - using a systems approach.Central Australian Tourism Futures Stage 2***.working paper 29. Desert knowledge crc.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]

Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., and Scott, N. (2009). ***Destination and enterprise management for a tourism future***". Tourism Management, Vol. 30, No. 2, pp. 63–74.

UNWTO (2012). ***Tourism Highlights***, World Tourism Organization.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1396.17.45.6.4]