

بررسی تاثیر مدیریت و برنامه‌ریزی بر توسعه گردشگری با تاکید بر آثار تاریخی و باستانی استان خوزستان (مطالعه موردی معبد چغازنبیل)

حبیب الله کریمیان^۱

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، گرمسار، ایران

مهسا فکار

کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، گرمسار، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۰۷/۰۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۰۴/۲۶

چکیده

یکی از مشکلاتی که جهان امروز با آن روبرو است حفظ توسعه گردشگری پایدار مناطق می‌باشد. در کشور ما ایران برنامه‌ریزی در این خصوص کمتر مورد توجه قرار گرفته و باعث شده فعالیت در این خصوص سودآوری چندانی نداشته باشد این تحقیق با هدف ارزیابی مدیریت و برنامه‌ریزی در ابعاد مختلف جهت توسعه گردشگری تهیه گردیده است. روش این تحقیق پیمایشی و ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه بوده که روایی آن توسط کارشناسان و محققین تائید و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۷۷ می‌باشد. در این تحقیق ۱۶۰ پرسشنامه توزیع گردید. پس از جمع‌آوری داده‌های پرسشنامه، با استفاده از نرم افزارهای SPSS به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شده است. نتیجه تحقیقات با استفاده از آزمون رگرسیون خطی و آزمون t تک نمونه‌ای این مطلب را روشن می‌کند که بُعد کالبدی- فضایی، بُعد فرهنگی- اجتماعی بُعد اقتصادی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری رابطه معنی داری با میزان جذب گردشگر دارد. برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، در زمینه کالبدی- فضایی و زمینه فرهنگی- اجتماعی، در این منطقه بخوبی اجرا شده است لیکن در زمینه اقتصادی، در این منطقه بخوبی اجرا شده است. مدیریت برنامه‌ریزی توسعه گردشگری رابطه معنی داری با میزان گردشگران در این منطقه دارد که ۵۰ درصد از این رابطه مربوط به برنامه‌ریزی در زمینه کالبدی- فضایی است. همچنین مشخص گردید در این منطقه عملکرد مناسبی از نظر برنامه‌ریزی وجود ندارد مخصوصاً در زمینه کالبدی- فضایی این عملکرد ضعیف ارزیابی شده است.

واژگان کلیدی: گردشگری، مدیریت و برنامه‌ریزی، آثار تاریخی، معبد چغازنبیل

مقدمه

کشورهای پیشرو در بعد گردشگری سالانه سهم عمده‌ای از درآمدهای ناشی از ورود گردشگران را به خود اختصاص می‌دهند. در واقع نه تنها گردشگری بزرگترین صنعت دنیا است بلکه روز به روز نیز در حال رشد است به گونه‌ای که سازمان جهانی گردشگری تعداد گردشگران بین‌المللی را در سال ۲۰۲۰ افزون بر ۱۰۶ میلیون پیش‌بینی کرده است. بر این اساس مشاهده می‌شود علی‌رغم نابسامانی‌های مقطعی و منطقه‌ای، به دلیل رشد اقتصادی سریع کشورهای پرجمعیتی چون چین، هند، برزیل، اندونزی و روسیه گردشگری به نحو خوشبینانه‌ای گسترش خواهد یافت. انتظار می‌رود جهانگردی بین منطقه‌ای نیز افزایش یابد، در حالی که رشد جهانگردی برون مرزی در بلند مدت شاهد کاهش خواهد بود (Chakvey, 2006: 51). کشورهای ایران که بخش عمده منابع ارزی آن وابسته به نفت است و از سوئی از توانمندی‌های بالقوه و جاذبه‌های متعدد تاریخی، فرهنگی و اجتماعی برخوردار است، توسعه صنعت گردشگری می‌تواند بسیار راهگشا باشد. سرزمین ایران به دلیل برخورداری از جغرافیای متنوع و گونه‌گون، موجب پیدایش فرهنگ‌های متنوع با خواستگاه‌های ناشناخته شده است. فرهنگ‌های بزرگی همچون ایلام که خواستگاه و حتی محل اصلی نشو و نما آنها در تاریکی و ابهام فرو رفته است (Ebrahimi, 2006). زیگورات چغازنبیل که در ۴۵ کیلومتری جنوب شرقی شوش در خوزستان واقع شده است و اونتاش ناپیر شا یا اونتاش گال، پادشاه عیلامی، در اوایل قرن ۱۳ پیش از میلاد بر کرانه غربی رود دز و بر پشته‌ای در نزدیکی شوش، این شهر مقدس را بنا کرده است (Grishman, 1994: 7). دارای قدمت و عظمت بالایی بوده و می‌تواند یکی از پتانسیل‌های مهم جذب گردشگری ایران به حساب آید، اما در این ارتباط تنگناها و مشکلاتی سبب شده است که برنامه‌ریزی‌های مربوط به توسعه گردشگری غیر واقعی و نا کارآمد شود.

محوطه چغازنبیل در استان خوزستان یکی از مناطق نمونه گردشگری کشور با سطح عملکردی ملی قرار دارد ولی متأسفانه اقدامات لازم در خصوص توسعه گردشگری در این منطقه صورت نپذیرفته است و با توجه به پتانسیل‌های گردشگری آن، تحول و گسترش در این منطقه بسیار ناچیز بوده است. از این رو بررسی و شناسایی دقیق این منطقه و تدوین برنامه‌ای هدفمند و کارآمد بر مبنای دستیابی به توسعه پایدار در این منطقه می‌تواند موجب توسعه گردشگری در آن و در نتیجه منجر به تحولات اقتصادی - اجتماعی و کالبدی در این منطقه شود. و با مشخص شدن اهمیت هر یک از ابعاد و ارزیابی عملکرد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری می‌توان تصمیمات بهتری جهت برنامه‌ریزی اتخاذ نمود.

در این بررسی برای تعیین دقیق و تبیین منطقی اهداف تحقیق شش فرضیه بر اساس سوالات پیش آمده به شرح ذیل مطرح گردیده:

بنظر می‌رسد بعد کالبدی - فضایی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری رابطه معنی داری با میزان جذب گردشگر دارد.

بنظر می‌رسد بعد فرهنگی - اجتماعی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری رابطه معنی داری با میزان جذب گردشگر دارد.

بنظر می‌رسد بعد اقتصادی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری رابطه معنی داری با میزان جذب گردشگر دارد.

بنظر می‌رسد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، در زمینه کالبدی - فضایی، در این منطقه بخوبی اجرا شده است.

بنظر می‌رسد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، در زمینه فرهنگی - اجتماعی، در این منطقه بخوبی اجرا شده است.

بنظر می‌رسد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، در زمینه اقتصادی، در این منطقه بخوبی اجرا شده است. تحقیق حاضر از نوع تحقیق کاربردی و روش تحقیق توصیفی و پیمایشی است تحقیق توصیفی شامل مجموعه روش‌هایی است که هدف آنها توصیف کردن شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی است. اجرای تحقیق توصیفی می‌تواند صرفاً برای شناخت بیشتر شرایط موجود یا یاری دادن به فرآیند تصمیم‌گیری باشد (Sarmad, 2006). ابزار و روش جمع‌آوری داده‌ها کتابخانه‌ای و اسنادی، میدانی و استفاده از مصاحبه، مشاهده، پرسش‌گری و توزیع پرسشنامه می‌باشد. که بر اساس آن جامعه آماری تحقیق حاضر ۱۶۰ نفر از گردشگران منطقه چغازنبیل واقع در شهر شوش در استان خوزستان می‌باشند. همچنین جهت جامعه این تحقیق، از نظر تعداد افراد، جزء جامعه‌های نامحدود به حساب می‌آید.

در خصوص پیشینه تحقیق حاضر، پژوهش‌هایی در سطح علمی و اجرایی انجام گردیده است که به سبب پیچیدگی فرآیندهای تأثیرگذار و نقش عوامل و شاخص‌های متعدد در توسعه گردشگری مناطق جنوب کشور نم‌یتوان از یک روش ارائه شده در هر یک از این تحقیقات نسخه‌ای کلی برای هر یک از نواحی توریستی موجود در این مناطق پیچید. به عنوان مثال حسین کلانتری خلیل آباد در پژوهشی با عنوان "بررسی جاذبه‌های توریستی جنوب کشور" با توجه به اهداف برنامه‌های اول و دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران برای احیا و توسعه صنعت توریسم، جاذبه‌های طبیعی و تاریخی و فرهنگی مناطق جنوبی شامل استان‌های "بوشهر، هرمزگان و خوزستان" به مطالعه گردشگری در این مناطق پرداخته و در نهایت نتایج مقایسه‌ای پیشرفت در برنامه‌های توسعه کشور را جهت رفع نقاط ضعف ارائه نموده است. گیو نصیری در مطالعه‌ای بر روی منطقه چغازنبیل به بررسی عوامل جذب گردشگر و متغیر اقتصادی را مورد تحلیل قرار داده و اثرات آن را بر رشد اقتصادی منطقه مورد مطالعه مورد ارزیابی قرار داده و در نهایت اثرات مثبت آن را بیش از اثرات منفی ارزیابی نموده است. از مطالعات زیست محیطی موثر بر گردشگری منطقه چغازنبیل نیز می‌توان به پژوهش آقایان هوشمند عطایی و شهرام چراغی به همراهی خانم صدیقه چراغی اشاره نمود که تأثیر عامل گردوغبار بر روی گردشگری معبد چغازنبیل (زیگورات) را مورد بررسی قرار داده و میزان کاهش گردشگر در فصول مرتبط با پدیده مخرب مذکور را موثر دانسته و راهکارهایی ملی و بین‌المللی را ارائه نموده‌اند. محمد راسخ منش پژوهشگر دیگری که نقش پروژه ی بین‌المللی حفاظت و مرمت چغازنبیل را در توسعه علمی گردشگری منطقه ارزیابی نموده و در پایان ضمن بیان نتایج سازنده آن هم در باستان‌شناسی و هم در توریست کشور، راهکارهایی جهت رفع مشکلات موجود در پذیرش گروه‌های مرمت و احیای بین‌المللی ارائه نموده است.

این گونه تحقیقات به صورت پراکنده در شهرهای استان انجام شده ولی به صورت جامع در چغازنبیل برای اولین بار صورت می‌گیرد و می‌تواند پایه‌ای برای تحقیقات بعدی باشد.

صنعت گردشگری

گردشگری انواع مختلفی دارد و شناخت انواع گردشگری برای برنامه‌ریزی در این عرصه اهمیت اساسی دارد. در یک تقسیم‌بندی، گردشگری به سه نوع فرهنگی، طبیعت گردی و ماجراجویانه تقسیم شده است که به طور مختصر از آن به عنوان گردشگری ACE یاد می‌شود. (Fenel, 2003: 33). کشور ایران دارای توانایی‌های بالقوه عظیمی در

زمینه‌های زیستمحیطی، تاریخی، میراث فرهنگی و غیره است نمی‌تواند و نباید به دلیل مسائل سیاسی و نگرانی‌های فرهنگی - اجتماعی خود را از این جریان اقتصادی دور نگه دارد و از سوی دیگر بازار بین‌المللی گردشگری نیز نمی‌تواند از جاذبه‌های ایران برای گردشگری چشم‌پوشی کند، عدم موفقیت ایران در جذب گردشگران و توسعه گردشگری دلایل متعددی دارد، برای افزایش گردشگران تنها نمی‌توان به اقتصاد دانان دل بست، راه حل در واقع در دستان دولت و برنامه‌ریزان است چرا که آنان اگر نخواهند و تمایلی به گسترش توریسم و جذب گردشگر نداشته باشند، جاذبه‌های تاریخی و طبیعی و فرهنگی به تنهایی نمی‌تواند کار ساز باشد. از سوی دیگر تجربه و فرهنگ مردم نیز بی‌تاثیر نیست، گاه پیش می‌آید که دولت می‌خواهد ولی مردم و مراکزی که با توریست‌ها در ارتباط هستند، تجربه لازم را ندارند و یا آموزش‌های لازم را ندیده‌اند، و لذا چگونگی برخورد با گردشگر و ارائه خدمات به او را نمی‌دانند. ایران از لحاظ اقلیمی و تنوع جانوری یک کشور شبه قاره‌ای است و بنا بر گفته رئیس سازمان جهانی جهانگردی جز ۵ کشور اول دارای بیشترین جاذبه‌های زیستی و جانوری در دنیا است. همچنین یکی از سه قطب برتر بر صنایع دستی در دنیا است، سفالگری، شیشه‌گری، قلم‌زنی، مشبک‌کاری، حکاکی بر روی فلزات، میناکاری، خاتم‌سازی، معرق‌کاری، منبت‌کاری، قالی‌بافی، نمدمالی و... ایران معجونی از گوناگونی فرهنگی، زبانی، قومی، زیست‌محیطی و اقلیمی است. همچنین از لحاظ آثار تاریخی و میراث فرهنگی جز ده کشور اول دنیا محسوب می‌شود (Yaghobzadeh, ۲۰۰۴). ایران باید سعی نماید علاقه مردمان جهان به حضور در کنا مردم ایران و مشاهده و مطالعه آداب و رسوم و رفتار آنان را جلب نماید و این امر از طریق برنامه‌ریزی جهت یک مطالعه جامع گردشگری که همه ابعاد اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی گردشگری را واکاوی نماید میسر می‌باشد تدوین شیوه‌های حمایتی اجرایی، سرمایه‌گذاری و اختصاص تسهیلات بیشتر برای هتل‌ها، شرکت‌های هواپیمایی، فرودگاه و... تبلیغ و اشاعه جاذبه‌های گردشگری از طریق اینترنت، فیلم، بروشور، مقاله، نمایشگاه و غیره می‌تواند مفید باشد. جهان‌گردی زمانی حاصل می‌شود که اطمینان یابیم موجب رشد کیفیت زندگی، درآمد ملی و در عین حال محیط فرهنگی و زیستی شده است. در این راه پژوهش می‌تواند یاری‌رسان سازمان‌ها و شرکت‌های مرتبط با بخش گردشگری باشد و موجب شناسایی اولویت‌ها و سیاست‌گذاری‌ها باشد و از این طریق به پیش‌بینی بازار و ارائه روندهای نوین پرداخت و بدین ترتیب آسیب‌ها و رویدادهای خطرافرین و غیرمنتظره را کاهش داد.

موقعیت منطقه مورد مطالعه:

استان خوزستان با مساحت ۶۴/۰۵۷ کیلومتر مربع در جنوب غربی ایران در کرانه خلیج فارس و اروند رود قرار دارد. این استان دارای ۲۴ شهرستان، ۵۴ شهر، ۵۲ بخش، ۱۱۲ دهستان و ۸۸۰ آبادی مسکونی و ۲۵۱۴ آبادی غیر مسکونی می‌باشد شهرستان شوش با مساحت ۵/۶ کیلومتر مربع در جنوب غربی دزفول و ۱۱۵ کیلومتری شمال غربی اهواز بین ۳۲ درجه و ۲ دقیقه عرض شمالی و ۴۷ درجه و ۱ دقیقه طول شرقی نسبت به نصف‌انهار گرینویچ قرار دارد. حداقل سرمای روزانه در زمستان ۲/۴ درجه و در گرمای تابستان ۹/۴۵ درجه است. میزان بارندگی سالانه بطور متناوب از ۲۴۰ تا ۵۵۸ میلی‌متر می‌باشد.

هوای شوش گرم و خشک است. در مرکز این شهرستان بالاترین دما در تابستان بالای ۵۳ درجه سانتی‌گراد و کم‌ترین دما ۱ درجه بالای صفر است. آب و هوای این شهر متأثر از اثر پرفشار جنب حاره‌ای است که باعث می‌شود

بعضی از ایام تابستان هوا شرعی باشد. نتیجه کل بررسی‌ها در زمینه آسایش اقلیمی نشان می‌دهد وضعیت آسایش در منطقه در ماه آبان می‌باشد، ماه‌های آذر و اسفند خنک و دوی و بهمن خیلی خنک هستند، در ماه‌های خرداد و شهریور هوا شرعی است و نهایتاً اینکه چون آسایش اقلیمی در ماه‌های خاصی است در جذب توریست در منطقه تأثیر فراوان دارد (Royan Consolting Engineers, 2008). وجود سه رود خانه کرخه، دز و شاوور شهرستان شوش را از نظر کشاورزی در استان خوزستان ویژه و ممتاز نموده است و وجود پوشش گیاهی اطراف رودخانه کرخه و دز امکان ایجاد بزرگترین اماکن تفریحی منطقه را بوجود آورده است.



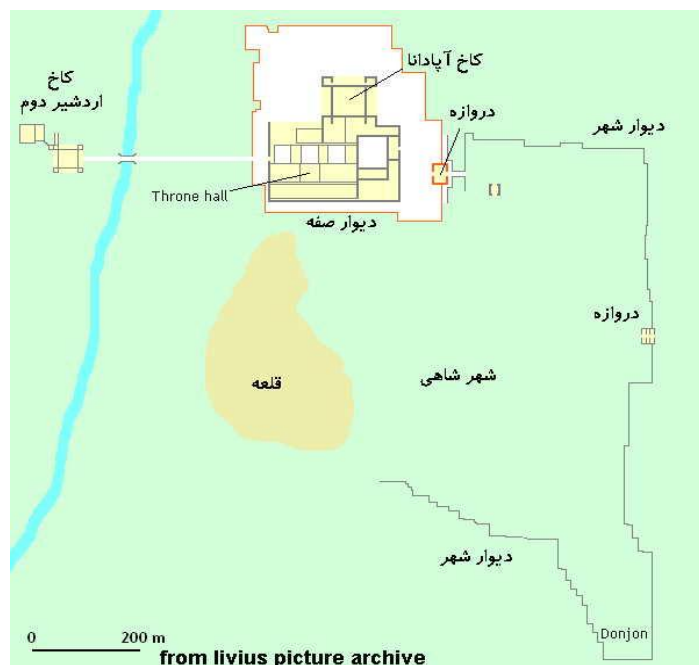
Source: National cartography Organization Iran's استان خوزستان (نقشه-۱) تقسیمات استان خوزستان

جاذبه‌های گردشگری شوش:

شوش از جمله شهرهای مهم استان خوزستان است که در ۱۱۸ کیلومتری شمال اهواز واقع شده است. محوطه باستانی شوش بخش بزرگی به وسعت تقریبی ۴۰۰ هکتار را در بر می‌گیرد که در میان دو رود کرخه و دز واقع شده است. این محوطه از اوایل هزاره چهارم پیش از میلاد تا اوایل دوره اسلامی، یکی از مهم‌ترین شهرهای تاریخ بشر بوده است. شوش، شوشیان یا سوزیان مرکز حکومت شهر عیلام بوده که بنای عظیم معبد پنج طبقه "زیگوراتچغازنبیل" در نواحی این شهر هم اکنون یکی از بناهای عظیم خاورمیانه است که با دیوارهای تودرتو و هزاران خشت و آجر بر تپه‌ای بنا شده و کتیبه‌های آجرین با خط میخی عیلامی قدمت این بنا را آشکار می‌سازد. این بنا که معبدی مذهبی برای نیایش بوده به یاد "اینشوشیناک" خدای حامی شهر شوش ساخته شده است. شهر عظیم شوش به وسیله پادشاه آشوری، "آشوربانیپال" ویران گردید تا آن که با تلاش هخامنشیان و برپایی کاخ‌های زمستانی به عنوان پایتخت، بار دیگر رونق گذشته خود را به دست آورد و تا اوائل تسلط عرب همچنان

رونق داشت. از سده دوم تا هفتم ه. ق. نیز دوباره رونقی نصیب این شهرگشت ولی با حمله مغولان، عظمت و شکوه آن از میان رفت.

آکروپل، شهرشاهی، آپادانا، شهرپیشه و ران، قلعه دمورگان، آرامگاه دانیال نبی، کاخ شاتور و شهر باستانی چغازنبیل از مهمترین دیدنی‌های تاریخی و باستانی شهرستان شوش به شمار می‌روند. محوطه باستانی هفت تپه حدود ۱۵ کیلومتری جنوب شرقی شهر شوش واقع شده و همان‌طور که از نام آن پیدا است از تپه‌های متعددی تشکیل شده است. از تپه‌های باستانی معروف پیش از تاریخ منطقه شوش می‌توان تپه جوی در شمال تپه جعفرآباد، تپه بند بال، بوهلان و تپه معروف آکروپل نام برد، که آثار متعددی در آن‌ها پیدا شده و به دوره سوزیانا تعلق دارند، مردمان این تپه‌ها در روستاها ساکن بوده‌اند. در واقع شوش بخشی از کشور ایران است که اولین آثار شهرنشینی و تجارت در آن ظهور کرده است و انسان در ۹ هزار سال پیش از میلاد در این منطقه کشاورزی می‌کرده است.



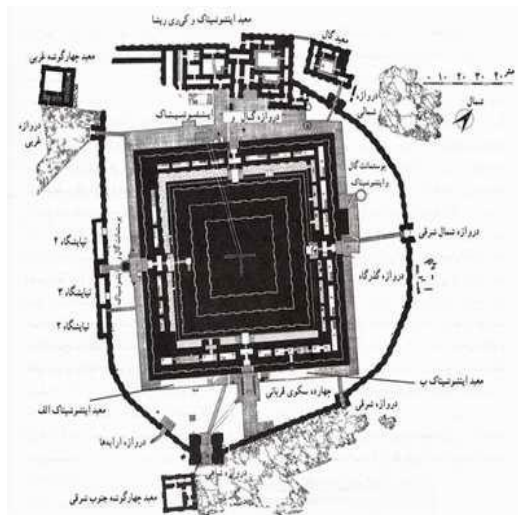
Source: IranCultural Heritage Organization (ICHO) نقشه ۲- نمای بیرونی شهر شوش

چغازنبیل

معبد زیگورات چغازنبیل در ۴۵ کیلومتری جنوب شرقی شوش واقع شده است. این معبد در سال ۱۳۰۰ پیش از میلاد به طول ۱۳۰۰ و عرض ۱۰۰ متر مربع ساخته شده است. این مجموعه که در فاصله ۲ کیلومتری رود دز قرار دارد، بعدها به نام دور اونتاش یا شهر اونتاش گال مشهتر گردید.

این شهر یادگار تمدن عیلام جدید است که از سه حصار تو در توی خشتی تشکیل شده و دروازه اصلی آن بر روی حصار بزرگ در جبهه شرقی قرار دارد. در حد فاصل حصار اول و دوم کاخ‌های شاهی و آرامگاه‌های سلاطین عیلام قرار دارند. در بین حصار دوم و سوم بقایای تصفیه خانه آب چغازنبیل در شمار قدیمی‌ترین تاسیسات آبرسانی به شمار می‌رود. آب آن از رودخانه کرخه و از فاصله ۴۵ کیلومتری با حفر و احداث کانالی تامین می‌شود. در مرکز حصار سوم معبد اصلی زیگورات قرار دارد. معبد اصلی به ابعاد ۱۰۵ در ۱۰۵ متر، مربع کاملی است که اضلاع آن در

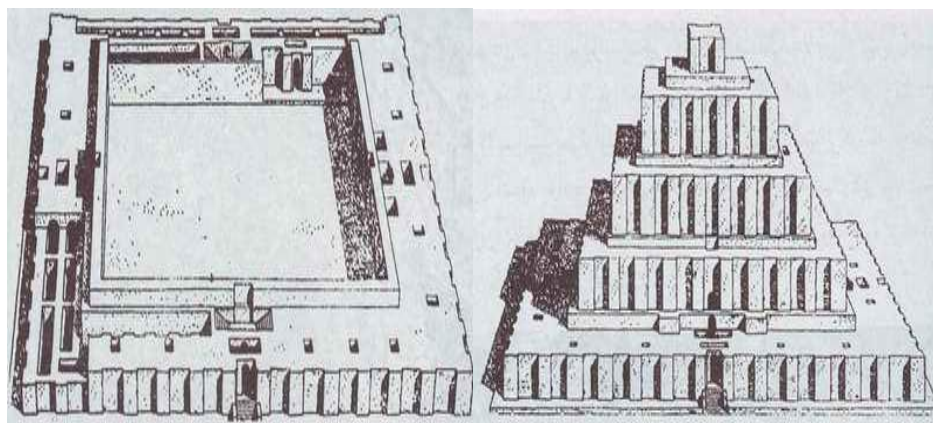
جهت اصلی شرقی، غربی و شمالی و جنوبی واقع شده است. اصل این معبد با به کارگیری میلیون‌ها آجر و در ۵ طبقه ساخته شده بود که در حال حاضر ۲ طبقه آن باقیمانده است. ارتفاع آندر گذشته حدود ۵۲ متر و متشکل از پنج طبقه بود. طبقات این معبد بر خلاف تمامی زیگورات‌های بین النهرین بر روی همدیگر ساخته نشده، بلکه هر طبقه مستقلا از سطح زمین به بالا احداث شده است. به غیر از طبقه اول و پنجم، تمامی طبقات از خشت پر شده‌اند، طبقه پنجم که مرتفعترین طبقه محسوب می‌شود، جایگاه قرار دادن بت‌های آن زمان بوده است. مهمترین این بت‌ها خدای اینشوشیناک یا خدای خاص شهر شوش بوده است.



(نقشه-۳) پلان مجموعه زیگورات و صحن‌ها

Source: Daneshju.ir

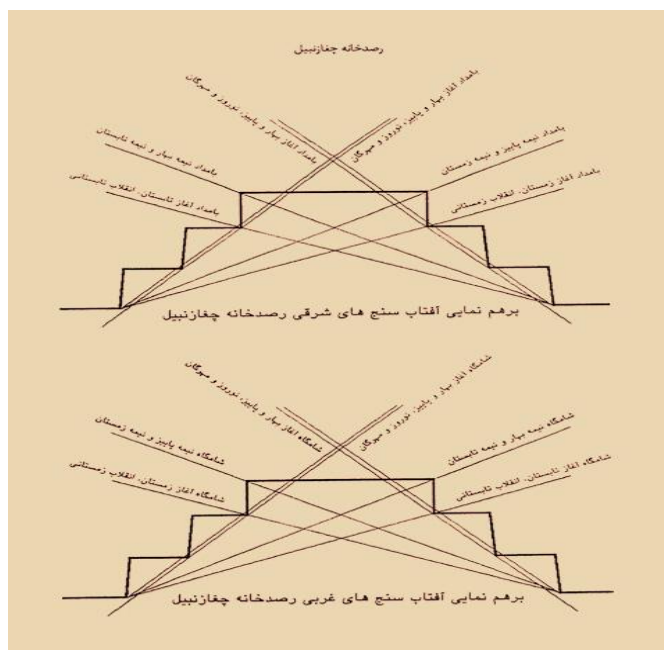
بر روی دیوارهای معبد آجرهایی به خط میخی مشاهده می‌شود که همگی دارای متنی یکسان هستند که بیانگر نام پادشاه و هدف او از ساخت این معبد می‌باشد. در اطراف معبد و بر روی کف اصلی دو سکوی میور بریده مشاهده می‌شود که نظرات مختلفی در مورد آن‌ها ابراز شده، برخی آنها را سکوی قربانگاه و برخی دیگر محل ستاره شناسی و ساعت خورشیدی دانسته‌اند. مجموعه این شهر و آثار تمدن عیلام در هفت تپه در سال ۶۴۰ پیش از میلاد در حمله ی آشوریان به سرکردگی آشور بانپال ویران گردید و حاکمیت عیلامی‌ها پس از هزاران سال منقرض شد (Zendedel, 2000: 80).



شکل (۱) طرح از نمای چغازنبیل

Source: Daneshju.ir

در سه سوی زیگورات چغازنبیل سه بنای کوچک آجری دایره‌ای شکل ساخته شده است که تنها یکی از آنها که در سوی شمال غربی قرار دارد تا حدودی سالم باقی مانده بود و دیگری که در جنوب غربی قرار دارد به دست مرمتگران عضو هیئت کاوش فرانسوی شبیه به نمونه سالم شمال غربی بازسازی شد. در چهار سوی این بنا، چهار آفتاب سنج آجری به شکل طاق نما یا پنجره نما شاخه شده است که با آفتاب سنج‌های رصدخانه نقش رستم شباهت زیادی دارد (Morddi ghiasabadi, 2005). گمان می‌رود این سه بنا که بر روی هم مجموعه واحدی را تشکیل می‌دهند، یک آفتاب سنج و سازه خورشیدی برای سنجش گردش خورشید و تشخیص روزهای اول و میانی هر فصل سال یا اعتدالین بهاری و پاییزی و انقلاب‌های تابستانی و زمستانی بوده است.



(شکل ۲- چگونگی ایجاد سایه‌ها در تقویم آفتابی زیگورات چغازنبیل)

Source: Ghiasabadi

بحث و بررسی

در این مطالعه از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده گردیده است، که از انواع نمونه‌گیری احتمالی می‌باشد که دانشمندان علوم رفتاری مورد استفاده قرار می‌دهند. در این تحقیق پرسشنامه‌ها به صورت تصادفی بین گردشگران منطقه چغازنبیل توزیع گردید. پرسشنامه مورد نظر دارای دو بخش بوده، بخش نخست شامل سؤالات زمینه‌ای و عواملی چون جنسیت، سطح تحصیلات، سن، میزان درآمد را می‌سنجد. بخش دوم پرسشنامه شامل سؤالاتی در زمینه متغیرهای تحقیق است که همه سؤالات این بخش در قالب طیف لیکرت طراحی شده‌اند. در تحقیق حاضر از مقیاس پنج گانه لیکرت برای اندازه‌گیری متغیرها و طراحی پرسشنامه استفاده شده است که بصورت زیر مقیاس بندی شده است:

خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم

ارزشگذاری گزینه‌های هر سؤال به این ترتیب که به گزینه خیلی زیاد، ارزش ۵ و به گزینه خیلی کم، ارزش ۱ داده شد. به عبارت دیگر ارزش گذاری گویه‌های هر سؤال پرسشنامه بصورت زیر می‌باشد:

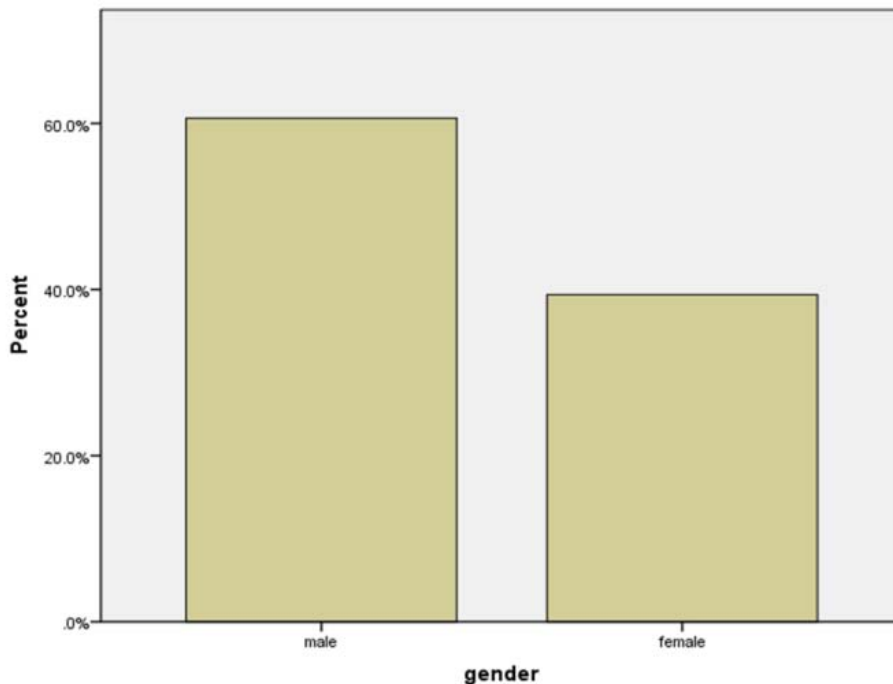
خیلی زیاد زیاد متوسط کم خیلی کم

۱ ۲ ۳ ۴ ۵

داده‌های تعدادی پرسشنامه‌ای که بین اعضای جامعه پخش گردید را با استفاده از نرم افزار SPSS، آلفای کرونباخ آنرا به دست آوردیم. ضریب آلفای محاسبه شده از طریق نرم افزار SPSS برابر ۰/۸۷۷ می‌باشد بنابراین می‌توان گفت که پرسشنامه‌های فوق از پایداری کافی برخوردار می‌باشند.

برای تایید فرضیات و همچنین تمامی تحلیل‌های آماری از نرم افزار SPSS استفاده گردیده است. در این تحقیق از آزمون one sample t-value جهت تأیید فرضیات مربوط به نحوه عملکرد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری استفاده شده است. این آزمون مشخص می‌کند که برنامه‌ریزی مذکور از سطح خوبی برخوردار می‌باشد یا خیر. همچنین از رگرسیون خطی به منظور تأیید فرضیات مربوط به رابطه برنامه‌ریزی توسعه گردشگری بر میزان جذب گردشگر استفاده شده است. آزمون مذکور تعیین می‌نماید که چه میزان هر یک از ابعاد برنامه‌ریزی ذکر شده، با میزان جذب گردشگر رابطه دارد. از طریق این آزمون می‌توان مهمترین بعد برنامه‌ریزی را در این منطقه مشخص و تصمیمات و نتایج را بر اساس آن اتخاذ نمود.

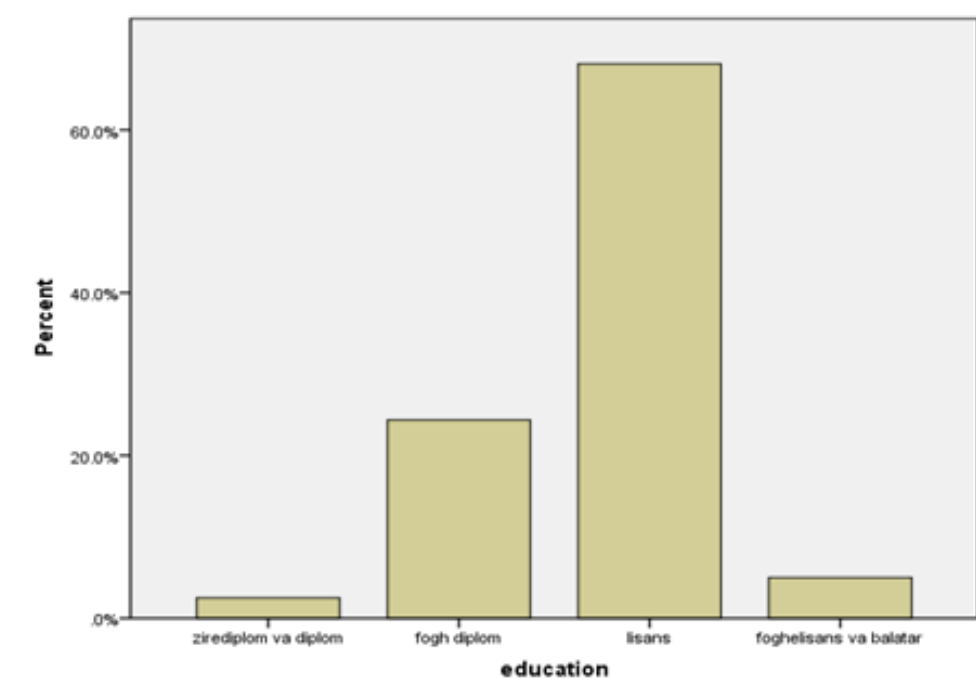
با توجه به نمودار ۱ که بیان کننده توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس جنسیت می‌باشد، بیشترین تعداد پاسخ‌دهنده‌ها (۶۰ درصد) مرد بوده‌اند.



نمودار ۱- درصد فراوانی به تفکیک جنسیت

Source: Research Findings

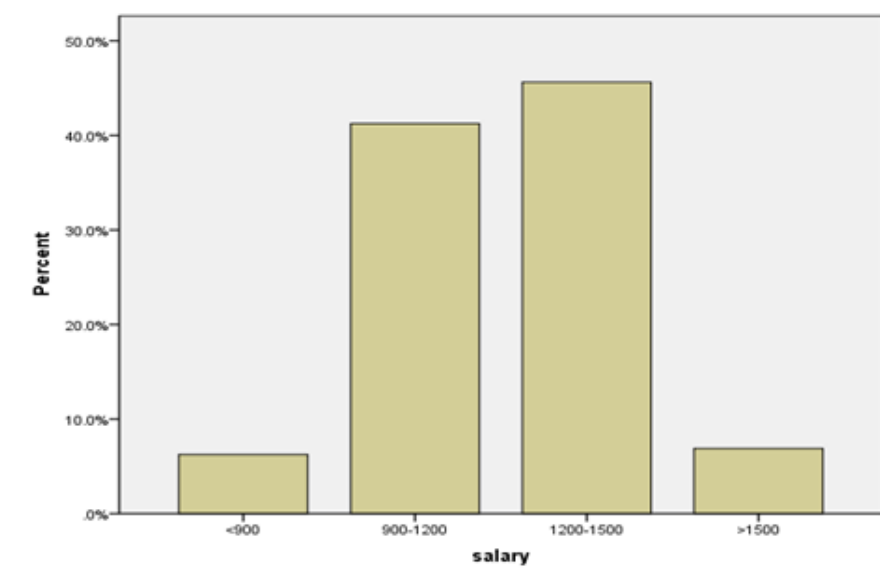
بیشترین رده تحصیلی مربوط به لیسانس می‌باشد که بیش از ۶۰ درصد نمونه را تشکیل می‌دهد. و در رده بعدی فوق دیپلم قرار دارد.



نمودار ۲- درصد فراوانی به تفکیک میزان تحصیلات

Source: Research Findings

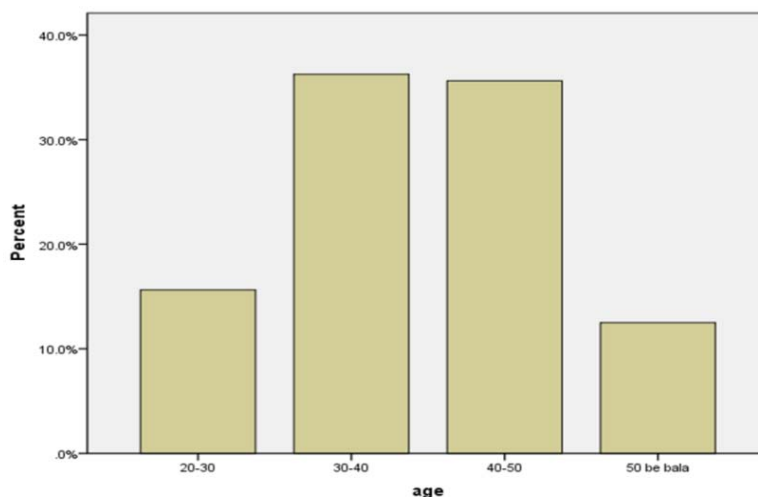
از بین ۱۶۰ پاسخگو کمتر از ۱۰ درصد کمتر از ۹۰۰ هزار تومان درآمد دارند، حدود ۴۰ درصد بین ۹۰۰ الی یک میلیون و دویست هزار تومان، حدود ۴۵ درصد بین یک میلیون و دویست هزار تومان الی یک میلیون و پانصد هزار تومان و کمتر از ۱۰ درصد از یک میلیون و پانصد هزار تومان به بالا درآمد دارند.



نمودار ۳- درصد فراوانی به تفکیک درآمد ماهیانه

Source: Research Findings

از بین ۱۶۰ پاسخگو، سن ۳۰ الی ۴۰ و همچنین ۴۰ الی ۵۰ بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. نمودار زیر گویای این موضوع می‌باشد.



نمودار ۴- درصد فراوانی به تفکیک سن

Source: Research Findings

جهت تأیید فرضیات مربوط به رابطه ابعاد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری با میزان گردشگر به این منطقه از رگرسیون خطی استفاده شده است.

همانطور که قبلاً عنوان شد یکی از ابعاد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، بُعد کالبدی- فضایی می‌باشد. براساس پاسخ‌های داده شده به این بُعد، که سنجش میزان رضایت گردشگران از مولفه‌های کالبدی- فضایی می‌باشد، از طریق رگرسیون خطی میزان رابطه آن با میزان قصد دوباره برای مسافرت به این منطقه مورد سنجش قرار گرفت. آزمون رگرسیون خطی در این خصوص به شرح جدول ذیل می‌باشد.

جدول ۱- خلاصه رگرسیون

Model	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای معیار
1	.704a	.496	.493	.64220

Source: Research Findings

تعیین (R Square) نشان می‌دهد که حدود ۴۹ درصد از میزان مسافرت به این منطقه وابسته به بُعد کالبدی- فضایی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری می‌باشد. لذا این بعد از اهمیت زیادی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری جهت جذب گردشگران دارد. جهت آزمون آن جدول زیر مد نظر می‌باشد.

جدول ۲- همبستگی

Model	B	ضریب غیر استاندارد		ضریب استاندارد شده	
		خطای معیار	Beta	آماره t	Sig. (معنی داری)
کالبدی - فضایی	.635	.051	.704	12.465	.000

Source: Research Findings

با توجه به مقدار معنی داری (Sig) که نزدیک به صفر می‌باشد لذا نشان می‌دهد که رابطه مقدار همبستگی از صفر بالاتر بوده و رابطه معنی داری بین برنامه‌ریزی کالبدی- فضایی و میزان جذب گردشگر وجود دارد. لذا فرضیه اول تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد. بنابراین گفته می‌شود که در سطح ۰/۹۵ اطمینان برنامه‌ریزی کالبدی- فضایی بر میزان جذب گردشگر تأثیر دارد.

بر اساس پاسخ‌های داده شده به بُعد فرهنگی - اجتماعی، که سنجش میزان رضایت گردشگران از مولفه‌های فرهنگی - اجتماعی منطقه می‌باشد، از طریق رگرسیون خطی میزان رابطه آن با میزان قصد دوباره برای مسافرت به این منطقه مورد سنجش قرار گرفت. آزمون رگرسیون خطی در این خصوص به شرح جدول ذیل می‌باشد.

جدول ۳- خلاصه رگرسیون

Model	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعدیل شده خطای معیار
1	.466a	.217	.212
			.80041

Source: Research Findings

میزان ضریب تعیین (R Square) نشان می‌دهد که حدود ۲۱ درصد از میزان مسافرت به این منطقه وابسته به بُعد فرهنگی - اجتماعی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری می‌باشد. اهمیت این بعد نسبت به کالبدی - فضایی کمتر بوده است. که بر اساس آن، جدول زیر مدنظر می‌باشد.

جدول ۴- همبستگی

Model	ضریب غیر استاندارد		ضریب استاندارد شده	
	B	خطای معیار	Beta	اماره t
1	.420	.063	.466	6.613
				.000

Source: Research Findings

با توجه به مقدار معنی داری (Sig) که نزدیک به صفر می‌باشد و از ۰/۰۵ کوچکتر است. لذا نشان می‌دهد که مقدار همبستگی از صفر بالاتر بوده و رابطه معنی داری بین برنامه‌ریزی فرهنگی - اجتماعی و میزان جذب گردشگر وجود دارد لذا فرضیه دوم تحقیق نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد. بنابراین گفته می‌شود که در سطح ۰/۹۵ اطمینان برنامه‌ریزی فرهنگی - اجتماعی بر میزان جذب گردشگر تأثیر دارد. در بعد اقتصادی و رابطه آن با میزان قصد دوباره برای مسافرت به این منطقه با توجه به آزمون رگرسیون خطی در جدول شماره ۵ میزان ضریب تعیین (R Square) نشان می‌دهد که حدود ۲۱ درصد از میزان مسافرت به این منطقه وابسته به بُعد اقتصادی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری می‌باشد.

جدول ۵- خلاصه رگرسیون

Model	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعدیل شده خطای معیار
1	.459a	.211	.206
			.80361

Source: Research Findings

جدول ۶- همبستگی

Model	ضریب غیر استاندارد		ضریب استاندارد شده	
	B	خطای معیار	Beta	اماره t
1	.414	.064	.459	6.491
				.000

Source: Research Findings

با توجه به مقدار معنی داری (Sig) که نزدیک به صفر می‌باشد و از ۰/۰۵ کوچکتر است. لذا نشان می‌دهد که مقدار همبستگی از صفر بالاتر بوده و رابطه معنی داری بین برنامه‌ریزی در زیرساخت‌های اقتصادی و میزان جذب گردشگر وجود دارد. لذا فرضیه سوم تحقیق نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد. بنابراین گفته می‌شود که در سطح ۰/۹۵ اطمینان برنامه‌ریزی اقتصادی بر میزان جذب گردشگر تأثیر دارد. جهت تأیید فرضیات مربوط به سنجش عملکرد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در این منطقه از آزمون t-value (تک نمونه‌ای) استفاده شده است. با توجه به این که در این تحقیق از طریق طیف لیکرت متغیرهای تحقیق مورد سنجش قرار می‌گیرند و از طیف ۵ گزینه‌ای استفاده شده است لذا اگر افراد در خصوص ابعاد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری ارزیابی بالاتر از متوسط (مقدار ۳) داشته

باشند می‌توان گفت که در این منطقه جهت توسعه گردشگری برنامه‌ریزی خوبی انجام شده است و برعکس. بر اساس جداول زیر که ارزیابی افراد از عملکرد بعدکالبدی- فضایی از برنامه‌ریزی توسعه گردشگری را نشان می‌دهد، به طور میانگین این ارزیابی پایین‌تر از حد متوسط بوده است.

جدول ۷- آزمون تک نمونه‌ای و آماره تک نمونه‌ای t

تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار میانگین
160	mean	frame	.617242.4200
			.04880

Source: Research Findings

Test Value = 3			
سطح اطمینان %۹۵	حد پایین حد بالا	تفاوت میانگین	معنی داری (دودنباله) sig
	-4.836 -6.764	-5.8000	.000
آماره t	درجه آزادی	میانگین کالبدی-فضایی	159 -11.886

در آزمون فوق مقدار فرض صفر، برابر با مقدار متوسط یعنی مقدار ۳ می‌باشد. مقدار میانگین حدود ۲/۴ می‌باشد لذا با توجه به مقدار واریانس نمونه و مقدار $t = -11.88$ که منفی می‌باشد و همچنین مقدار Sig نزدیک به صفر (کوچکتر از ۰/۰۵) ارائه شده در جدول فوق، نشان می‌دهد که گردشگران از عملکرد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری رضایت کمی داشته و ارزیابی آنها از متوسط پایین‌تر بوده است. بنابراین فرضیه چهارم مبنی بر عملکرد مناسب در خصوص برنامه‌ریزی توسعه گردشگری کالبدی- فضایی رد خواهد شد. در بعد برنامه‌ریزی فرهنگی- اجتماعی نشان می‌دهد که ارزیابی افراد از عملکرد این بعد از برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، به طور میانگین برابر حد متوسط بوده است.

جدول ۷- آماره تک نمونه‌ای t

تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار میانگین
160	3.0875	.80897	.06395

Source: Research Findings

Test Value = 3			
سطح اطمینان %۹۵	حد پایین حد بالا	تفاوت میانگین	معنی داری (دودنباله) sig
	-4.836 -6.764	-5.8000	.000
آماره t	درجه آزادی	میانگین کالبدی-فضایی	159 -11.886

Source: Research Findings

در آزمون فوق مقدار فرض صفر، برابر با مقدار متوسط یعنی مقدار ۳ می‌باشد. مقدار میانگین حدود ۲/۴ می‌باشد لذا با توجه به مقدار واریانس نمونه و مقدار $t = -11.88$ که منفی می‌باشد و همچنین مقدار Sig نزدیک به صفر (کوچکتر از ۰/۰۵) ارائه شده در جدول فوق، نشان می‌دهد که گردشگران از عملکرد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری رضایت کمی داشته و ارزیابی آنها از متوسط پایین‌تر بوده است. بنابراین فرضیه چهارم مبنی بر عملکرد مناسب در خصوص برنامه‌ریزی توسعه گردشگری کالبدی- فضایی رد خواهد شد. در ارزیابی از برنامه‌ریزی فرهنگی- اجتماعی انجام می‌شود که زیرساخت‌ها در این خصوص تا چه حد مناسب بوده است. جداول زیر نشان می‌دهد که ارزیابی افراد از عملکرد این بعد از برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، به طور میانگین برابر حد متوسط بوده است.

جدول ۸- آماره تک نمونه‌ای t

تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار میانگین
160	3.0875	.80897	.06395

Source: Research Findings

جدول ۹- آزمون تک نمونه‌ای

Test Value = 3						
آماره t	درجه آزادی	معنی داری (دو دنباله) sig	تفاوت میانگین	حد پایین	حد پایین	سطح اطمینان ۹۵٪
1.368	159	.173	.08750	-.0388		.2138

Source: Research Findings

در آزمون فوق مقدار فرض صفر، برابر با مقدار متوسط یعنی مقدار ۳ می‌باشد. مقدار میانگین حدود ۳/۰۸ می‌باشد لذا با توجه به مقدار واریانس نمونه و مقدار $t = +1.36$ که مثبت می‌باشد و همچنین مقدار Sig بالاتر از ۰/۰۵ ارائه شده در جدول فوق، نشان می‌دهد که گردشگران از عملکرد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری رضایت متوسطی داشته و ارزیابی آنها در حد نه خوب و نه بد بوده است. بنابراین فرضیه پنجم مبنی بر عملکرد مناسب در خصوص برنامه‌ریزی توسعه گردشگری فرهنگی- اجتماعی رد خواهد شد. اما با توجه به آنچه در فرضیه شش مطرح شد ارزیابی از برنامه‌ریزی اقتصادی انجام می‌شود که زیرساخت‌ها در این خصوص تا چه حد مناسب بوده است، جداول زیر نشان می‌دهد که ارزیابی افراد از عملکرد این بعد از برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، به طور میانگین بالاتر از حد متوسط بوده است.

جدول ۱۰- آماره تک نمونه‌ای t

تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار میانگین
160	3.5625	.70376	.05564

Source: Research Findings

جدول ۱۱- آزمون تک نمونه‌ای

Test Value = 3						
آماره t	درجه آزادی	معنی داری (دو دنباله) sig	تفاوت میانگین	حد پایین	حد پایین	سطح اطمینان ۹۵٪
10.110	159	.000	.56250	.4526		.6724

Source: Research Findings

در آزمون فوق مقدار فرض صفر، برابر با مقدار متوسط یعنی مقدار ۳ در طیف لیکرت می‌باشد. مقدار میانگین حدود ۳/۵۶ می‌باشد لذا با توجه به مقدار واریانس نمونه و مقدار $t = +10.11$ که مثبت می‌باشد و همچنین مقدار Sig نزدیک به صفر (کوچکتر از ۰/۰۵) ارائه شده در جدول فوق، نشان می‌دهد که گردشگران از عملکرد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری رضایت بالایی داشته و ارزیابی آنها از متوسط بالاتر بوده است. بنابراین فرضیه ششم مبنی بر عملکرد مناسب در خصوص برنامه‌ریزی توسعه گردشگری اقتصادی تأیید خواهد شد.

نتیجه‌گیری

در این تحقیق ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه بوده که روایی آن توسط کارشناسان و محققین تأیید و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۸۷ می‌باشد اجرا گردید تعداد نمونه تعیین شده در این تحقیق ۱۶۰ پرسشنامه توزیع گردید. پس از جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه و با استفاده از نرم افزارهای SPSS به تجزیه و تحلیل پرداخته شده است.

پرسشنامه این تحقیق دارای ۴ سوال جمعیت شناختی شامل جنسیت، تحصیلات، درآمد و سن می‌باشد. این قسمت از پرسشنامه جهت آمار توصیفی و شناخت مولفه‌های جمعیت شناختی در پرسشنامه آورده شده است و لذا تجزیه و تحلیل بر روی آنها انجام نشده است. به طور خلاصه نتایج تحقیق این مطلب را روشن می‌کند که:

بُعد کالبدی _ فضایی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری رابطه معنی داری با میزان جذب گردشگر دارد.

بُعد فرهنگی _ اجتماعی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری رابطه معنی داری با میزان جذب گردشگر دارد.

بُعد اقتصادی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری رابطه معنی داری با میزان جذب گردشگر دارد .

برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، در زمینه کالبدی- فضایی، در این منطقه بخوبی اجرا نشده است.

برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، در زمینه فرهنگی- اجتماعی، در این منطقه بخوبی اجرا نشده است.

برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، در زمینه اقتصادی، در این منطقه در بخوبی اجرا شده است. با توجه به تأیید فرضیه اول، بُعد کالبدی _ فضایی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری رابطه معنی داری با میزان جذب گردشگر دارد. که هر چقدر در این زمینه بیشتر برنامه‌ریزی شود میزان گردشگر در این منطقه نیز افزایش خواهد یافت. بنابراین سرمایه گذاری در بحث زیرساخت‌هایی مانند راه‌ها و وسایل حمل و نقل، آب، برق، بالابردن کیفیت هتل‌ها و... می‌تواند تأثیر بسزایی در میزان سفر به این منطقه داشته باشد. با توجه به جداول رگرسیون مربوط به فرضیه اول، برنامه‌ریزی در این زمینه بیشترین رابطه را نسبت به بقیه ابعاد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری با میزان جذب گردشگر داشته است و حدود ۵۰ درصد از میزان جذب توریسم بستگی به زیرساخت‌های کالبدی- فضایی دارد لذا می‌توان عنوان نمود که اولویت اول توسعه گردشگری و جذب توریست در این منطقه زمینه کالبدی- فضایی می‌باشد و این بُعد از اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشد و بدون آن ۵۰ درصد از مسافرت‌ها به این منطقه از بین خواهد رفت. فرضیه دوم نشان داد که بعد فرهنگی- اجتماعی دارای رابطه معنی داری با میزان جذب توریسم به این منطقه است. که هر چقدر در این زمینه بیشتر برنامه‌ریزی شود میزان گردشگر در این منطقه نیز افزایش خواهد یافت. بنابراین سرمایه گذاری در بحث فرهنگی اجتماعی مانند تبلیغات، بالا بردن امنیت اجتماعی، استفاده از نیروی انسانی ماهر و غیره می‌تواند تأثیر بسزایی در میزان سفر به این منطقه داشته باشد. با توجه به جداول رگرسیون مربوط به فرضیه دوم، برنامه‌ریزی در این زمینه حدود ۲۰ درصد از میزان جذب توریسم به خود اختصاص داده است لذا می‌توان عنوان نمود بدون آن ۲۰ درصد از مسافرت‌ها به این منطقه از بین خواهد رفت. فرضیه سوم نشان داد که بعد اقتصادی رابطه معنی داری با میزان جذب توریسم به این منطقه دارد. که هر چقدر در این زمینه بیشتر برنامه‌ریزی شود میزان گردشگر در این منطقه نیز افزایش خواهد یافت. بنابراین سرمایه گذاری در بحث اقتصادی مانند کاهش قیمت هتلها، افزایش استفاده از آژانس‌های مسافری با قیمت ارزانتر، کاهش سطح قیمت کالا و خدمات مورد نیاز گردشگران و غیره می‌تواند تأثیر بسزایی در میزان سفر به این منطقه داشته باشد. با توجه به جداول رگرسیون مربوط به فرضیه سوم، برنامه‌ریزی در این زمینه حدود ۲۰ درصد از میزان جذب توریسم به خود اختصاص داده است لذا می‌توان عنوان نمود بدون آن ۲۰ درصد از مسافرت‌ها به این منطقه از بین خواهد رفت. آزمون فرضیه چهارم نشان می‌دهد که افراد از زیرساخت‌های کالبدی- فضایی رضایت کمی داشته لذا این زیرساخت‌ها که اهمیت زیادی دارند باید مورد توجه بیشتری واقع شوند. این زمینه از برنامه‌ریزی که زیرساخت‌های اساسی محسوب می‌شوند در این منطقه مورد غفلت

قرار گرفته لذا میزان گردشگر را به نصف کاهش داده است. استفاده از سرمایه گذاران بخش خصوصی و هرگونه سرمایه گذاری دیگر جهت بهبود زیرساخت‌های کالبدی- فضایی می‌تواند بسیار موثر باشد. پایین بودن میانگین رضایت افراد از این مولفه از برنامه‌ریزی، نشان می‌دهد که خدمات و همچنین تسهیلات ارائه شده در این منطقه ضعیف بوده و باعث کاهش رضایت گردشگران گردیده است. این مشکلات مربوط به زیرساخت‌های حمل و نقل، اماکن عمومی و بهداشتی، وضعیت آب و برق و... می‌باشد. با توجه به اینکه ارائه خدمات و تسهیلات لازم (مولفه کالبدی- فضایی) از بقیه مولفه‌ها اهمیت بیشتری دارد لذا بایستی به آن توجه بیشتری شود. تأسیس هتل‌های دارای کیفیت برتر در ارائه خدمات، ایجاد مراکز و اماکن بهداشتی دارای استانداردهای لازم، سرمایه گذاری در آژانس‌های مسافرتی جهت ارائه تسهیلات مسافرت به این منطقه، استفاده از افراد راهنما در داخل چغازنبیل برای ارائه خدمات به گردشگران، از جمله کارهایی است که برای از بین رفتن مشکلات خدمات و تسهیلات ارائه شده می‌توان عنوان نمود. آزمون فرضیه پنجم نشان می‌دهد که افراد از زیرساخت‌های فرهنگی- اجتماعی رضایت متوسط داشته لذا این زمینه از برنامه‌ریزی که در این منطقه به طور متوسط انجام شده است لذا میزان گردشگر را تا حدودی کاهش داده است. استفاده تبلیغات بیشتر، بالا بردن امنیت اجتماعی جهت گردشگران، قانون گذاری جهت حفظ حقوق گردشگران، در بهبود زیرساخت‌های فرهنگی- اجتماعی و به طبع آن در افزایش جذب گردشگر می‌تواند بسیار موثر باشد. یکی از متغیرهای اصلی و تأثیرگذار در بحث برنامه‌ریزی فرهنگی- اجتماعی، تبلیغات می‌باشد. تبلیغات جزء فعالیت‌های ترفیعی در بازاریابی محسوب می‌شود و ابزاری در دست سازمان‌ها جهت ایجاد آگاهی در خصوص آن سازمان می‌باشد. با توجه به آزمون فرضیه پنجم که نشان می‌دهد این سازمان در بحث فرهنگی- اجتماعی مطلوب عمل ننموده و عملکرد متوسطی را از نظر گردشگران دارا می‌باشد لذا نیاز به تبلیغات در این بخش و بالا بردن آگاهی در خصوص این منطقه بسیار حائز اهمیت بوده و می‌تواند در بالا بردن این مولفه (فرهنگی - اجتماعی) و به تبع آن افزایش تعداد توریست تأثیر بسزایی داشته باشد. رد شدن فرضیه پنجم می‌تواند نشان‌دهنده تبلیغات کم در خصوص جاذبه‌های گردشگری این منطقه باشد. عدم تبلیغات و ایجاد آگاهی در خصوص جاذبه‌های گردشگری به معنی از دست دادن بسیاری از گردشگران به علت عدم شناخت می‌باشد. آزمون فرضیه ششم نشان می‌دهد که افراد از زیرساخت‌های اقتصادی رضایت بالایی داشته لذا در خصوص این زیرساخت‌ها برنامه‌ریزی مناسبی انجام شده است. این زمینه از برنامه‌ریزی که از ارزیابی بالایی برخوردار است، میزان گردشگران را افزایش داده است. با توجه به اینکه عملکرد این بعد نسبت به بقیه ابعاد برنامه‌ریزی بالاتر بوده است پیشنهاد می‌گردد برنامه‌ریزی در این زمینه به همان روال قبل انجام شده و بیشتر در زمینه‌های دیگر اقداماتی انجام شود.

پیشنهادات و راهکارها

این تحقیق در مورد برنامه‌ریزی جهت توسعه گردشگری بوده است که پیشنهاد می‌شود در خصوص نتایج افزایش میزان گردشگر به این منطقه نیز تحقیقی انجام شود. جامعه آماری این تحقیق شهر چغازنبیل بوده که پژوهشگران می‌توانند برای مناطق باستانی دیگر نیز این تحقیق را انجام دهند و نتایج مقایسه گردد. هم چنین بررسی نقش متغیرهای دیگر که می‌توانند توسعه گردشگری را تحت تأثیر قرار دهند. افزایش گردشگر می‌تواند تأثیر زیادی در رونق مناطق مورد بازدید و به تبع آن حفاظت از منطقه گردشگری داشته باشد. با برنامه‌ریزی توسعه گردشگری با

توجه به مولفه‌های آن، به خصوص در ابعاد کالبدی _ فضایی که در این تحقیق اولویت اول در برنامه‌ریزی را داراست، می‌توان جذب گردشگر در این منطقه را افزایش داد و لذا تبعات ناشی از افزایش گردشگر مانند ایجاد درآمد و غیره کمک شایانی در جهت تامین هزینه در راستای مرمت آثار تاریخی چغازنبیل بمنظور حفظ و نگهداری این آثار کرد. بدون توجه به مدیریت و برنامه‌ریزی با مولفه‌های ذکر شده در این تحقیق، این آثار به سمت فراموشی و نابودی سوق پیدا خواهند کرد.

References

- Chakvey. G (2006) Comprehensive Vision of International Tourism, translate Ali parsian and Mohammad Arabi, Tehran, Daftare Pajoheshhaye Farhangi
- Girishman. Roman (1994) Choghazanbil, translate Asghar Karimi, Tehran, Sazmane Mirase Farhangi , Gardeshgari va Sanaye Dasti
- Moradi Ghiasabadi Reza (2013) Rasadkhane Choghazanbil, www.ghiasabadi.com
- Yaghobzadeh. Yahya (2006) Iranian Stadies , Tehran, Markaze Tahghighate Farhang va zabanhaye Irani
- Yaghobzade. Rahim (2013) Tourism and its position in Iran, www.tourismroham.com
www.livius.org
www.iran atlas.info
www. ncc.ORG.ir
www.Daneshju.iR
- Zendedel. Hasan (2000) Comprehensive Iran Tourism Guide, Sazmane Mirase Farhangi , Gardeshgari va Sanaye Dasti Ostan Khozestan