

عوامل مؤثر بر توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان زنجان - چالش‌ها و راهکارها

حسن اسماعیل پور^۱ سعید رجبی^{*۲}

۱- عضو هیأت علمی و استادیار دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی

۲- مدرس گروه مدیریت دانشگاه پیام نور مرکز قیدار

چکیده

برای ایجاد یک توسعه همه جانبه و پایدار در ایران و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی نیازمند استفاده از تمامی قابلیت‌ها و توانمندی‌ها هستیم. در این راستا صنعت گردشگری، که کارشناسان آن را سومین اقتصاد پویای رو به رشد پس از صنعت نفت و خودروسازی می‌دانند، به عنوان نیاز اساسی کشور مطرح می‌شود. از این رو شناخت موانع توسعه صنعت گردشگری در مناطق مختلف ضرورت می‌یابد.

در این مطالعه با مراجعه به اسناد، مدارک و گزارش‌های موجود و نیز انجام مصاحبه کیفی با مطلعین کلیدی صنعت گردشگری استان زنجان، دو عامل (۱-تعدد مراکز تصمیم‌گیری و اطلاع رسانی ۲-ضعف امکانات زیربنایی، فرهنگ گردش‌پذیری) که به نظر می‌رسید با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان مرتبط باشند، شناسایی شد و برای پاسخگویی به چگونگی ارتباط این عوامل با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان دو فرضیه تدوین گردید. بخش کمی این مطالعه اختصاص به تکنیک‌های کمی پیمایش و آنالیز داده‌های آماری آن داشت که در آن از آزمون‌ها تی تک نمونه‌ای و آزمون رتبه‌بندی فریدمن استفاده شده است. طبق نتایج به دست آمده بین تعدد مراکز تصمیم‌گیری و اطلاع رسانی و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان زنجان هم‌چنین بین ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری و فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان زنجان یک رابطه مستقیم مشاهده شده است.

واژه های کلیدی: گردشگری، عوامل مؤثر در توسعه نیافتگی، چالش‌ها و راهکارها، استان زنجان.

مقدمه

انسان از زمانی که خود را شناخت و به سیر و سیاحت بر روی زمین پرداخت و هنگامی که اولین سفر را آغاز کرد، از پیامدهای آن آگاهی نداشت و بی هیچ مقصد مشخصی و صرفاً به اقتضای طبیعت خویش و کششی که در درون خود احساس می‌کرد پا به سفر گذاشت. انگیزه انسان در سفرهای اولیه خود بیشتر حس کنجکاوی و جستجوگری او بود و نیازها و خواسته‌های اقتصادی در کار نبوده است. اگرچه آدمی در ابتدا بر حسب طبیعت و سرشت خود به سیر و سفر روی آورد و اطلاعی از نتایج و ره آوردهای آن نداشت، اما در ضمن این سفرها، دستاوردهایی برای او فراهم آمد که به سفر و گردش معنایی نو بخشید. این معنای تازه دارای ابعاد گوناگون اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بود.

بدین ترتیب سیر و سفر جزئی از زندگانی آدمی شد و با رشد و توسعه اقتصادی و فرهنگی جوامع انسانی مرتبط گردید، به گونه‌ای که رشد و توسعه جوامع نیاز به سفر را افزایش داد، تا جایی که امروزه مسافرت و گردشگری بنیان اقتصادی برخی کشورها را تشکیل می‌دهد.

اقتصاد دنیای امروز صنعت گردشگری را به عنوان یکی از مهم‌ترین، متنوع‌ترین و پردرآمدترین صنایع جهان در قرن بیست و یکم به شمار می‌آورد که بخش قابل توجهی از درآمدهای تراز تجاری کشورها را تشکیل می‌دهد. به همین دلیل بسیاری از کشورها، این صنعت رو به گسترش را که طبق اعلامیه سازمان تجارت جهانی رتبه سوم را در تجارت بین‌المللی را کسب کرده و عظیم‌ترین صنعت جهان شناخته شده است، به عنوان منبع اصلی درآمد و زمینه‌ای برای اشتغال و رشد بخش خصوصی و تقویت زیرساخت‌های اقتصادی خود قرار داده‌اند. به ویژه کشورهای در حال توسعه و جوامعی که شکل‌های دیگری از توسعه اقتصادی مثل استخراج منابع یا تولید مصنوعات از نظر اقتصادی برای آنها مقرون به صرفه نیست و در صحنه تجارت جهانی نمی‌توانند نقش چندان مهمی را داشته باشند، به صنعت گردشگری روی آورده‌اند (ملکمی، ۱۳۸۰، ۴۳). در ایران نیز سیاست اقتصاد بدون نفت از جمله سیاست‌ها و برنامه‌های بسیار مهمی است که امروزه مورد توجه برنامه‌ریزان اقتصادی کشور قرار گرفته است. کشور ایران به لحاظ دارا بودن تمدن ایرانی - اسلامی همواره مورد توجه مردم سراسر دنیا بوده است و مزیت موجود می‌تواند نقش به‌سزایی در امر جذب گردشگران داشته باشد، بنابراین گردشگری با توجه به جاذبه‌های موجود می‌تواند نقش عمده‌ای در رشد اقتصاد بدون نفت کشور ایفا نماید، اما این امر نیازمند مطالعه و برنامه‌ریزی دقیق می‌باشد.

در خصوص چالش‌ها و راهکارهای توسعه‌نیافتگی صنعت گردشگری در استان زنجان مطالعات محدودی به انجام رسیده است که از آن جمله می‌توان به مطالعه مسعود کرمی (۱۳۸۱) با عنوان بررسی عوامل مؤثر جذب گردشگر در استان زنجان اشاره نمود. در این مطالعه توسعه امکانات زیربنایی و سیستم حمل و نقل و اطلاع‌رسانی از امکانات گردشگری استان زنجان مهم‌ترین عوامل در جذب گردشگر معرفی شده است. اما در ابعاد گسترده‌تر که شامل پژوهش‌های مربوط به کل کشور می‌شود، می‌توان از مطالعات

مسعود ناصری (۱۳۷۵) با عنوان «شناسایی موانع مؤثر بر توسعه صنعت توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش و جذب گردشگری»، علی‌عسگری (۱۳۷۳) با عنوان «سازماندهی و مدیریت بخش جهانگردی» اشاره نمود. در مطالعه آخر، ضرورت پژوهش در حوزه گردشگری به دلایل ذیل با اهمیت تشخیص داده شده است: الف - گسترش سریع گردشگری و مزایای اقتصادی آن، ب - جاذبه‌ها و امکانات بالقوه ایران برای جذب گردشگران، ج - نیاز کشور به درآمدهای ارزی حاصل از صادرات کالاهای غیر نفتی. بر اساس تحقیق فوق چنین نتیجه‌گیری می‌شود که گردشگری یک صنعت چند بعدی است و ارتباط بسیار زیادی با بخش‌های اجرائی گوناگون دارد و بنابراین باید توان هماهنگی بین بخش‌های مختلف موجود باشد تا مجموعه پرتحرک و پویا به وجود آید که در درون خود دارای وحدت مدیریت و انسجام کافی باشد. هم‌چنین در فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی در سال ۱۳۸۲ تحقیقی با عنوان «ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری استان لرستان را تعدد مراکز گردشگری، ضعف امکانات زیر بنایی، ضعف تبلیغات و ضعف فرهنگ می‌داند.

مطالعه حاضر از این جهت با اهمیت و ضروری است که اولاً یکی از استان‌های دارای ظرفیت بالا در امر اکوتوریسم را مورد توجه قرار داده است و ثانیاً تاکنون مطالعه مشابهی در خصوص چالش‌های صنعت گردشگری در این استان به انجام نرسیده است. از این رو، این مطالعه هم می‌تواند به عنوان آغازی برای مطالعات جامع‌تر برای مناطقی باشد که دارای جذابیت‌ها و ظرفیت‌های موجود برای اکوتوریسم هستند و هم‌چنین می‌تواند اختصاصاً در سیاست‌گذاری‌های توریسم استان زنجان مورد استفاده قرار گیرد.

با توجه به آنچه ذکر شد، این مطالعه درصدد است تا توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در ایران را این بار از زاویه استان زنجان و با در نظر گرفتن پتانسیل‌های گردشگری موجود در این منطقه از کشور مورد کنکاش و آسیب‌شناسی قرار دهد. به طور مشخص، این مطالعه دارای اهداف زیر است:

۱. بررسی وضعیت فعلی، آسیب‌ها و موانع توسعه گردشگری استان زنجان
۲. ارائه راهکارها و پیشنهاداتی در زمینه عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری استان زنجان

محدودیت‌های پژوهش

بدیهی است که در ارتباط با هر پژوهشی چه در مورد جمع‌آوری اطلاعات چه در زمینه تجزیه و تحلیل آنها محدودیتی وجود دارد؛ محدودیتی که محقق با آن مواجهه بود عبارت است از:

- ۱) عدم همکاری بعضی از مسئولین در انجام تحقیق.
- ۲) نبود اطلاعات کافی در مورد تعداد گردشگران استان.
- ۳) اعتقاد برخی از مسئولین به این که پرسش‌نامه چیزی جز اتلاف وقت نیست.
- ۴) عدم برگشت تعدادی از پرسش‌نامه‌های توزیعی.

روش‌شناسی مطالعه

روش تحقیق مجموعه‌ای از قواعد، ابزار و راه‌های معتبر و نظام یافته برای بررسی واقعیت‌ها، کشف مجهولات و دستیابی به راه حل مشکلات است که در علوم رفتاری با توجه به دو ملاک: روش گردآوری داده‌ها و هدف تحقیق طبقه‌بندی می‌شود. روش تحقیق حاضر از نوع توصیفی و پیمایشی است. هم‌چنین از زاویه تعیین نوع هدف، تحقیق مطالعه حاضر کاربردی است.

جامعه، نمونه آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه شامل گروهی از افراد است که یک یا چند صفت مشترک دارند که این صفات مورد توجه محقق می‌باشند. جامعه ممکن است همه افراد یک نوع خاص و یا عده محدودتری از همان گروه را دربرگیرد (خاکی، ۱۳۸۷: ۲۴). اولین مبنا در انتخاب جامعه آماری، موضوع تحقیق است. چرا که به دلیل ویژگی خاص باید مکانی برای پژوهش انتخاب شود که دارای شرایط مورد نظر باشد. از این رو، جامعه آماری تحقیق حاضر را کارشناسان سازمان‌های دولتی استان زنجان تشکیل داده است که در زمینه گردشگری استان دارای اطلاعات می‌باشند. تعداد کارشناسان واحدهای مورد نظر ۱۰۴ نفر را شامل می‌شوند که در سازمان خود با عنوان کارشناس مشغول خدمت بودند. از بین جامعه آماری تحقیق، با استفاده فرمول کوکران حجم نمونه به اندازه ۷۵ نفر برآورد شده و گروه نمونه نیز با روش تصادفی ساده انتخاب شده است. برای برآورد حجم نمونه آماری، با توجه به این که شاخص‌های میانگین و انحراف استاندارد مربوط به صفت مورد مطالعه در جامعه مورد مطالعه در دست نیست، برای برآورد حجم نمونه، دقت اندازه‌گیری ۰/۰۶ و واریانس بیشینه (موفقیت ۰/۵۰ و شکست ۰/۵۰) لحاظ شده و تعداد ۷۵ نفر برآورد گردیده است. فرمول و شاخص‌های به کار رفته در تخمین حجم نمونه به صورت زیر است:

$$\left[n \geq \left(\frac{t_{\alpha}^2 \times pq}{e^2} \right) / 1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t_{\alpha}^2 \times pq}{e^2} \right) \geq \frac{1.96^2 \times 0.25}{0.06^2} / 1 + \frac{1}{104} \left(\frac{1.96^2 \times 0.25}{0.06^2} \right) \approx 7 \right] 5$$

هم‌چنین در این مطالعه، از دو ابزار مطالعه اسناد و مدارک و تکمیل پرسش‌نامه به عنوان ابزارهای گردآوری اطلاعات و داده‌های تحقیق استفاده شده است:

- ۱) اسناد و مدارک: اسناد و مدارک شامل آمارها و اسناد مکتوب به صورت کتب و مجلات و سایر مکتوبات است. مطالعه کتابخانه‌ای یکی از روش‌های معمول برای دستیابی به یافته‌ها و یکی از اساسی‌ترین مراحل در جمع آوری اطلاعات پژوهش است. در این تحقیق از مطالعه کتابخانه‌ای برای گردآوری اطلاعات در زمینه ادبیات و پیشینه تحقیق و طراحی پرسش‌نامه استفاده شده است.
- ۲) پرسش‌نامه: در پژوهش حاضر به منظور اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق از پرسش‌نامه به کار رفته در تحقیقات پیشین با اعمال تغییرات استفاده شده است.

پرسش‌های اصلی پرسش‌نامه پژوهش ۲۰ گویه است و تعداد چهار سوال در زمینه ویژگی‌های نمونه شامل: (۱) سن، (۲) جنسیت، (۳) وضعیت تأهل، (۴) تحصیلات و (۵) سازمان محل کار طرح شده است.

فرضیه‌های تحقیق

در تحقیقات علمی فرضیه علمی عبارت است از حدس و گمان اندیشمندانه درباره ماهیت، چگونگی و رابطه بین پدیده‌ها، اشیاء و متغیرها که محقق را در تشخیص نزدیک‌تر و محتمل‌ترین راه برای کشف مجهول کمک می‌نماید (حافظ نیا؛ ۱۳۸۴، ۱۱).

این مطالعه دارای ۲ فرضیه ذیل می‌باشد:

۱. بین تعدد مراکز تصمیم‌گیری و اطلاع‌رسانی و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان زنجان رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری و فرهنگی و توسعه نیافتگی استان زنجان رابطه معناداری وجود دارد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل، عبارت از روشی است که از طریق آن کل فرایند تحقیق به سوی یک نتیجه هدایت می‌شود. بنابراین برای تجزیه و تحلیل داده‌های این تحقیق از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. از آمار توصیفی برای محاسبه شاخص‌های گرایش به مرکز و پراکندگی و از آمار استنباطی برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. در تجزیه و تحلیل استنباطی، آزمون‌های کالموگروف - اسمیرنف، آزمون مقایسه میانگین یک متغیری (آزمون t تک نمونه)، آزمون رتبه‌بندی فریدمن، آزمون ویل کاکسون، آزمون کروسکال والیس و آزمون یو مان ویتنی به کار رفته است.

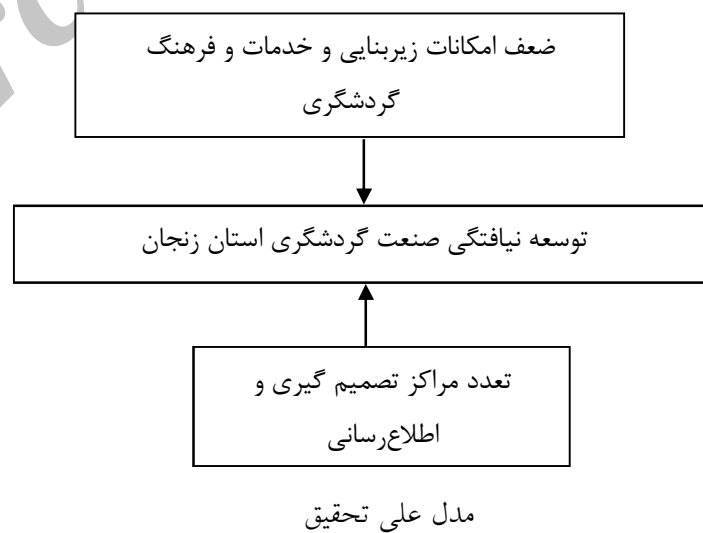
مدل علی تحقیق

رویکرد نظری این مطالعه به طور کلی راهبردهای توسعه صنعت گردشگری را شامل می‌شود که در این بخش ضمن اشاره به آن، عوامل مؤثر در مدیریت کارآمد این صنعت و نیز برخی از موانع توسعه مورد بحث قرار خواهند گرفت.

مطالعات نشان داده است که یکی از عوامل مؤثر بر توسعه نیافتگی صنعت گردشگری تعدد مراکز تصمیم‌گیری می‌باشد (کِر و همکاران، ۲۰۰۳: ۶۴۹). یعنی با وجود مراکز مختلف تصمیم‌گیرنده در مورد این صنعت و تداخل وظایف و عدم هماهنگی بین سازمان‌ها، این صنعت توسعه نمی‌یابد (عسگری، ۱۳۷۳، ص ۱۱). البته در تحقیق آقای عسگری تنها به نقش سازماندهی و مدیریت در توسعه صنعت گردشگری پرداخته شده و نقش سایر عوامل در نظر گرفته نشده است. لذا در تحقیق حاضر به سایر عواملی که به نظر

¹ kerr&barron&wood

می‌رسد با توسعه صنعت گردشگری مرتبط باشند، پرداخته می‌شود. تحقیقات سازمان جهانی گردشگری و دیگر مطالعات نشان می‌دهد که تبلیغات برای توسعه این صنعت در هر کشور یا هر منطقه ضروری است؛ یعنی برای جلب گردشگران به یک منطقه باید قابلیت‌های گردشگری آن منطقه به افراد شناسانده شود (عبدالله زاده، ۱۳۷۹، ۶۸)؛ اما متأسفانه اکثر جاذبه‌های گردشگری استان زنجان نه تنها در خارج از این استان که حتی برای اغلب افراد بومی نیز شناخته شده نیستند. لذا به نظر می‌رسد که ضعف بازاریابی و عدم تبلیغات مناسب یکی از عوامل است که می‌تواند با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان زنجان مرتبط باشد. اما مطالعات نشان می‌دهد تنها تبلیغات برای جاذبه‌های یک منطقه بدون وجود امکانات زیربنایی و خدماتی نمی‌تواند باعث توسعه پایدار صنعت گردشگری شود؛ یعنی برای دسترسی گردشگران به مکان‌های گردشگری و استفاده از تسهیلات رفاهی در محل جاذبه‌ها، باید امکانات زیربنایی ایجاد شود. از این رو یکی از عواملی که می‌تواند با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان زنجان مرتبط باشد، ضعف امکانات زیربنایی بوده و لازم است که در زمینه‌های گوناگون از افراد آموزش دیده استفاده شود و یک فضای فرهنگی مثبت نسبت به توسعه این صنعت در هر منطقه وجود داشته باشد (مستر و همکاران^۱، ۲۰۰۳، ۴۵). متأسفانه در استان زنجان افرادی که برای بخش‌های مختلف این صنعت آموزش دیده باشند، وجود نداشته و نسبت به مزایای این صنعت یک ناآگاهی عمومی وجود دارد. لذا به نظر می‌رسد بین فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر و کمبود افراد آموزش دیده و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در استان زنجان رابطه وجود دارد. پس با توجه به مسائل مزبور، در تحقیق حاضر عوامل مؤثر بر توسعه نیافتگی این صنعت در زنجان از دو بعد: ۱. مدیریتی و تصمیم‌گیری و اطلاع‌رسانی ۲. زیربنایی و خدماتی فرهنگی و آموزشی مورد بررسی و شناسایی قرار گرفته و کوشش می‌شود به این پرسش اساسی پاسخ داده شود که از نظر کارشناسان استان زنجان چه عواملی از ابعاد فوق مانع توسعه صنعت گردشگری در این استان شده است؟



¹. master&prideaux

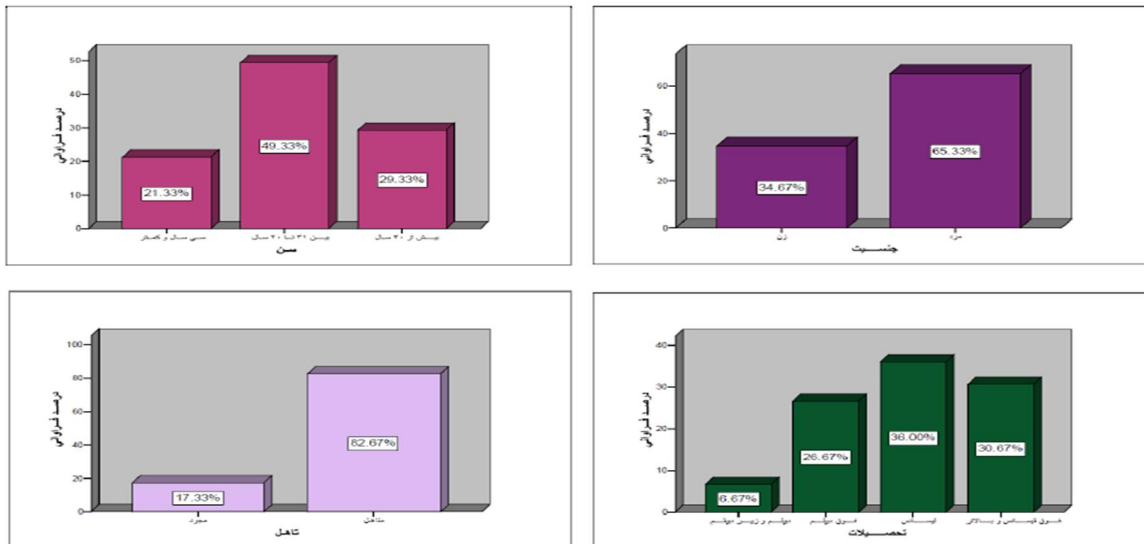
نتایج یافته‌های تحقیق

توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان: همان‌طور که در جدول شماره ۱-۴ هم نشان داده شده است، حدود ۶۵٪ پاسخگویان این مطالعه را مردان و حدود ۳۵٪ را نیز زنان تشکیل می‌دهند. حدود ۲۱٪ از پاسخگویان سی سال و کمتر و ۷۸.۶٪ بالای ۳۰ سال سن دارند. میزان تحصیلات ۳۳.۴٪ از پاسخگویان فوق دیپلم و پایینتر و ۶۶.۶٪ دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر می‌باشند. هم‌چنین حدود ۱۷٪ از پاسخگویان را افراد مجرد و حدود ۸۲٪ افراد متأهل تشکیل می‌دهند.

جدول شماره ۱: جدول فراوانی و درصد فراوانی ویژگی‌های فردی و جمعیت‌شناختی (محقق)

متغیر	زیر متغیر	فراوانی	درصد فراوانی	نما		
جنسیت	زن	۲۶	۳۴.۷	مرد		
	مرد	۴۹	۶۵.۳			
سن	سی سال	۱۶	۲۱.۳	بین ۳۱ تا ۴۰ سال		
	کمتر					
	بین ۴۰ تا ۴۹ سال				۳۷	۴۹.۳
	بیش از ۴۰ سال				۲۲	۲۹.۳
تحصیلات	دیپلم و زیر دیپلم	۵	۶.۷	لیسانس		
	فوق دیپلم	۲۰	۲۶.۶			
	لیسانس	۲۷	۳۶.۰			
	فوق لیسانس بالاتر	۲۳	۳۰.۷			
وضعیت تأهل	مجرد	۱۳	۱۷.۳	متأهل		
	متأهل	۶۲	۸۲.۷			

منبع: نگارنده



نمودار شماره ۱: جدول فراوانی و درصد فراوانی ویژگی‌های فردی و جمعیت شناختی

آزمون‌های آماری مورد استفاده آزمون کالموگروف-اسمیرنف

توزیع متغیرها با آزمون کالموگروف-اسمیرنف نرمال مشاهده شده است. نتایج آزمون توزیع متغیرهای تحقیق با استفاده از کالموگروف-اسمیرنف در جدول شماره ۱۰-۴ نشان داده شده است.

جدول شماره ۲: نتایج آزمون کالموگروف-اسمیرنف برای توزیع متغیرهای مورد مطالعه تحقیق

متغیرهای تحقیق	تعداد	آماره Z	سطح خطا	نتیجه
تعدد مراکز تصمیم‌گیری و اطلاع‌رسانی	۷۵	۰/۸۶۲	۰/۴۴۷	توزیع نرمال است.
امکانات زیربنایی و خدمات و فرهنگی گردشگری	۷۵	۱/۱۶۶	۰/۱۳۲	توزیع نرمال است.

آزمون t تک نمونه‌ای

آزمون t تک گروهی یکی از زیر مجموعه‌های مدل t استیودنت است که به بررسی تفاوت بین میانگین تجربی و میانگین نظری می‌پردازد. مفروضه‌های این آزمون شامل فاصله‌ای بودن مقیاس اندازه‌گیری و نرمال بودن توزیع متغیرها است.

فرضیه اول:

فرضیه صفر: بین تعدد مراکز تصمیم‌گیری و اطلاع‌رسانی و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه وجود ندارد.
فرضیه تحقیق: بین تعدد مراکز تصمیم‌گیری و اطلاع‌رسانی و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه وجود دارد.

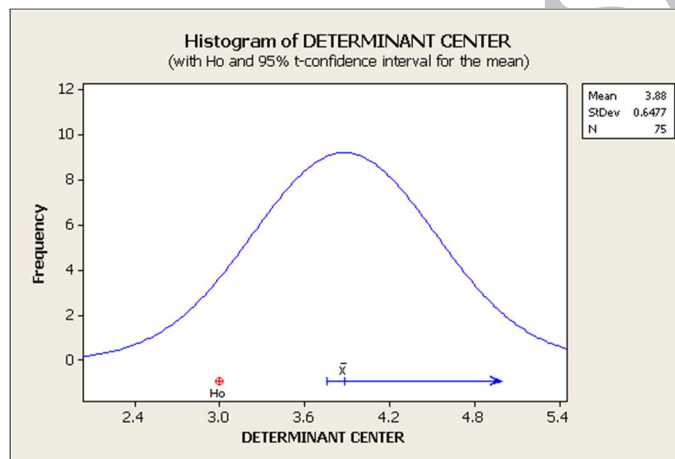
$$\begin{cases} H_0: Mean \leq 3 \\ H_1: Mean > 3 \end{cases}$$

$$t = 11.77 \quad p = 0.000 \quad t_{ob} > t_c, \quad p_{ob} < p_c$$

جدول شماره ۳: نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای تعدد مراکز تصمیم‌گیری و اطلاع‌رسانی

مقایسه میانگین تجربی با میانگین نظری مقیاس اندازه‌گیری							متغیر تحقیق
تفاوت میانگین	سطح خطا	درجه آزادی	آماره t	میانگین نظری	میانگین تجربی	تعداد	
۰/۸۸۰۰۰	۰/۰۰۰	۷۴	۱۱/۷۷	۳	۳/۸۸۰	۷۵	تعدد مراکز تصمیم‌گیری و اطلاع‌رسانی

منبع: نگارنده



نمودار شماره ۲: ناحیه فرضیه صفر و مخالف و نتیجه آزمون فرضیه ۱

برای آزمون فرضیه تحقیق، میانگین مشاهده شده و میانگین نظری مقیاس اندازه‌گیری با استفاده از آزمون پارامتریک میانگین تک گروهی مقایسه شده است. با توجه به این که آماره t محاسبه شده با مقدار ۱۱/۷۷ بزرگتر از آماره بحرانی ۱/۶۴ است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کوچکتر از ۰/۰۱ است، در نتیجه با ۹۹ درصد اطمینان فرضیه صفر رد و فرضیه مخالف به عنوان فرضیه سالم پذیرفته شده است.

فرضیه دوم:

فرضیه صفر: بین ضعف امکانات زیربنایی و خدمات و فرهنگ گردشگری و توسعه نیافتگی آن رابطه وجود ندارد.
 فرضیه تحقیق: بین ضعف امکانات زیربنایی و خدمات و فرهنگ گردشگری و توسعه نیافتگی آن رابطه وجود دارد.

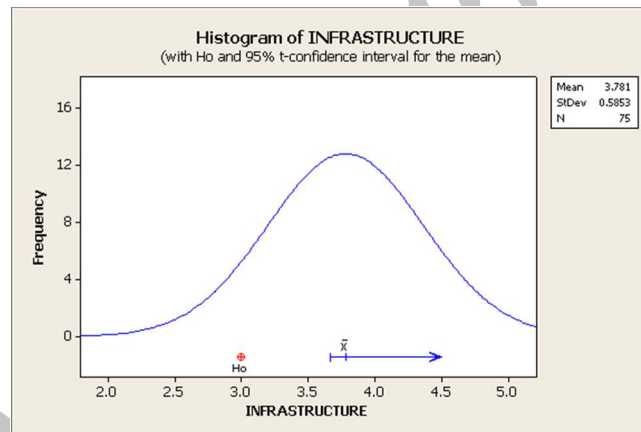
$$\begin{cases} H_0: Mean \leq 3 \\ H_1: Mean \geq 3 \end{cases}$$

$$t = 11.56 \quad p = 0.000 \quad t_{ob} > t_c, \quad p_{ob} < p_c$$

جدول شماره ۴: نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای ضعف امکانات زیربنایی و فرهنگی گردشگری

مقایسه میانگین تجربی با میانگین نظری مقیاس اندازه گیری							متغیر تحقیق
تفاوت میانگین	سطح خطا	درجه آزادی	آماره t	میانگین نظری	میانگین تجربی	تعداد	
۰/۷۸۰۹۵	۰/۰۰۰	۷۴	۱۱/۵۶	۳	۳/۷۸۱	۷۵	امکانات زیربنایی و خدمات فرهنگی و گردشگری

برای آزمون فرضیه تحقیق، میانگین مشاهده شده و میانگین نظری مقیاس اندازه گیری با استفاده از آزمون پارامتریک میانگین تک گروهی مقایسه شده است. با توجه به این که آماره t محاسبه شده با مقدار ۱۱/۵۶ بزرگتر از آماره بحرانی ۱/۶۴ است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کوچکتر از ۰/۰۱ است، در نتیجه با ۹۹ درصد اطمینان فرضیه صفر رد و فرضیه مخالف به عنوان فرضیه سالم پذیرفته شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: بین ضعف امکانات زیربنایی و خدمات و فرهنگ گردشگری و توسعه نیافتگی استان زنجان رابطه معناداری وجود دارد.



نمودار شماره ۳: ناحیه فرضیه صفر و مخالف و نتیجه آزمون فرضیه ۲

جدول شماره ۵: نتیجه آزمون رتبه بندی فریدمن برای مقایسه میانگین رتبه دو متغیر تحقیق

نتایج آزمون رتبه بندی فریدمن				میانگین رتبه متغیرها و عوامل مورد مقایسه	
سطح خطا	درجه	آماره مربع	تعداد	میانگین رتبه	عوامل مورد مقایسه
۰.۰۰۶	۳	۱۲.۲۹۳	۷۵	۴.۸۵	تعداد مراکز تصمیم گیری
نتیجه آزمون: شاخص های محاسبه شده نشان می دهد که حداقل یک تفاوت در بین میانگین رتبه دو متغیر وجود دارد.				۵.۱۵	امکانات زیربنایی و خدمات فرهنگی و گردشگری

جدول شماره ۶: مقایسه میانگین رتبه عوامل مورد بررسی تحقیق در بین زنان و مردان

متغیر	آماره Z	سطح خطا	تعداد مشاهددها		میانگین رتبه	
			مرد	زن	مرد	زن
تعدد مراکز تصمیم گیری و اطلاع رسانی	-۱.۲۱۰	۰.۲۲۶	۴۹	۲۶	۳۵.۸۰	۴۲.۱۵
امکانات زیربنایی گردشگری و فرهنگ	-۰.۳۷۶	۰.۷۰۷	۴۹	۲۶	۳۷.۳۲	۳۹.۲۹

جدول شماره ۷: مقایسه میانگین رتبه عوامل مورد بررسی تحقیق در بین دو گروه تحصیلات

متغیر	آماره کا	سطح خطا	تعداد مشاهددها				میانگین رتبه			
			الف	ب	ج	د	الف	ب	ج	د
تعدد مراکز تصمیم گیری و اطلاع	۲/۹۴۶	۰/۴۰۰	۵	۲۰	۲۷	۲۳	۴۷/۰۰	۳۳/۸۵	۳۵/۵۶	۴۲/۵۲
امکانات زیربنایی و فرهنگ گردشگری	۳/۹۶۳	۰/۲۶۵	۵	۲۰	۲۷	۲۳	۲۶/۰۰	۳۳/۷۸	۳۸/۴۳	۴۳/۷۸

الف = دیپلم و زیر دیپلم، ب = فوق دیپلم، ج = لیسانس، د = فوق لیسانس و بالاتر

اظهار نظر و نتیجه گیری

نتایج به دست آمده از این مطالعه نشان می دهد که یکی از مشکلات عمده صنعت گردشگری، به خصوص در استان زنجان، عدم وجود یک طرح جامع گردشگری است. این یافته گویای این است که باید برای جلوگیری از اتلاف وقت و سرمایه و همچنین شناسایی توانائی ها، ظرفیت ها و پتانسیل موجود در این حوزه، هم در سطح منطقه و هم کل کشور، از محققان و کارشناسان جهت انجام تحقیقات و مطالعات همه جانبه دعوت به عمل آمده و یک طرح جامع توسعه گردشگری تدوین گردد. ناهماهنگی و تداخل وظایف بین سازمان های مختلف یکی از مشکلات است که باعث اتلاف وقت و سرمایه می شود و هم بعضاً با تداخل در کار یکدیگر عملاً اجرای هر برنامه ای را با مشکل مواجه می سازد. لذا در حال حاضر که ادغام بعضی از این سازمان ها در اختیار مسئولین استان نیست و از حوزه مسئولیت آنها خارج است، ایجاد یک کمیته هماهنگی که تصمیمات سازمان های مختلف را هماهنگ نموده و پل ارتباطی این سازمانها با یکدیگر باشد، ضروری به نظر می رسد.

همچنین، نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که یکی از مشکلات موجود در این صنعت، ضعف سیستم حمل و نقل درون و برون شهری است. از این رو به نظر می‌رسد که یکی از مسئولیت‌های مهم مسئولین استان مورد مطالعه، پیگیری برای احداث آزادراه سلطانیه-خداآباد و کبودرآهنگ باشد. احداث این آزادراه می‌تواند باعث ایجاد یک نوار توریسمی در منطقه، شامل گنبد سلطانیه بزرگ‌ترین گنبد آجری جهان، مسجد جامع سجاس، مرقد مطهر حضرت قیدار نبی(ع) از اجداد پیامبر گرامی اسلام در شهر قیدار(خداآباد)، غارکتله خور به عنوان بزرگ‌ترین غار خشکی جهان در شهر گرماب در شهرستان خداآباد(جمالی، ۱۳۷۹)، غار تازه کشف شده زرین غار در شهر زرین‌رود شهرستان خداآباد و غار علیصدر در استان همدان باشد. از طرفی حمل و نقل هوایی نقش بزرگی در توسعه صنعت گردشگری دارد. با استفاده از سرعت هواپیما مسافت‌های طولانی کوتاه می‌شود و گردشگران می‌توانند در مدت کوتاهی مسافت‌های طولانی را پشت سر بگذارند. استان زنجان با دارا بودن یک فرودگاه که استفاده از آن صرفاً به پروازهای داخلی محدود شده است، نیازمند توسعه و تجهیز فرودگاه است که این امر تأثیر به‌سزایی در توسعه صنعت گردشگری آن خواهد داشت.

نتایج مطالعه همچنین حکایت از وجود ضعف و کاستی در بخش خدمات هتل‌داری و تأسیسات بهداشتی و شبکه‌های آب و برق و تلفن در محل جاذبه‌های گردشگری دارد. لذا به نظر می‌رسد می‌توان با برگزاری دوره‌های آموزشی و بازآموزی برای کارکنان هتل‌ها و ایجاد تأسیسات بهداشتی و شبکه‌های آب و برق و... در محل جاذبه‌ها امکانات رفاهی حداقلی برای گردشگران را تا حدود زیادی تأمین نمود.

از دیگر نتایج به دست آمده در این مطالعه، عدم شناخت و آگاهی گردشگران از جاذبه‌های استان و تبلیغات نامناسب از جاذبه‌های گردشگری آن است که این امر نیز یکی از موانع توسعه صنعت گردشگری استان زنجان به حساب می‌آید. لذا به نظر می‌رسد که با دعوت از متخصصان بازاریابی، توانائی‌ها، قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری استان زنجان می‌تواند بیش از پیش شناسایی شده و با استفاده از ابزارهای تبلیغات مثل انتشار کتابچه، کاتالوگ و بروشور در مورد جاذبه‌های استان و توزیع آن در پایانه‌های مسافری و فرودگاه‌های شهرهای بزرگ کشور و همچنین تهیه مقالات مختلف در جهت معرفی جاذبه‌های استان و انتشار آن در مطبوعات و مجلات معتبر تلاش نمود. همچنین می‌توان با تهیه برنامه از جاذبه‌های گردشگری استان و پخش آن از صدا و سیما و شبکه استانی و برگزاری جشنواره‌های منظم سالانه در محل این جاذبه‌ها و شرکت در نمایشگاه‌های گردشگری در داخل و خارج کشور توانائی‌ها و قابلیت‌های گردشگری استان زنجان را معرفی کرد.

بررسی نتایج نشان می‌دهد که از مشکلات عمده در این صنعت نا آگاهی عمومی نسبت به مزایای گردشگری و همچنین کمبود افراد آموزش دیده در بخش‌های مختلف مرتبط با گردشگری می‌باشد لذا برای حل این مشکلات موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

۱) توزیع کاتالوگ و بروشور در مورد مزایای مختلف گردشگری در میان خانواده‌های استان

۲) توزیع کاتالوگ و بروشور و تصاویر جاذبه‌های تاریخی و طبیعی استان در میان خانواده‌های استان

۳) گنجاندن کلاس‌های فوق برنامه در برنامه درسی دانش آموزان جهت معرفی صنعت گردشگری و

معرفی محل‌های دیدنی کشور و استان و همچنین معرفی مزایای صنعت گردشگری به دانش‌آموزان

۴) تهیه و تولید برنامه در مورد تأثیرات و مزایای مختلف صنعت گردشگری و پخش آن از صدا

وسیمای شبکه استانی.

مشابه با نتایج به‌دست آمده در این مطالعه مسعود ناصری در پایان‌نامه خود مشکلات صنعت گردشگری کشور را مشکلات سازمانی و تشکیلاتی، وجود سازمان‌های موازی، عدم هماهنگی بین این سازمان‌ها، نبود قوانین و مقررات شفاف در مورد این صنعت، کمبود تأسیسات اقامتی، عدم ارائه خدمات مطلوب در هتل‌ها و اقامتگاه‌ها، ضعف سیستم حمل و نقل کشور، مشکلات آموزشی و نبود افراد متخصص مورد نیاز، مشکلات مربوط به تبلیغات می‌داند (ناصری، ۱۳۷۵). همچنین علی‌عسگری در تحقیق خود نتیجه‌گیری می‌کند که گردشگری یک صنعت چند بعدی است و ارتباط بسیار زیادی با بخش‌های اجرایی گوناگون دارد و بنابراین باید توان هماهنگی بین بخش‌های مختلف موجود باشد تا مجموعه پرتحرک و پویا به وجود آید که در درون خود دارای وحدت مدیریت و انسجام کافی باشد (عسگری، ۱۳۷۳). مشابه این مطالعه مهرداد مدهوشی و نادر ناصر پور (۱۳۸۲) در تحقیق خود چهار عامل تعدد مراکز گردشگری، ضعف امکانات زیر بنایی، ضعف تبلیغات و ضعف فرهنگ می‌داند.

نهایتاً، با توجه به کل مباحث ارائه شده پیشنهاد می‌شود تا محققین و فعالان حوزه گردشگری کشور و استان در مطالعات و تحقیقات آتی خود بررسی نقش صنعت گردشگری در رشد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و نیز راهکارهای جذب بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری را به عنوان اولویت تحقیقاتی مد نظر قرار دهند.

منابع و مآخذ:

۱. آذر، ع.، مومنی، م. ۱۳۸۵. آمار و کاربرد آن در مدیریت (تحلیل آماری)، جلد دوم، چاپ چهارم انتشارات سمت. ۳۹۱ صفحه
۲. حافظ نیا، م. ۱۳۸۴. مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، چاپ دوم، انتشارات سمت، ۳۴۸ صفحه خاکی، غ. ۱۳۸۷. روش تحقیق با رویکرد پایان نویسی، چاپ اول، انتشارات درایت. ۴۴۸ صفحه
۳. رجبی، س. ۱۳۹۰. بررسی عوامل موثر بر توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان زنجان چالش ها و راهکارها، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر، ۱۹۴ صفحه
۴. صفری شالی، ر.، پورگتایی، ک. ۱۳۹۱. راهنمای جامع کاربرد SPSS، چاپ سوم، لویه. ۸۶۶ صفحه
۵. عبدالله زاده م. ۱۳۷۹. برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی، چاپ چهارم، دفتر پژوهشهای فرهنگی. ۳۱۲ صفحه
۶. عسگری، ع. ۱۳۷۳. سازمان دهی و مدیریت بخش جهانگردی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اداری، دانشگاه تهران. ۱۹۰ صفحه
۷. کرمی، م. ۱۳۸۱. بررسی عوامل موثر جذب گردشگر در استان زنجان، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علامه طباطبایی. ۱۴۳ صفحه
۸. ملکمی، افسانه. ۱۳۸۰. گردشگری عنصر کلیدی در فعالیت های بازاریابی گردشگری، مجله بازاریابی شماره ۱۴، ۱۶-۳۱
۹. ناصری، م. ۱۳۷۵. شناسایی موانع توسعه صنعتی توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش جذب توریست، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس. ۱۸۰ صفحه
۱۰. مدهوشی، م.، ناصر پور، ن. ۱۳۸۲. ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۸. ۲۵-۸۵
۱۱. هومن، ح. ۱۳۷۵. آمار توصیفی در علوم رفتاری، چاپ اول، نشر پارسا- ۲۰۱ صفحه

12. Master H & prideaux B. 2003. Culture and vacation satisfaction: a study of Taiwanese tourists in south East Queens land "، tourism management، 21، 123-142

13. Bill, k & barron Gordon, b. 2003. " politics, policy and regional tourism administration: a case examination of area tourist board funding." tourism management، 22. 2005. 215-232