

تحلیلی بر وضعیت امکانات و تسهیلات گردشگری استان کردستان از دید گردشگران

دکتر علی زنگی آبادی*

استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه اصفهان

دکتر محمود ضیایی

استادیار گردشگری دانشگاه علامه طباطبایی

هیمن بایزیدپور

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه اصفهان.

اسفندیار کهزادی

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۹/۷/۲۰

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۹/۶/۱۰

چکیده

گردشگری صنعتی است که توسعه آن نیازمند آگاهی و شناخت کافی از مسائل و عوامل مؤثر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. بدون آگاهی از امکانات موجود در هر منطقه، امکان برنامه‌ریزی و پیش‌بینی علمی و اصولی وجود نخواهد داشت. در واقع شناخت توان‌های طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و غیره در هر منطقه، به برنامه‌ریز این امکان را می‌دهد تا براساس وضع موجود و توان‌های منطقه، توسعه و جهت آن را شناسایی کند. مقاله حاضر با هدف یافتن پاسخ به این سوال که چه عواملی باعث شده‌است تا این سرزمین از مزایای متعدد گردشگری بی‌بهره بماند تهیه شده است. مقاله براساس یافته‌ها و نتایج بررسی‌های میدانی از جاذبه‌های گردشگری استان کردستان در بهار ۱۳۸۹ تهیه شده است. تحقیق به صورتی برنامه‌ریزی شده است که ضمن شناخت ویژگی‌های گردشگران و میزان رضایت آنان از امکانات و خدمات مناطق گردشگری، پیشنهاداتی را جهت استفاده بهینه از قابلیت‌ها و امکانات موجود گردشگری ارائه نماید. براساس نتایج به دست آمده مکان‌های گردشگری استان در اغلب زمینه‌ها فاقد امکانات و تسهیلات لازم برای جذب گردشگران می‌باشد. برنامه‌ریزی اصولی و به‌ویژه تهیه و اجرای طرح جامع گردشگری در سطح استان نه تنها می‌تواند امکان جذب گردشگر بیشتر را فراهم آورد، بلکه می‌تواند آثار زیان‌بار گردشگری بر محیط زیست و فرهنگ جامعه را کاهش دهد. در پایان پیشنهاداتی برای توسعه گردشگری استان ارائه شده است.

واژگان کلیدی: گردشگر، تسهیلات گردشگری، استان کردستان

۱-۱- مقدمه

پیشرفت‌های متنوع تکنولوژی قرن حاضر موجبات پیشرفت ارتباطات، حمل و نقل، افزایش سرعت و آسایش نسبی مسافرت را در پی داشت که در نتیجه، انقلاب بزرگی در صنعت گردشگری به وجود آمد. به دنبال آن ایجاد مراکز و خدمات گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن توسعه یافت، تا جایی که گردشگری خارجی در سال‌های اخیر منبع قابل توجهی برای تأمین نیازهای ارزی و ایجاد اشتغال بسیاری از کشورها بوده است و به‌عنوان یکی از اقلام صادراتی نامرئی نقش مهمی را در عرصه تجارت جهانی ایفا می‌کند. به‌طوری که در حال حاضر پس از صنعت نفت و خودروسازی، سومین صنعت صادراتی جهانی محسوب می‌شود (رضوانی، ۱۳۷۴، ص ۸). ایران به‌عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه که ذخایر نفتی آن به‌عنوان منبع اصلی کسب درآمد در آینده‌ای نه چندان دور به پایان می‌رسد. برای ایجاد یک توسعه همه‌جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌های خود می‌باشد. در این راستا صنعت گردشگری که براساس آمار و ارقام منتشره از سوی سازمان جهانی گردشگری در هزاره جدید به بزرگ‌ترین منبع درآمد جهانی تبدیل شده است مطرح می‌گردد (مدهوشی، ۱۳۸۲، ص ۲۵). اما با وجود مزایای فراوانی که می‌توان برای صنعت گردشگری قائل شد، اگر برنامه‌ریزی صحیحی در این زمینه انجام نشود، توسعه گردشگری تأثیرات منفی زیست-محیطی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را به وجود خواهد آورد و در این صورت نه به‌عنوان فعالیتی پر سود و منفعت، بلکه به‌عنوان فعالیت زیان‌آور و نامطلوب مطرح خواهد شد. در این راستا در حال حاضر روش اساسی که در توسعه گردشگری به کار می‌رود نائل شدن به توسعه پایدار است، سیاست توسعه پایدار گردشگری امروزه یک رویکرد عمومی است که از طریق دولت‌ها مورد توجه قرار گرفته است تا گردشگری، از لحاظ بوم‌شناسی در طولانی مدت قابل قبول و از لحاظ مالی خودکفا و از نظر دیدگاه‌های اجتماعی و اخلاقی برای جوامع محلی مفید و نوید بخش باشد (Altinay 2005, p274). با توجه به محرومیت استان کردستان و درصد بالای بیکاری جوانان این ناحیه لازم است با استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌ها در جهت رفع محرومیت، ایجاد اشتغال و کسب درآمد از راه‌های مختلف اقدام شود. بدین منظور گسترش گردشگری به‌عنوان فعالیتی فرابخشی که با حوزه‌های مختلفی نظیر، اقتصاد، کشاورزی، فرهنگ، محیط زیست و خدمات در تعامل است و تجربیات سایر مناطق جهان نشان داده که توسعه آن در هر منطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی-اجتماعی آن ناحیه گردیده است می‌تواند به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی توسعه در استان کردستان مورد توجه قرار گیرد. در این پژوهش سعی بر آن است تا وضعیت توسعه گردشگری در استان کردستان بررسی و راهکارهایی برای توسعه پایدار گردشگری در این استان ارائه گردد تا ضمن افزایش منفعت و سود اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست-محیطی، بتوان تأثیرات منفی حاصل از آن را به حداقل کاهش داد.

۱-۲- مبانی نظری پژوهش

گردشگر معادل واژه انگلیسی توریست می‌باشد و منظور از آن هر فردی است که فعالیت گردشگری انجام می‌دهد (کاظمی، ۱۳۸۶، صص ۱۴-۱۵).

در لغت‌نامه‌ها، گردشگر را فردی معرفی می‌کنند که اقدام به مسافرت به شکل تور می‌نماید (مسافرتی که معمولاً برای فعالیت‌های حرفه‌ای، تفریح یا تحصیل انجام می‌شود و نقطه آغاز و پایان آن یکی و معمولاً خانه فرد است (ضیائی، ۱۳۸۷، ص ۳).

۱-۱-۲- منافع حاصل از گردشگری

توجه به موضوع توریسم می‌تواند دربرگیرنده منافع زیر باشد:

- ایجاد درآمد و تقویت تولید ناخالص ملی که این معیار، اهمیت نسبی صنعتی توریسم را در کل اقتصاد بیان می‌کند.

- در مقایسه با سایر بخش‌ها به ازای هر واحد سرمایه‌گذاری می‌تواند تعداد بیشتری از نیروی انسانی را به کار گیرد به عبارت دیگر، گردشگری از سایر بخش‌ها کاربردی‌تر می‌باشد.

- صنعت گردشگری از دیدگاه کیفی بر روی تربیت نیروی کار به تخصص‌های پیچیده در تمام سطوح نیازی نداشته است بر همین اساس، تأمین نیروی انسانی مورد نیاز آن به سرمایه‌گذاری و صرف وقت زیاد محتاج نیست.

- افراد را با مهارت‌های گوناگون به اشتغال در می‌آورد که یکی از راه‌های مؤثر برای رفع مشکل بیکاری است.

- توسعه صنعت گردشگری به توسعه صنایع دستی منجر شده و ضمن گسترش خود، این صنعت را نیز تقویت می‌کند.

- صنعت گردشگری موجب ایجاد اشتغال محلی به صورت‌های مستقیم، غیرمستقیم و القایی می‌شود.

- گردشگری می‌تواند به عنوان یکی از سریع‌ترین راه‌های بازگشت سرمایه تلقی شود.

- توسعه روابط فکری، فرهنگی، هنری و اجتماعی و تحکیم وحدت ملی.

- گسترش مبادلات و همکاری‌های بین‌المللی.

- تجدید قوا و تمدد اعصاب در نتیجه افزایش بهره‌وری کار (تقوایی، ۱۳۸۱، ص ۵۱).

۱-۳- اهداف تحقیق

۱- بررسی و شناخت وضعیت و امکانات گردشگری در مناطق گردشگری استان کردستان

۲- شناخت ویژگی‌های گردشگران ورودی به مناطق گردشگری استان کردستان

۳- بررسی میزان رضایت‌مندی گردشگران از امکانات و تجهیزات و خدمات گردشگری مناطق گردشگری استان کردستان

۴- ارائه پیشنهادات برای استفاده بهینه از قابلیت‌ها و امکانات موجود گردشگری استان

۱-۴- فرضیات پژوهش

۱- بین رضایت گردشگران از وضعیت مکان‌های گردشگری و امکانات و خدمات گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

۲- بین تبلیغات و تعداد گردشگران ورودی به استان کردستان رابطه وجود دارد.

۵-۱- تعیین متغیرهای پژوهش

۵-۱-۱- متغیرهای پژوهش

۵-۱-۲- متغیر مستقل

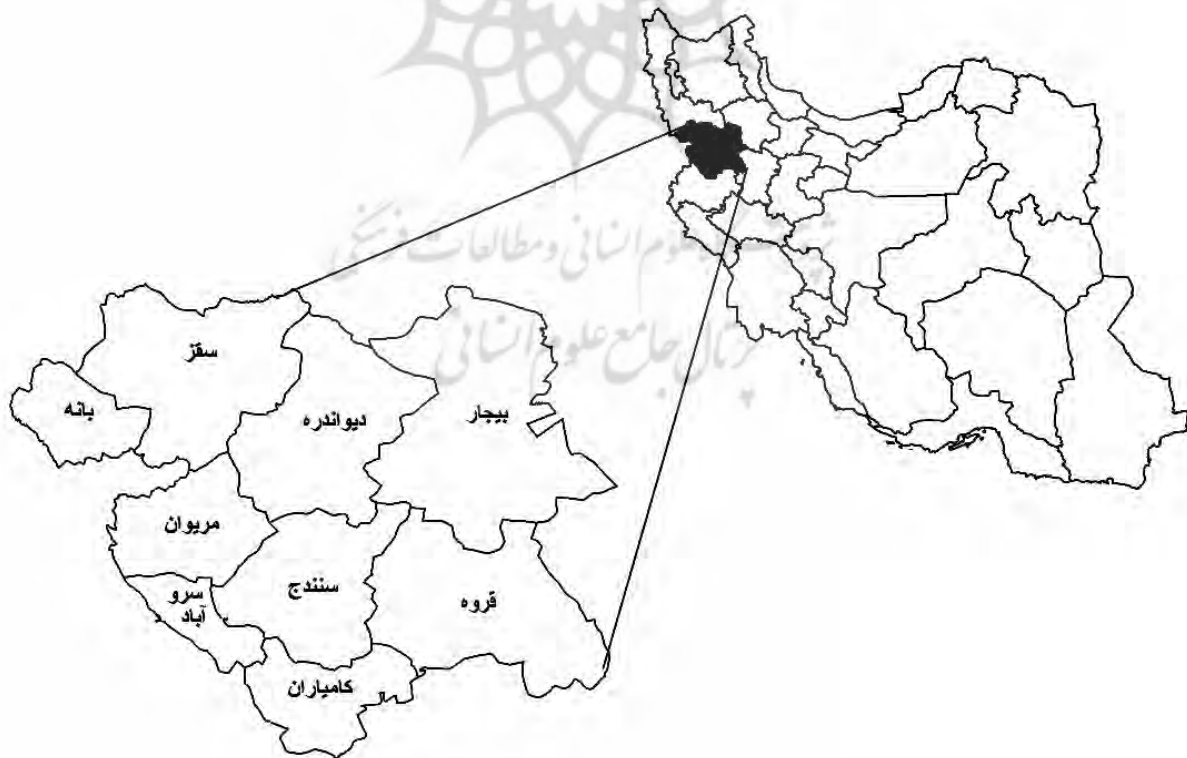
تبلیغات، و میزان امکانات موجود

۵-۱-۳- متغیر وابسته

رضایت مندی گردشگران، و تعداد گردشگران

۶-۱- موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

استان کردستان با ۲۸۲۳۵ کیلومتر مربع وسعت، حدود ۱/۷٪ از مساحت کشور در غرب ایران در موقعیت جغرافیایی بین ۳۴ درجه و ۴۴ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۳۰ دقیقه عرض شمالی و ۴۵ درجه و ۳ دقیقه تا ۴۸ درجه و ۱۶ دقیقه طول شرقی در مجاورت مرز کشور عراق قرار دارد و مرزهای شمالی، شمال شرقی، و شرقی و جنوب آن در داخل کشور را استان‌های آذربایجان غربی، زنجان، همدان و کرمانشاه تشکیل می‌دهند. براساس نتایج سرشماری سال ۱۳۸۵، استان کردستان از ۹ شهرستان، ۲۳ شهر، ۲۶ بخش و ۸۳ دهستان تشکیل شده است. مجموعاً در استان کردستان ۱۹۰۳ روستا وجود دارد که تعداد ۱۷۴۲ روستا دارای سکنه و ۱۶۱ روستا یعنی ۷/۹۴ درصد کل روستاهای استان خالی از سکنه می‌باشد. در این بین شهرستان سقز با دارا بودن ۳۰۶ روستا در مجموع ۲۰۸ روستا دارای سکنه، واجد بیشترین سکونت‌گاه‌های روستایی در استان می‌باشد.



نقشه شماره ۱- موقعیت استان کردستان

منبع: نگارندگان

۷-۱-۷- روش تحقیق

در این پژوهش پس از مطرح شدن سوال تحقیق، مطالعه مقدماتی درباره موضوع تحقیق انجام شد و پس از انتخاب موضوع تحقیق، مرحله تحقیق اسنادی و کتابخانه‌ای آغاز شد. در این مرحله با مراجعه به منابع کتابخانه‌ای و بانک اطلاعاتی، اطلاعات مورد نظر فیش برداری و جمع آوری شد.

۷-۱-۱- شیوه گردآوری اطلاعات

در تحقیق حاضر به لحاظ ماهیت نظری-کاربردی مباحث مطرح شده از دو روش اسنادی و مطالعات میدانی استفاده شده است. مطالعات میدانی از آن جهت صورت گرفته است که مکان‌های گردشگری پذیر استان فاقد اطلاعات قابل استناد در این تحقیق بودند. با توجه به اینکه گردشگری استان کردستان ماهیت فصلی دارد، جهت دسترسی به گردشگران از هر نوع و طبقه‌ای فصل بهار به عنوان زمان پرسش‌گری انتخاب شد.

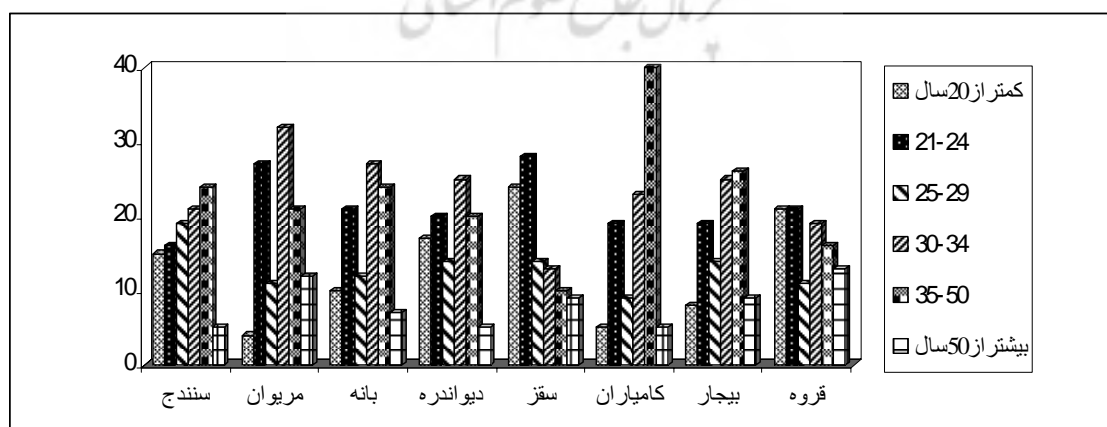
۷-۲-۱- جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش عبارتند از گردشگران داخلی که در ماه اول بهار سال ۱۳۸۹ از مکان‌های گردشگری استان کردستان دیدن کرده‌اند. طبق اعلام سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان کردستان، حجم این جامعه آماری ۶۰۰۰۰۰ نفر است. در این پژوهش، برای گردآوری داده‌ها جهت تحلیل متغیرها و اثبات فرضیه‌ها، از پرسش‌نامه استفاده شده است، این پرسش‌نامه نیز از دو بخش سؤالات عمومی (۷ سؤال اول مربوط به جمعیت شناختی است) و سؤالات اختصاصی تشکیل یافته است. سؤالات پرسش‌نامه به دو صورت باز و بسته تدوین و طراحی گردیده، که ۷ سؤال آن باز و ۱۶ سؤال به صورت بسته است. سؤالات اختصاصی پرسش‌نامه که از نوع سؤالات بسته هستند، به صورت طیف پنج گزینه‌ای لیکرت طراحی و تنظیم شده است.

۷-۲-۲- تحلیل توصیفی پرسش‌نامه گردشگران

۱-۲- سن پاسخ‌گویان

بیشترین گردشگران در شهرستان‌های استان کردستان در گروه سنی ۳۰-۳۴ سال قرار دارند. همچنین ۲۲/۳ درصد در گروه سنی زیر ۵۰-۳۵ سال، ۲۱ درصد در گروه ۲۴-۲۱ سال و ۸ درصد در گروه سنی بالای ۵۰ سال قرار دارند (شکل ۱).

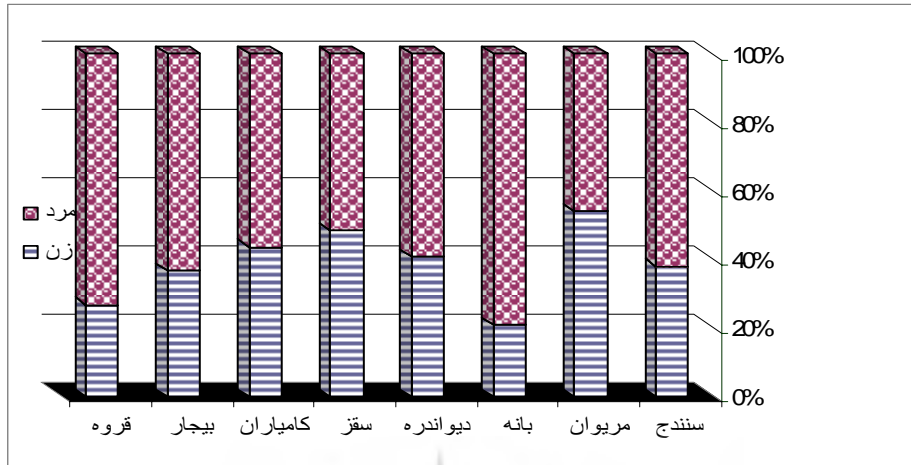


شکل شماره ۱- نمودار سنی گردشگران

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان

۲-۲- جنس پاسخ گویان

با توجه به داده های استخراج شده ۵۶/۴ درصد گردشگران مرد ۴۳/۶ درصد نیز زن هستند. همانطور که ارقام نشان می دهد، اکثر پاسخ گویان به پرسش نامه، از جنس مرد هستند (شکل ۲).

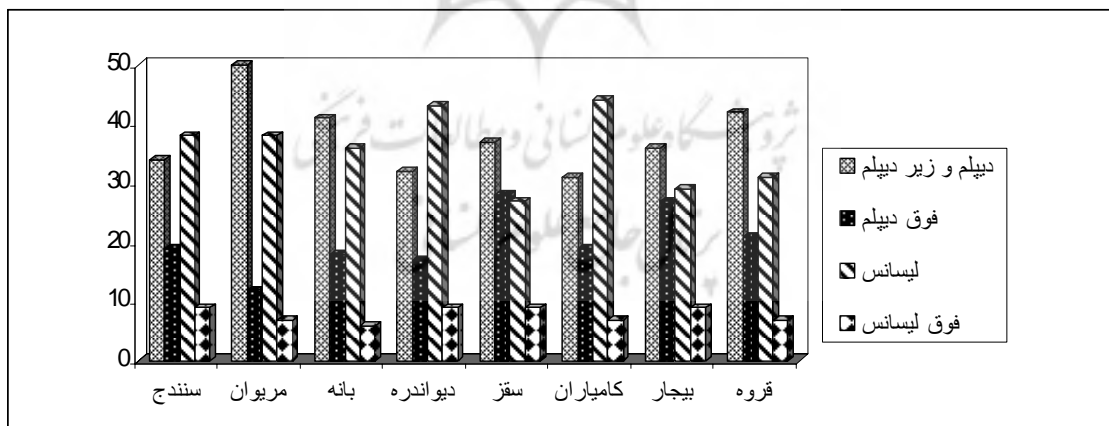


شکل شماره ۲- نمودار جنسی گردشگران

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان

۳-۲- تحصیلات گردشگران

سطح تحصیلات ۳۷/۳ درصد گردشگران، دیپلم و دیپلم به پایین، ۱۹/۸ درصد فوق دیپلم، ۳۵/۲ درصد لیسانس و ۷/۷ درصد فوق لیسانس و دکتری هستند. با توجه به ارقام، بیش از ۶۱ درصد پاسخ گویان دارای تحصیلات دانشگاهی هستند (شکل ۳).



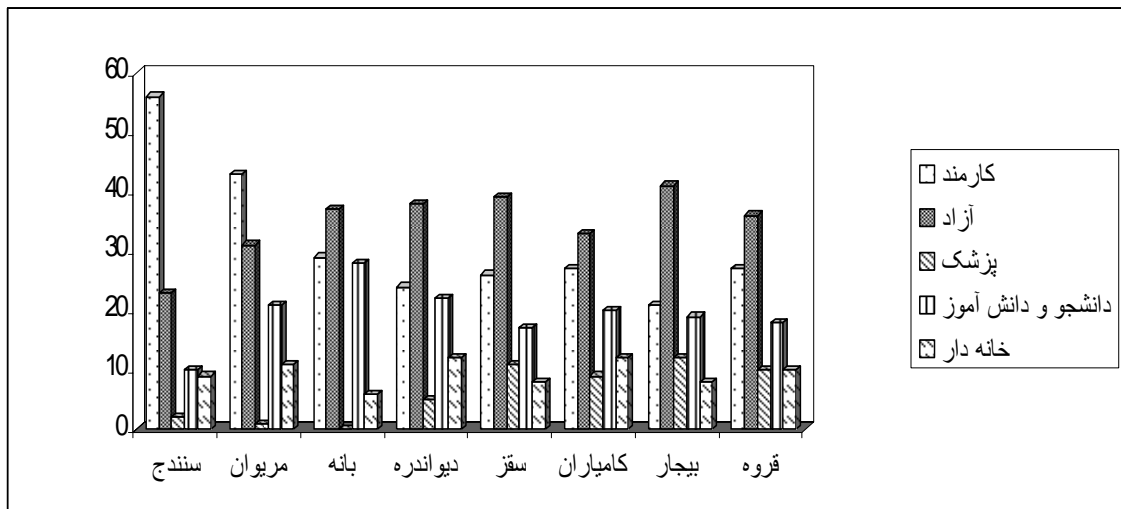
شکل شماره ۳- نمودار تحصیلات گردشگران

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان

۴-۲- وضعیت اشتغال پاسخ گویان

وضعیت اشتغال گردشگران به صورت زیر است:

۳۴/۲ درصد آزاد، ۳۱/۲ درصد کارمند دولتی، ۱۹/۱ درصد دانشجو و دانش آموز، ۶/۲ درصد پزشک، ۹/۴ درصد خانه دار می باشند (شکل ۴).



شکل شماره ۴- نمودار وضعیت شغلی گردشگران

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان

۲-۴- وضعیت سکونت پاسخ‌گویان

بررسی توزیع جغرافیایی محل سکونت گردشگران نشان می‌دهد که محل سکونت ۴۰/۱۲ درصد گردشگران، کردستان و ۵۹/۷ درصد آنان سایر استان‌های کشور است (جدول ۱).

جدول شماره ۱- محل سکونت گردشگران

شهرستان	محل سکونت استان														کل		
	کردستان	تهران	اصفهان	آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	فارس	زنجان	همدان	خوزستان	مرکزی	کرمانشاه	لرستان	خراسان	قم		مازندران	گیلان
شهرستان	سنندج	۳۸	۳۱	۷	۰	۰	۶	۰	۷	۰	۳	۲	۲	۳	۰	۰	۱۰۰
	مریوان	۳۶	۳۱	۴	۳	۱	۲	۲	۱	۴	۶	۱	۱	۱	۰	۰	۱۰۶
	بانه	۳۴	۱۲	۳	۱۵	۹	۶	۰	۳	۴	۳	۰	۰	۰	۳	۳	۱۰۱
	دیواندره	۴۱	۳۴	۴	۳	۱	۲	۲	۱	۳	۶	۱	۱	۱	۰	۰	۱۰۱
	سقز	۴۲	۱۴	۵	۱۶	۰	۶	۰	۳	۰	۴	۱	۰	۰	۳	۰	۱۰۱
	کامیاران	۴۴	۲۵	۵	۵	۳	۲	۰	۳	۱	۴	۳	۰	۱	۲	۱	۱۰۰
	بیجار	۳۸	۱۹	۴	۵	۷	۱	۲	۴	۲	۶	۰	۲	۳	۲	۲	۱۰۱
	قروه	۳۸	۱۹	۴	۲۰	۰	۵	۰	۱	۰	۶	۴	۰	۰	۰	۲	۳

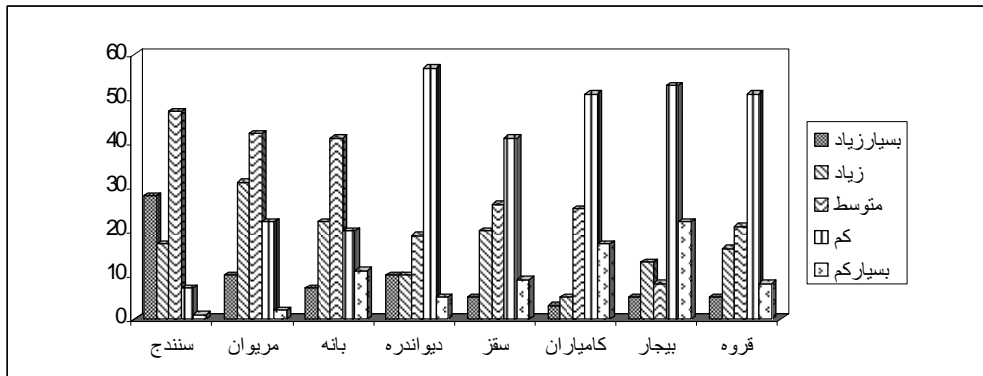
منبع: محاسبات نگارندگان

۳- تحلیل رضایت گردشگران از مکان‌های گردشگری

۳-۱- میزان رضایت از امکانات تبلیغی و راهنمایی

میزان رضایت گردشگران، کشف عوامل مؤثر در رضایت آنان و تلاش برای جلب رضایت آنان، از عوامل بسیار مهم در جذب گردشگر و توسعه گردشگری در یک منطقه به‌شمار می‌رود. در مجموع، میزان رضایت ۲۵/۵ درصد گردشگران

از امکانات تبلیغی و راهنمایی در مکان های گردشگری، زیاد و بسیار زیاد، ۲۸/۲ درصد متوسط و ۶/۳ درصد کم و بسیار کم است. ارقام فوق، نارضایتی بیشتر گردشگران را از این نوع امکانات نشان می دهد (شکل ۵).

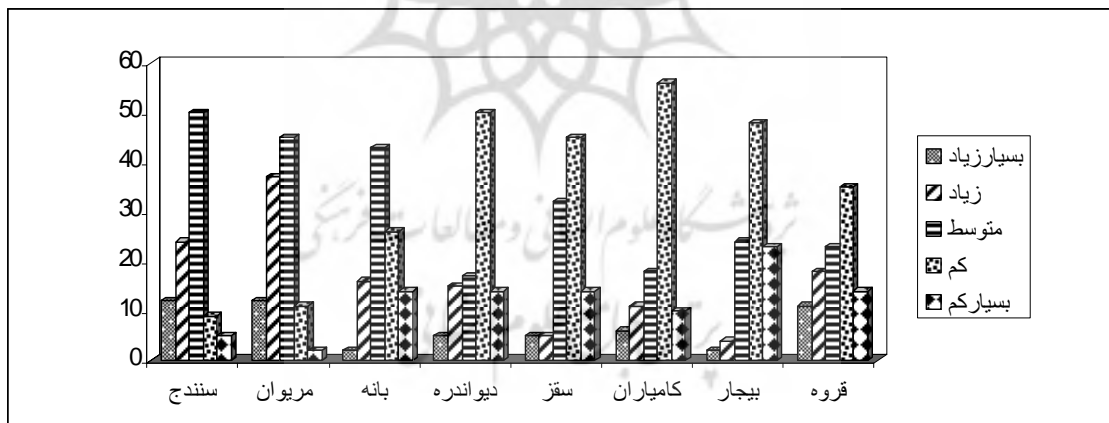


شکل شماره ۵- میزان رضایت گردشگران از امکانات تبلیغی و راهنمایی

منبع : مطالعات میدانی نگارندگان

۳-۲- میزان رضایت از امکانات رفاهی و اقامتی

بررسی ها نشان می دهد که میزان رضایت ۴۵/۱۲ درصد گردشگران از امکانات رفاهی و اقامتی، کم و بسیار کم، ۳۱ درصد متوسط، ۱۶ درصد زیاد و تنها ۶/۸ درصد بسیار زیاد است. بنابراین اکثر گردشگران رضایت زیادی از این نوع امکانات و خدمات ندارند. استان کردستان از نظر کمیت و کیفیت امکانات اقامتی (هتل، مسافرخانه ها و مهمان پذیری و ...) در وضعیت مناسبی قرار ندارد (شکل ۶).

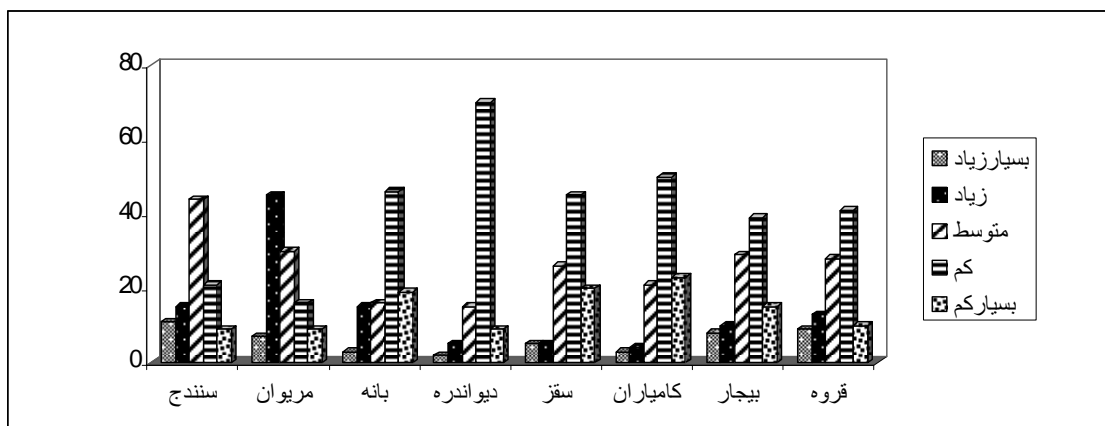


شکل شماره ۶- میزان رضایت گردشگران از امکانات رفاهی و اقامتی

منبع : مطالعات میدانی نگارندگان

۳-۳- میزان رضایت از امکانات دسترسی و حمل و نقل

بررسی ها نشان می دهد که تنها ۱۸/۱۷ درصد گردشگران از وضعیت دسترسی و حمل و نقل، راضی و بسیار راضی هستند. همچنین، ۲۵ درصد گردشگران میزان رضایت خود را متوسط، ۵۴ درصد کم و بسیار کم ارزیابی کردند. مشاهده می شود که اکثر گردشگران، از امکانات دسترسی و حمل و نقل رضایت زیادی ندارند (شکل ۷).

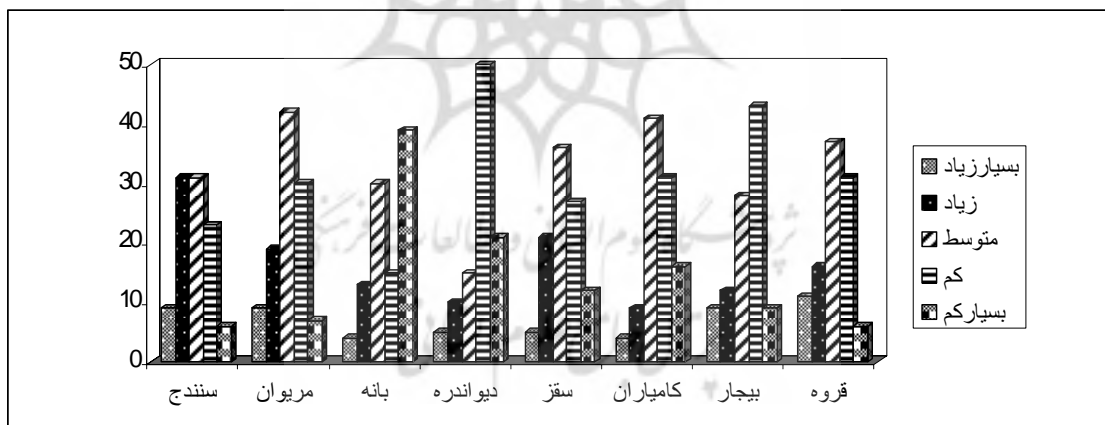


شکل شماره ۷- میزان رضایت گردشگران امکانات دسترسی و حمل و نقل

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان

۳-۴- میزان رضایت از امکانات بهداشتی-درمانی

مطالعه نشان می‌دهد که میزان رضایت ۶۷/۹ درصد گردشگران از وضعیت بهداشتی مکان‌های گردشگری بسیار زیاد، ۱۶/۱ درصد زیاد، ۳۲ درصد متوسط، ۳۰/۸ درصد کم و ۴/۳ درصد بسیار کم است. بنابراین، می‌توان این طور استنباط کرد که میزان رضایت گردشگران از وضعیت بهداشتی مکان‌های گردشگری کم است. این وضعیت ممکن است که سلامتی گردشگران را به خطر بیندازد. مردم علاقه‌مند به سفر به مکان‌هایی هستند که وضعیت بهداشتی مناسبی داشته و دارای امکانات بهداشتی (سرویس‌های بهداشتی، سیستم جمع‌آوری زباله و ...) باشد (شکل ۸).

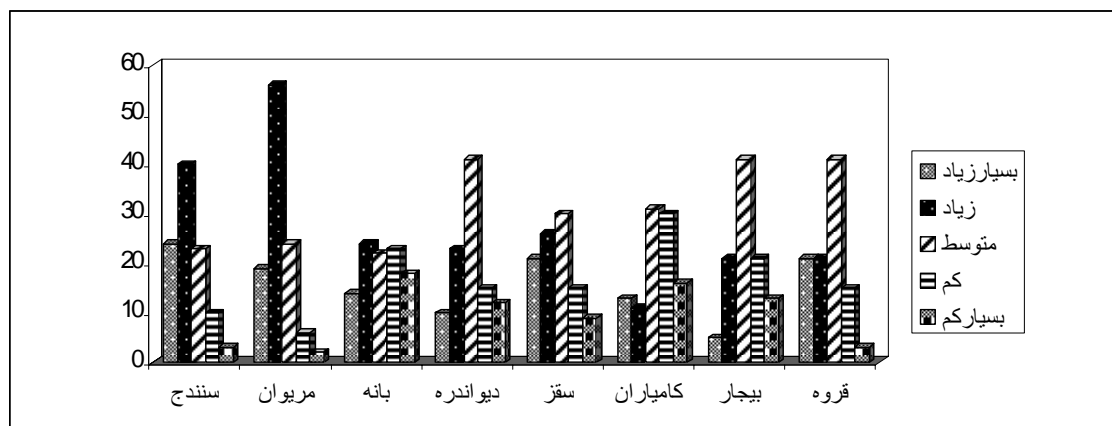


شکل شماره ۸- میزان رضایت گردشگران از امکانات بهداشتی و درمانی

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان

۳-۵- میزان رضایت از پاکیزگی مکان‌های گردشگری

۴۲/۸ درصد پاسخ‌دهندگان، میزان رضایت خود از پاکیزگی مکان‌های گردشگری را زیاد و بسیار زیاد، ۳۱/۱ درصد متوسط و ۲۵/۹ درصد نیز کم و بسیار کم ارزیابی کردند. ارقام نشان می‌دهد که بسیاری از گردشگران از وضعیت پاکیزگی مکان‌های گردشگری رضایت دارند (شکل ۹).

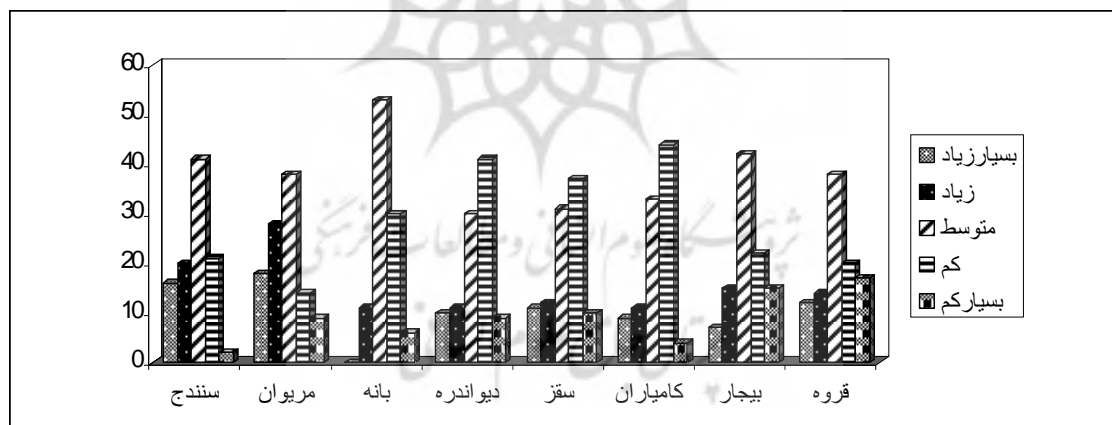


شکل شماره ۹- میزان رضایت گردشگران از پاکیزگی مکان های گردشگری

منبع : مطالعات میدانی نگارندگان

۳-۶- میزان رضایت از نحوه مدیریت مکان های گردشگری

بررسی میزان رضایت گردشگران از نحوه مدیریت مکان های گردشگری نشان می دهد که ۳۶/۱۱ درصد پاسخ گویان، دارای رضایت کم و بسیار کم و ۳۷/۷ درصد دارای رضایت متوسط و تنها ۲۵/۲ درصد گردشگران راضی هستند. توسعه گردشگری و هر نوع فعالیت دیگری شدیداً وابسته به مدیریت مناسب هستند. اگر مدیریت سالم و علمی وجود نداشته باشد، هیچ فعالیتی به نتایج مفیدی دست نخواهد یافت. بنابراین، بایستی توجه بیشتری به مدیریت مکان های گردشگری در استان کردستان شود (شکل ۱۰).



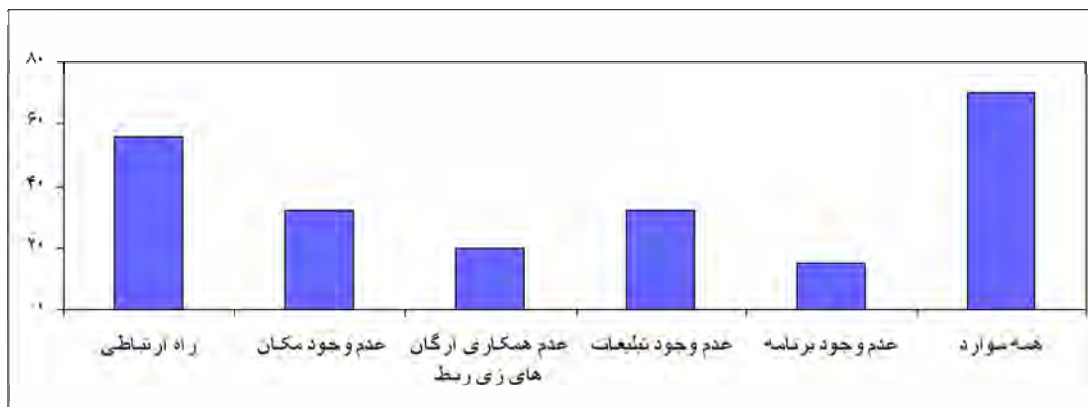
شکل شماره ۱۰- میزان رضایت گردشگران از نحوه مدیریت مکان های گردشگری

منبع : مطالعات میدانی نگارندگان

۳- مشکلات توسعه گردشگری استان کردستان

توسعه گردشگری در استان کردستان با موانع و محدودیت های زیادی مواجه است که این مشکلات سبب شده تا گردشگری نتواند به طور مناسب توسعه یابد. عدم وجود برنامه های مورد نیاز توسعه گردشگری در سازمان های مربوطه، عدم همکاری بین سازمان ها و ارگان های ذی ربط، عدم وجود تبلیغات، محدودیت های دسترسی و حمل و نقل، کمبود شدید اقامت گاه های مناسب برای گردشگران، از جمله مشکلات و موانع در برابر توسعه گردشگری در

استان کردستان به شمار می‌آیند. از بین کارشناسان و مسئولان، ۳۵/۵ درصد همه موارد فوق را یکجا به عنوان مشکلات اصلی در برابر توسعه گردشگری دانسته اند (شکل ۱۱).



شکل شماره ۱۱- مشکلات توسعه گردشگری در استان کردستان

منبع : مطالعات میدانی نگارندگان

۵- نتایج آزمون فرضیات

۵-۱- آزمون فرضیه اول (بین تبلیغات و تعداد گردشگر ورودی رابطه وجود دارد)

آزمون پیرسون: از آنجا که مقیاس متغیرهای این فرضیه (فاصله‌ای - فاصله‌ای) است، لذا جهت آزمون فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. با توجه به این آزمون، Sig (سطح معناداری) ۰/۰۰۰ و از آنجا که این رقم کوچکتر از آلفای مورد نظر (۰/۰۵) می‌باشد، فرض H_0 رد و فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. ضریب همبستگی نیز ۰/۳۳ می‌باشد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت هرچه تبلیغات بیشتری در خصوص مکان‌های گردشگری صورت گیرد، به همان اندازه تعداد گردشگران ورودی افزایش می‌یابد و برعکس.

جدول شماره ۲- آزمون پیرسون جهت بررسی رابطه بین تبلیغات و تعداد گردشگر

نوع آزمون	تعداد	شدت همبستگی	سطح معناداری	آلفای مورد نظر
پیرسون	۸۰۶	۰/۳۳	۰/۰۰۰	۰/۰۵

منبع: پرسش‌نامه و مطالعات میدانی نگارندگان

۵-۲- آزمون فرضیه دوم: بین رضایت گردشگران از وضعیت مکان‌های گردشگری و امکانات و خدمات گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

آزمون پیرسون: سطح سنجش هر دو متغیر فاصله‌ای - فاصله‌ای است و به همین دلیل از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردیده است. با توجه به اینکه سطح معناداری (Sig) برابر ۰/۰۰۰ و کوچکتر از آلفای مورد نظر (۰/۰۵) است، بنابراین، فرض H_0 رد و رابطه بین دو متغیر تأیید می‌شود. همچنین میزان همبستگی ۰/۸۱ است که بیانگر میزان همبستگی بالایی است. جدول (۶-۱۳) نتایج این آزمون را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۳- آزمون پیرسون (رابطه بین امکانات و خدمات گردشگری و رضایت گردشگران)

نوع آزمون	تعداد نمونه	شدت همبستگی	سطح معناداری	آلفای مورد نظر
پیرسون	۸۰۶	۰/۸۸۱	۰/۰۰۰	۰/۰۵

منبع: پرسش نامه و مطالعات میدانی نگارندگان

آزمون رگرسیون

با توجه به جدول (۶-۱۴) ضریب تعیین بین دو متغیر (وضعیت امکانات و خدمات و رضایت گردشگران) نشان می دهد که ۳۷ درصد تغییرات ایجاد شده در متغیر وابسته در اثر تغییرات متغیر مستقل است.

جدول شماره ۴- ضریب همبستگی و ضریب تعیین رگرسیون

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعدیل شده	خطای معیار میانگین
۰/۸۸۱ ^a	۰/۷۷۶	۰/۷۷۶	۳/۰۴۶

^a پیش بینی کننده: وضعیت امکانات و خدمات گردشگری

منبع: پرسش نامه و مطالعات میدانی نگارندگان

همچنین، تحلیل واریانس رگرسیون (جدول ۶-۱۵) به منظور بررسی قطعیت رابطه بین این دو متغیر نشان می دهد که Sig کمتر از ۵ درصد (برابر با ۰/۰۰۰) است که در این صورت فرض خطی بودن رابطه بین این دو متغیر تأیید می گردد.

جدول شماره ۵- تحلیل واریانس رگرسیون (ANOVA)

مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	توزیع فیشر (F)	سطح معنی داری
۲۵۷۳۱/۳۰	۱	۲۵۷۳۱/۳۰	۲۷۷۱/۲۷	۰/۰۰۰

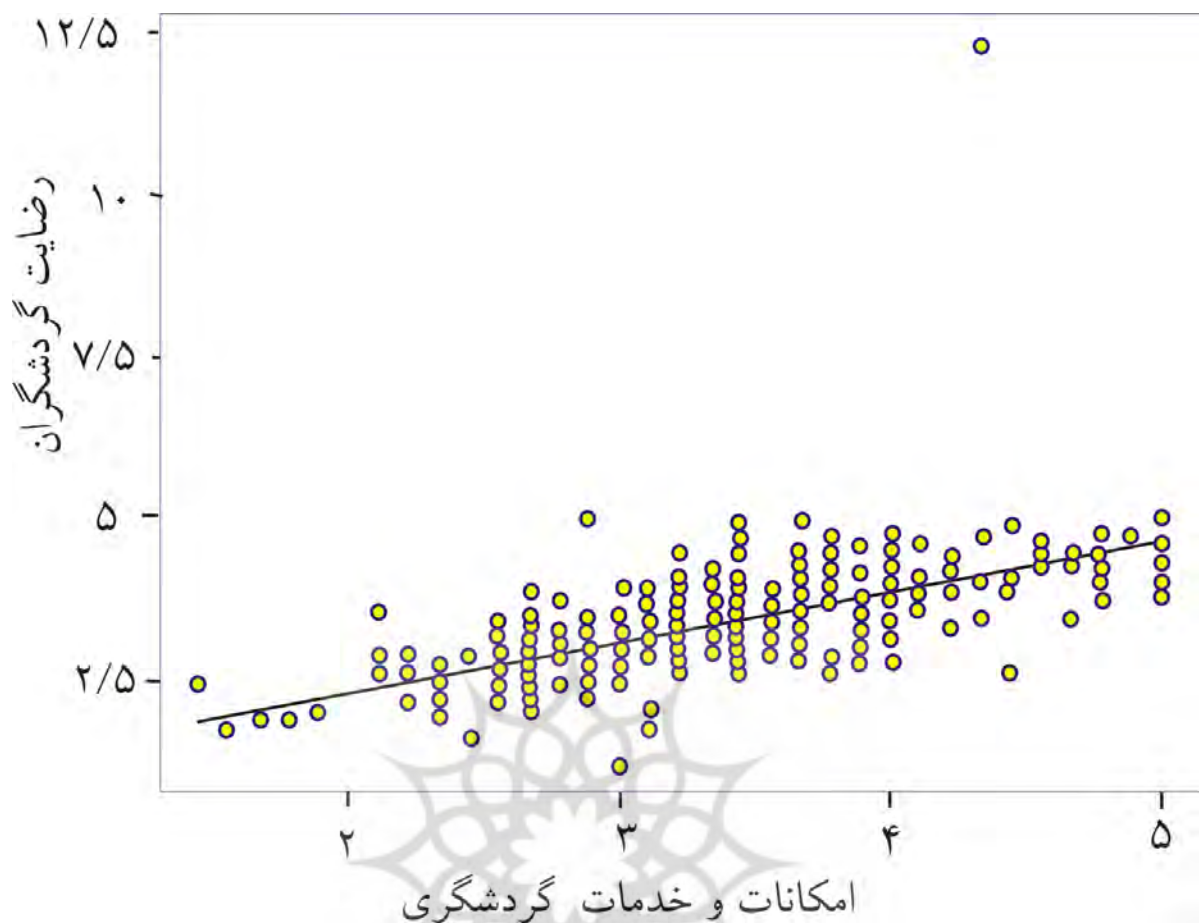
متغیر وابسته: رضایت گردشگران

جدول مربوط به تحلیل رگرسیون نیز تأثیر امکانات و خدمات بر رضایت گردشگران را تأیید می کند. ضریب بتا (Beta) نیز ۰/۶۱ و بیانگر این است که به ازای یک واحد تغییر در متغیر مستقل، ۰/۸۸ تغییر در متغیر وابسته ایجاد می کند. نتایج تحلیل رگرسیون در جدول (۶-۱۶) آورده شده است. نمودار پراکنش نیز که با توجه به نتایج تحلیل رگرسیون ترسیم شده است، نشان می دهد که رابطه زیادی بین امکانات و خدمات گردشگری و رضایت گردشگران وجود دارد (شکل ۱۲).

جدول شماره ۶- تحلیل رگرسیون (تأثیر امکانات و خدمات گردشگری بر رضایت گردشگران)

مدل رگرسیون	ضریب استاندارد نشده		ضریب استاندارد	t	sig
	B	خطای معیار			
مقدار ثابت	۴/۰۱۸	۰/۳۶۴	۰/۸۸۱	۱۱/۰۴۹	۰/۰۰۰
	۰/۸۶۰	۰/۰۱۶			
امکانات و خدمات گردشگری				۵۲/۶۴	۰/۰۰۰

منبع: پرسش نامه و مطالعات میدانی نگارندگان



شکل شماره ۱۳- نمودار رگرسیون رابطه بین امکانات و خدمات گردشگری و رضایت گردشگران

منبع: مطالعات میدانی نگارندگان

۳-۵- تحلیل متغیرهای کنترل کننده

به منظور تحلیل متغیرهای کنترل کننده، از آزمون مقایسه میانگین دو جامعه (آزمون F و t) و تحلیل واریانس یک طرفه (ANOVA) استفاده شده است. برای بررسی تأثیر متغیرهای جنسیت و محل سکونت گردشگران (که دارای سطح سنجش اسمی دو حالت هستند) روی رضایت آنان، از آزمون مقایسه میانگین دو جامعه (آزمون F و t) و برای بررسی تأثیر متغیرهای مستقل سن، سطح تحصیلات و شغل گردشگران (که دارای سطح سنجش اسمی سه حالت هستند)، از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه (ANOVA) استفاده شده است.

۳-۵-۱- تأثیر جنسیت گردشگران بر رضایت آنان

برای بررسی تأثیر جنسیت گردشگران بر رضایت آنان آزمون تساوی واریانس (آزمون F یا $Leven$) و آزمون تساوی میانگین دو جامعه (آزمون t) به کار رفته است. Sig مربوط به آزمون $Leven$ برابر با $0/09$ و بزرگتر از آلفای مورد نظر ($0/05$) می باشد. در نتیجه، فرض برابری واریانسها (H_0) تأیید می شود. بنابراین، جنسیت گردشگران در رضایت آنان تأثیر ندارد. همچنین، با توجه به نتایج آزمون Sig, t بیشتر از ۵ درصد است و ادعای عدم تساوی میانگین رضایت گردشگران در میان زن و مرد در سطح خطای ۵ درصد رد می شود.

جدول شماره ۷- آزمون مقایسه میانگین دو جامعه (تأثیر جنسیت گردشگران بر رضایت آنان)

فاصله اطمینان ۰/۹۵		خطای معیار	تفاوت میانگین	sig	درجه آزادی	t	آزمون لون (Leven)		فرض برابری واریانس
حد بالا	حد پایین						sig	F	
۰/۱۳۵	-۱/۷۲	۰/۴۷	-۰/۷۹	۰/۰۹	۸۰۸	-۱/۶۷	۰/۰۹	۲/۸۱	فرض برابری واریانس
۰/۱۷۴	-۱/۷۳	۰/۴۸	-۰/۷۹	۰/۰۹	۶۴۱/۰۶۵	-۱/۶۵			فرض نابرابری واریانس

منبع: پرسشنامه و مطالعات میدانی نگارندگان

۵-۳-۲- تأثیر محل سکونت گردشگران بر رضایت آنان

بر اساس آزمون لون (Leven)، فرض برابری واریانسها (H_0) تأیید می شود، زیرا Sig برابر ۰/۱۱ و بزرگتر از ۵ درصد است. همچنین، Sig آزمون تساوی میانگین ها با فرض عدم تساوی واریانسها، بیشتر از ۵ درصد است، پس H_0 تأیید می شود. بنابراین، می توان گفت که محل سکونت گردشگران در رضایت آنان تأثیر ندارد. جدول (۶-۱۸) نتایج آزمون را نشان می دهد (جدول ۸).

جدول شماره ۸- جدول مقایسه میانگین دو جامعه (تأثیر محل سکونت گردشگران بر رضایت آنان)

فاصله اطمینان ۰/۹۵		خطای معیار	تفاوت میانگین	sig	درجه آزادی	t	آزمون لون (Leven)		فرض برابری واریانس
حد بالا	حد پایین						sig	F	
۰/۴۷	-۱	۰/۳۷	-۰/۲۶	۰/۴۸۵	۸۰۸	-۰/۶۹	۰/۱۱	۰/۲۸	فرض برابری واریانس
۰/۴۸	-۱	۰/۳۸	-۰/۲۶	۰/۴۹	۵۴۰/۷۲۰	-۰/۶۸			فرض نابرابری واریانس

منبع: پرسشنامه و مطالعات میدانی نگارندگان

۵-۳-۳- تأثیر سن گردشگران در رضایت آنان

برای بررسی این دو متغیر از تحلیل واریانس یک طرفه (ANOVA) استفاده شده است. همانطور که در جدول (۶-۱۹) ملاحظه می گردد، Sig برابر با ۰/۰۵۷ و بزرگتر از ۵ درصد است. بنابراین، H_0 رد می شود. به عبارت دیگر، تفاوت معنی داری بین میانگین جوامع وجود ندارد. می توان گفت که سن گردشگران در رضایت آنان تأثیر ندارد (جدول ۹).

جدول شماره ۹- آزمون ANOVA (تأثیر سن گردشگران بر رضایت آنان)

sig	F	مجذور میانگین	درجه آزادی	مجموع مجذورات	
۰/۰۵۷	۲/۰۴	۷۰/۳۶	۶	۴۲۲/۱۹	بین گروهی
		۳۴/۳۵	۸۰۸	۴۴۳۵۳	درون گروهی
			۸۱۴	۴۴۷۷۵	کل

منبع: پرسشنامه و مطالعات میدانی نگارندگان

۵-۳-۴- تأثیر شغل گردشگران بر رضایت آنان

تحلیل ANOVA (جدول ۶-۲۰) نشان می‌دهد که Sig برابر با ۰/۲۷ و بزرگتر از ۵ درصد است و در نتیجه، H_0 رد می‌شود. بدین معنی که تفاوت معنی داری بین میانگین جوامع وجود ندارد و متغیر سن در رضایت گردشگران تأثیر ندارد (جدول ۱۰).

جدول شماره ۱۰- آزمون ANOVA (برای بررسی تأثیر شغل گردشگران بر رضایت آنان)

Sig	F	مجدور میانگین	درجه آزادی	مجموع مجذورات	
۰/۲۷	۱/۲۸	۵۵/۴۵	۴	۲۲۱/۸۰	بین گروهی
		۴۳/۳۲	۸۰۴	۳۴۸۳۵	درون گروهی
			۸۰۸	۳۵۰۵۷	کل

منبع: پرسش‌نامه و مطالعات میدانی نگارندگان

۵-۳-۵- تأثیر سطح تحصیلات گردشگران بر رضایت آنان

با توجه به نتایج تحلیل واریانس (ANOVA)، فرض H_0 تأیید می‌شود، زیرا Sig برابر با ۰/۰۱ و کوچکتر از آلفای ۵ درصد است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که سطح تحصیلات گردشگران در رضایت آنان از وضعیت مکان‌های گردشگری تأثیرگذار است (جدول ۱۱).

جدول ۱۱- آزمون ANOVA (برای بررسی تأثیر سطح تحصیلات گردشگران بر رضایت آنان)

sig	F	مجدور میانگین	درجه آزادی	مجموع مجذورات	
۰/۰۱	۳/۷۲۲	۱۵۹/۸۳۳	۳	۴۷۹/۴۹۹	بین گروهی
		۴۲/۹۴	۸۰۶	۳۴۶۱۰	درون گروهی
			۸۰۹	۳۵۰۹۰	کل

منبع: پرسش‌نامه و مطالعات میدانی نگارندگان

۶- نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش نشان داد که بین تعداد گردشگر و تبلیغات مکان‌های گردشگری و همچنین بین وضعیت امکانات و خدمات گردشگری و میزان رضایت گردشگران رابطه معناداری وجود دارد. تحلیل داده‌ها در این پژوهش نشان داد هر چه قدر امکانات و خدمات گردشگری افزایش و بهبود می‌یابد، میزان رضایت گردشگران نیز افزایش می‌یابد. ارقام نشان می‌دهد که از نظر گردشگران وضعیت امکانات تفریحی و ورزشی، امکانات اقامتی و رفاهی، امکانات خدمات بهداشتی، تبلیغاتی و هدایت گردشگران، وضعیت مکان‌های فروش مواد غذایی، خدمات درمانی، امکانات دسترسی و حمل‌ونقل در وضعیت نامناسبی قرار دارد. وضعیت امنیتی گردشگران در مکان‌های گردشگری نسبتاً مناسب و دسترسی به آب سالم و نوشیدنی نیز تا حدودی مناسب است. بنابراین، اکثر گردشگران رضایت کمی از مکان‌های گردشگری دارند. این بررسی همچنین نشان داد که به دلیل وجود زباله‌ها و تخریب گیاهان طبیعی و عدم مدیریت صحیح مکان‌های گردشگری، رضایت کمی از پاکیزگی مکان‌های گردشگری وجود دارد.

تحلیل متغیرهای تعدیل کننده به وسیله آزمون مقایسه میانگین دو جامعه (t-test) و آزمون مقایسه میانگین چند جامعه (ANOVA) نشان داد که تفاوت معنی داری بین میانگین جوامع وجود ندارد. به عبارت دیگر، متغیرهای سن، جنس، شغل، و محل اقامت (شهر یا روستا) گردشگران تأثیری در میزان رضایت آنان ندارد، و تنها متغیر سطح تحصیلات در میزان رضایت گردشگران تأثیر گذار است.

۱۴- پیشنهادات

۱-۱۴- پیشنهادات در سطح ملی

- تلاش در ایجاد عزم و باور ملی در خصوص لزوم توسعه گردشگری به عنوان جانشینی مناسب برای درآمدهای نفتی.

- لزوم رویکرد منطقه ای به برنامه ریزی، توسعه، ترویج و مدیریت گردشگری.
- ارتقای سطح کیفی نیروی استانی شاغل در بخش جهانگردی و توسعه آموزش در این بخش.
- ایجاد سیستم آمار و اطلاعات گردشگری که لازمه برنامه ریزی، توسعه و مدیریت کارا می باشد.
- معرفی و تبلیغ جاذبه ها و توانمندی های کشور در سطح داخلی و بین المللی برای افزایش جهانگردان بین المللی

۲-۱۴- پیشنهاداتی در سطح استانی

- تهیه طرح جامع گردشگری استان با توجه به قابلیت ها و توانمندی های بالقوه و بالفعل تمامی مناطق استان.
- فراهم کردن زمینه فعالیت بخش خصوصی و سرمایه گذاران داخلی و خارجی.
- استفاده از توانمندی های مرزی بودن استان کردستان، و داشتن فرهنگ و زبان مشترک با کردستان عراق در زمینه جذب گردشگر خارجی.
- استفاده از توانمندی های گردشگری تجاری در استان کردستان و هدایت سرمایه های حاصل شده از این بخش گردشگری به سایر بخش های گردشگری استان و بهبود زیر ساخت های گردشگری در استان.
- تجدید نظر در ساختار مدیریتی بخش گردشگری استان کردستان.
- ضرورت هماهنگی بین سازمان های متولی بخش گردشگری در استان کردستان.
- تبلیغات منظم و مؤثر جاذبه های استان به ویژه جاذبه های غیرفعال استان در سطح کشور.
- توسعه آموزش نیروی انسانی در فعالیتهای بخش گردشگری به منظور ارائه خدمات کارآمد در این بخش.
- ایجاد و احداث مجتمع های گردشگری در ساحل دریاچه زریبار .
- تجهیز سدها و رودخانه های استان به امکانات گردشگری جهت استفاده از جاذبه های آبی این مناطق.
- توسعه و بهسازی شبکه ارتباطی استان به ویژه مسیرهای منتهی به جاذبه های مهم گردشگری استان کردستان.
- توسعه گردشگری کوهستان به عنوان یکی از قابلیت های ممتاز استان از طریق تجهیز ارتفاعات مهم استان به پناهگاه و راه ارتباطی.

۱۴-۳- پیشنهادات مطالعاتی

- گردشگری و راهکارهای توسعه آن در دریاچه زریبار.
- راهکارهای جذب گردشگران خارجی در استان کردستان.
- ساماندهی آثار و بناهای تاریخی در استان کردستان جهت توسعه گردشگری فرهنگی - تاریخی
- شناسایی، ثبت و معرفی توانمندی‌های گردشگری در استان کردستان.
- بررسی نحوه مدیریت مناسب گردشگاهها و مکان های گردشگری در استان کردستان.
- بررسی نقش گردشگری در ایجاد تعادل منطقه ای در استان کردستان.

منابع

- اسلامی، صدیف (۱۳۸۸). "برنامه‌ریزی توسعه پایدار توریسم در شهرستان مشکین شهر". پایان نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: دکتر اصغر ضرابی، دانشگاه اصفهان.
- آسایش، حسین (۱۳۸۳). اصول و روش های برنامه ریزی ناحیه ای. انتشارات دانشگاه پیام نور.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و مهدوی داوود (۱۳۸۵). راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده مدل SWOT دهستان لواسان کوچک، مجله مدرس علوم انسانی، شماره ۴۵.
- زنگی آبادی، علی و دیگران (۱۳۸۵). تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان. جغرافیا و توسعه. شماره ۸.
- زنگی آبادی، علی و مصطفی ده چشمه (۱۳۸۷). امکانسنجی توانمندی های اکوتوریسم استان چهارمحال بختیاری، نشریه محیط شناسی، شماره ۴۷.
- زنگی آبادی، علی و مهین نسترن (۱۳۸۳). توسعه پایدار و شهر پایدار. نشریه کار و جامعه، شماره ۸۵.
- زیاری، کرامت الله (۱۳۸۲). برنامه ریزی شهرهای جدید. تهران: انتشارات سمت.
- زیاری، کرامت الله (۱۳۸۳). اصول و روش های برنامه ریزی منطقه ای. چاپ سوم. یزد: انتشارات دانشگاه یزد.
- سرشماری عمومی نفوس و مسکن کشور در سال، ۱۳۸۵، مرکز آمار ایران.
- سازمان هواشناسی استان کردستان (۱۳۸۵). آمار و اطلاعات هواشناسی استان به ماه شمسی
- سلطانی، محمدعلی (۱۳۷۹). گردشگری و محیط زیست، فصلنامه محیط زیست. شماره ۳۲.
- شرکت فنی و مهندسی نیوار (۱۳۷۸). اقلیم و گردشگری (استان کردستان). سازمان هواشناسی کشور.
- صدر موسوی، میرستار و دخیلی کهنمویی جواد (۱۳۸۶). ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران، پژوهش های جغرافیایی، شماره ۶۱.
- ضیائی، محمود (۱۳۸۸). جغرافیای گردشگری. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- فرج زاده اصل، منوچهر و رفیق کریم پناه (۱۳۸۶). تحلیل پهنه های مناسب اکوتوریسم در استان کردستان. نشریه پژوهش های جغرافیایی، شماره ۶۵.
- فریدونی گودرز (۱۳۷۹). سطح بندی توسعه دهستان های استان کردستان با استفاده از GIS.
- ولدبیگی، برهان (۱۳۸۰). نگاهی به جاذبه های اکوتوریستی منطقه اورامان، چاپ اول، نشر طاق.
- Altinay Mehmet, Hussain Kashif (2005), Sustainable tourism development: a case study of North Cyprus, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Volume:17 Issue:3 pp:272 – 280

- Ballantyne Roy, Packer Jan, Hughes Karen (2009).,Tourists' support for conservation messages and sustainable management practices in wildlife tourism experiences, Tourism Management, Volume 30, Issue 5, Pages 658-664
- Cole Sam, Razak Victoria(2009), Tourism as future, Futures, Volume 41, Issue 6, August 2009, Pages 335-345
- Eccles Gavin, Costa Jorge (1996),Perspectives on tourism development, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Volume:8 Number:7 pp: 44-5

