

بررسی عوامل مؤثر بر توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد

حامد درخشیده^۱، ابوطالب غریبی^۲

چکیده

در این پژوهش عوامل مؤثر بر توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد مورد بررسی قرار گرفته و پنج عامل کمبود خدمات و زیرساختها، مشکلات تقاضای فصلی، ضعف بازاریابی و تبلیغات، موانع فرهنگی و اجتماعی و تعدد مراکز تصمیم گیری به عنوان موضوعات مرتبط با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد مطرح شد. برای پاسخگویی به ارتباط این عوامل با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری پنج فرضیه تدوین و برای آزمون فرضیات از آزمونهای آماری نظیر آزمون همبستگی اسپیرمن، آزمون t و آزمون تحلیل واریانس ANOVA استفاده شده است. این پژوهش کاربردی و از نوع توصیفی و همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش کارشناسان و دست اندرکاران مرتبط با صنعت گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد می باشند و داده های مورد نیاز بوسیله پرسش نامه جمع آوری گردید. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین کمبود خدمات و زیر ساختها و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد و هم چنین بین مشکلات تقاضای فصلی، ضعف بازاریابی و تبلیغات، مشکلات فرهنگی-اجتماعی و در نهایت تعدد مراکز تصمیم گیری با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد رابطه مستقیم وجود دارد.

کلیدواژه ها: گردشگری، توسعه نیافتگی، زیر ساختها و خدمات، بازاریابی، کهگیلویه و بویر احمد

۱ نویسنده مسئول: کارشناس ارشد مدیریت مالی از دانشگاه اصفهان hamedderakhshide@gmail.com (۰۹۳۶۸۶۶۲۲۳۹)

۲ کارشناس ارشد برنامه ریزی توسعه گردشگری از دانشگاه علامه طباطبایی ۸۹ gmail.com@Abutaleb.gharibi (۰۹۱۷۹۲۰۱۵۵۳)

مقدمه

صنعت گردشگری به سیاستگذاران در این صنعت کمک می کند تا با شناخت بیشتری به قضاوت و تصمیم گیری بپردازند (زاهدی، ۱۳۸۵).

۱) آثار اقتصادی

گردشگری در تقویت بیمه اقتصادی، کاهش بی تعادلی های منطقه ای و ارتقاء شاخص های توسعه در مناطق غیر برخوردار، توسعه اقتصادی در سطوح محلی، ملی و منطقه ای، ایجاد تنوع و دگرگونی در ساختار اقتصادی مناطق در سطوح منطقه ای و ثبات اقتصادی در سطح کلان، نقش مؤثری ایفا می کند (زاهدی، ۱۳۸۵).

۲) اثرات اجتماعی-فرهنگی

چنانچه سیاستهای توسعه گردشگری به نحوی برنامه ریزی و ساماندهی شود، می تواند راهی برای آشنا شدن مردم کشور با نحوه زندگی سایر ملل، اقوام، عقاید و آداب و رسوم فرهنگ ها و خرده فرهنگ های دیگر باشد. در این فرآیند، با ایجاد امکان مبادلات فرهنگی و تعاملات اجتماعی، زمینه هایی بوجود می آید که به وسعت نظر و بسط حوزه دید مردم جامعه منجر می شود و تجارت فرهنگی مردم کشور را غنی می کند. از آنجا که ره آورد صنعت گردشگری موجب تغییراتی در زندگی روزانه و فرهنگ جامعه میزبان می شود، اصطلاح اثرات اجتماعی و فرهنگی را به معنی تغییراتی به کار می برند که در تجربه های روزانه، ارزش ها، شیوه زندگی و محصولات هنری و فکری جامعه میزبان رخ می دهد (گی، ۱۳۸۶).

۳) اثرات زیست محیطی

در بسیاری از مناطق جهان، زیبایی های طبیعی علت اولیه و اصلی برای جذب گردشگر و توسعه صنعت گردشگری بوده اند. از پیامدهای مثبت توسعه گردشگری در این زمینه می توان به افزایش گرایشهای زیبایی شناختی و بهره مندی معنوی از شگفتی های جهان طبیعت اشاره کرد. از دیگر اثرات مثبت توسعه گردشگری از بعد زیست محیطی، اختصاص بخشی از درآمدهای گردشگری به محافظت از جذابتهای طبیعی است. حفظ منابع طبیعی و ایجاد پارکهای ملی، بهبود سیستم های اکولوژیکی، از اثرات مثبت زیست محیطی توسعه گردشگری به حساب می آیند (زاهدی، ۱۳۸۵).

۴) اثرات سیاسی

برخی از اثرات مثبت سیاسی توسعه گردشگری عبارتند از: کاهش ناآرامی های سیاسی ناشی از بیکاری، افزایش سطح امنیت در جامعه، افزایش تفاهم و احترام متقابل بین ملل. از اثرات سیاسی منفی گردشگری می توان به گروگانگیری گردشگران و باج خواهی، به کارگیری گردشگران برای مقاصد سیاسی، و افزایش احتمال شورش و آشوب در بین مخالفان حکومت اشاره کرد. (زاهدی، ۱۳۸۸)

پیشینه تحقیق

ولی زاده (۱۳۸۵) در تحقیقی پیرامون «چالشهای فراروی توسعه صنعت گردشگری در ایران با تأکید بر کلانشهر تبریز» چنین بیان می کند که ایران و در داخل آن کلانشهر تبریز با دارا بودن موقعیت جغرافیایی، اقلیمی و تاریخی کم نظیر از قابلیتها و توانایی های بالایی برای جذب گردشگر برخوردار است. اما تاکنون نتوانسته بهره کافی را از این موقعیت ببرد و سهم ناچیزی را از بازارهای گردشگری جهان داراست. لذا شناسایی چالشها و موانع عمده ای که فراروی توسعه صنعت گردشگری در ایران به ویژه کلانشهر تبریز قرار دارد اساس این پژوهش را تشکیل می دهد. که این چالشها و تنگناها در ۸ بند و تحت عنوان چالشهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، زیست محیطی، چالشهای مربوط به تاسیسات و تجهیزات گردشگری، چالشهای مربوط به قوانین موجود، چالشهای مربوط به نیروی انسانی و آموزش آنها و چالشهای اطلاعاتی و اطلاع رسانی طبقه بندی و مورد ارزیابی قرار گرفته است.

گردشگری به ویژه به منظور گذران اوقات فراغت یکی از نیازهای اصلی انسان محسوب شده بطوریکه این پدیده با تخصیص ۱۰ درصد جمعیت جهان، جابجایی صلح آمیز تاریخ بشر محسوب می شود (وجدان طالشمکائیل، ۱۳۸۷) گردشگری از اهمیت بالایی در اقتصاد جهانی برخوردار بوده و یکی از منابع مهم درآمدهای ارزی هم برای کشورهای پیشرفته و هم برای کشورهای در حال توسعه می باشد. بطوریکه بخش بزرگی از برنامه ریزیها و سرمایه گذاریها را در دنیا به خود اختصاص داده است. با رشد و توسعه این صنعت بالطبع مباحث تجارت و رقابت نیز در آن گسترش یافته و برای موفقیت در این صنعت علاوه بر داشتن شرایط گردشگر پذیری، مقصدها باید به دنبال برنامه ریزی برای جذب گردشگران و معرفی بهتر امکانات و شرایط خود به بازارهای جهانی گردشگری باشند. البته اهمیت و نقش اقتصادی گردشگری نباید باعث غفلت از سایر ابعاد آن، بویژه بعد فرهنگی شود. گرایش مردم جهان به یافتن آسانترین و مؤثرترین راه برای گفتگوی فرهنگها سبب شده است تا نقش گردشگری در این تعاملات هر روز حیاتی تر شود. بدیهی است که قرابت و روابط فرهنگی ملل، از آنجا که پایه و اساس صلح و دوستی و به تبع آن روابط اقتصادی میان آنهاست، در توسعه همه جانبه آنها نیز سهم به سزایی دارد (وجدان طالشمکائیل، ۱۳۸۷) اهمیت گردشگری در عصر حاضر بیش از همه وابسته به چرخه اقتصادی آن می باشد که قابلیت بالایی در زمینه پویایی اقتصاد محلی و بین المللی دارا می باشد؛ به گونه ای که مصرف گردشگری، سرمایه گذاری دولتی و خصوصی و هم چنین صادرات در صنعت گردشگری در سال ۲۰۰۴ رشدی معادل ۵/۹ درصد و در حدود ۵/۵ تریلیون دلار داشته است (چیانگ لی، ۲۰۰۸) علیرغم گزارشات و مقالاتی که در رابطه با ارتقای سطح و رشد صنعت گردشگری در ایران در جراید گوناگون منعکس می شود، واقعیت امر حاکی از عدم رشد صنعت گردشگری در ایران در مقایسه با سایر کشورهای جهان است. این امر در حالی است که سیاستگذاران اقتصادی دائماً بر مضرات اتکای بیش از حد به درآمدهای نفتی و لزوم توجه به اقتصاد غیرنفتی طی چند سال اخیر تأکید داشته اند. کشور ایران و به ویژه استان کهگیلویه و بویراحمد نیز با داشتن جاذبه ها و قابلیتهای متعدد طبیعی و فرهنگی می تواند از دستاوردهای اقتصادی و فرهنگی صنعت گردشگری بهره گیرد اما تاکنون به دلایل گوناگونی این امر تحقق نیافته است. پژوهش حاضر در صدد است تا با بررسی توانمندیها و قابلیتهای استان و شناخت مشکلات و موانع، راهکارهایی جهت توسعه صنعت گردشگری در استان ارائه دهد. بنابراین در این پژوهش، مسأله در ابتدا مطالعه گردشگری و سپس ایجاد یک مدل قابل آزمایش به وسیله بررسی موانع و چالشهای توسعه گردشگری می باشد و هدف پژوهش کشف تأثیر این عوامل بر توسعه گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد می باشد.

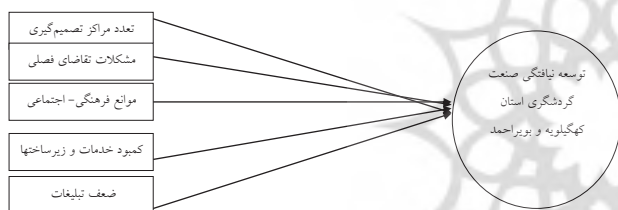
مبانی نظری پژوهش

صنعت گردشگری مانند هر پدیده دیگر دارای ابعاد مثبت و منفی است. برخی از صاحب نظران بر ابعاد مثبت آن تأکید و توسعه بی مانع آنرا توصیه کرده اند. عده ای نیز به ابعاد منفی توجه دارند و بر این باورند که تبعات سوء آن به حدی است که آثار مثبت آنرا کمزنگ می کند. در این بخش تبعات توسعه گردشگری از زوایای گوناگون اقتصادی، سیاسی، فرهنگی-اجتماعی و زیست محیطی بررسی می شود. آگاهی از تبعات مثبت و منفی توسعه

الگوی مفهومی پژوهش

الگوی مفهومی، مبنای روابط تئوریک میان تعدادی از عوامل است که در مورد مسأله پژوهش با اهمیت تشخیص داده شده اند (مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۲). در بررسی های اولیه و مطالعه صنعت گردشگری در کشورهای دیگر، خصوصاً کشورهای موفق در عرصه گردشگری مشخص گردید که یکی از مهمترین عوامل مؤثر بر توسعه این صنعت وجود یک سازمان قوی و متمرکز در هر کشور است که دارای اختیارات کافی باشد. اما در کشور ما سازمانهای مختلف از جمله سازمان میراث فرهنگی، سازمان محیط زیست، شهرداریها و غیره از جمله سازمانهای موازی و دخیل در بخش گردشگری هستند. علاوه بر این تجربیات سایر کشورها نشان می دهد که بین میزان دسترسی و وجود سیستم حمل و نقل و امکانات زیربنایی با توسعه این صنعت ارتباط وجود دارد. در کنار این موارد، بازاریابی و معرفی جاذبه های گردشگری و هم چنین فضای فرهنگی کشورهای مبدأ و مقصد، عوامل بسیار مهمی در توسعه این صنعت به شمار می روند. علاوه بر این مشکلات مربوط به تقاضای فصلی گردشگری با توجه به شرایط اقلیمی استان را نیز باید به این موارد اضافه کرد. با توجه به همه عوامل گفته شده نمودار زیرمدل مفهومی پژوهش را نشان می دهد.

نمودار شماره ۱: الگوی مفهومی پژوهش



برای پاسخ گویی به سؤال اصلی پژوهش که چه موانعی بر سر راه توسعه صنعت گردشگری در استان کهگیلویه و بویراحمد وجود دارد، بر اساس الگوی مفهومی پنج فرضیه زیر ارائه شد: فرضیه اول: کمبود خدمات و زیرساختها بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر دارد. فرضیه دوم: مشکلات تقاضای فصلی بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر دارد. فرضیه سوم: ضعف تبلیغات و اطلاع رسانی در مورد جاذبه های گردشگری بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر دارد. فرضیه چهارم: موانع فرهنگی و اجتماعی بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر دارد. فرضیه پنجم: تعداد مراکز تصمیم گیری مرتبط با گردشگری بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر دارد. در جدول شماره ۱ اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان آورده شده است

مدهوشی و ناصرپور (۱۳۸۲) در پژوهشی به بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان پرداخته اند. در این پژوهش چهار عامل تعدد مراکز تصمیم گیری، ضعف بازاریابی، ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری و فقدان فرهنگ پذیرش گردشگر به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان لرستان مورد بررسی قرار گرفته است. و در نهایت بین هر چهار عامل با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان لرستان رابطه مستقیم وجود دارد میتز (۲۰۰۶) در پژوهشی با عنوان «دیدگاه اجتماع محلی در مورد توسعه گردشگری» در صدد کشف دیدگاه اهالی نلسون در مورد توسعه گردشگری برآمد؛ و اینکه آیا اجتماع محلی باید در توسعه گردشگری ارتباط و مشارکت داشته باشند و کدام ارزشها برای حفظ در طی این توسعه گردشگری مهم هستند. نتایج نشان داد که دیدگاه های بسیار نظام مند برای مشارکت در این صنعت نیازمند است و سرمایه گذاران باید به کشف ارزشها و چشم اندازهایی که پایه ای قوی برای توسعه آینده گردشگری در نلسون هستند، بپردازند.

روش شناسی پژوهش

در این مطالعه به منظور جمع آوری اطلاعات مربوط به ادبیات موضوع از مطالعات کتابخانه ای و برای جمع آوری اطلاعات برای آزمون فرضیه های پژوهش از روش میدانی و پیمایش استفاده شده است. پرسشنامه پژوهش حاوی ۴۵ سؤال که ۶ سؤال آن مربوط به متغیر ضعف تبلیغات، ۱۴ سؤال آن مربوط به متغیر مشکلات تقاضای فصلی و زیر ساختها، ۸ سؤال آن مربوط به متغیر مشکلات تقاضای فصلی، ۹ سؤال مربوط به تعدد مراکز تصمیم گیری و ۸ سؤال هم مربوط به متغیر موانع فرهنگی است. پرسش نامه با استفاده از طیف لیکرت در مقیاس پنج درجه ای از خیلی کم تا خیلی زیاد طراحی شده است. برای روایی پرسشنامه با توجه به اینکه از پرسش نامه مربوط به تحقیق طالبشکائیل (۱۳۸۷) اقتباس شده است، یکبار دیگر از نظرات اعضاء خبرگان علمی اصفهان استفاده شد و روایی آن مورد تأیید قرار گرفت. برای پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است که ضریب آلفای کرونباخ برای سؤالات متغیر وابسته توسعه گردشگری ۰/۷۸٪، برای سؤالات متغیر مستقل ضعف تبلیغات ۰/۷۶٪، متغیر مستقل کمبود خدمات و زیر ساختها ۰/۸۱٪، متغیر مستقل مشکلات تقاضای فصلی ۰/۷۳٪، متغیر مستقل تعدد مراکز تصمیم گیری ۰/۸۳٪ و متغیر مستقل موانع فرهنگی ۰/۷۹٪ است. با توجه به اینکه همه ضرایب بالاتر از ۰/۷۰٪ است پرسشنامه از پایایی مناسبی برخوردار است. جامعه آماری این پژوهش کارکنان و کارشناسان مرتبط با صنعت گردشگری در سطح استان کهگیلویه و بویراحمد بوده اند. برای تعیین حجم نمونه از فرمول پیشنهادی تاباچنیک و فیدل (۲۰۰۱) استفاده شده است. آنها برای تعیین حجم نمونه در همبستگی چندگانه فرمول زیر را ارائه دادند که n حجم نمونه و m تعداد متغیرهای مستقل است، بنابراین از آنجا که تعداد متغیرهای مستقل ۵ تا می باشد، تعداد نمونه حداقل برابر با ۹۰ می باشد که تعداد ۱۰۰ پرسش نامه توزیع شد و در نهایت ۹۴ پرسش نامه برگشت داده شد؛ بنابراین تعداد نمونه برابر با ۹۴ می باشد.

$$m+50 \leq n$$

$$90 = 40 + 50 = (5)8 + 50 \leq n$$

با توجه به ماهیت سؤالات و اهداف تحقیق، علاوه بر آمار توصیفی برای جداول فراوانی ها، از آمار استنباطی و آزمونهای همبستگی پیرسون، آزمون t و تحلیل واریانس ANOVA استفاده شده است.

اطلاعات جمعیت شناختی (جدول شماره ۱)

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
زن	۲۷	٪۲۹
مرد	۶۷	٪۷۱
جمع	۹۴	٪۱۰۰
وضعیت تاهل	مجرد	۳۸
	متاهل	۵۶
	جمع	۹۴
سن	۱۸-۳۰	۱۹
	۳۱-۴۰	۳۴
	۴۱-۵۰	۲۷
	بالتر از ۵۰	۱۴
	جمع	۹۴
تحصیلات	دیپلم	۱۳
	کاردانی	۲۳
	کارشناسی	۴۸
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۰
	جمع	۹۴

آزمون همبستگی پیرسون (جدول شماره ۳)

همبستگی بین متغیرها	میزان همبستگی	معناداری	تعداد نمونه
مشکلات تقاضای فصلی	۰/۲۱۲	۰/۰۰۰	۹۴
توسعه نیافتگی گردشگری			

با توجه به اینکه سطح معناداری کوچکتر از سطح خطای مجاز (۰/۰۵) می باشد بنابراین آماره آزمون در ناحیه رد H_0 و پذیرش H_1 قرار گرفته است. و چون ضریب همبستگی برابر با ۰/۲۱۲ است می توان گفت مشکلات تقاضای فصلی ارتباط مثبتی با توسعه نیافتگی گردشگری دارد. فرضیه سوم) ضعف تبلیغات و اطلاع رسانی در مورد جاذبه های گردشگری بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر دارد. فرضیه H_0 بیانگر این است که ضعف تبلیغات و اطلاع رسانی در مورد جاذبه های گردشگری بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر ندارد و فرضیه مقابل یعنی H_1 بیانگر این است که ضعف تبلیغات و اطلاع رسانی در مورد جاذبه های گردشگری بر توسعه نیافتگی گردشگری استان تأثیر دارد.

آزمون همبستگی پیرسون (جدول شماره ۴)

همبستگی بین متغیرها	میزان همبستگی	معناداری	تعداد نمونه
ضعف تبلیغات و اطلاع رسانی	۰/۵۳۹	۰/۰۰۰	۹۴
توسعه نیافتگی گردشگری			

با توجه به اینکه سطح معناداری کوچکتر از سطح خطای مجاز (۰/۰۵) می باشد بنابراین آماره آزمون در ناحیه رد H_0 و پذیرش H_1 قرار گرفته است. و چون ضریب همبستگی برابر با ۰/۵۳۹ است می توان گفت ضعف تبلیغات و اطلاع رسانی در مورد جاذبه های گردشگری رابطه مثبتی با توسعه نیافتگی گردشگری دارد. فرضیه چهارم) موانع فرهنگی و اجتماعی بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر دارد.

فرضیه H_0 بیانگر این است که موانع فرهنگی و اجتماعی بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر ندارد و فرضیه مقابل یعنی H_1 بیانگر این است که موانع فرهنگی و اجتماعی بر توسعه نیافتگی گردشگری استان تأثیر دارد.

آزمون همبستگی پیرسون (جدول شماره ۵)

همبستگی بین متغیرها	میزان همبستگی	معناداری	تعداد نمونه
موانع فرهنگی- اجتماعی	۰/۱۲۲	۰/۰۰۰	۹۴
توسعه نیافتگی گردشگری			

با توجه به اینکه سطح معناداری کوچکتر از سطح خطای مجاز (۰/۰۵) می باشد بنابراین آماره آزمون در ناحیه رد H_0 و پذیرش H_1 قرار گرفته است و چون ضریب همبستگی برابر با ۰/۱۲۲ است می توان گفت موانع فرهنگی و اجتماعی رابطه مثبتی با توسعه نیافتگی گردشگری دارد. فرضیه پنجم) تعدد مراکز تصمیم گیری مرتبط با گردشگری بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر دارد. فرضیه H_0 بیانگر این است که تعدد مراکز تصمیم گیری مرتبط با گردشگری بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر ندارد و فرضیه مقابل یعنی H_1 بیانگر این است که تعدد مراکز تصمیم گیری مرتبط با گردشگری بر توسعه نیافتگی گردشگری استان تأثیر دارد.

آزمون فرضیه ها

فرضیه اول) کمبود خدمات و زیر ساختهای گردشگری بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر دارد. فرضیه H_0 بیانگر این است که کمبود زیرساختها و خدمات گردشگری بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر ندارد و فرضیه مقابل یعنی H_1 بیانگر این است که کمبود زیرساختها و خدمات بر توسعه نیافتگی گردشگری استان تأثیر دارد.

آزمون همبستگی پیرسون (جدول شماره ۲)

همبستگی بین متغیرها	میزان همبستگی	معناداری	تعداد نمونه
کمبود خدمات و زیرساختها	۰/۷۰۳	۰/۰۰۰	۹۴
توسعه نیافتگی گردشگری			

با توجه به اینکه سطح معناداری کوچکتر از سطح خطای مجاز (۰/۰۵) می باشد بنابراین آماره آزمون در ناحیه رد H_0 و پذیرش H_1 قرار گرفته است. و چون ضریب همبستگی برابر با ۰/۷۰۳ است می توان گفت کمبود خدمات و زیرساختها رابطه مثبتی با توسعه نیافتگی گردشگری دارد که با مطالعه مدهوشی و همکاران در مورد ارزیابی موانع توسعه گردشگری در استان لرستان مطابقت دارد. فرضیه دوم) مشکلات تقاضای فصلی بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر دارد. فرضیه H_0 بیانگر این است که مشکلات تقاضای فصلی بر توسعه نیافتگی گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد تأثیر ندارد و فرضیه مقابل یعنی H_1 بیانگر این است که مشکلات تقاضای فصلی بر توسعه نیافتگی گردشگری استان تأثیر دارد.

F مشاهده شده و سطح معناداری، تفاوت معناداری وجود دارد.

نتیجه گیری

با استفاده از آزمون فرضیه ها مشخص گردید که بین ضعف امکانات زیرساختی و خدمات و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد یک رابطه مستقیم وجود دارد یعنی بر اساس نظرات پاسخ دهندگان هر چه امکانات زیرساختی و خدمات کمتر باشد این صنعت در استان کمتر توسعه می یابد. هم چنین مشخص گردید که بین مشکلات تقاضای فصلی و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان رابطه مستقیم وجود دارد. علاوه بر این مشخص گردید که بین ضعف بازاریابی و تبلیغات و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد رابطه مستقیم وجود دارد؛ به بیانی دیگر، بر اساس نظرات پاسخ گویان هر چه برای جاذبه های گردشگری استان کمتر بازاریابی و تبلیغات شود این صنعت کمتر در استان توسعه می یابد. هم چنین مشخص گردید که بین موانع فرهنگی - اجتماعی و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در استان یک رابطه مستقیم وجود دارد و تا زمانی که افراد بومی از مزایای مختلف گردشگری آگاهی نداشته باشند این صنعت کمتر در استان توسعه می یابد. در پایان هم مشخص گردید که بین تعدد مراکز تصمیم گیری و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در این استان رابطه مستقیم وجود دارد؛ به عبارتی، هر چه تعداد مراکز تصمیم گیرنده درباره صنعت گردشگری بیشتر باشد این صنعت کمتر توسعه می یابد. در ادامه پیشنهادهای در راستای توسعه صنعت گردشگری در استان ارائه شده است:

پیشنهادهای

- مشخص کردن اختیارات سازمانهای مختلف درگیر در امر صنعت گردشگری
- ایجاد یک کمیته هماهنگی برای تسهیل هماهنگی میان سازمان های تصمیم گیر در حوزه گردشگری
- ایجاد راهکارهایی در جهت خارج کردن گردشگری استان از ماهیت فصلی بودن و رونق توریسم زمستانی از طریق تجهیز پیست اسکی کاکان
- تجهیز ارتفاعات مهم استان از جمله قله دنا به پناهگاه ها و راه های ارتباطی به منظور توسعه گردشگری کوهستان
- برگزاری همایش ها و جشنواره های منظم سالانه با توجه به ظرفیت های استان از لحاظ اقلیمی
- بالا بردن آگاهی عمومی نسبت به مزایای گردشگری
- استفاده از افراد آموزش دیده و خبره در بخش های مختلف صنعت گردشگری
- بهبود تأسیسات و خدمات بهداشتی و امکانات ضروری در محل جاذبه های گردشگری
- پیاده سازی برنامه های منسجم و مدون بازاریابی
- برگزاری تورهای گردشگری به طور منظم و آشنایی با نحوه زندگی طوایف عشایرنشین این استان
- بهبود سیستم حمل و نقل جاده ای، توسعه و تجهیز فرودگاه استان و هم چنین راه اندازی پروازهای خارجی
- ایجاد پایگاه های اینترنتی و معرفی جاذبه ها و آثار تاریخی و صنایع دستی و دیگر قابلیت های استان

منابع

الف) منابع فارسی

- باهر، حسین، (۱۳۷۷) دگراندیشی پیرامون گردشگری (ایرانگردی و جهانگردی)، فصلنامه مطالعات مدیریت،

آزمون همبستگی پیرسون (جدول شماره ۶)

همبستگی بین متغیرها	میزان همبستگی	معناداری	تعداد نمونه
تعدد مراکز تصمیم گیری	۰/۴۳۷	۰/۰۰۰	۹۴
توسعه نیافتگی گردشگری			

با توجه به اینکه سطح معناداری کوچکتر از سطح خطای مجاز (۰/۰۵) می باشد بنابراین آماره آزمون در ناحیه رد H_0 و پذیرش H_1 قرار گرفته است و چون ضریب همبستگی برابر با ۰/۴۳۷ است می توان گفت تعدد مراکز تصمیم گیری مرتبط با گردشگری رابطه مثبتی با توسعه نیافتگی گردشگری دارد. برای آزمون جنسیت از آزمون T مستقل (تفاوت میانگین از نظر جنسیت) استفاده شده است.

نتایج آزمون T مستقل (جدول شماره ۷)

متغیرهای تحقیق	تفاوت میانگین	T	DF	Sig
ضعف تبلیغات	-۰/۱۷	-۰/۴۸	۹۴	۰/۵۴
کمبود خدمات و زیرساختها	۰/۰۹	۰/۰۱۳	۹۴	۰/۴۳
مشکلات تقاضای فصلی	۰/۰۲۱	۰/۰۴۴	۹۴	۰/۶۶
تعدد سازمانهای تصمیم گیر	۰/۳۱	-۰/۸۸۹	۹۴	۰/۸۴
موانع فرهنگی - اجتماعی	-۰/۲۴	-۰/۶۴۳	۹۴	۰/۳۹
توسعه نیافتگی گردشگری	۰/۱۷	۰/۱۸۷	۹۴	۰/۷۱

با توجه به جدول و آزمون T و سطح معناداری، میانگین نظرات کارشناسان بر اساس جنسیت آنها در خصوص ضعف تبلیغات، کمبود خدمات و زیرساختها، مشکلات تقاضای فصلی، موانع فرهنگی - اجتماعی و تعدد مراکز تصمیم گیر مرتبط با گردشگری و توسعه نیافتگی گردشگری تفاوت معناداری وجود ندارد. از آزمون تحلیل واریانس ANOVA (برای سطح تحصيلات) استفاده شده است.

نتایج تحلیل واریانس ANOVA (تفاوت میانگین ها از نظر سطح تحصيلات) (جدول شماره ۸)

معیارهای تحقیق	تاریخچه		تاریخچه		تاریخچه		تاریخچه		تاریخچه	
	Mean	Std	Mean	Std	Mean	Std	Mean	Std	Mean	Std
ضعف تبلیغات	۳۰/۲	۳/۴	۳۱/۵	۶/۸	۲/۶۶	۴۹/۰	۳/۱۵	۴۵/۰	۱/۵۹	۰/۱۷
کمبود خدمات و زیرساختها	۲/۹۶	۴/۱	۳/۱۹	۵/۴	۲/۸۱	۵۶/۰	۲/۶۰	۳/۶	۹/۰	۰/۲۱
مشکلات تقاضای فصلی	۳/۲۵	۲/۷	۳/۱۴	۵/۳	۳/۲۵	۵۷/۰	۳/۷۰	۶/۵	۸/۱	۰/۶۰
تعدد سازمانهای تصمیم گیر	۳/۲۰	۵/۲	۳/۷۰	۷/۶	۳/۰۲	۶۴/۰	۳/۱۱	۱/۱۷	۳/۱۷	۰/۰۲
موانع فرهنگی - اجتماعی	۲/۱۲	۳/۸	۲/۲۷	۶/۹	۳/۳۰	۴۹/۰	۱/۷۱	۱/۳۲	۲/۱۱	۰/۳۱
توسعه نیافتگی گردشگری	۴/۱۲	۲/۹	۲/۶۵	۴/۱	۲/۹۷	۵۳/۰	۲/۷۷	۴/۴	۲/۹۶	۰/۰۴

با توجه به جدول و F مشاهده شده حاصل از تحلیل واریانس تک عاملی و سطح معناداری، میانگین نظرات کارشناسان بر اساس سطح تحصيلات آنها در خصوص ضعف تبلیغات، کمبود خدمات و زیرساختها و مشکلات تقاضای فصلی تفاوت معناداری وجود ندارد اما در خصوص تعدد سازمانهای تصمیم گیر مرتبط با گردشگری و توسعه نیافتگی گردشگری با توجه به

- شماره ۲۰، دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی، تهران
- زاهدی، شمس السادات، (۱۳۸۸) گردشگری و توسعه پایدار: ضرورت جاری سازی حفاظت محیطی در سیاست های توسعه گردشگری، فصلنامه مطالعات جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ۱۱
 - زاهدی، شمس السادات، (۱۳۸۵) مبانی توریسم و اکوتوریسم، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی .
 - گی، چاک. وای (۱۳۸۶) جهانگردی در چشم اندازی جامع. (ترجمه: علی پارسائیان و محمد اعرابی) (چاپ چهارم) تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی .
 - مدهوشی، مهرداد و ناصرپور، نادر، (۱۳۸۲) ارزیابی موانع توسعه صنعت گردشگری در استان لرستان، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۲۸، ۵۸-۲۵ .
 - وجدان طالشمکائیل، رحیم، (۱۳۸۷). موانع و چالشهای توسعه گردشگری داخلی در استان اردبیل، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه اصفهان.
 - ولی زاده، حمید، (۱۳۸۵) چالشهای فراروی توسعه صنعت توریسم در ایران با تأکید بر کلانشهر تبریز، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تبریز .
- (ب) منابع انگلیسی
- Chiang Lee, Chien and Chun-Ping Chang (۲۰۰۸). Tourism development and economic growth, A closer look at panels, Tourism Management Acommunity perspective on . (۲۰۰۶). Mitz, R tourism development. Master Thesis: BSC, Trent University .