

تحلیلی بر وضعیت امکانات و تسهیلات گردشگری شهر سمنان از منظر گردشگران با استفاده از آزمون پیرسون

عیسی ابراهیم‌زاده: دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران
مرضیه دارایی: کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، عضو باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی، واحد زاهدان، ایران*
ابوالفضل دارایی: دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیای طبیعی، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران

چکیده

توسعه صنعت گردشگری نیازمند آگاهی و شناخت کافی از مسائل و عوامل مؤثر محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در مبدأ و مقصد است، زیرا بدون آگاهی از امکانات موجود در هر منطقه، امکان برنامه‌ریزی و پیش‌بینی علمی و اصولی کارکردهای گردشگری وجود نخواهد داشت. مقاله حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی است و با هدف یافتن پاسخ به این سوال که چه عواملی باعث شده است تا این شهر با وجود داشتن جاذبه‌های فراوان و عبور بیشمار گردشگران از آن، از مزایای متعدد گردشگری بی‌بهره بماند تهیه شده است. جامعه آماری گردشگرانی هستند که در تابستان ۱۳۹۱ به شهر سمنان مسافرت کرده‌اند. با توجه به نامشخص بودن تعداد گردشگران (جامعه آماری) از نمونه‌گیری تصادفی قابل دسترس استفاده شده است و مناطق و محله‌هایی که گردشگران حضور داشته‌اند، برای جمع‌آوری داده‌ها تعیین گردید. یافته‌های توصیفی با استفاده از نرم‌افزار SPSS تحلیل و فرضیه‌های تحقیق نیز با آزمون پیرسون انجام شد. در این تحقیق، علاوه بر شناخت ویژگی‌های گردشگران و میزان رضایت آنان از امکانات و خدمات گردشگری در شهر، راهبردهایی را نیز بمنظور بهره‌برداری بهینه از قابلیت‌ها و امکانات موجود گردشگری در این شهر ارائه گردید. براساس نتایج حاصل از این پژوهش مکان‌های گردشگری شهر سمنان در اغلب زمینه‌ها فاقد امکانات و تسهیلات لازم برای جذب گردشگران بوده که بمنظور تحولی سازنده و پویا، ضرورت برنامه‌ریزی و تهیه و اجرای طرح جامع گردشگری در سطح شهر و استان، نه تنها می‌تواند امکان جذب گردشگر بیشتر را فراهم آورد، بلکه می‌تواند آثار زیان‌بار گردشگری بر محیط زیست و کارکردهای فرهنگی آن را نیز کاهش دهد. در این مقاله با توجه به مبانی نظری گردشگری و برنامه‌ریزی برای توسعه آن، امکانات و تسهیلات موجود شهر سمنان شناسایی، ارزیابی و بر مبنای نتایج حاصله از آزمون پیرسون فرضیات تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

واژه‌های کلیدی: توسعه گردشگری، شهر سمنان، تسهیلات گردشگری، خدمات گردشگری، رضایت گردشگران

۱- مقدمه

۱-۱- طرح مسأله

گردشگری یکی از بخش‌هایی است که به دلیل تأثیرات مثبت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، امروزه مورد توجه جدی کشورهای مختلف قرار گرفته است. صنعت گردشگری به لحاظ درآمدزایی و تأثیر در رشد اقتصادی کشورها در حال تبدیل شدن به صنعت اول در جهان است، طوری که بسیاری از کشورها با ایجاد زمینه‌ها و زیرساخت‌های مناسب در صدد بهره‌برداری از مزایای این صنعت هستند. برای اغلب این کشورها گردشگری منبع مهمی برای فعالیت‌های تجاری، کسب درآمد، اشتغال‌زایی و مبادلات خارجی محسوب می‌شود (Habermas & Lerner, 1998:198).

بطورکلی صنعت گردشگری مانند سایر صنایع، منافع و مضراتی را با خود به همراه داشته و دارد. کسب منافع اقتصادی حاصل از درآمدهای ارزی، ایجاد درآمد و اشتغال، کمک به توسعه سایر بخش‌های اقتصادی، نظیر کشاورزی، جنگلداری، ماهیگیری، ایجاد انگیزه برای دولت در ساخت زیرساخت‌هایی نظیر؛ جاده، آب و فاضلاب، برق، انرژی و غیره از جمله مزایای این صنعت بوده و می‌باشد. در عین حال ایجاد مسائل و مشکلات اجتماعی- فرهنگی مانند؛ افزایش جرم و جنایت، نشت اقتصادی، کاهش ارزش زیست محیطی منطقه یا مقصد گردشگری، از جمله مضرات این صنعت به شمار می‌روند؛ لذا پیشینه‌سازی منافع و کمینه‌سازی مضرات نیازمند برنامه‌ریزی مناسب و مدیریت دقیق است (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۹).

توسعه پایدار گردشگری، نوعی از گردشگری است که به مدیریت تمامی منابع منجر گردد و نیاز گردشگران فعلی و جامعه میزبان را بدون به خطر انداختن نسل آینده تأمین گرداند. طبق تعریف کمیسیون برانتلند: توسعه پایدار توسعه‌ای است که نیازهای فعلی را بدون خدشه‌دار کردن توانایی نسل آینده برآورده ساخته، نیازهای خود را نیز پاسخ گوید (مرادی و رحمانی، ۱۳۸۹: ۴۲).

امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. صنعت گردشگری، نظام منسجمی است که عناصر آن لازم و ملزوم یکدیگر می‌باشند. به گونه‌ای که جاذبه‌های گردشگری به تنهایی موجبات سفر یا رونق این صنعت را فراهم نمی‌کنند، بلکه امکانات و شرایط برای جابه‌جایی و اقامت گردشگران نیز باید فراهم باشد (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۹: ۱۰۰).

برای توسعه موفق گردشگری، وجود زیرساخت‌های مناسب ضروری است، و به‌ویژه برای کشورها و مناطق کمتر توسعه یافته که اغلب زیرساخت‌های محدودی دارند، وجود و گسترش آن، عاملی حیاتی به شمار می‌رود (Inskip, 1991:119).

کشورهای مقصد برای موفقیت در جذب گردشگران باید با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و جغرافیایی خود نسبت به فراهم آوردن زیرساخت‌های لازم اقدام نمایند. این کار نیازمند رویکردی نظام‌گرا نسبت به بخش گردشگری است تا از طریق ایجاد و تأمین تسهیلات مورد نیاز زمینه توسعه گردشگری را فراهم نمایند. از آنجا که وجود تسهیلات مورد نیاز اولین

روشی می‌توان این صنعت نوپا و سود آور را در استان و بخصوص شهر سمنان توسعه داد؟ برای رسیدن به پاسخ سؤالات فوق، شناخت امکانات، کاستی‌ها، انتظارات گردشگران و برنامه‌ریزی متناسب با شرایط اجتماعی، طبیعی و فرهنگی سمنان ضرورت دارد. یکی از ابتدایی‌ترین و در عین حال ضروری‌ترین نیازهای این منطقه، توسعه زیرساخت‌های گردشگری است. شناخت امکانات، کاستی‌ها، انتظارات گردشگران و برنامه‌ریزی متناسب با شرایط اجتماعی، طبیعی و فرهنگی شهر سمنان برای توسعه گردشگری آن، ضرورت دارد.

۱-۲- اهداف تحقیق

- بررسی و شناخت تسهیلات و امکانات گردشگری در شهر سمنان
- شناخت ویژگی‌های گردشگران ورودی به شهر
- بررسی میزان رضایت‌مندی گردشگران از امکانات، تسهیلات و خدمات گردشگری شهر سمنان
- ارائه پیشنهادات برای استفاده بهینه از قابلیت‌ها و امکانات موجود گردشگری

شناخت ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری، امکانات و تسهیلات مربوط به آن و برنامه‌ریزی جهت توسعه توریسم در شهر سمنان تا کنون به صورت علمی و کاربردی مورد بررسی قرار نگرفته است. از این رو، این مقاله با نوآوری علمی و دستاوردهای پژوهشی در زمینه شناخت و برنامه‌ریزی امکانات و تسهیلات گردشگری شهر سمنان، می‌تواند رهگشای توسعه منطقه‌ای در جهت افزایش تعداد گردشگران باشد.

۱-۳- پیشینه تحقیق

در زمینه توسعه گردشگری و امکانات و تسهیلات آن، مطالعات و تحقیقات بسیاری به عمل آمده است.

گام در جذب و ماندگاری گردشگران در معنی تقاضای مجدد آنها است. از این رو شناخت وضعیت منطقه از حیث وجود برخی از این عوامل، زمینه را برای آشنایی با وضعیت گردشگری منطقه و توسعه آن فراهم می‌آورد، تا با تأمین انتظارات و نیازهای گردشگران، رضایت آنها را نسبت به مقصد ایجاد نمایند. انتظارات گردشگران از منطقه بر اساس تجربه سفرهای قبلی، تبلیغات و تشویق دیگران شکل می‌گیرد. کیفیت خدمات، کیفیت تسهیلات و ارزش‌های دریافت شده و ادراک شده، تأثیر مستقیمی بر کیفیت سفر، تجربه گردشگری و سطح تقاضای آنها در آینده خواهد داشت (Uysal, 2003:8).

ایران به عنوان یکی از کشورهای در حال توسعه که ذخایر نفتی آن به عنوان 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، ۱۳۸۹: ۲۵).

شهر سمنان هم مانند بسیاری دیگر از شهرهای ایران، یکی از مناطقی است که دارای جاذبه‌های گردشگری فرهنگی و تاریخی فراوانی است و جهت جذب گردشگران داخلی و خارجی، ظرفیت‌های مطلوبی در اختیار دارد. اما چه عامل یا عواملی باعث شده که این سرزمین از مواهب اقتصادی و فرهنگی توریسم، که در جاهای دیگر تبدیل به بخش‌های اقتصادی- پردرآمد جهان شده است، بی بهره بماند؟ و با چه

سایر تسهیلات و خدمات جهانگردی: عملیات سفر و گردش، تأسیسات پذیرایی مراکز خرید، بانک‌ها و صرافی‌ها، تسهیلات خدمات درمانی و پستی حمل و نقل: هوایی، جاده‌ای، ریلی، آبی، سایر زیرساخت‌ها: آب، برق، دفع زباله، ارتباطات راه دور،

عناصر نهادی: ساختار سازمانی (بخش دولتی و بخش خصوصی)، قوانین و مقررات مربوط به جهانگردی، برنامه‌ها و سازمان‌های تعلیم و تربیت، سرمایه مالی برای توسعه جاذبه‌ها، استراتژی بازاریابی و تبلیغات و هماهنگی تشکیلاتی و تسهیلات سفر (همان: ۶۳).

۱-۴- فرضیات تحقیق:

۱- به نظر می‌رسد که بین رضایت گردشگران از وضعیت مکان‌های گردشگری و تسهیلات و خدمات گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

۲- به نظر می‌رسد که بین تبلیغات و تعداد گردشگران ورودی به شهر سمنان رابطه وجود دارد.

۱-۵- متغیرهای پژوهش

۱- متغیرهای مستقل: تبلیغات، مکان اقامت، رفتار شهروندان و امکانات موجود در مکان‌های گردشگری

۲- متغیرهای وابسته: رضایت‌مندی گردشگران و تعداد گردشگران

۱-۶- روش‌شناسی پژوهش

شیوه انجام این پژوهش، به لحاظ روش توصیفی-تحلیلی و از نظر هدف کاربردی است. اطلاعات مورد نیاز، از منابع متعدد کتابخانه‌ای و نیز مطالعات میدانی با استفاده از پرسشنامه از گردشگران بر اساس طیف

میرستار صدر موسوی و همکاران (۱۳۸۶)، در طی مقاله‌ای به ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران پرداخته است. در این مقاله ضمن شناخت ویژگی‌های گردشگران، میزان رضایت آنان از امکانات و خدمات گردشگری مناطق گردشگری استان ارزیابی شده و پیشنهادهایی برای استفاده بهینه از قابلیت‌ها و امکانات موجود گردشگری ارائه نمودند.

موحد (۱۳۸۷)، در مقاله‌ای توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی گردشگری شهری را با تأکید بر شهرهای تاریخی بر اساس مدل‌های آشورث، تنبریگ و گتز مورد آزمون قرار داده است.

در زمینه عرضه گردشگری و عناصر آن محققان بسیاری اظهار نظر نموده‌اند. پیرس^۱ (۱۹۸۱) با دیدگاهی عرضه محورانه، گردشگری را شامل؛ جاذبه‌ها، حمل و نقل، اقامتگاه‌ها، تسهیلات پشتیبانی‌کننده (مانند دفاتر خدمات سفر، خدمات بانکی، خدمات تفریحی، خرید، بیمه) و زیرساخت‌ها در نظر می‌گیرد (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۲).

اینسکیپ، شش عامل؛ جاذبه‌ها و فعالیت‌ها، تأسیسات اقامتی، سایر تسهیلات و خدمات جهانگردی، حمل و نقل، سایر زیرساخت‌ها و عناصر نهادی را به عنوان عوامل عرضه برشمرده است. این عوامل هر یک دارای اجزا یا عناصری است که به شرح زیر بیان شده‌اند:

جاذبه‌ها و فعالیت‌ها: طبیعی، فرهنگی، انواع ویژه، تأسیسات اقامتی: هتل، مهمانپذیر، هتل آپارتمان

^۱ - Pearce D.J.

سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به بهسازی زیستگاه‌های حیات وحش، توسعه نواحی روستایی دارای جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از برون کوچی جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است (صدرموسوی و دخیلی کهنمویی، ۱۳۸۳: ۹۲).

گردشگری، پدیده‌ای کهن بوده که بر پایه حرکت و جابه‌جایی انسان استوار است و در عین حال، سرشت آدمی نیز با سفر و آشنایی با زمینه‌های مختلف مکان‌هایی غیر از محل اقامت او عجین شده است. گردشگری پدیده‌ای است که از گذشته‌های دور مورد توجه جوامع انسانی بوده و بر حسب نیازهای متفاوت اجتماعی و اقتصادی به پویایی خود ادامه داده و با توجه به توسعه روزافزون ارتباطات و افزایش چشمگیر تعداد گردشگران و درآمدهای ارزی حاصل از آن، نتایج بسیاری همچون اشتغال را برای جوامع به دنبال داشته است (Cawley, 2007: 24).

در دهه‌های اخیر رشد و توسعه صنعت گردشگری و اتخاذ آن به عنوان یکی از فعالیت‌های عمده اقتصادی از طرف کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه و رقابت مقاصد عمده گردشگری در جهت جذب گردشگران، برنامه‌ریزان را بر آن داشته تا جهت افزایش درآمدهای حاصله از فعالیت‌های گردشگری به دو مقوله مهم توجه نمایند: اول، افزایش رضایت گردشگران و ارتقای لذت و کیفیت تجربه گردشگری، و دوم، تلاش در جهت حفظ منافع جوامع میزبان (Inskip, 1991: 15).

شهرها مهمترین کانون جذب گردشگران می‌باشند. نیازهای روزافزون انسان‌های شهرنشین به محیط‌های تفریحی و استراحتگاهی و مهمتر از همه، جابجایی

پنج گزینه‌ای لیکرت، گردآوری گردید. اطلاعات توصیفی با استفاده از نرم‌افزار SPSS تهیه و فرضیات تحقیق با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون^۱ به اثبات رسیدند.

جامعه آماری پژوهش حاضر را گردشگرانی که در نیمه اول بخصوص در تابستان ۱۳۹۱ به سمنان وارد شده‌اند، به صورت نمونه‌گیری تصادفی، تشکیل داده است. پرسشنامه‌ها در تابستان ۱۳۹۱ پر شده است. حجم نمونه با توجه به معلوم نبودن آمار دقیق گردشگران ورودی به شهر سمنان، تعداد ۲۵۰ پرسشنامه در بین گردشگران به صورت تصادفی توزیع گردید که بعد از حذف پرسشنامه‌های ناقص و یا بی‌پاسخ بودن و یا این که توسط گردشگرانی که به صورت گروهی مسافرت کرده بودند، حذف گردید، و نهایتاً تعداد ۱۵۰ پرسشنامه منظور گردید.

روایی پرسشنامه‌ها، ابتدا با مروری جامع بر ادبیات تحقیق، توسط اساتید، خبرگان دانشگاهی و کارشناسان حوزه گردشگری تأیید گردید. پایایی پرسشنامه‌ها نیز با انتخاب مؤلفه‌های مورد نظر، با استفاده از روش آلفای کرونباخ و توسط نرم‌افزار SPSS، با ضریب ۰/۹۰۱ تأیید گردید.

۱- مبانی نظری و دیدگاه‌های گردشگری

۱-۲- مفاهیم

گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در سال‌های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه‌ای، کمک به صلح جهانی، کمک به

^۱ - Pearson Correlation

شایسته‌ای نشده و عمده جاذبه‌های گردشگری سمنان، برای گردشگران داخلی و خارجی ناشناخته مانده است (استانداری سمنان، ۱۳۸۷: ۶۹۸-۶۹۷).

۲-۲- برنامه‌ریزی گردشگری

گردشگری، فعالیتی ترکیبی و مستلزم مشارکت بخش‌های متعدد و مختلف است و به همان میزان نیز اثرات گسترده‌ای در بردارد. از همین رو در هر مرحله نیازمند برنامه‌ریزی و هماهنگی است. برنامه‌ریزی به عنوان یک ابزار علمی به دست‌اندرکاران صنعت گردشگری کمک می‌کند تا در یک فرآیند پیوسته و علمی، بهترین مسیر راهکار توسعه گردشگری در یک منطقه را مشخص نمود، این توسعه را در مسیر توسعه سایر بخش‌های اقتصادی قرار دهند. نکته قابل توجه در برنامه‌ریزی گردشگری، پویا بودن این فرآیند است، بدین مفهوم که برنامه‌ریزی هیچ‌گاه متوقف نشده و با تغییر شرایط و حصول اطلاعات جدید، نیازمند بازنگری و اصلاح مستمر است (Stynes & Halloran, 2004:2).

با سازماندهی و برنامه‌ریزی مناسب در شهر، آماده‌سازی و مدیریت بهره‌برداری از جاذبه‌ها، بهسازی و مرمت سایت‌های تاریخی و فرهنگی، مکان‌یابی مناسب امکانات و تسهیلات گردشگری، شناخت پتانسیل‌های جذب و افزایش گردشگری، توسعه فضاهای سبز و تفریح‌گاه‌های مناسب، تبلیغات و بازاریابی برای پتانسیل‌های گردشگری و اجرای طرح‌های توسعه گردشگری شهری، مهمترین نقش را در توسعه گردشگری شهرها و حوزه‌های نفوذ آنها ایفا می‌کند. از این رو در هر مرحله نیازمند برنامه‌ریزی و هماهنگی است. برنامه‌ریزی به عنوان

میلیون‌ها گردشگر در طول سال، لزوم و اهمیت پژوهش در جوانب صنعت گردشگری و امکانات آن را بیشتر می‌نماید. به همین لحاظ برنامه‌ریزی و مدیریت توریسم به ویژه گردشگری شهری اهمیت و ضرورت بیشتری پیدا می‌کند (میری و دارائی، ۱۳۹۰: ۳).

نواحی شهری، به علت آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیار زیادی دارند، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌گردند. شهرها معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، تئاترها، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم با افراد مشهور دارا بوده که این خود گردشگران بسیاری را جذب می‌کند (Timothy & Wall, 1995:63).

همگام با توسعه گردشگری در نواحی شهری، برای برآوردن نیازهای گردشگران، خدمات حمایتی بیشتری نظیر رستوران و محل اقامت ساخته می‌شود. اگر چه این نکته قابل ذکر است که بازدیدکنندگانی که از خارج شهر می‌آیند تنها کسانی نیستند که از این امکانات استفاده می‌کنند. توسعه زیربناهای گردشگری سهم زیادی در تغییرات شکل و کارکرد نواحی شهر داشته و تصویر شهر تحت تأثیر انواع هتل‌ها و خدمات جنبی ارائه شده، قرار می‌گیرد (سقای، ۱۳۸۶: ۱۸۸).

شهر سمنان، یکی از مناطقی است که دارای جاذبه‌های گردشگری فرهنگی و تاریخی فراوانی است و جهت جذب گردشگران داخلی و خارجی، ظرفیت‌های مطلوبی را در اختیار دارد. اما طبق آمارهای ارائه شده، تاکنون از این ظرفیت‌ها استفاده

۲-۳- عناصر گردشگری شهری

عناصر گردشگری شهری را می‌توان به عناصر اولیه و ثانویه تقسیم کرد. عناصر اولیه، به ترکیبی از جاذبه‌هایی اشاره می‌کند که جالب و منحصر به فرد است و در نتیجه قادر به جذب گردشگران می‌شود، عناصر ثانویه، شامل امکانات و تسهیلات شهری در ارتباط با گردشگری است (دیناری، ۱۳۸۴: ۳).

عناصری که رکن و عامل اصلی در جذب گردشگر به شهر می‌شود و گردشگر برای بازدید از آنها هزینه می‌پردازد و در شهر ماندگار می‌شود، به عنوان عناصر اولیه گردشگری می‌توان نام برد، از جمله: خدمات و تسهیلات فرهنگی (تأثر، کنسرت، گالری‌های هنری)؛ خدمات و تسهیلات ورزشی (مسابقات ورزشی بین‌المللی، المپیک، جام جهانی)؛ خدمات تفریحی (جشنواره‌ها)؛ ویژگی‌های فیزیکی در شهرها (الگوی خیابان‌های تاریخی، بناهای جذاب و دیدنی به سبک‌های مختلف معماری، فضاهای سبز شهری)؛ نهادهای اجتماعی و فرهنگی (موسیقی، رقص) (موحد، ۱۳۸۶: ۷۳). عناصر ثانویه گردشگری شهری، عبارت از عناصری است که به گردشگران خدمات می‌دهد، وجود این خدمات برای گردشگران ضروری است و هر چه از کمیت و کیفیت بیشتری برخوردار باشد، عاملی مهم در ماندگاری گردشگری محسوب می‌شود؛ از جمله این عناصر عبارتند از: مراکز اقامتی (مهمانسراها، هتل‌ها)، خدمات فروشگاه‌ها، بازار، مراکز خرید، حمل و نقل شهری (همان، ۷۸).

رونتی گردشگری در گرو فراهم آمدن شرایط مناسب در دو قطب جغرافیایی و مراکز سکونتی است: مقصد (عرضه‌کننده امکانات گردشگری) و مبدا

یک ابزار علمی به دست‌اندرکاران صنعت گردشگری کمک می‌کند تا در یک فرآیند نظام‌مند، پیوسته و علمی، بهترین مسیر و راهکار توسعه گردشگری در یک منطقه را مشخص نموده و این راهکار را در مسیر توسعه سایر بخش‌های اقتصادی قرار دهد (Mcintosh & Ritchie, 1995: 551p).

یکی از مباحث مهم و کلیدی در برنامه‌ریزی گردشگری، تعیین جایگاه و وضعیت موجود این صنعت در یک منطقه است. زیرا اولین مرحله در فرآیند برنامه‌ریزی گردشگری، تعیین نقاط قوت و ضعف منطقه در امر گردشگری و بررسی فرصت‌ها و محدودیت‌های پیش‌رو برای رسیدن به توسعه گردشگری است (Stynes & Halloran, 2004: 1-53).

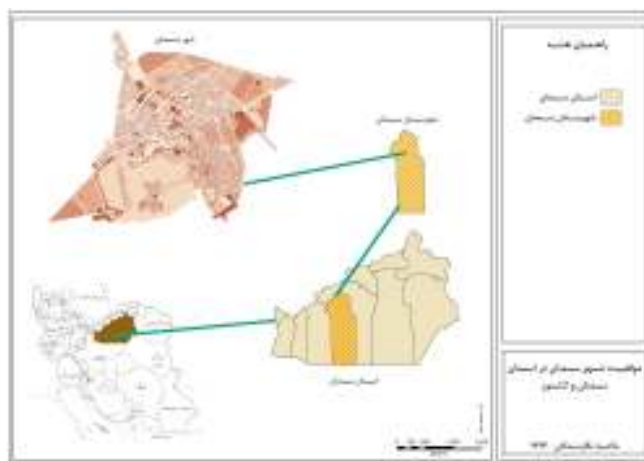
امروزه، هدف از برنامه‌ریزی گردشگری، از یک طرف ضرورت ایجاد طرح (که خلق نقشه‌هایی از اعمال ذهن برای رسیدن به یک آینده قابل پیش‌بینی و به انجام رسیدن این اعمال ذهنی است) و برنامه‌ریزی پایدار است، که برای جلوگیری از اثرات مخرب فعالیت‌های گردشگری بر روی محیط‌ها و مناطق گردشگری به دلیل تجاری کردن مناظر و چشم‌اندازهای طبیعی و جاذبه‌های انسانی و عدم فهم درست از برنامه‌ریزی، صورت می‌پذیرد. از طرف دیگر، اگرچه فعالیت‌های گردشگری به اهداف و اثرات اقتصادی بهتر دستیابی پیدا کرده، اما آن اهداف باید برای رضایت‌مندی گردشگران و ارتقاء کیفی رفاه و زندگی جوامع محلی بکار گرفته شود. بنابراین تلاش برای اتخاذ سیاست‌های بنیادین و انجام اقدامات اساسی در زمینه برنامه‌ریزی گردشگری، می‌تواند به توسعه این صنعت در شهر سمنان کمک کرد.

شهر در موقعیت جغرافیایی ۴۹ درجه و ۳۶ دقیقه طول شرقی و ۳۷ درجه و ۱۶ دقیقه عرض شمالی، در ارتفاع ۱۴۶۰ متری از سطح دریا واقع شده است (شکل ۱).

عرضه‌کننده تقاضاکنندگان گردشگری) موسی‌وند و ساسان‌پور، ۱۳۹۰: ۶).

۲- معرفی محدوده مورد مطالعه

سمنان یکی از شهرهای استان سمنان و مرکز شهرستان سمنان با مساحت ۲۴۴۶ هکتار است. این



شکل ۱: موقعیت شهر سمنان در استان و کشور (مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۱)

مناطق با ویژگی‌های طبیعی جاذبه‌های بسیاری برای گردشگران طبیعت و علاقه‌مندان به محیط‌های طبیعی یعنی اکوتوریسم دارد. استان سمنان به دلیل واقع شدن در مسیر شرق به غرب کشور "مشهد - تهران" و عبور میلیون‌ها زائر آستان قدس رضوی، نقش مهمی در جلب گردشگران و زائرین دارد. از سوی دیگر وجود جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای طبیعی حاشیه البرز و کویر مرکزی، وجود مناطق حفاظت شده حیات وحش، گونه‌های گیاهی و جانوری نادر در استان، اقلیم متنوع و آثار به جا مانده از تمدن‌های کهن ایرانی و عبور جاده ابریشم از این استان، سمنان را به یکی از مناطق مستعد برای جلب گردشگرهای ایرانی و خارجی تبدیل کرده که در صورت

استان سمنان بر اساس آخرین تقسیمات کشوری با داشتن ۷ شهرستان (آرادان، دامغان، سمنان، شاه‌رود، گرمسار، مهدی‌شهر و میامی)، ۱۵ بخش، ۱۹ شهر و ۳۱ دهستان، دارای مساحتی معادل ۹۷۴۹۱ کیلومتر مربع است که بین ۵۱ درجه و ۵۱ دقیقه تا ۵۷ درجه و ۳ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ و ۳۴ درجه و ۱۳ دقیقه تا ۳۷ درجه و ۲۰ دقیقه عرض شمالی از مبدأ استوا قرار گرفته است (سالنامه آماری استان سمنان، ۱۳۹۰: ۲۹).

سمنان با ۹/۵ میلیون هکتار وسعت معادل ۵/۶ درصد مساحت کل کشور را تشکیل می‌دهد. آب و هوای متنوع، زیست بوم‌های فراوان، تنوع گونه‌های گیاهی و جانوری از ویژگی‌های طبیعت این استان است. این

برنامه‌ریزی درست می‌توان به رونق گردشگری در این منطقه امیدوار شد (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان، جلد ۲، ۱۳۸۹: ۶). استان سمنان با بیش از ۷۲۹ گونه جاذبه طبیعی، تاریخی- فرهنگی و انسان‌ساخت، یکی از استان‌های

دارای پتانسیل گردشگری در کشور محسوب می‌شود. از مجموع جاذبه‌های موجود در استان، ۳۰/۸٪ در شهرستان سمنان، سرخه و مهدی‌شهر و بقیه در سایر شهرستان‌ها توزیع شده‌اند (جدول ۱).

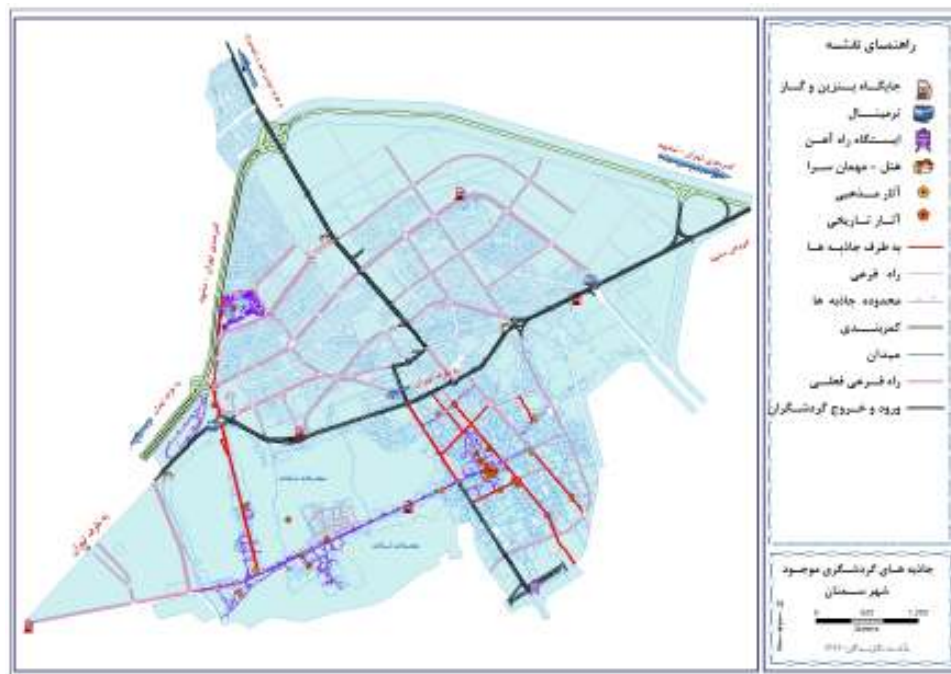
جدول ۱: توزیع جاذبه‌های گردشگری استان به تفکیک شهرستان

شهرستان	گونه		کل		طبیعی		تاریخی - فرهنگی		انسان‌ساخت	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
کل	۷۲۹	۱۰۰	۷۰	۱۰۰	۳۶۲	۱۰۰	۲۹۷	۱۰۰		
سمنان، سرخه و مهدی‌شهر*	۲۲۵	۳۰/۸۶	۷	۱۰	۱۳۹	۳۸/۳	۷۹	۲۶/۶		
شاهرود و میامی	۲۱۵	۲۹/۴	۲۷	۳۹	۸۴	۲۳/۲	۱۰۴	۳۵/۱		
دامغان	۱۶۲	۲۲/۲	۲۷	۳۹	۷۱	۱۹/۶	۶۴	۲۱/۵		
گرمسار و آرادان	۱۲۷	۱۷/۶	۹	۱۲	۶۸	۱۸/۹	۵۰	۱۶/۸		

از سال ۱۳۸۹ به بعد شهرهای سرخه و مهدی‌شهر از شهرستان سمنان جدا شده‌اند، اما در بسیاری از آمارها هنوز با هم آورده می‌شوند. همچنین شهرهای گرمسار و آرادان و نیز شاهرود و میامی، به همین صورت است. (مأخذ: اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۸۹: ۷)

شهر سمنان با جمعیتی بیش از ۶۳۱۲۱۸ نفر طبق سرشماری ۱۳۹۰، با ۲۲۵ گونه جاذبه گردشگری که ۱۳۹ مورد آن تاریخی فرهنگی است و واقع شدن در مسیر تاریخی راه ابریشم و محور ترانزیتی ریلی تهران-مشهد، از شهرهای مهم تاریخی و گردشگری است که می‌تواند نقش محوری در صنعت گردشگری کشور داشته باشد (اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۸۹: ۶).

در شهرهای تاریخی، بیشتر جاذبه‌ها، جاذبه‌های باستانی-تاریخی و فرهنگی است. در شهر سمنان نیز بیشتر جاذبه‌ها تاریخی-فرهنگی است (مانند بازار، آب‌انبار، مسجد جامع، مسجد امام، دروازه ارگ و غیره) و تقریباً بیش از ۹۰٪ جاذبه‌های توریستی شهر در بخش تاریخی و مرکزی شهر قرار گرفته‌اند (شکل ۲).



شکل ۲: جاذبه‌ها و مسیرهای گردشگری موجود شهر، مأخذ: یافته‌های میدانی نگارندگان، ۱۳۹۱

در این سال اقامت داشته‌اند. بیشترین تعداد گردشگر به استان در سال ۱۳۸۸ (۱۲۷۱۷۰۰۰) بوده است. علاوه بر این آمار اخذ شده از ستاد اسکان نوروزی استان سمنان که کار هماهنگی آنها توسط اداره میراث فرهنگی انجام می‌گیرد، به شرح جدول ۲ است.

طبق آمار اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در سال ۱۳۹۰، تعداد ۹۰۰۳۴۱۵ گردشگر داخلی به صورت ترددی از استان سمنان دیدن کرده‌اند و تعداد گردشگر خارجی نیز در هتل

جدول ۲: تعداد گردشگران ورودی به استان در سال ۱۳۹۰ و نوروز ۱۳۹۱

شرح	۱۳۹۰	۱۳۹۱	درصد	
اسکان مسافران نوروزی	آموزش و پرورش	۶۵۳۲۴	۹۹۹۶۵	۵۳/۰۲
	اقامتگاه‌های میراث فرهنگی	۱۰۶۷۱۶	۹۳۱۵۹	-۱۲/۷۰
جمع کل اسکان	آموزش و پرورش و اقامتگاه‌های میراث فرهنگی	۱۷۲۰۴۰	۱۹۳۱۲۴	۱۲/۲۵
مسافرین ورودی به استان	-	۲۶۳۷۰۵۰	۳۱۵۱۷۴۸	۱۹/۵۱
بازدید از مراکز تاریخی، تفریحی و توریستی استان	چشمه علی دامغان	۲۷۱۴۸	۹۲۸۶۱	۲۴۲/۰۵
	مجموعه تاریخی فرهنگی بسطام	۲۸۲۳۵	۳۵۲۲۷	۲۴/۷۶
	آرامگاه شیخ ابوالحسن خرقانی	۲۷۹۳۵	۳۰۹۲۳	۱۰/۶۹
جمع بازدیدها	-	۸۳۳۱۸	۱۵۹۰۱۱	۹۰/۸۴

مأخذ: یافته‌های میدانی نگارندگان از آمارهای داخلی اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۹۱

شخصی، ۱۱/۳٪ خودروی متعلق به دوستان، ۱/۳٪ با موتورسیکلت، ۷/۳٪ با اتوبوس، ۱۴٪ با قطار، ۲٪ با تاکسی و ۱/۳٪ با سایر موارد به سمنان سفر کرده‌اند. مدت اقامت گردشگران در شهر نیز نشان می‌دهد که حدود ۲۷/۳٪ یک روز، ۱۹/۳٪ دو روز، ۲۶/۷٪ سه روز یا بیشتر و ۲۶/۷٪ نیز عبوری از شهر بوده‌اند.

البته ناگفته نماند که در محدوده زمانی تابستان که این آمارگیری انجام شده، یک ماه آن مربوط به ماه رمضان است که قاعدتاً تعداد مسافر را کم می‌کند. اما در آمارهای کلی که از طرف اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهر سمنان تهیه شده است، نشان می‌دهد که بیشترین مسافر به سمنان مربوط به تعطیلات نوروز و ماه‌های فروردین و اردیبهشت بوده است.

شهر سمنان، علی‌رغم داشتن جاذبه‌های بسیار و نیز تعداد بالای گردشگران عبوری از این استان و بخصوص شهر سمنان، ماندگاری گردشگران بسیار پایین است و این به دلیل عدم وجود تسهیلات کافی و مناسب و جذب گردشگران به شهر است.

۳- یافته‌های تحقیق

الف) نتایج توصیفی

خلاصه نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌های جمعیت شناختی در جدول ۳ آمده است. از بین ۱۵۰ گردشگر در زمان مورد پرسش، ۱۹/۳٪ تنها، ۲۸٪ همراه دوستان، ۳۶/۷٪ همراه خانواده و ۱۶٪ به صورت چند خانواده با هم مبادرت به سفر به شهر سمنان نموده‌اند. همچنین از این تعداد گردشگری ورودی به شهر، حدود ۶۲/۷٪ با خودروی

جدول ۳: نتایج توزیع فراوانی جمعیت شناختی

درصد	فراوانی	عنوان متغیر	درصد	فراوانی	عنوان متغیر
۲۶/۷	۴۰	هتل	۶۵/۳	۹۸	مرد
۲۸/۷	۴۳	مهمان سرا	۳۴/۷	۵۲	زن
۵/۳	۸	مسافرخانه	۶۸	۱۰۲	متاهل
۲/۷	۴	مدارس	۳۲	۴۸	مجرد
۶/۷	۱۰	خانه اجاره ای	۴/۷	۷	زیر ۲۰ سال
۸/۷	۱۳	خانه اقوام	۵۰	۷۵	۲۱ - ۳۰ سال
۲۱/۳	۳۲	چادر	۳۲/۷	۴۹	۳۱ - ۴۵ سال
۶	۹	بازدید از شهر	۱۱/۳	۱۷	۴۶ - ۶۰ سال
۳۲/۷	۴۹	سفر به مشهد	۱/۳	۲	۶۱ سال به بالا
۶	۹	بازگشت از مشهد	۳۴/۷	۵۲	کارمند
۶/۷	۱۰	گردش و سیاحت	۴۴	۶۶	آزاد
۸	۱۲	داد و ستد	۴/۷	۷	بازنشسته
۱۴	۲۱	دیدار از اقوام	۱۲	۱۸	در حال تحصیل
۷/۳	۱۱	اقامت دانشجویی	۴/۷	۷	سایر
۱۹/۳	۲۹	موارد دیگر	۱۸	۲۷	زیر دیپلم
			۲۸/۷	۴۳	دیپلم
			۱۸	۲۷	فوق دیپلم
			۲۹/۳	۴۴	کارشناسی
			۵/۳	۸	کارشناسی ارشد
			۰/۷	۱	دکتری

مأخذ: یافته‌های میدانی نگارندگان، ۱۳۹۱

مؤلفه‌هایی که مورد پرسش قرار گرفته‌اند، در حد متوسط ارزیابی شده است.

با توجه به این ارزیابی می‌توان نتیجه گرفت که علی‌رغم اینکه جاذبه‌های شهر سمنان برای بیشتر گردشگران در کل کشور، ناشناخته مانده و به دلیل عبوری بودن برای سفر به مشهد، بیشتر این گردشگران فقط به اقامت کوتاه مدت بسنده نموده‌اند، اما در همین مدت کوتاه نیز از امکانات و تسهیلات شهر رضایت قابل قبولی داشته‌اند.

تحلیل توصیفی رضایت گردشگران از امکانات و تسهیلات گردشگری بررسی میزان رضایت گردشگران از امکانات و تسهیلات گردشگری شهر سمنان بر اساس طیف لیکرت در جدول ۴ به تفکیک آورده شده است. 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 به شمار می‌رود. در مجموع، میزان رضایت گردشگران در شهر سمنان از

جدول ۴: میزان رضایت گردشگران از مؤلفه‌های مطرح شده در شهر سمنان

جمع	ارزیابی گردشگران (درصد مؤثر)					مؤلفه‌ها
	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱۰۰	۲	۶	۵۵/۳	۲۰/۷	۱۶	امکانات اقامتی مطلوب
۱۰۰	۱/۳	۶/۷	۳۴	۳۷/۳	۲۰/۷	امکانات کمپینگ
۱۰۰	۰/۷	۸	۴۵/۳	۳۱/۳	۱۴/۷	فاصله کمپ تا مراکز خرید
۱۰۰	۲	۲۲	۴۹/۳	۳/۱۷	۴	مسیرهای ارتباطی
۱۰۰	۲/۷	۱۶/۷	۴۸	۲۴	۷/۸	پارکینگ
۱۰۰	۴	۱۹/۳	۳۸/۷	۲۳/۳	۱۴/۷	خدمات رفاهی و بهداشتی
۱۰۰	۴	۱۶/۷	۳۸/۷	۲۸	۱۲/۷	کیفیت مراکز پذیرایی
۱۰۰	۴/۷	۱۷/۳	۴۴/۷	۲۲/۷	۱۰/۷	امکانات خرید
۱۰۰	۲/۷	۱۴/۷	۴۰/۷	۲۲/۷	۱۹/۳	کیفیت تبلیغات
۱۰۰	۴/۷	۲۵/۳	۳۲/۷	۱۶	۲۱/۳	کمیت و کیفیت کاتالوگ
۱۰۰	۵/۳	۱۶	۳۶	۲۸	۱۴/۷	آژانس‌ها
۱۰۰	۵/۳	۱۴	۳۶/۷	۲۲/۷	۲۱/۳	راهنمای مجرب
۱۰۰	۲۲	۳۶	۲۴/۷	۱۱/۳	۶	برخورد اهالی شهر

مأخذ: یافته‌های میدانی نگارندگان، ۱۳۹۱

بدست آمده و سپس روش‌های آماری و مشخصاً از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. در این آزمون که به صورت دو دنباله‌ای در نظر گرفته شده، بنابراین:

ب) تجزیه و تحلیل استنباطی فرضیه‌ها با استفاده از آزمون پیرسون برای تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق و اثبات فرضیه‌ها، با توجه به یافته‌های توصیفی و آمار و ارقام

فاصله‌ای) بوده‌اند، لذا از آزمون پیرسون استفاده شده است. با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون و معیار تصمیم پایین‌تر از آلفای ۰/۰۱ یعنی $\text{Sig}=0/000$ برای تمامی مؤلفه‌ها است و این نشان‌دهنده وجود یک نوع رابطه بین هر زوج از متغیرهای آزمون است. بنابراین، فرض H_0 رد و رابطه بین دو متغیر تأیید می‌شود. میزان همبستگی هر یک از کمیت‌ها در جدول ۵ آورده شده است.

$$H_0: r = 0$$

$$H_1: r \neq 0$$

که H_0 بیان می‌دارد که بین متغیرها همبستگی وجود ندارد و H_1 عکس این موضوع یعنی یک نوع رابطه را بین متغیرها قائل است.

- آزمون فرضیه اول: بین رضایت گردشگران از وضعیت مکان‌های گردشگری و تسهیلات و خدمات گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

چنانچه گفتیم، با توجه به اینکه سطوح سنجش متغیرهای مطرح شده در فرضیه فوق (فاصله‌ای)-

جدول ۵: فرضیه اول- ماتریس رابطه بین امکانات موجود در محل و رضایت گردشگران بر اساس آزمون پیرسون

مؤلفه های رضایت	تعداد	معیار تصمیم (۰/۰۱)	امکانات خرید	تعداد مراکز اقامتی	کیفیت مراکز اقامتی	تعداد مراکز پذیرایی	کیفیت مراکز پذیرایی	پارکینگ
امکانات خرید	۱۵۰	۰/۰۰۰	۱					
تعداد مراکز اقامتی	۱۵۰	۰/۰۰۰	۰/۴۱۰	۱				
کیفیت مراکز اقامتی	۱۵۰	۰/۰۰۰	۰/۵۱۶	۰/۴۳۱	۱			
تعداد مراکز پذیرایی	۱۵۰	۰/۰۰۰	۰/۳۲۶	۰/۳۳۳	۰/۴۰۹	۱		
کیفیت مراکز پذیرایی	۱۵۰	۰/۰۰۰	۰/۴۲۱	۰/۰۵۵	۰/۴۹۶	۰/۴۲۲	۱	
پارکینگ	۱۵۰	۰/۰۰۰	۰/۳۱۱	۰/۲۳۱	۰/۳۰۷	۰/۳۴۲	۰/۳۶۷	۱

مأخذ: یافته‌های میدانی نگارندگان، ۱۳۹۱

بیشتر باشد، احتمال بازگشت مجدد آنها نیز بیشتر خواهد شد.

- آزمون فرضیه دوم: بین تبلیغات و تعداد گردشگران ورودی به شهر سمنان رابطه وجود دارد.

از آنجا که مقیاس متغیرهای این فرضیه نیز (فاصله‌ای-فاصله‌ای) است، لذا جهت آزمون فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است.

در نتیجه آزمون فرضیه اول نشان می‌دهد که بین رضایت گردشگران و امکانات و خدمات گردشگری در شهر رابطه معناداری وجود دارد. در این ارتباط، ۶ شاخص کیفیت و کمیت مراکز اقامتی و پذیرایی و نیز کیفیت مراکز خرید و پارکینگ در محل جاذبه‌ها مورد آزمون و ارزیابی قرار گرفت که نشان از رابطه مثبت و معنی‌داری در این ارتباط دارد. به این معنی که هر چقدر رضایت گردشگران از امکانات و تسهیلات

گرفته شده یعنی ۰/۰۱ است، فرض H0 رد و فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. میزان همبستگی و رابطه بین متغیرها در جدول ۶ آورده شده است.

با توجه به این آزمون و با عنایت به اینکه سطح معناداری محاسبه شده یعنی Sig=۰/۰۰۰ بدست آمده و از آنجا که این رقم کوچک‌تر از آلفای در نظر

جدول ۶: فرضیه دوم- ماتریس رابطه بین تبلیغات و تعداد گردشگران ورودی به شهر سمنان بر اساس آزمون پیرسون

مؤلفه‌ها	تعداد	معیار تصمیم (۰/۰۱)	میزان تبلیغات مجازی	تعداد آژانس‌های مسافرتی و تورگردانی	تعداد راهنمایان مجرب	کیفیت تبلیغات	کمیت و کیفیت کاتالوگ	جاذبه‌ها	افراد آموزش دیده در محل
میزان تبلیغات مجازی	۱۵۰	۰/۰۰۰	۱						
تعداد آژانس‌های مسافرتی و تورگردانی	۱۵۰	۰/۰۰۱	۰/۲۷۵	۱					
تعداد راهنمایان مجرب	۱۵۰	۰/۰۰۰	۰/۳۹۹	۰/۵۱۶	۱				
کیفیت تبلیغات	۱۵۰	۰/۰۰۰	۰/۵۰۱	۰/۴۳۱	۰/۵۲۲	۱			
کمیت و کیفیت کاتالوگ	۱۵۰	۰/۰۰۰	۰/۶۲۱	۰/۲۴۸	۰/۲۷۷	۰/۶۲۴	۱		
افراد آموزش دیده در محل جاذبه‌ها	۱۵۰	۰/۰۰۰	۰/۳۰۷	۰/۴۳۴	۰/۴۱۰	۰/۲۶۶	۰/۰۷۹	۱	

مأخذ: یافته‌های میدانی نگارندگان، ۱۳۹۱

تسهیلات گردشگری به صورت مناسبی بهره‌برداری و توزیع نشده‌اند و باید برنامه‌ریزی مناسب صورت گیرد تا بتواند از تمام پتانسیل‌ها استفاده نماید. بدیهی است که بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌های گردشگری استان و بخصوص شهر سمنان، نیازمند مطالعه، بررسی و برنامه‌ریزی دقیق است. در واقع تدوین یک برنامه جامع و منسجم که جایگاه و وضعیت موجود این صنعت را مشخص نموده و راهکارها و راهبردهای مناسبی را برای رسیدن به وضعیت مطلوب ارائه دهد، لازم و ضروری به نظر می‌رسد. نتایج یافته‌ها نشان داد که بیشتر گردشگرانی که در بازه زمانی مورد بررسی یعنی تابستان ۱۳۹۱ به شهر

نتایج آزمون این فرضیه نشان داد که بین میزان و کیفیت تبلیغات و تعداد گردشگران به شهر سمنان رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت هرچه تبلیغات بیشتری در خصوص مکان‌های گردشگری صورت گیرد، به همان اندازه تعداد گردشگران ورودی افزایش می‌یابد و برعکس.

۴- نتیجه‌گیری

شهر سمنان، از پتانسیل‌های لازم برای توسعه گردشگری یعنی جاذبه‌ها، به عنوان مهمترین و اساسی‌ترین شرط لازم برای جذب سرمایه‌ها و توسعه گردشگری، برخوردار است. اما علی‌رغم داشتن پتانسیل‌های مناسب، امکانات و منابع و

اقدام به برگزاری جشنواره‌ها و تبلیغات گسترده‌ای نموده‌اند، که حرکت قابل تقدیر و توجهی است، اما هنوز ناکافی است. در سال‌های اخیر، تعداد زیادی بروشور، لوح فشرده، کتابچه و راهنمای گردشگری استان به تفکیک شهرستان‌ها، توسط اداره میراث فرهنگی به چاپ رسیده و بخصوص در تعطیلات نوروز در مکان‌های استقرار مسافران، توزیع می‌گردد که تعداد و کیفیت آنها قابل توجه بوده، اما با توجه به بازخورد آماری مطروحه در این تحقیق، کفاف پاسخگویی تقاضای گردشگران را نداشته است.

همچنین یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تنظیم راهبردها بر اساس توزیع مطلوب زیرساخت‌ها در سطح شهر، می‌تواند در توسعه صنعت گردشگری شهر سمنان، مؤثر باشد. همچنین، با توجه بیشتر برنامه‌ریزان این صنعت، در تمامی شهرستان‌های دارای جاذبه گردشگری، می‌توان مشکل فصلی بودن تقاضای گردشگری استان را کاهش و مضافاً اینکه رضایت گردشگران را فراهم و مدت اقامت آنها در استان و شهر سمنان را افزایش و سرانجام درآمدهای گردشگری استان را افزایش داد.

بنابراین، در این مقاله با توجه به مبانی نظری گردشگری و برنامه‌ریزی برای توسعه آن، امکانات و تسهیلات موجود شهر سمنان شناسایی، ارزیابی و بر مبنای نتایج حاصله از آزمون پیرسون فرضیات تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

از این رو، در راستای برنامه‌ریزی برای جذب توریست بیشتر به شهر سمنان، این نتایج می‌تواند مفید واقع گردد. در واقع نتایج پژوهش نشان دادند

سمنان مسافرت نموده‌اند، گذری و عبوری بوده‌اند و مدت اقامت آنها در شهر کمتر از یک روز بوده است که این مسأله برای توسعه گردشگری در شهر نامناسب است و باید برنامه‌ریزی مناسب صورت گیرد تا ماندگاری گردشگران در شهر را تقویت نماید.

گردشگرانی که به شهر سمنان سفر کرده‌اند معتقدند که تعداد تابلوهای راهنمایی به محل جاذبه‌ها کم بوده و این موجب سرگردانی آنها می‌شود. آنها پیشنهاد کرده‌اند تا حداقل در ایام تعطیلات، در زمانی که شهر از گردشگر پر می‌شود، تعداد لازم‌های از افراد راهنمای آثار تاریخی جهت راهنمایی گردشگران در مکان‌های متعدد تاریخی به کار گمارده شوند تا به این طریق، گردشگران با تاریخ و بناهای تاریخی شهر بیشتر آشنا شوند.

مشکلات تشکیلاتی و تبلیغاتی، کمبود نیروی انسانی به ویژه کارشناس مجرب در خدمت‌رسانی به گردشگران، از اهم مسائل جذب گردشگران است. عدم آموزش کارکنان هتل‌ها و مسافرخانه‌ها، آژانس‌های مسافربری، راهنمایان گردشگری و مدیران و کارکنان تأسیسات و مراکز پذیرایی و اقامتی و پمپ بنزین‌ها، از یک طرف و عدم ارائه کمک‌های فنی و تخصصی، جهت تأسیسات گردشگری و راهنمایی افرادی که مایل به سرمایه‌گذاری در فعالیت توریسم هستند از طرف دیگر، از مشکلات عمده تشکیلاتی در فعالیت گردشگری سمنان محسوب می‌شود.

اخیراً اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان به همراه استانداری و هلال احمر،

مسافربری و راه‌آهن، برای شناساندن جاذبه‌های مختلف شهر، صنایع دستی و آداب و رسوم به شهروندان و گردشگران.

۴- ایجاد و ساخت رستوران‌های سنتی بیشتر برای معرفی غذاها، فرهنگ و آداب و رسوم سمنان به گردشگران علاقمند به این مقوله.

۵- آموزش رانندگان وسایل نقلیه عمومی در شهر توسط سازمان‌های مربوط به امر گردشگری، برای انتقال گردشگران و جذب آنها برای دیدن نقاط جاذب شهر.

۶- فرهنگ‌سازی عمومی مردم شهر و بخصوص پلیس و نیروی انتظامی، مغازه‌داران، پمپ‌بنزین‌ها و افرادی که به هر نوعی با گردشگران در تماس هستند، از طریق رسانه‌های عمومی و استانی، برای برخورد صحیح با گردشگران و اینکه چقدر توسعه گردشگری می‌تواند برای بهبود وضعیت اقتصادی شهروندان مفید باشد، صورت پذیرد.

۷- می‌توان با نصب نمایشگرهای دیجیتالی بسیار بزرگ در پارک‌ها و با پخش تصاویر و اطلاعات لازمه توسط برنامه‌های مستند به معرفی مکان‌های جاذب مبادرت نموده و گردشگران را به بازدید از آن مکان‌ها ترغیب نمود. انجام و تداوم این امر در رستوران‌ها و هتل‌ها و مراکز دیگر بسیار مؤثر واقع می‌شود.

۸- فعال کردن دفاتر خدماتی و آژانس‌های مسافرتی برای برگزاری تورهای منظم یک یا چند روزه برای

که ضعف مدیریت منابع، تسهیلات، امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری و توزیع نامناسب آنها، تبلیغات بسیار کم و نوعی ناآگاهی عمومی در مورد جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری، نشان از عدم برنامه‌ریزی صحیح و مناسب برای جذب توریسم به شهر سمنان بوده است.

۵- پیشنهادها و راهکارها

در راستای نتایج حاصل از پژوهش و تحلیل یافته‌ها، راهکارها و پیشنهادات ذیل جهت برنامه‌ریزی برای توسعه هر چه بیشتر توریسم شهر سمنان، ارائه می‌گردد:

۱- تبلیغات صحیح رکن اساسی گردشگری و شرط لازم برای گسترش آن است. بنابراین، استفاده از فنون و مهارت‌های بازاریابی در حوزه‌های مختلف گردشگری و انتصاب مدیران متخصص در امر بازاریابی در حوزه‌های گردشگری ضروری به نظر می‌رسد.

۲- توزیع مناسب زیرساخت‌های گردشگری از قبیل هتل، مهمانسرا، رستوران، کافه، مراکز تفریحی و سرگرمی و مراکز خدماتی و فرهنگی در محدوده جاذبه‌ها و سطح شهر سمنان و نظارت بر عملکرد آنها. همچنین ارتقای کیفیت زیرساخت‌های موجود برای افزایش رضایت گردشگران و توجه بیشتر به نظر گردشگران در توسعه زیرساخت‌های گردشگری به عنوان مصرف‌کنندگان نهایی.

۳- برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های دائمی و فصلی در محل جاذبه‌ها و همچنین در پایانه‌های

جذب گردشگران و آشنا کردن گردشگران و حتی ساکنین شهر با جاذبه‌های مختلف شهر.

منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی، ضیایی، محمود، دلشاد، علی، (۱۳۹۱)، اصول و فرآیند برنامه‌ریزی راهبردی توسعه توریسم، انتشارات صحرا، چاپ اول، مشهد
- اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان سمنان، (۱۳۸۹)، گزارش ۲، بررسی و ارزیابی بخش گردشگری، طرح جامع گردشگری استان سمنان
- استاندارای سمنان، (۱۳۸۷)، گزارش اقتصادی- اجتماعی استان سمنان در سال ۱۳۸۶، دفتر برنامه‌ریزی و بودجه، معاونت برنامه‌ریزی استانداری سمنان
- دیناری، احمد، (۱۳۸۴)، گردشگری شهری در ایران و جهان، چاپ اول، مشهد، انتشارات واژگان خرد
- رنجبریان، بهرام، زاهدی، محمد، (۱۳۸۹)، خدمات صنعت گردشگری، نشر چهارباغ، اصفهان
- سقای، مهدی، (۱۳۸۶)، بررسی و نقد طرح «برنامه ملی توسعه گردشگری ایران»، سایت: touristy.blogfa.com/
- صدر موسوی، میرستار، دخیلی کهنمویی، جواد، (۱۳۸۳)، درآمدی بر برنامه‌ریزی تفریحگاه‌های توریستی، نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، شماره پیاپی ۱۷، دانشگاه تبریز
- مدهوشی، علی، نیازی، عیسی، (۱۳۸۹)، بررسی و تبیین توسعه صنعت گردشگری در استان گلستان، مجله دانش و توسعه، سال هفدهم، شماره ۳۰
- مرادی، مریم، رحمانی، بیژن، (۱۳۸۹)، نقش گردشگری در توسعه پایدار شهری، مطالعه موردی: شهر مشهد، فصلنامه جغرافیایی سرزمین (علمی-پژوهشی)، سال هفتم، شماره ۲۵
- موحد، علی، (۱۳۸۶)، گردشگری شهری، انتشارات دانشگاه شهید چمران اهواز، چاپ اول
- موسی‌وند، جعفر، ساسان‌پور، فرزانه، (۱۳۹۰)، ارزیابی نقش زیرساخت‌های شهری جهت تعیین قطب گردشگری با استفاده از مدل‌های TOPSIS و AHP (مطالعه موردی: استان مازندران)، فصلنامه فضای گردشگری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر، سال اول، شماره ۱
- میری، غلامرضا، دارائی، مرضیه، (۱۳۹۰)، پارادایم گردشگری شهری، توسعه پایدار و برآیند آن در جهانی شدن، اولین همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، ۸-۷ آبان، دانشگاه آزاد اسلامی مرودشت
- Cawley, M, Marsat, J, (2007), Promoting Integrated Rural Tourism: Comparative Perspectives on Institutional Networking in France and Ireland, *Tourism Geographies* 9(4)
- Haber, Sigal, Lerner, Miri, (1998), Correlates of Tourist Satisfaction, *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, No. 4, pp. 197-201.
- Inskip, E, (1991), *Tourism Planning: an Integrated and Sustainable Approach*, New York, John Wiley & Sons

- Mcintosh, Robert W, Goeldner, Charles R., Ritchie, J. R. Brent, (1995), *Tourism Principle, Practice, Philosophies*, USA, John Wiley & sons, Inc., 7th Ed.
- Stynes, D. J. & Halloran, C., (2004), *Tourism Planning*, Michigan State, University Extensions Bulletin.
- Timothy, Dallen J, Wall, Geoffrey, (1995), *Tourist Accommodation in an Asian. Historic City*, the *Journal of Tourism Studies*, Vol.6, No.2
- Uysal, Muzaffer(2003), *Satisfaction Components in Outdoor Recreation and Tourism Settings*, e-Review of Tourism Research (eRTR), Vol. 1, No. 3, pp. 2-29.