

بررسی نقش سرمایه‌گذاری و طرح‌های عمرانی در توسعه صنعت گردشگری مازندران (مطالعه موردی: شهرستان سوادکوه)

مهرداد متانی^۱

استادیار گروه مدیریت، واحد قائم‌شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائم‌شهر، ایران

محمدرضا امیری

کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، واحد قائم‌شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائم‌شهر، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۴/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۱/۱۹

چکیده

حجم انبوه تجارب کشورهای پیشرو در صنعت گردشگری و نیز تحقیقات علمی پژوهشگران و اندیشمندان هر دو گویای این مسئله است که صنعت گردشگری نیازمند نگرش سیستمی است؛ یعنی این که این صنعت نیازمند یکسری درون دادها مثل زیرساخت‌ها و تأمین منابع مالی است و برون داده‌های آن نیز درآمدهای ارزی و اشتغال و شکوفایی اقتصادی هستند. هدف اصلی این پژوهش بررسی نقش زیرساخت‌ها و منابع مالی (درون دادها) در توسعه صنعت گردشگری مازندران به ویژه شهرستان سوادکوه است. سؤال اصلی مقاله این است که با فرض برخورداری استان مازندران و شهرستان سوادکوه از جاذبه‌های گردشگری، زیرساخت‌ها و منابع مالی چگونه می‌توانند به توسعه صنعت گردشگری در استان مازندران و سوادکوه شتاب بخشند؟ برای پاسخگویی به این سؤال اصلی سؤالات فرعی دیگری نیز در این مقاله مطرح می‌شوند از جمله این که زیرساخت‌های گردشگری کدام‌اند؟ و این که ضرورت سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری چیست؟ فرضیه مقاله مدعی است که به نظر می‌رسد بین درون داده‌های سیستم صنعت گردشگری مازندران و توسعه برون داده‌های آن رابطه معناداری وجود دارد. روش انجام مقاله توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری مقاله شامل مدیران و کارکنان سازمان‌های فرمانداری، محیط زیست، شهرداری، منابع طبیعی و ارشاد سوادکوه و نیز معاونت سرمایه‌گذاری اداره کل میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری استان مازندران و سرمایه‌گذاران در حوزه گردشگری استان هستند و حجم نمونه نیز تعداد ۱۸۰ نفر است که به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه است. روایی ابزار سنجش از نوع صوری محتوایی انجام شد. برای تعیین پایایی نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که در این تحقیق پایایی ۰/۸۶ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون تی تک نمونه‌ای و نرم‌افزار آماری SPSS16 استفاده شده است. نتایج مقاله نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در زمینه زیرساخت‌ها، ایجاد جاذبه‌های مناسب (مناطق نمونه گردشگری)، ایجاد امنیت اقتصادی و اجتماعی برای سرمایه‌گذاران و در نظر گرفتن تسهیلات در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان مازندران خواهد شد.

واژگان کلیدی: گردشگری، زیرساخت‌ها، سرمایه‌گذاری، امنیت، رضایتمندی.

مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان سومین صنعت در جهان شناخته می‌شود و به یکی از بزرگ‌ترین و پردرآمدترین بخش‌های اقتصادی دنیا تبدیل شده است. از نظر سازمان جهانی گردشگری این صنعت بزرگ‌ترین صنعت فعال در جهان است (Moravoty et al, 2016: 104-85). در دنیای امروز، صنعت گردشگری به یکی از استراتژی‌ترین منابع درآمدزایی و ارزآوری برای کشورها تبدیل شده و به چنان رشدی دست یافته که تعداد گردشگران بین‌المللی، بالغ بر یک میلیارد نفر یعنی یک‌هفتم جمعیت کره زمین رسیده است. همچنین حدود یک دوازدهم افراد شاغل جهان، یعنی بیش از ۲۰۰ میلیون نفر در این حوزه مشغول به کار هستند. گسترش گردشگری، می‌تواند به صادرات فرهنگی منجر شود که این امر مخصوصاً در کشوری مثل ایران با سابقه باستانی و تمدنی کهن بیشتر به چشم خواهد آمد- (Williams & Gareh, 2002).

اهمیت و عظمت گردشگری به ایجاد فرصت‌های شغلی و ایجاد درآمد محدود نمی‌شوند بلکه در صورت برنامه‌ریزی و توسعه از پیش اندیشیده شده، گردشگری قادر است منافع مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و سیاسی را ایجاد و سهم قابل توجهی را در توسعه ایفا کند (Pourahmad et al, 2012: 128-105). اگر منافع گردشگری در سطح جوامع و مناطق یک کشور به درستی توزیع شود می‌تواند زندگی مردم را بهبود بخشد (Papeli, & Saghaei, 2006: 24). به همین دلیل توسعه گردشگری به ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته عامل مؤثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود (Kazemi, 2006).

سرمایه‌گذاری در این صنعت به کشورهای در حال توسعه در حل مشکلاتی نظیر بیکاری و فقر با تحرک بخشی به پتانسیل بالقوه این کشورها کمک خواهد کرد. این در حالی است که توریسم صنعت پاکی است که به محیط زیست آسیبی نمی‌رساند و در حفظ طبیعت نیز برای نسل‌های آینده کمک می‌کند (Holjivac, 2003). داسل ویل (۲۰۰۸) در مطالعات نظری خود به نقش دولت و دستگاه گردشگری برای ایجاد درآمد و تشویق سرمایه‌گذاران بخش خصوصی تأکید داشت. پرسیلا (۲۰۰۳)، در مطالعات نظری خود تحت عنوان مدیریت گردشگری فرهنگی به این نکات اشاره کرد که عواملی چون تسهیلات کم، عدم جاذبه‌های مناسب، عدم امنیت و عدم زیرساخت‌های مناسب باعث کاهش در صنعت و جذب توریسم می‌شود. لذا موقعیت و توسعه‌ی پایدار گردشگری در گروه عملکرد مناسب چرخه گردشگری و عناصر و عوامل متعددی است که روی هم رفته سامانه گردشگری را تشکیل می‌دهند. این مؤلفه‌ها هر یک در سامانه مذکور اهمیت خاصی داشته و با سایر مؤلفه‌ها ارتباط تنگاتنگی دارند، یکی از مهم‌ترین عوامل که رونق و توسعه گردشگری در گروه آن است سرمایه‌گذاری و امنیت گردشگران است (Ranjbarian & Zahedi, 2007). کروی و همکاران (۲۰۱۶)، در مطالعات خود تحت عنوان بررسی و اولویت‌بندی محدودیت‌های گردشگران کره‌ای در ایران، به این نتایج دست یافته‌اند که ضعف زیرساخت‌ها و کمبود امکانات از اصلی‌ترین محدودیت‌های گردشگران است.

در این میان، نگاهی به آمارهای جهانی و رتبه‌بندی کشورها بر اساس رتبه‌بندی سازمان گردشگری جهان که هر ساله منتشر می‌شود، نشان می‌دهد ایران در میان ۱۳۹ کشور جهان رتبه ۱۱۴ را به خود اختصاص داده است و در آخرین

گزارش سازمان جهانی گردشگری که در سال ۲۰۱۳ منتشر شده است، ایران در میان کشورهای خاورمیانه رتبه ۶ را با جذب ۳/۳ میلیون نفر به خود اختصاص داده است؛ اما با نگاهی به کشورهای در صدر فهرست این گزارش در میان کشورهای خاورمیانه مثل عربستان و مصر و امارات جای بسی تأمل دارد که ایران با دارا بودن بهترین شرایط آب و هوایی و جاذبه‌های طبیعی در رده ۶ جذب گردشگر در خاورمیانه باشد. باید اذعان نمود که سرمایه‌گذاری در جهت ایجاد، تکمیل، توسعه و تجهیز تأسیسات گردشگری بیش از پیش مورد توجه دولت و مسئولین محترم قرار می‌گیرد. با مطالعه نیازهای جدی جامعه، جهت توسعه زیرساخت‌های گردشگری از جمله توسعه تأسیسات و مراکز اقامتی، این امکان را به وجود می‌آورد که جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در این زمینه صورت گیرد. کادارو و ستانا (۲۰۰۷)، در مطالعات خود به این نتایج دست یافته‌اند که زیرساخت‌های حمل‌ونقل به عنوان عامل تعیین کننده در توسعه گردشگری است. آنچه امروز یک گردشگر می‌تواند از آن برای رفاه و امنیت خود استفاده نماید شامل، هتل و واحدهای خدماتی رفاهی، مهمان‌پذیر، زائر سرا، تفرجگاه، اردوگاه گردشگری، محوطه کمپینگ و کاروان‌ها، مجتمع‌های سیاحتی و تفریحی، دفتر خدمات مسافرتی و جهانگردی، مناطق نمونه گردشگری است. بر اساس آمار بیشترین حجم بازدید گردشگران خارجی از چند شهر اصفهان، شیراز، کرمان، مشهد و یزد است که دلیل آن تدارک زیرساخت‌های لازم برای گردشگری از سالیان قبل است.

استان مازندران به دلیل هم‌جواری با دریای خزر و وجود جنگل‌ها و آبشارهای بکر، یکی از قطب‌های گردشگری کشور محسوب می‌شود، جذب گردشگر در این مقصد می‌تواند به منافع اقتصادی و اجتماعی منجر شود. با وجود ظرفیت بالای استان برای جذب گردشگران، امکانات لازم برای ارائه خدمات به گردشگران دارای کاستی‌هایی است که نیازمند توجه جدی دولت می‌باشد، به همین منظور مسئله‌ای که در این پژوهش به دنبال بررسی آن هستیم این است که ایجاد سرمایه‌گذاری و طرح‌های عمرانی تا چه حد می‌تواند در توسعه صنعت گردشگری استان مازندران در شهرستان سوادکوه مؤثر واقع شود؟

رویکرد نظری

سیستم‌ها (مثلاً سیستم گردشگری) را بر اساس رابطه با محیط به دو نوع باز و بسته تقسیم می‌کنند: ۱- سیستم باز^۱ سیستمی است که با محیط خود به یک تعادل پویا رسیده باشد. ۲- سیستم بسته^۲ سیستمی است که با محیط خود به یک تعادل ثابت رسیده باشد (Peshizkar & Ismail Zadeh, 2005: 48). همچنین سیستم‌ها بر اساس مکانیک یا ارگانیک بودن نیز این‌گونه طبقه‌بندی می‌شوند:

۱- سیستم مکانیکی سیستمی است که بر اساس قانون‌مندی تحمیل شده توسط ساختار درونی و قوانین علی ذاتی- اش عمل می‌کند. مثل یک ساعت یا یک اتومبیل. ۲- سیستم ارگانیکی یعنی سیستمی که حداقل یک هدف یا مقصود خودشان دارند. مثل حفظ بقا که رشد برای آن عاملی ضروری تلقی می‌شود.

یکی از نظریاتی که اساساً مبتنی بر تقسیم‌بندی فوق است نظریه سیستمی است. نظریه سیستمی از جمله رهیافت‌های سیستمی به مدیریت محسوب می‌گردد و مبتنی بر این تفکر است که باید سازمان را به منزله یک کل نظام یافته در

^۱. open system
^۲. closed system

نظر گرفت. دیدگاه سیستم‌ها به سرعت به زمینه‌های علمی نیز راه یافت. راپاپورت وروزن در ریاضیات، بولدینگ در اقتصاد، زربست در فیزیولوژی، لیوسی و کلارک در تعلیم و تربیت، گری وریزو در روانشناسی، پتی در زیست‌شناسی و تایر در نظریه ارتباطات از این دیدگاه استفاده کردند. رویکرد سیستمی نهایتاً به جهان‌مدیریت تحت راهنمایی و هدایت صاحب‌نظرانی چون ترس رود، تری است، چرچمن، امری، بئر، شون وایکاف راه یافت (Mansouri, 1379: 13).

بر مبنای این نظریه، از تحلیل داده‌ها برای حل مسائل و اتخاذ تصمیم استفاده می‌شود. رهیافت سیستمی، با در نظر گرفتن چارچوبی برای تجسم عوامل و متغیرهای داخلی و خارجی سازمان در قالب یک مجموعه واحد، به شناخت خرده سیستم‌ها، سیستم اصلی و ابر سیستم پیچیده محیط بر سازمان کمک می‌کند. بدین ترتیب می‌توان با در نظر گرفتن کارهای برنامه‌ریزی شده و کارهای انجام شده توسط هر خرده سیستم از سیستم کلی سازمان، برای بهبود فعالیت سازمان در مسیر تحقق مأموریت آن اقدام کرد. به طور کلی می‌توان گفت تحلیل هر پدیده‌ای در نظریه سیستمی، با توجه به عناصر اصلی آن (داده‌ها، فراگرد، باز داده‌ها) انجام می‌پذیرد (Pourezzat, 1381: 119).

نگرش سیستمی از آن جهت توصیه شده است که برای درک پیچیدگی‌های سازمان زنده به صورت بالقوه مفید واقع می‌شود. دیدگاه سیستمی همه مدیران را ترغیب می‌کند تا محیطی را که بر فعالیت‌های سیستم آن‌ها تأثیر می‌گذارد، مشخص نموده و آن را بشناسند. همچنین به مدیران کمک می‌کند تا سازمان‌ها را به عنوان الگوهای با ثبات همراه با مرزهای مشخص ببینند و در خصوص اینکه چرا سازمان‌ها در برابر تغییرات از خود مقاومت نشان می‌دهند اطلاعاتی را به دست آورند؛ نهایتاً اینکه توجه مدیران را به داده‌های مختلف پردازش داده‌ها به صورتی گوناگون به منظور نائل شدن به اهداف هدایت می‌کند (Norouzi, 1395: 74).

رویکرد سیستمی^۱ نسبت به اثر بخشی چنین اظهار می‌دارد که سازمان‌ها متشکل از قسمت‌های فرعی مرتبط به هم هستند اگر قسمتی از این سیستم ضعیف عمل کند، اثر عملکرد آن بر عملکرد کل سیستم مؤثر واقع می‌شود؛ اثربخشی مستلزم آگاهی و تعاملات مؤثر با عوامل محیطی است؛ بنابراین، فردی که جهان بینی و نحوه تفکر خود را بر نگرش سیستمی استوار می‌سازد نه تنها از یک بعدی بودن و قشری فکر کردن مبری است و از تعصب ناآگاهانه و یک سو نگرشی دوری می‌جوید، بلکه با بررسی کامل درباره کلیت یک موضوع و در نظر گرفتن کلیه ارتباطات، در حد امکان می‌کوشد تا به شناخت کامل تری از موضوعات و سیستم‌های محیطی خویش دست یابد و در موقعیت شناخته شده‌ای وظایف خویش را انجام دهد. اجزای یک سیستم عبارت‌اند از:

- ۱- درونداد: عناصری که وارد سیستم می‌شوند که سه نوع می‌تواند باشد. زنجیره‌ای، تصادفی و بازخورد.
- ۲- فرایند: جریان عملیات یک سیستم که بر روی درونداد صورت می‌گیرد و بر ارزش و سودمندی آن‌ها افزوده می‌شود.

^۱. Systemic approach

^۲. Input

^۳. Process

۳- برون‌داد^۱: چیزهایی که یک سیستم به محیط خود یا سیستم‌های مجاور خود صادر می‌کند. آنچه که یک سیستم با هدف قبلی (طبق انتظار) و یا اتفاقی (غیر منتظره) تولید می‌کند.

۴- بازخور^۲: کسب اطلاعات لازم درباره عملکرد خود. بازخور به دو صورت مثبت و منفی است که نوع منفی از اطلاعاتی حاکی می‌شود که تفاوت و انحرافی از هدف سیستم وجود دارد که نیاز به تصحیح دارد و سیستم را در راستای اهداف و مواضع پیشین نگه می‌دارد. بازخور مثبت نشان دهنده این است که انحرافی در برون‌داد نیست و پیشنهادی برای تغییر و توسعه سازمان تلقی می‌شود. به عبارت دیگر، بازخور فرآیندی است که در آن بخشی از ستاده‌ها به عنوان اطلاعات به درون‌داد بازخورنده می‌شود و به این ترتیب، سیستم را خود کنترل می‌سازد؛ مانند ترموستات که وظیفه حفظ دمای ثابت را بر عهده دارد (Hamidizadeh, 1378: 29).

۵- محیط سیستم^۳: سیستم از عوامل محیطی تأثیر می‌پذیرد و بر آن اثر می‌گذارد؛ به عبارت دیگر، سیستم و عوامل محیطی (مانند عوامل طبیعی، فرهنگی، ایدئولوژیکی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و...) بر هم کنش و واکنش متقابل دارند. به این ترتیب محیط سیستم را عواملی تشکیل می‌دهند که اگرچه جزء سیستم نیستند، اما با تغییر در هر یک از آن‌ها می‌تواند موجب تغییراتی در سیستم شود؛ بنابراین محیط سیستم شامل کلیه متغیرهایی است که می‌توانند در وضع سیستم مؤثر باشند و یا از سیستم تأثیر پذیرند (Ibid., 1378: 33).

زیرساخت‌های گردشگری

زیرساخت^۴، در عمومی‌ترین حالت، یک دسته از عوامل ساختاری به هم پیوسته می‌باشد که در زمینه‌های متفاوت معانی گوناگونی می‌دهد، اما شاید در بسیاری موارد این عوامل گوناگون مجتمعاً زیرسازه شهری، زیرسازه مربوط به شهرداری، یا به طور ساده سازه‌های عمومی نامیده شوند، اگرچه ممکن است به عنوان بخش خصوصی یا تشکیلات اقتصادی دولتی گسترش یافته و اداره شوند. ممکن است در دیگر موارد کاربردی، زیرسازه جهت اشاره به تکنولوژی اطلاعات، کانال‌های غیررسمی و رسمی ارتباطات، ابزارهای گسترش نرم‌افزاری، شبکه‌های سیاسی و اجتماعی، یا اعتقادات مشترکی که اعضای گروه‌های خاص حفظ کرده‌اند به کار رود. معذالک متضمن عمومی‌ترین موارد استفاده این تصور کلی می‌باشد که زیرسازه تشکیلات ساختاری را فراهم آورده و سیستم یا سازمان خادم را حمایت می‌کند، خواه این سیستم یک شهر، یک ملت، یا یک اجتماع باشد (vahedPour & Jafari, 1390: 83).

جدول شماره ۱- زیرساخت‌های گردشگری

زیرساخت‌های نرم	زیرساخت‌های سخت
۱. اطلاع‌رسانی و تبلیغات در سطح ملی و بین‌المللی	۱. گسترش راه‌ها و حمل‌ونقل
۲. مدیریت مناسب در بخش‌های مختلف صنعت گردشگری	۲. سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی در جهت توسعه فرودگاه‌ها، هتل‌ها، رستوران‌ها و جاذبه‌ها
۳. ایجاد امنیت برای مردم و گردشگران	۳. بهبود اماکن تاریخی، مراکز فرهنگی، فراغتی، ورزشی
۴. بهداشت در صنعت گردشگری	
۵. گردشگری الکترونیک	

Source: (vahedPour & Jafari, 2011: p.85)

¹. Output

². Feedbacks

³. System environment

⁴. Infrastructure

تسهیلات و تجهیزات گردشگری عامل جذب گردشگر نیست اما به عنوان یکی از زیرساخت‌های مهم گردشگری مطرح می‌شود و نقش مهمی در افزایش ماندگاری و رضایت گردشگران دارد. امروزه این زیرساخت‌ها نقش متمایزی در گردشگری دنیا ایفا می‌کند. مهم‌ترین این تسهیلات، مراکز اقامتی- پذیرایی، حمل‌ونقل و وسایل ارتباطی، تبلیغات و فرهنگ می‌باشد که به همراه جاذبه‌ها می‌توانند باعث رونق گردشگری منطقه شوند. به عنوان مثال یکی از مواردی که در بحث زیرساخت‌ها جای می‌گیرد بحث هتل‌هاست. بیشتر هتل‌های کشورهای یک و ۲ ستاره (۴۰ درصد+ ۲۸ درصد) و تنها ۳ درصد از هتل‌ها پنج ستاره هستند. این موضوع نشان می‌دهد که کشور به لحاظ کیفیت هتل از وضع مطلوبی برخوردار نیست (Varesy et al., 1390: 112).

جدول شماره ۲- جایگاه ایران در شاخص‌های گردشگری جهانی

حوزه- رکن-گویه	۲۰۱۵		۲۰۱۳	
	رتبه ^۷	نمره ^۳	رتبه	نمره
حوزه آمادگی محیطی				
رکن ۱ محیط کسب و کار	۱۱۹	۳/۹		
حق مالکیت	۸۶	۳/۹	۵۴	۴/۶
تأثیر قوانین بر سرمایه‌گذاری خارجی	۱۳۲	۳	۱۲۳	۳/۵
کارایی چارچوب قوانین در حل اختلافات	۹۴	۳/۴	-	-
تعداد روز لازم برای صدور مجوز ساخت	۱۲۸	۲/۳	-	-
هزینه صدور مجوز ساخت	۱۳۳	۳/۹	-	-
حجم بازار در اختیار	۱۱۱	۵/۳	-	-
زمان لازم برای راه اندازی کسب و کار	۷۲	۳/۷	-	-
هزینه راه اندازی کسب و کار	۶۸	۱۲	۶۱	۱۳
میزان تأثیر مالیات‌ها به عنوان مشوق‌های کاری	۷۹	۴۴/۱	۴۳	۳/۳
میزان تأثیر مالیات‌ها به عنوان مشوق‌های سرمایه‌گذاری	۸۴	۳/۶	-	-
نرخ نهایی مالیاتی				
الف)- مالیات کار و مشوق‌ها (درصد سود)	۸۴	۱۷/۸	-	-
ب)- نرخ مالیات سود(درصد سود)	۷۴	۴۴/۱	-	-
ج)- دیگر نرخ‌های مالیاتی(درصد سود)	۱۵	۰/۴	-	-
رکن ۲- امنیت و ایمنی				
هزینه ناشی از جرم و جنایت	۱۱۰	۳/۶	۷۶	۴/۷
اطمینان‌پذیری خدمات پلیس	۸۰	۴	۵۶	۴/۵
هزینه تروریسم برای گردشگری	۱۲۵	۳/۹	۱۰۱	۵/۱
شاخص وقوع تروریسم	۱۱۵	۶/۵	-	-
میزان قتل	۷۱	۴	-	-
رکن ۳- بهداشت و سلامت				
سرانه پزشک	۸۹	۰/۹	۹۳	۰/۹
دسترسی به دفع بهداشتی فاضلاب	۷۳	۸۹	۱	۱۰۰
دسترسی به آب آشامیدنی تصفیه شده	۶۹	۹۶	۶۳	۹۶
تخت‌های بیمارستانی	۱۴۰	۱	۹۲	۱۷
شیوع ایدز				
بروز مالاریا در هر ۱۰۰ هزار نفر	۱۷	۱/۲	-	-
رکن ۴- منابع انسانی و بازار کار				
کیفیت نیروی کار	۷۷	۵/۱	-	-
میزان ثبت نام در مدارس ابتدایی	۵	۹۹/۸	۹	۹۹/۵
میزان ثبت نام در دبیرستان	۸۱	۸۶/۳	۶۱	۹۰/۹

Source: (<http://tn.ai>)

منبع دیگری که پایین بودن کیفیت هتل‌ها در ایران را تأیید می‌کند، گزارش رقابت‌پذیری سفر و گردشگری مجمع جهانی اقتصاد است. همان‌طور که اشاره شد، بر اساس آخرین گزارش، ایران به لحاظ زیرساخت خدمات گردشگری وضعیت مطلوبی ندارد (رتبه ۱۱۹ ام در میان ۱۴۱ کشور).

جدول شماره ۳- جایگاه گردشگری ایران در منطقه و جهان

نام کشور	شاخص‌های سفر و گردشگری	رکن‌های بعد آمادگی معیشتی (نمره)	رکن‌های بعد شرایط و چارچوب قانونی گردشگری	رکن‌های بعد زیرساخت (نمره)	رکن‌های بعد منابع فرهنگی و طبیعی (نمره)										
رتبه	رتبه	امنیت و بهداشت کار	سلامت و بهداشت کار	منابع انسانی و بازار کار	آمادگی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات										
رتبه	رتبه	اولویت‌دهی به سفر و گردشگری	کشودگی بین‌المللی قیمتی	رقابت‌پذیری محیطی هوایی	زیرساخت حمل‌ونقل زمینی و بنادر										
رتبه	رتبه	محیط کسب و کار	زیرساخت حمل‌ونقل هوایی	زیرساخت حمل‌ونقل زمینی و بنادر	زیرساخت خدمات گردشگری										
رتبه	رتبه	امنیت و بهداشت کار	زیرساخت حمل‌ونقل زمینی و بنادر	زیرساخت حمل‌ونقل زمینی و بنادر	زیرساخت خدمات گردشگری										
رتبه	رتبه	امنیت و بهداشت کار	زیرساخت حمل‌ونقل زمینی و بنادر	زیرساخت حمل‌ونقل زمینی و بنادر	زیرساخت خدمات گردشگری										
امارات	۱	۳۴	۵/۹۰	۶/۶۰	۵/۳۸	۵/۱۵	۴/۹۷	۲/۷۷	۴/۹۵	۴/۳۹	۵/۹۱	۵/۰۶	۵/۴۶	۲/۵۱	۱/۹۷
قطر	۲	۴۳	۶/۰۵	۶/۶۱	۵/۹۷	۵/۲۳	۴/۸۹	۱/۹۳	۵/۳۳	۴/۳۲	۴/۱۷	۴/۷۹	۴/۸۱	۲/۱۲	۱/۴۸
بحرین	۳	۶۰	۵/۵۳	۵/۳۳	۵/۱۷	۴/۷۱	۵/۷۶	۲/۳۴	۵/۳۳	۳/۷۳	۳/۵۲	۵/۵۳	۴/۷۴	۱/۹۲	۱/۳۳
مراکش	۴	۶۲	۴/۷۳	۵/۸۳	۴/۵۴	۴/۰۵	۴/۰۳	۲/۵۶	۴/۹۴	۴/۰۹	۲/۸۶	۳/۴۸	۴/۴۴	۳/۱۱	۲/۵۱
عربستان	۵	۶۴	۵/۳۱	۵/۹۹	۵/۱۰	۴/۴۶	۵/۲۹	۱/۴۹	۵/۴۹	۳/۴۱	۳/۷۹	۳/۶۶	۴/۴۴	۲/۶۸	۱/۹۱
عمان	۶	۶۵	۵/۳۹	۶/۳۸	۵/۳۷	۴/۲۷	۴/۸۳	۲/۰۷	۵/۳۳	۴/۰۷	۲/۹۸	۴/۲۵	۴/۵۳	۲/۶۸	۱/۴۵
اسرائیل	۷	۷۲	۴/۶۱	۴/۸۵	۴/۸۱	۵/۳۵	۴/۳۳	۲/۵۴	۴/۳۳	۳/۷۶	۳/۱۶	۳/۹۱	۴/۲۰	۲/۶۷	۱/۹۸
اردن	۸	۷۷	۴/۸۶	۵/۷۹	۳/۵۶	۴/۱۷	۵/۴۶	۳/۲۴	۴/۳۳	۲/۹۳	۲/۶۱	۳/۲۵	۴/۳۷	۲/۰۵	۱/۲۷
تایوان	۹	۷۹	۴/۴۲	۴/۸۶	۵/۱۶	۴/۳۱	۳/۹۴	۲/۳۸	۵/۳۱	۴/۲۲	۲/۵۳	۳/۰۲	۴/۵۴	۲/۳۶	۱/۵۸
مصر	۱۰	۸۳	۴/۱۱	۳/۴۰	۵/۴۰	۴/۱۲	۳/۸۰	۲/۱۷	۶/۱۹	۳/۹۹	۲/۹۳	۲/۸۴	۳/۶۰	۳/۴۵	۲/۴۰
لیبان	۱۱	۹۴	۳/۷۶	۳/۸۱	۶/۰۴	۳/۹۹	۳/۶۲	۲/۵۰	۴/۸۴	۲/۲۹	۲/۴۶	۳/۱۰	۵/۱۸	۱/۷۱	۱/۴۷
ایران	۱۲	۹۷	۳/۸۵	۴/۸۹	۴/۷۱	۳/۹۵	۳/۳۶	۲/۱۴	۶/۶۲	۳/۴۷	۲/۲۲	۳/۲۸	۲/۶۱	۲/۴۸	۲/۵۹
کویت	۱۳	۱۰۳	۴/۶۹	۵/۷۶	۵/۴۳	۴/۲۶	۵/۰۱	۱/۷۵	۵/۰۴	۲/۹۵	۲/۵۱	۳/۶۱	۳/۸۴	۱/۸۷	۱/۱۷
الجزایر	۱۴	۱۳۳	۳/۸۸	۴/۹۰	۴/۹۷	۳/۰۹	۲/۷۴	۱/۵۱	۵/۵۰	۳/۵۱	۱/۹۸	۲/۵۶	۲/۰۳	۲/۰۴	۲/۰۵
موریتانی	۱۵	۱۳۷	۳/۲۶	۵/۰۶	۳/۰۳	۲/۳۰	۴/۱۸	۳/۲۴	۴/۸۲	۲/۹۴	۱/۵۹	۱/۹۶	۴/۳۷	۲/۱۲	۱/۱۱
یمن	۱۶	۱۳۸	۳/۵۸	۲/۸۶	۳/۸۴	۳/۳۱	۲/۲۹	۱/۳۴	۵/۹۹	۲/۹۲	۱/۵۹	۲/۵۵	۲/۸۸	۲/۰۳	۱/۴۵

Source: (<http://tn.ai>)

بر اساس شاخص‌های آخرین گزارش رقابت‌پذیری سفر و گردشگری، ایران در میان ۱۴۱ کشور، رتبه ۹۷ را دارد. در میان ارکان رقابتی ایران، بهترین عملکرد متعلق به رکن رقابت‌پذیری قیمتی با رتبه یک است و ضعیف‌ترین عملکرد به رکن محیط کسب و کار و رکن زیرساخت خدمات گردشگری، با رتبه ۱۱۹ تعلق دارد. حجم سرمایه معطوف به گردشگری در کشور از سه میلیارد و ۳۰۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۵ به شش میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلار در سال ۲۰۲۶ افزایش می‌یابد که نشان از افزایش تمایل به توسعه گردشگری در کشور از یک سو و توجه‌پذیر بودن سرمایه‌گذاری در این صنعت، از سوی دیگر دارد (Rouhani, 1390: 37).

در این میان، وضعیت تعداد اتاق هتل برحسب هر صد نفر نیز به‌عنوان یکی از گویه‌های رکن زیرساخت خدمات گردشگری از نقاط ضعف گردشگری ایران به حساب می‌آید (رتبه ۱۱۳ در میان ۱۴۱ کشور)؛ بنابراین می‌توان ادعا کرد که ایران در میان کشورهای رقیب و منطقه از لحاظ وضعیت هتل‌ها در سطح مطلوبی قرار ندارد و رقابت موفق در صنعت گردشگری منوط به توجه بیشتر به این زیرساخت است (Ibid., 1390: 37).

جدول شماره ۴- جایگاه ایران در شاخص‌های رقابت‌پذیری سفر و گردشگری مجمع اقتصاد جهانی

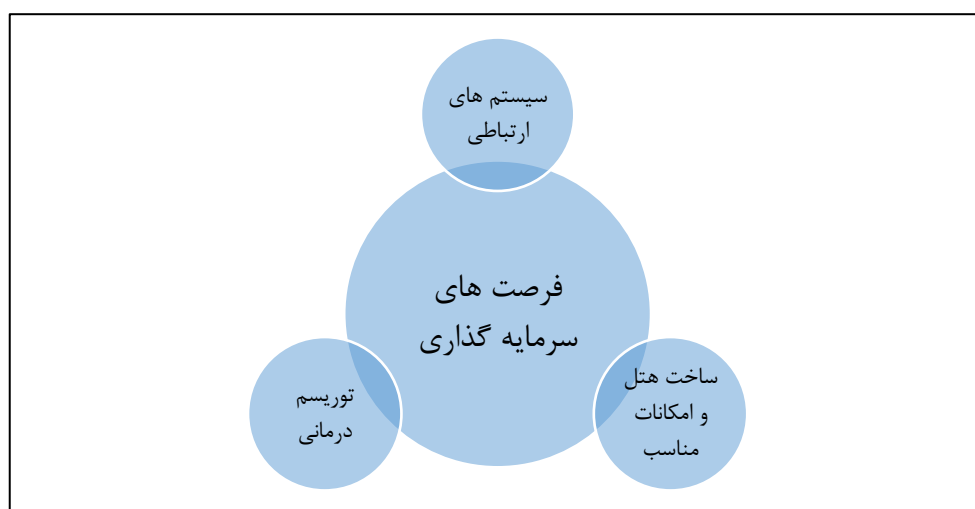
منابع فرهنگی و طبیعی	زیرساخت		شرایط و چارچوب قانونی گردشگری					آمادگی محیطی				بعد/حوزه		
	منابع طبیعی	منابع فرهنگی و تجارت سفر	زیرساخت خدمات گردشگری	زیرساخت‌های حمل‌ونقل زمینی و هوایی	بایمانی محیطی	رقابت‌پذیری قیمتی	گشودگی بین‌المللی	اولویت‌دهی به سفر و گردشگری	آمادگی در حوزه فناوری اطلاعات	منابع انسانی و بازار کار	بهداشت و سلامت		امنیت و ایمنی	محیط کسب و کار
۳۷	۹۸	۱۱۹	۷۶	۹۳	۱۱۵	۱	۱۱۶	۱۳۰	۹۸	۱۱	۹۳	۹۶	۱۱۹	رتبه رکن
۱۵۹	۱۴۸	۱۶۱	۱۲۸	۱۲۲	۱۴۷	۱۶۳	۱۱۴	۱۳۵	۳/۳۶	۱۹۵	۱۷۱	۱۸۹	۱۸۵	نمره رکن
۲	۲	۲	۳	۲	۳	۶	۲	۳	۳	۳	۴	۴	۳	رتبه حوزه (از ۱۴۱ کشور)
۵۷		۱۰۵		۹۶					۹۸				نمره حوزه (از ۱۱۷ کشور)	
۲/۵۳		۲/۷۰		۳/۸۹					۴/۱۶				نمره حوزه (از ۱۱۷ کشور)	

Source: (<http://tn.ai>)

سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری

احداث و ایجاد هتل، رستوران، کمپینگ، مجتمع‌های رفاهی- عبادی میان راهی و ... از جمله این اولویت‌ها می‌باشد که سرمایه‌گذاری فراوانی را می‌طلبد و باید با استفاده از ابزارهای مختلف زمینه جلب و جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی فراهم گردد. گردشگری به علت خاصیت بازدهی زود هنگام آن، بستر مناسبی برای سرمایه‌گذاری است. گردشگری می‌تواند هر دو سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی را جذب نموده و اقتصاد را به حرکت درآورد. سرمایه‌گذاری خارجی بخصوص برای کشورهای در حال توسعه مهم است، اما در سایر کشورها که سرمایه‌گذاران داخلی علاقه‌ای به سرمایه‌گذاری در گردشگری ندارند؛ سرمایه‌گذاری خارجی می‌تواند توسعه گردشگری را سرعت بخشد و معیارهای اقتصادی را ارتقا داده و ایده‌ها، فن‌آوری، تماس‌ها و بازارهای جدید را به ارمغان آورد. برخلاف دیگر سرمایه‌گذاری‌ها، چنین سرمایه‌گذاری در کشورها باقی خواهد ماند. هتل‌ها را نمی‌توان مانند کالاهای اصلی یا سایر کالاها جابجا کرد. بر این مبنا می‌توان رهیافتی را در قالب سرمایه‌گذاری گردشگری مابین مرکز و پیرامون، رویه‌ای معکوس از جریان سرمایه دانست. در این رهیافت سرمایه‌ها در زمینه گردشگری از مرکز به پیرامون در حرکت است که تنها می‌تواند سودآوری خود را در زمینه گردشگری در مقاصد، همان کشورهای پیرامونی، حفظ نماید. از این رو نگرش مرکز- پیرامون در زمینه گردشگری حالت عکس می‌گیرد. درست است که مازاد اقتصادی به وسیله یک سیستم مازاد ستانی جهانی به مراکز باز می‌گردد ولی در این نقطه سرمایه‌گذاری بر روی گردشگری، به پیدایش مشاغل و درآمدهای منتهی گردیده؛ که جوامع محلی از آن بهره‌مند می‌شوند (Gholi Porsalamani, 2007:).

محاسبات انجام شده نشان داده‌اند که ضریب فزاینده تولید در صنعت جهانگردی ایران معادل ۱/۶ است که این رقم بدان معنا است که اگر یک واحد پولی توسط جهانگردان در ایران هزینه و وارد چرخه اقتصادی کشور شود، باعث ایجاد تولیدی به میزان ۱/۶ واحد پولی در بخش‌های مختلف اقتصادی که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم با آن در ارتباط هستند، خواهد شد. مقایسه این اثر با ضریب فزاینده سایر بخش‌های اقتصادی نشان می‌دهد که صنعت گردشگری ایران پس از صنایع غذایی (با ضریب ۲/۱۶) و ساختمان (با ضریب ۱/۷۲) در رتبه سوم در بین تمام بخش‌های اقتصاد ایران قرار دارد که نشان از قابلیت بالای صنعت یاد شده برای ایجاد رونق اقتصادی در کشور است. همچنین محاسبات انجام شده در مورد ضریب فزاینده اشتغال در بین بخش‌های مختلف اقتصادی نشان می‌دهد قدرت اشتغال‌زایی صنعت گردشگری در ایران بعد از بخش‌های کشاورزی، صنایع غذایی و ساختمان در رتبه چهارم قرار دارد (Ibid., 1386: 82).



نمودار شماره ۱- بسترهای سرمایه‌گذاری در توریسم

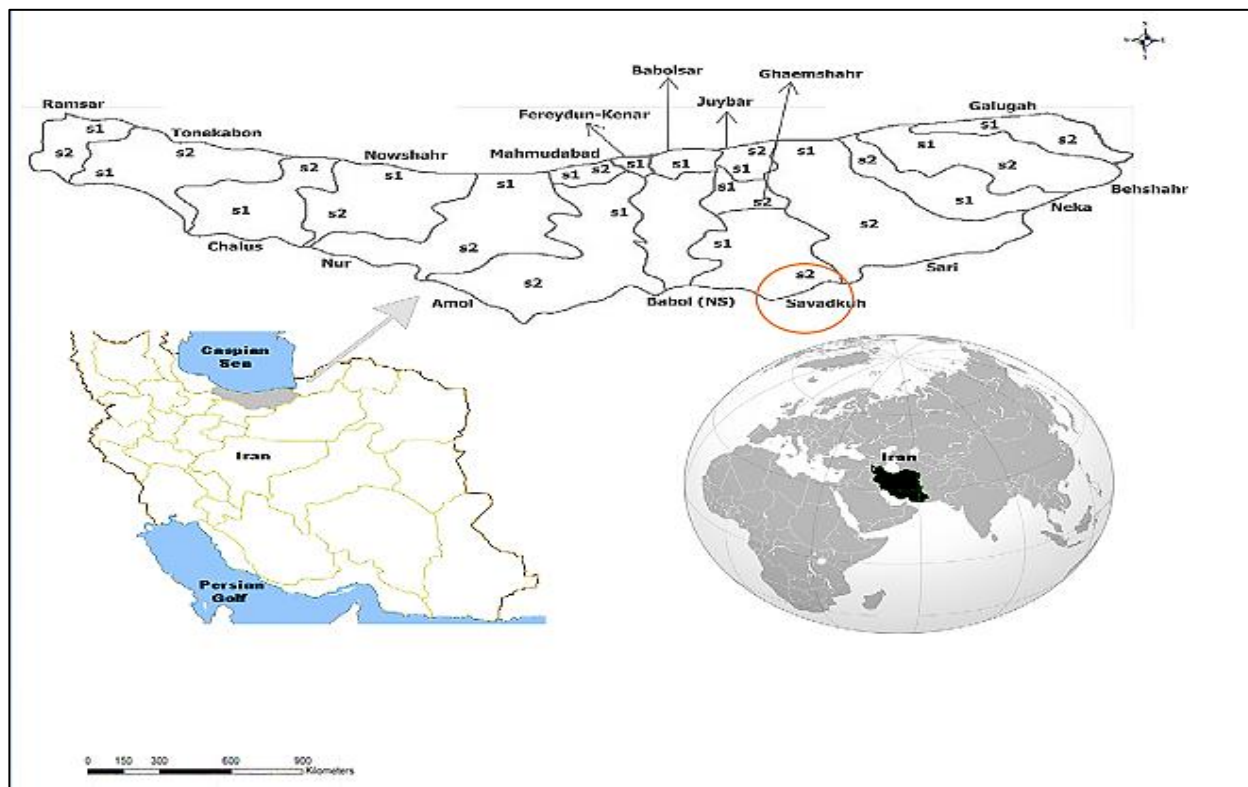
Source: (<https://news.akhbarrasmi.com>)

معرفی منطقه مورد مطالعه

استان مازندران به لحاظ موقعیت طبیعی و جغرافیایی در بخش طبیعت گردی جزء استان‌های برتر و قطب گردشگری کشور محسوب می‌گردد. نزدیک به ۱۲ میلیون نفر گردشگر داخلی و ده‌ها هزار توریست خارجی هر ساله به منظور گذراندن اوقات فراغت از این استان دیدن می‌کنند. وجود دریای مازندران با ساحل زیبا و مناسب به همراه برخوردار بودن از دامنه‌ها و پارک‌های جنگلی و کوهستانی، وجود قله دماوند با ۵۶۷۰ متر ارتفاع معروف به بام ایران، غارها، آبشارها، رودخانه‌ها، آب‌های متعدد سرد و گرم معدنی، چشمه‌ها، تالاب‌ها به ویژه شبه جزیره میانکاله در بهشهر بیش از ۸۰۰ آثار تاریخی شناسایی شده نظیر مجموعه تاریخی شهرهای آمل، چالوس و ساری، این استان را به مجموعه‌ای متنوع برای استفاده گردشگران با انگیزه مختلف بدل نموده است (Sheikh Azami, 1393: 35).

شهرستان سوادکوه یکی از شهرستان‌های استان مازندران است که در ناحیه البرز مرکزی و در مجاورت استان سمنان قرار گرفته است. شهرستان سوادکوه از سمت شمال به شهرستان قائمشهر، از سمت جنوب به شهرستان فیروزکوه در

استان تهران و شهرستان مهدی شهر در استان سمنان، از سمت غرب به شهرستان بابل و از سمت شرق به شهرستان ساری و ارتفاعات دودانگه و دهستان چاشم در شهرستان مهدی شهر محدود است. جمعیت این شهرستان طبق سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، ۴۳۹۱۳ نفر بوده که متشکل از ۱۴۹۵۶ خانوار است که با احتساب جمعیت بخشی از قسمت شمالی آن که مستقل شده‌اند جمعیت سوادکوه به حدود ۷۰۶۰۰۰ نفر می‌رسد. مساحت آن به ۲۰۷۸ کیلومتر مربع می‌رسد. این شهرستان با تراکم نسبی جمعیت ۳۲/۹ نفر در هر کیلومتر مربع مساحت، در فصل سرما دارای یکی از پایین‌ترین میانگین در سطح شهرستان‌های استان مازندران است (Ibid., 1393: 38).



نقشه شماره ۱- استان مازندران و شهرستان سوادکوه

Source: (<https://link.springer.com>)

شهرستان سوادکوه از دو بخش به نام‌های بخش مرکزی، زیرآب ۱- زیرآب ۲- پل سفید و ۳- آلاشت تشکیل شده است. این شهرستان در مجموع از شش دهستان بنام‌های سرخ گرجی محله با بیست آبادی، کردآباد، راستویی با ۶۹ آبادی، ولویی با ۵۲ آبادی، کسلیان با ۱۷ آبادی تشکیل شده است. قبل از ملی شدن مراتع و اصلاحات ارضی سوادکوه جزء یکی از مهم‌ترین تأمین‌کننده مواد لبنی و گوشتی بازار تهران و مازندران به شمار می‌رفت. در حال حاضر نیز سوادکوه به عنوان یک از قطب‌های دام‌پروری استان مازندران مطرح بوده و یکی از بهترین نژاد گوسفند زل در این ناحیه پرورش یافته و نگهداری می‌شوند. شهرستان سوادکوه در یک دره وسیع طولانی و در دامنه‌های شمالی رشته کوه‌های البرز مرکزی واقع شده است. حوزه کلی این ناحیه از منتهی الیه جلگه‌های جنوبی و ۳۰ کیلومتری دریای خزر آغاز ده و با شیب بسیار تند به سوی جنوب کشیده می‌شود. پوشش ارتفاعات تا بلندی ۲۰۰۰ متری سرسبز و جنگلی و از آن به بعد مرتعی، خشک با آب و هوای سردسیری می‌باشد (Saffari, 1376: 39).

جدول شماره ۵- جاذبه‌های گردشگری سوادکوه

جاذبه گردشگری	جاذبه گردشگری
کردآباد	قلعه اولاد
محلہ قدیم آلاشت	پل شاپور
امامزاده عبدالحق	پل قدیمی پل سفید
قلعه کنگلو	آرامگاه مقتولین راه‌آهن سوادکوه
قلعه اساس	آرامگاه اخوت
قلعه گردن	کلیسای سرخ‌آباد
قلعه خاجمه کوه	قلعه حسن بور سرخکلا
قلعه حسن بور (سرخکلا)	قلعه گردن در عباس‌آباد راستویی
برج لاجیم	مسجد شهر آلاشت
پل ورسک	قلعه کنگ لو
بابک محلہ	برج دیو کلی
نقش شاه	برج باوند

Source: (<http://amlak.iran-tejarat.com>)

فرضیه‌های تحقیق: ۱. سرمایه‌گذاری در زمینه زیرساخت‌های مناسب در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان مازندران خواهد شد. ۲. سرمایه‌گذاری در زمینه ایجاد جاذبه‌های مناسب (ایجاد مناطق نمونه گردشگری) در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان مازندران خواهد شد. ۳. ایجاد امنیت برای سرمایه‌گذاران در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان مازندران خواهد شد. ۴. در نظر گرفتن تسهیلات برای سرمایه‌گذاران در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان مازندران خواهد شد.

روش‌شناسی: روش تحقیق به لحاظ هدف کاربردی است و از نظر ماهیت و روش توصیفی از نوع پیمایشی است، جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان برخی از دستگاه‌های اجرایی شهرستان سوادکوه که شامل فرمانداری، محیط زیست، شهرداری، منابع طبیعی و ارشاد و همچنین معاونت سرمایه‌گذاری اداره کل میراث صنایع دستی و گردشگری استان مازندران و سرمایه‌گذاران در حوزه گردشگری استان مازندران که مجموعاً به تعداد ۳۴۰ نفر می‌باشند که با استفاده از جدول تعیین حجم نمونه کرجسی و مورگان به تعداد ۱۸۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. در این تحقیق ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه است. پرسشنامه شامل دو بخش می‌باشد. در بخش اول ویژگی‌ها و مشخصه‌های دموگرافی پاسخ‌دهندگان از جمله سن، سطح تحصیلی و جنسیت قید گردید و در قسمت دوم شامل سؤالات مربوط به نقش سرمایه‌گذاری و طرح‌های عمرانی در توسعه صنعت گردشگری استان مازندران بوده است. پرسشنامه مزبور مجموعاً دارای ۲۷ گویه که در زمینه‌های ایجاد زیرساخت، جاذبه‌های مناسب گردشگری (مناطق نمونه گردشگری)، امنیت سرمایه‌گذاری و در نظر گرفتن تسهیلات مطرح و در طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت از خیلی زیاد با امتیاز ۵ تا خیلی کم با امتیاز ۱ نمره‌گذاری شد. روائی پرسشنامه به تأیید صاحب‌نظران و کارشناسان قرار گرفت. برای تعیین پایایی نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که در این تحقیق پایایی ۰/۸۶ به دست آمد. به منظور رعایت اخلاق پژوهشی در ابتدای تکمیل پرسشنامه برای نمونه‌های مورد پژوهش، اهداف مطالعه تشریح و پس از کسب رضایت آگاهانه نسبت به تکمیل پرسشنامه توسط نمونه‌های پژوهش اقدام شد و برای توزیع و تکمیل پرسشنامه با روش پرسشگری حضوری انجام شد. با توجه به اینکه در این پژوهش نمونه‌گیری صورت گرفت، برای استفاده درست از آزمون‌های آماری و تعمیم نتایج، آزمون

نرمال بودن متغیرها انجام شد. به این ترتیب نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنف نشان داد، متغیرها دارای توزیع نرمال هستند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی (تی تک نمونه‌ای) استفاده شد. تمامی آزمون‌ها در سطح معنی‌داری $p < 05\%$ و با استفاده از نرم‌افزار spss تحلیل شد.

یافته‌ها

بر اساس داده‌های به دست آمده از آمار توصیفی از مجموع ۱۸۰ نفر نمونه آماری در نظر گرفته شده، ۳۶ نفر (۲۰ درصد) زن و ۱۴۴ نفر (۸۰ درصد) مرد و از نظر مدرک تحصیلی ۱۴ نفر (۷/۸ درصد) دیپلم و پایین‌تر، ۴۶ نفر (۲۵/۶ درصد) فوق دیپلم، ۱۲۰ نفر (۶۶/۷ درصد) لیسانس و بالاتر و به لحاظ سنی ۹۰ نفر (۵۰ درصد) کمتر از ۳۰ سال، ۶۲ نفر (۳۴/۴ درصد) بین ۳۱ تا ۴۰ سال، ۳۸ نفر (۱۵/۶ درصد) بالاتر از ۴۰ سال سن داشته‌اند. با توجه به نرمال بودن داده‌ها، جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق در خصوص نقش سرمایه‌گذاری و طرح‌های عمرانی در توسعه صنعت گردشگری مازندران از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شده است. آزمون فرضیه اول- سرمایه‌گذاری در زمینه زیرساخت‌های مناسب در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان مازندران خواهد شد.

جدول شماره ۶- نتایج آزمون T تک نمونه‌ای برای فرضیه اول

متغیر	تعداد	میانگین	T آماره	درجه آزادی	معیار تصمیم	میانگین اختلاف	
						پایین	بالا
زیرساخت‌ها	۱۸۰	۳/۶۳۱۵	۲۲/۵۴۵	۱۷۹	۰/۰۰۰	۰/۶۳۱۴۸	۰/۵۷۶۲

Source: (Research findings)

از آنجائی که مقدار میانگین به دست آمده بر اساس آزمون تی تک نمونه‌ای برابر جدول شماره ۱ (۳/۶۳۱۵) در زمینه زیرساخت‌های مناسب در حوزه گردشگری بزرگ‌تر از میانگین مقیاس (M=3)، می‌باشد، (میانگین مقیاس بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت در اندازه‌گیری متغیرها که از خیلی زیاد با نمره ۵ و خیلی کم با نمره ۱ محاسبه گردید، به همین منظور چنانچه عدد به دست آمده ۳ و بالاتر باشد به معنی تأثیر قابل قبول و پایین‌تر از آن مورد تأیید نمی‌باشد) و از طرفی سطح معناداری محاسبه شده کم‌تر از ۰/۰۵ است ($\leq \text{sig}$) و همچنین اختلاف میانگین‌ها (۰/۶۳۱۴۸) مثبت است و مقدار آماره T ۲۲/۵۴۵ بزرگ‌تر از T جدول (۱/۹۶) بوده لذا فرض تحقیق تأیید می‌شود، یعنی با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت از نظر افراد نمونه، ایجاد زیرساخت‌های مناسب موجب توسعه صنعت گردشگری در استان مازندران خواهد شد.

آزمون فرضیه دوم- سرمایه‌گذاری در زمینه ایجاد جاذبه‌های مناسب (ایجاد مناطق نمونه گردشگری) در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان مازندران خواهد شد.

جدول شماره ۷- نتایج آزمون T تک نمونه‌ای برای متغیر جاذبه‌های مناسب

متغیر	تعداد	میانگین	T آماره	درجه آزادی	معیار تصمیم	میانگین اختلاف	
						پایین	بالا
جاذبه‌های مناسب	۱۸۰	۳/۸۳۸۱	۳۳/۱۵۵	۱۷۹	۰/۰۰۰	۰/۸۳۸۱۰	۰/۷۸۸۲

Source: (Research findings)

همان طوری که نتایج جدول شماره ۷ نشان می‌دهد، از آنجائی که مقدار میانگین به دست آمده (۳/۸۳۸۱) در زمینه ایجاد جاذبه‌های مناسب در حوزه گردشگری بزرگ‌تر از میانگین مقیاس بوده و از طرفی سطح معناداری محاسبه

شده کم‌تر از ۰/۰۵ است، $(\leq) 0/05$ sig و مقدار آماره $T(33/155)$ بزرگ‌تر از T جدول (۱/۹۶) بوده، همچنین اختلاف میانگین‌ها (۰/۸۳۸۱۰) مثبت است لذا فرض تحقیق تأیید می‌شود، یعنی با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت از نظر افراد نمونه، ایجاد جاذبه‌های مناسب موجب توسعه صنعت گردشگری در استان مازندران خواهد شد. آزمون فرضیه سوم- ایجاد امنیت برای سرمایه گذران در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان مازندران خواهد شد.

جدول شماره ۸- آزمون تی تک نمونه‌ای برای متغیر ایجاد امنیت

متغیر	تعداد	میانگین	آماره تی	درجه آزادی	معیار تصمیم	فاصله اطمینان ۹۵ درصد اختلافات	
						پایین	بالا
ایجاد امنیت	۱۸۰	۴/۵۱۹۰	۴۲/۹۶۲	۱۷۹	۰/۰۰۰	۱/۵۱۹۰۵	۱/۴۴۹۳

Source: (Research findings)

با توجه به نتایج جدول شماره ۸ از آنجائی که مقدار میانگین به دست آمده (۴/۵۱۹۰) بزرگ‌تر از میانگین مقیاس (۳)، است و همچنین سطح معناداری محاسبه شده کم‌تر از ۰/۰۵ است $(\leq) 0/05$ sig و مقدار آماره $T(42/962)$ بزرگ‌تر از T جدول (۱/۹۶) بوده، از طرفی، اختلاف میانگین‌ها (۱/۵۱۹۰۵) مثبت است، لذا فرض تحقیق تأیید می‌شود، یعنی با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت از نظر افراد نمونه، فراهم نمودن امنیت موجب توسعه صنعت گردشگری در استان مازندران خواهد شد.

آزمون فرضیه چهارم- در نظر گرفتن تسهیلات برای سرمایه گذران در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان مازندران خواهد شد.

جدول شماره ۹- آزمون تی تک نمونه‌ای برای ایجاد تسهیلات

متغیر	تعداد	میانگین	آماره تی	درجه آزادی	معیار تصمیم	فاصله اطمینان ۹۵ درصد اختلافات	
						پایین	بالا
تسهیلات	۱۸۰	۳/۷۲۲۲	۲۵/۸۳۹	۱۷۹	۰/۰۰۰	۰/۷۲۲۲۲	۰/۶۶۷۱

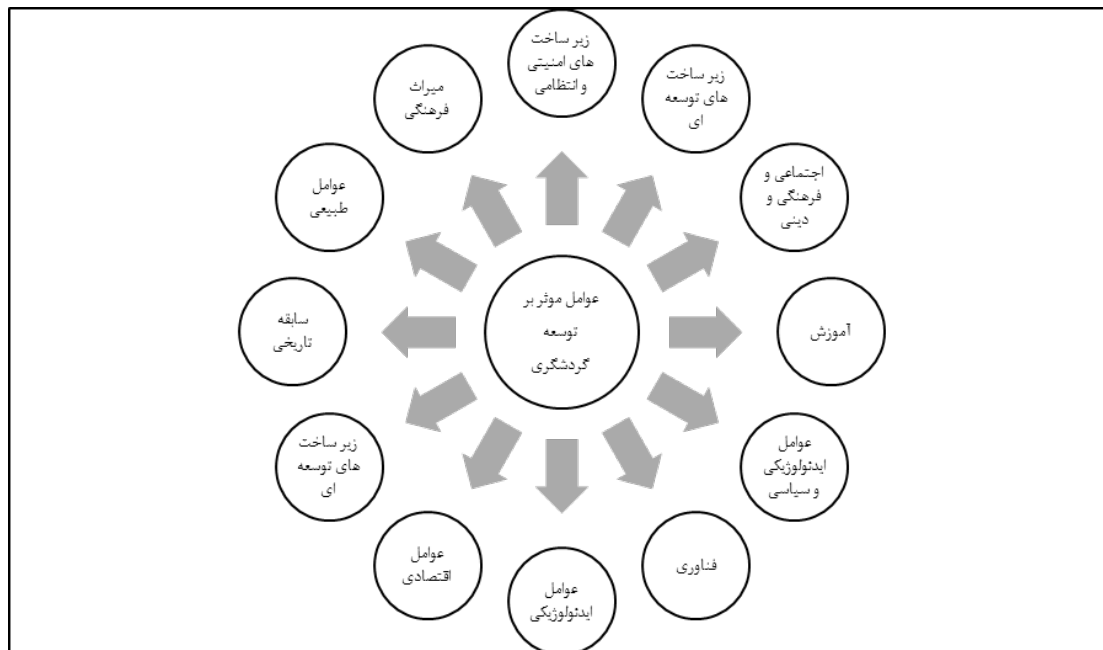
Source: (Research findings)

از آنجائی که بر اساس آزمون تی تک نمونه‌ای برابر داده‌های جدول شماره ۹ مقدار میانگین به دست آمده (۳/۷۲۲۲) بزرگ‌تر از میانگین مقیاس (۳)، است و از طرفی سطح معناداری محاسبه شده کم‌تر از ۰/۰۵ است $(\leq) 0/05$ sig، همچنین اختلاف میانگین‌ها (۰/۷۲۲۲۲) مثبت است و مقدار آماره $T(25/839)$ (بزرگ‌تر از T جدول (۱/۹۶) بوده، لذا فرض تحقیق تأیید می‌شود، یعنی با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت از نظر افراد نمونه، در نظر گرفتن تسهیلات در حوزه گردشگری موجب توسعه صنعت گردشگری در استان مازندران خواهد شد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به منظور بررسی نقش سرمایه‌گذاری و طرح‌های عمرانی در توسعه صنعت گردشگری مازندران، مطالعه موردی شهرستان سوادکوه انجام شد. هدف اصلی این پژوهش بررسی نقش زیرساخت‌ها و منابع مالی (درون دادها) در توسعه صنعت گردشگری مازندران به ویژه شهرستان سوادکوه است. سؤال اصلی مقاله این است که با فرض برخورداری استان مازندران و شهرستان سوادکوه از جاذبه‌های گردشگری، زیرساخت‌ها و منابع مالی چگونه می‌توانند به توسعه صنعت گردشگری در استان مازندران و سوادکوه شتاب بخشند؟ روش انجام مقاله توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری مقاله شامل مدیران و کارکنان سازمان‌های فرمانداری، محیط زیست، شهرداری، منابع

طبیعی و ارشاد سوادکوه و نیز معاونت سرمایه‌گذاری اداره کل میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری استان مازندران و سرمایه‌گذاران در حوزه گردشگری استان هستند و حجم نمونه نیز تعداد ۱۸۰ نفر است که به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند.



نمودار شماره ۲- شماره عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری

Source: (Research findings)

گردشگری به عنوان صنعت قرن بیست و یکم و در واقع راه میانبری برای توسعه اقتصادی در کشورهای در حال توسعه و نیز تولید ثروت در کشورهای صنعتی است. صنعت گردشگری شامل انواع بسیار گسترده‌ای از بنگاه‌ها و گردشگران است که به تولید، عرضه و تقاضای محصولات متنوع و خدمات گوناگون می‌پردازد، به گونه‌ای که تفکیک حوزه گردشگری از سایر بخش‌های اقتصادی را دشوار نموده است؛ اما آمارهای گردشگری در ایران وضعیت مطلوبی ندارد. صنعت گردشگری ایران در بین ۱۴۱ کشور دنیا در جایگاه نود و هفتمی قرار دارد. جایگاه ایران در حمل‌ونقل و هوایی ۹۳، حمل‌ونقل ۷۶، خدمات گردشگری ۱۱۹ و از نظر اقامت ۱۱۳ در بین ۱۴۱ کشور جهان است.

توسعه صنعت گردشگری در ایران به ساختارها و امکاناتی نیاز دارد که بدون دسترسی به آنها سخن گفتن از ارتقای گردشگری، بیهوده است. صد البته در کشوری نظیر ایران که جاذبه‌های گردشگری فراوان و به قدمت تمدن بشری دارد، چنین زیرساخت‌ها و امکاناتی می‌بایست از سالها قبل ایجاد شده باشد، ولی به دلایل مختلف سیاسی، اقتصادی و فرهنگی سرمایه‌گذاری در توسعه آن‌ها تاکنون به تعویق افتاده است. در واقع مادامی که چنین کمبودهای ساختاری در نظام گردشگری ما به چشم می‌خورد، نباید به رشد درآمدهای ارزی این صنعت امیدوار بود؛ زیرا به طور طبیعی منافع صنعت گردشگری عاید کشورهایی می‌شود که برای توسعه این صنعت سرمایه‌گذاری کرده‌اند و از پیش زیرساخت‌های اولیه را فراهم ساخته‌اند.

نتایج حاصل از این مطالعه نشان داد که سرمایه‌گذاری در زمینه جاده‌ها، زیرساخت‌های شهری و برون‌شهری، خطوط ریلی، همچنین فراهم کردن بسترهای مناسب برای گردشگری و امکانات زیربنایی و خدماتی و ایجاد شبکه‌های ارتباطی منظم در مسیرهای گردشگری، امکانات بهداشتی و شبکه‌های آب‌رسانی، تأسیسات اقامتی و خدماتی در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان خواهد شد. یافته‌های این تحقیق با مطالعات نظری منصوری فر (۲۰۰۲) که در بررسی‌های خود در موانع گردشگری به امکانات زیربنایی و خدماتی اشاره داشت، مطابقت دارد، داسل ویل (۲۰۰۸)، نیز در مطالعات نظری خود به نقش دولت و دستگاه گردشگری برای ایجاد درآمد و تشویق سرمایه‌گذاران بخش خصوصی تأکید داشت. همچنین با نتایج پژوهش رضانی (۲۰۱۰) که در پژوهش خود به بررسی تطبیقی بازتاب‌های سرمایه‌گذاری در جذب توریست در قبل و بعد از انقلاب اسلامی پرداخته و به این نتایج دست یافت که علت عدم جذب توریسم را متناسب نبودن زیرساخت‌های گردشگری و فراهم نبودن امکانات رفاهی می‌داند مطابقت دارد. نتایج مطالعات مدهوشی و همکاران (۲۰۰۲)، نشان داد که ضعف امکانات زیربنایی از جمله عوامل مؤثر در عدم توسعه صنعت گردشگری است.

مطالعه حاضر نشان داد، ایجاد جاذبه‌های مناسب (ایجاد مناطق نمونه گردشگری) در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان مازندران خواهد شد. یافته‌های این تحقیق با مطالعات مدهوشی و همکاران (۲۰۰۲) که در پژوهش خود به ارزیابی موانع گردشگری پرداخته‌اند و مشکلات را در ۴ مورد که شامل، ضعف امکانات زیربنایی، ضعف بازاریابی، تعدد در مراکز تصمیم‌گیری و فقدان فرهنگ پذیرش گردشگری شناسایی کرده‌اند، مطابقت دارد.

همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که ایجاد امنیت برای سرمایه‌گذاران و گردشگران در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان مازندران خواهد شد. خیری و همکاران (۲۰۱۶)، نیز در پژوهش خود به این نتایج دست یافته‌اند که امنیت سرمایه‌گذاران عامل مهمی در جهت توسعه گردشگری می‌باشد. همچنین نتایج این مطالعه با یافته‌های هزارجریبی (۲۰۱۱)، صدایی و همکاران (۲۰۱۰)، باقری و باقری فرد (۲۰۱۰)، فرقاندوست، کامبیز و همکاران (۲۰۰۹)، هال ۱ (۲۰۰۸) و تانگ (۲۰۰۶) مطابقت دارد. ضرابی و زنگنه (۲۰۱۰)، نیز در پژوهشی با عنوان جایگاه امنیت اجتماعی در توسعه صنعت گردشگری با تأکید بر ایران به این نتایج دست یافته‌اند که یکی از موانع بزرگ بر سر راه صنعت گردشگری در ایران دیدگاه منفی برخی از گردشگران خارجی نسبت به وضعیت امنیت و لزوم تأمین امنیت برای گردشگران و جهانگردان در ایران است.

بخش دیگری از یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که در نظر گرفتن تسهیلات برای سرمایه‌گذاران در حوزه گردشگری باعث توسعه صنعت گردشگری استان مازندران خواهد شد، یافته‌های این تحقیق با مطالعات پرسینا بونی فیس (۲۰۰۰) که در پژوهش خود تحت عنوان مدیریت گردشگری فرهنگی به این نتیجه دست یافت که تسهیلات کم، از جمله عواملی است که باعث رکود در صنعت گردشگری و جذب توریسم می‌شود، مطابقت دارد.

بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده و بررسی وضعیت امکانات و خدمات گردشگری در شهرستان سوادکوه، پیشنهادهایی در رابطه با توسعه‌ی صنعت گردشگری در شهرستان ارائه می‌شود:

- ۱- با توجه به چالش‌های سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری و متأثر شدن تقاضای گردشگری از عواملی نظیر بی‌ثباتی سیاسی، چالش‌های مربوط به امنیت، فصلی بودن گردشگری، تأثیر شدید سیستم حمل‌ونقل و بلندمدت بودن بازگشت سرمایه در مقایسه با دیگر گزینه‌های سرمایه‌گذاری، پیشنهاد می‌شود، مشوق‌های انگیزشی مناسب‌تری برای ورود سرمایه‌گذاران در این حوزه مد نظر قرار گیرد.
- ۲- با توجه به نقش تبلیغات در صنعت گردشگری و وجود طبیعت زیبا، چشمه‌های طبیعی، روستاهایی با بافت سنتی و آثار باستانی و مذهبی در منطقه، پیشنهاد می‌شود در جهت معرفی این جاذبه‌ها به گردشگران از ابزارهای مناسب تبلیغاتی به ویژه صدا و سیما استفاده بهینه گردد.

Reference

- Bagheri, Mahmoud & Bagherifard, Karamullah (2010). The Role of Security in the Development of Tourism Industry, Regional Conference on Tourism and Development, Islamic Azad University, Yasouj Branch, pp. 15-1.
- Boozan, Barry. (2012). People, governments and panic. Translating Research Institute for Strategic Studies [in Persian], Tehran: Strategic Studies Institute Research.
- Chao, D, Kanno, T.&Furuta, K. (2013). Experimental study on tourist satisfaction using participatory simulation in a virtual environment, springer plus, 2, 552, 1-9.
- Chi, G. (2005). A study of Developing Destination Loyalty model, Doctoral Dissertation, Oklahoma state university.
- Dassel Weil, Roger (2008). Management of Thought (Basics, Strategies and Works), Translation, Seyyed Mohammad Arabi and Davoud Izadi, Cultural Research Center, Tehran.
- Faghandost, Kambiz; Rezvani, Asghar, Hashemi, Hadi (2009). The study of barriers to private sector investment development in Iran's tourism industry, Journal of Financial Accounting and Auditing, No. 4, 129-154.
- Gholi Poursalamani, Ali (2007), Comparative Study of Tourism Industry in Iran & Turkey, Quarterly Journal of Business Review, No. 23.
- Haghighnassab, Manijeh, Yazdani, Hamidreza, Karimi, Ensia (2014), Investigating factors affecting the satisfaction of foreign tourists and their results and their satisfaction with tourism services in Isfahan, Business Management, Faculty of Management, University of Tehran, Volume 6, Number 4, Winter 93: 753-731.
- Hamidizadeh, Mohammad Reza (1999), Systems Guidance for Strategic Programming, Quarterly Journal of Management and Development Process, No. 44.
- Holjivac, A.L. (2003). A vision of tourism and the hotel industry in the 21st century. *hospital management*, 22.
- Jafari Mehrabadi et al. (2016). Examining the Components of Social Capital Affecting the Satisfaction of Tourists, Quarterly Journal of Tourism and Development, Vol. 5, No. 18: 96-73.
- Karroubi, Mehdi et al. (2016). To review and prioritize the restrictions of Korean tourists in Iran, Journal of Planning and Development of Tourism, Year 5, Issue 19: 57-33.
- Kazemi, Mohammad (2006). Tourism Management [in persian], Tehran: Publicity.
- Khadoroo, J. & Seetanah, B (2009). Transport in frastructure and tourism development, *Annals of tourism research*, 34(4): 1021-1032.
- Khairi, Mohammad et al. (2014). A Review of the Relationship Between Sustainable Tourism Development and Investment Security with Emphasis on Resistance Economics. *Geographical Quarterly (Regional Planning)* [in Persian]. Seventh Year, No. 1, pp. 28-15.
- khodae, Hamed (2009). Interrelationship between Security, Tourism and Sustainable Economic Development, First National Conference on Security and Sustainable Tourism Development, Esfahan, pp. 131-117.
- Khoshfar, Gholam Reza et al. (2013). A survey on the sense of personal and social safety from the viewpoint of tourists and the factors affecting it. *Journal of Planning and Development of Tourism*, 2008, No. 6: 202-181.

- Mansoori, Issa (2000), a Review of the Basis and Functioning of a System Approach in Organizational Management, Management Development Quarterly, No. 14.
- Masoumi, Masoud (2005). The nature of tourism [in persian], Tehran: Peak Kowsar.
- Mehedushi, Mehrdad, Niazi, Jesus (2010). A Study on Tourism Development in Golestan Province, Science and Development Magazine, Seventh Year, No. 30.
- Moravoty Sharif Abadi, Ali, Azizi, Fatemeh, Jamshidi, Zainab (1395). Analysis of Factors Affecting the Satisfaction of Internal Tourists of Yazd Province Using Fuzzy Dumble Model, Journal of Tourism Management Studies, Vol. 11, No. 33: 104-85.
- Nowroozi, Seyyed Ali (1395), Systemic and Total Approaches in Organization, Quarterly Journal of Management and Entrepreneurship Studies, Second Year - Issue 4.
- Papeli Yazdi, Mohammad Hossein, Saghaei, Mehdi (2006). Tourism (nature and concepts) [in Persian]. Tehran: Publication of the side.
- Parehizkar, Akbar & Hasan Esmailzadeh (2005), A Systemic Approach to Geography and Urban Planning, Quarterly Journal of Geography Education, No. 71.
- Pourahmad, Ahmad et al. (2012). Reviewing and Analyzing the Role of Museums in the Development of Cultural Tourism, Journal of Planning and Development of Tourism, Vol. 1, No. 1: 128-105.
- Pourezzt, Ali Asghar (2002), A Systemic Approach to Government Economic Policies for Realizing Social Justice, Quarterly Journal of Management, No. 1.
- Presley, Bony Faces (2000). Cultural Tourism Management, Translation by Mahmoud Abdollahzadeh, Cultural Studies Office, Tehran.
- Ranjbarian, Bahram; Zahedi, Mohammad (2007). Tourism Recognition [in persian], Isfahan, Chaharbagh Publication, Second Edition.
- Rouhani, Hamed (2011), Tourism Competitiveness of the country was calculated 114 among 139 countries, Quarterly Journal of the Chamber of Commerce, No. 516.
- Saffari, Sahba (1376), Tourism and Tourism: Mazandaran Province, Quarterly Journal of the Chamber of Commerce, No. 350.
- Sheikh Azami, Ali (1393), the Role of Urban Network in Regional Development: A Case Study of Mazandaran Province, Urban Planning Quarterly, No. 8.
- Tang X. M. (2006). Causality between tourism and economic growth in the united states. Journal of information management, 23 (6), 451-467.
- Thousand Jarribi, Ja'far (2011). The sense of social security in terms of tourism development, Journal of Geography and Environmental Planning, Vol. 20, No. 2, pp. 99-77.
- vahedPoor, Gholam Abbas and Mahtab Jafari (2011), Strategies for Management and Sustainable Development of Iran's Tourism Infrastructure with Emphasis on SOWT Model, Regional Planning Quarterly, Year One - Issue 1.
- Voice, Alexander, Eyvazul, Mahmoud (2010). The Structure of Security in Tourism Development, Quarterly Journal of Social Sciences, Islamic Azad University, Vol. 4, No. 8, pp. 37-16.
- Waresi, HR & M piety and A. Shahivandi (1390), Analysis of tourism infrastructure in the city with an emphasis on hotels, Geography and Environmental Planning Journal, Issue 44.
- Williams, A. M. and Gareh, S (2002). Critical issues in tourism: A geographical perspective. Oxford: Blackwell publishers Ltd.
- Zarabi, Asghar, Zanganeh, Mehdi (2010). The Place of Social Security in Sustainable Tourism Development with Emphasis on Iran, Regional Conference on Tourism Industry, Islamic Azad University, Khomeini Shahr Branch, pp. 19-1.

Internet Reference

- <http://tn.ai>
<https://news.akhbarrasmi.com>
<https://link.springer.com>
<http://amlak.iran-tejarat.com>