

بررسی عوامل توسعه نیافتگی صنعت توریسم

دکتر حسن اسماعیل پور، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، استادیار گروه مدیریت بازرگانی، تهران، ایران
شهرزاد کاشانی تبار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، کارشناس ارشد گروه مدیریت بازرگانی، تهران، ایران (نویسنده مسئول مکاتبات)

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی علل توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان می باشد. روش انجام این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری این تحقیق را کلیه مدیران و صنعت گران بخش صنعت توریسم شهر کاشان که شامل ۲۶۰ نفر می باشند، تشکیل می دهد. حجم نمونه این تحقیق بر اساس فرمول کوکران و جدول مورگان معادل ۷۰ نفر تعیین و با روش نمونه گیری خوشه ای انتخاب شده اند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با استفاده از منابع موجود و نظرات صاحب نظران به دست آمد و اعتبار آن ها از راه اجرای آزمایشی و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ معادل ۰,۸۸ می باشد. یافته های پژوهش نشان می دهد که اطلاع رسانی و تبلیغات، گسترش حمل و نقل، هماهنگی سازمان های مرتبط به امور گردشگری و در نهایت فراهم آوردن امکانات رفاهی برای گردشگران مانند؛ هتل، رستوران و نمایشگاه، از جمله عوامل موثر در رشد گردشگری در این استان می باشد.

واژگان کلیدی: توسعه، توسعه نیافتگی، توریسم، کاشان

مقدمه

گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در سال های اخیر، تاثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به بهسازی زیست گاه های حیات وحش، توسعه نواحی روستایی دارای جاذبه های گردشگری و جلوگیری از برون کوچی جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است. (صدرموسوی و دخیلی کهنمویی، ۱۳۸۳: ۹۲) در کنار مزایای صنعت گردشگری، بعضی عواقب منفی آن از جمله در اقتصادهای وابسته و در زمینه های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی در کشورهای گردشگری پذیر مشاهده شده است. (Williams, ۲۰۰۰: ۲۴) در دهه های اخیر، اهمیت گردشگری در سطح بین المللی هم از لحاظ تعداد گردشگران و هم از لحاظ درآمد ارزی، همواره و به طور بی سابقه ای در حال افزایش بوده است. (Sambrook, ۲۰۰۵: ۲۴) با توجه به تاثیر شگرف گردشگری در زمینه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جوامع امروز، باید با نظری بلند و مدیریتی عالمانه، آگاهانه و با برنامه ریزی درست، در جهت گسترش آن تلاش کرده و آثار منفی آن را به حداقل رسانید. (محلای، ۱۳۸۰: ۶)

درآمد گردشگری بین المللی در سال ۱۹۹۸، بالغ بر ۸ درصد کل درآمدهای صادراتی جهان و ۳۷ درصد صادرات در بخش خدمات را تشکیل داده و با توجه به رشد ۴ تا ۵ درصد این صنعت در دهه ۹۰، صاحب نظران پیش بینی می نمایند اگر رشد گردشگری به همین شکل ادامه یابد، درآمد حاصل از این صنعت در سال های آینده به بیش از ۲ تریلیون دلار و تعداد جهانگردان به بیش از یک میلیارد نفر برسد. (جمشیدی، ۱۳۸۱: ۳۲) برای ایجاد یک توسعه همه جانبه و پایدار و هم چنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی، نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت ها می باشیم. در این راستا، توسعه صنعت جهانگردی که اقتصاددانان، آن را سومین پدیده اقتصادی پویا و رو به رشد پس از صنعت نفت و خودرو سازی می دانند، به عنوان نیاز اساسی کشور مطرح می شود؛ لذا بررسی موانع توسعه این صنعت در مناطق مختلف کشور و تدوین راهبردهایی برای حل مشکلات گردشگری شهرهای ایران، ضرورت می یابد. (عشوری و همکاران، ۱۳۸۹: ۵)

راهبردهای توسعه گردشگری، مبنای توسعه و مدیریت این صنعت و عنصری اساسی در برنامه ریزی ملی و منطقه ای گردشگری محسوب می شود. برخی از موضوعات اساسی که در تدوین راهبردها باید به آنها توجه کرد، شامل موارد زیر است:

تعیین سیاست ها و اهداف توسعه به عنوان نهادهای اولیه برای تدوین استراتژی تعیین نوع، موقعیت و ویژگی های عمده جاذبه های گردشگری در هر کشور یا منطقه

تعیین نوع و موقعیت محل های اقامت موجود و محل های اقامت پیش بینی شده و سایر تسهیلات گردشگری
بررسی وضعیت و امکانات حمل و نقل و سایر تاسیسات زیربنایی نظیر شبکه های آب، برق، تلفن، بهداشت و ... در حال و آینده
تجزیه و ترکیب کلی منطقه از نظر محیطی، اجتماعی و اقتصادی (عبداله زاده و همکاران، ۱۳۸۴: ۴۱)

با توجه به مطالب فوق به چند راهبرد توسعه گردشگری که در مناطق مختلف جهان مورد استفاده قرار گرفته است، اشاره می شود: یکی از انواع راهبردهای توسعه، ایجاد تفریح گاه (استراحت گاه) برای جهانگردان است. یک تفریحگاه معمولا دامنه وسیعی از خدمات و امکانات گردشگری از جمله امکانات تفریحی و استراحتی را ارائه می کند، کشورهای مختلفی از این نوع راهبرد استفاده کرده اند که از مهمترین آنها می توان از راهبرد توسعه تفریح گاه مکزیک نام برد. از دیگر راهبردهای گردشگری می توان به راهبرد توسعه گردشگری شهری اشاره کرد؛ شهرها غالبا گستره وسیعی از جاذبه های تاریخی، فرهنگی، بازار، رستورانها، هتل ها، و پارک های شهری را شامل می شوند. بسیاری از جاذبه ها و تسهیلات رفاهی شهری، اساسا برای خدمت به شهروندان توسعه یافته اند، از طرفی شهرها ممکن است دروازه ورود و خرج گردشگران به کشور یا منطقه باشند و به عنوان پایگاهی برای گردشگرانی که به نواحی اطراف شهرها مسافرت می کنند، به حساب آیند. این نوع راهبرد باید دقیقا برنامه ریزی شود و در احداث هتل ها و سایر تسهیلات گردشگری و جاذبه ها، باید به دقت عمل شود. امروزه احداث یا عمران مجدد برخی از نواحی شهری که در جهت استفاده جهانگردان و اوقات فراغت ساکنان آن ناحیه ها قرار می گیرد، امری متداول است. از دیگر راهبردها می توان به راهبرد توسعه گردشگری روستایی، مانند آنچه که در کشور سنگال اجرا شده و راهبرد توسعه گردشگری مذهبی، مانند کشور عربستان اشاره کرد. دستیابی به توسعه گردشگری به عواملی نظیر ساختار مناسب سازمانی، برنامه ریزی و آموزش نیروی انسانی، قوانین و مقررات گردشگری و جذب سرمایه وابسته است. برای ایجاد توسعه پایدار و مناسب صنعت گردشگری، وجود یک مدیریت توانا و منسجم و هماهنگی بین بخش دولتی و بخش خصوصی بسیار حائز اهمیت می باشد. (لی، ۱۳۷۸: ۹۲)

پیشینه تحقیق

برای تهیه طرح تحقیق، پژوهشگر نیاز دارد با مراجعه به مدارک و اسناد پیرامون موضوع و مساله ای که برای تحقیق انتخاب کرده است، آگاهی خود را گسترش داده تا بتواند در پرتو اطلاعات به دست آمده، مساله تحقیق و متغیرهای خود را تعریف مجدد و تحدید کرده و

کرانه های آنها را مشخص سازد. (خاکی، ۱۳۸۸: ۲۷) در ادامه به چند مورد از تحقیقات انجام شده در این خصوص اشاره می شود.

نوابخش و رفیعی فر (۱۳۸۹)، در پژوهش خود آثار اقتصادی اجتماعی گردشگری در منطقه روستایی زیارت (از توابع شهرستان گرگان) بر زندگی مردم روستا را با استفاده از تکنیک اس، دلبلیو، او، تی، بررسی کرده و نتیجه گرفتند وضعیت اقتصادی و اجتماعی زیارت، به شدت متأثر از حضور گردشگران است.

شربتی (۱۳۸۹)، در مقاله خود ضمن برشمردن جاذبه های متعدد تاریخی و فرهنگی استان گلستان، اشاره می کند، این استان با وجود توان بالای گردشگری، در صورت سرمایه گذاری مناسب و به کارگیری شیوه های نوین تبلیغات، می تواند نقش چشم گیری در جذب گردشگر داخلی و خارجی داشته باشد.

تولایی (۱۳۸۵)، در مقاله ای با عنوان بوم گردی با تاکید بر جاذبه های گردشگری استان گلستان، ضمن معرفی جاذبه های مهم بوم گردی استان گلستان، اقدام به ارائه مدلی برای تحقق بوم گردی پایدار در این استان نموده است.

فاضل نیا و هدایتی (۱۳۸۹)، در کار پژوهشی خود از تجزیه و تحلیل های به دست آمده از تحلیل اس، دلبلیو، او، تی، دریافتند که آستانه آسیب پذیری دریاچه زیوار به خاطر گردشگری بودن بالاست و نیازمند بازنگری و ارائه سیاست های مناسب و مدیریت واحد جهت رفع محدودیت ها و استفاده از قابلیت ها و توان مندی های آن می باشد.

نوحه گر، حسین زاده و پیراسته (۱۳۸۸)، به بررسی قابلیت های طبیعت گردی جزیره قشم پرداخته و استراتژی هایی هم چون حداکثر استفاده اقتصادی از ورود طبیعت گردها در فصول مناسب سال با حفظ ارزش های جزیره و تاکید بر تبادلات فرهنگی شفاف با سایر کشورها به منظور معرفی قابلیت ها و جایگاه فرهنگ و آداب مردم جزیره و با هدف جذب هر چه بیشتر گردشگر داخلی و خارجی، پیشنهاد کردند.

شهیدی و همکاران (۱۳۸۸)، ضمن ارزیابی و بازنگری رویکرد راهبردی در گردشگری، در چارچوب مدل اس، دلبلیو، او، تی، به تبیین جایگاه گردشگری در توسعه روستایی پرداخته، میزان و نوع مداخله احتمالی برای ارزیابی و مکان گزینی گردشگری در فرایند توسعه گردشگری روستایی در روستای لواسان را مورد بررسی و بازبینی قرار دادند.

"مانتینهو" (۲۰۰۰)، و "ودساید" و "دریو" (۲۰۰۸)، در پژوهش خود ضمن تاکید بر لزوم استفاده از مدیریت استراتژیک در مسایل مربوط به گردشگری، به تحلیل مشکلات این صنعت پرداخته و راهبردهایی برای افزایش جذب گردشگر به مناطق گردشگری و ماندگاری بیشتر گردشگران در آن مناطق ارائه کرده اند.

"فانز" و همکاران (۲۰۱۱)، با شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدهای گردشگری روستایی منطقه "آراگون" اسپانیا، از تحلیل اس، دلبیو، او، تی، به عنوان ابزاری برای سنجش وضعیت پایدار گردشگری روستایی استفاده کرده و نتیجه گرفتند علی رغم مشکلات موجود، گردشگری روستایی این منطقه دارای دوام و پایداری در آینده خواهد بود.

"ریشی" و "گریدهار" (۲۰۰۷)، در پژوهش خود با استفاده از تحلیل اس، دلبیو، او، تی، امکانات منطقه کوهستانی هیمالیا را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند این منطقه، توان مندی بالایی برای جذب گردشگر دارد، ولی با کمبود امکانات رفاهی و اقامتی مواجه است و با بهبود وضعیت گردشگری آن، این منطقه می تواند به یکی از قطب های اصلی گردشگری هند تبدیل شود.

روش تحقیق

روش انجام این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده ها توصیفی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری را کلیه مدیران و صنعت گران بخش صنعت توریسم شهر کاشان که شامل ۲۶۰ نفر می باشند، تشکیل می دهد. حجم نمونه این تحقیق بر اساس فرمول کوکران و جدول مورگان معادل ۷۰ نفر تعیین و با روش نمونه گیری خوشه ای انتخاب شده اند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با استفاده از منابع موجود و نظرات صاحب نظران به دست آمد و اعتبار آن ها از راه اجرای آزمایشی و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ معادل ۰,۸۸ می باشد.

یافته های تحقیق

فرضیه اول: به نظر می رسد بین عدم توسعه نیافتگی صنعت توریسم و کمبود خدمات جهانگردی و هتل داری در کاشان رابطه معنا داری وجود دارد.

بر اساس یافته های بدست آمده از اطلاعات پرسشنامه، می توان گفت که هشت نفر با ۱۱/۴ درصد در حد خیلی کم و ۲۳ نفر با ۳۲/۹ درصد در حد کم و ۲۷ نفر با ۳۸/۶ درصد در حد متوسط و ۱۱ نفر با ۱۵/۷ درصد در حد زیاد و ۱ نفر با ۱/۴ درصد در حد خیلی زیاد به سوال مزبور پاسخ داده اند. به عبارتی ۲۷ نفر با ۳۸/۶ درصد و میانگین ۲/۶۲۸۶ و مد ۳/۰۰ و انحراف معیار ۰/۹۳۵۱ بیان داشته اند که تا اندازه متوسط توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان به واسطه کمبود خدمات جهانگردی و هتل داری می باشد.

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان در باره علل توسعه نیافتگی صنعت توریسم

درصد	فراوانی	
۱۱/۴	۸	خیلی کم
۳۲/۹	۲۳	کم
۳۸/۶	۲۷	متوسط
۱۵/۷	۱۱	زیاد
۱/۴	۱	خیلی زیاد
۱۰۰	۷۰	جمع

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی موافق، بی تفاوت، مخالف

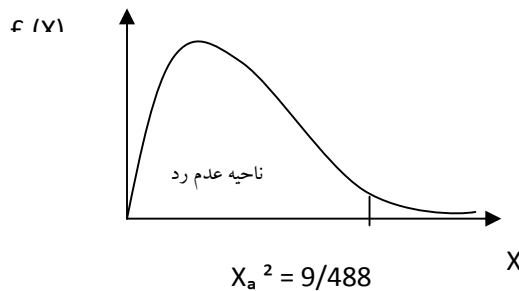
درصد	فراوانی	
۴۴/۳٪	۳۱	موافق
۳۸/۶٪	۲۷	بی تفاوت
۱۷/۱٪	۱۲	مخالف

با توجه به داده های جدول فوق که بیانگر این امر است که ۴۴/۳٪ از پاسخ گویان گزینه موافق را انتخاب کرده اند، و با توجه به کای اسکور محاسبه شده (X^2) با ۴ درجه آزادی که برابر $X^2 = 33 = 143$ می باشد و مقایسه آن با کای اسکور جدول (XC^2) با ۴ درجه آزادی که برابر $(XC^2) = 9/488$ می باشد چنین می توان استنتاج کرد که فرض H_0 رد و فرض H_1 در سطح اطمینان ۹۰٪ پذیرفته می گردد. بعبارتی فرض H_1 در سطح اطمینان ۹۰ درصد دارای اعتبار آماری می باشد.

$$33/143 > 9/488$$

$$(X^2) > (XC^2)$$

نمودار شماره ۱: ناحیه قبول یا رد فرضیه H_1



فرضیه دوم : به نظر می رسد بین توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان و عدم استفاده از راهبردهای صحیح تبلیغات در بازاریابی کالاهای توریستی رابطه معناداری وجود دارد.

بر اساس یافته های بدست آمده از اطلاعات پرسشنامه، می توان گفت که ۱۵ نفر با ۲۱/۴ درصد در حد خیلی کم و ۱۸ نفر با ۲۵/۷ درصد در حد کم و ۲۰ نفر با ۲۸/۶ درصد در حد متوسط و ۱۴ نفر با ۲۰ درصد در حد زیاد و ۳ نفر با ۴/۳ درصد در حد خیلی زیاد به سوال مزبور پاسخ داده اند. بعبارتی ۲۰ نفر با ۲۸/۶ درصد و میانگین ۲/۶۰۰۰ و مد ۳/۰۰ و انحراف معیار ۱/۱۵۹۷ بیان داشته اند که تا اندازه متوسط توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان به دلیل عدم استفاده از راهبردهای صحیح تبلیغات در مورد بازاریابی کالاهای توریستی می باشد.

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تاثیر توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان به دلیل عدم استفاده از راهبردهای صحیح تبلیغات در مورد بازاریابی کالاهای توریستی

درصد	فراوانی	
۲۱/۴	۱۵	خیلی کم
۲۵/۷	۱۸	کم
۲۸/۶	۲۰	متوسط
۲۰	۱۴	زیاد
۴/۳	۲	خیلی زیاد
۱۰۰	۷۰	جمع

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی موافق، بی تفاوت، مخالف

درصد	فراوانی	
٪۴۷/۱	۳۳	موافق
٪۲۸/۶	۲۰	بی تفاوت
٪۲۴/۳	۱۷	مخالف

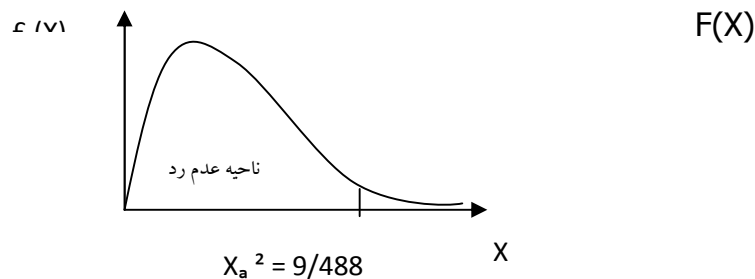
با توجه به داده های جدول فوق که بیانگر این امر است که ۴۷/۱٪ پاسخ گویان گزینه موافق را انتخاب کرده اند و با توجه به کای اسکور محاسبه شده (X²) با ۴ درجه آزادی که برابر $X^2 = ۱۲/۴۲۹$ می باشد و مقایسه آن با کای اسکور جدول (XC₂) با ۴ درجه آزادی که برابر $(XC_2) = ۹/۴۸۸$ می باشد چنین می توان استنتاج کرد که فرض H₀ رد و فرض H₁

در سطح اطمینان ۹۰٪ پذیرفته می‌گردد. عبارتی فرض H_1 در سطح اطمینان ۹۰ درصد دارای اعتبار آماری می‌باشد.

$$12/429 > 9/488$$

$$(X_2) > (XC_2)$$

نمودار شماره ۲: ناحیه قبول یا رد فرضیه H_1



فرضیه سوم: به نظر می‌رسد بین توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان و ضعف حفاظت از آثار و اماکن باستانی رابطه معناداری وجود دارد.

بر اساس یافته‌های بدست آمده از اطلاعات پرسشنامه، می‌توان گفت که ۲ نفر با ۲/۹ درصد در حد کم و ۱۸ نفر با ۲۵/۷ درصد در حد متوسط و ۳۴ نفر با ۴۸/۶ درصد در حد زیاد و ۱۶ نفر با ۲۲/۹ درصد در حد خیلی زیاد به سوال مزبور پاسخ داده‌اند. عبارتی ۳۴ نفر با ۴۸/۶ درصد و میانگین ۳/۹۱۴۳ و مد ۴/۰۰ و انحراف معیار ۰/۷۷۵۴ بیان داشته‌اند که تا اندازه زیاد توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان به دلیل ضعف حفاظت از آثار و اماکن باستانی می‌باشد.

جدول شماره ۵: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تاثیر توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان به دلیل ضعف حفاظت از آثار و اماکن باستانی

درصد	فراوانی	
۰	۰	خیلی کم
۲/۹	۲	کم
۲۵/۷	۱۸	متوسط
۴۸/۶	۳۴	زیاد
۲۲/۹	۱۶	خیلی زیاد
۱۰۰	۷۰	جمع

جدول شماره ۶: توزیع فراوانی موافق، بی تفاوت، مخالف

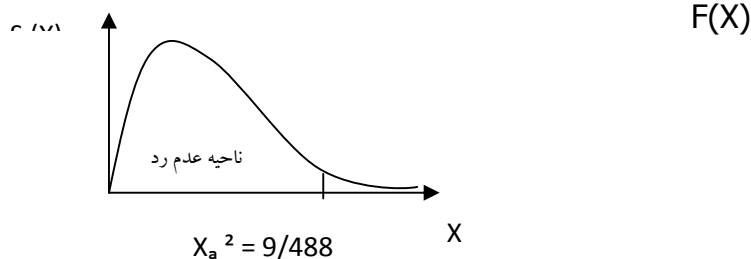
درصد	فراوانی	
۲۲/۹٪	۲	موافق
۲۵/۷٪	۱۸	بی تفاوت
۷۱/۵٪	۵۰	مخالف

با توجه به داده های جدول فوق که بیانگر این امر است که ۷۱/۵٪ پاسخ گویان گزینه مخالف را انتخاب کرده اند و با توجه به کای اسکور محاسبه شده (X^2) با ۳ درجه آزادی که برابر $X^2 = 29/429$ می باشد و مقایسه آن با کای اسکور جدول (XC_2) با ۳ درجه آزادی که برابر $(XC_2) = 7/815$ می باشد چنین می توان استنتاج کرد که فرض H_0 رد و فرض H_1 در سطح اطمینان ۹۰٪ پذیرفته می گردد. بعبارتی فرض H_1 در سطح اطمینان ۹۰ درصد دارای اعتبار آماری می باشد.

$$29/429 > 7/815$$

$$(X^2) > (XC_2)$$

نمودار شماره ۳: ناحیه قبول یا رد فرضیه H_1



فرضیه چهارم: به نظر می رسد بین توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان و ضعف در زیر ساختهای فیزیکی (راهها و جاده ها) رابطه معنا داری وجود دارد؟

بر اساس یافته های بدست آمده از اطلاعات پرسشنامه، می توان گفت که ۱۴ نفر با ۲۰ درصد در حد خیلی کم و ۲۷ نفر با ۳۸/۶ درصد در حد کم و ۲۰ نفر با ۲۸/۶ درصد در حد متوسط و ۵ نفر با ۷/۱ درصد در حد زیاد و ۴ نفر با ۵/۷ درصد در حد خیلی زیاد به سوال مزبور پاسخ داده اند. به عبارتی ۲۷ نفر با ۳۸/۶ درصد و میانگین ۲/۴۰۰ و مد ۲/۰۰ و انحراف معیار ۱/۰۶۸۷ بیان داشته اند که تا اندازه کم توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان به دلیل ضعف موجود در زیر ساختهای فیزیکی (راهها و جاده ها) می باشد.

جدول شماره ۷: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تاثیر توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان به دلیل ضعف موجود در زیر ساختهای فیزیکی (راهها و جاده ها)

درصد	فراوانی	
۲۰	۱۴	خیلی کم
۳۸/۶	۲۷	کم
۲۸/۶	۲۰	متوسط
۷/۱	۵	زیاد
۵/۷	۴	خیلی زیاد
۱۰۰	۷۰	جمع

جدول شماره ۸: توزیع فراوانی موافق، بی تفاوت، مخالف

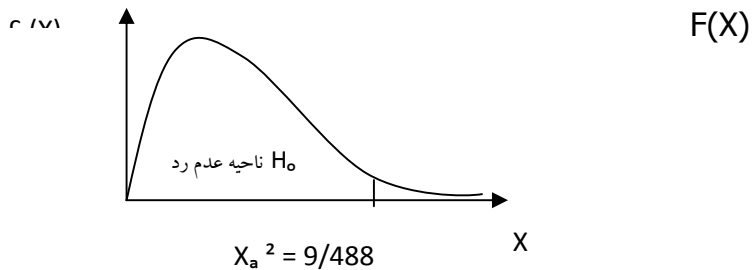
درصد	فراوانی	
۵۸/۶	۴۱	موافق
۲۸/۶	۲۰	بی تفاوت
۱۲/۸	۹	مخالف

با توجه به داده های جدول فوق که بیانگر این امر است که ۵۸/۶٪ پاسخ گویان گزینه موافق را انتخاب کرده اند و با توجه به کای اسکور محاسبه شده (X^2) با ۴ درجه آزادی که برابر $X^2 = ۲۷/۵۷۱$ می باشد و مقایسه آن با کای اسکور جدول (XC^2) با ۴ درجه آزادی که برابر $(XC^2) = ۹/۴۸۸$ می باشد چنین می توان استنتاج کرد که فرض H_0 رد و فرض H_1 در سطح اطمینان ۹۰ درصد پذیرفته می گردد. عبارتی فرض H_1 در سطح اطمینان ۹۰ درصد دارای اعتبار آماری می باشد.

$$۲۷/۵۷۱ > ۹/۴۸۸$$

$$(X^2) > (XC^2)$$

نمودار شماره ۴: ناحیه قبول یا رد فرضیه H_1



فرضیه پنجم: به نظر می رسد بین توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان و ضعف قیمت گذاری کالاهای توریستی در این شهر رابطه معنا داری وجود دارد؟

بر اساس یافته های بدست آمده از اطلاعات پرسشنامه، می توان گفت که ۴ نفر با ۵/۷ درصد در حد خیلی کم و ۱۲ نفر با ۱۷/۱ درصد در حد کم و ۲۸ نفر با ۴۰ درصد در حد متوسط و ۱۹ نفر با ۲۷/۱ درصد در حد زیاد و ۷ نفر با ۱۰ درصد در حد خیلی زیاد به سوال مزبور پاسخ داده اند. بعبارتی ۲۸ نفر با ۴۰ درصد و میانگین ۳/۱۸۵۷ و مد ۳/۰۰ و انحراف معیار ۱/۰۲۵۶ بیان داشته اند که تا اندازه متوسط توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان به دلیل ضعف قیمت گذاری کالاهای توریستی می باشد.

جدول شماره ۹: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تاثیر توسعه نیافتگی صنعت توریسم در شهر کاشان به دلیل ضعف قیمت گذاری کالاهای توریستی

درصد	فراوانی	
۵/۷	۴	خیلی کم
۱۷/۱	۱۲	کم
۴۰	۲۸	متوسط
۲۷/۱	۱۹	زیاد
۱۰	۷	خیلی زیاد
۱۰۰	۷۰	جمع

جدول شماره ۱۰: توزیع فراوانی موافق، بی تفاوت، مخالف

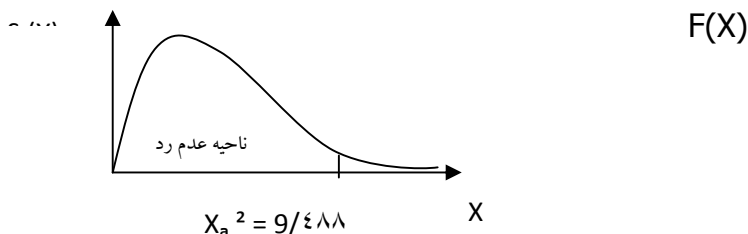
درصد	فراوانی	
۲۲/۸٪	۱۶	موافق
۴۰٪	۲۸	بی تفاوت
۳۷/۱٪	۲۶	مخالف

با توجه به داده های جدول فوق که بیانگر این امر است که ۳۷/۱٪ پاسخ گویان گزینه مخالف را انتخاب کرده اند و با توجه به کای اسکور محاسبه شده (X^2) با ۳ درجه آزادی که برابر $X^2 = ۲۶/۷۱۴$ می باشد و مقایسه آن با کای اسکور جدول (X^2) با ۳ درجه آزادی که برابر $X^2 = ۹/۴۸۸$ می باشد چنین می توان استنتاج کرد که فرض H_0 رد و فرض H_1 در سطح اطمینان ۹۰٪ پذیرفته می گردد. بعبارتی فرض H_1 در سطح اطمینان ۹۰ درصد دارای اعتبار آماری می باشد.

$$۱۲/۷۱۴ > ۹/۴۸۸$$

$$(X^2) > (XC^2)$$

نمودار شماره ۵: ناحیه قبول یا رد فرضیه H_1



نتیجه گیری

صنعت جهانگردی به عنوان بزرگ ترین و متنوع ترین صنعت در دنیا به حساب می آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می دانند، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، یعنی در آنجا که شکل های دیگر اقتصادی مثل تولید یا استخراج از نظر اقتصادی به صرفه نیست یا نقش چندان مهمی در صحنه تجارت و بازرگانی ندارند، به توسعه صنعت گردشگری توجه زیادی می شود. کاشان با وجود داشتن نقاط دیدنی فراوان و جاذبه توریستی و جهانگردی به عنوان یکی از مراکز سیاحتی، فرهنگی مذهبی هر ساله پذیرای هزاران بازدید کننده است اما به دلیل بعضی کم توجهی ها این صنعت هنوز به مرحله سوددهی نرسیده است. اگر بخواهیم صنعت توریسم برای این منطقه منبع درآمد خوبی باشد، باید ارگانهای مختلف حمایت لازم را جهت توسعه صنعت توریسم به عمل آورند و برای امنیت گردشگران و تبلیغات صحیح اهمیت زیادی قائل شوند. بر این اساس اطلاع رسانی و تبلیغات، گسترش حمل و نقل، هماهنگی سازمان های مرتبط به امور گردشگری و در نهایت فراهم آوردن امکانات رفاهی برای گردشگران مانند هتل - رستوران - نمایشگاه، از جمله عوامل موثر در رشد گردشگری در این استان می باشد.

منابع

- تولایی، سیمین، (۱۳۸۵)، بوم گردی با تاکید بر جاذبه های گردشگری استان گلستان، مجله پژوهش های جغرافیایی، شماره ۵۸، دانشگاه تهران.
- جمشیدی، نوید، (۱۳۸۱)، بررسی و امکان سنجی (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) اقامت گاه مناسب گردشگری، مطالعه موردی: شهر اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد توسعه و برنامه ریزی اقتصادی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان.
- خاکی، غلامرضا، (۱۳۸۸)، روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی، تهران، نشر بازتاب.
- شربتی، اکبر، (۱۳۸۹)، جایگاه جاذبه های یادمانی و تاریخی استان گلستان در جذب توریست، فصلنامه جغرافیایی آمایش محیط، شماره ۸، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر.
- شهیدی، محمدشریف؛ اردستانی، زهرا السادات و محمد مهدی گودرزی سرروش، (۱۳۸۸)، بررسی تاثیرات توریسم در برنامه ریزی نواحی روستایی، پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ۶۷، دانشگاه تهران.
- صدر موسوی، میرستار و جواد دخیلی کهنمویی، (۱۳۸۳)، درآمدی بر برنامه ریزی تفریح گاه های توریستی، نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، شماره پیاپی ۱۷، دانشگاه تبریز.
- عبدالله زاده، محمود و نصراله مستوفی، (۱۳۸۴)، برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی، کاری از سازمان جهانی جهانگردی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- عشوری، پروانه و شهرزاد فریادی، (۱۳۸۹)، ارزیابی توانایی مناطق طبیعت گردی با استفاده از روش های تجزیه و تحلیل چند معیاره (مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک)، فصلنامه محیط شناسی، ش ۵۵.
- فاضل نیا، غریب و صلاح هدایتی، (۱۳۸۹)، راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زریوار، مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۱۹، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- لی، جان، (۱۳۷۸)، گردشگری و توسعه در جهان سوم، توجمه عبدالرضا رکن الدین افتخاری و- معصومه السادات صالحی امین، چاپ اول، تهران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- محلاتی، صلاح الدین، (۱۳۸۰)، درآمدی بر جهانگردی، تهران، مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- نوابخش، مهرداد و مریم رفیعی فر (۱۳۸۹)، بررسی اجمالی آثار گردشگری بر زندگی اقتصادی اجتماعی مردم روستای زیارت، فصلنامه جغرافیایی آمایش محیط، شماره ۹، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر.
- نوحه گر، احمد، حسین زاده، محمد مهدی واسما پیراسته، (۱۳۸۸)، ارزیابی قابلیت های طبیعت گردی جزیره قشم با بهره گیری از مدل استراتژی اس، دلبیو، او، تی، مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۱۵، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

-
- Fons, M. Victoria Sanagustin, Jose A. Mosene Fierro and Maria Gomez y Patino (۲۰۱۱), rural tourism: A sustainable alternative, Applied Energy, Volume ۸۸, Issue ۲.
 - Moutinho, luiz (۲۰۰۰), Understanding Strategic Management in tourism, CABI, UK.
 - Rishi, Saurabh and B. Sai Giridhar (۲۰۰۷), Himachal Tourism: A SWOT Analysis.
 - Sambrook R, Thomas R, Pigozzi B. and (۲۰۰۵), Tourist Carrying Capacity Measures: Crowding Syndrome in the Caribbean, the Professional Geographer, Vol. ۵۷. No. ۱.
 - Williams, Stephen (۲۰۰۰), Tourism Geography, Rutledge, London.

