

تحلیل جغرافیایی مراکز اقامتی (با تاکید بر هتل‌ها) و نقش آن در توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر بهشهر)

وحید ریاحی^۱، محمد روشنعلی^۲، ابراهیم زاهدی کلاکی^۳

^۱دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، تهران
^۲دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیای طبیعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل
^۳دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور، نور

نویسنده مسئول: mohammadrooshanali@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۹/۷ / تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۳/۸

چکیده

مراکز اقامتی یکی از ارکان مهم و اساسی گردشگری محسوب می‌شوند که کمیت و کیفیت آنها در توسعه گردشگری یک مکان نقش زیادی دارد. شهر بهشهر به دلیل بهره‌مندی از جاذبه‌های متنوع فرهنگی، تاریخی و طبیعی از موقعیت ممتازی از نظر جاذبه‌های گردشگری در سطح جهانی برخوردار است، اما متناسب با قابلیت‌های موجود نتوانسته است از گردشگری بهره‌برد. با توجه به اهمیت موضوع در این تحقیق به بررسی و تحلیل کیفی و مکانی مراکز اقامتی در شهر بهشهر پرداخته شده است. نوع تحقیق، کاربردی است و روش بررسی آن توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جامعه آماری، گردشگران خارجی و داخلی که در تیر و مرداد ماه ۱۳۹۶ در مراکز اقامتی شهر بهشهر اقامت کرده‌اند، مورد بررسی قرار گرفتند. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران محاسبه و ۳۸۴ نفر تعیین شد. اطلاعات از طریق پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شد و سپس این داده‌ها به نرم افزار SPSS انتقال و با استفاده از آزمون کای اسکور مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد بهبود کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی باعث جذب و توسعه گردشگری در شهر بهشهر می‌شود و بین کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی و میزان رضایت‌مندی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد و همچنین مراکز اقامتی با توجه به نقش و کارکرد تفریحی بهشهر از توزیع مناسبی برخوردارند.
کلیدواژه: مراکز اقامتی، هتل، توسعه گردشگری، شهر بهشهر.

مقدمه

توانسته است جایگاه خود را به بالاترین سطح ارتقاء دهد. با توجه به افزایش روزافزون گردشگران و علاقه آنان به حضور در مناطق گردشگری پذیر، به یقین می‌توان گفت گردشگری در سده آینده، با سرعتی بیش از گذشته و امروز، گسترش خواهد یافت. بی‌شک همه کشورهای جهان در رقابتی تنگاتنگ در پی بهره‌گیری از مزایای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی این فعالیت به ویژه برای دریافت سهم بیشتر از درآمد و افزایش سطح اشتغال ناشی از بهینه‌سازی این فعالیت در کشور خود هستند (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۸۹: ۳). توسعه‌ی صنعت گردشگری، به ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند، از اهمیت فراوانی برخوردار است (کرمی-پور، ۱۳۹۱: ۱). گردشگری در چهارچوب الگوهای فضایی خاصی عمل

از نیمه قرن بیستم به بعد، عواملی مانند جهانی شدن، توسعه سرمایه‌داری، پیشرفت ابزارهای حمل و نقل و توسعه ارتباطات تکنولوژیکی به توسعه صنعت گردشگری منجر شده است (WTO, 2004:35). از نظر بیشتر مردم، عبارت گردشگری بر سفرهای تفریحی دلالت می‌کند و از نظر سازمان گردشگری یعنی مسافرت با اهداف مختلف به استثنای سفر به منظور کار، مهاجرت و فعالیت‌های محلی و منطقه‌ای (حاجی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱۰). امروزه گردشگری، سومین صنعت اقتصادی در جهان شناخته می‌شود (اولیا و همکاران، ۲۰۱۲: ۵۶۹). در واقع، گردشگری به منزله‌ی ایجاد کننده‌ی فرصت‌های شغلی در بخش اقتصادی مطرح می‌شود (ساریسیک^۱ و همکاران، ۲۰۱۱: ۱۰۱۱). این صنعت که امروزه از جمله اولین فعالیت‌های اشتغال‌زایی و درآمدزایی در جهان محسوب می‌شود، در سال‌های اخیر رشد شتابانی داشته و

². Sariisik et al

¹. Oila et al

پیشینه تحقیق

احدنژاد روشنی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی مکانیابی مراکز اقامتی گردشگری با استفاده از GIS و روش AHP در شش منطقه تهران را انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که توزیع مراکز اقامتی فعلی با توزیع و پراکندگی جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی، ورزشی و کاربری اراضی تناسب چندانی ندارد. به طوری که تأسیسات اقامتگاهی شهر به صورت متمرکز اکثراً در بخش مرکزی شهر توزیع شده‌اند و این امر باعث شده است که بخش زیادی از شهر با داشتن جاذبه‌های گردشگری متعدّد تحت پوشش خدمات مراکز اقامتی نباشند. صفی و مقدم (۱۳۹۳) در مقاله‌ای به بررسی نقش صنعت هتلداری در توسعه گردشگری با بررسی آمار گردشگران و میزان اقامت در هتل‌های همدان پرداختند. نتایج نشان داد همدان دارای هتل‌هایی کم ستاره و ارزان قیمت برای مسافران کم درآمد نیست و همین امر موجب اسکان مسافر در چادر می‌شود. قاسمی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی به تحلیل کیفی و مکانی مراکز اقامتی شهر شیراز جهت توسعه گردشگری (با تأکید بر هتل‌ها) پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد بهبود کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی (هتل‌ها) باعث جذب و توسعه گردشگری در شهر شیراز می‌شود و بین کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی (هتل‌ها) و میزان رضایتمندی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد و همچنین مراکز اقامتی با توجه به نقش و کارکرد تفریحی شیراز از توزیع فضایی مناسبی برخوردارند. منصور خاکی (۱۳۹۲) در تحقیقی تحت عنوان نقش مراکز اقامتی در جذب گردشگر (مطالعه موردی: شهر مرزی مریوان) بر اساس پرسشنامه‌های تکمیل شده توسط میهمانان مراکز اقامتی شهر نشان داد درجه و میزان تخصص و مهارت کارکنان مراکز اقامتی، نحوه برخورد پرسنل با میهمانان، آشنایی با اصول میهمان‌نوازی و مشتری‌مداری و ... در جذب گردشگر در این شهر مرزی بسیار موثر بوده است. اصغری زمانی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی نقش سطح بهره‌برداران مراکز اقامتی گردشگری شهری از خدمات تبلیغات الکترونیکی در توسعه گردشگری شهری شهر تبریز پرداختند. نتایج محققان نشان داد که از بین ۱۵ هتل شهر تبریز فقط ۵ مورد از آنها دارای وب سایت رسمی بوده و از بین آنها نیز ۲ مورد خدمات رسانی نسبتاً مناسبی داشتند که از جمله دلایل آن استفاده از شیوه‌های ساده‌ای همچون بنرهای ثابت در وب سایت هایشان و در بیشتر موارد طراحی ساده و غیر پیشرفته می‌باشد. سلیمانی مقدم و همکاران (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای با عنوان نقش زیرساخت‌های اقامتی در فعالیت‌های گردشگری شهر رشت بیان داشتند زیرساخت‌های اقامتی به لحاظ کمی و کیفی در میزان جذب گردشگر شهر رشت موثر بوده است.

می‌کند. یکی از این الگوهای فضایی، گردشگری شهری است (تیمودی و وال، ۱۹۹۵: ۶۳). شهرها دارای توان بالقوه و جاذبه‌های متعدّد گردشگری هستند و توسعه صنعت گردشگری می‌تواند عامل مهم و تأثیرگذاری در رشد و توسعه آنها باشد (کاوه و همکاران، ۲۰۱۴: ۴۵). از این رو، توسعه گردشگری به منزله مجموعه فعالیت‌های اقتصادی در تقویت بنیان‌های جوامع به خصوص از جنبه اقتصادی تأثیر بسزایی دارد (لنکفورد و هاوارد، ۱۹۹۴: ۱۲۲). عناصر گردشگری شهری از سه بخش عمده تشکیل می‌گردد که عبارتند از عناصر اولیه جذب گردشگری که در واقع عامل اصلی جذب گردشگر به شمار می‌آیند شامل؛ مکان‌های قابل بازدید، مانند آثار تاریخی، پارک‌ها، سینماها، رودخانه‌ها و غیره. بخش دوم، عناصر ثانویه گردشگری شامل؛ تأسیسات اقامتی و فروشگاهها و غیره است و بخش سوم عناصر دیگری هستند که کار راهنمایی و خدمات گردشگری را انجام می‌دهند (وارثی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۲). این پژوهش به بررسی عناصر ثانویه و بخش سوم گردشگری شهری با تأکید بر هتل‌ها می‌پردازد. یکی از مهمترین عناصر گردشگری، واحدهای اقامتی مسافری و توریست‌ها می‌باشد. تأسیسات اقامتی یکی از نیازهای ثانویه بخش گردشگری است که هر شهر و مکان توریستی به آن نیاز دارد و باید پاسخگوی تقاضای مسافرانی باشد، که به محل می‌رسند و خواسته‌ها و نیازهای آنها را با کیفیت مناسب فراهم آورند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲). شهر بهشهر با توجه به امتیازات فراوانی که از نظر تنوع آب و هوایی، جاذبه‌های طبیعی، تاریخ و تمدن کهن، آثار باستانی و مذهبی، معماری، صنایع دستی، فرهنگی و جغرافیایی دارد، از قابلیت‌های فراوانی برای مقصد گردشگری در سطح استانی و حتی کشوری برخوردار است. برای برنامه‌ریزی در راستای امر گردشگری و استفاده بهینه از امکانات بالقوه و پتانسیل‌های موجود در شهر بهشهر در صنعت هتلداری و گردشگری در گام نخست، شناسایی عوامل و متغیرهای تأثیرگذار بر توسعه این صنعت ضروری است. بر این اساس سوالات تحقیق به شرح ذیل می‌باشد:

- آیا بهبود کیفی امکانات و خدمات مراکز اقامتی باعث جذب بیشتر گردشگر در شهر بهشهر می‌شود؟
- آیا بین کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی و میزان رضایت مندی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد؟
- متناسب با سوالات تحقیق فرضیات زیر طرح شده است:
- بهبود کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی باعث جذب بیشتر گردشگر در شهر بهشهر می‌شود.
- بین کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی و میزان رضایت مندی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد؟

⁴ Lankford & Howard

² Timothy & Wall

³ Kave et al

مبانی نظری

می‌باشد. که بر اساس آمار اخذ شده از سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی شهر بهشهر، ۱۶۵۴ نفر تخمین زده شده است و از طریق فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه گردشگران انتخاب شدند. در این پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته برای گردآوری داده‌ها استفاده شد. اعتبار و روایی پرسشنامه بطریق محتوایی و بر اساس نظر متخصصین مورد سنجش قرار گرفت. پس از مشخص کردن مولفه‌ها و شاخص‌های اثرگذار برای سنجش ابعاد تحقیق پرسشنامه اولیه تعداد ۳۰ پرسشنامه تکمیل و در محیط نرم افزار SPSS ضریب آلفا کرونباخ اعتبار محاسبه شد. از آنجا که ضریب آلفا کرونباخ محاسبه شده برای پرسشنامه ۰/۸۱۱ و بالاتر از ۰/۸ درصد بدست آمد لذا پرسشنامه دارای پایایی قابل قبولی است. در نهایت با استفاده از آزمون کای اسکور فرضیه‌های تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

معرفی محدوده پژوهش

شهر بهشهر در شمال اولین جزر سلسله جبال البرز (کوه جهان مورا) در محل تقاطع جلگه، کوه بر روی خاک‌های رسوبی برون جنگلی بین ۵۳ درجه و ۳۴ دقیقه طول شرقی و ۳۶ درجه و ۴۳ دقیقه عرض شمالی قرار دارد (شکل ۱). این شهر از شمال به دریای مازندران، از شرق به اراضی روستاهای مجاور، از جنوب به خط‌الرأس کوه جهان مورا و از غرب به روستاهای اطراف محدود می‌گردد.

تحلیل یافته‌ها

یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که از مجموع ۳۸۴ نفر جامعه آماری تعداد ۱۸۰ نفر (۴۶/۹ درصد) پاسخ‌دهندگان زن و ۲۰۴ نفر (۵۳/۱ درصد) مرد بوده‌اند که تعداد ۸ نفر (۲ درصد) پاسخ‌دهندگان زیر ۲۰ سال، تعداد ۱۸۸ نفر (۴۸/۹ درصد) بین ۲۰-۴۰ سال، ۱۳۱ نفر (۳۴/۱ درصد) از پاسخ‌دهندگان بین ۴۰-۶۵ سال و ۵۸ نفر (۱۵ درصد) از جامعه آماری ۶۵ سال به بالا سن داشته‌اند. همچنین از لحاظ میزان تحصیلات، تعداد ۸ نفر (۲ درصد) پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات ابتدایی، ۳۰ نفر (۷/۸ درصد) زیردیپلم، ۶۱ نفر (۱۵/۹ درصد) دیپلم، ۱۹۶ نفر (۵۱ درصد) دارای تحصیلات کاردانی و کارشناسی و تعداد ۸۸ نفر (۲۲/۹ درصد) از پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر از آن داشته‌اند. تعداد ۱۶۵ نفر (۴۳ درصد) وجود جاذبه‌های طبیعی فراوان در این شهر و نزدیکی به مراکز عمده توریست، ۱۲۷ نفر (۳۳ درصد) علت این امر را سابقه درخشان شهر بهشهر در زمینه گردشگری و تبلیغات، ۳۴ نفر (۸/۹ درصد) مهمان‌نوازی و فرهنگ غنی مردم بهشهر و ۵۸ نفر (۱۵/۱ درصد) وجود تعداد بالای مراکز اقامتی و تفریحی را علت ورود گردشگران در حد انبوه به این

گردشگری: لغت گردشگری (Tourism) از کلمه Tour به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین Turn به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد و چرخش دارد که از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در نهایت به انگلیسی راه یافته است (عبدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۸). گردشگری پدیده‌ای است که در صورت برنامه‌ریزی صحیح می‌تواند منجر به افزایش تولید، ارتقا سطح زندگی، رفاه عمومی و اشتغال بسیاری از عوامل تولید از جمله کار، سرمایه و زمین گردد. در حال حاضر گردشگری بزرگترین صنعت خدماتی جهان از نظر درآمدزایی شناخته شده است به طوری که رشد آن تغییرات اجتماعی و اقتصادی زیادی را به دنبال دارد (رنج‌پور و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۶). گردشگری یکی از ابزارهای رایج برای تحرک اقتصادهای بحرانی و ارتقاء سطح توسعه از طریق مشاغل و سرمایه‌هاست که می‌تواند آنها را پرورش دهد (نگامسوسوکه^۱ و همکاران، ۲۰۱۱: ۵۱۶). تسهیلات و امکانات گردشگری: به طور کلی می‌توان تسهیلات و امکانات مورد نیاز گردشگران را در سه سطح دسته‌بندی کرد که هر کدام رابطه مستقیم با یکدیگر دارند و از هم غیرقابل تفکیک‌اند، ولی در عین حال هر کدام برای کارایی در جذب گردشگر به پردازشی جداگانه نیاز دارند. این سه سطح عبارت‌اند از: ۱. تسهیلات و امکانات اقامتی؛ ۲. تسهیلات و امکانات خدماتی و ۳. تسهیلات و امکانات تجاری (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۱۲۸). تاسیسات اقامتی: تاسیسات اقامتی شامل هتل‌ها، مهمانسراها، متل‌ها، کارونسراها، کمپ‌ها، کلبه‌های ساحلی و کوهستانی، اردوگاهها، پانسیون‌ها، پلاژهای توریستی، زائرسراها و ساختمان‌های مدارس به هنگام تعطیلات می‌باشند. از آنجایی که این گونه تاسیسات عامل موثری برای تقویت جهانگردی بین‌المللی محسوب می‌شود، اهمیت دادن به آنها، باید مورد توجه قرار گیرد و کشورهایی که فاقد تاسیسات اقامتی هستند در طرح‌ریزی صنعت جهانگردی به ساخت این گونه تاسیسات به ویژه هتل‌های توریستی اقدام نمایند (رضوانی، ۱۳۷۳: ۱۴۰). هتل: هتل مکانی است برای برقراری روابط اجتماعی، خوردن و نوشیدن گواراترین نوشیدنی‌ها و غذاهای لذیذ با مزه‌های استثنایی و هیجان‌انگیز؛ در واقع هتل آرمان شهری است تمیز، آرام و منظم، شیک و مدرن که در مقیاس کوچک ساخته شده و به واسطه رفتار، کردار و گفتار صمیمانه کارکنان و میزبانان، همراه با تشریفات خاص و با مدیریت ویژه هدایت، رهبری و اداره می‌شود (باقری نظام آباد، ۱۳۸۶: ۱۲).

روش پژوهش

این تحقیق بر اساس هدف، کاربردی و از نوع توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه گردشگران داخلی و خارجی که در تیر و مرداد ماه ۱۳۹۶ در هتل‌های شهر بهشهر اقامت کرده‌اند،

شهر دانسته‌اند. تعداد ۱۲۷ نفر (۳۳ درصد) از جامعه آماری توسعه مراکز اقامتی در مناطق ساحلی، ۸۱ نفر (۲۱ درصد) توسعه این مراکز را در مناطق جنگلی، ۱۱۱ نفر (۲۹ درصد) در مناطق شهری و ۶۵ نفر (۱۷ درصد) از پاسخ‌دهندگان توسعه مراکز اقامتی در روستاها را مناسب دانسته‌اند. تعداد ۱۱۱ نفر (۲۹ درصد) ضعف اصلی مراکز اقامتی موجود در این شهر را سیستم سنتی مدیریت و عدم آموزش کافی کارکنان، ۷۳ نفر (۱۹ درصد) بافت قدیمی ساختمان این مراکز و تناقض با معیارهای بین‌المللی، ۱۳۸ نفر (۳۶ درصد) هزینه بالای اقامت این مراکز نسبت به خدمات ارائه شده و عدم وجود بازار رقابتی و ۶۲ نفر (۱۶ درصد) کوتاهی مسئولان ذی‌ربط در برخورد با متخلفین این بخش از گردشگری را به عنوان ضعف اصلی و عمده مراکز اقامتی به‌شهر شناسایی کرده‌اند. تعداد ۶۹ نفر (۱۸ درصد) کیفیت خدمات این مراکز در سطح ضعیف دانسته و ۱۱۵ نفر (۳۰ درصد) این سطح را نسبتاً خوب، ۱۵۰ نفر (۳۹ درصد) قابل قبول و ۵۰ نفر (۱۳ درصد) عالی انتخاب کرده‌اند. وجود گردشگری انبوه در به‌شهر و تقاضای بالای گردشگران برای اقامت در این شهر در فصول بهار و تابستان زمینه مناسبی را جهت سرمایه‌گذاری در حوزه مراکز اقامتی فراهم نموده، با توجه به این موضوع از جامعه آماری این پرسشنامه تعداد ۲۰۳ نفر (۵۳ درصد) با ایجاد و گسترش هتل‌های جدید و مدرن موافق بوده ۱۲۳ نفر (۲۳ درصد) توسعه هتل‌ها و هتل آپارتمان‌های کوچک، ۱۵ نفر (۴ درصد) توسعه هر چه بیشتر خانه‌های اجاره‌ای و ۳۵ نفر (۹ درصد) با احداث کمپینگ‌ها و مهمانسراهای ساحلی و کوهستانی موافق بوده‌اند. ایجاد قطب‌های جدید گردشگری در کشور بر تعداد گردشگران ورودی به به‌شهر تأثیرگذار بوده است. طبق آمار بدست آمده از پرسشنامه تعداد ۱۰۴ نفر (۲۷ درصد) موافق ایجاد هتل‌های جدید و تبلیغات بیشتر بوده، ۸۱ نفر (۲۱ درصد) با آموزش کارکنان و نظارت بیشتر بر مراکز اقامتی، ۱۱۱ نفر (۲۸ درصد) با سازماندهی خانه‌های اجاره‌ای و آموزش مالکان آنها و ۸۸ نفر (۲۳ درصد) با سازماندهی برنامه‌ریزی شده و مداوم مسافرگیران یا تابلو بدست‌ها موافق بوده‌اند.

آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اول: بهبود کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی باعث جذب بیشتر گردشگر در شهر به‌شهر می‌شود. برای آزمون این فرضیه از آزمون کای اسکور استفاده شده است. در روش تحلیلی کای اسکور

ابتدا فرض صفر و همچنین فرض مقابل آن را صورت‌بندی می‌کنیم سپس با توجه به مقدار آمار کای اسکور آزمون در مورد تایید یا رد فرضیه تحقیق تصمیم‌گیری می‌شود:

H_0 : بهبود کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی باعث جذب بیشتر گردشگر در شهر به‌شهر نمی‌شود.

H_1 : بهبود کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی باعث جذب بیشتر گردشگر در شهر به‌شهر می‌شود.

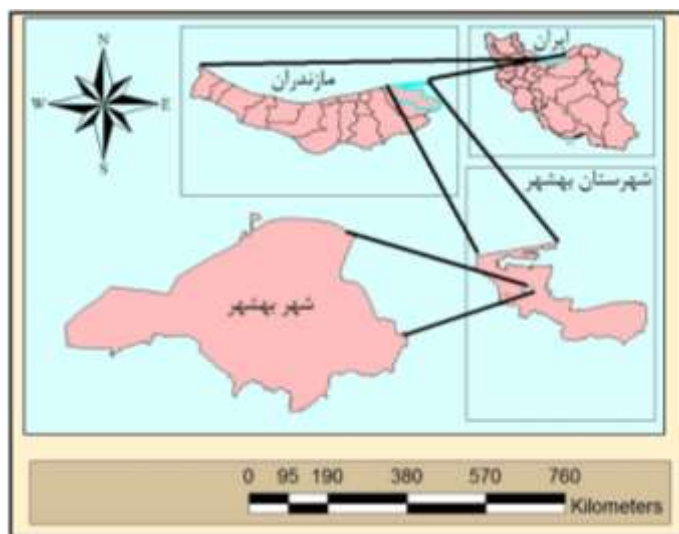
با توجه به جدول (۱) و تحلیل‌های صورت گرفته بر روی فرضیه اول در جدول فوق که تمامی مولفه‌های آن مربوط به کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی می‌باشد با توجه به آزمون کای اسکور و سطح معناداری هر یک از مولفه‌ها که کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد، نتیجه گرفته می‌شود که رابطه معناداری بین بهبود کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی و جذب بیشتر گردشگر وجود دارد. همچنین بر اساس جدول (۲) فرض یک پژوهش مورد تایید قرار می‌گیرد ($p < 0,05$) و می‌توان گفت بین کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی و جذب بیشتر گردشگر در شهر به‌شهر رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی و میزان رضایت‌مندی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد. برای آزمون این فرضیه از آزمون کای اسکور استفاده شده است. در روش تحلیلی کای اسکور ابتدا فرض صفر و همچنین فرض مقابل آن را صورت‌بندی می‌کنیم سپس با توجه به مقدار آمار کای اسکور آزمون در مورد تایید یا رد فرضیه تحقیق تصمیم‌گیری می‌شود:

H_0 : بین کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی و میزان رضایت‌مندی گردشگران رابطه معناداری وجود ندارد.

H_1 : بین کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی و میزان رضایت‌مندی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به جدول (۳) و تحلیل‌های صورت گرفته بر روی فرضیه اول در جدول فوق که تمامی مولفه‌های آن مربوط به کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی می‌باشد با توجه به آزمون کای اسکور و سطح معناداری هر یک از مولفه‌ها که کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد، نتیجه گرفته می‌شود که رابطه معناداری بین کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی و میزان رضایت‌مندی گردشگران وجود دارد. همچنین بر اساس جدول (۴) فرض یک پژوهش مورد تایید قرار می‌گیرد ($p < 0,05$) و می‌توان گفت بین کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی و میزان رضایت‌مندی گردشگران در شهر به‌شهر رابطه معناداری وجود دارد.



شکل ۱- موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

جدول ۱- آزمون کای اسکوتر جذب گردشگر در خصوص کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی

سوال	میانگین	واریانس	df	X ²	سطح معناداری
بهبود کیفیت غذا	۳,۶	۹,۴	۴	۱۰۹,۸	۰,۰۰۰
بهبود کیفیت اتاق و فضای داخل آن	۴,۱	۷	۴	۲۲۶,۸	۰,۰۰۰
بهبود هتل و فضای پیرامون آن	۳,۶	۸,۱	۴	۱۳۸,۲	۰,۰۰۰
بهبود مولفه تفریحی-رفاهی	۳,۹	۱,۱	۵	۱۶۳,۴	۰,۰۰۱
آموزش کارکنان و نیروهای متخصص	۳,۵	۱,۱	۴	۹۱,۵	۰,۰۰۰
بهبود مولفه مدیران و مسئولان پذیرش	۳,۶	۶,۸	۳	۸۸	۰,۰۰۰
بهبود سیستم امنیت جانی و مالی	۳,۷	۵,۵	۴	۱۲۳,۴	۰,۰۰۰
بهبود کیفیت امکانات و خدمات	۴,۶	۷,۵	۴	۲۱۰,۵	۰,۰۰۰

جدول ۲- آزمون کای اسکوتر تک متغیره نظرات گردشگران داخلی و خارجی در خصوص بهبود کیفیت خدمات و امکانات مراکز اقامتی

شاخص	درجه آزادی df	کای اسکوتر	سطح معناداری (sig)
گردشگران	۴	۹۱,۵	۰,۰۰۰

جدول ۴- آزمون کای اسکوتر تک متغیره نظرات گردشگران داخلی و خارجی در خصوص کیفیت خدمات

شاخص	درجه آزادی df	کای اسکوتر	سطح معناداری (sig)
گردشگران	۴	۱۴۶,۲	۰,۰۰۰

جدول ۳- آزمون کای اسکور میزان رضایت مندی گردشگران در خصوص کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی

سطح معناداری	X ²	df	واریانس	میانگین	سوالات
۰,۰۰۰	۲۷۴,۲	۴	۶,۵	۳,۸	کیفیت غذا
۰,۰۰۰	۱۴۳,۹	۴	۹	۳,۵	تنوع غذا
۰,۰۰۳	۱۸۱,۶	۴	۷,۲	۴	دسترسی به رستوران و اغذیه فروشی
۰,۰۰۰	۱۸۵,۹	۴	۸,۱	۳,۷	رعایت اصول بهداشتی در تهیه غذا
۰,۰۰۰	۱۲۱,۸	۴	۸,۸	۳,۸	زمان مناسب سرو غذا
۰,۰۰۰	۶۵	۳	۷,۵	۳,۹	امکان تهیه چای، قهوه و ...
۰,۰۰۰	۱۵۰,۸	۴	۳,۲	۳,۹	وجود سیستم های گرمایشی و سرمایشی
۰,۰۰۰	۹۷,۷	۳	۶,۲	۳,۶	دکوراسیون زیبا و مطلوب در اتاق
۰,۰۰۰	۱۵۰,۴	۴	۸,۶	۳,۸	نظافت و بهداشت در اتاق
۰,۰۰۰	۱۷۲,۲	۴	۷,۷	۳,۸	کافی و مناسب بودن تخت و تشک و ...
۰,۰۰۰	۶۹	۳	۱,۱	۳,۲	مکان مناسب هتل از لحاظ دسترسی به جاذبه های توریستی
۰,۰۰۰	۱۰۷,۶	۳	۵,۸	۴	در دسترس بودن خدمات حمل و نقل؛ آژانس، تاکسی و ...
۰,۰۰۲	۹۷	۴	۶,۴	۴,۱	مکان مناسب هتل از لحاظ دسترسی به نقاط مختلف شهر
۰,۰۰۰	۱۹۷,۴	۴	۷,۴	۴	وجود پارکینگ با فضای کافی
۰,۰۰۰	۷۱,۶	۴	۱,۱	۳,۳	فضای سبز و زیبا در محوطه هتل
۰,۰۰۰	۹۴,۵	۴	۱	۲,۹	معماری و طرح هتل
۰,۰۰۰	۷۷,۶	۴	۱,۱	۳,۲	استخر و جکوزی
۰,۰۰۰	۱۱۲,۳	۴	۱,۴	۲,۱	امکانات ورزشی
۰,۰۰۱	۲۱۲,۳	۴	۱,۱	۱,۸	موسیقی زنده در هتل
۰,۰۰۰	۶۵,۴	۴	۱,۸	۲,۳	وجود تور گردشگری در هتل
۰,۰۰۰	۵۱,۹	۴	۱,۴	۲,۳	کارکنان متعهد، جواگو و خوش برخورد
۰,۰۰۰	۲۴۱,۱	۴	۸,۳	۴	کارکنان مرتب با ظاهر آراسته
۰,۰۰۰	۲۲۴,۶	۴	۷,۱	۴,۱	نیروهای متخصص و حرفه ای
۰,۰۰۰	۱۷۵,۷	۴	۹,۶	۴,۱	کارکنان مشتاق به کمک به مهمانان و مشکلات آنها
۰,۰۰۰	۱۴۱,۷	۳	۵,۶	۴,۲	کارکنان آشنا به جاذبه های گردشگری برای پاسخگویی به مهمانان
۰,۰۰۰	۲۳۱,۷	۴	۷,۴	۴,۳	امکان ارتباط سریع با مدیر و مسئول پذیرش
۰,۰۰۰	۱۹۴,۳	۴	۹,۲	۴,۱	تنظیم سریع و بدون اشتباه صورتحساب
۰,۰۰۰	۲۱۳,۳	۴	۸	۴,۲	امکان رزور تلفنی و اینترنتی آسان
۰,۰۰۰	۱۲۹,۳	۴	۹,۵	۴	برخورد خوب و منطقی مدیران با مهمانان
۰,۰۰۰	۱۳۲,۳	۴	۱,۲	۳,۹	سیستم اعلام و اطفای حریق
۰,۰۰۰	۲۸,۹	۴	۱,۴	۳,۳	وجود سیستم قفل هوشمند در اتاق ها
۰,۰۰۰	۱۰۴	۴	۹,۶	۳,۵	دسترسی به پله های اضطراری در صورت نیاز
۰,۰۰۰	۱۰۱,۳	۴	۱,۱	۳,۵	سیستم امن حمل بار و چمدان

نتیجه‌گیری

با توجه به نقش غیرقابل انکار کیفیت و کمیت مراکز اقامتی در توسعه گردشگری شهرها، در این تحقیق مراکز اقامتی شهر بهشهر که به دلیل سابقه تاریخی و فرهنگی یکی از قطب‌های مهم گردشگری محسوب می‌شود، از نظر کیفیت و پراکندگی فضایی آنها در سطح شهر، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. فرضیه اول تحقیق مبتنی بود بر که بهبود کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی باعث جذب گردشگر در شهر بهشهر می‌شود. این فرضیه نیز از طریق آزمون کای اسکور سنجش شد، با توجه به اینکه درجه معناداری هر یک از شاخص‌ها کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، نتیجه گرفته می‌شود که رابطه معناداری بین بهبود امکانات و خدمات مراکز اقامتی و جذب گردشگر در شهر بهشهر وجود دارد و این فرضیه نیز تایید شد. فرضیه دوم بیانگر آن است ارتباط معناداری بین کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی و میزان رضایت‌مندی گردشگران وجود دارد. این فرضیه از طریق آزمون کای اسکور سنجش شد و نتایج آزمون بیانگر تایید فرضیه تحقیق است یعنی در شهر بهشهر بین کیفیت امکانات و خدمات و میزان رضایت‌مندی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد. با در نظر گرفتن رابطه‌ای که بین مولفه‌های کیفیت در واحدهای اقامتی در ابعاد (اغذیه و نوشیدنی، کارکنان، سیستم مدیریت اتاق و فضای داخلی، محل هتل و فضای پیرامونی، تفریحی و رفاهی) و رضایت‌مندی گردشگران داخلی و خارجی وجود دارد، در بعضی از ابعاد مانند کارکنان، سیستم اداری، اتاق و فضای داخل، رضایت‌مندی بالایی وجود دارد ولی در ابعادی مانند امکانات رفاهی و تفریحی، هتل و فضای پیرامونی، رضایت‌مندی پایینی را مشاهده می‌کنیم که باید برای از بین بردن ناراضی‌تی در این ابعاد کیفیت مراکز را به حد مطلوب رساند. تا رضایت طیف وسیعی از گردشگران را به دست آورد که به طور طبیعی این روند می‌تواند موجب افزایش جذب گردشگر به این مراکز، همچنین افزایش درآمد، افزایش تعداد هتل‌ها، افزایش اشتغال و توسعه این صنعت شود.

منابع

احدزاد روشتی، محسن، حسین‌زاده، اکبر، مرادی مفرد، سمیرا و عباسی، قمر، ۱۳۹۵، مکانیابی مراکز اقامتی گردشگری با استفاده از GIS و روش AHP مورد مطالعه: منطقه شش شهر تهران، دومین کنگره بین‌المللی علوم زمین و توسعه شهری، تبریز، شرکت کیان طرح دانش، پژوهشکده جهاد دانشگاهی واحد استان آذربایجان شرقی
اصغری زمانی، اکبر، احدزاد روشنی، محسن و اسدی، سارا، ۱۳۹۲، نقش سطح بهره‌بردار مراکز اقامتی گردشگری شهری از خدمات تبلیغات الکترونیکی در توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر تبریز)، اولین همایش ملی جغرافیا، شهرسازی و توسعه پایدار، تهران، انجمن محیط زیست کومش، دانشگاه صنعت هوایی
باقری نظام‌آباد، لیلاد، ۱۳۸۶، طراحی یونیت شامپو و اصلاح با تأکید بر عناصر و عوامل زیبایی‌شناسی پایان‌نامه کارشناسی ارشد طراحی صنعتی، دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
پاپلی‌یزدی، محمدحسین، سقایی، مهدی، ۱۳۸۵، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.

حاجی‌نژاد، علی، قدمی، مصطفی، صحرایی، احمد و فاطمی، جواد، ۱۳۹۲، ارزیابی عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی شهرستان جویبار با استفاده از مدل راهبردی سوات، فصلنامه علمی پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال ۵، شماره ۲، صص ۱۲۸-۱۰۹.
رضوانی، علی اصغر، ۱۳۷۳، جغرافیا و صنعت توریسم، تهران: انتشارات پیام نور.

رنج‌پور، رضا، کریمی نکانلو، زهرا، نجفی نسب، میرحجت، ۱۳۹۰، بررسی فرضیه توریسم منجر به رشد در ایران طی دوره ۸۸-۱۳۴۷، فصلنامه تحقیقات اقتصادی راه اندیشه، دوره ۱، شماره ۲، صص ۱۳۴-۱۱۵.
سلیمانی‌مقدم، محمد و اسلامی، قاسم، ۱۳۹۰، نقش زیرساخت‌های اقامتی در فعالیت‌های گردشگری شهر رشت، چشم‌انداز جغرافیایی، دوره ۶، شماره ۱۷.

صفی، سمیه و مقدم، مریم، ۱۳۹۳، نقش صنعت هتلداری در توسعه گردشگری با بررسی آمار گردشگران و میزان اقامت در هتل‌های همدان، اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار، تهران، موسسه ایرانیان، قطب علمی برنامه‌ریزی و توسعه پایدار گردشگری دانشگاه تهران.

عبدی، کامیل، دیوسالار، اسداله، صفایی رینه، مصطفی، ۱۳۹۵، برنامه‌ریزی مقاصد گردشگری با تأکید بر توسعه پایدار اقتصادی (مطالعه موردی: شهر کیاسر، شهرستان ساری)، مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، سال یازدهم، شماره ۳۵، صص ۶۷-۸۱.

قاسمی، فروغ، زیاری، کرامت‌اله و صادقی، محمد، ۱۳۹۳، تحلیل کیفی و مکانی مراکز اقامتی شهر شیراز جهت توسعه گردشگری (با تأکید بر هتل‌ها)، جغرافیا و آمایش شهری-منطقه‌ای، شماره ۱۱، صص ۱۳-۱.

قدیری معصوم، مجتبی، استعلاجی، علیرضا، پاک، معصومه، ۱۳۸۹، گردشگری پایدار (روستایی و عشایری)، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
کرمی‌پور، عارفه، ۱۳۹۱، نقش صنعت گردشگری در توسعه اقتصاد منطقه-ای، شناخت امکانات و محدودیت‌ها در ایران و جهان، دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی با محوریت برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشگاه آزاد واحد سنندج.

منصور خاکی، علیرضا، ۱۳۹۲، نقش مراکز اقامتی در جذب گردشگر (مطالعه موردی: شهر مرزی مریوان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

وارثی، حمیدرضا، تقوایی، مسعود، شاهبوندی، احمد، ۱۳۹۰، تحلیلی بر وضعیت زیرساخت‌های گردشگری در شهر اصفهان (با تأکید بر هتل‌ها)، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۲، شماره ۴، صص ۱۱۲-۹۱.

Kave, A., Miri, G.R & Saghahi, M. 2014. Assessment and Analysis of Spatial Patterns and Tourism Species in Mashhad Metropolis. American Journal of Engineering Research (AJER).
Lankford, S.V. & Howard, D.R. 1994. Developing a Tourism Impact Attitude Scale, Annals of Tourism Research, 21(1), pp. 121-139.
Ngamsomsuke, W., Tsorng-Chyi, H., Chi-Jui, H. 2011. Sustainable Cultural Heritage Tourism Indicators, International Conference on Social Science and Humanity, IACSIT Press, Vol 5.

- Oila, M K. Mrtines & Gabriel, L. 2012. Tourism Management in Urban Region: Brazile Vest Urban Region, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 29, pp. 567- 569.
- Sariisik, M., Turkay, O. & Akova, O. 2011. How to Manage Yacht Tourism in Turkey: A SWOT Analysis and Related Strategies, Procedia Social and Behavioral Sciences, Vol.24, pp. 1014-1025.
- Timothy, D. J. & Wall, G. 1995. Tourist Accommodation in an Asian Historic City, Journal of Tourism Studies, No. 6(2), pp. 63-73
- World Tourism Organization. 2004. Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations a Guidebook, World Tourism Organization, Madrid, 2004.

Geographic analysis of residential centers (with emphasis on hotels) and its role (Case study: Behshahr City) in tourism development

Abstract

Residential centers are one of the important pillars of tourism that their quantity and quality play a significant role in the development of tourism in a place. Behshahr City has a world-class tourist attraction due to its diverse cultural, historical and natural attractions, but it does not suit tourism in terms of its capabilities. Considering the importance of the issue in this research, the qualitative and spatial analysis of residential centers in Behshahr city has been investigated. The type of research is applied and its method is descriptive-analytic. Statistical population of foreign and domestic tourists who settled in Behshahr residential centers in July and August 2012 were surveyed. The sample size was calculated using the Cochran formula and 384 persons were determined. Data were collected through a researcher-made questionnaire and then analyzed by SPSS software using Chi-square test. The results of the research indicate that improving the quality of facilities and services of residential centers will attract and develop tourism in Behshahr. There is a significant relationship between the quality of facilities and services of residential centers and the satisfaction of tourists, as well as residential centers according to the role And recreational activities in Behshahr have a good distribution.

Keyword: Residential Centers, Tourism, Behshahr City