

تأثیرات صنعت گردشگری بر توسعه اجتماعی - فرهنگی شهر بوشهر

محسن سقایی^۱: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
غلامرضا امینی‌نژاد: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
غلامرضا صبوچی: کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، اصفهان، ایران

چکیده

تبلور یافتن گردشگری به عنوان یک نیاز، تبدیل شدن آن به عنوان بزرگ‌ترین صنعت خدماتی دنیا و تخصصی شدن گردشگری این فرصت را فراهم کرده تا هر مقصدی جهت بهره جستن از منافع حاصل از گردشگری امیدوار باشد. پتانسیل‌های گردشگری از سرمایه‌های منحصر به فرد هر کشور و منطقه به شمار می‌رود که شناسایی، طبقه‌بندی و برنامه‌ریزی آن جهت توسعه گردشگری حائز اهمیت است. در این راستا توسعه صنعت گردشگری نیازمند برنامه‌ریزی جامع و کارآمد بوده و این در حالی است که کشور ایران با توجه به ویژگی‌ها و توان‌های منحصر به فرد خود، دارای قابلیت بالایی در زمینه توسعه این صنعت می‌باشد. محدوده مورد مطالعه تحقیق شهر بوشهر است که در جنوب غربی ایران جای گرفته است. در این تحقیق با استفاده از آزمون T ، روش تحلیل عاملی و نرم‌افزار GIS به شناسایی پتانسیل‌های گردشگری شهر ساحلی بوشهر و نقش آن در توسعه اجتماعی و فرهنگی این شهر پرداخته شده است، همچنین با کاربرد نرم‌افزار $SPSS$ داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و نتیجه مشخص می‌کند که پتانسیل‌های گردشگری در توسعه اجتماعی و فرهنگی بوشهر تأثیرگذار است و از طرفی به دلیل وجود همبستگی بالا و مناسب بین عوامل و متغیرها؛ کمبود امکانات و خدمات رفاهی مانع توسعه گردشگری بوشهر است.

واژه‌های کلیدی: صنعت گردشگری، توسعه اجتماعی و فرهنگی، تحلیل عاملی، بوشهر.

^۱ نویسنده مسئول: mohsensaghaei@yahoo.com ۰۳۱۱۶۷۳۴۵۴۲

بیان مسأله:

گردشگران شهری از ویژگی‌های مختلفی برخوردارند، به طور عمده و کلی گردشگری شهری با دو انگیزه و هدف اصلی پنداشته می‌شود که در واقع آنها خیلی متفاوت هستند و عبارتند از تجارت و فرهنگ (Low, 1996: 168). گردشگری به عنوان فعالیتی که در دنیای امروزی توان اثرگذاری بر فرآیند توسعه متوازن و خردورزانه را در همه دنیا به نمایش گذاشته، مورد توجه طیف وسیعی از سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان نظام‌های سیاسی و مدیران اجرایی در کشورهای مختلف است (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۸). شهرها به عنوان مبدأ توریست‌فرست و هم به عنوان مقصد توریست‌پذیر محسوب می‌شوند. بیشتر شهرها و به ویژه شهرهای قدیمی و پایتخت‌ها این چنین نقشی را دارا هستند. متروپل‌های بزرگ و پایتخت‌های کشورهای صنعتی نیز به علت دارا بودن نقش‌های مختلف، جذابیت خاصی برای مسافران دارند. برگزاری نمایشگاه‌ها، مراسم هنری، فرهنگی، ورزشی، مسابقات علمی، کنگره‌ها و سمینارها در شهرهای بزرگ از جمله جاذبه‌های گردشگری شهری به حساب می‌آیند (رضوانی، ۱۳۷۳: ۱۰). 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 سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط، کمک به بهسازی زیستگاه‌های حیات وحش، و جلوگیری از مهاجرفرستی جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت بوده است (صدرموسوی و همکاران، ۱۳۸۳: ۹۲). در سیستم اقتصاد جهانی صنعت گردشگری روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. این صنعت امروزه به قدری در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند (رضوانی، ۱۳۸۵: ۱۰). گردشگری امروزه در چارچوب طرح‌های آمایشی یا کالبدی، اعم از ملی، منطقه‌ای و محلی به عنوان یکی از ابزار مهم توسعه و محرومیت-زدایی به شمار می‌رود. همچنین گردشگری از مهم‌ترین عوامل عمران نواحی، فعالیتی ارزآور و متعادل‌کننده است که موجب توسعه اقتصادی و اجتماعی در سطح منطقه شده و توزیع عادلانه درآمد و همچنین اشتغال‌زایی را به همراه دارد (هادوی، ۱۳۸۷: ۱). تاریخچه گردشگری در ایران نشان می‌دهد که عواملی مانند ناآرامی‌های دوران انقلاب، سوءبرداشت‌ها از اوضاع داخلی ایران در جهان و آغاز جنگ تحمیلی باعث شده است که رکودی در بخش جهانگردی ایران به وجود آید. گرچه در سال‌های اخیر این صنعت از وضعیت رو به رشد نسبی در کشور برخوردار بوده است، اما این رشد در مقایسه با توان‌های توریستی کشور بسیار بطنی بوده است (حیدری چپانه، ۱۳۸۴: ۴).

با توجه به تأثیر شگرف گردشگری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جوامع امروز، باید با نظری بلند و مدیریتی عالمانه، آگاهانه و با برنامه‌ریزی درست، در جهت گسترش آن تلاش کرده و آثار منفی آن را به حداقل رساند (محلای، ۱۳۸۰: ۶). یکی از راه‌های جذب گردشگر و افزایش درآمد گردشگری در کشور شناخت مناطق مختلف از جنبه‌های طبیعی، تاریخی، زیستی در اقصی نقاط این سرزمین است، یکی از مناطقی که در توسعه صنعت گردشگری نقش مهمی ایفاء می‌نماید سواحل جنوبی کشور است که شهر ساحلی بوشهر در این منطقه قرار گرفته است، که با عنایت به پتانسیل‌های بالای گردشگری می‌تواند در جذب گردشگر اعم از داخلی و خارجی نقش کلیدی و تعیین‌کننده‌ای داشته باشد. طبق آمارهای اداره میراث فرهنگی و گردشگری استان بوشهر در فروردین ۱۳۹۲ بیش از ۳ میلیون گردشگر به شهر بوشهر سفر کرده‌اند (اداره میراث فرهنگی و گردشگری استان بوشهر، ۱۳۹۲). که سازماندهی و عرضه‌ی جاذبه‌های شهر بوشهر چنانچه در چارچوب مطالعات علمی و دانشگاهی به درستی شناسایی، ارزیابی و معرفی شوند، می‌تواند نقش به مراتب بیشتری در جذب گردشگر و توسعه فعالیت‌های گردشگری ایفاء کند. باید با شناسایی این نیازها و ایجاد رضایت دیداری، فیزیکی، عاطفی و اجتماعی در آنها، امکان توسعه منطقه را فراهم

سازیم. با توجه به موقعیت جغرافیایی و پیشینه تاریخی و فرهنگی شهر بوشهر هدف از این تحقیق شناسایی پتانسیل‌های گردشگری شهر بوشهر و نقش آنها در توسعه فرهنگی و اجتماعی منطقه می‌باشد. بدین ترتیب فرضیه‌های زیر در جهت انجام تحقیق مطرح می‌شود:

- به نظر می‌رسد پتانسیل‌های گردشگری در توسعه اجتماعی و فرهنگی شهر بوشهر تأثیرگذار است.
- به نظر می‌رسد کمبود امکانات و خدمات رفاهی مانع توسعه گردشگری ساحلی شهر بوشهر شده است.

پیشینه تحقیق و مبانی نظری:

خانی (۱۳۸۹) در مقاله‌ای تحت عنوان به کارگیری مدل ریاضی در سنجش میزان موفقیت گردشگران در مناطق جغرافیایی، مطالعه موردی شهر بوشهر به این نتیجه رسیده است: گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در سال‌های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. صالحی (۱۳۹۱) در مقاله‌ای تحت عنوان بررسی رفتارهای محیط‌زیستی در بین گردشگران ساحلی، مطالعه موردی گردشگران ساحلی شهر بوشهر به این نتیجه رسیده است که گردشگری، نه تنها پدیده‌ای به سرعت در حال رشد است؛ بلکه از عوامل مؤثر در توسعه‌ی نواحی و تأمین‌کننده‌ی مزایای مستقیم بسیاری برای میزبانان است. تاج علی (۱۳۸۵) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد تحت عنوان بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در شهرهای ایران، به این نتیجه رسیده که صنعت گردشگری صنعتی است که در دهه‌های اخیر به عنوان یک منبع برای توسعه پایدار مورد توجه بسیاری از کشورهای جهان قرار گرفته است، از جمله اثرات اقتصادی این صنعت، کسب درآمد ارزی، افزایش اشتغال نیروی کار در شهرها می‌باشد. هیان^۱ (۲۰۰۵) در تحقیقی به این نتیجه رسیده که که همزمان با این رشد سریع گردشگری، تأثیرات منفی توریسم نیز در حال گسترش بوده است. بنابراین؛ سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان هر کشوری باید برای افزایش درآمد از طریق گردشگری برنامه‌ریزی کنند، ولی در عین حال باید توجه داشته باشند که این افزایش نباید به بهای مخاطره افتادن توسعه پایدار گردشگری صورت پذیرد.

آرتور بورمن^۲ (۱۹۳۱) جهانگردی را چنین تعریف کرده است: «جهانگردی مجموعه مسافرت‌هایی را در برمی‌گیرد که به منظور استراحت و تفریح و تجارت یا دیگر فعالیت‌های شغلی و یا اینکه به منظور شرکت در مراسم خاص انجام گیرد و غیبت شخص جهانگرد از محل سکونت دائم خود در طی این مسافرت موقتی و گذرا می‌باشد. بدیهی است کسانی که اقدام به مسافرت‌های شغلی منظمی بین محل کار و زندگی خود می‌کنند مشمول این تعریف نمی‌شوند». از دیدگاه بازاریابی و بازاریابان گردشگری به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد. این فرآیند شامل هر فرآیندی از قبیل برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن نیز می‌شود. همچنین فعالیت‌هایی را که گردشگر به عنوان بخشی از سفر انجام می‌دهد نظیر خرید کالاهای مختلف و تعامل میان میزبان و میهمان را نیز در بر می‌گیرد. بطور کلی می‌توان هر گونه فعالیت و فعل و انفعالی را که در جریان سفر یک گردشگر اتفاق می‌افتد گردشگری تلقی کرد (Lomsden, 1997: 18). در سال ۱۹۴۲ میلادی اقتصاددان‌های سوئیدی که بیشتر جهانگردی را محور تحقیقات و مطالعات خود قرار داده بودند، تعریف نسبتاً بهتری به دست دادند که از آن جمله می‌توان از تعریف هونزیکر-کراپف نام برد. به عقیده آنان جهانگردی عبارت است از ظهور مجموعه روابطی که از مسافرت و اقامت یک نفر غیربومی بدون اقامت و اشتغال دائم در یک محل به وجود می‌آید. این تعریف مدتها از جانب انجمن بین‌المللی متخصصین علمی جهانگردی مورد قبول

¹. Haiyan

². Arthur Brunn

قرار گرفت (رضوانی، ۱۳۷۴: ۲۸). سازمان جهانی جهانگردی تعریف ذیل را در مورد جهانگردی ارائه کرده است: «جهانگردی یا گردشگری، مجموعه کارهایی است که فرد در مسافرت و در مکانی خارج از محیط محصول خود انجام می‌دهد، این مسافرت بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف آن تفریح، تجارت یا فعالیتهای دیگر است» (سازمان جهانی گردشگری، ۱۹۹۷).

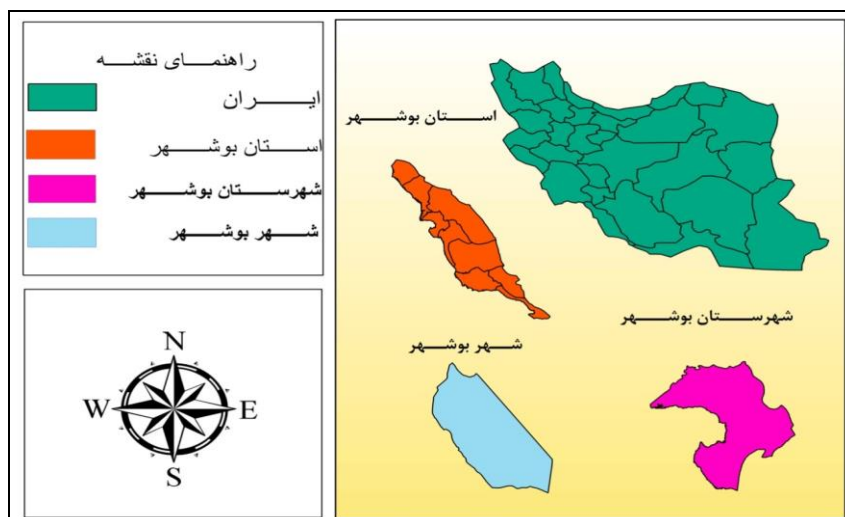
با شروع قرن بیست و یکم صنعت گردشگری به یکی از پردرآمدترین صنایع دنیا تبدیل شده و رقابت فشرده‌ای میان بسیاری از کشورهای جهان برای جذب گردشگران به چشم می‌خورد؛ صنعت گردشگری به عنوان صنعتی پویا و با ویژگی‌های منحصربه‌فرد، بخش مهمی از فعالیتهای اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص داده است (Unwto, 2007). گردشگری 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 با ایجاد زمینه‌ها زیرساخت‌های مناسب در صدد بهره‌برداری از مزایای این صنعت هستند. برای اغلب این کشورها گردشگری منبع مهمی برای فعالیتهای تجاری، کسب درآمد، اشتغال-زایی و مبادلات خارجی محسوب می‌شود (Haber et al, 1998: 198). بسیاری از این کشورها سالانه درآمد سرشاری از این صنعت به دست می‌آورند، برای مثال در طی دو دهه گذشته استرالیا از این بخش ۵۰ میلیارد دلار درآمد به دست آورده است (Foster, 1997: 2). همچنین تغییر در ساختار اجتماعی و نیز تغییر در نقش‌های اجتماعی، ایجاد فرصت‌های جدید اجتماعی برای اسکان، کاهش نابرابری‌های اجتماعی و کمک به حفظ میراث-فرهنگی از دیگر نقش‌های مهم صنعت گردشگری به حساب می‌آید (Kin Hong, 2004: 373).

روش تحقیق:

این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی است. برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده و با توجه به اطلاعات به دست آمده، به بررسی جاذبه‌ها، امکانات، خدمات و وضعیت کلی گردشگری در منطقه پرداخته، و به وسیله پرسش‌نامه، پتانسیل‌های گردشگری شهر بوشهر مورد ارزیابی قرار گرفته و پس از جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شده است. در ادامه به وسیله آزمون T و همچنین تحلیل عاملی تأییدی فرضیه‌های تحقیق مورد ارزیابی قرار گرفته است. تمامی افرادی که در شهر بوشهر سکونت دارند، جامعه آماری پژوهش را در بر می‌گیرند. با توجه به جمعیت ۱۹۵۲۲۲ نفر، حجم نمونه به روش کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شده است و بر اساس منطقه‌بندی شهر بوشهر به ۸ منطقه، پرسش‌نامه‌ها به شیوه تصادفی توزیع شده است.

محدوده پژوهش:

شهر بوشهر به طول ۱۵ کیلومتر و عرض ۴ تا ۲ کیلومتر در موقعیت جغرافیایی ۲۸ درجه و ۵۹ دقیقه و ۳۰ ثانیه عرض جغرافیایی و ۵۰ درجه و ۵۱ دقیقه و ۱۵ ثانیه طول شرقی نسبت به نصف النهار گرینویچ قرار گرفته است. به دلیل هم سطح بودن و در مواردی پایین‌تر بودن از سطح دریا و نفوذ آبهای خلیج فارس از شمال، جنوب و جنوب شرقی، به صورت یک شبه جزیره استثنایی درآمد که تنها از جهت گوشه‌ای از شرق آن به خشکی منتهی می‌شود (کنین، ۱۳۸۷: ۶۰). شکل ۱ موقعیت محدوده مطالعاتی در تقسیمات کشوری را نشان می‌دهد.



شکل ۱- موقعیت محدوده مطالعاتی در تقسیمات سیاسی کشور

یافته‌های تحقیق:

فرضیه اول: به نظر می‌رسد پتانسیل‌های گردشگری در توسعه اجتماعی و فرهنگی شهر بوشهر تأثیر گذار است.

H_0 : به نظر می‌رسد پتانسیل‌های گردشگری در توسعه اجتماعی و فرهنگی شهر بوشهر تأثیر گذار نیست.

H_1 : به نظر می‌رسد پتانسیل‌های گردشگری در توسعه اجتماعی و فرهنگی شهر بوشهر تأثیر گذار است. در پرسشنامه‌ای که بین پاسخ دهندگان قرار گرفت ۵ پارامتر مربوط به عوامل اجتماعی و فرهنگی است. با استفاده از آزمون T استیودنت این عوامل را بررسی و نتایج در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

جدول ۱- خروجی آزمون T جهت ارزیابی فرضیه اول

آزمون T						متغیرها
سطح آزمون ۳						
حد بالا و پایین فاصله اطمینان ۹۵٪		اختلاف میانگین	سطح معنی داری	درجه آزادی	T	
پایین	بالا					
۰.۶۷	۰.۸۴	۰.۷۵۸	۰.۰۰۰	۳۸۳	۱۷,۷۳۷	آداب و رسوم سنتی مردم بوشهر
۰.۳۰	۰.۴۵	۰.۳۷۲	۰.۰۰۰	۳۸۳	۹,۶۳۴	وجود تنوع غذایی ویژه
۰.۹۷	۱,۱۱	۱,۰۳۶	۰.۰۰۰	۳۸۳	۲۹,۵۰۵	امنیت منطقه
۱,۵۱	۱,۶۵	۱,۵۸۱	۰.۰۰۰	۳۸۳	۴۷,۱۲۲	پذیرش و استقبال مردم منطقه
۱,۵۹	۱,۷۰	۱,۶۴۳	۰.۰۰۰	۳۸۳	۵۶,۵۶۴	مراسم مذهبی سنتی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲.

ستون چهارم: سطح معنی داری را نشان می‌دهد و با توجه به اینکه این آزمون از نوع آزمون یک دنباله راست، است.

$H_1: \mu > 3$ است مقادیر معنی داری (Sig) دو دنباله را باید بر دو تقسیم کنیم. با توجه به مقادیر معنی داری که برای تمامی متغیرها کمتر از ۵ درصد است، می‌توان چنین برداشت کرد که میانگین هر یک از این متغیرها، اختلاف معنی داری با عدد ۳ دارند. ستون پنجم: اختلاف میانگین هر متغیر در نمونه با عدد ۳ است.

دو ستون آخر حد پایین و بالای فاصله اطمینان ۹۵ درصدی را برای میانگین هر متغیر نشان می‌دهد منفی بودن حدود بالا و پایین متغیر به معنای کوچکتر بودن میانگین متغیر از عدد ۳ است.

بر اساس نتایج به دست آمده از آزمون T پتانسیل‌های گردشگری شهر بوشهر در توسعه اجتماعی و فرهنگی این - شهرستان تأثیرگذار است، لذا فرض H_1 تأیید می‌گردد و فرضیه اول مورد تأیید قرار می‌گیرد.

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد کمبود امکانات و خدمات رفاهی مانع توسعه گردشگری شهر بوشهر شده است.

H_0 به نظر می‌رسد کمبود امکانات و خدمات رفاهی گردشگری بوشهر برای توسعه گردشگری مناسب نیست.

H_1 به نظر می‌رسد کمبود امکانات و خدمات رفاهی گردشگری بوشهر برای توسعه گردشگری مناسب است.

در پرسشنامه‌ای که بین پاسخ دهندگان قرار گرفت ۳ پارامتر مربوط به عوامل زیرساختی و زیربنایی توسعه گردشگری شهر بوشهر است. با استفاده از آزمون T استیودنت این عوامل را بررسی و نتایج در جدول شماره ۲ ارائه شده است.

جدول ۲- خروجی آزمون T برای ارزیابی فرضیه دوم

آزمون T						
سطح آزمون ۳						
متغیرها	T	درجه آزادی	سطح معنی داری	اختلاف میانگین	حد بالا و پایین فاصله اطمینان ۹۵٪	
					بالا	پایین
امکانات زیر ساختی	-۸,۰۵۳	۳۸۳	۰۰۰,	-۳۰۲	-۲۳	-۳۸
ایجاد مراکز تفریحی و اقامتی	۳۲,۴۹۸	۳۸۳	۰۰۰,	۱,۲۵۳	۱,۳۳	۱,۱۸
خدمات شهری	-۱۹,۵۷۴	۳۸۳	۰۰۰,	-۸۰۲	-۷۲	-۸۸

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲.

ستون اول متغیرها، ستون دوم آماره t ، ستون سوم درجه آزادی، ستون چهارم سطح معنی داری را نشان می‌دهد و با توجه به اینکه این آزمون از نوع آزمون یک دنباله راست است $H_1: \mu > 3$ است مقادیر معنی داری (Sig) دو دنباله را باید بر دو تقسیم کنیم.

با توجه به مقادیر معنی داری که برای تمامی متغیرها کمتر از ۵ درصد است، می‌توان چنین برداشت کرد که میانگین هر یک از این متغیرها، اختلاف معنی داری با عدد ۳ دارند. ستون پنجم اختلاف میانگین هر متغیر در نمونه با عدد ۳ است. دو ستون آخر حد پایین و بالای فاصله اطمینان ۹۵ درصدی را برای میانگین هر متغیر نشان می‌دهد منفی بودن حدود بالا و پایین متغیر به معنای کوچکتر بودن میانگین متغیر از عدد ۳ است.

فرض H_0 با توجه به میانگین بدست آمده تأیید می‌گردد. لذا فرضیه دوم تأیید می‌گردد.

تحلیل فرضیات بر اساس روش تحلیل عاملی:

تحلیل عاملی^۱ یک تکنیک چند متغیری است که به منظور پی بردن به متغیرهای زیربنایی یک پدیده یا تلخیص مجموعه‌ای از داده‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. داده‌های اولیه برای تحلیل عاملی داده‌های حاصل از ماتریس همبستگی بین متغیرهاست. در تحلیل عاملی متغیرهای وابسته از قبل تعیین شده‌ای وجود ندارد؛ بلکه مجموعه‌ای از متغیرهاست که با یکدیگر همبستگی دارند. تحلیل عاملی معمولاً با دو رویکرد اکتشافی و تأییدی به کار می‌رود (سرمدو همکاران، ۱۳۷۹: ۲۶۸). اجرای این روش تحلیل نیازمند پیش فرض‌هایی اساسی است. تحلیل عاملی مستلزم یک ماتریس همبستگی مناسب، حجم گروه نمونه کافی، وجود ارتباط، استقلال اندازه‌ها و با معنی بودن ماتریس

^۱. Factor Analysis

همبستگی است. از بین این پیش فرض‌ها معنی‌دار بودن ماتریس همبستگی و کافی بودن نمونه از اهمیت زیادی برخوردار است. صاحب نظران علم آمار برای معنی دار بودن ماتریس همبستگی از «آزمون بارتلت»^۱ و برای کافی بودن حجم نمونه از آزمون « KMO^2 » استفاده می‌کنند. در این آزمون چنانچه فرضیه صفر رد شود، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب است (هومن، ۱۳۸۴: ۳۸۴). چنانچه مقدار KMO بزرگتر از ۰/۹ باشد نمونه عالی، در دامنه ۰/۸ تا ۰/۹ شایسته، در دامنه ۰/۷ تا ۰/۸ خوب، در دامنه ۰/۶ تا ۰/۷ متوسط و در دامنه ۰/۵ تا ۰/۶ ضعیف و کمتر از آن غیرقابل قبول است آزمون بارتلت این فرضیه را آزمون می‌کند که همبستگی بین متغیرها صفر است (بین متغیرها همبستگی وجود ندارد) رد این فرضیه، نشانگر این است که حداقل شرایط برای تحلیل عاملی وجود دارد (سرمد و همکاران، ۱۳۷۹: ۲۷۱).

تأیید فرضیه اول با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی:

در فرضیه اول؛ مقدار شاخص KMO مقدار آماره آزمون بارتلت، درجه آزادی و سطح معناداری در جدول ذیل آمده است و چون شاخص KMO برابر ۰/۵۶۰ است تعداد نمونه برای تحلیل عاملی کافی است و چون در دامنه ۰/۵ قرار دارد به آن ضعیف گویند، که در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

جدول ۳- آزمون KMO و بارتلت

۰/۵۶۰	مقدار شاخص KMO
۶۳،۲۶۰	مقدار آماره آزمون بارتلت
۱۰	درجه آزادی
۰/۰۰۰	سطح معنی داری

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲.

در این میان ماتریس اجزا که شامل بارهای عاملی هر یک از متغیرها در عوامل باقیمانده است. چون تفسیر بارعاملی بدون چرخش ساده نیست بنابراین عامل‌ها را می‌چرخانیم که در جدول شماره ۴ ارائه شده است.

جدول ۴- ماتریس اجزاء در فرضیه اول

اجزاء					پارامترها
۵	۴	۳	۲	۱	
-۰/۲۹۷	۰/۵۳۴	-۰/۴۶۷	-۰/۲۲۹	۰/۵۹۷	آداب و رسوم سنتی مردم
۰/۱۲۲	۰/۶۹۲	۰/۱۳۳	۰/۴۵۵	-۰/۵۳۰	بوشهر
۰/۴۵۱	۰/۲۰۸	۰/۵۳۶	-۰/۱۸۱	۰/۶۵۸	وجود تنوع غذایی
-۰/۴۳۰	-۰/۰۸۸	۰/۴۳۰	-۰/۶۶۴	۰/۴۲۵	امنیت منطقه
۰/۳۸۱	-۰/۱۵۱	-۰/۵۵۷	۰/۶۴۱	۰/۳۳۵	نحوه پذیرش و استقبال مردم
					مراسم مذهبی سنتی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲.

بنابراین ماتریس چرخیده شده، شامل بارهای عاملی هر یک از متغیرها در عوامل باقیمانده پس از چرخش است، هرچه مقدار قدر مطلق این ضرایب بیشتر باشد، عامل مربوطه نقش بیشتری در کل تغییرات متغیر مورد نظر دارد که در جدول شماره ۵ ارائه شده است.

^۱. Bartlett Test

^۲. Kaiser-meyer-olkin

جدول ۵- اجزای ماتریس چرخیده شده

اجزاء					پارامترها
۵	۴	۳	۲	۱	
.۰۷۹	-.۰۱۶	.۹۹۲	.۰۶۲	-.۰۷۲	آداب و رسوم سنتی مردم بوشهر
-.۰۷۹	.۰۱۴	-.۰۷۲	-.۰۰۹	.۹۹۴	وجود تنوع غذایی
.۹۸۹	.۰۹۳	.۰۸۰	-.۰۳۴	-.۰۸۰	امنیت منطقه
.۰۹۲	.۹۹۱	-.۰۱۶	.۰۹۲	.۰۱۴	نحوه پذیرش و استقبال مردم منطقه
-.۰۳۴	.۰۹۲	.۰۶۲	.۹۹۳	-.۰۰۹	مراسم مذهبی سنتی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲.

۵ عامل مشخص در این فرضیه داریم که میزان همبستگی آنها با متغیرهای مورد نظر سنجیده شده است: عامل اول: غذا، میزان همبستگی این عامل با وجود تنوع غذایی ویژه در بوشهر همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۴ دارد. عامل دوم: مراسمات مذهبی، میزان همبستگی این عامل با مراسم سنتی مذهبی در بوشهر همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۱ دارد.

عامل سوم: آداب و رسوم، میزان همبستگی این عامل با آداب و رسوم سنتی در بوشهر همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۲ دارد.

عامل چهارم: مهمان نوازی، میزان همبستگی این عامل با نحوه پذیرش و استقبال مردم منطقه در بوشهر همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۱ دارد.

عامل پنجم: امنیت، میزان همبستگی این عامل با امنیت منطقه در بوشهر همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۸۹ دارد. به دلیل وجود همبستگی بالا و مناسب بین عوامل و متغیرها نتیجه می‌گیریم تمامی پتانسیل‌های گردشگری در بوشهر در توسعه اجتماعی و فرهنگی بوشهر تأثیر می‌گذارد.

تأیید فرضیه دوم با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی:

در فرضیه دوم: مقدار شاخص KMO ، مقدار آماره آزمون بارتلت، درجه آزادی و سطح معناداری در جدول ذیل آمده است و چون شاخص KMO برابر ۰.۵۹۱ است تعداد نمونه برای تحلیل عاملی کافی است و چون در دامنه ۰.۵ قرار دارد به آن ضعیف گویند که در جدول شماره ۶ ارائه شده است.

جدول ۶- آزمون KMO و بارتلت

۰.۵۹۱	مقدار شاخص KMO
۱۸,۱۰۵	مقدار آماره آزمون بارتلت
۳	درجه آزادی
۰.۰۰۰	سطح معنی داری

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲.

در این راستا ماتریس اجزا که شامل بارهای عاملی هر یک از متغیرها در عوامل باقیمانده است. چون تفسیر بارعاملی بدون چرخش ساده نیست. بنابراین عامل‌ها را می‌چرخانیم که در جدول شماره ۷ ارائه شده است.

جدول ۷- ماتریس اجزاء در فرضیه دوم

اجزاء			پارامترها
۳	۲	۱	
-۰.۵۶۵	۰.۴۲۵	۰.۷۰۷	امکانات زیرساختی
۰.۲۷۷	۰.۹۰۷	-۰.۳۱۶	ایجاد مراکز تفریحی و اقامتی
۰.۶۲۲	-۰.۰۱۸	۰.۷۸۳	خدمات شهری

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲.

بنابراین ماتریس چرخیده شده، شامل بارهای عاملی هریک از متغیرها در عوامل باقیمانده پس از چرخش است، هرچه مقدار قدر مطلق این ضرایب بیشتر باشد، عامل مربوطه نقش بیشتری در کل تغییرات متغیر مورد نظر دارد، که در جدول شماره ۸ ارائه شده است.

جدول ۸- اجزای ماتریس چرخیده شده

اجزاء			پارامترها
۳	۲	۱	
۰.۰۹۸	۰.۹۹۵	۰.۰۰۵	امکانات زیرساختی
-۰.۰۴۶	۰.۰۰۵	۰.۹۹۹	ایجاد مراکز تفریحی و اقامتی
۰.۹۹۴	۰.۰۹۸	-۰.۰۴۶	خدمات شهری

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲.

سه عامل مشخص در این فرضیه داریم که میزان همبستگی آنها با متغیرهای مورد نظر سنجیده شده است: عامل اول) مراکز اقامتگاهی: میزان همبستگی این عامل با ایجاد مراکز تفریحی همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۹ دارد. عامل دوم) زیرساخت‌ها: میزان همبستگی این عامل با امکانات زیرساختی همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۵ دارد. عامل سوم) خدمات: میزان همبستگی این عامل با خدمات شهری همبستگی بسیار بالایی ۰.۹۹۴ دارد. به دلیل وجود همبستگی بالا و مناسب بین عوامل و متغیرها نتیجه می‌گیریم که کمبود امکانات و خدمات، مانع توسعه گردشگری در شهر بوشهر است و فرضیه دوم نیز تأیید می‌گردد.

نتیجه‌گیری:

شهر بوشهر با توجه به پیشینه تاریخی و فرهنگی، می‌بایست به طور جدی در عرصه گردشگری در کشور وارد شود، تا جلوه اصلی خود را اثبات کند. به رغم اینکه شهر بوشهر دارای قدرت و ظرفیت بالای سرمایه‌گذاری در زمینه صنعت گردشگری است؛ اما تاکنون از این پتانسیل استفاده چندانی صورت نگرفته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که پارامترهای آداب و رسوم سنتی مردم بوشهر، وجود تنوع غذایی، امنیت منطقه، نحوه پذیرش و استقبال مردم منطقه، مراسم مذهبی سنتی در توسعه فرهنگی و اجتماعی منطقه تأثیرگذار بوده است. مسئولین با برنامه‌ریزی مناسب و چشم انداز توسعه استان و برای ارتقاء سطح کیفی و کمی خدمات‌رسانی در این صنعت و استفاده از پتانسیل‌های موجود در شهر بوشهر، جهت سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف اقتصادی و گردشگری، با همتی دوچندان، قدمی در این خصوص برداشته که در راستای آن مهم‌ترین مشکل جامعه یعنی اشتغال را با استفاده از صنعت گردشگری برطرف نمایند.

منابع و مأخذ:

۱. ابراهیم پور، حبیب (۱۳۸۹): عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری گردشگران در استان اردبیل (مطالعه موردی منطقه گردشگری سرعین)، فصل نامه مطالعات گردشگری، شماره ۱۴، تهران، صص
۲. ابراهیم زاده، عیسی و همکاران (۱۳۸۸): «تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری»، مجله مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، سال اول، شماره اول، اصفهان، صص ۱۲۸-۱۰۸.
۳. تاج علی، معصومه (۱۳۸۵): بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در جمهوری اسلامی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه الزهراء (س)، تهران.
۴. حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۳): ارزیابی برنامه ریزی صنعت توریسم در ایران، رساله دکتری رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
۵. خانی، فضیله (۱۳۸۹): به کارگیری مدل ریاضی در سنجش میزان موفقیت گردشگری در مناطق در مناطق جغرافیایی (مطالعه موردی شهر بوشهر)، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، سال ۲، شماره ۴، نجف آباد.
۶. رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۵): جغرافیا و صنعت توریسم، تهران، انتشارات پیام نور، چاپ ششم، تهران.
۷. سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس و الهه حجازی (۱۳۸۸): روشهای تحقیق در علوم رفتاری، نشر آگه، تهران.
۸. صالحی، صادق (۱۳۹۱): بررسی رفتارهای محیط زیستی در بین گردشگران ساحلی (مطالعه موردی شهر بوشهر)، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۱، سال اول، ساری،
۹. صدرموسوی، میرستار (۱۳۸۶): «ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران»، پژوهش های جغرافیایی، شماره ۶۱، تهران، صص ۱۴۳-۱۲۹.
۱۰. صدرموسوی، میرستار و جواد دخیل کهنمویی (۱۳۸۳): «درآمدها بر برنامه ریزی تفریحگاه های زیستی، نشریه دانشکده علوم انسانی واجتماعی»، شماره پیاپی ۱۷، تبریز.
۱۱. کنین، عبدالحسین (۱۳۸۷): جغرافیای استان بوشهر، انتشارات آینه کتاب، چاپ اول، تهران.
۱۲. لس لومسدن (۱۳۸۶): بازاریابی گردشگری، ترجمه: محمد ابراهیم گوهریان، نشر دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ اول، تهران.
۱۳. محلاتی، صلاح الدین (۱۳۸۰): درآمدی بر جهانگردی، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
۱۴. هومن، حیدر علی (۱۳۸۴): تحلیل داده های چند متغیری در پژوهش رفتاری، انتشارات پارسا، تهران.
15. Foster, David (1997): *Measuring Customer Satisfaction In The Tourism Industry, International & Sixth National Research Conference on Quality Management, The Centre for Management Quality Research at RMIT University, Melbourne, Victoria Australia.*
16. Haber, Sigal and Lerner, Miri (1998): *Correlates of Tourist Satisfaction, Annals of Tourism Research, Vol. 25, No. 4, pp. 197_201*
17. Kin Hang (2004) *The Southern Sound (Nanyin): Tourism for the Preservation and Development of Traditional Arts, Asia Pacific Journal of Tourism Research, Vol. 9, No. 4, pp. 373-382.*
18. Low Christopher M. (1996): *Urban Tourism Attraction Visitors to large*
19. *Cities, Mansell, Publishing Limited, London.*
20. Papatheodorou A. Haiyan S., (2005): *International Tourism Forecast: Time Series Analysis of World and Regional Data, Tourism Economics, Vol. 11, No. 1, pp 11-23.*
21. Unwto, *Tourism Highlights (2007): Edition.*