

تبیین جامعه‌شناختی موانع توسعه اجتماعی - فرهنگی و رفتاری صنعت گردشگری در استان زنجان^۱

دکتر ایرج ساعی ارسی^۲

چکیده

هدف: هدف این مقاله شناسایی موانع اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی - سیاسی و رفتاری توسعه‌ی صنعت گردشگری در استان زنجان می‌باشد.

روش: نوع مطالعه توصیفی است و روش پژوهش آن، روش پیمایش و روش بررسی اسناد و مدارک می‌باشد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده است. جامعه‌ی آماری کلیه‌ی کارشناسان ارشد و مسئولین سازمان‌های گردشگری استان زنجان بود که جمعاً ۳۰ نفر را تشکیل می‌دادند. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها آزمون V کرامر و فی و فریدمن بود.

^۱. این مقاله بر گرفته از طرح پژوهشی است که با کمک‌های مالی معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر در سال ۹۳-

۱۳۹۲ اجرا گردیده است.

^۲. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر، ایران. Email: saiearasi @ gmail. com

یافته‌ها: آزمون فرضیه اول نشان داد که بین ضعف عملکرد متولیان و سازمان‌های گردشگری و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد. فرضیه دوم حاکی از آن است که رابطه‌ی معنی‌داری بین کمبود امکانات بهداشتی و رفاهی و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری وجود دارد. آزمون فرضیه سوم نشان داد که بین ضعف اطلاع‌رسانی و تبلیغات در استان و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد. آزمون فرضیه‌ی پنجم دلالت بر این دارد که بین نحوه‌ی برخورد پذیرش نامناسب مردم و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد. آزمون فرضیه ششم نشان داد که بین ضعف زیرساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. آزمون فرضیه هفتم حاکی از آن است که بین هزینه‌ی بالای کالا و خدمات و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. آزمون فرضیه هشتم نشان داد که رابطه‌ی معنی‌داری بین ناچیز بودن اعتبارات تخصیصی دولت و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری وجود ندارد.

نتایج: رتبه‌بندی عوامل مؤثر در توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در استان زنجان بر اساس آزمون فریدمن به ترتیب عبارتند از:

هزینه‌ی بالای کالا و خدمات، ضعف زیرساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات، کمبود امکانات بهداشتی و رفاهی، ضعف اطلاع‌رسانی و تبلیغات.

واژه‌های کلیدی: صنعت گردشگری، توسعه گردشگری، جهانگردی استان زنجان، موانع

توسعه گردشگری.

مقدمه

گردشگری عنصر بزرگ دنیای مدرن است. ما در دنیای مدرن زندگی می‌کنیم و باید در جست و جوی روش‌های مدرن برای ایجاد سهولت در امر گردشگری باشیم. روش‌هایی برای ما ضروری هستند که انسانی و کل‌نگر باشند، اما در همین حال برای رسیدن به اهداف باید تازه‌ترین و پیچیده‌ترین فناوری به کار گرفته شود. در طول کمتر از سه دهه گردشگری نحوه‌ی نگاه به جهان را دگرگون کرده است. گردشگری به عنوان یک صنعت جهانی، در معرض تأثیر نیروهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی است. با توجه به اهمیت گردشگری و تأثیرات مثبت آن در برقراری روابط اجتماعی و فرهنگی مواردی از قبیل تعادل بخشی به جوامع به لحاظ روانی، تبیین هویت‌های قومی و فرهنگ‌های سنتی در ارتباط با جوامع بومی و آثار تاریخی به کشف تمدن‌های درخشان کشورها، بررسی، شناسایی و مرمت بناهای تاریخی و نظایر آن، و در نهایت برنامه‌ریزی برای ارتقای کمی و کیفی این صنعت گاهی جهت توسعه و نزدیکی جوامع به یکدیگر است.

جهان‌گردی به عنوان پدیده‌ای با سودآوری فراوان به همراه گسترش فن‌آوری ارتباطات در وضعیت کنونی جهان از چنان جایگاهی برخوردار گشته که تحت عنوان صنعت جهان‌گردی از آن یاد می‌شود. در واقع جهان‌گردی در جهان امروز تنها به عنوان گردشگری و توزیع مطلق تلقی نمی‌شود بلکه یک صنعت است که به مانند همه‌ی صنایع دیگر احتیاج به لوازم و ابزارهای خاصی داشته و بنابراین همانند یک فن و صنعت عظیم و اصیل برای رشد و پیشرفت نیاز به پژوهش دارد. (حسین‌زاده دلیر، حیدری، ۱۳۸۲: ۲۶). این صنعت به ویژه برای کشورهای که در فکر خروج از وضعیت تک محصولی بوده و اتکاء صرف به اقتصاد تک قطبی دارند اهمیتی دو چندان می‌یابد. به عبارت دیگر امروزه علاوه بر جنبه‌های فرهنگی، جهان‌گردی به عنوان یکی از سودآورترین فعالیت‌های اقتصادی جلوه کرده و می‌رود تا به صنعت اول جهان تبدیل شود. صنعت جهان‌گردی می‌تواند نقش به‌سزایی در ایجاد اشتغال (چه به صورت مستقیم و چه به صورت غیر مستقیم) و متعاقب آن کاهش بیکاری، افزایش در آمد سرانه، ارز آوری و غیره داشته باشد. بنابراین توجه به توسعه و گسترش صنعت جهان‌گردی در چارچوب الزامات زندگی امروزی اجتناب‌ناپذیر می‌نماید.

ادبیات پژوهش

باند در سال ۱۹۷۸ در بررسی خود در گامبیا در مورد "تأثیر گردشگری بر رفتار اخلاقی" به این نتیجه رسید که زنان و مردان در این کشور به گردشگران خودفروشی می‌کنند. (روشن‌پور، ۱۳۸۸: ۳۸).

پولوس در دهه‌ی ۸۸-۱۹۷۸ مطالعه‌ای را با عنوان "بررسی تغییر نگرش یک گروه از جهانگردان یونانی نسبت به مردم ترکیه" از جمله نسبت به آراء و نهادهای سیاسی آنان، که بر اثر سفر به این کشور پدید آمده است را مورد ارزیابی قرار داد (پولوس، ۱۹۸۸ به نقل از روشن‌پور، ۱۳۸۸: ۴۰).
کمارتاجی در سال ۱۹۸۹ پژوهشی با عنوان "مطالعه‌ی فرهنگ و توریسم در هند" انجام داد (کمارتاجی، ۱۹۸۹ به نقل از روشن‌پور، ۱۳۸۸: ۴۰).

جکسون در سال ۱۹۹۱ مطالعه‌ای برای "تعیین علّت نبود گردش و تفریح در زندگی مردان بزرگ انگلیسی" انجام داد (جکسون، ۱۹۹۱: ۳۱).

تزارتاز در سال ۱۹۹۱ در پژوهشی، با عنوان اثرات اجتماعی، اقتصادی جهانگردی بر دو جزیره در یونان برای شناسایی تفاوت‌های موجود در سبک زندگی مردم محلی انجام داد و ثابت نمود که

آداب و رسوم اجتماعی و اقتصادی و فرهنگ این دو جزیره بر اساس نوع توسعه‌ی جهانگردی در هر یک متأثر شده است (تزارتاز، ۱۹۹۱: ۱۴).

لیندربرگ در سال ۱۹۹۸، در پژوهشی با عنوان "تشخیص تأثیرات اجتماعی توریسم در سرزمین‌های ساحلی با تکیه بر ارزش‌ها، نگرش‌های ارزشی و مدل‌های انتظارات ارزشی در سواحل اورجون" به بررسی پرداخت (لیندربرگ، ۱۹۹۵: ۷).

سوپارک در سال ۱۹۹۷ پژوهشی را با عنوان "فهم ساختار شبکه‌ای اجتماعی از رفتار توریست‌های جوان و پیر گره" که در سال‌های گذشته تجربه‌ی سفر داشته‌اند را انجام داد (سوپارک، ۱۹۹۷: ۳). لی (Lea) در سال ۱۹۹۷ پژوهشی را در مورد "ظرفیت اجتماعی برنامه‌های توریسم در جنبه‌های مختلف توریسم" (ازدحام، رضایت‌مندی و رفتار) انجام داد که هدف از انجام آن ارائه‌ی راه کارهایی برای گسترش ظرفیت اجتماعی در جنبه‌های مختلف توریسم بود (لی، ۱۹۹۷: ۴).

واناهارسال در سال ۱۹۹۴ پژوهشی تحت عنوان "اشتغال و توریسم" به بحث و بررسی توریسم و ایجاد اشتغال طی سال‌های ۲۰۰۰ میلادی به بعد- یعنی دوران گردشگری پسا مدرن- که به بررسی وضعیت سلامت، امنیت شغلی و ... پرداخته است (واناهارسال، ۱۹۹۴ به نقل از دهقان، ۱۳۸۵: ۵۱).

اوکل اسکل در سال ۲۰۰۶ در پژوهشی که در نروژ انجام گرفته است، اختلاف پرداختی از لحاظ جنسیتی را بین مدیران ارشد اجرایی یک نمونه از شرکت‌های توریستی و تولیدی نروژ را نشان می‌دهد (اوکل اسکل، ۲۰۰۶ به نقل از روشن‌پور، ۱۳۸۸: ۴۵).

در ایران

باهر در سال ۱۳۷۲ در بررسی خود با عنوان "شناخت مسائل و مشکلات توریسم" مشکلات صنعت توریسم در ایران را به چهار دسته طبقه‌بندی می‌کند: مشکلات فرهنگی، مشکلات سازمانی، مشکلات کارگزاری، مشکلات امکاناتی (باهر، ۱۳۷۲: ۳۴).

رستم‌خانی در سال ۱۳۷۳ در پژوهشی، با عنوان "بررسی قابلیت‌های فرهنگی و اجتماعی توریسم در زنجان" به بررسی صنعت توریسم پرداخته است. هدف از این پژوهش، شناخت امکانات بالقوه و بالفعل صنعت ایرانگردی و جهانگردی در استان زنجان و ارزیابی آن‌ها به ویژه از بعد فرهنگی است (رستم‌خانی، ۱۳۷۳: ۱۱).

مرادی در سال ۱۳۷۴ در پژوهشی تحت عنوان "بررسی موانع گسترش صنعت توریسم در شهرستان همدان" به موانع توسعه‌ی صنعت توریسم در این شهرستان می‌پردازد (مرادی، ۱۳۷۴: ۲).

کارشناس در سال ۱۳۷۶ در پژوهشی "تنگناهای توسعه‌ی گردشگری در کشور" را مورد بررسی قرار داده و به این نتیجه دست یافته است که بهبود صنعت جهانگردی در ایران شرط اول، داشتن اطلاعات است. داشتن اطلاعات دقیقی درباره‌ی بازار جهانگردی و انتظارات و تفکرات جهانگردی، آشنایی با فن‌آوری زمان و نیازهای جهانگردان، اطلاعات درباره‌ی رقبا، آموزش نیروی انسانی، رساندن پیام به مصرف‌کنندگان، آشنایی با سلیقه و تمایلات متفاوت جهانگردان، ضروری است (کارشناس، ۱۳۷۶: ۳۹۸-۳۹۷).

افجه در سال ۱۳۷۶ در بررسی خود "تحت عنوان بررسی ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی و فرهنگی جهانگردی" چنین می‌نویسد که کشورهای در حال توسعه باید به معرفی ارزش‌های اعتقادی و باورهای سیاسی خود به ملت‌های عالم بپردازند. توریسم یک منبع مهم در آمد اقتصادی به شمار می‌رود و موجب گسترش سرمایه‌گذاری در بخش توریسم و ایجاد مشاغل فراوانی برای مردم بومی در مناطق گوناگون و ایجاد مشاغل فراوان برای مردم بومی در مناطق توریستی می‌شود (افجه، ۱۳۷۶: ۲۱۱).

سلیمی در سال ۱۳۷۶ پژوهش خود را با عنوان "بررسی موانع فکری، اجتماعی، فرهنگی و گسترش توریسم در ایران از دیدگاه جامعه‌شناختی" انجام داده است. منظور از موانع فکری و فرهنگی همان ذهنیت‌های منفی و پیش‌داوری گردشگران است که پیش از سفر به ایران داشته‌اند. برای اندازه‌گیری این مقوله به نقش تبلیغات، میزان آگاهی آنان نسبت به جاذبه‌های ایران، میزان آگاهی ایشان از قوانین و مقررات اسلامی و نگرش ایشان نسبت به مردم ایران پرداخته شده است (سلیمی، ۱۳۷۶: ۲۰).

بیضایی در سال ۱۳۷۶ در بررسی خود با عنوان "مسائل و نارسایی‌های گردشگری در ایران" به این نتیجه رسیده است: عواملی که وجه اجرایی، اجتماعی و فرهنگی دارند موجب عقب ماندگی بخش جهانگردی در ایران شده است (بیضایی، ۱۳۷۶: ۱۴۸).

مسعود ناصری در سال ۱۳۷۵ پژوهشی در شهر تهران تحت عنوان "شناسایی موانع مؤثر بر توسعه‌ی صنعت جهانگردی ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش جذب توریسم" انجام داده است که در این پژوهش، پژوهشگر موانعی هم چون عدم برخورد مناسب با جهانگردان، عدم وجود امکانات اقامتی مناسب، تبلیغات سوء و ... را به عنوان موانع اصلی توسعه‌ی صنعت جهانگردی بر

شمرده و سپس به عمده‌ترین مشکلات این صنعت اشاره کرده و سرانجام پیشنهادات خود را ارائه داده است (ناصر، ۱۳۷۵).

چارچوب نظری پژوهش

فرضیه‌های هشتگانه‌ی پژوهش بر اساس نظریه‌های نظریه پردازان زیر ساخته شده است:

۱. اس. بی. لیندر و داس ویل: در حقیقت توسعه‌ی گردشگری نتیجه‌ی شرایط فراهم شده‌ی تقاضای داخلی است و داس ویل بر نقش دستگاه‌های متولی امر گردشگری در جوانب گوناگون در ساماندهی توریسم اشاره دارد و هم چنین به صنعت گردشگری به عنوان یک بازار رقابتی که کیفیت ورود به آن متأثر از کم و کیف فعالیت‌های انجام شده‌ی دستگاه‌های متولی امور گردشگری در حوزه‌های مختلف کاری مدیریت و برنامه‌ریزی است، می‌نگرد. فرضیه‌ی اول بر این اساس ساخته شده است.

۲. مونتینهو، کوپر، آدام اسمیت و آندرسون: نگرش‌ها به ادراکات فرد از جهان وابسته یا مرتبط هستند ادراکات عقاید ذهنی می‌باشند، و انتخاب یک مکان یا یک شرکت مسافری به وسیله‌ی عوامل مختلفی شامل دوران بچگی، خانواده، کار و تجربیات و تبلیغات تعیین شده و تقاضای سفر را به وجود می‌آورند. تأکید آندرسون بر نقش و اهمیت اطلاع رسانی و تبلیغات در فرآیند تصمیم‌گیری مصرف کنندگان است. فرضیه‌ی دوم مبتنی بر این نظریه ساخته شده است.

۳. تایلمن و آبراهام مازلو: نیاز به ایمنی که شامل نیاز به امنیت، تمایل به رهایی از فشارهای جسمانی و روانی و محافظت از تهدیدهای محیطی در حال و آینده است از عوامل مؤثر در گرایش به یک منطقه‌ی دیدنی است. فرضیه‌ی سوم بر اساس این نظریه ساخته شده است.

۴. دوکسی و فیلبرک: به بررسی روابط بین توریست‌ها و میزبانان و تقابل بین دو یا چند گروه با فرهنگ‌های متفاوت پرداخته و بیان می‌کنند که برخورد و داشتن دید مثبت به آمدن توریسم، توجه و حمایت از فعالیت‌های آن‌ها باعث رضایت‌مندی، ماندگاری بیشتر و در نتیجه تمایل به بازگشت دوباره‌ی توریسم به یک منطقه‌ی دیدنی می‌شود. فرضیه‌ی چهارم بر اساس این نظریه ساخته شده است.

۵. کلر، هریسون، کوهن و آدام اسمیت: ۱. رشد سریع و پیشرفت فن‌آوری در حوزه‌ی حمل و نقل و ارتباطات راه دور باعث افزایش گردشگری در یک منطقه‌ی دیدنی می‌شود.

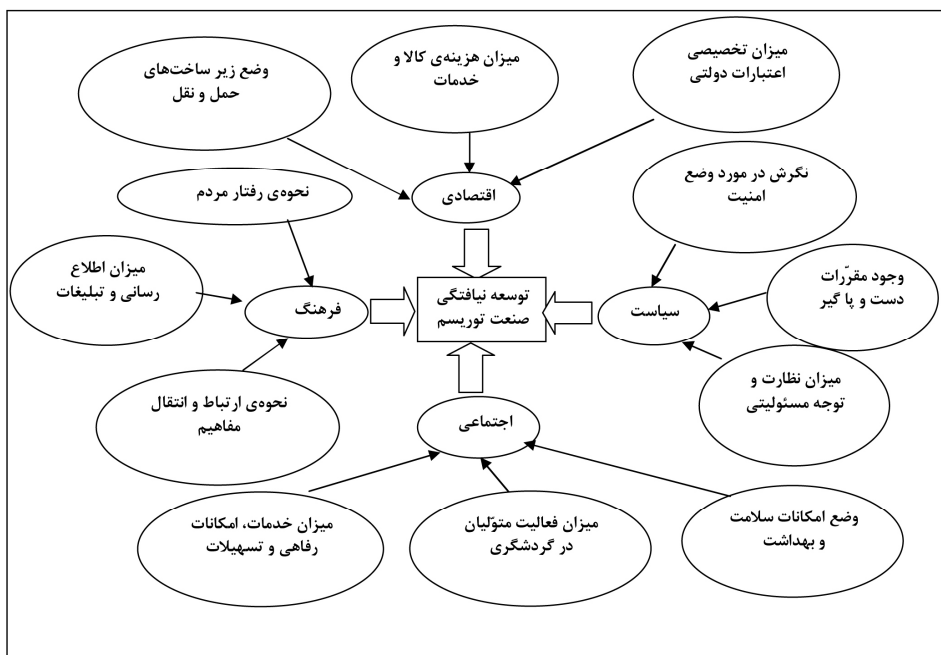
۲. ویژگی‌های طبیعی یا پیشرفت فن‌آوری با نوآوری فنی در بخش گردشگری شامل نمادهای ظاهری، اطلاعات و پیشبرد آن‌ها، توسعه‌ی فرآورده‌ها و بازاریابی است و کشورهایی که کیفیت

- برتر را هدف اصلی خود قرار داده‌اند، در زمینه‌ی گردشگری به پیشرفت‌های خوبی دست یافته‌اند. فرضیه‌ی پنجم بر اساس این فرضیه ساخته شده است.
۶. دیوید ریکاردو: اگر منطقه‌ای در موقعیتی قرار دارد که بتواند کالاها و خدمات مصرفی را با هزینه‌ی نسبی و بهتری نسبت به سایر مناطق تولید و ارائه کند و حتی اگر بتواند کالایی را با هزینه‌ی کمتری از خارج تهیه نماید جذب مسافر و توریست در آن بیشتر خواهد بود. نظریه‌ی هزینه‌های نسبی، تعداد زیادی از مبادلات گردشگری بین‌المللی را مشخص می‌کند. فرضیه‌ی ششم بر اساس این نظریه ساخته شده است.
۷. لونتال و جان لی و رابرت ترمن: ۱. استانداردهای بهداشت عمومی در محل‌های دیدنی و گردشگری باعث جلب توجه و جذب توریسم می‌شود و دست یابی به سلامت عمومی یک انگیزه‌ی معمولی برای مسافرت است. ۲. هر چه قدر جامعه‌ی میزبان، وسایل، امکانات، تسهیلات و خدمات رفاهی بهتری را برای انجام فعالیت توریستی مهیا کند، توریست به هدف خود، یعنی انجام فعالیت توریستی می‌رسد. فرضیه هفتم بر این اساس ساخته شده است.
۸. داس ویل و دیوید هریسون: برای ایجاد و رونق گردشگری باید نوسازی در تمام زمینه‌های اقتصادی، فرهنگی و ... صورت بگیرد. بر این اساس آن‌ها اعتقاد دارند همراه با توسعه‌ی ملی، اجتماعی و اقتصادی، بخش جهانگردی نیز باید توسعه یابد. فرضیه‌ی هشتم مبتنی بر این نظریه بوده است.

مدل پژوهش

مدل مفهومی پژوهش در شکل (۱) ارائه شده است.

شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش



فرضیه‌های پژوهش

هشت فرضیه‌ی مبتنی بر نظریه‌ها به شرح زیراند:

۱. به نظر می‌رسد بین ضعف عملکرد متولیان و سازمان‌های امر گردشگری در استان و عدم توسعه‌ی صنعت توریسم در استان زنجان رابطه وجود دارد.
۲. به نظر می‌رسد: بین ضعف اطلاع رسانی و تبلیغات در استان زنجان و توسعه نیافتگی صنعت توریسم رابطه وجود دارد.
۳. به نظر می‌رسد بین فقدان امنیت در استان زنجان و توسعه نیافتگی توریسم رابطه وجود دارد.

۴. به نظر می‌رسد بین نحوه‌ی برخورد و پذیرش نامناسب مردم از توریست در استان زنجان و توسعه نیافتگی صنعت توریسم رابطه وجود دارد.
۵. به نظر می‌رسد بین ضعف زیر ساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات در استان زنجان و توسعه نیافتگی صنعت توریسم رابطه وجود دارد.
۶. به نظر می‌رسد بین هزینه‌ی بالای کالا و خدمات در استان زنجان و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه وجود دارد.
۷. به نظر می‌رسد بین کمبود امکانات بهداشتی و رفاهی در استان زنجان و توسعه نیافتگی گردشگری رابطه وجود دارد.
۸. به نظر می‌رسد بین ناچیز بودن اعتبارات تخصیصی دولت به طرح‌های گردشگری در استان زنجان و طرح‌های گردشگری در استان زنجان و توسعه نیافتگی گردشگری رابطه وجود دارد.

روش

جامعه‌ی آماری: جامعه‌ی آماری پژوهش کلیه‌ی کارشناسان ارشد استان زنجان در سازمان‌های مربوط به گردشگری از قبیل سازمان جهانگردی و ایران گردی، میراث فرهنگی و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و شرکت‌های درگیر در صنعت گردشگری بوده است که جمعاً ۳۰ نفر را تشکیل می‌دادند.

حجم نمونه و روش نمونه‌گیری: با توجه به حجم کم جامعه‌ی آماری از محاسبه‌ی حجم نمونه صرفنظر شد و از تمام شماری استفاده گردید. بنابراین روش نمونه‌گیری اعمال نشد. ابزار گردآوری داده‌ها: برای گردآوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه‌ی محقق ساخته استفاده شد. اعتبار و روایی ابزار گردآوری داده‌ها: منظور از اعتبار این است که بدانیم که آیا ابزار گردآوری همان مفهومی را می‌سنجد که ما می‌خواهیم اندازه‌گیری کنیم و منظور از روایی این است که بدانیم در صورت تکرار آن ابزار در مواقع دیگر به نتایج یکسان می‌رسیم.

در این پژوهش از اعتبار محتوا، اعتبار صوری را بکار بردیم. اعتبار صوری به این معناست که آیا صاحب‌نظران تأیید می‌کنند که ابزار، آنچه را که باید اندازه بگیرد، اندازه می‌گیرد؟ برای این منظور پرسشنامه را به ده نفر از پژوهشگران و صاحب‌نظران ارائه دادیم تا با استفاده از شَمّ عام و تجربه و قضاوت معنایی، اعتبار آن را بسنجند.

در پژوهش حاضر از روایی معادل گونه‌ی روایی سازگار اجزاء بهره گرفتیم و ضریب آلفای کرونباخ را برای پرسش‌های پرسشنامه و کل پرسشنامه محاسبه کردیم. ضریب آلفای کرونباخ کل

پرسشنامه ۹۳۸٪ محاسبه گردید. چون آلفای کرونباخ بزرگ‌تر از ۰.۷٪ می‌باشد در نتیجه پرسشنامه دارای روایی سازگاری اجزاء بوده و قابلیت تکرار دارد.

روش پژوهش: نوع مطالعه توصیفی است و روش پژوهش مورد استفاده در این طرح روش پیمایش و روش بررسی اسناد و مدارک می‌باشد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها: متغیرهای مستقل این پژوهش در سطح سنجش ترتیبی و متغیر وابسته یعنی توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در سطح سنجش اسمی بوده‌اند. بنابراین با توجه به این که فرضیه‌ها از نوع رابطه بوده‌اند از آزمون فی و V کرامر با استفاده از نرم‌افزار SPSS-22 استفاده گردید.

یافته‌ها

تحلیل توصیفی: (۱) جنسیت در این پژوهش ۳۰ نفر از کارشناسان گردشگری استان زنجان مورد پرسش قرار گرفتند که ترکیب جنسی آن‌ها ۱۴ نفر مرد و ۱۶ نفر زن بودند. به زبان دقیق‌تر ۴۶/۷ درصد پاسخگویان را مردان و ۵۳/۳ درصد را زنان تشکیل می‌دادند.

(۲) سابقه خدمت: از ۳۰ نفر پاسخگو ۲۶ نفر دارای ۹-۱ سال و ۴ نفر دارای ۱۹-۱۰ سال سابقه بوده‌اند. به زبان دقیق‌تر ۸۶/۷ درصد ۹-۱ سال و ۱۳/۳ درصد دارای ۱۹-۱۰ سال سابقه بوده‌اند.

(۳) سطح تحصیلات: از ۳۰ نفر پاسخگو یک نفر دارای مدرک تحصیلی دیپلم و ۵ نفر کاردانی و ۱۲ نفر کارشناسی و ۱۲ نفر کارشناسی ارشد بوده‌اند. به زبان دقیق‌تر ۳/۳ درصد را دیپلم و ۱۶/۷ درصد را کاردانی و ۱۲ درصد را کارشناسی و ۱۲ درصد را نیز کارشناسی ارشد تشکیل می‌دادند.

(۴) رشته‌ی تحصیلی: از ۳۰ نفر پاسخگو ۱۶ نفر در رشته‌های علوم انسانی و یک نفر در علوم پایه و ۱۳ نفر در رشته‌های فنی و مهندسی تحصیل کرده‌اند. پاسخگویی در رشته‌های کشاورزی وجود نداشته است. به زبان دقیق‌تر ۵۳/۳ درصد در علوم انسانی و ۳/۳ درصد در علوم پایه و ۴۳/۳ درصد در فنی-مهندسی تحصیل کرده بودند. این ترکیب نشانگر آنست که بیشترین پاسخگویان در رشته‌های علوم انسانی تحصیل کرده بودند.

تحلیل استنباطی داده‌ها:

در این قسمت به آزمون فرضیه‌های پژوهش می‌پردازیم. با توجه به کوچک بودن جامعه‌ی آماری برای سنجش رابطه در فرضیه‌ها از آزمون فی (Q) و V کرامر بهره گرفته‌ایم.

۱. آزمون فرضیه (۱)

فرضیه (۱): به نظر می‌رسد بین ضعف عملکرد متولیان و سازمان‌های گردشگری در استان زنجان و توسعه نیافتگی رابطه وجود دارد. آماره‌های آزمون در جدول شماره (۱) آمده است.

جدول (۱): آماره‌های آزمون فرضیه (۱)

معنی‌داری	ارزش	نوع آزمون
۰/۰۵۲	۱/۹۸۷	فی
۰/۰۵۲	۰/۸۸۹	V کرامر
	۳۰	تعداد موارد معتبر

جدول شماره (۱) نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری تقریباً مساوی سطح معنی‌داری مفروض $\alpha = 0.05$ بوده است. در نتیجه فرضیه‌ی صفر تأیید و فرضیه‌ی تحقیق رد می‌گردد. بنابراین رابطه‌ی معنی‌داری بین ضعف عملکرد متولیان و سازمان‌های گردشگری در استان زنجان و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری وجود ندارد.

$$(sig. (p) \geq \alpha (0/05) \Rightarrow H_1 \text{ و رد فرضیه } H_0)$$

۲. آزمون فرضیه (۲)

فرضیه (۲) به نظر می‌رسد بین کمبود امکانات بهداشتی و رفاهی در استان زنجان و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه وجود دارد. آماره‌های آزمون در جدول شماره (۲) آمده است.

جدول (۲) آماره‌های آزمون فرضیه (۲)

معنی‌داری	ارزش	نوع آزمون
۰/۰۲۲۵	۲/۰۴۲	فی
۰/۰۲۲۵	۰/۸۳۴	V کرامر
	۳۰	تعداد موارد معتبر

جدول شماره (۲) نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری محاسبه شده کوچک تر از سطح معنی‌داری مفروض $\alpha = 0.05$ می‌باشد. در نتیجه فرضیه صفر رد و فرضیه پژوهش تأیید می‌گردد. بنابراین رابطه‌ی معنی‌داری بین کمبود امکانات بهداشتی و رفاهی و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در استان زنجان وجود دارد.

رد فرضیه H_0 و تأیید فرضیه $H_1 (sig. (p) < \alpha (0/05) \Rightarrow$

آزمون فرضیه (۳)

فرضیه (۳): به نظر می‌رسد بین ضعف اطلاع رسانی و تبلیغات در استان و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه وجود دارد. جدول شماره (۳) آماره‌های آزمون را نشان می‌دهد.

جدل (۳): آماره‌های آزمون فرضیه (۳)

معنی‌داری	ارزش	نوع آزمون
۰/۰۱۷	۲/۵۰۸	فی
۰/۰۱۷	۰/۸۸۷	V کرامر
	۳۰	تعداد موارد معتبر

جدول شماره (۳) نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری محاسبه شده کوچک‌تر از سطح معنی‌داری مفروض ($\alpha = 0.05$) می‌باشد. در نتیجه فرضیه‌ی صفر رد و فرضیه‌ی پژوهش تأیید می‌گردد. بنابراین رابطه‌ی معنی‌داری بین ضعف اطلاع رسانی و تبلیغات در استان و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در استان زنجان وجود دارد.

رد فرضیه H_0 و تأیید فرضیه $H_1 (sig. (p) < \alpha (0/05) \Rightarrow$

۳. آزمون فرضیه (۴)

فرضیه (۴) به نظر می‌رسد بین فقدان امنیت در استان زنجان و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه وجود دارد. آماره‌های آزمون در جدول شماره (۴) آمده است.

جدول (۴): آماره‌های آزمون فرضیه (۴)

معنی‌داری	ارزش	نوع آزمون
۰/۰۵۶	۲/۲۹۱	فی
۰/۰۵۶	۰/۸۶۶	V کرامر
	۲۹	تعداد موارد معتبر

جدول شماره (۴) نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری محاسبه شده تقریباً مساوی سطح معنی‌داری مفروض (۵٪) می‌باشد. در نتیجه فرضیه صفر تأیید و فرضیه پژوهش رد می‌شود. بنابراین رابطه‌ی معنی‌داری بین فقدان امنیت و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری وجود ندارد.
 (تأیید فرضیه H_0 و رد فرضیه $H_1 \Rightarrow (sig. (p) \geq \alpha (0/05)$)

۴. آزمون فرضیه (۵)

فرضیه (۵): به نظر می‌رسد بین نحوه ی برخورد و پذیرش نامناسب مردم از گردشگری در استان زنجان و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه وجود دارد. آماره‌های آزمون فرضیه (۵) در جدول شماره (۵) آمده است.

جدول (۵) آماره‌های آزمون فرضیه (۵)

معنی‌داری	ارزش	نوع آزمون
۰/۰۵۴	۲/۴۳۸	فی
۰/۰۵۴	۰/۸۶۲	V کرامر
	۲۹	تعداد موارد معتبر

جدول شماره (۵) نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری محاسبه شده تقریباً مساوی سطح معنی‌داری مفروض (۵٪) می‌باشد. در نتیجه فرضیه صفر تأیید و فرضیه پژوهش رد می‌شود. بنابراین رابطه‌ی معنی‌داری بین نحوه ی برخورد و پذیرش نامناسب مردم و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری وجود ندارد.

(تأیید فرضیه H_0 و رد فرضیه $H_1 \Rightarrow (sig. (p) \geq \alpha (0/05)$)

۵. آزمون فرضیه (۶)

فرضیه (۶): به نظر می‌رسد بین ضعف زیر ساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات در استان زنجان و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه وجود دارد. آماره‌های آزمون فرضیه (۶) در جدول (۶) آمده است.

جدول (۶): آماره‌های فرضیه (۶)

معنی‌داری	ارزش	نوع آزمون
۰/۰۱۳۵	۲/۰۷۰	فی
۰/۰۱۳۵	۰/۸۴۵	V کرامر
	۲۹	تعداد موارد معتبر

جدول شماره (۶) نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری محاسبه شده کوچک‌تر از معنی‌داری مفروض ($\alpha = 0.05$) می‌باشد. در نتیجه فرضیه‌ی صفر رد و فرضیه‌ی پژوهش تأیید می‌شود. بنابراین رابطه معنی‌داری بین ضعف زیر ساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری وجود دارد.

(رد فرضیه H_0 و تأیید فرضیه $H_1 \Rightarrow (sig. (p) < \alpha (0/05)$)

۶. آزمون فرضیه (۷)

فرضیه (۷) به نظر می‌رسد بین هزینه‌ی بالای کالا و خدمات در استان زنجان و توسعه نیافتگی گردشگری رابطه وجود دارد. آماره‌های آزمون فرضیه (۷) در جدول شماره (۷) آمده است.

جدول شماره (۷): آماره‌های فرضیه (۷)

معنی‌داری	ارزش	نوع آزمون
۰/۰۲۱۸	۱/۸۷۵	فی
۰/۰۲۱۸	۰/۸۳۸	V کرامر
	۳۰	تعداد موارد معتبر

جدول شماره (۷) نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری محاسبه شده کوچک‌تر از معنی‌داری مفروض ($\alpha = 0.05$) می‌باشد. در نتیجه فرضیه‌ی صفر رد و فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. بنابراین رابطه‌ی معنی‌داری بین هزینه‌ی بالای کالا و خدمات و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در استان زنجان وجود دارد.

رد فرضیه H_0 و تأیید فرضیه $H_1 \Rightarrow (sig. (p) < \alpha (0/05)$

۷. آزمون فرضیه (۸)

فرضیه (۸): به نظر می‌رسد بین ناچیز بودن اعتبارات تخصیصی دولت و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه وجود دارد. آماره‌های آزمون فرضیه (۸) در جدول شماره ۸ آمده است.

جدول شماره (۸): آماره‌های فرضیه (۸)

معنی‌داری	ارزش	نوع آزمون
۰/۰۹۳	۲/۱۱۷	فی
۰/۰۹۳	۰/۸۶۴	V کرامر
	۳۰	تعداد موارد معتبر

جدول شماره (۸) نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری محاسبه شده بزرگ‌تر از معنی‌داری مفروض (۵٪=α) می‌باشد. در نتیجه فرضیه‌ی صفر تأیید و فرضیه پژوهش رد می‌شود. بنابراین رابطه‌ی معنی‌داری بین ناچیز بودن اعتبارات تخصیصی دولت و توسعه نیافتگی صنعت گردشگری وجود ندارد.

$$H_1(\text{sig.}(p) \geq \alpha (0/05) \Rightarrow \text{رد فرضیه } H_0 \text{ و تأیید فرضیه } H_1)$$

رتبه‌بندی عوامل مؤثر در توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در استان زنجان

با توجه به آزمون فرضیه‌ها، مشاهده شد که فرضیه‌های ۲ و ۳ و ۶ و ۷ مورد تأیید واقع شدند و فرضیه‌های ۱ و ۴ و ۵ و ۸ رد شدند. برای رتبه‌بندی عوامل چهارگانه‌ی مؤثر در توسعه‌ی نیافتگی صنعت گردشگری در استان زنجان از آزمون ناپارامتری فریدمن بهره گرفتیم.

جدول (۹): نتایج آزمون فریدمن

عوامل	میانگین رتبه‌ها	آزمون کای اسکوتر	درجه آزادی	سطح معنی‌دار
کمبود امکانات بهداشتی و رفاهی ضعف اطلاع‌رسانی و تبلیغات ضعف زیر ساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات هزینگی بالای کالا و خدمات	۲/۴۵ ۲/۳۵ ۲/۵۳ ۲/۶۷	۱/۷۳۲	۳	۰/۶۳۰

رتبه‌بندی عوامل به ترتیب به شرح زیر مشاهده شد:

۱. هزینه‌ی بالای کالا و خدمات
 ۲. ضعف زیر ساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات
 ۳. کمبود امکانات بهداشتی و رفاهی
 ۴. ضعف اطلاع رسانی و تبلیغات
- نتایج آزمون فریدمن در جدول ۹ آمده است.

بحث

بحث در نتایج توصیفی

بیشترین درصد جامعه‌ی آماری پژوهش را زنان تشکیل می‌دادند. سابقه‌ی خدمت پاسخگویان در گروه ۹-۱ سال بیشترین فراوانی را داشت. بنابراین جامعه‌ی آماری را بیشتر جوانان با سابقه‌ی کار اندک تشکیل می‌داد.

در مورد سطح تحصیلات بیشترین درصد به کارشناسی و کارشناسی ارشد اختصاص داشت. این نشانگر آن است که سطح تحصیلات پاسخگویان بالا بوده است. در مورد رشته‌ی تحصیلی پاسخگویان باید افزود که بیشترین درصد به علوم انسانی مربوط می‌شد. و در رتبه‌ی دوم رشته‌های فنی مهندسی قرار داشتند. فعالیت رشته‌های علوم انسانی در این زمینه طبیعی و کارآمد خواهد بود ولی فعالیت فارغ‌التحصیلان رشته‌های فنی-مهندسی در این زمینه غیر طبیعی به نظر می‌آید.

بحث در نتایج تحلیلی داده‌ها

(۱) فرضیه‌ی اول

فرضیه‌ی اول رد شد. بنابراین در این استان بین ضعف عملکرد متولیان و سازمان‌های گردشگری و توسعه نیافتگی رابطه‌ی معنی‌داری مشاهده نشد. پاسخگویان اعتقادی به ضعف عملکرد متولیان و سازمان‌های گردشگری نداشتند. این فرضیه با نظریه‌های اس. بی. لیندر و داس ویل هم خوانی دارد.

فرضیه‌ی دوم

این فرضیه تأیید شد. بنابراین در این استان کمبود امکانات بهداشتی و رفاهی با توسعه نیافتگی صنعت گردشگری رابطه‌ی معنی‌داری دارد. از این روی پاسخگویان به کمبود امکانات بهداشتی و

رفاهی در استان زنجان معتقد بودند. این فرضیه با نظریه‌های مونتینهو، کوپر و آدام اسمیت و آندرسون هم خوانی دارد.

(۲) فرضیه‌ی سوم

این فرضیه تأیید گردید. بنابراین در این استان بین ضعف اطلاع‌رسانی و تبلیغات و توسعه نیافتگی رابطه‌ی معنی‌داری مشاهده می‌شود. در نتیجه پاسخگویان در این استان به ضعف اطلاع‌رسانی و تبلیغات اذعان دارند. این فرضیه با نظریه‌های تایلمن و آبراهام مازلو هم خوانی دارد.

(۳) فرضیه‌ی چهارم

این فرضیه رد گردید. بنابراین در استان زنجان بین فقدان امنیت و توسعه نیافتگی رابطه‌ی معنی‌داری مشاهده نشد. در نتیجه پاسخگویان در این استان به فقدان امنیت معتقد نیستند. آنان باور دارند که امنیت در این استان برقرار است و توسعه نیافتگی هیچ ارتباطی به عدم امنیت ندارد. این فرضیه با نظریه‌های دوکسی و فیلیبرک هم خوانی دارد.

(۴) فرضیه پنجم

فرضیه پنجم نیز رد شد. بنابراین در این استان بین نحوه‌ی برخورد و پذیرش نامناسب مردم از توریست و توسعه نیافتگی رابطه‌ی معنی‌داری مشاهده نمی‌شود. در نتیجه پاسخگویان معتقدند مردم در این استان با توریست‌ها برخورد و پذیرش مناسب دارند. این فرضیه با نظریه‌های کلر، هریسون، کوهن و آدام اسمیت هم خوانی دارد.

(۵) فرضیه‌ی ششم

فرضیه‌ی ششم تأیید گردید. بنابراین در این استان بین هزینه‌ی بالای کالا و خدمات و توسعه نیافتگی صنعت توریسم رابطه‌ی معنی‌داری مشاهده می‌شود. در نتیجه پاسخگویان معتقدند هزینه‌ی کالا و خدمات در این استان بالاست و مانع توسعه یافتگی صنعت توریسم می‌شود. این فرضیه با نظریه‌ی دیوید ریکاردو هم خوانی دارد.

(۶) فرضیه هفتم

فرضیه‌ی هفتم تأیید گردید. بنابراین در این استان بین هزینه‌ی بالای کالا و خدمات و توسعه نیافتگی صنعت توریسم رابطه‌ی معنی‌داری مشاهده می‌شود. در نتیجه پاسخگویان معتقدند هزینه‌ی کالا و خدمات در این استان بالاست و مانع توسعه یافتگی صنعت توریسم می‌شود. این فرضیه با نظریه‌های لونتال، جان‌لی و رابرت ترمن هم خوانی دارد.

(۷) فرضیه‌ی هشتم

این فرضیه رد شد. بنابراین در این استان بین ناچیز بودن اعتبارات تخصیصی دولت و توسعه نیافتگی صنعت توریسم رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد. در نتیجه پاسخگویان معتقدند اعتبارات تخصیصی دولت برای توسعه‌ی صنعت توریسم در این استان ناچیز نبوده است. این فرضیه با نظریه‌های داس ویل و دیوید هریسون هم خوانی دارد.

نتایج

جهانگردی نوعی فعالیت خدماتی است. در کشور ایران جاذبه‌های گوناگون طبیعی، فرهنگی، تاریخی، و مذهبی در اختیار اقتصاد قرار دارد. اگر بتوان این موهبت بالقوه را به ظرفیت‌هایی که قدرت تولید در آمد ارزی مستمر دارند تبدیل کرد، می‌توان برای کشور انتظار توسعه‌ی پایدار اقتصادی-اجتماعی داشت.

در حال حاضر بیشترین منبع تأمین درآمد ارزی دولت نفت خام است. ولی نوسان غیر قابل کنترل قیمت نفت، به ویژه در سال‌های اخیر از یک سو و مسائل و مشکلات مربوط به غوغای نظم نوین جهانی، تحریم اقتصادی و ممانعت از خرید نفت ایران از سوی دیگر، موجب ایجاد یک وضعیت ناپایدار اقتصادی برای کشور شده و امکان برنامه‌ریزی دراز مدت ملی را محدود کرده است. رهایی از قید اقتصاد تک محصولی شرط اول توسعه است. درآمد حاصل از نفت را می‌توان با افزایش صادرات کالاهای صنعتی و محصولات کشاورزی و کالاهای غیر نفتی و محصولات پتروشیمی و صنعت گردشگری پر کرد.

در این پژوهش با نگاه جامعه‌شناسی به بررسی دلایل توسعه نیافتگی صنعت گردشگری پرداختیم. از دیدگاه متولیان، زمانی گردشگری در استان زنجان توسعه خواهد یافت که از طریق تبلیغات، شیوه‌ی مدیریت درست و با تدوین برنامه‌ها و سیاست‌های منطقی، بتوان رضایت‌مندی گردشگران را به دست آورد. رضایت‌مندی گردشگران از ارکان اصلی پویایی صنعت گردشگری می‌باشد و لازمه‌ی این رضایت‌مندی، ارضای نیازمندی‌های گردشگران است.

مدل تلفیقی پژوهش با استفاده از مدل گان ساخته شده است. که در آن بر چهار بخش مهم در جذب گردشگر یعنی (۱) بازارها (گردشگران) (۲) سفر (حمل و نقل) (۳) مقصد (جاذبه‌ها، تسهیلات و خدمات) (۴) مراکز تجاری (تبلیغات و اطلاعات) به عنوان تأثیر گذارترین عوامل در جذب گردشگر توجه شده است.

در جمع‌بندی بحث در نتایج توصیفی و تحلیلی داده‌ها به نتایج زیر دست یافتیم:

۱. جامعه‌ی آماری پاسخگویان مرد و زن تقریباً برابر بود.

۲. سابقه‌ی خدمت پاسخگویان با بیشترین درصد یعنی ۸۶/۷ درصد به ۹-۱ سال اختصاص داشت.
۳. بیشترین سطح تحصیلات پاسخگویان با ۸۰ درصد به کارشناسی و کارشناسی ارشد (به طور مساوی هر کدام با ۴۰ درصد) اختصاص داشت.
۴. بیشترین درصد پاسخگویان به رشته‌های علوم انسانی با ۵۳/۳ درصد که بیش از نیمی از پاسخگویان را تشکیل می‌دادند و در درجه‌ی دوم رشته‌های فنی مهندسی با ۴۳/۳ درصد قرار داشته است که به نظر غیر عادی می‌نماید. اشتغال رشته‌های فنی مهندسی در امور مربوط به گردشگری نادرست به نظر می‌رسد.
۵. ضعف عملکرد متولیان و سازمان‌های گردشگری در استان زنجان ربطی به توسعه نیافتگی این استان در زمینه‌ی صنعت گردشگری نداشته است.
۶. کمبود امکانات بهداشتی و رفاهی در استان زنجان یکی از موانع توسعه نیافتگی صنعت گردشگری محسوب می‌شود.
۷. ضعف اطلاع رسانی و تبلیغات در استان زنجان یکی دیگر از موانع توسعه نیافتگی صنعت گردشگری به حساب می‌آید.
۸. فقدان امنیت به مثابه‌ی مانع توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در استان زنجان تلقی نمی‌شود.
۹. نحوه‌ی برخورد و پذیرش مردم استان زنجان با گردشگران مناسب بوده و به مثابه‌ی مانعی در سر راه توسعه نیافتگی صنعت گردشگری تلقی نمی‌شود.
۱۰. ضعف زیر ساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات در استان زنجان به مثابه‌ی مانعی سر راه توسعه نیافتگی صنعت گردشگری تلقی می‌شود.
۱۱. هزینه‌ی بالای کالا و خدمات در استان زنجان به مثابه‌ی مانعی در راه توسعه نیافتگی صنعت گردشگری محسوب می‌شود.
۱۲. اعتبارات تخصیصی دولت به مثابه‌ی مانعی سر راه توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در استان زنجان تلقی نمی‌شود

پیشنهادات پژوهشی

پیشنهادات زیر بر اساس نتایج آزمون فرضیه‌ها به نظر می‌رسد:

۱. گر چه ضعف عملکرد متولیان و سازمان‌های گردشگری در استان زنجان گزارش نشده است، با این همه متولیان و کارکنان سازمان‌های گردشگری نیاز به آموزش فراگیر و مستمر دارند.

۲. پیشنهاد می‌شود مسئولین استان زنجان به توسعه‌ی امکانات بهداشتی و رفاهی در استان توجه بیشتری نشان دهند.
۳. اطلاع رسانی و تبلیغات در سطح استان زنجان و در سطح ملی و جهانی ضعیف است. پیشنهاد می‌شود در این زمینه برنامه‌ریزی و کار بیشتری انجام گیرد.
۴. گرچه عدم امنیت درسخن پاسخگویان کارشناس محلی گزارش نشده است، با این همه حفظ کامل امنیت گردشگران در استمرار روند ازدیاد گردشگران بسیار مهم است.
۵. گرچه نحوه‌ی برخورد و پذیرش مردم استان زنجان توسط کارشناسان محلی مناسب ارزیابی شده است، با این همه آموزش مداوم از طریق رسانه‌ها و نیز فرهنگ جهانی در زمینه‌ی پذیرش جهانگردی و گردشگر و برخورد شایسته‌ی فرهنگ استانی و ایرانی یک ضرورت تام است.
۶. به مسئولین استان پیشنهاد می‌شود به برنامه‌ریزی و توسعه‌ی زیرساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات در استان زنجان توجه بیشتری مبذول دارند. امروزه بدون تنوع در زیرساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات جذب جهانگردی و گردشگر داخلی غیر ممکن می‌نماید.
۷. هزینه‌ی بالای کالا و خدمات در استان زنجان مانع بزرگی برای جذب گردشگر و توسعه‌ی صنعت گردشگری است، و پیشنهاد می‌شود با نظارت بر قیمت‌ها و کنترل کیفیت کالاها و خدمات این مانع برطرف شود.
۸. گرچه اعتبارات تخصیصی دولت نسبتاً خوب ارزیابی شده ولی کافی به نظر نمی‌رسد. برای شکوفایی صنعت گردشگری در استان زنجان به بودجه‌های بالایی در زمینه‌ی توسعه‌ی زیرساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات و نیز امکانات بهداشتی و رفاهی نیاز می‌باشد.

پیشنهادات برای پژوهشگران

- برای پژوهشگران آتی پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:
۱. پیشنهاد می‌شود موانع توسعه‌ی گردشگری در استان زنجان به تفکیک شهرستان‌های مربوطه انجام گیرد.
 ۲. پیشنهاد می‌شود نظرات مردم استان زنجان به تفکیک شهرستان‌های مربوطه سنجیده شود.
 ۳. پیشنهاد می‌شود موانع توسعه‌ی صنعت گردشگری در برنامه‌های اول تا پنجم جمهوری اسلامی ایران شناسایی و بررسی شود.
 ۴. پیشنهاد می‌شود جایگاه صنعت گردشگری استان در جایگاه کلان صنعت گردشگری کل کشور مطالعه و مشخص شود.

راهکارها

در این جا سه راه کار پیشنهاد می‌شود:

۱. راه کار اول: تغییر نگرش و رویکرد مسئولین و متولیان امور گردشگری. دستگاه دولتی متولی گردشگری می‌بایست با رویکرد صنعتی و منبع سرشار در آمد ارزی و ریالی به صنعت گردشگری نگاه کنند و این صنعت را در ردیف صادرات غیر نفتی طبقه‌بندی کرده و همراه با برنامه‌های توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی، بخش گردشگری را نیز توسعه دهند.

۲. راه کار دوم: گام دوم برای غلبه بر مشکل توسعه نیافتگی صنعت گردشگری استان زنجان، شناخت گردشگران و تقاضاهای آن‌هاست.

۳. راه کار سوم: سومین راه کار اولویت عملکرد مسئولین استانی در زمینه‌ی تخصیص بودجه‌های عمرانی و فرهنگی است. آزمون فریدمن نشان داد که اولویت اول پرداختی به هزینه‌ی بالای کالا و خدمات در استان است که کاهش این هزینه‌ها باید در دستور کار قرار گیرد. در اولویت دوم توجه به زیر ساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات در استان می‌باشد. اولویت سوم رفع کمبود امکانات بهداشتی و رفاهی در استان است. و سرانجام اولویت چهارم رفع ضعف اطلاع رسانی و تبلیغات در استان برای جذب گردشگران داخلی و خارجی است.

سپاسگزاری

این پژوهش با کمک‌های مالی معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر به انجام رسیده است. بدین وسیله از بذل توجه این معاونت قدردانی می‌کنم. از آقای بهزاد کرمی که در گردآوری داده‌ها کمک‌های ارزنده‌ای داشته‌اند تشکر می‌کنم.

منابع

۱. آپوستو لولوس. یورکس (۱۳۸۳)، جامعه شناسی گردشگری، ترجمه و اقتباس بیژن شفیعی، تهران، انتشارات وارسته.
۲. احمدیان، صادق (۱۳۷۸)، توریسم و توسعه، تهران، انتشارات یاس.
۳. الوانی، مهدی؛ دهدشتی، زهره (۱۳۷۳)، اصول و مبانی جهان گردی، تهران، معاونت اقتصادی و برنامه ریزی بنیاد مستضعفان و جانبازان.
۴. امین اسماعیلی، حمید (۱۳۷۴)، مقدمه‌ای بر راه‌های توسعه‌ی گردشگری در ایران، تهران، جهاد دانشگاهی تهران.
۵. باهر، حسین (۱۳۷۶)، نگاهی تازه بر گردشگری، مجموعه‌ی مقالات نخستین همایش جهانگردی کیش، جلد ۱، اسفندماه ۱۳۷۶.
۶. برنز، پیتر، م. (۱۳۸۵)، درآمدی بر مردم شناسی گردشگری، ترجمه‌ی هاجر هوشمند، تهران، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، پژوهشکده‌ی مردم شناسی.
۷. بیضایی، طیبه (۱۳۷۶)، مسایل و نارسایی‌های گردشگری در ایران، مجموعه‌ی مقالات نخستین همایش جهانگردی کیش، جلد ۱، اسفندماه ۱۳۷۶.
۸. بونی فیس، پرسیلا (۱۳۸۰)، مدیریت گردشگری فرهنگی، ترجمه‌ی محمود عبدالله‌زاده، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۹. پاپلی یزدی، محمدحسین؛ سقایی، مهدی (۱۳۸۵)، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران، سمت.
۱۰. تولایی، سیمین (۱۳۸۶)، مروری بر صنعت جهان گردی، تهران، دانشگاه تربیت معلم.
۱۱. چاک، وای، گی (۱۳۷۷)، جهان گردی در چشم‌اندازی جامع، ترجمه‌ی علی پارسایان و سید محمد اعرابی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۲. دیبایی، پرویز (۱۳۷۱)، شناخت جهانگردی، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۳. روشن‌پور، مجتبی (۱۳۸۶)، بررسی جامعه شناسی دلایل عدم توسعه‌ی توریسم در خوزستان، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، اهواز، دانشگاه اهواز.
۱۴. رنجبریان، بهرام؛ زاهدی، محمد (۱۳۸۴)، شناخت گردشگری، اصفهان، انتشارات چهارباغ.
۱۵. کارشناسی، محمد (۱۳۷۶)، تنگناهای توسعه‌ی گردشگری در کشور، تهران، نشر آگه.
۱۶. لاله دوست، مهری، (۱۳۸۶)، توریسم و آینده، تهران، نشر گل واژه.

۱۷. لانکو، روبر (۱۳۸۱)، جامعه‌شناسی جهانگردی و مسافرت، ترجمه‌ی صلاح‌الدین محلاتی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
۱۸. مرادی، ندا (۱۳۷۴)، بررسی موانع گسترش صنعت توریسم در شهرستان همدان، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۱۹. معصومی، مسعود (۱۳۸۴)، ماهیت گردشگری، تهران، پیک کوثر.
۲۰. منشی‌زاده، رحمت‌الله (۱۳۷۶)، گردشگری، تهران، انتشارات سعی.
۲۱. ناصری، مسعود (۱۳۷۵)، شناسایی موانع مؤثر بر توسعه‌ی صنعت توریسم ایران و طراحی الگوی تبیینی برای گسترش جذب توریست، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد مدیریت، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.
۲۲. نوابخش، مهرداد؛ صفی، سمیه (۱۳۹۲)، جامعه‌شناسی گردشگری شهری (تاریخ اندیشه و نظریه در جامعه‌شناسی توریسم)، تهران، بهمن برنا.

منابع انگلیسی

1. Cohen, E. (1984), "The sociology of tourism: approaches, issues. and Findings", Annual Review of sociology, 10:373- 92.
2. Dumazdier, J(1967), Toward a society of Leisure, New York: Free Press.
3. Inskip, Edward (1991), Tourism Planning, An integrated and sustainable development approach, Van nostrandpeinhold, New York.
4. Lea, J (1988), Tourism and Development in the third world, New York, Routledge. Press.
5. Pearce, P. L. (1982), The social psychology of Tourist Behavior, New York: Pergamum.
6. Tazartas, P. (1991), Tourism- Economic social Impacts, London, Rutledge. Press.
7. Wall. G and Wright, C. (1977), The Environmental Impact of outdoor Recreation, University of waterloo, Department of Geography.
8. Waters, S. (1995), Travel industry world yearbook, New York: Child & Waters.
9. William, S (1998), Tourism Geography, New York: Rutledge press.