

تحلیلی بر عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تاریخی شهرستان جیرفت با استفاده از مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM)

منصوره امیری

کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی

چکیده:

شهرستان جیرفت دارای سابقه فرهنگی -تاریخی غنی و برخوردار از مناظر و چشم اندازهای طبیعی دارای پتانسیل بالا برای جذب گردشگران داخلی و خارجی است، از این رو شناخت عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تاریخی می تواند به عنوان گام نخست در راستای توسعه این نوع از گردشگری مؤثر باشد. با توجه به اهمیت این مسئله، این تحقیق با هدف شناسایی و سطح بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تاریخی شهرستان جیرفت با رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری انجام گرفت. نوع تحقیق بر اساس هدف کاربردی می باشد و بر اساس چگونگی به دست آوردن داده های مورد نیاز، تحقیق حاضر از نوع توصیفی و از شاخه کمی - کیفی محسوب می شود. در مرحله کیفی با استفاده از روش تحلیلی محتوا بر روی داده ها ۳۵ شاخص شناسایی گردید. در مرحله کمی با تحلیل عامل اکتشافی در نهایت شاخص های شناسایی شده در قالب ۸ عامل اصلی طبقه بندی گردید. نتایج روش مدل سازی ساختاری تفسیری نشان داد که از دید صاحب نظران، مهم ترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تاریخی شهرستان جیرفت عبارتند از: تقویت مسائل مدیریتی استان در جهت توجه به بخش گردشگری، تقویت زیرساخت های لازم جهت توسعه گردشگری، اعطای تسهیلات لازم به حوزه گردشگری، تقویت تحقیقات بخش گردشگری، ارتقای سطح فرهنگی جامعه و زیرساخت های اجتماعی، تبلیغات در راستای جذب گردشگر، تقویت آموزش در گردشگری، تقویت سرمایه گذاری در حوزه گردشگری. جامعه آماری پژوهش حاضر را کارکنان، خبرگان، صاحب نظران و مسئولین گردشگری فرهنگی جیرفت و کرمان که در ارتباط با گردشگری شهرستان جیرفت هستند، تشکیل می دهند که در این بخش تعداد ۱۷۵ خبره به عنوان نمونه انتخاب شدند. در نتیجه پیشنهادهایی بر مبنای نتایج تحقیق ارائه شد.

کلمات کلیدی: گردشگری تاریخی، توسعه گردشگری، مدل سازی ساختاری تفسیری، جیرفت

مقدمه

گردشگری پدیده ای است که از گذشته دور مورد توجه جوامع انسانی بوده و بر حسب نیازهای متفاوت اجتماعی، اقتصادی و تاریخی به حرکت خود ادامه داده است و با توجه به گسترش ارتباطات و افزایش چشمگیر تعداد جهانگردان و درآمد ارزی حاصل از آن، پیامدهای بسیاری همچون اشتغال را به همراه داشته است. گردشگری در جهان کنونی صنعتی پاک و سومین پدیده اقتصادی پویا، پررونق و رو به توسعه است که پس از صنایع نفت و خودروسازی گوی سبقت را از دیگر صنایع جهانی برده است. (غفاری، ۱۳۸۶) به گونه ای که بر اساس برآورد سازمان جهانی جهانگردی، ارزش وجوه حاصل از جهانگردی و مسافرت در دهه های آتی با سرعتی افزون تر از تجارت جهانی به سطحی بالاتر از اقلام صادراتی در دیگر بخش های اقتصادی خواهد رسید. (سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۸۳).

مبانی نظری

توسعه گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی می تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی در قلمرو ملی باشد. گردشگری به خصوص در زمانی که سود فعالیت های دیگر بخش های اقتصادی در حال کاهش باشد، جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است. بر این مبنا دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه ی محلی است و می تواند امیدهایی را برای کاهش فقر به خصوص در نواحی ای که به نحوی دچار رکود اقتصادی شده اند فراهم آورد.

انواع گردشگری

گردشگری ماجراجویانه: این گروه از گردشگران سعی می کنند با به کارگیری شیوه های جدید یا غیرعادی مهارت ها و توانایی های جسمی خود را در مواجهه با سختی ها و دشواری ها بیازمایند. (آلویا: ۲۰۰۹:۱۹) (رنجبریان و غفاری: ۱۳۹۱)

گردشگری ورزشی: گردشگری ورزشی یکی از حیطه های رو به رشد گردشگری است که مسابقات و رویداد های ورزشی تعداد کثیری گردشگر داخلی و خارجی را جلب می کند. به طور کلی گردشگری مبتنی بر ورزش بخش یا نوعی از گردشگری شناخته می شود که مشتمل بر مشارکت در فعالیت های ورزشی است. (رنجبریان و زاهدی: ۱۳۸۹:۶۸)

گردشگری درمانی: مردمان بسیاری در سراسر جهان برای کسب آرامش و درمان سفر می کنند. این نوع گردشگری شامل افراد و گروه هایی است که برای استفاده از تغییرات آب و هوا، با اهداف پزشکی و درمانی همچون استفاده از آب های معدنی، گذراندن دوره ی نقاهت، معالجه و نظایر آن اقدام به مسافرت می کنند. (رنجبریان و غفاری: ۱۳۹۱)

گردشگری مذهبی: یکی از قدیمی ترین انواع گردشگری که از جمله بزرگترین بخش های بازار سفر به شمار می رود گردشگری مذهبی می باشد. این نوع گردشگری افرادی را شامل می شود که به منظور دیدار از اماکن مقدس یا انجام دادن امور مذهبی مسافرت می کنند. برای مثال چهارده قرن است که همه ساله میلیون ها مسلمان به منظور انجام فریضه حج و زیارت مرقد پیامبر خاتم(صلی الله علیه و آله و سلم) از اقصی نقاط جهان به عربستان سفر می کنند. (رنجبریان و غفاری: ۱۳۹۱)

طبیعت گردی: گردشگری مبتنی بر طبیعت در محیط های بسته ساخت دست بشر(همچون باغ وحش ها، باغ های گیاه شناسی و باغ های پرندگان و آکواریوم ها) و در محیط باز طبیعی قابل انجام است. در این گونه از گردشگری هدف گردشگر می تواند شامل لذت جویی از طبیعت بکر، ماجراجویی، آموزش، گذران اوقات فراغت، تفریح و یا حتی درمان باشد. (رنجبریان و زاهدی: ۱۳۸۹:۷۱) (رنجبریان و غفاری: ۱۳۹۱)

گردشگری قومی: این نوع گردشگری به منظور مشاهده سبک زندگی افراد بومی و اقوام انجام می شود. هدف گردشگری قومی شناخت اقوام مختلف و شرکت در تجربه های آنان است. (پاپلی و سقایی، ۱۳۸۵:۴۶)

گردشگری فرهنگی: گردشگری با انسان و انگیزه ها، خواست ها و نیازها و آرزوهای او که منبعث از فرهنگ جامعه است، ارتباط دارد، به حدی که می توان گفت محرک اصلی گردشگری، در واقع همین اختلاف فرهنگ هاست. گردشگری فرهنگی طبق اصول جهانی به دو نوع تقسیم می شود: ۱- گردشگری نوع اول که دیدار از مکان های ملموس مانند موزه ها، سایت های تاریخی، باستان شناسی، معماری و ... می شود. ۲- گردشگری نوع دوم که شامل آثار میراثی ناملموس مانند آداب و رسوم، فرهنگ، نوع معیشت، جنبه های علمی، مردم شناسی و ... می باشد. (هال و جنکینز، ۱۹۹۵)

گردشگری تاریخی: اشاره به نوعی از گردشگری دارد که در آن سفر و مجموعه آن بر تاریخ مربوط به برخی مکان ها، مردم، اشیا، و یا رخدادها تمرکز دارد. گردشگران تاریخی می روند، می بینند، مطالعه و بحث می کنند و مکانهایی را تجربه می کنند که در آن اتفاقات تاریخی رخ داده است. اماکن تاریخی، تاریخ یک کشور یا منطقه را به تصویر می کشند و در مورد اتفاقات گذشته به ما خبر می دهند. (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۹)

سابقه پژوهش

قنبری و همکاران با بیان جایگاه بالای شهر فرح آباد در داشتن آثار تاریخی - فرهنگی به این نتایج دست یافتند؛ برای توسعه گردشگری تاریخی_ فرهنگی شهر فرح آباد باید مسؤلان به این امر دقت نظر داشته باشند که تا امکانات و زیرساختها تأمین نشود، نمی توان به توسعه گردشگری تاریخی_ فرهنگی امیدوار بود. همچنین نتایج مدل سازی ساختاری نشان داد که عوامل فرهنگی و اجتماعی و عوامل طبیعی و زیست محیطی در پیشبرد توسعه گردشگری در منطقه فرح آباد تأثیر ندارد. بنابراین مسئله مهم و اساسی بیرونقی گردشگری در فرح آباد نبود زیرساختها می باشد. مسؤلان شهرستان باید در نظر داشته باشند با یک برنامه ریزی منسجم و علمی می توانند این منطقه را با توجه به جاذبه های طبیعی و تاریخی به یک منطقه نمونه گردشگری در سطح استان و کشور و حتی جهانی در آورند که این مهم نیازمند سرمایه گذاری و حمایت های دولتی نیازمند است. (قنبری و همکاران، ۱۳۹۴) نتایج پژوهش سعیده زرآبادی و عبدالله حاکی از آن است که تقویت زیرساختهای گردشگری و توسعه توان اقتصادی منطقه از مهم ترین عوامل موثر در توسعه گردشگری منطقه آزاد چابهار می باشند و در این بین می بایست عوامل دیگری چون تجهیز جاذبه های گردشگری، حمایت بخشهای خصوصی، آموزش نیروی انسانی متخصص، تقویت تبلیغات و از بین بردن تصویر ذهنی نامناسب گردشگران نسبت به منطقه نیز مدنظر قرار گیرند. (سعیده زرآبادی و عبدالله، ۱۳۹۲) تقوایی و همکاران در بررسی عوامل موثر برگردشگری شهری کرمانشاه ضعف و بی ثباتی در مدیریت، ضعف تبلیغات، و ناهماهنگی سازمان های مرتبط با گردشگری با مردم را از علل اصلی توسعه نیافتگی این صنعت برشمردند و راهبردهای توسعه، اصلاح نهادهای مدیریتی، به کارگیری مدیریت تخصصی در بخش های گردشگری، ثبات در مدیریت برای اجرای طرح های بلند مدت تقویت تبلیغات و فرایند آگاه سازی در خصوص قابلیت های گردشگری در منطقه و از بین بردن ذهنیت بد گردشگران درباره ی وضعیت امنیتی و فرهنگی منطقه، تعامل و هم فکری بین مسؤلان منطقه سازمان های مرتبط با گردشگری و مردم استفاده از توان های منطقه برای گسترش ورزش های زمستانی و تقویت اکوتوریسم را به عنوان مهم ترین راهبردهای توسعه صنعت گردشگری برآورد کردند. (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۱)

فرضیات تحقیق

در این مطالعه سه سوال جهت آزمون متغیرهای مورد بررسی در تحقیق مطرح می گردد که به شرح ذیل است:

- ۱- عوامل موثر بر توسعه گردشگری تاریخی شهرستان جیرفت کدامند؟
- ۲- دسته بندی و سطح بندی این عوامل به چه شکل است؟
- ۳- راهکارهای ارتقای توسعه گردشگری تاریخی شهرستان جیرفت کدامند؟

منطقه مورد مطالعه

جیرفت با وسعت « ۱۳۷۹۸/۶۱۹ » کیلومتر مربع ، در فاصله بیش از ۱۵۰۰ کیلومتری تهران و حدود ۱۰۰ کیلومتری جنوب بین النهرین، در استان کرمان در کرانه هلیل رود و دامنه های جنوبی جبالبارز، در موقعیت جغرافیایی " ۱۳° ۴۰' ۲۸° شمالی و " ۱۳° ۴۴' ۵۷° شرقی است. این شهر با ۶۵۰ متر ارتفاع از سطح دریا و ۲۰۹,۷۴۶ جمعیت ، واقع در ۲۳۰ کیلومتری جنوب شرقی شهر کرمان و ۱۳۷۵ کیلومتری جنوب شرق تهران است و در بستر ژئومورفولوژیک گسترده ای قرار گرفته است که دهانهی طبیعی آن در جهت تنگه هرمز به خلیج فارس و دریای عمان گشوده می شود (نقشه ۲، ۱) جیرفت از شرق به استان سیستان و بلوچستان، از غرب به شهرستان های بافت و سیرجان، از شمال و شمال شرق به جبال بارز و ساردوئیه و شهرستان بهم و از جنوب به استان هرمزگان محدود می شود. (سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، ۱۳۸۳ ، ص ۳)



نقشه ی ۱: موقعیت جیرفت در استان کرمان به همراه راه های دسترسی و شهر ها و شهرستان های مهم (مرکز کرمان شناسی، ۱۳۸۵، صص ۱۱۰-۱۱۱)

روش تحقیق

از نظر جمع آوری اطلاعات، روش به کار گرفته شده در این پژوهش آمیزه ای از روش های کتابخانه ای، پیمایشی و میدانی است. روش کتابخانه ای، عمدتاً به منظور مطالعه ادبیات موضوع و بررسی سابقه ی تحقیق و آشنایی با تجربیات صورت گرفته است. روش میدانی به منظور شناخت و ارزیابی تأثیر عوامل موثر بر توسعه ی گردشگری تاریخی شهرستان جیرفت بکار گرفته می شود؛ و در نهایت به منظور جمع آوری داده ها، پیمایشی بر روی نمونه ی تحقیق انجام شده است. در این پژوهش ابتدا عوامل مختلف از منابع گوناگون گردآوری شده و سپس با نظر خبرگان تعداد ۳۵ عامل به عنوان مهم ترین عوامل موثر انتخاب و در قالب پرسشنامه طراحی شده اند.

جامعه آماری و حجم نمونه

جامعه ی آماری این پژوهش، کارکنان، خبرنگاران، صاحب نظران و مسئولین گردشگری فرهنگی جیرفت و کرمان که در ارتباط با گردشگری شهرستان جیرفت هستند می باشند. در مرحله اول بر اساس تحلیل عاملی باید ۵ برابر تعداد متغیرها به عنوان نمونه انتخاب شود. تعداد ۳۵ متغیر داریم در نتیجه حجم نمونه ۱۷۵ نفر است. در مرحله دوم در اجرای مراحل ISM با نظر ده خبره روند تکنیک پیش رفته است.

روایی و پایایی

در این پژوهش به منظور بررسی روایی محتوایی، در تهیه ی عوامل موثر بر توسعه گردشگری تاریخی، از مؤلفه های موجود در ادبیات پیشین در این حوزه استفاده شده است. در نهایت، با استفاده از نظر خبرگان و صاحب نظران دانشگاهی و اجرائی و تعدادی متخصصین باتجربه پرسشنامه ها در چندین مرحله تعدیل یافتند. همچنین با اجرای تحلیل عاملی بر روی داده های پرسشنامه روایی سازه آن نیز مورد تایید قرار گرفت. در این پژوهش به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. با استفاده از نرم افزار SPSS ضریب آلفای کرونباخ مساوی با ۰,۹۳۱ برآورد شد که رقمی بسیار مناسب و قابل قبول است

تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی

تهیه و تنظیم پرسشنامه و تحلیل آن

تعداد ۳۵ شاخص برای طراحی پرسشنامه با استفاده از ادبیات پژوهش و نظرات کارشناسان و خبرگان در زمینه گردشگری شهرستان جیرفت به دست آمد.

جمع آوری و دسته بندی داده ها

سوال های پرسشنامه شامل ۳۵ عامل موثر بر توسعه گردشگری تاریخی شهرستان جیرفت می باشد و بر مبنای طیف لیکرت و بر اساس پنج گزینه (خیلی کم تا خیلی زیاد) طراحی گردیده است. پایایی ابزار گردآوری داده ها با ضریب آلفای کرونباخ ۰,۹۳۱ بود که مناسب است. با هماهنگی های انجام شده، پرسشنامه بین کارکنان، خبرگان، صاحب نظران و مسئولین گردشگری فرهنگی جیرفت و کرمان که در ارتباط با گردشگری شهرستان جیرفت هستند، توزیع شد. از پاسخ به پرسشنامه ها داده ها جمع آوری گردید. برای طبقه بندی ۳۵ شاخص از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. تعداد نمونه لازم برای بررسی تحلیل عاملی باید حداقل ۳ تا ۵ برابر تعداد شاخص های مورد سنجش باشد. (Knapp & Brown, ۱۹۹۵) که در این بخش ۱۷۵ پرسشنامه طراحی شده تکمیل شد. از دو آزمون ابتدایی برای سنجش تناسب داده ها جهت انجام تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. آزمون اول بررسی کفایت نمونه گیری کایزر-میل-اولکین (KMO) بود که میزان آن بین صفر و یک متغیر است. در صورتی که مقدار KMO کمتر از ۰,۵ باشد. داده ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهد بود و اگر مقدار آن بین ۰,۵ تا ۰,۶۹ باشد می توان با احتیاط بیشتر به تحلیل عاملی پرداخت اما در صورتی که مقدار آن بزرگتر از ۰,۷ باشد همبستگی های موجود بین داده ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهد بود. (Field, ۲۰۰۹)

آزمون دوم آزمون بارتلت بود که فرض صفر را می سنجد. این آزمون بررسی می کند چه هنگام ماتریس همبستگی، شناخته شده است (از نظر ریاضی ماتریس واحد و همانی) و بنابراین برای شناسایی ساختار (مدل عاملی) نامناسب می باشد. (Barlett, ۱۹۵۴)

بر اساس خروجی نرم افزار SPSS هشت عامل استخراج شد. همانطور که مشاهده می شود عامل های ۱ تا ۸ دارای مقادیر ویژه بزرگتر از ۱ هستند و در تحلیل باقی می مانند. اگر عامل های به دست آمده با روش varimax چرخش دهیم، عامل های ۱ تا ۸ به ترتیب و در مجموع از واریانس را در بر دارند.

برایند نظر خواهی از کارشناسان در مورد ارتباط عوامل

پس از جمع آوری پرسشنامه ها، نظرات خبرگان جمع شد. تجمیع نظرات بر اساس فراوانی نظرات صورت گرفت. در نهایت برایند نظرات مورد محاسبه قرار گرفت که در جدول زیر این برایند محاسبه شده ارائه می گردد:

برایند نظر خواهی در مورد ارتباط عوامل

۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	j i
	O	A	V	O	O	X	X	۱
		O	A	A	O	O	V	۲

	O	V	O	V	V	۳
		A	X	A	X	۴
			O	X	V	۵
				A	O	۶
					X	۷
						۸

تشکیل ماتریس دستیابی

با تبدیل نمادها ماتریس SSIM به اعداد صفر و یک می توان به ماتریس دستیابی رسید.

تشکیل ماتریس دستیابی

۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	j
								i
۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱
۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۲
۱	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۳
۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۴
۱	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۵
۰	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۶
۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۷
۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۸

تشکیل ماتریس دسترسی نهایی

پس از اینکه ماتریس اولیه دستیابی به دست آمد، میبایست سازگاری درون آن برقرار شود.

ماتریس دسترسی نهایی

نفوذ	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	j
------	---	---	---	---	---	---	---	---	---

									i
۷	۱	۱	۱*	۱*	۱	۰	۱*	۱	۱
۵	۱	۱*	۰	۰	۱*	۰	۱	۱*	۲
۸	۱	۱	۱*	۱	۱*	۱	۱*	۱	۳
۶	۱	۱*	۱	۰	۱	۰	۱	۱*	۴
۷	۱	۱	۱*	۱	۱	۰	۱	۱*	۵
۴	۱*	۰	۱	۰	۱	۰	۱*	۰	۶
۷	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱*	۱	۷
۷	۱	۱	۱*	۱*	۱	۰	۱*	۱	۸
	۸	۷	۷	۵	۸	۱	۸	۷	وابستگی

تعیین سطوح مدل

پس از محاسبه ماتریس دسترسی نهایی، باید سطوح مدل مشخص گردد. بدین ترتیب مجموعه ورودی ها و خروجی های هریک از عوامل مشخص می گردد و چنانچه خروجی ها و مجموعه مشترک محاسبه شده یکسان باشد، آن عامل مربوط به همان سطح می باشد.

جدول تعیین عوامل سطح اول

عوامل	مجموعه دستیابی	مجموعه پیش فرض	مجموعه مشترک	سطح
۱	۱,۲,۴,۵,۶,۷,۸	۱,۲,۳,۴,۵,۷,۸	۱,۲,۴,۵,۷,۸	
۲	۱,۲,۴,۷,۸	۱,۲,۳,۴,۵,۶,۷,۸	۱,۲,۴,۷,۸	۱
۳	۱,۲,۳,۴,۵,۶,۷,۸	۳	۳	
۴	۱,۲,۴,۶,۷,۸	۱,۲,۳,۴,۵,۶,۷,۸	۱,۲,۴,۶,۷,۸	۱
۵	۱,۲,۴,۵,۶,۷,۸	۱,۳,۵,۷,۸	۱,۵,۷,۸	
۶	۲,۴,۶,۸	۱,۳,۴,۵,۶,۷,۸	۴,۶,۸	
۷	۱,۲,۴,۵,۶,۷,۸	۱,۲,۳,۴,۵,۷,۸	۱,۲,۴,۵,۷,۸	
۸	۱,۲,۴,۵,۶,۷,۸	۱,۲,۳,۴,۵,۶,۷,۸	۱,۲,۴,۵,۶,۷,۸	۱

تعیین عوامل سطح دوم

عوامل	مجموعه دستیابی	مجموعه پیش فرض	مجموعه مشترک	سطح

	۱, ۵, ۷	۱, ۳, ۵, ۷	۱, ۵, ۶, ۷	۱
	۳	۳	۱, ۳, ۵, ۶, ۷	۳
	۱, ۵, ۷	۱, ۳, ۵, ۷	۱, ۵, ۶, ۷	۵
۲	۶	۱, ۳, ۵, ۶, ۷	۶	۶
	۱, ۵, ۷	۱, ۳, ۵, ۷	۱, ۵, ۶, ۷	۷

تعیین عوامل سطح سوم

عوامل	مجموعه دستیابی	مجموعه پیش فرض	مجموعه مشترک	سطح
۱	۱, ۵, ۷	۱, ۳, ۵, ۷	۱, ۵, ۷	۳
۳	۱, ۳, ۵, ۷	۳	۳	
۵	۱, ۵, ۷	۱, ۳, ۵, ۷	۱, ۵, ۷	۳
۷	۱, ۵, ۷	۱, ۳, ۵, ۷	۱, ۵, ۷	۳

تعیین عوامل سطح چهارم

عوامل	مجموعه دستیابی	مجموعه پیش فرض	مجموعه مشترک	سطح
۳	۳	۳	۳	۴

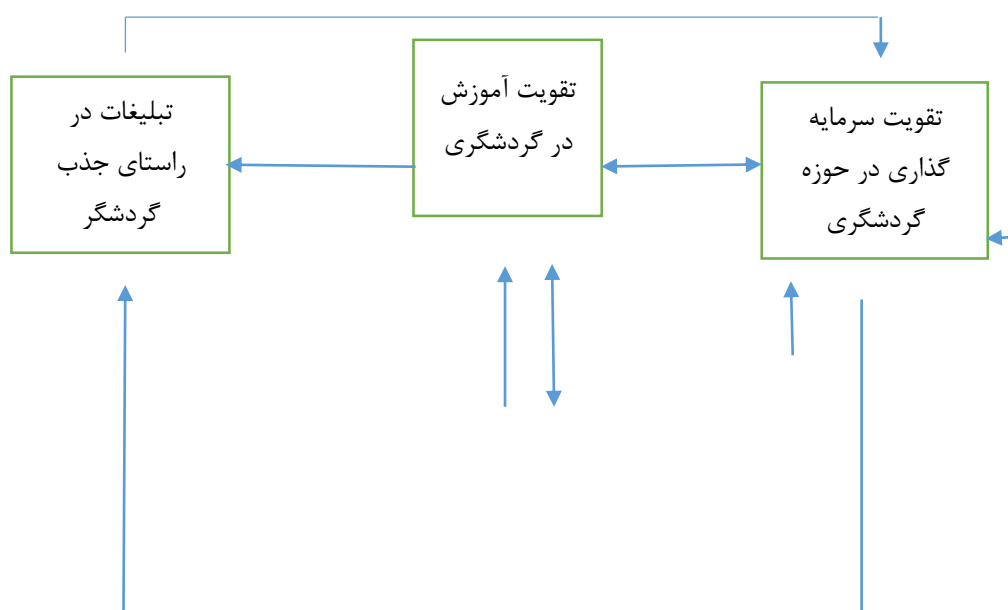
ترسیم مدل نهایی مدل عوامل موثر بر توسعه گردشگری تاریخی

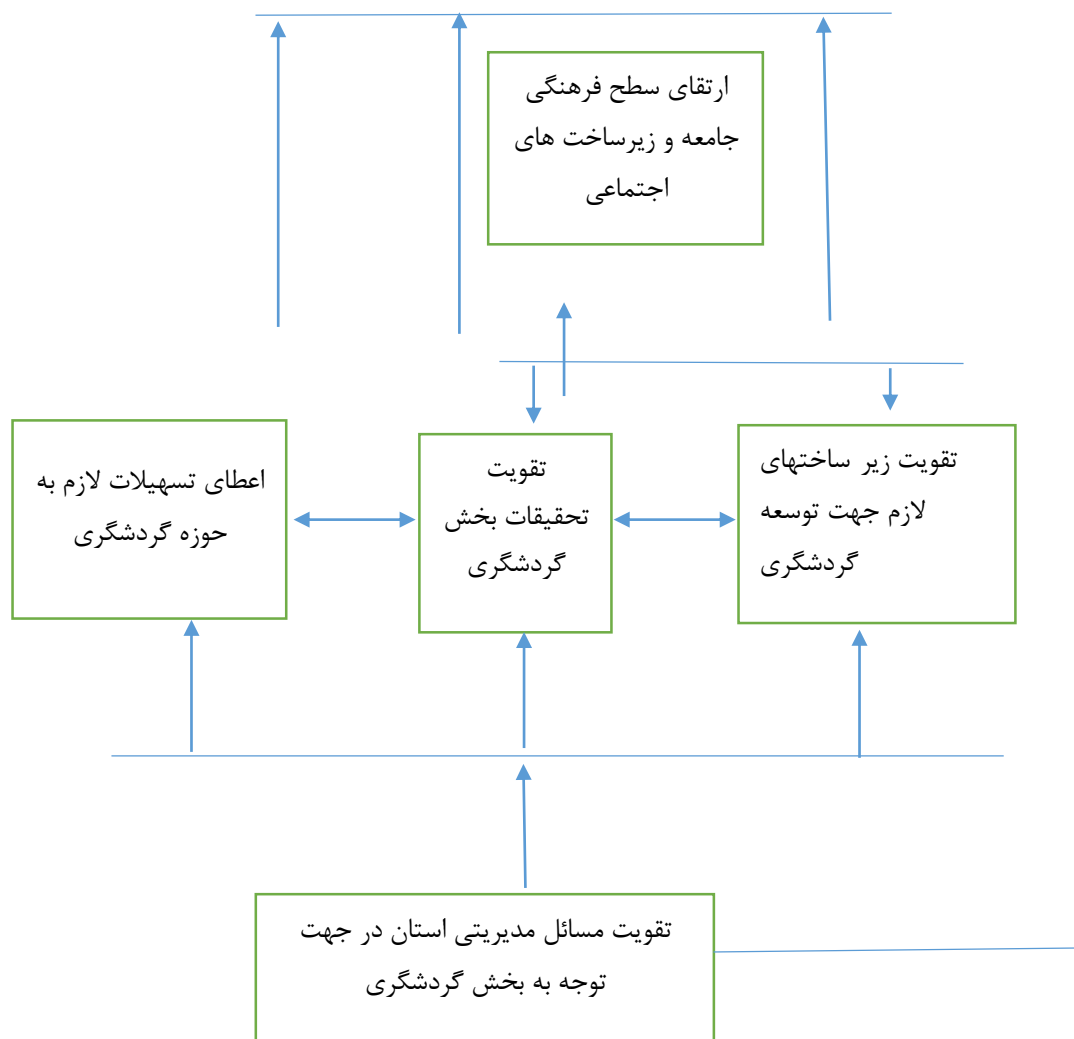
سطح اول: تبلیغات در راستای جذب گردشگر، تقویت آموزش در گردشگری، تقویت سرمایه گذاری در حوزه گردشگری

سطح دوم: ارتقای سطح فرهنگی جامعه و زیرساخت های اجتماعی

سطح سوم: تقویت زیرساخت های لازم جهت توسعه گردشگری، اعطای تسهیلات لازم به حوزه گردشگری، تقویت تحقیقات بخش گردشگری

سطح چهارم: تقویت مسائل مدیریتی استان در جهت توجه به بخش گردشگری





مدل نهایی چهار سطحی عوامل موثر بر توسعه گردشگری تاریخی

نتایج تحقیق

پس از آن که مولفه های اصلی با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی استخراج شد، این عوامل جهت طراحی پرسشنامه دوم مورد استفاده قرار گرفتند. پس از طراحی، پرسشنامه بین ۱۰ خبره مرتبط با بحث توزیع شد. تجمیع نظرات بر اساس فراوانی یعنی مد صورت گرفت. در نهایت برآیند نظرات مورد محاسبه قرار گرفت که در جدول ۴-۱۰ این برآیند محاسبه شده قابل مشاهده است. با تبدیل نمادهای روابط ماتریس SSIM به اعداد صفر و یک بر اساس قواعد گفته شده در فصل سوم می توان به ماتریس دستیابی رسید پس از آن که ماتریس دسترسی اولیه به دست آمد، باید سازگاری درونی بین درایه ها برقرار شود. که چگونگی برقراری آن در فصل سوم شرح داده شده و در فصل چهارم به طور مفصل به آن پرداخته شده است. پس از محاسبه ماتریس دسترسی نهایی، باید سطوح مدل مشخص گردد که این سطوح به صورت زیر می باشد:

سطح اول: تبلیغات در راستای جذب گردشگر، تقویت آموزش در گردشگری، تقویت سرمایه گذاری در حوزه گردشگری

سطح دوم: ارتقای سطح فرهنگی جامعه و زیرساخت های اجتماعی

سطح سوم: تقویت زیرساخت های لازم جهت توسعه گردشگری، اعطای تسهیلات لازم به حوزه گردشگری، تقویت تحقیقات بخش گردشگری

سطح چهارم: تقویت مسائل مدیریتی استان در جهت توجه به بخش گردشگری

پیشنهادهای کاربردی

با توجه به مدل نهایی عوامل موثر بر گردشگری تاریخی تقویت مسائل مدیریتی استان در جهت توجه به بخش گردشگری در سطح اول قرار می گیرد؛ لذا توصیه می شود:

- ۱- در انتخاب مسئولین ارگان ها از کارشناسان مجرب و متخصص استفاده گردد.
- ۲- هماهنگی لازم بین ادارات و ارگان های مختلف که در ارتباط به گردشگری تاریخی شهرستان هستند در قالب تشکیل کمیته هماهنگی، صورت گیرد.

سه عامل در سطح دوم مدل نهایی قرار دارند، به منظور تقویت زیرساخت های لازم پیشنهادهای زیر توصیه می گردد:

- ۱- ساخت دهکده های گردشگری در نزدیکی جاذبه های تاریخی
- ۲- توسعه ی موزه ی تاریخی شهرستان هم از لحاظ فضایی هم از لحاظ آثار مکشوفه

به منظور تقویت تحقیقات گردشگری پیشنهاد های زیر توصیه می گردد:

- ۱- حمایت از تحقیقات دانشگاهی توسط اداره میراث فرهنگی کرمان
- ۲- حمایت و اجرای طرح های توسعه گردشگری در منطقه

در راستای اعطای تسهیلات به بخش گردشگری پیشنهادهای زیر توصیه می گردد:

- ۱- بهبود تسهیلات تفریحی (مانند ایجاد شهربازی، فضای سبز و...) در نزدیکی جاذبه های تاریخی
- ۲- ارائه تورهای جیرفت گردی توسط آژانس ها به مدارس و دانشگاه ها

سطح سوم مدل ارتقای سطح فرهنگی و زیرساخت های اجتماعی می باشد در این راستا راهکارهای زیر پیشنهاد می گردد:

- ۱- آموزش و اطلاع رسانی به مردم در مورد ارزشهای فرهنگی موجود در شهرستان و نحوه برخورد با گردشگران، بدین ترتیب، زمینه های احساس تعلق خاطر بیشتر به میراث فرهنگی در بین مردم بومی به وجود آمده و همچنین از ایجاد تنش بین ساکنان محلی منطقه و گردشگران جلوگیری میگردد.

- ۲- معرفی مزیت های اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی گردشگری به مردم شهرستان از طریق گفتگوی مسئولین با مردم در جشن ها و مراسمات مختلف

سه عامل باقیمانده در سطح چهارم مدل قرار گرفتند؛ به منظور تقویت سرمایه گذاری در بخش گردشگری راهکارهای زیر پیشنهاد می گردد:

- ۱- ترغیب و تشویق بخش خصوصی به مشارکت در طرح های گردشگری از طریق حمایت های دولتی همچون وام های کم بهره، واگذاری زمین با قیمت مناسب و ...

- ۲- سرمایه گذاری دولتی و خصوصی در زمینه مشاغل سنتی و حمایت از این قشر

به منظور تقویت آموزش در زمینه گردشگری راهکارهای زیر توصیه می گردد:

- ۱- ایجاد موسسات گردشگری به منظور تربیت راهنمای تور، آموزش بازاریابی، اعطای مدرک فنی برای تاسیس دفاتر خدمات مسافرتی و
 - ۲- آموزش های سالانه برای کارگزاران و مسئولین گردشگری شهرستان به منظور آشنایی با آخرین تحولات گردشگری و گرفتن پیشنهاد های موثر از این افراد جهت توسعه گردشگری منطقه
- به منظور انجام تبلیغات در راستای جذب گردشگر پیشنهاد های زیر عنوان می گردد:
- ۱- حمایت از چاپ و نشر مجلات تخصصی گردشگری به منظور معرفی شهرستان از لحاظ تاریخی، جغرافیایی، گردشگری، مردم شناسی، مشاهیر و ...
 - ۲- ایجاد خدمات الکترونیک در راستای جذب گردشگر (مثل رزرو و اجاره وسایل نقلیه، اخذ بلیط هواپیما، اتوبوس، قطار ...، خرید برنامه های سفر و تورهای مختلف)

منابع

- پاپلی یزدی، محمدحسین، سقایی، مهدی، (۱۳۸۵)، گردشگری پایدار (ماهیت و مفاهیم)، انتشارات سمت، تهران.
- تقوایی، مسعود و وارثی، حمیدرضا و صفرآبادی، اعظم (۱۳۹۱). عوامل موثر در توسعه گردشگری شهری کرمانشاه، جغرافیا (فصلنامه علمی-پژوهشی انجمن جغرافیای ایران) سال دهم، شماره ۳۳
- رنجبریان، بهرام، زاهدی، محمد، (۱۳۸۹)، شناخت گردشگری، اصفهان، انتشارات چهار باغ، صص ۷۹-۵۱. سازمان ایرانگردی و جهانگردی (۱۳۷۶)، راهنمای سیاحتی ایران.
- رنجبریان، بهرام، غفاری، محمد (۱۳۹۱) گونه شناسی گردشگری بر اساس انگیزه های سفر به عنوان مبنایی برای بخش بندی بازار گردشگری، اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین
- سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح (۱۳۸۳) فرهنگ جغرافیایی آبادی های استان کرمان، شهرستان جیرفت، ج ۵، تهران : سازمان جغرافیایی وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح، چاپ اول
- سعیده زرآبادی ، زهرا سادات و عبدالله، بهار. (۱۳۹۲) ارزیابی عوامل موثر در توسعه صنعت گردشگری منطقه آزاد چابهار با بهره گیری از روش فرایند تحلیل شبکه ای (ANP) ، نشریه علمی -پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، شماره ۶
- غفاری، ر . ۱۳۸۶ . گردشگری و توسعه پایدار شهری .مجله سپهر، - (۶۳) ۱۶ .
- قنبری، سیروس، علی زاده، محمدرضا، اسلام فرد، فاطمه، فتوحی اردکانی، محمد (۱۳۹۴) ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری تاریخی_فرهنگی با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری (SEM) (مطالعه موردی: شهر تاریخی فرح آباد)، فصلنامه فضای جغرافیایی، سال پانزدهم، شماره ۴۹، بهار ۱۳۹۴
- مرکز کرمان شناسی (۱۳۸۵) کرمان در یک نگاه ، کرمان: مرکز کرمان شناسی، چاپ چهارم
- Alvia, Eric, Libosada, Carlos, (۲۰۰۹), Tourism Development for LGUs, Private Sector Promotion Program Publishing.
- Bartlett MS. (۱۹۰۴), A note on multiplying factors for various chi-squared approximations. Journal of the Royal Statistical Society, Series B, ۱۶, ۲۹۶-۸
- Field , A. , (۲۰۰۹), Discovering Statistics Using SPSS. ۳th Edition, Sage Publications Ltd: London and public policy. London: Routledg Hall, C. M., & Jenkins, J. M. (۱۹۹۰). Tourism

Knapp TR, Brown JK.)'990(, Ten measurement commandments that often should be broken,
Research in Nursing & Health)^, 860-9