مدیریت شهری
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 Winter 2016
۳۲۱-۳۳۸
زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۲/۲۴ زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۵/۶/۱۵

بررسی تاثیر مدیریت گردشگری در تحولات اجتماعی و فرهنگی شهر قم

لیلا ایلخانی- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر ری، تهران، ایران.
مجید ولی شریعت پناهی- دانشیار گروه جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره)، شهر ری، تهران، ایران.
محمد آقازاده- کارشناسی ارشد برنامه ریزی توریسم، مدرس دانشگاه پیام نور و علمی کاربردی شهر قم، قم، ایران.
الهام مقدم نیا* - دانشجوی دکتری مدیریت تکنولوژی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

چکیده
گردشگری به عنوان یک صنعت در آمدزا و از همه مهمتر وسیله ای ارتباطی بین ملتها و اقوام مختلف در جهان و آشنایی با مردم دنیا با همدیگر مورد توجه همه کشورها بوده است. صنعت گردشگری استراتژی اقتصادی و فرهنگی دوران مدرن و پسامدرن محسوب می شود و تاثیرات زیادی را در حیطه های فرهنگی و اجتماعی جامعه برجای می گذارد و هر جامعه بنا بر موقعیت خودش می تواند بر گردشگران تاثیر بگذارد و یا از آن متاثر بشود. در سالهای اخیر شهر قم بدلیل موقعیت ویژه‌اش در مرکز ایران و نیز رشد گردشگری ناشی از وجود بارگاه مطهر حضرت معصومه(ع) و مسجد مقدس جمکران، سالیانه ۱۸-۲۰میلیون گردشگر را از نقاط مختلف کشور و دنیا به خود جلب کرده است و تحقیق حاضر، تاثیرات گردشگری بر فرهنگ و اجتماع شهر قم را مورد توجه قرار داده که بصورت پرسشنامه‌ای و تصادفی بین ۲۰۰ نفر از گروه های مختلف فرهنگی توزیع و بعد از گردآوری اطلاعات، بر اساس سامانه spss تجزیه وتحلیل شده است و مشخص شده که فرهنگ شهر قم تحت تاثیر روابط، ارتباطات، نوع پوشش، روحیه مهمان نوازی، بهداشت و غیره گردشگران قرار گرفته است و رابطه معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: گردشگری،گردشگری مذهبی، تحولات فرهنگی- اجتماعی، شهر قم.

A revision at tourism impression on Qum cultural and social evolutions

Abstract
Tourism as a profitable and the most important of all as a means of international communication among different nations and races in the world and also people familiarization with each other has always been noted by all countries. Tourism is considered as economic and cultural strategy in postmodern and civility time and leaves a great impression on society cultural and social environment and depends on the situation, in return each society and can affect or be affected by tourism. In the recent years and being located in center of Iran and tourism growth due to holding holy shrine of here excellency Masoomeh (peace be upon her and her family) and also Jamkaran Mosque, Qum city has attracted 18 -20 million tourists from Iran and all over the world. The presented research has noted tourism impression on Qum people's culture and society. This research has been conducted based on questionnaires whish were randomly distributed among different cultural groups and the data gained from questionnaires were analyzed using SPSS software. After analyzing the data it was determined that Qum has been affected by tourists' relationship, outfit and communications and there is a meaningful relationship between these tourists' features and Qum's people's hospitality morale and city hygiene.

Keywords: Tourist , Religious Tourism, Cultural and Social Development , Qom city

* نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس: ۲۲۵۳۱۸۱۷ ؛ رایانامه: mogadamnia19@yahoo.com

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

مقدمه

از نیمه دوم قرن بیستم میلادی تاکنون تعداد گردشگران بین المللی با سرعتی باور نکردنی رو به گسترش نهاده است،سرزمینهای بسیاری به عنوان مقاصد جدید و نیز بازارهای سمت تقاضای سفر شکل گرفته اند و صنعت گردشگری در آغاز هزاره سوم، به یکی از سه کسب و کارجهان مبدل گردیده است و همراه صنعت خودروسازی و نفت قرار گرفته است. حجم در آمدهای حاصل از کسب وکارگردشگری بسرعت در حال افزایش است و علیرغم چالشهای جدی که این صنعت بخصوص در آغاز قرن بیست و یکم به آن مواجه گردید، همچون تروریسم، بلایای طبیعی و بیماری عفونی، روند رو به رشد آن حداقل در طی دهه آینده همچنان روشن و امیدوارکننده است. برطبق گزارش WTO در سال ۱۹۹۰حدود ۴۳۶ میلیون نفر با در آمد ۲۶۴ میلیارد دلار سفر رفته بوده اند و این آمار در سال ۲۰۰۷ بترتیب برابر بوده با ۹۰۳ میلیون نفر و ۸۵۶ میلیارد دلار (پژوهشکده میراث فرهنگی وگردشگری کشور، ۲۰۰۷).

تعاملات فرهنگی و اجتماعی حاصل از توسعه گردشگری مناطق مختلف و جهان را تحت تاثیر قرار داده و جهانگردی به عنوان ابزاری برای توسعه صلح جهانی و گفتگوی بین تمدنها به رسمیت شناخته شده است و گردشگری بیش از آنکه یک فعالیت اقتصادی باشد، مبین یک ارتباط فرهنگی متشکل از عناصر گردشگری جامعه میزبان یا مواجه شوندگان و بستر می باشد. ابعاد اجتماعی مترتب بر ارتباط میان گردشگران و مواجه شوندگان متشکل از جوانب اجتماعی، کلامی، تندرستی، مذهبی و اخلاقی می باشد. ارتباط میان صنعت گردشگری و جامعه میزبان و فرهنگ یک ارتباط دیالتیک و دو سویه است؛ به عبارت دیگر، گردشگری و فرهنگی نباید به عنوان دو مفهوم مجزا و مستقل نگریسته شوند. چارلسن و جعفری (charlsen&jafari) دوسویه بودن این رابطه را در قالب دو واژه فرهنگی شدن صنعت گردشگری و توریستی شدن جامعه میزبان تعبیر کرده اند (charlsen&jafari,۱۹۹۶).

فرهنگ جامعه میزبان و گردشگران ممکن است برای مدتی طولانی با یکدیگر تماس حاصل کنند و در آنها تبادل ایده و محصول اتفاق افتد و در طول زمان به همگرایی بین فرهنگ منجر شود؛ در تعیین ماهیت این فرایند عواملی چون تفاوتهای فرهنگی و سطح تماس و موقعیت فرادست و فرودست دخالت دارند (همایون، ۱۳۸۱، صص۶۴-۷۷).

وجود برتریهای فرهنگی و میزان آن تاثیر مستقیمی بر یکسان سازی فرهنگی دارد. این فرآیند به انواع گوناگون فرآیند جایگزینی، فرآیند افزایش، فرآیند تلفیقی، فرآیند فرهنگ زدایی، فرآیند نوآوری، فرآیند دفع و غیره تقسیم می شود و در این فرآیند رگه های فرهنگی جایگزین، فرهنگ زدایی و نیز خرده فرهنگ های ایجاد می شود که در توسعه تحولات فرهنگی نقش مهمی دارند (سیمین تولایی، ۱۳۸۶، صص ۸۰-۸۷). با این وجود، نقش گردشگری در تحولات فرهنگی و اجتماعی بسیاری از کشورها تاثیر بسزایی داشته و چنین تاثیری را در بعدهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و مذهبی میتوان مشاهده کرد و از سوی کشور ایران دارای جاذبه های غنی می باشد و در این قبال هر استان و شهرهای ایران با توجه به نوع گردشگری که دارد از تاثیرات آن بی بهره نمی شود و چنین تاثیراتی دارای تحولات مختلفی را در پی خواهد داشت.

در میان استانهای کشور، استان قم بخصوص شهر مقدس قم دومین شهر گردشگری مذهبی کشور، سالانه پذیرائی ۱۸-۲۰ میلیون گردشگر مذهبی داخلی و خارجی می باشد و چنین آمارگردشگری در شهر متاثر از وجود بارگاه مطهر حضرت معصومه (س) و مسجد مقدس جمکران و سایر امامزادگان و حوزه علمیه می باشد و مطمئنا با وجود چنین آمارگردشگری در سال، تحولاتی بر فرهنگ و اجتماع شهر قم تاثیر خواهد گذاشت و جامعه میزبان (شهر قم) با برخورد و تماس با فرهنگهای مختلف فرهنگی

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

و اجتماعی متاثر می شود و در این قبال متاثرات گردشگری فرهنگی، اجتماعی مقصد بصورت منفی و یا مثبت خواهد بود. با این وجود پژوهش حاضر، به بررسی و تاثیرات گردشگری بر تحولات اجتماعی و فرهنگی شهر قم پرداخته است. برای آزمودن فرضیات مذکور و پاسخ به سوالات ورسیدن به اهداف پژوهش، پرسشنامه ای طرح شده که بعد از مطالعات میدانی و تجزیه و تحلیل از طریق سیستم spss، نتیجه چنین پژوهشی بیان شده است.

مواد و روشها

پژوهش حاضر جهت بررسی تاثیرات گردشگری بر فرهنگ و اجتماع شهر قم اهداف ذیل را دنبال می کند: ۱. تاثیر گردشگری برتحولات فرهنگی شهر قم و ۲. تاثیرات گردشگری برتحولات محیط اجتماعی شهر قم. سوالات؛ جهت بررسی و آگاهی از پژوهش، سوالات ذیل مطرح می شود: ۱. آیا صنعت گردشگری در توسعه و تحولات اجتماعی و فرهنگی شهر قم تاثیر داشته است؟ و ۲. آیا صنعت گردشگری تاثیرات مثبتی بر شهر قم داشته یا منفی بوده است؟ فرضیات؛ این پژوهش بر مبنای دو فرضیه مطرح می شود: ۱. بنظر می رسد گردشگری بر توسعه وتحولات اجتماعی و فرهنگی شهر قم تاثیر گذاشته است؛ و ۲. بنظر می رسد با توجه به نقش مذهبی بودن شهر قم،فرهنگ و اجتماع شهر قم با وجود سیل عظیم گردشگران کمتر دست خوش چنین تحولاتی شده باشد.

روش تحقیق: تحقیق حاضر از نوع پژوهشهای موردی، و برحسب محتوا از نوع تحقیقات کاربردی، و از نظر ماهیت از نوع روشهای توصیفی- تحلیلی است که به تعیین و تفسیر متغیرهای وابسته پرداخته است. جامعه آماری این تحقیق، مردم عادی و بومی ساکن شهر قم بخصوص اطراف آستانه مقدسه که به شغلهای مختلف مثل مغازه داری، امنیتی (نیروی انتظامی)، فرهنگیان، دانشجویان و غیره که بیش از ۷ سال ساکن شهر قم بوده اند، پرداخته شده است. بر این اساس، با توجه به تاثیرات گردشگری و نگرشهای مختلف مردم نسبت به گردشگری، تعداد ۲۰۰ پرسشنامه با جامعه آماری ۲۰۰۰ نفر در خصوص فرضیات تحقیق طراحی شده است و دلیل انتخاب این نوع افراد، به جهت ارتباط مستقیم و تاحدودی غیرمستقیم و دارای آگاهی به مسائل اجتماعی که تاثیرات گردشگری را از بعدهای مختلف تشخیص و تفسیر می کنند انتخاب و بررسی شده است و روش نمونه گیری بصورت تصادفی در این تحقیق انجام شده است. مهمترین مفاهیم مورد آزمون در این تحقیق، مسائل غیر ملموس مثل فرهنگی و اجتماعی که بصورت مستقیم متاثر از صنعت گردشگری هستند انتخاب شده‌اند و در فرآیند تحقیق، داده ها حاصل بررسیهای میدانی از طریق مطالعات و پرسشنامه در قالب سامانه SPSS تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند.

مبانی نظری

تاثیرات فرهنگی و اجتماعی گردشگری

در بررسی تاثیرات بالقوه گردشگری عوامل متعددی در نوع و میزان روابط میان جامعه و گردشگران تاثیرگذار است؛ بطور کلی چهار موقعیت در تعامل دوسویه فرهنگی میان مواجهه شوندگان و گردشگران دخالت دارد:

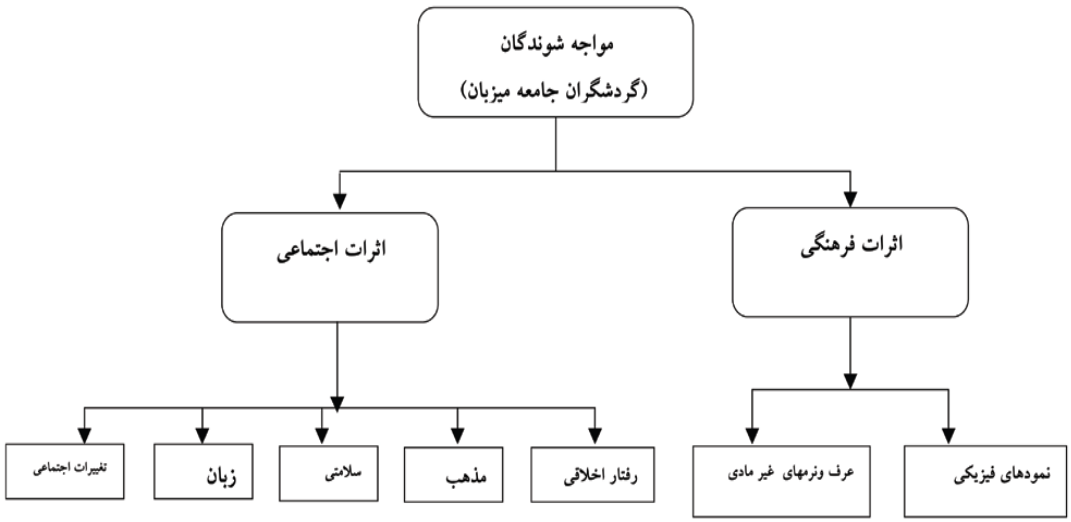
۱.موقعیت فرهنگی: موقعیت فرهنگی، حکایت از میزان سنخیت و یا عدم سنخیت ویژگیهای قومیتی، جلوه های فرهنگی و میزان پای بندی به آنها دارد.

۲.موقعیت ارتباطی: موقعیت ارتباطی ،برگرفته از نمادها،زبان و ارتباطات غیرکلامی و میزان توافق و وفاق میان جامعه گردشگر و جامعه میزبان است.

۳.موقعیت اقتصادی: چنین توانایی اقتصادی در جامعه و میزان حضور آنها در عرصه فعالیتهای اقتصادی و خصوصا فعالیتهای گردشگری می باشد.

۴.موقعیت جمعیتی و جغرافیایی: این موقعیت حکایت از تراکم و نسبت جمعیت دو گروه دارد که خود نیز تابعی از سهولت رفت و آمد به مکان گردشگری می باشد.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]



شکل (۱) - ابعاد روابط فرهنگی واجتماعی مواجه شوندگان (تولائی،۱۳۸٦،ص۸٦)

با این وجود بعد فرهنگی نیز از نمودهای فیزیکی و غیر عادی متاثر می شود که در شکل ۱ ترسیم شده است که در جامعه میزبان اتفاق می افتد.

جنبه های اصلی گردشگری اجتماعی

جامعه شناسی، علم شناخت جامعه، شناخت ارتباطات و رفتارهای جمعی است و چنین ارتباطاتی بین میزبان و گردشگر به مثابه یک پدیده جامعه شناختی، شناسایی و مورد ارزیابی قرار می گیرد و در این صورت جنبه های مختلفی از گردشگران اجتماعی وجود دارد که بشرح ذیل بیان می شوند:

۱.حضور گردشگران در مناطق خاص می تواند روی الگوی های زندگی افراد بومی اثر بگذارد؛

۲.روش زندگی مردم کشورهای خاص می تواند به دلیل حضور گردشگران تغییر پیدا کند، بویژه اگر به نسبت تعداد ساکنان محلی، تعداد گردشگران زیاد باشد روی روش لباس پوشیدن، الگوی مصرف، میزان علاقه به مصرف گردشگران و نحوه نگرش افراد بومی تاثیر بگذارد؛

۳.خشم و یاتنفر افراد بومی از گردشگران امکان پذیر است؛

۴.توسعه گردشگری می تواند تاثیرات اجتماعی نامطلوبی مانند افزایش جرایم، قمار، آشوب، ازدحام، اعتیاد و غیره داشته باشد؛

۵.افزایش بی قراری در جامعه و زندگی شخصی شکل گیری خرده فرهنگیهای غلط محلی؛

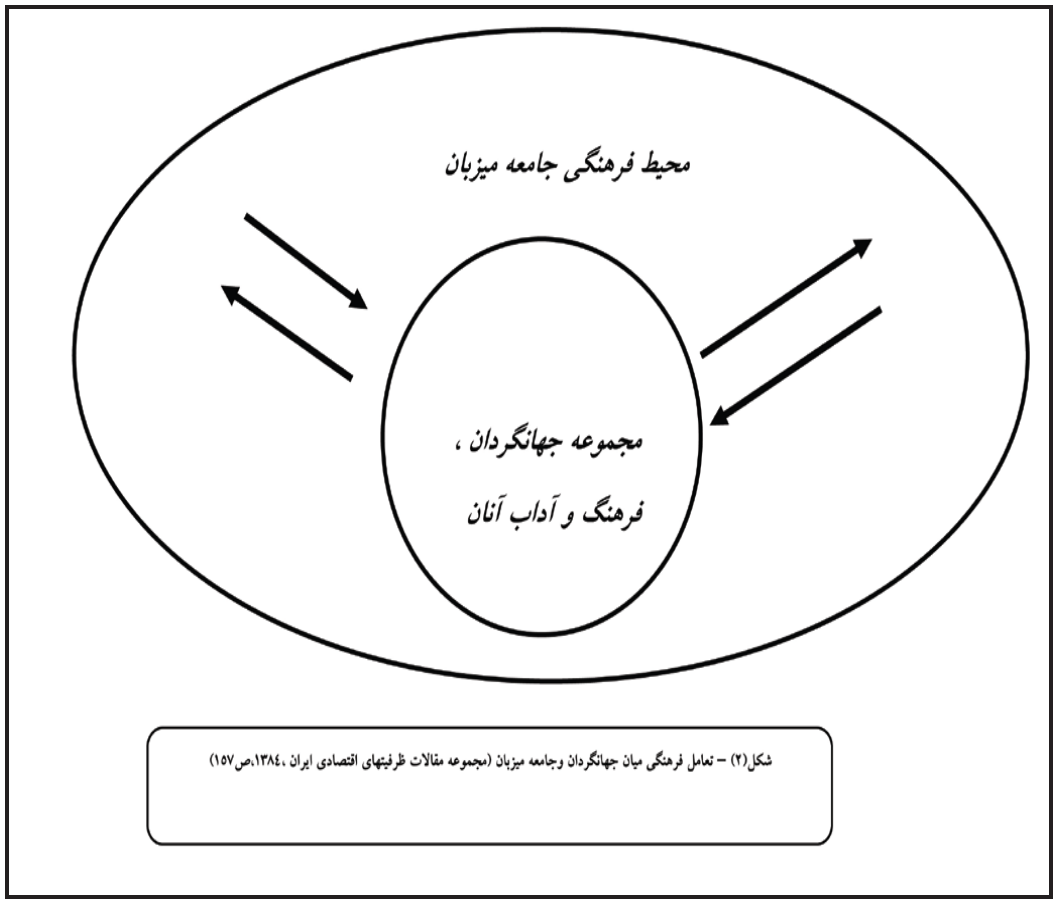
۶.برهم زدن نظم جامعه میزبان.

گردشگری؛ اثرپذیری و اثرگذاری فرهنگی

هر پدیده به عنوان یک سیستم باز، دارای محیطی است که به آن محیط ارتباط تعاملی دارد و گردشگری نیز از این قاعده مستثنی نیست. محیط بر سیستم اثر می گذارد و سیستم نیز متقابلاً محیط خود را متاثر می سازد و این فرآیند در طول حیات هر سیستمی ادامه دارد و هیچ گاه قطع نمی شود. اگر محیط بر سیستم غالب و مسلط شود آن را متحول می سازد و به شکل که مورد نظر است در می آورد و اگر سیستم بر محیط موثر افتد آن را دگردگون می کند و به دلخواه خود به آن شکل می دهد. بنابر این رابطه هر سیستمی با محیط خود رابطه کشش و کوشش است که در آن ضمن اثرگذاری متقابل، یکی می تواند بر دیگری غالب شود. اگر سیستم گردشگری را متشکل از جهانگردان و آداب و سنتها، رفتارها و کنشهای آنان دانیم این سیستم

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 Winter 2016

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]



شکل(۲) – تعامل فرهنگی میان جهانگردان وجامعه میزبان (مجموعه مقالات ظرفیتهای اقتصادی ایران ،۱۳۸٤،ص۱۵۷)

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

شکل ۲. ضریب

قادر است بر محیط خود که کشور میزبان است اثر گذارد و در آن تغییراتی بوجود آورد و بر اساس رابطه تعامل، محیط قادر است که این مجموعه را تحت تاثیر قرار دهد و آن را دگرگون سازد (الوانی مهدی، ۱۳۷۶، ص ۶۵).

مساله اساسی آنست که در این مقابله و مواجهه فرهنگی و آداب و رسوم تا چه حدی نفوذ قوی و غنی است و فرهنگ و آداب و رفتارآنان تا چه حد از قوت و قدرت نفوذ برخوردار است. از سوی دیگر، برای تجزیه و تحلیل عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر، رابطه و آثار آن در جامعه باید به بررسی عنصر گردشگری (توریست و جامعه میزبان) و رابطه این دو پرداخت (شکل ۲).

موقعیت شناسی شهر قم (طبیعی و اجتماعی)

استان قم با ۱۱۲۳۸ کیلومتر مربع مساحت، تقریباً ۰/۶۸ درصد مساحت کل کشور را بخودش اختصاص داده است و شهر مقدس قم مرکز این استان با مساحت حدود ۱۱هزار هکتار و در ارتفاع ۹۳۰ متری از سطح دریا قرار گرفته است و از لحاظ جمعیتی قبل از سال ۱۳۳۵ه.ش آمار دقیقی در دست نیست ولی در همان سال حدود ۹۶۴۹۹ نفر در قم ساکن بوده اند و بر اساس سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۳۸۵ از ۱۰۴۶۷۳۷ نفر ۹۸۳۰۹۴ نفر در شهر قم زندگی می کردند و نسبت جنسی نیز ۱۰۵ می باشد و تراکم جمعیتی ۹۰نفر در کیلومتر می باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵).

خصوصیات گردشگری شهر قم

برای شناخت دقیق اثرات گردشگری در تحولات اجتماعی و فرهنگی شهر قم، لازم است ابتدا خصوصیات عمده گردشگران وارده به استان را

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

جدول (۱): جهانگردان خارجی وارد شده به استان قم و کشور ازسال۸۵ – ۱۳۷۹

شرح	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸٤	۱۳۸۵
تعداد جهانگردان خارجی وارد شده به کشور	۱۳٤۱۷٦ ۲	۱٤۰۲۱٦۰	۱۵۸٤۹۲۲	۱۵۰۰٤۳۹	۱٦۵۹٤۷۹	۱۸۸۹۰۰۰	۲۷۳۵۰۰
تعداد جهانگردان خارجی وارد شده به استان	٦۱۵۰۰	۷۵۳۰۰	٦٦٤۷۲	۱۱۱۷۷۹	۳۳٤۵۹۷	-	۳۵۳۳۲٦
سهم استان از کشور	٤/٦	۵/٤	٤/۲	۷/٤	۲۰/۲	-	۱۲/۹
رشد سالیانه جهانگردان استان	۲۷/۹	۲۲/٤	-۱۷/۷۲	٦۸/۱	۱۹۹/۳	-	-

ماخذ : سالنامه آماری استان قم و کشور ۱۳۸۵

بخوبی شناسایی و سپس بررسی کرد که این خصوصیات بطور مستقیم و غیرمستقیم در بعد فرهنگی و اجتماعی بر شهر اثر می گذارند:

۱.عمده بودن هدف گردشگران به زیارت؛

۲.تعلق تعداد عمده ای از گردشگران به طبقات متوسط؛

۳.گردشگری کوتاه مدت (میانگین ۲ ساعت)؛

۴.فصلی بودن گردشگری (خسروی، حسین، ۱۳۸۳، ص ۲۷).

۵.مهاجر پذیر بودن (وجود بارگاه مقدس حضرت معصومه(س)، مسجد مقدس جمکران، بافت قالی و غیره)؛

۶.قرار گرفتن در شاهراه و مواصلاتی ۱۷ استان.

گردشگری شهر قم، یک پدیده ای جدید نیست بلکه ریشه در اعتقادات و سنتهای مردم کشورمان دارد، زیرا بر اساس اعتقادات، زمانی که شخصی برنامه سفری به طرف مشهد مقدس را داشت یک سری به حرم مطهر حضرت معصومه (س) جهت زیارت می آمد و از سوی دیگر، با توجه به توسعه گردشگری که امروزه درکشور بتدریج افزایش می یابد، در شهر قم هم بطور واضح دیده می شود. رشد گردشگران داخلی و خارجی در سالهای اخیر در شهر قم بخصوص تاثیرگذاری بر بافت کالبدی، فرهنگی و اجتماع فضای شهر، مسائلی هستند که در چند دهه اخیر به شدت افزایش یافته است (جدول ۱).

تاسیسات اقامتی وگردشگری شهر قم

یکی از ابزارهای اساسی در صنعت گردشگری وجود امکانات گردشگری بخصوص تاسیسات اقامتی می باشد. با توجه به توسعه و رو به رشد بودن صنعت گردشگری در کشور و بخصوص در شهر قم، نیازهای اساسی جهت توجه به مباحث اقامتی ضروری بنظر می رسد که با وجود گردشگران زیاد زیرساختهای اقامتی چندان توسعه قابل توجهی نداشته است و شاید یکی از اساسی ترین مشکل در جهت اقامت کوتاه مدت، کمبود اماکن اقامتی می باشد که برای طبقه متوسط وپایین نیز باید درجهت تامین تاسیسات اقامتی راهکارهایی را ارائه داد که ضمن ساده بودن باید کاملا بهداشتی و راحت بوده و به تعداد بیشتری احداث شوند زیرا اکثر سفرکنندگان در داخل کشور بخصوص به شهر مقدس قم طبقات متوسط و ضعیف هستند و از سوی فرسودگی تاسیسات، تجهیزات و وسایل مورد استفاده در هتلها،

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

جدول(٤) : وضعیت تعداد اتاق و تخت تاسیسات اقامتی برحسب درجه ۱۳۸۵ - ۱۳۸٤

شاخص	سال						
	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸٤	۱۳۸۵
تعداد تاسیسات اقامتی بر حسب درجه	۸	۹	۱۳	۱٤	۱٦	۲۱	۲۱
تعداد تاسیسات اقامتی دو ستاره	٤	٤	٤	٦	۹	۱۲	۱۲
تعداد تاسیسات اقامتی سه ستاره	۱	۱	۳	۷	٦	۷	۷
تعداد اتاق و تاسیسات اقامتی بر حسب درجه	۲۰۹	۲۲٤	۲۲٤	۳٤٤	۳٥٤	٥۲٥	٤۷۱
تعداد تاسیسات اقامتی دو ستاره	۱۱۲	۱۱۲	۱۱۲	۱٥٥	۲۳۹	۲۷۷	۲٥٥
تعداد تاسیسات اقامتی یک ستاره	۲۳	۲۳	۷۰	۱۱۰	۱۳۲	۸٦	۷۸
تعداد تخت تاسیسات اقامتی بر حسب درجه	٤٤٦	٤۷۹	٥۷۹	۸۱۲	۱۰۳۰	۱۱۹۰	۱۱٥۳
تعداد تخت تاسیسات اقامتی دوستاره	۲٤۰	۲٤۰	۲٦٥	۳۹۹	٥۳۹	۷۱۲	٦٤۳
تعداد تخت تاسیسات اقامتی یک ستاره	٥۰	٥۰	۱۳۲	۲٤۷	۳۱۱	۱۸۸	۱۸۷

ماخذ : سالنامه آماری استان ۱۳۸۵

جدول(۳) : تعداد هتل،سوئیت ،آپارتمان و مهمان پذیرهای تحت نظارت سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان و کشور ۸۵ - ۱۳۸٤ وسال۱۳۸۸

	سال	هتل					هتل آپارتمان	مهمانپذیر		
		تعداد	اتاق	تخت	سوئیت	آپارتمان		تعداد	اتاق	تخت
استان قم	۱۳۸٤	۱۰	۳۰۹	٦۲٦	۱٦	۲	۱۰	٥۲	۹۰٤	۲۷۰۷
	۱۳۸٥	۱۰	۳۰۹	٦۲٦	۱٦	۲	۱۰	٥۲	۹۰٤	۲۷۰۷
	۱۳۸۸(۱)	۱٦	۱٦۰۰	٥۳۰۰	۲۷	۲٦	۱٤	٤٤	۷۸٦	۲۱۰۳
کشور	۱۳۸٤	٦۸٥	۳۰٦۸۰	٦٥٤۰۸	۳٥٥۹	۹۲۹	۳۱٦	۱٤۹۲	۲۷۸۸۲	۷٥۷٥۸
	۱۳۸٥	۷۳٤	۳۱٦٤٦	٦۸۰٤۰	۳٦۹۳	۸۷٥	۳٤٤	۱٥۱٦	٤۷٦۹۷	۷٤۷٦۹

ماخذ: گزارش بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ،۱۳۸٥

(۱)- سازمان میراث فرهنگی ، صنایع دستی و گردشگری استان قم،۱۳۸۸

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

جدول (۵) : وضعیت مسافرخانه های استان قم بر حسب درجه ،تعداد تخت و اتاق مسافرخانه های ممتاز ازسال ۸۵- ۱۳۷۹

شاخص	سال						
	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸٤	۱۳۸۵
تعداد مسافرخانه بر حسب درجه	٤۳	٤۳	٤۳	٤٤	٤٤	٤٤	۳۷
تعداد مسافرخانه های ممتاز	۷	۷	۱۱	۱٦	۱٦	۱٦	۲۲
تعداد مسافرخانه های درجه یک	۱٤	۱٤	۱۰	۱۱	۱۱	۱۱	۱۵
تعداد مسافرخانه های درجه دو	۱۵	۱۵	۱۵	۱۵	۱۵	۱۵	-
تعداد مسافرخانه های درجه سه	۷	۷	۷	۲	۲	۲	-
تعداد تخت مسافرخانه ممتاز	٤۲۰	٤۲۰	٤۵٦	۷۸٦	۸۳۸	۸۳۸	۱۱۹۸
تعداد اتاق مسافرخانه ممتاز	۱۳۸	۱۳۸	۱۵۲	۲٦۵	۲۸۳	۲۸۳	٤۰٦

ماخذ : سالنامه آماری استان قم ،۱۳۸۵

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 Winter 2016

تفرجگاه‌ها و مراکز اقامتی باید از رده خارج و یا بطور اساسی بازسازی شوند. این در حالی است که حتی بعضی از واحدهای اقامتی باید کاملاً تخریب و از نو ساخته شوند بخصوص مهمانپذیرها و بعضی اغذیه فروشهای اطراف حرم مطهر حضرت معصومه (س).

- کمبود مراکز خدمات مسافرتی بخصوص اقامتی در استان با توجه با ورود سالانه ۱۵-۲۰ میلیون زائر با وجود مراسمات ویژه سال در هفته (شبهای چهارشنبه و جمعه) (جدول شماره۳،۴).

- عدم کاربری مشخص مراکز تجاری و فرهنگی در اطراف آستانه مقدسه حضرت معصومه(س)؛

- عدم وجود مراکز اقامتی ارزان قیمت برای قشر محروم جامعه در سطح شهر قم و اطراف آستانه و مسجد مقدس جمکران (جدول شماره ۵).

- عدم پذیرش فرهنگ توریسم پذیری از کشورهای اروپایی، امریکایی و آسیایی و متکی بودن به سنتهای و عقاید سلف و تحت تاثیر قرار دادن و سلیقه‌ای عمل کردن بعضی مسئولین استان نسبت به پذیرش توریستهای سایر ادیان (موانع فرهنگی و اجتماعی....) و از سوی دیگر عدم اطلاعات کافی و آگاهی مردم از مسائل جهانگردی؛

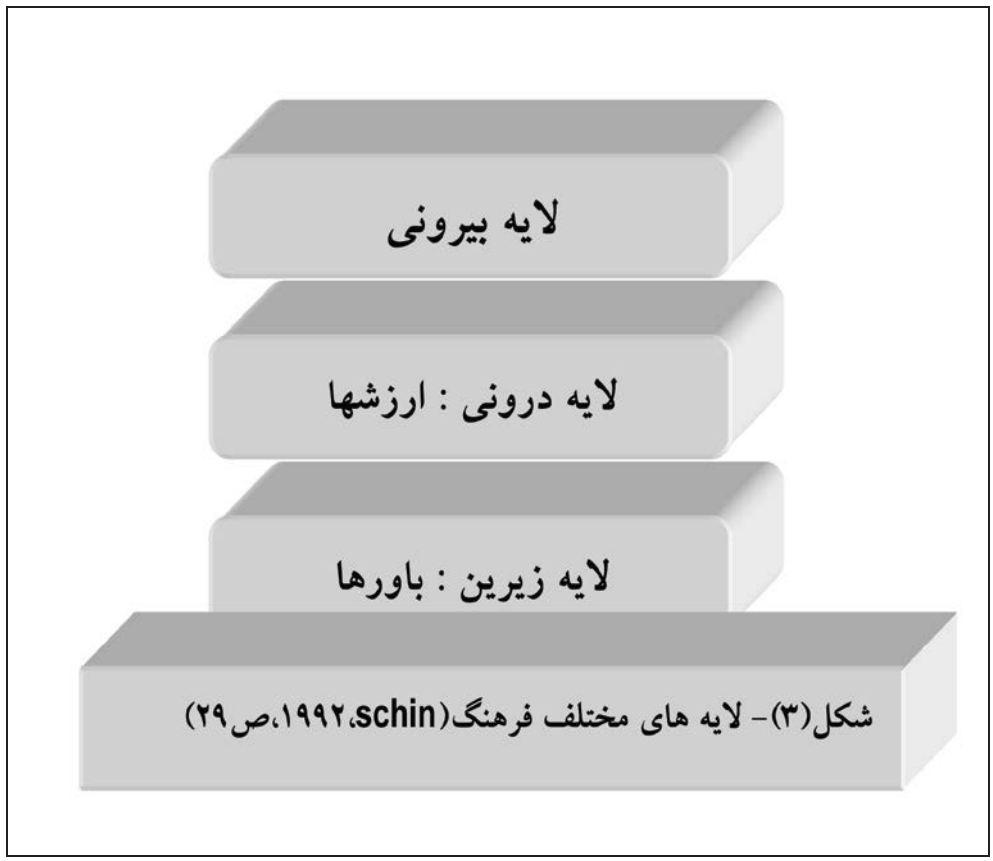
- عدم توجه به آثار و میراث‌های تاریخی و فرهنگی استان در اجرای طرحهای تصویب شده توسط سایر ارگانها (نمونه موردی طرح عمار یاسر)؛

- عدم رعایت منشور اخلاقی دربعضی مواقع از سوی بعضی افراد درارائه خدمات توسط نیروهای انسانی در بخشهای مختلف و مرتبط با صنعت گردشگری بخصوص در حوزه های مراکز اقامتی، تاکسیرانی، مغازه داران، اغذیه فروشها و غیره.

گردشگری، تبادل و تحولات فرهنگی اجتماعی در شهر قم

برای توسعه گردشگری به مساله فرهنگی توجه خاصی مبذول می شود آثار باستانی و کهن هر کشوری معرف فرهنگ خاص همان کشور و دارای ارزشهای در خور توجه همان سرزمین و ویژگیهای مردم همان مرز و بوم است و تنها از راه آشنا کردن

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

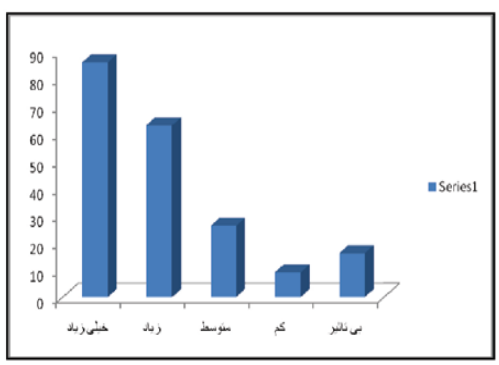


شکل(۳)- لایه های مختلف فرهنگ(schin،۱۹۹۲،ص۲۹)

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

۱ -آیا گسترش گردشگری درحجاب ونوع پوشش مردم تاثیری داشته است؟

سوال ۱	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
استان قم	خیلی زیاد	۸۶	۱۰۹.٤٥٠	٤	.۰۰۱
	زیاد	٦۳			
	متوسط	۲٦			
	کم	۹			
	بی تأثیر	۱٦			

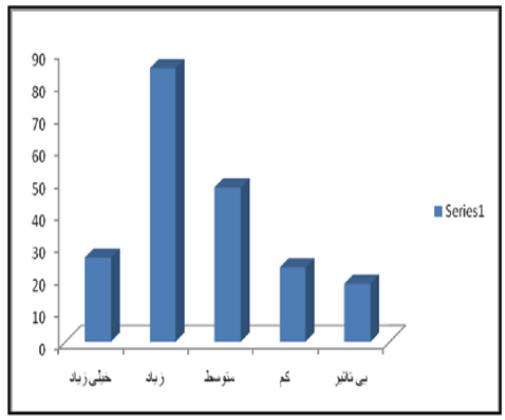


چون سطح معناداری کمتر از ۰۵. است بنابراین تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به ن سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه خیلی زیاد را انتخاب کرده اند.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

۲- آیا گسترش گردشگری در افزایش فساد تاثیری داشته است؟

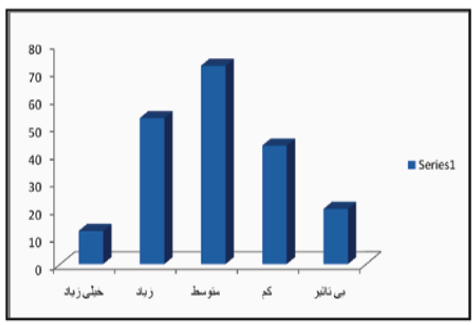
سوال ۲	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
استان قم	خیلی زیاد	26	۷۶.٤٥٠	٤	.۰۰۱
	زیاد	85			
	متوسط	48			
	کم	23			
	بی تأثیر	18			



چون سطح معناداری کمتر از ۰۵. است پس تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به این سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه زیاد را انتخاب کرده اند.

۳- آیا گسترش گردشگری موجب تضعیف زبان بومی مردم شده است؟

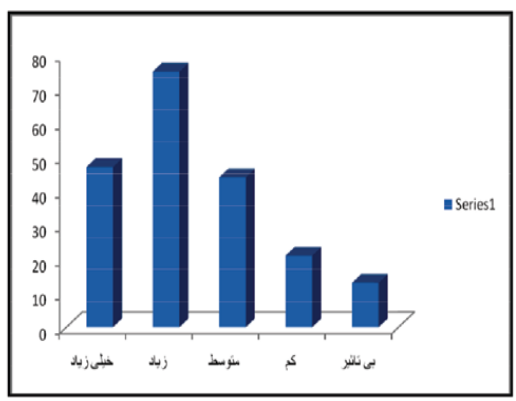
سوال ۳	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
استان قم	خیلی زیاد	12	59.650	٤	.۰۰۱
	زیاد	53			
	متوسط	72			
	کم	43			
	بی تأثیر	20			



چون سطح معناداری کمتر از ۰۵. است پس تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به این سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه متوسط را انتخاب کرده اند.

٤- آیا گسترش گردشگری درنحوه برخورد مردم با گردشگران تاثیری داشته است؟

سوال ٤	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
استان قم	خیلی زیاد	47	59.500	٤	.۰۰۱
	زیاد	75			
	متوسط	44			
	کم	21			
	بی تأثیر	13			



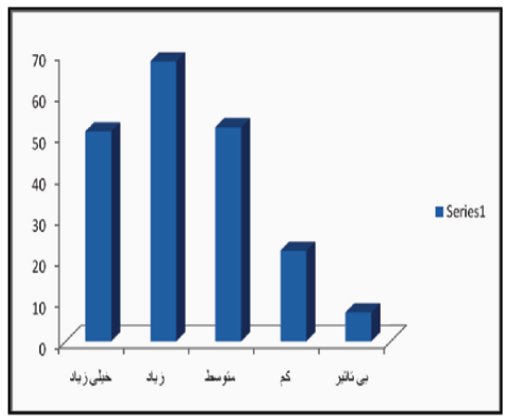
چون سطح معناداری کمتر از ۰۵. است پس تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به این سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه زیاد را انتخاب کرده اند.

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 Winter 2016

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

۵- آیا گسترش گردشگری در بالا رفتن سطح آگاهی اجتماعی مردم تاثیری داشته است؟

سوال۵	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
استان قم	خیلی زیاد	51	٦١.٥٥٠	٤	.٠٠١
	زیاد	68			
	متوسط	52			
	کم	22			
	بی تاثیر	7			

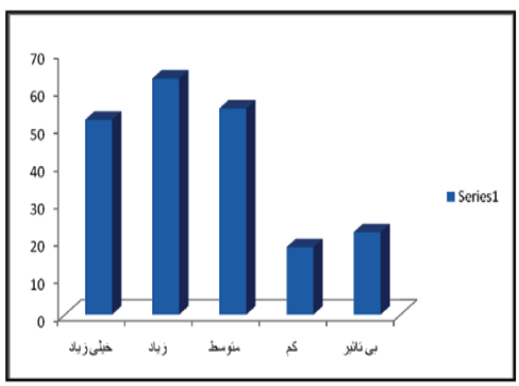


چون سطح معناداری کمتر از ۰۵. است پس تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به این سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه زیاد را انتخاب کرده اند.

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 winter 2016

٦- آیا گسترش گردشگری در آداب و معاشرت ورفتار مردم تاثیر داشته است؟

سوال٦	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
استان قم	خیلی زیاد	52	٥٤.١٥٠	٤	.٠٠١
	زیاد	63			
	متوسط	55			
	کم	18			
	بی تأثیر	12			

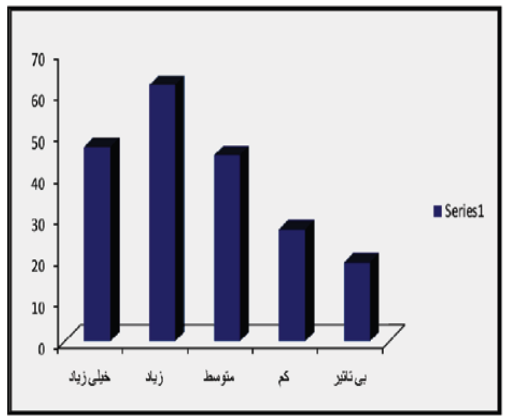


چون سطح معناداری کمتر از ۰۵. است پس تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به این سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه زیاد را انتخاب کرده اند.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

۸- آیا وجود گردشگرخارجی تاثیری بر تحول فرهنگی مردم شهر قم داشته است؟

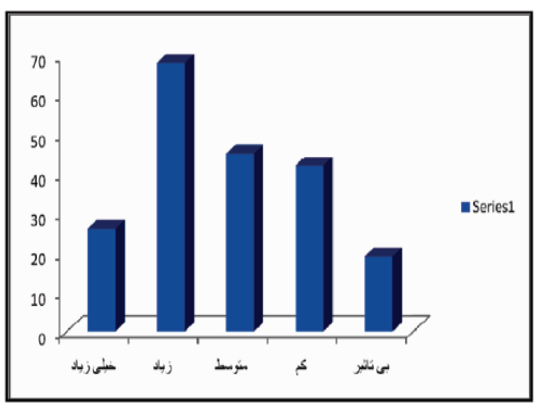
سوال ۸	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
	خیلی زیاد	47			
	زیاد	62			
استان	متوسط	45			
قم	کم	27	۲۹.۲۰۰	٤	.۰۰۱
	بی تأثیر	19			



چون سطح معناداری کمتر از ۰۵. است پس تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به این سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه زیاد را انتخاب کرده اند.

۱۰- آیا گسترش گردشگری موجب افزایش تولیدات بومی شده است؟

سوال ۱۰	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
	خیلی زیاد	۲٦			
	زیاد	٦٨			
استان	متوسط	٤٥			
قم	کم	٤۲	۳٦.۲٥۰	٤	.۰۰۱
	بی تأثیر	۱۹			



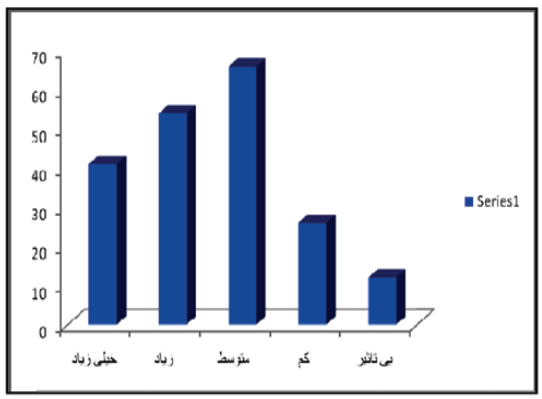
چون سطح معناداری کمتر از ۰۵. است پس تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به این سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه زیاد را انتخاب کرده اند.

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 Winter 2016

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

۹- آیا گسترش گردشگری در بالارفتن سطح بهداشت مردم شهرقم تاثیری داشته است؟

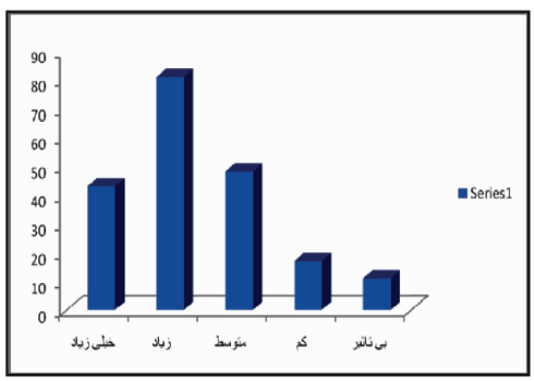
سوال۹	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
استان قم	خیلی زیاد	41	٤٦.٥٥٣	٤	.٠٠١
	زیاد	54			
	متوسط	66			
	کم	26			
	بی تأثیر	12			



چون سطح معناداری کمتر از ۰۵. است پس تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به این سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه متوسط را انتخاب کرده اند.

۷- آیا گسترش گردشگری در افزایش روحیه احترام به دیگران تاثیری داشته است؟

سوال ۷	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
استان قم	خیلی زیاد	43	۷۸.۱۰۰	٤	.٠٠١
	زیاد	81			
	متوسط	48			
	کم	17			
	بی تأثیر	11			

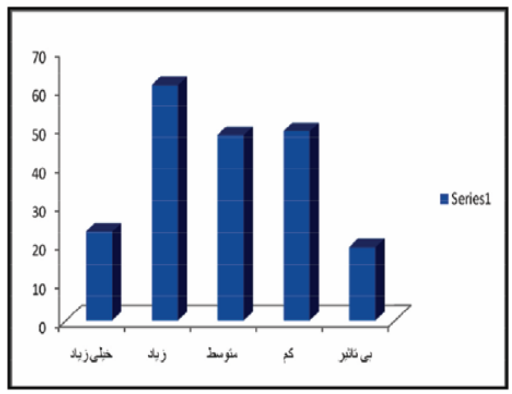


چون سطح معناداریکمتر از ۰۵. است پس تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به این سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه زیاد را انتخاب کرده اند.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

۱۱- آیا گسترش گردشگری موجب افزایش فعالیتهای هنری شده است؟

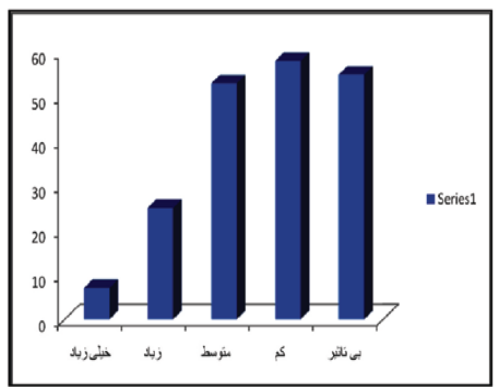
س‌وال۱۱	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
استان قم	خیلی زیاد	۲۳	۳۲.۹۰۰	٤	.۰۰۱
	زیاد	٦۱			
	متوسط	٤۸			
	کم	٤۹			
	بی تأثیر	۱۹			



چون سطح معناداری کمتر از ۰۵. است پس تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به این سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه زیاد را انتخاب کرده اند.

۱۲- آیا گسترش گردشگری در افزایش اعتیادومصرف الکل تاثیری داشته است.

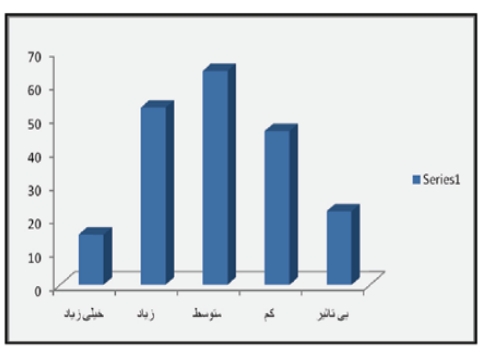
سوال ۱۲	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
استان قم	خیلی زیاد	۷	۵۱.۲۹۳	٤	.۰۰۱
	زیاد	۲۵			
	متوسط	۵۳			
	کم	۵۸			
	بی تأثیر	۵۵			



چون سطح معناداری کمتر از ۰۵. است پس تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به این سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه کم را انتخاب کرده اند.

۱۳- آیا گسترش گردشگری درنحوه سرویس دهی به گردشگران و مردم تاثیری داشته است؟

سوال۳ ۱	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
استان قم	خیلی زیاد	۱۵	٤۳.۲۵۰	٤	.۰۰۱
	زیاد	۵۳			
	متوسط	٦٤			
	کم	٤٦			
	بی تأثیر	۲۲			

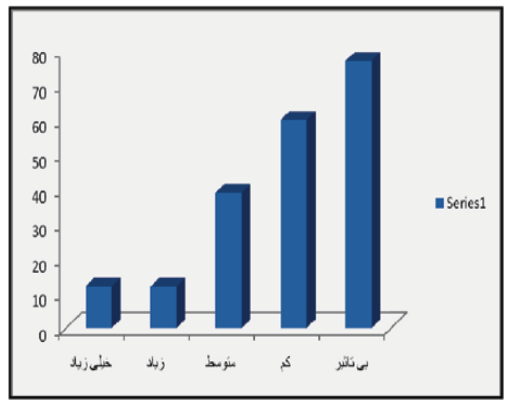


چون سطح معناداری کمتر از ۰۵. است پس تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به این سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه متوسط را انتخاب کرده اند.

مدیریت شهری
فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۵ زمستان ۹۵
No.45 Winter 2016

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

۱٤-آیافرهنگ شهر قم پذیرش توریستهای ادیان مختلف را داشته است؟



سوال ۱٤	پاسخ ها	فراوانی	Chi square	df	سطح معناداری
استان قم	خیلی زیاد	۱۲	۸۳.٤٥۰	٤	.۰۰۱
	زیاد	۱۲			
	متوسط	۳۹			
	کم	٦۰			
	بی تاثیر	۷۷			

چون سطح معناداری کمتر از ۰۵. است پس تفاوت معنادار است یعنی نگرش افراد به این سوال متفاوت است و اکثر افراد گزینه بی تأثیر را انتخاب کرده اند.

فرهنگها با یکدیگر است که دشمنیها به دوستی تبدیل می شود در شناخت و رابطه فرهنگی با گردشگری دونکته حائز اهمیت است: یکی فرهنگ انفرادی و دیگری فرهنگ همگانی یا اجتماعی. فرهنگ انفرادی، آموزشها و مهارتهای فردی است که فرد با کمک مهارت و استعداد فردی خود اثری بوجود می آورد که در فرهنگی و یا اجتماع مشخصی اثر بارز و ارزنده‌ای محسوب می گردد (رضوانی، ۱۳۷۴، ص ۵۲) و از سوی دیگر، پیامدهای اجتماعی و فرهنگی گردشگری نیز در سالهای اخیر موردتوجه جامعه شناسان قرار گرفته است که منظور از آثار فرهنگی و اجتماعی گردشگری، عبارت است از راههای و روشهای که گردشگران برای ایجاد تغییر در نظام ارزشهای محیطی از آن استفاده می کنند نظیر آرایش، لباس پوشیدن، صحبت کردن، غذا خوردن، وهمچنین روشهای جدید جمعی، سطوح ایمنی، موازین اخلاقی، و بالاخره سنن و عقاید و روابط اجتماعی موجود در محیط (murphy،۱۹۹۵، ص۳۶).

این عوامل به عنوان اثرمردم بر مردم شناخته می شود و این آثاری است که از جانب گردشگران بر مردم محلی (میزبان گردشگری) و در نتیجه تعامل بین آنها پدید می آید.

بسیاری از سوء تفاهمات، درگیری و اختلافات به هنگام مواجهه تازه واردها به یک جامعه یا فرهنگ ناآشنا، از آنجا ناشی می شود که آنها در مواجهه با فرهنگی جدید قادر به تفسیر و درک عناصر لایه بیرونی آن فرهنگ (مثلاً یک رفتار خاص) نیستند و اطلاعات لازم در این خصوص را نیز در اختیار ندارند (شکل ۳) نشانگر لایه های مختلف فرهنگی می باشد (schin،۱۹۸۵-۱۹۹۲، ص ۲۹).

یکی از عوامل مهم درخصوص مسائل فرهنگی، مطالعه بستر گردشگری است: یکی از این بسترها، ارتباطات میان فرهنگی است جهانگردان در این بستر حرکتی سالم و در جهت تفاهم بیشتر میان فرهنگ ها است. گردشگران از این دیدگاه با انگیزه نفوذ در جامعه میزبان آشنا شدن با ویژگی های فرهنگی به گردشگری می پردازد. گردشگری در مواردی منجر به تغییر فرهنگ جامعه میزبان، اقشار جدید اجتماعی، نوگرایی ساختار خانواده، همگرایی اجتماعی در حفظ میراث فرهنگ ناحیه ای می شود (فرخی، ۱۳۷۸).

با این وجود شهر مقدس قم در مواجه با فرهنگهای مختلف از شهرها و کشورهای مختلف دارای تغییرات فرهنگی و اجتماعی در بستر جامعه شده است که بصورت ملموس وغیر ملموس و بر اساس تجزیه و تحلیل میدانی چنین تاثیراتی بوضوح رابطه معناداری را نشان می دهد که بصورت ذیل بر اساس نمودار

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

و آمـار نشـان داده مـی شـوند (ایلخانـی، ۱۳۸۹، صص ۱۸۳-۱۹۶).

نتیجه گیری و پیشنهادات

بـا توجـه بـه تحلیـل و آزمـون فرضیـات می تـوان اسـتنباط کـرد که در طـی دهه های اخیر، گردشـگری مذهبـی بـا تکیه بر بارگاه مطهر حضـرت معصومه (س) و مسـجد مقدس جمکران، توانسـته بر رشد و گسترش فرهنگـی شـهر قـم تاثیر بسـزایی داشـته باشـد. و این امـر لـزوم توجـه بیشـتر بـه مسـئله برنامه ریزی شـهر را روشـن سـاخته و نشـان می دهـد کـه بایـد در جهت ارتقـاء این صنعت در شـهر قم به منظور پایداری شـهر و نیـز از جنبـه هـای اقتصـادی یا فرهنگـی - اجتماعی و فضـای بـه برنامه ریزی شـهر اهمیت لازم داده شـود. بـا توجـه به آنچـه مطرح شـده اطلاعـات میدانی جمع آوری شـده و آزمـون فرضیات، لزوم توجه به گسـترش و توسـعه صنعـت گردشـگری، انجـام اقدامـات را که از طریـق آن بتـوان در جلـب و جـذب گردشـگران هرچه بیشـتر موفـق بـود، ضـروری می سـازد. از طرفـی بـا توجـه بـه تاثیـرات ایـن صنعـت بـر تحـولات فرهنگی و اجتماعـی در شـهر قـم، لازم اسـت تـا در ایـن زمینه اقدامـات جهـت جلوگیـری از بعضـی اثـرات منفـی گردشـگری هماننـد تغییـر در چهـره مذهبـی شـهر، نـوع پوشـش، مصرف مـواد الکلـی و غیره انجام بشـود. بنابرایـن لازم اسـت تـا بـا توجـه بـه نتایـج حاصـل از پژوهـش، راهکارهـای ارائه شـده کـه از تاثیـرات منفی گردشـگری در شـهر قـم کاسـته شـود و باعـث تقویت اثـراث مثبـت شـود. در ایـن زمینه پیشـنهاد می شـود کـه اقدامـات راهبـردی ذیـل مـورد توجـه برنامه ریزان قـرار گیرد:

۱.تدویـن اعمـال سیاسـتهای مربـوط بـه توسـعه گردشـگری فرهنگـی و مذهبـی در شـهر قـم؛

۲.اسـتفاده از روشـهای همسان در سایر شـهرهای دنیا در جهـت تقویت توریسـم مذهبـی پایدار؛

۳. توجـه بـه گردشـگران خارجـی و احتـرام بـه آداب و رسـوم آنها؛

۴.برنامـه ریـزی بـرای هدایـت توسـعه شـهر در جهـت های مناسـب؛

۵.جلوگیـری از واردات ومصـرف مـواد مخـدر و الکـی در شـهر قم؛

۶.جلوگیری از فساد اخلاقی و فرهنگی؛ و

۷.ایجاد بسـترهای مناسـب جهـت تفریحـات فرهنگی در اطـراف اماکن مقدسـه.

منابع و ماخذ

۱.ایلخانـی، لیـلا (۱۳۸۹) نقـش توریسـم مذهبـی در تحـولات اقتصادی، اجتماعـی، فرهنگی، کالبدی شـهر قم، پروژه کارشناسـی ارشـد، اسـتاد راهنما: آقای دکتر مجیـد ولـی شـریعت پناهی، دانشـگاه آزاد واحد شـهر ری.

۲.الوانـی، سـید مهـدی (۱۳۷۴) مجموعـه مقـالات نخسـتین همایـش جهانگـردی و جمهـوری اسـلامی، جلـد دوم، انتشـارات کیـش.

۳.تولایـی، سـیمین (۱۳۸۶) مـروری برصنعـت گردشـگری، تهـران، انتشـارات دانشـگاه تربیـت معلـم.

۴.رهنمایـی، محمـد تقی (۱۳۷۸) اثرات گردشـگری بر شـیوه رفتار و سـبک زندگی در گیلان، خلاصه مقالات گردهمایـی تحـولات فرهنگـی اسـتان گیـلان، اداره فرهنگ و ارشـاد اسـلامی.

۵.رضوانـی، علـی اصغـر (۱۳۷۴) جغرافیـا و صنعـت توریسـم، انتشـارات پیـام نـور.

۶.رنجبریـان، بهـرام، زاهـدی، محمـد (۱۳۸۷) برنامـه ریـزی و سرپرسـتی گشـتها، اصفهـان، چهـار بـاغ.

۷.علـی حاجـی نـژاد و همـکاران (۱۳۸۸) تاثیـرات گردشـگری تجـاری بـر توسـعه کالبـدی- فضایـی مناطق شـهری، مطالعه موردی شـهر بانه، پژوهشـهای جغرافیـای انسـانی، شـماره۷۰.

۸.فرخـی، مرتضـی (۱۳۷۸) پیش در آمـدی بر تاثیرات فرهنگـی و اجتماعـی صنعـت جهانگـردی، فصلنامـه مطالعـات دفاعی اسـتراتژی، شـماره ۲.

۹.همایـون، محمـد هـادی (۱۳۸۱) پیامدهای فرهنگی توسـعه جهانگردی، نشـریه اندیشـه صادق، شماره ۵.

Charles, and jafari, j (1996) cultural and international tourism annals of tourism research, vo123, no4,

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

pp955-58
Murphy, p.e (1995) tourism: a community approach, London, route ledge
Schin, h. edgard (1985-1992) organizational .cultural &leadership, by: jossy boss.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-09-14]