

بررسی تاثیرات گردشگری بر پایداری اقتصادی و رشد اقتصادی شهرها، نمونه موردی: شهر مشهد

آرش ناظمی* - پژوهشگر دکتری علوم اقتصادی و مدرس دانشگاه آزاد اسلامی و پیام نور، تهران، ایران.

چکیده

Evaluate the impact of tourism on economic stability and economic growth of cities, case study: the city of Mashhad

Abstract

Tourism as a commercial activity, and the role of great importance in the economic development of countries, especially developing countries; Several factors such as amenities, facilities, communications, transportation, historical attractions, tours, technical information, and so on tourism activities involved; This indicates that this sector has a close relationship with the country's other economic sectors and intensity of foreign affairs and international relations is affected. On the one hand the development of tourism on national income, foreign exchange, employment and other macroeconomic indicators also impressive. In this paper, view of the economic importance of tourism, to review the status of these activities will be discussed in the national economy. The performance of the tourism sector through their effect on macroeconomic variables during the Third Development Plan will be discussed. Then, a glimpse into the policies of tourism in the Fourth Development Plan and the continuing development of the sector during the review program; At the end of the summary, the position of the sector in the country's economic development will be discussed. Also, the relationship between tourism and economic stability of cities studied and solutions will be mentioned in this connection.

Key words: tourism, economic growth, economic stability.

گردشگری به عنوان یک فعالیت بازرگانی، نقش و اهمیت به‌سزایی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه دارد. عوامل متعددی نظیر امکانات، تسهیلات، وسایل ارتباط جمعی، حمل و نقل، جاذبه‌های تاریخی، زیارتی، اطلاعات فنی و مانند آنها بر فعالیت گردشگری تأثیرگذار است. این امر نشان می‌دهد که این بخش دارای ارتباط تنگاتنگی با دیگر بخشهای اقتصادی کشور بوده و به شدت از روابط خارجی و مناسبات بین‌المللی متأثر است. از سویی گسترش گردشگری بر درآمد ملی، ارزی، اشتغال و دیگر شاخصهای کلان اقتصادی کشور نیز تأثیرگذار است. در این مقاله با نگرش به اهمیت اقتصادی گردشگری، به بررسی جایگاه این فعالیت در اقتصاد کشور پرداخته می‌شود. ابتدا عملکرد بخش گردشگری از طریق بررسی تأثیر آن بر متغیرهای کلان اقتصادی طی برنامه سوم توسعه را مورد بحث قرار می‌دهیم. در ادامه، نظری اجمالی به سیاستهای گردشگری در برنامه چهارم توسعه داشته و چگونگی تداوم روند توسعه این بخش در طول این برنامه بررسی می‌شود. در پایان با جمع‌بندی و نتیجه‌گیری، به جایگاه این بخش در روند توسعه اقتصادی کشور پرداخته خواهد شد. همچنین ارتباط بین گردشگری و پایداری اقتصادی شهرها بررسی شده و راهکارهایی در این رابطه مورد اشاره قرار می‌گیرد.

واژگان کلیدی: گردشگری، رشد اقتصادی، پایداری اقتصادی.

صنعت گردشگری شامل طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های اقتصادی است که محصولات و خدمات مختلفی را برای گردشگران تولید و عرضه می‌کند. بنگاه‌های گردشگری شامل شبکه حمل‌ونقل، تأمین اقامتگاه و عرضه جاذبه‌های گردشگری، مراکز اطلاعات گردشگری، دفاتر مسافرتی، تولیدکنندگان کالاهای سوغات و صنایع دستی، خرده‌فروشان و عمده‌فروشان است. همان‌طور که گفته شد گردشگری آثار اقتصادی بسیاری بر کشورها می‌گذارد که تعیین این اثرات بر سیستم اقتصادی این امکان را فراهم می‌سازد که به نقش بسیار مهم آن در پیشرفت وضع اقتصادی پی برد. از جمله مهمترین ابعاد اثرات اقتصادی گردشگری درآمدزایی، اشتغال‌زایی، ایجاد درآمد مالیاتی، اثرات بر تراز پرداخت‌ها و بهبود ساختار اقتصادی یک منطقه می‌باشد. توسعه گردشگری در مقیاس بزرگ آن و برپایه گردشگری انبوه، صرفه‌جویی‌های خارجی به همراه دارد و سبب رشد در زمینه‌هایی مانند خدمات بهداشتی، پلیس، بانکداری، تجارت و حتی ساخت‌وساز و تولید می‌شود:

۱. صنعت گردشگری منجر به اثرات تکاثری بالا و افزایش ارتباطات بین‌بخشی در اقتصاد می‌شود و از طریق این ارتباطات بین‌بخشی، در کنار بخش‌هایی که به‌طور مستقیم با گردشگری مرتبط هستند، تقریباً بر همه بخش‌های اقتصادی اثر می‌گذارد. توسعه جاذبه‌های بخش گردشگری مزایای نسبی بسیاری نسبت به سایر بخش‌ها برای اقتصاد کشورها فراهم می‌کند. اولین مزیت نسبی مستقیماً به جاذبه‌های طبیعی (مثل دریا، ساحل، کوهستان و...) و جاذبه‌های فرهنگی (مثل مساجد، قلعه‌ها، موزه‌ها و...) مربوط می‌گردد. بسیاری از منابعی که در این صنعت به کار گرفته می‌شوند، در واقع بدون هزینه به آن وارد شده‌اند و از جمله سرمایه‌های این صنعت به شمار می‌روند، بنابراین این ادعا که هزینه سرانه سرمایه‌گذاری در گردشگری از بسیاری فعالیت‌های دیگر کمتر است، چندان دور از انتظار نیست. این جاذبه‌ها مواد خامی

مدر بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، صنعت گردشگری به دلیل داشتن مزایای رقابتی به یکی از مهمترین بخش‌های حیاتی، محرک و موتور رشد و توسعه اقتصاد تبدیل شده است و در رقابتی تنگاتنگ با بزرگترین کسب و کارهای جهان مانند صنعت خودروسازی و نفت قرار دارد. صنعت گردشگری آثار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، سیاسی و امنیتی بسیاری دارد. این صنعت می‌تواند به عوامل محیطی منافع و مزایای مثبت برساند و از سوی دیگر در حفظ طبیعت و نیز منابع ساخت دست بشر مفید واقع شود، همچنین از نظر فرهنگی و اجتماعی فایده‌های زیادی دارد. این صنعت نه تنها به هدف تفریح و سرگرمی بلکه به ابزار شناخت جهان پیرامون، آشنایی با آداب و سنن ملل مختلف و تبادل فرهنگ‌ها تبدیل شده است. از جمله آثار اقتصادی آن نیز می‌توان به درآمدزایی، اشتغال‌زایی و ارزآوری اشاره نمود. علاوه بر این گردشگری سبب افزایش درآمد دولت و همچنین رشد بخش خصوصی می‌شود و با تنوع بخشیدن به منابع درآمدی کشور به راهی از اقتصاد تک‌محصولی کمک می‌کند. این صنعت علاوه بر ایجاد یک سری فعالیت جدید، موجب افزایش فعالیت دیگر بخش‌های اقتصادی می‌شود و از طریق ایجاد شغل‌های مختلف بیکاری را کاهش داده و فقر در جوامع را از بین می‌برد.

مبانی نظری

تعاریف مختلفی از گردشگر ارائه شده است، طبق تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگر شخصی است که به کشور یا شهری غیر از محیط زیست عادی خود برای مدتی که کمتر از ۲۴ ساعت و بیش‌تر از یک سال نباشد، سفر کند و قصد او از سفر، تفریح، استراحت، ورزش، دیدار اقوام و دوستان، مأموریت، شرکت در سمینار، کنفرانس یا اجلاس، معالجه، مطالعه و تحقیق یا فعالیت‌های مذهبی باشد و کسی که کشور محل دائمی اقامت خود را به قصد اشتغال، اقامت دائم، پناهندگی، تحصیل و مأموریت در نمایندگی‌های سیاسی خارج از کشور ترک نماید،

هستند که می‌توانند با هزینه محدود به جاذبه‌های سودآوری تبدیل شوند.

۲. دومین مزیت نسبی گردشگری میزان واردات آن می‌باشد، به‌طوری‌که گردشگری به‌طور متوسط میزان واردات کمتری نسبت به دیگر بخش‌های اقتصادی دارد، به این دلیل که گردشگران خدماتی را می‌رخند که کشور می‌تواند در حجم بالایی تولید نماید. در کشورهایی که صنعت گردشگری آنها وابستگی زیادی به واردات دارد «میزان نشت» بالا می‌باشد. نشت، اصطلاحی است که برای توصیف درصدی از قیمت‌های پرداختی که روزانه توسط گردشگران از یک مقصد خارج می‌شوند (از نظر واردات یا منافع خارج از کشور) و یا هرگز به مقصد نمی‌رسند به کار می‌رود و به سه دسته نشت داخلی، نشت خارجی و نشت نامرئی طبقه‌بندی می‌شود. بسیاری از کشورها تلاش می‌کنند از طریق برقراری ارتباطات قوی بین بخش گردشگری و سایر بخش‌ها در اقتصاد میزان این نشت مخارج از بخش گردشگری را کاهش دهند. در این زمینه آمار موجود و تحقیقات نشان می‌دهد که میزان واردات و اندازه ضرایب گردشگری با یکدیگر رابطه معکوس دارند، یعنی کشورهایی با نرخ نشت بالا در نهایت ضرایب گردشگری کوچک و نسبتاً ناچیزی دارند، به این دلیل که اقتصادهای کوچک ظرفیت تولید کالاها و خدماتی که برای تأمین تقاضای صنعت لازم هستند را ندارند و توان تولید داخلی آنها محدود است.

۳. سومین مزیت نسبی گردشگری ماهیت کاربر بودن آن است. از نقطه نظر آثار گردشگری بر اشتغال، صنعت گردشگری گسترده‌ترین صنعت خدماتی و مهم‌ترین صنعت اشتغال‌زا در دنیا محسوب می‌شود، به‌طوری‌که نرخ بیکاری در شهرها و کشورهای توریستی کمتر از سایر کشورها است. درآمد حاصل از گردشگری به اشتغال و درآمد اولیه محدود نمی‌گردد و بسته به اینکه درآمد اولیه چگونه کسب شده باشد (دستمزد و حقوق، اجاره و سود سرمایه و مالیات) می‌تواند از طریق اثر فزاینده، درآمد و اشتغال ثانویه ایجاد کند و منجر به افزایش اشتغال عوامل تولید از جمله کار،

سرمایه، زمین و مدیریت شود. گردشگری فرصت‌های شغلی بسیاری برای نیروی کار ساده بدون تخصص و کارگران نیمه‌ماهر و ماهر ایجاد می‌کند.

اهمیت گردشگری در اقتصاد ایران با توجه به وجود جاذبه‌های متنوع تاریخی، جغرافیایی، مذهبی و تلاش دولتمردان در راستای دستیابی به درآمد ارزی بیشتر و طراحی سیاست‌های اقتصادی با هدف اتکاء نکردن به اقتصاد تک‌محصولی روشن است. توسعه فعالیت گردشگری در ایران از سال ۱۳۷۰ با تجدید نظر در تشکیلات این فعالیت در دستور کار دولت قرار گرفت و در برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور به آن توجه شد. در این رابطه شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری به عنوان عالی‌ترین مرجع تصمیم‌گیری با هدف سیاست‌گذاری و فراهم کردن زمینه توسعه گردشگری ایران تشکیل شد ولی توجه به جایگاه این فعالیت در اقتصاد کشور، از آغاز برنامه سوم توسعه از اهمیت بیشتری برخوردار شد. بررسی آثار اولیه و ثانویه گردشگری بر اقتصاد اقتصاددانان، آثار اقتصادی گردشگری را به آثار مستقیم، غیرمستقیم و القایی تقسیم‌بندی می‌کنند:

«اثرات غیرمستقیم و القایی در مجموع اثرات ثانویه نامیده می‌شوند و آثار اقتصادی کل گردشگری حاصل جمع اثرات مستقیم، غیر مستقیم و القایی می‌باشد. هریک از این اثرات می‌توانند به عنوان ضرایب تولید ناخالص یا فروش، درآمد، اشتغال و یا ارزش افزوده اندازه‌گیری شوند.»

اثرات مستقیم شامل مخارجی است که توسط گردشگر برای کالاها و خدمات در هتل‌ها، رستوران‌ها، خرده‌فروشی‌ها و مراکز توریستی دیگر که صرفاً برای صادرات به گردشگر ایجاد شده است صورت می‌گیرد، اثرات مستقیم همچنین شامل تغییرات در درآمد، تولید، اشتغال و درآمد دولت توسط بنگاه‌هایی است که مستقیماً مخارج گردشگر را دریافت می‌کنند که از آن جمله می‌توان به بخش‌های اقامتی، خرده‌فروشی‌ها و بخش حمل‌ونقل اشاره نمود. دوره‌های متوالی مبادلات بین کسب‌وکارها که ناشی از مخارج مستقیم گردشگر

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Autumn 2016

۴۷۵

است اثرات غیر مستقیم را ایجاد می‌نماید، مثل خرید هتل‌دارها از خرده‌فروشان محلی و خرید خرده‌فروشان از عمده‌فروشان. به عبارت دیگر، زمانی که گردشگران بین‌المللی پول خود را در بخش‌های مرتبط با بخش گردشگری خرج می‌کنند، تزریق پول، آثار مستقیم را در اقتصاد ایجاد می‌کند و به علت ارتباط بین بخشی گردشگری با بخش‌های دیگر اقتصاد آثار غیر مستقیم ایجاد می‌شود. در نهایت، اثرات القایی عبارت است از افزایش مخارج مصرفی خانوارها که ناشی از درآمد اضافی ایجاد شده به سبب اثرات مستقیم می‌باشد، برای مثال کارگران هتل دستمزد خود را برای خرید کالا و خدمات خرج می‌کنند. در نتیجه آثار القایی یا آثار القایی مصرف، زمانی ایجاد می‌شوند که دریافتی‌های کارکنان و یا کارآفرینان مؤسساتی که به‌طور مستقیم و یا غیر مستقیم با گردشگری مرتبط هستند مانند حقوق، دستمزد، اجاره، سود، سود سهام برای خرید در اقتصاد محلی خرج بشوند.

مبداء و منشاء پایداری و مفهوم آن
پیدایش مفهوم پایداری در دهه ۱۹۷۰ را می‌توان نتیجه رشد منطقی آگاهی تازه‌ای نسبت به مسایل جهانی محیط زیست و توسعه دانست که به نوبه خود تحت تأثیر عواملی همچون نهضت‌های زیست‌محیطی دهه ۶۰، انتشار کتاب‌هایی نظیر محدودیت‌های رشد و اولین کنفرانس سازمان ملل در مورد محیط زیست و توسعه که در سال ۱۹۷۲ استکهلم برگزار گردید قرار گرفته بود (بحرینی و مکنون، ۱۳۸۰، ص ۴۲). اولین اسناد به واژه پایداری به طور خاص در کتاب محدودیت‌های رشد در سال ۱۹۷۲ صورت گرفته است. در این کتاب به پیش‌بینی مدل‌های کامپیوتری و فروپاشی سیستم‌های جهانی پرداخته است و به تبیین تغییر روند رشد و پایداری اقتصادی و اکولوژیکی در آینده‌ای دور پرداخته است. تعاریف مختلفی از توسعه پایداری شده است. به گفته وینتر در عمل بیش از ۲۰۰ تعریف وجود دارد (بارتون و دیگران، ۱۳۷۹، ص ۱۶). رایج‌ترین تعریف از توسعه پایداری مربوط به کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه (WCED) در سال

۱۹۸۷ معروف به کمیسیون برانت‌لند (Brundtland) می‌باشد که «توسعه پایدار را توسعه‌ای دانست که نیازهای زمان حال را بدون به مخاطره انداختن قابلیت‌ها و پتانسیل‌ها برای نسل‌های آینده برآورده سازد» (WCED, ۱۹۸۷, p.۴۳)، یا به عبارت دیگر عمل امروز ما در توالی نسل‌های آینده برای تأمین نیازهایشان اثر جدی دارد.

از نظر هاگتون و هانت (Houghton and Hunter, ۱۹۹۴) این تعریف از توسعه پایدار مفاهیمی چون برابری درون نسلی و بین نسلی و به همان نسبت آگاهی زیست‌محیطی را در بر می‌گیرد. همچنین دلالت بر آن دارد که وجود یک چارچوب جهانی ضروری بوده و تأثیرات فرامحدوده‌ای نیز باید در نظر گرفته شود (Houghton and Hunter, ۱۹۹۴). بانک جهانی، توسعه پایدار را چنین تعریف می‌کند: «توسعه‌ای که پایدار باشد». «لمن و کس» (Leman and Cox, ۱۹۹۱) نیز توسعه پایدار را چنین تعریف می‌کند: «توسعه پایدار روندی است که بهبود شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و فن‌آوری به سوی عدالت اجتماعی باشد و در جهت آلودگی اکوسیستم و تخریب منابع طبیعی نباشد» (عزیزی، ۱۳۸۰، ص ۲۲). پایداری در مفهوم گسترده آن به معنی اداره و بهره‌برداری صحیح و کارا از منابع پایه، طبیعی، مالی و نیروی انسانی برای دستیابی به الگوی مصرف مطلوب است که با به‌کارگیری امکانات فنی و ساختار و تشکیلات مناسب برای رفع نیاز نسل امروز و آینده به طور مستمر و رضایت‌بخش امکان‌پذیر می‌شود (زیاری، ۱۳۸۰، ص ۳؛ بحرینی، ۱۳۷۸، ص ۲۸۰؛ مکنون، ۱۳۷۴، ص ۵؛ بحرینی، ۱۳۷۶، ص ۲۸؛ صدوق، ۱۳۸۰، ص ۱۳). تعریف سازمان ملل متحد از پایداری چنین است (لقایی و محمدزاده، ۱۳۷۸، ص ۳۴). سیاست توسعه پایدار چنان سیاستی است که در نتیجه اعمال آن منافع مثبت حاصل از مصرف منابع طبیعی بتواند برای زمان‌های قابل پیش‌بینی در آینده ادامه و دوام داشته باشد. اندیشه جدید پایداری مبنی بر آن است که بر پایه تفکر سیستماتیک و نظام یافته همه‌چیز در پیوند با

یکدیگر در نظر گرفته شود (رحیمی، ۱۳۸۰، ص ۱۴۰). از این رو لازم است هرپدیده توسعه در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی متأثر از هم مورد بررسی قرار گیرد. گرچه اجرای واقعی برنامه‌های پایداری امری مشکل به نظر می‌رسد، لیکن استمرار و گسترش این مفهوم طی بیش از سه دهه حاکی از آن است که پایداری مفهومی است که همواره بر اهمیت آن افزوده شده و ابعاد گسترده‌تری پیدا کرده است.

روش تحقیق

روش تحقیق در این مقاله ترکیبی از روش‌های «تاریخی، توصیفی، و تحلیلی» و «روش موردی-میدانی» یا «موردی-ژرفانگر» است که در زمینه مباحث نظری و نظریه‌های موجود و نیز پیشینه شهر از روش تاریخی و توصیفی مبتنی بر اطلاعات ارایه شده در اسناد و مدارک کتابخانه‌ای سازمان‌های مختلف انتخاب شده است. سپس، بر اساس تحقیقات نظری و تجربی با تجزیه و تحلیل اطلاعات جمعیتی، کاربری‌ها و ویژگی‌های کالبدی شهر و با توجه به مساله بعد مکانی-فضایی یعنی شهر مشهد از روش‌های موردی و زمین‌های استفاده شده است. تکنیک گردآوری آمار و اطلاعات با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی می‌باشد. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌ها و تکنیک‌های آماری در برنامه‌ریزی شهری از جمله روش تحلیل عاملی، تحلیل همبستگی، و ضریب پراکندگی (Dispersion Coefficient) استفاده شده است. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش نرم‌افزارهای رایانه‌ای SPSS و Stat graphics می‌باشد. نوع تحقیق در این مقاله کاربردی - توسعه‌ای است که جامعه آماری پژوهش حاضر دانشجویان و اساتید گردشگری شهر مشهد می‌باشد. فرضیه تحقیق عبارت است از:

۱. بین گردشگری و پایداری اقتصادی شهرها ارتباط معناداری وجود دارد.

۲. بین گردشگری و رشد اقتصادی شهرها ارتباط معناداری وجود دارد.

نمونه و روش نمونه‌گیری

اگر چه روش‌های متعددی برای انتخاب نمونه مطرح می‌باشد ولی عمده ترین مسأله در نمونه‌گیری، انتخاب نمونه ای است که اولاً واقعی و ثانیاً: تصادفی باشد. اما در معنای متعارف و دستوری کلمه، در هر جامعه، به آن جزئی، نمونه گفته می‌شود که معرف جامعه باشد. منظور از شرط معرف بودن آن است که همه صفات جامعه، خاصه آن صفاتی که از لحاظ موضوع تحقیق دارای اهمیت است، به تناسب در نمونه وجود داشته باشد و بتوان نتایج حاصل از آن را به کل جامعه آماری تعمیم داد (ساروخانی، ۱۳۷۷، ص ۱۵۶). در این مطالعه به روش نمونه‌گیری احتمالی و به شیوه تصادفی ساده نمونه‌گیری به عمل آمد. جهت شناسایی نمونه‌ها از طریق اطلاعاتی که پژوهشگر داشته نمونه‌ها شناسایی و سپس با انتخاب آنان امر پرسشگری از آنان به عمل می‌آید.

تعیین حجم نمونه

تعمیم یافته‌های تحقیق از نمونه به جامعه همیشه رضایت بخش نیست، زیرا نمی‌توان در همه موارد اطمینان داشت که نمونه، معرف جامعه است. بلکه در خیلی موارد، بین نمونه و جامعه اختلاف وجود دارد. سئوالی که محقق، دیر یا زود باید به آن پاسخ می‌داد این بود که حجم نمونه چقدر باشد؟ پاسخ به این سئوال حائز اهمیت فراوانی است. زیرا اگر حجم نمونه خیلی بزرگ باشد، امکانات تلف می‌شود. از سوی، دیگر اگر نمونه خیلی کوچک باشد، دقت نتایج کم است و ممکن است نتایج، بیانگر حقایق و واقعیت‌های جامعه نباشد. اما در صورتی که نمونه به صورت تصادفی انتخاب شود و اندازه آن نیز کافی باشد، اختلاف بین نمونه و جامعه کاهش خواهد یافت. به منظور انتخاب حجم نمونه مناسب با توجه به نوع و هدف تحقیق فرمول‌های متفاوتی از سوی صاحب نظران مطرح شده است. حجم نمونه را می‌توان از روی محدود و نامحدود بودن جامعه آماری بدست آورد. با توجه به این که جامعه آماری این تحقیق کلیه خریداران از فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند در سطح شهر تهران می‌باشد، می‌توان تعداد نمونه را از فرمول محاسبه



تعداد نمونه آماری از جامعه نامحدود، بدست آورد. از آن جا که حجم جامعه آماری نامحدود می باشد، بنابر این از فرمول زیر جهت تعیین حجم نمونه استفاده می شود:

$$n = \frac{Z^2 \cdot \frac{p \cdot q}{1 - \frac{\alpha}{2}}}{\sum^2} = \frac{(1.96)^2 (0.5 * 0.5)}{(0.08)^2} = 150$$

که در آن:

Z = مقدار متغیر استاندارد شده در واحد متناظر با سطح اطمینان

p = برآورد صفت مشهود متغیر در جامعه

q = مقدار اشتباه مجاز در اندازه گیری مشاهدات متغیر در جامعه

حداقل حجم نمونه به دست آمده با سطح اطمینان ۹۵ درصد و خطای ۸ درصد، تعداد ۱۵۰ نفر می باشد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

در آمار توصیفی، اطلاعات دموگرافیک و جمعیت شناختی و آمار مربوط به میانگین (Mean)، انحراف استاندارد (Std. Deviation)، میانگین خطای استاندارد (Std. Error Mean)، کشیدگی و چولگی و حداقل و حداکثر متغیرهای تحقیق استفاده خواهد شد. همچنین همان طور که بیان شد از آزمون نرمالیتی کولموگروف-اسمیرنوف، آزمون تی-استیودنت و آزمون رتبه ای فریدمن و ضریب همبستگی پیرسون بمنظور تایید یا رد فرضیات و تبیین رابطه متغیرهای مستقل و وابسته استفاده خواهد شد.

مدل مفهومی پژوهش و پرسشنامه

در این پژوهش برای به دست آوردن داده های لازم برای آزمون فرضیات پژوهش از پرسش نامه ی محقق ساخته استفاده شده است. این پرسشنامه دارای ۳۱ سوال می باشد که سوالات ۱ الی ۱۵ مربوط به فرضیه اول و سوال ۱۵ الی ۳۱ مربوط به فرضیه دوم می باشد.

روایی پرسش نامه

ابزار سنجش می بایست از «پایایی» و «روایی» لازم برخوردار باشد تا محقق بتواند داده های متناسب با تحقیق را گردآوری نماید (حافظ نیا، ۱۳۷۷، ص ۱۳۷). منظور از روایی اینست که محتوای ابزار و یا سوالات مندرج در پرسش نامه، بطور دقیق متغیرها و موضوع مورد مطالعه را می سنجد یا نه؟ عبارت دیگر آیا آنچه را که فکر می کنیم اندازه می گیریم، واقعا اندازه می گیریم؟ (مومنی، ۱۳۸۶، ص ۲۸). بمنظور برآورد و تامین روایی ابزار تحقیق و پرسش نامه، از استعلام نظرات خبرگان و کارشناسان، استفاده خواهد شد.

پایایی پرسشنامه

منظور از اعتبار یا پایایی ابزار اندازه گیری نیز اینست که اگر سنجش، تحت شرایط مشابه مجددا تکرار شود، نتایج حاصل تا چه حد، مشابه و قابل اعتماد است؟ (حافظ نیا، ۱۳۷۷، ص ۱۳۶). در این تحقیق. به منظور تعیین پایایی پرسش نامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده خواهد شد. برای محاسبه آلفای کرونباخ، ابتدا می بایست واریانس نمرات هر زیر مجموعه سوالات پرسش نامه و واریانس کل را محاسبه نمود. سپس می توان با استفاده از فرمول زیر و نرم افزار SPSS مقدار ضریب آلفا را محاسبه کرد:

$$\alpha = \left(\frac{j}{j-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_j^2}{S^2} \right)$$

جدول ۱. مدل مفهومی پژوهش

متغیر وابسته	متغیر مستقل	شرح فرضیه
پایداری اقتصادی شهر	بین گردشگریها ارتباط معناداری وجود دارد.	فرضیه اصلی شماره (۱)
رشد اقتصادی شهر ها	بین گردشگریها ارتباط معناداری وجود دارد.	فرضیه اصلی شماره (۲)

جدول ۲. آزمون الفای کرنباخ پرسشنامه؛ ماخذ: یافته های تحقیق

تعداد متغیر ها	الفای کرنباخ
۳۰	۰.۸۵۵

جدول ۳. آزمون کولموگروف - اسمینرف؛ ماخذ: یافته های تحقیق

متغیر ها	تعداد
۱۵۰	آماره آزمون
۲.۹۰۸	سطح معنا داری
۰.۰۰۰	

جدول ۴. ضرایب ANOVA

سطح معناداری Sig.	آماره F	Mean Square	درجه آزادی df	Sum of Squares	شفافیت
۰.۰۰	۱۰.۱۶۱	۴۰۶.۵۵	۴۷	۲۶۰۴.۰۷۷	Between Groups
		۵.۴۵۳	۱۰۲	۵۵۶.۱۶۳	Within Groups
			۱۴۹	۳۱۶۰.۲۴۰	Total

که در فرمول فوق، α برآورد اعتبار تست، z تعداد سوالات تست، S^2 واریانس زیر مجموعه z ام و S^2 نیز واریانس کل آزمون است (سرمد و همکاران، ۱۳۷۶، ص ۸۱).

آزمون نرمال بودن داده ها

در این پژوهش برای بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون کولموگروف - اسمینرف استفاده شده است که با توجه به بالا بودن آماره های آزمون و پایین بودن مقدار سطح معناداری آزمون فرض نرمال بودن داده ها مورد تایید قرار گرفته است. بر اساس مقادیر ارائه شده، از آنجایی که مقادیر سطح معناداری، متغیر های پژوهش کمتر از ۵٪ است ($P\text{-value} > 0.05$ یا $Sig > 0.05$). بنابراین فرض صفر یعنی نرمال بودن متغیر ها رد نمی شود. لذا فرض نرمال بودن داده ها مورد تایید قرار می گیرد.

آزمون فرضیات تحقیق

فرضیه اول: بین گردشگری و پایداری اقتصادی شهرها ارتباط معناداری وجود دارد.

فرضیه H۰: بین گردشگری و پایداری اقتصادی شهرها

ارتباط معنا داری وجود ندارد. فرضیه H۱: بین گردشگری و پایداری اقتصادی شهرها ارتباط معنا داری وجود دارد. برای آزمون این فرضیه از یک مدل رگرسیونی استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل این فرضیه و مشخص شدن اختلاف معناداری میان متغیر مستقل و وابسته از آزمون تحلیل واریانس یکطرفه ANOVA استفاده می گردد که آماره این آزمون آماره فیشرف (F) می باشد. این آماره نباید از آماره فیشرف محاسبه شده از طریق جدول کمتر باشد تا بتوان معنادار بودن مدل رگرسیونی را تایید کرد.

لذا با توجه به پایین بودن سطح معنا داری آزمون فرضیه مورد نظر بیانگر تایید اختلاف معنادار میان متغیر مستقل و متغیر وابسته می باشد؛ یعنی ارتباط معنا داری بین گردشگری و پایداری اقتصادی شهرها وجود دارد.

فرضیه دوم

بین گردشگری و رشد اقتصادی شهرها ارتباط معناداری وجود دارد.

فرضیه H۰: بین گردشگری و رشد اقتصادی شهرها ارتباط معناداری وجود ندارد.

جدول ۴. ضرایب ANOVA

شفافیت	Sum of Squares	درجه آزادی df	Mean Square	اماره F	سطح معناداری Sig.
Between Groups	۲۶۰۴۰۰۷۷	۴۷	۴۰۶.۵۵	۱۰.۱۶۱	۰.۰۰
Within Groups	۵۵۶.۱۶۳	۱۰۲	۵.۴۵۳		
Total	۳۱۶۰.۲۴۰	۱۴۹			

فرضیه ۱H: بین گردشگری و رشد اقتصادی شهرها ارتباط معناداری وجود دارد. برای تجزیه و تحلیل این فرضیه و مشخص شدن اختلاف معناداری میان متغیر مستقل و وابسته از آزمون ANOVA استفاده می گردد که آماره این آزمون آماره فیشر (F) می باشد. این آماره نباید از آماره فیشر محاسبه شده از طریق جدول کمتر باشد تا بتوان معنادار بودن مدل رگرسیونی را تایید کرد. لذا با توجه به پایین بودن سطح معناداری آزمون فرضیه موردنظر بیانگر تایید اختلاف معنادار میان متغیر مستقل و متغیر وابسته می باشد؛ یعنی ارتباط معناداری میان بین گردشگری و رشد اقتصادی شهرها وجود دارد.

نتیجه گیری و جمع بندی

تلاش برای یافتن راهی جهت کاهش اتکای کشور به درآمدهای نفت و خروج از اقتصاد نفتی که گاه از آن به عنوان عامل بسیاری از مشکلات سیاسی و اقتصادی یاد می شود، آرزوی دیرین کارشناسان اقتصادی بوده و دغدغه حلالین معضل، همواره در سخنان مسوولان عیان و روشن است. اما آنچه که هم اکنون مشاهده می شود، چرخش در بر همان پاشنه است. امروزه صنعت گردشگری یکی از پر رونق ترین فعالیتهای انسانها در سده بیست و یکم به شمار می رود و همچنین بعنوان یکی از صنایع توسعه پایدار، فرصت های بزرگ اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی برای کلان شهرها و مادرشهرهای ایران ایجاد می کند. اگرچه گردشگری

ایران نتوانسته در اقتصاد ملی سهم قابل توجهی را به دست آورد و در رتبه میان کشورها ۴ پله صعود کند اما رقبای این کشور آنچنان عمل کرده اند که توانسته اند درآمد مناسبی از این راه به دست آورده و گردشگران زیادی را جذب کنند. به طور مسلم حضور گردشگران در شهر، سبب افزایش درآمد شهر و ایجاد اشتغال می شود، زیرا هزینه های گردشگران برای افراد جامعه به عنوان درآمد تلقی می شود. با تغییر درآمد حاصل از گردشگری، طبیعی است که درآمد سرانه حاصل از گردشگری هم تغییر می کند؛ سیاست گذاری هایی که در شکل دهی و حفظ فضاهای شهری موجود و جدید اعمال میشوند، می تواند موجب رونق یا کساد صنعت گردشگری شهرها شوند.

منابع و مآخذ

اپنهائیم، نوربرت (۱۳۷۹)، مدل های کاربری در تحلیل مسایل شهری و منطقه ای، ترجمه منوچهر طبیبیان، دانشگاه تهران، چاپ اول.
ارجمندنیاء، اصغر (۱۳۷۹)، بوم شهر، تبلور پایداری شهری، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۴، سال اول.
بارتون، الیزابت، کیتی ویلیامز و مایک جنز (۱۳۷۹)، شهر متراکم و پایداری شهری، ترجمه فریده باروقی، فصلنامه مدیریت شهری، سال اول، شماره ۴.
بحرینی، سید حسین و رضا مکنون (۱۳۸۰)، توسعه شهری پایدار، از فکر تا عمل، مجله محیط شناسی، سال ۲۷، شماره ۲۷ (تابستان).
بحرینی، سید حسین (۱۳۷۸)، تجدد، فراتجدد و پس

Attention, in C.P. Cooper (Ed) Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management, London: Belhaven Press.

Butler, R. W, (2000): Ecotourism-Has it Achieved Maturity or Has the Bubble Burst, Keynote Address, Pacific Rim Tourism, Rotorua, and Zealand.

Hall, c. M. and s. J. page (1999): The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space, Routledge, London

Gunn, Clare A. and Turgut Var (2002), Tourism Planning, Basics, Concepts, Cases, Fourth Edition, Routledge, New York

Inskip, E (1991): Tourism planning. An Integrated and Sustainable Development Approach. Van Nostrand Reinhold, New York

از آن در شهرسازی، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

بحرینی، سید حسین (۱۳۷۶)، شهرسازی و توسعه پایدار، مجله رهیافت، شماره ۱۷ (زمستان).

برنامه عمران سازمان ملل متحد (۱۳۷۷)، دستور کار ۲۱ (ترجمه)، چاپ اول، انتشارات سازمان حفاظت محیط زیست با همکاری برنامه عمران سازمان ملل متحد.

بوچانی، محمد حسین (۱۳۸۳)، اسکان غیر رسمی ایلام، پاسخی به بی‌برنامگی مسکن، مجله شهرداری‌ها، سال ۶، شماره ۶۶ (آبان).

پاگ، سدیریک (۱۳۸۳)، شهرهای پایدار در کشورهای در حال توسعه (ترجمه)، چاپ اول، مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری ایران.

توقیق، فیروز (۱۳۷۲)، تحلیل عاملی و تلفیق شاخص‌های منطقه‌ای، مجله آبادی، سال ۳، شماره ۱۰ (پاییز).

حکمتی فرید، صمد (۱۳۸۲)، رتبه‌بندی شهرستان‌های استان آذربایجان شرقی از نظر توسعه، تبریز: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان آذربایجان شرقی.

حکمت‌نیا، حسن (۱۳۸۳)، برنامه‌ریزی فضایی توسعه پایدار شهر یزد، پایان‌نامه دکتری دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.

رحیمی، حسین (۱۳۸۰)، نقش فرهنگ در توسعه پایدار، مجله اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۱۶۷-۱۶۸، سال ۱۵.

رهنما، محمد رحیم (۱۳۷۳)، سطح‌بندی نظام شهری و توسعه منطقه‌ای نمونه: استان خراسان، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۹، شماره ۳۲ (بهار).

زیاری، کرامت اله (۱۳۸۰)، توسعه پایدار و مسوولیت برنامه‌ریزان شهری در قرن بیست و یکم، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه تهران، شماره ۱۶۰ (زمستان).

صدوق، محمد باقر (۱۳۸۰)، توسعه و توسعه پایدار، فصلنامه محیط زیست، شماره ۳۶.

Ashworth, G. J. (1989) Urban Tourism: A balance in

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Autumn 2016

۴۸۱

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management

شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Autumn 2016

■ ۴۸۲ ■