مدیریت شهری
شماره ۴۴ پاییز ۹۵
No.44 Automn 2016
۴۷۳-۴۸۲
زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۱۲/۲۳ زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۵/۶/۱

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

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

چکیده

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 می گیرد.

واژگان کلیدی: گردشگری، رشد اقتصادی، پایداری اقتصادی.

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.

* نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس: ۰۹۱۲۲۷۰۶۱۵۹، رایانامه: nazemi1352@yahoo.com

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

مقدمه

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 توسعهٔ 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 تبدل 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 رهایی 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.

مبانی‌نظری

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، غیرگردشگر محسوب می‌شود.

صنعت گردشگری شامل طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های اقتصادی است که محصولات و خدمات مختلفی را برای گردشگران تولید و عرضه می‌کنند. 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.توسعهٔ گردشگری در مقیاس بزرگ آن و برپایهٔ 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. توسعهٔ جاذبه‌های بخش گردشگری مزایای نسبی بسیاری نسبت به سایر بخش‌ها برای اقتصاد کشورها فراهم می‌کند. اولین مزیت نسبی مستقیما 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 هزینهٔ سرانه سرمایه‌گذاری در گردشگری از بسیاری فعالیت‌های دیگر کمتر است، چندان دور از انتظار نیست. این‌جاذبه‌ها مواد خامی

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

هستند که می‌توانند با هزینهٔ 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 ثانویهٔ 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 مستقیما 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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

است اثرات غیر مستقیم را ایجاد می‌نماید، مثل خرید هتل‌دارها از خرده‌فروشان محلی و خرید خرده‌فروشان از عمده‌فروشان. به عبارت دیگر،زمانی که گردشگران بین المللی 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 بخش‌هاس 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 استناد 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 پایدار شده است.به گفته وینتر در عمل بیش از ۲۰۰ تعریف وجود دارد (بارتون و دیگران، ۱۳۷۹، ص ۱۶). رایج‌ترین تعریف از توسعه پایدار 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 هانتر (Haughton 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 (Haughton and Hunter,۱۹۹۴). بانک جهانی، توسعه پایدار را چنین تعریف می‌کند: «توسعه‌ای که پایدار باشد». «لمن و ککس» (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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

یکدیگر در نظر گرفته شود (رحیمی، ۱۳۸۰، ص ۱۴۰). از این رو لازم است هرپدیده توسعه در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی 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 ارایه‌شده 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 حاظر دانشجویان و اساتید گردشگری شهر مشهد می باشد. 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 نمونه گیری

اگر چه روش‌های متعددی برای انتخاب نمونه مطرح می‌باشد ولی عمده ترین مسأله در نمونه گیری، انتخاب نمونه ای است که اولاً واقعی وثانیاً: تصادفی باشد. اما در معنای متعارف ودستوری 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 وبتوان نتایج حاصل از آن را به کل جامعه آماری تعمیم داد (ساروخانی، ۱۳۷۷، ص ۱۵۶). در این مطالعه به روش نمونه گیری احتمالی و به شیوه تصادفی ساده نمونه گیری به عمل آمد. جهت شناسایی نمونه ها از طریق اطلاعاتی که پژوهشگر داشته نمونه ها شناسایی و سپس با انتخاب آنان امر پرسشگری از آنان به عمل می آید.

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 وجامعه 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 وممکن 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 وجامعه کاهش خواهد یافت. به منظور انتخاب حجم نمونه مناسب باتوجه به نوع وهدف تحقیق فرمول‌های متفاوتی از سوی صاحبنظران مطرح شده است. حجم نمونه را می‌توان از روی محدود ونامحدود بودن جامعه آماری بدست آورد. باتوجه به این که جامعه آماری این تحقیق کلیه خریداران از فروشگاه های زنجیره‌ای شهروند در سطح شهر تهران می‌باشد، می‌توان تعداد نمونه را از فرمول محاسبه

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

تعـداد نمونـه آمـاری از جامعه نامحـدود، بدسـت آورد. از آن جـا که حجـم جامعه آمـاری نا محدود می‌باشـد، بنابر ایـن از فرمـول زیر جهت تعیین حجم نمونه اسـتفاده می شود:

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

که در آن:

Z = مقـدار متغیـر اسـتاندارد شـده در واحـد متناظـر بـا سـطح اطمینان

p = برآورد صفت مشهود متغیر در جامعه

q = مقدار اشـتباه مجاز در اندازه گیری مشـاهدات متغیر در جامعه

حداقـل حجـم نمونـه به دسـت آمـده با سـطح اطمینان ۹۵ درصـد و خطـای ۸ درصـد، تعداد ۱۵۰ نفر می‌باشـد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

در آمـار توصیفـی، اطلاعـات دموگرافیـک و جمعیـت شـناختی و آمـار مربـوط بـه میانگیـن (Mean)، انحراف اسـتاندارد (Std. Deviation)، میانگین خطای استاندار (Std. Error Mean)، کشـیدگی و چولگـی و حداقـل و حداکثـر متغیرهـای تحقیـق اسـتفاده خواهـد شـد. همچنیـن همان‌طـور که بیـان شـد از آزمـون نرمالیتی کولموگـروف- اسـمیرنوف، آزمـون تـی- اسـتیودنت و آزمـون رتبـه‌ای فریدمـن و ضریب همبسـتگی پیرسـون بمنظـور تاییـد یا رد فرضیـات و تبیین رابطـه متغیرهای مسـتقل و وابسـته اسـتفاده خواهد شـد.

مدل مفهومی پژوهش و پرسشنامه

در ایـن پژوهـش بـرای بـه دسـت آوردن داده هـای لازم بـرای آزمـون فرضیات پژوهش از پرسـش نامه ی محقق سـاخته اسـتفاده شـده اسـت. این پرسشـنامه دارای ۳۱ سـوال می باشـد که سـوالات ۱ الی ۱۵ مربوط به فرضیه اول و سـوال ۱۵ الی ۳۱ مربوط به فرضیه دوم می باشـد.

روایی پرسش نامه

ابـزار سـنجش می بایسـت از «پایایـی» و «روایـی» لازم برخـوردار باشـد تـا محقـق بتوانـد داده های متناسـب با تحقیـق را گردآوری نمایـد (حافظ نیـا، ۱۳۷۷، ص۱۳۷). منظـور از روایـی اینسـت کـه محتوای ابـزار و یا سـوالات منـدرج در پرسـش نامه، بطـور دقیـق متغیرهـا و موضوع مـورد مطالعه را می سـنجد یـا نه؟ بعبارت دیگـر آیا آنچه را کـه فکـر می کنیـم انـدازه می گیریـم، واقعا انـدازه می گیریـم؟ (مومنی، ۱۳۸۶، ص ۲۸). بمنظور برآورد و تامین روایـی ابـزار تحقیـق و پرسـش نامه، از اسـتعلام نظـرات خبرگان و کارشناسـان، اسـتفاده خواهد شـد.

پایایی پرسشنامه

منظـور از اعتبـار یـا پایایی ابـزار اندازه گیری نیز اینسـت که اگر سـنجش، تحت شـرایط مشـابه مجددا تکرار شود، نتایـج حاصـل تا چـه حد، مشـابه و قابـل اعتماد اسـت؟ (حافـظ نیـا، ۱۳۷۷، ص ۱۳۶). در ایـن تحقیق. به منظور تعییـن پایایی پرسـش نامه نیـز از ضریب آلفـای کرونباخ اسـتفاده خواهد شـد. برای محاسـبه آلفای کرونباخ، ابتدا مـی بایسـت واریانـس نمـرات هر زیـر مجموعه سـوالات پرسـش نامـه و واریانـس کل را محاسـبه نمـود. سـپس می تـوان بـا اسـتفاده از فرمـول زیـر و نـرم افـزار SPSS مقـدار ضریـب آلفا را محاسـبه کرد:

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

جدول ۱. مدل مفهومی پژوهش

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

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

تعداد متغییر ها	الفای کرنباخ
۳۰	۰.۸۵۵

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

متغییر ها	
150	تعداد
2.908	آماره آزمون
.000	سطح معنا داری

جدول ۴. ضرایب ANOVA

شفافیت	Sum of Squares	درجه آزادی df	Mean Square	اماره F	سطح معناداری Sig.
Between Groups	۲۶۰۴.۰۷۷	۴۷	۴۰۶ .۵۵	۱۰.۱۶۱	۰.۰۰
Within Groups	۵۵۶.۱۶۳	۱۰۲	۵.۴۵۳		
Total	۳۱۶۰.۲۴۰	۱۴۹			

که در فرمول فوق، α برآورد اعتبار تست، j تعداد سوالات تست، $S2_j$ واریانس زیر مجموعه j ام و $S2$ 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 ($Sig < ۰۵/۰$ یا P- value). بنابراین فرض صفر یعنی نرمال بودن متغیر ها رد نمی شود. لذا فرض نرمال بودن داده ها مورد تائید قرار می گیرد.

آزمون فرضیات تحقیق

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

فرضیه H_0 : بین گردشگری و پایداری اقتصادی شهرها ارتباط معنا داری وجود ندارد.

فرضیه H_1 : 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 متغییر مستقل و وابسته از آزمون تحلیل واریانس یکطرفه ANOVA استفاده می گردد که آماره این آزمون آماره فیشر(F) می باشد. این آماره نباید از آماره فیشرمحاسبه 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 متغییر مستقل و متغییر وابسته می باشد؛ یعنی ارتباط معنا داری بین گردشگری و پایداری اقتصادی شهر ها وجود دارد.

فرضیه دوم

بین گردشگری و رشد اقتصادی شهرها ارتباط معناداری وجود دارد.

فرضیه H_0: بین گردشگری و رشد اقتصادی شهرها ارتباط معناداری وجود ندارد.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

جدول ۴. ضرایب ANOVA

شفافیت	Sum of Squares	درجه آزادی df	Mean Square	اماره F	سطح معناداری Sig.
Between Groups	۲۶۰۴.۰۷۷	۴۷	۴۰۶ .۵۵	۱۰.۱۶۱	۰.۰۰
Within Groups	۵۵۶.۱۶۳	۱۰۲	۵.۴۵۳		
Total	۳۱۶۰.۲۴۰	۱۴۹			

فرضیه1H: بین گردشگری و رشد اقتصادی شهرها ارتباط معناداری وجود دارد. برای تجزیه و تحلیل این فرضیه و مشخص شدن اختلاف معناداری میان متغییر 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 متغییر مستقل و متغییر وابسته می باشد؛ یعنی ارتباط معناداری میان بین گردشگری و رشد اقتصادی شهرها وجود دارد.

نتیجه گیری و جمعبندی

تلاش برای یافتن راهی جهت کاهش اتکای کشور به درآمدهای نفت وخروج از اقتصاد نفتی که گاه از آن به عنوان عامل بسیاری از مشکلات سیاسی و اقتصادی یاد می‌شود، آرزوی دیرین کارشناسان اقتصادی بوده و دغدغه حلاین معضل، همواره در سخنان مسوولان عیان و روشن است. اما آنچه که هم‌اکنون مشاهده می‌شود، چرخش در بر همان پاشنه است. امروزه صنعت گردشگری یکی از پر رونق ترین فعالیتهای انسانها در سده بیست ویکم به شمار می رود و همچنین بعنوان یکی از صنایع توسعه پایدار، فرصت های بزرگ اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی برای کلان‌شهرها 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 آنچان عمل کرده‌اند که توانسته‌اند 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 تغیر می کند؛ سیاست گذاری هایی که در شکل دهی و حفظ فضاهای شهری موجود و جدید اعمال میشوند، می تواند موجب رونق یا کسادی صنعت گردشگری شهرها شوند.

منابع و ماخذ

اپنهایم، نوربرت (۱۳۷۹)، مدل‌های کاربری در تحلیل مسایل شهری و منطقه‌ای، ترجمه منوچهر طبیبیان، دانشگاه تهران، چاپ اول.

ارجمندنیا، 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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

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

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-19]