

دو فصلنامه علمی کاشان‌شناسی، پاییز و زمستان ۱۴۰۱
دوره ۱۵، شماره ۲ (پیاپی ۲۹)، صفحات: ۱۰۱-۱۲۲
مقاله علمی پژوهشی

ارزیابی اثر ابعاد توسعه گردشگری بر میزان شادی ساکنان نمونه موردی: شهر کاشان

ابراهیم مولوی*

یونس غلامی**

راضیه کریمی آغچه***

چکیده

امروزه صنعت گردشگری به یکی از بزرگ‌ترین صنایع خدماتی جهان از لحاظ درآمدزایی تبدیل شده است. گسترش صنعت گردشگری افزون بر تأثیر بسزایی که بر ابعاد وسیع اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در جامعه دارد، به‌عنوان یک محرک توسعه شهری تلقی می‌شود که در شادی ساکنان از طریق افزایش رضایت از زندگی نقش دارد. نگارنده در پژوهش حاضر به دنبال ارزیابی ابعاد توسعه گردشگری و اثرات آن بر شادی ساکنان شهر کاشان است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و روش پژوهش توصیفی تحلیلی است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه از آزمون آماری T تک‌نمونه و مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج نشان داده‌اند که شهر کاشان از نظر ابعاد توسعه گردشگری، از لحاظ رشد اقتصاد کلان، بعد اجتماعی اقتصادی، بعد فرهنگی، بعد محیطی، بعد اجتماعی در سطح پایداری قرار دارد. یافته‌های حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان‌دهنده این است که ابعاد توسعه گردشگری بر شادی با بار عاملی ۰/۵۵ در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ بوده است. بنابراین می‌توان گفت با اطمینان ۹۹٪ ابعاد توسعه گردشگری بر مقیاس شادی ذهنی ساکنان شهر کاشان اثرگذار بوده است. سپس با تحلیل جزئی‌تر مشخص شد که عامل اجتماعی اقتصادی، بیشترین نقش را در تبیین اثرات توسعه گردشگری به خود اختصاص داده است. دیگر عامل مهم تحت تأثیر توسعه گردشگری، عامل فرهنگی و در درجه آخر عامل بعد اجتماعی است. وجود کمترین بار عاملی ۰/۶۸ نسبت به سایر ابعاد، گویای این امر است که بافت اجتماعی کاشان همچنان هویت محلی خود را حفظ کرده است.

کلیدواژه‌ها: شادی، توسعه گردشگری، شهر کاشان، گردشگری شهری.

* استادیار دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران / dr.emolavi1969@gmail.com

** دانشیار گروه جغرافیا و گردشگری، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران / yonesgholami@ymail.com

*** کارشناس ارشد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران / r.karimi.a73@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۷/۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۳

ارزیابی اثر ابعاد
توسعه گردشگری
بر میزان شادی ساکنان
نمونه موردی: شهر کاشان



۱. بیان مسئله

بر اساس آمارهای سازمان ملل متحد، شورای گردشگری و مسافرت‌های جهانی، صنعت گردشگری چه به صورت مستقیم و چه به صورت غیرمستقیم، تمامی جنبه‌های (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی) یک اجتماع را تحت شعاع خود قرار می‌دهد (فرجی راد و افتخاریان، ۱۳۹۱: ۵۰؛ نرگسی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۱؛ 200؛ Butcher, 2003؛ Marin, 1992: 678). توسعه گردشگری می‌تواند بر سرمایه‌های انسانی (آموزش، سلامت و کیفیت کار) ساکنان تأثیر بگذارد که البته این تأثیر می‌تواند مثبت یا منفی باشد که از تأثیرات مثبت آن می‌توان به توسعه بخش اقتصادی که نتیجه آن افزایش کیفیت زندگی ساکنان است، اشاره کرد (Rivera et al., 2015: 237؛ Ozturk et al., 2015: 535؛ Kim et al., 2013: 67؛ Diener et al., 2013: 1؛ al., 2015). پس برای کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، گردشگری اغلب به عنوان یک عنصر کلیدی، هم برای رهایی از اقتصاد تک‌محصولی و هم برای توسعه و نوسازی دیده می‌شود که رشد اقتصادی و اجتماعی را در پی دارد. در کشور ایران این امر در طی دهه‌های قبل به رسمیت شناخته شده که منجر به توسعه گردشگری در مقیاسی بزرگ شده و یکی از محرک‌های توسعه شهری است که می‌تواند بر جنبه‌های مختلف زندگی از جمله شادی ساکنان و عاطفه از طریق افزایش رضایت از زندگی نقش داشته باشد (Kler, 2013: 362؛ Tsaour et al., 2013: 42؛ McCabe & Johnson, 2013: 30؛ Tribe, 2012). البته به عنوان یکی از اهداف و دغدغه‌های مدیران و برنامه‌ریزان هم به شمار می‌رود، زیرا زندگی ساکنان جامعه میزبان به عنوان مقصد گردشگران تحت تأثیر قرار می‌گیرد؛ لذا حمایت همه‌جانبه ساکنان در جامعه گردشگری برای توسعه برنامه‌ریزی، عملکرد موفقیت‌آمیز و پایداری گردشگری ضروری است (Kim, 2002).

مطالعه و تحقیق درباره رفاه ذهنی به قرن بیستم برمی‌گردد. طبق مطالعات انجام‌شده، کشورهای شرق آسیا و آمریکای جنوبی به سطح بالایی از رفاه و رضایت از زندگی دست یافته و پیشرفت چشمگیری در زمینه شادی داشته‌اند؛ به گونه‌ای که آن‌ها این اجازه را دارند که زندگی را فراتر از آنچه هست تجربه کنند، درحالی‌که در کشورهای اروپایی وضعیت همچنان ثابت است. طبق بررسی‌های انجام‌شده کشور ایران از مجموع ۱۴۲ کشور جهان در رتبه ۱۰۱ قرار دارد و همچنین بررسی‌ها روند نزولی ایران را در طول سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۳ را نشان می‌دهد (گزارش شاخص رفاه لگاتوم، ۲۰۱۳؛ Diener et al, 2013). از طرفی ارتباط بین توسعه گردشگری و شادی برای ساکنان و گردشگران در بهترین حالت ممکن نیز مبهم است و یکی از مشکلات محققان در

به‌کارگیری مفهوم شادی، عملیاتی کردن آن است. این مفهوم به‌دلیل اهمیت و جایگاه آن در جوامع امروزی به‌سرعت در میان رشته‌های علمی پذیرفته شده است. در این بین، مطالعات نسبتاً کمی در زمینه تأثیر گردشگری بر شادی ساکنان، چه در داخل کشور و خارج از کشور انجام شده است. بنابراین بررسی این موضوع در شهرهایی همچون کاشان که یک شهر در حال توسعه و به‌شدت وابسته به گردشگری برای توسعه اقتصادی، حائز اهمیت است. شهر کاشان به این دلیل انتخاب شده است که مهد و زادگاه یکی از کهن‌ترین تمدن‌های جهان به نام سیلک، قدمتی بیش از هفت هزار سال دارد. این شهر به‌واسطه تاریخ کهن خود دارای بناها بیش از ۱۷۰۰ آثار تاریخی ثبت ملی و یکی از شهرهای مساعد برای جذب گردشگر است. بدین ترتیب هدف اصلی این پژوهش بررسی اثر ابعاد توسعه گردشگری بر مقیاس شادی ذهنی ساکنان شهر کاشان است. در این راستا پژوهش حاضر به‌دنبال پاسخ‌گویی به این پرسش‌هاست: ۱. وضعیت ابعاد توسعه گردشگری در شهر کاشان چگونه است؟ ۲. آیا توسعه ابعاد گردشگری در محدوده مورد مطالعه بر مقیاس شادی ذهنی اثر معناداری داشته است؟ فرضیه تحقیق به قرار ذیل است:

- ابعاد توسعه گردشگری در محدوده مورد مطالعه از نظر ساکنان جایگاه مطلوبی دارد.

- پارامترهای توسعه گردشگری با شادی ذهنی ساکنان شهر کاشان رابطه معناداری دارد.

۲. مبانی نظری

۲-۱. پیشینه تحقیق

پژوهشگران متعددی به بررسی و مطالعه اثرات ابعاد توسعه گردشگری و نقش آن بر مقیاس شادی پرداخته‌اند که در ادامه به برخی از این مطالعات اشاره می‌شود. فارالا و بیمونته^۱ (۲۰۱۲) به بررسی انواع گردشگری و تأثیر آن بر شادکامی پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد وجود انواع مختلف گردشگری باعث تفاوت و تغییر در نگرش‌ها، رفتارها، و سبک زندگی ساکنان و همچنین افزایش میزان شادی آن‌ها شده است. جرمی^۲ و همکاران (۲۰۱۵) مقاله‌ای با عنوان تأثیر گردشگری داخلی بر شادی ساکنان را بررسی کرده‌اند؛ نتایج آن‌ها نشان می‌دهد شادی ساکنان به‌عنوان یک دارایی فرهنگی، در جذب گردشگران خارجی مؤثر است. همچنین کشورهایی که مردم شادی دارند می‌توانند از نظر اقتصادی پیشرفت قابل توجهی داشته باشند. پرات^۳ و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی میزان شادی ساکنان در روستایی گردشگرپذیر پرداخته‌اند؛ نتایج آن‌ها نشان می‌دهد توسعه ابعاد گردشگری باعث بهبود وضعیت اقتصادی ساکنان روستای مورد مطالعه شده و همچنین تأثیر مثبتی بر روستاهای همجوار داشته است. ریورا و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی توسعه گردشگری و

ارزیابی اثر ابعاد
توسعه گردشگری
بر میزان شادی ساکنان
نمونه موردی: شهر کاشان

شادمانی را با چشم‌انداز مردم محلی یک جزیره کوچک انجام داده‌اند. آن‌ها همچنین نقش میانجی متغیرهایی نظیر کیفیت زندگی و درآمد را در ارتباط میان توسعه گردشگری و شادمانی سنجیده‌اند؛ نتایج حاکی از آن است که توسعه ابعاد گردشگری و شادمانی به‌طور مثبت رابطه معنی‌دار دارند. همچنین نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان‌دهنده تأثیر زیاد عامل‌های غیراقتصادی مثل مسائل اجتماعی بر شادمانی است. چن و لی^۴ (۲۰۱۷) به بررسی نقش مقصد شاد گردشگری در شادی گردشگران کشور سوئیس پرداخته‌اند؛ نتایج آن‌ها نشان می‌دهد تصویر مقصد به‌طور مثبت با رضایت از زندگی و عواطف مثبت و منفی مرتبط است و به‌طور خاص رضایت از زندگی می‌تواند تا حد زیادی عواطف مثبت و منفی را پیش‌بینی کند. کوبان^۵ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «آیا گردشگری واقعاً بر شادی شهروندان تأثیر می‌گذارد؟ شواهدی از ترکیه» یافته‌ها نشان می‌دهد که ساکنان مناطق گردشگری توده‌ای مبتنی بر دریا رضایت کمتری نسبت به مناطق گردشگری مبتنی بر میراث فرهنگی دارند. غلامی و همکاران (۱۳۹۸) به ارزیابی ادراک شهروندان از توسعه گردشگری شهری و اثر آن بر شادمانی ذهنی کلان‌شهر مشهد پرداخته‌اند. یافته‌ها حاکی از آن است که تأثیرات اجتماعی اقتصادی خرد بر شادمانی ذهنی شهروندان مؤثر است همچنین با توجه به عدم تأثیرات محیطی، فرهنگی و اقتصاد کلان بر شادمانی ذهنی شهروندان، به نظر می‌رسد می‌توان متغیرهای میانجی همچون کیفیت زندگی را در این بین مورد توجه قرار داد. نتایج حاصل از پیشینه پژوهش بیانگر این موضوع است که در شهر کاشان تحقیقی در این زمینه شناسایی نشده و به نظر می‌رسد بررسی تأثیر توسعه ابعاد گردشگری بر مقیاس شادمانی ذهنی ساکنان موضوعی جدید و حائز اهمیت در ایران و کاشان است که لزوم پرداختن به آن احساس می‌گردد. از این‌رو و با نظر به مباحث مذکور، هدف از مطالعه حاضر بررسی تأثیر توسعه ابعاد گردشگری بر مقیاس شادمانی ذهنی ساکنان شهر کاشان است. امید است که این تحقیق بر دانش موجود در زمینه گردشگری در ایران بیفزاید و زمینه‌ساز مطالعات وسیع در زمینه ابعاد توسعه گردشگری در ایران باشد. همچنین این پژوهش با نگاهی سیستمی و به‌دور از نگاه تک‌بعدی است. در این پژوهش از قابلیت‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری در تحلیل‌های یکپارچه دقیق و هم‌زمان متغیرهای پژوهش به کار گرفته شده است که از جنبه‌های نوآورانه پژوهش به شمار می‌آیند.

۲-۲. چهارچوب نظری

۲-۲-۱. گردشگری

گردشگری به‌عنوان یک پدیده اجتماعی و شکل خاصی از اوقات فراغت که در زندگی روزمره

افراد مورد مطالعه است (Cashman, 1986: 29) و به‌عنوان یک صنعت خدماتی شامل ترکیبات مادی و غیرمادی است (صیدالی و همکاران، ۱۳۹۰: ۸۰). همچنین به‌عنوان فعالیتی چندمنظوره با هدف تفریح، تفرج، تجارت یا فعالیت‌های دیگر است (قرخلو و همکاران، ۱۳۸۸: ۳) و نقش بسیار مهمی در توسعه ابعاد اقتصادی و اجتماعی کشورهای در حال توسعه - که با مشکلاتی از جمله بیکاری، کمبود منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه‌اند - دارد که با جذب گردشگر و توسعه این صنعت می‌تواند مشکلات را به حداقل برساند (حبیبی و محمدی، ۱۳۹۶: ۳). دهه‌های اخیر رشد و توسعه صنعت گردشگری چه در کشورهای توسعه‌یافته و چه کشورهای در حال توسعه، برنامه‌ریزان را بر آن داشته است تا با افزایش درآمدهای حاصل از فعالیت‌های گردشگری به دو مقوله مهم توجه کنند: اول، افزایش رضایت، ارتقای لذت و کیفیت تجربه گردشگری گردشگران و دوم، تلاش برای حفظ منافع جوامع میزبان؛ به همین دلیل اغلب کشورهای میزبان تلاش می‌کنند تا از تمامی ظرفیت‌ها و امکانات خود استفاده کنند تا به منافع و مزایای مورد نظر خود دست یابند (قالیباف و شعبانی‌فرد، ۱۳۹۰: ۱۴۸). این صنعت هم‌گامی برای تقویت فرهنگ است و هم برای تحول اقتصاد اجتماعی که با برنامه‌ریزی بجا و بهره‌مندی از پتانسیل‌ها می‌تواند از اقتصاد تک‌محصولی فاصله بگیرد (لطفی خاچکی، ۱۳۸۷: ۱۷۲).

۲-۱-۱. دیدگاه‌های مرتبط با گردشگری

در زمینه گردشگری تاکنون دیدگاه‌های گوناگونی مانند انبوه‌گرایی، فضایی-جغرافیایی، اقتصادی، و اجتماع‌محور مطرح شده است (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴: ۹۱).

الف. دیدگاه انبوه‌گرایی

توسعه انبوه گردشگری مدت‌های مدید نگرش مسلط در برنامه‌ریزی گردشگری قلمداد شده است. طبق این دیدگاه به اثرات منفی گردشگری توجه کمتری مبذول شده و منابع طبیعی به‌عنوان عناصر شکل‌دهنده گردشگری مورد استفاده بیش از حد قرار گرفته‌اند. بر اساس سنت انبوه‌گرایی، ساکنان مقاصد گردشگری در فرایندهای توسعه گردشگری وارد نمی‌شوند. برنامه‌ریزان نیز نهایت تلاش خود را به کار می‌بندند تا بالاترین بهره‌برداری از منابع را داشته باشند (شاه‌مرادی، ۱۳۹۵: ۴۳).

ب. دیدگاه اقتصادی

در دیدگاه اقتصادی، گردشگری می‌تواند به‌عنوان ابزاری در اختیار دولت‌ها قرار گیرد و در جهت دستیابی به اهداف ویژه رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و توسعه منطقه‌ای از طریق تأمین

انگیزه‌های مالی، تحقیق، بازاریابی و ابزارهای توسعه‌ای از آن استفاده کنند. گرچه به‌طور کلی اثرات مثبت اقتصادی گردشگری مورد تأیید است، بسیاری از پژوهشگران معتقدند که گردشگری به‌طور معمول باعث افزایش هزینه‌های اقتصادی جامعه میزبان می‌شود؛ مانند افزایش قیمت کالا و خدمات، افزایش کاذب قیمت زمین، افزایش هزینه زندگی، برگشت کم سرمایه، فصلی بودن فرصت‌های شغلی، جابه‌جایی در اشتغال افراد بومی و منسوخ شدن برخی فعالیت‌های مرسوم مانند کشاورزی و ماهیگیری در نواحی روستایی (کیانی، ۱۳۹۴: ۳۹).

ج. دیدگاه فضایی- جغرافیایی

منشأ دیدگاه فضایی- جغرافیایی به کار جغرافی دانان، برنامه‌ریزان شهری و منطقه‌ای کاربری زمین و حامیان حفاظت از منابع طبیعی برمی‌گردد. برنامه‌ریزی فضایی یا جغرافیایی به برنامه‌ریزی با مؤلفه فضایی یا جغرافیایی اشاره دارد که در آن هدف عمومی تأمین ساختار فضایی فعالیت‌ها (یا کاربری اراضی) است. برنامه‌ریزی فضایی چندبعدی و چندموضوعی است. در این رویکرد، گردشگری اغلب دارای یک مبنای اکولوژیکی همراه با نیازی اساسی به توسعه است که بر الگوهای فضایی ویژه پایه‌ریزی می‌شود تا اثرات منفی گردشگری را در یک محیط فیزیکی به حداقل برساند. موضوعات مورد توجه در این چهارچوب، مباحث مرتبط با ظرفیت‌سازی فیزیکی و اجتماعی، آستانه‌های محیطی و محدودیت‌ها با میزان‌های قابل قبول تغییر است (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۳-۱۲۴).

۲-۲-۲. رویکرد اجتماع‌محور

رویکرد اجتماع‌محور در برنامه‌ریزی گردشگری به‌شکل «برنامه‌ریزی از پایین به بالا» است که بر توسعه درونی اجتماع تأکید دارد تا توسعه بیرونی. بنابراین توسعه و مدیریت صنعت گردشگری باید به‌طور مؤثر در درون اجتماعات انجام گیرد. بر اساس این رویکرد، ساکنان به‌عنوان نقطه کانونی فعالیت برنامه‌ریزی گردشگری مورد توجه قرار می‌گیرند (شاه‌مرادی، ۱۳۹۵: ۴۳).

۲-۲-۳. شادی

شادی در لغت به‌معنای خشنودی، سرور، خوشحالی و... است (فرهنگ عمید). این گرایش از رشته‌های روان‌شناسی است که به‌دلیل جنبه چندبعدی آن مورد مطالعه روان‌شناسان و فیلسوفان بوده و به‌تازگی نیز مورد مطالعه اقتصاددانان قرار گرفته است (Croes, 2012: 542-543; Diener et al., 2002: 83). نه‌تنها تحقیق در زمینه شادی جنبه علمی یافته بلکه وارد رشته‌های دیگر از جمله رشته گردشگری شده است (Croes, 2012: 542; Bimonte & Faralla, 2016: 200). با

توجه به مطالعات انجام شده هدف شادی ارتقای سلامت روانی برای بهبود کیفیت زندگی برای عموم است (Park et al., 2005: 39) و از طریق آن می توان رفتارهای افراد را درباره زندگی و جنبه های کلی زندگی مورد ارزیابی قرار داد. از نظر روان شناسان شادی دارای دو جنبه است:

۱. جنبه عینی که زودگذر و متأثر از جنبه های فردی، جمعی و زمینه ای همچون محیط های فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی است (Diener et al., 2002: 83)؛
۲. جنبه ذهنی که روی احساسات، حالات درونی و ادراک شخصی تأثیرگذار است و به آن بعد شادمانی ذهنی یا احساس شادی می گویند. همچنین این حس نشان دهنده رضایت از زندگی، مولد انرژی، شور و نشاط، خرسندی و پویایی است (Easterlin, 2004: 32; McGillivray & Clark 2006: 13؛ حقیقی و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۶۵). تحقیق پیش رو نیز همین جنبه ذهنی شادی را مورد ارزیابی قرار داده است. از نظر وینهوون^۶ (۲۰۰۰) شادی، رفاه ذهنی و خوشبختی مقیاسی است برای ارزیابی کیفیت زندگی و فرد تلقی می شود (طاهریان و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۵۲؛ Powd thavee, 2007: 560; Rojas, 2011: 275).

۲-۲-۴. تأثیر ابعاد توسعه گردشگری بر شادمانی ذهنی

طبق تجربیات، گردشگری توانایی ایجاد شادی در بین ساکنان را از طریق کسب درآمد دارد؛ همچنین تنوع در فعالیت ها و خدمات گردشگری بر جنبه های مختلف شادی از جمله رضایت از زندگی اثرگذار است (Tsaur et al., 2013: 371; Voigt et al., 2010: 560). البته شایان ذکر است که شادی گردشگران و ساکنان متغیر و در نوسان است زیرا تأثیر شادی کوتاه مدت است (Strauss et al., 2000). طبق تحقیقات، تجربه شاد و با رضایت از سفر در تعطیلات می تواند در رضایت کلی افراد از زندگی اثرگذار باشد (Neal et al., 1999: 153). طبق استدلال هپس و لوزبری^۷ تعطیلات نه تنها در رضایت از زندگی اثرگذار است، بلکه بر سایر حوزه های زندگی نفوذ می کند و منجر به افزایش رضایت هم برای ساکنان (میزبان) و هم برای گردشگران می شود (همان). احساس رضایت از اوقات فراغت و خاطرات، ناشی از میزان خدماتی است که ساکنان در اختیار گردشگران قرار می دهند (Neal et al., 2007: 154). همچنین از اثرات توسعه گردشگری، وجود امکانات رفاهی جدیدی است که ساکنان می توانند از آن لذت ببرند (Zafar & Franklin, 1993: 85).

۲-۳. روش تحقیق

روش پژوهش توصیفی تحلیلی و از نوع کاربردی است. گردآوری داده ها به دو روش کتابخانه ای

ارزیابی اثر ابعاد
توسعه گردشگری
بر میزان شادی ساکنان
نمونه موردی: شهر کاشان



و میدانی صورت گرفته است. در روش کتابخانه‌ای با مرور مطالعات گذشته و نیز مبانی نظری تحقیق از منابع خارجی و داخلی منتشر شده به صورت مقاله و پایان‌نامه، اطلاعات لازم جمع‌آوری شد. روش میدانی مبتنی بر روش پرسشنامه‌ای است. به این ترتیب ابزار تحقیق، پرسشنامه‌ای است که با مطالعه پژوهش‌های صورت گرفته متشکل از سه بخش معرفی ابزار، سؤالات عمومی و سؤالات تخصصی است. پرسشنامه مذکور در قالب طیف لیکرت و ۶ شاخص اقتصاد کلان، اجتماعی اقتصادی، اثرات اجتماعی، زیست‌محیطی، شادی و کیفیت زندگی طراحی شد. روایی ابزار تحقیق با بهره‌گیری از نظر متخصصان و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به شرح جدول ۱ مورد تأیید قرار گرفته است. حجم نمونه با استفاده از نرم‌افزار sample power با سطح اطمینان ۹۵٪ و خطای احتمالی ۵٪، ۱۶۰ نفر محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل استنباطی داده از آزمون آماری T-test در نرم‌افزار spss و برای تبیین و مدل‌سازی اثرات نیز از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار Amos است (بسحاق، ۱۳۹۴: ۱۷۴).

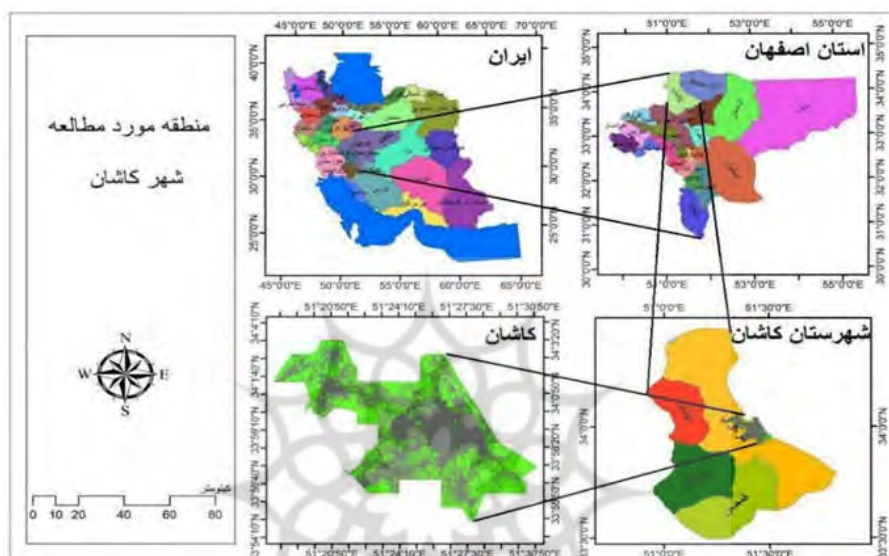
جدول ۱: آلفای کرونباخ محاسبه شده برای شاخص‌های تحقیق

منبع	آزمون پایایی	
Rivera et al., 2015 Ap & Crompton, 1998 Weaver & Lawton, 2001	آلفای کرونباخ	عامل
	۰/۶۱۸	اثرات رشد اقتصاد کلان
	۰/۶۱۳	اثرات اجتماعی
	۰/۹۳۷	اثرات زیست‌محیطی
	۰/۷۲۸	اثرات اجتماعی اقتصادی
	۰/۷۹۹	اثرات فرهنگی
Sonja Lyubomirsky, 1998 Rivera et al., 2015	۰/۷۸۳	مقیاس شادی

محدوده مورد مطالعه

شهر کاشان در مرکز شهرستان کاشان با مختصات ۵۱ درجه و ۲۷ دقیقه و طول جغرافیایی و طول ۳۴ درجه عرض جغرافیایی واقع شده است. طبق بررسی‌ها شهر کاشان با ۳۰۲۶۳۷ نفر جمعیت، حدود ۶/۶٪ از جمعیت استان اصفهان را از آن خود کرده است (کیانی سلمی و بسحاق، ۱۳۹۵: ۷۶). کاشان از دیرباز در مسیر گردشگری قرار داشته و گردشگران بسیاری از آن بازدید می‌کنند. از جمله آثار گردشگری آن می‌توان به مواردی مانند تپه‌های باستانی سیلک،

چشمه سلیمانیه فین، باغ شاه فین، قلعه جلالی، مناره زین‌الدینی (مناره کج کاشان)، مسجد و مدرسه آق‌بزرگ، مسجد جام کاشان، بازار بزرگ سرپوشیده کاشان، خانه‌های تاریخی کاشان، حمام‌های تاریخی، آب‌انبارها و بقاع متبرکه و موارد بسیاری دیگر اشاره کرد (فلاح‌تبار و مدیری، ۱۳۹۰: ۹۳).



تصویر ۱: موقعیت جغرافیایی شهر کاشان (نگارندگان)

۴-۲. یافته‌های تحقیق

۴-۲-۱. یافته‌های توصیفی

یافته‌های حاصل از پرسشنامه نشانگر آن است که ۴۲٪ پاسخ‌گویان مرد و ۵۸٪ پاسخ‌گویان زنان هستند. نتایج بررسی وضعیت سن پاسخ‌گویان نشان می‌دهد ۲۹/۳٪ در گروه سنی ۲۰ تا سال قرار داشته‌اند. میزان مشارکت گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال، ۲۰/۷٪ بوده است. ۳۵/۳٪ افراد در گروه سنی ۴۱-۵۰ سال قرار داشته‌اند که بالاترین درصد مشارکت مربوط به این گروه سنی است. گروه‌های سنی ۵۱-۶۰ سال و بالاتر از ۶۱ سال به ترتیب درصدهای ۱۲/۷، ۲/۰ را کسب کرده است. وضعیت سواد اکثر پاسخ‌گویان با ۳۸/۷٪ به مدرک تحصیلی کارشناسی اختصاص پیدا کرد و در آخر بیشترین میزان سابقه سکونت به افراد دارای ۵ تا ۱۰ سال، کمتر از ۵ سال و ۱۵ تا ۲۰ سال سابقه سکونت با ۲۲٪ به‌عنوان بیشترین میزان را به خود اختصاص داده‌اند.

ارزیابی اثر ابعاد
توسعه گردشگری
بر میزان شادی ساکنان
نمونه موردی: شهر کاشان

جدول ۲: توزیع فراوانی گویه‌ها

انحراف معیار	میانگین	شاخص‌ها	انحراف معیار	میانگین	شاخص‌ها
اثرات اجتماعی			اثرات رشد اقتصادی کلان		
۰/۹۷۸	۳/۸۷	تا چه اندازه گردشگری در مختل زندگی شهروندانی مؤثر است؟	۰/۹۷۴	۲/۵۴	تا چه میزان گردشگری سرمایه‌گذاری بیشتری را برای اقتصاد جامعه موجب می‌شود؟
۱/۰۴۹	۴/۳۵	تا چه اندازه گردشگران منجر به سلب آسایش و آرامش ساکنان شده‌اند؟	۰/۹۶۲	۳/۳۱	تا چه میزان یکی از جنبه‌های مهم گردشگری، ایجاد انواع مختلف شغل برای شهروندان است؟
۰/۹۵۹	۳/۵۵	تا چه اندازه گردشگران به‌عنوان مزاحم از سوی شهروندان تلقی می‌شوند؟	۰/۹۴۲	۳/۱۸	تا چه میزان کسب‌وکارها سود بیشتری را از طریق گردشگران کسب می‌کنند؟
۱/۰۴۱	۲/۳۸	تا چه اندازه شهروندان مورد سوءاستفاده گردشگران قرار گرفته‌اند؟	اثرات فرهنگی		
اثرات اقتصادی و اجتماعی			۰/۹۷۲	۴/۲۹	تا چه اندازه گردشگری موجب ارتقای اصالت بومی شهروندان می‌شود؟
۱/۰۴۶	۳/۱۱	تا چه اندازه گردشگری در اقتصاد آینده کاشان نقش دارد؟	۰/۸۷۱	۳/۸۹	تا چه اندازه گردشگری در مشارکت مردمی مؤثر است؟
۱/۰۳۴	۲/۵۵	تا چه اندازه گردشگری فرصت استخدامی همیشگی را برای ساکنان فراهم کرده است؟	۱/۰۰۵	۳/۳۲	تا چه اندازه گردشگری در حفظ میراث فرهنگی تاریخی مؤثر است؟
۱/۲۱۲	۳/۲۳	تا چه میزان گردشگری در بهبود وضعیت اقتصادی کاشان نقش دارد؟	۱/۰۰۵	۳/۳۶	تا چه اندازه گردشگری، مشوق غذای محلی است؟
۰/۹۳۹	۳/۵۱	تا چه میزان گردشگری در شور نشاط اجتماعی شغلی ساکنان نقش داشته است؟	۰/۹۳۰	۳/۱۹	تا چه میزان گردشگری در افتخار به فرهنگ بومی مؤثر است؟
مقیاس شادی			اثرات زیست‌محیطی		
۱/۱۱۲	۳/۲۸	تا چه میزان اوقات فراغت خود را با تفریح و گردش سپری می‌کنید؟	۱/۲۱۷	۳/۵۷	رضایت شهروندان از برنامه‌ریزی گردشگری
۱/۱۶۴	۳/۰۱	تا چه میزان شرایط زندگی خود را با دیگران مقایسه می‌کنید؟	۱/۰۳۲	۳/۱۵	تا چه میزان توسعه گردشگری منجر به بهبود وضع ظاهری کاشان می‌شود؟
۱/۱۰۸	۳/۱۵	تا چه اندازه از امکانات و تسهیلات مناسبی برخوردارید؟	۱/۱۸۸	۳/۶۵	تا چه میزان توسعه گردشگری در حفظ محیط زیست اثرگذار است؟
۱/۲۹۹	۳/۴۹	تا چه اندازه از امنیت شغلی برخوردارید؟			

منبع: یافته‌های پژوهش

۲-۴-۲. یافته‌های استنباطی

برای تحلیل و بررسی وضعیت پایداری شاخص‌های توسعه گردشگری در شهر کاشان در قالب پنج عامل رشد اقتصاد کلان، اثرات اجتماعی اقتصادی، اثرات زیست‌محیطی، اثرات فرهنگی و اثرات اجتماعی از آزمون T تک‌نمونه‌ای استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون T تک‌نمونه‌ای در جدول ۳، وضعیت اثرات شاخص رشد اقتصاد کلان را ارائه می‌دهد. آماره سطح معنی‌داری و کرانه‌های پایین و بالای اطمینان در سطح ۹۵٪ به همراه مقدار آماره T برای اظهار نظر در مورد وضعیت شاخص رشد اقتصاد کلان در میزان شادی ذهنی ساکنان مورد استناد قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد نظر ساکنان شهر کاشان در خصوص شاخص رشد اقتصادی با توجه به مقدار آزمون و منفی شدن سطوح پایین و بالای معناداری در شاخص گردشگری و افزایش میزان سرمایه‌گذاری کمتر از وضعیت متوسط و به عبارتی کمتر اثرگذار است. صنعت گردشگری موجب ایجاد مشاغل فصلی همراه با سود و منفعت در شهر کاشان برای ساکنان شده است.

جدول ۳: نتایج آزمون T برای تحلیل وضعیت رشد اقتصادی در شهر کاشان از نظر ساکنان

مقدار آزمون (مبنای مقایسه) = ۳					
گروه‌های اقتصاد کلان	T	سطح معناداری	درجه آزادی	اختلاف میانگین	
				حد پایین	حد بالا
گردشگری و افزایش سرمایه‌گذاری	-۵/۷۶۸	/۰۰۰	۱۵۹	-/۶۲	-/۳۰
گردشگری و ایجاد شغل‌های فصلی	۳/۴۰۹	/۰۰۰	۱۵۹	/۱۵	۰/۴۶
گردشگری و سود بیشتر	۲/۱۳۴	/۰۲۱	۱۵۹	/۱۸۰	/۰۳
اقتصاد کلان	۹/۵۱۹	/۰۰۰	۱۵۹	/۴۶۳۸۳	/۵۸۴۶

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول ۴، مقدار آماره T به منظور سنجش متغیرهای بعد اجتماعی در شهر کاشان ارائه شده است. چنان‌که مشهود است توسعه بعد اجتماعی اثراتی را از خود بر جای گذاشته و سبب تغییراتی منفی از جمله مختل شدن زندگی شهرنشینی و سلب آسایش و آرامش شهروندان شده که این امر خود دلیل بر این موضوع است که گردشگران از سوی ساکنان به‌عنوان مزاحم تلقی شوند. تنها نماندگی که در سطح پایینی ارزیابی شده، سوءاستفاده گردشگران از ساکنان است که از نظر ساکنان چنین مسئله‌ای اتفاق نیفتاده است.

ارزیابی اثر ابعاد توسعه گردشگری بر میزان شادی ساکنان نمونه موردی: شهر کاشان



جدول ۴: نتایج آزمون T برای تحلیل وضعیت شاخص اجتماعی در شهر کاشان از نظر ساکنان

مقدار آزمون (مبنای مقایسه) = ۳						
گویه‌های اثرات اجتماعی	T	سطح معناداری	درجه آزادی	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان = ۹۵٪	
					حد پایین	حد بالا
گردشگری و مختل شدن زندگی شهروندی شهروندان	۱۰/۳۴۹	/۰۰۰	۱۵۹	۰/۷۸۳	۰/۷۲	۱/۳۰
سلب آسایش آرامش شهروندان توسط گردشگران	۱۵/۲۲۷	/۰۰۰	۱۵۹	۱/۴۳۷	۱/۱۸	۱/۲۵
گردشگران به‌عنوان مزاحم از نظر شهروندان	۶/۸۷۹	/۰۰۰	۱۵۹	۰/۵۴۷	۰/۳۹	۰/۷۰
شهروندان مورد سوءاستفاده گردشگران	-۷/۹۷۲	/۰۰۰	۱۵۹	-۲۶۰	-۰/۷۹	-۰/۴۵
شاخص اجتماعی	۶/۳۲۲	/۰۰۰	۱۵۹	۲۳۹۳۳	۰/۲۰۰۲	۳۶۸۵

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۵ با استفاده از آزمون T تک‌نمونه‌ای به ارزیابی متغیرهای فرهنگی توسعه گردشگری در شهر کاشان پرداخته است. نتایج بررسی شده حاکی از وجود اثرات بعد فرهنگی در نماگرهای مختلف مورد بررسی در سطح منطقه مورد مطالعه است. سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ در این شاخص نشان می‌دهد میزان اثربخشی بعد فرهنگی در توسعه گردشگری را بالا دانسته و این امر مورد تأیید شهروندان بوده است.

جدول ۵: نتایج آزمون T برای تحلیل وضعیت اثرات فرهنگی در شهر کاشان از نظر ساکنان

مقدار آزمون (مبنای مقایسه) = ۳						
گویه‌های اثرات فرهنگی	T	سطح معناداری	درجه آزادی	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان = ۹۵٪	
					حد پایین	حد بالا
گردشگری و ارتقای اصالت بومی	۱۶/۲۸۱	/۰۰۰	۱۵۹	۱/۸۷۲	۱/۳۱	۱/۴۴
گردشگری و مشارکت مردمی	۱۲/۶۶۴	/۰۰۰	۱۵۹	۷۸۸	۰/۵۷	۱/۳۰
گردشگری و حفظ میراث فرهنگی و تاریخی	۳/۹۸۸	/۰۰۰	۱۵۹	۰/۲۰۳	۰/۱۶	۰/۴۸
گردشگری و مشوق غذاهای محلی	۴/۶۸۴	/۰۰۰	۱۵۹	۶۳۰	۲۰	۵۲
گردشگری و افتخار به فرهنگ بومی	۲/۵۹۴	/۰۱۵	۱۵۹	۱۸۷۱	۰/۴	۳۴
اثرات فرهنگی	۵/۵۶۳	/۰۰۰	۱۵۹	۳۹۶۸۸	۲۸۲۳	۵۰۵۰

منبع: یافته‌های پژوهش

در جدول ۶ با استفاده از آزمون T تک‌نمونه‌ای به ارزیابی متغیرهای بعد اجتماعی اقتصادی پرداخته شده است. طبق یافته‌ها در این شاخص سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ برای متغیرهای گردشگری است؛ زیرا گردشگری نوید بخش رشد اقتصاد آینده کاشان و بهبود وضعیت کیفیت زندگی ساکنان کاشان می‌شود. همچنین منجر به افزایش شور و نشاط ساکنان می‌شود که نشان‌دهنده بالا بودن اثرگذاری شاخص اجتماعی اقتصادی در توسعه گردشگری بوده است. البته باید متذکر شد که شهر کاشان از نظر گردشگری و ایجاد فرصت استخدامی دائمی، از ضعف‌هایی برخوردار است.

جدول ۶: نتایج آزمون T برای تحلیل وضعیت اثرات اجتماعی اقتصادی در شهر کاشان از نظر ساکنان

مقدار آزمون (مبنای مقایسه) = ۳						
گویه‌های اثرات اجتماعی اقتصادی	T	سطح معناداری	درجه آزادی	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان = ۹۵٪	
					حد پایین	حد بالا
گردشگری نوید آینده اقتصاد کاشان	۱/۲۳۷	۱۸۷	۱۵۹	۱۱۳	-۱۰۶	۲۸
گردشگری و فرصت استخدامی دائمی شهروندان	-۵/۳۲۷	۱۰۰۰	۱۵۹	-۵۴۳	-۶۲	-۲۹
گردشگری حقیقتاً اقتصاد مشهد را بهبود بخشیده است.	۲/۵۸۳	۱۰۲۰	۱۵۹	۳۳۲	۱۰۴	۴۳
گردشگری به وسیله خلق شغل و ایجاد درآمد، موجب افزایش نشاط اجتماعی	۶/۹۶۳	۱۰۰۰	۱۵۹	۱۳۵	۳۶	۶۶
اثرات اجتماعی اقتصادی	۴/۳۰۷	۱۰۰۰	۱۵۹	۲۴۸۷۱	۱۸۷۴	۴۰۰۹

منبع: یافته‌های پژوهش

اثرات محیطی با توجه به جدول ۷ مقدار آماره T (۵/۷۰۳) به دست آمده و با توجه به سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ این آزمون مورد تأیید است. با توجه به کرانه بالا و پایین مثبت، فرضیه پژوهش نیز مورد تأیید و نشان‌دهنده این است که اثرات محیطی از حد متوسط جامعه بالاتر است. متغیر «شهروندان از شیوه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری راضی هستند» معنی‌دار نیست که نشان‌دهنده عدم برنامه‌ریزی درست مدیران و برنامه‌ریزان در زمینه گردشگری است.

ارزیابی اثر ابعاد توسعه گردشگری بر میزان شادی ساکنان نمونه موردی: شهر کاشان

جدول ۷: نتایج آزمون T برای تحلیل وضعیت اثرات محیطی توسعه گردشگری شهر کاشان از نظر ساکنان

مقدار آزمون (مبنای مقایسه) = ۳						
گویه‌های محیطی	T	سطح معناداری	درجه آزادی	اختلاف میانگین		فاصله اطمینان = ۹۵٪
				حد پایین	حد بالا	
رضایت شهروندان از شیوه برنامه‌ریزی صنعت گردشگری	-۵/۷۶۸	/۰۰۰	۱۵۹	-/۶۰۴	-/۶۲	-/۳۰
توسعه گردشگری و بهبود وضع ظاهری کاشان شده است.	۳/۴۰۹	/۰۰۰	۱۵۹	/۳۰۷	۰/۱۵	۰/۴۶
توسعه گردشگری از محیط زیست شهر کاشان محافظت می‌کند.	۲/۱۳۴	/۰۲۱	۱۵۹	/۱۸۰	/۰۳	/۳۳
اثرات محیطی	۹/۵۱۹	/۰۰۰	۱۵۹	/۴۶۸۳۳	۳۱۷۸	/۵۸۴۶

منبع: یافته‌های پژوهش

در ادامه فرایند تحقیق برای تشخیص اثرات شاخص‌ها و ابعاد توسعه گردشگری در میزان شادی ذهنی ساکنان از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. در تصویر ۲، مدل ساختاری تبیین اثرات ابعاد توسعه گردشگری و نقش آن در شادی ذهنی ساکنان داده شده که در آن ضریب پنهان و مشاهده‌شده متغیرهای تحقیق به صورت استاندارد محاسبه شده است. بارهای عاملی ارائه شده در تصویر ۲ نشان می‌دهد بعد اجتماعی اقتصادی، بیشترین نقش را در تبیین اثرات توسعه گردشگری کاشان به خود اختصاص داده است. توسعه گردشگری هم باعث شده است میزان شور و نشاط اجتماعی در سطح شهر افزایش یابد و هم نویدبخش بهبود اقتصاد ساکنان و افزایش فرصت‌های استخدامی برای شهروندان است.

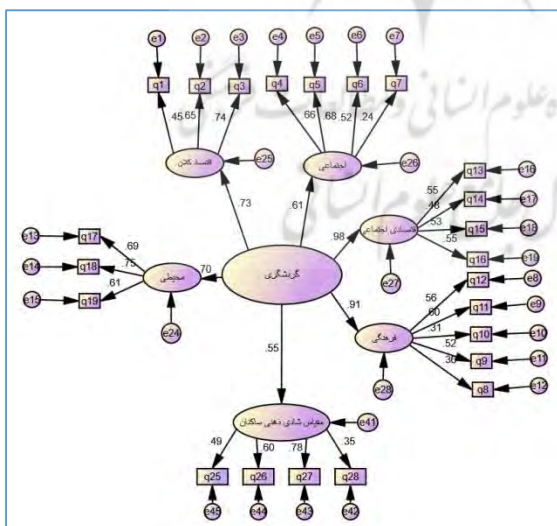
اثرات بعد فرهنگی عامل مهمی است که تحت تأثیر توسعه گردشگری قرار گرفته است. در این عامل، پنج شاخص بارگذاری شده که عبارت‌اند از: ۱. گردشگری مشوق تولید و تهیه غذاهای محلی است؛ ۲. گردشگری مشوق مشارکت شهروندان و لذت بردن از هنرهای بومی و

موسیقی و... است؛ ۳. گردشگری موجب افتخار شهروندان به فرهنگ و آداب و رسوم خود می‌شود؛ ۴. گردشگری موجب ارتقای اصالت بومی شهروندان می‌شود؛ ۵. گردشگری موجب حفظ میراث و هویت فرهنگی شهروندان می‌شود.

بعد اقتصاد کلان در رتبه سوم تبیین اثرات توسعه گردشگری قرار دارد. در این عامل، سه شاخص بارگذاری شده است که عبارت‌اند از: ۱. گردشگری باعث ایجاد انواع مختلف شغل برای شهروندان می‌شود؛ ۲. گردشگری موجب سود بیشتر کسب‌وکارها می‌شود؛ ۳. گردشگری موجب سرمایه‌گذاری بیشتر برای اقتصاد جامعه می‌شود.

عامل مهم دیگر تحت تأثیر توسعه گردشگری، عامل محیطی است. متغیرهایی که بیشترین اثرگذاری را در ایجاد عامل محیطی داشته‌اند، عبارت‌اند از: ۱. شهروندان از شیوه برنامه‌ریزی و توسعه صنعت گردشگری راضی هستند؛ ۲. توسعه گردشگری از محیط زیست محافظت می‌کند. البته شایان ذکر است که اگرچه توسعه گردشگری دارای مزیت‌ها و منافع فراوانی برای جامعه محلی بوده است، باید حفظ محیط زیست ساکنان را بیشتر مورد توجه قرار دهد.

عامل مهم دیگر تحت تأثیر توسعه گردشگری، عامل اجتماعی است. در این عامل چهار شاخص بارگذاری شده است که عبارت‌اند از: ۱. مختل شدن زندگی شهرنشینی؛ ۲. زندگی شخصی شهروندان به سبب حضور گردشگران؛ ۳. شهروندان گردشگران را همچون یک عامل سلب آرامش می‌پندارند؛ ۴. شهروندان توسط گردشگران مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرند. همچنین یافته‌های حاصل از مدل ساختاری بیانگر آن است که توسعه ابعاد گردشگری نقش مهمی در افزایش مقیاس



شادی ساکنان شهر کاشان به خود اختصاص داده است. این اثرگذاری با بار عاملی ۰/۵۵ دارای سطح معناداری ۰/۰۰۰ بوده است. بنابراین می‌توان گفت با اطمینان درصد توسعه ابعاد گردشگری اثر مؤثری بر افزایش مقیاس شادی ذهنی ساکنان شهر کاشان دارد.

ارزیابی اثر ابعاد
توسعه گردشگری
بر میزان شادی ساکنان
نمونه موردی: شهر کاشان

تصویر ۲: مدل نهایی ارزیابی توسعه گردشگری بر میزان شادی ساکنان شهر کاشان

همچنین در جدول ۸ متغیرهای مورد استفاده در مدل‌سازی ساختاری و مقادیر غیراستاندارد، خطای معیار، نسبت بحرانی و سطح پوشش (P) نشان داده شده است. نتایج جدول حاکی از آن است که تمام پارامترهای لامداری دارای تفاوت معناداری با مقادیر صفر هستند. مقدار P در تمام روابط فوق کمتر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد همه روابط موجود در مدل مورد حمایت داده‌های تجربی قرار گرفته است.

جدول ۸: برآورد غیراستاندارد با سطح تحت پوشش

شاخص‌ها	کد	عامل	تخمین غیراستاندارد	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معنی‌داری
اقتصاد کلان	Q1	گردشگری و افزایش سرمایه‌گذاری	۱/۶۹۹	۱/۱۵۶	۴/۴۸۳	۱/۰۰۰
	Q2	گردشگری و ایجاد شغل	۱/۰۰۰			
	Q3	گردشگری و سود بیشتر	۱/۰۵۱	۱/۱۷۸	۵/۸۹۷	۱/۰۰۰
اثرات اجتماعی	Q4	گردشگری و مختل شدن زندگی شهروندان	۱/۰۰۰			
	Q5	گردشگری و مختل شدن زندگی خانوادگی	۱/۱۵۹	۲/۱۸	۵/۳۱۸	۱/۰۰۰
	Q6	گردشگر به‌عنوان مزاحم	۱/۸۴۵	۱/۱۷۶	۴/۸۰۳	۱/۰۰۰
اثرات فرهنگی	Q7	سوءاستفاده گردشگران از شهروندان	۳/۸۱	۱/۶۷	۲/۲۸۳	۱/۰۲۲
	Q8	گردشگری و ارتقای اصالت بومی	۱/۷۲۵	۱/۲۰۳	۳/۵۷۶	۱/۰۰۰
	Q9	گردشگری و مشارکت مردمی	۱/۹۷۲	۱/۲۰۴	۴/۱۷۶	۱/۰۰۰
	Q10	گردشگری و حفظ میراث فرهنگی و تاریخی	۱/۶۷۶	۱/۲۰۶	۳/۲۸۴	۱/۰۰۱
	Q11	گردشگری و مشوق غذای محلی	۱/۱۶۹	۱/۲۳۹	۴/۸۹۶	۱/۰۰۰
	Q12	گردشگری و افتخار فرهنگ بومی	۱/۰۰۰			
اثرات اقتصادی	Q13	گردشگری نوید اقتصاد آینده کاشان	۱/۰۰۰			
	Q14	گردشگری و فرصت استخدامی	۱/۹۰۶	۱/۲۰۹	۴/۳۳۴	۱/۰۰۰
اثرات اجتماعی	Q15	گردشگری و بهبود اقتصاد کاشان	۱/۲۰۴	۱/۲۵۶	۴/۷۰۷	۱/۰۰۰
	Q16	گردشگری و شور نشاط اجتماعی شغلی	۱/۹۶۷	۱/۲۰۱	۴/۸۰۹	۱/۰۰۰
اثرات محیطی	Q17	رضایت شهروندان از برنامه‌ریزی گردشگری	۱/۹۷۸	۱/۶۱	۶/۰۷۰	۱/۰۰۰
	Q18	توسعه گردشگری و بهبود وضع ظاهری کاشان	۱/۲۵۸	۱/۲۰۰	۶/۲۹۹	۱/۰۰۰
	Q19	توسعه گردشگری و محافظت از محیط زیست	۱/۰۰۰			
مقیاس شادی	Q20	سپری اوقات فراغت و تفریح خوب	۱/۹۰۵	۱/۱۶۵	۵/۴۹۸	۱/۰۰۰
	Q21	مقایسه شرایط زندگی و احساس خود با شهروندان	۱/۰۸۶	۱/۱۵۱	۷/۱۸۸	۱/۰۰۰
	Q22	برخورداری از امکانات مناسب	۱/۱۱۲	۱/۱۵۳	۷/۲۸۳	۱/۰۰۰
	Q23	عدم مقایسه شرایط خود با دیگران	۱/۰۰۰			
	Q24	امنیت شغلی	۱/۹۵۸	۱/۱۵۲	۶/۳۱۰	۱/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

پس از بررسی معناداری پارامترها به مقدار صفر به ارزیابی مدل نهایی پژوهش توسط شاخص برازش پرداخته می‌شود. در جدول ۹، شاخص اصلی برازش مدل نشان می‌دهد که داده‌های پژوهش به خوبی توانسته‌اند مدل مفهومی پژوهش را نمایندگی کنند.

جدول ۹: رگرسیون وزنی مدل پیش فرض

شاخص‌ها	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF	GFI	CFI	PCFI	RMSEA	PCLOSE
نمرات	۶۵	۶۴۲/۳۳۶	۳۴۱	/۰۰۰	۱/۸۸۴	/۷۰	/۷۷۱	/۶۹۵	/۰۷۷	/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

۳. نتیجه‌گیری

در این پژوهش تأثیر ابعاد توسعه گردشگری بر مقیاس شادی ذهنی ساکنان پس از شناسایی متغیرها، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل‌ها مؤید آن است که در محدوده مورد مطالعه، نتایج استنباطی نشان می‌دهد که به نظر شهروندان، شهر کاشان از نظر ابعاد توسعه گردشگری، از وضعیت مناسبی برخوردار است؛ لذا فرضیه اول مورد تأیید است. چنان‌که ارزیابی ساکنان از کم بودن فرصت استخدامی همیشگی، سلب آسایش و آرامش ساکنان، خود دلیلی بر مزاحم تلقی شدن گردشگران است، در کنار آن مختل شدن زندگی شهرنشین ساکنان نتیجه عدم رضایت شهروندان از نحوه برنامه‌ریزی در صنعت گردشگری است؛ زیرا ظرفیت بخش دولتی با ایجاد زیرساخت‌های مدیریتی که عامل مکمل و مهمی در راستای ارتقای میزان شادی و رفاه ساکنان است، نقش اساسی در امنیت روانی و اجتماعی ساکنان دارد. نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری در پاسخ به سؤال پژوهش مبنی بر معنی‌داری اثر توسعه گردشگری بر مقیاس شادی ذهنی کاشان مؤید آن است که توسعه گردشگری نقش مهم و معنی‌داری در مقیاس شادمانی ذهنی ایفا می‌کند. نتیجه حاصل شده با نتایج تحقیقات ریورا و همکاران (۲۰۱۵) و آرچیل (۱۹۹۰) در اثرگذاری توسعه گردشگری بر مقیاس شادی ساکنان در ابعاد متفاوت مورد بررسی، قرابت دارد. این اثرگذاری با بار عاملی ۰/۵۵ در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ است؛ بنابراین می‌توان گفت با اطمینان ۹۹٪ ابعاد توسعه گردشگری بر مقیاس شادی ذهنی ساکنان شهر کاشان اثرگذار بوده است و فرضیه دوم پژوهش مبنی بر پارامترهای توسعه گردشگری با شادی ذهنی ساکنان شهر کاشان اثر معناداری دارد و مورد تأیید است. پس از تحلیل جزئی‌تر مطابق نظر ساکنان، بعد اجتماعی اقتصادی با بار عاملی ۰/۹۸ بیشترین نقش را در

تبیین اثرات توسعه گردشگری شهر کاشان به خود اختصاص داده است، طبیعتاً تنوع شغلی و بهبود شرایط اقتصادی در شور نشاط ساکنان متمر ثمر خواهد بود که در تحقیق حاضر نیز ساکنان بر قابلیت آن صحه گذاشته‌اند. دومین سنجه معنادار با بار عاملی ۰/۹۱ مربوط به متغیر فرهنگی است که در ارتقای سطح شادی ساکنان منطقه اثرگذار است. دیگر عامل مهم تحت تأثیر توسعه گردشگری، عامل اقتصاد کلان است. این عامل با توجه به بار عاملی ۰/۷۳ پس از عامل فرهنگی قرار گرفته است. عامل محیطی دیگر عامل مهم تحت تأثیر توسعه گردشگری است. این عامل با توجه به بار عاملی ۰/۷۰ بعد از شاخص محیطی است. آخرین عامل تحت تأثیر توسعه گردشگری، عامل اجتماعی است. وجود کمترین بار عاملی نسبت به سایر ابعاد گویای این واقعیت است که بافت اجتماعی شهر کاشان همچنان هویت محلی خود را حفظ کرده و به اصول سنتی خود پایبند هستند. به عنوان نتیجه پایانی نیز می توان اذعان داشت که شهر کاشان به دلیل موقعیت جغرافیایی خود، دارای آب و هوای متنوع و به واسطه تاریخ کهن و وجود فضاها و بناهای تاریخی متعدد، توانایی و پتانسیل بالقوه لازم را برای ارتقای سطح مقیاس شادی ساکنان خود را دارد. این تحقیق شامل پیشنهاداتی به پژوهشگران است؛ از جمله اینکه با توجه به تأثیر ۰/۵۵٪ در شادمانی ذهنی به وسیله ابعاد توسعه گردشگری قابل پیش بینی بوده است، به نظر می رسد که متغیرهای دیگر نیز می تواند به عنوان نقش میانجی تعیین کننده باشد.

پی نوشتها

- | | | |
|-----------------------|-----------|--------------|
| 1. Faralla & Bimonte | 2. Jeremy | 3. Pratt |
| 4. Chen & Li | 5. Coban | 6. Veenhoven |
| 7. Hoopes & Lounsbury | | |

منابع

۱. اسماعیل زاده، حسن، صرافی، مظفر، و توکلی نیا، جمیله (۱۳۹۰)، «تحلیلی بر رویکرد گردشگری در اجتماعات محلی»، مجله علوم محیطی، سال نهم، شماره ۲: ۱۱۹-۱۴۲.
۲. بسحاق، محمدرضا (۱۳۹۴)، *مدل سازی معادلات ساختاری در علوم انسانی*، تهران: انتشارات جامعه شناسان.
۳. حبیبی، فاتح، و محمدی، سمیرا (۱۳۹۶)، *بررسی تأثیر توسعه گردشگری بر شاخص توسعه انسانی (HDI)*، اولین همایش بین المللی برنامه ریزی اقتصادی، توسعه پایدار و متوازن منطقه ای رویکردها و کاربردها، ۱۳ و ۱۴ اردیبهشت ۱۳۹۶، دانشگاه کردستان.

۴. حقیقی، جمال، خوش‌کنش، ابوالقاسم، شکرکن، حسین، شهنی ییلاق، منیجه، و نیسی، عبدالکاظم (۱۳۸۵)، «رابطه‌الگوی پنج‌عاملی شخصیت با احساس شادکامی در دانشجویان دوره کارشناسی دانشگاه شهید چمران»، *مجله علوم تربیتی و روان‌شناسی*، دانشگاه شهید چمران اهواز، شماره ۱۳: ۱۶۳-۱۸۸.
۵. شاه‌مردی، صفورا (۱۳۹۵)، *تحلیل اثرات فضایی مجموعه گردشگری سازمان عمران زاینده‌رود بر شهر جادگان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده جغرافیا و گردشگری، دانشگاه کاشان.
۶. صیدالی، محسن، سلیمان‌گلی، رضا، و قراگوزلو، هادی (۱۳۹۰)، «بررسی اثرات گردشگری در توسعه روستایی (مورد مطالعه: روستاهای دهستان چهل‌چای شهرستان مینودشت)»، *فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری*، سال اول، شماره ۳: ۶۹-۸۷.
۷. طاهریان، حسین، فیض، داوود، و حیدرخانی، زهرا (۱۳۹۳)، «عوامل مدیریتی و سازمانی مؤثر بر شادی و نشاط در دانشگاه‌ها و تأثیر آن‌ها بر تولید علم»، *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، شماره ۷۲: ۹۹-۱۱۶.
۸. عمید، حسن (۱۳۶۳)، *فرهنگ عمید*، تهران: انتشارات فرهنگ‌نما.
۹. فرجی‌راد، عبدالرضا، و افتخاریان، بهنام (۱۳۹۱)، «بررسی نقش معماری در صنعت گردشگری (مطالعه موردی: معماری ایران)»، *فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری*، دوره ۱، شماره ۳: ۴۹-۶۷.
۱۰. فلاحتبار نصرالله، و مدیری، مهدی (۱۳۹۰)، «گردشگری؛ به‌ویژه گردشگری دینی و زیارتی مهم‌ترین قطب توسعه پایدار، مطالعه موردی: شهر کاشان»، *مجله نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، شماره ۱۳: ۱۷۱-۱۸۶.
۱۱. قرخلو، مهدی، رمضان‌زاده لسبوئی، مهدی، و گلین شریف‌دینی، جواد (۱۳۸۸)، «اثرات زیست‌محیطی گردشگری بر سواحل شهر رامسر»، *فصلنامه پژوهشی جغرافیای انسانی*، سال اول، شماره ۳: ۱-۱۳.
۱۲. قالیباف، محمداقبر، و شعبانی‌فرد، محمد (۱۳۹۰)، «ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری برای توسعه گردشگری شهری بر اساس مدل‌های تصمیم‌گیری چندمتغیره (مطالعه موردی: شهر سنندج)»، *فصلنامه تحقیقات جغرافیایی*، سال بیست‌وششم، شماره ۲ (پیاپی ۱۰۱): ۱۴۸-۱۷۲.
۱۳. کیانی سلمی، صدیقه، و بسحاق، محمدرضا (۱۳۹۵)، «تبیین اثرات جشنواره گلاب‌گیری از دیدگاه ساکنان محلی»، *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، سال یازدهم، شماره ۳۴: ۶۵-۹۲.
۱۴. کیانی، مریم (۱۳۹۴)، *بررسی تصویر ذهنی ساکنان محلی در توسعه گردشگری در شهر آران و بیدگل*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده جغرافیا و گردشگری، دانشگاه کاشان.
۱۵. غلامی، یونس، خاکی، مریم، صادقیان، سمانه، و قاسمپور، سیده فاطمه (۱۳۹۸)، «ارزیابی ادراک شهروندان از توسعه گردشگری شهری و اثر آن بر شادمانی ذهنی؛ نمونه موردی: کلان‌شهر مشهد»،

- فصلنامه گردشگری شهری، دوره ششم، شماره ۱: ۱۰۷-۱۲۰.
۱۶. لطفی خاکچی، بهنام (۱۳۸۷)، «گردشگری به مثابه یک صنعت»، راهبرد/انجمن پردیس قم دانشگاه تهران، سال اول، شماره ۲: ۱۷۱-۲۰۶.
۱۷. نرگسی، شهین، بابکی، روح‌الله، و عفتی، مهناز (۱۳۹۷)، «بررسی رابطه بین گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی در ایران» (۱۳۶۸-۱۳۹۵)، فصلنامه اقتصاد مالی، شماره ۴: ۴۱-۶۷.
18. Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). *Developing and Testing a Tourism Impact Scale. Journal of Travel Research*, 37 (2): 120-130
19. Butcher, G., Fairweather, J. R. & Simmons, D. G. (2003), "The Economic Impact of Tourism on Christchurchcity and Akaroa Township", *Journal of Economic Dynamics and Control*, No. 11: 200-211.
20. Bimonte, S. & Faralla, V. (2016), Does residents' perceived life satisfaction vary with tourist season? A two-step survey in a Mediterranean destination, *Tourism Management*, No. 55: 199-208.
21. Chen, Yong & Li, Xiang (2017), "Does a happy destination bring you happiness? Evidence from Swiss inbound tourism", *Journal Tourism Management*, p. 256-266
22. Cushman, G. (1986), Trends and issues in leisure and recreation: An Australian perspective, *World Leisure and Recreation*, p. 26-31.
23. Croes, R. (2012), Assessing tourism development from Sen's capability approach. *Journal of Travel Research*, 51 (5): 542-554.
24. Çoban, Omer (2018), Does Tourism Really Affect the Happiness of Residents? The Evidence from Turkey, *International Journal of Social Science Research*, Vol. 6 No.1: 18-28.
25. Diener, E. & Seligman, M. E. P. (2002), Very happy people. *Psychological Science*, 13 (1): 81-84.
26. De Neve, J.E, Diener, E, Tay, L, & Xuereb, C. (2013), The objective benefits of subjective well-being.
27. Easterlin, R. A. (2004), The economics of happiness. *Daedalus*, 133 (2): 26-33.
28. Faralla, V, Bimonte, S. (2012). Tourist types and happiness a comparative study in maremma, Italy, 1929- 1950.
29. Jeremy, N., Gholipour, H. F., & Tajaddini, R. (2015), Happiness and inbound tourism. *Annals of Tourism Research*, No. 57: 251-253
30. Kim, K., Uysal, M. & Sirgy, M. J. (2013), How does tourism in a community impact? the quality of life of community residents? *Tourism Management*, No. 36, p. 527-540.
31. Kim, K. (2002), The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community (Doctoral dissertation. Virginia Polytechnic Institute and State University).
32. Kler, B. K. & Tribe, J. (2012), Flourishing through scuba: Understanding the

- pursuit of dive experiences. *Tourism in Marine Environments*, 8 (1e2): 19-32.
33. Legatum Prosperity Index (2013), A Global Assessment of Wealth and Wellbeing.
34. Marin, D. (1992), Is the Export-Led Hypothesis Valid For Industrialized Countries? *Review of Economics and Statistics*, 74 (4): 678-688.
35. McGillivray, M. & Clarke, M. (2006), Human well-being: Concepts and measures. In M. McGillivray & M. Clarke (Eds.), *Understanding Human Well-Being* (p. 3-15). Basingstoke: Palgrave MacMillan.
36. McCabe, S. & Johnson, S. (2013), The happiness factor in tourism: subjective wellbeing and social tourism. *Annals of Tourism Research*, 41 (1): 42-65.
37. Neal, J. D., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2007), The effect of tourism services on travelers' quality of life, *Journal of Travel Research*, No. 46: 154-163.
38. Neal, J. D., Sirgy, M. J. & Uysal, M. (1999), The role of satisfaction with leisure travel/ tourism services and expenditure in satisfaction with leisure life and overall life. *Journal of Business Research*, No. 44: 153-163.
39. Ozturk, Ahmet Bulent, Ozer, Ozgur & Çaliskan, Usur (2015), "The relationship between local residents perceptions of tourism and their happiness: a case of Kusadasi, Turkey", *Tourism Review*, Vol. 70, No.3: 232-24.
40. Pratt, S., Mc Cabe, S. & Movono, A. (2015), Gross happiness of a tourism village in Fiji. *Journal of Destination Marketing and Management*, vol 5(1): 26-35.
41. Powdthavee, N. (2007), Economics of happiness: A review of literature and applications. *Chulalongkorn Journal of Economics*, 19 (1): 51-73.
42. Rojas, M. (2011), Happiness, income, and beyond. *Applied Research Quality Life*, 6 (3): 265-276
43. Rivera, M., Croes, R. and Seung, H. L. (2015), "Tourism Development and Happiness: A residents perspective", *Journal of Destination Marketing & Management*, p. 1-11
44. Strauss-Blasche, G., Ekmekcioglu, C. & Marktl, W. (2000), Does vacation enable recuperation? Changes in well-being associated with time away from work.
45. Sonja Lyubomirsky & Kari L. Tucker. (1998), Implications of Individual Differences in Subjective Happiness for Perceiving, Interpreting, and Thinking About Life Events, *journal Motivation and Emotion*, 22: 155-186.
46. Tsaour, S.-H., Yen, C.-H., & Hsiao, S.-L. (2013), Transcendent experience, flow and happiness for mountain climbers, *International Journal of Tourism Research*, 15 (4): 360-374.
47. Voigt, C., Howat, G. & Brown, G. (2010), "Hedonic and eudemonic experiences among wellness tourists: An exploratory enquiry", *Annals of Leisure Research*, 13 (3): 541-562
48. Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2001). Resident perceptions in the urban-rural fringe. *Annals of Tourism Research*, 28: 439-458.

49. Zafar, U. A. & Franklin B. K. (1993), "Understanding the Unique Consumer Behavior of Japanese Tourists", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, p. 73- 86.

