



Research Paper

Sociological Explanation of the Impact of Tourism on the State of Economic and social Development of Semirom Region, Focusing on the Sixth Development Plan

Rahim Karimi: PhD student, Department of Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran

Nabiallah Ider*: Assistant Professor, Department of Sociology, Shoushtar Branch, Islamic Azad University, Shoushtar, Iran.

Mohammad Ali Chitsaz: Associate Professor, Department of Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Dehaghan, Iran

Received: 2023/12/10 **PP** 53-70 **Accepted:** 2024/03/13

Abstract

Today, the tourism industry in the world is one of the important sources of income and at the same time one of the effective factors in cultural exchanges between countries, and it has a special place as the most extensive service industry in the world. The presence of visitors in any country affects the lifestyle of native people. Visitors are also influenced by the culture of the host country and its values. This industry can cause economic and social changes; In the shadow of dialogue and creating a mutual relationship between the people of the two regions, give a message of peace and since this industry relies on providing services, it can increase employment and income. In this research, an attempt has been made to explain the sociological impact of tourism on the socio-economic development status of Semirom region, focusing on the sixth development plan. The statistical population of the current research is the managers and experts in the field of tourism in Semirom region, and 139 experts are used to complete the questionnaire. The results of this research show that tourism has a significant and positive impact on the socio-economic development of Semirom region based on the sixth development plan.

Keywords: Tourism, Economic, Social, Sixth Development Plan.

Citation: Karimi, R., Ider, N., Chitsaz, M A.(2024). **Sociological Explanation of the Impact of Tourism on the State of Economic and social Development of Semirom Region, Focusing on the Sixth Development Plan.** *Journal of Development Studies and Resource Management*, Vol 1, No 4, Shiraz, PP 53-70.

*. **Corresponding author:** Nabiallah Ider, **Email:** ider62@skiff.com, **Tel:**

Extended Abstract

Introduction

Economic growth in most developing countries is disappointing. With slow growth, production has a downward trend compared to comparable countries. The process of economic growth can have many advantages and benefits, and for this reason, all economies, despite the many differences they may have with each other, make economic growth and development one of their main goals; But it should be kept in mind that achieving high and stable economic growth requires knowing the factors affecting it. Among the various factors affecting the economic growth and development of countries, the tourism industry is one of the factors whose expansion, due to its various environmental, cultural, social, political and economic effects, has brought considerable success to some countries. has been looking for Tourism is an industry that today includes a large share of the world's economic activities, and according to the calculations, it accounts for more than one-third of the entire world's service trade. The economic benefits and positive effects of tourism affect all economic sectors; In such a way that in addition to creating the ground for the development of infrastructure, creating income and employment for the hosts as well as providing tax revenues for the government have been among the prominent effects of this industry. Tourism can become the most important source of foreign exchange earnings for countries with tourist attractions such as Iran. Provided that correct and comprehensive planning with foresight is set and implemented for it. Unfortunately, in our country, the tourism industry has not expanded and developed as it should. Despite the fact that in all the development programs of recent years, liberation from a single-product economy that relies on oil exports has been emphasized, but in practice, the success and success is significant and pleasant and tangible. It has not been achieved in this field. The growth and development of the tourism industry in Iran as one of the practical solutions to get rid of the single-product economy and diversify the country's income sources should be given more attention by the country's planners and policy makers.

Methodology

In terms of the purpose, the present research is an applied research, the results of which can be used by managers, organizations and users in general. In terms of the research method, it is of the correlational type, which deals with the sociological explanation of the impact of tourism on the state of economic and social development of Semiram region, focusing on the sixth development plan. The statistical population of the current research is the tourism officials of Semiram city, and 139 experts are used to complete the questionnaire. Due to the limited statistical population, the number of samples is equal to the number of the population. In this research, the researcher has used standard and researcher-made questionnaires to collect information. A researcher-made questionnaire was used to measure the variables.

Results and discussion

Regression analysis was used to check the conceptual model of the research. There are different types of regression analysis, one of which is cross-sectional analysis and it is used when statistical samples are formed by individuals. Considering that the research data is a survey, as a result, regression analysis using the structural equation model has been used. Data normality test is a method to determine that the distribution of the collected data has a normal or normal distribution. Before any test that is done with the assumption of normality of the data, a normality test should be done. There are several methods for this purpose. In this research, the Kolmogorov-Smirnov test is used.

Conclusion

There is no doubt that all countries are in a tight competition seeking to take advantage of economic, social, and cultural benefits, and especially to receive a greater share of the global income from tourism, as well as to raise the level of employment in their country. Among the

most important dimensions of the economic effects of tourism are income generation, job creation, tax revenue generation, impact on the balance of payments and improvement of the economic structure of a region. The development of tourism on a large scale and based on mass tourism can cause growth in areas such as health services, police, banking, trade and even construction and production. Also, the tourism industry leads to an increase in communication between different sectors in the economy, and in this way it affects almost all economic sectors. The development of attractions in the tourism sector provides many relative advantages to the economy of countries compared to other sectors. The first relative advantage is directly related to natural attractions and cultural attractions. Many of the resources used in this industry are actually imported for free, which makes the per capita cost of investment in tourism lower than in many other activities. These attractions are raw materials that can be turned into profitable attractions at a limited cost. The second relative advantage of tourism is its import rate; So that tourism has a lower amount of imports compared to other economic sectors. The third comparative advantage of tourism is its user nature. In terms of the effects of tourism on employment, the tourism industry is considered the most extensive service industry and the most important employment-generating industry in the world. Of course, the income from tourism is not limited to employment and primary income and can lead to an increase in the employment of production factors. Tourism creates many job opportunities for unskilled labor, semi-skilled and skilled workers. On the other hand, the amount of investment to create a job opportunity in the tourism industry is much lower than other industries, and in other words, creating jobs in this industry requires less investment.





تبیین تاثیر گردشگری بر وضعیت توسعه اقتصادی اجتماعی منطقه سمیرم با محوریت برنامه ششم توسعه

رحیم کریمی: دانشجو دکتری، گروه جامعه شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران
نبی الله ایدر: گروه جامعه شناسی، واحد شوشتر، دانشگاه آزاد اسلامی، شوشتر، ایران
محمدعلی چیت ساز: دانشیار، گروه جامعه شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران

دریافت: 1402/09/19 صص 53-70 پذیرش: 1402/11/23

چکیده

امروزه صنعت گردشگری در دنیا، یکی از منابع مهم درآمد و در عین حال از عوامل موثر در تبادلات فرهنگی بین کشورهاست و به عنوان گسترده ترین صنعت خدماتی جهان جایز جایگاه ویژه ای است. حضور بازدیدکنندگان در هر کشوری بر الگوی زندگی افراد بومی تأثیر می گذارد. بازدیدکنندگان نیز تحت تأثیر فرهنگ کشور میزبان و ارزش های موجود در آن قرار می گیرند. این صنعت می تواند موجب تغییرات اقتصادی و اجتماعی شود؛ در سایه گفتگو و ایجاد رابطه متقابل بین مردمان دو ناحیه، پیام صلح بدهد و از آن جا که این صنعت به ارائه خدمت متکی است می تواند موجب افزایش اشتغال و درآمد شود. در این پژوهش سعی شده است به تبیین جامعه شناختی تاثیر گردشگری بر وضعیت توسعه اقتصادی اجتماعی منطقه سمیرم با محوریت برنامه ششم توسعه پرداخته شود. جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران و کارشناسان حوزه گردشگری منطقه سمیرم می باشد که از 139 نفر از خبرگان برای تکمیل پرسشنامه استفاده می شود. نتایج این تحقیق نشان دهنده این است که گردشگری بر بر وضعیت توسعه اقتصادی اجتماعی منطقه سمیرم با محوریت برنامه ششم توسعه تاثیر معنادار و مثبت دارد.

واژه های کلیدی: گردشگری، اقتصادی، اجتماعی، برنامه ششم توسعه.

استاد: کریمی. رحیم؛ ایدر، نبی الله؛ چیت ساز، محمدعلی (1402). تبیین تاثیر گردشگری بر وضعیت توسعه اقتصادی اجتماعی منطقه سمیرم با محوریت برنامه ششم توسعه. فصلنامه مطالعات توسعه و مدیریت منابع، سال 1، شماره 4، شیراز، صص 53-70.

مقدمه

رشد اقتصادی در اکثر کشورهای در حال توسعه مایوس کننده است. با رشد آهسته، تولید نسبت به کشورهای مقایسه‌شونده روند نزولی دارد. روند رشد اقتصادی مزایا و منافع زیادی می‌تواند داشته باشد و به همین دلیل همه اقتصادها با وجود تفاوت‌های زیادی که ممکن است با یکدیگر داشته باشند، رشد و توسعه اقتصادی را یکی از اهداف اصلی خود قرار می‌دهند؛ اما بایستی در نظر داشت که دستیابی به رشد اقتصادی بالا و پایدار، نیازمند شناخت عوامل مؤثر بر آن است. در میان عوامل مختلف مؤثر بر رشد و توسعه اقتصادی کشورها، صنعت گردشگری یکی از عواملی است که گسترش آن با توجه به اثرات زیست‌محیطی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مختلفی که دارد، موفقیت‌های قابل ملاحظه‌ای را برای برخی کشورها به دنبال داشته است. گردشگری، صنعتی است که امروزه سهم بزرگی از فعالیت‌های اقتصادی جهان را در بر گرفته و طبق محاسبات انجام شده، بالغ بر یک سوم کل تجارت خدمات سراسر جهان را به خود اختصاص داده است. منافع و آثار مطلوب اقتصادی گردشگری، کلیه بخش‌های اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ به گونه‌ای که علاوه بر ایجاد زمینه برای توسعه زیرساخت‌ها، ایجاد درآمد و اشتغال برای میزبانان و همچنین فراهم آوردن درآمدهای مالیاتی برای دولت از جمله آثار بارز این صنعت بوده است.

گردشگری برای کشورهای دارای جاذبه‌های جهانگردی نظیر ایران می‌تواند به مهم‌ترین منبع کسب درآمد ارزی تبدیل شود. مشروط بر اینکه برنامه‌ریزی صحیح و همه جانبه توأم با آینده‌نگری برای آن تنظیم و اجرا شود. متأسفانه در کشورما، صنعت توریسم چنان که شایسته است گسترش و توسعه نیافته است. با وجودی که در تمامی برنامه‌های توسعه سالیان اخیر بر رهایی از اقتصاد تک محصولی متکی بر صادرات نفت تأکید شده ولی در مقام عمل موفقیت و کامیابی قابل توجه و ملموس و محسوسی در این زمینه به دست نیامده است. رشد و توسعه صنعت توریسم در ایران به عنوان یکی از راهکارهای عملی رهایی از اقتصاد تک محصولی و متنوع سازی منابع درآمدی کشور باید بیش از پیش مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران کشور قرار گیرد.

گردشگری و صنعت جهانگردی به عنوان بزرگترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا به حساب می‌آید. در سال‌های اخیر بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد و توسعه بخش خصوصی می‌دانند، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، به توسعه صنعت گردشگری توجه زیادی می‌شود و در این راستا بایستی عوامل متفاوت از جمله عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر گردشگری به ویژه گردشگری میان شهری مورد توجه و بررسی قرار گیرد. اگر بخواهید صنعت توریسم منبع درآمد خوبی باشد، باید ارگان‌های مختلف حمایت لازم را جهت توسعه صنعت توریسم به عمل آورند و برای امنیت گردشگران و تبلیغات صحیح اهمیت زیادی قائل شوند (صابری و همکاران، 1397: 17). امروزه گردشگری و صنعت گردشگری منبع درآمد بسیاری از کشورها محسوب می‌شود و بسیاری از آن‌ها از این منبع درآمد برای ایجاد اشتغال، رشد بخش خصوصی و حرکت در مسیر توسعه اقتصادی استفاده می‌کنند. جهانگردی و گردشگری یکی از بزرگترین و متنوع‌ترین صنایع محسوب می‌شود. سازمان ملل، بر اساس پیشنهاد کنفرانس بین‌المللی ترانسپورت و گردشگری آن سازمان در رم، تعریف گردشگری را تصویب کرده است: «گردشگر کسی است که به منظور تفریح، بازدید از نقاط دیدنی، معالجه، تجارت، ورزش یا زیارت، به جایی غیر از مکانی که در آن اقامت دارد سفر می‌کند، مشروط بر اینکه حداقل مدت اقامت او از 24 ساعت کمتر و از شش ماه بیشتر نباشد» عبارت دیگر، گردشگری عبارت است از گذران اختیاری مدتی از اوقات فراغت خود در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به قصد بهره‌برداری از لذت‌های گردشگری (توکلی بیدگلی، 1395: 27).

ویژگی‌های جذاب و تفاوت‌های یک کشور یا یک منطقه، می‌تواند مبنای توسعه جهانگردی را فراهم نماید. غالباً این جاذبه‌ها هستند که جذابیت و تفاوت‌ها را خلق می‌کنند. به همین دلیل است که جاذبه‌ها را به عنوان ضروری‌ترین عامل شکل‌گیری محصول جهانگردی می‌شناسند. گردشگری بدون وجود جاذبه‌های اساسی معتبر، امکان توسعه ندارد. جاذبه‌ها و فعالیت‌های گردشگری بسیار متنوع‌اند و عمدتاً ویژگی‌های ذاتی، فرهنگی و طبیعی منحصر به فرد و مجزای یک ناحیه را منعکس می‌کنند. بدین وسیله توان خود را برای پاسخگویی به نیازهای گردشگران افزایش می‌دهند. «الهی منش و همکاران، 1397: 53».

مدیریت جاذبه‌های گردشگری متأثر از عوامل کلان و خرد محیطی است. عوامل کلان مجموعه عواملی هستند که مدیریت جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری از آن‌ها اثر می‌پذیرند و نمی‌توانند موجب تغییر آن‌ها شوند و یا اثر اندکی بر آن‌ها دارند. این عوامل شامل عوامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و فن‌آوری است که غالباً در محیط‌ها و نظام‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی شکل می‌گیرند. برخی از عوامل نیز در اختیار و کنترل مدیریت جاذبه‌ها و مقاصد هستند و این قابلیت را دارند که با اعمال مدیریت و برنامه‌ریزی به سمت شرایط مناسب‌تر حرکت نمایند. این عوامل شامل: منابع انسانی، مدیریت اجرایی و توسعه، بازاریابی، مدیریت کیفیت و مدیریت مالی، مدیریت زیست محیطی و زیرساخت‌ها می‌شود. «ابراهیمی و همکاران، 1399: 204».

همزمان با پیشرفت بشریت در حوزه ارتباطات، گردشگری به عنوان یک صنعت بین المللی که از جنبه‌های متفاوتی می‌توان به آن نگاه کرد، وارد معادلات بشری گردید. به گونه‌ای که امروزه تکیه بسیاری از اقتصادها برای دستیابی به رشد اقتصادی بر صنعت گردشگری گذاشته شده است. از طرف دیگر، رشد اقتصادی بر رشد این صنعت نیز تأثیر گذار است. به عبارت دیگر تأثیر گذاری دو عامل رشد اقتصادی و رشد گردشگری بر یکدیگر، تأثیری دوجانبه به نظر می‌رسد (مرادی، 1394: 85).

کار شنا سان، صنعت گردشگری را یکی از راه‌های گسترش و ایجاد رونق اقتصادی می‌دانند. از طرفی، گردشگری کارکردهای گوناگون اقتصادی، اجتماعی و سیاسی را نیز به همراه دارد و به همین دلیل است که ما شاهد اهمیت روز افزون آن در سطح جهان هستیم. بسیاری از مطالعات اقتصادی مربوط به گردشگری به منظور تخمین تابع تقاضای گردشگری، از متغیر "دریافتی‌های ارزی گردشگری" به عنوان نماینده‌ای مناسب برای تقاضا (متغیر وابسته) استفاده کرده‌اند. مناسب‌ترین متغیری که به عنوان متغیر وابسته در مدل‌های گردشگری تا کنون مورد استفاده قرار گرفته است، در آمد ارزی حاصل از گردشگری برای کشور مقصد است (رضوانی، 1396: 57).

صنعت گردشگری زیر مجموعه صنایع خدماتی می‌باشد و از آنجا که خدمات یکی از مواردی است که تولید و یا ارزش افزوده آن در محاسبه تولید ناخالص داخلی یک کشور لحاظ می‌گردد، در نتیجه درآمد حاصل از صنعت گردشگری در تولید ناخالص داخلی محسوب می‌شود و به صورت مستقیم بر رشد اقتصادی اثر گذار است. صنعت گردشگری به صورت غیر مستقیم نیز بر رشد اقتصادی اثر گذار است. به صورتی که اگر گردشگری به دلیل تعامل زیادی که با دیگر فعالیت‌های اقتصادی دارد، سایر فعالیت‌های اقتصادی که به صنعت گردشگری کالا و یا خدمات ارائه می‌دهند و یا محصول آن را مصرف می‌کنند، همراه با رشد صنعت گردشگری رشد خواهند کرد. یعنی اینکه صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان موتور برای رشد اقتصادی عمل نماید که سایر فعالیت‌ها را همراه خود روبه جلو حرکت دهد (فن و همکاران، 2019: 27).

توسعه گردشگری به عنوان مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر به سزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع داشته و نقش آن به عنوان منبع جدیدی برای اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیر ساخت‌های اجتماعی مورد تأیید است و توسعه عاملی مهم در جهت رفع فقر، افزایش اشتغال‌زایی و افزایش درآمد برای مردم مناطق روستایی می‌باشد. گردشگری می‌تواند تغییرات فرهنگی و اجتماعی مهمی را در شهرهای میزبان ایجاد نماید و از طریق توزیع درآمد، اشتغال‌زایی، کاهش فقر باعث توسعه و پیشرفت اجتماعی شده و رفاه و سلامت عمومی را ایجاد کند. مقصود از اثرات اجتماعی گردشگری، تغییراتی است که در زندگی افراد جامعه میزبان رخ می‌دهد و این تغییرات بیش‌تر به سبب ارتباط مستقیم ساکنین و گردشگران صورت می‌گیرد. همچنین مقصود از اثرات فرهنگی، ایجاد تغییرات در آداب و رسوم، هنر و معماری جوامع میزبان در اثر حضور گردشگران است که این نوع تغییرات بلند مدت‌تر بوده و در نتیجه می‌تواند سبب رشد و توسعه فعالیت‌های گردشگری شود. در این میان، رعایت حقوق انسانی و حقوق کار، رضایتمندی جامعه محلی، افزایش امکانات و خدمات در مقاصد گردشگری، تأمین امنیت اجتماعی، ارتقاء کیفیت زندگی و نیز ظرفیت‌سازی نهادی و... به همراه زیرمجموعه های خود، زمینه‌های اصلی پایداری اجتماعی را تشکیل می‌دهند گردشگری شهری شاخه‌ای جدید در مطالعات گردشگری است که از اوایل دهه 1990 با نظریه‌های آشورث وارد ادبیات گردشگری شده است. در بسیاری از کشورهای موفق در صنعت گردشگری، شهر پایه و اساس توسعه گردشگری است. مراکز شهری به علت دارا بودن جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. گردشگری شهری به معنای مسافرت به شهر، با انگیزه‌های مختلف بر پایه جاذبه‌های گوناگون، امکانات و تسهیلات شهری که در شخص جذابیت و انگیزه ایجاد می‌کند، می‌باشد. از این رو در این پژوهش به تبیین جامعه شناختی تأثیر گردشگری بر وضعیت توسعه اقتصادی اجتماعی منطقه سمیرم با محوریت برنامه ششم توسعه پرداخته خواهد شد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

گردشگری

لغت گردشگری از کلمه tour به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین turns به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدا و مقصد و رخش دارد که از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در نهایت به انگلیسی راه یافته است. افراد ثروتمند معمولاً به اقصی نقاط جهان سفر می‌کنند تا شاکارهای هنری را ببینند، زبان‌های جدید بیاموزند، با فرهنگ‌های جدید آشنا شوند و یا با غذاهای دیگر کشورها آشنا شوند. اصطلاحات «توریسم» و «توریست» اولین بار در سال ۱۹۳۷ توسط جامعه ملل مورد استفاده قرار گرفتند. گردشگری به سفر به خارج از کشور و با مدت زمان بیش از ۲۴ ساعت اطلاق می‌شود (نرگسی و همکاران، 1397: 47).

گردشگری، کنش متقابل گردشگران- میزبان و تولید فضای گردشگری پیرامون سفر به مناطق متفاوت با انگیزه‌های متفاوت و بازدید از جاذبه ها و استفاده از تسهیلات و خدمات مربوط به گردشگری است که آثار متفاوتی را در فضاهای شهری برجای می‌نهد. گردشگری به مجموعه

مسافرت‌هایی گفته می‌شود که بین مبدأ و مقصدی با انگیزه‌های استراحتی، تفریحی، تفریحی، ورزشی، دیداری، تجاری، فرهنگی و یا گذران اوقات فراغت انجام می‌گیرد و در آن شخص توریست در مقصد اشتغال و اقامت دائم ندارد (بهرامی، 1395: 106).

سازمان جهانی گردشگری با توجه به تمامی تعاریف گردشگری که تا قبل از سال ۱۹۹۴ ارائه شده بودند در سال ۱۹۹۵ یک تعریف نهایی منتشر کرد: "مجموعه فعالیت‌های فرد یا افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آنجا اقامت میکنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذراندن اوقات فراغت است. البته اهدافی نظیر اشتغال و کسب درآمد شامل آن نمی‌شود" براین اساس کسانی که شامل این تعریف می‌شوند نیز گردشگر نامیده می‌شوند. گردشگری عبارت است از اقامت خارج از منزل برای مدت یک شب یا بیشتر با هدف گذراندن تعطیلات، بازدید دوستان و اقوام شرکت در همایش‌های تجاری با هر هدف دیگری به جزء اموری از قبیل تحصیل شبانه روزی با استخدام نیمه دائم (قلی پور و همکاران، 1397: 269).

از گذشته‌های دور مردم به منظور خرید، گشت و گذار، بازدید از اماکن تاریخی و شهرهای بزرگ، با ابتدایی‌ترین وسایل به سفر می‌رفتند. آنان اغلب در قالب کاروان و بطور دسته‌جمعی سفر می‌کردند. بسیاری از این کاروان‌ها راهنمایانی نیز داشتند. سفرهای فردی نادر و خطرناک بود. شاید بتوان سومریان را اولین قومی دانست که اقدام به سفرهای تجاری می‌کردند. در مصر حدود پنج هزار سال پیش سفرهای دریایی آغاز شد. پس از اختراع چرخ، چرخ و ارابه‌های چرخدار را از هر راهی نمی‌توانستند عبور دهند. به همین منظور راه‌ها ساخته شدند. اورها، بابلان، مصریان، ایرانیان و یونانیان در این زمینه پیشگام بودند. آتن از نیمه دوم قرن پنجم پیش از میلاد به شهری با جاذبه‌های فراوان برای گردشگری تبدیل شده بود. اما امپراطوری روم با ثروت و امکاناتی که برای مردمانش فراهم کرده بود و جاده‌ها و جاذبه‌های گردشگری و امکانات اقامت مسافران، جزء اولین کشورهایی بود که نوعی از گردشگری را پایه‌گذاری کرد که به سبک و سیاق گردشگری امروزی نزدیک است. «رومی‌ها برای دیدن بناهای تاریخی مانند معابد مشهور در مدیترانه به ویژه اهرام و آثار تاریخی مصر سفر می‌کردند. یونان و آسیای صغیر محل بازی‌های المپیک، آب گرم‌های طبی، استراحت‌گاه‌های ساحلی، تماشاخانه‌ها، جشن‌ها و رقابت‌های پهلوانی از جاذبه‌های گردشگری آن دوران به شمار می‌آید (مایر و واگت، 2016: 176).

در قرن‌های چهارم و پنجم میلادی با سقوط امپراطوری روم، امنیت سفرهای تفریحی و گردشگری در اروپا دچار بحران شد و از فروپاشی این امپراطوری (یعنی آغاز قرن وسطی) تا دوره رنسانس (تا قرن 14 م) سفر در اروپا با خطرات بسیار همراه بود. مهم‌ترین حادثه قرون وسطی در اروپا را می‌توان جنگ‌های صلیبی دانست. یکی از عواملی که سفر را در دنیای باستان توسعه داد تجارت کالا علی‌الخصوص ابریشم و ادویه جات بود که از شرق به غرب حمل می‌شد و برای این منظور جاده ابریشم احداث شد که تا قرن‌ها محل عبور تجار، مسافران و نمایندگان حکومت‌ها در زمان‌های قدیم بود. مارکوپولو^۲ جهانگردی که در قرن سیزدهم از ایتالیا به چین سفر کرد، بیشتر مسیر خود را از این طریق طی نمود او از کشورهای مثل ایران، هند و چین عبور نمود. وی نخستین سیاحتگر غربی بود که با سفرنامه‌اش، تعداد بسیار زیادی از مردم را به جهانگردی علاقمند ساخت (کومریو و استروزی، 2019: 116).

عوامل اقتصادی و اجتماعی موثر بر گردشگری

عوامل اقتصادی

عوامل اقتصادی به شرایطی اطلاق می‌شود که در یک جامعه باعث ایجاد درآمد و ارزش آوری برای ارتباطات مالی و یا تعامل با جوامع دیگر می‌شود. برخی عوامل اقتصادی شامل شغل، درآمد، پول، تحصیلات و ... است.

درآمد: روشن است که درآمد یکی از عوامل مهم در تقاضا برای سفر محسوب می‌شود. نه تنها مسافرت کردن به یک مکان دارای هزینه است بلکه گردشگر برای دریافت خدمات در مقصد نیز باید هزینه بپردازد. تعیین اهمیت ارتباط بین درآمد و سفر مشکل است چون متغیرهای اقتصادی، اجتماعی دیگری هم بر آن اثر می‌گذارند. به طور کلی درآمد بالاتری با تحصیلات بالاتر، مشاغل خاص و گروه‌های سنی خاص در ارتباط است. هزینه‌های سفر با سایر هزینه‌ها در رقابت هستند. مطالعات بسیاری برای تعیین درصد درآمدی که برای تفریح اختصاص می‌یابد، انجام شده است. به نظر می‌رسد که در سطوح پایینی نتر درآمدی و تحصیلات تقریباً ۲ درصد از درآمد برای تفریح صرف می‌شود. همان طور که درآمد افزایش می‌یابد درآمدی که برای تفریح اختصاص می‌یابد بین ۵ تا ۶ درصد برای همه سطوح تحصیلاتی افزایش می‌یابد. بالاترین هزینه‌های تفریح (۷ درصد) توسط کسانی گزارش شده که صاحب خانه، زیر چهل سال و بدون بچه بوده‌اند. سایر مطالعات نشان داده است که ارتباط مثبتی بین درآمد و هزینه‌های تفریح وجود دارد.

¹ Mayer, M., & Vogt

² Marco Polo

³ Comerio, N., & Strozzi

تحصیلات: تحصیلات از آنجا که بر درآمد تاثیر دارد عامل مهمی محسوب می‌شود. جدای از درآمد سطح تحصیلات بر نوع اوقات فراغت و سفر تاثیرگذار است. میزان تحصیلات بر فعالیتهای مربوط به کار و اوقات فراغت عامل تعیین کننده محسوب می‌شود. علاوه بر این آموزش و تحصیلات خود به عنوان یکی از دلایل سفر می‌باشد. تحقیقات نشان داده است که با افزایش سطح تحقیقات تمایل به تفریح در خارج از خانه افزایش می‌یابد. همچنین افرادی که دارای تحصیلات بالاتری هستند فعالیتهایی را ترجیح می‌دهند که به کسب مهارت نیاز دارند مثل فعالیت شامل بازی، کنسرت، موزه‌های هنری، بازی تنیس، وگلف، اسکی، مطالعه کتاب و غیره.

شغل: منظور از این شغل کارخانه‌جات و مراکز تولیدی کوچک و بزرگی دولتی و خصوصی هستند که به‌طور مستقیم و یا غیرمستقیم به ایجاد سفرهای کاری کمک می‌کنند (بالسالوبر و همکاران، 2020: 7133).

عوامل اجتماعی

عوامل اجتماعی به شرایطی اطلاق می‌شود که در یک جامعه باعث ایجاد انگیزه برای ارتباطات اجتماعی و یا تعامل با جوامع دیگر می‌شود. به عبارت دیگر عوامل اجتماعی را به گونه‌ای می‌توان انگیزه‌های اجتماعی یا محرک‌های اجتماعی دانست و در این عوامل باید به دنبال شرایطی گشت که باعث می‌گردد انسان‌ها از حالت سکون و انزوا بیرون آمده و سراغ دیگر جوامع بروند. عوامل موثر در ارتباط اجتماعی در صنعت گردشگری عبارت‌اند از:

حکومت‌ها: نقش حکومت‌ها در ایجاد برخوردهای اجتماعی متأثر از سیاست‌هایی است که حکومت‌ها و به دنبال آن دولت‌ها در برنامه‌های خود ترسیم می‌کنند. حکومت‌هایی که سعی در ایجاد ارتباطات اجتماعی بین دو جامعه و یا چند جامعه همگون و یا ناهمگون باشند مسلماً موفقیتی کامل در ایجاد توسعه اقتصادی و فرهنگی خواهند داشت.

اطلاعات: آنچه در وهله نخست باعث ایجاد ارتباط اجتماعی بین جوامع می‌شود اطلاعاتی است که در صورت نیاز به افراد دو جامعه ارائه می‌شود این اطلاعات آن دسته از اطلاعات جامعه مهمان و میزبان را در بر می‌گیرد که در تلاقی و برخورد به منظور ارائه تصویری شفاف و روشن از فرهنگ و آداب و رسوم مورد نیاز طرفین است.

آموزش: تاثیرگذارترین و مهم‌ترین ابزار ارائه فرهنگ و رکن اساسی در توسعه پایدار گردشگری است. آموزش در گردشگری را می‌توان آسان‌ترین شیوه دسترسی به اطلاعات مورد نیاز جهت ارتباط برقرار کردن دانست.

سازمان‌های محلی: منظور از این سازمان‌ها بنگاه‌های کوچک و بزرگی دولتی و خصوصی هستند که به‌طور مستقیم و یا غیرمستقیم به ایجاد سفر و یا بازدید به سایر جوامع کمک می‌کنند. تور اپراتورها، آژانس‌های مسافرتی و ایرلاین‌ها از آن جمله‌اند.

اقوام و خویشاوندان: یکی از رکن‌ها در توسعه گردشگری تفریحی وجود دوستان و اقوام و خویشان نزدیک است که سبب می‌شود افراد برای دید و بازدید به ویژه در زمان‌های خاص (اعیاد و یا مراسم‌های مذهبی) به سفرهای تفریحی بروند (مویبا و استرونز، 2010: 639).

پیشینه پژوهش

طولابی نژاد (1401) در پژوهش خود با عنوان "اثرات گردشگری بر ارتقای سطح رفاه اقتصادی و اجتماعی خانوارهای روستایی شهرستان چابهار" بیان کردند: هدف این مطالعه بررسی اثرات گردشگری بر ارتقای سطح رفاه روستاهای ساحلی شهرستان چابهار می‌باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و روش انجام آن توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری خانوارهای روستایی شهرستان چابهار می‌باشد (N=3720). با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای، 280 خانوار در 6 روستای ساحلی که دارای جاذبه‌های گردشگری هستند به عنوان نمونه انتخاب گردید. برای تحلیل داده‌ها و پاسخگویی به سوالات پژوهش از آزمون هم‌انباشتگی نامحدود اکتشافی، آزمون تحلیل واریانس و رگرسیون چند متغیره استفاده شد. نتایج نشان داد که از نظر شاخص‌های رفاه اقتصادی، گردشگری به ترتیب بیشترین اثرات را بر ایجاد اشتغال فصلی، بهبود درآمد، توسعه مسکن، و تحرک اقتصاد محلی داشته است. از نظر شاخص‌های رفاه اجتماعی، به ترتیب بیشترین اثرات گردشگری مربوط به بهبود اوقات فراغت، تغییر سبک و شیوه زندگی، توسعه امکانات بهداشتی، و افزایش حس تعلق-مکانی مردم محلی بوده است. همچنین نتایج نشان داد با اینکه گردشگری در روستاهای منطقه مورد مطالعه اثرات چشمگیری بر رفاه اقتصادی و اجتماعی خانوارهای روستایی داشته است؛ ولی در مقایسه با شاخص‌های اجتماعی، گردشگری بیشترین اثر را بر رفاه اقتصادی و شاخص‌های آن داشته است. در راستای یافته‌های تحقیق پیشنهادهایی در زمینه توسعه گردشگری و رفاه خانوارهای روستایی ارائه شد.

خواجه و همکاران (1399) در پژوهش خود با عنوان "تحلیل ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، محیطی و نهادی در رشد و توسعه گردشگری شهری، مطالعه موردی: شهر گلوگاه" بیان کردند: پژوهش حاضر، با هدف تحلیل ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، محیطی و نهادی در رشد و توسعه گردشگری شهری در شهر گلوگاه اجرا گردید. نوع پژوهش توصیفی-تحلیلی با استفاده از روش پیمایشی بوده

است. جامعه آماری تحقیق شامل خانوارهای شهرستان گلوگاه، مدیران و گردشگران منطقه بود که با استفاده از فرمول کوکران تعداد 360 نفر به عنوان حجم نمونه تعیین شدند. جهت انتخاب نمونه‌های تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده گردید. ابزار تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته بود که براساس نتایج آزمون آلفای کرونباخ، حداقل ضریب پایایی برای تمام متغیرها، 0/7، مورد تأیید قرار گرفت. با وجود اینکه شهر گلوگاه در سال‌های اخیر به عنوان یک مقصد گردشگری مطرح شده است اما تاکنون مطالعه علمی در رابطه با ساختارها و پتانسیل موجود در آن جهت بهره‌مندی برای توسعه گردشگری شهر انجام نشده است و تحقیق حاضر، اولین تحقیق در جهت شناخت عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری شهری در محدوده مورد مطالعه می‌باشد. طبق نتایج به‌دست آمده، در بخش گردشگران و جامعه میزبان ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، محیطی و نهادی بر توسعه پایدار گردشگری شهر گلوگاه، تأثیر مستقیم دارند.

ابراهیمی و یعقوبی (1399) در پژوهش خود با عنوان "تحلیل آثار اقتصادی-اجتماعی گردشگری بر توسعه مناطق روستایی دهستان طرهبه" بیان کردند: هدف از این پژوهش، بررسی آثار اقتصادی-اجتماعی گردشگری بر توسعه مناطق روستایی بوده است. ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق خانوارهای روستای در چهار روستای هدف گردشگری در دهستان طرهبه، شهرستان بینالود در استان خراسان رضوی می‌باشد. از این جامعه به روش نمونه‌گیری کوکران تعداد 200 نفر به عنوان نمونه آماری جهت جمع‌آوری داده‌های لازم برای تحقیق انتخاب شده است. به منظور سنجش پایایی ابزار تحقیق (پرسشنامه) از ضریب آلفای کرونباخ همچنین جهت روایی پرسشنامه از نظر متخصصان به منظور روایی صوری و محتوایی واز آزمون بارلت و ضریب KMO برای اعتبار عاملی استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، از دیدگاه روستاییان میانگین اثرات اقتصادی 41 درصد، میانگین اثرات اجتماعی 30 درصد و پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های گردشگری روستایی در منطقه 61 درصد می‌باشد. یافته‌های تحلیل همبستگی نشان داد که افراد جوانتر، دارای سطح تحصیلات بهتر و بضاعت مالی بالاتر باشند دیدگاه مثبت تری در مورد اثرات اقتصادی و اجتماعی گردشگری روستایی دارند همچنین نتایج آزمون ANOVA نشان داد که دیدگاه افراد در روستاهای مختلف نسبت به اثرات اقتصادی و اجتماعی گردشگری با همدیگر متفاوت است.

آزاد خانی و همکاران (1397) در پژوهش خود با عنوان "بررسی اثرات اجتماعی-فرهنگی توسعه گردشگری شهری ایلام" بیان کردند: در این تحقیق تلاش شده است تا اثرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری شهری ایلام از دیدگاه ساکنان و گردشگران ورودی به شهر ایلام مورد ارزیابی و تحلیل قرار گیرد. جامعه آماری این تحقیق، جامعه میزبان و گردشگران ورودی به شهر ایلام است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برای هر دو جامعه 700 نفر در نظر گرفته شد. اطلاعات به شیوه میدانی و با استفاده از پرسش‌نامه جمع‌آوری گردید. پرسش‌نامه مورد استفاده در این پژوهش، محقق ساخته است که روایی آن به وسیله استادان و متخصصان تأیید شده و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ 873/0 محاسبه شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون‌های کای اسکور، همبستگی اسپیرمن و تحلیل عاملی تأییدی در نرم افزار SPSS انجام شد. نتایج نشان داد که توسعه گردشگری شهر ایلام، در تغییرات اجتماعی و فرهنگی تأثیر معناداری داشته و بین توسعه گردشگری و افزایش تغییرات فرهنگی و اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد؛ همچنین، پنج عامل افزایش روابط اجتماعی و برقراری ارتباط مناسب در میان شهروندان، شناخته شدن شهر در سطح منطقه، افزایش سرخوردگی و کاهش اعتماد به نفس ساکنان، تغییر الگوی صمیمیت بین ساکنان شهر و ازدحام و شلوغی به عنوان اثرات اجتماعی-فرهنگی در شهر ایلام شناسایی شد.

صابری و همکاران (1397)، در پژوهش خود با عنوان "بررسی تأثیر گردشگری بر توسعه اقتصادی و اجتماعی شهر کاشان" بیان کردند: گردشگری به عنوان صنعتی نوپا در جهان، در ردیف یکی از سه منبع درآمدی اول به شمار می‌آید ولی در ایران به دلایل فراوان هنوز جایگاه واقعی خود را پیدا نکرده است. شهرستان کاشان در استان اصفهان به عنوان یکی از مهم‌ترین قطب‌های گردشگری کشور با آثار باستانی برجسته، بناهای تاریخی و معماری کهن و شایان تحسین خود، از دیرباز مورد توجه گردشگران ایرانی و خارجی بوده است. جایگاه شهر کاشان در جذب در کشور و حجم زیاد ورود گردشگر به آن بالطبع بر شیوه مدیریت یکپارچه این شهر بی‌تأثیر نخواهد بود. به دلیل قدمت تاریخی و حجم ورودی گردشگران شرایط خاصی بر این منطقه حکمفرما است. در این پژوهش از روش ترکیبی AHP_SWOT استفاده شد که بر اساس نتایج بدست آمده بیشترین امتیاز به نقاط تهدید (2/332) تعلق گرفت؛ بقیه امتیازها به ترتیب به نقاط قوت (3/218)، نقاط ضعف (3/218) و در نهایت به نقاط فرصت (4/824) تعلق گرفته است که با توجه به نمودار پاراگراف، راهبرد مناسب برای شهر کاشان راهبرد تدافعی است که می‌تواند علاوه بر تأکید بر توسعه گردشگری، لزوم اهمیت به مشارکت مردم و ذینفعان، حفظ منابع طبیعی، میراث ارزشمند و تقویت زیرساخت‌ها را هرچه بیشتر روشن نماید.

اجنیو، مارتین و همکاران (2004)، به بررسی رابطه گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای امریکای لاتین طی دوره‌ی 1985 تا 1998 پرداخته‌اند. آن‌ها با استفاده از روش داده‌های پانل و تخمین زنده آرئالدو - بوند برای پانل‌های پویا استفاده کرده‌اند و برآوردی از روابط بین رشد اقتصادی و رشد سرانه گردشگری را به دست آورده‌اند. نتایج مطالعه آنان نشان می‌دهد که رشد صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای با درآمد پایین و متوسط نظیر کشورهای امریکای لاتین اثر مثبت دارد.

دریتساکیس (2020)، اثر گردشگری بر رشد اقتصادی بلند مدت یونان را با استفاده از روش علیت گرنجر آزمون کرده و یک بردار هم جمعی بین GDP و درآمدهای حاصل از گردشگری بین المللی طی دوره‌ی 1960 تا 2000 وجود داشت آزمون‌های علیت گرنجر که بر مدل‌های تصحیح خطا پایه ریزی شده بود مشخص کرد که یک رابطه‌ی علی قوی دو طرفه بین درآمدهای حاصل از گردشگری بین المللی و رشد اقتصادی در کشور یونان مشاهده شد.

رهودری و هوو (2019)، در پژوهش خود بیان کرده‌اند که با برنامه‌ریزی و اجرای دقیق مدیریت بازاریابی می‌توان تا حدود زیادی درآمد ارزی توریسم را افزایش، درآمدهای خارجی را متنوع و کشور را از آسیب‌پذیری ناشی از نوسانات قیمت نفت حفظ کرد. همچنین توجه به نگرش بازاریابی می‌تواند راه‌حلی برای افزایش جذب گردشگران باشد.

هیون و همکاران (2018)، در مطالعه‌ای با عنوان «علیت میان گردشگری و رشد اقتصادی در ایالات متحده» به تحلیل رابطه میان عملکرد صنایع مرتبط با گردشگری (خطوط هوایی، هتل‌ها و رستوران‌ها) و تولید ناخالص داخلی برای ایالات متحده پرداخته است. داده‌های مورد استفاده در این پژوهش داده‌های فصلی فروش شرکت‌های مرتبط با گردشگری است که برای دوره بیست و پنج ساله 1981 الی 2005 جمع‌آوری شده است. نتایج آزمون یک رابطه هم‌جمعی را میان رشد اقتصادی و عملکرد صنایع در ایالات متحده نشان نمی‌دهد. این موضوع نشان می‌دهد که مکانیزم‌هایی که در ارتباط با افزایش درآمد صنایع مرتبط با گردشگری هستند به صورت بالقوه‌ای در بلند مدت موفق هستند حتی در مواردی که با رکود اقتصادی مواجه هستیم. نتایج همچنین یک رابطه علی دو طرفه میان تعداد گردشگران و رشد درآمد خطوط هوایی، هتل‌ها و رستوران‌ها را نشان می‌دهد.

لی و شین (2018)، در مقاله‌ای تحت عنوان «وقفه‌های ساختاری، توسعه گردشگری در رشد اقتصادی، شواهدی از تایوان» به بررسی نقش صنعت گردشگری در اقتصاد کشور تایوان پرداخته‌اند. این مقاله به بررسی رابطه علی بین توسعه گردشگری، رشد اقتصادی و نرخ ارز واقعی در یک مدل چند متغیره پرداخته است. نتایج آزمون نشان می‌دهد، رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی یک رابطه دو طرفه در تایوان است.

لی و چانگ (2018)، در مقاله‌ای با عنوان «توسعه گردشگری و رشد اقتصادی: بررسی دقیق‌تر با روش پانل» با بکارگیری روش هم‌جمعی پانل نا همگن، سعی در بررسی روابط علی بلند مدت میان رشد گردشگری و رشد اقتصادی برای کشورهای OECD و nonOECD (کشورهای مورد بررسی در آسیا، آمریکای لاتین و زیر صحرای آفریقا قرار دارند) در دوره زمانی 1990-2000، دارند. آن‌ها از آزمون پدرونی جهت بررسی وجود یا عدم وجود رابطه هم جمعی میان متغیرها استفاده نموده و آزمون وجود همبستگی بین متغیرها را تایید می‌کند. براساس نتایج، یک رابطه هم‌جمعی بین تولید ناخالص ملی و رشد گردشگری وجود دارد. همچنین تعیین می‌کند که رشد گردشگری اثر بیشتری بر روی تولید ناخالص ملی در کشورهای غیر عضو OECD در مقایسه با کشورهای عضو دارد. این مطالعه نشان می‌دهد که رشد گردشگری اثر بزرگتری بر GDP در کشورهای غیر عضو نسبت به کشورهای عضو OECD دارد و هنگامی که متغیر مورد نظر برای گردشگری، دریافتی‌های حاصل از گردشگری باشد، بزرگترین اثرات را در کشورهای زیر صحرای آفریقا دارد. علاوه بر این، نرخ حقیقی ارز دارای اثرات قابل توجهی بر رشد اقتصادی کشورهای OECD است. در نهایت در بلند مدت، آزمون علیت پانل یک رابطه علیت یک طرفه از رشد گردشگری به رشد اقتصادی در کشورهای عضو OECD، یک رابطه دوطرفه در کشورهای غیر عضو و تنها یک رابطه ضعیف در آسیا را نشان می‌دهد. علاوه بر این، نرخ حقیقی ارز اثرات معنی داری بر روی رشد اقتصادی دارد.

مواد و روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف، یک تحقیق کاربردی است که نتایج به دست آمده از آن می‌تواند، مورد استفاده مدیران، سازمان‌ها و به طور کلی استفاده‌کنندگان قرار گیرد. از لحاظ روش تحقیق از نوع همبستگی است که به تبیین جامعه شناختی تاثیر گردشگری بر وضعیت توسعه اقتصادی اجتماعی منطقه سمیرم با محوریت برنامه ششم توسعه می‌پردازد. جامعه آماری تحقیق حاضر مسئولان گردشگری شهر سمیرم می‌باشد که از 139 نفر از خبرگان برای تکمیل پرسشنامه استفاده می‌شود. به دلیل محدود بودن جامعه آماری، تعداد نمونه برابر تعداد جامعه در نظر گرفته شده است. در این تحقیق محقق به منظور جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌های استاندارد و محقق ساخته استفاده شده است. برای سنجش متغیرها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است.

سوالات پژوهش فوق عبارتند از:

1- گردشگری بر وضعیت توسعه اقتصادی (کاهش فقر، افزایش درآمد، کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال) منطقه سمیرم با محوریت برنامه ششم توسعه چه تاثیراتی دارد؟

2- گردشگری بر وضعیت توسعه اجتماعی (ارتقاء استاندارد زندگی، افزایش شهرت منطقه و سطح آگاهی ساکنان) منطقه سمیرم با محوریت برنامه ششم توسعه چه تاثیراتی دارد؟

بحث و ارائه یافته‌ها

برای بررسی مدل مفهومی پژوهش از تحلیل رگرسیون استفاده شده است. تحلیل‌های رگرسیون انواع مختلفی دارد که یکی از آن‌ها تحلیل به صورت مقطعی است و زمانی کاربرد دارد که نمونه‌های آماری را افراد تشکیل داده باشد. با توجه به اینکه داده‌های پژوهش به صورت پیمایشی است، در نتیجه کاربرد تحلیل رگرسیون با استفاده از مدل معادلات ساختاری مورد استفاده قرار گرفته است.

آزمون نرمال بودن

آزمون نرمال بودن داده‌ها روشی برای تشخیص آن است که مشخص شود توزیع داده‌های گردآوری شده از توزیع طبیعی یا نرمال برخوردار است. قبل از هر گونه آزمونی که با فرض نرمال بودن داده‌ها صورت می‌گیرد باید آزمون نرمال بودن صورت گیرد. برای این منظور روش‌های متعددی وجود دارد. در این پژوهش از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده می‌شود. فرض صفر: توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال است. فرض یک: توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال نیست.

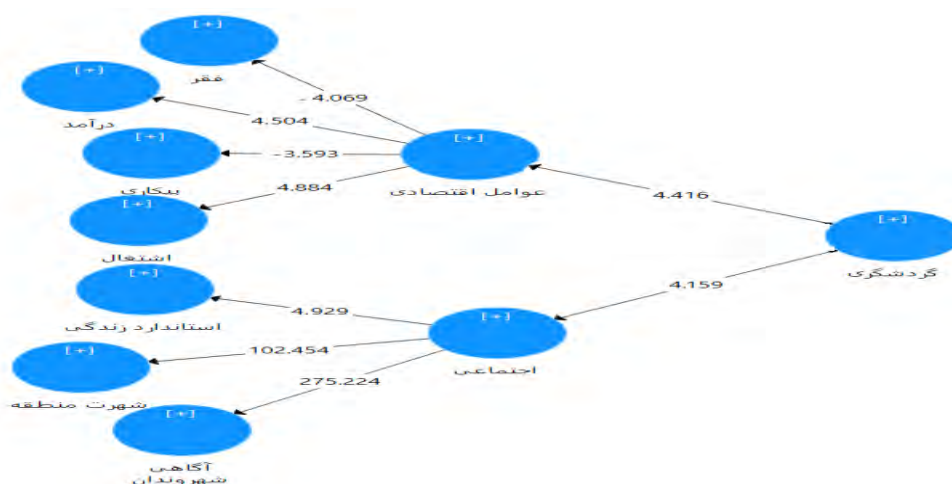
جدول 1- نتایج آزمون آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

مولفه	بار عاملی	سطح معناداری
فقر	0/931	0/171
درآمد	0/841	0/213
بیکاری	0/946	0/178
ایجاد اشتغال	0/747	0/263
استاندارد زندگی	0/598	0/316
شهرت منطقه	0/429	0/349
سطح آگاهی شهروندان	0/816	0/236
عوامل اقتصادی	0/788	0/278
عوامل اجتماعی	0/857	0/207

طبق جدول (1) می‌توان گفت که با توجه به اینکه میزان سطح معناداری برای متغیرها بیشتر 0/05 می‌باشد، فرض صفر رد می‌شود و داده‌های متغیرهای پژوهش حاضر نرمال نیستند.

برازش مدل ساختاری

پس از تایید برازش مطلوب مدل اندازه‌گیری، نوبت به بررسی بخش ساختاری مدل می‌رسد. در این قسمت، یکی از مهمترین و عام‌ترین معیارها برای بررسی برازش مدل ساختاری ضرایب معناداری Z یا همان t-value است. برازش مدل ساختاری با استفاده از ضرایب t به این صورت است که این ضرایب باید از 1/96 بیشتر باشد تا بتوان در سطح اطمینان 95٪ معنادار بودن آنها را تایید نمود. همانطور که در شکل (1) قابل مشاهده است کلیه ضرایب معناداری t از مقدار 1/96 بیشتر است که معنادار بودن کلیه مسیرها و مناسب بودن مدل ساختاری را نشان می‌دهد.



شکل 1- مدل مفهومی با آماره تی

اولین معیار برای اندازه گیری برازش بخش ساختاری مدل، ضریب R^2 است. این ضریب مربوط به متغیرهای پنهان درون زای مدل می باشد و نشان از تاثیر یک متغیر برون زای بر یک متغیر درون زای دارد. جدول (4) مقادیر R^2 را مربوط به متغیرهای وابسته مدل نشان می دهد. با توجه به اینکه سه مقدار 0/19، 0/33، 0/67 را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 معرفی می گردد و با در نظر گرفتن مقادیر ارئه شده در جدول (2) که نشان می دهد مقدار R^2 برای همه مؤلفه ها از 0/19 بیشتر است، مناسب بودن برازش مدل تایید می گردد.

جدول 2- مقادیر R^2 در برازش ساختاری مدل تحقیق

متغیرها	ضریب R^2
عوامل اقتصادی	0/564
عوامل اجتماعی	0/443
گردشگری	0/508

میزان ضریب تعیین متغیرها نشان می دهد که در حدود 56 درصد از تغییرات متغیر وابسته (اثر بخشی دورکاری) توسط متغیرهای مستقل تبیین می شود. همچنین در حدود 44، 50 و 64 درصد از تغییرات متغیرهای انزوا اجتماعی، دورکاری و استرس شغلی توسط متغیرهای مستقل شان تبیین می شود. دومین معیار برای اندازه گیری برازش بخش ساختاری مدل Q^2 است که قدرت پیش بینی مدل را مشخص می کند مقدار Q^2 باید در مورد تمامی سازه های درون زای مدل محاسبه شود و نتیجه آن در قسمت تفسیر مدل بیان گردد. در صورتی که مقدار Q^2 در مورد یک سازه درون زای صفر و یا کمتر از صفر شود، نشان از آن دارد که روابط بین سازه های دیگر مدل و آن سازه درون زای به خوبی تبیین نشده است و در نتیجه مدل نیاز به اصلاح دارد (داوری و رضازاده، 1395). هسنلر¹ و همکاران (2009) در مورد شدت قدرت پیش بینی مدل در مورد سازه های درون زای سه مقدار 0/02، 0/15 و 0/35 را تعیین نموده اند.

جدول 3- مقادیر Q^2 در برازش ساختاری مدل تحقیق

متغیرها	ضریب Q^2
عوامل اقتصادی	0/579
عوامل اجتماعی	0/604
گردشگری	0/712

ارزیابی برازش مدل کلی

در این قسمت لازم است که به ارزیابی بخش کلی مدل که شامل بخش های اندازه گیری و بخش ساختاری به طور همزمان می باشد، پرداخته شود. برای بررسی برازش مدل کلی از معیارهای مختلفی استفاده میشود که از مهمترین این معیارها می توان به معیارهای ریشه میانگین

¹ Henseler

مربعات باقیمانده استاندارد شده (SRMR) و شاخص نیکویی برازش (GOF) اشاره نمود. وتزلس² و همکاران (2009) سه مقدار 0/01، 0/25، 0/36 را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نموده‌اند. به این معنی که در صورت محاسبه‌ی مقدار 0/01 و نزدیک آن به عنوان GOF در یک مدل، می‌توان نتیجه گرفت که برازش کلی آن مدل در حد ضعیفی است و باید به اصلاح روابط بین سازه‌های مدل پرداخت. به همین ترتیب در مورد دو مقدار دیگر GOF نیز (0/25 برازش کلی متوسط و 0/36 برازش کلی قوی) این دستور العمل برقرار است.

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times R^2}$$

میانگین *Communalities* از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان مرتبه اول مدل به دست می‌آید که مقدار آن برابر با 0/568 است. R^2 میانگین مقادیر R Squares متغیرهای درون‌زای مرتبه اول مدل است که مقدار آن برابر 0/637 است. با جایگزاری مقادیر به دست آمده در رابطه 4-1 مقدار GOF برابر با 0/613 گشته که نشان از برازش قوی مدل کلی پژوهش دارد.

آزمون سوالات پژوهش

در این بخش به آزمون سوالات پژوهش پرداخته شده است.

سوال اول: گرد شگری بر وضعیت توسعه اقتصادی (کاهش فقر، افزایش درآمد، کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال) منطقه سمیرم با محوریت برنامه ششم توسعه چه تاثیراتی دارد؟

جدول 4- برآورد ضرایب سوال اول

رابطه بین متغیرها	ضریب اثر	آماره t	سطح معناداری
گردشگری ← توسعه اقتصادی	0/304	4/416	0/000
توسعه اقتصادی ← فقر	-0/261	-4/069	0/000
توسعه اقتصادی ← درآمد	0/233	4/504	0/000
توسعه اقتصادی ← بیکاری	-0/193	-3/593	0/008
توسعه اقتصادی ← اشتغال	0/286	4/884	0/000

در سطح اطمینان 95٪ با توجه به کمتر بودن سطح معناداری از پنج صدم ($p \leq 0/05$) با فرض ثابت بودن سایر عوامل می‌توان اینگونه بیان نمود که گرد شگری بر توسعه اقتصادی تاثیر معنی‌داری دارد. همچنین با توجه به اینکه ضریب رابطه این رابطه مثبت می‌باشد، نتیجه می‌شود رابطه مستقیم است و گردشگری بر توسعه اقتصادی تاثیر مثبت و معنادار دارد.

سوال دوم: گردشگری بر وضعیت توسعه اجتماعی (ارتقاء استاندارد زندگی، افزایش شهرت منطقه و سطح آگاهی ساکنان) منطقه سمیرم با محوریت برنامه ششم توسعه چه تاثیراتی دارد؟

¹- Goodness of Fit

²- Wetzels

جدول 5- برآورد ضرایب سوال دوم

رابطه بین متغیرها	ضریب اثر	آماره t	سطح معناداری
گردشگری ← توسعه اجتماعی	0/383	4/159	0/000
توسعه اجتماعی ← ارتقا استاندارد زندگی	0/329	4/929	0/000
توسعه اجتماعی ← افزایش شهرت منطقه	0/990	102/454	0/000
توسعه اجتماعی ← سطح آگاهی ساکنان	0/995	275/224	0/000

در سطح اطمینان 95٪ با توجه به کمتر بودن سطح معناداری از پنج صدم ($p \leq 0/05$) با فرض ثابت بودن سایر عوامل می توان اینگونه بیان نمود که گردشگری بر توسعه اجتماعی تاثیر معنی داری دارد. همچنین با توجه به اینکه ضریب رابطه میان توسعه اجتماعی بر گردشگری مثبت می باشد، نتیجه می شود گردشگری بر توسعه اجتماعی تاثیر معنی داری و مثبت دارد.

محاسبه وزن نسبی شاخص ها به روش AHP

ماتریس مقایسات زوجی 30 متخصص با استفاده از میانگین هندسی به صورت زیر محاسبه شده است. در این روش، بعد از تشکیل ماتریس مقایسات زوجی، ابتدا میانگین هندسی هر یک از سطرهای ماتریس محاسبه می شود؛ سپس در مرحله دوم ماتریس ستونی حاصل با تقسیم هر یک از مؤلفه هایش بر مجموع مؤلفه های موجود نرمالیزه می گردد. ماتریس ستونی جدید حاصل شده همان ماتریس وزن شاخص های مسئله مورد نظر است. فرم ریاضی این روش را در رابطه زیر می توان مشاهده نمود.

$$\begin{bmatrix} a_{11} & \dots & a_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & \dots & a_{nn} \end{bmatrix} \xrightarrow{1} \begin{bmatrix} \sqrt[n]{a_{11} \dots a_{1n}} \\ \vdots \\ \sqrt[n]{a_{n1} \dots a_{nn}} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \pi_1 \\ \vdots \\ \pi_n \end{bmatrix} \xrightarrow{2} \begin{bmatrix} \frac{\pi_1}{\sum_{i=1}^n \pi_i} \\ \vdots \\ \frac{\pi_n}{\sum_{i=1}^n \pi_i} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} W_1 \\ \vdots \\ W_n \end{bmatrix}$$

در این پژوهش 2 معیار به عنوان معیارهای اصلی برای بررسی میزان اهمیت عوامل اقتصادی و اجتماعی بر گردشگری انتخاب گردیده است. ماتریس مقایسات زوجی ادغام شده از 30 متخصص که پرسشنامه را پر کرده اند در زیر آمده است.



شکل 2- وزن معیارهای اصلی

پس از ساخت مدل در برنامه Expert Choice و ورود ماتریس های مقایسات زوجی، وزن معیارها و زیرمعیارها به گونه ای که در زیر نشان داده شده است، بدست آمد. اولویت بندی متغیرهای پژوهش به کمک نرم افزار Expert Choice نشان داده شده است. بنابراین، شاخص های اصلی به لحاظ ارجحیت (اهمیت) به قرار زیر می باشند:

جدول 6- اولویت بندی معیارهای اصلی

معیار	وزن دهی	رتبه بندی
عوامل اقتصادی	0/781	1
عوامل اجتماعی	0/219	2

همانطور که در جدول (6) مشاهده می شود معیار عوامل اقتصادی با وزن نسبی 0/781 در اولویت اول قرار دارد و عوامل اجتماعی با وزن 0/219 در اولویت های بعدی قرار دارند.

محاسبه وزن نسبی زیرمعیارها نسبت به هر یک از معیار اصلی

در این پژوهش با استفاده از ادبیات موضوع و کارشناسان مربوطه، جمعاً 20 زیرمعیار مربوط به 2 معیار اصلی به منظور اولویت بندی عوامل شناسایی شده که ماتریس مقایسات زوجی ادغام شده از 30 متخصص به صورت جداول زیر می‌باشد:

الف) زیر معیار عوامل اقتصادی



شکل 3- اولویت بندی زیر معیارهای عوامل اقتصادی

همانطور که در جدول (3) مشاهده می‌شود اشتغال افراد با وزن نسبی 0/307 در اولویت اول قرار دارد و زیر معیار درآمد افراد و کاهش بیکاری با وزن‌های نسبی 0/299 و 0/247 در اولویت‌های بعدی قرار دارند.

ب) زیر معیار عوامل اجتماعی



شکل 4- اولویت بندی زیر معیارهای عوامل اجتماعی

همانطور که در جدول (4) مشاهده می‌شود زیر معیار آگاهی شهروندان با وزن نسبی 0/583 در اولویت اول قرار دارد و زیر معیارهای استانداردهای زندگی و شهرت منطقه با وزن‌های نسبی 0/280 و 0/137 در اولویت‌های بعدی قرار دارند.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

سوال اول: گردشگری بر وضعیت توسعه اقتصادی (کاهش فقر، افزایش درآمد، کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال) منطقه سمیرم با محوریت برنامه ششم توسعه چه تاثیراتی دارد؟

در سطح اطمینان 95٪ با توجه به کمتر بودن سطح معناداری از پنج صدم ($p \leq 0/05$) با فرض ثابت بودن سایر عوامل می‌توان اینگونه بیان نمود که وضعیت گردشگری بر توسعه اقتصادی تاثیر معنی‌داری دارد. همچنین با توجه به اینکه ضریب رابطه گردشگری و توسعه اقتصادی مثبت می‌باشد، نتیجه می‌شود رابطه مستقیم است و گردشگری بر توسعه اقتصادی تاثیر مثبت و معنادار دارد.

تردید نیست که همه کشورها در رقابتی تنگاتنگ در پی بهره‌گیری از مزایای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و به‌ویژه دریافت سهم بیشتری از درآمد جهانی حاصل از گردشگری و همچنین بالا بردن سطح اشتغال در کشور خود هستند. از جمله مهمترین ابعاد اثرات اقتصادی گردشگری، درآمدزایی، اشتغال‌زایی، ایجاد درآمد مالیاتی، تاثیر بر تراز پرداخت‌ها و بهبود ساختار اقتصادی یک منطقه است. توسعه گردشگری در مقیاس بزرگ و بر پایه گردشگری انبوه، می‌تواند سبب رشد در زمینه‌هایی مانند خدمات بهداشتی، پلیس، بانکداری، تجارت و حتی ساخت و ساز و تولید شود. همچنین صنعت گردشگری منجر به افزایش ارتباطات بین بخش‌های مختلف در اقتصاد می‌شود و از این طریق 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 و جاذبه‌های فرهنگی مربوط می‌شود. بسیاری از منابعی که در این صنعت به کار گرفته می‌شوند، در واقع بدون هزینه به آن وارد شده‌اند و این موجب می‌شود که هزینه سرانه سرمایه‌گذاری در گردشگری از بسیاری فعالیت‌های دیگر کمتر باشد. این جاذبه‌ها مواد خامی هستند که می‌توانند با هزینه محدود به جاذبه‌های سودآوری تبدیل شوند. دومین مزیت نسبی گردشگری، میزان واردات آن است؛ به طوری که گردشگری به صورت متوسط میزان واردات کمتری نسبت به دیگر بخش‌های اقتصادی دارد. سومین مزیت نسبی گردشگری نیز ماهیت کاربر بودن آن است. از نظر آثار گردشگری بر اشتغال، صنعت گردشگری گسترده‌ترین صنعت خدماتی و مهمترین صنعت اشتغال‌زا در دنیا محسوب می‌شود. البته درآمد حاصل از گردشگری به اشتغال و درآمد اولیه محدود نمی‌شود و می‌تواند منجر به افزایش اشتغال عوامل تولید شود. گردشگری فرصت‌های شغلی بسیاری برای نیروی کار بدون تخصص و کارگران نیمه ماهر و ماهر ایجاد می‌کند. از سوی دیگر، میزان سرمایه‌گذاری برای ایجاد یک فرصت شغلی در صنعت گردشگری بسیار پایین‌تر از صنایع دیگر است و به عبارت دیگر اشتغال‌زایی در این صنعت به سرمایه‌گذاری کمتری نیاز دارد.

سوال دوم: گردشگری بر وضعیت توسعه اجتماعی (ارتقاء استاندارد زندگی، افزایش شهرت منطقه و سطح آگاهی ساکنان) منطقه سمیرم با محوریت برنامه ششم توسعه چه تاثیری دارد؟

در سطح اطمینان 95٪ با توجه به کمتر بودن سطح معناداری از پنج صدم ($p \leq 0/05$) با فرض ثابت بودن سایر عوامل می توان اینگونه بیان نمود که گردشگری بر توسعه اجتماعی تاثیر معنی داری دارد. همچنین با توجه به اینکه ضریب رابطه میان توسعه اجتماعی و گردشگری مثبت می باشد، نتیجه می شود گردشگری بر توسعه اجتماعی تاثیر معنی داری و مثبت دارد.

در صورت عدم برنامه ریزی و مدیریت مناسب، توسعه گردشگری می تواند تأثیرات منفی عمده ای بر توسعه اقتصادی، محیط فیزیکی و ساختار فرهنگی اجتماعی جامعه برجای بگذارد. بر این اساس دستیابی به توسعه گردشگری بوم گردی موفق و پایدار به گونه ای که بتواند به اهداف خود دست یافته و تأثیرات و پیامدهای کمتری برای مقاصد ایجاد نماید نیازمند شناخت ساختارهای و عوامل تشکیل دهنده جوامع میزبان بخصوص عوامل فرهنگی و اجتماعی تأثیر گذار می باشد.

دستیابی به رفاه و تأمین سعادت شهروندان دغدغه اکثر دولت های جهان است. به همین دلیل سیاستمداران با همکاری اقتصاددانان و همه دانشمندان علوم ذریط همواره به دنبال یافتن راه حل های جدیدتر برای کسب درآمد و رفاه بیشترند که گرایش عمومی دولت ها به سوی گردشگری نشأت گرفته از همین تفکر است. امروزه صنعت گردشگری در دنیا، یکی از منابع مهم درآمد و در عین حال از عوامل مؤثر در تبدلات فرهنگی بین کشورهاست و به عنوان گسترده ترین صنعت خدماتی جهان حائز جایگاه ویژه ای است. مطابق نظر سازمان جهانی گردشگری که وابسته به سازمان ملل است، گردشگری بزرگترین صنعت فعال در جهان است. هنگامی که یک جامعه تبدیل به مقصد گردشگری می شود، کیفیت زندگی، سیستم های ارزشی، روابط خانوادگی، نگرش ها، آداب، سنن، الگوهای رفتاری و بسیاری از مولفه های دیگر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن تحت تأثیر قرار می گیرد. از جمله این تأثیرات می توان به افزایش جمعیت، شلوغی، استفاده بیشتر از زیربنای اقتصادی، بهبود وضعیت اشتغال، نوزایی هنرها و فنون محلی و فعالیت های فرهنگی سنتی، تأثیر بر میزان درآمدها و یا فقر در جامعه اشاره کرد.

References

- 1- Azadkhani, P., Pakzad, H., Hosseinzadeh, J., & Salimi Bavandpour, A. (2017). Investigating the socio-cultural effects of urban tourism development in Ilam. *Urban Social Geography*, 5(1), 1-15.
- 2- Bahrami, R. (2015). An analysis of the role of tourism and its effects on the development of rural settlements (case study: Marivan city). *Human Settlements Planning Studies*, 11(34), 101-113.
- 3- Balsalobre-Lorente, D., Driha, O. M., Shahbaz, M., & Sinha, A. (2020). The effects of tourism and globalization over environmental degradation in developed countries. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(7), 7130-7144.
- 4- Comerio, N., & Strozzi, F. (2019). Tourism and its economic impact: A literature review using bibliometric tools. *Tourism Economics*, 25(1), 109-131.
- 5- Dritsakis, N. (2020). Tourism as a long-run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305-316.
- 6- Ebrahimi Kouhbaneh, M. S., & Yaqoubi, M. (2019). Analysis of the socio-economic effects of tourism on the development of rural areas of Targahba district. *Tourism Planning and Development*, 9(34), 199-215.
- 7- Elahi Manesh, M. H., Hosseini Nejad Mah Khatouni, S. B., & Yasmi, M. (2017). The economic role of tourism in sustainable urban development (case study: Bandar Abbas city). *Social Sciences*, 12(42), 47-68.
- 8- Eugenio-Martín, J. L., Morales, N. M., & Scarpa, R. (2020). Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach. *Natural Resources*.
- 9- Fan, D. X., Liu, A., & Qiu, R. T. (2019). Revisiting the relationship between host attitudes and tourism development: A utility maximization approach. *Tourism Economics*, 25(2), 1-43.
- 10- Kim, H. J., Chen, M.-H., & Jang, S. S. (2018). Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan. *Tourism Management*, 27, 925-933.
- 11- Lee, T. H., & Jan, F. H. (2019). Can community based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management Journal*, 70, 368-380.
- 12- Mayer, M., & Vogt, L. (2016). Economic effects of tourism and its influencing factors. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 8(2), 169-198.

- 13- Mbaiwa, J. E., & Stronza, A. L. (2010). The effects of tourism development on rural livelihoods in the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(5), 635-656.
- 14- Mehrshad, T., Ali, N. I., Sana, R., & Khadijah, S. (Year). The effects of tourism on improving the level of economic and social welfare of rural households in Chabahar city. *Applied Research Journal of Geographical Sciences*, 22(65), 283-301.
- 15- Nabi, F., Moghadam, M. R. Z., & Abadi, Z. K. (2019). Analysis of social, cultural, economic, environmental and institutional structures in the growth and development of urban tourism, case study: Golugah city. *Scientific-Research Quarterly of Urban Ecology Research*, 11(21), 13-28.
- 16- Nargasi, S., Babki, R. E., & Efti, M. (2017). Investigating the relationship between tourism, economic growth and financial development in Iran (1869-2016). *Financial Economics*, 12(44), 41-68.
- 17- Saberi, A., Tawaklinia, J., Razovian, M. T., & Qadri, I. (2017). Investigating the impact of tourism on the economic and social development of Kashan city. *Welfare Planning and Social Development*, 10(36), 1-34.
- 18- Soleimani, A. Q., & Goli, A. (2017). Investigating the perceived effects of tourists from environmental dimensions on the quality of life of residents. *Development and Transformation Management Quarterly*, 2017 (Special Issue), 263-276.
- 19- Tavakoli Bidgoli, M. (2015). Evaluation of the consequences of the expansion of tourism of second homes in Qamsar. Master's thesis, Kashan University, Faculty of Agriculture and Natural Resources.





پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی