

بررسی تأثیر یارانه سفر بر توسعه گردشگری؛ مطالعه موردی: گردشگران شهر مشهد مقدس

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۱۱

کد مقاله: ۳۳۳۷۰

امید مولوی^۱، علیرضا نوری^{۲*}

چکیده

هرچند مسافت غالباً به‌عنوان یک عامل کم‌ارزش ارزیابی می‌شود اما بررسی عوامل مؤثر بر رفتار گردشگران در انتخاب مقصدهای گردشگری حائز اهمیت فراوانی بوده و از سویی رونق و توسعه گردشگری در یک منطقه بخش اعظم آن به نگرش و قصد رفتاری گردشگران به هنگام مواجهه با مقصد گردشگری بستگی دارد. این مطالعه ابتدا به بحث درباره ابعاد رفتار برنامه‌ریزی شده و سپس به وجود عامل مسافت در انتخاب مقصد گردشگری می‌پردازد و می‌یابد که مسافت‌های خاص بین مقصد و محیط عادی گردشگران دارای اثرات اصطکاکی است که منجر به هزینه زمان و انرژی برای گردشگران می‌شود، مسافت همچنین دارای اثرات انگیزشی و کاتالیزوری برای گردشگرانی است که تمایل دارند از نظر فیزیکی از خانه فاصله بگیرند تا نیازهای پیچیده روان‌شناختی خود (به‌ویژه نیازهای زیبایی‌شناختی) را تأمین کنند. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد میزان مسافت بر نگرش و هنجارهای ذهنی میانجی‌گری جزئی دارد و بر کنترل رفتاری میانجی‌گری صورت نگرفته است. با توجه به نقش پنهانی میانجی، میل مسافتی گردشگران می‌تواند به یک استراتژی مفید بازاریابی تبدیل شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

واژگان کلیدی: نگرش، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتاری درک‌شده، قصد رفتاری، میزان مسافت

۱- کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی جهانگردی

۲- استادیار و عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی شان‌دیز (نویسنده مسئول) a.r.n52520@gmail.com

گردشگری و صنعت گردشگری منبع درآمد بسیاری از کشورها محسوب می شود و بسیاری از آنها از این منبع درآمد برای ایجاد اشتغال، رشد بخش خصوصی و حرکت در مسیر توسعه اقتصادی استفاده می کنند. کشورهای مختلف جهان در سایه برخورداری از امکانات گوناگون و جاذبه های متنوع، در پی جذب و جلب جهانگردی بسوی خویش هستند. صنعت گردشگری پدیده ای است که از دیرباز در جوامع مختلف انسانی وجود داشته اما با ورود به عصر مدرن به صورت یک صنعت در آمده است. امروزه از این صنعت به عنوان یک بازوی قدرتمند جهت افزایش در آمد و فقر زدایی کشورهای در حال توسعه نام برده می شود. نظر به اهمیت و نقش سفر در زندگی و تلطیف روحیه و نشاط و از طرفی محدودیت های گروه های مانند خانواده های کم درآمد، سالمندان و جوانان در استفاده از اوقات فراغت و گردشگری، این موضوع مورد توجه نهادهای بین المللی قرار گرفته است. دولت و سازمان های ذیصلاح گردشگری به گردشگرانی که خود به تنهایی قادر به تامین هزینه های مسافرت نیستند؛ به این گروه از اقشار جامعه کمک می کنند تا از مزایای گردشگری استفاده کنند (شیروند، ۱۳۹۷). سیاست گذاران و برنامه ریزان به صنعت گردشگری با رویکرد صنعتی که ثبات اقتصادی و جمعیتی برای کشورها را به دنبال دارد، می نگرند و بسیاری نیز می پندارند که توسعه گردشگری راه حل بسیاری از مشکلات است که کشورها گرفتار آن ها می باشند. پس گردشگری را عنصر لازم برای حرکت به سوی اصلاح یا ایجاد اقتصاد گردشگری می دانند به هر حال آنچه مسلم بوده، این است که از نظر موافقان و مخالفان توسعه، توسعه گردشگری به طور فزاینده ای عامل افزایش دهنده توان اقتصادی کشورها، محرک تجدید یا احیا اقتصاد گردشگری و نیز بهبود دهنده شرایط زندگی جوامع مختلف به حساب می آید. این موضوع در بسیاری از کشورها با سیاست های هدفمند در ارتباط است و غالباً وسیله ای در جهت توسعه گردشگری است، بنابراین می تواند نقش اساسی در توسعه و اقتصاد گردشگری داشته باشد. پرداخت یارانه سفر، امروزه می تواند یکی از مردمی ترین اشکال ایجاد گردشگری محسوب شود که با ارائه جذابیت و ایجاد تمایل در افراد خانواده ها می تواند راه حلی جهت بهبود و ارتقاء شاخص های اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی کشورها مورد توجه قرار گیرد. پرداخت یارانه به اهمیت توسعه گردشگری، قصد داریم یارانه را که می تواند یکی از موارد به عنوان محرک این صنعت قلمداد کرد را بررسی نموده و تاثیر آن را بر توسعه گردشگری بسنجیم. یارانه مبلغی است که دولت می پردازد تا تمام اقشار جامعه از حداقل امکانات رفاهی استفاده نمایند. در بسیاری از کشورها، دولت به صورت هدفمند برای رونق صنعت گردشگری و فعالیت های مربوط و حتی در برخی از موارد برای خروج از بحران به ذی نفعان این فعالیت به حمایت عمومی از جمله به توزیع یارانه های مستقیم و غیرمستقیم در این بخش می پردازد، یعنی عواید یارانه های هدفمند علاوه بر بخش های اقتصادی و اجتماعی به بخش توریست و اکوتوریست نیز تخصیص می یابد و توسعه هر چه بیشتر ذی نفعان محلی گردشگری و توسعه گردشگری را در پی دارد (رحمانی، ۱۳۹۶). در این پژوهش قصد داریم تا با بررسی اطلاعات جمع آوری شده از گردشگران، به بررسی تاثیر یارانه سفر بر توسعه گردشگری و مولفه های آن بپردازیم.

۲- بیان مساله

پرداخت یارانه سفر در کشورهای مختلف به دو قسم جذب گردشگران خارجی و جایگزینی گردشگران داخلی به جای گردشگران بین المللی و تحت شرایط خاصی انجام می شود. معمولاً ارائه یارانه سفر در هنگام بی ثباتی امنیتی، سیاسی یا مالی در کشورهای گردشگری پذیر مانند مصر و ترکیه روی داده است تا با مکانیزم های کاهش قیمت سفر برای گردشگران، افت تقاضای گردشگر در این کشورها را جبران کند. تلاش عمده این کشورها بیشتر برای جذب گردشگران خارجی بوده است. همچنین یارانه سفر در کشورهایی نظیر تایلند و اندونزی نیز با هدف کاهش هزینه های سفر مانند هتل ها و خدمات چارتری اختصاص داده شده است. در این میان، روسیه کشوری است که همزمان با تلاش برای افزایش گردشگران ورودی با پرداخت یارانه به گردشگران داخلی خود نیز توجه داشته است. اما این یارانه ها به طور مستقیم به تورگردانان پرداخت نشده بلکه هزینه سفر را کاهش داده است و از این طریق مشتریان سفر و مراجعان به تورگردانان را افزایش داده و بر سودآوری آنها نیز تاثیرگذار بوده است. در صورت توجه به انواع جوانب چنین اقداماتی، این سیاست بتواند تاثیراتی در راستای توسعه گردشگری استان های محروم داشته باشد. پرداخت یارانه یکی از روش های اقتصادی برای دخالت دولت در اقتصاد است که همواره موافقان و مخالفان بسیاری داشته است. معمولاً اقتصاددانان بازار آزاد با یارانه های اعطایی دولت و به طور کلی دخالت دولت در اقتصاد مخالفند؛ با این حال به نظر می رسد در پاره ای از موارد، در صورت موقتی بودن و برقراری شرایطی ویژه بتوان برخی یارانه ها یا کمک های دولتی را توجیه کرد. شرط این کمک ها از نظر برخی از اقتصاددانان توسعه این است که به توانمندسازی صنعتی خاص یا پرورش قابلیت ویژه منجر و پس از مدتی قطع شود. گردشگری نیز می تواند به عنوان یکی از صنایع مهم در هر کشوری از مزایای کمک دولتی (به ویژه در مناطق محروم) برای رشد استفاده کند و پس از مدتی با عادی شدن روند رشد از چنین یارانه هایی چشم پوشید. البته به ثمر نشستن این

سیاست به نحوه اجرا و سیاست‌گذاری هم بستگی دارد. تجربه کشورهای دیگر می‌تواند سیاست‌گذاران را در این راستا کمک کند (شاملویی امیر ۱۳۹۵).

در بسیاری از کشورها، دولت به صورت هدفمند برای رونق صنعت گردشگری و فعالیت‌های مربوط و حتی در برخی از موارد برای خروج از بحران به ذی‌نفعان این فعالیت به حمایت عمومی از جمله به توزیع یارانه‌های مستقیم و غیرمستقیم در این بخش می‌پردازد، یعنی عواید یارانه‌های هدفمند علاوه بر بخش‌های اقتصادی و اجتماعی به بخش توریست و اکوتوریست نیز تخصیص می‌یابد و توسعه هر چه بیشتر ذی‌نفعان محلی گردشگری و توسعه سکونتگاه‌های روستایی و محلی را در پی دارد (رحمانی بیژن، ۱۳۹۶). لذا توجه به این موضوع در کشورمان نیز در دوره‌های مختلف و به اشکال مختلف وجود داشته است اما به نظر متخصصین و فعالین گردشگری، نتیجه دلخواه را به همراه نداشته است. این طرح‌های حمایتی عموماً در زمان بروز اختلال در سیستم گردشگری مانند شیوع کرونا و تعطیلی کسب و کارهای گردشگری مصوب و عموماً بصورت ناقص بکارگیری شده است که آخرین نمونه آن طرح سفرکارت و طرح یارانه سفر با همکاری بانک ملت در سال ۱۳۹۹ بوده است.

۳- مروری بر پیشینه تحقیق

در خصوص یارانه و تاثیر آن بر گسترش فعالیت کسب و کارها تحقیقات فراوانی صورت گرفته است اما درخصوص بررسی تاثیر یارانه سفر بر کسب و کارهای گردشگری و همچنین توسعه گردشگری مقاصد گردشگری مطالعات زیادی وجود ندارد اما با توجه به تحقیقات صورت گرفته به برخی مطالعات داخلی در این زمینه می‌توان به شرح زیر اشاره کرد:

پناهی و نصیب‌پرست (۱۳۹۷) مقاله‌ای با عنوان عوامل تعیین‌کننده توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه را مورد بررسی قرار دادند با توجه به گسترش روزافزون گردشگری در دهه‌های اخیر، این صنعت مورد توجه بسیاری از اقتصاددانان و سیاست‌گذاران قرار گرفته است. بر این اساس، جهت اتخاذ سیاست‌های مناسب برای بهبود وضعیت گردشگری کشورها، مطالعه عوامل مؤثر بر تقاضای توریسم اهمیت ویژه‌ای یافته است. حال از آن جایی که عوامل بالقوه فراوانی وجود دارد که می‌تواند تقاضای توریسم را تحت تاثیر قرار دهند، مطالعه مذکور با استفاده از رویکرد اقتصاد سنجی بیزینی و به کارگیری روش میانگین‌گیری مدل بیزینی (BMA) به بررسی اثرات عوامل بالقوه بر تقاضای گردشگری در کشورهای در حال توسعه در دوره ۱۸ ساله محلی گردشگری و توسعه سکونتگاه‌های ناحیه گل‌دشت شهرستان بروجرد را مورد بررسی قرار دادند. در بسیاری از کشورها، دولت به صورت هدفمند برای رونق صنعت گردشگری و فعالیت‌های مربوط و حتی در برخی از موارد برای خروج از بحران به ذی‌نفعان این فعالیت به حمایت عمومی از جمله به توزیع یارانه‌های مستقیم و غیرمستقیم در این بخش می‌پردازد، یعنی عواید یارانه‌های هدفمند علاوه بر بخش‌های اقتصادی و اجتماعی به بخش توریست و اکوتوریست نیز تخصیص می‌یابد و توسعه هر چه بیشتر ذی‌نفعان محلی گردشگری و توسعه سکونتگاه‌های روستایی و محلی را در پی دارد.

جهان‌پور (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان نقش دولت در توسعه اقتصاد گردشگری ایران با محوریت اقتصاد مقاومتی بیان می‌کند که صنعت گردشگری، به منزله یکی از مهم‌ترین و سودآورترین صنایع خدماتی جهان، اولویت درآمد اقتصادی کشورهای بسیاری است. در سال‌های اخیر، با طرح موضوع «اقتصاد مقاومتی» به عنوان رویکرد کلی اقتصاد ایران، تمامی فعالیت‌های دولت به این موضوع معطوف و راهکاری برای رشد و توسعه اقتصاد شد. در این مقاله، با توجه به اهمیت جایگاه کلیدی دولت در اقتصاد و نیز در صنعت گردشگری، در مقام متولی اصلی گردشگری ایران، نقش دولت در توسعه اقتصاد گردشگری با محوریت اقتصاد مقاومتی بررسی شده است. این پژوهش به شیوه کیفی توصیفی انجام شده و محوریت بحث شاخص‌های اقتصاد مقاومتی است.

جلالی (۱۳۹۴) تحقیقی با عنوان تأثیر اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها بر گردشگری درون مرزی در ایران انجام داده است. گردشگری به عنوان ابزاری مؤثر برای توسعه اقتصادی - اجتماعی، بخصوص در کشورهای کمتر توسعه یافته از جمله ایران شناخته می‌شود. بنابراین برنامه‌ها، تصمیمات و رخدادهای اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و... می‌تواند روند رشد و توسعه در تمامی صنایع از جمله صنعت گردشگری را تحت تأثیر قرار دهد. قانون هدفمندسازی یارانه‌ها به عنوان یکی از شاخص‌ترین برنامه‌های اقتصادی و اجتماعی دولت، می‌تواند تأثیرات گوناگونی بر این صنعت داشته باشد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که با اجرای قانون و آزادسازی قیمت‌ها، تقاضای گردشگری درون مرزی در سال ۱۳۹۲، به علت افزایش قیمت‌های سوخت انرژی، کاهش یافته است. همچنین اجرای قانون موجب افزایش هزینه‌های خانوار شهری در دو گروه تفریح - امور فرهنگی و رستوران - هتل شده است.

وزارت امور اقتصادی و دارایی (۱۳۸۸) در گزارشی بطور کامل در خصوص یارانه‌های پرداختی توسط دولت و انواع و چرایی پرداخت و قانون هدفمندی یارانه‌ها توضیح داده است و مزایا و دلایل اجرایی این طرح را برشمرده است. راهکارهای عملی انجام

این طرح در این گزارش ذکر شده است و نحوه توزیع بطور تقریبی مشخص شده است. این گزارش در سالهای آتی دچار تحولات و تغییراتی شده است تا بتواند طرح کاملی برای موثر بودن هدفمندی یارانه‌ها ارائه نماید.

در بین پیشینه‌های خارجی نیز تحقیقاتی مرتبط وجود داشت بعنوان مثال توپاما (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان ویژگی‌های مصرف‌کننده مرتبط با استفاده از برنامه‌های یارانه سفر داخلی در طول همه‌گیری کرونا؛ مورد مطالعه ژاپن انجام داده است. این تحقیق از نوع پیمایشی بوده و با استفاده از یک پرسشنامه آنلاین داده‌های لازم را از ۵۳۰۵ نفر از ساکنان مناطق شهری اطراف توکیو و اوزاکا به دست آمده است. نتایج این تحقیق نشان داده است که متغیرهای جمعیت شناختی جنس، سن، محل سکونت، وضعیت تأهل، شغل، ترکیب خانوار، و درآمد سالانه خانوار بر استفاده از یارانه سفر تأثیرگذار هستند.

فوناشیما و هیراگا (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان جایی برای رفتن: یارانه سفر دولت ژاپن در طول همه‌گیری کرونا انجام داده‌اند. در مواجهه با سبک و سنگین کردن بین گسترش بیماری کرونا و بهبود بازیابی اقتصادی، در جولای ۲۰۲۰ دولت ژاپن کمپین «به سفر برو» (یارانه برای سفر داخلی) را برای احیای صنعت گردشگری و خیم خود به راه انداخت. این تحقیق بررسی کرده است که آیا یارانه دولتی حتی با وجود ریسک سرایت بیماری افراد را به سفر ترغیب کرده است یا خیر؛ و اینکه آیا یارانه دولتی باعث گسترش بیماری کرونا شده است یا خیر. این تحقیق از روش تفاوت-در-تفاوتها استفاده کرده و نشان داده است که یارانه دولتی تعداد میهمانان هتل‌های داخلی را افزایش داده است. به علاوه، تعداد مسافران بیشتری به خارج از استان‌ها و منطقه اقتصادی خودشان سفر کرده‌اند. علی‌رغم این افزایش در سفرهای داخلی هیچ شواهدی از اینکه یارانه دولتی سفر باعث گسترش سرایت بیماری شده باشد یافت نشد.

هاواسا (۲۰۱۹) مقاله‌ای را با عنوان مشارکت جامعه در توسعه گردشگری به عنوان ابزاری برای پرورش روشهای پایدار به تحریر آورد. مشارکت جامعه به عنوان ابزاری برای القای توسعه گردشگری در آکادمی‌های جهانگردی مورد توجه قرار گرفته است. با این وجود، علیرغم تمجیدهای عمیق از ادبیات، مقصدها معمولاً نمی‌توانند مشارکت موثر جامعه را به میزان کافی عملیاتی کنند. تحت نظر تئوری ذینفعان و نردبان مشارکت شهروندان آرشتاین، مطالعه حاضر به بررسی مشارکت جامعه در منطقه دینشو در، جنوب شرقی ایتوبی می‌پردازد. از مدل مشارکت شهروندان آرشتاین برای درک بهتر میزان مشارکت جامعه در روند توسعه گردشگری استفاده شده است، در حالی که نظریه ذینفعان برای دستیابی به بینش عمیق تری در مورد منافع ذینفعان همراه با استراتژی‌های مدیریت مربوطه اتخاذ شده است.

۴- مبانی نظری

یکی از عوامل مهم و مؤثر در پویایی اقتصادی و توسعه پایدار هر کشور گردشگری است. در سطح کلان، دولت‌ها علاقه مند به بهره‌مندی از مزایای اقتصادی ناشی از این صنعت هستند. رقابت فزاینده‌ای میان کشورهای مختلف به ویژه کشورهای در حال توسعه آسیایی برای جذب گردشگران آغاز شده است (هریک، ۲۰۰۷). در ایران اگرچه در سالهای اخیر اقدامات و برنامه‌ریزی‌های مدیریتی و بازاریابی برای جذب گردشگر خارجی صورت گرفته است، اما متأسفانه به دلیل عدم انسجام و هماهنگی بخشهای دولتی و خصوصی و به ویژه نبود ضوابط مدون در حوزه گردشگری، سیستم بازاریابی این صنعت نیز از نظم و قاعده مندی لازم برخوردار نیست (ملکی و توانگر، ۱۳۹۴). در این راستا برای آشنایی بیشتر با مفاهیم و متغیرهای تحقیق، توضیحات کوتاهی در این خصوص بیان می‌شود.

۴-۱- یارانه سفر

یارانه یا سوبسید^۱ شکلی از کمک مالی است که به یک تجارت یا بخش اقتصادی پرداخت می‌شود؛ یا به عبارت دیگر اعطاء کمک مالی به روی یک کالا یا خدمتی که به جهت افزایش رفاه عمومی جامعه مردم داده می‌شود. یارانه سود اقتصادی است که معمولاً دولت‌ها به تولیدکنندگان کالا برای تقویت بازار رقابتی کشورها پرداخت می‌کنند و این یارانه‌ها ممکن است مستقیم یا غیرمستقیم باشد. همچنین یارانه‌ها به دو نوع یارانه‌های صادراتی و یارانه‌های داخلی کشورها تقسیم می‌شوند. یارانه‌های صادراتی مساعده‌های قابل تقویض در نزد شرکتهایی است که دولت به شرط صادرات محصولاتشان این یارانه‌ها را در اختیار این شرکت‌ها قرار می‌دهد. یارانه‌های داخلی کشورها نیز کمکی است که به صورت غیر مستقیم به مردم پرداخت می‌شود. (بانک جهانی-۲۰۱۸) یارانه بطور کلی نوعی کمک مالی یا نوعی انتقال منابع اقتصادی دولت به خریداران و فروشندگان کالا و خدمات می‌باشد. پرداخت یارانه از جمله شناخته شده‌ترین راههای انتقال درآمد دولت به گروههای کم درآمد جامعه است که دارای سابقه طولانی است. (دادگر و نظری، ۱۳۹۰). پرداخت کمک مالی (یارانه) می‌تواند دلایل مختلفی مانند پایین نگه داشتن سطح قیمت (از طریق قدرت

1 subvention

خرید واقعی خریداران) یا حفظ روند تولیدی یک کالای معین داشته باشد. یکی از خصوصیات عمده کمک مالی که با پرداخت‌های انتقالی از سوی دولت تفاوت دارد، آن است که در اغلب موارد هدف پرداخت از یارانه، حفظ قیمت‌های کالاها و خدمات نهایی، در سطحی پایین‌تر از هزینه تأمین عوامل تولید است. پرداخت یارانه می‌تواند، از طریق تحریف قیمت‌های بازار و هزینه تولید، منجر به تخصیص نامطلوب منابع گردد. هرچند که این امکان وجود دارد که این اختلالات از طریق آثار خارجی را جبران کند و حتی می‌توان از پرداخت یارانه در جهت حمایت از صنایع نوزاد استفاده کرد. این امکان وجود دارد که با استفاده از ابزارهای جایگزین که اثرات سوء یارانه را در برنارد مانند حمایت مستقیم درآمدی از طریق نظام جمع‌آوری مالیات جهت تحقق این اهداف استفاده کرد. (قره باغیان، مرتضی ۱۳۷۱). اگرچه از دیدگاه اولیه خرج کردن دولت از مبالغ بودجه عمومی کشور جهت افزایش قدرت خرید جامعه، نوعی عمل غیراقتصادی است (زیرا علاوه بر اینکه سودی برای دولت ندارد بلکه ضرر اقتصادی هم دارد)، اما در کل این فرایند دارای نکات بسیار مثبتی است که مهم‌ترین آن افزایش رفاه عمومی جامعه است. یارانه‌ها می‌توانند با رقابتی ساختن مصنوعی کالاها و خدمات داخلی در مقابل واردات، به‌عنوان شکلی از حمایت‌گرایی یا محدودیت تجاری باشند. همچنین یارانه‌ها می‌توانند در بازارها خلل ایجاد کنند و هزینه‌های اقتصادی بزرگی را تحمیل کنند.

از نظر دسته‌بندی در حساب‌های مالی یارانه در دو دسته مستقیم و غیر مستقیم طبقه‌بندی می‌شود.

الف: یارانه مستقیم یارانه مستقیم: مقدار هزینه‌هایی است که به‌طور کلی دولت برای حفظ منافع قشرها با درآمد پایین جامعه برای خرید کالاها و خدمات می‌پردازد. این نوع هزینه کرد عمدتاً دریافت‌کنندگان کاملاً مشخص و برخوردار از شخصیت حقوقی دارد، موسسات و شرکت‌های تولیدکننده و ارائه‌دهنده کالاها و خدمات زیر بنایی که تولید و ارائه خدمت‌شان در جهت منافع عمومی، سبب زیان مالی آن‌ها می‌شود مانند شرکت‌های تولیدکننده آب و برق و شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات حمل و نقل عمومی، از این دسته‌اند. یارانه مستقیم خود به دو نوع یارانه تولیدی و یارانه مصرفی تقسیم می‌شود.

ب: یارانه غیر مستقیم: یارانه غیر مستقیم یارانه‌ای است که بابت ثابت نگه داشتن قیمت مصرف‌کننده یا تضمین قیمت تولیدکننده اختصاص می‌یابد. این نوع یارانه جنبه کالایی دارد و گیرندگان آن متعدد هستند.

یارانه از منظر مرحله‌ای که کالا و خدمت مشمول یارانه می‌شود نیز به شرح زیر دسته‌بندی می‌شوند:

۱) یارانه تولیدی: یارانه تولیدی به هر نوع مداخله دولت در اقتصاد که منجر به کاهش هزینه‌های تولید برای تولیدکننده یا افزایش قیمت دریافتی توسط تولیدکننده گردد، گفته می‌شود. به‌عنوان مثال کمک‌های دولت به صنایع و کشاورزان از این دسته‌اند.

۲) یارانه مصرفی: یارانه مصرفی همانند یارانه تولیدی به هر نوع تأثیر دولت که باعث می‌شود مصرف‌کننده قیمتی کمتر از قیمت بازار را پرداخت نماید اطلاق می‌شود.

۳) یارانه خدماتی: یارانه خدماتی عبارت است از برخی کمک‌های دولت به موسسات و شرکت‌های خدمات عمومی که خدمات خود را با قیمتی کمتر از هزینه تمام شده به مصرف‌کنندگان عرضه می‌نمایند که یارانه سفر را می‌توان از این دسته یارانه‌ها دانست. به بیان دیگر یارانه خدماتی یارانه‌ای است که دولت به منظور کاهش برخی از هزینه‌های خدماتی برای مصرف‌کنندگان، به پاره‌ای از خدمات عمومی پرداخت می‌کند. این قبیل خدمات بیشتر در برگیرنده خدمات عمومی شهری است.

یارانه سفر مبلغی است که اعتبار آن از بودجه حمایت و پشتیبانی از صنعت گردشگری تأمین می‌شود و به بسته‌های سفری اختصاص می‌یابد که آژانس‌های مسافرتی آماده کرده‌اند و مردم می‌توانند این تورهای یارانه‌دار را از آژانس‌ها بخرند (خبرگزاری ایسنا، ۱۳۹۵). گردشگری خدماتی را شامل می‌شود که می‌تواند به عموم جامعه در سطوح مختلف ارایه گردد. در برخی کشورها به جهت اثر روانی و انگیزشی سفر، برای کارمندان و پرسنل شرکت‌ها و ادارات دولتی و غیردولتی مبلغی به عنوان یارانه در نظر می‌گیرند که عموماً به بازنشستگان پرداخت می‌گردد اما در مواردی این یارانه از طرق مختلف به کارمندان شاغل نیز پرداخت می‌شود. برای اثربخشی بیشتر این یارانه‌ها و همچنین فعالیت بنگاه‌های گردشگری مانند هتل‌ها و آژانس‌ها، دولت اغلب قراردادی را از طریق شرکت‌های واسطه مانند بانک‌ها با موسسات گردشگری دارای مجوز برقرار کرده و به این موسسات سهمیه‌ای اختصاص می‌دهد و کل خدمات گردشگری را بین آنها توزیع می‌نماید. اینکار قبلاً با هماهنگی آن بنگاه‌ها و از طریق سنجش توانایی‌های ایشان تعیین اعتبار شده است. یارانه سفر عمدتاً به گونه‌ای است که بخشی از هزینه‌های سفر را پوشش می‌دهد و قسمتی از هزینه‌ها را گردشگر باید بپردازد و بدین شکل می‌تواند از بین بسته‌های پیشنهادی یارانه‌ای بسته‌ای را انتخاب کند که نیاز به پرداخت وجه از طرف گردشگر نباشد یا اینکه مانند بسته‌ها یا پکیج‌های سفر لوکس نیاز به پرداخت مابه‌التفاوت زیادی از طرف گردشگر باشد.

یارانه سفر عموماً توسط سازمانها به میزان برابری بین کارمندان تقسیم می‌شود اما تحقیقات نشان می‌دهد که میزان پرداخت یارانه سفر بین سازمان‌های مختلف متفاوت است که این امر موجب نارضایتی کارمندان می‌گردد. یکی از معضلات یارانه سفر این است که برخی کارمندان ترجیح می‌دهند مبالغ این یارانه را برای جبران هزینه‌های دیگر زندگی خود استفاده کنند و از آن برای سفر استفاده نمی‌کنند و با تعامل با موسسات گردشگری، مبلغ مورد نظر را بعد از کسر حق المل کاری موسسه، نقداً دریافت می‌کنند.

کنند که این امر تمامی اهداف طرح را زیر سوال می برد. معضل دیگر خدماتی است نا برابر و عمدتاً با کیفیت پایین ترکه به دارندگان یارانه سفر از سوی خدمات دهندگان به گردشگران داده می شود که البته با نظارت و هدفگذاری کامل قابل رفع می باشد. در ایران نیز طرح یارانه سفر در دوران ریاست جمهوری دکتر احمدی نژاد کلید خورد و در قالب کارتهای الکترونیکی سفر کارت شروع شد که دقیقاً به دلایل دو معضل گفته شده و ناهماهنگی سیستم بانکی و عدم حمایت مالی دولت و صرفاً بصورت تخفیف از فروش خدمات توسط موسسات گردشگری به شکست انجامید. در سال ۱۳۹۹ نیز طرحی از طرف دولت دکتر روحانی با حمایت بانک ملت تهیه و ابلاغ شد که با شیوع بیماری کرونا همزمان گردید و اولین صنعت آسیب پذیر از این مساله، صنعت گردشگری بود و به همین لحاظ این طرح نیز به مرحله عملیاتی نرسید. با توجه به موارد فوق میتوان اذعان داشت اختصاص یارانه سفر به عنوان نوعی از یارانه های خدماتی با توجه به اثرگذاری آن در چرخه اقتصاد گردشگری داخلی و سبک زندگی و آرامش خانوارها، طرحی بسیار اساسی و مهم می باشد که نیازمند بررسی و تدوین راهکارهای عملیاتی قابل کنترل می باشد تا به اهداف طرح دست یافته شود.

۴-۲- توسعه گردشگری

”توسعه“ در لغت به معنای رشد تدریجی در جهت پیشرفته تر شدن، قدرتمندتر شدن و حتی بزرگ تر شدن است (فرهنگ لغات آکسفورد، ۲۰۰۱). توسعه کوششی است برای ایجاد تعادلی تحقق نیافته یا راهحلی است در جهت رفع فشارها و مشکلاتی که پیوسته بین بخش های مختلف زندگی اجتماعی و انسانی وجود دارد. توسعه جریانی است که در خود تجدید سازمان و سمت گیری متفاوت کل نظام اقتصادی-اجتماعی را به همراه دارد. توسعه علاوه بر اینکه بهبود میزان تولید و درآمد را دربردارد، شامل دگرگونی های اساسی در ساخت های نهادی، اجتماعی-اداری و همچنین ایستارها و دیدگاه های عمومی مردم است. توسعه در بسیاری از موارد، حتی عادات و رسوم و عقاید مردم را نیز دربرمی گیرد. توسعه گردشگری پایدار در برگیرنده توسعه صنعت گردشگری و جذب گردشگران به مناطق مستعد گردشگری می باشد که با استفاده از منابع موجود به نیازهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و قانونی جامعه میزبان و انتظارات بازدیدکنندگان بتوان پاسخ داد و تا حد بسیاری بتوان وحدت و هویت فرهنگی، سلامت محیط زیست، تعادل اقتصادی مقصد و میهمانان آنها را به طور متوازن و پیوسته در حد بهینه تأمین کرد. در توسعه گردشگری پایدار، توسعه انعکاسی از ارزشها و هنجارهای مورد قبول جامعه است و حرکتی بر خلاف آن از خودشان نشان نمی دهند. یکی از منافع عمده گردشگری مبتنی بر رویکرد توسعه پایدار این است که پرداختهای گردشگری به صیانت و حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی یک ناحیه منجر می گردد. از این رو گردشگری پایدار می تواند یک وسیله مهم برای رسیدن به حفاظت از محیط در آن نواحی باشد که در فعالیت حفاظت از محیط و منابع با محدودیت مواجه هستند یک تکنیک اساسی در نیل به توسعه پایدار بر نامه ریزی برای محیط زیست است. (معصومی، ۱۳۸۸). یک جنبه بسیار مهم توسعه پایدار تأکید بر زمینه اجتماعی گردشگری است. این رویکرد در گردشگری به توسعه انواع گردشگری که منافی را برای جوامع محلی ایجاد می کند و مشارکت جامعه محلی در فرآیند برنامه ریزی، تأکید دارد. همچنین روشهایی به کار گرفته می شود تا اطمینان حاصل شود که بسیاری از منافع گردشگری به ساکنین می رسند و نه به خارج از مردم محلی، در توسعه پایدار بیشینه سازی منافع برای ساکنین محلی نوعاً نتیجه پذیرش هر چه بهتر گردشگری توسط ساکنین محلی و پشتیبانی آنها از فعالیت حفاظت منابع گردشگری محلی است (معصومی، ۱۳۸۸)

۵- روش شناسی تحقیق

در این تحقیق و در بخش مبانی نظری از روش کتابخانه ای و میدانی استفاده گردیده است. مبانی نظری با مراجعه به کتابها، پایان نامه ها، نشریات و کتابخانه های دانشگاه و مراکز اطلاع رسانی و جستجو در پایگاه های اطلاع رسانی علمی جهت دستیابی به آخرین دستاوردهای مطالعات انجام شده، استفاده گردید و پس از تبیین مدل مفهومی تحقیق، براساس مطالعات میدانی از طریق پرسشنامه داده ها جمع آوری و سپس فرضیه های مورد نظر، بررسی شده است. لذا ابزار گردآوری در تحقیق حاضر، پرسشنامه استاندارد و محقق ساخته می باشد و از طیف لیکرت برای پاسخ ها استفاده شده است.

جدول ۱- سرفصل هر یک از سوالات پرسش نامه تحقیق

| ردیف | سرفصل سوالات | منبع | تعداد سوال مرتبط |
|------|----------------|-----------------------|------------------|
| ۱ | بعد اقتصادی | کریس و همکاران (۲۰۰۶) | ۷ |
| ۲ | بعد زیست محیطی | | ۳ |
| ۳ | بعد اجتماعی | | ۶ |
| ۴ | بعد فرهنگی | | ۴ |

| | | | |
|---|------------|------------|----|
| ۵ | یارانه سفر | محقق ساخته | ۱۰ |
|---|------------|------------|----|

پرسشنامه تحقیق حاضر شامل دویخش اطلاعات مربوط به جمعیت شناختی و متغیرهای تحقیق می‌باشد. برای سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته برای متغیر یارانه سفر با ۱۰ گویه و پرسشنامه استاندارد کریس و همکاران (۲۰۰۶) برای متغیر توسعه گردشگری در ۲۰ گویه استفاده شده است.

۵-۱- روایی و پایایی تحقیق

در این تحقیق پس از تدوین چهارچوب اولیه، جهت ارزیابی پرسشنامه تحقیق و روایی آن با اساتید راهنما و مشاور و اساتید دانشگاه و صاحب نظران رشته‌های مدیریت جهانگردی مشورت به عمل آمده، نظرات انتقادی و پیشنهادهای اصلاحی آنان در پرسشنامه اعمال گردید. در انجام روایی سازه از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. هم چنین، در تحقیق حاضر ابتدا یک نمونه اولیه ۳۰ پرسشنامه پیش آزمون گردید و سپس با استفاده از داده‌های به دست آمده از این پرسشنامه‌ها و به کمک نرم افزار آماری SPSS میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ برای این ابزار محاسبه شد. با توجه به موارد فوق الذکر برای هر کدام از ابعاد مدل مورد بررسی به کمک نرم افزار SPSS آلفای کرونباخ محاسبه شده که نتایج آن در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۲- مقادیر پایایی متغیرهای پرسشنامه

| ردیف | سرفصل سوالات | آلفای کرونباخ محاسبه شده |
|------|--------------------|--------------------------|
| ۱ | تخصیص یارانه سفر | ۰/۸۹۱۰ |
| ۲ | توسعه گردشگری مقصد | ۰/۷۳۳۴ |
| ۲-۱ | بعد اقتصادی | ۰/۷۰۵۵ |
| ۲-۲ | بعد زیست محیطی | ۰/۷۳۶۵ |
| ۲-۳ | بعد اجتماعی | ۰/۷۴۰۴ |
| ۲-۴ | بعد فرهنگی | ۰/۷۳۴۲ |

از آنجائی که مقادیر آلفای کرونباخ برای تمامی سوالات بالاتر از ۰/۷ می باشد، پایایی کلیه سوالات مورد تایید قرار گرفت.

۵-۲- تجزیه و تحلیل داده ها

در این تحقیق، برای تحلیل داده های بدست آمده از نمونه ها هم از روشهای آمار توصیفی و هم از روشهای آمار استنباطی استفاده شده است. برای بررسی مشخصات پاسخ دهندگان از آمار توصیفی و شاخص های آمار توصیفی نظیر شاخص های مرکزی (میانگین) و شاخص های پراکندگی (انحراف معیار) استفاده گردیده است. برای تحلیل داده ها و آزمون فرضیات تحقیق از روش های آماری تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی برای سنجش مدل های اندازه گیری استفاده گردیده است. نهایتاً برای آزمون فرضیات تحقیق، از معادله ساختاری استفاده شد. برای انجام این تحلیل ها از نرم افزارهای آماری SPSS 25 و Lisrel استفاده شده است.

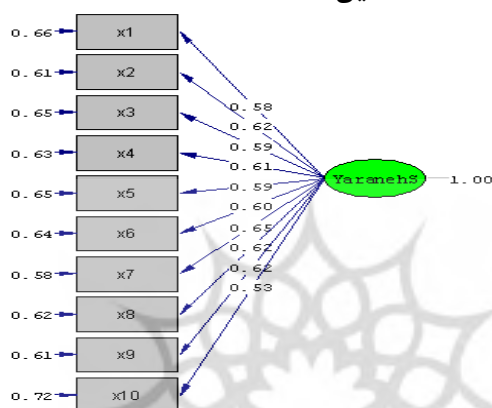
۵-۳- آزمون فرض نرمال بودن متغیرها

در هر پژوهشی لازم است محقق قبل از انجام آزمونهای آماری از وضعیت توزیع متغیر(نرمال یا غیرنرمال بودن) تحت بررسی اطمینان پیدا کند، در صورتیکه توزیع متغیر تحت بررسی نرمال باشد استفاده از آزمونهای کمی و پارامتری توصیه می شود و در صورتی که توزیع غیرنرمال باشد استفاده از آزمونهای غیرپارامتری توصیه می شود. در جدول زیر نتایج به تفصیل آمده است. برای تعیین نوع متغیرهای تحت بررسی سطح معنی داری آزمون کولموگروف-اسمیرنف مراجعه می شود، در صورتی که سطح معنی داری از عدد ۰/۰۵ بالاتر باشد، ادعا می شود متغیر دارای توزیع نرمال است و اگر سطح معنیداری از عدد ۰/۰۵ کمتر باشد، توزیع متغیر غیرنرمال خواهد بود. بر اساس همین منطق کیفیت متغیرها در جدول ثبت شده است و همه متغیرها از نوع نرمال هستند.

جدول ۳- آزمون کولموگروف اسمیرنوف متغیرهای تحقیق

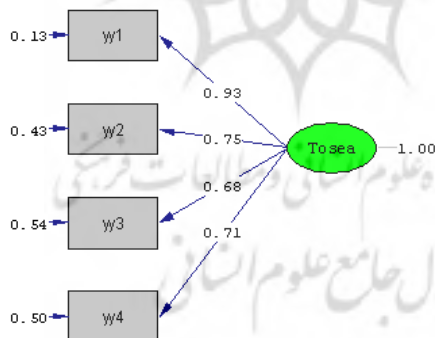
| ردیف | متغیرهای تحقیق | آزمون کولموگروف-اسمیرنوف | | نتیجه |
|------|--------------------|--------------------------|---------------|-------|
| | | آماره Z | سطح معنی داری | |
| ۱ | تخصیص یارانه سفر | ۱/۳۳۱ | ۰/۰۵۳ | نرمال |
| ۲ | توسعه گردشگری مقصد | ۰/۹۵۷ | ۰/۳۱۹ | نرمال |
| ۲-۱ | بعد اقتصادی | ۱/۱۰۵ | ۰/۱۷۴ | نرمال |
| ۲-۲ | بعد زیست محیطی | ۰/۸ | ۰/۵۴۴ | نرمال |
| ۲-۳ | بعد اجتماعی | ۰/۷۸۳ | ۰/۵۷۳ | نرمال |
| ۲-۴ | بعد فرهنگی | ۰/۸۲۵ | ۰/۵۰۳ | نرمال |

۴-۵- تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه تحقیق



Chi-Square=94.84, df=35, P-value=0.00000, RMSEA=0.068

نمودار ۱: تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه توسعه گردشگری مقصد



Chi-Square=5.15, df=2, P-value=0.00011, RMSEA=0.045

نمودار ۲: تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه توسعه گردشگری مقصد

نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی سؤالات پرسشنامه تحقیق، نشان می‌دهد که بارهای عاملی به دست آمده بیشتر از $0/3$ بوده و 3 مولفه مربوط به این متغیر قابل دسته‌بندی در یک عامل مجزا هستند. لذا داده‌های این متغیر مکنون، از میانگین سؤالات محاسبه می‌شوند. شکل زیر نتایج تحلیل عاملی تأییدی را برای پرسشنامه تحقیق در حالت تخمین استاندارد را نشان می‌دهد.

نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی سؤالات پرسشنامه تخصیص یارانه سفر، نشان می‌دهد که، شاخص برازش/ معادل $2/7$ و مقدار از 3 کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل $0/068$ و از طرفی P-value (سطح معنی داری) $0/0001$ می‌باشد که کمتر از $0/05$ است نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی سؤالات پرسشنامه تخصیص یارانه سفر نشان می‌دهد که بارهای عاملی به دست آمده بیشتر از $0/3$ بوده و مولفه مربوط به پرسشنامه تحقیق قابل دسته‌بندی در یک عامل مجزا هستند.

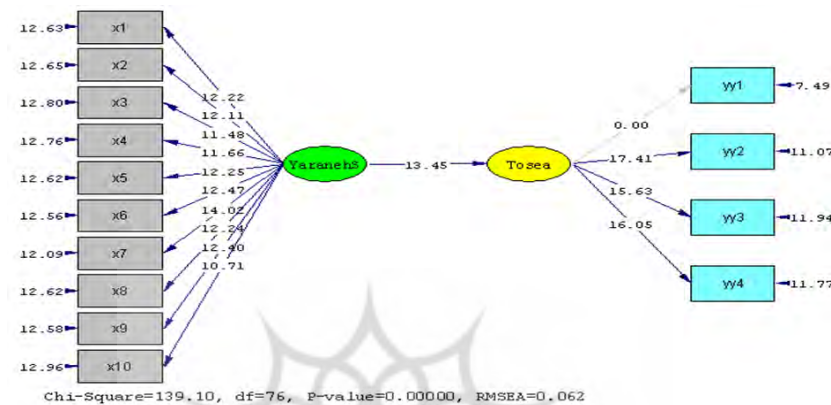
لذا داده‌های این متغیر مکنون، از میانگین سؤالات محاسبه می‌شوند. بنابراین با اطمینان 95 درصد تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه تخصیص یارانه سفر پذیرفته می‌شود. نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی سؤالات پرسشنامه توسعه گردشگری مقصد، نشان می‌دهد که، شاخص برازش/ معادل $2/75$ و مقدار از 3 کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل $0/045$ و از طرفی P-value

(سطح معنی داری) 0.0001 می‌باشد که کمتر از 0.05 است نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی سؤالات پرسش‌نامه توسعه گردشگری مقصد نشان می‌دهد که بارهای عاملی به دست آمده بیشتر از 0.3 بوده و 4 مولفه مربوط به پرسش‌نامه تحقیق قابل دسته‌بندی در یک عامل مجزا هستند. لذا داده‌های این متغیر مکتون، از میانگین سؤالات محاسبه می‌شوند. بنابراین با اطمینان 95 درصد تحلیل عاملی تأییدی پرسش‌نامه توسعه گردشگری مقصد پذیرفته می‌شود.

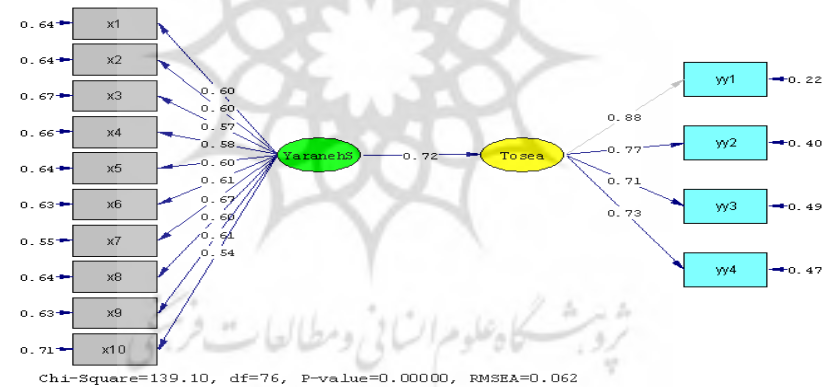
۵-۵- نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

فرضیه اصلی: تخصیص یارانه سفر بر توسعه گردشگری مقصد تاثیر معنی داری دارد

برای آزمون فرضیه های پژوهش از روش آماری مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. که نتایج مربوط به آن را می توان در شکل های زیر مشاهده کرد. شاخص های اصلی برازش شامل χ^2 ، Df ، P_value ، $square$ ، $RMSEA$ ، GFI ، $AGFI$ در زیر شکل نشان داده شده است.



نمودار ۳- تحلیل مسیر بر اساس شاخص t ، تاثیر تخصیص یارانه سفر بر توسعه گردشگری مقصد



نمودار ۴- تحلیل مسیر بر اساس شاخص ضریب اثر، تاثیر تخصیص یارانه سفر بر توسعه گردشگری مقصد

جدول ۴- تحلیل مسیر شاخص های برازندگی تاثیر تخصیص یارانه سفر بر توسعه گردشگری مقصد

| AGFI | GFI | RMSEA | P | مقدار رابطه | آماره t | / |
|--------|--------|---------|----------|-------------|---------|--------|
| 0.91 | 0.92 | 0.062 | 0.0001 | 0.72 | $13/45$ | $1/83$ |

همانطور که در جدول ۴ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش/ معادل $1/83$ و مقدار از 3 کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. $RMSEA$ معادل 0.062 و از طرفی P_value (سطح معنی داری) 0.0001 می‌باشد که کمتر از 0.05 است. همچنین مقدار آماره t ، تاثیر تخصیص یارانه سفر بر توسعه گردشگری مقصد معادل $13/45$ و از عدد $1/96$ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، تخصیص یارانه سفر بر توسعه گردشگری مقصد تاثیر معنی داری دارد را می‌پذیریم.

فرضیه فرعی ۱: تخصیص یارانه سفر بر عوامل اقتصادی توسعه گردشگری مقصد تاثیر معنی داری دارد

جدول ۵: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تاثیر تخصیص یارانه سفر بر عوامل اقتصادی توسعه گردشگری مقصد

| AGFI | GFI | RMSEA | P | مقدار رابطه | آماره t | / |
|------|------|-------|--------|-------------|---------|------|
| ۰/۹۳ | ۰/۹۲ | ۰/۰۵۵ | ۰/۰۰۰۱ | ۰/۸۲ | ۹/۲ | ۱/۷۶ |

همانطور که در جدول ۵ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش / معادل ۱/۷۶ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۵۵ و از طرفی P-value (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تاثیر تخصیص یارانه سفر بر عوامل اقتصادی توسعه گردشگری مقصد معادل ۹/۲ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، تخصیص یارانه سفر بر عوامل اقتصادی توسعه گردشگری مقصد تاثیر معنی داری دارد را می‌پذیریم.

فرضیه فرعی ۲: تخصیص یارانه سفر بر عوامل زیست محیطی توسعه گردشگری مقصد تاثیر معنی داری دارد

جدول ۶: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تاثیر تخصیص یارانه سفر بر عوامل زیست محیطی توسعه گردشگری مقصد

| AGFI | GFI | RMSEA | P | مقدار رابطه | آماره t | / |
|------|-----|-------|--------|-------------|---------|------|
| ۰/۹۱ | ۰/۹ | ۰/۰۵۹ | ۰/۰۰۰۱ | ۰/۸۳ | ۱۲/۳۹ | ۲/۱۴ |

همانطور که در جدول ۶ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش / معادل ۲/۱۴ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۵۹ و از طرفی P-value (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تاثیر تخصیص یارانه سفر بر عوامل زیست محیطی توسعه گردشگری مقصد معادل ۱۲/۳۹ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، تخصیص یارانه سفر بر عوامل زیست محیطی توسعه گردشگری مقصد تاثیر معنی داری دارد را می‌پذیریم.

فرضیه فرعی ۳: تخصیص یارانه سفر بر عوامل اجتماعی توسعه گردشگری مقصد تاثیر معنی داری دارد

جدول ۷: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تاثیر تخصیص یارانه سفر بر عوامل اجتماعی توسعه گردشگری مقصد

| AGFI | GFI | RMSEA | P | مقدار رابطه | آماره t | / |
|------|------|-------|--------|-------------|---------|------|
| ۰/۹۲ | ۰/۹۲ | ۰/۰۶ | ۰/۰۰۰۱ | ۰/۷ | ۱۱/۳۵ | ۲/۲۴ |

همانطور که در جدول ۷ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش / معادل ۲/۲۴ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایایی لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۶ و از طرفی P-value (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تاثیر تخصیص یارانه سفر بر عوامل اجتماعی توسعه گردشگری مقصد معادل ۱۱/۳۵ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، تخصیص یارانه سفر بر عوامل اجتماعی توسعه گردشگری مقصد تاثیر معنی داری دارد را می‌پذیریم.

فرضیه فرعی ۴: تخصیص یارانه سفر بر عوامل فرهنگی توسعه گردشگری مقصد تاثیر معنی داری دارد

جدول ۸: تحلیل مسیر شاخص‌های برازندگی تاثیر تخصیص یارانه سفر بر عوامل فرهنگی توسعه گردشگری مقصد

| AGFI | GFI | RMSEA | P | مقدار رابطه | آماره t | / |
|------|------|-------|--------|-------------|---------|------|
| ۰/۹ | ۰/۹۱ | ۰/۰۵۵ | ۰/۰۰۰۱ | ۰/۶۷ | ۱۲/۶۳ | ۲/۱۸ |

همانطور که در جدول ۸ ملاحظه می‌گردد، با توجه به شرایط معادله ساختاری، شاخص برازش/ معادل ۲/۱۸ و مقدار از ۳ کمتر است که نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و نشان می‌دهد پایداری لازم را داشته است. RMSEA معادل ۰/۰۵۵ و از طرفی P-value (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است. همچنین مقدار آماره t، تاثیر تخصیص یارانه سفر بر عوامل فرهنگی توسعه گردشگری مقصد معادل ۱۲/۶۳ و از عدد ۱/۹۶ بیشتر است ضمناً سایر شرایط معادله ساختاری نیز برقرار می‌باشد، لذا در سطح $\alpha = 0.05$ فرض صفر را رد و فرض مقابل را مبنی بر اینکه، تخصیص یارانه سفر بر عوامل فرهنگی توسعه گردشگری مقصد تاثیر معنی داری دارد را می‌پذیریم.

۶- نتیجه گیری و پیشنهادها

با توجه به تأیید کلیه فرضیات این پژوهش میتوان عنوان یارانه سفر جزو یارانه های خدماتی است که میتواند بصورت مستقیم یا غیرمستقیم برای تقویت صنعت گردشگری پرداخت شود. موسسات گردشگری از یارانه های آشکار و پنهان پرداخت شده در جامعه استفاده می کنند که جنبه حمایتی از این موسسات دارد. به عنوان مثال هتل های ۳ ستاره به پایین هم اکنون از پرداخت مالیات بر درآمد معاف هستند و هتل های ۴ و ۵ ستاره دارای ۵۰٪ تخفیف مالیاتی در صورت داشتن پروانه بهره برداری و استاندارد سازی هستند که این موارد جزو یارانه های دولت به موسسات گردشگری می باشد. اما از طرفی گردشگران نیز نیاز به دریافت یارانه های جهت استفاده از خدمات گردشگری خدمات دهندگان دارند که اثر آن در فرضیات این پژوهش ثابت شده است. این یارانه می تواند بصورت مستقیم به گردشگر یا غیرمستقیم به موسسات گردشگری پرداخت شود. مهمترین بحث میزان یارانه و نحوه توزیع آن است که جای بحث و بررسی کامل تری دارد. یکی از مهمترین دلایل عدم توسعه گردشگری در کشور ایران مباحث اقتصادی و شکاف بین درآمد افراد با تورم در جامعه است که همواره به نفع تورم بوده است. این شکاف موجب کاهش سفر و در نتیجه مشکلات برا خدمات دهندگان و گیرندگان شده است. یکی از مهمترین راهکارهای توسعه سفر بخصوص در گردشگری داخلی اختصاص یارانه مستقیم بصورت نقدی و اعتباری به گردشگران است که موجب افزایش توان مالی اقشار مختلف جامعه و اقدام برای سفر می گردد. میزان و نحوه اختصاص آن برای افراد مختلف جامعه بطوریکه موجب تورم نشده و دقیقاً در بخش گردشگری مورد استفاده قرار گیرد از مباحث بسیار مهم در این حوزه می باشد.

قطعا مشکلات زیست محیطی یکی از عوامل تاثیر گذار بر روی مردم در حال حاضر و در آینده خواهد بود. گردشگری به عنوان صنعت سفیدو حامی محیط زیست مطرح است و با توسعه آن میتوان به حفظ محیط زیست کمک کرد. ثمره گردشگری پایدار علاوه بر حفظ یادمان های تاریخی و گردشگری، حفظ محیط زیست برای آیندگان نیز هست. ارائه یارانه ها بصورت مستقیم به هتل ها جهت استفاده از انرژی های پاک می تواند به این امر کمک کند. توسعه سفرها موجب افزایش درآمد موسسات گردشگری و هزینه کرد آنها در جهت حفظ محیط زیست می گردد. ضمناً توسعه طبیعت گردی، گردشگری روستایی و کشاورزی و... نیز موجب حفظ محیط زیست می شود که می تواند از طریق یارانه های سفرهایی از این دسته توسعه یابد. امروزه یکی از دلایل و نتایج گردشگری در جهان، آرامش فکری و روانی و دوری از محیط کار است که منجر به افزایش بهره وری و توسعه رفتارهای اجتماعی می گردد. لذا با توسعه سفرها از طریق پرداخت یارانه سفر، تمامی اقشار جامعه می توانند از این فرصت استفاده کرده و از آرامش و انبساط خاطر ناشی از آن بهره برده و برای زندگی پر مشغله خود آماده شوند و از جرم و درگیری در جامعه کاسته شود. یکی از اهداف گردشگری، تبادل و توسعه فرهنگی جوامع می باشد. حتی تبادلات فرهنگی و ترویج فرهنگ های غنی در داخل سرزمین ایران می تواند نتایج بسیار مثبتی در نگرش نسل آینده و ملی گرایی ایشان و حفظ فرهنگ ها داشته باشد. لذا با توسعه سفرها از طریق یارانه سفر می توان به توسعه فرهنگی گردشگری دست یافت.

در این راستا پیشنهادهای زیر نیز مطرح میگردد.

- ارائه طرح های مناسب و کارا در حوزه یارانه سفر بطوریکه کلیه خدمات دهندگان گردشگری را در بر گرفته و متنوع و متناسب با بودجه افراد مختلف باشد.

- فراخوان خدمات دهندگان گردشگری از طریق وبگاه‌های تحت نظارت دولت جهت اعلام آمادگی برای قبول یارانه سفر و شرایط و تخفیفات مربوطه و نظارت بر هزینه کرد یارانه‌ها در مقاصد گردشگری.
- واگذاری بنگاه‌های گردشگری دولتی در کشور جهت رونق بخش خصوصی گردشگری و تامین منابع مالی یارانه‌های سفر بطور مداوم.
- تهیه دستورالعمل مشخص در حوزه نحوه استفاده از یارانه سفر با همکاری شرکت‌های گردشگری و فروش پکیج‌های ایشان بطوریکه بخش‌های خدماتی سفر مانند واحدهای اقامتی، حمل و نقل، جاذبه‌ها و ... را شامل گردد.
- ارائه بسته‌های اقتصادی یارانه مستقیم از طریق اعتبار برای همه اقشار بصورت مستقیم که بصورت یکسان بوده و قابلیت انتخاب خدمات برای افراد را هم فراهم میکند.
- هماهنگی با شبکه‌های بانکی جهت اختصاص وام‌های بلند مدت با سود کم، علاوه بر یارانه مستقیم پرداختی دولت که صرفاً جهت سفر اختصاص یافته و به اعتبار یارانه سفر افراد متقاضی افزوده می‌شود.
- دادن ترجیحات تبلیغاتی و بازاریابی و سهم بیشتر از میهمانان برای موسسات گردشگری که به حفظ محیط زیست کمک می‌کنند.
- مشمول شدن خانه‌های بومگردی از طرح یارانه سفر و سهم بیشتر از میهمانان مربوطه.
- در نظر گرفتن بسته‌های مختلف و متنوع سفر که افراد با درآمد‌ها و از اقشار مختلف همه بتوانند از آنها استفاده کنند بطوریکه حتی بدون پرداخت وجه مازاد نیز بتوان از حداقل امکانات استفاده کرد.
- ارائه آموزشها و برنامه‌های مفید اجتماعی برای اقشار مختلف و گروهها و سنین متفاوت بصورت متمرکز در مقاصد گردشگری مانند جشنواره‌ها، فستیوال‌ها و رویدادهای مفرح گردشگری.
- ارائه برنامه‌های فرهنگی در مقاصد گردشگری جهت افراد استفاده کننده از یارانه سفر بصورت رایگان مانند نمایشگاه‌های غذای سنتی، آیین‌ها و مراسمات فرهنگی و...
- امکان بازدیدهای رایگان از موزه‌ها و اماکن تاریخی فرهنگی برای دارندگان یارانه سفر.
- ارائه تخفیفات مناسب جهت صنایع دستی در بازارچه‌های متمرکز این صنایع در مقاصد از طریق یارانه مستقل اعتباری سفر.

منابع

۱. بانک تجارت جهان، گزارش سال ۲۰۱۸
۲. جلالی، سیما. (۱۳۹۴). تأثیر اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها بر گردشگری درون مرزی در ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شیخ بهایی.
۳. خبرگزاری ایسنا، ۱۳۹۵
۴. فرهنگ لغات آکسفورد، ۲۰۰۱
۵. قره باغیان، مرتضی (۱۳۷۱).، فرهنگ سیاست و بازرگانی انگلیسی به فارسی.، فرهنگ سیاست و بازرگانی انگلیسی به فارسی.
۶. معصومی، مسعود. (۱۳۸۸). درآمدی بر رویکردها در برنامه ریزی توسعه گردشگری، محلی، شهری و منطقه‌ای، تهران: انتشارات سمیرا.
۷. ملکی سعید، و توانگر معصومه. بررسی و تحلیل چالش‌های گردشگری سلامت مشهد از منظر بیماران خارجی.
۸. وبگاه رسمی وزارت اقتصادی و دارایی ایران. ۱۳۸۸
9. Funashima, Y., & Hiraga, K. (2020). Where to Go: The Japanese Government's Travel Subsidy during COVID-19. Available at SSRN 3746114.
10. Herrick MD. (2007) Medical tourism: Global competition in health care. Dallas: National Center for Policy Analysis.
11. Toyama, M. (2021). Consumer attributes associated with using a domestic travel subsidy programme during the COVID-19 pandemic: the case of Japan. *Anatolia*, 1-3
12. Zahed, B. A., Pourbahram, R., & Rahmani, J. S. (2014). The relationship of perfectionism, goal achievement orientation and academic performance to academic burnout