

بررسی ارتباط بین پیشرفت‌های فناوری اطلاعات و رشد اقتصادی و توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی شهرستان مشکین شهر)

هدایت حسین‌زاده^۱، مهدی هوشمند^۲

^۱ استادیار گروه اقتصاد، دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد و تجارت الکترونیک دانشگاه پیام نور تبریز

چکیده

در سال‌های اخیر انقلابی به مثابه انقلاب صنعتی به وقوع پیوسته است که جهان را وارد عصر اطلاعات ساخته است و بسیاری از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حیات بشر را دستخوش تحولی عمیق نموده است. مبادلات تجاری بین افراد با یکدیگر، شرکت‌ها با یکدیگر و افراد با شرکت‌ها و دولت‌ها به سرعت از حالت سنتی خود که عمدتاً مبتنی بر مبادله بر مبنای اسناد و مدارک کاغذی است خارج شده و به سوی انجام مبادلات از طریق رهگیری از سیستم‌های مبتنی بر اطلاعات الکترونیکی در حرکت است. واژه گردشگری از زمانی پدید آمد که افراد طبقه متوسط اقدام به مسافرت کردن نمودند. از زمانی که مردم توانایی مالی بیشتری پیدا کردند و عمرشان طولانی شد باعث شد که اغلب گردشگرها بیش از هر چیز به آب و هوا، فرهنگ یا طبیعت مقصد خود علاقه‌مند شدند به همین دلیل مشکین شهر به عنوان یکی از شهرهای توریستی انتخاب شد. گردشگری سازمان یافته امروزه یک صنعت بسیار مهم در تمام جهان است. بی شک گردشگری مدرن با توسعه اقتصادی میسر است چرا که پل معلق در شهرستان مشکین شهر حال و هوای دیگری در توسعه گردشگری به مشکین شهر داده است و وجود زیپ‌لاین‌ها و استفاده از خدمات اینترنتی که با حضور در مکان گردشگری اگر داده تلفن همراه مسافران باز باشد با اتصال سریع وای فای و استفاده و راهنمایی‌های اینترنتی یکی دیگر از خدمات گردشگری در طول سفر برای مسافران حتی مسافران خارجی نیز می‌باشد. در این مقاله بررسی ارتباط بین پیشرفت‌های فناوری اطلاعات و رشد اقتصادی و توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی شهرستان مشکین شهر) بررسی می‌شود.

واژه‌های کلیدی: تجارت الکترونیک، رشد اقتصادی، توسعه صنعت گردشگری، شهرستان مشکین شهر

مقدمه

امروزه بخش عمده‌ای از گردشگری مشتمل بر سفرهای تفریحی مردم عادی است که به منظور استفاده از امکانات و مواهب مناطق مختلف جهان و کسب لذت، هزینه‌های گردشگری را متقبل می‌شوند. البته هنوز تعداد قابل توجهی توریست حرفه‌ای و اهل مطالعه و بررسی و علاقه‌مند به توسعه دامنه اطلاعات وجود دارد که سفرهای توریستی خاصی را پی‌گیری می‌کنند. از جمله صناعی که در چند دهه گذشته تجارت الکترونیک تاثیر زیادی بر روی آن گذاشته و باعث رونق آن شده، صنعت گردشگری است (عابدی، ۱۳۹۶).

نمونه خوبی که می‌توان برای ادعای فوق ذکر کرد شیوه زندگی و تغییر زندگی در مشکین شهر می‌باشد که ابتدا این شهر به شیوه کاملاً سنتی و مردم کاملاً به صورت عادی با درآمد کم امرار معاش می‌کردند که تحول‌های توریستی در این شهر باعث شد که اقتصاد شهر رونق بگیرد. اول اصلاح ساختار زیربنایی مثل ایجاد اتوبان جهت تسهیل در رفت و آمد و امور رانندگی و آرامش خاطر جابجایی مردم و حمل و نقل امن گردید و بعداً احداث پل معلق که بزرگترین پل معلق خاورمیانه می‌باشد در جهت گردشگری و جذب مسافران از شهرهای اطراف خصوصاً در تابستان و روانه شدن مردم به این شهر و حتی وجود آبهای گرم معدنی این شهر جان تازه ای را به این شهر نیمه جان داد (حسین زاده و هوشمند، ۱۳۹۸).

شهرستان مشکین شهر یکی از شهرهای استان اردبیل، منطقه‌ای زیبا با جاذبه‌های فراوان توریستی در بخش‌های مختلف توریستی مانند (اکوتوریسم، توریسم ورزشی (ورزش‌های هوایی) و توریسم فرهنگی است که به رغم داشتن پتانسیل‌های فراوان فرآیند توسعه گردشگری آن با موانع متعددی در ابعاد مختلف روبروست (بیاتی خطیبی و همکاران، ۱۳۹۲).

تجارت الکترونیک:

منظور از تجارت الکترونیک استفاده از اینترنت و وب برای انجام تجارت است. به عبارت کلی‌تر، تجارت الکترونیکی یعنی اینکه تبادلات تجاری را به صورت دیجیتالی بین سازمان‌ها و افراد انجام دهیم، یعنی انجام تبادلات از طریق اینترنت و وب (چافی، ۲۰۱۲).

تجارت الکترونیکی (EC) به فرآیند خرید و فروش، انتقال یا مبادله محصولات، خدمات و یا اطلاعات از طریق شبکه‌های کامپیوتری از جمله اینترنت گفته می‌شود. پس در تجارت الکترونیکی اطلاعات به جای اینکه از طریق تماس مستقیم اشخاص منتقل شود از طریق یک شبکه دیجیتالی یا سایر کانال‌های الکترونیکی مبادله می‌شود.

تجارت الکترونیک ممکن است یک کانال فروش، بازاریابی یا توزیع اضافی در کنار کانال‌های سنتی تجارت ایجاد نماید و یا کالاها، خدمات و بازارهای جدیدی ایجاد کند (هژبر کیانی، ۱۳۹۳).

تجارت الکترونیک عبارت است از فعالیت‌های تجاری آنلاین با استفاده از اینترنت و تور جهان گستر در جهت تبادل اطلاعات باارزش، تجارت الکترونیک عبارت است از استفاده از کامپیوترهای یک یا چند شبکه برای ایجاد و انتقال اطلاعات تجاری که بیشتر با خرید و فروش اطلاعات، کالاها و خدمات از طریق اینترنت مرتبط است (جلالی، ۱۳۹۲).

توسعه تجارت الکترونیکی با گسترش قابلیت‌های فناوری اطلاعات مرتبط است. از این دیدگاه جهت فناوری اطلاعات دو دوره بیست ساله را پشت سر گذاشته است و اکنون وارد دوره سوم شده است.

این سه دوره عبارتند از:

۱۹۷۴ – ۱۹۵۵ : عصر پردازش الکترونیکی داده‌ها (EDP)

۱۹۹۴ – ۱۹۷۵ : عصر سیستم‌های اطلاعات مدیریتی (MIS)

۲۰۱۴ – ۱۹۹۵ : عصر اینترنت (Internet)

در عصر دوم دوره (MIS) امکان استفاده از مبادله الکترونیکی داده‌ها (EDI) سیستم جهانی انتقال وجوه بین‌المللی (SWIFT) و انتقال وجوه الکترونیکی (EFT) فراهم شد.

بطور کلی روندهای پیدایش و شکل‌گیری تجارت الکترونیکی به پنج مرحله تقسیم‌بندی می‌شود:

۱. Electronic Commerce (Ec)

۲. Electronic Data processing (EDP)

۳. system world International Funds Transfer (SWIFT)

۴. Electronic Funds Transfer (EFT)

مرحله اول: پیدایش شبکه‌های خصوصی. اولین گام در پیدایش تجارت الکترونیکی در دهه‌ی ۷۰ و ۸۰ میلادی و توسط برخی از دولت‌ها و تاجران بزرگ بین‌المللی که می‌کوشیدند تا تبادل اطلاعات و امنیت مربوط به آنها را توسعه بخشند برداشته شد.

مرحله دوم: پیدایش پست الکترونیکی و چت: این مرحله مربوط به اواخر دهه ۸۰ و اوایل دهه‌ی ۹۰ میلادی است که طی آن نسل اول مخابره اخبار همچون پست الکترونیکی و چت کردن بوجود آمد. در این مرحله استفاده از وب در میان دانشگاهیان و اعضای مراکز علمی و تحقیقاتی رواج یافت.

مرحله سوم: ظهور مرورگرها: سال ۱۹۹۵ میلادی که ظهور مرورگرها در وب براساس پروتکل انتقال فوق متن به وقوع پیوست و ایجاد صفحات میزبان به عنوان یکی از ضروری‌ترین بخش سایت‌های وب در این سال انجام گرفت از مهمترین مرورگرها web browser.

مرحله چهارم: شروع فعالیت سایت‌های خرده فروشی: این مرحله از اواسط دهه‌ی ۱۹۹۰ آغاز شد. در طی آن اولین سایت‌های خرده فروشی در تجارت الکترونیکی به نام سایت دات کام (.com)، فعالیت خود را برای انجام معاملات اقتصادی کوچک شروع کردند.

خرده فروشی‌های بزرگ مانند: آمازون، وال مارت، تسکو یا نمونه‌های داخلی مانند: دیجی کالا، بامیلو، رفاه، جانبو، کوروش، دیجی استایل و غیره ... برای نمایش کالاهای تولیدکنندگان یا عمده فروشان طراحی شده‌اند (فتحیان و مولانپور، ۱۳۹۷).

مرحله پنجم: انواع مدل‌های تجارت الکترونیکی؛ B2C, B2B, B2A, B2C, B2G, C2C, G2G, P2P, C2G (New man and McGill 2007)

توسعه صنعت گردشگری:

لغت گردشگری (tourism) از کلمه tour به معنی «گشتن» اخذ شده که ریشه در لغت لاتین (tours) به معنی دور زدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد رفتن دارد که از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در نهایت به انگلیسی راه یافته است. افراد ثروتمند معمولاً به اقصی نقاط جهان سفر می‌کند تا شاهکارهای هنری را ببینند، زبان‌های جدیدی بیاموزند، با فرهنگ‌های جدید و با تمدن‌های کشورهای دیگر آشنا شوند. اصطلاحات «توریسم»

و «توریست» برای اولین بار در سال ۱۹۳۷ توسط جامعه ملل مورد استفاده قرار گرفتند. گردشگری به سفر خارج از کشور و با مدت زمان بیش از ۲۴ ساعت اطلاق می‌شود. به کسی که گردشگری می‌کند، گردشگر یا سیاح یا توریست گفته می‌شود. واژه گردشگر از زمانی پدید آمد که افراد طبقه متوسط جامعه اقدام به مسافرت کردن نمودند. که البته امروزه از گردشگری به عنوان یک صنعت زیربنایی و تاثیرگذار در سیستم اقتصادی یاد می‌شود (رضوانی، ۱۳۹۶ و کارگر، ۱۳۹۶).

شهرنشینی و گردشگری:

روند مدرنیته از آغاز قرن ۱۸ به بعد با سرمایه‌گذاران فراوان در بخش صنعت و افزایش جمعیت و فضای آن تا به امروز در دنیا منجر به تحول سریع رشد شهرنشینی و توسعه آن به سمت کلان شهرهای جهانی ملی شده است. یکی از پارامترهای مهم این توسعه وجود آثار گردشگری شهری بوده است.

آنچه شکل‌گیری جریان گردشگری را تسهیل می‌کند حس دلتنگی (نوستالژی) نسبت به گذشته و توجه فزاینده به میراث بطور عام است. دورنمای گردشگری ترکیبی چندگانه برای ساماندهی اجتماعی و مجموعه‌ای متشکل از شیوه دیدن و شناخت و درک افکار است (پاپلی یزدی - سقایی، ۱۳۸۹).

گردشگری به گونه‌های مختلف انجام می‌شود:

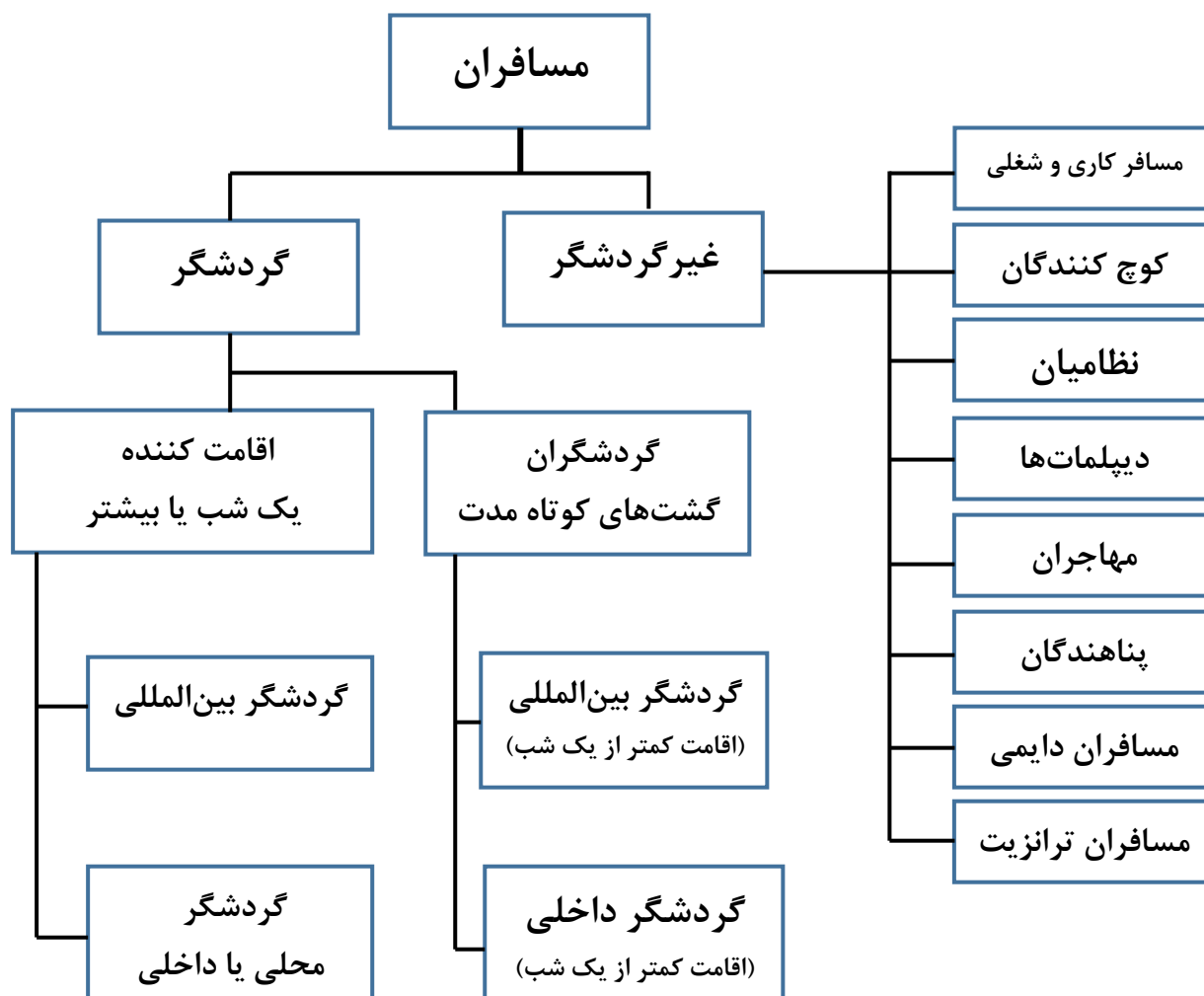
الف) گردشگری مجازی (e-tourism): مقوله جالبی است که دو دهه از پدید آمدن آن می‌گذرد. گردشگری مجازی حضور در سرزمین دیجیتالی وب و مشاهده داده‌های صوتی متنی و تصویری از دنیای فیزیکی اطراف ماست.

ب) گردشگری درمانی: همیشه در گردشگری معمول بوده و وجود داشته است که می‌توان به آبها و چشمه‌های آبگرم معدنی مثل قینرجه، دودو، موئیل، یئل سوئی، نگین دودو، شابیل، وله زیر، قوتورسوئی و ایلاندو در شهرستان مشکین شهر اشاره کرد که توجیه اقتصادی هم بلحاظ گردشگری و هم اشتغال‌زایی علی‌الخصوص در تابستان دارد.

ج) گردشگری زمستانی: عمدتاً از اختراعات طبقه مرفه بریتانیا هستند که نخستین تور ورزشی زمستانی برای ایام تعطیلات در سال ۱۹۰۳ عازم آلبورن شد که آن هم در سوئیس بود و ازگان ورزش شاهد این مدعا هستند از جمله: راگبی، فوتبال و بوکس که تماماً ریشه انگلیسی دارند.

د) گردشگری انبوه: عده‌ی بیشتری از گردشگران شروع به استفاده از اوقات فراغت می‌نمایند که در شرایط خاص گونه بیماری مثل کرونا (Covid 19) توصیه نمی‌شود.

از منظر دیگری گردشگران برحسب مدت اقامت و بعد مکانی سفرشان به چهار گروه اصلی تقسیم می‌شوند که در شکل (۱ - ۱) نشان داده شده است.

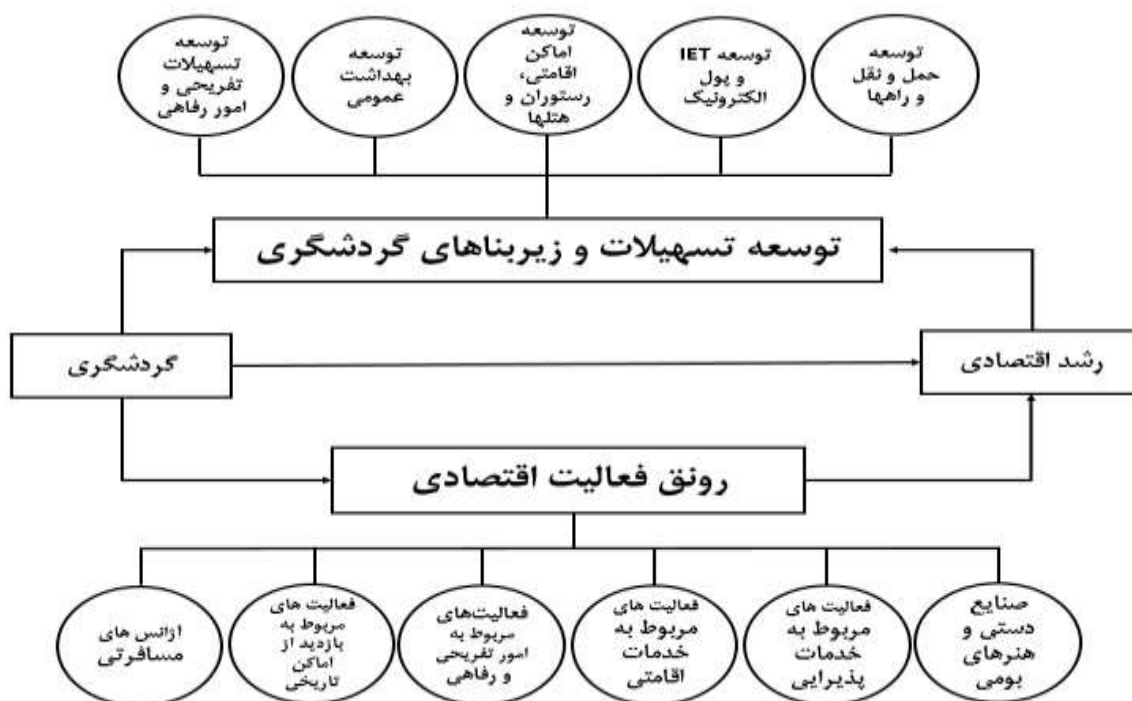


شکل (۱ - ۱): انواع گردشگران برحسب مدت اقامت و بعد مکانی سفر (منبع: الوانی: (۱۳۸۵ : ۹۴))
تاثیرات گردشگری بر رشد اقتصادی:

وابستگی به درآمد نفت یکی از ویژگی‌های برجسته اقتصادی ایران است که این میزان در دهه‌های گذشته افزایش یافته است. با آنکه ذخایر نفتی ایران بسیار غنی است ولی در سال‌های نه چندان دور به پایان خواهد رسید، لذا اهمیت صنعت گردشگری در ایران به ویژه در دهه‌های آینده که امکانات کشور از درآمدهای نفتی محدودتر خواهد شد بر کسی پوشیده نیست. یکی از همسایگان ما که کشور ترکیه است در سالهای اخیر از راه گردشگری (البته قبل از شیوع بیماری همه‌گیر کرونا) توریست‌های خارجی فراوانی را جذب کرده است و درآمدهای اقتصادی خود را از راه گردشگری تقویت می‌نماید که سالانه تولید ناخالص ملی (GNP)^۹ کشور ترکیه حدود ۲۱٪ از صنعت گردشگری و توریسم می‌باشد که تاثیر بسزایی در بودجه این کشور دارد.

صنعت گردشگری می‌تواند تاثیر مهمی بر افزایش اشتغال، درآمدهای مرتبط به مکان‌های اقامتی و نیز درآمدهای دولتی کشورها داشته باشد. از این رو گردشگری به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم بر رشد اقتصادی شهرها نیز تاثیر می‌گذارد.

این تاثیرات در شکل شماره (۲ - ۱) نشان داده می‌شود.



(شکل ۲ - ۱): رابطه گردشگری و رشد اقتصادی (منبع: (اوه، ۲۰۱۵))

^۹. Gross National product (GNP)

نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی: جذب گردشگر تقاضا برای محصولات و خدمات متنوع موردنیاز گردشگران را بالا می‌برد. برای انجام و سرویس‌دهی این خدمات در قالب محرک‌های کارآفرینی، کارآفرینان منطقه را ترغیب نموده تا در راستای پاسخ به نیاز مخاطبان و گردشگران برآیند. برای روشن شدن مسئله می‌توان از گردشگری در شهرستان مشکین شهر مثالی زد: تعدادی از جوانان با فرارسیدن فصل بهار (البته در زمان قبل از بیماری همه گیر کرونا) همزمان با راه اندازی و سرویس دهی پل معلق مشغول به کار می‌شوند و برخی دیگر در راه اندازی زیپ‌لاین‌های هوایی که بر روی پل معلق با مناظری زیبا نصب شده است در آنجا مشغول می‌شوند و در محیطی با هوای بسیار متبوع و آرام و دلچسب با پختن آش دوغ محلی (دوغا) و چایی از میهمانان پذیرایی می‌کنند، وصل شدن سریع مسافران در محوطه گردشگری به وای فای رضایت‌مندی خاصی به مسافران می‌بخشد تا بتوانند از این طریق با همه جا ارتباط برقرار کنند و از کاتالوگ‌های دیجیتالی بخش گردشگری مشکین شهر بهره‌مند شوند. سپس در همه بخش‌ها جوانان بسیاری مشغول می‌شوند. البته این نوع اشتغال به اشتغال فصلی موسوم است که از اوایل فصل تابستان تا پایان تابستان در این شهر به صورت مقطعی اتفاق می‌افتد (حسین‌زاده و هوشمند، ۱۳۹۸).

بررسی ویژگی‌های شهرستان مشکین شهر:

وجه تسمیه شهر: در فرهنگ دهخدا مشکین به معنی هر چیزی که بوی مشک می‌دهد آمده است. مشکین شهر به جایی که خوشبو باشد گفته می‌شود. به دلیل موقعیت‌های طبیعی و اقلیمی شهرستان این اسم واقعیت خارجی آن را بیان می‌دارد (لایق، ۱۳۷۷).

واقعاً در فصل بهار با باز شدن شکوفه‌های درختان میوه و رویش گلها این شهر بوی بهشت به خود می‌گیرد و هر انسانی را با احساس شفاف‌آوری روبرو می‌کند.

مشکین شهر را «خیاو» نیز می‌گویند و این به دلیل عبور رودخانه‌ای از مجاورت شهر که خیابوچایی (خیوچایی) نام دارد می‌باشد. سرزمینی است که روزگاری به اسم «آران» مشهور بوده است (ساعدی، ۱۳۴۴).

به نقل از حمداله مستوفی در کتاب «نزه‌القلوب» به سال ۷۴۰ هجری به نگارش درآمده است اسم اولیه مشکین شهر «واروین» بوده است که ظاهراً سعدالدین وراوینی از ادبا و شعرای قدیم و به نام ایران از این خطه برخاسته است (ساعدی، ۱۳۴۴).

نقل است در آن ایام یک حکمران گرجی به نام «پیشگین» حاکم این شهر تاریخی با قدمت ۱۶۰۰ ساله بوده است که به همین دلیل اسم ایشان را اول «پیشگین» به نام این شهر گذاشته‌اند که با گذشت زمان و به تدریج به بشگین و سپس به مشکین و سپس به مشکین شهر تبدیل شده است (لایق، ۱۳۷۷).

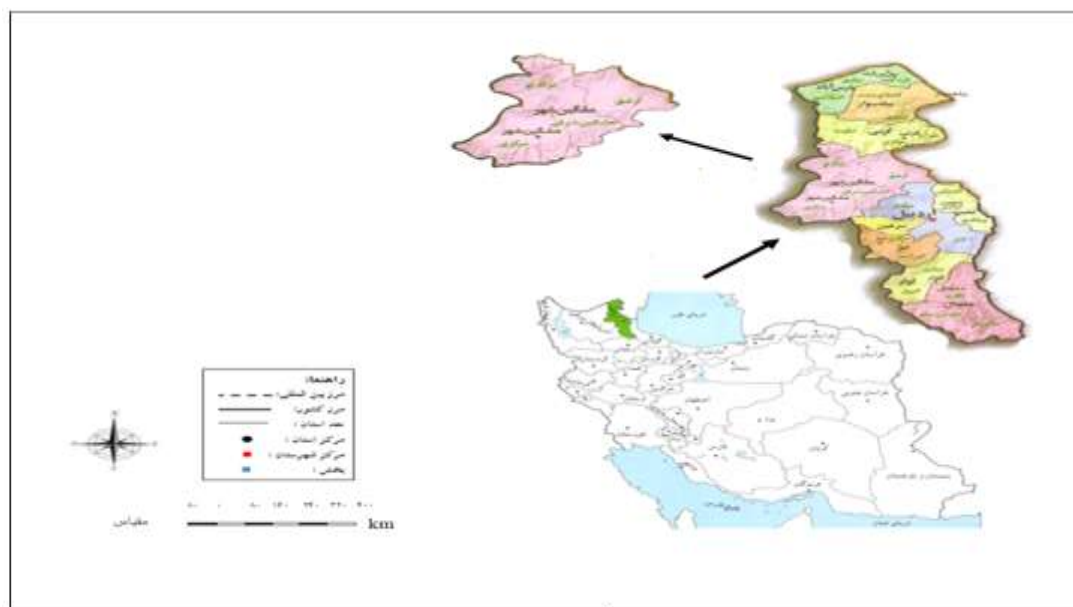
موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه:

شهرستان مشکین شهر به مساحت ۳۶۱۵/۲ کیلومتر مربع در قسمت شرقی آذربایجان در نواحی مرکزی استان اردبیل واقع شده است. حدود این شهرستان از شمال به شهرستان گرمی، از شمال شرقی به جمهوری آذربایجان و شهرستان نمین و از جنوب شرقی به شهرستان اردبیل، از غرب و جنوب به شهرستان اهر و هریس محدود است (پورایمان، ۱۳۸۰).

این شهرستان در غرب استان اردبیل در عرض جغرافیایی ۳۸ درجه و ۲۳ دقیقه و ۳۴ ثانیه عرض شمالی و در طول جغرافیایی ۴۷ درجه و ۱ دقیقه و ۷ ثانیه طول شرقی واقع شده است.

براساس نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۰ که توسط مرکز آمار ایران منتشر گردیده است جمعیت این شهرستان ۱۵۱۱۵۶ نفر (یکصد و پنجاه و یک هزار و یکصد و پنجاه و شش نفر) می‌باشد. (سالنامه آماری، ۱۳۹۰، سرشماری نفوس و مسکن)

این شهرستان شامل چهار بخش به اسامی مشکین مرکزی، بخش مشکین غربی (قصابه)، مشکین شرقی (لاهرود) و رضی و مرادلو و منطقه ارشق می‌باشد (همان منبع).



شکل شماره (۲-۳): موقعیت شهرمشکین شهر در کشور و استان اردبیل

تحقیق حاضر از نظر هدف تحقیقی کاربردی است و از حیث ماهیت روش توصیفی - پیمایشی می باشد.

این تحقیق کاربردی است و چون در پی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است و همچنین پاسخگویی به سئوالات موردنظر در تحقیق مدنظر است. در تحقیق پیمایشی داده ها به طریق میدانی جمع آوری می شوند.

متغیر مستقل: متغیر مستقل یکی ویژگی از محیط فیزیکی یا اجتماعی است که بعد از انتخاب، دخالت یا دست کاری شدن توسط محقق مقادیری را می پذیرد تا تاثیرش بر روی متغیر دیگر (متغیر وابسته) مشاهده شود. متغیر مستقل تحقیق حاضر اثرات پیاده سازی تجارت الکترونیک می باشد.

متغیر وابسته: متغیری است که تغییرات آن تحت تاثیر متغیر مستقل قرار می گیرد. متغیر وابسته این تحقیق توسعه اقتصادی و صنعت گردشگری شهرستان مشکین شهر می باشد که از شاخص های آن می توان به اشتغال زایی، درآمد، زیرساخت ها، قیمت زمین، املاک، ساخت و ساز و اجناس و توسعه شهری اشاره کرد.

با توجه به آنکه صنعت گردشگری نیازمند استفاده از داده ها و اطلاعات گوناگون از بخش های مختلف می باشد جامعه آماری پژوهش آن دسته از کارشناسان شاغل در سازمان های مرتبط با صنعت گردشگری در سطح شهرستان مشکین شهر می باشد که به عنوان کارشناس گردشگری بتوانند در حوزه های خود اطلاعاتی به پژوهشگر انتقال دهند.

سازمان های مرتبط با گردشگری که در پژوهش حاضر مورد مطالعه قرار گرفت عبارتند از: اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان میراث فرهنگی، سازمان صدا و سیما، شهرداری، استانداری، سازمان حج و اوقاف، سازمان مدیریت و برنامه ریزی، سازمان محیط زیست، اداره جهاد کشاورزی و اداره منابع طبیعی.

نمونه و روش نمونه گیری:

با توجه به حجم جامعه آماری که ۱۸۷ نفر بود با استفاده از فرمول کوکران اورکات حجم نمونه آماری به تعداد ۱۲۰ نفر تعیین گردید که جدول مورگان نیز آن را تایید می نماید. در این پژوهش برای تعیین حجم نمونه آماری از فرمول کوکران اورکات که یکی از روش های معتبر در تعیین حجم نمونه می باشد استفاده شده است.

جدول (۳-۲): جامعه آماری به تفکیک سازمان های مرتبط با گردشگری

عنوان سازمان مرتبط با گردشگری	تعداد جامعه	تعداد نمونه
اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی	۱۴	۹
سازمان میراث فرهنگی	۶	۴
سازمان صدا و سیما	۵	۴
شهرداری	۲۳	۱۴
استانداری	۳۸	۲۴
سازمان حج و اوقاف و امور خیریه	۴	۲
سازمان مدیریت و برنامه ریزی	۱۲	۸
سازمان محیط زیست	۱۲	۸
اداره جهاد کشاورزی	۲۱	۱۳
اداره منابع طبیعی	۱۲	۸
مدیران آبگرم ها	۱۷	۱۱
مدیر پل معلق	۸	۵
اعضای شورای شهر	۷	۴
مدیران آژانس ها و تورهای گردشگری	۸	۶
جمع کل	۱۸۷	۱۲۰

پرسشنامه استاندارد پیاده سازی تجارت الکترونیک:

این پرسشنامه براساس مدل بانز و ویدگن (۲۰۰۲) می باشد که شامل ۲۲ سؤال استاندارد است و در قالب مقیاس ۵ گزینه ای لیکرت تنظیم شده است. و دارای ۳ بعد، قابلیت استفاده، کیفیت اطلاعات و تعامل خدمات می باشد (نوربهار، ۱۳۹۶).

جهت بررسی پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شده و پایایی آن برای کل پرسشنامه ۹۲٪ را به دست آورده اند.

در این تحقیق در سطح استنباطی برای آزمون فرضیه های تحقیق از آزمون کولموگروف اسمیرنف برای تعیین نرمال و غیرنرمال بودن توزیع داده ها χ^2 پیرسون برای تعیین رابطه و رگرسیون خطی ساده برای تعیین تاثیر متغیرهای تحقیق با نرم افزار SPSS استفاده شده است.

ضریب همبستگی پیرسون: این آزمون یکی از متداول ترین آزمون های تعیین ضریب همبستگی بین متغیرهای دارای اندازه های فاصله ای و نسبی است. این ضریب همبستگی، روش پارامتری است و برای داده هایی با توزیع نرمال استفاده می شود در صورتی که داده ها از نوع رتبه ای، کم و فرض نرمال بودن آنها معقول نباشد از ضریب همبستگی دیگری به نام ضریب همبستگی اسپیرمن^۶ استفاده می شود که مبتنی بر مقادیر اصلی نبوده و براساس رتبه داده ها محاسبه می شود (حافظ نیا، ۱۳۸۴).

برای محاسبه ضریب همبستگی پیرسون:

$$r_{x,y} = \frac{\sum xy}{N S_x S_y}$$

(شریفی و نجفی زند، ۱۳۸۴ / ۳۱۵)

در فرمول بالا $r'_{x,y}$ همبستگی بین متغیرهای x و y ، S_x انحراف استاندارد نمره های x ، $\sum xy$ مجموع حاصل ضریب تفاضل نمره ها از میانگین و S_y انحراف استاندارد نمره های y است.

توصیف آماری سئوالات پرسشنامه:

۱-۳-۴- توزیع پاسخگویان بر حسب جنسیت

(۱) زن (۲) مرد

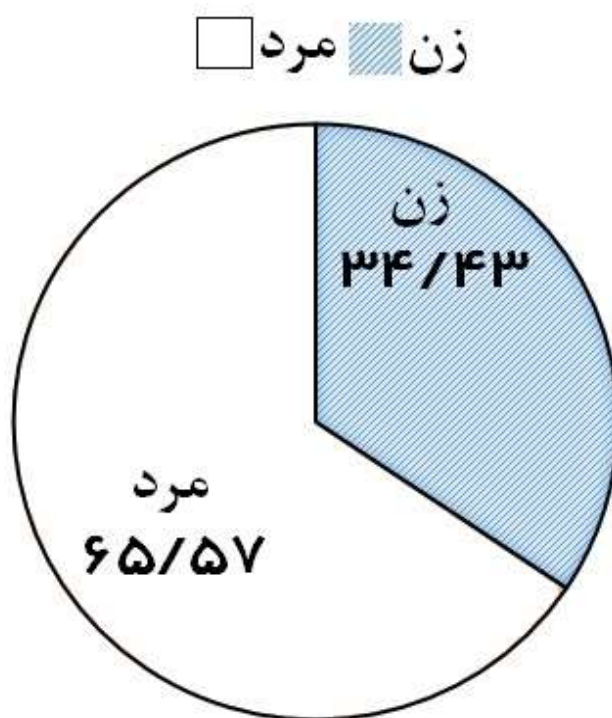
پاسخ های به دست آمده از پرسشنامه های جمع آوری شده برای سئوال فوق به صورت جدول ۴ - ۱ می باشد.

^۶. Pearson

^۷. Spearman

نوع پاسخ	کمیت	مرد	زن	جمع
فراوانی		۷۹	۴۱	۱۲۰
درصد		۶۵/۶	۳۴/۴	۱۰۰

جدول ۴-۱) جنسیت - یافته های تحقیق



نمودار ۴ - ۱ - درصد پاسخ های نمونه های آماری به سؤال جنسیت - یافته های محقق
براساس جدول و نمودار (۴-۱) درصد پاسخگویان زن و ۶۵/۵ درصد مرد بوده اند.

۴-۳-۲: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات

نوع پاسخ	کمیت	دیپلم	فوق دیپلم	لیسانس	بالا تر از لیسانس	جمع
فراوانی		۸	۲۳	۷۴	۱۵	۱۲۰
درصد		۸/۲	۱۸/۹	۶۰/۷	۱۲/۳	۱۰۰

جدول ۴-۲- میزان تحصیلات یافته های تحقیق



نمودار ۴-۲: درصد پاسخ نمونه آماری به سؤال میزان تحصیلات - یافته‌های تحقیق

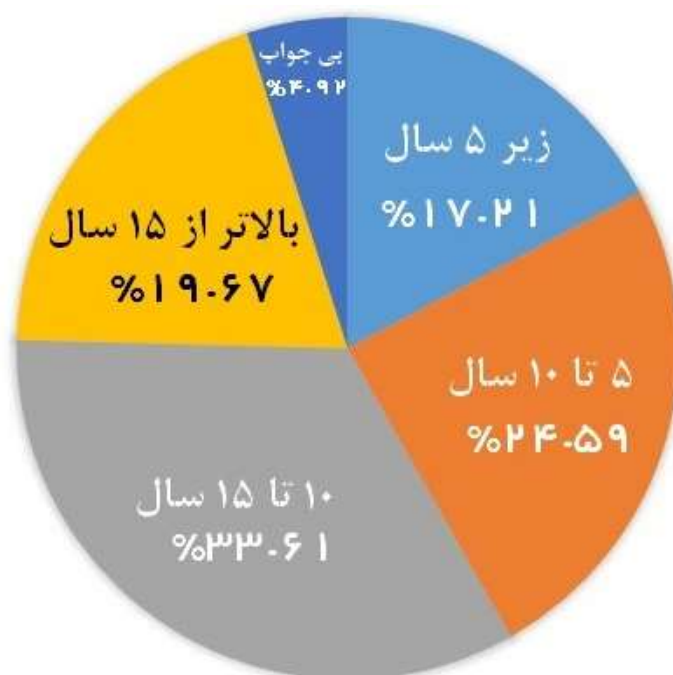
براساس جدول نمودار ۴-۲: ۱۲/۳ درصد پاسخ‌گوینان تحصیلات در مقطع بالاتر از لیسانس ۶۰/۷ درصد تحصیلات در مقطع کارشناسی داشته و ۱۸/۹ درصد تحصیلات فوق دیپلم و کمترین تعداد ۸/۲ درصد با مدرک تحصیلی دیپلم دارند.

۴-۳-۳- توزیع پاسخ‌گوینان برحسب سابقه کار

براساس جدول و نمودار ۴-۳- سمت‌های سازمانی پاسخ‌گوینان به شرح جدول زیر بوده است:

جمع	بی پاسخ	بالاتر از ۱۵ سال	۱۰ تا ۱۵ سال	۵ تا ۱۰ سال	زیر ۵ سال	نوع پاسخ / کمیت
۱۲۰	۵	۲۴	۴۱	۳۰	۲۰	فراوانی
۱۰۰	۴/۹	۱۹/۷	۳۳/۶	۲۴/۶	۱۷/۲	درصد

جدول ۴-۳: توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به سؤال سابقه کار - یافته‌های محقق



نمودار ۴-۳- توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به سؤال سابقه کار - یافته‌های محقق

نکته: توزیع فراوانی درصد و درصد پاسخ نمونه‌های آماری گرد شده‌اند.

آزمون فرضیه‌های اصلی: از تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته و تاثیر پیاده‌سازی تجارت الکترونیک بر توسعه

اقتصادی صنعت گردشگری در شهرستان مشکین شهر را بررسی می‌کنیم.

H. پیاده‌سازی تجارت الکترونیک بر توسعه اقتصادی صنعت گردشگری در شهرستان مشکین شهر تاثیر ندارد و به عبارت

دیگر $H_0: P > 5\%$

H₁: پیاده‌سازی تجارت الکترونیک بر توسعه اقتصادی صنعت گردشگری در شهرستان مشکین شهر تاثیر دارد و به عبارت دیگر

$H_1: P \leq 5\%$

خط استاندارد رگرسیون	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	Model
۰/۳۶ ۳۲۴	۰/۶۵۰	۰/۶۵۳	۰/۸۰۸	۱

جدول ۵-۳: خلاصه‌های آماره‌های مربوط به برازش مدل فرضیه اصلی - یافته‌های محقق (مدل تحقیقی محقق)

ضریب R به ضریب همبستگی چندگانه معروف است و میزان همبستگی چندگانه بین مجموعه متغیرهای مستقل

و متغیر وابسته را نشان می‌دهد مقدار این ضریب بین (۰) تا (۱) نوسان دارد هرچه مقدار این ضریب به (۱)

نزدیکتر باشد نشان از همبستگی قوی بین متغیرهای مستقل وابسته دارد هر چه مقدار آن به (۰) صفر نزدیکتر باشد دلالت بر همبستگی بین آنها دارد.

R Square (ضریب تعیین) معروف است و این ضریب میزان تبیین واریانس و تغییرات متغیر وابسته توسط مجموعه‌های متغیر مستقل را نشان می‌دهد که این مقدار ضریب بین (۰) تا (۱) نوسان دارد هرچه مقدار این ضریب به (۱) نزدیکتر باشد متغیرهای مستقل توانسته‌اند میزان زیادی از واریانس متغیر وابسته را تبیین کنند نشان از همبستگی قوی بین متغیرهای مستقل و وابسته دارد و بالعکس ضریب به دست آمده برای تبیین متغیر پیاده سازی تجارت الکترونیک طبق جدول ۳-۵، ۰/۶۵۳ می باشد.

Adjusted Square (ضریب تعیین تعدیل شده) معروف است که این ضریب مقدار ضریب تعیین (R Square) را به منظور انعکاس بیش تر میزان نکوئی برازش مدل تصحیح می کند.

در جدول (۳-۵) مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با (۰/۶۵۰) است که نشان می‌دهد متغیر مستقل پیاده سازی تجارت الکترونیک توانسته ۶۵۰٪ از تغییرات متغیر وابسته توسعه اقتصادی صنعت گردشگری را تعیین کند. مابقی این تغییرات که به مجذور کمیت خط معروف است تحت تاثیر متغیرهای خارج از مدل می‌باشد. که پیاده سازی تجارت الکترونیک بر فاکتورهایی چون اشتغال‌زایی و درآمد و زیرساخت‌ها و قیمت زمین و املاک و توسعه شهری و افزایش ساخت و ساز تاثیر دارد و در تمامی این موارد H_0 تاثیر ندارد ولی H_1 بر کلیه موارد ذکر شده تاثیر دارد.

پیشنهادهای به دست آمده از فرضیه اصلی (اول) پیشنهاد می‌شود:

(۱) سایت‌های تجارت الکترونیک در سطح منطقه براساس برنامه‌های بلند مدت و استراتژیک ایجاد و استقرار یابند تا با گذشت زمان امکان توسعه و تجهیز آن‌ها به فناوری‌های به روز امکان‌پذیر باشد و پاسخگوی نیازهای گردشگران از تمامی نقاط جهان فراهم گردد.

(۲) در طراحی سایت‌ها آسانی استفاده کاربران و گردشگران و سهولت آموزش کار با آنها برای استفاده افراد در هر رده سنی و سطح سواد در نظر گرفته شود.

(۳) عملکرد تجارت الکترونیک در راستای گردشگری منطقه و در بین آحاد جامعه خصوصاً در تبلیغات رسانه‌ای به طور دقیق انتشار یابد.

(۴) ترویج و ایجاد وبلاگ‌های گروهی بین گردشگران

با توجه به نتایج به دست آمده از فرضیه های فرعی پیشنهاد می شود:

- ۱- ایجاد کارگروه های تخصصی در حوزه صنعت گردشگری
- ۲- ایجاد پورتال جامع گردشگری الکترونیکی
- ۳- مجهز نمودن اماکن ویژه گردشگری به اینترنت قوی و پرسرعت
- ۴- پهن نمودن باند اینترنت و پرسرعت کردن اینترنت جهت استفاده گردشگران
- ۵- ایجاد فروشگاه های اینترنتی و آنلاین
- ۶- حمایت دولت از سرمایه گذاران بخش خصوصی در صنعت گردشگری.

منابع:

- الوانی، سیدمهدی (۱۳۸۵). فرآیند مدیریت جهانگردی، دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ سوم
- بیاتی، خطیبی، مریم، شجاعی وند، بهمن و راه نور، رباب (۱۳۹۲). بررسی موانع توسعه گردشگری و ارائه راهکارهای مناسب جذب گردشگر در شهرستان عجب شیر، اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط پایدار
- پاپلی یزدی، محمدحسین، سقایی، مهدی (۱۳۸۹). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ اول، تهران، انتشارات: سمت
- پورایمان، قاسم (۱۳۸۰). مشکین شهر نگین سبز آذربایجان، تهران، انتشارات: مشیری
- جلالی فراهانی، امیرحسین (۱۳۹۲). تجارت الکترونیک: پیش گیری از جرایم رایانه ای، مجله حقوقی دادگستری، ش ۴۷.
- حافظ نیا (۱۳۸۴): حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۴). مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران، انتشارات سمت.
- حسین زاده، هدایت و هوشمند، مهدی (۱۳۹۸): تاثیر فناوری اطلاعات و توریسم در اقتصاد شهری بر صنعت گردشگری (مطالعه موردی مشکین شهر) هفتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم انسانی، مدیریت و کارآفرینی ایران، سمانه احراز هویت گواهینامه (www.vcert.ir)
- دفتر توسعه و تجارت الکترونیک، معاونت برنامه ریزی و امور اقتصادی و وزارت بازرگانی (۱۳۸۴). نگاهی به عملکرد معاونت برنامه ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی (دبیرخانه شورای عالی انفورماتیک، ۱۳۹۰).
- رضوانی، علی اصغر (۱۳۹۶): جغرافیا و صنعت توریسم، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ دوم.
- فتحیان، محمد، مولاناپور، رامین (۱۳۹۷): تجارت الکترونیک با رویکردی بر تجارت اجتماعی، چاپ دوم، تهران، انتشارات آتی نگر.

کارگر، حمید (۱۳۹۶) توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران، چاپ اول، تهران: انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.

عادل، آذر، مومنی، منصور (۱۳۸۴) آمار و کاربرد آن در مدیریت، چاپ چهارم، تهران، انتشارات سمت

لایق، مهدی (۱۳۷۷). پیام سبلان، نگرشی بر استعداد های اقتصادی و توسعه عمران مشکین شهر، تهران، انتشارات آسه

ساعدی، غلامحسین (۱۳۴۴). خیابو یا مشکین شهر، تهران: انتشارات امیرکبیر

شریفی و نجفی زند (۱۳۸۴، ۳۱۵): شریفی، حسن، پاشا، نجفی زند، جعفر (۱۳۸۴). روش های آماری و علوم فناوری، تهران، انتشارات سخن.

عابدی، رحیم (۱۳۹۶). نقش کارآفرینان در تحول خلاق سازمان های اداری، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه ارومیه، دوره اول.

نوربهار، اسداله، مرادی، برنج آبادی، اسداله (۱۳۹۶). تاثیر تجارت الکترونیکی در پیشرفت صنعت توریسم و گردشگری مطالعه موردی منطقه آزاد تجاری و صنعتی ماکو، پنجمین کنفرانس بین المللی رویکردهای پژوهشی در علوم انسانی و مدیریت.

هژبر کیانی، کامبیز (۱۳۹۳) تاثیر تجارت الکترونیکی بر متغیرهای کلان اقتصادی، دومین همایش تجارت الکترونیکی، تهران، ۱۲۹ - ۱۱۷.

Aveh (2015) Oh Co(2015) The contribution of tourism development to economic growth in the Korean, economy, Tourism, management. V.L, 26, 39 – 1۱.

Chaffey. D. (2002) E – Business and E – commerce management financial Tim-es, prentice Hall, Harlow. Uk.

Chatterjee, A. Tiwari, Mohan Misra S.G. Dhande (2015) past, present and future of e-tourism Indian journal of Export. Vol, 12. Pp. 92.

New man, W.& R. MG Gill, 2017, The process of Electronic Data Interchange. 3 ed. Prentice Hall.

Turban, E. Dave, K.J & Kyu, L.D (2012) Electronic commerce A Managerial Perspective Prentice, Hall.

Investigating the Relationship between Information Technology Advances and Economic Growth and Tourism Industry Development (Case Study of Meshkinshahr city)

Abstract:

In recent years, a revolution has taken place as an industrial revolution and it has profoundly transformed many economic, social and cultural aspects of human life. Business exchanges between individuals, companies with each other, and individuals with companies and governments are rapidly moving away from their traditional mode, which is mainly based on exchanges based on paper documents, and towards exchanges through interception of electronic information-based systems. In is moving. The term tourism originated when middle-class people began to travel. Since people became more financially viable and lived longer, most tourists more interested in their destination's climate, culture or nature, which is why Meshkinshahr was chosen as one of the tourist cities. Organized tourism is a very important industry all over the world today. Undoubtedly, modern tourism is possible with economic development because the suspension bridge in Meshkinshahr city has given a different atmosphere in tourism development to Meshkinshahr. existence of zip Lines and use of Internet services that are open in the tourist place if the mobile data of the passengers is open with fast Wi-Fi connection and use of internet guides is another tourist service during the trip for travelers, even foreign travelers. This article Investigating the Relationship between Information Technology Advances and Economic Growth and Tourism Industry Development checked.

Keywords: electronic commerce, economic Growth, development of tourism industry, Meshkinshahr city