





موسسه آموزش عالی باختر ایلام

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته برنامه ریزی توریسم (گردشگری)

همبسته های سرمایه ای (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) و انگیزه های گردشگری

(جامعه مورد مطالعه: گردشگران وارد شده به شهر شیراز)

توسط:

زهرا گودرزیان

استاد راهنما:

دکتر یارمحمد قاسمی

استاد مشاور:

دکتر علی سایه میری

شهریور ۱۳۹۳



به نام خدا

تأییدیه اعضای کمیته دفاع پایان نامه

همبسته‌های سرمایه‌ای (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) و انگیزه‌های گردشگری

(جامعه مورد مطالعه: گردشگران وارد شده به شهر شیراز)

توسط:

زهرا گودرزبان

پایان نامه ارائه شده به تحصیلات تکمیلی مؤسسه به عنوان بخشی از فعالیت‌های تحصیلی لازم برای اخذ درجه کارشناسی ارشد

در رشته‌ی:

برنامه ریزی توریسم (گردشگری)

از مؤسسه آموزش عالی باختر ایلام

جمهوری اسلامی ایران

۹۳/۶/۳۱ توسط هیأت داوران زیر ارزیابی و با درجه بسیار خوب به تصویب نهایی رسید.

یارمحمدقاسمی ، دانشیار گروه علوم اجتماعی (راهنما و رئیس هیأت داوران)
علی سایه میری ، استادیار گروه اقتصاد (مشاور)
حجت‌شیحی ، استادیار گروه جغرافیا (داور)

شهریور ۱۳۹۳

اظهار نامه دانشجو

موضوع پایان نامه: همبسته‌های سرمایه‌های (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) و انگیزه‌های
گردشگری (جامعه مورد مطالعه: گردشگران وارد شده به شهر شیراز)

استاد راهنما: دکتر یار محمد قاسمی

نام دانشجو: زهرا گودرزبان

شماره دانشجویی: ۹۱۱۱۴۱۰۱۰

این جانب دانشجوی دوره کارشناسی ارشد رشته علوم اجتماعی گرایش برنامه-
ریزی توریسم (گردشگری) مؤسسه آموزش عالی باختر ایلام/ دانشکده.....
گواهی می‌نمایم که تحقیقات ارائه شده در این پایان‌نامه توسط شخص این جانب
انجام شده و صحت و اصالت مطالب نگارش شده مورد تأیید می‌باشد، و در موارد
استفاده از کار دیگر محققان به مرجع مورد استفاده اشاره شده است. بعلاوه گواهی
می‌نمایم که مطالب مندرج در پایان نامه تاکنون برای دریافت هیچ نوع مدرک یا
امتیازی توسط این جانب یا فرد دیگری در هیچ جا ارائه نشده است و در تدوین متن
پایان نامه چارچوب (فرمت) مصوب مؤسسه را بطور کامل رعایت کرده‌ام.

امضاء دانشجو:
تاریخ:
۹۳، ۷، ۱۴



حق طبع و نشر و مالکیت نتایج

۱- حق چاپ و تکثیر این پایان نامه متعلق به نویسنده آن می باشد. هرگونه کپی برداری بصورت کل پایان نامه یا بخشی از آن تنها با موافقت نویسنده یا کتابخانه دانشگاه می باشد.

ضمناً متن این صفحه نیز باید در نسخه تکثیر شده وجود داشته باشد.

۲- کلیه حقوق معنوی این اثر متعلق به مؤسسه آموزش عالی باختر ایلام می باشد و بدون اجازه کتبی دانشگاه به شخص ثالث قابل واگذاری نیست. همچنین استفاده از اطلاعات و نتایج موجود در پایان نامه بدون ذکر مرجع مجاز نمی باشد.

تاریخ و امضاء
۹۳، ۷، ۱۴

تاریخ و امضاء
۹۳، ۷، ۱۴

نام و نام خانوادگی دانشجو: زهرا گودرزیان

نام و نام خانوادگی نماینده تحصیلات تکمیلی: علی بربری

تقدیم به پدر و مادر عزیزم

که از آن ها آموختم

پاکی، مهر، صداقت، گذشت، ایثار، ایمان،

صبر، سکوت، عشق و خوب بودن را.

سپاس و قدردانی

سپاس بیکران پروردگار یکتا را که هستیمان بخشید و به طریق علم و دانش رهنمونمان شد و به همنشینی رهروان علم و دانش مفتخرمان نمود و خوشه چینی از علم و معرفت را روزیمان ساخت.

در ابتدا بر خود لازم میدانم که نهایت سپاس و قدردانی را نسبت به استاد راهنمایم جناب آقای دکتر یار محمد قاسمی که در انجام این پژوهش از راهنمایی و مساعدتهای ارزشمند ایشان بهره مند بوده ام، را داشته باشم.

در ادامه از استاد گرامی جناب آقای دکتر علی سایه میری که با قبول زحمت استاد مشاور، در انجام هر چه بهتر و مطلوبتر این پژوهش بنده را همراهی کردند، کمال تشکر و قدردانی را می نمایم.

و در آخر از استاد محترم داور، جناب آقای دکتر شیخی که با حوصله و مطالعه دقیق، موجبات اصلاح هر چه بهتر آن را فراهم آوردند تشکر و قدردانی مینمایم.

چکیده

پژوهش حاضر سعی دارد به بررسی سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگران وارد شده به شهر شیراز و رابطه آن با انگیزه‌های گردشگری آنها بپردازد. در این پژوهش با استفاده از روش پیمایشی بر روی ۴۰۰ نفر از گردشگران داخلی و خارجی وارد شده به شهر شیراز که براساس روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای اتفاقی در میدان آرامگاه حافظیه شیراز انتخاب شده بودند اطلاعات لازم جمع‌آوری گردید. نتایج تحقیق پیش رو که بر اساس تئوری بورديو می‌باشد، ضمن تایید این نظریه نشان می‌دهد که بین سرمایه فرهنگی و اجتماعی گردشگران وارد شده به شهر شیراز و انگیزه‌های گردشگری آنها رابطه معناداری وجود دارد براین اساس سرمایه‌های مختلف نقش یکسانی در انگیزه‌های گردشگری گردشگران وارد شده به شهر شیراز ایفا نمی‌کنند و با وجود اهمیت سرمایه اقتصادی، در عمل سرمایه فرهنگی و اجتماعی در گروه گردشگران داخلی برجستگی بیشتری یافته است، هم چنین تفاوت در یافته‌های آماری دو گروه گردشگران داخلی و خارجی وارد شده به شهر شیراز بیانگر این مطلب است که عواملی که در یک محیط بر انگیزه‌های گردشگری گردشگران اثر گذار است در جامعه‌ای دیگر و گروه دیگر اثر گذار نمی‌باشد.

واژگان کلیدی: سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، انگیزه‌های گردشگری،

گردشگران داخلی، گردشگران خارجی

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

مقدمه..... ۱

فصل اول: کلیات تحقیق

۱-۱- بیان مسئله..... ۳

۲-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق..... ۴

۳-۱- اهداف تحقیق..... ۵

۱-۳-۱- اهداف کلی..... ۵

۲-۳-۱- اهداف اختصاصی..... ۶

۴-۱- فرضیات تحقیق..... ۶

فصل دوم: پیشینه و مبانی نظری تحقیق

۱-۲- سوابق تجربی..... ۸

۱-۱-۲- پژوهش‌های داخلی..... ۸

۲-۱-۲- پژوهش‌های خارجی..... ۱۲

۲-۲- نقد و بررسی تحقیقات پیشین..... ۱۴

۳-۲- ملاحظات نظری..... ۱۵

۱-۳-۲- سرمایه اجتماعی..... ۱۷

۲-۳-۲- سرمایه اقتصادی..... ۱۸

۳-۳-۲- سرمایه فرهنگی..... ۲۰

۴-۲- شاخص‌های سرمایه اجتماعی..... ۲۰

۴-۲-۱- شبکه‌ها..... ۲۱

۴-۲-۲- اعتماد..... ۲۱

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۲۲.....	۲-۴-۳- آگاهی.....
۲۳.....	۲-۴-۴- مشارکت.....
۲۴.....	۲-۵-۵- نظریه‌های سرمایه اجتماعی.....
۲۴.....	۲-۵-۱- نظریه پیر بوردیو.....
۲۶.....	۲-۵-۲- نظریه نان لین.....
۲۷.....	۲-۵-۳- نظریه جیمز کلنن.....
۳۰.....	۲-۵-۴- نظریه رابرت پاتنام.....
۳۴.....	۲-۵-۵- نظریه فرانسیس فوکو یاما.....
۳۵.....	۲-۵-۶- نظریه لوری.....
۳۷.....	۲-۶-۶- نظریه‌های سرمایه فرهنگی.....
۳۷.....	۲-۶-۱- نظریه پیر بوردیو.....
۳۷.....	۲-۷-۷- انگیزه‌های گردشگری.....
۴۰.....	۲-۸-۸- چارچوب نظری.....
۴۲.....	۲-۹-۹- مدل نظری تحقیق.....

فصل سوم: روش‌شناسی تحقیق

۴۴.....	۳-۱- روش تحقیق.....
۴۴.....	۳-۲- جامعه آماری.....
۴۴.....	۳-۳- حجم نمونه و روش محاسبه.....
۴۵.....	۳-۴- ابزار گردآوری داده‌ها.....
۴۵.....	۳-۵- روش تحلیل داده‌ها.....
۴۶.....	۳-۶- روش تعیین روایی و پایایی.....
۴۶.....	۳-۶-۱- روایی.....

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۴۶	۳-۶-۲- پایایی.....
۴۷	۳-۷- تعیین متغیرها
۴۷	۳-۸- تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل یافته ها

۵۲	۴-۱- توصیف داده ها
۶۸	۴-۲- آزمون فرضیات.....

فصل پنجم: بحث، نتیجه گیری و پیشنهادات

۸۰	۵-۱- اهم یافته ها
۸۲	۵-۲- تفسیر یافته ها
۸۴	۵-۳- نتیجه گیری
۸۵	۵-۴- محدودیت های پژوهش
۸۶	۵-۵- پیشنهادات.....
۸۶	۵-۵-۱- پیشنهادات کاربردی.....
۸۶	۵-۵-۲- پیشنهاد های علمی - پژوهشی
۸۸	منابع
۹۹	ضمائم.....

فهرست جداول

صفحه

عنوان

جدول ۱-۲- تعاریف سرمایه اجتماعی از دیدگاه دیگر صاحب نظران	۳۶
جدول ۱-۳- مقادیر آلفا	۴۶
جدول ۲-۳- تعریف عملیاتی سرمایه اقتصادی	۴۷
جدول ۳-۳- تعریف عملیاتی سرمایه فرهنگی	۴۸
جدول ۴-۳- تعریف عملیاتی سرمایه اجتماعی	۴۹
جدول ۵-۳- تعریف عملیاتی انگیزه های گردشگری	۵۰
جدول ۱-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بعد روانی انگیزه های گردشگری	۵۲
جدول ۲-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بعد فرهنگی انگیزه های گردشگری	۵۴
جدول ۳-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بعد مذهبی انگیزه های گردشگری	۵۶
جدول ۴-۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بعد امکانات سرمایه اقتصادی	۵۷
توزیع جدول ۴-۵ : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بعد مالکیت سرمایه اقتصادی	۵۸
جدول ۴-۶ : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بعد درآمد سرمایه اقتصادی	۵۹
جدول ۴-۷ : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بعد نهادی سرمایه فرهنگی	۶۰
جدول ۴-۸ : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بعد عینی سرمایه فرهنگی	۶۱
جدول ۴-۹ : جدول ۴-۱۵ : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بعد ذهنی سرمایه فرهنگی	۶۲
جدول ۴-۱۰ : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بعد مشارکت سرمایه اجتماعی	۶۳
جدول ۴-۱۱ : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بعد ارتباط سرمایه اجتماعی	۶۵
جدول ۴-۱۲ : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بعد اعتماد سرمایه اجتماعی	۶۷
جدول ۴-۱۳- آزمون فرضیه سرمایه اجتماعی	۶۹
جدول ۴-۱۴- آزمون فرضیه سرمایه اقتصادی	۷۰
جدول ۴-۱۵- آزمون فرضیه سرمایه فرهنگی	۷۱
جدول ۴-۱۶- رگرسیون متغیرهای تحقیق گردشگران داخلی	۷۲

فهرست جداول

صفحه

عنوان

۷۴.....	جدول ۴-۱۷- آزمون فرضیه سرمایه اجتماعی
۷۵.....	جدول ۴-۱۸- آزمون فرضیه سرمایه اقتصادی
۷۶.....	جدول ۴-۱۹- آزمون فرضیه سرمایه فرهنگی
۷۷.....	جدول ۴-۲۰- رگرسیون گردشگران خارجی

فهرست نمودار

صفحه

عنوان

نمودار ۴-۱- رگسیون گردشگران داخلی.....۷۳

نمودار ۴-۲- رگسیون گردشگران خارجی.....۷۸

مقدمه

یکی از عوامل مهم و موثر در رشد و توسعه صنعت گردشگری، برنامه‌ریزی مناسب امور مربوط به گردشگران در جهت ارائه خدمات مناسب و شایسته به آنها است که شناسایی و تجزیه و تحلیل انگیزه‌های گردشگری گردشگران، یکی از اقدامات مهم برنامه‌ریزی در زمینه توسعه صنعت گردشگری است.

پژوهش حاضر تحت عنوان همبسته‌های سرمایه‌ای و انگیزه‌های گردشگری گردشگران وارد شده به شهر شیراز در پنج فصل به نگارش در آمده است. فصل اول این پژوهش که شامل کلیات تحقیق، ضرورت انجام این پژوهش، اهداف و بیان مسئله‌ای است که محقق را به بررسی این موضوع واداشته است.

فصل دوم پژوهش چهارچوب نظری می‌باشد که در آن سعی شده تا نظرات و دیدگاه‌های صاحب‌نظران در مورد انواع سرمایه‌ها و رابطه‌ی آن با انگیزه‌های گردشگری جمع‌آوری و بیان شود. در این فصل ضمن بررسی نظریه‌های مرتبط با انواع سرمایه، نظریه بوردیو به عنوان چارچوب نظری پژوهش مورد استفاده قرار گرفت و براساس آن فرضیات و پرسش‌نامه طراحی گردیده است.

فصل سوم این پژوهش شامل روش‌شناسی تحقیق می‌باشد، که در این فصل به شرح روش به کار رفته در تحقیق پرداخته شده است. تحقیق حاضر از نظر هدف جزو تحقیقات بنیادی-نظری است در این پژوهش اطلاعات و موارد اولیه‌ی تحلیل، به روش کتابخانه‌ای گردآوری و سپس با روش‌های مختلف استدلال مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و نتیجه‌گیری به عمل آمده است. هم‌چنین این تحقیق را به دلیل استفاده از پرسش‌نامه می‌توان جزو تحقیقات پیمایشی طبقه‌بندی کرد. روش به کار رفته در این پژوهش روش کمی و نوع نمونه‌گیری مورد استفاده در این پژوهش نمونه‌گیری سهمیه‌ای اتفاقی می‌باشد.

فصل چهارم تحقیق تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌باشد، که در آن فصل داده‌های بدست آمده از پرسش‌نامه‌ها در دو وجه توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفته‌اند و صحت و سقم فرضیه‌های پژوهش با کمک روش‌های آماری استنباطی مورد آزمون قرار گرفته‌اند و در آخر در فصل پنجم پژوهش به نتیجه‌گیری پرداخته شده است.

فصل اول:
کلیات تحقیق

۱-۱- بیان مسئله

"دورکیم"^۱ با تقسیم‌بندی جوامع به ارگانیکی و مکانیکی، شاید اولین جامعه‌شناسی باشد که به صورت غیر مستقیم بر تمایز و تفاوت اشاره کرده است. در جوامع مکانیکی (جوامع سنتی) تقسیم کار ساده است و تفاوت‌های فکری، سلیقه‌ای، اجتماعی، فردی و ... بین افراد وجود ندارد و به طور کلی حرکت و جابجایی معنایی نداشته است، اما با افزایش جمعیت، شدت مهاجرت و پیشرفت وسایل ارتباطی حمل و نقل جوامع به سمت ارگانیکی حرکت می‌کنند (پور جبلی و سرایی، ۱۳۸۶: ۹۶). در جامعه مکانیکی هر جزء و واحد در جمع حل می‌شد و داشتن هویت و منش شخصی برای هر فردی معنایی نداشت، اما در جوامع ارگانیکی است که فرد هویت شخصی و منحصر به فرد پیدا می‌کند و انتخاب و عاملیت افراد معنا می‌یابد. در اینجاست که همبستگی اجتماعی بر اساس تفاوت‌پذیری افراد شکل می‌گیرد و تمایز و گروه‌بندی‌های اجتماعی و فردی شکل یافته و سبک‌های متفاوت زندگی سر بر می‌آورند (کوزر، ۱۳۸۳: ۱۸۸، رفعت جاه، ۱۳۸۶، منادی، ۱۳۸۸، ربانی و شیر، ۱۳۸۸).

در چنین بستری، به ویژه بعد از دهه هشتاد میلادی، با گسترش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی نظیر ماهواره، اینترنت و گسترش شبکه‌های ارتباطی در جهان فرهنگ مدرن در جهان گسترش پیدا کرد و با فرایند جهانی شدن، شبکه‌های ارتباطی و ماهواره‌ها با اینکه فرایند یکسان-ساز فرهنگ جهانی را دنبال می‌کردند (خواجه نوری، ۱۳۸۴: ۶). اما در عین حال موجب خلق تمایزات گوناگون میان مردم شدند. افراد با ایجاد تمایز، سعی در متفاوت نشان دادن خود از دیگری داشتند. این امر با مصرف کردن (کالا‌های مادی و معنوی) نمود عینی‌تری به خود گرفت و ادبیات جدیدی تحت عنوان سبک زندگی وارد عرصه جامعه‌شناسی شد (اباذری و چاوشیان، ۱۳۸۱: ۶). انتخاب نوع خاصی از سبک زندگی منجر به شکل‌گیری حوزه فردی و عمومی هر فرد می‌شود. در واقع سبک زندگی افراد نحوه گذران اوقات فراغت آنان را مشخص می‌نماید. به بیان دیگر افراد با مصرف فراغت‌های مختلف، از پوشش متفاوت تا ترجیحات غذایی در حوزه فردی تا عضویت در گروه‌های مختلف اجتماعی، کسب موفقیت، گردش، موسیقی، مصرف رسانه‌ای و ... سعی می‌کنند میان خود و دیگران تمایز گذاری کنند (خواجه نوری، ۱۳۸۸: ۲۴).

با ظهور مدرنیته و خلق تمایزات اجتماعی از طریق مصرف و نه طبقه، الگوهای مصرف متفاوت و به تبع آن سبک‌های گوناگون زندگی و انواع الگوهای متفاوت گذران اوقات فراغت، منبعی برای تعریف و باز تعریف هویت‌های جدید در افراد شدند. به اعتقاد بوردیو که برای تبیین

¹ durkheim

جهان جدید و مدرنیته از مفاهیمی چون عادت‌واره و نمود عینی آن منش و میدان استفاده کرد (جمشیدها و پرستش، ۱۳۸۵: ۴) موقعیت اجتماعی مشابه در میدان‌های مشابه و مستقل، ذائقه و سبک زندگی مشابهی می‌آفریند و الگوهای مصرف فرهنگی، طبقات اجتماعی مختلفی را باز تولید و نشانه‌گذاری می‌کنند (بورديو، ۱۹۸۴: ۱۵).

شهرستان شیراز به عنوان یکی از قطب‌های گردشگری کشور با داشتن جاذبه‌های طبیعی و میراث فرهنگی غنی هر ساله پذیرای میلیون‌ها گردشگر از اقصی نقاط جهان می‌باشد، ولی ما نمی‌دانیم که این تعداد گردشگران وارد شده به شهر شیراز از چه نوع سرمایه‌ای بهره‌مند می‌باشند. مطالعات نظری فراوانی در رابطه با سرمایه‌ها و گذران اوقات فراغت در کشورمان صورت گرفته است ولی تاکنون هیچ پژوهشی در مورد رابطه انواع سرمایه‌ها و انگیزه‌های گردشگری در کشورمان و در مطالعات خارجی صورت نگرفته است. نتایج برخی تحقیقات انجام شده بیانگر آن است که رابطه سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی به مراتب بیشتر از تاثیر سرمایه اقتصادی بر روی گذران اوقات فراغت می‌باشد ولی در این بین می‌توان گفت عواملی که در یک محیط بر گذران اوقات فراغت افراد اثرگذار است ممکن است در جامعه‌ای دیگر و گروه دیگر اثرگذار نباشد. در این پژوهش سعی خواهد شد این امر را بررسی نماید که دارا بودن میزان متفاوتی از انواع سرمایه‌ها (اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) چه رابطه‌ای با انگیزه‌های گردشگری به عنوان نمود و شاخص سبک زندگی گردشگران وارد شده به شهر شیراز دارد. در واقع براساس منطق و نظریه بورديو و تبیین نظری صورت گرفته از جانب وی در پی پاسخ به این سوال خواهیم بود که چه رابطه‌ای بین انواع مختلف سرمایه‌های گردشگران و انگیزه گردشگری آنان در ورود به شهر شیراز وجود دارد.

۱-۲- اهمیت و ضرورت تحقیق

سرمایه از مفاهیم غنی علوم اجتماعی است و این مفهوم بیش از یک دهه است که مورد کنکاش و پژوهش محققان و اندیشمندان جامعه ایرانی قرار گرفته است. رد پای این مفهوم در تمام خرده نظام‌های جامعه اعم از اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی دیده می‌شود و ساختارهای مختلف جامعه را در بر می‌گیرد و از طرف دیگر بررسی دقیق مفهوم انگیزه‌های گردشگری به بررسی دقیق ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نیاز دارد از آن جا که انواع مختلف سرمایه در دل این ساختارها جای دارند بررسی و تاثیر انواع مختلف سرمایه بر انگیزه‌های گردشگری به عنوان شاخص سبک زندگی ضرورت پیدا می‌کند و به اعتقاد بورديو ساختار اجتماعی هر جامعه

پیشرفته، همانند نوعی فضای اجتماعی پیچیده‌ای است که در آن اشکال متنوع سرمایه، انگیزه‌های متعدد گردشگری را ایجاد می‌کند.

انگیزه‌ها اگرچه در ابتدای امر ناشی از سلیقه شخصی افراد است، اما سلايق و ذائقه‌های افراد نیز خود تابعی از جایگاه آنان در اجتماع است و تحت تاثیر متغیرهای اجتماعی مانند طبقه، سن، جنسیت و دیگر عوامل قرار دارند (جاروندی، ۱۳۸۸: ۱۲۴). در واقع وجود تفاوت در انگیزه-ها و اهداف گردشگران و به طور کلی عوامل جمعیت‌شناختی، خصوصیات روانی و الگوهای رفتاری گردشگران، ضرورت آگاهی برنامه‌ریزان و متولیان امر گردشگری از این ویژگی را روشن می‌سازد. چنانچه انگیزه‌ها و اهداف گردشگران با توجه به خصوصیات جمعیت‌شناختی و روانی آنان به درستی شناخته شود، می‌توان بازارهای هدف برای صنعت گردشگری در هر کشور را به گونه‌ای تعیین کرد که ضمن رعایت ارزش‌های جامعه میزبان، به طریقی مناسب به تامین خواسته-های گردشگران پرداخته شود (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۹۰).

در عصر حاضر گردشگری از یک طرف می‌تواند نقش مهمی را در متنوع‌سازی اقتصاد جوامع در قالب صنعت ایفا نماید و از طرف دیگر می‌تواند وسیله‌ای برای تحریک رشد اقتصاد ملی از طریق غلبه بر انگاره‌های توسعه نیافتگی و بهبود استاندارد زندگی مردم محلی به حساب آید. اگر گردشگری بتواند کلیه نقش‌های محوله را به خوبی ایفا نماید می‌تواند خالق یا محرک فرآیند توسعه برای حصول پایداری اقتصادی در سایر بخش‌های اقتصادی و همچنین خود صنعت گردشگری باشد. با توجه به قابلیت گردشگری پذیرش شهرستان شیراز نیاز به مطالعه در حوزه گردشگری در این شهرستان احساس می‌شود و با استفاده از نتایج پژوهش حاضر می‌توان پایه‌های لازم برای برنامه‌ریزی بلند مدت در حوزه گردشگری شهرستان شیراز را مشخص کرد و به کمک این برنامه‌ریزی بلند مدت به توسعه صنعت گردشگری، صنایع دستی، ایجاد اشتغال و کارآفرینی کمک کرد.

۱-۳- اهداف تحقیق

۱-۳-۱- اهداف کلی

به طور کلی هر پژوهش و تحقیق علمی به دنبال رسیدن و دستیابی به یک هدف و یا اهداف معینی می‌باشد و هدف کلی این پژوهش تبیین چگونگی رابطه انواع سرمایه با انگیزه‌های گردشگری گردشگران می‌باشد.

۱-۳-۲- اهداف اختصاصی

- تبیین رابطه بین سرمایه اجتماعی و انگیزه‌های گردشگری گردشگران وارد شده به شهر شیراز.
- شناخت رابطه بین سرمایه فرهنگی و انگیزه‌های گردشگری گردشگران وارد شده به شهر شیراز.

- تعیین رابطه بین سرمایه اقتصادی و انگیزه‌های گردشگری گردشگران وارد شده به شهر شیراز.
- ارائه راهکارهای مناسب و قابل اجرا جهت توسعه گردشگری و جذب هرچه بیشتر گردشگر به شهر شیراز.

۱-۴- فرضیات تحقیق

۱- بین سرمایه اجتماعی گردشگران داخلی وارد شده به شهر شیراز و انگیزه‌های گردشگری آنها رابطه معناداری وجود دارد.

۲- بین سرمایه اقتصادی گردشگران داخلی وارد شده به شهر شیراز و انگیزه‌های گردشگری آنها رابطه معناداری وجود دارد.

۳- بین سرمایه فرهنگی گردشگران داخلی وارد شده به شهر شیراز و انگیزه‌های گردشگری آنها رابطه معناداری وجود دارد.

۴- بین سرمایه اجتماعی گردشگران خارجی وارد شده به شهر شیراز و انگیزه‌های گردشگری آنها رابطه معناداری وجود دارد.

۵- بین سرمایه اقتصادی گردشگران خارجی وارد شده به شهر شیراز و انگیزه‌های گردشگری آنها رابطه معناداری وجود دارد.

۶- بین سرمایه فرهنگی گردشگران خارجی وارد شده به شهر شیراز و انگیزه‌های گردشگری آنها رابطه معناداری وجود دارد.